



เอกสารคำสอน
รายวิชา พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล
Fundamentals of Digital Marketing Business

คัทลียา จันดา

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



เอกสารคำสอน
รายวิชา พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล
Fundamentals of Digital Marketing Business

ศุทธิยา จันดา

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เอกสารคำสอนรายวิชา DMK1203

(พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล)

(Fundamentals of Digital Marketing Business)

สงวนลิขสิทธิ์ ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

จัดทำโดย

คัทลียา จันดา

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อีเมล Kathaleeya.ch@ssru.ac.th

คำนำ

เอกสารคำสอนรายวิชา พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล (Fundamentals of Digital Marketing Business) นี้ได้เรียบเรียงขึ้นเพื่อใช้สำหรับการเรียนการสอนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มุ่งหวังให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถอธิบายลักษณะพื้นฐานของธุรกิจประเภทต่างๆ รวบรวมข้อมูลทางการตลาดและวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดรวมถึงเข้าใจการบริหารจัดการองค์การ การปฏิบัติงาน การดำเนินการผลิตการบริหารการเงิน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้ และสามารถวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานธุรกิจ นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจและมีจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ นักศึกษามีการพัฒนาตนเองและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันและความก้าวหน้าของ เทคโนโลยี

สำหรับเนื้อหาสาระสำคัญในเอกสารคำสอนนี้ มีเนื้อหาจำนวนทั้งสิ้น 10 บท ประกอบด้วย บทที่ 1 ความรู้ พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจ บทที่ 2 องค์ประกอบที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ บทที่ 3 หลักการจัดการธุรกิจสำหรับ เทคโนโลยีสารสนเทศ บทที่ 4 แนวทางการจัดตั้งธุรกิจ บทที่ 5 การจัดองค์การและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ บท ที่ 6 การจัดการการตลาด บทที่ 7 การจัดการการเงิน บทที่ 8 การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ บทที่ 9 ภาษีและ กฎหมายธุรกิจ และบทที่ 10 จริยธรรมธุรกิจและการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งแต่ละบทประกอบด้วย เนื้อหาสาระ ภาพ ตัวอย่างประกอบ กรณีศึกษา รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอธิบายไว้อย่างละเอียดเพื่อให้เกิด ความเข้าใจได้ง่าย และมีคำถามท้ายบทให้นักศึกษาได้ฝึกทักษะหลังจากการศึกษาในเนื้อหาแต่ละบท

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารนี้จะอำนวยประโยชน์ต่อผู้เรียนและผู้ที่สนใจ ผู้เขียนน้อมรับความ คิดเห็นและคำติชม เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นในการพิมพ์ครั้งต่อไป ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้

ศัทธิตยา จันดา

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

แผนบริหารการสอนประจำวิชา

รหัสวิชา DMK1203	จำนวนหน่วยกิต – ชั่วโมง
รายวิชา พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล (Fundamentals of Digital Marketing Business)	3 (3-0-6)
เวลาเรียน 17 สัปดาห์	รวม 51 ชั่วโมง
สอบกลางภาคและปลายภาค	รวม 6 ชั่วโมง

คำอธิบายรายวิชา

ลักษณะพื้นฐานของธุรกิจประเภทต่างๆ องค์ประกอบที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ หลักการจัดการธุรกิจ สำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศ แนวทางการจัดตั้งธุรกิจการจัดการ การจัดการการตลาด การจัดการการเงิน การจัดการการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ภาษีและกฎหมายธุรกิจ โดยมีการสอดแทรก จริยธรรม จรรยาบรรณ นักธุรกิจ ผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม และการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มของตนเอง

ผลลัพธ์การเรียนรู้

1. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในลักษณะพื้นฐานของธุรกิจประเภทต่างๆ
2. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในการจัดตั้งธุรกิจและจดทะเบียนธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ ได้
3. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ สามารถรวบรวมข้อมูลทางการตลาดและวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดได้
4. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงการบริหารจัดการองค์การ การปฏิบัติงาน การดำเนินการผลิตการบริหารการเงิน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้
5. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ สามารถศึกษาวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานธุรกิจ
6. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ และมีจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
7. นักศึกษามีการพัฒนาตนเองและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

วัตถุประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจในลักษณะพื้นฐานของธุรกิจประเภทต่างๆ
2. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจในการจัดตั้งธุรกิจและจดทะเบียนธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ ได้
3. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถรวบรวมข้อมูลทางการตลาดและวิเคราะห์โอกาสทาง การตลาดได้
4. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจถึงการบริหารจัดการองค์การ การปฏิบัติงาน การดำเนินการผลิต การบริหารการเงิน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้
5. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถศึกษาวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานธุรกิจ
6. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ และมีจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
7. เพื่อให้ให้นักศึกษามีการพัฒนาตนเองและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

เนื้อหาและเวลาที่ใช้สอน

บทที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจ

3 ชั่วโมง

- 1.1 ความหมายและประเภทของธุรกิจ
- 1.2 บทบาทของธุรกิจต่อเศรษฐกิจและสังคม
- 1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ
- 1.4 ความเสี่ยงและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ
- 1.5 ผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม
- 1.6 สรุปรูป
- 1.7 คำถามท้ายบท
- 1.8 เอกสารอ้างอิง

บทที่ 2 การจัดตั้งธุรกิจและการจัดองค์การ

6 ชั่วโมง

- 2.1 ปัจจัยการผลิตและทรัพยากรที่ใช้ในธุรกิจ
- 2.2 การกำหนดรูปแบบธุรกิจและแผนกลยุทธ์
- 2.3 การจัดการทรัพยากรและต้นทุน

- 2.4 ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ
- 2.5 การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน
- 2.6 สรุป
- 2.7 คำถามท้ายบท
- 2.8 เอกสารอ้างอิง

บทที่ 3 หลักการจัดการธุรกิจสำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

6 ชั่วโมง

- 3.1 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการบริหารองค์กร
- 3.2 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจและซอฟต์แวร์ที่สำคัญ
- 3.3 การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ
- 3.4 การจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ในธุรกิจ
- 3.5 นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ในธุรกิจ
- 3.6 สรุป
- 3.7 คำถามท้ายบท
- 3.8 เอกสารอ้างอิง

บทที่ 4 แนวทางการจัดตั้งธุรกิจ

3 ชั่วโมง

- 4.1 ขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจ
- 4.2 การเลือกประเภทของธุรกิจ (เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัท ฯลฯ)
- 4.3 การวางแผนและเขียนแผนธุรกิจ
- 4.4 แหล่งเงินทุนและการบริหารต้นทุนเริ่มต้น
- 4.5 การขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจ
- 4.6 สรุป
- 4.7 คำถามท้ายบท
- 4.8 เอกสารอ้างอิง

บทที่ 5 การจัดการและการจัดการทรัพยากรมนุษย์

6 ชั่วโมง

- 5.1 การออกแบบโครงสร้างองค์กร
- 5.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาบุคลากร
- 5.3 การสร้างวัฒนธรรมองค์กรและการทำงานเป็นทีม
- 5.4 ภาวะผู้นำและการพัฒนาองค์กร
- 5.5 บทสรุป
- 5.6 เอกสารอ้างอิง
- 5.7 เอกสารอ้างอิง

บทที่ 6 การจัดการการตลาด

3 ชั่วโมง

- 6.1 หลักการตลาดและแนวคิดพื้นฐานทางการตลาด
- 6.2 การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
- 6.3 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)
- 6.4 การตลาดดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจ
- 6.5 การสร้างแบรนด์และความสัมพันธ์กับลูกค้า
- 6.6 สรุป
- 6.7 คำถามท้ายบท
- 6.8 เอกสารอ้างอิง

บทที่ 7 การจัดการการเงิน

6 ชั่วโมง

- 7.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเงินธุรกิจ
- 7.2 การบริหารกระแสเงินสดและงบประมาณ
- 7.3 แหล่งเงินทุนและการลงทุนทางธุรกิจ
- 7.4 การวิเคราะห์งบการเงินและตัวชี้วัดทางการเงิน
- 7.5 การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน
- 7.6 สรุป
- 7.7 คำถามท้ายบท

7.8 เอกสารอ้างอิง

บทที่ 8 การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ

3 ชั่วโมง

- 8.1 การวางแผนและควบคุมการผลิต
- 8.2 การบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์
- 8.3 การบริหารคุณภาพสินค้าและบริการ
- 8.4 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยเทคโนโลยี
- 8.5 แนวทางการพัฒนาองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 8.6 สรุป
- 8.7 คำถามท้ายบท
- 8.8 เอกสารอ้างอิง

วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนรู้

1. ใช้วิธีสอนแบบบรรยาย
2. ใช้วิธีสอนแบบอภิปราย
3. ใช้วิธีสอนแบบสืบเสาะหาความรู้
4. ใช้วิธีสอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ
5. ร่วมอภิปรายเนื้อหาและทำแบบฝึกหัดในชั้นเรียน
6. รายงานการนำเสนอเดี่ยว/กลุ่ม ในห้องเรียน
7. มอบหมายแบบฝึกหัดเป็นการบ้าน

