



รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ

22-CL-04-GE-WSP-A:

Workshop on Women's Entrepreneurship in the Digital Economy

ระหว่างวันที่ 11-13 พฤษภาคม 2565

ณ ระบบการประชุมทางไกล (Virtual Session)

องค์กรที่ดำเนินการ: China Productivity Center (CPC) และ APO

จัดทำโดย

นางสาวณัฐวรรณ ธรรมสุวรรณ

นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)

เสนอต่อ

องค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย

(Asian Productivity Organization)

และ

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

(Thailand Productivity Institute)

มิถุนายน 2565

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ	
1.1 ที่มาของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมต่างๆ	2
1.3.1 เทคโนโลยีดิจิทัล: อุปสรรคหรือตัวเสริมพลังของผู้หญิง (Digital Technologies: Barriers to or Enablers of Women’s Empowerment)	2
1.3.2 การเสริมพลังสตรีและบทบาทของผู้ประกอบการ (Women’s Empowerment and the Role of Entrepreneurship)	3
1.3.3 การทำลายอุปสรรคทางเพศและการเชื่อมโยงดิจิทัล (Breaking Gender Barriers and Bridging the Digital Divide)	5
1.3.4 เรื่องราวความสำเร็จ: กลายเป็นผู้ประกอบการที่ก้าวผ่านความกลัวในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Success Story: Become a Fearless Entrepreneur in the Digital Economy)	6
1.3.5 การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย: การเข้าถึง ทักษะ และความสามารถ (Building a Conducive Environment: Access, Skills, and Capabilities)	6
1.3.6 กลยุทธ์และนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการสตรี (Strategies and Policies Promoting Women’s Entrepreneurship)	7
ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ	10
ส่วนที่ 3 เอกสารแนบ	11

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ
22-CL-04-GE-WSP-A:
Workshop on Women's Entrepreneurship in the Digital Economy
ระหว่างวันที่ 11-13 พฤษภาคม 2565
ณ ระบบการประชุมทางไกล (Virtual Session)
องค์กรที่ดำเนินการ: China Productivity Center (CPC) และ APO

จัดทำโดย นางสาวณัฐวรรณ ธรรมสุวรรณ
นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)
วันที่ 12 มิถุนายน 2565

ส่วนที่ 1 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

1.1 ที่มาของโครงการ

การเป็นผู้ประกอบการเป็นแรงผลักดันสำคัญสำหรับนวัตกรรม ผลผลิต และการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในระยะยาว เศรษฐกิจดิจิทัลทำให้เกิดความสมบูรณ์สำหรับผู้ประกอบการที่จะก้าวหน้า เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลเปิดโอกาสสำหรับความหลากหลาย ความเสมอภาค การรวมตัวในสังคม และช่วยเพิ่มความสามารถมากขึ้น รวมทั้งผู้ประกอบการสตรีสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ การเข้าถึงเทคโนโลยี ตลาด และโอกาสเพื่อความเท่าเทียมทางเพศที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มที่ในการเสริมพลังให้ผู้หญิงและเพิ่มศักยภาพในการเพิ่มผลิตภาพและนวัตกรรมจำเป็นต้องเข้าใจความสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างเทคโนโลยี ผู้ประกอบการ การมีส่วนร่วมและความเป็นผู้นำของผู้หญิง

จากรายงาน Global System for Mobile Communications ในปี พ.ศ. 2564 คาดว่ามีผู้หญิงในเอเชียใต้และแอฟริกาทางตอนใต้ของทะเลทรายซาฮาราอย่างน้อยกว่า 40% ที่สามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบนมือถือได้ การวิจัย APO ในปี 2564 เกี่ยวกับการแบ่งแยกทางเศรษฐกิจ เพศ และดิจิทัล: ผลกระทบของการระบาดใหญ่ของ COVID-19 ในฟิลิปปินส์ ยังระบุว่าความแตกแยกทางดิจิทัลและเทคโนโลยียังคงรุนแรงในเอเชียและส่งผลกระทบต่อผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องจัดหาโครงสร้างพื้นฐาน การปลูกฝังทักษะและความสามารถ และสร้างความตระหนักรู้ทางสังคมเพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยสำหรับผู้หญิงในการใช้ประโยชน์จากเครื่องมือดิจิทัล การเริ่มต้นและการดำเนินธุรกิจ และมอบแรงผลักดันใหม่ๆ สำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ นวัตกรรม และการจ้างงาน

สอดคล้องกับ SDG เป้าหมายที่ 5 การบรรลุความเท่าเทียมทางเพศและส่งเสริมผู้หญิงและเด็กผู้หญิงทุกคน การประชุมเชิงปฏิบัติการนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของการกำหนดนโยบายของสมาชิก APO สำหรับนวัตกรรมและการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานที่สนับสนุนสังคมที่ครอบคลุมมากขึ้น ร่วมหารือและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ของรัฐบาลและองค์กรสำหรับการเสริมอำนาจของผู้หญิงและความเป็นผู้นำในธุรกิจและเทคโนโลยีดิจิทัล

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- (1) เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับแนวโน้มและตัวอย่างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการสตรีในเศรษฐกิจดิจิทัล
- (2) เพื่ออภิปรายผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อการเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้หญิงโดยการใช้ประโยชน์จากเครื่องมือและทักษะด้านดิจิทัล
- (3) เพื่อให้ข้อมูลอ้างอิงสำหรับนโยบายของรัฐบาลและแนวปฏิบัติขององค์กรเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของสตรี

