



โครงการนำร่อง Women ICT Frontier Initiative (WIFI) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสตรีในเอเชีย และแปซิฟิกด้วยการเพิ่มความสามารถของผู้ประกอบการสตรี ด้าน ICT เพื่อให้สตรีสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ เติบโตและ ยั่งยืน มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนตลอดจนเศรษฐกิจของ ท้องถิ่นและระดับประเทศต่อไป

<https://www.unapcict.org/flagship-programmes/wifi>



8

Countries

2

Sub-regions

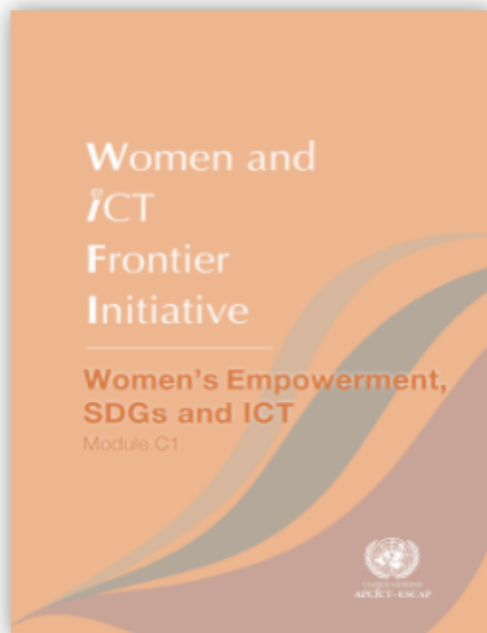
7

Localized Languages

WIFI : มีการนำไปใช้ที่ไหนบ้าง?

Modules for Core Content

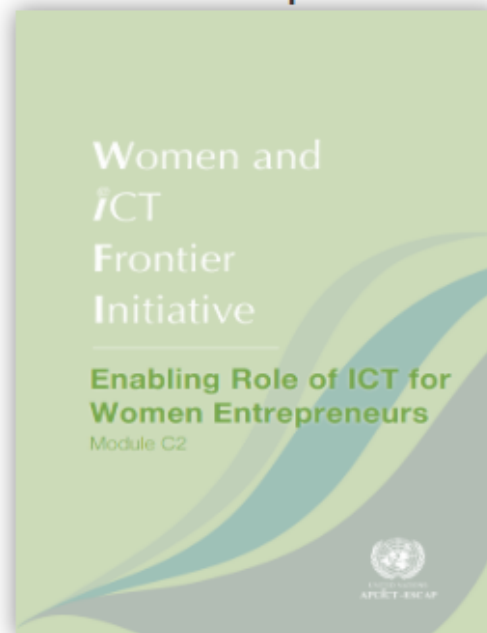
Core Module 1 on Women's Empowerment, SDGs and ICT



► [PDF Version \[1.5MB\]](#)

► [E-Learning Course](#)

Core Module 2 on Enabling Role of ICT for Women Entrepreneurs



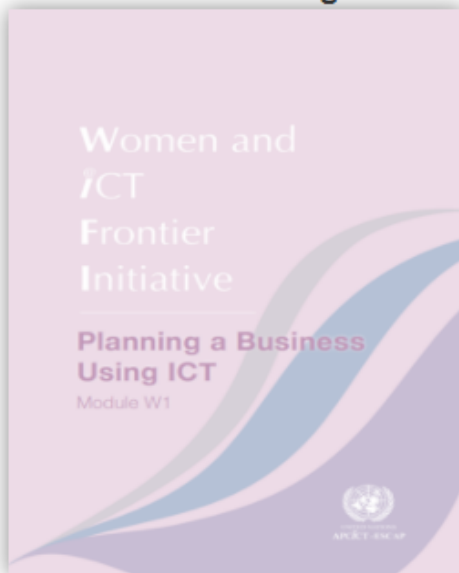
► [PDF Version \[0.6MB\]](#)

► [E-Learning Course](#)

บทเรียนเบื้องต้น: การใช้ ICT
เพื่อการพัฒนาสตรี & สตรีผู้ประกอบการ

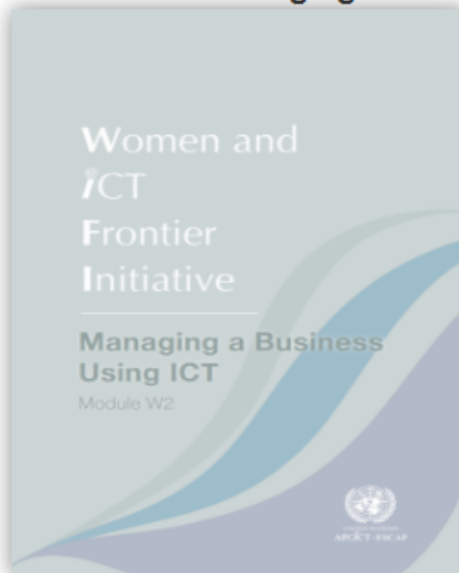
Modules for Women Entrepreneurs Track

Module 1 on Planning a Business Using ICT



► [PDF Version \[3.1MB\]](#)

Module 2 on Managing a Business Using ICT



► [PDF Version \[0.6MB\]](#)

สิ่งที่จะอบรม:

W 1: การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ

W 2: การใช้ ICT เพื่อการบริหารจัดการธุรกิจ

Frontier Initiative

Planning a Business Using ICT

Module W1

สิ่งที่จะอบรม:

W1: การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ

วัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่สำคัญ :

- » เพื่อนำเสนอการวางแผนธุรกิจและเครื่องมือวิเคราะห์
- » เพื่อแนะนำการใช้ ICT สำหรับการวางแผนธุรกิจ

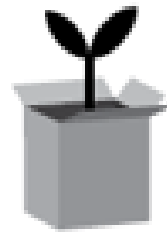
Four stages of a business



Concept



Start-up



Growth



Later
stages

ประเด็นที่จะอบรม: W1

1) ธุรกิจคืออะไร?