สื่อการเรียนรู้

1. เอกสารประกอบคำสอน วิชาพื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล หนังสือ ตำรา และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา
2. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น E-Journal, E-book, Website, Social media

4. พาวเวอร์พอยท์
5. เอกสารอ้างอิงประกอบการค้นคว้า

การวัดผลและประเมินผล

1. การวัดผล

1.1 คะแนนระหว่างภาครวม	ร้อยละ 70
1.1.1 การเข้าเรียน ความตั้งใจเรียน	
บันทึกจากคะแนนการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ร้อยละ 10
1.1.2 งานที่ได้รับมอบหมายจากใบงาน	
และแบบฝึกหัดท้ายบทเรียน	ร้อยละ 20
1.1.3 รายงานการค้นคว้าและการนำเสนอ	
รายงานกลุ่ม	ร้อยละ 10
1.1.4 สอบกลางภาค	ร้อยละ 30
1.2 คะแนนสอบปลายภาครวม	ร้อยละ 30
สอบปลายภาค	ร้อยละ 30

2. การประเมินผล

เกณฑ์การประเมินผลเพื่อตัดสินผลการเรียนใช้วิธีอ้างอิงเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทามีดังนี้

เกรด	ผลการศึกษา	ช่วงคะแนน	ค่าระดับคะแนน
A	ดียอดเยี่ยม	86.00-100.00	4.00
A-	ดีเยี่ยม	82.00-85.00	3.75
B+	ดีมาก	78.00-81.00	3.50
B	ดี	74.00-77.00	3.00
B-	ค่อนข้างดี	70.00-73.00	2.75

เกรด	ผลการศึกษา	ช่วงคะแนน	ค่าระดับคะแนน
C+	ปานกลางค่อนข้างดี	66.00-69.00	2.50
C	ปานกลาง	62.00-65.00	2.00
C-	ปานกลาง	58.00-61.00	1.75
D+	ค่อนข้างอ่อน	54.00-57.00	1.50
D	อ่อน	50.00-53.00	1.00
D-	อ่อนมาก	46.00-49.00	0.75
F	ตก	0.00-45.00	0
I	ผลการเรียนไม่สมบูรณ์	-	-
W	ผลการเล็กรายวิชา	-	-
V	ร่วมฟัง	-	-
S	ผ่าน (ปรับพื้นฐาน)	50 ขึ้นไป	-
U	ไม่ผ่าน (ปรับพื้นฐาน)	ต่ำกว่า 50	-

แผนบริหารการสอน

บทที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจ

หัวข้อเนื้อหา

1. ความหมายและประเภทของธุรกิจ
2. บทบาทของธุรกิจต่อเศรษฐกิจและสังคม
3. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ
4. ความเสี่ยงและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ
5. ผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม
6. สรุป
7. คำถามท้ายบท

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายความหมายและประเภทของธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
2. วิเคราะห์บทบาทของธุรกิจที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคมได้
3. ระบุปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจได้
4. ประเมินความเสี่ยงและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจได้
5. เสนอแนวทางในการลดผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสร้างสรรค์

วิธีและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. วิธีสอน
 - 1.1 สอนแบบบรรยายประกอบโดยใช้พาวเวอร์พอยท์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - 1.2 สอนแบบอภิปรายร่วมกับนักศึกษาโดยกำหนดหัวข้อให้นักศึกษาร่วมอภิปราย
 - 1.3 สอนแบบแบ่งกลุ่มทำกิจกรรม
2. กิจกรรมการเรียนการสอน
 - 2.1 ผู้สอนมอบหมายให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาจากเอกสารประกอบการสอน/เอกสารคำสอน หรือสื่อการเรียนรู้ประจำบทเรียนก่อนเข้าเรียน

- 2.2 ผู้สอนบรรยายสรุปเนื้อหาประจำบทเรียน
- 2.3 ให้ผู้เรียนอภิปรายข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของธุรกิจ ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบของธุรกิจ
- 2.4 มอบหมายให้ผู้เรียนค้นคว้าเพิ่มเติมในหัวข้อ ลักษณะ รูปแบบ และตัวอย่างธุรกิจในแต่ละประเภท

สื่อการเรียนรู้การสอน

1. คัทลียา จันดา (2567). เอกสารคำสอน **พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
2. หนังสือ ตำรา วารสาร เอกสาร บทความทางวิชาการ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
3. การนำเสนอด้วยพาวเวอร์พอยท์ ใบงาน แบบฝึกหัดทบทวน

วิธีการวัดผลและการประเมินผล

1. ให้ผู้เรียนเขียนอธิบายความหมาย ประเภทของธุรกิจ และความแตกต่างของประเภทธุรกิจ และตรวจสอบความถูกต้อง
2. อภิปรายกลุ่มเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากธุรกิจและประเมินจากการวิเคราะห์ข้อมูลในกรณีศึกษา
3. ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจและประเมินจากแบบฝึกหัดว่าระบุปัจจัยได้ถูกต้องครบถ้วน
4. โจทย์ปัญหาที่ให้ผู้เรียนเสนอแนวทางรับมือกับความท้าทายทางธุรกิจและตรวจสอบความสามารถในการประเมินความเสี่ยงจากตัวอย่างธุรกิจจริง
5. การนำเสนอแนวทางลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการอภิปรายกลุ่มหรือรายงานและประเมินจากการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในกิจกรรมและคุณภาพของแนวคิด

แผนบริหารการสอน

บทที่ 2 การจัดตั้งธุรกิจและการจัดองค์การ

หัวข้อเนื้อหา

1. ปัจจัยการผลิตและทรัพยากรที่ใช้ในธุรกิจ
2. การกำหนดรูปแบบธุรกิจและแผนกลยุทธ์
3. การจัดการทรัพยากรและต้นทุน
4. ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ
5. การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน
6. สรุป
7. คำถามท้ายบท

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายปัจจัยการผลิตและทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
2. วิเคราะห์และกำหนดรูปแบบธุรกิจและแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทของตลาดได้
3. วางแผนการบริหารทรัพยากรและต้นทุนทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ประเมินบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจได้
5. วิเคราะห์โมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนโดยคำนึงถึงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้

วิธีและกิจกรรมการเรียนรู้การสอน

1. วิธีสอน
 - 1.1 สอนแบบบรรยายประกอบโดยใช้พาวเวอร์พอยท์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - 1.2 สอนแบบอภิปรายร่วมกับนักศึกษาโดยกำหนดหัวข้อให้นักศึกษาร่วมอภิปราย
 - 1.3 สอนแบบแบ่งกลุ่มทำกิจกรรม

2. กิจกรรมการเรียนการสอน

- 2.1 ผู้สอนมอบหมายให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาจากเอกสารประกอบการสอน/เอกสารคำสอน หรือสื่อการเรียนรู้ประจำบทเรียนก่อนเข้าเรียน
- 2.2 ผู้สอนบรรยายสรุปเนื้อหาประจำบทเรียน
- 2.3 ให้ผู้เรียนอภิปรายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตและทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจได้
- 2.4 มอบหมายให้ผู้เรียนค้นคว้าเพิ่มเติมในหัวข้อ การกำหนดรูปแบบธุรกิจและแผนกลยุทธ์ การจัดการทรัพยากรและต้นทุน และความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ

สื่อการเรียนการสอน

1. คัทลียา จันดา (2567). เอกสารคำสอน พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
2. หนังสือ ตำรา วารสาร เอกสาร บทความทางวิชาการ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
3. การนำเสนอด้วยพาวเวอร์พอยท์ ใบงาน แบบฝึกหัดทบทวน

วิธีการวัดผลและการประเมินผล

1. ให้ผู้เรียนเขียนอธิบายปัจจัยการผลิตและทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจได้
2. อภิปรายกลุ่มเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากธุรกิจและประเมินจากการวิเคราะห์ข้อมูลในกรณีศึกษา
3. ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจและประเมินจากแบบฝึกหัดว่าระบุปัจจัยได้ถูกต้องครบถ้วน
4. โจทย์ปัญหาที่ให้ผู้เรียนเสนอแนวทางรับมือกับความท้าทายทางธุรกิจและตรวจสอบความสามารถในการประเมินความเสี่ยงจากตัวอย่างธุรกิจจริง
5. การนำเสนอแนวทางลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการอภิปรายกลุ่มหรือรายงานและประเมินจากการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในกิจกรรมและคุณภาพของแนวคิด

แผนบริหารการสอน

บทที่ 3 หลักการจัดการธุรกิจสำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

หัวข้อเนื้อหา

1. เทคโนโลยีสารสนเทศกับการบริหารองค์กร
2. ระบบสารสนเทศทางธุรกิจและซอฟต์แวร์ที่สำคัญ
3. การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ
4. การจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ในธุรกิจ
5. นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ในธุรกิจ
6. สรุป
7. คำถามท้ายบท