1.3 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมต่างๆ

การเข้าร่วม Workshop ครั้งนี้ มีผู้สนใจเข้าร่วม จำนวน 47 คน จาก 12 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา พิจินเดีย สาธารณรัฐอิสลามอิหร่าน ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน สิงคโปร์ ศรีลังกา ประเทศไทย ตุรกี และเวียดนาม (รายละเอียดตั้งเอกสารแนบ 1) ด้วยการอบรมผ่านระบบการประชุมทางไกล (Virtual Session) กิจกรรมการจัดอบรมมีทั้งการบรรยาย การแบ่งกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่มใหญ่ หัวข้อการอบรมแบ่งเป็น 6 หัวข้อ จากวิทยากร 4 ท่าน ดังนี้

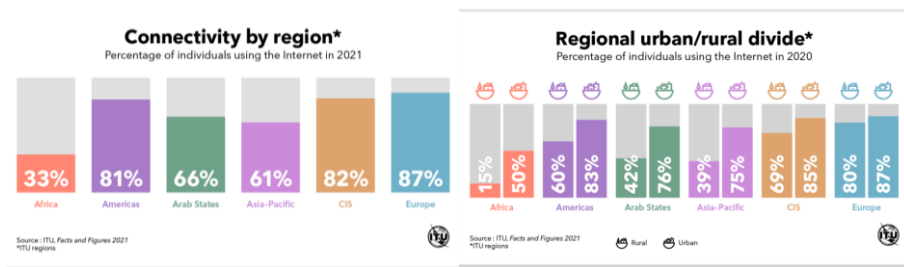
- (1) เทคโนโลยีดิจิทัล: อุปสรรคหรือตัวเสริมพลังของผู้หญิง (Digital Technologies: Barriers to or Enablers of Women's Empowerment) โดย Dr. Araba Sey, Principal Research Scientist, Information School, University of Washington, USA
- (2) การเสริมพลังสตรีและบทบาทของผู้ประกอบการ (Women's Empowerment and the Role of Entrepreneurship) โดย Dr. Myonghee Kim, School of English Language and Literature, Sookmyung Women's University, Republic of Korea
- (3) การทำลายอุปสรรคทางเพศและการเชื่อมโยงดิจิทัล (Breaking Gender Barriers and Bridging the Digital Divide) โดย Dr. Araba Sey, Principal Research Scientist, Information School, University of Washington, USA
- (4) เรื่องราวความสำเร็จ: กลายเป็นผู้ประกอบการที่ก้าวผ่านความกลัวในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Success Story: Become a Fearless Entrepreneur in the Digital Economy) โดย Wei-Shuan Chang, Founder and Chief Executive Officer, Womany Network Co., Ltd., Republic of China
- (5) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย: การเข้าถึง ทักษะ และความสามารถ (Building a Conducive Environment: Access, Skills, and Capabilities) โดย Francesca I-Ku Chen, Researcher, Foundation for Women's Rights Promotion and Development, Republic of China
- (6) กลยุทธ์และนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการสตรี (Strategies and Policies Promoting Women's Entrepreneurship) โดย Dr. Myonghee Kim, School of English Language and Literature, Sookmyung Women's University, Republic of Korea

ทั้งนี้สามารถสรุปเนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้ ดังนี้

1.3.1 เทคโนโลยีดิจิทัล: อุปสรรคหรือตัวเสริมพลังของผู้หญิง (Digital Technologies: Barriers to or Enablers of Women's Empowerment) กล่าวถึงศักยภาพ ความเสี่ยง และข้อจำกัดของเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับเสริมสร้างพลังอำนาจและการเป็นผู้ประกอบการของสตรีในเศรษฐกิจดิจิทัล และแบ่งปันประสบการณ์การมีส่วนร่วมของผู้หญิงในเศรษฐกิจดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยส่งเสริมหรือขัดขวางการเป็นผู้ประกอบการของผู้หญิงอย่างไร

ความท้าทายในเศรษฐกิจดิจิทัล คือ การแทรกซึมของเทคโนโลยีดิจิทัลในภาคเศรษฐกิจและสังคม การก้าวทันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่สร้างเศรษฐกิจและอาชีพใหม่ รวมถึงความไม่ชัดเจนระหว่างการผลิตและการบริโภค สำหรับรูปแบบการมีส่วนร่วมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลประกอบด้วย

- (1) ฐานะผู้บริโภค ได้แก่ การซื้อเทคโนโลยี การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ฯลฯ
- (2) ฐานะผู้ผลิต ได้แก่ การออกแบบเทคโนโลยี เทคโนโลยีการผลิต ฯลฯ
- (3) ฐานะพนักงาน เช่น ทำงานบริษัทเทคโนโลยี ทำงานบริษัทที่เน้นด้านดิจิทัล
- (4) ฐานะผู้ประกอบการ เช่น บริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีหรือด้านดิจิทัล
- (5) ฐานะนักการศึกษา เช่น การสอน STEM ผู้ประกอบการดิจิทัล ฯลฯ
- (6) ฐานะนักวิจัย เช่น กำลังศึกษาเศรษฐกิจดิจิทัล
- (7) ฐานะนักการเงิน เช่น การลงทุนในธุรกิจดิจิทัล
- (8) อื่นๆ



