

**กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
สำหรับธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัล**

COMPETITIVE ADVANTAGE STRATEGY WITH INFORMATION TECHNOLOGY
FOR BUSINESSES IN DIGITAL ECONOMY

พนาสิน จิงสวนันทน์

Panasin Chungsawanant

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Graduate School of Human Resource Development, National Institute of Development
Administration

Email: Panasin.chu@nida.ac.th

Received 3 October 2024; Revised 6 November 2024; Accepted 6 November 2024



บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจภายใต้การแข่งขัน ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้อย่างเหมาะสม ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ ช่วยให้ การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจ อันนำไปสู่ความเชื่อมั่น และความจงรักภักดีต่อองค์กร ช่วย สร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันที่เกิดขึ้นในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์และเชิง สมรรถภาพขององค์กรที่มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยองค์กรที่มี ประสิทธิภาพสูงจะสร้างและใช้ทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศได้ดีกว่าองค์กรที่มีประสิทธิภาพต่ำกว่า และยัง เสริมแรงกับความสามารถในการปรับตัวอีกด้วย ซึ่งบทความวิชาการนี้ ผู้เขียนจะนำเสนอ 1) กลยุทธ์ความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) เทคโนโลยีสารสนเทศ 3) เศรษฐกิจดิจิทัล 4) การปรับตัวของธุรกิจในยุคเศรษฐกิจ ดิจิทัล เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการ ความสะดวก และรวดเร็วที่จะช่วยให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพในการ บริการ ลดต้นทุนการดำเนินงาน และสร้างความแตกต่างในด้านธุรกิจ ส่งผลให้มีรายได้และผลกำไรเพิ่มมากขึ้น และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจได้

คำสำคัญ : ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; เทคโนโลยีสารสนเทศ; ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

Abstract

At present, business operations are subject to competition. Entrepreneurs must run their businesses creatively. By using modern information technology appropriately. Promoting a good image for the business helps make operations efficient, create satisfaction, which leads to confidence and loyalty to the organization, and help create a competitive advantage in the digital economy era. It is a strategic and organizational resource that directly affects the organization's competitiveness. High-performance organizations will create and

use information technology resources better than organizations with lower efficiency, which will also reinforce their ability to adapt. In this academic article, the author will present: 1) competitive advantage strategies; 2) information technology, 3) digital economy, and 4) business adaptation in the digital economy era to meet the needs, convenience, and speed that will help businesses be efficient in their services, reduce operating costs, and create business differences, resulting in increased income and profits and being able to create a competitive advantage for businesses.

Keywords: Competitive Advantage; Information Technology; Digital Economy

บทนำ

ปัจจุบันภาวะทางเศรษฐกิจทำให้ตลาดเกิดใหม่เติบโตขึ้น ซึ่งการเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาด้านเทคโนโลยีมีความเกี่ยวข้องกันโดยตรง มีลงทุนมหาศาลในเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยได้รับแรงหนุนจากความปรารถนาที่จะหาวิธีลดต้นทุนและขับเคลื่อนนวัตกรรม ส่งผลให้เทคโนโลยีสารสนเทศในเศรษฐกิจดิจิทัลขับเคลื่อนรายได้ที่เพิ่มขึ้น ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านการศึกษาและการฝึกอบรม รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทั้งหมดนี้นำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจ ในประเทศกำลังพัฒนา ผู้นำและองค์กรต่างๆ จะต้องตระหนักถึงความท้าทายใหม่ๆ ที่กำลังเผชิญ การเพิ่มขึ้นของกลุ่มชนชั้นกลางและผู้สูงอายุที่เด่นชัดขึ้น เช่น ในประเทศจีน อินเดีย และในกลุ่มอาเซียน ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณา (ASEAN Economic Community Information Center, 2017) เนื่องจากในทุกประเทศมีองค์กรต่างๆ ที่ต้องเผชิญหน้ากับความแตกต่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจถดถอยและวิกฤตทางการเงินทั่วโลก การเปลี่ยนแปลงอำนาจทางเศรษฐกิจจากตะวันตกไปตะวันออก และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจในระดับโลกที่ไม่สามารถคาดเดาได้ ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งรูปลักษณ์และรูปแบบของเศรษฐกิจทั่วโลก

การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจมีศักยภาพที่จะแตกต่างจากคู่แข่ง อีกทั้งยังเป็นกลยุทธ์การทำงานขององค์กรที่เน้นการแข่งขันเพื่อหากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจมากที่สุด และนำไปสู่การเป็นผู้นำด้านการตลาด รวมไปถึงการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจและส่งเสริมศักยภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งหรือเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ความแตกต่างและความโดดเด่น 2) ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน 3) ตลาดเฉพาะกลุ่ม และ 4) การตอบสนองที่รวดเร็ว (Healy et al., 2014) รวมไปถึงการทำให้ผลิตภัณฑ์และการบริการดีกว่าคู่แข่งทางการค้า สิ่งนี้จะเน้นย้ำถึงประโยชน์ที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการและตอบโจทย์ตามความต้องการของลูกค้าที่สุด (Yang et al., 2013)

บทความนี้ผู้เขียนจึงนำเสนอ กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เทคโนโลยีสารสนเทศ เศรษฐกิจดิจิทัล และการปรับตัวของธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เนื่องจากธุรกิจล้วนต้องปรับตัวตามสภาพเศรษฐกิจกระแสต่างๆ และพฤติกรรมลูกค้าใหม่ อีกทั้งต้องรักษาลูกค้าเดิมโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย หากไม่เริ่มปรับเปลี่ยนเสียตั้งแต่ตอนนี้ธุรกิจอาจขับเคลื่อนไปได้ยากกว่าเดิม หรืออาจจะมีธุรกิจอื่นเข้ามาแทนที่ก็เป็นได้ เพื่อให้ธุรกิจของตามทันโลกในยุคดิจิทัล จึงต้องสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัลขึ้นมา

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ผลลัพธ์ของการใช้กลยุทธ์ที่สามารถสร้างคุณค่า (Value-creating strategy) ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งก็คือความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) โดยที่คู่แข่งไม่สามารถใช้กลยุทธ์เดียวกันในเวลาเดียวกันได้ ดังนั้นความได้เปรียบทางการแข่งขันจะคงอยู่ต่อไปได้ก็ต่อเมื่อคู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบผลลัพธ์ ประโยชน์ หรือคุณค่าที่ได้จากการใช้กลยุทธ์ที่องค์กรกำหนดหรือสร้างขึ้นได้ (Jay Barney, 1991) โอกาสในการสร้างผลกำไรที่สูงกว่าคู่แข่งสามารถทำได้โดยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การมุ่งเน้นไปที่กลุ่มตลาดเฉพาะ การมุ่งเน้นไปที่ช่องทางการผลิตหรือการกระจายสินค้า และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากคู่แข่ง ธุรกิจจะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติจริงเพื่อสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจ และคู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ ดังที่การวิจัยของ Kartiraharjo และ Isfianadewi (2021) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยต่างๆ ในแง่ของความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพทางธุรกิจสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจได้

Porter (2007) ได้อธิบายความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการสร้างและรักษาประสิทธิภาพที่เหนือกว่า โดยใช้แบบจำลองห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) ซึ่งระบุว่าความสามารถในการแข่งขันของแต่ละองค์กรมาจากความสามารถในการจัดการกิจกรรมภายใน หากจัดการกิจกรรมได้ดีก็จะช่วยลดต้นทุนขององค์กรได้ เหมาะสำหรับองค์กรที่ต้องการใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านราคาหรือการสร้างความแตกต่างจะต้องศึกษาและวิเคราะห์กิจกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมเพื่อค้นหาความได้เปรียบทางการแข่งขันของตนเอง กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันแบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์ ดังนี้

1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง คือ การบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจผลิตขึ้นจะต้องมีความแตกต่างที่อาจไม่พบจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปอื่นๆ หรือได้เพิ่มประสิทธิภาพหรือศักยภาพของผลิตภัณฑ์ สร้างความโดดเด่นที่แสดงถึงสถานะของผู้ซื้อ ความเป็นเลิศทางเทคโนโลยี การเป็นผู้นำในด้านคุณภาพ ความ ผู้นำด้านการบริการ ผู้นำในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือผู้นำในการเห็นประโยชน์ของผู้บริโภคและสังคม ซึ่งทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาขายให้สูงกว่าคู่แข่งได้

2) กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยสามารถกำหนดราคาได้ต่ำกว่าราคาในท้องตลาดมักใช้กับตลาดที่มีขนาดใหญ่ หากมีต้นทุนที่ต่ำกว่าแล้วก็มีโอกาสที่จะอยู่ในตลาดการแข่งขันได้นานแม้จะมีส่วนต่างกำไรที่ต่ำ เพราะทำให้คู่แข่งไม่ยากที่จะเข้ามาแข่งขันด้วย เนื่องจากไม่ดึงดูดใจในการลงทุนหรือไม่คุ้มกับความเสี่ยงในการมาทำตลาดแข่งขันกับธุรกิจที่มีต้นทุนการผลิตต่ำที่มีอยู่ก่อน กลยุทธ์นี้จะสามารถอยู่ได้แต่ต้องมีลูกค้าจำนวนมากพอจนทำให้เกิดกำไรได้เป็นจำนวนที่มากพอ

3) กลยุทธ์เฉพาะกลุ่ม คือ การที่ธุรกิจมุ่งเน้นไปที่การผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น ตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้สูง การมีสินค้าและบริการที่เฉพาะเจาะจงทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาขายได้สูง เนื่องจากลูกค้าจำเป็นต้องซื้อจากธุรกิจและไม่ต้องการเสี่ยงซื้อจากผู้อื่น ข้อได้เปรียบในการแข่งขันเป็นที่นิยมในธุรกิจขนาดเล็ก โดยการจำกัดขอบเขตการดำเนินธุรกิจ เช่น การจำกัดสายผลิตภัณฑ์ การจำกัดลูกค้าเป้าหมาย การจำกัดขอบเขตตลาดให้อยู่ในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง หรือประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย ในการใช้กลยุทธ์แบบแบ่งเขตพื้นที่ บริษัทจะต้องเลือกกลุ่มตลาดที่สามารถสร้างกำไรได้สูง มีความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่ผู้ผลิตอื่นยังไม่สามารถตอบสนองได้ และสร้างความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมกับกลุ่มลูกค้า บริษัทควรเลือกใช้กลยุทธ์เพียงกลยุทธ์เดียวเท่านั้น ซึ่งเหมาะกับตนเองมากที่สุด หลีกเลี่ยง

การใช้กลยุทธ์หลาย ๆ อย่างร่วมกัน เพราะอาจทำให้บริษัทไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีความสามารถเฉพาะเจาะจงได้

Tappinkorn (2023) กล่าวว่า กลยุทธ์การเติบโตที่สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านการตลาดและส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์การเติบโตด้วยการขยายธุรกิจไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง กลยุทธ์การเติบโตด้วยการกระจายการลงทุนไปสู่ธุรกิจอื่น ถือเป็นอีกกลยุทธ์ทางธุรกิจที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่ความสำเร็จ และมุ่งหวังที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นลักษณะของธุรกิจที่ดึงดูด สร้างขีดความสามารถ และเข้าถึงลูกค้ามากกว่าคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือธุรกิจอื่นๆ ในตลาด และสามารถตอบสนองความต้องการบางประการของลูกค้าที่คู่แข่งไม่มีหรือไม่สามารถนำเสนอได้ ตั้งแต่ต้นทุนที่ต่ำกว่า การตอบสนองที่เร็วขึ้นหรือเน้นไปที่ตลาดเฉพาะ บริการเฉพาะทางมากขึ้น หรือผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่า รวมถึงการตลาดที่แข็งแกร่งขึ้น เป็นต้น ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรได้

เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

เทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตและสังคมของมนุษย์ โดยที่เทคโนโลยีสารสนเทศก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและโอกาสต่างๆ แก่องค์กร เช่น การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ของโครงสร้าง และการต่อสู้ในอุตสาหกรรม การปรับปรุงโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการบริการ เป็นต้น เป็นเพราะเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ของการสื่อสารและการโต้ตอบระหว่างบุคคล จึงนำไปสู่การพัฒนาและเผยแพร่ความรู้ ซึ่งต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยี

Poolklal (2019) ได้อธิบาย เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้ในการประมวลผลข้อมูลต่างๆ ได้แก่ การรับ-ส่ง การจัดเก็บ การเผยแพร่ การแปลง และการเรียกค้นข้อมูล ทำให้การประมวลผลข้อมูลง่ายขึ้น สะดวก รวดเร็ว แม่นยำยิ่งขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศยังมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนทุกระดับ หรือประชาชนทั่วไป เช่น นักเรียน นักธุรกิจ พ่อค้าแม่ค้า ข้าราชการ เป็นต้น ดังนั้น จำเป็นต้องมีทักษะในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้ได้อย่างถูกต้อง นำไปใช้ได้อย่างถูกต้อง และสร้างประโยชน์สูงสุด และสามารถบูรณาการความรู้ที่มีอยู่อย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาวัฒนธรรมต่างๆ เทคโนโลยีสารสนเทศยังคงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้คนในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Polinhom (2016) ได้กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ การนำความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์โทรคมนาคมมาประยุกต์ใช้ในการรวบรวม จัดเก็บ จัดการ จัดส่ง ค้นหา ดึงข้อมูล แจกจ่าย และติดตามข้อมูลต่างๆ เทคโนโลยีสารสนเทศนี้เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือธุรกิจต่างๆ ในธุรกิจต่างๆ เพื่อช่วยให้การดำเนินงานต่างๆ สะดวก รวดเร็ว ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับข้อมูล ทำให้ข้อมูลนั้นมีประโยชน์และแพร่หลายมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศยังให้ประโยชน์โดยทำให้การสื่อสารระหว่างมนุษย์ไร้ขีดจำกัด ทั้งนี้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลัก คือ Internet, Intranet and World Wide Web. (Intathat, 2007)

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) เทคโนโลยีการประมวลผลข้อมูล ซึ่งครอบคลุมการรับ การส่ง การแปลง การจัดเก็บ การประมวลผล และการค้นคืนข้อมูลในแอปพลิเคชัน การบริการ และพื้นฐานทางเทคโนโลยี สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มย่อย คือ คอมพิวเตอร์ การสื่อสาร และข้อมูล

มัลติมีเดีย โดยแต่ละกลุ่มย่อยสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายกลุ่มย่อย ทั้งนี้ องค์ประกอบทั้ง 3 ยังคงต้องทำงานร่วมกัน ตัวอย่างเช่น คอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ (คอมพิวเตอร์) เป็นส่วนประกอบสำคัญของระบบเครือข่าย (การสื่อสาร) ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลไปยังไคลเอนต์ (ข้อมูลมัลติมีเดีย) บางครั้งเรียกว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (King Mongkut's University of Technology Thonburi, 2016) และเกี่ยวข้องโดยตรงกับเครื่องมือการจัดการข้อมูล รวมถึงคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง ขั้นตอนและวิธีการที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์ ข้อมูลบุคลากร และขั้นตอนเพื่อเพิ่มประโยชน์สูงสุดจากข้อมูล นอกจากนี้ยังรวมถึงโทรทัศน์ วิทยุ โทรศัพท์ โทรสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ เป็นการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้กับระบบสารสนเทศ ตั้งแต่กระบวนการรวบรวม ประมวลผล และเผยแพร่ข้อมูล เพื่อช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและทันเวลา เทคโนโลยีสารสนเทศ อาจประกอบด้วย (Malaiwong, 1997)

1. เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สำนักงาน อุปกรณ์โทรคมนาคม และซอฟต์แวร์สำเร็จรูปและซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้นเพื่อการใช้งานเฉพาะด้าน เครื่องมือเหล่านี้ถือเป็นเครื่องมือที่ทันสมัยและใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (High Technology)

2. กระบวนการใช้เครื่องมือดังกล่าวข้างต้นในการรวบรวม จัดเก็บ ประมวลผล และแสดงผลลัพธ์เป็นข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถนำไปใช้งานต่อไปได้ เช่น การจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบฐานข้อมูล เป็นต้น

จึงสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่สร้างวิธีการใหม่ๆ ในการจัดเก็บข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ การส่ง การสื่อสารข้อมูล การเข้าถึงข้อมูล การรับข้อมูล รวมถึงการสร้างสังคมและอุตสาหกรรมข้อมูล และการจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้อมูล ทำให้ข้อมูลมีประโยชน์และถูกใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้น รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ในการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บเนื้อหา ส่งต่อ ใช้งาน หรือการสื่อสารกันและกัน

