

ผู้หญิง และ *i*CT ในการเป็นผู้ประกอบการ

การจัดการธุรกิจโดยใช้ ICT
Module W2

เส้นทางของผู้ประกอบการผู้หญิง
(Women Entrepreneurs Track)

Module W2:
การจัดการธุรกิจโดยใช้ ICT
(Managing a Business Using ICT)

เกี่ยวกับโมดูล

โมดูลนี้เป็นส่วนต่อของโมดูล W1: วางแผนธุรกิจที่ใช้ ICT เป้าหมายหลักของมอดูลนี้คือแนะนำให้ผู้หญิงที่กำลังมีและกำลังมีความหวัง จะเป็นผู้บริหารธุรกิจ และวิธีการที่เทคโนโลยีข้อมูลและสื่อสาร (ICT) สามารถช่วยในการดำเนินการได้

โมดูลนี้ให้คำแนะนำหลักในการจัดการธุรกิจ เครื่องมือวิเคราะห์ และโปรแกรม ICT สำหรับการตั้งและดำเนินการธุรกิจ มอดูลนี้มุ่งไปที่ผู้หญิงที่มีความรู้ด้าน ICT ที่ใช้ ICT เพื่องานพื้นฐาน (เช่น โทรศัพท์ ข้อความ อีเมล) และสนใจที่จะใช้ ICT สำหรับงานธุรกิจที่ก้าวหน้า (เช่น การตลาดออนไลน์และขาย) อย่างไรก็ตาม คนที่ไม่ใช่ผู้ใช้ ICT ก็สามารถได้รับประโยชน์จากมอดูลนี้ได้ จากความต้องการและความชอบของผู้หญิงที่เป็นผู้ประกอบการ กิจกรรม โมดูลนี้ไม่ได้มีเพียงความรู้และความรู้เท่านั้น แต่ยังเสนอกิจกรรมให้ผู้หญิงผู้ประกอบการเริ่มใช้ความคิดและเครื่องมือกับธุรกิจของพวกเขา

คู่มือผู้ช่วยที่ท้ายสุดของโมดูลให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดเตรียมการฝึกให้ผู้ประกอบการผู้หญิง และการขยายข้อมูลนี้ในสถานที่เกิดเหตุ

ผลการเรียน

เมื่อจบโมดูลแล้ว ผู้เรียนจะสามารถ:

1. เชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาศักยภาพของผู้หญิงกับความเป็นผู้ประกอบการรวมทั้งการใช้ ICT ในการก่อตั้งและบริหารจัดการธุรกิจ
2. เชื่อมโยงผู้หญิงที่เป็นผู้ประกอบการกับธุรกิจทั่วไป โดยเฉพาะการวางแผนธุรกิจ การก่อตั้งและการบริหารจัดการธุรกิจ รวมทั้งการใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือเพื่อเอื้อกับทุกกระบวนการดังกล่าว
3. ชื่นชม และเห็นความสำคัญของแรงจูงใจสู่การเป็นผู้ประกอบการและความต้องการในการบริหารจัดการเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
4. รับทราบ เข้าใจ และยอมรับความสำคัญของการปฏิบัติตามนโยบาย กฎและมาตรฐานของรัฐบาลในเรื่องเกี่ยวกับการประกอบการและธุรกิจ

เป้าหมาย

เพื่อการเพิ่มศักยภาพให้ผู้หญิงเพื่อให้มีความสามารถและพัฒนาต่อยอดสู่การเป็นผู้ประกอบการ เริ่มตั้งแต่การเริ่มเป็นผู้ประกอบการ จนถึงการพัฒนาต่อยอดในวงการธุรกิจที่สูงขึ้น

ระยะเวลา

การเรียนของโมดูลนี้ใช้เวลาประมาณ 12 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือประมาณวันละ 2-3 ชั่วโมงต่อวัน โดยเน้นความยืดหยุ่นหรือความพร้อมของผู้เรียน หรือผู้เข้าอบรมเป็นหลัก

ขอบคุณ

UN-APCIT ขอขอบคุณผู้ร่วมพัฒนาโมดูลนี้ ในการตรวจสอบหลายรอบของเนื้อหาการฝึกอบรม และให้ข้อมูลที่มีค่ามากในการพัฒนาโมดูลนี้ ขอขอบคุณสถาบันของประชาชนเพื่อการพัฒนา (PIID) และมหาวิทยาลัยแห่งชาติฟิลิปปินส์ Diliman และ UN-APCIT ขอขอบคุณผู้ที่ให้การสนับสนุนทุกท่านคือ Macapagal, Faheem Hussain, Cocco, Thi Nguyen, Macasio, UshaRani Vyasulu, Anthonette Velasco, Allone Gorospe Jamon and CCDKM, STOU อย่างยิ่งที่มีส่วนร่วมในการช่วยพัฒนาโมดูลนี้เช่นกัน

สารบัญ

เกี่ยวกับโมดูล	2
ผลการเรียน	2
เป้าหมาย	2
ระยะเวลา	3
ขอบคุณ	3
I. บทนำ	7
1.1 โมดูล W2 คืออะไร เกี่ยวข้องกับอะไรบ้าง?	7
1.2 การใช้เครื่องมือ ICT ในการเริ่มต้นและบริหารจัดการธุรกิจ	8
1.3 กรณีศึกษาหรือตัวอย่าง	9
II. การเริ่มต้นธุรกิจของคุณ (Setting up your Business)	11
2.1 การเริ่มต้นธุรกิจต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง?	12
2.2 การวิจัยตลาดเพื่อปรับปรุงแผนธุรกิจและการดำเนินการ	22
III. การดำเนินธุรกิจของคุณ (Running Your Business)	53
3.1 ฟังก์ชันหลักของธุรกิจ (Business functions)	54
3.2 การปกป้องตัวคุณและธุรกิจของคุณ	65
IV. การปิดธุรกิจ	73
V. สรุป (Summary)	74
ภาคผนวก	76
เกี่ยวกับผู้เขียน	88

รายการกล่องข้อความ (List of Boxes)

กล่องข้อความที่ 1	กรณีศึกษาผู้ประกอบการขนมคุกกี	9
กล่องข้อความที่ 2	ตัวอย่างคำถามเกี่ยวกับการตลาดกลุ่มเฉพาะ	24

รายการรูปภาพ (List of Figures)

รูปภาพที่ 1	วงจรกิจกรรมของธุรกิจ	12
รูปภาพที่ 2	ห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ	31

รายการตาราง (List of Tables)

ตารางที่ 1	รายการตรวจสอบกิจกรรมสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ	12
ตารางที่ 2	ตัวอย่างการออกแบบตารางเวลาประจำวัน	16
ตารางที่ 3	ตารางเวลาของกิจกรรมรายวันและรายสัปดาห์	18
ตารางที่ 4	การวิเคราะห์ผลการวิจัยตลาด	26
ตารางที่ 5	รายละเอียดเฉพาะของสินค้า	29
ตารางที่ 6	การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์	29
ตารางที่ 7	คำถามเพื่อการพัฒนาสินค้าเฉพาะกลุ่ม	30
ตารางที่ 8	การคำนวณค่าใช้จ่ายของวัสดุต่าง ๆ	33
ตารางที่ 9	การคำนวณค่าแรงงาน	33
ตารางที่ 10	การคำนวณค่าใช้จ่ายส่วนรวม	34
ตารางที่ 11	การคำนวณราคารวม และราคาต่อหน่วย	35
ตารางที่ 12	คำถามที่เกี่ยวกับการตัดสินใจกำหนดสถานที่ขายสินค้า	37
ตารางที่ 13	การทำไคเรททอรี่ที่อยู่และที่ติดต่อ	46
ตารางที่ 14	ตารางสำหรับการพิจารณาเกี่ยวกับธนาคารออนไลน์	51
ตารางที่ 15	การทำรายการสินค้า	55
ตารางที่ 16	การทำรายการผู้จัดหาสินค้า	55
ตารางที่ 17	การทำรายการแสดงสถานะอุปกรณ์และเครื่องมือ	55
ตารางที่ 18	การทำเอกสารกระบวนการผลิตสินค้า	56
ตารางที่ 19	การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ของสินค้าที่ผลิต	57
ตารางที่ 20	การคาดการณ์ผลกำไรและขาดทุนต่อเดือน	61

รายชื่อของอักษรย่อ

C1	เนื้อหาหลักของ WIFI - โมดูล C1: การการพัฒนาศักยภาพผู้หญิง, SDGs และ ICT
C2	เนื้อหาหลักของ WIFI - โมดูล C2: การใช้ ICT สำหรับผู้ประกอบการผู้หญิง
CEO	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer)
ESCAP	Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (United Nations) คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมสำหรับเอเชียและแปซิฟิก (สหประชาชาติ)
FAO	Food and Agriculture Organization (United Nations) องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)
GDP	Gross Domestic Product ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ
GSMA	Global Association of Mobile Operators สมาคมผู้ให้บริการมือถือระดับโลก
ICT	Information and Communication Technology เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ITU	International Telecommunication Union สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ
MDG	Millennium Development Goal: MDG (เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ)
PSI	Population Services International (บริการประชากรระหว่างประเทศ)
SDG	Sustainable Development Goal: SDG (เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน)
SMS	Short Message Service (บริการข้อความสั้น)
STEM	Science, Technology, Engineering and Mathematics (วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์)
UN	United Nations (สหประชาชาติ)
UNDP	United Nations Development Programme (โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ)
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ)
W1	เส้นทางของผู้ประกอบการผู้หญิง WIFI - โมดูล W1: การวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT
W2	เส้นทางผู้ประกอบการผู้หญิง WIFI - โมดูล W2: การจัดการธุรกิจโดยใช้ ICT

I. บทนำ

โมดูล W2 นี้ เกี่ยวข้องกับโมดูล W1: ที่เป็นการวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT โดย**โมดูล W2: เน้นการจัดการธุรกิจ โดยใช้ ICT** โดยเน้นการออกแบบเฉพาะสำหรับผู้หญิงที่มีความสามารถทางธุรกิจและพร้อมที่จะพัฒนาต่อยอด และผู้หญิงที่กำลังพยายามหาช่องทางในการเริ่มต้นธุรกิจของพวกเขา โดยภาพรวมจึงกล่าวได้ว่า โมดูลนี้เป็นคู่มือสำหรับผู้หญิงที่ต้องการเพิ่มความรู้ ทักษะและความสามารถในการพัฒนาแผนการธุรกิจและการจัดการธุรกิจของพวกเขาโดยใช้ ICT โมดูลนี้รวมถึงตัวอย่างตัวอย่าง การฝึกหัด และเครื่องมือวิเคราะห์ เพื่อสร้างและทำให้ผู้หญิงมีความเข้าใจในธุรกิจและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจดีขึ้น

โมดูล W1: การวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT เป็นเครื่องมือที่ผ่านมา เป็นการนำเสนอแนวคิดธุรกิจพื้นฐาน เครื่องมือวิเคราะห์ และการใช้งานพื้นฐานของเครื่องมือ ICT ในแผนการธุรกิจ โมดูลนี้เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจที่ใช้ ICT เป็นส่วนต่อของโมดูล W1 โมดูลนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้ผู้หญิงเป็นนักธุรกิจมีความเข้าใจ มีทักษะ และมีความรู้ ตลอดจนทัศนคติที่ดี มีความมั่นใจในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจของตนเอง โดยการนำเสนอพร้อมตัวอย่าง การฝึกฝนที่ใช้โปรแกรมและเครื่องมือ ICT ต่าง ๆ จนมั่นใจ และนำไปใช้ในการทำธุรกิจได้อย่างมั่นใจ และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

รูปแบบการเรียนรู้ รวมทั้งการอบรมจะเป็นการออกแบบพิเศษที่เน้นการทำให้เป็น การนำไปใช้ประโยชน์ และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันตลอด บนพื้นฐานของความต้องการที่แท้จริงของแต่ละพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วยประเด็นหลักๆดังต่อไปนี้คือ

- » แนวคิดและการเริ่ม การดำเนินการธุรกิจแต่ละประเภท
- » ตัวอย่าง และกรณีศึกษาที่จะแสดงถึงหลักการ กระบวนการของการทำธุรกิจที่ใช้ ICT เป็นเครื่องมือ
- » การฝึกฝนและการอภิปรายที่ทำให้ผู้เรียนสามารถนำหลักคิด หลักการไปใช้ในธุรกิจของพวกเขาได้

1.1 โมดูล W2 คืออะไร เกี่ยวข้องกับอะไรบ้าง?

เป้าหมายการเรียนรู้ของโมดูลนี้คือ

- » หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจ
- » ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ
- » ประเภท ประโยชน์ของการใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือในการเริ่มต้นและบริหารจัดการธุรกิจ

คู่มือของโมดูลนี้มีสองประเด็นหลักคือ: (1) การตั้งบริษัทหรือการประกอบการ (การเริ่มต้นการประกอบการต้องทำอะไร) และ (2) วิธีการดำเนินธุรกิจของคุณ (การบริหารจัดการบริษัทอย่างไร)

เมื่อคุณเริ่มคิดทำธุรกิจ ก็หมายความว่า คุณได้ตัดสินใจที่จะตั้งธุรกิจของคุณ มีแนวคิด แนวทางในการดำเนินการแผนการของคุณ ซึ่งมักจะประกอบด้วยส่วนหลัก เช่น การวิจัยตลาด (ไม่ว่าคุณจะทำมันด้วยตัวเองหรือมีที่ปรึกษา) ที่ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย สินค้า สถานที่ ราคาและการส่งเสริมการขายในรูปแบบรวมทั้งกฎ กติกา กฎหมายทั้งที่เป็นระดับนโยบาย และในระดับท้องถิ่นหรือในระดับพื้นที่แต่ละแห่งไป

ในฐานะเจ้าของธุรกิจและผู้ประกอบการ คุณต้องบริหารจัดการธุรกิจของคุณ ทำการจัดเก็บสินค้าและวัตถุดิบ การดูแลหรือบริหารผลิตหรือบริการ การตลาดและขาย การจัดการทรัพยากรบุคคล การเงินและการบริหารที่เกี่ยวข้องโดยภาพรวม เพื่อการปกป้องธุรกิจของคุณสู่ความสำเร็จตามที่คุณต้องการ

ผลการเรียน

ก่อให้เกิดความรู้ ความตระหนักร่วมกันว่า การพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งการให้อำนาจผู้หญิงเพื่อการเป็นผู้ประกอบการด้วยการใช้ ICT เป็นเครื่องมือในแต่ละขั้นตอนของการทำธุรกิจ ตั้งแต่การเริ่มก่อตั้ง การบริหารจัดการ และการประเมินผลการดำเนินการโดยภาพรวมในที่สุด

สรุปเนื้อหา 1.1

เป็นการใช้เชื่อมโยงการใช้ ICT ที่ประกอบด้วยข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารประสานงาน และเทคโนโลยี มาเพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ ดำเนินงาน ปฏิบัติการตามแผนธุรกิจของแต่ละคนไป เช่น การบริหารจัดการระบบ ระเบียบเอกสารข้อมูล การลดข้อผิดพลาดของเอกสาร และการลดปริมาณของเอกสารในระหว่างการทำงาน ฯลฯ และเชื่อมโยงออกไปสู่ระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing) ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Bank) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) รวมถึงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในที่สุด

1.2 การใช้เครื่องมือ ICT ในการเริ่มต้นและบริหารจัดการธุรกิจ

เครื่องมือ ICT มีบทบาทอย่างมากในการเพิ่มการเข้าถึงข้อมูล เข้าถึงโอกาส และการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ ซึ่งนับว่าเป็นประเด็นหลักของโมดูล W1: ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ โดยใช้ ICT เป็นเครื่องมือ เช่น โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อการใช้งานในการวางแผนธุรกิจได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนสามารถระบุและอธิบายเหตุผลเกี่ยวกับการใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือในการเริ่มต้น การบริหารจัดการ และการประเมินผลธุรกิจของตนเองได้

รวมทั้งการเรียนรู้จากนักประกอบการประเทศต่าง ๆ ที่มีการใช้ ICT ในธุรกิจของตนเองอย่างหลากหลาย เช่น การใช้แอปพลิเคชันเริ่มที่จากโทรศัพท์มือถือจากแต่ละระดับ ทั้งระดับสากล ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น

รวมทั้งเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ การใช้ภาษาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับพฤติกรรมทางสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่เพื่อให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการขาย รวมทั้งแนวทางการพัฒนาสู่การเติบโตของธุรกิจยิ่ง ๆ ขึ้นต่อไป

ตัวอย่างเครื่องมือ ICT หลักได้ถูกนำมาอธิบายในโมดูล W1: วางแผนธุรกิจที่ใช้ ICT เป็นเครื่อง ดังตัวอย่างเครื่องมือ ICT ที่ใช้ในการเริ่มธุรกิจ การดำเนินการและการบริหารจัดการต่างๆ ดังเช่น

- »» แบบสอบถามออนไลน์ เช่น SurveyMonkey
- »» สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube
- »» เครื่องมือหรือโปรแกรมการบริหารจัดการสินค้า เช่น ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ
- »» ฐานข้อมูลและระบบการจัดเก็บ
- »» ตลาดออนไลน์ในแต่ละระดับ เช่นระดับสากล อลิบาบา (Alibaba)
- »» เครื่องมือสื่อสารทั้งเพื่อการประสานงาน การดำเนินการและการร่วมมือ เช่น Google
- »» เครื่องมือการบริหารจัดการโครงการต่างๆ เช่น โครงการ Libre

สรุปเนื้อหา 1.2¹

ICT (Information Communication Technology) หมายถึง การติดต่อสื่อสาร การประสานงานข้อมูลข่าวสารโดยใช้เทคโนโลยี I (Information) เป็นเครื่องมือที่นำไปสู่ทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น I (Information) หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ C (Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสาร การประสานงาน T (Technology) หมายถึง เทคโนโลยีในรูปแบบและประเภทต่างๆ ความหมายโดยรวมของ ICT คือ เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ การสื่อสาร เป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การดำเนินงาน การบริหารจัดการ การรวบรวมการจัดเก็บข้อมูล การประมวลผล การพิมพ์ การสร้างงาน การสื่อสารข้อมูล ฯลฯ ซึ่งรวมไปถึงการให้บริการ การใช้ประโยชน์ และการดูแลข้อมูล ฯลฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่มากยิ่งขึ้น

1.3 กรณีศึกษาหรือตัวอย่าง

กล่องข้อความที่ 1 กรณีศึกษาผู้ประกอบการคุกกี้ (Cookie entrepreneur)

นางวิคตอเรียเป็นแม่บ้าน เธอแต่งงานและมีลูกสองคน และเธอต้องการรายได้ให้กับครอบครัวมากขึ้น เธอต้องการให้ครอบครัวของเขามีเงินเก็บไว้ ตั้งแต่นางวิคตอเรียรู้วิธีทำขนม ซึ่งทั้งแม่และยายของเธอสอนเธอ เธอตัดสินใจว่าจะขายคุกกี้ทำเอง (homemade cookies) เพื่อเพิ่มรายได้ของพวกเธอ เธอคิดเริ่มธุรกิจของเธอเอง

¹ <https://sites.google.com/site/worldshareth/khwam-sakhay-khxng-ict>

เธอสามารถจัดตารางการอบขนมของเธอพร้อมกับการดูแลครอบครัวของเธอ ในขณะที่ได้รับเงินเพิ่มเติม ซึ่งเธอคิดว่าดีกว่าการไปมองหางานอื่น ๆ

นางวิคตอเรียค่อยๆพัฒนาธุรกิจของเธอเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้คนอื่นรู้เกี่ยวกับธุรกิจของเธอ วิคตอเรียจึงได้ลองทำขนมปังเป็นของขวัญวันเกิดให้กับคนพิเศษต่าง ๆ เธอได้รับการตอบรับที่ดีจากคนที่ได้ทดลองชิม จากนั้นเธอก็ได้รับออเดอร์จากกลุ่มคนดังกล่าว เริ่มที่เพื่อน ๆ ของเธอ อีกทั้งยังสอนให้ลูกๆขายคุกกี้ และคิดค่าใช้จ่ายให้พวกเขา ฯลฯ

เงินทุนที่นางวิคตอเรียใช้ในการเริ่มต้นธุรกิจของเธอได้มาจากเงินเก็บของครอบครัวของเธอ เธอกับสามีลงทุนในสหกรณ์ในพื้นที่ของเธอ เพราะเป็นสถาบันการเงินขนาดเล็กที่มีอยู่ในชุมชนของเธอ และเธอเอง ครอบครัวของเธอก็เป็นสมาชิกด้วย

ในช่วงแรก นางวิคตอเรียเก็บบันทึกค่าใช้จ่ายและรายได้ที่เกี่ยวข้องในสมุดบันทึก อย่างไรก็ตาม เมื่อออเดอร์เริ่มเพิ่มขึ้น เธอมีเวลาไม่มากในการสรุป ประเมินผลของการดำเนินการธุรกิจของเธอ ยิ่งไปกว่านั้น เธอใช้เงินที่เธอได้รับจากการขายคุกกี้ เงินค่าใช้จ่ายของบ้านปะปนกัน นั่นเป็นตอนที่วิคตอเรียตระหนักว่าธุรกิจของเธอกำลังเติบโต และเธอต้องดำเนินการอย่างถูกต้อง เธอเริ่มจะวุ่นวายกับการบริหารจัดการต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่ซับซ้อนเพิ่มมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ

นางวิคตอเรียไม่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจ แต่เธอตัดสินใจที่จะเรียนรู้เพื่อที่จะเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมากขึ้น เธอรู้ว่าเธอต้องตั้งเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อที่เธอจะสามารถทำธุรกิจคุกกี้ที่บ้านของเธอได้เป็นอย่างดี สามารถบริการจัดการระบบการเงินของเธอให้เรียบร้อย นางวิคตอเรียเริ่มเรียนเกี่ยวกับเรื่องการจัดจัดการการเงินของธุรกิจโดยเรียนออนไลน์ อีกทั้งสอบถามผู้บริหารในชุมชนของเธอเกี่ยวกับวิธีการที่พวกเขาบริหารจัดการการเงินในธุรกิจของพวกเขา เพื่อที่จะนำไปสู่การขยายสาขาในพื้นที่อื่น ฯลฯ โดยที่เธอเป็นสาขาหลักที่ตั้งอยู่ที่บ้าน ที่โรงเรียนและที่ชุมชน โดยทำงานร่วมกับธุรกิจอื่น ๆ ในพื้นที่เดียวกันและขยายผลออกไปเช่นร่วมกับร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ในสถานที่ต่าง ๆ เช่น ร้านกาแฟโรงเรียนและในโรงพยาบาล รวมทั้งการเปิดพื้นที่ในการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ของเธอ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่ผลิตภัณฑ์สามารถซื้อได้ และเธอก็ได้รับการแนะนำให้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อติดต่อลูกค้าและเครือข่ายภาคีต่าง ๆ ในแต่ละระดับไป

นางวิคตอเรียรู้ว่าเธอต้องหาแหล่งข้อมูล ที่ทำให้เธอได้ข้อมูล ที่เธอต้องการ เพื่อตัดสินใจในทางธุรกิจอย่างถูกต้อง เช่น การหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ติดต่อทางธุรกิจ แหล่งเงินทุนเพิ่มเติม แหล่งวัตถุดิบและรวมทั้งอุปกรณ์ต่างๆ เธอจำเป็นต้องมีทักษะในการสื่อสารประสานงาน การเตรียมแผนการธุรกิจ และรักษาประวัติการเงินของเธอให้น่าเชื่อถือ การจัดการเวลา และการจัดการงานของเธออย่างลงตัวทั้งธุรกิจและครอบครัวของเธอ

นางวิคตอเรียได้สืบค้น เสาะหา สอบถามเกี่ยวกับกระบวนการก่อตั้งธุรกิจ เธอไปที่อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ เพื่อไปใช้ระบบออนไลน์ และตรวจสอบข้อมูลว่า มีบริการใด ๆ จากรัฐบาลบ้างที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเธอ เช่น การลงทะเบียนธุรกิจ คอร์ส ธุรกิจออนไลน์ การตลาด การพัฒนาสินค้า การแผนการธุรกิจ ใบอนุญาต ความปลอดภัย

ในการผลิตหรือกระบวนการผลิตต่าง ๆ เธอคู่มือของคนที่ทำคุณก็ในอินเทอร์เน็ตด้วย วิกิโตเรียซื้อหนังสือและศึกษาจากสื่อดิจิทัล เพื่อเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจและการทำคุณก็ พร้อมกับความมุ่งมั่นในการพัฒนาสู่การเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ที่พร้อมที่จะต่อยอดทั้งคุณภาพและบริการที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วประเทศ

II. การเริ่มต้นธุรกิจของคุณ (Setting up your Business)

ผลการเรียน

» มีทัศนคติที่ดี เชื่อมมั่นเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการผู้หญิง โดยเฉพาะการวางแผน การก่อตั้งและการบริหารจัดการของธุรกิจ และวิธีการที่ ICT เป็นเครื่องมือ

» เกิดแรงจูงใจและความต้องการในการบริหารจัดการธุรกิจ

» เข้าใจและยอมรับเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎและมาตรฐานของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

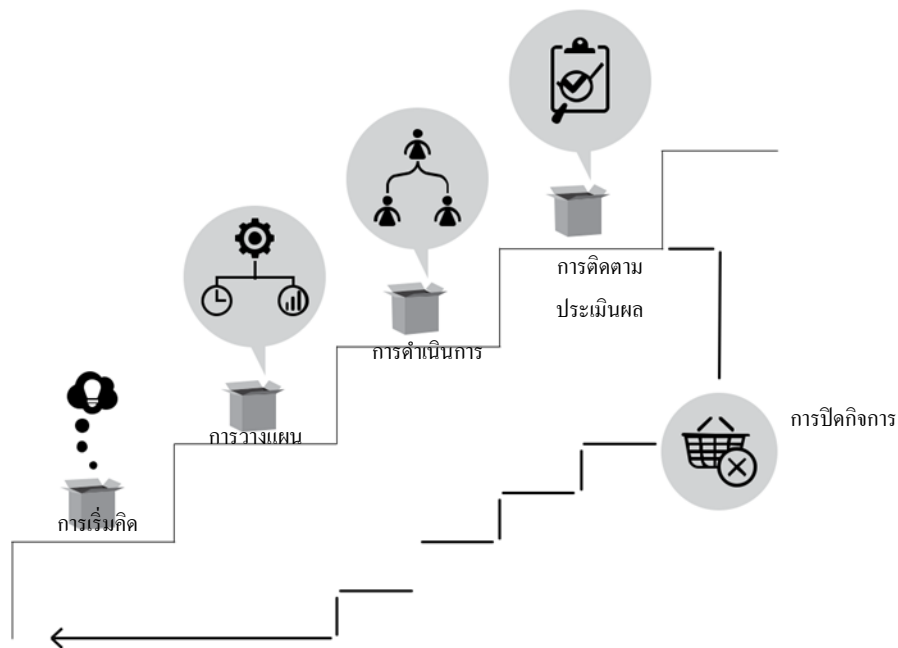
» เข้าใจว่าตลาดคืออะไร และความสำคัญของการเตรียมและการทำวิจัยตลาด

» สามารถวิเคราะห์กระบวนการบริหารจัดการ เช่น ทรัพยากรและเงินทุนในการก่อตั้งธุรกิจ

จากการเรียนในโมดูล W1: การวางแผนธุรกิจที่ใช้ ICT เป็นเครื่องมือ คุณควรมีแผนธุรกิจที่ชัดเจน มีการตรวจสอบและแก้ไขอย่างเป็นประจำตามผลการดำเนินธุรกิจของคุณ ผลการเงินของบริษัท และอีกหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกที่มีความเชื่อมโยงระหว่างกัน ดังภาพที่ 1

แผนธุรกิจก็คือ แผนที่นำทางสำหรับธุรกิจของคุณ - พร้อมกับวิสัยทัศน์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และผลลัพธ์ที่ต้องการ ดังนั้นเพื่อที่จะทำให้แผนธุรกิจขับเคลื่อนไปอย่างมีประสิทธิภาพ คุณต้องศึกษาข้อมูลที่พร้อม มีข้อมูลเพิ่มเติมที่ทำให้แผนธุรกิจมีรายละเอียดที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้คุณทำการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ตั้งแต่การเริ่มต้น การดำเนินการและผลที่ได้ เพราะแผนธุรกิจจะครอบคลุมทุกด้านที่จำเป็นเริ่มตั้งแต่ทรัพยากร การผลิต การขาย การปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมาย การแข่งขันในตลาด นักธุรกิจต้องคอยดูรายละเอียดในการจัดการภายในและภายนอกของธุรกิจควบคู่กันและสอดคล้องกับแผนธุรกิจของตนเอง

ภาพที่ 1 วงจรกิจกรรมของธุรกิจ



จากภาพที่ 1 วงจรกิจกรรมของธุรกิจจะประกอบด้วยขั้นตอนหลัก ๆ คือ การเริ่มคิด เริ่มมองภาพธุรกิจ จากนั้นก้าวต่อไปเป็นการวางแผนธุรกิจ การดำเนินการ การบริหารจัดการ การติดตาม และการประเมินผลในที่สุด

2.1 การเริ่มต้นธุรกิจต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง?