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจได้
2. วิเคราะห์ประเภทของระบบสารสนเทศทางธุรกิจและซอฟต์แวร์ที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานได้
3. ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ประเมินแนวทางการจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์เพื่อป้องกันภัยคุกคามทางธุรกิจได้
5. เสนอแนวทางการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการพัฒนาธุรกิจได้อย่างสร้างสรรค์

วิธีและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. วิธีสอน

- 1.1 สอนแบบบรรยายประกอบโดยใช้พาวเวอร์พอยท์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.2 สอนแบบอภิปรายร่วมกับนักศึกษาโดยกำหนดหัวข้อให้นักศึกษาร่วมอภิปราย

1.3 สอนแบบแบ่งกลุ่มทำกิจกรรม

2. กิจกรรมการเรียนการสอน

2.1 ผู้สอนมอบหมายให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาจากเอกสารประกอบการสอน/เอกสารคำสอน หรือสื่อการเรียนรู้ประจำบทเรียนก่อนเข้าเรียน

2.2 ผู้สอนบรรยายสรุปเนื้อหาประจำบทเรียน

2.3 ให้ผู้เรียนอภิปรายข้อมูลเกี่ยวกับอธิบายบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจได้

2.4 มอบหมายให้ผู้เรียนค้นคว้าเพิ่มเติมในหัวข้อ การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ในธุรกิจ

สื่อการเรียนการสอน

1. คัทลียา จันดา (2567). เอกสารคำสอน **พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
2. หนังสือ ตำรา วารสาร เอกสาร บทความทางวิชาการ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
3. การนำเสนอด้วยพาวเวอร์พอยท์ ใบงาน แบบฝึกหัดทบทวน

วิธีการวัดผลและการประเมินผล

1. ให้ผู้เรียนเขียนอธิบายเทคโนโลยีสารสนเทศกับการบริหารองค์กรได้
2. อภิปรายกลุ่มเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางธุรกิจและซอฟต์แวร์ที่สำคัญและประเมินจากการวิเคราะห์ข้อมูลในกรณีศึกษา
3. ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจและประเมินจากแบบฝึกหัดว่าระบุปัจจัยได้ถูกต้องครบถ้วน
4. โจทย์ปัญหาที่ให้ผู้เรียนเสนอแนวทางรับมือกับการจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ในธุรกิจ
5. การนำเสนอแนวทางลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการอภิปรายกลุ่มหรือรายงานและประเมินจากการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในกิจกรรมและคุณภาพของแนวคิด

แผนบริหารการสอน

บทที่ 4 แนวทางการจัดตั้งธุรกิจ

หัวข้อเนื้อหา

1. ขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจ
2. การเลือกประเภทของธุรกิจ (เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัท ฯลฯ)
3. การวางแผนและเขียนแผนธุรกิจ
4. แหล่งเงินทุนและการบริหารต้นทุนเริ่มต้น
5. การขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจ
6. สรุป
7. คำถามท้ายบท

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
2. วิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของประเภทธุรกิจต่างๆ และเลือกประเภทที่เหมาะสมได้
3. วางแผนและเขียนแผนธุรกิจที่สามารถนำไปใช้ได้จริง
4. ระบุแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมและวางแผนการบริหารต้นทุนเริ่มต้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. อธิบายขั้นตอนการขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายได้

วิธีและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. วิธีสอน
 - 1.1 สอนแบบบรรยายประกอบโดยใช้พาวเวอร์พอยท์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - 1.2 สอนแบบอภิปรายร่วมกับนักศึกษาโดยกำหนดหัวข้อให้นักศึกษาร่วมอภิปราย
 - 1.3 สอนแบบแบ่งกลุ่มทำกิจกรรม

2 กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

- 2.1 ผู้สอนมอบหมายให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาจากเอกสารประกอบการสอน/เอกสารคำสอน หรือสื่อการเรียนรู้ประจำบทเรียนก่อนเข้าเรียน
- 2.2 ผู้สอนบรรยายสรุปเนื้อหาประจำบทเรียน
- 2.3 ให้ผู้เรียนอภิปรายข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของธุรกิจ ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบของธุรกิจ
- 2.4 มอบหมายให้ผู้เรียนค้นคว้าเพิ่มเติมในหัวข้อ ลักษณะ รูปแบบ และตัวอย่างธุรกิจในแต่ละประเภท

สื่อการเรียนรู้การสอน

1. คัทลียา จันดา (2567). เอกสารคำสอน พื้นฐานทางธุรกิจการตลาดดิจิทัล กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
2. หนังสือ ตำรา วารสาร เอกสาร บทความทางวิชาการ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
3. การนำเสนอด้วยพาวเวอร์พอยท์ ใบงาน แบบฝึกหัดทบทวน

วิธีการวัดผลและการประเมินผล

1. ให้ผู้เรียนเขียนอธิบายอธิบายขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจได้อย่างถูกต้อง
2. อภิปรายกลุ่มเกี่ยวกับวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของประเภทธุรกิจต่างๆ และเลือกประเภทที่เหมาะสมได้
3. ให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดอธิบายขั้นตอนการขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมายได้
4. โจทย์ปัญหาที่ให้ผู้เรียนเสนอการวางแผนและเขียนแผนธุรกิจที่สามารถนำไปใช้ได้จริง

บทที่ 1

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจ

Fundamental Knowledge of Business

ธุรกิจเป็นกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและส่งเสริมการพัฒนาสังคม โดยมีบทบาทในการผลิต จัดจำหน่าย และให้บริการสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจสามารถจำแนกออกเป็นหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจการค้า ธุรกิจบริการ และธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งแต่ละประเภทมีรูปแบบการดำเนินงานและกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน การศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการทำความเข้าใจระบบเศรษฐกิจและโครงสร้างขององค์กรธุรกิจ ตลอดจนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีส่วนช่วยสร้างรายได้ กระตุ้นการลงทุน และเพิ่มโอกาสการจ้างงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงและความท้าทายหลายประการ อาทิ ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจ การแข่งขันที่รุนแรง การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอีกประเด็นที่ได้รับความสนใจในปัจจุบัน องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงแนวทางการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสีย และพัฒนากลยุทธ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจจึงเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยให้บุคคลสามารถเข้าใจกลไกการดำเนินธุรกิจ สามารถวางแผนกลยุทธ์และบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

1.1 ความหมายและประเภทของธุรกิจ

1.1.1 ความหมายของธุรกิจ

ธุรกิจเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจำหน่าย และการให้บริการเพื่อสร้างมูลค่าและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายหลักคือการสร้างรายได้และผลกำไร ระบบธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศผ่านการจ้างงาน การลงทุน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ธุรกิจสามารถจำแนกออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะของกิจกรรม เช่น ธุรกิจการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรม และธุรกิจบริการ แต่ละประเภทมีรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกันเพื่อให้

เหมาะสมกับตลาดและความต้องการของลูกค้า การศึกษาความหมายและประเภทของธุรกิจจึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจกลไกการดำเนินงาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความหมายของธุรกิจ (Business) มีการให้คำจำกัดความไว้หลากหลายและแตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจความหมายของคำว่าธุรกิจมากขึ้น นักวิชาการจึงได้อธิบายความหมายของธุรกิจไว้ ดังนี้

สมคิด บางโม (2547) ให้ความหมายว่า ธุรกิจ หมายถึง การดำเนินการทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแลกเปลี่ยน และการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยที่กิจกรรมเหล่านี้ต้องมีการจัดการและควบคุมทรัพยากรต่างๆ เช่น เงินทุน, แรงงาน, วัสดุ, และเทคโนโลยี เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ตั้งไว้ คือ กำไรและความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจ

ธนวุฒิ พิมพ์ภัก (2558) ให้ความหมายว่า ธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการเพื่อการผลิต การจำหน่าย หรือการให้บริการสินค้าหรือบริการเพื่อมอบความพึงพอใจแก่ลูกค้า และสร้างผลกำไรให้กับองค์กร โดยธุรกิจสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทตามลักษณะของกิจกรรม เช่น ธุรกิจการผลิต, การค้า หรือการให้บริการ ทั้งนี้กิจกรรมธุรกิจยังครอบคลุมถึงกระบวนการทางการตลาด, การบริหารจัดการองค์กร และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค

พิบูล ทีปะपाल (2559) กล่าวว่า ธุรกิจ คือ กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรดำเนินการเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ด้วยการผลิตสินค้าหรือบริการมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2560) อธิบายว่า ธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มุ่งแสวงหาผลกำไร โดยการนำทรัพยากรมาผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

สุธี พนาวรร (2561) ให้ความหมายว่า ธุรกิจ คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าผ่านการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการ โดยมีเป้าหมายในการสร้างผลตอบแทนทางการเงินและการเติบโตอย่างยั่งยืน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2562) กล่าวว่า ธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรดำเนินการเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมีการนำปัจจัยการผลิตมาสร้างสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ประกอบการ

Kotler และ Keller (2016) ให้ความหมายว่า ธุรกิจคือ ระบบที่มุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่า เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ผ่านกระบวนการจัดการทางการตลาด การผลิต และการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ

จากแนวคิดของนักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศ ธุรกิจสามารถสรุปได้ว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการสินค้าและบริการ โดยมีเป้าหมายหลักในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและตอบสนองความต้องการของตลาด นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องอาศัยทรัพยากรต่างๆ เช่น เงินทุน แรงงาน เทคโนโลยี และการจัดการ เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างผลตอบแทนทางการเงิน รวมถึงความยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่ผลกำไร แต่ยังต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการพัฒนาองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ได้แก่ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด

1.1.2 ประเภทของธุรกิจ

การแบ่งประเภทของธุรกิจสามารถจำแนกได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่ง โดยทั่วไปมักแบ่งตามลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และรูปแบบทางกฎหมาย ดังนี้

1. แบ่งตามลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

ธุรกิจการผลิต (Manufacturing) เป็นธุรกิจที่นำวัตถุดิบมาแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น โรงงานผลิตอาหาร โรงงานผลิตเสื้อผ้า โรงงานผลิตรถยนต์ โดยลักษณะสำคัญ จะมีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน ใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการผลิต มีการควบคุมคุณภาพสินค้า

ธุรกิจการค้า (Merchandising) เป็นธุรกิจที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปมาจำหน่ายต่อ โดยไม่ได้ทำการผลิตเอง แบ่งเป็น ธุรกิจค้าส่ง (Wholesaling) จำหน่ายสินค้าในปริมาณมากให้แก่ผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการรายอื่น เช่น ร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจค้าปลีก (Retailing) จำหน่ายสินค้าโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค เช่น ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า โดยลักษณะสำคัญคือมีการจัดการสินค้าคงคลัง การตลาด และการขาย มีการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ผลิตและผู้บริโภค

ธุรกิจบริการ (Service) เป็นธุรกิจที่ให้บริการแก่ลูกค้า เช่น ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล บริษัทที่ปรึกษา บริษัทขนส่ง ซึ่งมีลักษณะสำคัญ โดยเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ

ธุรกิจการเงิน (Finance) เป็นธุรกิจที่ให้บริการทางการเงิน เช่น ธนาคาร บริษัทประกันภัย บริษัทหลักทรัพย์ มีลักษณะสำคัญคือการจัดการเงินทุน การลงทุน และความเสี่ยง มีการกำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐ

ธุรกิจการเกษตร (Agriculture) เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ และการผลิตผลผลิตทางการเกษตร เช่น ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ไร่ผลไม้ ลักษณะสำคัญจะขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและทรัพยากรธรรมชาติ มีความผันผวนของราคาผลผลิต

ธุรกิจอุตสาหกรรม (Industry) เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าในปริมาณมาก โดยใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยี เช่น อุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ลักษณะสำคัญมีการลงทุนในเทคโนโลยีและเครื่องจักรสูง มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. แบ่งตามรูปแบบทางกฎหมาย โดยมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

ธุรกิจเจ้าของคนเดียว (Sole Proprietorship) เป็นธุรกิจที่มีเจ้าของคนเดียว รับผิดชอบหนี้สินทั้งหมดด้วยตนเอง ลักษณะสำคัญ คือ จัดตั้งง่าย มีอิสระในการตัดสินใจ รับผลกำไรและขาดทุนทั้งหมด

ห้างหุ้นส่วน (Partnership) เป็นธุรกิจที่มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันลงทุนและดำเนินกิจการ แบ่งเป็น ห้างหุ้นส่วนสามัญ (Ordinary Partnership) ผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคนรับผิดชอบหนี้สินทั้งหมดร่วมกัน และห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership) ผู้เป็นหุ้นส่วนบางคนรับผิดชอบหนี้สินจำกัดตามจำนวนเงินที่ลงทุน ลักษณะสำคัญมีการแบ่งปันความรับผิดชอบและผลกำไร มีการทำสัญญาห้างหุ้นส่วน

บริษัทจำกัด (Limited Company) เป็นธุรกิจที่มีสถานะเป็นนิติบุคคล แยกจากเจ้าของ ผู้ถือหุ้น รับผิดชอบหนี้สินจำกัดตามจำนวนหุ้นที่ถือ ลักษณะสำคัญมีการระดมทุนโดยการออกหุ้น มีการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการ

บริษัทมหาชนจำกัด (Public Limited Company) เป็นบริษัทจำกัดที่เสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไป ลักษณะสำคัญมีการกำกับดูแลโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) มีการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ

ธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะการดำเนินงานและรูปแบบการจัดตั้ง โดยลักษณะการดำเนินงานแบ่งเป็น ธุรกิจการผลิต ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างสินค้า ธุรกิจการพาณิชย์ ที่เน้นการซื้อขายสินค้าโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง และ ธุรกิจการบริการ ที่ให้บริการแก่ลูกค้าโดยไม่ผลิตสินค้า ส่วนรูปแบบการจัดตั้งแบ่งเป็น กิจการเจ้าของคนเดียว ที่มีเจ้าของเพียงคนเดียว ห้างหุ้นส่วน ที่มีผู้ร่วมลงทุนตั้งแต่สองคนขึ้นไป บริษัทจำกัด ที่มีการแบ่งหุ้นและจำกัดความรับผิดชอบของผู้ถือหุ้น และ บริษัทมหาชนจำกัด ที่สามารถเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนและจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ การเลือกประเภทของธุรกิจที่เหมาะสมช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของผู้ประกอบการ

1.2 บทบาทของธุรกิจต่อเศรษฐกิจและสังคม

ธุรกิจเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม โดยเป็นแหล่งสร้างงาน รายได้ และมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศ นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีบทบาทในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ส่งเสริมการลงทุน และกระตุ้นนวัตกรรม เทคโนโลยี รวมถึงการแข่งขันในตลาดเสรี ทั้งนี้ ธุรกิจไม่ได้ส่งผลกระทบต่อเพียงด้านเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทต่อสังคมในด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต การลดความเหลื่อมล้ำ และการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจต้องดำเนินไปภายใต้หลักจริยธรรมและความยั่งยืน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกภาคส่วน และสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง

ธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม โดยมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ภาคธุรกิจเอกชนเป็นแหล่งผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีส่วนในการกระตุ้นการลงทุนและนวัตกรรม ส่งผลให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างยั่งยืน นอกจากนี้บทบาททางเศรษฐกิจแล้ว ธุรกิจยังมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการดำเนินกิจการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน การนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มาใช้ ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

ในบริบทของประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในด้านการสร้างงานและกระจายรายได้ SMEs ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น ความเปราะบางต่อความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ และการพึ่งพาต่างประเทศในระดับสูง ดังนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สรุปได้ว่า ธุรกิจมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยการสร้างงาน สร้างรายได้ พัฒนาคุณภาพชีวิต และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การปรับตัวให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่เกิดขึ้น จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมได้อย่างยั่งยืน

1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ความสำเร็จของธุรกิจเป็นผลลัพธ์ของหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายใน เช่น การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสม และความสามารถของผู้ประกอบการ รวมถึงปัจจัยภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจ การแข่งขันในตลาด และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจที่สามารถปรับตัวและพัฒนาให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ ย่อมมีโอกาสในการเติบโตและแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว ดังนั้น การศึกษาปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม และเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ทำนาย

ความสำเร็จของธุรกิจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานและความสามารถในการแข่งขัน การวิจัยต่าง ๆ ได้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนี้:

1. **ทักษะพื้นฐานและความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์:** การมีทักษะพื้นฐานที่แข็งแกร่งและความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสตาร์ทอัพในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประสบความสำเร็จ
2. **การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ:** การบริหารจัดการที่ดีช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อความท้าทายต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการบริหารจัดการมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดหนองคาย
3. **คุณลักษณะของผู้ประกอบการ:** ความเป็นผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการจัดการความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ การวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจเบเกอรี่ออนไลน์พบว่าคุณลักษณะเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ
4. **การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน:** การนำกลยุทธ์ที่เหมาะสมมาใช้ เช่น การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ช่วยให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในตลาด การศึกษาธุรกิจเบเกอรี่ออนไลน์ชี้ให้เห็นว่าการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน: การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจสตาร์ทอัพ การวิจัยในประเทศไทยพบว่า การส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชนมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

การเข้าใจและพัฒนาปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง

1.4 ความเสี่ยงและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจในโลกปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความท้าทายที่หลากหลาย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินงานและความมั่นคงของธุรกิจ ความเสี่ยงทางธุรกิจอาจเกิดจากปัจจัยภายใน เช่น การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ต้นทุนการดำเนินงานที่สูง หรือขาดสภาพคล่องทางการเงิน ขณะที่ปัจจัยภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจโลก การแข่งขันที่รุนแรง และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ล้วนส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งสิ้น นอกจากนี้ ความไม่แน่นอนทางกฎหมาย นโยบายภาครัฐ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ยังเป็นความท้าทายสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมรับมือ ดังนั้น การทำความเข้าใจและบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน

การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความท้าทายที่หลากหลาย ซึ่งมีผลต่อการเจริญเติบโตและความมั่นคงขององค์กร โดยสามารถแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงทางการเงิน ความสามารถในการจัดการเงินทุน กระแสเงินสด และการลงทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความอยู่รอดของธุรกิจ หากองค์กรมีปัญหาทางการเงิน เช่น สภาพคล่องต่ำ ต้นทุนการดำเนินงานสูง หรือขาดแหล่งเงินทุนสำรอง อาจส่งผลให้ธุรกิจประสบปัญหาทางการเงินและไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ (Ross, Westerfield, & Jordan, 2019)

2. ความเสี่ยงทางการตลาด ธุรกิจต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการผู้บริโภค พฤติกรรมของตลาด และการแข่งขันที่รุนแรง หากไม่สามารถปรับกลยุทธ์การตลาดให้ทันต่อสถานการณ์ เช่น การพัฒนาแบรนด์ การตั้งราคาที่เหมาะสม และการกระจายสินค้า อาจทำให้เสียส่วนแบ่งทางการตลาดได้ (Kotler & Keller, 2022)

3. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้ธุรกิจต้องปรับตัวอยู่เสมอ องค์กรที่ไม่สามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ เช่น ระบบอัตโนมัติ (Automation) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือการวิเคราะห์ข้อมูล อาจทำให้เสียเปรียบทางการแข่งขัน (Brynjolfsson & McAfee, 2017)

4. ความเสี่ยงทางกฎหมายและกฎระเบียบ การดำเนินธุรกิจต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายภาษี กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และกฎหมายแรงงาน หากองค์กร

ไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดเหล่านี้ อาจนำไปสู่การถูกปรับหรือฟ้องร้องทางกฎหมาย (Dworkin, 2019)

5. ความเสี่ยงจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมและสังคม ธุรกิจที่ไม่มีการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนอาจเผชิญกับความท้าทายจากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปล่อยมลพิษ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง รวมถึงการรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่เพียงพอ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรและความเชื่อมั่นของลูกค้า (Porter & Kramer, 2011)

ดังนั้นความเสี่ยงและความท้าทายเป็นสิ่งที่ไม่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการดำเนินธุรกิจ การมีระบบบริหารความเสี่ยงที่ดี รวมถึงการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด เทคโนโลยี และสังคม เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จในระยะยาว

1.5 ผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม

การดำเนินธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก มลพิษทางอากาศ น้ำ และดิน ตลอดจนปัญหาขยะและของเสียจากกระบวนการผลิต ในยุคปัจจุบันที่ความยั่งยืนกลายเป็นประเด็นสำคัญ ธุรกิจจำเป็นต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานให้เป็นมิตรกับธรรมชาติมากขึ้น เช่น การใช้พลังงานสะอาด การบริหารจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และการพัฒนาแนวทางธุรกิจที่ยั่งยืนเพื่อลดผลกระทบทางลบต่อระบบนิเวศ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมทั้งภาพลักษณ์องค์กรและความมั่นคงของธุรกิจในระยะยาว

ธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคม แต่ขณะเดียวกันก็มาพร้อมกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในหลายด้าน ธุรกิจบางประเภทใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมากและสร้างมลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ ดังนั้นการบริหารธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมจึงมีความสำคัญเพื่อลดผลกระทบเชิงลบและส่งเสริมความยั่งยืน

1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง

- ภาคอุตสาหกรรมและการผลิตใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำ ป่าไม้ และแร่ธาตุในปริมาณมาก
- การใช้ทรัพยากรโดยไม่มีแนวทางที่ยั่งยืนส่งผลให้เกิดการขาดแคลนและการเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ (Hart, 1995)

2. มลพิษทางอากาศจากการดำเนินธุรกิจ

- โรงงานอุตสาหกรรมและยานพาหนะที่ใช้พลังงานจากฟอสซิลปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) และมีเทน (CH₄)
- มลพิษทางอากาศมีผลกระทบต่อสุขภาพมนุษย์และเป็นปัจจัยหลักของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Porter & Kramer, 2011)

3. มลพิษทางน้ำจากกิจกรรมทางธุรกิจ

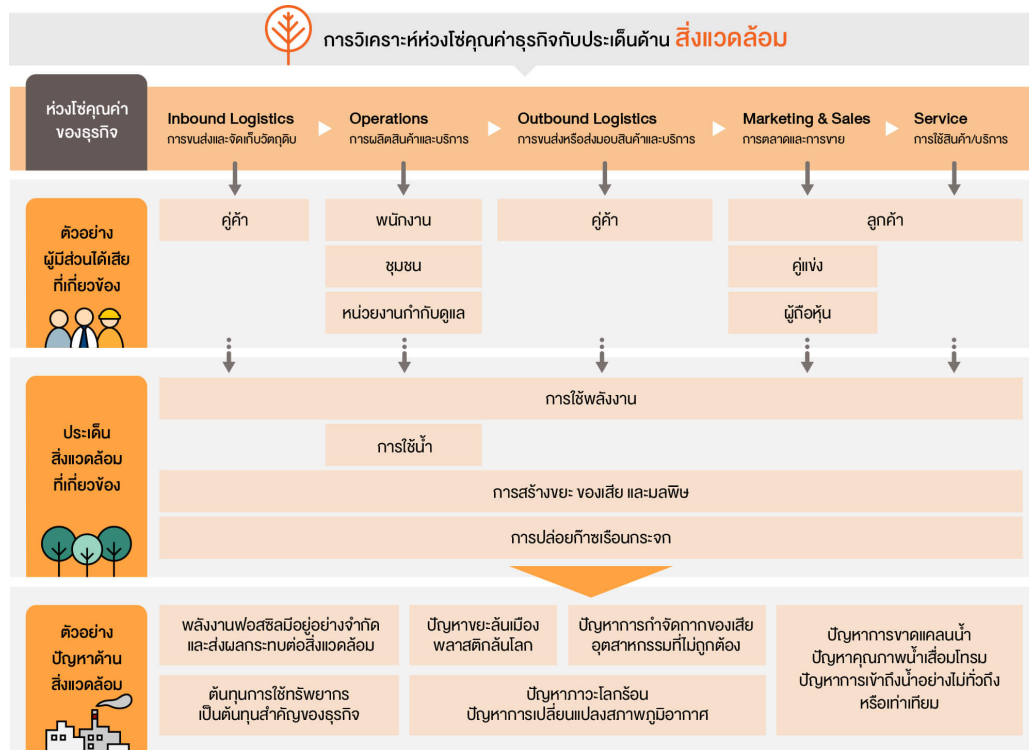
- อุตสาหกรรมการผลิต การทำเหมือง และการเกษตร ใช้สารเคมีที่ปนเปื้อนลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ
- ส่งผลให้ระบบนิเวศทางน้ำเสียหายและกระทบต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์และสัตว์น้ำ (Shrivastava, 1995)

4. ปัญหาขยะอุตสาหกรรมและของเสียทางธุรกิจ

- ธุรกิจบางประเภทสร้างขยะอุตสาหกรรมและของเสียอิเล็กทรอนิกส์ที่ย่อยสลายยาก
- การจัดการของเสียที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การปนเปื้อนของดินและน้ำใต้ดิน (Elkington, 1998)

5. การตัดไม้ทำลายป่าเพื่อการขยายธุรกิจ

- การขยายพื้นที่เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมทำให้เกิดการทำลายป่าไม้และการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ
- การตัดไม้ทำลายป่าเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภาวะโลกร้อน (Hoffman, 2000)



ภาพที่ 1.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม
ที่มา: ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

www.set.or.th/contactcenter

แนวทางการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ

เพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน องค์กรสามารถนำแนวทางต่อไปนี้มาใช้

1. ใช้พลังงานทดแทน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานลม
2. พัฒนาระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดของเสีย
3. ส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อการรีไซเคิลและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
4. นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อลดการใช้กระดาษและลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์
5. ปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานและผู้บริโภค

สรุป

ธุรกิจเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ดำเนินการเพื่อแสวงหาผลกำไร โดยแบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะการดำเนินงาน เช่น ธุรกิจการผลิต การค้า และการบริการ รวมถึงการแบ่งตามขนาดเป็นธุรกิจขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ บทบาทของธุรกิจต่อเศรษฐกิจและสังคมมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยธุรกิจเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้ให้ประชาชน สร้างรายได้ให้รัฐผ่านภาษี และขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจประกอบด้วยปัจจัยภายในและภายนอก ปัจจัยภายในได้แก่ การบริหารจัดการ ความสามารถทางการเงิน การตลาด และทรัพยากรมนุษย์ ส่วนปัจจัยภายนอกได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขันในตลาด ความเสี่ยงและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจมีหลายด้าน ทั้งความเสี่ยงด้านการเงิน การตลาด การปฏิบัติการ และความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่น ภัยธรรมชาติ โรคระบาด การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบ ธุรกิจจึงต้องมีการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ ในด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจอาจก่อให้เกิดปัญหามลพิษทางน้ำ อากาศ และดิน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ปัจจุบันจึงมีแนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการนำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาประยุกต์ใช้