เปอร์เซ็นต์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตระดับภูมิภาคในปี พ.ศ. 2564 และเขตเมือง/เขตชนบท ปี พ.ศ. 2563

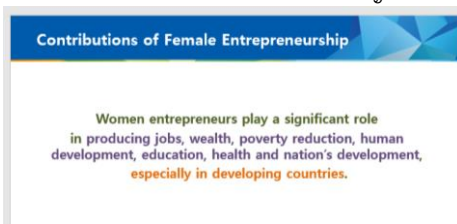
ตัวเสริมพลังทางสังคมและทางเศรษฐกิจของผู้หญิง ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูล บริการ ทรัพยากร แรงงาน และการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ

เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอุปสรรคต่อการเสริมพลัง ได้แก่ การแบ่งแยกทางดิจิทัล ความรุนแรงในโลกไซเบอร์ ความรุนแรงจากเทคโนโลยี ผลกระทบของเศรษฐกิจต่อโอกาสสำหรับผู้หญิง (การทำงานที่ได้รับค่าจ้างต่ำ โอกาสความก้าวหน้าจำกัด) ผลกระทบของระบบอัตโนมัติต่อด้วยแรงงาน (งานที่เสี่ยง เครดิต สินเชื่อ การสมัครงาน การรับสมัคร ฯลฯ)

1.3.2 การเสริมพลังสตรีและบทบาทของผู้ประกอบการ (Women’s Empowerment and the Role of Entrepreneurship) กล่าวถึงผู้ประกอบการสตรี ผู้ประกอบการสตรีที่สนับสนุน ICT ในยุคดิจิทัล แนวปฏิบัติที่ดี

(1) ผู้ประกอบการสตรี ผู้ประกอบการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและเร่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ด้วยการสร้างงาน การเข้าสู่ตลาดด้วยผลิตภัณฑ์ บริการ และเทคโนโลยีใหม่ เพิ่มผลผลิต นวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน สร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของสังคม และความผาสุกทางสังคม

ความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการสตรี หากปราศจากสตรีซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 50% ของประชากรทั้งหมด ประเทศต่างๆ ก็ไม่สามารถบรรลุการพัฒนาที่สมบูรณ์และยั่งยืนได้ หากผู้หญิงและผู้ชายมีส่วนร่วมเท่าๆ กันในฐานะผู้ประกอบการ GDP โลกอาจเพิ่มขึ้นถึง 6% ซึ่งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจโลกได้ 2.5-5 ล้านล้านดอลลาร์ ผลงานของผู้ประกอบการหญิง 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) การเติบโตทางเศรษฐกิจ ได้แก่ แหล่งพัฒนาเศรษฐกิจ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและสังคมผู้สูงอายุ (2) การลดความยากจน ได้แก่ สนับสนุนการเลี้ยงดูตนเอง ครอบครัว และผู้อื่นในชุมชน การสร้างงานให้ผู้หญิง (3) การพัฒนานวัตกรรม ได้แก่ ความคิดที่แตกต่างในการแก้ปัญหา และ (4) ภูมิคุ้มกัน



สถานะปัจจุบันของผู้ประกอบการสตรี ตัวอย่างความพยายามระดับชาติ/ระดับนานาชาติในการส่งเสริมผู้ประกอบการสตรี เช่น สมาคมผู้ประกอบการสตรีกัมพูชา สมาคมผู้ประกอบการสตรีชาวอินโดนีเซีย สมาคมสตรีธุรกิจลาว สมาคมสตรีธุรกิจร่วมทุนเกาหลี และ APEC Women and the Economy Forum เป็นต้น อัตราเฉลี่ยของผู้ประกอบการสตรีเพิ่มขึ้น 28% ทั่วโลก และ 40% ในกลุ่มประเทศอาเซียน อัตราการเติบโตของผู้ประกอบการสตรีเร็วกว่าผู้ประกอบการชาย และอัตราการรอดของธุรกิจสตรีต่ำกว่า โดยไม่คำนึงถึงประเทศและระดับเศรษฐกิจ



เหตุผลที่ผู้หญิงเริ่มทำธุรกิจ เกิดจากปัจจัยหลัก (Dawson & Henley, 2012) ได้แก่ โอกาสการจ้างงาน ความจำเป็นทางเศรษฐกิจ ความจำเป็น และปัจจัยดิ่ง (Dawson & Henley, 2012) ได้แก่ ความปรารถนาที่จะตระหนักรู้ในตนเอง ความเป็นอิสระ สมดุลชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น และโอกาส ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัย จะช่วยกระตุ้นให้ผู้หญิงเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ แต่ผู้หญิงในประเทศด้อยพัฒนามักเริ่มต้นธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยหลัก เช่น ความจำเป็นทางเศรษฐกิจ ส่วนผู้หญิงในประเทศที่พัฒนาแล้วเริ่มต้นธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยดิ่ง เช่น ความปรารถนาในโอกาสที่ดีกว่า

ข้อจำกัดของผู้ประกอบการสตรี ซึ่งประสบปัญหาหลากหลาย เช่น ความสมดุลงานและความรับผิดชอบในบ้าน การเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับความกล้าหาญและการเสี่ยงภัย ลักษณะของสตรีถือเป็นอุปสรรคต่อการเป็นผู้ประกอบการ การขาดทรัพยากรทางการเงิน โอกาสในการฝึกอบรม การสนับสนุนข้อมูลและเครือข่าย