การเริ่มต้นธุรกิจของคุณต้องรวมถึงการใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือ โดยที่คุณสามารถใช้ ICT ได้ในแต่ละกิจกรรม ดังตัวอย่างคร่าว ๆ ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายการตรวจสอบสิ่งที่มี สิ่งที่ต้องทำสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ

รายการ	รายการกิจกรรม	การใช้ ICT (อุปกรณ์,อินเทอร์เน็ต โปรแกรมแอปพลิเคชัน)	กำหนดการ (เริ่มและ วันที่สิ้นสุด)	ค่าใช้จ่าย	หมายเหตุ
การเริ่มสร้างแนวคิดทางธุรกิจ					
	แนวคิดทางธุรกิจ - กรอง/ตรวจสอบ - ทดสอบ	ใช้สเปรดชีต (Spreadsheet)	ประเมินจาก วันและชั่วโมง การทำงาน	ประเมินค่า ค่าใช้จ่าย	จดลงการสังเกต

รายการ	รายการกิจกรรม	การใช้ ICT (อุปกรณ์,อินเทอร์เน็ต โปรแกรมแอปพลิเคชัน)	กำหนดการ (เริ่มและ วันที่สิ้นสุด)	ค่าใช้จ่าย	หมายเหตุ
	แผนธุรกิจ - การเขียนแผน - การแก้ไขแผน	ใช้โปรแกรมประมวลผลคำ และสเปรดชีต	1 สัปดาห์		การเขียนแผนไม่ จำเป็นต้อง สมบูรณ์แบบ
	การวิจัยทาง การตลาด - ดำเนินการวิจัย - แผนการตลาด	• ใช้โปรแกรมประมวลผล และสเปรดชีต • แหล่งข้อมูลบนเว็บ สำหรับข้อมูลทุติยภูมิ	2-3 สัปดาห์		วิจัยตลาด สามารถทำแบบ ง่าย ๆ
	แผนส่วนบุคคล - การจัดการเวลา - การสนับสนุน - เครือข่าย - ความรู้เพิ่มเติม	• ใช้โปรแกรมประมวลผล คำและสเปรดชีต • ใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูล • ใช้การสื่อสาร อุปกรณ์และแอปพลิเคชัน	1 สัปดาห์		
การจดทะเบียนชื่อธุรกิจและข้อกำหนดทางกฎหมายอื่น ๆ					
	แสดงรายการ ทั้งหมด ถูกกฎหมาย ข้อกำหนดต่าง ๆ ใน แต่ละระดับ	ใช้เครื่องมือ ICT ค้นหา ข้อมูลจำเป็นที่เกี่ยวข้อง เช่น ค้นเว็บไซต์ของรัฐที่ ให้ข้อมูล	คำนวณจากวัน และชั่วโมง การทำงาน	ค่าใช้จ่าย ของธุรกิจ การ ลงทะเบียน	ความต้องการ จะขึ้นอยู่กับ เป้าหมายของแต่ละพื้นที่
	ตัดสินใจเกี่ยวกับชื่อ ของธุรกิจของคุณ - มีอย่างน้อยห้าชื่อ				
	ตัดสินใจเลือกที่ตั้ง ธุรกิจสำหรับการ เริ่มต้น	เรียกดูข้อมูล อสังหาริมทรัพย์ระบุที่ตั้ง ธุรกิจและเปรียบเทียบ ราคาเช่า			
	ออกแบบโลโก้	• ใช้เครื่องมือ ICT ค้นหา โลโก้ที่คล้ายกันธุรกิจ • ใช้เครื่องมือวาดภาพ การออกแบบนามบัตร ฯลฯ			
	ลงทะเบียนธุรกิจ ชื่อ (และโลโก้)	ค้นหาหน่วยงานภาครัฐ เว็บไซต์หาใบสมัคร			

รายการ	รายการกิจกรรม	การใช้ ICT (อุปกรณ์,อินเทอร์เน็ต โปรแกรมแอปพลิเคชัน)	กำหนดการ (เริ่มและ วันที่สิ้นสุด)	ค่าใช้จ่าย	หมายเหตุ
		แบบฟอร์มและการ ลงทะเบียนออนไลน์			
	ทะเบียนภาษีสำหรับ ธุรกิจ (เช่น มูลค่า ภาษีเพิ่ม)	เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูล			
การระดมทรัพยากร					
	การระดมทุน ใช้ เครื่องมือค้นหา	การระดมทุน ใช้เครื่องมือ เพื่อค้นหา	ใช้เครื่องมือ เพื่อค้นหา		
	เกี่ยวกับการให้กู้ยืม ธนาคาร	เกี่ยวกับการให้กู้ยืม ธนาคาร	เกี่ยวกับการให้ กู้ยืมธนาคาร		
	สถาบันไมโคร ไฟแนนซ์	สถาบันไมโครไฟแนนซ์	สถาบันไมโคร ไฟแนนซ์		
หาซัพพลายเออร์					
	รายการที่เป็นไปได้ ทั้งหมด	รายการที่เป็นไปได้ทั้งหมด			
	ซัพพลายเออร์ สำหรับวัตถุดิบของ คุณ	ซัพพลายเออร์สำหรับ วัตถุดิบของคุณ			
ธุรกิจการเงิน					
	การบัญชี งบประมาณ ระบบกระแสเงินสด	ใช้สเปรดชีต			
	บันทึกการขาย	ใช้สเปรดชีต			
	โลจิสติกส์	• ใช้เครื่องมือเกี่ยวกับ โลจิสติกส์ และการจัดเก็บ ค่าใช้จ่าย			
	ประกันภัย – ทรัพย์สิน และชีวิต	• ค้นหาความแตกต่าง เว็บไซต์ประกันถึง เปรียบเทียบราคาและ ประโยชน์			

รายการ	รายการกิจกรรม	การใช้ ICT (อุปกรณ์,อินเทอร์เน็ต โปรแกรมแอปพลิเคชัน)	กำหนดการ (เริ่มและ วันที่สิ้นสุด)	ค่าใช้จ่าย	หมายเหตุ
การตลาด					
	บุคคล – ลูกค้า	ใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูล			
	สถานที่	ใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูล			
	ผลิตภัณฑ์	ใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูล			
	ราคา	ใช้สเปรดชีต ใช้แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการเงิน			
	โปรโมชั่นหรือการส่งเสริมการขาย	- ใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูล - ใช้เครื่องมือวาดภาพ - สื่อสารและทดสอบ ไอเดียโปรโมชั่น			
ขายของออนไลน์					
	การเลือกไซต์	ใช้เครื่องมือค้นหาข้อมูล			
	การสร้างเว็บไซต์	ใช้เว็บออนไลน์ เครื่องมือพัฒนา			
	โดเมนเว็บการลงทะเบียนและเว็บไซต์ตั้ง	ลงทะเบียนโดเมนเว็บ การตั้งชื่อและการเลือก เว็บบริการโฮสติ้ง			
จ้างคน					
	รายการข้อกำหนดตัดสินใจเมื่อจำเป็นรับสมัครและจ้าง	- ค้นหาและเปรียบเทียบเงินเดือน - ลงประกาศงานออนไลน์ - ตรวจสอบศักยภาพประวัติพนักงาน - ใช้สเปรดชีตเพื่อบันทึกข้อมูลพนักงาน			

การทำแผนธุรกิจที่มีการจัดทำรายละเอียดที่ชัดเจน จะสามารถช่วยตรวจสอบรายการต่าง ๆ รวมทั้งขั้นตอนการทำงาน จะสามารถช่วยให้คุณจัดลำดับความสำคัญและจัดการเวลาในการดำเนินการของแผนธุรกิจของคุณได้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการบริการจัดการเวลา: ตารางเวลาประจำวัน

เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
ก่อนเที่ยง							
5:00	ตื่นนอน ทำความสะอาด ตัวเอง	ตื่นนอน ทำความสะอาด ตัวเอง	ตื่นนอน ทำความสะอาด ตัวเอง	ตื่นนอน ทำความสะอาด ตัวเอง	ตื่นนอน ทำความสะอาด ตัวเอง	ตื่นนอน ทำความสะอาด ตัวเอง	ตื่นนอน ทำความสะอาด ตัวเอง
5.15	เตรียมตัว อาหารเช้า	เตรียมตัว อาหารเช้า	เตรียมตัว อาหารเช้า	เตรียมตัว อาหารเช้า	เตรียมตัว อาหารเช้า	เตรียมตัว อาหารเช้า	เตรียมตัว อาหารเช้า
5.30	ตื่นนอน เด็ก ให้บริการ อาหารเช้า	ตื่นนอน เด็ก ให้บริการ อาหารเช้า	ตื่นนอน เด็ก ให้บริการ อาหารเช้า	ตื่นนอน เด็ก ให้บริการ อาหารเช้า	ตื่นนอน เด็ก ให้บริการ อาหารเช้า	ตื่นนอน เด็ก ให้บริการ อาหารเช้า	ตื่นนอน เด็ก ให้บริการ อาหารเช้า
6.30	ทำความสะอาด บ้าน	ทำความสะอาด บ้าน	ทำความสะอาด บ้าน	ทำความสะอาด บ้าน	ทำความสะอาด บ้าน	ทำความสะอาด บ้าน	ทำความสะอาด บ้าน
7.00	พาลูก ๆ ไป โรงเรียน	พาลูก ๆ ไป โรงเรียน	พาลูก ๆ ไป โรงเรียน	พาลูก ๆ ไป โรงเรียน	พาลูก ๆ ไป โรงเรียน	การตระเตรียม ของธุรกิจ กิจกรรม	เข้าร่วม สู่ครอบครัว กิจกรรม
7.30	การตระเตรียม ของธุรกิจ	การตระเตรียม ของธุรกิจ	การตระเตรียม ของธุรกิจ	การตระเตรียม ของธุรกิจ	การตระเตรียม ของธุรกิจ		
8.00	ซักผ้า	ซักผ้า	ซักผ้า	ซักผ้า	ซักผ้า	เข้าร่วมกับ ความต้องการ ของโรงเรียน เด็ก	
11.00	รับลูก	รับลูก	รับลูก	รับลูก	รับลูก		
11.30	เตรียมอาหาร กลางวัน	เตรียมอาหาร กลางวัน	เตรียมอาหาร กลางวัน	เตรียมอาหาร กลางวัน	เตรียมอาหาร กลางวัน	เตรียมอาหาร กลางวัน	เตรียมอาหาร กลางวัน
หลังเที่ยงวัน							

เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
12:00	เสิร์ฟอาหาร กลางวัน	เสิร์ฟอาหาร กลางวัน	เสิร์ฟอาหาร กลางวัน	เสิร์ฟอาหาร กลางวัน	เสิร์ฟอาหาร กลางวัน	เสิร์ฟอาหาร กลางวัน	เสิร์ฟอาหาร กลางวัน
12.30	ล้างจาน	ล้างจาน	ล้างจาน	ล้างจาน	ล้างจาน	ล้างจาน	ล้างจาน
1.00	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	พักผ่อนหรือเข้า ร่วม สูบบุหรี่ กิจกรรม
2.00	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ	
3.00	ไปตลาดอื่น ๆ	ไปตลาดอื่น ๆ	ไปตลาดอื่น ๆ	ไปตลาดอื่น ๆ	ไปตลาดอื่น ๆ	ไปตลาดอื่น ๆ	
3.30	ซื้ออาหารสด	ซื้ออาหารสด	ซื้ออาหารสด	ซื้ออาหารสด	ซื้ออาหารสด	เวลาเดินทางไป ตลาด	
4.00	เดินทางกลับ	เดินทางกลับ	เดินทางกลับ	เดินทางกลับ	เดินทางกลับ	เดินทางกลับ	
5.00	หั่นธุรกิจ รายการสิ่งของ	สั่งซื้อและซื้อ ส่วนผสม สำหรับธุรกิจ	คลังสินค้า การจัดเตรียม และการติด ฉลาก	เตรียมตัว บรรจุภัณฑ์ วัสดุ	อบและแพ็ค คุกกี้	การบรรจุและ การกระจาย	การบรรจุและ การกระจาย
6.00	เตรียมตัวให้ พร้อม อาหารเย็น	เตรียมตัวให้ พร้อม อาหารเย็น	เตรียมตัวให้ พร้อม อาหารเย็น	เตรียมตัวให้ พร้อม อาหารเย็น	เตรียมตัวให้ พร้อม อาหารเย็น	เตรียมตัวให้ พร้อม อาหารเย็น	เตรียมตัวให้ พร้อม อาหารเย็น
6.30	เข้าร่วมกับ เด็กการบ้าน	เข้าร่วมกับ เด็กการบ้าน	เข้าร่วมกับ เด็กการบ้าน	เข้าร่วมกับ เด็กการบ้าน	เข้าร่วมกับ เด็กการบ้าน	เข้าร่วมกับ เด็กการบ้าน	เข้าร่วมกับ เด็กการบ้าน
7.00	เสิร์ฟอาหารเย็น	เสิร์ฟอาหารเย็น	เสิร์ฟอาหารเย็น	เสิร์ฟอาหารเย็น	เสิร์ฟอาหารเย็น	เสิร์ฟอาหารเย็น	เสิร์ฟอาหารเย็น
9.00	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ	เข้าร่วมกับ
	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ	ธุรกิจ
11.00	ปิดและพักผ่อน	ปิดและพักผ่อน	ปิดและพักผ่อน	ปิดและพักผ่อน	ปิดและพักผ่อน	ปิดและพักผ่อน	ปิดและพักผ่อน

สิ่งที่ต้องทำ (Something To Do)

แบบฝึกหัด ตารางงานของคุณ

1. ใช้โปรแกรมตารางคำนวณเพื่อสร้างตารางงานในตารางที่ 3 หรือดาวน์โหลดโปรแกรมปฏิทิน ที่สามารถแสดงตารางเวลาประจำวัน สัปดาห์ เดือนและปี เช่นปฏิทิน Googleและปฏิทิน Yahoo

2. กรอกรายการเวลาโดยกิจกรรมประจำวันของคุณทั้งหมด

ตารางที่ 3 ตารางเวลาของกิจกรรมวันและสัปดาห์

เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
ก่อนเที่ยง							
5:00							
5.15							
5.30							
6.00							
6.30							
7.00							
7.30							
8.00							
11.00							
11.30							
หลังเที่ยงวัน							
12:00							
12.30							
1.00							
2.00							
3.00							
3.30							
4.00							
5.00							
6.00							
6.30							
7.00							
8.00							
9.00							
10.00							
11.00							

สิ่งที่ต้องทำ (Something To Do)

3. ประเมินวิธีการใช้เวลาของคุณโดยการตอบคำถามต่อไปนี้

- ระบุว่างานไหนที่ต้องการเวลาและความใส่ใจของคุณมากที่บ้าน
- ระบุว่ากิจกรรมธุรกิจไหนที่ต้องการเวลามาก

- มีความขัดแย้งเกิดขึ้นระหว่างกิจกรรมของครอบครัวและธุรกิจหรือไม่ ระบุด้วย
- คุณสมบัติของกิจกรรมของกิจกรรมครอบครัวของคุณและธุรกิจเป็นอย่างไร
- การกระทำใดที่สามารถทำเพื่อหลีกเลี่ยงการขัดแย้งระหว่างเวลาครอบครัวและธุรกิจได้
 - » งานใดที่สามารถมอบหมายให้คนอื่นได้บ้าง
 - » งาน/กิจกรรมอะไรที่คุณต้องให้ความสนใจมากที่สุด

4. หลังจากวิเคราะห์การใช้เวลากับคุณ สร้างปฏิทินเวลาใหม่ ที่ซึ่งคุณพิจารณาวิธีลดหรือเพิ่มเวลา สำหรับกิจกรรมส่วนตัวกับกิจการธุรกิจ

การฝึกฝนสามารถทำให้คุณตระหนักได้ว่า คุณใช้เวลาของคุณอย่างไร และวิธีการจัดการกิจกรรมประจำวันของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้พื้นที่กับเรื่องสำคัญในชีวิตของคุณ และทำให้เกิดความสมดุลระหว่างงานและเรื่องส่วนตัว (บางครั้งเรียกว่า "สมดุลระหว่างชีวิตและชีวิตของงาน")

2.1.2 การปฏิบัติตามกฎของประเทศและท้องถิ่น

นักธุรกิจต้องเข้าใจเกี่ยวกับข้อบังคับทางกฎหมายและมาตรการการควบคุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเอง ทั้งนี้เป็นเพราะทุกประเทศมีกฎหมาย นโยบายและมาตรการที่แตกต่างกัน

ผู้ประกอบการจึงต้องสามารถที่จะตอบสนองกับเงื่อนไขเหล่านี้ เช่น การทำสัญญา การขอใบอนุญาต ภาษีธุรกิจและทรัพย์สินทางปัญญา ฯลฯ

ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่า ในบางประเทศต้องการบางอย่างในการก่อตั้งธุรกิจเป็นทางการ

»» การจดทะเบียนชื่อธุรกิจที่หน่วยงานการค้าและอุตสาหกรรม เพื่อตรวจสอบชื่อที่คล้ายกัน เพื่อหลีกเลี่ยงการทำซ้ำและละเมิดสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญา; ขั้นตอนสามารถใช้เวลาหนึ่งวัน

»» การลงทะเบียนธุรกิจหรือใบอนุญาตให้ทำงานที่ระดับหมู่บ้าน ระดับประเทศ ระดับระหว่างประเทศ

»» การจดทะเบียนภาษีสำหรับธุรกิจ การจ่ายภาษีขึ้นอยู่กับรายได้จากธุรกิจ และการส่งใบแจ้งหนี้ภาษีรายได้ประจำปี การดำเนินการเหล่านี้ใช้เวลาหนึ่งหรือสองวัน ขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจ

»» ข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ ถ้าธุรกิจเกี่ยวข้องกับอาหาร น้ำหรือยา (ยา) ซึ่งอาจใช้เวลาหนึ่งวันหรือมากกว่า ขึ้นอยู่กับธุรกิจ

»» ความต้องการอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ (เช่นเป็นเจ้าของส่วนตัว องค์กรร่วมงาน บริษัท หรือหุ้นส่วน)

สิ่งที่ต้องทำ (Something To Do): เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือ ICT

การใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการตั้งบริษัทในประเทศของคุณ ข้อมูลนี้สามารถหาได้จากเว็บไซต์ของรัฐบาล (เช่น เอกสารการค้าและอุตสาหกรรม องค์กรพัฒนาร่วมงาน เว็บไซต์ของรัฐบาลท้องถิ่น)

สร้างรายการตรวจสอบของความต้องการที่คุณจะต้องปฏิบัติตามในฐานะเจ้าของธุรกิจ โดยใช้โปรแกรมต่าง ๆ เบื้องต้น เช่น โปรแกรมประมวลผลคำ (Word Processor) หรือรวมทั้งโปรแกรมข้อมูล เช่น Spreadsheet รวมทั้งสร้างตารางแผนกิจกรรมสำหรับการก่อตั้งธุรกิจของคุณ

สรุปเนื้อหา 2.1² การเริ่มธุรกิจต้องทำอะไรบ้าง?

ปัจจุบันแม้ว่าหลาย ๆ คนจะมองว่าการเริ่มต้นทำธุรกิจ จะเป็นเรื่องยาก เพราะมีองค์ประกอบหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่การเริ่มต้นธุรกิจถือเป็นช่องทางและทางเลือกที่ดีในการสร้างอาชีพกับตัวเอง เพียงคุณต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ทำการวิจัยตลาด ก่อนที่คุณจะเริ่มทำธุรกิจ หรือทำอะไรก็แล้วแต่ คุณอาจจะทำวิจัยตลาดขึ้นมาเพื่อให้ได้ภาพที่ชัดเจนขึ้น เพราะธุรกิจใหม่จะต้องอาศัยเวลาในชีวิตและเงินของคุณเยอะ สร้างธุรกิจด้วยการระบุสิ่งที่คนต้องการและเต็มใจที่จะจ่าย และสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่หาไม่ได้ในพื้นที่ของคุณ หรือคุณสามารถทำได้ดีกว่าของคนอื่น

2. เขียนแผนธุรกิจ คุณจะต้องมีแผนธุรกิจที่ชัดเจน โดยจุดเริ่มต้นที่ดีที่สุดคือ การประเมินต้นทุนของการดำเนินการเบื้องต้น ร่างเค้าโครงและทำให้คุณประเมินว่า คุณต้องการเงินเท่าไรในการผลิตสินค้าหรือบริการ ที่คุณตั้งใจจะเสนอหรือผลิต ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ได้แก่ ค่าการผลิต ค่าขนส่ง ภาษี ค่าจ้างพนักงาน ค่าเช่าสถานที่ทำงาน เป็นต้น ดังนั้น การรู้ว่าต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ ถือเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินว่าธุรกิจของคุณจะได้กำไรหรือเปล่า เพราะว่าคุณจะต้องทำเงินให้ได้มากกว่าต้นทุนการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ในแผนธุรกิจ คุณจะต้องประเมินตลาดที่มีศักยภาพของคุณ นึกถึงความเป็นจริง ในความเป็นจริงจะมีคนใช้บริการจากธุรกิจของคุณกี่คน เขาจะจ่ายค่าบริการของคุณเท่าไร ถ้าตัวเลขอย่างใดอย่างหนึ่งที่ว่ามานี้มันน้อยเกินไป เมื่อเทียบกับว่าคุณจะต้องใช้เงินเท่าไรถึงจะดำเนินธุรกิจได้ คุณก็ควรพิจารณาเสียใหม่หรือเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ ยังต้องประเมินอุปสรรค คุณจะต้องวางแผนล่วงหน้าสำหรับทุกปัญหา ที่อาจจะเข้ามาขวางระหว่างทำธุรกิจ ประเมินการแข่งขัน ถ้าส่วนแบ่งตลาดหรือการเสนอขายสินค้าของคุณ คู่แข่งแข็งแกร่งและมั่นคงมาก คุณก็อาจจะเจาะตลาดได้ยากมาก ๆ เพราะไม่มีใครอยากซื้อสินค้าหรือบริการที่ดีพร้อมในราคาเท่ากันหรือแพงกว่าของที่มีอยู่แล้ว

² <http://www.thaismescenter.com/8-ขั้นตอนเริ่มต้นธุรกิจ-คุณทำได้ในตอนนี้/>

3. ทำแผนการตลาด ในการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ธุรกิจ คุณอาจจะต้องเขียนงบประมาณ ค่าใช้จ่าย พอคุณมีแนวคิดคร่าว ๆ แล้วว่าคุณจะต้องใช้เงินเท่าไร ให้เขียนแผนงบประมาณที่ระบุว่า คุณจะมีเงินสำหรับใช้ในการโฆษณาเท่าไร วางแผนช่วงเวลาและสถานที่สำหรับทำการตลาด เมื่อรู้แล้วว่า จะทำการตลาดแบบไหน ให้คิดว่าที่ไหนที่คุณจะโฆษณาธุรกิจของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และโฆษณาของคุณจะไปถึงตลาดที่หมายปองได้ดีที่สุดในช่วงเวลาไหนของวัน

4. หาแหล่งเงินทุน การเริ่มต้นทำธุรกิจต้องใช้เงินทุน จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับประเภทและขนาดของธุรกิจ คุณลองเข้าไปสอบถามธนาคารหรือสถาบันการเงินต่าง ๆ ว่า มีสินเชื่อสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ หรือ Start Up แบบไหนให้กู้ยืมบ้าง รายละเอียดต่าง ๆ ของการกู้ยืมเงิน การผ่อนชำระ และอื่น ๆ ที่สำคัญคุณจะต้องเลือกใช้บริการธนาคารที่คุณรู้จักอยู่แล้ว เพราะจะทำให้ธนาคารนั้น ๆ สามารถเข้าถึงประวัติการเงินของคุณได้อย่างง่ายดาย และมั่นใจที่จะลงทุนกับคุณมากยิ่งขึ้น ถ้าหากสินเชื่อจากธนาคารไม่พอ อาจจะมองหาแหล่งลงทุนในท้องถิ่นหรือมหาเศรษฐีเจ้าของธุรกิจในท้องถิ่นหรือคนอื่น ๆ ที่รวยพอ ๆ กัน ที่มองเห็นว่าเยี่ยมเงินไปแล้วคุณจะประสบความสำเร็จแน่นอน หรือคนที่อยากหุ้นส่วนกับคุณ เข้าหาเพื่อน ๆ และญาติๆ คนที่รู้จักคุณมานานน่าจะเชื่อมั่นในความสามารถและความตั้งใจของคุณมากที่สุด และคนเหล่านี้ยังมีแนวโน้มที่จะอยู่เคียงข้างคุณด้วยหากช่วงแรก ๆ ธุรกิจของคุณยังไม่เข้าที่เข้าทางหรือคุณต้องการเงินเพิ่ม แต่คุณก็ต้องบอกพวกเขาให้ชัดเจนว่าเงินจำนวนนี้เป็นเงินทุนที่มีความเสี่ยง พวกเขาอาจจะสูญเสียเงินทั้งหมดหรืออาจจะไม่ได้คืนในเร็ว ๆ นี้

5. หาทำเล ออฟฟิศ อุปกรณ์ ทำธุรกิจต้องอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ อย่างแรกคุณต้องหาออฟฟิศสำหรับดำเนินธุรกิจอาจจะเป็น โฮม ออฟฟิศ บ้าน สำนักงาน ถ้าใช้พื้นที่เพียงเล็กน้อย ไม่มีลูกค้า ต้องมองหาที่เช่าในละแวกที่ค่าเช่าราคาไม่สูง หรือในแหล่งบ่มเพาะธุรกิจ แทนที่จะไปเช่าที่หรูหรา การเช่าสถานที่ทำธุรกิจ ขึ้นอยู่กับว่าคุณจะทำอะไร คุณตั้งใจให้ธุรกิจของคุณใหญ่แค่ไหน เมื่อหาออฟฟิศได้แล้ว ต้องซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการเริ่มธุรกิจ อาจจะเป็นอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องจักรต่าง ๆ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ หรืออุปกรณ์ทำงานประดิษฐ์ต่าง ๆ แล้วแต่ว่าคุณทำอะไร ลองซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ จากบริษัทอุปกรณ์สำนักงาน เพราะว่าจะได้ส่วนลดมาก ถ้าคุณมีเงินทุนไม่มาก การเช่าก็เป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เพื่อที่จะได้ไม่ทำให้เงินทุนของคุณมีปัญหาด้วย

6. สร้างฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การเริ่มต้นธุรกิจจะต้องมีฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยคุณจะต้องใช้การตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้มีประโยชน์ คุณต้องเข้าหาคน ที่คิดว่าน่าจะเป็นลูกค้าของคุณ ในลักษณะที่ทำให้เขาอยากใช้บริการธุรกิจของคุณ ขั้นตอนนี้สำคัญมากเป็นพิเศษในช่วงที่คุณเริ่มธุรกิจแรกๆ ก่อนที่คุณจะมีฐานลูกค้าประจำเป็นเรื่องเป็นราว นอกจากนี้ คุณจะต้องโฆษณาในแบบที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ในราคาถูก และหวังว่าจะไปไกลจนถึงขั้นดึงดูดจินตนาการของพวกเขาได้ด้วย ใช้ความคิดสร้างสรรค์และมดใจกลุ่มคนที่คุณอยากให้เขามาใช้บริการธุรกิจของคุณ รวมถึงการให้สินค้าตัวอย่างฟรีแก่กลุ่มคนที่เหมาะสมเพื่อให้คนพูดถึงสิ่งดีๆ เกี่ยวกับสินค้าที่คุณเสนอขาย การบอกปากต่อปาก (ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดี) เป็นวิธีดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ได้ดีที่สุด คุณอาจต้องมีทักษะบริการลูกค้าที่ยอดเยี่ยม สร้างทักษะการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้คน ฝึกตีความ

สิ่งที่คนอื่นบอกเป็นนัย เรียนรู้วิธีตอบสนองความต้องการ ที่ลูกค้าไม่นึกมาก่อนเลยว่าเขาต้องการ ค้นหาจะทำให้คนอื่นมีความสุขได้อย่างไร ทำตัวมีเสน่ห์เข้าไว้ แต่ที่สำคัญที่สุด คือ ต้องอ่อนน้อม ลูกค้าอาจจะไม่ถูกเสมอไป แต่คุณต้องสามารถทำให้เขารู้สึกได้ว่าเขาถูกเสมอ ที่ขาดไม่ได้ คือ ต้องมีการสร้างเว็บไซต์ เพราะโลกในปัจจุบันหมุนด้วยระบบออนไลน์ ธุรกิจใดก็ตามที่ยังอยากอยู่รอดระยะยาว จำเป็นต้องมีเว็บไซต์ เพราะคนจะเข้าเว็บไซต์เพื่อติดต่อคุณ หาสถานที่ตั้งของธุรกิจ ดูว่าคุณเปิดให้บริการช่วงไหน ถามคำถาม แนะนำ หรือแม้กระทั่งซื้อสินค้าหรือบริการของคุณ

7. การรับเงิน-ชำระเงิน เมื่อธุรกิจของคุณขับเคลื่อนไปได้แล้ว ต่อไปคุณต้องคิดด้วยว่า คุณจะรับเงิน และชำระเงินในรูปแบบไหน เพื่อให้เหมาะสมกับธุรกิจของคุณเอง ที่สำคัญอย่าให้คนอื่นมาเอาเปรียบคุณได้ กำหนดวิธีการชำระเงินภายในกรอบเวลาที่กำหนด (แล้วแต่ว่าจะอะไรเหมาะกับธุรกิจของคุณ) ออกใบแจ้งราคาสินค้าให้เร็วที่สุด ถ้ามีคนจ่ายเงินช้า ให้คุยกับเขา ถ้าคุณเพิกเฉยกับปัญหาเหล่านี้และหวังว่าวันหนึ่งมันจะผ่านไป คุณจะพบว่าตัวเองทำงานฟรีและธุรกิจของคุณก็จะไม่ราบรื่นอย่างแน่นอน

8. วางแผนการขยายธุรกิจ เชื่อว่าเจ้าของธุรกิจทุกคนต้องการให้บริษัทของตัวเองเติบโต เมื่อธุรกิจเติบโต มีขนาดขององค์กรใหญ่ขึ้น คุณจะต้องวางแผนด้วยว่าจะรับสมัครงานอย่างไร ขั้นตอนเป็นอย่างไร รวมถึงธุรกิจของคุณจะขยายในรูปแบบไหนได้บ้าง จะขยายสาขาด้วยตัวเอง หรือจะขยายสาขาแบบแฟรนไชส์ หรือนำธุรกิจเข้าตลาดหุ้น ตรงนี้คุณจะต้องมีการวางแผนอย่างรอบ

2.2 การวิจัยตลาดเพื่อปรับปรุงแผนธุรกิจและการดำเนินการ

โมดูล W2: การวางแผนธุรกิจโดยใช้เครื่องมือ ICT ในการวางแผนการตลาดของคุณ โดยการระบุลูกค้าและคู่แข่งของคุณ คุณสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินการวิจัยตลาด เพื่อปรับปรุงแผนธุรกิจและการดำเนินการของคุณประกอบด้วยประเด็นหลัก ๆ ดังต่อไปนี้

2.2.1 อะไรคือ “ตลาด” ในแง่ธุรกิจ?

ตลาดคือ ทุกที่ที่ผู้ขายและผู้ซื้อพบกันโดยตรงหรือไม่ตรง เพื่อทำการค้าสินค้าหรือบริการ¹ การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการโดยตรง และการจ่ายเงินเกิดขึ้นในสถานที่ที่ถูกต้อง มันอาจถูกส่งไปโดยการใช้ผู้ช่วยทางธุรกิจ หรือผู้ขายอื่น การค้าสินค้าและบริการสามารถเกิดขึ้นในตลาดเปียกหรือแห้ง ร้านค้าข้างถนนหรือบนเว็บไซต์ แต่ตลาดในแง่ธุรกิจยังรวมถึงวิธีการที่จะกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการ การสื่อสารข้อมูลราคา การทำข้อตกลงและการดำเนินการ การจัดส่ง ตลอดจนผลกระทบต่าง ๆ

ในฐานะนักธุรกิจ คุณต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาด ซึ่งหมายถึงการระบุความต้องการและความต้องการของลูกค้า และการตอบแทนพวกเขาด้วยกำไร การรู้จักตลาดคือการรู้จักด้านของความต้องการ (ลูกค้า ความ

ต้องการของพวกเขา ระดับรายได้ของพวกเขา) และด้านของความต้องการ (ผู้แข่งขัน ข้อเสนอของพวกเขา กลยุทธ์การขายของพวกเขา)³

5 Ps ที่ต้องคำนึงในการทำการตลาด

» ผู้คน (People) - ใครคือลูกค้าเป้าหมายของคุณ? ใครจะซื้อสินค้าหรือบริการของคุณ

» ผลิตภัณฑ์ (Products) - คุณจะขายสินค้าอะไร ที่เหมาะสมที่สุดกับตลาดเป้าหมายของคุณ ผลิตภัณฑ์ของคุณแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ตอนนี้ได้รับการเสนอโดยคู่แข่งหรือไม่ คุณภาพของสินค้าของคุณคืออะไร แพคเกจหรือไฮเอนด์? คุณเสนอบริการเพิ่มเติมหรือไม่ ผลิตภัณฑ์ของคุณดูเหมือนอะไร

» ราคา (Price) - สำหรับสินค้าหรือบริการของคุณ เท่าไหร่ที่เหมาะสมสำหรับตลาดเป้าหมายของคุณ ผลิตภัณฑ์ของคุณมีราคาต่ำหรือสูงสุด ของการเสนอตลาดปัจจุบันหรือไม่ คุณจะลดราคาไหม? เงื่อนไขการจ่ายจะเป็นอย่างไร ราคาของคุณสะท้อนถึงคุณภาพของสินค้าหรือไม่

» สถานที่ (Place) - ผลิตภัณฑ์เข้าถึงลูกค้าของคุณได้อย่างไร? ลูกค้าของคุณจะสามารถซื้อหรือรับสินค้าหรือบริการของคุณได้ที่ไหนและอย่างไร? คุณจะถือสินค้าคงคลังหรือสต็อก? ขั้นตอนการสั่งซื้อของคุณคืออะไร? สินค้าของคุณสามารถพบได้ที่ใด? สามารถพบผลิตภัณฑ์ของคุณทางออนไลน์ได้หรือไม่

» โปรโมชั่น (Promotion) - ลูกค้าของคุณจะรู้จักหรือรับรู้สินค้าหรือบริการของคุณได้อย่างไร? คุณจะสื่อสารกับลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของคุณอย่างไร? คุณจะลงโฆษณา แจกจ่ายใบปลิว ทำโปรโมชั่นพิเศษ เข้าร่วมกิจกรรมหรือไม่? คุณจะมีเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียเพื่อโปรโมตผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณหรือไม่?

2.2.2 การวิจัยตลาดคืออะไร?

การวิจัยตลาดคือ การค้นหา รวบรวม วิเคราะห์และแปลข้อมูลเกี่ยวกับตลาด เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่จะถูกเสนอขายในตลาด เกี่ยวกับคู่แข่งที่คุณจะพบ และเกี่ยวกับลูกค้าที่มีความเป็นไปได้ เพราะคุณเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะของลูกค้าที่มีความต้องการ ความสามารถในการจ่าย นิสัยการใช้จ่าย สถานที่และความต้องการของพวกเขา⁴

³ 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.

⁴ Entrepreneur Media, “Small Business Encyclopedia: Market Research”. Available from <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/market-research>.

