หน่วยที่ 1

ความรู้พื้นฐาน
ทางธุรกิจดิจิทัล

1. ความหมายของธุรกิจความหมายของธุรกิจ

ธุรกิจ คือ กิจกรรมต่าง ๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าหรือบริการโดยการจัดสรรทรัพยากรหรือปัจจัยที่มีอยู่มาเปลี่ยนสภาพอย่างมีระบบจนกระทั่งได้เป็นสินค้าหรือบริการแล้วนำสิ่งเหล่านั้นมาจำหน่ายซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนเพื่อนำไปสู่ผลกำไรหรือสิ่งตอบแทนตามจุดประสงค์ของผู้ประกอบการ

2. รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

2.1 ธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว (Single or Sole Proprietor)

เป็นกิจการแบบมีผู้ประกอบการเพียงคนเดียวทั้งการตัดสินใจและการบริหารด้านต่าง ๆ เป็นสิทธิขาดของผู้ประกอบการเพียงคนเดียวธุรกิจประเภทนี้ส่วนมากเป็นธุรกิจส่วนตัวที่มีขนาดเล็กใช้เงินทุนในการดำเนินการไม่มาก ขอบเขตการดำเนินการหรือการบริหารเรียบง่ายไม่ซับซ้อนขั้นตอนการทำงานไม่เยอะ และส่วนมากจะเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า

2.2 ห้างหุ้นส่วน (Partnership)

คือ กิจการหรือองค์การทางธุรกิจที่มีผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการมากกว่าสองคนขึ้นไปโดยทุกคนมีความรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินธุรกิจและมีการแบ่งผลกำไรออกเป็นสัดส่วนตามที่ตกลงกันตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ห้างหุ้นส่วนแบ่งได้เป็น 2 ประเภทได้แก่

ห้างหุ้นส่วนสามัญ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด

2.3 บริษัทจำกัด (Limited Company)

คือ องค์การธุรกิจหรือกิจการที่มีบุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ลงทุนร่วมกันทำกิจกรรมหรือประกอบกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไรจากการประกอบการนั้น ๆ มาแบ่งกัน บริษัทจำกัดนั้นจะมีการแบ่งทุนออกเป็นหุ้น โดยมูลค่าแต่ละหุ้นนั้นเท่ากันผู้ลงทุนสำหรับบริษัทจำกัดจะเรียกว่า ผู้ถือหุ้น และผู้ถือหุ้นจะรับผิดเพียงเฉพาะจำนวนไม่เกินจำนวนเงินที่ถือหุ้นอยู่

2.4 สหกรณ์ (Co – Operative Society)

คือ องค์การธุรกิจที่มีกลุ่มบุคคล ซึ่งมีอาชีพความสนใจหรือความต้องการเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันมารวมตัวกันทำหน้าที่ในการประกอบธุรกิจเพื่อช่วยเหลือสมาชิก เช่น สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ออมทรัพย์ครู เป็นต้น

2.5 รัฐวิสาหกิจ (State Enterprise)

คือ องค์การธุรกิจหรือหน่วยงานที่รัฐได้จัดตั้งขึ้น โดยมีเงินทุนทั้งหมดเป็นของรัฐ หรือรัฐมีทุนร่วมกันอยู่ด้วยมากกว่า 50% องค์การรัฐวิสาหกิจนั้นต้องมีการบริหารให้ได้กำไรและคืนกำไรให้แก่รัฐ เช่น การประปานครหลวงการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เป็นต้น

3. ประเภทของธุรกิจ

3.1 ธุรกิจแบบซื้อมาขายไป (Merchandising Firm)

หมายถึง กิจการที่ซื้อขายสินค้าซึ่งมีทั้งการขายส่งและขายปลีกโดยที่ไม่ใช่ผู้ผลิต มีรายได้หลัก คือ เงินหรือกำไรที่ได้จากการขายสินค้า มีค่าใช้จ่าย คือ ต้นทุนของสินค้าและค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ

3.2 กิจการผลิต (Manufacturing Firm)

หมายถึงกิจการผลิตที่มีโรงงานสำหรับผลิตสินค้า หรือกิจการพวกอุตสาหกรรม มีรายได้หลักจากกำไรที่ได้จากการขายสินค้า มีค่าใช้จ่าย คือ ค่าต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบ ค่าจ้างคนงาน และค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิต

3.3 กิจการให้บริการ (Service Firm)

เช่น บริการจองตั๋วเครื่องบิน หรือธนาคาร กิจการประเภทนี้มีรายได้หลักมาจากค่าธรรมเนียม หรือค่าบริการส่วนค่าใช้จ่าย คือ ค่าจ้างพนักงานหรือเงินเดือนพนักงานค่าวัสดุสิ้นเปลือง หรือค่าเช่า

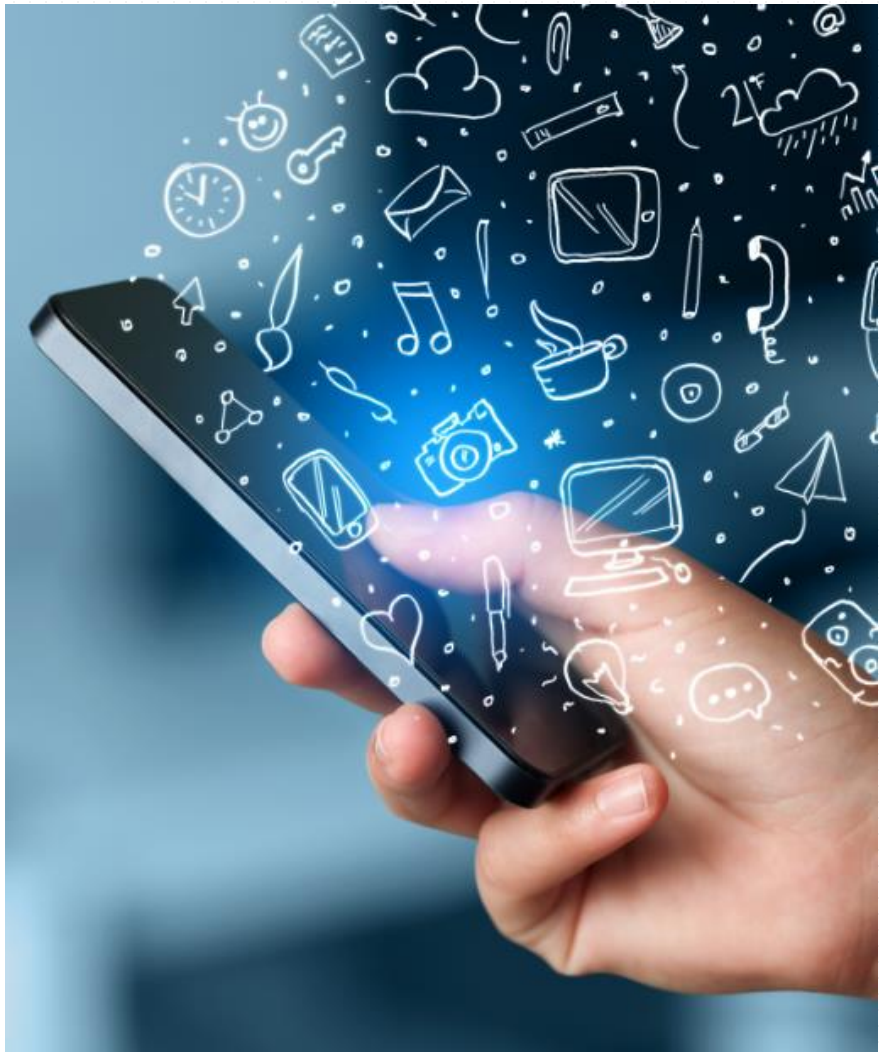
4. ปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ

คน (Man)	เงิน (Money)	วัสดุหรือวัตถุดิบ (Material)
วิธีปฏิบัติงาน (Method)	การจัดการ (Management)	ขวัญและกำลังใจ (Morale)

5. หน้าที่ในการจัดการองค์กรธุรกิจ

1. การวางแผน
2. การจัดองค์กร
3. การอำนวยการ
4. ด้านก

6. ลักษณะของธุรกิจทั่วไปและธุรกิจดิจิทัล



ธุรกิจดิจิทัล เป็นธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยพัฒนาและดำเนินการในการประกอบธุรกิจมีรูปแบบการสื่อสารที่รวดเร็วโดยการนำส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายเข้าสู่คอมพิวเตอร์ทันทีโดยไม่หยุดพัก จึงสามารถทำงานได้ทันทีแตกต่างจากรูปแบบของธุรกิจแบบเดิมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน คือ จดหมาย โทรสาร และโทรศัพท์

6. การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล มาจากแนวคิด “ประเทศไทยยุค 4.0” หรือ “ไทยแลนด์ 4.0” (Thailand 4.0) ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยหรือโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชานายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคงมั่งคั่ง ยั่งยืน”

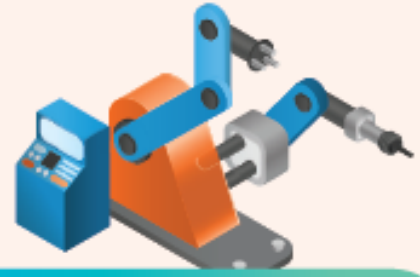
โมเดลประเทศไทย 4.0

ประเทศไทย 1.0

เกษตรกรรม

ประเทศรายได้ต่ำ

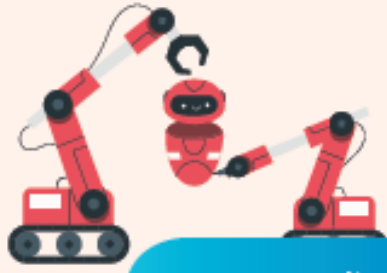
ขับเคลื่อนด้วยทรัพยากร



ประเทศไทย 2.0

อุตสาหกรรมเบา

ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ



ประเทศไทย 3.0

อุตสาหกรรมหนัก

ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

ประเทศไทย 4.0

7. ความหมายและแนวคิดธุรกิจดิจิทัล

ธุรกิจดิจิทัล (Digital Business)

คือ การนำเทคโนโลยีต่าง ๆเข้ามาช่วยปรับเปลี่ยนโครงสร้างและพัฒนาธุรกิจเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับทั้งผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ในการเลือกสินค้าหรือบริการต่าง ๆ และเพื่อเพิ่มผลกำไรหรือยอดขายให้กับธุรกิจ เช่น การนำแอปพลิเคชันมาช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าหรือบริการได้ง่ายมากขึ้น เช่น การทำโฆษณาผ่านเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการจัดซื้อและจัดส่งสินค้าในรูปแบบออนไลน์