2) แผนธุรกิจคืออะไร?

1. เป้าหมายธุรกิจของคุณ
2. ตลาดของคุณ และการวางแผนที่จะขายสินค้าหรือบริการของคุณ
3. การแข่งขันและความเสี่ยงทางธุรกิจของคุณ
4. การออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ดีกว่า
5. การดำเนินการและจัดการธุรกิจของคุณอย่างไร
6. ข้อมูลทางการเงินที่จะทำให้ธุรกิจของคุณดำเนินไปและทำกำไรได้

การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ : Spreadsheet



Conditional Formatting Workbook - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Tell me what you want to do

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing

A2 Salesperson

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Sales Team Review								
2	Salesperson	Region Covered	February 2017 Sales	Cost of Sales	January 2017 Sales	Percent Change			
3	Jeffrey Burke	Oklahoma	\$ 28,000	\$ 2,460	\$ 21,238	32%			
4	Amy Fernandez	North Carolina	\$ 23,138	\$ 1,521	\$ 23,212	0%			
5	Mark Hayes	Massachusetts	\$ 25,092	\$ 1,530	\$ 20,454	23%			
6	Judith Ray	California	\$ 21,839	\$ 1,923	\$ 24,619	-11%			
7	Randy Graham	South Carolina	\$ 23,342	\$ 2,397	\$ 20,045	16%			
8	Christina Foster	Delaware	\$ 23,368	\$ 1,500	\$ 17,537	33%			
9	Judy Green	Texas	\$ 21,510	\$ 1,657	\$ 24,951	-14%			
10	Paula Hall	Virginia	\$ 21,314	\$ 2,418	\$ 18,082	18%			
11									
12		Totals	\$ 187,603	\$ 15,406	\$ 170,138				
13									
14									
15									
16									
17									

Sheet1

Ready Count: 6 136%

การใช้ICTเพื่อวางแผนธุรกิจ :



Google Sheets



Microsoft Excel

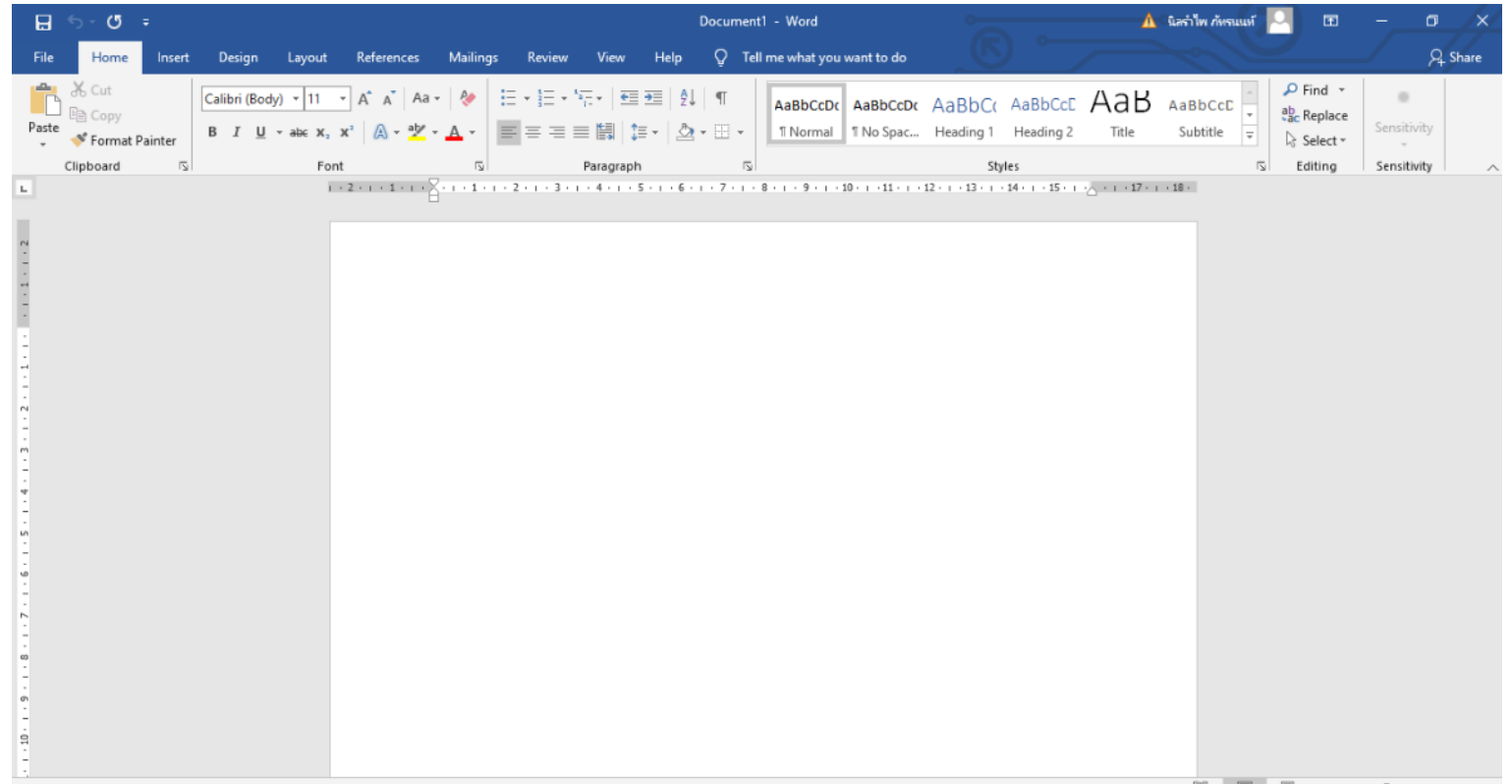


OpenOffice Calc

การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ :



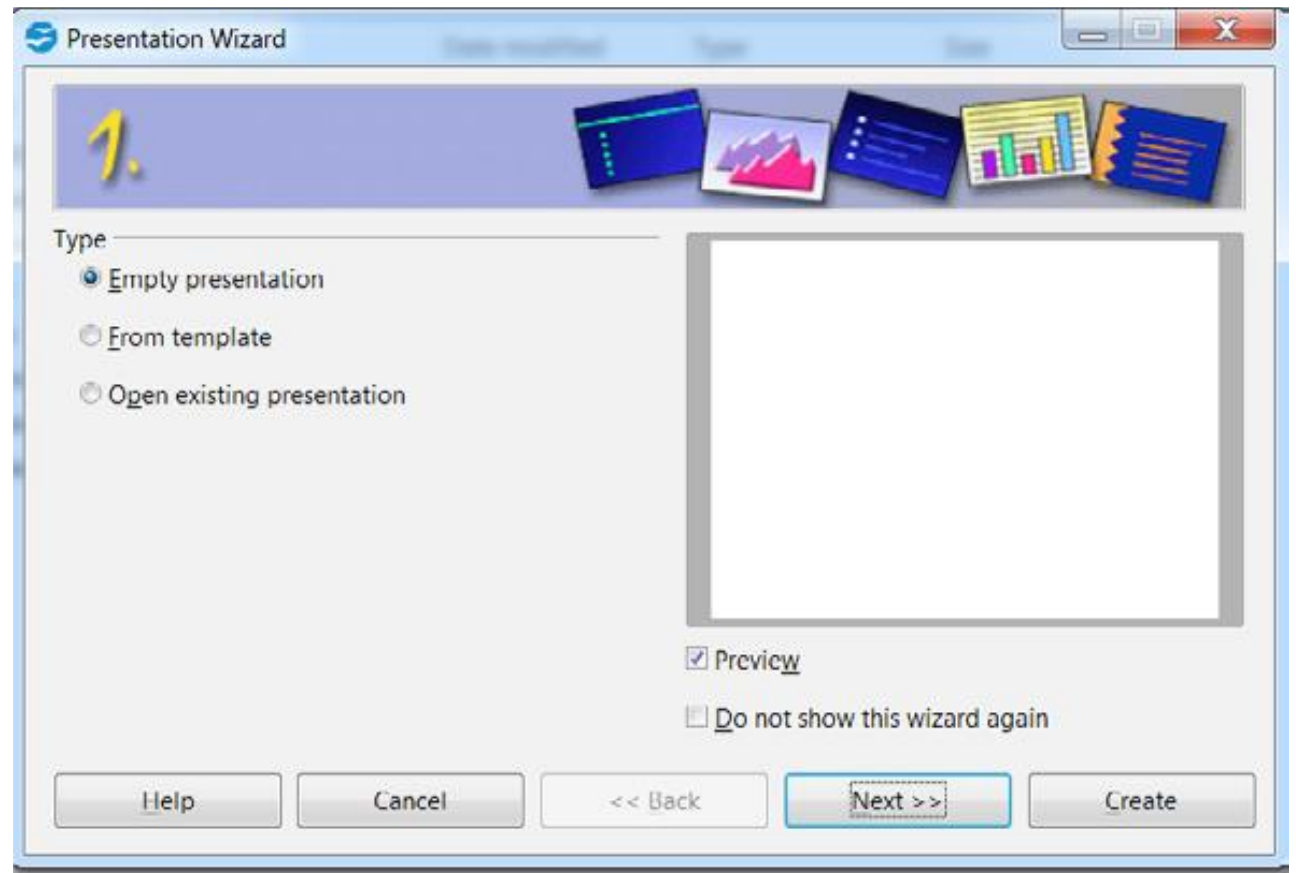
Document or word processor



การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ :



Presentation slides



การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ :

Basic visual aids and graphs

Web browser



การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ : E MAIL



Screenshot of an e-mail message promoting products

การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ :



Social Media

SOCIAL



PACE



อัญชลี อินนวน



21:43



อัญชลี อินนวน



21:43



อัญชลี อินนวน



21:43



อัญชลี อินนวน

Mix SOCIAL



FUN TO EARN



Through technology I can promote my business locally and globally.

For the first time, I learned about online marketing and it really made a difference in how I promote my products.

Through ICT and the Internet I can access different channels through which I can sell my products.

Through Internet and ICT I can go beyond borders with my business.

Networkings



Applying the skills in ICT for business generates more income and job opportunities.

Internet and ICT benefit not only myself but also my community members.

After the social media for business training I feel empowered! I created my own Business Facebook page where I promote my products and story.