ในฐานะผู้ประกอบการ คุณต้องเข้าใจพฤติกรรมของตลาด เป็นเพราะการแข่งขันที่เข้ากันด้วย การดำเนินธุรกิจของคุณโดยไม่ทำการวิจัยตลาด อาจทำให้คู่แข่งของคุณมีข้อได้เปรียบเหนือธุรกิจของคุณ⁵

ผลประโยชน์ของงานวิจัยการตลาดคืออะไร การวิจัยการตลาดสามารถช่วยให้คุณเห็นภาพของลูกค้าของคุณซื้อสินค้าและบริการของคุณที่จะนำผลกำไรจากธุรกิจ มันสามารถบอกคุณได้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณจะตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าของคุณ การศึกษานี้สามารถช่วยให้คุณตัดสินใจว่า การจัดเก็บสินค้าและวิธีการส่งสินค้าของคุณ ต้องการการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และถ้าคุณต้องการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติม

ผลการวิจัยตลาดจะให้คุณมีข้อมูลที่จำเป็นสำหรับแผนการตลาดของคุณ มันสามารถวัดระดับความสำเร็จของธุรกิจของคุณได้ แต่เพื่อให้ได้ผลเหล่านี้ คุณต้องถามคำถามที่ถูกต้องทางที่ถูกต้องกับคนที่เหมาะสม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการวิจัยตลาดที่ดี

การวิจัยตลาดเป็นอย่างไรบ้าง ทำการวิจัยเบื้องต้นของลูกค้าปัจจุบันและผู้มีศักยภาพ และของผู้แข่งขันของคุณ การวิจัยหลักอาจรวมถึงการสัมภาษณ์ (ตัวต่อตัวหรือทางโทรศัพท์) คำถามสอบถาม (ออนไลน์หรือทางไปรษณีย์) และการสนทนากลุ่มผู้มีสมาธิ ให้แน่ใจว่าคนที่คุณเก็บข้อมูลไว้ ไม่เพียงแต่ครอบครัวและเพื่อนของคุณ คุณควรจะต้องเก็บข้อมูลจากอย่างน้อย 30 คน เพื่อให้ได้ผลดี

ในกรณีนี้ นางวิกตอเรียได้ทดลองแจกตัวอย่างคู่มือให้กับเพื่อนของเธอในช่วงเริ่มต้น เพื่อให้เธอได้ความคิดเห็นของพวกเขเกี่ยวกับสินค้าที่เธอจะออก เพื่อนของเธอให้ข้อมูลเกี่ยวกับรสนิยม รูปลักษณ์และรสชาติของคู่มือของเธอ เพื่อนของเธอก็ให้ความคิดกับเธอเกี่ยวกับวิธีการที่ดีที่สุดที่จะทำให้เธอสามารถที่จะปรับปรุงพัฒนาและขายได้เป็นอย่างดี

กล่องข้อความที่ 2: ตัวอย่างสั้น ๆ ของคำถามเกี่ยวกับการวิจัยการตลาดแบบเบื้องต้น

วันที่สำรวจ: _____

1. รายละเอียดส่วนบุคคล

- อายุ _____
- เพศ _____
- ที่อยู่ _____
- เบอร์โทร _____
- อีเมล/ไลน์ ID _____

⁵ Lesley Spencer Pyle, “How to Do Market Research - The Basics”, Entrepreneur Media, 23 September 2010.

Available from <https://www.entrepreneur.com/article/217345>.

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด

2.1. คุณซื้อคุกกี้ที่นี้บ่อยแค่ไหน

(โปรดเลือกความถี่)

(โปรดเลือกความถี่)

_____ ทุกวัน

_____ มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน

_____ ทุกสัปดาห์

_____ มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์

_____ ทุกเดือน

_____ มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

_____ อื่นๆ

2.2. คุณใช้เงินเท่าไรสำหรับคุกกี้?

2.3. คุณมักจะซื้อคุกกี้ทุกวันที่โมง ?

ช่วงเช้า _____

ช่วงอาหารกลางวัน _____

ช่วงบ่าย _____

ช่วงเย็น _____

2.4. สิ่งไหนที่สำคัญที่สุดสำหรับคุณในการที่จะซื้อคุกกี้

_____ ราคา

_____ คุณค่าทางอาหาร

_____ ความหลากหลายของรูปแบบ หน้าตาของคุกกี้

_____ สามารถให้เป็นของขวัญ/ของฝากได้หรือไม่?

_____ อื่น ๆ: _____

3. ข้อมูลเกี่ยวกับคุกกี้

3.1. คุณชอบคุกกี้ประเภทไหน

_____ น้ำตาล และเนยน้อย

_____ น้ำตาลและเนยปกติ

_____ ต้องมีผลไม้และถั่ว

_____ เหตุผลอื่นๆ: _____

ในกรณีนี้ของนางวิคตอเรีย เธอใช้วิธีการสัมภาษณ์ลูกค้าของเธอ โดยการให้ตัวอย่างคุกกี้แก่พวกเขา เธอได้ข้อมูลจากพวกเขามาเพื่อปรับปรุงได้ในคุกกี้ของเธอ และความเป็นไปได้ต่าง ๆ สำหรับการพัฒนาสินค้าในอนาคต เช่นการทำคุกกี้รสชาติอื่น ๆ การเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

Something To Do: การสร้างและการสำรวจออนไลน์

การใช้ SurveyMonkey.com เพื่อสร้างการสำรวจทางออนไลน์ สำหรับการวิจัยตลาดของคุณ และเชิญผู้อื่นเข้าสู่คอร์ส การฝึกอบรม เพื่อทำสำรวจที่คุณสร้างขึ้นมา คุณสามารถทำได้โดยการส่งที่อยู่เชื่อมโยงไปยังการ

สำรวจทางอีเมลหรือการโพสต์ที่อยู่ทางโซเชียล อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบผลการสำรวจของคุณบน SurveyMonkey.com ได้อย่างรวดเร็ว

สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างสำรวจออนไลน์ได้ที่ SurveyMonkey.com

<https://www.surveymonkey.com/mp/how-to-create-surveys/>

ประโยชน์ของการใช้ SurveyMonkey.com คือ ผลลัพธ์จะถูกจัดเรียงและคำนวณโดยอัตโนมัติสำหรับคุณ ข้อเสียคือผู้เข้าร่วมการสำรวจตามเป้าหมายที่คุณต้องการ อาจจะไม่สามารถเข้าถึงคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์มือถือ และอินเทอร์เน็ตเพื่อร่วมตอบแบบสำรวจของคุณ

นอกจากการวิจัยเบื้องต้นแล้ว ใช้การวิจัยขั้นที่สอง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าและคู่แข่งของคุณ ซึ่งได้ถูกตีพิมพ์ไปแล้ว การวิจัยขั้นที่สอง อาจช่วยให้คุณหาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติประชากร รูปแบบการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของลูกค้าได้ คุณอาจจะรู้เกี่ยวกับประวัติ แผนการและแผนการของคู่แข่งของคุณ ข้อมูลที่สองช่วยให้ภาพของกลุ่มตลาดของคุณใหญ่ขึ้น

การวิจัยขั้นที่สองรวมถึงการใช้ทรัพยากรที่คุณสามารถหาได้ที่ห้องสมุดท้องถิ่น มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานรัฐบาล คุณสามารถค้นหาข้อมูลในเว็บได้ด้วย

Something To Do: การวิจัยเกี่ยวกับลูกค้าและคู่แข่งของคุณ

เป็นการหาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าและคู่แข่งของคุณโดยการค้นหาออนไลน์ การสืบค้นผลิตภัณฑ์ของผู้แข่งขันของคุณ และดูว่าพวกเขาแนะนำเสนอผลิตภัณฑ์ของพวกเขาผ่านโฆษณาและภาพลักษณ์ของพวกเขา การแบ่งปันประสบการณ์และผลการวิจัยของคุณกับคนอื่น ฯลฯ

ตัวอย่างคำถามอื่น ๆ ที่จะพิจารณาเกี่ยวกับลูกค้าและคู่แข่งของคุณคือ

» อุปกรณ์ ICT แบบไหนกัน ที่ลูกค้าและคู่แข่งของคุณใช้กัน สำหรับคนที่วางแผนจะขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ คำถามนี้จะใช้ได้

» คุณจะเจาะเข้าหรือเล็งไปที่ตลาดเป้าหมายกี่เปอร์เซ็นต์? หมายถึงจำนวนลูกค้าที่คุณจะหาได้ ยกตัวอย่างเช่น ถ้าคุณมีลูกค้าเป็นพัน ๆ คน และหลังจากการวิจัยอย่างละเอียด คุณจึงสามารถรู้ว่าคู่แข่งทั้งหมดของคุณ ได้ 70% ของลูกค้า ยังมีอีก 30% ที่คุณสามารถเจาะเข้าไปลองเปิดตลาดของธุรกิจคุณได้

หลังจากทำการสำรวจแล้ว นางวิคตอเรียได้ทำการวิเคราะห์ผล ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ผลการวิจัยตลาด

คู่มือแบบ Homemade ของนางวิคตอเรีย	
คำถาม	ผลลัพธ์
อธิบายโปรไฟล์ของลูกค้าของคุณ	
อายุ (หรือกลุ่มอายุ):	กลุ่มแม่บ้าน มีลูก
เพศ:	หญิง

จำนวนคนในครอบครัว:	3-5 คน
รายได้ครัวต่อปี:	อย่างน้อยที่สุด USD 5,000
ที่ตั้ง: ตลาดของคุณอยู่ที่ไหน	ในเมือง และชานเมือง
รูปแบบการซื้อ: พวกเขาชอบซื้อสินค้าและบริการประเภทใด?	• พวกเขาเป็นแม่บ้านที่ไม่ว่างและต้องการที่มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายในร้านเบเกอรี่และซูเปอร์มาร์เก็ตในท้องถิ่น • พวกเขาต้องการให้บุตรหลานของตนได้รับสิ่งที่ดีที่สุด • พวกเขาต้องการซื้อของขวัญให้เพื่อนและครูที่โรงเรียนของลูกๆ • พวกเขาต้องการมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับครอบครัวขยายโดยเฉพาะในโอกาสพิเศษ
เหตุผลในการซื้อจากคุณ: อะไรเป็นเหตุผลที่ดีสำหรับพวกเขาในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณ	• มีคุณค่าทางโภชนาการ (ด้วยผลไม้แห้งและถั่ว และน้ำตาลน้อย) • สีสันและความสนุกสนานสำหรับเด็ก ๆ • ของขวัญ ของฝากที่สามารถนำไปตกแต่งและมอบให้ใครๆได้
อธิบายพื้นที่การค้าของคุณตามภูมิศาสตร์: (เช่น ท้องถิ่น จังหวัด ระดับชาติ และระดับนานาชาติ)	ท้องถิ่นและต่างจังหวัด
ลูกค้าของคุณมีที่อยู่อีเมลหรือไม่? พวกเขาซื้อออนไลน์หรือไม่?	• น้อยกว่า 10 • น้อยคนนักที่จะลองซื้อของออนไลน์
ตลาดใหญ่แค่ไหน? อะไรคือเกณฑ์มาตรฐานที่บ่งบอกว่าตลาดของคุณกำลังเติบโต (G) คงที่ (S) หรือกำลังลดลง (D)	ครึ่งล้านคน • G: 10,000 เหรียญสหรัฐ • S: USD 5,000 • D: USD 2,000
ใครคือคู่แข่งของคุณ?	
ใครอยู่ใกล้ที่สุด? รายชื่อ ที่อยู่ ผลิตภัณฑ์และบริการ	• ร้านเบเกอรี่ในชุมชนและจังหวัด (ที่อยู่ในไคเรกทอรี) • บิสกิตและคุกกี้เชิงพาณิชย์ที่จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต
ธุรกิจของพวกเขามีความคล้ายคลึงหรือแข่งขันกับธุรกิจของคุณอย่างไร แตกต่างจากของคุณ?	ความคล้ายคลึงกัน: • ลักษณะและขนาดของสินค้า ความแตกต่าง: • คุณค่าทางโภชนาการ • รสนิยม • บรรจุภัณฑ์
ลูกค้าไม่ชอบอะไรในสินค้าและบริการของตน? ลูกค้าบ่นเกี่ยวกับปัญหาเฉพาะหรือไม่?	• มีคุณค่าทางโภชนาการหรือนำมาดัดไม่พอ • ไม่อร่อย • มีของขวัญไม่มาก
ลูกค้าจะชอบอะไรในผลิตภัณฑ์ของคุณ? คุณมี "ช่อง" ที่ไม่เหมือนใครหรือไม่? อธิบายมัน.	• รสชาติพิเศษ • คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ • สามารถใช้เป็นของขวัญสำหรับเพื่อนและครอบครัว • เป็นอาหารว่างแทนได้
บริการหรือผลิตภัณฑ์ของคุณจะดีขึ้นหรือขายได้ดีกว่าคู่แข่งของคุณอย่างไร?	• วิธีการส่วนตัวเนื่องจากเป็นโฮมเมดและสดใหม่ • เน้นครอบครัวมากขึ้น - สามารถแชร์ได้ • ไอเดียของขวัญ

ธุรกิจของคุณคู่แข่งของคุณเติบโต มั่นคง หรือลดลงหรือไม่? ทำไม?	• มั่นคงเพราะธุรกิจเหล่านี้มีมาช้านานแล้ว
สามารถเรียนรู้อะไรได้บ้างจากการสังเกตการดำเนินงานและ/หรือพูดคุยกับลูกค้าปัจจุบันหรือลูกค้าเก่า	• การดำเนินงานมีขนาดใหญ่กว่าธุรกิจนี้ • ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์สูงขึ้น • ที่ตั้งเชิงกลยุทธ์และความพร้อมของสินค้า

สรุปเนื้อหา 2.2⁶

การทำวิจัยตลาดเพื่อปรับปรุงแผนธุรกิจ และการนำไปใช้งาน

ในแวดวงธุรกิจ การทำวิจัยตลาดเป็นสิ่งที่ใช้เพื่อให้ธุรกิจทราบว่า “ผู้บริโภคต้องการอะไร” “ความต้องการของอุตสาหกรรมคืออะไร” “ใครกำลังมองหาผลิตภัณฑ์ของเรา” และ “ใครพูดถึงธุรกิจของเราบ้าง”

การวิจัยตลาด (Market research) เป็นกระบวนการในการตรวจสอบผู้ซื้อ ว่าผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อเหล่านี้ต้องการคืออะไร และสถานที่ที่พวกเขาซื้อผลิตภัณฑ์และบริการคือที่ไหน ซึ่งการมีส่วนร่วม และการเก็บข้อมูลกับคนที่ถูกต้อง ทำให้ธุรกิจสามารถใช้งานวิจัยนี้ เพื่อวางตำแหน่งตัวเองในตลาด และทำนายว่าตลาดใดจะไปได้ดีในอนาคต

2.3.1 ผลิตภัณฑ์: มีความสามารถในการแข่งขันและมีข้อเสนอที่มีคุณค่าพิเศษอะไร

หลังจากที่มี “กลุ่มเป้าหมาย” หรือ "People" แล้ว ตัวต่อไปคือ “Product” หรือ “ผลิตภัณฑ์” ทำไมลูกค้าถึงต้องการสินค้าหรือบริการของคุณ? ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณมีคุณค่าอะไร คุณมีการพัฒนาข้อเสนอ “ผลิตภัณฑ์” ของคุณอย่างไร และ “ผลิตภัณฑ์” ของคุณมีคุณค่าเฉพาะตัวอะไรบ้าง

“ข้อเสนอ” คือการวิเคราะห์ หรือการให้รายละเอียดหรือข้อเสนอเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการเสนอให้ลูกค้า อาจจะเป็นการให้รางวัลหรือให้ราคาพิเศษ ให้บริการพิเศษ ฯลฯ⁷

ข้อเสนอที่มีคุณค่าเฉพาะของธุรกิจนางวิคตอเรียคือ เธอวางแผนที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของเธอมียุคสมัยที่โดดเด่น และสูงกว่าคนอื่น ๆ ทั้งในแง่ของคุณภาพ รูปลักษณ์และคุณค่าอาหาร เป้าหมายของเธอคือเป็นคุกกี้สุขภาพดี ไม่ใช่แค่เป็นอาหารว่าง และสามารถใช้เป็นของขวัญ ของฝากได้ด้วย หลังจากการวิจัยตลาด นางวิคตอเรียได้ตรวจสอบคุณค่าของสินค้าของเธอ (ดูตารางที่ 5) จากนั้นเธอก็ทำการสำรวจออนไลน์ เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงคุกกี้โดยไม่มีกลิ่น เธอทำการค้นหาเพื่อทำการปรับปรุง พัฒนา ดังตารางที่ 5

⁶ <https://www.ar.co.th/kp/th/450>

⁷ BusinessDictionary.com, “Value Proposition”. Available from

<http://www.businessdictionary.com/definition/value-proposition.html#ixzz41fOlos5p>.

ตารางที่ 5 อธิบายมูลค่าที่ไม่เข้ากับผลิตภัณฑ์ของคนอื่น หรือที่มีอยู่

ประเด็นเปรียบเทียบ	คุกกี้อบ Homemade ของนางวิกตอเรีย
ราคา	ราคาจะสูงกว่าร้านเบเกอรี่ในท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์เล็กน้อย
ขนาด น้ำหนัก หรือสี	เทียบขนาดผลิตภัณฑ์คุกกี้นำเข้า
รูปร่าง	กลมหรือสี่เหลี่ยมกับผลไม้และถั่วและการออกแบบที่มีสีสัน
ที่ตั้ง – ทำอย่างไรที่จะทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงสินค้า	สามารถซื้อได้ในร้านอาหารสำหรับครอบครัวหรือในร้านค้าในสวนพักผ่อนของชุมชน
อื่น ๆ	• คุณค่าทางโภชนาการ • อบสดใหม่ทุกวัน • สามารถสั่งทำในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ได้

นางวิกตอเรียใช้โมเดล SCAMPER ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของเธอ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 กระบวนการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์

ปัจจัยสู่การเปลี่ยนแปลง	เปลี่ยนกระบวนการ	ตัวอย่าง
การทดแทนที่ดีกว่า	เปลี่ยนส่วนประกอบอย่างน้อยหนึ่งชิ้นของผลิตภัณฑ์	การทดแทนน้ำตาล (แทนที่น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ด้วยน้ำตาลทรายแดงหรือน้ำตาลทรายดิบ)
การผสมผสาน	รวมหนึ่งหรือหลายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและนำเข้า
ขยาย	ขยายหรือทำให้ผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อนมากขึ้น	เพิ่มส่วนผสมที่ปราศจากกลูเตนและออร์แกนิกมากขึ้น
ย่อเล็กสุด	ทำให้ผลิตภัณฑ์ง่ายขึ้น	การใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพสำหรับบรรจุภัณฑ์
นำไปใช้อย่างอื่น	ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน	สินค้าเป็นของขวัญและสำหรับโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ของที่ระลึก ของชำร่วยงานแต่งงาน
กำจัด	ลบส่วนที่ไม่จำเป็น	นำวัสดุที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ในบรรจุภัณฑ์ออก

*ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโมเดล SCAMPER โปรดดูที่ โมดูล W2

ตารางที่ 7 คำถามสำหรับการพัฒนาคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์

ลูกค้า	ตัวกลางในการกระจายสินค้า/ บริการของคุณ	คู่แข่ง	เทรนด์ออนไลน์
- ทำไมลูกค้าเป้าหมายของคุณถึงต้องการสินค้า/บริการของคุณ? - อะไรจะโน้มน้าวใจลูกค้าเป้าหมายของคุณให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการของคุณ?	- ชื่อเสียงของผู้เป็นคนกลาง/ผู้รับตราส่งของคุณมีชื่อเสียงอย่างไร? - รู้จักผลิตภัณฑ์/บริการประเภทใดบ้าง?	- คู่แข่งของคุณทำการตลาดและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์/บริการอย่างไร? - ผลิตภัณฑ์/บริการของคุณดีกว่าสิ่งที่พวกเขานำเสนอได้อย่างไร?	เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของคุณ สิ่งที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน คือออนไลน์หรือไม่? เชิงบวก?

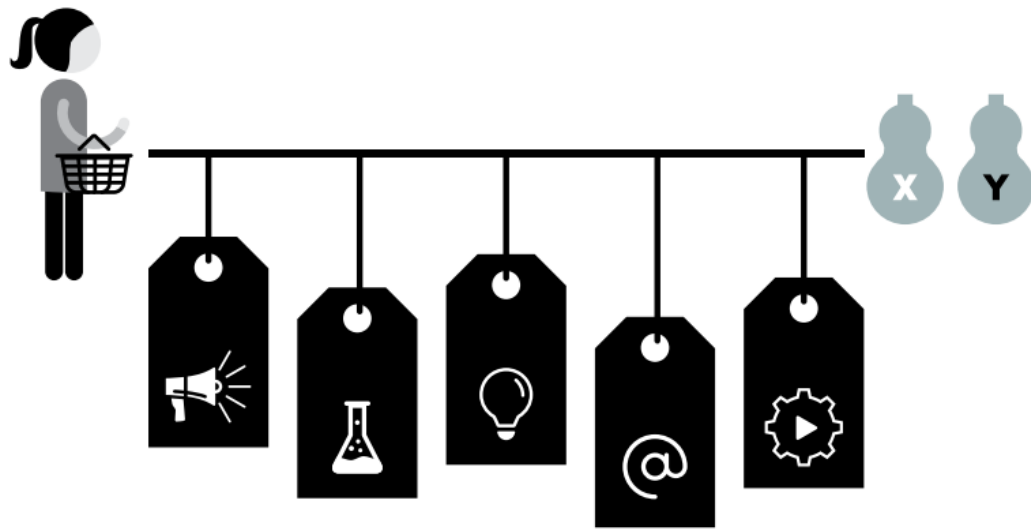
2.2.4 การสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจของคุณ

การสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจของคุณ หมายถึง การหาวิธีที่จะทำให้ลูกค้ามีความสุขและพอใจกับสินค้าหรือบริการของคุณ ซึ่งมีผลให้ลูกค้าได้มีโอกาสมากขึ้นในการซื้อสินค้าหรือบริการของคุณ ยิ่งลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการของคุณมากเท่าไร เขาก็ยิ่งได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น และหาคุณค่าจากสินค้าหรือบริการของคุณ เพื่อให้สถานการณ์แบบนี้เกิดขึ้น คุณต้องถามคำถามและตอบให้ได้ว่า ส่วนไหนของธุรกิจที่สินค้าหรือบริการของคุณสามารถให้คุณค่าที่ดีที่สุดกับลูกค้าได้

ก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ คุณต้องสร้าง หรือผลิตสินค้าหรือบริการก่อนที่คุณจะได้รับเงิน มีหลายขั้นตอน (กระบวนการ) จนกระทั่งลูกค้าจ่ายเงิน

ยกตัวอย่างเช่น ถ้าคุณทำคุกกี้ขาย มีกิจกรรมหลักและการสนับสนุนที่คุณต้องดำเนินการ ก่อนที่คุณจะสามารถขายคุกกี้ได้อะไรบ้าง

ภาพที่ 2 ห่วงโซ่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องคุณค่า (Value chain)



กิจกรรมหลัก (Primary activities)

- »» เตรียมส่วนผสมและอุปกรณ์สำหรับอบขนม
- »» ปิ้งคุกกี้
- »» เตรียมแพ็คเกจจิ้งของคุกกี้
- »» ควบคุมคุณภาพของสินค้าจนถึงขั้นสุดท้ายที่ผลิต
- »» ส่งคุกกี้ไปที่ร้าน/ หน้าร้าน /ช่องทางจำหน่าย
- »» โปรโมทและบอกรายละเอียดเกี่ยวกับคุกกี้
- »» ให้ทานฟรี ๆ และขอรับความเห็นตอบกลับ

กิจกรรมสนับสนุน (Support activities)

- »» ซื้อส่วนผสมและอุปกรณ์
- »» ลองทำสูตรคุกกี้ใหม่ ๆ ที่สุขภาพดีและอร่อย ๆ
- »» ประสบการณ์กับแพ็คเกจจิ้งใหม่
- »» จ้างและจัดการคนเพื่อช่วยอบและขายคุกกี้
- »» การดำเนินธุรกิจ – การวางแผน การเงินและการบริหาร
- »» การใช้ ICT เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

การวิเคราะห์โซ่คุณค่าของธุรกิจเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คิดออกมาว่าคุณสร้างคุณค่าของลูกค้าได้อย่างไร เพื่อทำการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ เริ่มต้นด้วยการตรวจสอบทุกขั้นตอนของการผลิต และระบุขั้นตอนที่จะถูกกำจัดหรือปรับปรุง การกำจัดและปรับปรุงสามารถนำไปสู่การลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจคุณ

หรือเพื่อเป็นการประหยัดหรือเพิ่มความสามารถในการผลิต ในที่สุดลูกค้าจะได้ประโยชน์จากสินค้าที่ถูกกว่าและ/หรือดีกว่า การประหยัดค่าใช้จ่ายอาจหมายถึงผลกำไรที่สูงขึ้นสำหรับคุณ⁸

นางวิคตอเรียได้ศึกษากิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของเธอ โดยที่เธอดูแลแต่ละกิจกรรมว่า เธอจะสามารถปรับปรุงบริการของเธอได้ที่จุดใดบ้าง เพื่อลูกค้าของเธอจะได้ซื้อคุกกี้ของเธออีกครั้ง เธอวางแผนที่จะให้บริการคุกกี้ฟรี ๆ กับลูกค้าของเธอ และให้กาแฟและชาฟรี เธอจะทำให้แน่ใจว่าร้านของเธอ อุปกรณ์และเครื่องมือทั้งหมดสะอาด เธอตั้งใจจะลงทุนในคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เพื่อจัดการการเงินของเธอ และพัฒนาเว็บไซต์

ICT สามารถช่วยให้คุณสร้างคุณค่าสำหรับธุรกิจของคุณได้อย่างไร มีหลายวิธีที่ ICT สามารถช่วยให้คุณธุรกิจของคุณมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในกรณีของนางวิคตอเรีย เธอสามารถซื้อวัตถุดิบตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็ว โดยการสื่อสารกับผู้จัดหาของเธอ หรือสั่งออนไลน์โดยที่เธอไม่จำเป็นต้องเดินทางไปหาผู้จัดหาในเมือง จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจของเธอลดลง ทำให้เธอสามารถลดราคาสินค้าเธอลงได้ด้วย

2.2.5 ราคาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายของคุณคืออะไร

ในการทำวิจัยตลาด การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับราคาของสินค้าที่เหมือนกัน และเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ รายอื่น ก็เป็นอีกหนึ่งวิธีการหลัก ๆ ที่ทำให้คุณได้ราคาของสินค้าของคุณได้เช่นกัน แต่ก็มีวิธีกำหนดราคาของสินค้าโดยเริ่มจากสูตรที่กำหนดตามด้านล่าง ในแต่ละสูตร เป็นภาพตัวอย่างของการคำนวณราคาของผลิตภัณฑ์คุกกี้ของนางวิคตอเรีย

สูตรการคำนวณราคา (Pricing formula)

a. ค่าใช้จ่ายของวัสดุหลักที่ต้องใช้

หาค่าใช้จ่ายทั้งหมดของวัสดุที่คุณต้องใช้ในการผลิตสินค้าของคุณ ค่าใช้จ่ายจะถูกแบ่งออกโดยจำนวนของรายการที่จะหาค่าใช้จ่ายต่อหน่วย บางครั้งค่าใช้จ่ายของสินค้าก็เปลี่ยนแปลง ดังนั้นมันจึงสำคัญที่จะจดจำการเปลี่ยนแปลงในค่าใช้จ่ายของวัสดุ

» สูตร: วัตถุดิบรวมผล÷จำนวนของรายการที่ผลิต=ค่าใช้จ่ายของสินค้าต่อหน่วย
ดังตัวอย่างในตารางที่ 8 ⁹

⁸ Kristina Zucchi, “The Basics of Value Chain Analysis”, Investopedia, 10 November 2014. Available from <http://www.investopedia.com/articles/investing/111014/basics-value-chain-analysis.asp#ixzz42mp15m00>.

⁹ The table is based on Jennifer Lewis, “The Food Product Cost and Pricing Calculator”, cited by the CookiePreneur blog. Available from <http://cookieconnection.juliausher.com/blog/from-dough>.

ตารางที่ 8 การคำนวณต้นทุนสินค้า

สูตรอาหาร: คุกกี้ ของเบบี้แบร์			ผลผลิต	24	ผลผลิตที่ต้องการ	65
					ผลตอบแทนที่ แตกต่าง	2.71
ส่วนผสม	ปริมาณ รวม	ราคารวม	ราคาต่อ หน่วย	หน่วยในสูตร ดั้งเดิม	หน่วยที่จำเป็นต่อ การผลิต	ค่าส่วนผสม
แป้งเอนกประสงค์ (ออนซ์)	400	13.99	0.035	5.25	14.22	0.184
น้ำตาล (ออนซ์)	80	7.59	0.095	3	8.13	0.285
เนย (ออนซ์)	16	2.99	0.187	4	10.83	0.748
ไข่	12	2.69	0.224	2	5.42	0.448
เกลือ (ออนซ์)	16	0.77	0.48	0.25	0.68	0.012
น้ำตาลทรายแดง (ออนซ์)	32	2.89	0.9	1.2	3.25	0.108
เชอร์รี่แห้ง (ออนซ์)	12	1.99	0.166	0.5	1.35	0.083
บลูเบอร์รี่แห้ง (ออนซ์)	12	2.87	0.239	0.5	1.35	0.12
ช็อกโกแลตชิป (ออนซ์)	12	3.69	0.308	4	10.83	1.23
สารสกัดวานิลลา (ออนซ์)	8	13.99	1.749	0.25	0.68	0.437
เบกกิ้งโซดา (ออนซ์)	16	0.99	0.062	0.25	0.68	0.015
รวม		54.45	4.445			3.67

b. ค่าใช้จ่ายของแรงงาน (Cost of labour)

ต้องทำให้ได้ว่าคุณต้องจ่ายเงินเท่าไร เพื่อหาคนมาช่วยผลิตสินค้าของคุณ คุณต้องกำหนดค่าจ้าง/ค่าจ้าง (ขึ้นอยู่กับหลักการของรัฐบาลในนโยบายแรงงาน) แม้ว่าคุณจะเป็นเพียงคนเดียวที่ผลิตสินค้า จำนวนเงินเดือน สัปดาห์ (ขึ้นอยู่กับค่าชั่วโมง) คุณจ่ายเงินให้ใครสักคนเพื่อผลิตจำนวนของรายการที่จำเป็น แล้วแบ่งมันด้วยจำนวนของรายการ เพิ่มค่านี้ไปกับค่าใช้จ่ายของวัสดุตรงต่อหน่วย

สูตร:

» ค่าจ้าง ÷ จำนวนของรายการที่ผลิต = ค่าแรงงานต่อหน่วย

» ค่าใช้จ่ายของวัสดุโดยตรงต่อหน่วยงาน + ค่าแรงงานต่อหน่วย = ค่าแรงงานโดยตรงต่อหน่วย

c. ค่าใช้จ่ายส่วนอื่น ๆ (Overhead expenses)

ค่าใช้จ่ายเหล่านี้รวมทั้งค่าเช่า ก๊าซและไฟฟ้า การโทรทางธุรกิจ การจัดหาสินค้า ค่าบริการ การทำความสะอาด อู่ปรณสำนักงาน ค่าใช้จ่ายภาษีค่าจ้าง การซ่อมแซมและการซ่อมบำรุง ถ้าคุณต้องการจะถูกต้องกับค่าใช้จ่ายของคุณจริง ๆ ประเมินจำนวนเงินที่สมจริงสำหรับทุกประเภทของค่าใช้จ่าย ถ้าคุณทำงานที่บ้าน ตั้งค่าจำนวนของส่วนที่จ่ายค่าเช่าหรือค่าจ้างทั้งหมด (สัดส่วนกับพื้นที่ทำงานและพื้นที่เก็บของ) หรือกำหนดค่าเช่าที่เหมาะสมสำหรับชนิดของพื้นที่ รายชื่อรายการค่าใช้จ่ายทั้งหมด และเพิ่มมันขึ้นมา แบ่งจำนวนค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยจำนวนของรายการต่อเดือน (หรือช่วงเวลาที่ใช้ในการคำนวณครั้งก่อนหน้านี้)

สูตร : ค่าใช้จ่ายต่อหน่วย

» $\text{ค่าใช้จ่าย} \div \text{จำนวนของรายการที่ผลิต} = \text{ค่าใช้จ่ายต่อหน่วย}$

»» $\text{ค่าใช้จ่ายของวัสดุต่อหน่วย} + \text{ค่าแรงงานต่อหน่วย} + \text{ค่าใช้จ่ายต่อหน่วย} = \text{ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อหน่วย}$

ตารางที่ 10 การคำนวณต้นทุนค่าโสหุ้ย

ค่าโสหุ้ยต่อหน่วย	
ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วย	
ค่าบรรจุภัณฑ์	
0.254	
นาฬิกาที่เป็นสำหรับบรรจุภัณฑ์ (หนึ่งแพ็คเกจ)	
3	
อัตราแรงงานบรรจุภัณฑ์รายชั่วโมง	
9.00	
ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด	
0.70	
รวมต่อหน่วยต้นทุนผลิตภัณฑ์	
2.00	

d. การระบุผลกำไรของคุณ (Define your Profit)

ผลกำไรมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อหน่วย ถ้าคุณสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์ของคุณดีกว่าคู่แข่งอื่น ๆ เล็กน้อย หรือคิดเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ลองคิดราคาที่คล้ายกัน

คุณต้องจำไว้ว่าต้องจ่ายผลกำไรจากแต่ละการขาย นอกเหนือจากรายได้ของคุณ เพิ่มจำนวนผลกำไรที่คุณเลือกไปกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อหน่วย เพื่อให้ได้ราคาทั้งหมดต่อหน่วยผลิตภัณฑ์

สูตร:» ผลกำไร + ค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อหน่วย = ราคารวมต่อหน่วย

ตารางที่ 11 แสดงตัวอย่างการคำนวณราคาต่อหน่วย

การคำนวณต่อหน่วยราคาสินค้า	
ราคาขายส่งของคุณ	5.00
กำไรของคุณจากการขายส่ง	3.00
ฉลากส่วนตัวของคุณ/ราคาผู้บรรจุหีบห่อร่วมกัน	3.08
กำไรของคุณจากฉลากส่วนตัว/ผู้บรรจุหีบห่อร่วมกัน	1.08
ราคาของคุณสำหรับตัวแทนจำหน่าย	2.86
กำไรของคุณจากการจัดจำหน่าย	0.86
ค่านายหน้า	0.25
กำไรของคุณหลังจากค่าธรรมเนียมรายหน้า	2.75
ราคาขายปลีกที่แนะนำ	10.01
การวิเคราะห์ราคาสินค้า	
หากคุณต้องการราคาขายปลีกของ	8.50
ราคาส่งจะเป็น	4.25
ดังนั้นต้นทุนสินค้าควรเป็น	1.70

ICT สามารถช่วยให้คุณประเมินผลิตภัณฑ์ของคุณได้อย่างไร ในตารางคำนวณคุณสามารถใช้ ICT ในการตั้งค่าเพื่อให้คุณสามารถคำนวณได้อย่างสะดวกเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เช่นต้นทุนของวัตถุดิบ แรงงาน ค่าการตลาด ฯลฯ

2.2.6 เงื่อนไขเกี่ยวกับการซื้อขายและราคา (Pricing and sales terms)

คุณอาจจะตัดสินใจกำหนดราคาพิเศษ (หรือลดราคา) เพื่อดึงดูดลูกค้าไปยังธุรกิจของคุณ หรือเพื่อมุ่งหวังที่จะทำให้การขายสินค้าของคุณเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว หากว่าลูกค้าสามารถซื้อได้จากราคา และหรือคุณภาพหรือทั้งสองอย่าง รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศกาล ฤดูกาลต่าง ๆ ของปี สถานที่ กลุ่มของลูกค้า คุณจะสามารถตั้งราคาที่แตกต่างกันหรือไม่

การพิจารณาหลักในการประเมินราคาของสินค้าหรือบริการคือ คุณค่าที่แสดงให้ลูกค้าเห็น ถ้าผลิตภัณฑ์ของคุณเป็นครั้งแรกในวงการของธุรกิจคุณ คุณอาจจะได้รับราคาพิเศษ ในทางกลับกัน ถ้ามันเป็นสินค้า “คล้ายกัน” คุณจะต้องสามารถสร้างหุ่นของตลาดจากธุรกิจนั้นๆก่อน ก่อนที่คุณจะเพิ่มราคาของคุณ กฎข้อเดียวในธุรกิจคือในที่สุดแล้ว ตลาดคือกลไกหลักที่เป็นผู้กำหนดราคาสินค้าของคุณและทุก ๆ รายที่เกี่ยวข้อง

Something To Do: ราคาสินค้าหรือราคาบริการของคุณคืออะไร

ทำการคำนวณราคาสินค้าหรือบริการของคุณ โดยทำการวิจัยเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาและนโยบายของคู่แข่งของคุณ ส่งนักวิจัยหรือเครือข่ายของคุณไปร้านเดียวกันกับธุรกิจของคุณ หาวกพวกเขาเสนอราคาพิเศษหรือลดราคาสำหรับสินค้าของพวกเขา หากว่าในอุตสาหกรรมมีผู้นำราคา จากผลการค้นพบของคุณ คุณต้องมาทำนโยบายราคาที่ผ่านมาการวิเคราะห์อย่างละเอียดหรือครบถ้วนจากทุกองค์ประกอบ

2.2.7 สถานที่: ลูกค้าของคุณจะซื้อหรือรับสินค้าหรือบริการของคุณจากที่ไหนและอย่างไร

การขายตรงคือ การขายสินค้าโดยตรงให้กับลูกค้าของคุณ การขายโดยไม่ตรงอาจรวมถึงผู้ส่งขายผู้อื่นหรือสถาบันที่สามารถแสดงและขายสินค้าของคุณ การขายโดยตรงรวมถึงการขายในเว็บไซต์หรือในสื่อสังคม ที่ผู้คนสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ด้วยเช่นกัน

ตัวอย่างแนวปฏิบัติที่มักใช้กันทั่วไป:

» ขายโดยตรงทางโทรศัพท์หรือเป็นการส่วนตัว คุณสามารถขอให้ใครขายสินค้าของคุณ หรือคุณสามารถขายบ้านต่อบ้าน

» สั่งซื้อล่วงหน้า โดยทำเป็นตลาดพิเศษสำหรับสินค้าที่พิเศษ ครอบครัวหรือบุคคลบางคนไม่มีเวลาที่จะซื้อของ แต่กรณีเหล่านี้ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและนโยบายของรัฐบาลของแต่ละประเทศด้วย

» แฟรนไชส์ – คุณอาจจะตัดสินใจซื้อแฟรนไชส์ของคนอื่น ในฐานะสมาชิกหรือผู้ซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ หรือคุณสร้างธุรกิจแฟรนไชส์ของคุณเอง ที่ขายสิทธิไปยังสถานที่หรือสายผลิตภัณฑ์ให้คนอื่น แต่ละประเภทก็ต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับกฎ กติกา กฎหมาย ระเบียบการเงินและการตลาดเพิ่มเติมด้วยเช่นกัน

» ผู้จัดการสินค้า – คุณอาจจะทำธุรกิจในรูปแบบของการเป็นผู้จัดการสินค้าให้แก่ท้องถิ่นหรือภูมิภาคอื่นๆ ผ่านช่องทางหรือหลากหลายสายการผลิตได้เช่นกัน¹⁰

การวิจัยตลาดจะช่วยให้คุณตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการ ประเภท และช่องทางที่ดีที่สุดในการจัดการเกี่ยวกับธุรกิจของคุณ ไม่ว่าจะเป็นการขายและจัดส่งสินค้า การให้บริการ ฯลฯ ซึ่งก็จะขึ้นอยู่กับสินค้าหรือบริการของคุณด้วยเช่นกัน อย่างเช่นในกรณีของนางวิกตอเรีย ผลิตภัณฑ์ของเธอเป็นของที่เสียหายได้ง่าย เธอจึงต้องพิจารณาอายุของสินค้าด้วย เช่น ต้องใช้เวลาสักวันก่อนที่จะหมดอายุของสินค้าของเธอ สภาพอากาศอย่างไรที่จะทำให้สินค้าของเธอเสียหายได้ง่ายๆ ฯลฯ จากข้อมูลนี้ เธอต้องหาวิธีการที่จะทำให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของเธอสดใหม่ น่าดูไปได้นานแค่ไหน เธอต้องพิจารณาเรื่องการแข่งชิงสินค้าของเธอด้วยเครื่องทำความเย็น ถ้าเธอตัดสินใจ

¹⁰ <http://www.bizmove.com>.

จัดที่ที่คนจะสามารถดูผลิตภัณฑ์ของเธอได้ เธอสามารถพิจารณาแพ็คเกจที่จะช่วยให้สามารถเก็บรักษาความสดของสินค้าได้นานขึ้น เธอจึงจำเป็นต้องพิจารณาขั้นตอนการส่งสินค้าของเธอให้ได้ภายในวันเดียวกัน

วิธีการที่ลูกค้าของคุณสามารถซื้อสินค้าของคุณได้ ลองพิจารณาตามตารางที่ 12 ซึ่งจะมีคำถามที่อาจจะสามารถจะนำทางให้คุณในการตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่ที่จะขายสินค้าหรือบริการของคุณ

ตารางที่ 12 คำถามเกี่ยวกับการพิจารณาเพื่อกำหนดสถานที่ขาย

โดยตรง	ทางอ้อม	ส่วนประกอบ ICT
ลูกค้าต้องไปซื้อสินค้าของคุณที่ไหน?	ใครจะเป็นคนขายที่ดีที่สุดในการขายผลิตภัณฑ์ของคุณ?	คุณต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของคุณพร้อมขายทางออนไลน์หรือไม่?
• คุณจะประเมินสถานที่ที่จะขายผลิตภัณฑ์ของคุณอย่างไร?	• พิจารณาว่าคนกลางของคุณสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้เร็วแค่ไหน	• หากคุณต้องการให้สินค้าของคุณพร้อมขายทางออนไลน์ คุณจะมีเว็บไซต์ของคุณเองหรือคุณจะมองหาเว็บไซต์ที่คุณสามารถฝากผลิตภัณฑ์ของคุณไว้ได้หรือไม่?
• พิจารณารูปแบบและข้อมูลประชากรของลูกค้า	• พิจารณารูปแบบและข้อมูลประชากรของลูกค้า	• พิจารณารูปแบบและข้อมูลประชากรของลูกค้า
• พิจารณาว่าลูกค้ากลุ่มใดเหมาะสมที่สุดสำหรับวิธีการจัดส่งแต่ละวิธี	• พิจารณาว่าคู่แข่งของคุณแจกจ่ายผลิตภัณฑ์ของตนอย่างไร	• พิจารณาว่าลูกค้าเป้าหมายสามารถติดต่อคุณเพื่อสั่งซื้อหรือสอบถามข้อมูลได้อย่างไร
• คำนึงถึงความสะดวกของลูกค้า เช่น ระยะทางเดิน ความพร้อมของที่จอดรถ ความใกล้ชิดกับสถานที่ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ	• พิจารณาชื่อเสียงของผู้เป็นคนกลาง/ผู้รับมอบ • เป็นบวกหรือไม่? พวกเขารู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทใด?	• พิจารณาความสามารถของคุณในการตอบคำถามออนไลน์และปฏิบัติตามคำสั่งซื้อออนไลน์ • ดูร้านค้าออนไลน์ (เช่น Alibaba, Lazada, Zalora) และพิจารณารูปลักษณะของเว็บไซต์ เรียนรู้ว่าพวกเขาปฏิบัติตามคำสั่งซื้อทางออนไลน์อย่างไร พวกเขาเรียกเก็บเงินเท่าใด และพวกเขาใช้วิธีการร่วมจำหน่ายกับใครบ้าง

โดยตรง	ทางอ้อม	ส่วนประกอบ ICT
พิจารณาข้อบัญญัติของรัฐบาลเกี่ยวกับการขายตรง	พิจารณาข้อบัญญัติของรัฐบาลเกี่ยวกับการขายทางอ้อม	พิจารณาข้อบัญญัติของรัฐบาลเกี่ยวกับการขายออนไลน์
พิจารณาต้นทุน (เช่น ค่าเช่า ค่าแฟรนไชส์)	พิจารณาต้นทุน (เช่น ค่าคอมมิชชั่นการขาย)	พิจารณาต้นทุน (เช่น ค่าสาธารณูปโภค การเชื่อมต่อ)

Something To Do: หาวิธีการที่คู่แข่งของคุณขายสินค้าของเขา

อธิบายวิธีการที่คุณจะขายสินค้าของคุณ โดยขอให้อธิบายให้ชัดเจน

2.2.8 การโปรโมชั่น: ลูกค้านักของคุณจะรู้หรือทราบเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของคุณได้อย่างไร

การโปรโมชั่นหมายถึง การส่งเสริมการขาย โดยใช้วิธีการสื่อสารกับลูกค้าของคุณเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของคุณ จุดประสงค์ของการส่งเสริมการขายของคุณคือ การทำให้ลูกค้าของคุณทราบ และโน้มน้าวให้ซื้อสินค้าของคุณหรือใช้บริการของคุณ มันมีค่าส่งเสริมการขายด้วย หลัก ๆ คือ การโฆษณาซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งที่ต้องจ่ายราคาแพง ลดหลั่นกันไปจนถึงการโฆษณาที่ไม่ต้องจ่ายเงินส่วนตัว คุณจะต้องมีกลยุทธ์และเป้าหมายในการโฆษณาและค้นหาวิธีการ รูปแบบการโฆษณาที่เหมาะสมกับสินค้าของคุณ

กิจกรรมส่งเสริมการขายมีตั้งแต่การออกแบบโลโก้ การพิมพ์และแจกจ่ายนามบัตร การโพสต์ประกาศบนกระดานข่าวในร้านค้าและสำนักงาน และการโทรศัพท์หาผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้าในอนาคตและลูกค้าปัจจุบัน โซเชียลมีเดีย นับว่าเป็นพื้นที่อันมีค่าสำหรับการโปรโมต เพื่อช่วยในการกำหนดประเภทของโฆษณาที่เหมาะสมและอยู่ภายในประมาณการงบประมาณของคุณ

ICT สามารถช่วยคุณโปรโมตผลิตภัณฑ์ของคุณได้อย่างไร ถ้าลูกค้าของคุณใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก คุณอาจจะพิจารณาการใช้สื่อช่องนี้เพื่อทำโฆษณาผลิตภัณฑ์ของคุณ ข้อดีของการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับการโฆษณา คือความสามารถในการสื่อสารสองทางกับลูกค้าของคุณ ไม่เหมือนช่องโฆษณาแบบเดิม ที่เป็นการสื่อสารทางเดียวคือจากคุณไปยังลูกค้าของคุณ การสื่อสารสองทางทำให้คุณได้รับความเห็นโดยตรงและทันทีจากลูกค้าของคุณ ตัวอย่างเครื่องมือที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่จะใช้ในการโฆษณาที่จะกล่าวต่อไป

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการขาย

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำของผู้คนมากขึ้น ทำให้ระบบสื่อสังคมออนไลน์มีโอกาสดีที่จะเป็นช่องทางการโฆษณาผลิตภัณฑ์ หรือบริการของคุณ และรวมทั้งการหาลูกค้าใหม่ทางออนไลน์ การเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ และรวมทั้งสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ เช่นเว็บไซต์ ขึ้นอยู่กับว่า ธุรกิจของคุณเหมาะสมกับใคร ใครคือ

กลุ่มเป้าหมายของคุณ ทั้งนี้เป็นเพราะมีเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์จำนวนมากที่ได้รับความนิยมมากจากกลุ่มผู้หญิง กลุ่มประชากรหนุ่ม ๆ กลุ่มเด็ก กลุ่มเยาวชน ฯลฯ ดังนั้น ทางเลือกของคุณจะขึ้นอยู่กับธรรมชาติของข้อความของคุณที่จะส่งถึงกลุ่มเป้าหมายของคุณ และรวมทั้งธรรมชาติของธุรกิจของคุณด้วยเช่นกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เฟซบุ๊ก เป็นบริการสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมที่สุดในอินเทอร์เน็ต เหมาะกับ:

- บริษัทที่จัดงานเลี้ยง
- ตั้งเป้าไปที่ผู้ใช้ที่เป็นได้ทั้งกลุ่มเฉพาะและกลุ่มทั่วไป
- สามารถติดต่อกับลูกค้าในปัจจุบันและในอนาคต
- สามารถใช้เพื่อเป็นส่วนประกอบ ส่วนเสริมของเว็บไซต์ของธุรกิจคุณได้

Google Plus เป็นเครือข่ายสังคมของ Google Google Plus เหมาะกับ:

- การสร้าง การอัปเดตรายการของคุณบนแผนที่ Google เพื่อให้ผู้คน โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายของคุณสามารถค้นหาธุรกิจของคุณได้
- สามารถเปิดรับการสื่อสาร การวิจารณ์ลูกค้าจากผลการค้นหา
- บริษัทที่จัดงานในแต่ละท้องถิ่น
- สามารถตั้งเป้าไปที่ผู้ใช้และธุรกิจในแต่ละท้องถิ่น หรือแต่ละท้องถิ่นได้

Twitter เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความสั้นๆ ที่เป็นข้อความสำคัญ หลัก ๆ คือจำนวน 140 ตัวอักษร เป็นที่นิยมในหมู่ผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ตั้งแต่ถูกตั้งขึ้นในปี 2006 ทวิตเตอร์ได้ประโยชน์อย่างมากกับธุรกิจเกือบทุกประเภทที่ต้องการความรวดเร็ว เช่น วงการข่าวสาร วงการเงิน การธนาคาร เพราะเป็นแพลตฟอร์มที่เปิดกว้าง ใช้สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะการสื่อสารติดต่อกับลูกค้าที่หลากหลายและจำนวนมากยิ่งขึ้น เหมาะกับ:

- การติดต่อกับลูกค้าในปัจจุบันและในอนาคต
- การตอบคำถามและคำตอบจากลูกค้า
- การเปิดเผยข่าวล่าสุดเกี่ยวกับธุรกิจของคุณ
- ใช้โฆษณาที่กำหนดไว้กับผู้ใช้และผู้ชมที่เฉพาะเจาะจง

YouTube เป็นเว็บไซต์ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดและเป็นที่นิยมที่สุดในอินเทอร์เน็ต เหมาะกับ:

- แสดงผลการค้นหาด้วยภาพวิดีโอที่สวยงาม

- ตั้งเป้าไปที่ผู้ใช้ด้วยเนื้อหาทางวิดีโอ
- วิดีโอที่สามารถกำหนดจุดเป้าหมายทางภูมิศาสตร์ที่เป็นตำแหน่งของธุรกิจคุณ
- การรวมวิดีโอและฝังไว้ในเว็บไซต์ของธุรกิจคุณ

Pinterest เป็นเว็บไซต์โซเชียลทางสังคมที่มีภาพที่ยอดเยี่ยมมาก ที่ได้รับความนิยมจากผู้หญิง เหมาะกับ:

- อุตสาหกรรมถ่ายภาพ การเดินทางและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
- การแบ่งปันภาพที่เกี่ยวข้องกับวันหยุด
- ตกแต่งบ้าน แฟชั่น งานศิลปะและงานฝีมือ
- การเข้าถึงผู้หญิง แม่และผู้ใช้ที่ร่ำรวยกว่า
- การส่งเสริมให้ผู้ใช้ที่ต้องการตัวเลือก

Instagram ส่วนใหญ่เป็นฐานผู้ใช้ที่ประกอบด้วยผู้ใหญ่ คนรุ่นใหม่ เหมาะกับ:

- การแบ่งปันภาพและคลิปวิดีโอสั้น ๆ
- ร้านอาหาร ร้านค้าขาย และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่พึ่งพาสื่อภาพเป็นหลัก
- การแก้ไขภาพด้วยเทคนิคต่าง ๆ ที่ตั้งไว้แล้ว
- การแบ่งปันวัฒนธรรม แนวคิด ผ่านภาพ และการสื่อความหมาย

LinkedIn เป็นเว็บไซต์ที่นิยมที่สุดในวงการสังคมและเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ เนื่องจากลักษณะทางอาชีพในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ต้องการพนักงานรวมทั้งลูกค้าที่มีลักษณะเฉพาะ เหมาะกับ:

- การเชื่อมต่อกับมืออาชีพที่อยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ แต่มีความสามารถที่ตรงกับความต้องการของธุรกิจใด ๆ
- การเชื่อมต่อกับคนที่อยู่ในอุตสาหกรรม ธุรกิจ วงการ ความสนใจเดียวกัน
- การจัดการสร้างโปรไฟล์และชื่อเสียงของผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ ความชำนาญในด้านต่าง ๆ
- สามารถแสดงข้อมูลและสถิติของบริษัท
- สามารถแสดงข้อมูลส่วนตัวและหรือธุรกิจของคุณอยู่ในตำแหน่งที่ดีเพื่อให้ง่ายในการค้นหา

Craigslist เป็นเว็บไซต์ที่จัดเก็บข้อมูลและการจัดการฐานข้อมูลการค้าของธุรกิจทุกระดับ ทั้งออนไลน์และนอกระบบ พลังการตลาดของ Craigslist คือดีสำหรับการโฆษณาที่ต้องการได้ฟรีและมีเป้าหมายที่มุ่งเป้าไปที่ลูกค้าที่สามารถเฉพาะเจาะจงได้

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจจำนวนมากล้วนใช้สื่อสังคมออนไลน์ เริ่มที่เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ Pinterest และ Instagram รวมทั้งโปรแกรมต่าง ๆ อย่างเช่น ฮูทสไตร์เป็นโปรแกรมที่ทำให้ธุรกิจสะดวกในการจัดการบัญชีที่หลากหลายของสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งจัดตารางการส่งข้อความ การเข้าถึงผู้ชมของคุณ และวัดผลตอบแทนจากการลงทุนจากโปรแกรมเดียวที่ช่วยบริหารจัดการให้ทั้งหมด

Something To Do

ลองสำรวจสองหรือสามเว็บไซต์ในรายการของสื่อโซเชียล หรือสื่อสังคมออนไลน์ สร้างบัญชีในเว็บไซต์ที่เลือกไว้ และเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ของคุณ รวมทั้งสื่ออื่น ๆ ที่คุณใช้อยู่ จากนั้นลองดูว่า คุณสามารถใช้สื่อต่างๆ ดังกล่าวเพื่อทำหน้าที่ในการโฆษณาสินค้าหรือบริการของคุณได้อย่างไร

Something To Do

การพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการขายของคุณ

โดยเขียนสิ่งที่คุณต้องการ ให้แผนการส่งเสริมการขายของคุณเพื่อให้ธุรกิจของคุณประสบความสำเร็จให้มากยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากคำถามต่อไปนี้:

- **Message ข้อความ** – จะพูดอย่างไร จะใช้ข้อความอะไรกับสินค้า หรือธุรกิจของคุณ จะระบุอย่างไร อะไรคือสิ่งที่คุณอยากบอก หรืออะไรคือลักษณะเด่นของสินค้าของคุณ - ประโยคหรือคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของคุณ ซึ่งลูกค้าสามารถจำได้ง่าย ๆ ?

- **Target market – ตลาดเป้าหมาย** – คุณมีแผนที่จะบริการหรือขายให้กับตลาดประเภทใด เช่น ตลาดอุตสาหกรรม ตลาดระดับชาติ ตลาดย่านใกล้เคียงหรือตลาดพิเศษใด ๆ

- **Customers' preference – ความชอบของลูกค้า** – ลูกค้าของคุณอ่าน หรือฟังอะไร? ชอบหรือเข้าถึงสื่อประเภทใด? ที่ไหน? บ่อยแค่ไหน?

- **Media – สื่อ** – จากความต้องการของลูกค้าของคุณ คุณควรใช้สื่ออะไร? ประวัติการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย สื่อสำหรับประเภทธุรกิจของคุณคืออะไร คู่แข่งของคุณใช้อะไร แล้วเพื่อน ๆ ของคุณกับสมาคมของคุณล่ะพวกเขาใช้สื่ออะไร?

- **Budget – งบประมาณ** – เงินที่คุณต้องใช้ จะกำหนดไว้เพื่อการใช้สื่ออย่างไร คุณแบ่งงบประมาณของคุณอย่างชัดเจน เพื่อทำการโฆษณาหรือการรณรงค์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่องเพื่อให้สามารถส่งข้อความซ้ำๆ ได้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าคุณอาจจะต้องใช้เงินเพิ่มในตอนเริ่มต้น แต่การใช้โฆษณาอย่างต่อเนื่องที่ดีคือ ไม่ควรเกินหนึ่งหรือสองเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย ดังนั้น คุณต้องชัดเจนในการลงทุนโฆษณา โดยเฉพาะการโฆษณาในปีแรก หรือช่วงแรก ฯลฯ

- **Continuity of message – ความต่อเนื่องของข้อความ** – ประเพณีของสินค้าหรือบริการ โปรไฟล์ของลูกค้าและรูปแบบการซื้อในแต่ละโอกาส แต่ละฤดูกาล จะมีผลกระทบต่อการเลือกซื้อของคุณและความถี่ที่คุณโฆษณาอย่างไร

- **Campaign roll-out – การดำเนินการของแคมเปญ** จะดำเนินการอย่างไร? เมื่อไหร่ จะวัดประสิทธิภาพของมันได้อย่างไร

2.3 การบริหารจัดการทรัพยากรธุรกิจ (Resource mobilization)

ทรัพยากรเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นหรือการดำเนินการของทุกธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น แหล่งข้อมูลวัสดุและอุปกรณ์ และความต้องการของผู้คน กลุ่มเป้าหมาย และการเงิน การบริหารจัดการทรัพยากรจึงหมายถึงกระบวนการของการให้บริการในทุกทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง การจัดเก็บ การจัดการ การใช้ ความปลอดภัย ฯลฯ เป็นเรื่องสำคัญที่ธุรกิจของคุณต้องดูแล การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ และที่เกี่ยวข้องอย่างดีที่สุด

2.3.1 การค้นหาข้อมูล (Information seeking)

นอกจากการวิจัยตลาดแล้ว มีข้อมูลอื่นที่คุณต้องการ ซึ่งสามารถค้นหาจากแหล่งข้อมูลที่มนุษย์หรือเทคโนโลยีได้ การได้ข้อมูลที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสม ต้องมีทักษะ มีความสามารถและความรู้ในการค้นหา หรือการสืบค้นด้วยเช่นกัน

เพื่อที่จะเพิ่มความรู้ในการบริหารธุรกิจของเธอ นางวิคตอเรียทำการค้นหาทรัพยากรต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งออนไลน์และแหล่งข้อมูลที่เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เธอดูการลงทะเบียนในคอร์สธุรกิจออนไลน์ฟรี เธอได้เพิ่มความรู้ด้านการออกแบบของเธอด้วยหนังสืออื่น ๆ และออนไลน์ รวมทั้งดูวิดีโอสำหรับเทคนิคการออกแบบใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้เธอไม่ตกรุ่นหรือเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ในแวดวงของธุรกิจเธอตลอด

ICT สามารถช่วยให้คุณหาข้อมูลได้อย่างไร การใช้เครื่องมือค้นหาในอินเทอร์เน็ตสามารถช่วยให้คุณหาข้อมูลได้ คุณต้องแน่ใจว่าข้อมูลที่คุณเลือกมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ดังนั้นคุณต้องการทักษะการประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเช่นกัน เพื่อให้สามารถประเมินความถูกต้องของข้อมูลนั้น ๆ ได้

นักธุรกิจสามารถเพิ่มความรู้และทักษะของพวกเขา โดยการสมัครเรียนออนไลน์ขนาดใหญ่ฟรีที่มุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมบางส่วนหรือธุรกิจบางส่วน ค้นหาผ่าน Coursera (<http://www.coursera.org>), edX (<http://www.edx.org>) and Udacity (<http://www.udacity.com>) for courses that may suit you.

สรุปเนื้อหา 2.3

การระดมทรัพยากร

ERP ย่อมาจาก Enterprise Resource Planning คือ การวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กรโดยรวม เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุดต่อการบริหารจัดการทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กร คือเป็นระบบที่ใช้ในการจัดการและวางแผนการใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กรที่เชื่อมโยงกับระบบงานต่าง ๆ ขององค์กรเข้าด้วยกัน เช่น หากเป็น ERP ของบริษัทจะหมายรวมถึงระบบงานทางด้านบัญชี และการเงิน ระบบงานทรัพยากรบุคคล ระบบบริหารการผลิตรวมถึงระบบการกระจายสินค้า คือเป็นระบบที่ช่วยให้การวางแผนและบริหารทรัพยากรของบริษัทนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพทั้งยังช่วยลดเวลาและขั้นตอน (Algorithm) การทำงานได้อีกด้วย

ปัจจุบัน ERP มีการพัฒนาไปสู่รูปแบบโปรแกรมสำเร็จรูป ERP ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ประยุกต์ที่ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ สามารถนำไปติดตั้งและใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย ERP software มีหน้าที่รวบรวมส่วนประกอบสำคัญทางธุรกิจต่างๆ เช่น งานวางแผน (Planning) งานผลิต (Production) งานขาย (Sale) งานทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) และงานบัญชีการเงิน (Accounting/Finance) ระบบขายหน้าร้าน POS แล้วเชื่อมโยงส่วนงานต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้มีการใช้ข้อมูลร่วมกันจากฐานข้อมูลเดียวกัน มีการใช้กระบวนการที่เป็นมาตรฐานร่วมกัน (Common Processes) ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนการทำงานทุกกระบวนการทางธุรกิจขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ข้อดีของระบบนี้คือ การรวมข้อมูลไว้ในฐานข้อมูลเดียวกัน เพื่อให้ข้อมูลเดียวกันสามารถใช้ร่วมกันทั้งองค์กรได้

ERP software คือ ซอฟต์แวร์ที่มีการรวบรวม หรือผนวกฟังก์ชันงานทั้งหมดในองค์กร โดยทำการเชื่อมโยงในส่วนข้อมูลทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยมีการทำงานในลักษณะแบบเรียลไทม์ และ ERP software จะได้รับการออกแบบมาบนพื้นฐานของวิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุดในอุตสาหกรรมนั้นๆ (Best Practice) คือมีการกำหนดการทำงานที่ชัดเจนในทุกส่วนของกระบวนการทางธุรกิจ โดยผ่านการทดสอบ และสำรวจมาแล้วว่าเป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการดำเนินงานนั้น ๆ ไว้ในตัวของ ERP software โดยที่ ERP software จะสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับลักษณะการดำเนินงานขององค์กรนั้น ๆ ได้

ตัวอย่างการใช้ระบบ ERP: Mango Anywhere ช่วยในธุรกิจก่อสร้าง

1. ทำให้เห็นต้นทุนทั้งหมดได้จริงแบบทันทีทันใด (Real Time) ในการบริหารงานก่อสร้าง โดยโปรแกรม Mango Anywhere มีระบบการทำงานของโปรแกรมที่สามารถทำให้รู้ต้นทุนของโครงการทั้งหมดในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างรวดเร็ว สามารถสร้าง BOQ ได้ทั้งในรูปแบบ การ Import BOQ และ Copy BOQ จากโครงการที่มีงานคล้ายกัน และเปรียบเทียบงบประมาณเพื่อให้เห็นต้นทุนต่างๆที่นำไปสู่การประหยัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้ โดยสามารถเช็คข้อมูลจากในระบบได้ ตั้งแต่เปิดโครงการจนปิดโครงการ

2. รู้ล่วงหน้าว่าเมื่อไรต้องจ่ายเงิน

โปรแกรม Mango Anywhere ช่วยป้องกันการดำเนินงานที่ซ้ำซ้อน เช่น ก่อนที่เราจะเปิดใบขอซื้อ (Purchase requisition) โปรแกรม Mango Anywhere จะแสดงจำนวนวัสดุที่เราอยู่ในคลังว่ามีอยู่แล้วเท่าไร ทำให้เราวางแผนการสั่งซื้อได้ และผู้รับเหมาสามารถบันทึกเอกสารขอเบิกผลงานได้จากในระบบ ทำให้ฝ่ายบัญชีสามารถตรวจสอบ และเตรียมเรื่องที่จะจ่ายได้จากในโปรแกรม

3. ดูข้อมูลโครงการได้ทุกที่ ทุกเวลา

คุณสามารถเข้าถึงโปรแกรม และดูสถานะของโครงการได้ทุกที่ตลอดเวลา ตอบสนองทุกความต้องการ ไม่จำเป็นที่จะต้องดูข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตโฟน โดยใช้งานผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เพื่อเรียกดูข้อมูล

4. ควบคุมต้นทุนได้ ก็สร้างกำไรได้มากขึ้น

โปรแกรม Mango Anywhere สามารถตรวจสอบค่าใช้จ่ายรายเดือนแยกเป็นโครงการได้ ทำให้ตรวจสอบงบประมาณที่ใช้ไปผ่านโปรแกรมได้อย่างชัดเจน เมื่อเราสามารถมองเห็นค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ก็สามารถวางแผนบริหารการเงินของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทำให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้นจากงบประมาณที่คาดการณ์ไว้