8. ความสำคัญของธุรกิจดิจิทัล

ความสำคัญของธุรกิจดิจิทัล คือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างหรือรูปแบบของธุรกิจหรือการประกอบการที่เป็นอยู่แบบเดิม หรืออยู่ในรูปแบบออฟไลน์ (Offline) ให้อยู่ในรูปแบบออนไลน์ (Online Platform) และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Communication Technology: ICT)ในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวสู่ดิจิทัล เพื่อให้เกิดความทันสมัยและเหมาะสมกับยุคสมัยที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ มากขึ้น

9. ธุรกิจดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลง

คำว่า Digital Disruption หรือการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัล หลายคนเข้าใจคำคำนี้ว่าเป็นแรงโจมตี เป็นภัยร้ายแรงต่อธุรกิจ แต่พวกเขาเข้าใจผิด เพราะการเปลี่ยนแปลงนี้ คือการปฏิรูปการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและโมเดลทางธุรกิจแบบใหม่มาประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีและโมเดลต่าง ๆ นี้ จะสามารถส่งผลกระทบต่อสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมสิ่งต่าง ๆที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่อตลาดในปัจจุบันและทำให้เกิดความจำเป็นในการบูรณาการสิ่งต่าง ๆ ใหม่

หน่วยที่ 2

โครงสร้างพื้นฐานธุรกิจดิจิทัล

1. โครงสร้างพื้นฐานระบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ไร้สาย

โครงสร้างพื้นฐานระบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ไร้สายจะมีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้แก่ ช่องทางติดต่อสื่อสารระหว่างอุปกรณ์ ช่องทางทำธุรกรรมดิจิทัล เทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างอุปกรณ์ ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสนามใกล้ (Near Field Communication: NFC)
- ช่องทางการทำธุรกรรมดิจิทัล โดยใช้โมไบล์เบราว์เซอร์และแอปพลิเคชัน

2. มิดเดิลแวร์ของระบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ไร้สาย

โมไบล์มิดเดิลแวร์ เป็นซอฟต์แวร์ที่ทำการเชื่อมต่อการใช้งานระหว่างระบบปฏิบัติการหรือเชื่อมแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน คือ เป็นซอฟต์แวร์ที่ทำงานคั่นระหว่างระบบปฏิบัติการของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ไร้สายประเภทต่าง ๆ และแอปพลิเคชันหรือโมไบล์แอปพลิเคชันที่ติดตั้งอยู่บนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ไร้สายเหล่านั้น สามารถเชื่อมต่อประสาน (Interface) เข้ากับอุปกรณ์ที่มีระบบปฏิบัติการหรือแอปพลิเคชันที่ต่างกันได้เพื่อให้การใช้งานสามารถใช้งานต่อไปได้อย่างอัตโนมัติ โดยมิดเดิลแวร์มีประโยชน์ดังนี้

- พัฒนาและบริหารจัดการแอปพลิเคชันที่ทำงานบนเว็บและแอปพลิเคชันที่ทำงานบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่อัจฉริยะ
- รักษาความมั่นคงปลอดภัยและบริการจัดการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ไร้สาย

- รวบรวมกลุ่มผู้ใช้งานที่สามารถทำงานภายใต้ระบบต่าง ๆ ที่เป็นเบื้องหลังของโมไบล์เว็บเซอร์วิสหรือแหล่งทรัพยากรข้อมูลบนคลาวด์ได้
- รักษาความมั่นคงปลอดภัยของการเชื่อมข้อมูล การขนส่งข้อมูล และข้อมูลแอปพลิเคชันต่าง ๆ ของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ไร้สาย

3. โครงสร้างพื้นฐานการเชื่อมต่อเครือข่ายเคลื่อนที่ไร้สาย

โครงสร้างพื้นที่การเชื่อมต่อเครือข่ายเคลื่อนที่ไร้สาย มีหลากหลายเทคโนโลยี ได้แก่ เทคโนโลยีระบุตัวตนด้วยคลื่นวิทยุเทคโนโลยีบลูทูธ เทคโนโลยีบีคอน เทคโนโลยีไวไฟ เทคโนโลยีซิกบี และเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.

เทคโนโลยีระบุตัวตนด้วยคลื่นวิทยุ หรืออาร์เอฟไอดี

(Radio Frequency Identification: RFID)

2.

เทคโนโลยีบลูทูธ

(Bluetooth Technology)

3.

เทคโนโลยีบีคอน

(Beacon Technology)

4.

เทคโนโลยีไวไฟ

(Wi-Fi)

5.

เทคโนโลยีซิกบี

(ZigBee)

6.

เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่

4. การประมวลผลบนโทรศัพท์และการประมวลผลบนอุปกรณ์สวมใส่

4.1 การประมวลผลบนโทรศัพท์ (Mobile Computing)

คือ โทรศัพท์มือถือที่มีลักษณะการทำงานเหมือนคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา การประมวลผลบนโทรศัพท์มีการเชื่อมโยงกับการสื่อสารไร้สาย สั่งการผ่านแอปพลิเคชันทำให้รับรู้ตำแหน่งสถานที่สนับสนุนการเคลื่อนไหว (Mobility Support) ความปลอดภัย (Security) การจัดการทรัพยากร(Resource Management) โปรโตคอลเครือข่าย (Network Protocols) การออกอากาศ (Broadcast)เทคโนโลยี (Technologies) มาตรฐาน (Standards) และสื่อไร้สาย (Wireless Medium)

4.2 การประมวลผลบนอุปกรณ์สวมใส่ (Wearable Computing)

คือ อุปกรณ์สวมใส่ที่มีลักษณะการทำงานเหมือนคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีที่ช่วยผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลาซึ่งสามารถควบคุมโดยผู้ใช้งานและมีความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ผู้ใช้สามารถป้อนคำสั่งและดำเนินการชุดคำสั่งที่ป้อนไว้และผู้ใช้งานสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้

5. การประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing)

การประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing) เป็นลักษณะของการทำงานของผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ให้บริการใดบริการหนึ่งกับผู้ใช้ โดยผู้ให้บริการจะแบ่งปันทรัพยากรให้กับผู้ต้องการใช้งานนั้น การประมวลผลแบบคลาวด์ เป็นลักษณะที่พัฒนาขึ้นต่อมาจากความคิดและบริการของเวอร์ชัวไลเซชันและเว็บเซอร์วิซ โดยผู้ใช้งานนั้นไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในเชิงเทคนิคสำหรับตัวพื้นฐานการทำงานนั้น

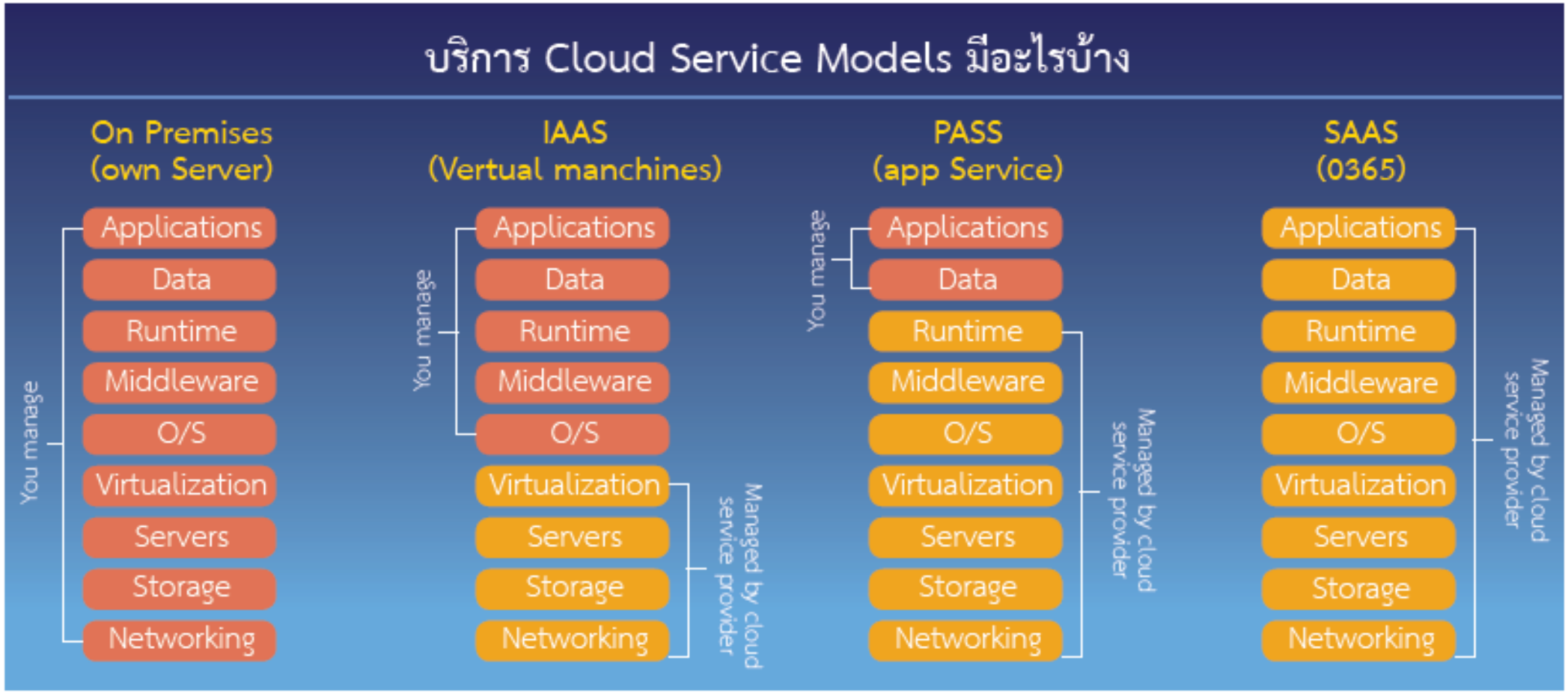
5.1 ประเภทของการประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing)

สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทได้แก่ Private Cloud, Public Cloud และ Hybrid Cloud โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **คลาวด์ส่วนตัว (Private Cloud)**
- **คลาวด์สาธารณะ (Public Cloud)**
- **คลาวด์แบบผสม (Hybrid Cloud)**

5.2 การบริการบนระบบการประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing)