บทเรียนนี้สะท้อนให้เห็นว่าการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องคำนึงถึงหลายมิติ ทั้งการสร้างผลกำไร การรับผิดชอบต่อสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้าใจองค์ประกอบเหล่านี้และสามารถบริหารจัดการให้เกิดความสมดุล

คำถามทบทวนท้ายบท

1. อธิบายความหมายของธุรกิจและจำแนกประเภทของธุรกิจตามลักษณะการดำเนินงาน
2. วิเคราะห์บทบาทของธุรกิจที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
3. ระบุปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และอธิบายเหตุผลที่ปัจจัยเหล่านั้นมีความสำคัญ
4. เปรียบเทียบความเสี่ยงทางธุรกิจประเภทต่างๆ และเสนอแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยง
5. อธิบายความท้าทายที่ธุรกิจต้องเผชิญในยุคปัจจุบันและแนวทางรับมือ

6. วิเคราะห์ผลกระทบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อม โดยยกตัวอย่างธุรกิจที่มีผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ
7. อภิปรายถึงแนวทางที่ธุรกิจสามารถดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
8. ยกตัวอย่างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ พร้อมระบุปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจนั้น
9. อธิบายความสำคัญของการมีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในการดำเนินธุรกิจ
10. เสนอแนวทางการปรับตัวของธุรกิจในยุคดิจิทัลเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2557). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ. (2542). *การจัดการธุรกิจ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ธนวุฒิ พิมพ์กี. (2558). *การบริหารการพิมพ์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมชนก (คุ่มพันธุ์) ภาสกรจรัส. (2556). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- สมคิด บางโม. (2547). *การจัดการธุรกิจ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *ประเภทของธุรกิจ*. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=11111
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). *รูปแบบของธุรกิจ*. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=22222
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *การจัดตั้งธุรกิจในประเทศไทย*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=33333&language=TH
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). *แนวทางการเลือกประเภทธุรกิจ*. สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-44444.pdf

- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2560). การวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2017/05/Business-Models-Thailand.pdf>
- National Institute of Development Administration. (n.d.). *บทบาทของธุรกิจต่อเศรษฐกิจและสังคม*. สืบค้นจาก https://library1.nida.ac.th/nida_jour0/NJv26n2_01.pdf
- โพธิ์ตม & พรชัยทิวัตต์, ข. (2023). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 6(2), 161–174. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/mmr/article/view/267452>
- พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น, ถนอมศิลป์ จันคนากิติกุล, นิศารัตน์ โชติเชย, & กิตติชัย เจริญชัย. (2561). ปัจจัยการบริหารธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจโรงแรม: กรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 7(2), 42–57.
- Turatumanon, P., & Yodwisitsak, K. (2022). ปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอร์รี่บนออนไลน์. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 13(1), 16–31. สืบค้นจาก <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/13976>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. W. W. Norton & Company.
- Dworkin, R. (2019). *Law's empire*. Harvard University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating shared value*. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of corporate finance* (12th ed.). McGraw-Hill Education.

- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986-1014.
- Shrivastava, P. (1995). Environmental technologies and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 16(S1), 183-200.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers.
- Hoffman, A. J. (2000). *Competitive environmental strategy: A guide to the changing business landscape*. Island Press.

บทที่ 2

การจัดตั้งธุรกิจและการจัดการ Business Establishment and Organization Management

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างมูลค่าให้แก่สังคม อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับแค่แนวคิดหรือเงินลงทุนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการวางแผนการจัดตั้งธุรกิจอย่างเป็นระบบและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ บทเรียนนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงหลักการสำคัญในการเริ่มต้นธุรกิจ ตั้งแต่การกำหนดปัจจัยการผลิต การเลือกประเภทของธุรกิจ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพยากรและต้นทุน การจัดตั้งธุรกิจ เป็นกระบวนการที่ต้องพิจารณาปัจจัยหลายประการ เช่น แนวคิดทางธุรกิจ โครงสร้างทางกฎหมาย และการวางแผนการดำเนินงานที่เหมาะสม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเลือกโครงสร้างธุรกิจที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด ซึ่งแต่ละรูปแบบมีข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การเข้าใจถึงข้อกำหนดทางกฎหมาย การขออนุญาต และการจดทะเบียนธุรกิจเป็นสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย

นอกจากนี้การจัดการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โครงสร้างองค์กรที่ดีช่วยให้เกิดการทำงานเป็นระบบ ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคล การกระจายอำนาจ และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว ผู้เรียนจะได้รับความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง รวมถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ในท้ายที่สุด บทเรียนนี้จะช่วยให้ผู้เรียนมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจและการจัดการ พร้อมนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1 ปัจจัยการผลิตและทรัพยากรที่ใช้ในธุรกิจ

ปัจจัยการผลิตและทรัพยากรที่ใช้ในธุรกิจเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการและสร้างมูลค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยการผลิตหมายถึงทรัพยากรพื้นฐานที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบด้วย ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ (Samuelson & Nordhaus, 2021) การบริหารทรัพยากรเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในยุคที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ การจัดสรรปัจจัยการผลิตอย่างเหมาะสมสามารถช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องคำนึงถึงความยั่งยืนและผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในระยะยาว (Porter & Kramer, 2011) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ความหมายของปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิต (Factors of Production) หมายถึง ทรัพยากรที่ใช้ในการสร้างสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ธุรกิจต้องใช้ในการดำเนินงาน นักเศรษฐศาสตร์ได้จำแนกปัจจัยการผลิตออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ (Samuelson & Nordhaus, 2021) ซึ่งแต่ละปัจจัยมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

2. ประเภทของปัจจัยการผลิต

2.1 ที่ดิน (Land) และทรัพยากรธรรมชาติ

ที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติหมายถึงแหล่งทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ในกระบวนการผลิต เช่น พื้นที่ทำการเกษตร แร่ธาตุ น้ำ และพลังงาน (Mankiw, 2020) ทรัพยากรธรรมชาติเป็นวัตถุดิบที่จำเป็นสำหรับภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรม โดยในบางกรณี ธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ในระยะยาว (Elkington, 1998)

2.2 แรงงาน (Labor)

แรงงานหมายถึงทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นแรงงานที่ใช้ทักษะและแรงงานที่ไม่ใช้ทักษะ (Schultz, 1961) แรงงานที่มีคุณภาพสูงสามารถเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพของธุรกิจได้ โดยในยุคปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการพัฒนาทรัพยากร

มนุษย์มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจ การศึกษาและการฝึกอบรมจึงเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของแรงงานและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Becker, 1993)

2.3 ทุน (Capital)

ทุนหมายถึงทรัพย์สินที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ เช่น เครื่องจักร อาคาร และเงินทุน (Ross, Westerfield, & Jordan, 2019) การลงทุนในทุนทางกายภาพ เช่น เครื่องจักรและอุปกรณ์ สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตได้ ในขณะเดียวกัน ธุรกิจยังต้องพิจารณาการจัดหาเงินทุนผ่านแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เช่น สินเชื่อธนาคาร การลงทุนจากนักลงทุน และตลาดทุน (Modigliani & Miller, 1958)

2.4 ผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

ผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการนำทรัพยากรอื่น ๆ มาจัดสรรและบริหารจัดการเพื่อสร้างมูลค่าทางธุรกิจ (Schumpeter, 1934) บทบาทของผู้ประกอบการไม่ได้จำกัดเพียงแค่การบริหารจัดการ แต่ยังรวมถึงการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การสร้างนวัตกรรม และการบริหารความเสี่ยง ปัจจุบันผู้ประกอบการที่สามารถนำเทคโนโลยีและแนวคิดใหม่ ๆ มาใช้ในธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น เนื่องจากตลาดมีการแข่งขันสูงและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Drucker, 1985)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและความสำเร็จของธุรกิจ

การจัดสรรปัจจัยการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในบริบทของเศรษฐกิจยุคใหม่ ธุรกิจต้องพิจารณาการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิต เช่น ระบบอัตโนมัติ (Automation), ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence), และบล็อกเชน (Blockchain) ซึ่งช่วยลดต้นทุน เพิ่มความเร็วในการผลิต และเพิ่มความปลอดภัยในการดำเนินธุรกิจ (Brynjolfsson & McAfee, 2017)

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านสังคม เช่น ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) ก็มีผลต่อการบริหารจัดการปัจจัยการผลิต การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ในสายตาผู้บริโภค (Porter & Kramer, 2011)

ดังนั้นปัจจัยการผลิตเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ โดยที่แต่ละปัจจัยมีบทบาทและความสำคัญแตกต่างกันไป การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ใน

ระยะยาว นอกจากนี้ เทคโนโลยีและแนวทางการบริหารสมัยใหม่ยังมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