Something To Do: ค้นหาข้อมูลออนไลน์

คล้ายกับที่นางวิคตอเรียทำ โดยใช้เครื่องมือค้นหา (Search engine) จากแหล่งข้อมูลออนไลน์ ในการดำเนินธุรกิจที่คล้ายกับคุณ เช่น ค้นหาคลาसออนไลน์ฟรี ที่อาจช่วยให้คุณทำงานง่ายขึ้น คุณอาจจะอยากดูข้อมูลทางออนไลน์ เกี่ยวกับเทคนิค อุปกรณ์ และวัสดุที่คนที่มีธุรกิจคล้าย ๆ กับคุณกำลังใช้อยู่ โปรดจำเทคนิคเหล่านี้ เช่น อุปกรณ์และวัสดุต่าง ๆ รวมทั้งการติดตาม การประมวผล และดูว่าคุณจะสามารถปรับใช้อะไรกับธุรกิจของคุณได้บ้าง และสิ่งที่คุณอาจจะต้องการที่จะใช้กับธุรกิจของคุณในภายหลัง คุณอาจจะต้องการที่จะอ้างอิง เก็บไว้เป็นหลักฐานในแผนงานหรือแฟ้มประมวผลข้อความ ฯลฯ

2.3.2 การเชื่อมต่อเครือข่าย (Networking)

ผู้หญิงจำนวนมากได้รับประโยชน์จากเครือข่ายของเพื่อนและญาติ เครือข่ายมีหลากหลายทั้งที่เป็นการติดต่อทางสังคมและความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ก่อตั้งขึ้นในเวลาผ่านไป เครือข่ายสามารถช่วยให้ข้อมูลและสามารถให้ความช่วยเหลือได้

อย่างเช่น ในกรณีของนางวิคตอเรีย นอกจากญาติและเพื่อนเก่า ๆ เธอได้เพื่อนใหม่ในโรงเรียนลูกๆของเธอด้วย เธอแจกตัวอย่างคุกกี้ของเธอให้พวกเขา ทำให้พวกเขาตระหนักถึงรสชาติและคุณภาพของคุกกี้ พวกเขากลายเป็นลูกค้ารายแรกของเธอ เครือข่ายนี้สามารถขยายตัวได้ เพราะเพื่อนใหม่มีญาติและเพื่อนของตัวเอง และข้อมูลเกี่ยวกับคุกกี้ของเธอแพร่กระจายไปทั่ว

การเชื่อมต่อเป็นทักษะที่สำคัญมาก การมีทักษะเป็นข้อได้เปรียบ เพราะมันทำให้คุณมีความสามารถในการพัฒนาและใช้การติดต่อกับธุรกิจของคุณ ยกตัวอย่างเช่น คุณสามารถถามลูกค้าสำหรับชื่อของผู้อื่นที่อาจจะสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณ เพื่อให้ธุรกิจของคุณเติบโต คุณต้องสร้างการติดต่อมากขึ้น ขยายเครือข่ายที่มากขึ้นเพื่อที่จะสามารถกระจายการสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของคุณออกไปมากยิ่งขึ้น

เพื่อที่จะทำให้เครือข่ายของคุณใหญ่ขึ้น คุณต้องเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่าง ๆ หน่วยงานธุรกิจ บริษัทต่าง ๆ ล้วนมีการจัดการการประชุมเครือข่ายหลายครั้ง ให้ผู้บริหารได้ประโยชน์จากกันและกัน คุณต้องเรียนรู้ที่จะเชื่อมต่ออย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างเครือข่ายไม่ใช่แค่การออกไปพบปะผู้คน การสร้างเครือข่ายเป็นกลยุทธ์ คุณต้องพัฒนาแผนการสร้างเครือข่ายเพื่อที่จะรู้จักคนที่จะทำธุรกิจกับคุณ หรือแนะนำให้คุณรู้จักคนที่จะทำธุรกิจเพื่อการขยายต่อ และรวมทั้งลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

เมื่อคุณได้ทำแผนการสร้างเครือข่ายของคุณแล้ว จงมุ่งมั่นกับแผนดังกล่าว เรียนรู้ทักษะการสื่อสาร การใช้เครื่องมือการสื่อสารและเครือข่ายเพื่อการดำเนินการแผนของคุณ ในการวางแผนการสร้างและการพัฒนาเครือข่ายของคุณ ลองถามตัวเองดังต่อไปนี้

- » สิ่งที่คุณต้องการทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายคืออะไรบ้าง?
- » ลูกค้าต่อเดือนที่คุณต้องการ
- » ลูกค้าของคุณอยู่ที่ไหนและพวกเขาไปที่เครือข่ายใดบ้าง?
- » องค์กรธุรกิจอะไรที่คุณจะได้รับประโยชน์ได้บ้าง?
- » คุณจะสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจของคุณได้อย่างไร
- » สิ่งที่ทำ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนสามารถช่วยให้คุณเพิ่มการเติบโตของธุรกิจของคุณได้หรือไม่

การทำให้เครือข่ายทำงานได้ คือการทำงานที่เป็นมืออาชีพ การเชื่อมต่อต้องเพิ่มจากสิ่งที่มีอยู่เดิม การพัฒนาเครือข่ายต้องทำด้วยตัวเองเสมอ¹¹

เครือข่ายเพื่อนและเพื่อนร่วมงานของคุณสามารถเป็นแหล่งข้อมูล สำหรับข่าวอัปเดตเกี่ยวกับพื้นที่ธุรกิจของคุณ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อประโยชน์ด้านการขยายทุน ชื่อเสียง ความเชื่อถือ รวมทั้งการขยายเกี่ยวกับ ทรัพยากรบุคคลของคุณด้วยเช่นกัน

ตอนเริ่มธุรกิจ นางวิกตอเรียใช้เครือข่ายที่เธอมีอยู่ คือกลุ่มแม่บ้านในชุมชนของเธอ เครือข่ายนี้ให้ข้อมูลของเธอกับความเป็นไปได้ว่า เธอสามารถขายและขายคุกกี้ได้ที่ไหน เพราะเธอทำงานในชุมชน เธอสามารถพบกับคนที่มีความรู้หรือรู้จักกันในสาขาเดียวกัน ที่เธอสามารถถามคำถามเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจหรือพัฒนาสินค้า

¹¹ Entrepreneur Media, “Networking”. Available from <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/networking>.

นางวิคตอเรียสามารถเข้าร่วมงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและความสนใจของเธอ เธอสามารถเข้าร่วมกับองค์กร ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อหาคนในวงการธุรกิจเดียวกัน เธอสามารถแลกเปลี่ยนสูตรการอบขนม การทำขนมกับพวกเขาได้ และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ทั้งในด้านส่วนตัวและธุรกิจ เพื่อนของเธอแนะนำให้เธอเริ่มใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เริ่มที่สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเพิ่มความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ของเธอ เมื่อนางวิคตอเรียสร้างบล็อก (blog) ขึ้น เพื่อนๆและผู้ติดตามของเธอสามารถสื่อสาร และแบ่งปันความคิดและการเรียนรู้ของเธอในบล็อกของเธอ ไดร็กทอรีของเธอนับว่าเป็นเอกสารสำคัญสำหรับธุรกิจของเธอ

สิ่งที่สำคัญในไดเรกทอรีคืออะไร

ตารางที่ 13 แสดงให้เห็นข้อมูลที่คุณต้องการในไดเรกทอรีของคุณ

ข้อมูลพื้นฐาน	- ชื่อจริง - นามสกุล	ข้อมูลติดต่อ: - เลขที่บ้าน - เบอร์มือถือ	หมายเหตุ: คุณพบบุคคลนั้นที่ไหนและอย่างไร
ข้อมูลเสริม		- ที่อยู่ - ที่อยู่สำนักงาน	วันเกิดและวันครบรอบ (เหตุการณ์สำคัญ)
ข้อมูลขั้นสูง	- อายุ - สถานภาพการสมรส	- ที่อยู่อีเมล - ที่อยู่โซเชียลมีเดีย - เว็บไซต์	- เครือข่ายและสังกัดองค์กร - สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ

Something To Do: การสร้างไดเรกทอรีของที่อยู่ติดต่อ

ใช้โปรแกรมแผ่นงาน (Spreadsheet) หรือโปรแกรมประมวลผลคำ (Word processor) เพื่อเตรียมไดเรกทอรีที่อยู่ติดต่อ จากนั้นจัดลำดับพวกเขาตามความสำคัญ ตามความสนใจ

ใช้เครื่องมือค้นหา (Search engine) เพื่อค้นหาหน่วยงาน สมาคม องค์กรต่าง ๆ ที่สามารถช่วยคุณได้ในธุรกิจของคุณ คุณอาจจะต้องการหาสมาคม ที่บริษัทของคุณอาจจะช่วยได้ เพิ่มมันเข้าไปในไดเรกทอรีของคุณ

เตรียมแผนการเกี่ยวกับเครือข่าย (Prepare a networking plan)

พิจารณาว่าใครสามารถเป็นเครือข่ายท้องถิ่น/ชุมชนของคุณได้ คุณเป็นสมาชิกของกลุ่มชุมชนใด ๆ ? มีกลุ่มชุมชนที่คุณสามารถเข้าร่วมได้ หรือบุคคลที่คุณสามารถเข้าถึงได้ เพื่อช่วยให้ความสามารถในการทำธุรกิจของคุณดีขึ้น และ/หรือการโปรโมทผลิตภัณฑ์ของคุณ? เมื่อคุณระบุกลุ่มหรือบุคคลแล้ว คุณอาจจะออกแบบ จัดการ

กลุ่มเฉพาะของคุณขึ้นมา ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าที่คุณต้องการ เช่น กลุ่มผู้ทำขนม ซึ่งคนพวกนี้ก็จะรู้ดีเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สูตร วัตถุดิบ ขนบปิ้ง การจัดส่งสินค้า ใบอนุญาตธุรกิจ แพคเกจ ฯลฯ

สังเกตรอบ ๆ หรือถามเกี่ยวกับงานที่มีการแสดงที่คุณสามารถขายสินค้าของคุณ คุณอาจจะอยากเปิดฉากการขายเกี่ยวกับสินค้าของคุณ ถ้าคุณจะไปเข้าร่วมงานเหล่านี้ คิดเกี่ยวกับคำถามที่ลูกค้าถามบ่อย ๆ และเตรียมคำตอบสำหรับพวกเขา

แผนการเครือข่ายของคุณจะขึ้นอยู่กับความสามารถของคุณ คุณต้องเลือกงานเครือข่ายที่คุณเข้าร่วม เริ่มที่การถามตัวเองว่า ลูกค้า กลุ่มเป้าหมายไปที่เครือข่ายไหน องค์กรธุรกิจไหนจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของคุณ องค์กรธุรกิจไหนจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณได้ดีที่สุด

2.3.3 การลงทุนธุรกิจของคุณ: การจัดหาเงินเพื่อธุรกิจของคุณ

การได้เงินเพื่อเริ่มต้นธุรกิจของคุณ เป็นกิจกรรมที่ทำหายมาก บางครั้งมันก็ถือว่าเป็นอุปสรรคที่ใหญ่ที่สุดในการเริ่มต้นธุรกิจ นักธุรกิจหลายคนสามารถที่จะเอาชนะความท้าทายได้ บางทางในการลงทุนธุรกิจไม่มีความเสี่ยง แต่ก็ควรใช้ด้วยความระมัดระวัง¹²

ลองพิจารณาแหล่งเงินต่อไปนี้

a. ใช้แหล่งเงินส่วนตัว (Pooling personal financial sources)

ใช้เงินเก็บส่วนตัวของคุณ แต่ควรต้องกันไว้บางส่วนไว้สำหรับกรณีฉุกเฉิน คุณอาจจะเริ่มจากการทำธุรกิจในรูปแบบของงานพาร์ทไทม์ เพื่อสะสมเงินทุน หาช่องทาง และรอจังหวะ รอโอกาสการลงทุนธุรกิจของคุณ จนกว่าคุณสามารถได้รับเงินทุนในการดำเนินธุรกิจของคุณเต็มเวลา ถ้าคุณทำงานอยู่ ก็ทำหน้าที่ของคุณต่อไป จนกว่าธุรกิจจะขยายตัว หรือมั่นคง

เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย คุณอาจจะพิจารณาที่จะเริ่มต้นธุรกิจของคุณที่บ้าน จนกว่าคุณจะแน่ใจเกี่ยวกับรายได้และผลกำไรของคุณจากธุรกิจนั้น ๆ พื้นที่ทำงานและบริการบริการเป็นส่วนใหญ่ของค่าใช้จ่ายสำหรับหลายธุรกิจ คุณสามารถขายของส่วนตัวที่คุณไม่ต้องการ และใช้เงินสดสำหรับธุรกิจของคุณ คุณอาจจะพิจารณาที่จะเช่าหรือซื้ออุปกรณ์ที่ใช้แล้ว เพื่อประหยัดเงิน จนกว่าคุณจะมีเงินเพียงพอที่จะซื้อของจำเป็นใหม่¹³

ครอบครัวของนางวิคตอเรียใช้เงินที่เก็บไว้ เธอใช้เงินดังกล่าวลงทุนธุรกิจคูกี้ของเธอในตอนแรก เพราะเธอและสามีของเธอเป็นสมาชิกในสมาคมที่เป็นหุ้นส่วนท้องถิ่น และเป็นสมาชิกในสถาบันการเงินขนาดเล็ก เธอจึง

¹² Janet Attard, "Where to get money to start a business". Available from <http://www.businessknowhow.com/money/startup-money.htm>.

¹³ <http://www.bizmove.com>.

สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหลายแห่งได้ ถ้าเธอตัดสินใจไม่ใช้เงินเก็บของครอบครัวของเธอ เธออาจจะถามธนาคารที่เธอฝากเงินฝากไว้ เพื่อกู้เงินจากครอบครัวของเธอ

นางวิคตอเรียอาจจะพิจารณาจากคนสนิท คนใกล้ชิด เช่น เพื่อน ๆ และญาติ ๆ ของเธอ และขอให้พวกเขาเป็นหุ้นส่วนในธุรกิจของเธอ และให้พวกเขามีส่วนร่วมกับทุนของธุรกิจของเธอ เธออาจจะยืมเงินจากครอบครัวและเพื่อน ๆ ด้วยดอกเบี้ยต่ำ เธออาจจะใช้ประโยชน์จากบัตรเครดิต ประกันภัย และระบบประกันสังคมของรัฐบาล นางวิคตอเรียจะต้องใช้ชีวิตแบบประหยัด เพื่อที่เธอจะได้จ่ายเงินกู้ รวมทั้งดอกเบี้ย จนกว่าธุรกิจของเธอจะกำไรขึ้น

Something To Do

ใช้เครื่องมือค้นหา (Search engine) เพื่อศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับหาวิธีการเงิน ที่รัฐบาลของคุณเสนอให้เจ้าของและผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็ก ตรวจสอบว่าคุณมีสิทธิที่จะได้รับการช่วยเหลือใด ๆ บ้างที่คุณจะสามารถใช้ประโยชน์จากมัน

b. การยืมเงินจากธนาคารและองค์กรการเงินกู้ขนาดเล็ก

คุณสามารถขอเงินกู้ธุรกิจเล็ก ๆ ผ่านทางธนาคารหรือสถาบันการเงินขนาดเล็กที่มีดอกเบี้ยต่ำเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยระหว่างธนาคารและสถาบันการเงินไม่โครโฟน

การขอเงินกู้ธนาคาร ข้อมูลที่คุณต้องให้ธนาคารโดยทั่วไปคือ

» จุดประสงค์ของเงินกู้

» เอกสารการจัดตั้งธุรกิจ รวมทั้งแผนธุรกิจ (สำหรับธุรกิจใหม่)

» รายละเอียดการเช่า หรือรายการค่าใช้จ่ายต่างๆ

» จำนวนเงินลงทุนในธุรกิจโดยเจ้าของ

» รายได้โดยประมาณ

» ค่าใช้จ่าย เงินสด และเงินในกระแสรายวัน

» ผู้ที่มีอำนาจในการลงนามเอกสารต่างๆทางการเงิน

» เอกสารประวัติของคุณ

บางแหล่งเงิน หรือบางสถาบันการเงินอาจต้องการแผนธุรกิจแบบที่เป็นทางการด้วย ถ้าคุณพยายามที่จะหาเงินทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจที่คุณได้เริ่มไว้ คุณก็ต้องใช้รายงานการเงินของธุรกิจในสามปีที่ผ่านมา และข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ สถานะทางการเงิน นั่นสิน อย่าแปลกใจเลยถ้าธนาคารปฏิเสธคุณ ธนาคารมักจะระมัดระวังในการให้กู้เงินแก่ผู้เริ่มทำธุรกิจรายใหม่ ๆ

ธนาคารบางแห่งเสนอเครดิตจากทรัพย์สินที่คุณมี เช่น บ้าน ซึ่งทำให้คุณยืมเงินไปถึง 75% ของมูลค่าที่ประเมินไว้ของบ้านของคุณ ขึ้นอยู่กับมูลค่าบ้านของคุณและสิ่งที่คุณยังคงติดค้างค่าจำนองของคุณ ตัวเลือกนี้สามารถได้เงินจำนวนมากเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจของคุณ ข้อเสียคือ คุณกำลังทำให้บ้านของคุณตกอยู่ในอันตราย ถ้าธุรกิจล้มเหลว หรือคุณไม่สามารถจ่ายเงินกู้ได้ คุณอาจสูญเสียบ้านของคุณไป ถ้าคุณตัดสินใจที่จะใช้วิธีการนี้ โปรดอ่านข้อมูลทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกู้เงินประเภทนี้

ในบางประเทศ บางประเพณีผู้หญิงไม่ได้รับอนุญาตให้กู้ยืมเงินโดยปราศจากความยินยอมของสามี เช่นเดียวกัน พวกเขาอาจไม่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการในธนาคาร แม้ว่าในปัจจุบันจะมีบางประเทศที่เริ่มบรรเทาสถานการณ์ดังกล่าวลงบ้าง แต่ก็ยังคงส่งผลต่อการปฏิบัติต่อผู้หญิงในการกู้เงินเพื่อเริ่มธุรกิจอยู่เช่นกัน จึงเป็นเรื่องสำคัญที่คุณต้องคุยกับสมาชิกครอบครัวของคุณ และบุคคลที่เคารพ ที่มีอิทธิพลในครอบครัวของคุณเกี่ยวกับแผนการธุรกิจของคุณ เพื่อจะได้รับการสนับสนุนของพวกเขาก่อนการดำเนินการของเริ่มต้นธุรกิจของคุณ

Something To Do

ใช้เครื่องมือค้นหา (Search Engine) หารธนาคารหรือสถาบันการเงินที่ให้เงินทุนแก่เจ้าของและผู้ประกอบธุรกิจเล็ก ๆ โดยเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยของเหล่าธนาคารดังกล่าว ถ้าคุณเป็นสมาชิกของสถาบันการเงินขนาดเล็กหรือบริษัทร่วมงาน ขอให้เปรียบเทียบอัตราการเงินของสถาบันเหล่านี้กับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารด้วย

ถ้าคุณกำลังคิดจะกู้เงินจากสถาบันการเงินใด ๆ ขอให้ศึกษาเกี่ยวกับระเบียบเกี่ยวกับเงินกู้และเงื่อนไขการคืนเงินต่าง ๆ เช่น

- »» คุณต้องการกู้แบบไหน เช่น ระยะเวลา ต่อเนื่องหรือกู้เพื่อการลงทุนครั้งเดียว
- »» หากคุณต้องการกำหนดตารางการชำระเงิน
- »» มีค่าดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่างๆอย่างไร
- »» คุณสามารถแบกรับค่าใช้จ่ายของเงินกู้ได้ในระดับใด

c. เงินทุนจากรัฐบาลและหน่วยงานอื่น ๆ หรือเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยต่ำ

รัฐบาลอาจจะมีโปรแกรมการลงทุน สำหรับโครงการการสนับสนุนการลงทุนพื้นฐาน เพื่อการประกอบอาชีพ การลงทุนเล็ก บริษัทเล็ก ๆ สำหรับผู้หญิง คุณสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องนี้ได้โดยการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของรัฐบาลและองค์กรต่าง ๆ ที่อาจจะไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ เช่น อาจจะเป็นกลุ่ม เป็นองค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่ กลุ่มสหกรณ์หรือสถาบันการเงินในพื้นที่ ที่อาจมีข้อมูลเกี่ยวกับเงินบริจาค เงินสนับสนุน รวมทั้งเงินกู้ที่มีดอกเบี้ยต่ำ

d. เงินจากการระดมทุน (Crowdfunding)

บริการคราวด์ฟันดิง หรือการระดมทุนนับว่าเป็นทางเลือกของการลงทุนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น ธุรกิจที่ต้องการการสร้างสรรคที่มีความเฉพาะตัว โดยการระดมทุนดังกล่าวจะมีแพลตฟอร์มเฉพาะที่ออกแบบสำหรับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ดังตัวอย่างเช่น สำหรับผู้ประกอบการผู้หญิง (<https://www.funddreamer.com/>) นี่คือนแพลตฟอร์มคราวด์ฟันดิงสำหรับผู้หญิงและชนกลุ่มน้อย ที่สามารถขอรับการระดมทุนจากผู้คนจำนวนมากที่สนใจในธุรกิจนั้น ๆ หากคุณสนใจให้ผู้คนเข้าร่วมระดมทุนโครงการธุรกิจของคุณ เนื่องจากเป็นกิจการสาธารณะคุณต้องเปิดเผยผลิตภัณฑ์ธุรกิจของคุณต่อสาธารณะ ซึ่งอาจจะเป็นทางเลือกที่ไม่ดีนัก หากคุณต้องการเก็บความซื่อสัตย์ที่เป็นความลับสำหรับธุรกิจของคุณ คุณต้องพิจารณาถึงสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา แง่มุมทางกฎหมายที่จะต้องใช้บริการของทนายความในเรื่องสิทธิบัตรและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

Something To Do

เข้า ไป ดู <https://www.funddreamer.com>, <https://www.gofundme.com/> และ <http://crowdrise.com/> ว่ามีความแตกต่างของสินค้าและบริการอย่างไรบ้าง แตกต่างจากธุรกิจของคุณอย่างไร และพวกเขาประสบความสำเร็จในการระดมทุนให้สินค้าหรือบริการอย่างไร สืบหาวิธีการที่พวกเขาใช้ในการระดมทุน รวมทั้งการโปรโมทผลิตภัณฑ์หรือบริการของพวกเขาให้กับผู้บริจาค โดยเปรียบเทียบกลยุทธ์ที่พวกเขาใช้กับกับกลยุทธ์ของคุณ

2.3.4 แผนการธนาคารและการเตรียมบันทึกการเงิน

เมื่อคุณได้เงินทุนจากแหล่งเงินต่าง ๆ มาแล้ว ซึ่งอาจจะเป็นแหล่งเงินส่วนตัวหรือแหล่งเงินจากภายนอกต่าง ๆ คุณจะต้องมีวิธีที่จะเก็บเงินทุนของคุณไว้ในที่ปลอดภัย การเปิดบัญชีธนาคารสำหรับธุรกิจของคุณจะช่วยให้คุณตรวจสอบการเงินธุรกิจของคุณ ให้แน่ใจว่าแยกบัญชีธนาคารของคุณออกจากบัญชีธนาคารส่วนตัวของคุณ

ขอให้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับหาข้อดีและข้อเสียของการเลือกธนาคารที่อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัยของคุณ เก็บบันทึกการเงินไว้เพื่อใช้ในการทำเอกสารธุรกิจ ทำบันทึกและทำบัญชี นอกจากบันทึกประจำวันแล้ว จะพิจารณาเรื่องการใช้โปรแกรม ICT ในการจัดการทางการเงิน

ตอนแรก นางวิคตอเรียมีปัญหาในการแยกเงินส่วนตัวออกจากเงินทุนธุรกิจของเธอ เธอได้ดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาขึ้น โดยการอ่านรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดการการเงินของธุรกิจ การเรียนออนไลน์ และถามคนที่บริหารธุรกิจว่า จะจัดการกับเงินอย่างไร

ในการสร้างบันทึกการเงินเริ่มต้นของคุณ ให้มีระบบบันทึกที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้:

»» บันทึกการลงทุน การเก็บสินค้าเพื่อควบคุมสินค้าได้ง่าย

- »» พยากรณ์การขายเพื่อวางแผนผลิต
- »» ระบบบัญชีมาตรฐานได้รับการยอมรับโดยกฎหมาย
- »» รายงานการเงินที่จำเป็นอย่างเป็นระบบและตรงต่อเวลา

Something To Do: ธนาคารออนไลน์ (Online banking)

ตารางที่ 14 ตารางค่าบริการธนาคารออนไลน์

รายละเอียดเกี่ยวกับธนาคารออนไลน์	ข้อพิจารณา
ค่าธรรมเนียมรายเดือน	
ธุรกรรมรายเดือนในค่าธรรมเนียม	
รายการเงินฝากรายเดือน	
ค่าธรรมเนียมต่อรายการส่วนเกิน – นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมรายเดือน	
ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมเกินขีดจำกัด	
เงินฝากเกินขีดจำกัด	
ข้อจำกัด เนื้อหาเงินฝาก	
- หมายเหตุเกี่ยวกับการฝากเงิน	
- จำนวน และสกุลเงินในการฝาก	
- ตรวจสอบเงินฝาก	
ค่าธรรมเนียมใบแจ้งยอดกระดาชรายเดือน	

2.3.5 การซื้ออุปกรณ์และวัตถุดิบ

เมื่อแผนการธุรกิจถูกเขียนและมีเงินทุนสำหรับธุรกิจแล้ว อุปกรณ์และเครื่องมือที่จำเป็นในการทำธุรกิจจะต้องถูกซื้อก่อนที่จะเริ่มและผลิตธุรกิจ ซึ่งต้องมีการระบุตัวผู้จัดหา การประสานงาน การเจรจา การส่งมอบ การจัดการเกี่ยวกับ logistics และการติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ รวมทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ในแผนการนี้ คุณอาจจะพิจารณาการซื้ออุปกรณ์ ICT (คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือที่มีอินเทอร์เน็ต เครื่องพิมพ์และกล้อง) และโปรแกรมต่าง ๆ เช่น โปรแกรมสำหรับการประมวลผล การคำนวณ เครื่องมือวาดภาพ ฯลฯ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของคุณ

ICT ช่วยอะไรได้บ้าง? ICTสามารถช่วยในการค้นหาข้อมูลรายละเอียดของอุปกรณ์ การเปรียบเทียบราคา การสร้างแบรนด์ และแนวทาง หรือรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการที่จะให้บริการที่ดีที่สุดกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจของคุณ

นางวิคตอเรียสืบค้นไปรอบ ๆ เพื่อหาวัตถุดิบ รวมทั้งส่วนผสมที่ดีที่สุด ในราคาถูกที่สุด สิ่งที่ทำนอกจากการถามในตลาดและธุรกิจอื่น ๆ ที่มีอยู่คือ การไปสืบค้นออนไลน์เพื่อมองหาแหล่งอื่นสำหรับวัตถุดิบของเธอ

Something To Do

ค้นหาแหล่งและผู้จัดส่งสินค้าและอุปกรณ์ที่จำเป็นในธุรกิจของคุณในออนไลน์ เตรียมเอกสารตามมาตรฐานเพื่อขอข้อเสนอ ใช้อีเมลล์เพื่อสร้างข้อความ จัดหาระบบการใช้โทรศัพท์อินเทอร์เน็ตฟรี เช่น Skype Viber WhatsApp ไลน์คอล ฯลฯ เพื่อการสื่อสารกับลูกค้าของคุณ

ตัวอย่างเช่น Alibaba.com และเครื่องมือค้นหาเช่น Google.com สามารถใช้ในการค้นหาผู้จัดหาที่ดินได้อย่างรวดเร็วในออนไลน์ การค้นหาออนไลน์ประหยัดเวลาและเงิน เพราะข้อมูลสามารถหาได้ โดยไม่ต้องเดินทางไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อหาผู้จัดหา

การติดต่อกับผู้จัดหาเพื่อประสานงานทาง logistics และการกระจายสินค้าสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย เทียบกับวิธีสื่อสารแบบตัวต่อตัว การเขียนจดหมายหรือโทรสาร ผ่านโปรแกรมที่อนุญาตให้มีการโทรออกเสียงหรือวิดีโอผ่านอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างของโปรแกรมเหล่านี้คือ Skype Viber WhatsApp และไลน์คอล ฯลฯ

2.3.6 การจ้างคน (Hiring human resource)

โดยอ้างอิงแผนธุรกิจ แผนการผลิตและการตลาดของคุณ หาจำนวนและคุณภาพของทรัพยากรบุคคลที่คุณต้องการ ให้เหมาะสมกับแผนดังกล่าว:

a. เตรียมแผนบุคลากรที่เรียบง่าย ที่ระบุงานที่เฉพาะเจาะจงและชนิดของบุคคลที่คุณต้องการ รายชื่อและคำอธิบายหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง และระบุชื่อตำแหน่งนั้น สร้างแบบฟอร์มสำหรับแต่ละตำแหน่ง ที่อธิบายถึงหน้าที่และความรับผิดชอบของพวกเขา ซึ่งจะเป็นคำแนะนำในการทำสัญญาของคุณ

b. กำหนดตำแหน่งแต่ละตำแหน่งในผังขององค์กร รายชื่อค่าจ้าง เงินเดือน ค่าธรรมเนียม และค่าชดเชยที่ต้องการตามกฎหมาย

c. ทำรายการทั่วไปของความต้องการในการรับสมัครและการจ้างงาน รวมทั้งข้อมูลที่คุณจะต้องการจากผู้สมัคร เช่น จดหมายหน้าปก, ประวัติและการอ้างอิง

d. ตั้งความสำคัญในการรับตำแหน่งที่คุณต้องจ้างในระหว่างการเริ่มต้นธุรกิจของคุณ

e. ระบุทรัพยากรทางอาชีพอื่น ๆ ที่สามารถใช้กับธุรกิจเช่น นักบัญชี หนายความ บล็อกเกอร์ นักประกัน และนักธนาคาร อธิบายความสัมพันธ์ของทรัพยากรมืออาชีพกับธุรกิจของคุณ

f. เพื่อแนะนำคุณในการเตรียมการเกี่ยวกับความต้องการของคุณเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคล ขอให้คุณลองตอบคำถามต่อไปนี้:

» ปัจจุบันคุณต้องการกำลังคนเท่าไร?

» กำลังคนของคุณต้องมีความสามารถอะไรบ้าง?

» คนที่คุณต้องการมีอยู่ไหม? ระบุอัตราการทำงานเต็มเวลา หรือบางส่วน และค่าจ้างแต่ละสถานะการจ้าง

g. รายละเอียดตารางการทำงานที่เสนอไว้เป็นสัปดาห์และเดือน อย่างน้อยปีแรกของการเริ่มต้นธุรกิจ

ถ้าคุณพบช่องว่าง หรือประเด็นที่ขาดทักษะเกี่ยวกับทักษะการทำงานของบุคลากร ขอให้เสนอว่า คุณจะแก้ปัญหา หรือดำเนินการอย่างไร เช่น ส่งไปอบรม จ้างจากภายนอก ฯลฯ

ปัจจุบันเกือบทุกประเทศมีเว็บไซต์เกี่ยวกับการจ้างงานของประเทศหรือท้องถิ่น ที่ผู้จ้างสามารถโพสต์ตำแหน่งว่างได้ ผู้คนสามารถเข้ามาค้นหาได้จากเครื่องมือค้นหา จากไดเรกทอรีของบริการมีอาชีพ

III. การดำเนินธุรกิจของคุณ (Running Your Business)

ผลการเรียน

» สรุปหน้าที่การจัดการธุรกิจต่าง ๆ และวิธีการใช้ ICT เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการช่วยให้บรรลุผลงานตามที่ต้องการได้

» เห็นความสำคัญของการปกป้องธุรกิจจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางกฎหมาย การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ และรวมทั้งการคุกคามทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ

» เข้าใจถึงความสำคัญ และวิธีการในการติดตามและประเมินผลของธุรกิจ

ธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้องมีการจัดการโดยผู้ประกอบการธุรกิจ มี 8 หน้าที่หลัก ๆ ในการดำเนินธุรกิจ ที่จำเป็นต้องเขียนไว้อย่างชัดเจนในแผนธุรกิจที่เตรียมไว้ก่อนการเริ่มต้นธุรกิจคือ

1. การจัดการทั่วไป
2. การจัดซื้อ
3. การผลิต
4. การตลาด
5. การประชาสัมพันธ์ความสัมพันธ์สาธารณะ
6. ทรัพยากรบุคคล
7. การบริหารจัดการ
8. การเงิน

หน้าที่หลัก ๆ ดังกล่าวต้องสามารถบริหารจัดการได้อย่างลงตัวกับงานทุกงานในแผนธุรกิจที่กำหนด ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจที่อาจจะมีบางส่วนที่แตกต่างกันไป ดังจะได้อธิบายแต่ละหน้าที่ รวมทั้งการใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือเพื่อให้คุณทำงาน หรือบริหารจัดการ ดำเนินการธุรกิจของคุณได้ดีขึ้น

3.1 ฟังก์ชันหลักของธุรกิจ (Business functions)

3.1.1 การจัดการทั่วไป (General management)

การจัดการทั่วไปหมายถึง ต้องมีบุคคลที่ต้องทำหน้าที่ดูแลธุรกิจนี้ การจัดการต้องวางแผน การจัดระเบียบ การจัดหาพนักงาน การประสานงานและการควบคุม¹⁴

ผู้บริหารมักจะทำการจัดการธุรกิจทั้งหมด เป้าหมายจะถูกกำหนดไว้ในแผนการธุรกิจ อย่างไรก็ตาม อาจจะพบว่า มีหลายปัจจัย หลายสถานการณ์ที่จะท้าทายแผนธุรกิจที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจจะต้องมีการปรับแผน มีการสร้างทางเลือกใหม่ ปรับประยุกต์ คุณต้องสามารถปรับ ควบคุมและบริหารจัดการได้อย่างยืดหยุ่น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ การเป็นผู้นำและอำนาจในการตัดสินใจที่ชัดเจนในฐานะศูนย์กลางของการบริหารจัดการ

แม้ว่าธุรกิจจะเล็ก แต่ก็ต้องมีโครงสร้างของธุรกิจ มีแผนของธุรกิจ มีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงาน และสายการบังคับบัญชาภายในองค์กรธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องสามารถจ้างคนที่เหมาะสมกับงานเพื่อบรรลุเป้าหมายและเป้าหมายของธุรกิจ

หน้าที่ประสานงานของฝ่ายบริหารต้องเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร การควบคุมและทิศทางของธุรกิจ หน้าที่ควบคุมของฝ่ายบริหารต้องมีการตั้งค่ามาตรฐานการทำงาน และการตรวจสอบผลผลิตและผลกำไรของธุรกิจ

การใช้โปรแกรม ICT สามารถใช้ประโยชน์กับผู้จัดการในการวางแผน ประสานงานและประมวลผลทุกหน้าที่ของธุรกิจ รวมทั้งการเตรียมการ การพยากรณ์การขาย การจัดการรายการสินค้า การจัดการรายการซื้อและผลิต การประสานงานและการสื่อสารกับพนักงาน ผู้จัดการและลูกค้า รวมทั้งการโฆษณา การตลาดของสินค้าและบริการของคุณ

นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการทำธุรกิจที่จะต้องมีการเก็บข้อมูลธุรกิจที่ศูนย์กลาง รวมทั้งเอกสารธุรกิจ และฐานข้อมูล การแก้ปัญหาทางเว็บ ระบบการสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่บริษัทสามารถจัดเก็บแบ่งปันเอกสาร แก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยเครื่องมือ ICT เช่น กล้อง Dropbox และ Google Drive

¹⁴ Calia Roberts, "Five Functions of Management and Leading". Available from <http://smallbusiness.chron.com/five-functions-management-leading-56418.html>.