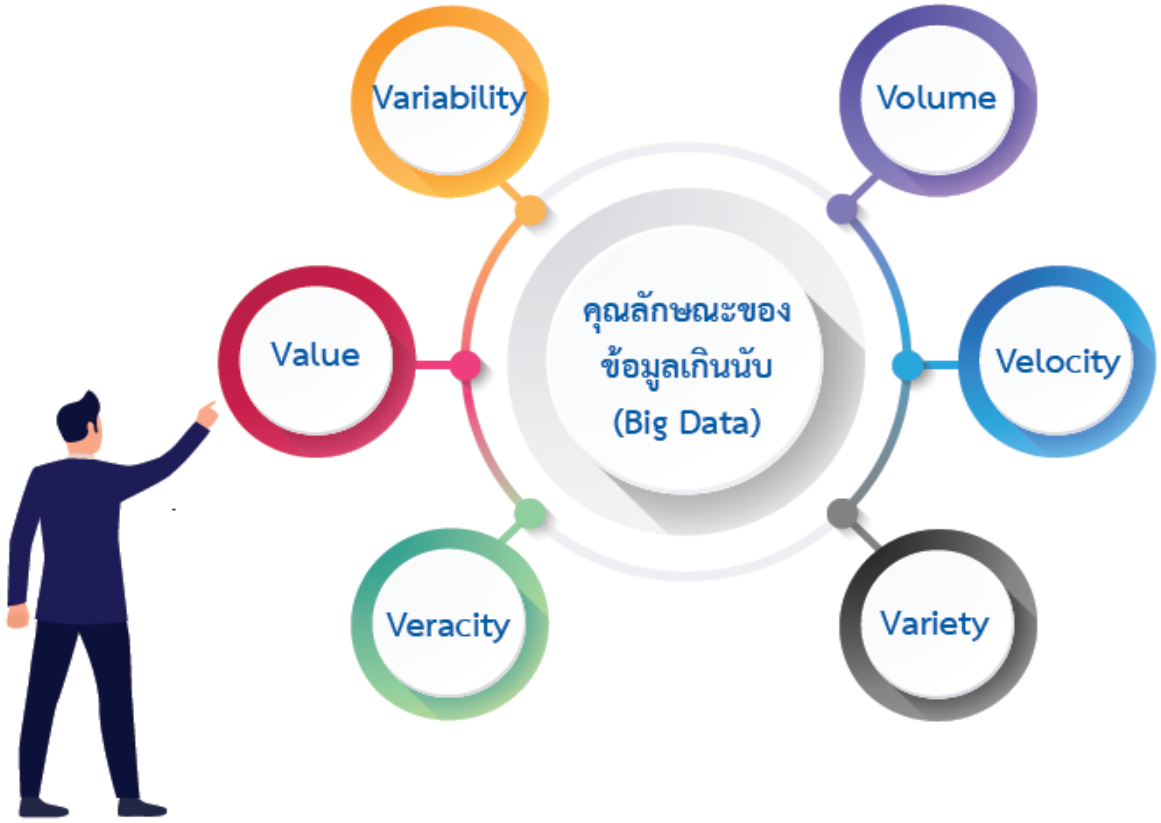
สามารถแบ่งรูปแบบของชั้น ได้แก่ การให้บริการซอฟต์แวร์ หรือ Software as a Service (SaaS) การให้บริการแพลตฟอร์มหรือ Platform as a Service (PaaS) การให้บริการโครงสร้างพื้นฐานหรือ Infrastructure as a Service(IaaS) ซึ่งเป็นการบริการหลัก และยังมีบริการระบบจัดเก็บข้อมูลหรือ data Storage as a Service(dSaaS) บริการร่วมรวมลำดับความเชื่อมโยง หรือ Composite Service (CaaS)


บริการ Cloud Service Models มีอะไรบ้าง
On Premises
(own Server)
IAAS
(Vertual manchines)
PASS
(app Service)
SAAS
(0365)
Applications
Data
Runtime
Middleware
O/S
Virtualization
Servers
Storage
Networking
You manage
Managed by cloud service provider

6. ข้อมูลเกินนับ (Big Data)

ความหมายของคำว่า **“ข้อมูลเกินนับ (Big Data)”** จากองค์ความรู้ภาษา-วัฒนธรรม โดยสำนักงานราชบัณฑิตยสภา หมายถึง ข้อมูลตัวเลข ข้อความ รูปภาพ วีดิทัศน์ สื่อประสม ในรูปแบบดิจิทัล ที่สร้างหรือผลิตขึ้นตลอดเวลา เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บ เผยแพร่ แลกเปลี่ยน ผ่านเครือข่ายสารสนเทศโดยบุคคล องค์การของรัฐและเอกชน ข้อมูลเหล่านั้นเมื่อรวมกันเข้ามีปริมาณมากครอบคลุมเรื่องหลากหลาย และมีความซับซ้อน ไม่อาจประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ทั่วไปได้ ต้องใช้โปรแกรมประมวลผลที่จัดทำเฉพาะมาวิเคราะห์ จัดหมวดหมู่ และจัดการเพื่อนำผลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามประสงค์

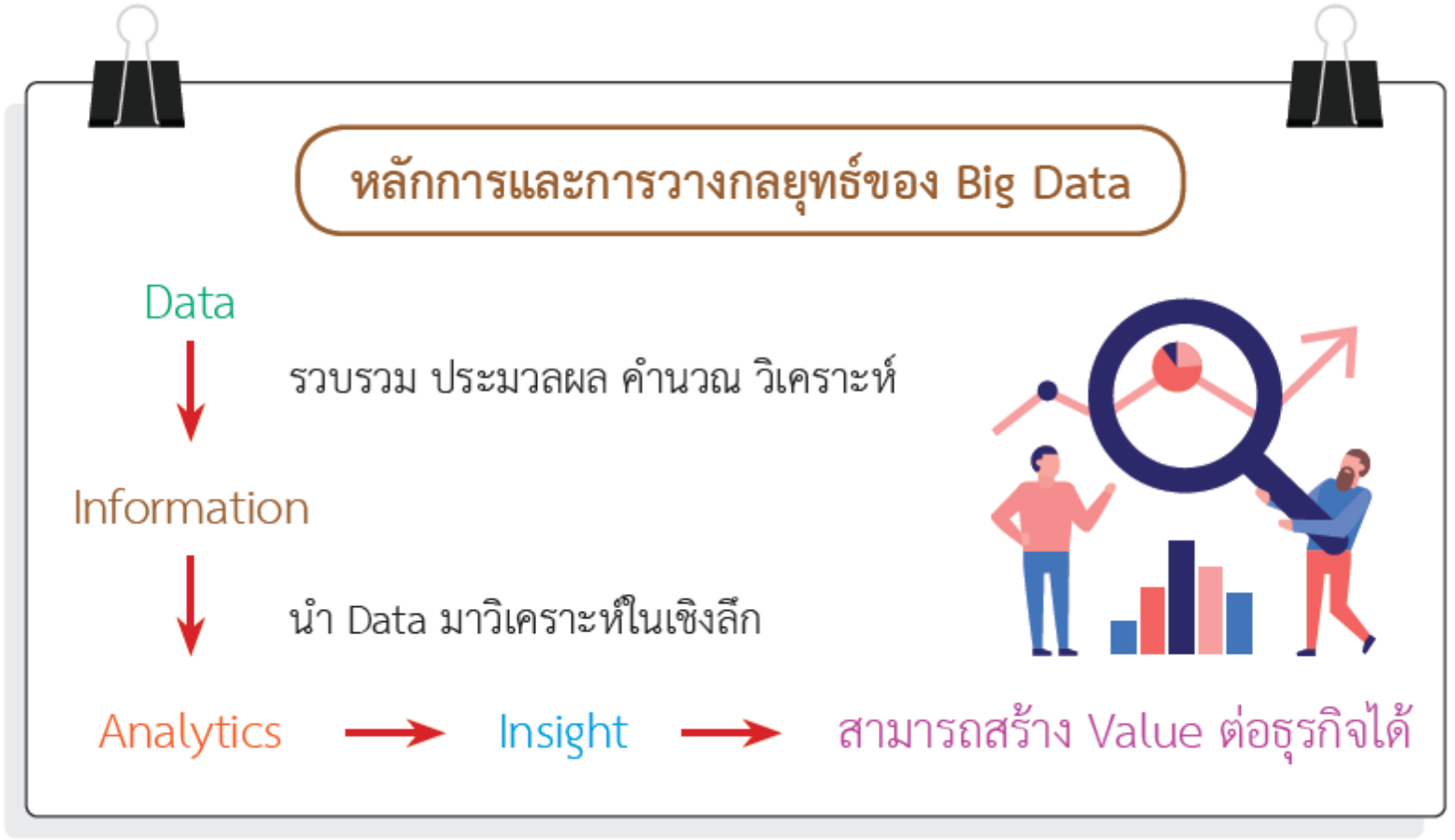
6.1 คุณลักษณะของข้อมูลเกินนับ (Big Data)



ซึ่งประกอบไปด้วยขนาดของข้อมูล(Volume) ความเร็ว(Velocity) ความหลากหลาย (Variety) ความถูกต้อง (Veracity) คุณค่า (Value) และความแปรผันได้(Variability)

6.2 หลักการและการวางกลยุทธ์ของข้อมูลเกินนับ

จะมี 3 คำที่เกี่ยวข้องกัน คือ ข้อมูล (Data)สารสนเทศ (Information) และการวิเคราะห์ (Analytics) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในหลักการและการวางกลยุทธ์ของข้อมูลเกินนับ



6.3 การเปลี่ยนข้อมูลเป็นสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ

เป็นความท้าทายสำหรับผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจในเรื่องของข้อมูลเกินนับ ก็คือการเปลี่ยนข้อมูลเป็นสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ ก็คือผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจจะต้องระบุความต้องการให้ได้ว่า ต้องการสร้างคุณค่าอะไรต่อธุรกิจจากข้อมูลที่เกิดขึ้น โดยข้อมูลของธุรกิจแบ่งเป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่

ข้อมูลประเภทกระบวนการของธุรกิจ

ข้อมูลของสินค้าและบริการที่เกิดการนำเสนอคุณค่าของธุรกิจต่อลูกค้า

ข้อมูลของลูกค้า

6.4 การสร้างคุณค่าให้ธุรกิจด้วยการทำยุทธศาสตร์ข้อมูล (Data Strategy)