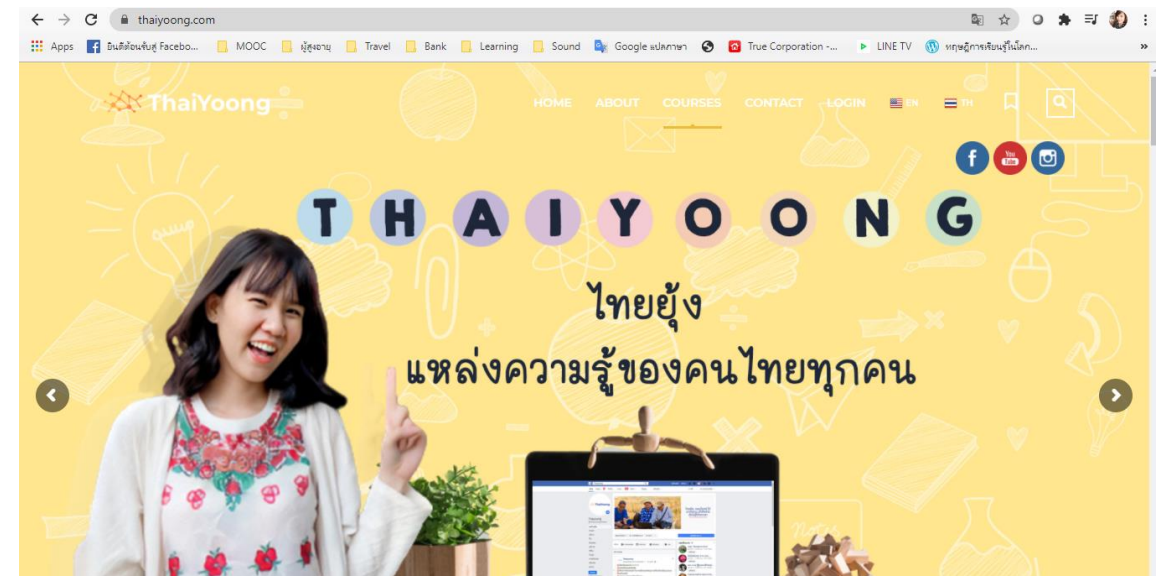
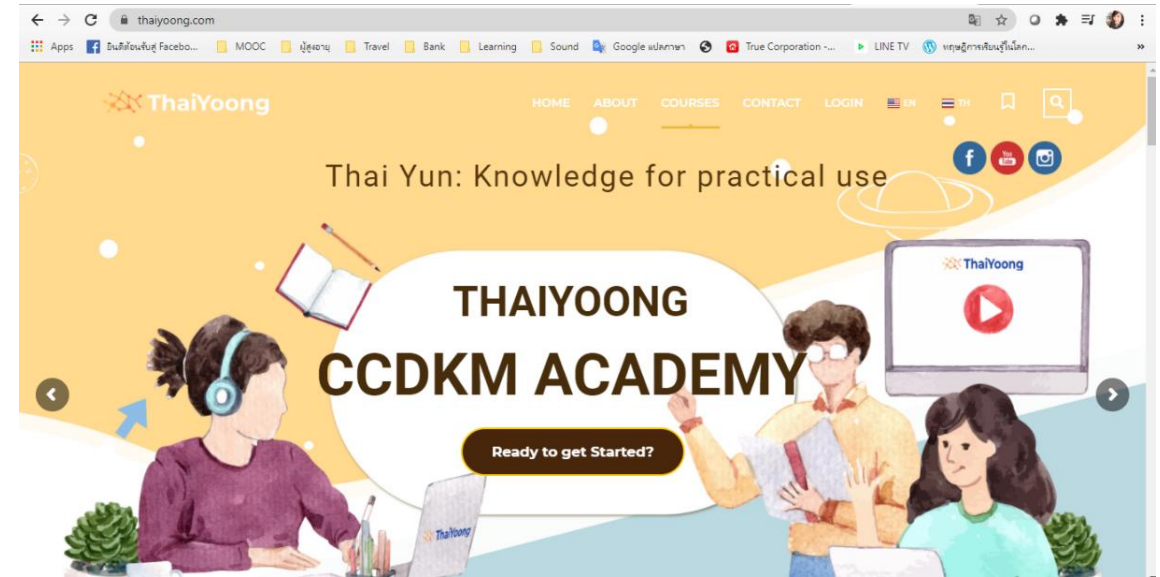
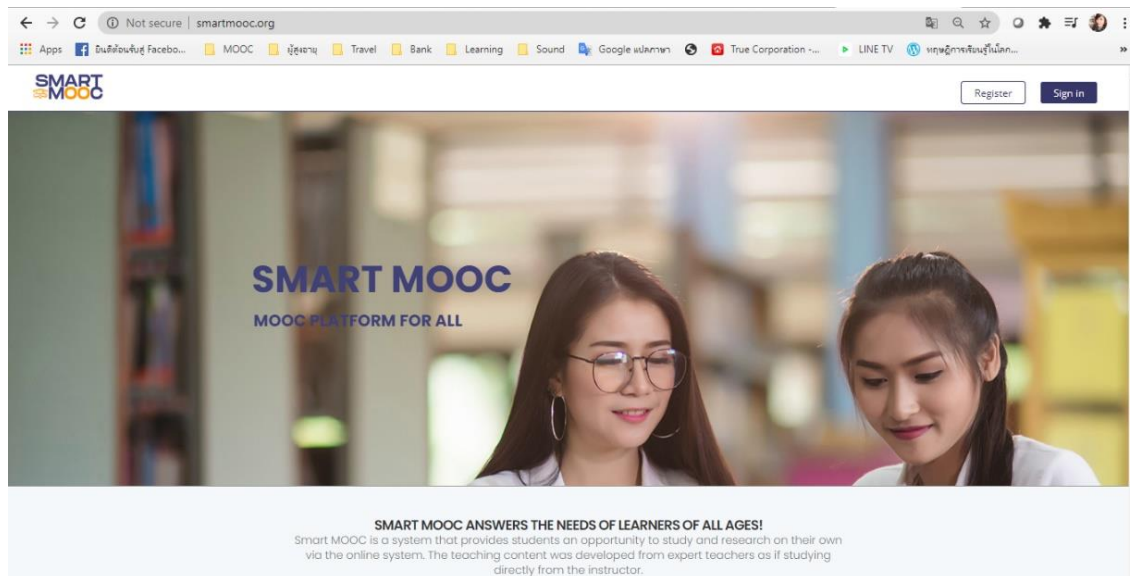
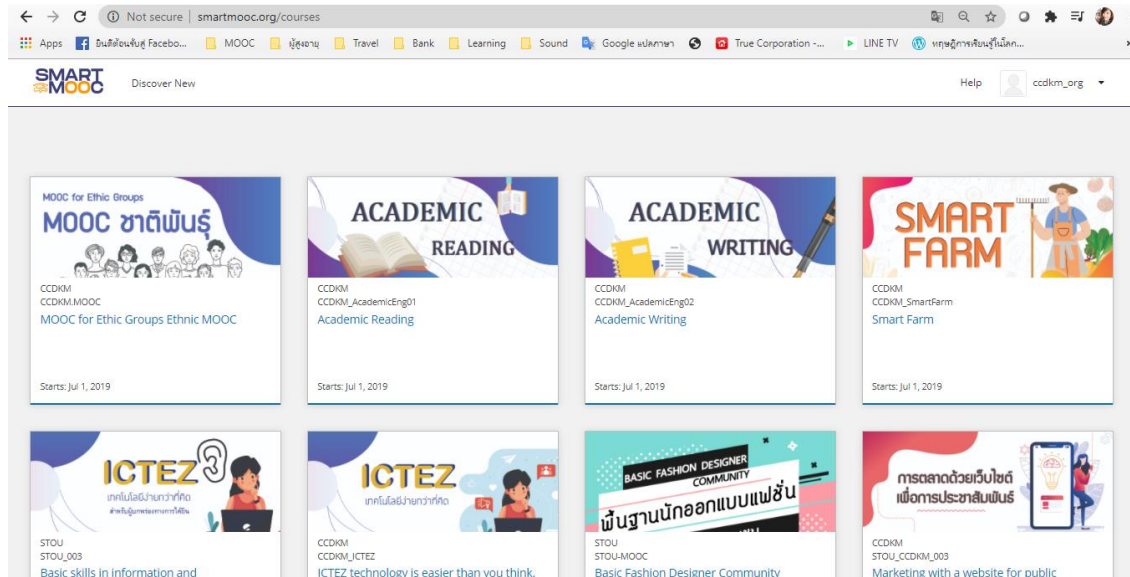
การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ :



Mobile phone applications

การใช้ICTเพื่อวางแผนธุรกิจ :

Learning sites




facebook.com/SmartHattha/

Smart Hattha

Knowledge Management Research Center Main page create

Page Text ... Event Reso... Notifi... 93 Mana... More ▾ Edit p... 1 Settin... 1 Help ▾

 Smart Hattha @SmartHattha

Main page

Shop

About


Event

Post

A note

image

Video



SMART HATTHA


SMART HATTHA PAGE
AS THE HUB FOR ALL
SCHOOLS AND
COMMUNITIES
PRODUCTS AMONG
ALL RELEVANT
STAKEHOLDERS AND
VOLUNTEERS.

I like it ▾ trace Share ...

Send message

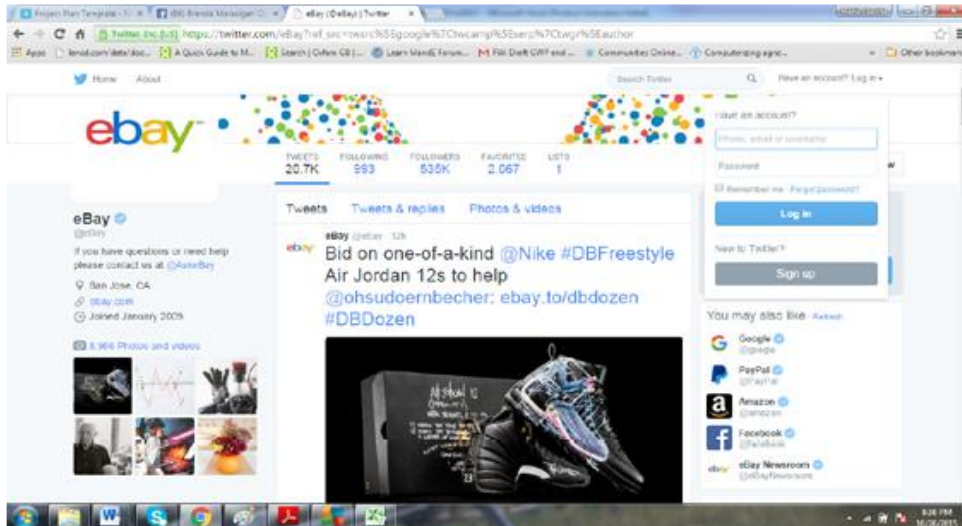
create Live broadcast activity An offer work

Create a post

 Chat (20)

Smart Hattha

การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ :



Selling and buying sites



การใช้ ICT เพื่อวางแผนธุรกิจ :



e-Government services

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

Financial services

เริ่มวางแผนธุรกิจ : จะทำธุรกิจอะไรดี?