» <http://www.apptivo.com> นี่เป็นกลุ่มของ 40 โปรแกรม ที่ครอบคลุมการจัดการโครงการที่เป็นองค์รวม ความสัมพันธ์กับลูกค้า ตารางเวลา รายการสินค้า และอื่น ๆ

คุณสามารถจัดทำ จัดเตรียมตารางรายการ เพื่อช่วยควบคุมสถานการณ์เข้าออกของสินค้าหรือสิ่งของ วัสดุอุปกรณ์ในธุรกิจของคุณ มันจะเป็นประโยชน์ที่จะรวมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน โดยลงในตารางการเก็บสินค้า (ตารางที่ 15) คุณอาจจะทดลองโปรแกรมจัดการสินค้า เช่น Skywareinventory.com โดยในการซื้อสินค้า จะมีตารางสำหรับรายชื่อผู้จัดหา (Supplier) ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์ ราคา คุณภาพและลักษณะ และการติดต่อ (ดูตารางที่ 16)

รายการ	ซัพพลายเออร์ (Supplier)	รายการราคาวัสดุ (ขายส่ง/ขายปลีก)	คุณภาพและ ข้อมูลจำเพาะ	ข้อมูลติดต่อ	หมายเหตุ

ตารางที่ 17 รายการสถานะอุปกรณ์และเครื่องมือ

[illegible]

3.1.3 การผลิต (Production)

การผลิตจะครอบคลุมทั้งกระบวนการและวิธีการที่ใช้ในการแปลงวัตถุดิบ วัสดุ รวมทั้งความรู้ ความคิดข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันออกเป็นสินค้าและบริการ แหล่งข้อมูลจะถูกใช้ในการสร้างผลลัพธ์ เพื่อใช้หรือแลกเปลี่ยนค่าเพื่อที่จะได้ผลผลิตที่สอดคล้องกัน สิ่งที่สำคัญคือ ขั้นตอนการผลิต กำหนดเวลา การติดตามควบคุม ปริมาณที่ต้องการ แรงงานที่ต้องการ และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการผลิตสินค้า ดังที่แสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 กระบวนการผลิต

กระบวนการ (ขั้นตอน)	เวลา	วัตถุดิบ&ปริมาณที่ ต้องการ	ค่าวัสดุ	แรงงานที่ ต้องการ	ค่าแรง	ผลลัพธ์ (ปริมาณ)	หมายเหตุ
เตรียมและตวง ส่วนผสม	20 นาที	เนยจืด ½ ถ้วยตวง อุณหภูมิห้อง น้ำตาลทรายแดง ¾ ถ้วย น้ำตาลทรายขาว ¾ ถ้วย ไข่ 2 ฟอง วานิลลาสกัด 1 ช้อนชา ช็อกโกแลตชิพ 12 ออนซ์ แป้ง 2 ¼ ถ้วย เกลือ ½ ช้อนชา เบกกิ้งโซดา ½ ช้อนชา	3.67 กก. ต่อรอบ การผลิต	คนแพ็ค สินค้า 1 คน	บาท/ ชั่วโมง	65 ชิ้นงาน	
ทำความสะอาดและ เตรียมอุปกรณ์	5 นาที	เปิดเตาอบที่ 350 ° F หรือ 180 ° C	ค่าไฟ				
ผสมและร่อน ส่วนผสมแห้ง	5 นาที						
ครีมเนยและน้ำตาล ในซามแยก	10 นาที						
ใส่ไข่และวานิลลา	5 นาที						
ผัดส่วนผสมแป้ง	5 นาที						
ผสมช็อกโกแลตชิพ หรือผลไม้แห้ง	5 นาที						
วางแป้งหนึ่งชั้นลง บนแผ่นอบ	5 นาที						
อบคุกกี้	15 นาที						

กระบวนการ (ขั้นตอน)	เวลา	วัตถุดิบ&ปริมาณที่ ต้องการ	ค่าวัสดุ	แรงงานที่ ต้องการ	ค่าแรง	ผลลัพธ์ (ปริมาณ)	หมายเหตุ
นำคุกกี้่ออกให้เย็น	15 นาที						
ตักแต่ง	15 นาที						
แพ็คเกจ	15 นาที						

เพื่อให้แน่ใจว่าคุกกี้ของเรามีคุณภาพที่เหมือนกัน หรือเป็นมาตรฐานทุกรอบการผลิต ทุกครั้งที่เธอผลิตคุกกี้ชุดใหม่ นางวิคตอเรียจะบันทึกขั้นตอนที่เธอทำ รวมทั้งการวัดและเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติการของเธอ เธอใช้โปรแกรม Spreadsheet เพื่อบันทึกขั้นตอนและส่วนสำคัญในการผลิต ตามที่แสดงในตารางที่ 18 นอกจากนี้กำหนดมาตรฐานแล้ว การบันทึกขั้นตอนจะช่วยให้เธอระบุพื้นที่ที่เธอสามารถลดเวลาและค่าใช้จ่ายได้

การพัฒนาสินค้า (Product Development)

เพื่อให้ธุรกิจของเรามีพลังหรือแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น นางวิคตอเรียต้องคิดวิธีที่จะปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของเธอ เธอต้องลงทุนในการพัฒนาสินค้า เธอจำเป็นต้องบันทึกขั้นตอนในการผลิตสินค้านั้นๆ เธอสามารถใช้แผ่นงานคำนวณและโปรแกรมประมวลผลคำ เพื่อบันทึกการทำงานของทุกกระบวนการได้ดังแสดงในตาราง ที่ 19 สามารถใช้รายงานเกี่ยวกับทางเลือกของสินค้าใหม่ และช่วยให้การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ เพื่อประเมินข้อดีและข้อเสียของทางเลือกต่าง ๆ

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ต้นทุนและประโยชน์ของตัวเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่

ปัจจัย	สภาพที่เป็นอยู่	ทางเลือกใหม่	ค่าใช้จ่าย	ประโยชน์
การทดแทน/การเปลี่ยนรูปแบบ ฯลฯ				
การผสมผสาน				
ขยายงาน/กำลังผลิต				
การลดขนาด/ลดกำลังการผลิต				
การนำไปใช้อย่างอื่น				
การกำจัดทิ้ง				
การจัดเรียงใหม่/การจัดการใหม่				

3.1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and sales)

ในระบบการตลาดจะหมายถึงการวางแผน การขนส่งและการควบคุมการขับเคลื่อนของสินค้าที่คุณสามารถบันทึกข้อมูลการตลาดบนแผ่นตาราง (Spreadsheet) และเครื่องมือประมวลผลข้อความได้ ซึ่งจะช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่บันทึกไว้ และทำให้การรายงานผลของธุรกิจสามารถทำได้เร็วขึ้น

สำหรับการส่งเสริมการขายของสินค้าและบริการ เราสามารถใช้โปรแกรม ICT เพื่อการออกแบบและเตรียมการเพื่อให้บริการต่าง ๆ เช่น ใบปลิว และการจัดธุรกิจ ข้อมูลของสินค้าสามารถสื่อสารได้ด้วยการใช้อีเมล การสร้างเว็บไซต์ การใช้ SMS และการสื่อสารสังคมออนไลน์ แต่อย่าลืมเทคโนโลยีเก่า ๆ เช่น การใช้วิทยุโทรทัศน์ และสื่อพิมพ์เพื่อโฆษณา ก็ยังพบว่าสื่อเหล่านี้เป็นที่นิยมมาก กับลูกค้าบางกลุ่มของคุณ

การมีเว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการตลาดธุรกิจ เพราะเว็บไซต์สามารถอัปเดตได้ตลอดเวลา และราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับวัสดุการพิมพ์ อีกทั้งสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจกับลูกค้าที่สนใจ 24 ชั่วโมงต่อวัน เว็บไซต์เช่น Blogger.com Wordpress.com และ Wix.com สามารถใช้ในการสร้างเว็บไซต์ธุรกิจพื้นฐาน ในขณะที่เว็บไซต์ที่รองรับสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก และอื่น ๆ ก็สามารถใช้ในการส่งเสริมธุรกิจได้

สำหรับธุรกิจที่ต้องการการปรับแต่งที่มากกว่า และงบประมาณที่สูงกว่า บริการออนไลน์เช่น 99designs.com เป็นทางเลือกที่น่าสนใจในการออกแบบเอกลักษณ์ธุรกิจ รวมทั้งเว็บไซต์ 99designs.com ที่บริษัทเปิดการแข่งขันออกแบบ โดยจ่ายให้กับชุมชนที่มีคนออกแบบกราฟิกกว่าหนึ่งล้านคนทั่วโลก คนออกแบบจะส่งออกแบบมา และธุรกิจใด ๆ จากทั่วโลกก็สามารถเลือกออกแบบที่เหมาะสมกับธุรกิจของตน และนำไปใช้ได้

โดยอาจจะนำไปใช้เลย หรือนำไปเพิ่มเติมให้กับเว็บไซต์ (ขึ้นอยู่กับความสามารถของคุณ) คุณสามารถส่งเสริมและขายสินค้าของคุณในตลาดออนไลน์ที่นิยม ซึ่งคุณอาจจะพบว่ามีประสิทธิภาพมากกว่าเว็บไซต์ของคุณเอง โดยเฉพาะเมื่อลูกค้าเป้าหมายจำนวนมากมักจะไปที่ตลาดเหล่านั้น ตลาดออนไลน์เป็นประเภทของเว็บไซต์ ที่สินค้าหรือบริการได้รับการจัดหาจากหลายคน และการดำเนินการโดยผู้ดำเนินการตลาด มีตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าและบริการจำนวนมากขึ้นทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น ตัวอย่างของตลาดออนไลน์ที่นิยมมากคือ Alibaba.com, AliExpress.com, Amazon.com, Lazada.com, Rakuten.com, Zalora.com, Zalora.com, และ ebay.com มีตลาดออนไลน์ที่อนุญาตให้บริษัทโพสต์และส่งเสริมข้อตกลงพิเศษ เช่น Groupon.com

ในด้านการขายและการตลาดโดยตรง การสร้างการซื้อขายที่จุดขายโดยใช้ทางกายภาพ สามารถพัฒนาได้ในความร่วมมือกับผู้จัดหาบริการ (Supplier) ซึ่งสามารถช่วยในการสนับสนุนธุรกิจของสินค้าหรือบริการ Ezetap.com และ Square.com เป็นโปรแกรมที่สามารถรับการชำระเงินจากบัตรเครดิตที่เชื่อมต่อกับอุปกรณ์มือถือของคุณได้

3.1.5 การบริหารจัดการบุคลากร (Managing people)

ในระหว่างการค้าดำเนินการประจำวันของธุรกิจ การบริหารจัดการคนนับว่าเป็นส่วนสำคัญมาก เริ่มตั้งแต่ผู้จัดการ พนักงาน ผู้จัดการผู้จัดหา และผู้จัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วย การสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของการจัดการ การสื่อสารที่ประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็น การเตรียมแผนการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงกับผู้ที่คุณรับมือด้วย ไม่ใช่แค่เรื่องเกี่ยวกับการทำงาน รูปแบบการทำงานเท่านั้น แต่ยังต้องเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวันของบุคลากรด้วย เช่น รายรับ สวัสดิการ การพักผ่อน ฯลฯ

คุณสามารถใช้อุปกรณ์และโปรแกรม ICT เพื่อสื่อสารกับผู้คนได้ ความท้าทายคือจะพัฒนาเนื้อหาสื่อสารที่ชัดเจน เพื่อให้คุณสามารถสื่อถึงความตั้งใจหรือข้อความของคุณในสื่อสาร

ในฝ่ายบริหารพนักงาน การเตรียมต้นแบบของเอกสาร การสื่อสาร กฎระเบียบต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยลดเวลาการทำงานของคนที่ดูแล และที่สำคัญคือ คนที่ทำงานก็มีความชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นกฎ กติกา ระเบียบ เงื่อนไขการจ้างงาน การฝึกและการไล่ออก เช่นเดียวกันนี้สามารถเป็นปฏิบัติการในการพัฒนาสัญญาสำหรับพนักงานและผู้จัดหา ในการติดต่อกับลูกค้า จึงกล่าวได้ว่า การสื่อสาร และเครื่องมือการสื่อสาร รวมทั้ง ICT นับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความมั่นคง และรวมทั้งการขยายธุรกิจของคุณ

3.1.6 การเงินและการบริหาร (Finance and administration)

ความกังวลหลักของนักธุรกิจคือ ผลลัพธ์และผลกำไร คุณไม่สามารถรู้ว่าคุณกำลังทำกำไรได้มากแค่ไหน เว้นแต่คุณจะมีการวางแผนการเงินและการบันทึกที่เหมาะสม การเตรียมงบประมาณ การรักษาบัญชีธนาคารธุรกิจ และการบันทึกการประมวลผลการชำระเงิน บัญชีที่จ่ายและบัญชีที่ได้รับ และภาษีจะต้องมีการจัดทำอย่างเป็นระบบในระบบธุรกิจของคุณ

อย่างที่แสดงในส่วนก่อนหน้านี้ แผ่นคำนวณสามารถใช้กับหลายสิ่งหลายอย่างในธุรกิจของคุณ เครื่องมือดังกล่าว นับว่าเป็นเครื่องมือที่ดีในการทำบัญชี การติดตามการเงินของคุณ และคำนวณค่าจ้าง และอื่น ๆ อีกมากมาย

ตัวเลขและมูลค่าในระบบเงินตรา สามารถถูกแปลในทุกกิจกรรมธุรกิจ นับว่าเป็นการสะท้อนถึงการวางแผนและเริ่มธุรกิจ การผลิต การขาย แม้แต่การส่งเสริมการขาย ความสัมพันธ์กับลูกค้า การจ้างคนงาน และการจัดส่งสินค้า นี่คือเหตุผลที่ผู้ประกอบการต้องจัดการและควบคุมธุรกิจตามแผนธุรกิจที่วางไว้

คุณต้องเข้าใจรายงานและรายงานทางการเงิน รวมถึงความสำคัญของการเก็บบันทึกและการเก็บเงินด้วยการจัดการเงินประจำวันต้องมีการจัดการ แม้ว่าธุรกิจจะเล็ก ยิ่งคุณใช้เครื่องมือทางการเงินมากเท่าไร โอกาสที่ธุรกิจรอด แข็งแกร่งและเติบโตก็ยิ่งสูงเท่านั้น และธุรกิจของคุณก็มีความสำเร็จและมีกำไรมากขึ้นเท่านั้น

ICT สามารถช่วยให้คุณจัดการการเงินของคุณได้อย่างไร สำหรับการคาดการณ์ทางการเงิน ธุรกิจของคุณสามารถใช้โปรแกรมตารางคำนวณ เพื่อคำนวณสถานการณ์ต่าง ๆ อีกทั้งเครื่องมือ หรือโปรแกรมการคำนวณฟรีใน

โปรแกรมธุรกิจที่รู้จักกันดีทั่วไปคือ Google Docs ที่คุณสามารถนำไปใช้ร่วมกันและร่วมกันแก้ไขได้ ร่วมกันอัปเดตข้อมูลได้ตามสถานการณ์จริง

บันทึกการเงินและการจัดทำเอกสารการเงิน (Financial records and documentation)

ส่วนที่สำคัญที่สุดของแผนธุรกิจของคุณ คือแผนการเงิน ในการร่างส่วนนี้ คุณจะกำหนดตารางงานสำคัญที่จะนำทางไปสู่สถานภาพทางการเงินของธุรกิจคุณที่จะต้องผ่านการท้าทายของปีแรกและหลังจากนั้น ในฐานะผู้ประกอบการนับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่คุณต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเงินหรือการบัญชีบางอย่าง

ส่วนใหญ่ธุรกิจเล็ก ๆ จะใช้วิธีการทำบัญชีเงินสด โดยมีระบบเก็บบันทึก ซึ่งอาจจะน้อยกว่าสมุดเช็คที่จดบันทึกไว้อย่างระมัดระวัง ในนั้นมีบันทึกใบเสร็จทั้งหมดและค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งถูกสนับสนุนด้วยจำนวนใบเสร็จต่าง ๆ รวมทั้งบิลเงินสด บัตรเงินสด เมื่อธุรกิจของคุณเติบโต คุณจะต้องมีเครื่องมือ ICT เข้ามาช่วยงานที่ซับซ้อนมากขึ้น ICT ได้จัดทำระบบบัญชีธุรกิจเล็ก ๆ หลายรูปแบบ รวมทั้งบันทึกและสมุดบัญชีธรรมดา และคำแนะนำรายละเอียดในภาษาที่เข้าใจได้ สามารถซื้อได้ในร้านคอมพิวเตอร์ ถ้าคุณรู้สึกว่าคุณมีความรู้ด้านบัญชีของคุณไม่เพียงพอและต้องการความช่วยเหลือจากมืออาชีพในการสร้างระบบบัญชีของคุณ การมีพวกเขาเป็นส่วนหนึ่งของทรัพยากรบุคคลของคุณ สามารถทำให้คุณมั่นใจและมั่นใจในธุรกิจของคุณ¹⁵

a. แผนการเงินของธุรกิจเริ่มต้นด้วยการวางแผนการเงิน ต่อไปนี้คือคำอธิบายสั้นๆเกี่ยวกับเงื่อนไขที่คุณต้องวางแผนและดำเนินการ ดังเช่น

- » สภาวะความน่าสนใจ หรือศักยภาพของตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณ
- » วันเริ่มงาน หรือวันเริ่มธุรกิจ
- » การเพิ่มยอดขายในเงินประเทศ
- » ข้อยกเว้นเกี่ยวผลกำไร
- » อุปกรณ์ สำนักงานและอุปกรณ์การผลิตที่ต้องการ
- » จ่ายเงินเดือนและค่าใช้จ่ายหลักอื่น ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อแผนการเงิน

¹⁵ Bizmove Management Training Institute. Available at www.bizmove.com/books/how-to-start-a-small-home-business.pdf

b. แผนปฏิบัติการที่มีผลกำไรและผลขาดทุน ปกติแล้วจะต้องเตรียมการเป็นประจำเดือน สร้างตารางเช่นเดียวกับในตารางที่ 20 สำหรับการคาดการณ์ผลกำไรและผลการขาดทุนด้วยตัวคุณเอง¹⁶

ตารางที่ 20 ประมาณการกำไรและขาดทุนต่อเดือน

ฝ่ายขาย	จำนวน
(-) หัก: ต้นทุนขาย	xxxxxx
(=) กำไรขั้นต้น	xxxxx
ค่าใช้จ่ายที่ควบคุมได้	
อุปกรณ์ปฏิบัติการ	xxx
ค่าจ้างขั้นต้น	xxx
ค่าซ่อมบำรุง	xxx
โปรแกรมชันและการโฆษณา	xxx
การขนส่งและการจัดส่ง	xxx
หนี้สูญ	xxx
ค่าธุรการและกฎหมาย	xxx
ค่าจ้างแรงงานนอกแผน	xxx
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	xxx
รวมค่าใช้จ่ายที่ควบคุมได้	xxx
ค่าใช้จ่ายคงที่	
ค่าเช่า	xxx
ค่าสาธารณูปโภค	xxx
ค่าประกันภัย	xxx
ค่าภาษีและใบอนุญาต	xxx
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	xx
ค่าเสื่อมราคา	xxx
รวมค่าใช้จ่ายคงที่	xxxx
ค่าใช้จ่ายทั้งหมด	xxxxx
กำไรขั้นต้นหักค่าใช้จ่าย = กำไรสุทธิ	xxxxx

¹⁶ Ibid.

b. ตารางเงินทุน เป็นตารางที่แสดงแหล่งเงินทุนของคุณที่ใช้เพื่อเป็นเงินทุนในธุรกิจ คุณลงรายการทรัพย์สินทั้งหมดที่คุณตั้งใจจะใช้ในธุรกิจของคุณเพื่อการลงทุน จำนวนการลงทุนแต่ละคนจะต้องการ และแหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการดำเนินการธุรกิจ

ในตารางเงินทุนของคุณ ต้องบอกจำนวนของเดือนที่ใช้งาน สำหรับทรัพย์สินที่ลดราคาได้ ในตัวอย่างของนางวิคตอเรียคือ เตาอบ เครื่องปั่นห่อ และอุปกรณ์สำนักงานจะประเมินค่าได้ คุณจะต้องใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการใส่เป็นค่าลงทุน เพื่อการประเมินผลกำไรและความสูญเสียของคุณ ข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับเงินทุน จะต้องใส่ลงไปในตารางเงินทุนดังกล่าว

c. บันทึกรายการเงิน “Pro forma” หมายถึงการที่บันทึกการเงินก่อนความจริง ไม่ใช่เรื่องจริง รูปแบบนี้รวมทั้งทรัพย์สิน (ทุกสิ่งที่ได้มาจากธุรกิจ) บัญชี (ทุกสิ่งที่ยืมในเครดิต) และหุ้นส่วน (ทุกส่วนลงทุน) ของธุรกิจ การมีรายงานนี้ช่วยระบุว่าเงินทุนไม่เพียงพอ จำนวนเงินทุนที่ยังคงต้องการจากธุรกิจ และจำนวนเงินทุนที่จะใช้ในการทำงานของธุรกิจ

d. การประเมินการเงินสด เป็นการคาดการณ์การเงินสดเข้าออกธุรกิจของคุณตลอดปี มันช่วยให้คุณวางแผนตารางการจัดซื้อ จัดจ้างของคุณ ขั้นตอนการจัดการธุรกิจที่เหมาะสม คือเก็บเงินสดไว้ในธุรกิจไว้ให้มากพอที่จะดำเนินการและป้องกันมันให้สิ้นไหลเพื่อการดำเนินการอย่างเพียงพอ ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับเงินสดที่ไม่เพียงพอ การประมาณการเงินสดเป็นสิ่งที่ต้องเตรียมไว้เพื่อติดตามจำนวนเงินสดที่จะถูกดูดออกไปนอกแผนธุรกิจของคุณ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของธุรกิจคุณ

3.1.7 ธุรกิจของคุณต้องการเงินทุนเพิ่มไหม? (Is additional money needed?)

เงินทุนที่ใช้ได้เพียงพอเสมอสำหรับการประสบความสำเร็จ จากบันทึกทางการเงิน คุณจะสามารถระบุว่าธุรกิจของคุณต้องการเงินมากกว่าที่สามารถสร้างได้จากการขาย คุณทำงานอะไร? คุณอาจต้องหาผู้ลงทุนหรือเงินกู้เพิ่ม หรือเครดิตธนาคาร เพื่อช่วยให้ธุรกิจของคุณดีขึ้นในช่วงเดือนที่ขาดแคลน เงินกู้ยืมสามารถคืนได้ในช่วงเดือนที่ยอดขายของคุณสูงกว่าค่าใช้จ่ายของคุณ ฯลฯ

นักธุรกิจต้องมีเงินที่จะใช้การดำเนินธุรกิจ คุณต้องรู้ถึงรายละเอียดเกี่ยวกับวัสดุและบริการต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจของคุณ การระบุทุกวัสดุและค่าใช้จ่ายสามารถช่วยให้คนตระหนักถึงคุณค่าของการควบคุมการใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่เกิดการรั่วไหล

หนึ่งในความท้าทายที่นักธุรกิจมักจะเผชิญ คือการปนกันระหว่างเงินทุนส่วนตัวกับเงินธุรกิจ คุณควรระวังหลีกเลี่ยงการปฏิบัตินี้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การฝึกฝนที่อาจช่วยคุณได้ คือการทำรายการแยก สำหรับค่าใช้จ่ายส่วนตัวและค่าใช้จ่ายทางธุรกิจ ทางเลือกอื่นคือมีบัญชีธนาคารแยกกัน สำหรับเงินส่วนตัวและเงินธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างระบบการบันทึกการเงินอย่างเป็นทางการ หรืออัตโนมัติ โดยใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อแสดงบันทึกการใช้เงินและค่าใช้จ่าย

รูปที่ 3 การแยกเงินส่วนบุคคลและส่วนธุรกิจ



งบประมาณคืออะไร งบประมาณเป็นแผนการใช้จ่าย การทำงบประมาณเป็นกระบวนการที่ช่วยประเมินจำนวนเงินที่จะใช้สำหรับความต้องการที่ต้องการ เมื่อเทียบกับรายได้ของคุณ การเตรียมงบประมาณจะช่วยให้คุณตระหนักถึงการใช้เงินเพื่อความต้องการส่วนตัวของคุณและธุรกิจของคุณที่แยกออกจากกันอย่างชัดเจน

งบประมาณของธุรกิจเป็นการคำนวณรายละเอียดของค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ต้องการในธุรกิจของคุณ จำนวนค่าใช้จ่ายสามารถหาจากผู้จัดหาที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่าย ราคาบางครั้งต่างกันในงบประมาณ ให้คำนวณที่สูงขึ้นเพื่อให้มีที่ว่างในการเพิ่มราคา คุณอาจจะรวมแผนฉุกเฉิน 5-10% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดด้วย¹⁷

มีแหล่งเงินทุนอะไรสำหรับธุรกิจของคุณบ้าง งบประมาณจะต้องไม่เพียงระบุค่าใช้จ่าย แต่ยังต้องมีบันทึกของเงินทุนโครงการเป็นเงินทุนสำหรับโครงการธุรกิจของคุณด้วย อย่างที่บอกไว้ก่อนหน้านี้ แหล่งเงินสามารถนำมาจากเงินเก็บส่วนตัว หรือเงินที่ยืมผ่านสถาบันการเงินต่าง ๆ รวมทั้งการยืมหรือการร่วมทุนจากผู้ร่วมลงทุนของคุณ ผู้สนใจ หรือแม้แต่ลูกค้าของคุณ ฯลฯ

ICT สามารถช่วยคุณได้อย่างไรในการทำงบประมาณ โปรแกรมแผ่นตารางคอมพิวเตอร์ เช่น Google Sheets, Microsoft Excel และ OpenOffice Calc สามารถช่วยให้คุณบันทึกงบประมาณและติดตามค่าใช้จ่ายของคุณ คุณสามารถใช้โปรแกรม ICT เพื่อจัดทำงบประมาณและติดตามค่าใช้จ่ายส่วนตัวของคุณเองได้

ตัวอย่าง ICT ที่ใช้เพื่อการทำบัญชีและการบริหารจัดการบัญชี มีให้บริการออนไลน์ เช่น Freshbooks.com และ Xero.com ที่ทำให้ธุรกิจของคุณสามารถบันทึกการดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างง่าย รวดเร็ว และถูกต้อง

¹⁷ For more information on personal budgeting see <http://www.mymoneycoach.ca/>.