เศรษฐกิจดิจิทัล

เศรษฐกิจดิจิทัลเป็นแนวโน้มระดับโลกที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และเทคโนโลยีดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงวิถีคิดของธุรกิจไปอย่างสิ้นเชิง มีธุรกิจใหม่ๆ และนวัตกรรมด้านบริการเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าและสร้างรายได้มหาศาลในช่วงเวลาสั้นๆ สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจหรืออุตสาหกรรมหลายประเภทจนถึงขั้นต้องปิดตัวลงหรือล้มละลาย เช่น ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ธุรกิจให้เช่าวิดีโอ ธุรกิจเพลงและภาพยนตร์ ผลกระทบนี้ยังแพร่กระจายไปยังธุรกิจอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ธุรกิจแท็กซี่ ธุรกิจด้านสุขภาพ และธุรกิจโรงแรม ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า Digital Disruption ดังนั้น เจ้าของธุรกิจต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็วโดยอิงจากข้อมูลและการวิเคราะห์ เพื่อสร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ หรือแม้แต่ปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการพัฒนา นวัตกรรมอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วและใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นทุกวัน ภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลกต่างก็มีเป้าหมายเดียวกัน นั่นคือ การพัฒนาอุตสาหกรรมให้ตอบโจทยความต้องการทั้งหมดให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป (Nunthasakulsit, 2022) เศรษฐกิจดิจิทัลเป็นรูปแบบเศรษฐกิจใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลแบบออนไลน์ คือการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การขาย การขนส่ง และการบริการ ซึ่ง Lane (1999) อธิบายว่าเศรษฐกิจดิจิทัล คือ เป็นการบูรณาการเทคโนโลยีการสื่อสารและคอมพิวเตอร์มาผสมผสานกันในรูปแบบของอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้สามารถถ่ายโอนข้อมูลและเทคโนโลยีต่างๆ ได้ ทำให้การทำ

ธุรกิจสะดวกและง่ายขึ้น ส่งผลให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขยายตัว เช่น การขายสินค้าที่ไม่ต้องเปิดหน้าร้าน การเปลี่ยนแปลงประเภทนี้สามารถเกิดขึ้นได้ในองค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Meenu (2018) เศรษฐกิจดิจิทัลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่รองรับกระบวนการทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (2) ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คือกระบวนการที่ช่วยให้ธุรกิจขององค์กรดำเนินงานผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (3) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้จากการซื้อขายผ่านทางคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไอที (โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยสำคัญ) เรียกว่า การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นด้านหนึ่งของเศรษฐกิจดิจิทัล

เศรษฐกิจดิจิทัลสามารถอธิบายได้หลายมุมมอง ดังนี้ 1) เป็นเศรษฐกิจที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนทุกมิติของเป้าหมายเศรษฐกิจด้านการเงิน การผลิต และบริการ 2) เป็นเศรษฐกิจภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ที่มีพื้นฐานและขับเคลื่อน/ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล 3) เป็นเศรษฐกิจด้านการผลิตและบริการ ทั้งกระบวนการทางการเงินและการบริหารจัดการตามมาตรฐานสากลและกระบวนการบริหารจัดการที่ดี 4) เป็นเศรษฐกิจด้านการบริหารจัดการแบบบูรณาการในรูปแบบ Integrated Single Framework ที่เชื่อมโยงเป้าหมายทั้งภาครัฐและเอกชนด้วยกระบวนการบริหารจัดการแบบบูรณาการ 5) เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใต้สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ที่ผลักดันให้ประเทศ ภาครัฐ และภาคเอกชนมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีมาตรฐาน จากการใช้เทคโนโลยีขับเคลื่อนเป้าหมายในทุกมิติ (The Comptroller General's Department, 2024)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นเศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (หรือเทคโนโลยีดิจิทัลให้ทันเวลา) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ ตลอดจน กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น

การปรับตัวของธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่างๆ จะประสบความสำเร็จในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้ก็ต้องเริ่มจากการปรับตัวและวางแผนธุรกิจให้มีความยืดหยุ่น เทคโนโลยีดิจิทัลจะไม่ใช้แค่เครื่องมือช่วยสนับสนุนการทำงานเหมือนในอดีตอีกต่อไป เพราะโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลแล้ว การผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคมอื่นๆ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง ดังนั้น ในแง่ธุรกิจ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาขับเคลื่อนประเทศให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาธุรกิจจึงมีความสำคัญ โดย Noppakhun and Maneechot (2016) อธิบายว่า การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและวางรากฐานเศรษฐกิจดิจิทัลจะช่วยเพิ่มศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างจริงจัง ซึ่งจะช่วยยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวหน้าไปพร้อมกับโลก และสามารถแข่งขันได้ในโลกยุคดิจิทัล ดังนั้นการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล จะเป็นการวางรากฐานอนาคตของประเทศชาติจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องมีความเข้าใจร่วมกันและร่วมกันขับเคลื่อนเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ชัดเจน