A list of business ideas

- » Food business
- » Beauty salon
- » Buy and sell
- » Community store
- » Home service
- » Online selling
- » Bag making
- » Make-up artist
- » Coffee shop
- » Sell clean water
- » Designing
- » Bake and sell cupcakes
- » Bake and sell cookies



วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์



COFFEE PICTURE



FARM STARTUP



Organic Island by Suanphet

ท่องเที่ยวเกษตร & บริการต่างๆ



FARM PRODUCTS & STAY

ลองถามตนเองก่อนวางแผนธุรกิจ :



Table 3. Screening questions for business ideas and sample answers

Business Idea 1: A Home Service Beauty Shop Short Description: The beauty shop will offer haircut, shampoo, blow dry services, hairstyling and hair treatment. I will use my house as a place to start. I can also offer these services at customers' homes							
Questions/Rating	Very high	Quite high	Quite low	Very low	None	Don't know	Notes (strengths, constraints and action plan)
a. Do I have (personal)							
• Knowledge (what the business is all about)							I know but I need to know more
• Skills (learned ability)							I have experience but I need to practise with others more
• Competency (ability and behaviour)							Not knowledgeable about hair treatment
• Traits for a successful entrepreneur							I have to learn and practice more
• Interest							I am very much interested
• Time							I can get help from my relatives to do some of my domestic work

ลองถามตนเองก่อนวางแผนธุรกิจ :

b. Do I have money (capital)							I have savings and I can get help from relatives
c. Are these available? (resources)							
• Raw materials							I need to compare costs of hair products
• Equipment							I have to buy comb, new pair of scissors, blow dryer
• People to hire							I do not need yet but there are some whom I can ask
d. Will people buy my product or service? (demand)							I will have to make a contact list of people and possible customers
e. Are there others who offer the product or service? (competitors)							I will check the neighbourhood who offers the same service
f. Other criteria							
• Health concerns in using products							I will check if there are important health concerns
• Does business require license?							I will check

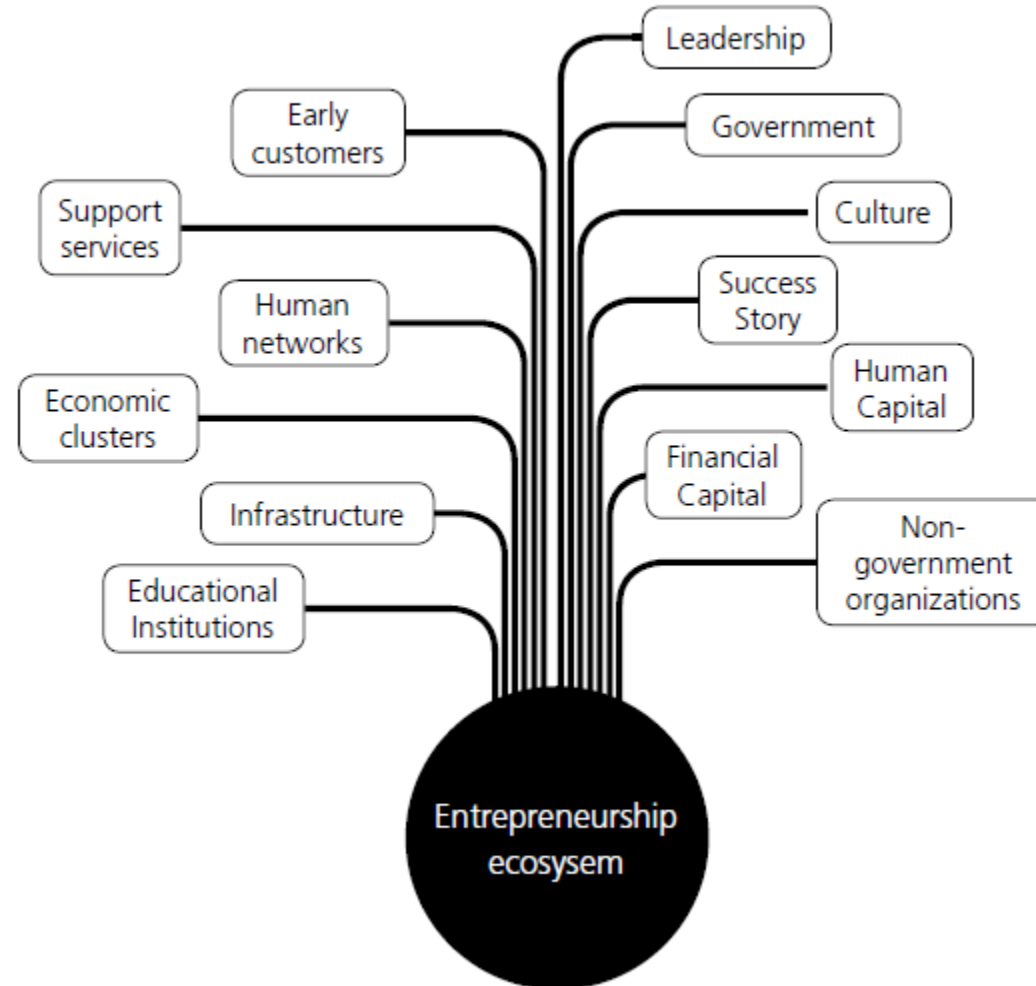
จากนั้นเลือก “สิ่งที่ใช่” เพื่อวางแผนธุรกิจต่อ

Filtering business ideas



มองรอบๆอีกคร้้งก่อนตัดสินใจเลือกทำธุรกิจ :

Figure 18 The entrepreneurship ecosystem



มองรอบๆอีกคร้ังก่อนตัดสินใจเลือกทำธุรกิจ :

Table 4. Environment scan (and sample answers from Mrs. Kuhn's case)