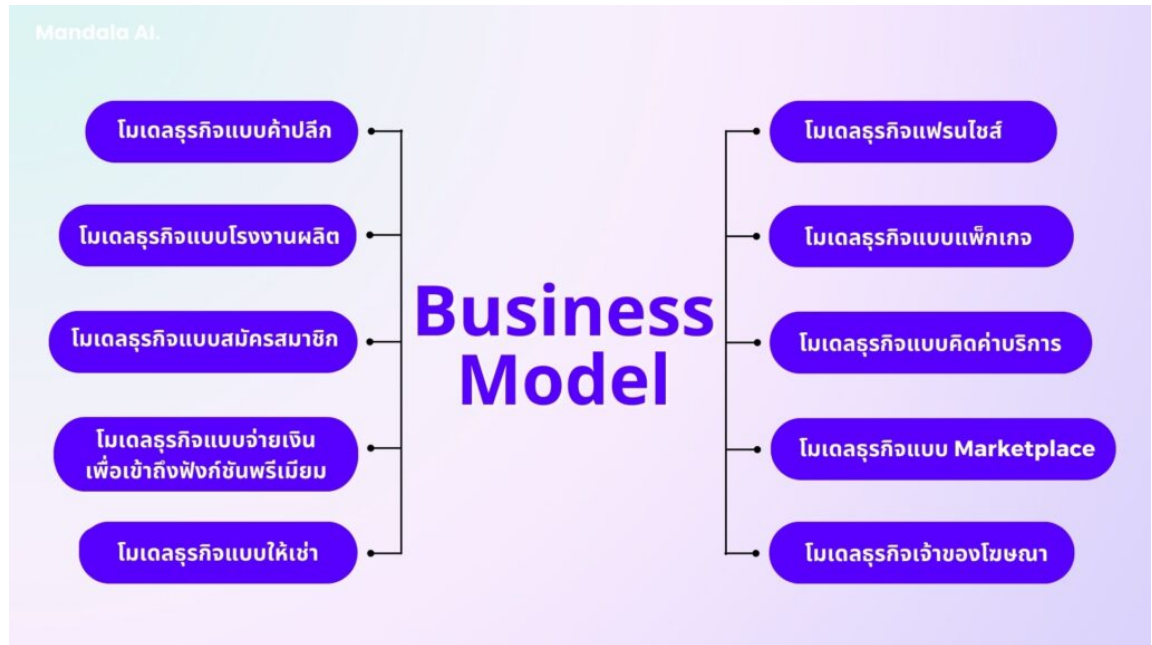
2.2 การกำหนดรูปแบบธุรกิจและแผนกลยุทธ์

การกำหนดรูปแบบธุรกิจ (Business Model) และแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าและรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ในระยะยาว (Osterwalder & Pigneur, 2010) รูปแบบธุรกิจสะท้อนถึงโครงสร้างขององค์กรและแนวทางในการสร้างรายได้ ในขณะที่แผนกลยุทธ์ช่วยกำหนดทิศทางและวิธีการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ (Porter, 1985)

2.2.1 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้กำหนดวิธีที่องค์กรสามารถสร้างและส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า รูปแบบธุรกิจที่นิยมใช้ประกอบด้วย:

- Canvas Model ของ Osterwalder และ Pigneur (2010) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 9 ประการ ได้แก่ ข้อเสนอคุณค่า (Value Proposition) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ช่องทางจัดจำหน่าย (Channels) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) กระแสรายได้ (Revenue Streams) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) กิจกรรมหลัก (Key Activities) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)
- Porter's Value Chain ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มคุณค่าผ่านกิจกรรมหลักขององค์กร เช่น การบริหารจัดการซัพพลายเชน การผลิต การตลาด และการสนับสนุนหลังการขาย (Porter, 1985)
- Subscription Model ซึ่งใช้กับธุรกิจที่ให้บริการแบบสมาชิก เช่น Netflix และ Spotify (Teece, 2010)



ภาพที่ 2.1 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ (Business Model)

ที่มา: Mandala Team (2024)

<https://blog.mandalasystem.com/th/business-models>

2.2.2 การกำหนดแผนกลยุทธ์

แผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการที่ใช้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2005) กระบวนการกำหนดแผนกลยุทธ์ประกอบด้วย:

1. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situational Analysis) ใช้เครื่องมือเช่น SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Gürel & Tat, 2017)
2. การกำหนดเป้าหมายและวิสัยทัศน์ (Setting Objectives and Vision) องค์กรต้องกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ (Drucker, 1954)
3. การเลือกกลยุทธ์ (Strategy Formulation) สามารถเลือกใช้กลยุทธ์หลัก เช่น กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation) หรือกลยุทธ์เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) ตามแนวคิดของ Porter (1985)

4. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากร การบริหารทีมงาน และการกำกับดูแลการดำเนินงาน (Kaplan & Norton, 1996)
5. การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ (Evaluation and Control) โดยใช้ตัวชี้วัดด้าน ประสิทธิภาพ เช่น Balanced Scorecard (Kaplan & Norton, 1996)



ภาพที่ 2.2 การกำหนดแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan)

ที่มา : บริษัท โนว์เลตจ์ คาสเซิล เทรนนิง จำกัด (2024)

<https://kctathailand.com>

การกำหนดรูปแบบธุรกิจและแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถเติบโตและแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรต้องเลือกใช้รูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ดีจะช่วยให้ องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืน (Teece, 2010)

2.3 การจัดการทรัพยากรและต้นทุน

การจัดการทรัพยากรและต้นทุนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพช่วยให้องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดความสูญเสีย และเพิ่มผลกำไร ในบทความนี้จะกล่าวถึงแนวคิดหลักในการจัดการทรัพยากรและต้นทุน พร้อมทั้งกลยุทธ์ที่องค์กรสามารถนำไปปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

2.3.1 การจัดการทรัพยากร

การจัดการทรัพยากรหมายถึงกระบวนการวางแผน จัดสรร และควบคุมการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร เช่น ทรัพยากรมนุษย์ วัสดุ อุปกรณ์ และข้อมูล เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กร การจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.3.2 การจัดการทรัพยากรมนุษย์

ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดีควรครอบคลุมถึงการสรรหา คัดเลือก ฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากร เพื่อให้พนักงานมีทักษะและความสามารถที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร นอกจากนี้ การสร้างแรงจูงใจและการรักษาพนักงานที่มีความสามารถยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและความสำเร็จขององค์กร

2.3.3 การจัดการทรัพยากรวัสดุและอุปกรณ์

การบริหารจัดการวัสดุและอุปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต องค์กรควรมีระบบการจัดเก็บและควบคุมสต็อกที่ดี เพื่อป้องกันการขาดแคลนหรือเกินความจำเป็น นอกจากนี้ การบำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอจะช่วยยืดอายุการใช้งานและลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม

2.4.1 การจัดการต้นทุน การจัดการต้นทุนเป็นกระบวนการวางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายขององค์กร เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด การลดต้นทุนโดยไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ

2.4.2 การวิเคราะห์ต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุนช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงโครงสร้างค่าใช้จ่ายและสามารถระบุพื้นที่ที่สามารถลดต้นทุนได้ การจำแนกต้นทุนออกเป็นต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรจะช่วยให้การวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.3 กลยุทธ์การลดต้นทุน

- การปรับปรุงกระบวนการผลิต: การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นจะช่วยลดต้นทุนการผลิต
- การจัดการซัพพลายเชน: การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดหาวัตถุดิบและการเจรจาต่อรองราคาที่เหมาะสมจะช่วยลดต้นทุนวัตถุดิบ
- การประหยัดพลังงาน: การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการนำพลังงานทดแทนมาใช้จะช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน

3. การบูรณาการการจัดการทรัพยากรและต้นทุน

การบูรณาการการจัดการทรัพยากรและต้นทุนเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด องค์กรควรมีระบบสารสนเทศที่ช่วยในการติดตามและวิเคราะห์การใช้ทรัพยากรและต้นทุนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้และทักษะในการจัดการทรัพยากรและต้นทุนจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

การจัดการทรัพยากรและต้นทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ในการจัดการทรัพยากรและต้นทุนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

2.4 ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) มีบทบาทสำคัญในธุรกิจยุคปัจจุบัน เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ และสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศครอบคลุมถึงระบบคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ เครือข่าย และระบบสารสนเทศที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดเก็บ วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพสามารถนำไปสู่การลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับธุรกิจ (Laudon & Laudon, 2020)

2.4.1 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

หนึ่งในบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจคือการช่วยให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ระบบสารสนเทศช่วยให้ธุรกิจสามารถทำงานได้อย่างเป็นระบบ ลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากการทำงานด้วยตนเอง และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วมากขึ้น เช่น ระบบบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถ

บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kotler & Keller, 2022) นอกจากนี้ ระบบการจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management: SCM) ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และปรับปรุงกระบวนการผลิต

2.4.2 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการตัดสินใจทางธุรกิจ

ข้อมูลที่ต้องการและแม่นยำเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ผู้บริหารสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ทันสมัย และนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการตัดสินใจ ระบบสารสนเทศสำหรับการจัดการ (Management Information Systems: MIS) และระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support Systems: DSS) เป็นตัวอย่างของเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์แนวโน้มทางธุรกิจและวางแผนกลยุทธ์ได้อย่างแม่นยำ (Turban, Pollard, & Wood, 2018)