สรุปเนื้อหา 3.1¹⁸

หน้าที่ทางธุรกิจ

ธุรกิจทุกประเภทต่างมีหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด สามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์ หน้าที่ดังกล่าว ได้แก่

1. การผลิต เป็นกิจกรรมในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการบริโภค กระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการมีหลายขั้นตอน จึงจะได้สินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีความรู้ในการผลิตเป็นอย่างดี จึงจะทำให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดี มีต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องพิจารณา ได้แก่

1.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง หมายถึง การเลือกตำแหน่งที่วางจุดจำหน่ายหรือเผยแพร่สินค้า เพื่อให้เข้าถึงเป้าหมายให้มากที่สุด

1.2 การออกแบบสินค้า หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือสร้างจุดเด่นให้กับสินค้า เพื่อเสริมแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในสินค้า

1.3 การกำหนดตารางเวลาการผลิต หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้าให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการวางแผนในการผลิตล่วงหน้า

1.4 การตรวจสอบสินค้า หมายถึง ก่อนที่สินค้าจะไปถึงผู้บริโภค จะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าว่า ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือมีคุณภาพไม่เป็นผลเสียต่อผู้บริโภค

2. การจัดหาเงินทุน เงินทุนถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องมีการบริหารเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการจัดสรรเงินทุนในการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการจัดหาเงินทุนมาใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีแหล่งเงินทุน 2 แหล่ง ดังนี้

2.1 แหล่งเงินทุนภายใน เป็นแหล่งเงินทุนที่ได้จากเจ้าของกิจการ อันได้แก่ เงินที่นำมาลงทุน และจากกำไรสะสม

2.2 แหล่งเงินทุนภายนอก เป็นเงินที่ได้จากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินภายนอก

3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คนถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องจัดหาบุคคลที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับตำแหน่งงาน

4. การบริหารการตลาด เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือบริการถึงมือผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งการบริหารการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจต้องอาศัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่

¹⁸ <https://sites.google.com/site/businesscomputersubjects/hnathi-ni-kar-prakxb-thurkic>

4.1 ผลិតภัณฑ์ คือสิ่งที่ธุรกิจเสนอขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่อาจจะเป็นตัวสินค้าหรือบริการก็ได้

4.2 ราคา คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้ประกอบธุรกิจต้องกำหนดราคาให้เหมาะสม เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จึงจะสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้แก่ผู้บริโภคได้

4.3 การจัดจำหน่าย คือ กิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากธุรกิจไปยังตลาดเป้าหมาย ผู้ประกอบธุรกิจต้องเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ และจะต้องจัดจำหน่ายให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค

4.4 การส่งเสริมการตลาด คือการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะชักจูงให้เกิดการซื้อ ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องเลือกการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มตลาดเป้าหมาย

3.2 การปกป้องตัวคุณและธุรกิจของคุณ

3.2.1 ความปฏิบัติตามกฎหมายและการควบคุม

ผู้หญิงที่ผู้ประกอบการในฐานะเจ้าของธุรกิจเล็ก ๆ หรือธุรกิจในระดับใด ก็ตาม ต้องปฏิบัติตามกฎหมายใบอนุญาตธุรกิจของประเทศ จากการเริ่มก่อตั้งบริษัทเล็ก ๆ จนถึงการทำสัญญาทางกฎหมาย คุณจะต้องรู้จักกฎหมายทางธุรกิจในประเทศของคุณ และมีสิทธิในการเข้าถึงทนายความถ้ามีปัญหาทางกฎหมายกับลูกค้าหรือพนักงาน คุณอาจจะต้องศึกษา เข้าใจ เตรียมพร้อมในการบันทึก ตรวจสอบและลงนามสัญญาทางกฎหมาย และสัญญาขาย เมื่อมีปัญหาทางกฎหมาย

3.2.2 การประกันภัยทั้งธุรกิจและตัวคุณเอง

การได้ทำประกันภัยจากบริษัทที่มีชื่อเสียง สามารถปกป้องธุรกิจของคุณได้ เมื่อเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติและการเงินรวมทั้งเรื่องอื่น ๆ คุณสามารถเลือกหลักประกันที่จะปกป้องธุรกิจของคุณได้ดีที่สุด โดยเปรียบเทียบเงื่อนไขและราคา ดูประวัติของบริษัทประกัน แล้วหาว่าผู้บริหารคนอื่นคิดอย่างไรกับบริษัทประกันพวกนี้

Something To Do

ค้นหาอย่างน้อยสามบริษัทประกันภัย ที่ให้การคุ้มครองทรัพย์สินและชีวิต เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายกับประโยชน์ที่แต่ละบริษัทเสนอให้

3.2.3 ความปลอดภัยทางออนไลน์และออฟไลน์

มีหลายประเด็นสำคัญที่คุณต้องจำไว้ และระวัง เมื่อคุณตัดสินใจที่จะใช้ ICT ในธุรกิจของคุณ

ถ้าคุณตัดสินใจใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการเงิน ทรัพยากรบุคคล รายการสินค้าและเอกสารต่าง ๆ สำหรับธุรกิจของคุณ อย่าลืมว่าความปลอดภัย ICT เป็นสิ่งสำคัญ คุณต้องบริหารจัดการเกี่ยวกับการติดตั้งและใช้โปรแกรมป้องกันไวรัสที่ดี บนเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต คุณสามารถหาข้อมูลการเลือกและวิเคราะห์ของเครื่องมือป้องกันไวรัสและระบบรักษาความปลอดภัยอินเทอร์เน็ตได้อย่างดี

ความปลอดภัยส่วนตัวของคุณมีความสำคัญ ไม่ว่าออนไลน์หรือออฟไลน์

ตัวอย่างการหลอกลวงออนไลน์ประเภทต่าง ๆ เช่น การส่งข้อความจากอีเมลล์และบัญชีโซเชียลมีเดีย ซึ่งอาจต้องให้คุณเปิดเผยรหัสผ่านของคุณ (การขโมยบัตรประจำตัว) และข้อมูลสำคัญอื่น ๆ (หมายเลขบัญชีธนาคาร บัตรเครดิตและอื่น ๆ) รวมทั้งระวังกลยุทธ์การโกงต่าง ๆ เช่น ข้อความและโปรโมชั่น “รวดเร็ว” “สำเร็จเร็ว” ฯลฯ

รวมทั้งพฤติกรรมพื้นฐานง่าย ๆ คือ การปิดรหัส การ log out ออกนอกเครื่อง คุณต้องปกป้องสถานที่ทำงานของคุณ ตรวจสอบความเหมาะสม และการติดตั้งสายไฟหรือระบบไฟฟ้าที่ถูกต้อง รวมทั้งระบบความปลอดภัยภาพรวมเช่น กล้องคอมพิวเตอร์ที่เป็นที่วิงวรณ์ (CCTV) ที่สามารถใช้ในการช่วยดูแล ติดตามกิจกรรมธุรกิจของคุณได้ในบางช่วงที่คนงานพัก เช่น สายพานการผลิต การลำเลียง ฯลฯ

สิทธิของทรัพย์สินทางปัญญา (IPR)

นักธุรกิจต้องรู้ถึงสิทธิบัตรประชาชน เมื่อคุณสร้างหรือประดิษฐ์สินค้าที่พิเศษและชนิดหนึ่ง คุณสามารถขอสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญา มันหมายความว่า คุณสามารถปกป้องทั้งการใช้ และการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาของคุณในระยะเวลาที่กำหนดตามกฎหมาย แต่ละประเทศมีกฎหมายที่ควบคุมสิทธิบัตรประชาชน นอกจากสิ่งประดิษฐ์แล้ว อาจรวมถึงงานวรรณกรรม งานศิลปะ การออกแบบ สัญลักษณ์ ชื่อและภาพ ที่ใช้ในธุรกิจ ฯลฯ เพื่อให้คุณจะได้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของคุณได้รับการคุ้มครอง

ในเวลาเดียวกัน คุณจะต้องระมัดระวังในการเลียนแบบหรือการปลอมแบบรณรงค์ โดยเฉพาะถ้าคุณอยู่ในธุรกิจรายใหม่ คุณต้องระวังเรื่องนี้ไว้ให้ดี เพื่อที่จะไม่ถูกเล่นงานทางกฎหมาย คุณต้องระวังที่จะไม่ฝ่าฝืนกฎหมายใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิบัตร ฯลฯ เพื่อหลีกเลี่ยงผลเสีย ที่ตามมาโดยไม่จำเป็น

Something To Do

เพื่อที่จะรู้ถึงกฎหมายของสิทธิบัตร หรือทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบต่าง ๆ ในประเทศของคุณ ขอให้ค้นหาในเว็บ และอ่านคำสั่ง กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สรุปเนื้อหา 3.2¹⁹

การปกป้องธุรกิจของคุณ

การบริหารความเสี่ยงเป็นเรื่องที่ผู้บริหารองค์กรต้องเรียนรู้เพื่อเตรียมความพร้อมเอาไว้ เพราะความไม่แน่นอนทางธุรกิจที่เหมือนดาบสองคมนี้ สามารถเกิดและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และความไม่แน่นอนนี้เองก็มักจะนำความเสี่ยงมาด้วยเสมอ ความเสี่ยงจึงสามารถเกิดขึ้นได้เสมอเช่นกัน การบริหารความเสี่ยงนั้นนับว่าเป็นเรื่องสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในทุกวันนี้มากเพราะผู้บริหารที่ชำนาญและมีประสบการณ์สูงจะอาศัยโอกาสในช่วงนี้ให้เป็นประโยชน์ในการกำหนดหรือปรับกลยุทธ์ขององค์กร หรือจัดการกับความเสี่ยงให้องค์กรสามารถปรับตัวรับมือได้ทัน จึงทำให้แนวทางในการบริหารความเสี่ยงได้รับความสนใจมากในตอนนี้ เนื่องจากระบบบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรสามารถบริหารงานไปได้อย่างราบรื่น

1. กำหนดความชัดเจนในจุดประสงค์ของธุรกิจ ที่ต้องมีความชัดเจน ผู้บริหารต้องมั่นใจว่าจุดประสงค์ที่ต้องการนั้นสอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ แม้ว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้อาจมีความเสี่ยงแต่ต้องเป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้ คือไม่ใช่ความเสี่ยงที่หนักหนา การกำหนดจุดประสงค์ในธุรกิจต้องมีความชัดเจนว่าต้องการอะไร และต้องทำอย่างไรถึงจะไปถึงเป้าหมาย โดยเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ กำหนดเป็นสัดส่วน อย่างด้านกลยุทธ์ก็ต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าเป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับอะไร และกลยุทธ์นั้นจะนำไปสู่เป้าหมายจุดไหนบ้าง ด้านการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานอะไรบ้างและต้องการประสิทธิภาพในการทำงานระดับไหน และผลของการปฏิบัติงานควรเป็นอย่างไร สามารถที่จะสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรได้มากน้อยแค่ไหน ด้านรายงานต้องระบุให้ชัดเจนว่า เป็นรายงานเกี่ยวกับอะไร เป็นรายงานของภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กร ด้านกฎระเบียบก็ต้องมีความชัดเจนว่า อะไรที่ทำได้ อะไรที่ทำได้ และถ้าฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามจะมีบทลงโทษอย่างไรบ้าง สรุปก็คือ จุดประสงค์ของการทำสิ่งต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจนั้นต้องมีความชัดเจน

2. คาดการณ์ความเสี่ยง อย่างที่ทราบว่าการทำธุรกิจนั้นไม่มีอะไรที่แน่นอนตายตัวเสมอไป ทุกสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจจะไปด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ ซึ่งด้านบวกไม่มีปัญหาอยู่แล้ว แต่ถ้าเปลี่ยนไปในทางด้านลบแน่นอนว่าผลกระทบต่อองค์กรเกิดขึ้นแน่ ดังนั้นคุณจะต้องมีการคาดการณ์ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นไว้หลายๆ สถานการณ์ ดูปัจจัยในทุก ๆ ด้านที่อาจจะเกิดขึ้น ทั้งความเสี่ยงด้านการเงิน ด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านบุคลากร ด้านการปฏิบัติงาน ด้านกฎหมาย และด้านอื่น ๆ ที่คุณคิดว่าจะส่งผลกระทบให้เกิดความเสี่ยง รวมทั้งดูแหล่งปัจจัยความเสี่ยงจากภายนอกด้วย บางครั้งคุณอาจจะมีการจัดกลุ่มเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วย เช่น เหตุที่ 1 กับ เหตุที่ 3 เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน อาจเกิดขึ้นพร้อมกัน คุณก็จัดไว้กลุ่มหนึ่ง เหตุที่ 1 เกิดขึ้นตามด้วยเหตุที่ 2 ตามมา คุณก็จัดไว้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเมื่อคุณทำแบบนี้ ทำให้คุณจะต้องวางแผนรับมืออย่างละเอียด คือ ต้องมีแผนสำรองเสมอ ซึ่งนั่น

¹⁹ <https://www.smebank.co.th/en/knowledge-sme/detail/388>

เป็นการเตรียมรับมือกับความเสี่ยงที่ดีมาก ๆ “ระบบบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรสามารถบริหารงานไปได้อย่างราบรื่น”

3. ประเมินความเสี่ยงที่จะทำให้คุณไม่บรรลุจุดประสงค์ คุณต้องประเมินให้ได้ว่า ถ้าความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เกิดขึ้น แล้วมีโอกาสมากน้อยเพียงใดที่จะกระทบกับจุดประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กรบ้าง ต้องพิจารณา 2 ส่วนคือ 1. ความถี่ของโอกาสที่จะเกิดสถานการณ์ต่าง ๆ ขึ้นมาน้อยแค่ไหน และส่วนที่ 2 ผลกระทบ หากเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่ออะไรบ้าง ซึ่งคุณสามารถประเมินได้ทั้งเรื่องคุณภาพและปริมาณ และที่สำคัญควรมีการประเมินความเสี่ยงเช่นนี้ทั้งก่อนการเกิดความเสี่ยง และหลังจากเกิดความเสี่ยงด้วยก็จะดี เพราะคุณจะได้รู้ปฏิกริยาก่อนและหลังของผู้บริหาร พนักงาน และคุณจะได้รู้ว่า แต่ละคนแต่ละฝ่ายมีวิธีการในการทำงานในสภาวะต่าง ๆ อย่างไรบ้าง กระบวนการปฏิบัติงานมีความเปลี่ยนแปลงไปบ้างหรือไม่

4. จัดการกับความเสี่ยง เมื่อคุณมีการประเมินความเสี่ยงแล้ว คุณก็ต้องมีวิธีการจัดการกับความเสี่ยงด้วย คุณต้องพิจารณาว่าจะเลือกวิธีใดในการจัดการกับความเสี่ยง ซึ่งก็จะมีอยู่ 4 วิธีด้วยกันคือ

4.1 หลีกเลี่ยงเหตุการณ์ เมื่อพบเจอบริการที่เป็นสาเหตุให้เกิดความเสี่ยง ถ้าตัดได้ตัดออกไปเลย

4.2 แบ่งความรับผิดชอบ หรือ เรียกว่า กระจายความเสี่ยง ก็คือ ผลักภาระไปให้ผู้อื่นช่วยรับผิดชอบในความเสี่ยง วิธีนี้ถ้าหากว่า สาเหตุไม่ได้มาจากคุณโดยตรงก็เป็นวิธีที่ดี แต่ถ้าสาเหตุมาจากคุณโดยตรง คุณต้องมองระยะยาวไว้ด้วย เพราะอาจมีผลต่อความน่าเชื่อถือขององค์กร

4.3 ลดปัจจัยที่จะทำให้ความเสี่ยงเพิ่ม คือ ในส่วนความเสี่ยงที่เผชิญอยู่ในปัจจุบันก็แก้ปัญหากันไป แต่ในอีกส่วนเบื้องหลังก็ค่อย ๆ ตัดปัจจัยที่จะทำให้เสี่ยงเพิ่มออกไป

4.4 เผชิญหน้า นั่นคือ ยอมรับกับความเสี่ยงอย่างกล้าหาญ แต่ถ้าจะเลือกวิธีนี้ในการจัดการความเสี่ยงนั้น คุณต้องประเมินแล้วว่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกระทบกับองค์กรไม่มากนัก

5. ควบคุมความเสี่ยง เมื่อความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับแต่ละองค์กร รวมถึงการเลือกวิธีจัดการกับความเสี่ยงของแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกัน การควบคุมความเสี่ยงของแต่ละองค์กรจึงมีความแตกต่างกันไปด้วย วิธีการควบคุมความเสี่ยงของแต่ละองค์กรก็จะขึ้นอยู่กับข้อกำหนดนโยบายและวิธีการปฏิบัติงานของแต่ละที่ ซึ่งอาจมีความเหมือนหรือความต่างก็ได้ จะเป็นการควบคุมทั่วไปทั้งระบบ หรือควบคุมเพียงแค่บางส่วน ก็ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดนโยบายในเรื่องของการควบคุมความเสี่ยง แต่สิ่งสำคัญประการหนึ่งของการควบคุมความเสี่ยงก็คือ การกำหนดหน้าที่การควบคุมนี้ให้กับบุคลากรที่มีความชำนาญ ซึ่งเมื่อคุณกำหนดหน้าที่แล้ว คุณจะต้องมีการแจ้งแก่พนักงานทุกคนให้ทราบถึงการทำงานในส่วนนี้ด้วย

6. ติดตามผล การติดตามผลก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะนี่คือการป้องกันการเกิดความเสี่ยงที่ดี ถ้ามีการติดตามผลการควบคุมความเสี่ยง คุณจะมั่นใจได้ว่าคุณจะสามารถรับมือกับความเสี่ยงได้อยู่เสมอ คุณจะติดตามอย่างต่อเนื่อง หรือติดตามผลเป็นรายครั้งก็ตาม ทั้งหมดล้วนถือว่าเป็นมาตรการป้องกันความเสี่ยงที่ดีและเหมาะสมทั้งนั้น การติดตามอย่างต่อเนื่องก็จะดีตรงที่ว่า หากเกิดสถานการณ์ไม่คาดคิดขึ้นคุณสามารถแก้ไขสถานการณ์

ได้อย่างรวดเร็วทันที ส่วนการติดตามผลเป็นรายครั้งเหมาะที่จะใช้เมื่อเกิดเหตุความเสี่ยงไปแล้ว เพื่อความเปลี่ยนแปลง

3.3 การติดตามและประเมินผล

การติดตามและประเมินผลบอกถึงผลงานของธุรกิจของคุณ แผนการธุรกิจของคุณที่อธิบายถึงหน้าที่และกิจกรรมภายใต้แต่ละหน้าที่ ต้องมีตัวชี้ถึงความสำเร็จของคุณ คุณจะต้องพัฒนามาตรฐานและมาตรฐานในการดำเนินงานของคุณ

ตัวอย่างเช่น ตัวอย่างของการประสิทธิภาพหลักของการตลาด สามารถประเมินผลกระทบของกิจกรรมการตลาดและการใช้จ่ายของคุณต่อบัญชีขายและการใช้จ่ายของคุณได้อย่างไร ด้วยข้อมูลนี้ คุณสามารถตัดสินใจว่าจะเพิ่มหรือลดค่าใช้จ่ายได้ที่ไหน และจะตัดสินใจว่า คุณจะสามารถกู้เงินลงทุนได้อย่างไร การพัฒนาและติดตาม

ผลลัพธ์หลักของคุณ สำหรับการสนับสนุนการขายต่าง ๆ เช่น ลดราคาและการโปรโมชั่นของคุณ, เช่นเดียวกับบริการลูกค้าของคุณ สามารถบอกคุณได้ว่าพวกเขาได้มีส่วนร่วมในการเพิ่มหรือลดยอดขายและกำไร

การติดตามและประเมินผลยังให้คุณมีตัวชี้ความคืบหน้า ในส่วนของเป้าหมาย, กลยุทธ์และเป้าหมายประจำปีของคุณ และสามารถบอกคุณได้ว่า คุณจำเป็นต้องปรับปรุงด้านไหนของธุรกิจของคุณ มันสามารถประเมินความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพของสินค้า และภาพลักษณ์ธุรกิจของคุณในตลาด มันสามารถบอกคุณได้ว่า คุณกำลังทำอะไรหรือพลาดการขายและผลกำไรเป้าหมายของคุณ

การเฝ้าดูรวมถึงการสังเกตและตรวจสอบตัวแปรความเสี่ยงในธุรกิจ ในโมดูล W1: การวางแผนธุรกิจ โดยใช้ ICT มีหลายรูปแบบของความเสี่ยง คุณต้องตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว ที่จะมีผลต่อธุรกิจของคุณ การเฝ้าระวังภายนอกหมายถึงการอัปเดตความรู้ของคุณ และข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของคุณ ยกตัวอย่างเช่น การเพิ่มราคาเชื้อเพลิงหรือค่าใช้จ่ายพลังงาน จะมีผลกระทบต่อราคาและค่าใช้จ่ายของวัสดุ ดังนั้นราคาของสินค้าของคุณจะถูกส่งผลกระทบต่อด้วยเช่นกัน

ในหลายกรณี การตรวจสอบและประเมินผลถูกละเลยในธุรกิจ ต้องแจ้งให้ทราบว่าแผนการธุรกิจของคุณ เช่นการตั้งเป้าหมาย เกี่ยวข้องกับการติดตามและประเมินผลงานของธุรกิจ ดังนั้นคุณสามารถกำหนดวิธีการได้ดีกว่านี้ เช่นกำหนดตัวชี้ผลการดำเนินงานหลัก และมีเป้าหมายที่ชัดเจนกว่า (เป้าหมายและเป้าหมายของ SMART)

ตัวอย่างของตัวชี้ผลงานหลัก เกี่ยวข้องกับผลผลิตการขายประจำวัน เดือนและปีของคุณ เมื่อเทียบกับเป้าหมายการขายของคุณ คุณภาพของสินค้าต่อการร้องเรียนหรือการขึ้นชมของลูกค้า เป็นอีกด้านหนึ่งที่ คุณสามารถกำหนดเป้าหมายและติดตามผลลัพธ์จากข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล ในแผนการธุรกิจของคุณ คุณสามารถระบุตัวชี้ตัวหลักของคุณ เพื่อที่จะสร้างกลไกการติดตามและประเมินของคุณ รวมถึงรายงานการขาย การตอบสนองของลูกค้า และรายงานผลการดำเนินงานของทีมงาน เป็นต้น

แผนการตรวจสอบต้องถูกวางแผนและกำหนดไว้อย่างชัดเจน เพื่อช่วยให้คุณติดตามและประเมินขั้นตอนและตัวชี้ผลการดำเนินงานของคุณ การตรวจสอบจะต้องรวมถึงสภาพแวดล้อมธุรกิจ และวิธีการที่สินค้าของคุณและ

คู่แข่งของคุณกำลังดำเนินการในตลาดในแง่การเงิน การจัดการทางการเงินและเครื่องมือในการประเมิน เช่น บันทึกรายการเงินและบันทึกการผลิตสินค้าสามารถใช้ได้ ดังตัวอย่างเช่น

ตาราง 21 ให้ตัวอย่างของตัวชี้ผลการดำเนินงานหลักของบริษัทธุรกิจ TESCO²⁰

โฟกัสเป้าหมาย	ประสิทธิภาพหลัก	เป้าหมาย	แท้จริง	ความแปรปรวน
การซื้อและขายสินค้าอย่างมีความรับผิดชอบ	มุมมองของซัพพลายเออร์: % ของคะแนนที่เป็นบวกกับคำถามที่ว่า “ฉันได้รับการปฏิบัติด้วยความเคารพ”	74%	71%	-3%
ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	ลดการปล่อยคาร์บอนจากร้านค้าของเราที่สร้างขึ้นก่อนปี 2549 เมื่อเทียบปีต่อปี	3.5%	4.9%	+1.4%
การสร้างงานและอาชีพที่ดี	% ของพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนสำหรับงานต่อไปโดยใช้ Options Scheme	6%	5.8%	-0.2%
มอบทางเลือกเพื่อสุขภาพให้เพื่อนร่วมงานและลูกค้า	เพื่อนร่วมงานและลูกค้ามีส่วนร่วมกับบริษัท	9.3 million	9.5 million	+0.2 million

ICT สามารถช่วยให้คุณติดตามและประเมินธุรกิจของคุณได้อย่างไร การมีข้อมูลธุรกิจของคุณเองในโปรแกรมซอฟต์แวร์ สามารถช่วยให้คุณตรวจสอบและติดตามผลงานของคุณได้ โปรแกรมตารางสามารถให้ข้อมูลสรุปได้ง่าย ๆ ที่จะช่วยให้คุณติดตามความคืบหน้าของธุรกิจของคุณได้อย่างไม่ยากนัก

สรุปเนื้อหา 3.3²¹

การติดตามและประเมินผล

ทุกธุรกิจ ทุกกิจการต้องมีกิจกรรมการประเมินผลเกี่ยวกับการดำเนินงานของบุคลากรเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปัญหาความไม่พอใจ ความรู้สึกที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม ฯลฯ จนทำให้การบริหารบุคคล ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการประกอบกิจการเพิ่มมากขึ้น

ที่เป็นเช่นนี้เพราะการประเมินผลปฏิบัติงานของบุคลากร ดำเนินการและจัดทำแบบฟอร์มหรือรูปแบบของการประเมินโดยไม่ได้นำเอาแนวคิดการบริหารผลดำเนินงาน (Performance Management) ในฐานะของเจ้าของภาระงานแต่ละคนมาใช้ในการประเมินผล ดังนั้นสิ่งที่ธุรกิจอาจจะต้องพิจารณาและทำการปรับปรุงคือ การ

²⁰ TESCO Business Case Study

²¹ <https://chirapon.wordpress.com/category/การติดตาม-ประเมินผล/>

นำเอาแนวคิดการบริหารผลดำเนินงาน (Performance Management) มาใช้อย่างเหมาะสม ทั้งในมุมมองของผู้ที่ทำการประเมิน และในมุมมองของผู้เป็นเจ้าของ หรือคนทำงาน ที่ต้องแสดงคุณค่าของผลงานและความสามารถในการบริหารผลดำเนินงานของตนเอง

ประการที่ 1

การบริหารผลดำเนินงานในมุมมองที่ผู้บริหารเป็นการจัดวางและดำเนินกระบวนการสื่อสารที่ต่อเนื่องระหว่างดำเนินกิจการและดำเนินแผนกลยุทธ์ระหว่างปี การสื่อสารดังกล่าวจะต้องเป็นไปอย่างเชิงพันธมิตรที่ใกล้ชิดกันเพียงพอระหว่างผู้บริหารและบุคลากรภายใต้การกำกับดูแล จนกระทั่งเกิดความชัดเจนของสิ่งที่คาดหวัง และการรับรู้สิ่งที่ควรดำเนินการเพื่อให้ผลดำเนินงานบรรลุความสำเร็จ

ความชัดเจนที่ว่านี้ควรครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับ

- ภาระงานที่กิจการคาดหวังว่าบุคลากรจะดำเนินงาน ตลอดจนบทบาทการสนับสนุนที่ผู้รับผิดชอบโครงการคาดหวังว่าจะได้รับจากหน่วยสนับสนุน (Support Function)

- ผลผลิตของงานที่เกิดจากการปฏิบัติงานภาระงานที่สามารถเชื่อมโยงสู่การบรรลุผลสำเร็จของผลดำเนินงานระดับองค์กร ที่สะท้อนว่าผลผลิตของงานนั้นมีส่วนในการสร้างมูลค่า (Value) แก่กิจการ

- การกำหนดกฎเกณฑ์และเงื่อนไขเป็นการล่วงหน้าเกี่ยวกับ

- (ก) การปฏิบัติภาระงาน

- (ข) เกณฑ์การประเมินผลงานที่ชัดเจน เช่น ผลผลิตของงานลักษณะใดที่กิจการยอมรับว่าดี และเจ้าของภาระงานก็ยอมรับในเกณฑ์และเงื่อนไขนั้นด้วยกันทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติของเจ้าของของภาระงานแต่ละคน

- การกำหนดแผนบริหารผลดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารและบุคลากร ที่เกี่ยวข้องกับ

- (ก) การธำรงรักษาคุณภาพผลงาน

- (ข) การปรับปรุงและยกระดับผลงาน

- (ค) การปรับเปลี่ยนเพื่อการพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่ที่ไม่คุ้นเคย

- เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน ความถี่ รูปแบบการประเมินผลที่มีบรรทัดฐานมีการวางน้ำหนักความสำคัญตามความเหมาะสมและความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ตลอดจนตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานในแนวคิด OS Matrix (Owner-Support)

- ค้นหาและระบุอุปสรรค จุดอ่อน สิ่งที่ดีศักยภาพ ความพร้อม ความสามารถยังไม่เพียงพอ และดำเนินการเพื่อขจัดให้หมดไปก่อนดำเนินการ

ประการที่ 2

การบริหารผลดำเนินงานในมุมมองของบุคลากรที่เป็นเจ้าของภาระงาน หรือคนทำงานแต่ละคนที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการกำกับตนเองเพื่อให้ผลดำเนินงานบรรลุผลตามภาระงานที่ได้รับมอบหมาย การบริหารผลดำเนินงานดังกล่าวต้องเชื่อมโยงผลงานกับการกำกับตนเองกับผลงานที่เกิดขึ้น โดยต้องมีการกำหนดให้ชัดเจนว่า การบริหารผลดำเนินงานด้วยการกำกับภาระงานด้วยเจ้าของภาระงานควรจะครอบคลุมถึง

- การร่วมมือกับเจ้าของภาระงานอื่นตามความจำเป็น
- การทำให้เกิดการรับมอบงานจากเจ้าของภาระงานก่อนหน้าให้ครบถ้วน ถูกต้องและทันเวลา
- การทำให้เกิดกระบวนการส่งมอบและรับมอบผลผลิตที่เกิดจากการปฏิบัติภาระงานให้เป็นไปตามเป้าหมายและข้อตกลงร่วมกัน
- การเตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาระหว่างดำเนินงาน จนกระทั่งผลดำเนินงานบรรลุผลร่วมกัน
- การร่วมมือกับผู้บริหารในการร่วมกันกำกับภาระงานให้บรรลุผลสำเร็จ
- การปรับปรุงและยกระดับผลดำเนินงานตามภาระงานอย่างต่อเนื่อง (Self-Improvement) ด้วยตนเอง
- การสื่อสาร ชักจูง ทำความเข้าใจ ทำความตกลง หาข้อยุติร่วมกันระหว่างเจ้าของภาระงานกับผู้บริหารที่กำกับงาน ซึ่งประกอบด้วย

(ก) การรับฟัง

(ข) การซักถาม ชี้แจง โต้แย้ง

ประการที่ 3

การบริหารผลดำเนินงาน ผู้บริหารที่ทำหน้าที่กำกับดูแลต้องทำหน้าที่สนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เป็นเจ้าของผลงาน บุคลากรแต่ละคนต้องปฏิบัติงานตามภาระงานของตน ด้วยความสมัครใจ ตรงตามความชำนาญและยอมรับร่วมกัน โดยทั่วไปแล้ว แนวคิดการบริหารผลดำเนินงานมักจะนำมาใช้เมื่อสถานการณ์บ่งชี้ว่าผลดำเนินงานจะออกมาไม่ดี ไม่บรรลุผลสำเร็จ เช่น บางธุรกิจอาจทำเพียงให้คนทำงานกรอกแบบฟอร์มการประเมินผลปฏิบัติงานเพียงปีละครั้ง ไม่ได้มีรายงานความคืบหน้าของการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอหรือเป็นระยะ ๆ ซึ่งนับว่าเป็นความเสี่ยง

ประการที่ 4

ธุรกิจหลายแห่งมีแนวคิดที่ไม่ถูกต้องว่า การพัฒนาแนวคิดการบริหารผลดำเนินงานนั้นใช้เวลานานและความพยายามมากเกินไป จึงมักไม่ใช้ หรือไม่เข้มงวดจนส่งผลต่อการทำไม่สำเร็จ ผู้ประกอบการจะต้องมีทัศนคติที่ว่า โปรแกรมการพัฒนาแนวคิดการบริหารผลดำเนินงานเป็นเครื่องมือที่ช่วยลดความเสี่ยงหรือเพิ่มประสิทธิภาพ

ในการทำงานที่ต้องดำเนินการไปทีละขั้น (phase) และทำให้บุคลากรทุกคน ทุกระดับรับรู้ว่าโครงการนี้จะให้ประโยชน์อย่างไรต่อบุคคลที่เป็นเจ้าของภาระงาน ผู้บริหารและต่อกิจการหรือต่อธุรกิจของทุกคนร่วมกันในที่สุด

ประการที่ 5

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดจากการพัฒนาแนวคิดการบริหารผลดำเนินงาน ได้แก่

- ลดความจำเป็นในการเข้าไปเกี่ยวข้องกับแทรกแซง ตรวจสอบตราทุกเรื่องแม้แต่เรื่องเล็กเรื่องน้อย
- ประหยัดเวลาทำงานและคิดแทนบุคลากรเจ้าของภาระงานเพราะควรจะให้แต่ละคนตัดสินใจกำกับภาระงานของตนเอง และมั่นใจว่าเจ้าของภาระงาน หรือคนที่ทำงานผ่านการพัฒนาศักยภาพความรู้ความพร้อมในการตัดสินใจด้วยตนเอง
- ลดการเสียเวลาในการเข้าใจผิดพลาด สับสน
- ลดการเกิดความผิดพลาดซ้ำซาก และส่งผลต่อปัญหาอื่น ๆ ในที่สุด

ประโยชน์ในมุมมองของบุคลากรที่เป็นเจ้าของภาระงาน หรือคนทำงาน

- รู้ว่าจะปฏิบัติงานอย่างไรให้ผลดำเนินงานออกมาดี
- รู้ว่าตนมีอำนาจในการกำกับภาระงานด้วยตนเองแค่ไหน
- มีโอกาสพัฒนาศักยภาพ ความพร้อมทักษะ การปฏิบัติภาระงานตรงตามความชำนาญ

ประโยชน์ในระดับองค์กร

- ผลดำเนินงานจะมีประสิทธิภาพจากการบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตกลงร่วมกัน
- การปฏิบัติงานบูรณาการและเชื่อมโยงกัน และแต่ละคนรู้ว่าตนร่วมสร้างมูลค่าแก่กิจการหรือแก่องค์กรของตนเองร่วมกัน

IV. การปิดธุรกิจ

ผลการเรียน

- 1) สามารถเข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างการติดตามและประเมิน และการปิดกิจการได้
- 2) สามารถรายงานการตรวจสอบและประเมินผลที่ดี โดยสามารถบอกคุณได้ว่าธุรกิจของคุณต้องจบหรือไม่ และด้วยเหตุผลใด

อย่างที่มีการแจ้งในโมดูล W1 W2: การวางแผนธุรกิจด้วยการใช้เครื่องมือ ICT พบว่า สาเหตุบางสาเหตุของความล้มเหลวของธุรกิจคือ การไม่มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ทางธุรกิจที่สูงขึ้น หรือที่พัฒนาขึ้น ความรู้และความสามารถที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะกับธุรกิจนั้น ๆ การขาดความมุ่งมั่น ความกลัวความล้มเหลว การขาดแรงจูงใจ การขับเคลื่อนธุรกิจ การบริหารจัดการเรื่องเงิน และการทำงานร่วมกันในรูปแบบของทีมงาน

ดังนั้นการเริ่มต้นธุรกิจและระยะเวลาสองปีของธุรกิจ นับว่าเป็นช่วงเวลาที่สำคัญ เป็นขั้นตอนที่จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไปได้

การปิดธุรกิจอาจไม่ได้เป็นเพราะความล้มเหลวของนักธุรกิจ มันอาจเกิดขึ้นเพราะมีใครบางคนต้องการซื้อธุรกิจของคุณ หรือนำไปรวมกับธุรกิจของพวกเขาเอง สาเหตุอื่นอาจอยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ประกอบการ เช่นวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศ การขาดแคลนวัสดุดิบ การเปลี่ยนแปลงนโยบายและสิ่งอื่น ๆ