ในการดำเนินธุรกิจแบบเดิมๆ ความรู้ด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์มักถูกนำมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจในรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อมุ่งสู่ไทยแลนด์ 4.0 ตามนโยบายรัฐบาลที่กำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่เป็นองค์กรที่ใช้รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจแบบเดียวกับบริษัทเอกชน แต่เป้าหมายหลักในการดำเนินธุรกิจคือการคืนผลกำไรจากการดำเนินการสู่

สังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งพัฒนาบุคลากร ผลิตภัณฑ์ ระบบการจัดการที่ทันสมัย เป็นต้น เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรและสร้างความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง (Wachirawongpaisarn et al., 2021) ในด้านธุรกิจ ภาคธุรกิจบางภาคส่วนเริ่มปรับตัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเริ่มปรับตัวมาทำธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น การซื้อขายออนไลน์ หรืออี-คอมเมิร์ซ เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจที่ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจ ดังนั้นการทำธุรกิจในรูปแบบนี้ยังไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างแท้จริง เพราะเทคโนโลยีถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ ในยุคดิจิทัลเป็นยุคของอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่มีความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและส่งต่อข้อมูลความรู้ต่างๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร ภาพ หรือวิดีโอที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา ReadyPlanet (2019) กล่าวว่า หากธุรกิจกำลังเริ่มเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ควรเตรียมพร้อมและเริ่มวางแผนกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ของธุรกิจด้วย 3 ปัจจัยที่ต้องปรับให้เหมาะกับธุรกิจ ดังต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ของผู้บริโภค เป็นการเชื่อมโยงประสบการณ์ของผู้บริโภค ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีในยุคดิจิทัลคือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการตลาดออนไลน์ที่นำไปสู่ความประทับใจในสินค้าและบริการที่ดีขึ้น

2. การเรียนรู้ของเครื่อง: ปัญญาประดิษฐ์ (AI) องค์กรหลายแห่งเริ่มให้ความสำคัญกับส่วนนี้มากขึ้น โดยนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์หรือ AI เข้ามาใช้ในการธุรกิจหรือบริการของตนมากขึ้น เพื่อช่วยให้การตลาดดิจิทัลมีประสิทธิภาพและแม่นยำมากขึ้น ธุรกิจหรือบริการบางประเภทมีแนวโน้มนำ AI เข้ามาสู่องค์กรอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์เฉพาะหรือวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงทิศทางที่องค์กรจะขับเคลื่อนในอนาคต

3. ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล การใช้ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ การใช้ข้อมูลเพื่อจัดการธุรกิจในยุคการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ถือเป็นแกนหลักของยุคดิจิทัล

ดังนั้นการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล เป็นกระบวนการที่องค์กรนำไปใช้เพื่อรวมเศรษฐกิจดิจิทัล หรือเรียกว่าเทคโนโลยีดิจิทัลในทุกด้านของธุรกิจ กระบวนการนี้จะเปลี่ยนแปลงวิธีการที่องค์กรส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าโดยพื้นฐานบริษัทต่าง ๆ นำเทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและการดำเนินงานที่ปรับให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งกระบวนการนำเอาเศรษฐกิจดิจิทัลมาปรับใช้กับทุกส่วนของธุรกิจหรือนำเทคโนโลยีสารสนเทศรวมเข้ากับความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองพฤติกรรมต่อผู้บริโภคและสร้างการได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด ซึ่งเริ่มตั้งแต่วิธีการกระบวนการทำงาน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การตลาด วัฒนธรรมองค์กร และการกำหนดเป้าหมายในการเติบโตในอนาคต เพื่อให้ธุรกิจปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว

บทสรุป

วิธีที่ดีที่สุดในการสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรคือการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ข้อได้เปรียบในการแข่งขันคือความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวนานพอสมควรจึงจะสามารถเลียนแบบความสามารถของตนได้ เช่น นวัตกรรมในระบบการจัดการภายใน ระบบการจัดการองค์กร และภาพลักษณ์ขององค์กร ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันคือ ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนาไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล คือ การใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เป็นวิธีการฝึกฝนและประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ อันจะนำไปสู่การผลิตวัสดุ เครื่องมือ

เครื่องจักร หรือแม้แต่ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น การสร้างเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสร้างวิธีการใหม่ๆ ในการจัดเก็บข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ การส่ง การสื่อสารข้อมูล การเข้าถึงข้อมูล การรับข้อมูล รวมถึงการสร้างสังคมและอุตสาหกรรมข้อมูล และการจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพให้ตอบโจทย์ความต้องการ ความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพในการให้บริการ ลดต้นทุนการดำเนินการ และสร้างความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้มีรายได้และกำไรเพิ่มขึ้น และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจได้มากขึ้น

References

- ASEAN Economic Community Information Center. (2017). *Adapting in the Digital Economy Era*. Retrieved August 10, 2024, from <https://www.foodfti.com/Files/Name2/CONTENT65810705293562.pdf>.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Healy, P. M., Serafeim, G., Srinivasan, S., and Yu, G. (2014). Market Competition, Earnings Management, and Persistence in Accounting Profitability Around the World. *Review of Accounting Studies*, 19(4), 1281-1308.
- Intathat, K. (2007). *Information Technology and Communication Theory*. Bangkok: n.d.
- Kartiraharjo, H., & Isfianadewi, D. (2021). Enhancing competitive advantage through knowledge sharing, absorptive capacity, and innovation capability. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(8), 83-93.
- King Mongkut's University of Technology Thonburi, (2016). *Information Technology*. Retrieved August 14, 2024, from https://docs.google.com/document/d/1VruydSU15VQ6p_2mrjTn676ZBX2kQY5.
- Lane, N.(1999). Advancing the Digital Economy into the 21st Century. *Information Systems Frontiers*, 1(3), 317 -320.
- Malaiwong, K. (1997). *Technological innovation 200 IT perspectives*. Bangkok: SE-Education.
- Meenu, G. (2018). Digital Economy and the Role of Information Technology. *International Journal of Management and Information Technology*, 3(2), 53-58.
- Nopphakhun, T. and Maneechot, M. (2016). Digital Economy and the Future of Thailand. *Journal of Economic and Social Development*, 53(2), 2-10.
- Nunthasakulsit, P. (2022). Policy for the development of intelligent electronics for small and medium businesses in the Eastern Industrial Zone. *Journal of MCU Buddhapanya Review*, 8(2), 224-236.
- Polinhom, C. (2016). *Information Technology, IT*. Retrieved August 14, 2024, from <https://www.spu.ac.th/uploads/contents/20161122152518.pdf>

- Poolklal, S. (2019). *The Development of a Professional Internship System in a Field of Innovation and Technology Aiming to Enhance Morality and Ethics for Students in the Bachelor of Education Program of Suan Sunandha Rajabhat University*. SSRU Graduate Studies Journal, 12(2), 71-82.
- Porter, M.E. (2007). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- ReadyPlanet. (2019). *Digital Transformation*. Retrieved August 14, 2024, from <https://blog.readyplanet.com/17409882/digital-transformation>
- Tappinkorn, P. (2023). Sustainable growth strategies of medium-sized enterprises operators in Bangkok Metropolitan Region. *Journal of MCU Buddhapanya Review*, 8(6), 173-185.
- The Comptroller General's Department. (2024). *Digital Economy*. Retrieved August 14, 2024, from <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/260369>
- Wachirawongpaisarn, S., Phiphopeakkasit, P., and Phakamach, P. (2021). *An innovative organization model for efficient SMEs business management in the digital economy era under new normal situation in Thailand*. Proceedings of the 14th Research Administration Network Conference 2021 At Strategic Wisdom and Research Institute Srinakharinwirot University, pp. 599-610.
- Yang, C.-S., Lu, C.-S., Haider, J. J., and Marlow, P. B. (2013). The Effect of Green Supply Chain Management on Green Performance and Firm Competitiveness in the Context of Container Shipping in Taiwan. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 55(C), 55–73.