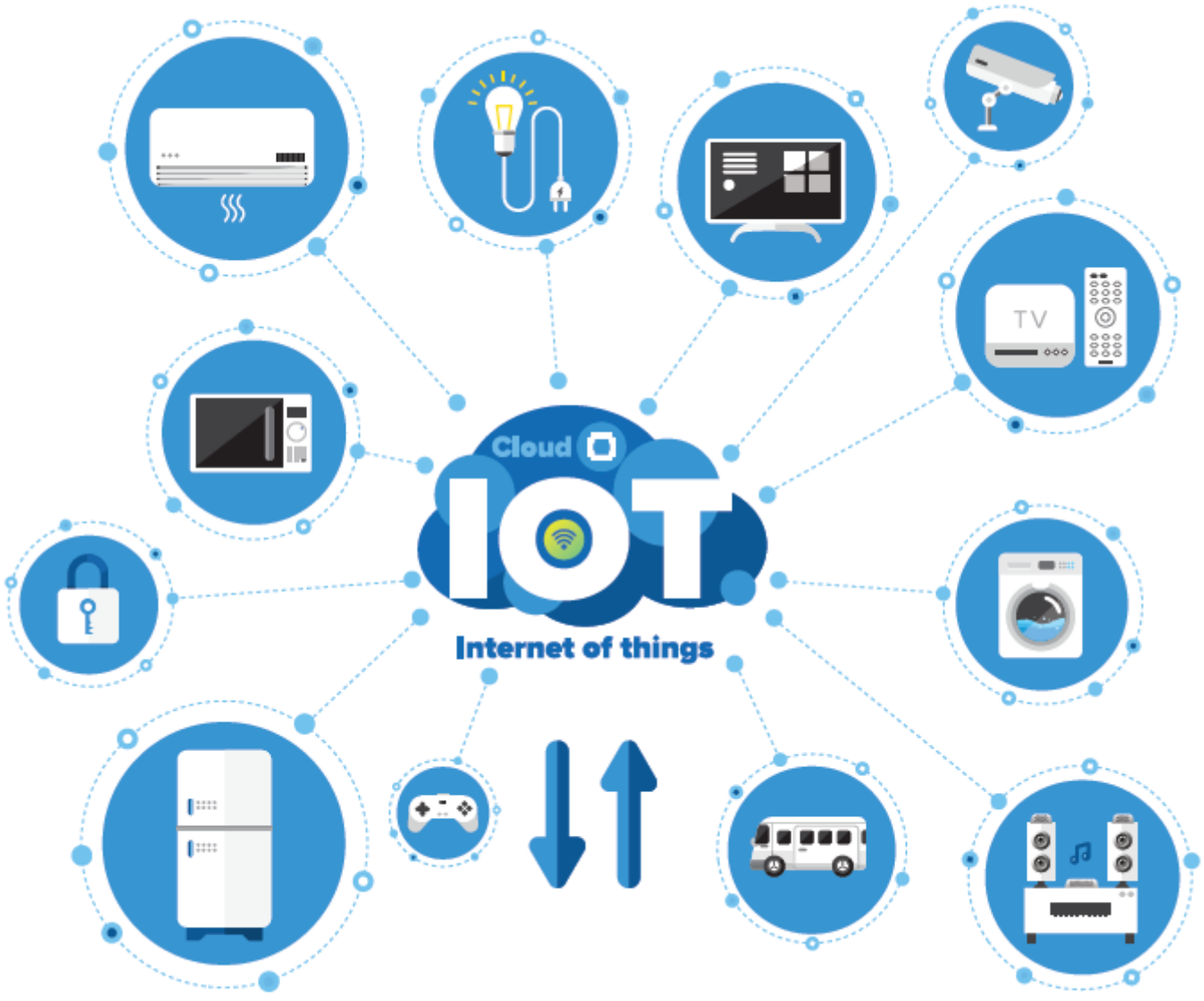
ขององค์กรโดยการเริ่มต้นตั้งแต่การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งใดบ้าง เช่น การเก็บข้อมูลจากแหล่งภายในบริษัทจากฝ่ายต่าง ๆ หรือเอกสาร เป็นต้น และจากภายนอกองค์กร เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ต่อจากนั้นก็ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

6.5 Big Data และการทำ Digital Transformation

สำหรับธุรกิจ เมื่อมีผู้สนใจเข้าไปดูสินค้าในเว็บไซต์ของ Amazon จะเห็นได้ว่ามีคำแนะนำต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้ซื้อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อสินค้า และยังมีคำวิจารณ์จากลูกค้าด้วย และนำข้อมูลนั้นมาช่วยจัดลำดับสินค้า มีการเปรียบเทียบตัวสินค้าในลักษณะสินค้าที่ใกล้เคียงกัน

7. อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Thing)

หมายถึง เครือข่ายของวัตถุ อุปกรณ์ พาหนะ สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งของอื่น ๆ ที่มีวงจรอิเล็กทรอนิกส์ซอฟต์แวร์ เซ็นเซอร์ และการเชื่อมต่อกับเครือข่ายฝังตัวอยู่ และทำให้วัตถุเหล่านั้นสามารถเก็บบันทึกและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งทำให้วัตถุสามารถรับรู้สภาพแวดล้อมและถูกควบคุมได้จากระยะไกลผ่านโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายที่มีอยู่แล้ว ทำให้เราสามารถผสานโลกกายภาพกับระบบคอมพิวเตอร์ได้แนบแน่นมากขึ้น


Cloud
IOT
Internet of things
TV

หน่วยที่ 3

นวัตกรรมสำหรับธุรกิจดิจิทัล

1. ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) คือ ระบบในธรรมชาติที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดโดยใช้ทักษะ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์เพื่อพัฒนากระบวนการการบริการหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาให้เป็นประโยชน์ต่อมวลมนุษยชาติ

2. องค์ประกอบของนวัตกรรม

จากประเด็นที่เป็นแก่นหลักสำคัญของความหมายของนวัตกรรมสามารถจำแนกองค์ประกอบมิติที่สำคัญของนวัตกรรม ออกได้ 3 ประการ

- ต้องเป็นสิ่งใหม่ (Newness)
- ต้องเป็นประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits)
- ต้องเป็นวิธีการใช้ความรู้และความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea)

3. นวัตกรรมกับธุรกิจดิจิทัล

เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ การให้บริการ หรือกระบวนการรูปแบบใหม่ อาศัยข้อมูลข่าวสารและการดำเนินการทางด้านเทคโนโลยีโดยมีเครื่องมือ (Tools) หรือแอปพลิเคชันโปรแกรม (Application Program) เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ จัดเก็บ รวบรวม วิเคราะห์ พยากรณ์ข้อมูล เพื่อช่วยให้การดำเนินธุรกิจหรือการค้าของตนเองได้เปรียบเชิงการแข่งขัน สร้างผลกำไรและสนองตอบต่อความต้องการให้กับลูกค้าเป็นหลัก

ความจำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่ดิจิทัลในปัจจุบันมีอยู่ด้วยกันหลายประเภท ดังนี้

- เครื่องจักรอัจฉริยะ (Machine Intelligence)
- เทคโนโลยีแบบสวมใส่ได้ (Wearable Technologies)
- สกุลเงินดิจิทัล (Digital Currencies)
- การนำเสนอแผนภาพข้อมูล (Data Visualization)
- ระบบรักษาความปลอดภัยในโลกดิจิทัล (Digital Security)
- การประยุกต์ใช้ระบบข้อมูลประสาท (Neurophysiological)
- การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลและการเตรียมความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Digital Transformation and IT Ambidexterity)
- กลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัลและแนวคิดการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Digital Business Strategy and IT Alignment)

4. ประเภทของนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล

01

นวัตกรรมธุรกิจดิจิทัลที่เกิดจากความต้องการ

02

นวัตกรรมธุรกิจดิจิทัลที่เกิดจากผลิตภัณฑ์

03

นวัตกรรมธุรกิจดิจิทัลที่เกิดจากกระบวนการ

5. องค์ประกอบของนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล

ความก้าวหน้าในการปรับปรุงธุรกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาให้ได้มาซึ่งนวัตกรรมขึ้นมาต้องอาศัยสิ่งที่เกี่ยวข้องและส่วนประกอบหลายอย่าง ซึ่งองค์ประกอบของนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัลนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

- ประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience)
- โมเดลทางธุรกิจ (Business Model)
- กระบวนการทางธุรกิจ (Business Operation)

6. โมเดลนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล

เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพและสำคัญมากที่สุดสำหรับหน่วยงาน บริษัท หรือองค์ที่ต้องการความโดดเด่นจากการแข่งขันและการดำรงอยู่ได้ของหน่วยงาน บริษัท หรือองค์กรของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลาที่ไม่แน่นอน ซึ่งจำเป็นจะต้องยึดหลักเพื่อสร้างนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัลจากสิ่งต่อไปนี้

6.1 แนวคิด 4 มิติ (The 4-Dimensional Concept)

01 Who

ใครคือลูกค้าเป้าหมาย

02 What

สิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกค้าและพันธมิตรที่มีส่วนร่วมในการสร้างมูลค่า

03 How

หน่วยงาน บริษัท หรือองค์กร สร้างหรือส่งมอบผลประโยชน์อย่างไร

04 How

หน่วยงาน บริษัท หรือองค์กรจะทำเงินอย่างไร

6.2 รูปแบบธุรกิจ

เป็นการสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมแนวคิด 4 มิติ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเพื่อให้หน่วยงาน บริษัท หรือองค์กร ควรปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ซึ่งประกอบด้วย

01

การกำหนดกลุ่มลูกค้า

(Customer segments)

02

การเสนอคุณค่า

(Value propositions)

03

ช่องทางการจัดจำหน่าย

(Channels)

04

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

(Customer relations)

05

การกำหนดแหล่งที่มาของรายได้

(Sources of income)

06

ทรัพยากรที่สำคัญ

(Key resources)

07

กิจกรรมหลัก

(Key Activities)

08

พันธมิตรที่สำคัญ

(Key partnerships)

09

โครงสร้างต้นทุน

(Cost structure)

7. กระบวนการสร้างนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล

กระบวนการสร้างนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล หน่วยงาน บริษัท หรือองค์กรสามารถกำหนดทิศทางเพื่อแสดงขั้นตอนการทำงานพัฒนานวัตกรรมขึ้นใหม่ได้ 5 ขั้นตอน