(2) ผู้ประกอบการสตรีที่สนับสนุน ICT ในยุคดิจิทัล ประโยชน์ของ ICT เพื่อความก้าวหน้าของผู้ประกอบการสตรี คือ ทุกที่ทุกเวลา พลิกโฉมการดำเนินธุรกิจแบบผู้ขาย และสมดุลชีวิตการทำงาน



ความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 และผู้ประกอบการสตรี คือ จุดแข็งของสตรีในด้านทักษะ เช่น ทักษะการสื่อสาร การเอาใจใส่ ความอ่อนไหว ประสบการณ์ ความรู้สึก และความพิเศษเฉพาะตัวของผู้หญิง ความต่อเนื่องของอีคอมเมิร์ซประเภทต่างๆ ที่สตรีเป็นเจ้าของอย่างสร้างสรรค์ เช่น การดูแลสุขภาพ การศึกษา แฟชั่น การดูแลเด็ก การทำอาหาร เป็นต้น สินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง

(3) แนวปฏิบัติที่ดี

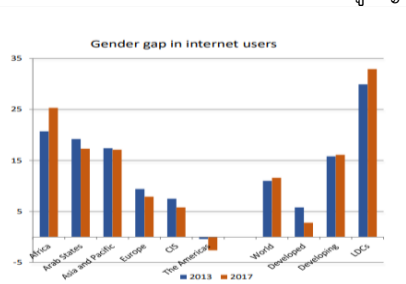
<p>Best Practices</p> <p>President Yun Ja Young</p>	<p>Best Practices</p> <p>สิ่งต้องระวัง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● No. 1 fashion platform of Korea ● Current users over 2 million ● Average 150,000 users per day; 120 countries ● Annual increase by 40% since 2011 ● Nominated as the Best App by Apple Inc. in 2014 ● Invited to the White House as a young promising entrepreneur
<p>Best Practices</p> <p>Market Kurly</p> <p>https://www.kurly.com/shop/main/index.php</p> <p>President Sophia Kim</p>	<p>Best Practices</p>
<p>Best Practices</p> <p>Cleaning Lab</p> <p>http://www.cleaninglab.co.kr</p>	<p>Best Practices</p> <p>http://www.easylunchboxes.com/about/</p> <p>NEW! BPA-free</p>

1.3.3 การทำลายอุปสรรคทางเพศและการเชื่อมโยงดิจิทัล (Breaking Gender Barriers and Bridging the Digital Divide) กล่าวถึงสถานะความเท่าเทียมทางดิจิทัลระหว่างเพศทั่วโลก สาเหตุของความไม่เท่าเทียมกันทางเพศทางดิจิทัลและวิธีแก้ไข

ความเท่าเทียมกันทางเพศ หมายความว่า ผู้หญิง ผู้ชาย เด็กหญิง และเด็กชาย ได้รับการปฏิบัติเหมือนกันในสิทธิ ทรัพยากร โอกาส และความคุ้มครอง ความเท่าเทียมทางเพศด้านดิจิทัล เป็นความสามารถของทุกเพศในการเข้าถึง การใช้ การผลิต และการได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลที่ปราศจากการเลือกปฏิบัติและความไม่มั่นคง

ความเท่าเทียมกันทางเพศด้านดิจิทัลมีความสำคัญหรือไม่? มีเหตุผลที่เกี่ยวข้อง 5 ด้าน ได้แก่ (1) เหตุผลทางจริยธรรม ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ความเท่าเทียมทางเพศไม่ได้เป็นเพียงสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานเท่านั้น แต่เป็นรากฐานที่จำเป็นสำหรับโลกที่สงบสุข มั่งคั่ง และยั่งยืนอีกด้วย และ (2) เหตุผลทางเศรษฐกิจ ให้ผู้หญิงและเด็กผู้หญิงเท่าเทียมกันในการเข้าถึงการศึกษา การดูแลสุขภาพ งานที่มีคุณค่า และการเป็นตัวแทนในกระบวนการตัดสินใจทางการเมืองและเศรษฐกิจจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อสังคมและมนุษยชาติในวงกว้าง (สหประชาชาติ) (3) ภาคเศรษฐกิจที่เติบโตเร็วที่สุด (4) เพิ่มการมีส่วนร่วมของกำลังแรงงาน (ตัวเลือกการทำงานที่ยืดหยุ่น) และ (5) เพิ่มผลผลิตและผลกำไร

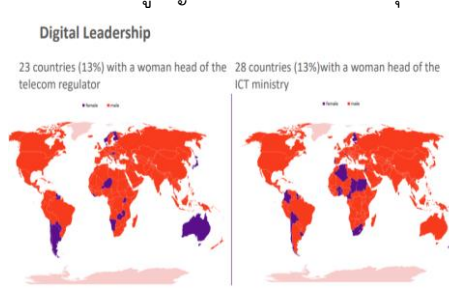
การเข้าถึงดิจิทัลขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย (1) การใช้คอมพิวเตอร์: โดยไม่คำนึงถึงระดับการใช้คอมพิวเตอร์โดยรวม ช่องว่างทางเพศยังคงมีอยู่ (2) ความเป็นเจ้าของโทรศัพท์มือถือ: ช่องว่างทางเพศในการเป็นเจ้าของโทรศัพท์มือถือมีมากกว่าช่องว่างทางเพศในการใช้โทรศัพท์มือถือ และ (3) การใช้อินเทอร์เน็ต: ในประเทศส่วนใหญ่ ผู้ชายสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ดีกว่าผู้หญิง