เมื่อธุรกิจปิด ขอให้เราเข้าใจธรรมชาติของมันเหมือนตอนที่เราเปิดธุรกิจ มีสิ่งสำคัญที่จะยอมรับและต้องทำ มีนโยบายหรือข้อกำหนดทางกฎหมายที่ต้องปฏิบัติตาม ขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งของธุรกิจ ดังนั้นการปิดธุรกิจต้องมีการทำรายงานตัวต่อเจ้าหน้าที่ การจ่ายค่าจ้างให้กับพนักงานของคุณ ขยายอุปกรณ์และอุปกรณ์ และการจัดการทางกฎหมายต่าง ๆ ให้เสร็จสิ้น

V. สรุป (Summary)

โมดูลนี้ให้คำแนะนำพื้นฐานเกี่ยวกับการเริ่มก่อตั้งธุรกิจ โดยได้แสดงให้เห็นปัจจัยหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ โมดูลนี้ยังเสนอวิธีการ ตัวอย่างต่าง ๆ ที่ ICT สามารถเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจนี้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการบรรลุเป้าหมายของผู้ประกอบการ

การเริ่มต้นและการดำเนินธุรกิจ ต้องการการเตรียมพร้อมทั้งทางจิตใจ แรงจูงใจและเวลาที่ต้องทุ่มเท อาจจะยุ่งยากในตอนแรก เพราะต้องมีการเตรียมการและเวลามากมาย เพื่อทดสอบความชอบ ความรักที่จะทำ ความอดทนของนักธุรกิจ ถึงแม้ว่าธุรกิจอาจจะเล็ก ๆ อย่างที่แสดงในโมดูลนี้ มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ หากว่าคุณใส่ใจและหัวใจของคุณอยู่กับมัน แต่ถึงคุณจะล้มเหลวในตอนแรก มันก็ไม่ได้หมายความว่าอาชีพนี้จะจบลง บทเรียนของการล้มเหลวสามารถทำให้คุณเข้าใจธุรกิจของคุณมากขึ้น และสามารถที่จะเริ่มใหม่ได้ตลอดเมื่อคุณคิดว่าคุณพร้อม

ตัวอย่างบทเรียนบางอย่างที่เรียนรู้จากความล้มเหลวและความสำเร็จคือ:

» หากจุดประสงค์สูงสุด และการพลาด หรือการมองไม่เห็นความเสี่ยงต่างๆของคุณ

» มีความรู้และความสามารถในการธุรกิจที่เพียงพอ

» มุ่งมั่น ตั้งใจให้มากขึ้นกับธุรกิจ

» ลดความกลัวและกลัวเผชิญหน้ากับความล้มเหลว

» ให้กำลังใจตัวเอง และรู้ว่าอะไรที่ผลักดันให้คุณจริงจังและกระตือรือร้นในการดำเนินการตามเป้าหมายของธุรกิจและเป้าหมายของคุณ

» เรียนรู้วิธีการจัดการการเงินของคุณ เริ่มตั้งแต่เงินทุนของคุณ

» ทำให้คนเชื่อในธุรกิจของคุณมากขึ้น

»» การหาช่องทางให้คนเข้ามาช่วยสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจของคุณ

การเรียนรู้เรื่องของธุรกิจเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินต่อไป การเข้าร่วมกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจและเครือข่ายสามารถช่วยพัฒนา ปรับปรุงความสามารถของคุณได้ คุณสามารถเรียนรู้จากบทเรียนออนไลน์ต่างๆที่มีให้บริการฟรี เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะของคุณในธุรกิจ

จากมุมมองและกลยุทธ์ที่ชัดเจน ธุรกิจจะต้องมีแผนธุรกิจที่มีความกระฉับกระเฉงขึ้นอยู่กับสิ่งที่คุณเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกของคุณ แผนธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของวงจรในทุกขั้นตอนของธุรกิจ เมื่อมีการวางแผนอย่างละเอียด คุณเริ่มต้นและดำเนินการ ติดตาม ตรวจสอบและประเมินอย่างเป็นระบบและเป็นไปตามแผนเพื่อที่คุณจะสามารถวางแผนและปรับปรุงธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

จากโมดูลนี้ เราเรียนรู้ได้ว่า:

»» มีหลายกิจกรรม หลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการก่อตั้งธุรกิจ การทำรายการตรวจสอบ และการใช้อุปกรณ์และโปรแกรม ICT จะสามารถทำให้การทำงานง่ายขึ้น

»» ในฐานะผู้ประกอบการ คุณต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายในการเริ่มธุรกิจ การดำเนินธุรกิจ และการปิดธุรกิจ

»» การวิจัยตลาดจะช่วยให้คุณสามารถระบุ 5 Ps ได้ชัดเจน: ลูกค้าของคุณ (คน); คุณค่าเฉพาะของสินค้าของคุณ; ราคาที่เหมาะสมของสินค้าสามารถขายได้ในตลาด; วิธีการที่สินค้าสามารถไปถึงลูกค้า (สถานที่); และลูกค้าจะรู้ได้อย่างไรว่าธุรกิจเสนออะไร (การโปรโมชัน)

»» การเตรียมการ การเตรียมพร้อมเรื่องทรัพยากรสำคัญ รวมทั้งการบริหารจัดการตั้งแต่การเริ่มต้นและการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญ ต้องรอบคอบและต้องคำนวณให้ถูกต้อง ในการเคลื่อนย้ายทรัพยากรสำคัญที่คุณสามารถหาข้อมูลที่ดี เพื่อพัฒนา วางแผนและดำเนินการกิจกรรมธุรกิจของคุณ กำลังคนเป็นส่วนสำคัญของธุรกิจของคุณ ไม่ใช่แค่ในฐานะลูกค้า แต่พวกเขาสามารถเป็นกลุ่มผู้ช่วยของคุณด้วย คุณต้องพัฒนาทักษะด้านสังคมของคุณในกลุ่มธุรกิจของคุณ เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมธุรกิจ เครือข่าย สร้างทรัพยากรและเงินทุน และการจัดการทีมธุรกิจของคุณ

»» การค้นหาข้อมูลที่เชื่อถือได้ นับว่ามีค่าและเป็นกุญแจสำคัญในการเรียนรู้ การพัฒนา และเป็นวิธีที่คุณสามารถใช้ทรัพยากรธุรกิจของคุณ

»» คุณต้องมีวินัยในการบันทึกการเงินของคุณ รวมทั้งค่าใช้จ่ายและการขายของคุณ และวางแผนงบประมาณของคุณ คุณอาจจะพิจารณาการลงทุนในระบบบัญชีและบันทึกการเงิน เพื่อช่วยคุณจัดการการเงินของคุณ คุณต้องแยกเงินส่วนตัวและเงินจากธุรกิจออกจากกัน

»» คุณจะต้องสามารถที่จะติดตามและประเมินผลงานของธุรกิจได้ และเรียนรู้จากมัน และทำให้ผลการติดตามและประเมินเป็นพื้นฐานของการปรับปรุงพัฒนา และปรับปรุงแผนธุรกิจ แผนการเงินและวงจรธุรกิจของคุณให้เติบโตต่อไป

ภาคผนวก

คู่มือสำหรับผู้ให้การฝึกอบรม (Facilitators' Guide)

A. เป้าหมายของโมดูล

จุดประสงค์ของโมดูลนี้คือ การแนะนำให้ผู้หญิงสามารถพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้ประกอบการ เริ่มตั้งแต่การก่อตั้งและการบริหารจัดการธุรกิจของเธอเอง โดยเฉพาะการใช้ ICT เพื่อมาเป็นเครื่องมือช่วยในการดำเนินการได้ เช่น ช่วยหาแนวคิดธุรกิจพื้นฐาน เครื่องมือวิเคราะห์ และโปรแกรมพื้นฐานของ ICT ในการเริ่มต้นและจัดการธุรกิจ ดูจากความต้องการและความชอบของผู้หญิงที่เป็นผู้ประกอบการ โดยที่โมดูลนี้ได้ให้ตัวอย่างและวิธีการทำงานที่แสดงให้เห็นให้ผู้หญิงเริ่มใช้เครื่องมือ ICT ในธุรกิจของพวกเขา

เป้าหมายหลักของการเรียนรู้ของโมดูลคือ:

- O1 – ให้คำแนะนำพื้นฐานในการก่อตั้งธุรกิจ
- O2 – เพื่อแสดงความแตกต่างของธุรกิจต่าง ๆ
- O3 – เพื่อนำเสนอประโยชน์ของโปรแกรม ICT ในการเริ่มต้นและบริหารจัดการธุรกิจ

B. ผลการเรียนรู้

เมื่อเสร็จสิ้นโมดูลนี้ ผู้เข้าร่วมจะสามารถ:

- L1 – เข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างผู้หญิง อำนาจ ศักยภาพกับความเป็นผู้ประกอบการ และการใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือในการก่อตั้งและบริหารจัดการธุรกิจ
- L2 – สามารถเชื่อมโยงของผู้หญิง การประกอบการ กับธุรกิจทั่วไป โดยเฉพาะการวางแผน ก่อตั้งและการจัดการของบริษัท และวิธีการใช้ ICT เพื่อให้เป็นเครื่องมือเพื่อการประกอบการดังกล่าว
- L3 – ความสำคัญของแรงจูงใจของผู้ประกอบการ ความต้องการ การจัดการเวลาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ
- L4 – การเรียนรู้ ยอมรับความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎและมาตรฐานของรัฐบาลเกี่ยวกับธุรกิจ
- L5 – ความเข้าใจเกี่ยวกับ “ว่าตลาด” ความหมาย และความสำคัญของการเตรียมการและทำวิจัยตลาด
- L6 – ระบุและวิเคราะห์กระบวนการ ทรัพยากรและเงินทุนในการก่อตั้งธุรกิจ
- L7 – เข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่หลักของการประกอบธุรกิจต่าง ๆ และวิธีการใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือในการประกอบการดังกล่าว

L8 – การปกป้องธุรกิจ ปกป้องตนเองจากภัยคุกคามออนไลน์ กฎหมาย รวมทั้งความปลอดภัยต่าง ๆ

L9 – ความเข้าใจถึงความสำคัญของการติดตามและประเมินผลงานของธุรกิจ

L10 – สามารถเชื่อมโยงระหว่างการค้าติดตามและประเมิน และการปิดกิจการ

C. การตั้งเป้าหมาย การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และระยะเวลาที่เสนอ

สำหรับกลุ่มผู้บริหาร หรือกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย (For policymakers)

ส่วนของคำแนะนำ สามารถดำเนินการได้ประมาณ 30 นาทีถึงหนึ่งชั่วโมง

สำหรับกลุ่มผู้ให้การฝึกอบรม (For the training of facilitators)

การฝึกอบรมจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม คนที่คุ้นเคยกับการใช้ ICT หรือโปรแกรมต่าง ๆ ในการทำงาน รวมทั้งการใช้โทรศัพท์มือถือ ก็จะง่ายขึ้น แต่หากเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้เกี่ยวกับ ICT น้อยหรือไม่มี อาจจะต้องให้ฝึกอบรมเกี่ยวกับ ICT ก่อน จากนั้นจึงมาอบรมโปรแกรม WIFI เพราะจะทำให้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเข้าใจ ตลอดจนสามารถเพิ่มทักษะเกี่ยวกับการใช้ ICT เพื่อเป็นเครื่องมือเพื่อช่วยในการเริ่มต้น หรือบริหารจัดการ หรือดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจได้ เช่น การทำบัญชี การทำรายชื่อ การทำรายการสินค้า ฯลฯ

ในภาคปฏิบัติการทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การฝึกฝนจะใช้เวลา 1-2 วัน หรือประมาณ 8-16 ชั่วโมง ซึ่งสามารถปรับประยุกต์ได้ตามความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับการฝึกหัดกลุ่มผู้หญิงที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ (For the training of women entrepreneurs)

การฝึกหัดหญิงผู้ประกอบการ ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของหญิงผู้ประกอบการ หากมีความรู้เกี่ยวกับ ICT น้อยหรือไม่มี ก็ควรไปเรียน ICT เบื้องต้นมาก่อน จากนั้นจึงเริ่มเข้าโปรแกรม WIFI

การฝึกปฏิบัติจะใช้เวลาประมาณ 12 ชั่วโมง โดยแยกเป็น 2 ชั่วโมงในช่วงหนึ่งหรือสองสัปดาห์ เพื่อให้ผู้หญิงสามารถใช้เวลาออกจากหน้าที่ประจำวันของพวกเธอในการเข้าร่วมการเรียนรู้หรือการฝึกอบรม

D. การเตรียมการฝึกอบรม (Training preparations)

ต้องวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรม เช่นการตรวจสอบประวัติของผู้เข้าร่วม หาข้อมูลเกี่ยวกับอายุ และสถานะของพวกเขา ทั้งแต่งงานหรือโสด ประสบการณ์การทำธุรกิจของพวกเขา และประวัติตลอดจนประสบการณ์หรือความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้ ICT ไม่ว่าพวกเขาใช้โทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ หรือการใช้โปรแกรมง่าย ๆ (Applications) ด้วยเช่นกัน ความคาดหวังของพวกเขาก่อนที่จะฝึก นี้จะช่วยให้คุณวางแผนการฝึก ให้เข้ากับความต้องการของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งการวิเคราะห์ความต้องการของการฝึกอบรมดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ด้วยการสำรวจคำถามสั้น ๆ

แนวทางสำหรับการอบรมผู้ประกอบการผู้หญิง (For women entrepreneurs)

หากวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมคือเพื่อฝึกอบรมผู้ประกอบการผู้หญิง ระยะเวลาของการฝึกอบรมจะแตกต่างกันไปตามภูมิหลังของผู้ประกอบการผู้หญิง ขอแนะนำว่า สำหรับกลุ่มที่มีความรู้ด้าน ICT อย่างจำกัด หรือไม่มีเลย ขอให้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรด้าน ICT พื้นฐานก่อนเข้าโปรแกรม WIFI นี้ ระยะเวลาของการฝึกอบรมอาจใช้เวลา 8 ชั่วโมงโดยแบ่งเป็นครั้งละ 2 ชั่วโมง แบ่งเป็นหนึ่งหรือสองสัปดาห์ต่อครั้ง ทั้งนี้เพื่อให้แน่ใจว่าผู้หญิงสามารถใช้เวลานอกความรับผิดชอบประจำวันเพื่อเข้าร่วมในหลักสูตรได้อย่างสะดวก

E. การจัดและการฝึกอบรม

การใช้ภาษาของพื้นที่ หรือของท้องถิ่นพบว่าเป็นที่ต้องการและพบว่ามีประสิทธิภาพมากกว่า เพื่อกระตุ้นการอภิปราย พบว่าหลักการบางอย่างของการศึกษาผู้ใหญ่ที่มีประโยชน์และมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณในฐานะผู้อำนวยความสะดวกจะต้องใช้เวลาผู้เข้าร่วมเพื่อนำความรู้และประสบการณ์ของตนเองมาสู่การอภิปราย คุณต้องสามารถบรรเทาความกังวล ความประหม่าของผู้เข้าร่วมอบรม และชี้แจงให้ชัดเจนว่าการฝึกอบรมเป็นโอกาสในการทดสอบความคิดของพวกเขาด้วยการประยุกต์ใช้โดยตรงกับชีวิตของพวกเขา การกระตุ้นให้พวกเขาแบ่งปันความคิดและประสบการณ์จะช่วยให้คุณระบุบริบทและระดับของประสบการณ์ได้ สิ่งนี้จะช่วยให้คุณเข้าใจถึงทิศทางและความสามารถในการกำหนดทิศทางการฝึกอบรมให้ตรงตามความคาดหวังของผู้เข้าร่วม และในขณะเดียวกันก็ทำให้โมดูลและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ส่วนหนึ่งของการเตรียมตัวสำหรับการฝึกอบรมคือการเตรียมคำถามง่าย ๆ เช่น

การเล่าเรื่อง (Storytelling) และการใช้เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย วิธีนี้มีประสิทธิภาพมากและได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วม หากคุณมีประสบการณ์การเป็นผู้ประกอบการ การแบ่งปันเรื่องราวของคุณเองจะดึงดูดผู้เข้าร่วมได้

การใช้กรณีศึกษาและแบบฝึกหัด ในพื้นที่ (local cases) มีอย่างน้อย 3 กรณีในพื้นที่และแบบฝึกหัด 3 แบบที่พร้อมจะอธิบายแนวคิดและข้อความหลักของหัวข้อที่จะหารือระหว่างการฝึกอบรม หากมีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ให้แสดงวิดีโอสั้น ๆ เกี่ยวกับกรณีของผู้ประกอบการผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ หากยังไม่มีให้บริการ คุณอาจแปลเนื้อหาวิดีโอบางส่วนเป็นภาษาของคุณ ขอแนะนำให้คุณผลิตสื่อวิดีโอสั้นและภาพถ่ายที่สะท้อนบริบทของท้องถิ่น

เรื่องราวการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของผู้เข้าร่วมฝึกอบรม หากผู้เข้าร่วมมีประสบการณ์ ให้พวกเขาแบ่งปันสิ่งเหล่านี้ระหว่างการสนทนา 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) แนะนำให้ทำกิจกรรมต่อไปนี้อย่างต่อเนื่องเพื่อติดตามผู้เข้าร่วมโครงการ

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

การสนับสนุนผู้ประกอบการผู้หญิง อาจรวมถึงองค์การผู้หญิงเพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพของผู้หญิงด้านเศรษฐกิจอย่างแข็งขัน พวกเขาอาจจัดตั้งกลุ่มช่วยเหลือตนเองหรือกลุ่มสนับสนุนที่จะให้สถานที่สำหรับผู้ประกอบการผู้หญิงในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์และสนับสนุนซึ่งกันและกันในธุรกิจและเรื่องส่วนตัว

การฝึกสอนและการให้คำปรึกษา (Coaching and mentoring) ผู้หญิงสามารถได้รับการสนับสนุนโดยการให้บริการเพิ่มเติมเช่นการฝึกสอนและให้คำปรึกษาด้านผู้ประกอบการและ ICT ในการฝึกสอน ผู้ประกอบการ

สตรีจะได้รับการอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมตามเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนธุรกิจ การเริ่มต้นและการจัดการ ในการให้คำปรึกษา ผู้ประกอบการสตรีจะได้รับคำแนะนำและคำแนะนำที่เจาะจงและเหมาะสมยิ่งขึ้น เพื่อที่พวกเขาจะได้ดำเนินการในระดับที่สูงขึ้น

การประเมินผลการเรียนรู้ (Evaluation of learning outcomes) จะเป็นการดีหากสถาบันฝึกอบรมหรือโปรแกรมสามารถรวมโปรแกรม WIFI เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการประเมินของสถาบันหรือโปรแกรม ผลการเรียนรู้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวัดผล

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

การปรับ การประยุกต์ให้เหมาะสมกับพื้นที่ หรือกลุ่มเป้าหมาย (Localization) จำเป็นต้องแปลแนวคิดและแบบฝึกหัดในบางประเทศ จากนั้นนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมการฝึกอบรม และปรับกระบวนการ วิธีการการฝึกอบรมให้เข้ากับบริบทท้องถิ่นของพวกเขาด้วย รวมทั้งการพัฒนาและการใช้กรณีศึกษาและแบบฝึกหัดในพื้นที่นั้น ๆ และการสาธิตการใช้งานและเว็บไซต์ในท้องถิ่นที่มีเนื้อหาภาษาท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น หากรัฐบาลของประเทศมีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจดทะเบียนธุรกิจและใบอนุญาต ให้แสดงและนำการอธิบายไปที่เว็บไซต์นี้ ในทำนองเดียวกัน การใช้โซเชียลมีเดียยอดนิยมเพื่อแสดงให้เห็นว่าธุรกิจในพื้นที่ทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของตนอย่างไรจะมีความหมายต่อผู้เข้าร่วมมากขึ้น เพราะจะช่วยให้พวกเขาเข้าใจและสามารถเชื่อมโยงความเกี่ยวข้องต่าง ๆ รวมทั้งสามารถใช้ ICT ได้อย่างรวดเร็ว

การเตรียมตัวสำหรับการฝึกต้องฝึกฝนและทดสอบก่อน ให้กลุ่มเพื่อนร่วมงานช่วยคุณในการทดสอบก่อนการฝึกแบบฝึกหัดภาษาของพื้นที่เพื่อให้ข้อเสนอแนะและรวมทั้งการปรับปรุงแบบฝึกหัด รวมทั้งการเตรียมการให้พร้อมก่อนเริ่มกิจกรรมการฝึกอบรม

H. แนะนำการเรียงร้อยโครงสร้างของหลักสูตร WIFI

Section A: ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจโดยใช้ ICT	
ช่วงที่ 1: บทนำและ ภาพรวม (ระยะเวลาที่แนะนำ: 30 นาที)	ผลการเรียนรู้: L1 – ระลึกถึงความเชื่อมโยงของการเสริมพลังผู้หญิงกับผู้ประกอบการ และ การใช้ICT ในการเริ่มต้นและจัดการธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: บทนำสู่โมดูล คุณในฐานะผู้อำนวยความสะดวกจะดึงดูดผู้เข้าร่วมให้ระลึกถึงสิ่งที่พวกเขา เรียนรู้จากโมดูลหลักเกี่ยวกับการเสริมอำนาจของผู้หญิง การเป็น ผู้ประกอบการ การวางแผนธุรกิจ และบทบาทของICT L2 – ชื่นชมความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการผู้หญิงกับธุรกิจทั่วไป โดยเฉพาะการวางแผน การจัดตั้ง และการจัดการขององค์กร และวิธีการที่ ICT จะมีประโยชน์ในกระบวนการ คุณจะอธิบายวงจรกระบวนการทางธุรกิจและความเชื่อมโยงระหว่างแผน ธุรกิจ การเริ่มต้น และการจัดการกิจกรรมทางธุรกิจ คุณยังจะได้แสดง ตัวอย่างในชีวิตจริงว่าผู้ประกอบการผู้หญิงใช้ ICT อย่างไรในช่วงต่าง ๆ ของวัฏจักรเหล่านี้
ช่วงที่ 2:	ผลการเรียนรู้: L3 – ความสำคัญของแรงจูงใจของผู้ประกอบการและความจำเป็นในการ บริหารเวลาในการดำเนินธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: แรงจูงใจและเวลาว่างของผู้ประกอบการผู้หญิง คุณจะนำผู้เข้าร่วมไปทบทวนสิ่งที่ต้องการของผู้ประกอบการ ลักษณะเฉพาะ (จากหัวข้อหลัก) และอำนวยความสะดวกในการอภิปราย เรื่องแรงจูงใจและการบริหารเวลา ผู้เข้าร่วมจะได้รับการแนะนำให้รู้จักกับ เครื่องมือ ICT ในการจัดการเวลา

Section B: Setting up a Business การจัดตั้งธุรกิจ	
ช่วงที่ 3: การปฏิบัติตาม ด้วยข้อบังคับระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น (ระยะเวลาที่แนะนำ: 60 นาที)	ผลการเรียนรู้: L4 – ตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานของรัฐบาลในธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: ปฏิบัติตามข้อบังคับทางธุรกิจระดับประเทศและระดับท้องถิ่น คุณในฐานะวิทยากรจะนำเสนอความสำคัญของการปฏิบัติตามข้อกำหนดของรัฐบาล หัวข้อนี้จะเชื่อมโยงกับเนื้อหาช่วงที่เกี่ยวกับการคุ้มครองธุรกิจ หากประเทศเจ้าบ้านมีเว็บไซต์ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมธุรกิจ ข้อกำหนด ภาษี ข้อกำหนดด้านสุขภาพ ฯลฯ
ช่วงที่ 4: การทำวิจัยตลาด (ระยะเวลาที่แนะนำ: 180 นาที)	ผลการเรียนรู้: L5 – ทำความเข้าใจว่าตลาดคืออะไร และคุณค่าของการเตรียมและทำวิจัยตลาดในธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: ตลาดคืออะไร การวิจัยตลาดคืออะไร คุณจะหารือและดึงข้อมูลจากผู้เข้าร่วมเกี่ยวกับสิ่งที่พวกเขาเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในโมดูล W1: การวางแผนธุรกิจโดยใช้ ICT การอภิปรายจะเน้นที่องค์ประกอบของการตลาดและประโยชน์ของการทำวิจัยตลาด คุณจะใช้กรณีศึกษาแบบเจาะลึกและตัวอย่างกรณีต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความเข้าใจในแนวคิดและแนวทางหลัก วิธีการทำวิจัยตลาด คุณจะมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วมในขั้นตอนและวิธีการต่าง ๆ ในการทำวิจัยตลาด โดยแสดงตัวอย่างต่าง ๆ คุณจะมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วมในการจัดทำคู่มือการสัมภาษณ์และคำถามสำรวจที่ครอบคลุม 5Ps ในด้านการตลาด คุณจะหารือเกี่ยวกับวิธีที่ผู้เข้าร่วมจะดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้เข้าร่วมจะถูกจัดกลุ่มตาม 5P สำหรับการฝึกวิจัยตลาด การอภิปรายเกี่ยวกับวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้ ICT ในการวิจัยตลาดจะตามมา

	5Ps ในด้านการตลาด คุณจะเป็นผู้นำผู้เข้าร่วมในการอภิปราย 5Ps: People, Production, Price, Place and Promotion ใช้บทเรียนจากกิจกรรมกลุ่มรวมทั้งตัวอย่างกรณีและแบบฝึกหัด ใช้โปรแกรม ICT ต่าง ๆ เพื่อสร้างแผนการตลาดที่ดีขึ้นสำหรับกรณีศึกษาทางธุรกิจ
ช่วงที่ 5: การระดมทรัพยากร (ระยะเวลาที่แนะนำ: 90 นาที)	ผลการเรียนรู้: L6 – ระบุและวิเคราะห์กระบวนการระดมทรัพยากรและเงินทุนในการจัดตั้งธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: การหาข้อมูล ระบบเครือข่าย การจัดหาเงินทุนธุรกิจ: การทำเงินที่มีอยู่ วางแผนการธนาคารและจัดทำบันทึกทางการเงิน การจัดซื้ออุปกรณ์และวัตถุดิบ จ้างทรัพยากรบุคคล คุณจะทำอภิปรายแต่ละหัวข้อโดยใช้กรณีศึกษาและข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม ผู้เข้าร่วมจะได้รับการแนะนำให้รู้จักกับโปรแกรมและเว็บไซต์ ICT เพื่อแสดงประโยชน์หรือความเกี่ยวข้องตามตัวอย่างทางธุรกิจ
Section C: การดำเนินธุรกิจ	
ช่วงที่ 6: หน้าที่ทางธุรกิจ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 180 นาที)	ผลการเรียนรู้: L7 – ทำความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่ทางธุรกิจต่าง ๆ ในการจัดการธุรกิจและวิธีการใช้ ICT เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับฟังก์ชันเหล่านี้ หัวข้อสำคัญ: หน้าที่ทางธุรกิจ วิธีการใช้ ICT ในการจัดการทั่วไป การจัดการสินค้าคงคลัง การผลิต การตลาดและการขาย ทรัพยากรบุคคล และการเงินและการบริหาร

	คุณในฐานะวิทยากรจะแนะนำหน้าที่ต่าง ๆ ของธุรกิจและแง่มุมต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้เข้าร่วมจะได้รับตัวอย่างการใช้กรณีศึกษา การสาธิตการใช้งาน ICT และแบบฝึกหัดภาคปฏิบัติเกี่ยวกับฟังก์ชันที่เลือก
ช่วงที่ 7: การปกป้องธุรกิจของคุณ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 45 นาที)	ผลการเรียนรู้: L8 – เห็นคุณค่าของการปกป้องธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามทางกฎหมายทางกายภาพ และออนไลน์ หัวข้อสำคัญ: การปฏิบัติตามกฎหมายอย่างสม่ำเสมอ การลงทุนประกันเพื่อธุรกิจ ความปลอดภัยออนไลน์และออฟไลน์ การใช้และการสังเกตสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา คุณจะเชื่อมโยงหัวข้อเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายกับช่วงที่ 3 ในการปฏิบัติตามกฎระเบียบระดับประเทศและระดับท้องถิ่น หัวข้อการลงทุนประกันภัยจะหารือเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและความปลอดภัยในการทำงานของประชาชน ความปลอดภัยออนไลน์จะมีการหารือเกี่ยวกับภัยคุกคามของการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ผู้เข้าร่วมจะได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการป้องกันตนเองและธุรกิจของตนทางออนไลน์ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสมัครและการสังเกตจะถูกแบ่งปันและอภิปรายในช่วงนี้
ช่วงที่ 8: การติดตามและประเมินผล (ระยะเวลาที่แนะนำ: 30 นาที)	ผลการเรียนรู้: L9 – เข้าใจถึงความสำคัญของการติดตามและประเมินผลการดำเนินธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: การติดตามและประเมินผล (ตามแผนธุรกิจ) คุณจะแนะนำหน้าที่ของการติดตามและประเมินผลและความสำคัญสำหรับการติดตามผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้เข้าร่วมจะถูกขอให้เข้าร่วมในแบบฝึกหัดกลุ่มที่จะช่วยระบุแหล่งข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ ICT และเครื่องมือที่ไม่ใช่ ICT
ช่วงที่ 9: ปิดกิจการ (ระยะเวลาที่แนะนำ: 30 นาที)	ผลการเรียนรู้:

	L10 – ตระหนักถึงความเชื่อมโยงระหว่างการติดตามและประเมินผลและการปิดธุรกิจ หัวข้อสำคัญ: ปิดกิจการ คุณเชื่อมโยงหัวข้อการปิดธุรกิจกับการติดตามและประเมินผลและปัจจัยที่นำไปสู่การปิดธุรกิจและความล้มเหลว ผู้เข้าร่วมจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้อกำหนดทางกฎหมายในการปิดธุรกิจของตน
ช่วงที่ 10: สรุปและข้อสรุป (ระยะเวลาที่แนะนำ: 30 นาที)	ในช่วงนี้ ขอให้ผู้เข้าร่วมนำเสนอสิ่งที่พวกเขาเรียนรู้จากโมดูล การเรียนรู้จะถูกสรุปโดยสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์และผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของโมดูล

I. หนังสือฝึกปฏิบัติเล่มเล็ก (The mini-workbook)

ในสถานที่ที่ไม่มีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต และสำหรับผู้เข้าร่วมที่มีพื้นฐาน ICT จำกัด และชอบที่จะทำการฝึกหัดด้วยมือ คุณสามารถเตรียมและคัดลอกตารางที่จะให้การวิเคราะห์ที่มีประโยชน์แก่ผู้เข้าร่วม คุณสามารถสร้างสมุดบันทึกเล็ก ๆ ที่ผู้เข้าร่วมสามารถใช้เป็นสมุดบันทึก เพื่อแสดงความคืบหน้าของพวกเขาในมอดูล

J. การเรียนรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ WIFI ผ่านเกม (The WIFI Entrepreneurs' Game)

จุดประสงค์: เพื่อแสดงให้เห็นถึงระบบการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมธุรกิจผ่านกระบวนการเกม

คำอธิบาย: เกมคือ กระบวนการฝึกฝน ผ่านการเล่นบทบาท ตารางงาน การฝึกทั้งหมดจะดำเนินไปในเวลา 30 นาที ต่อจากนั้นจะมีการประชุม 20 นาที สำหรับผู้เข้าร่วมที่จะแบ่งปันการเรียนรู้ของพวกเขา

1. ผู้เข้าร่วมแต่ละคนจะมีบทบาทที่จะเล่น (บางคนจะเล่นบทบาทหลายบท) นักธุรกิจชาย จะมีความหมายเดียวกันใน 5 รอบ สำหรับคนอื่น พวกเขาจะได้รับมอบหมายให้มีหลายบทบาท โดยเฉลี่ย 5 นาทีต่อรอบ

K. ทรัพยากรเพิ่มเติมสำหรับการฝึก หรือการเตรียมการ

Asia Pacific Women's Information Network Centre, Innovative Strategies for Andean Women's Participation in Digital Economy (2012-2014) eBiz Training (Training of Trainers for Rural Women Entrepreneurs). For training materials, please contact APWINC. [http:// www.women.or.kr/](http://www.women.or.kr/)

Catherine Lang and Marina Biasutti, Entrepreneurial Training “Owning your Future”. Available from <http://www.slideshare.net/JacquelineRichardson/entrepreneurial-training-manual-owning-your-future>.

Dandy Victa, Work-At-Home Entrepreneurship: A Practical Guide for Filipinos with Disabilities (Quezon City, National Council on Disability Affairs, 2014). Available from <http://www.ncda.gov.ph/wp-content/uploads/2015/01/e-copy-Work-At-Home-EBook.pdf>.

Food and Agriculture Organization, Promoting Rural Women’s Cooperative Businesses in Thailand: A Training Kit (Bangkok, 2004). Available from <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 คนและสมาชิกสมทบ 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