7.1 การรับรู้ถึงโอกาส

7.2 การพัฒนาแนวคิด

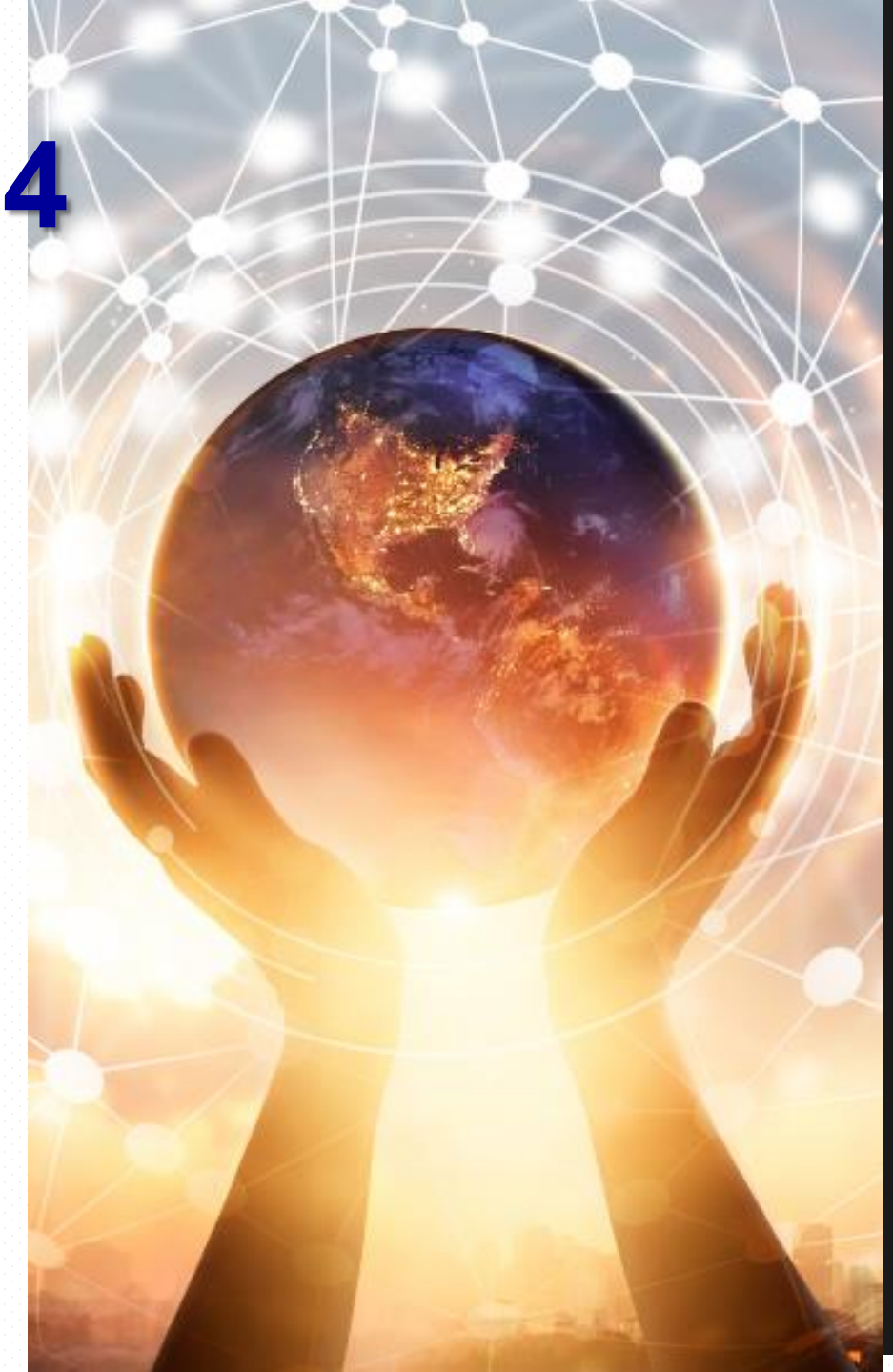
7.3 การแก้ไขปัญหา

7.4 การพัฒนาต้นแบบ

7.5 การแก้ไขจุดบกพร่อง

หน่วยที่ 4

ธุรกรรม
ในธุรกิจดิจิทัล



1. ความหมายของธุรกรรมในธุรกิจดิจิทัล

ธุรกรรม

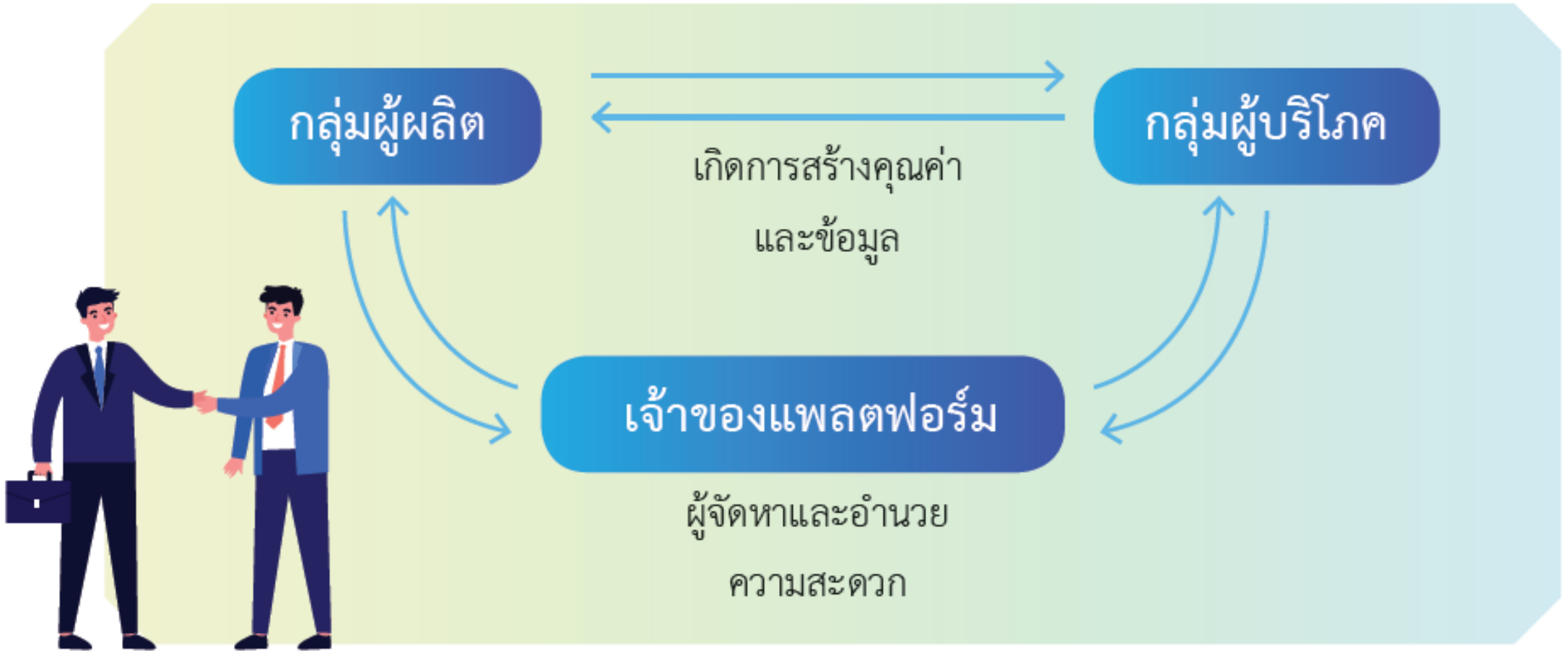
ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า transaction (อ่านว่า แทรน-แซก-ชั่น
หมายถึง การประกอบกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะด้า
ธุรกิจและการเงิน

ธุรกิจดิจิทัล

หมายถึง การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาพัฒนาธุรกิจที่ทำอยู่เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

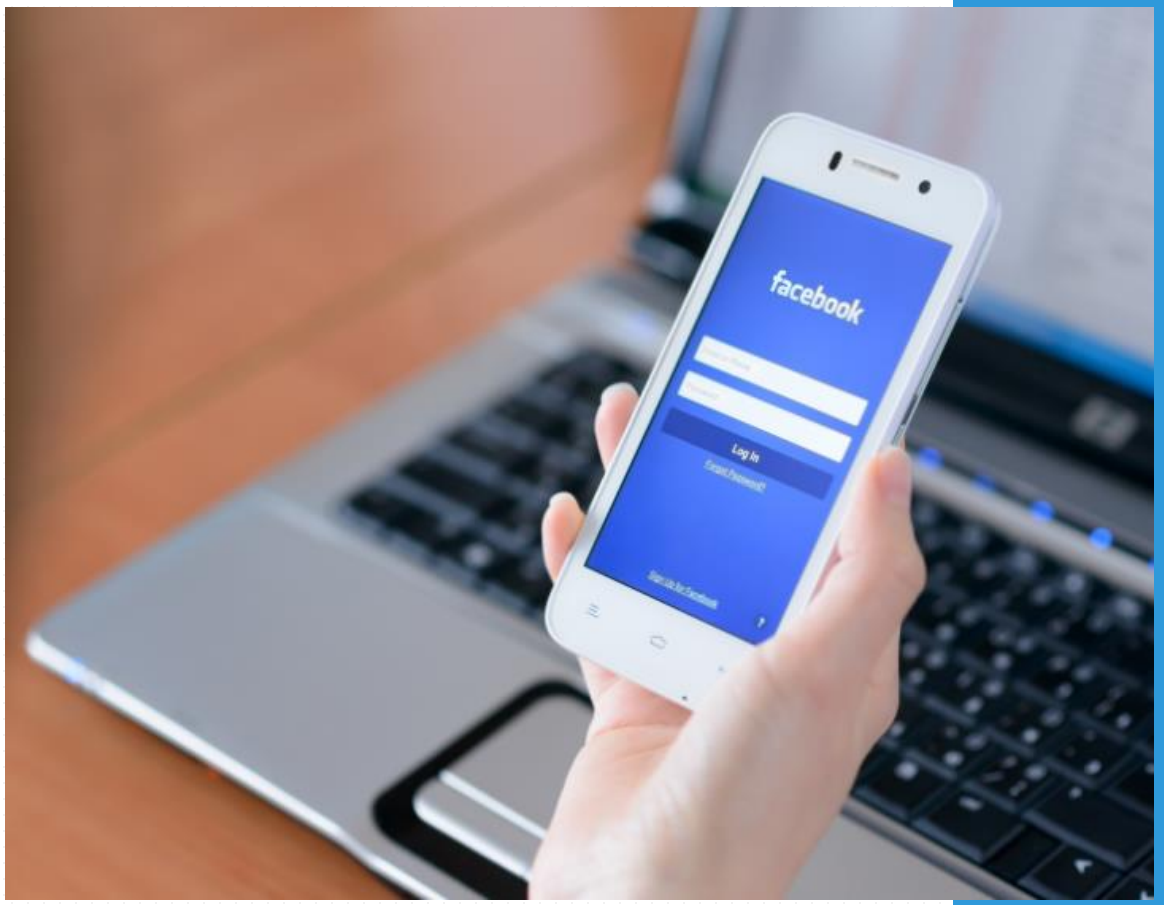
2. การทำธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม (Platform Business)

การทำธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม (Platform Business) ได้
Geoffrey Parker, Marshall Van Alstyne และ Sangee
Choudary ซึ่งเป็นผู้แต่งหนังสือที่มีชื่อว่า Platform Revolutio
ได้นิยามคำว่า Platform Business คือ โมเดลทางธุรกิจที่สร้
คุณค่าจากการอำนวยความสะดวกให้เกิดการแลกเปลี่ย
ระหว่างกลุ่มคนหรือผู้ใช้งานตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยทั่วไปก็คื
กลุ่มหนึ่งเป็นผู้บริโภคและอีกกลุ่มเป็นผู้ผลิต


กลุ่มผู้ผลิต
กลุ่มผู้บริโภค
เกิดการสร้างคุณค่า
และข้อมูล
เจ้าของแพลตฟอร์ม
ผู้จัดหาและอำนวย
ความสะดวก

3. นวัตกรรมกับธุรกิจดิจิทัล

เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ การให้บริการ หรือกระบวนการรูปแบบใหม่ อาศัยข้อมูลข่าวสารและการดำเนินการทางด้านเทคโนโลยีโดยมีเครื่องมือ (Tools) หรือแอปพลิเคชันโปรแกรม (Application Program) เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ จัดเก็บ รวบรวม วิเคราะห์ พยากรณ์ข้อมูล เพื่อช่วยให้การดำเนินธุรกิจหรือการค้าของตนเองได้เปรียบเชิงการแข่งขัน สร้างผลกำไรและสนองตอบต่อความต้องการให้กับลูกค้าเป็นหลัก

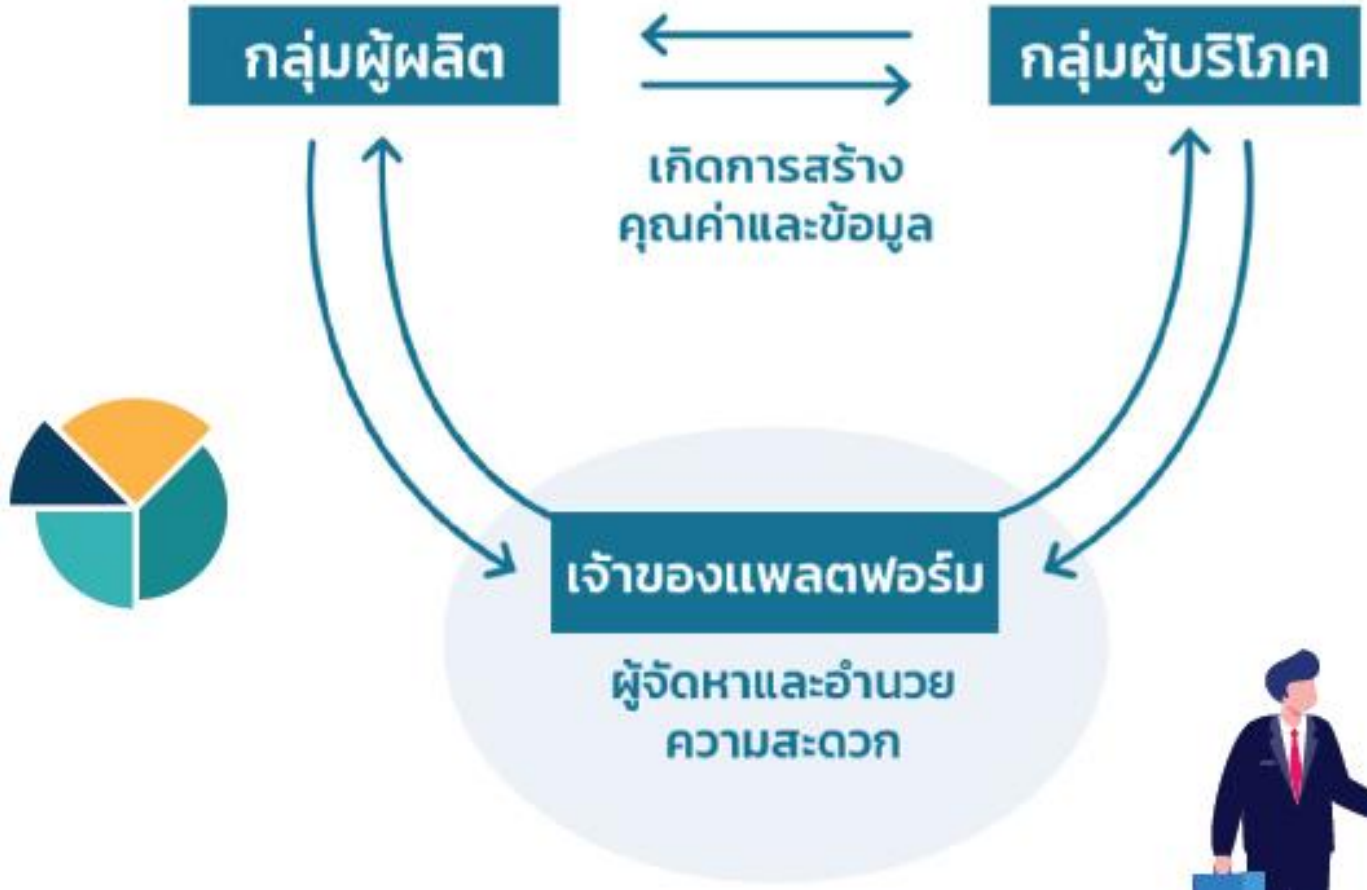


การเป็นเจ้าของแพลตฟอร์มไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นเจ้าของสินทรัพย์ในสินค้าและบริการที่เกิดขึ้น แต่จะทำหน้าที่ในการเป็นผู้ที่จัดหาและอำนวยความสะดวก ดังต่อไปนี้

- การวางโครงสร้างพื้นฐาน
- การออกแบบกฎเกณฑ์และบริหารจัดการสิ่งที่เกิดขึ้นบนพื้นที่
- การดำเนินการสร้างกลุ่มผู้ใช้งานให้เกิดขึ้น
- การดำเนินการบริหารจัดการ จัดเก็บ และส่งต่อของคุณค่าและข้อมูล

4. การเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจแบบดั้งเดิมกับธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม

ธุรกิจดั้งเดิมในกลุ่มผู้ผลิตจะดำเนินการ การจัดหาวัตถุดิบ การประกอบ การผลิต การจัดจำหน่ายทำการส่งต่อกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งธุรกิจแบบดั้งเดิมจะมีลักษณะเป็นเจ้าของสินทรัพย์และทรัพยากรเน้นกระบวนการทางอุปทาน (Supply) การผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นกระบวนการภายในของห่วงโซ่อุปทานส่วนแพลตฟอร์มจะเน้นกระบวนการภายนอกของห่วงโซ่อุปทาน การสร้างและครอบครองกระบวนการในทางอุปสงค์ (Demand)


กลุ่มผู้ผลิต
กลุ่มผู้บริโภค
เกิดการสร้าง
คุณค่าและข้อมูล
เจ้าของแพลตฟอร์ม
ผู้จัดหาและอำนวย
ความสะดวก
PLATFORM

5. แพลตฟอร์มโมเดลธุรกิจ

ระบบนิเวศใหม่ของธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม รูปแบบในการหารายได้มีหลากหลายรูปแบบ ส่วนมากจะเป็นการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้งานตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป รูปแบบการหารายได้จะไม่มีผลต่อการลดจำนวนของการปฏิสัมพันธ์และจำนวนกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้งาน โดยมีรูปแบบของแพลตฟอร์มดังนี้

รูปแบบที่ 1
โมเดลการแลกเปลี่ยน
หรือ Marketplace

รูปแบบที่ 3
ค่าธรรมเนียมจาก
การใช้บริการ

รูปแบบที่ 5
ระบบการเก็บค่าสมาชิก
(Subscription)

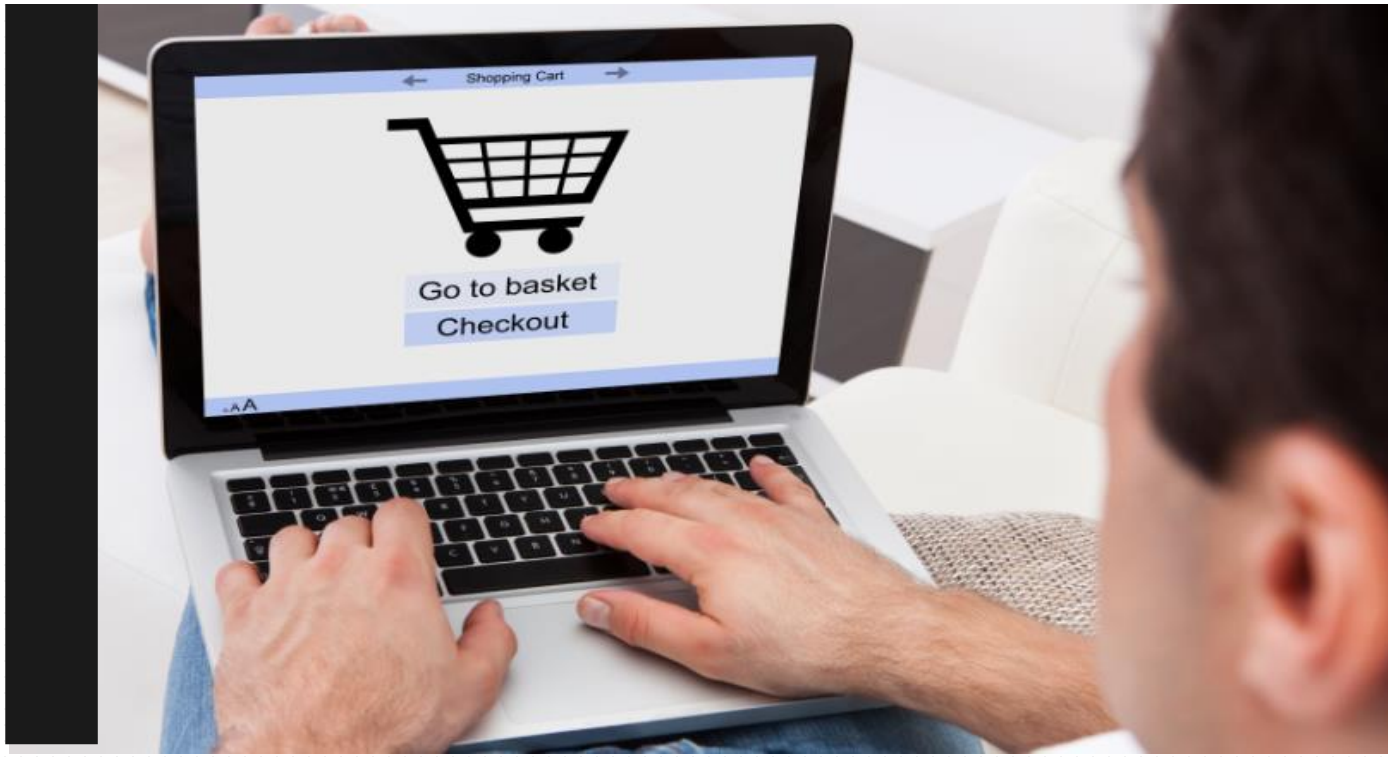
รูปแบบที่ 2
การโฆษณา

รูปแบบที่ 4
โมเดลทางระบบนิเวศ

รูปแบบที่ 6
ฟรีเมียม (Freemium)

6. โมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

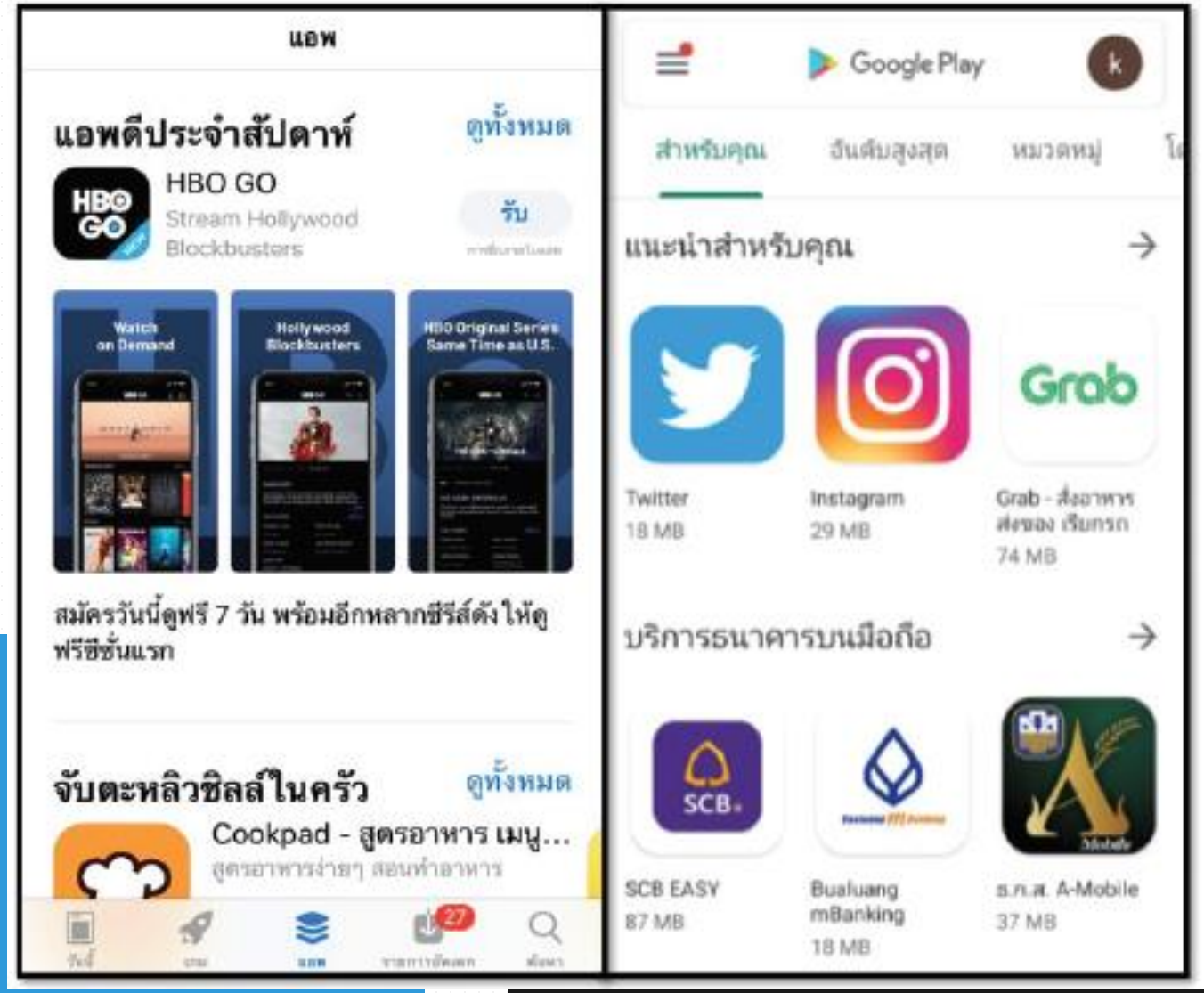
การที่จะทราบรายละเอียดของกิจการว่าประกอบกิจการอะไร ขายอะไร กลุ่มลูกค้าคือใคร ค่าใช้จ่ายอะไร และอื่น ๆ ที่ดูแล้วทราบรายละเอียดของกิจการว่ามีการเชื่อมอะไรบ้าง ก็จะเป็นโมเดลทางธุรกิจ (Business Model Canvas) จะเป็นลักษณะของเทมเพลต (Template) โมเดลธุรกิจที่มีส่วนประกอบกัน 9 ด้าน ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้งานในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ และได้รับความนิยมจากนักการตลาดและ SMEs ใช้เป็นเครื่องมือพื้นฐาน แสดงแผนภูมิภาพ Business Model Canvas



7. ธุรกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการในธุรกิจดิจิทัล

การซื้อขายสินค้าและบริการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญของธุรกิจและเป็นธุรกรรมในธุรกิจดิจิทัลด้วยซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้เข้าธุรกิจ โดยทำการแยกธุรกิจดิจิทัลตามแพลตฟอร์มเป็นกลุ่มดังต่อไปนี้

- กลุ่มโมเดลการแลกเปลี่ยนหรือ Marketplace เช่น Grab Airbnb เป็นต้น
- กลุ่มโฆษณา เช่น YouTube Instagram Facebook
- กลุ่มค่าธรรมเนียมจากการใช้บริการ เช่น PayPal AliPay
- กลุ่มระบบเก็บค่าสมาชิก (Subscription) เช่น Netflix iflix HOOQ VIU
- กลุ่มฟรีเมียม (Freemium) เช่น Spotify Joox
- กลุ่มโมเดลทางระบบนิเวศ เช่น แพลตฟอร์มของ iOS และ Android


แอพ
แอพดีประจำสัปดาห์
ดูทั้งหมด
HBO GO
Stream Hollywood Blockbusters
รับ
Watch on Demand
Hollywood Blockbusters
HBO Original Series Same Time as U.S.
สมัครวันนี้ดูฟรี 7 วัน พร้อมอีกหลากซีรีส์ดังให้ดูฟรีซีซั่นแรก
จับตะหลิวซิลล์ในครัว
ดูทั้งหมด
Cookpad - สูตรอาหาร เมนู...
สูตรอาหารง่ายๆ สอนทำอาหาร
Google Play
สำหรับคุณ
อันดับสูงสุด
หมวดหมู่
แนะนำสำหรับคุณ
Twitter
18 MB
Instagram
29 MB
Grab - สั่งอาหาร ส่งของ เรียกรถ
74 MB
บริการธนาคารบนมือถือ
SCB EASY
87 MB
Bualuang mBanking
18 MB
s.n.a. A-Mobile
37 MB

8. การชำระเงินออนไลน์

- การโอนเงิน
- กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Wallet)
- พร้อมเพย์
- บริการชำระบิลข้ามธนาคาร (Cross-bank Bill Payment)
- Mobile Payment

หน่วยที่ 5

สื่อสังคมออนไลน์กับธุรกิจดิจิทัล

1. ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์กับธุรกิจดิจิทัล

ธุรกิจดิจิทัล หมายถึง การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาพัฒนาธุรกิจที่ทำอยู่เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (Office of the Royal Society) ให้**ความหมายสื่อสังคม** หมายถึงการสื่อสารของมนุษย์ได้รับการพัฒนาให้สื่อสารถึงกันอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น สื่อชนิดหนึ่งที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้

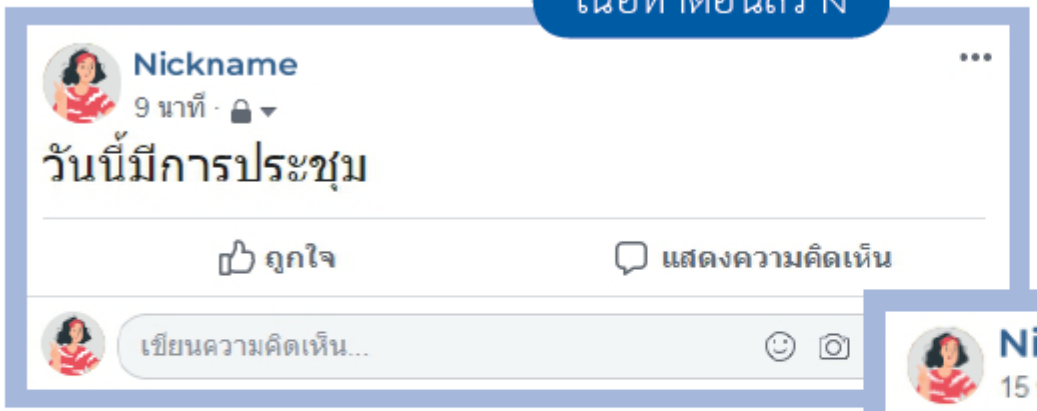
2. คุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์

- สื่อสังคมออนไลน์เป็นอินเทอร์เน็ตแอปพลิเคชัน
- เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ถูกสร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคม
- ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างข้อมูลส่วนตัวที่เป็นตัวแทนของผู้ใช้งานบนเว็บไซต์
- สื่อสังคมออนไลน์ช่วยในการสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์