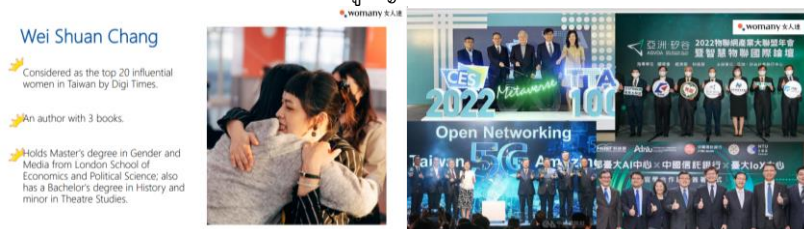
การเข้าถึงดิจิทัลที่มีความหมาย ประกอบด้วย (1) ช่องว่างทางเพศในการใช้บริการทางการเงินดิจิทัล (2) ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (สุขภาพ การศึกษา การบริการของรัฐ ฯลฯ) ไม่มีข้อมูล (3) คุณภาพของการเข้าถึง (ประเภทของอุปกรณ์ คุณภาพการเชื่อมต่อ ฯลฯ) - ไม่มีข้อมูล และ (4) การควบคุมและหน่วยงาน

ทักษะดิจิทัล ประกอบด้วย (1) ทักษะพื้นฐาน: 2 ใน 3 ของประเทศที่รายงาน ผู้หญิงมีทักษะน้อยกว่าผู้ชาย 8 ด้านของความรู้ดิจิทัลขั้นพื้นฐาน (2) ทักษะขั้นสูง: เพศชายมีแนวโน้มด้านทักษะดิจิทัลขั้นสูงมากกว่าผู้หญิง สัดส่วนของผู้ชายที่สามารถเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้เป็น 2 เท่าของผู้หญิง (8% เทียบกับ 4%) (3) STEM Education

ความเป็นผู้นำด้านดิจิทัล ระหว่างการจ้างงาน พบว่า สัดส่วนของผู้หญิงในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลน้อย ผู้หญิงมักจะอยู่ในบทบาทที่ร่น้อง/สนับสนุน ผู้จัดการสตรีมักไม่อยู่ในบทบาทของผู้บริหาร ส่วนด้านผู้ประกอบการ พบว่า ผู้หญิงมีโอกาสน้อยกว่าผู้ชายในการเริ่มต้นธุรกิจในภาคเทคโนโลยีดิจิทัล มีนายทุนหญิงน้อยมาก บริษัทที่บริหารโดยผู้หญิงได้รับสัดส่วนการลงทุนน้อย



1.3.4 เรื่องราวความสำเร็จ: กลายเป็นผู้ประกอบการที่ก้าวผ่านความกลัวในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Success Story: Become a Fearless Entrepreneur in the Digital Economy) การแบ่งปันประสบการณ์ของผู้ประกอบการจากไต้หวัน รวมถึงขั้นตอน ทรัพยากร และกรอบความคิดที่เธอได้ปรับใช้เพื่อสร้างแบรนด์แพลตฟอร์มโซเชียลที่นำเสนอเนื้อหาดิจิทัลเกี่ยวกับเทรนด์ ผลิตภัณฑ์ และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการและการเสริมอำนาจของผู้หญิง



มีเพียง 1 ใน 3 ของ SMEs ทั่วโลกที่สตรีเป็นเจ้าของ และน้อยกว่า 20% ในเอเชีย สตรีประมาณ 252 ล้านคนเป็นผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการสตรีเพิ่มขึ้น 114% ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา สตรีได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจใหม่เป็น 2 เท่าเมื่อเทียบกับผู้ชาย โดยเฉลี่ยแล้วสตรีสามารถสร้างผลตอบแทนได้ 78 เซนต์สำหรับทุกๆ 1 ดอลลาร์ของเงินลงทุน เทียบกับ 31 เซนต์สำหรับผู้ชายในธุรกิจสตาร์ทอัพ



5W1H สำหรับการเริ่มเป็นผู้ประกอบการสตรี ประกอบด้วย (1) When ควรเริ่มเมื่อใด (2) Where ที่ไหน (3) Who ใครคือกลุ่มเป้าหมายและหุ้นส่วน (4) What การให้และการรับ คุณค่าหลักของธุรกิจของคุณ (5) Why เจิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วัตถุประสงค์ของธุรกิจ และ (6) How แผนธุรกิจของคุณคืออะไร แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ (1) ระยะสั้น การสร้างรากฐานที่มั่นคงและค้นหารูปแบบธุรกิจ (2) ระยะกลาง ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องและส่งเสริมทั้งความนิยมและการขาย และ (3) ระยะยาว บริหารจัดการอย่างยั่งยืนและสะสมตราสินค้า

1.3.5 การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย: การเข้าถึง ทักษะ และความสามารถ (Building a Conducive Environment: Access, Skills, and Capabilities) กล่าวถึงเงื่อนไขทางสังคม นโยบาย และเศรษฐกิจที่จำเป็นซึ่งก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเสริมอำนาจของผู้หญิง โครงสร้างพื้นฐานที่จับต้องได้และไม่ได้ การเข้าถึงทรัพยากร และความสามารถส่วนบุคคลที่จำเป็นต่อการอำนวยความสะดวกในการเป็นผู้ประกอบการของสตรีในยุคดิจิทัล

ในประเทศที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง ผู้หญิง 17% เป็นผู้ประกอบการ และ 35% ปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการ (GEM, 2022) ในเอเชียแปซิฟิก MSMEs เป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 97% ของวิสาหกิจทั้งหมด และ 69% ของกำลังแรงงานของประเทศ (ADB, 2564) องค์ประกอบสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสตรีมีอะไรบ้าง?