Questions to ask	Sample answers based on the case of Mrs. Kuhn (Case Study 1)	The opportunities and constraints that are revealed by answering the questions
1. How many people are there in the community and nearby? (disaggregate data by gender, age and income levels, if available)	Total population: 50,000 <ul style="list-style-type: none">• Female: 25,000• Male: 25,000• Children (1-9 years old): 12,500• Youths (10-19): 10,500• Young adults (20-29): 8,500• Adults (30-39): 6,500• Seniors (40 and over): 12,000	The number of possible customers where targets can be identified
2. What are the most important local institutions? (e.g., government, city and village council halls, schools, health centres, hospitals, banks, post offices, places of worship)	<ul style="list-style-type: none">• Municipal hall – 1• Village council halls – 10• Schools – 14 primary and 4 secondary schools (3 are privately owned)• Health centres – 5 (including a big one at the municipal hall)• Hospital – 1• Bank – 1• Place of worship – 1	Potential places where the business product can be distributed or promoted, and places that can provide support for the business
3. What are the most important production and trade places? (e.g., markets, shops, craft and repair workshops, agricultural plots, factories)	<ul style="list-style-type: none">• Market - 1• Shops - 30 or more• Craft and repair workshops• Agricultural plots• Factories	Possible location of competitors

มองรอบๆอีกครึ่งก่อนตัดสินใจเลือกทำธุรกิจ :

4. What are the distances by land, water and air, as appropriate? (provide information on the level of access to main roads; distances to nearby villages and cities, and to the capital city; and the level of access to rivers and other waterways, and to airports)	<ul style="list-style-type: none">• Access to 2 major highways• To city (15 km)• To capital city (50 km)• To domestic airport (25 km)• To international airport (65 km)• Two main connecting roads reach all the feeder roads of the villages• All roads are paved	To identify and calculate distribution and production costs
5. What are the means of transportation? (e.g., by bus, train, taxi and others)	<ul style="list-style-type: none">• Buses and small passenger vehicles pass through the major highways• Several small passenger vehicles run by motorcycles are available to the public throughout the day and night	To identify and calculate distribution and production costs, and to assess customer's convenience in visiting your business location
6. What are the meeting points of women, men and children? (e.g., schools, health centres, places of worship, water wells, washing areas, markets, women's associations, community halls, parks)	<ul style="list-style-type: none">• Meeting points of women and men are in the market, place of worship, schools and community halls	For promotion and distribution of products and services

ทำไมเขาต้องมาซื้อเรา:

Value propositioning

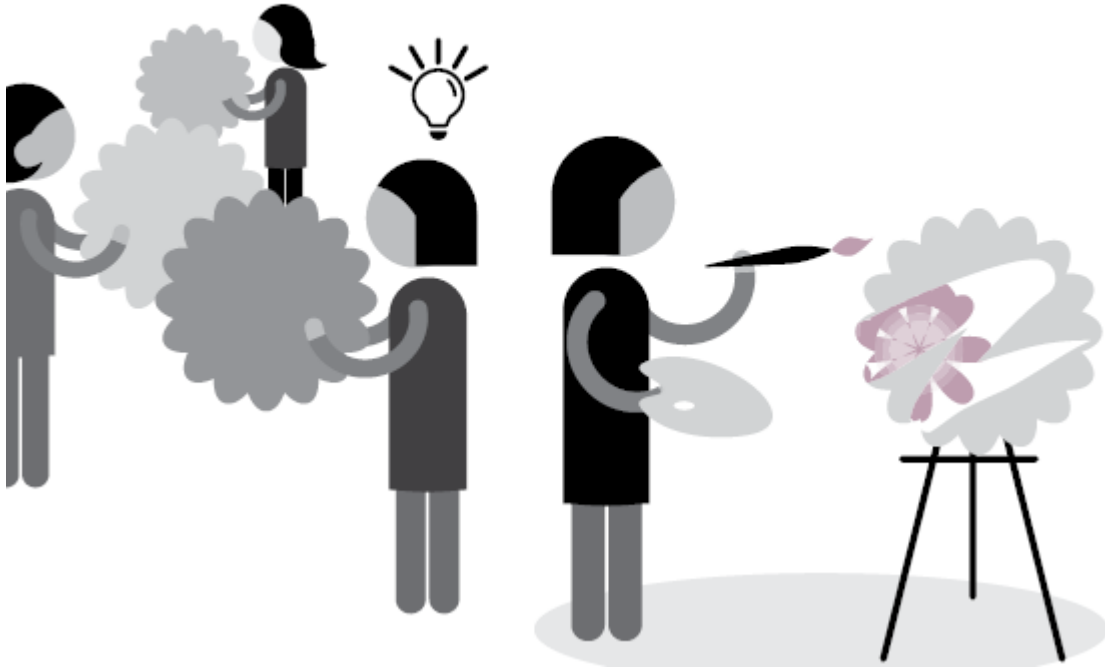


Table 7. SCAMPER Model process definition

Factor for Change	Change Process
Substitution	Replace one or several components of the product
Combination	Merge one or several elements of the product
Amplify	Enlarge or make the product more sophisticated
Minimize	Make the product more simple
Put to other use	Use the product for different purpose
Eliminate	Delete unnecessary parts
Rearrange	Revise the order of the elements contained in the product

วิเคราะห์ก่อนเริ่มทำแผนธุรกิจ :