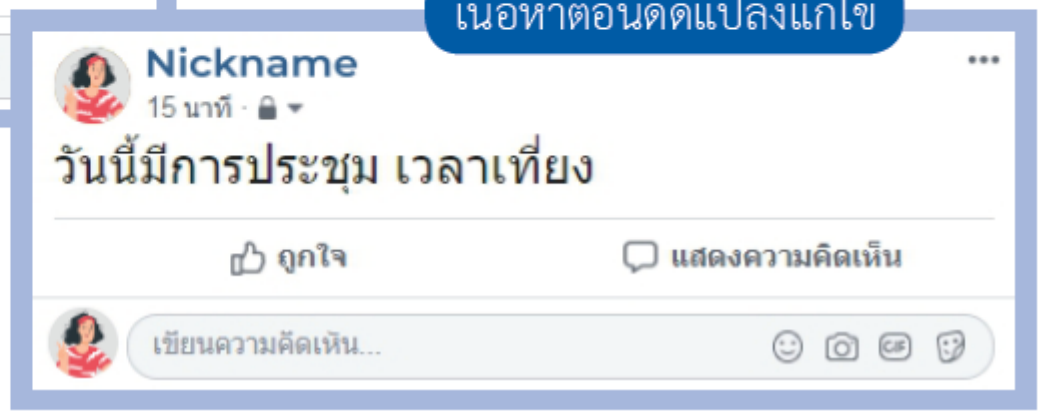
3. ความแตกต่างของสื่อสังคมออนไลน์กับสื่อประเภทอื่น

- การกระจายตัวของเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นแบบไวรัล (Viral
- การที่เนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์สามารถถูกเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา
- ปริมาณเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์มีจำนวนมาก
- การที่เนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์สามารถถูกดัดแปลงแก้ไขได้ตลอดเว

เนื้อหาตอนสร้าง



เนื้อหาตอนดัดแปลงแก้ไข



4. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ได้มีความก้าวหน้าอย่างมากมีการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารต่าง ๆ อาทิ การ live รายการต่าง ๆ มีการปรับปรุงด้านความปลอดภัย โดยการใช้โพรโตคอล https แทน http เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

- เครือข่ายสังคม (Social networking site) เช่น Facebook Badoo Google+ LinkedIn และ Orkut เป็นต้น
- ไมโครบล็อก (Mico-blog) เช่น Twitter แสดง Blauk Weibo Tout และ Tumble เป็นต้น
- เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website) ได้แก่ Flicker Vimero YouTube Instagram และ Pinterest เป็นต้น
- บล็อกส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs) ตัวอย่างได้แก่ Blogger WordPress Blogging และ Extern เป็นต้น
- บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet) ตัวอย่างคือ theguardian.com เจ้าของคือหนังสือพิมพ์ The Guardian

- วิกิ และพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม (Wikis and online collaborative space) ตัวอย่างได้แก่ WikipediaWikia เป็นต้น
- กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Forums, discussion board and group) เช่น Google groups Yahoo groups และ Pantip เป็นต้น
- เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform) ตัวอย่างได้แก่ Second life และ World of Warcraft เป็นต้น
- ข้อความสั้น (Instant messaging) เป็นการส่งข้อความสั้นจากโทรศัพท์เคลื่อนที่
- การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-Spatial tagging) ตัวอย่างได้แก่ Facebook และ Foursquare เป็นต้น

5. หน้าที่ของสื่อสังคมออนไลน์

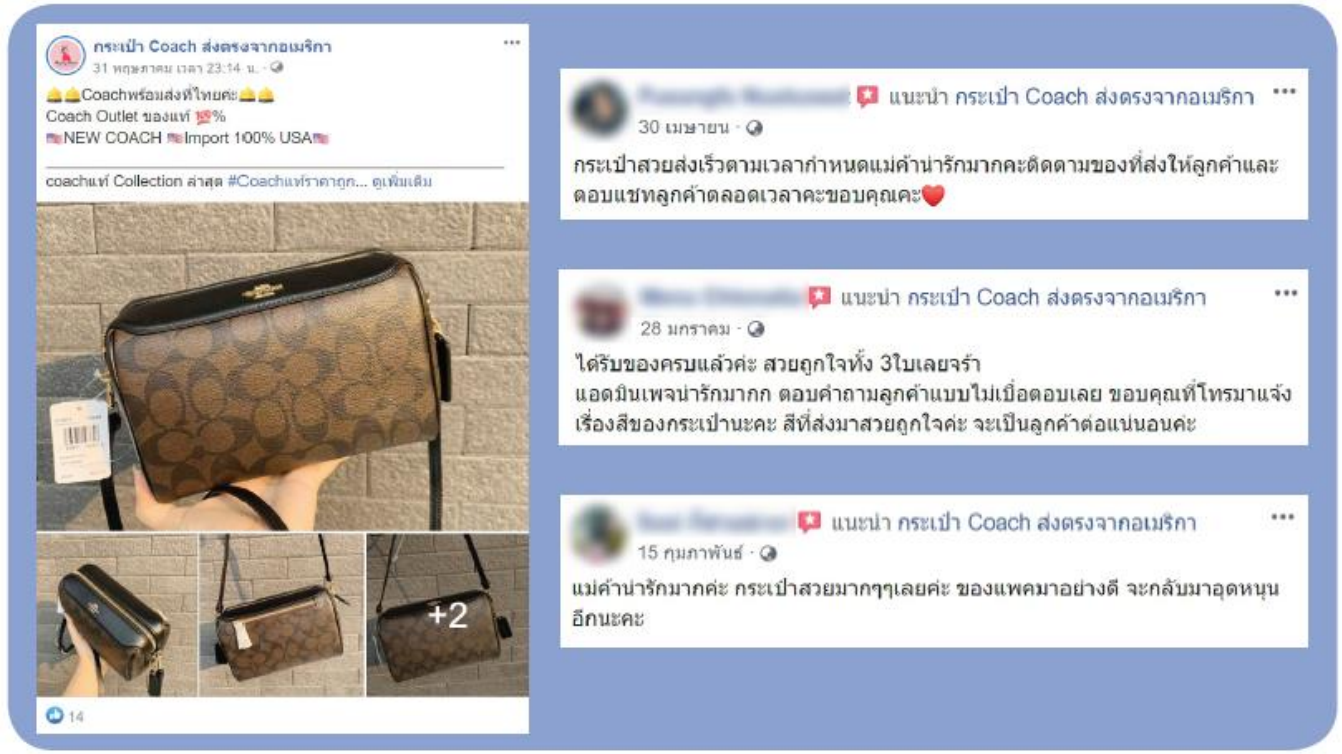
- การระบุตัวตน (Identity)
- การแบ่งปันข้อมูล (Sharing)
- ความสัมพันธ์ (Relationships)
- การสนทนา (Conversations)
- การมีตัวตน (presence)
- ชื่อเสียง (Reputation)
- การสร้างกลุ่มใน Facebook

6. ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ในธุรกิจดิจิทัล

6.1 การเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรการบริโภค

ในยุคดิจิทัลผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตสร้างขึ้นมามีความจำเป็นที่จะต้องทำการตอบโจทย์ของผู้ใช้สินค้าและผู้ใช้มีผลย้อนกลับที่ดีก็จะทำให้มีคนมาซื้อสินค้าอีกก็จะกลายเป็นวัฏจักรการบริโภค

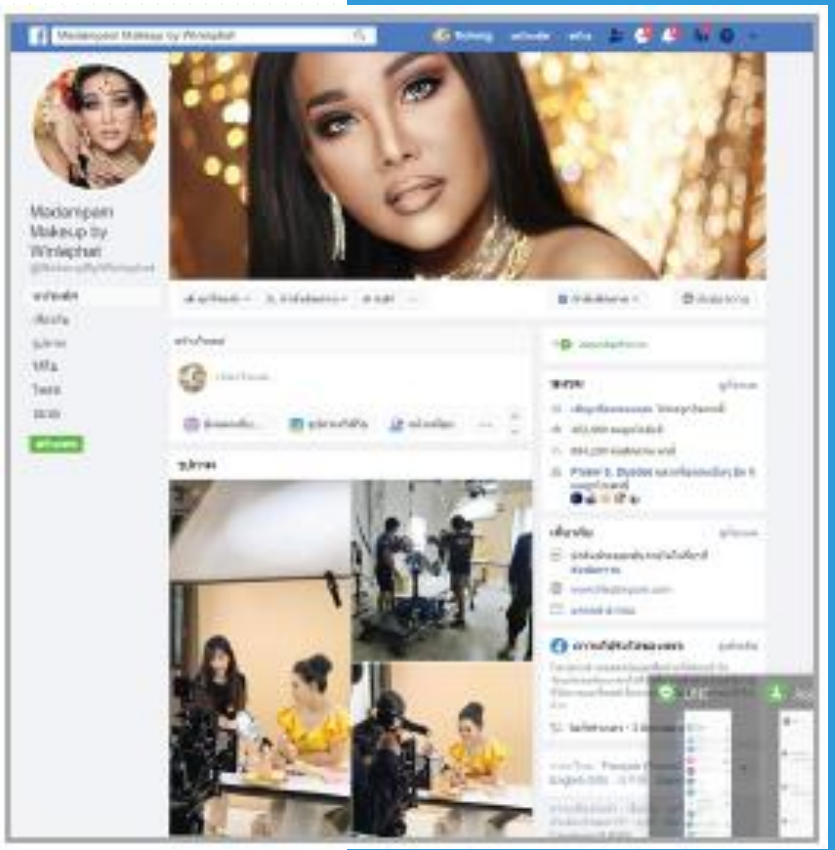
6.2 การเปลี่ยนแปลงของประเภทข้อมูลที่ผู้ใช้เข้าถึงได้



ในปัจจุบันลูกค้าจะรับรู้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้เคยซื้อหรือผู้ใช้บริการกลับมารีวิว ทำให้ผู้บริโภคเป็นคนให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้ประกอบการ ทำให้สินค้านั้นออกมาจำหน่ายเป็นส่วนร่วมของผู้บริโภคด้วย ตัวอย่างเพจที่มีการนำสินค้าที่เป็นกระเป๋า Coach ส่งตรงจากอเมริกา และมีการรีวิวของสินค้า

6.3 การมีส่วนร่วมของผู้บริโภค

จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ประกอบการกับลูกค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook เช่น ผู้บริการด้านพลังงาน บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) มีการร่วมกิจกรรมกับลูกค้าทำเกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

6.4 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ธุรกิจดิจิทัลบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคได้แก่ Social Influencer คือกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์พูดอะไร แนะนำสินค้าใด มักจะส่งผลกระทบถึงสินค้านั้นทั้งด้านดีและด้านไม่ดี ซึ่งบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมักจะมีผู้ติดตามอยู่มาก