McKinsey (2017) ประมาณการว่าประชากร 375 ล้านคนทั่วโลก (14 % ของแรงงานทั่วโลก) อาจเสี่ยงต่อการตกงานภายในปี พ.ศ. 2573 เนื่องจากไม่เพียงต้องการทักษะทางดิจิทัลเท่านั้น แต่ยังต้องการความสามารถทางปัญญาด้วย ผู้กำหนดนโยบายและผู้นำธุรกิจจะต้องยอมรับประโยชน์ของการดิจิทัล การฝึกอาชีพและการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นสิ่งสำคัญ ผลกระทบของ COVID-19 ต่อธุรกิจ (การดำเนินงาน การขาย และการจ้างงาน) เช่น อุตสาหกรรมการบริการ มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม การล็อกดาวน์ ห่วงโซ่อุปทานและตลาด ทำให้ความไม่เท่าเทียมกันของโครงสร้างรุนแรงขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการสตรีมีส่วนร่วม

การสำรวจการใช้ดิจิทัลโดยสตรีของ MSME ในการรับมือกับโควิด-19 (ABAC, 2021) จากผู้ตอบแบบสอบถาม 505 คนของผู้จัดการอาวุโส (ทุกเพศ) จาก MSMEs ใน 21 ประเทศสมาชิก APEC ระหว่างเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2564 ประมาณ 53% ของบริษัทที่ทำการสำรวจต้องการการฝึกอบรมด้านเครื่องมือและความรู้ดิจิทัล ประมาณ 41% ของผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่า "งบประมาณที่จำกัด" สำหรับการซื้อเครื่องมือหรือบริการดิจิทัล และ "ความสามารถและพนักงาน" ถือเป็นความท้าทาย



1.3.6 กลยุทธ์และนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการสตรี (Strategies and Policies Promoting Women's Entrepreneurship) กล่าวถึงกลยุทธ์ นโยบาย และความคิดริเริ่มระดับชาติและนานาชาติ การวิจัย APEC เกี่ยวกับผู้ประกอบการสตรีที่ประสบความสำเร็จ เกิดจากความสนใจที่เพิ่มขึ้นในผู้ประกอบการหญิงที่สนับสนุน ICT ในยุคดิจิทัล ข้อเสนอการวิจัยถูกส่งไปยัง APEC Women and Economy Forum (WEF) และได้รับการสนับสนุนทางการเงิน การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุแนวปฏิบัติที่ดีของธุรกิจ ICT ที่สตรีเป็นเจ้าของใน 21 APEC Economies และเพื่อเผยแพร่ข้อมูลสำหรับช่วยให้สตรีเตรียมพร้อมในเศรษฐกิจดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น ประเด็นคำถามการวิจัย ประกอบด้วย (1) ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการสตรีที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ ICT คืออะไร? (2) ผู้ประกอบการสตรีต้องเผชิญกับความท้าทายอะไรบ้าง? พวกเขาทำได้อย่างไรในการเอาชนะความท้าทายเหล่านั้น? และ (3) ผู้ประกอบการสตรีที่ประสบความสำเร็จเหล่านี้อยากจะแนะนำอะไรในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสตรี? โดยการศึกษาจะร่วมกันระหว่างนักวิจัย 22 คนในกลุ่มเศรษฐกิจเอเปก นักวิจัยท้องถิ่น 21 คนจากกลุ่มเศรษฐกิจเอเปกและผู้ประกอบการสตรีที่ประสบความสำเร็จในประเทศของตน และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรี วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ ความท้าทาย และข้อเสนอแนะ พบว่า

(1) ปัจจัยความสำเร็จ ประกอบด้วย

- 1.1 นโยบาย ICT ของรัฐบาล มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมผู้ประกอบการสตรี
- 1.2 การเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น การใช้ ICT อย่างแพร่หลาย รวมทั้งโทรศัพท์มือถือ ปัจจัยแห่งความสำเร็จหลัก คือ การเติบโตของสตาร์ทอัพด้านดิจิทัล โดยเฉพาะในภาคธุรกิจ คือ การขนส่ง เทคโนโลยี (โซเฟีย เปรู)
- 1.3 การให้คำปรึกษาและการสร้างเครือข่าย กระบวนการที่ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์น้อยได้รับการสนับสนุน คำแนะนำ แรงจูงใจ และกำลังใจจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์
- 1.4 การใช้งานไอซีทีอย่างคล่องแคล่ว
- 1.5 แนวทางที่ยืดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ความพยายามที่จะเข้าใจและเชื่อมต่อกับลูกค้า
- 1.6 อยู่กับปัจจุบัน กลยุทธ์ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์
- 1.7 ลักษณะบุคลิกภาพ ความเต็มใจที่จะเผชิญกับความท้าทายและอดทนผ่านอุปสรรค ทศนคติที่กล้าเสี่ยงที่จะกล้าเสี่ยง