2)วิเคราะห์ SWOT หรือจุดอ่อน จุดแข็ง และปัจจัย
ต่างๆทั้งเชิงบวก&ลบ

S strength จุดแข็งของเรา

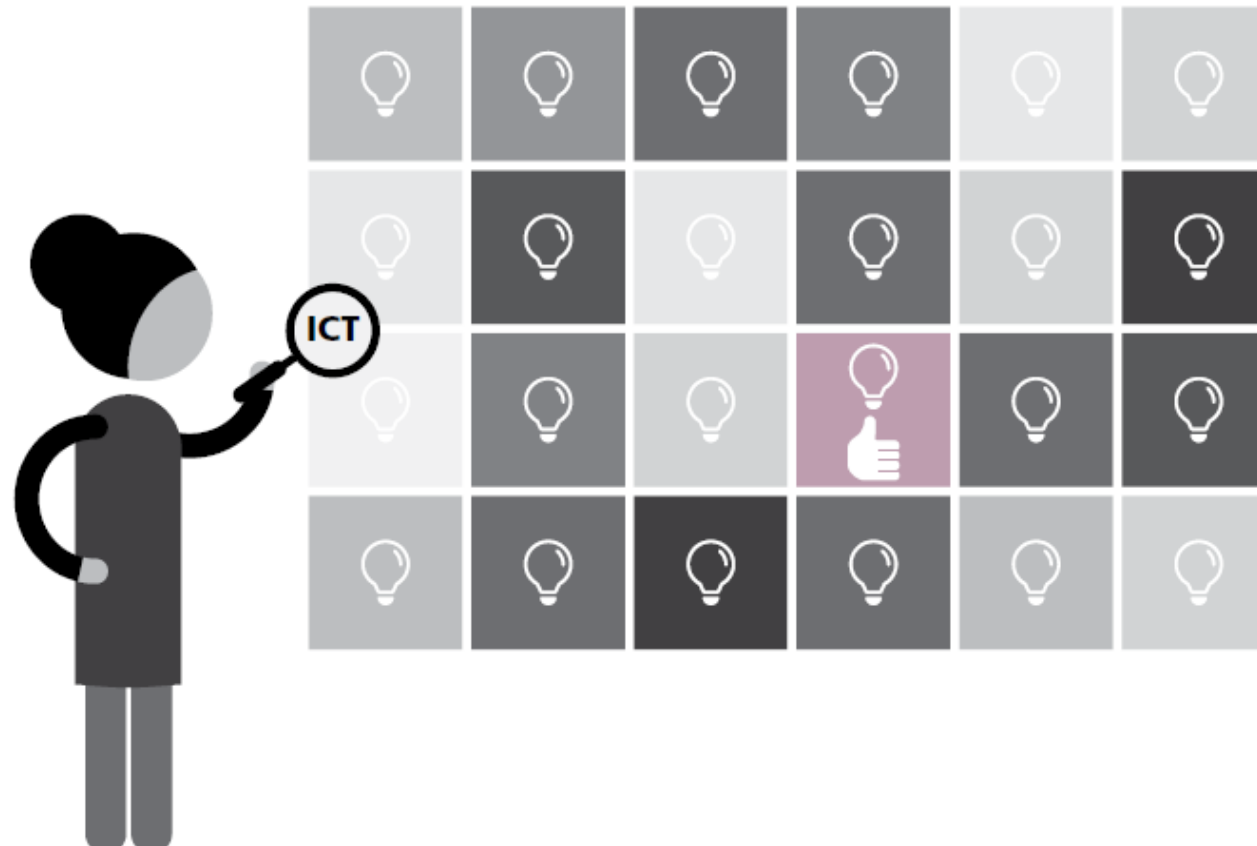
W: weakness จุดอ่อนของเรา

O:opportunityโอกาสที่มากกว่า

T:threat สิ่งที่น่าจะเป็นปัญหา

เมื่อเลือกได้แล้ว... คิดต่อว่าจะเอา ICT
ไปช่วยในการวางแผนธุรกิจอย่างไร:

Figure 20 Filtering business ideas



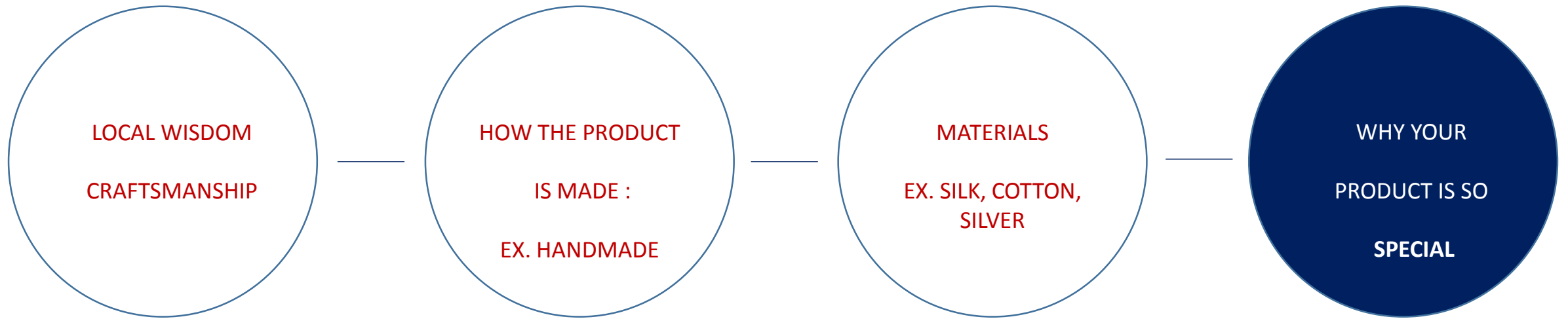
ตัวอย่างการใช้ SMART MODEL

เพื่อการวางแผนธุรกิจ : ระยะสั้น & ยาว

Table 8. Example of a SMART goal

SMART	Description	Goal Example
S – Specific	It is detailed and precise	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old
M – Measurable	It is quantifiable	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old by 100%
A – Attainable	It is doable and attainable	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old by 70%
R – Realistic	It is based on real life	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old by 50%
T – Time-bound	It is within a time frame	To increase the number of female customers aged 21 to 30 years old by 50% in 6 months

เริ่มทำแผนธุรกิจ :



ธุรกิจที่เราเลือก

จากนั้นเริ่มทำแผนธุรกิจ :

2) กำหนดกลยุทธ์การตลาด : 5 Ps

- PRODUCT
- PRICE
- PLACE
- PROMOTION
- PROFILE