(2) ความท้าทาย

- 2.1 การเข้าถึงการเงินอย่างจำกัด ซึ่งเป็นความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดที่ผู้ประกอบการสตรีเผชิญอยู่
- 2.2 การเลือกปฏิบัติทางเพศ การรับรู้เชิงลบของผู้ประกอบการสตรีลดลง ความท้าทายจากการเป็นผู้ประกอบการสตรี และความเข้าใจผิดเกี่ยวกับเพศ เช่น ผู้หญิงไม่เหมาะสมกับการเป็นผู้ประกอบการ ผู้หญิงมีความสามารถน้อยกว่าในการทำงานภายใต้ความกดดันหรือทำงานเป็นทีม มีความรู้และทักษะที่ทันสมัย และทัศนคติที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ผู้ประกอบการสตรีไม่ชอบความเสี่ยงในการหาเงิน ผู้หญิงทำงานในธุรกิจครอบครัวและบริษัทที่ผู้ชายเป็นเจ้าของเท่านั้น ผู้หญิงไม่มีเวลาเรียนรู้และสร้างเครือข่าย
- 2.3 การขาดพี่เลี้ยงและเครือข่าย การให้คำปรึกษาจากครอบครัว เพื่อนฝูง และเครือข่ายนอกระบบ โอกาสน้อยที่จะเรียนรู้ทักษะทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- 2.4 ความท้าทายภายใน กลัวความล้มเหลว ความเหนียวแน่นและความเหงา

(3) คำแนะนำ

- 3.1 นโยบายของรัฐบาล จำเป็นต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยสำหรับผู้ประกอบการสตรี ระบบนิเวศที่ตอบสนองต่อเพศ นโยบายที่มีกำหนดเป้าหมายชัดเจน ละเลยข้อบกพร่องและจุดอ่อนที่แท้จริงของ SMEs ความสำคัญของบทบาทราชการ (ดำเนินธุรกิจศูนย์บ่มเพาะ จัดประกวดไอเดียธุรกิจ ส่งเสริมเครือข่ายบริหารกองทุนธุรกิจ การสร้างสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการและโครงสร้างพื้นฐานจากมุมมองระยะยาว)
- 3.2 เพิ่มโอกาสในการให้คำปรึกษา ได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากสถาบันต่างๆ โปรแกรมพี่เลี้ยงสำหรับผู้ประกอบการสตรีที่เริ่มและขยายธุรกิจ
- 3.3 สถาบันที่ให้บริการธุรกิจที่หลากหลายสำหรับผู้ประกอบการสตรี องค์กรสตรี (สหราชอาณาจักร)
- 3.4 เพิ่มโอกาสในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการหญิง
- 3.5 จัดอบรมผู้ประกอบการสำหรับสตรี เสนอหลักสูตรที่วิทยาลัย เสนอโครงการอบรมตามสถาบันต่างๆ
- 3.6 เพิ่มโอกาสในการระดมทุน กองทุนพิเศษสำหรับผู้ประกอบการสตรี การสนับสนุนจากองค์กรไมโครไฟแนนซ์ (ผู้ประกอบการหญิงชาวเคนยา) (Lock & Smith, 2015)

ส่วนที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับและการขยายผลจากการเข้าร่วมโครงการ

2.1 ประโยชน์ต่อตนเอง

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการเข้าร่วม Workshop ครั้งนี้ คือ การได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอุปสรรคและตัวเสริมพลังของผู้หญิงด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การเสริมพลังสตรีและบทบาทของผู้ประกอบการ การทำลายอุปสรรคทางเพศและการเชื่อมโยงดิจิทัล การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย (การเข้าถึง ทักษะ ความสามารถ) ปัจจัยการก้าวผ่านความกลัวสู่การเป็นผู้ประกอบการสตรีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ปัจจัยความสำเร็จ ความท้าทาย และข้อเสนอแนะการเสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการสตรี รวมถึงได้เรียนรู้จากตัวอย่างผู้ประกอบการสตรีที่ประสบความสำเร็จ

2.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

การนำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการ Workshop ครั้งนี้มาปรับใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนกระบวนการพัฒนาศักยภาพบทบาทสตรีชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงในพื้นที่ดำเนินงานของ สวพส. ที่เหมาะสมกับวิถีชีวิต การเรียนรู้ และภูมิสังคม เช่น การเพิ่มศักยภาพบทบาทสตรีชาติพันธุ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจครัวเรือนและชุมชนสำหรับกลุ่มสตรีที่การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลมีอย่างจำกัด การเพิ่มศักยภาพบทบาทสตรีชาติพันธุ์สู่การเป็นผู้ประกอบการในเศรษฐกิจดิจิทัลสำหรับกลุ่มสตรีที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลได้ ซึ่งจะช่วยเหลือเพิ่มโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำทั้งเรื่องเพศ รายได้ และการเข้าถึงความรู้ ตลอดจนสามารถใช้ความรู้ในการแก้ปัญหา พัฒนาตนเอง พึ่งตนเอง รองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างทันทั่วทั้ง และไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

2.3 ประโยชน์ต่อสายงานหรือวงการวิชาชีพในหัวข้อนั้นๆ

การแบ่งปันข้อมูลที่ได้เรียนรู้และเอกสารที่ได้จากการเข้าร่วม Workshop ครั้งนี้สู่คณะทำงานภายในทีมและหน่วยงาน รวมถึงนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการเสริมสร้างบทบาทสตรีชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงในการพัฒนาเศรษฐกิจครัวเรือนและชุมชน ตลอดจนการเป็นผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง

2.4 กิจกรรมการขยายผลที่ได้ดำเนินการภายในระยะเวลา 60 วันนับจากวันสุดท้ายของโครงการ

กิจกรรมที่ 1 การจัดเวทีชุมชนเรื่องการยกระดับศักยภาพสตรีชาติพันธุ์ในกลุ่มพื้นที่ (Growth Pole) โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงวังไผ่ ถ้าเรียงแก และน้ำแบ่ง จังหวัดน่าน ในวันพฤหัสบดี ที่ 2 มิถุนายน 2565 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือกกิจกรรมการยกระดับบทบาทสตรีชาติพันธุ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มสตรีชาติพันธุ์ รวมถึงมีความเหมาะสมกับช่วงอายุ ทักษะด้านเศรษฐกิจ และทุนทางด้านวัฒนธรรม มีผู้เข้าร่วมจำนวนทั้งสิ้น 28 คน สำหรับผลการประชุมแบ่งเป็น 2 กลุ่มกิจกรรมหลักได้แก่ (1) กลุ่มกิจกรรมร่วม/กิจกรรมที่สามารถจัดร่วมกันได้ ประกอบด้วย ทักษะการพูดในที่สาธารณะ/การเป็นวิทยากร การจัดทำบัญชี/การบริหารจัดการกลุ่ม เครือข่ายตลาดสินค้าช่องทางออนไลน์ และ (2) กลุ่มกิจกรรมรายพื้นที่ ประกอบด้วย กิจกรรมยกระดับรายได้ กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ตามความต้องการและความเหมาะสมของกลุ่มสตรีนาร่องในแต่ละพื้นที่ แผนงานในระยะต่อไป คือ ประมวลผลและสรุปผลกิจกรรมการยกระดับกลุ่มสตรี วางแผนงานและดำเนินกิจกรรมการยกระดับบทบาทสตรีทั้งแบบกิจกรรมร่วมและกิจกรรมรายพื้นที่



กิจกรรมที่ 2 สรุปผลการเข้าร่วม Workshop ครั้งนี้ เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์และความรู้ที่ได้รับให้แก่เจ้าหน้าที่สำนักวิจัย ในการประชุมประจำเดือน ณ ห้องประชุมชั้น 1 อาคารสำนักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)

2.5 กิจกรรมการขยายผลที่จะดำเนินการภายใน 6 เดือนหลังเข้าร่วมโครงการ

ดำเนินกิจกรรมการยกระดับบทบาทสตรีชาติพันธุ์ในกลุ่มพื้นที่ (Growth Pole) โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงวังใหม่ ถ้ำเวียงแก้ว และน้ำแบ่ง จังหวัดน่าน ตามแผนงานและความเหมาะสมของสถานการณ์

ส่วนที่ 3 เอกสารแนบ

3.1 รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการและประเทศที่เข้าร่วมโครงการ (เอกสารแนบ 1)

3.2 กำหนดการ (เอกสารแนบ 2)

3.3 เอกสารประกอบการประชุม/สัมมนา (Training Materials)

3.3.1 เทคโนโลยีดิจิทัล: อุปสรรคหรือตัวเสริมพลังของผู้หญิง (Digital Technologies: Barriers to or Enablers of Women's Empowerment) โดย Dr. Araba Sey, Principal Research Scientist, Information School, University of Washington, USA (เอกสารแนบ 3)

3.3.2 การเสริมพลังสตรีและบทบาทของผู้ประกอบการ (Women's Empowerment and the Role of Entrepreneurship) โดย Dr. Myonghee Kim, School of English Language and Literature, Sookmyung Women's University, Republic of Korea (เอกสารแนบ 4)

3.3.3 การทำลายอุปสรรคทางเพศและการเชื่อมโยงดิจิทัล (Breaking Gender Barriers and Bridging the Digital Divide) โดย Dr. Araba Sey, Principal Research Scientist, Information School, University of Washington, USA (เอกสารแนบ 5)

3.3.4 เรื่องราวความสำเร็จ: กลายเป็นผู้ประกอบการที่ก้าวผ่านความกลัวในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Success Story: Become a Fearless Entrepreneur in the Digital Economy) โดย Wei-Shuan Chang, Founder and Chief Executive Officer, Womany Network Co., Ltd., Republic of China (เอกสารแนบ 6)

3.3.5 การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย: การเข้าถึง ทักษะ และความสามารถ (Building a Conducive Environment: Access, Skills, and Capabilities) โดย Francesca I-Ku Chen, Researcher, Foundation for Women's Rights Promotion and Development, Republic of China (เอกสารแนบ 7)

3.3.6 กลยุทธ์และนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการสตรี (Strategies and Policies Promoting Women's Entrepreneurship) โดย Dr. Myonghee Kim, School of English Language and Literature, Sookmyung Women's University, Republic of Korea (เอกสารแนบ 8)