2.4.3 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการตลาดดิจิทัล

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ได้กลายเป็นแนวทางสำคัญในการทำธุรกิจสมัยใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และอีคอมเมิร์ซ นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เช่น Big Data และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับแต่งแคมเปญการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019)

2.4.4 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการรักษาความปลอดภัยข้อมูล

ในยุคที่ข้อมูลเป็นทรัพยากรที่มีค่าสูง เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ธุรกิจต้องใช้ระบบรักษาความปลอดภัย เช่น ไฟร์วอลล์ (Firewall) การเข้ารหัสข้อมูล (Encryption) และการบริหารจัดการสิทธิ์เข้าถึงข้อมูล เพื่อป้องกันการโจมตีจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Stallings, 2020)

2.4.5 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการทำงานแบบระยะไกลและการบริหารองค์กร

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงานระยะไกล ธุรกิจสามารถใช้เครื่องมือสื่อสาร เช่น Zoom, Microsoft Teams และ Google Workspace เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานร่วมกันได้แม้อยู่ในสถานที่ต่าง ๆ ระบบคลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงข้อมูลได้จากทุกที่ทุกเวลา เพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน (Armbrust et al., 2019)

2.4.6 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจ

ธุรกิจที่สามารถปรับตัวและนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้มักจะสามารถในการแข่งขันสูง เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ธุรกิจสามารถพัฒนาและนำเสนอบริการหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การใช้ Internet of Things (IoT) เพื่อพัฒนาระบบอัจฉริยะในอุตสาหกรรม หรือการใช้ AI และ Machine Learning เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า (Brynjolfsson & McAfee, 2017)

ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ สนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ ส่งเสริมการตลาดดิจิทัล รักษาความปลอดภัยของข้อมูล อำนวยความสะดวกในการทำงานแบบระยะไกล และสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม ธุรกิจที่สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

2.5 การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน

การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน (Sustainable Business Model Development) เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม โมเดลธุรกิจแบบดั้งเดิมมักให้ความสำคัญกับผลกำไรเป็นหลัก แต่แนวคิดเรื่องความยั่งยืนได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจในศตวรรษที่ 21 (Elkington, 1998) แนวทางการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงหลักการของ Triple Bottom Line ซึ่งประกอบด้วย มิติด้านเศรษฐกิจ (Profit) สังคม (People) และสิ่งแวดล้อม (Planet)

2.5.1 องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน

การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญหลายประการ ได้แก่

2.5.1.1 ค่านิยมและพันธกิจขององค์กร

ธุรกิจที่ยั่งยืนต้องกำหนดค่านิยม (Values) และพันธกิจ (Mission) ที่มุ่งเน้นการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์กรที่มีค่านิยมที่ชัดเจนจะสามารถดึงดูดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้มาร่วมพัฒนาและขับเคลื่อนกลยุทธ์ความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Porter & Kramer, 2011)

2.5.1.2 นวัตกรรมและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน

ธุรกิจต้องพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัตถุดิบที่สามารถรีไซเคิลได้ การออกแบบกระบวนการผลิตที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน (Hart, 1995)

2.5.1.3 ห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable Supply Chain Management) เป็นอีกปัจจัยสำคัญในการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน องค์กรต้องเลือกซัพพลายเออร์ที่ใช้แนวทางการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และลดของเสียจากกระบวนการผลิต (Seuring & Müller, 2008)

2.5.1.4 รูปแบบรายได้และกลไกการเงินที่ยั่งยืน

ธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบรายได้ให้เอื้อต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืน เช่น การใช้โมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ให้ความสำคัญกับการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ หรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของบริการ (Product-as-a-Service) (Lacy & Rutqvist, 2015)

2.5.2 กลยุทธ์ในการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน

2.5.2.1 การนำแนวคิด Shared Value มาใช้

แนวคิด *Creating Shared Value* (CSV) ของ Porter & Kramer (2011) ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าให้กับตนเองและสังคมไปพร้อมกันได้ โดยการออกแบบกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ปัญหาทางสังคม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือการสนับสนุนโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน

2.5.2.2 การบูรณาการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแนวทางที่ช่วยลดการใช้ทรัพยากรและของเสียจากกระบวนการผลิต โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ ซ่อมแซม หรือรีไซเคิลได้ เช่น ธุรกิจเสื้อผ้าที่ใช้วัสดุรีไซเคิลหรือให้บริการเช่าเสื้อผ้าแทนการขาย (Lacy & Rutqvist, 2015)

2.5.2.3 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารความยั่งยืน

เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Big Data, Internet of Things (IoT) และ Blockchain สามารถช่วยให้ธุรกิจติดตามและบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น IoT สามารถใช้ในการวิเคราะห์การใช้พลังงานในโรงงานและช่วยลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น (Brynjolfsson & McAfee, 2017)

2.5.3 กรณีศึกษาของธุรกิจที่ใช้โมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน

2.5.3.1 Patagonia: ผู้นำด้านแฟชั่นที่ยั่งยืน

บริษัท Patagonia เป็นตัวอย่างของธุรกิจที่ใช้โมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการใช้วัสดุรีไซเคิล การผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมจริยธรรมในการทำงาน บริษัทใช้กลยุทธ์

“Worn Wear” ซึ่งเป็นโครงการที่สนับสนุนให้ลูกค้านำเสื้อผ้าเก่ามาซ่อมแซมหรือนำกลับมาใช้ใหม่ (Chouinard, 2016)

2.5.3.2 Tesla: ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืน

Tesla เป็นบริษัทที่พัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนโดยเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น รถยนต์ไฟฟ้า แบตเตอรี่พลังงานสะอาด และโซลาร์พาแนล นอกจากนี้ Tesla ยังมีนโยบายลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนในห่วงโซ่อุปทานของตนเอง (Lütke & McKinsey, 2020)

ดังนั้นการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนเป็นแนวทางสำคัญในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน องค์กรต้องคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในการออกแบบกลยุทธ์และการดำเนินงาน โมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนไม่เพียงช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน แต่ยังช่วยให้เกิดการพัฒนาย่างสมดุลในระดับมหภาค

สรุป

แนวทางสำคัญในการจัดตั้งธุรกิจและการจัดองค์การ โดยเน้นให้เห็นถึงองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจต้องมีการบริหารจัดการปัจจัยการผลิตอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างต้นทุนและผลกำไร รวมถึงต้องเลือกใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด

นอกจากนี้ การจัดการทรัพยากรภายในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจมีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสนับสนุนที่สำคัญ ซึ่งช่วยให้กระบวนการทำงานมีความคล่องตัวมากขึ้น และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจทางธุรกิจที่แม่นยำ ในขณะเดียวกัน ธุรกิจที่ต้องการความยั่งยืนต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้น การจัดตั้งธุรกิจและการจัดองค์การอย่างมีระบบ ไม่เพียงช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่นเท่านั้น แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความมั่นคงในระยะยาว อีกทั้งการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืนยังเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตไปพร้อมกับการสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจในโลกยุคปัจจุบัน

คำถามทบทวนท้ายบท

1. อธิบายปัจจัยการผลิตหลักที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจและให้ตัวอย่างของแต่ละปัจจัย
2. การกำหนดรูปแบบธุรกิจมีความสำคัญอย่างไรต่อความสำเร็จขององค์กร และมีประเภทใดบ้าง
3. แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจมีองค์ประกอบอะไรบ้าง และเหตุใดจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อองค์กร
4. การจัดการทรัพยากรในธุรกิจเกี่ยวข้องกับอะไรบ้าง และมีแนวทางในการบริหารจัดการอย่างไรให้มีประสิทธิภาพ
5. ต้นทุนทางธุรกิจมีประเภทใดบ้าง และธุรกิจสามารถลดต้นทุนได้อย่างไรโดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ
6. เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลอย่างไร และสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างไร
7. การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการธุรกิจช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในด้านใดบ้าง
8. อธิบายแนวคิดของโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน และยกตัวอย่างธุรกิจที่ดำเนินการตามแนวคิดนี้
9. ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างยั่งยืน และมีแนวทางใดที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความสมดุลระหว่างกำไรและความรับผิดชอบต่อสังคม
10. จากเนื้อหาทั้งหมดของบทเรียนนี้ คิดว่าแนวทางใดที่ธุรกิจในปัจจุบันควรให้ความสำคัญมากที่สุด เพื่อให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2545). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. หจก. เม็ดทรายพรินติ้ง.
- ธนวัฒน์ โชติวัฒน์. (2564). *การบริหารทรัพยากรและปัจจัยการผลิตในธุรกิจสมัยใหม่*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2551). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์: มุ่งสู่อนาคต*. พิมพ์ตะวัน.
- สมาน งามสนิท, สุรพล สยุมะพรหม, และอนุวัฒน์ กระสังข์. (2560). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สมชาย ศรีสันต์. (2563). *เศรษฐศาสตร์การผลิตและทรัพยากรในธุรกิจยุคดิจิทัล*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2021). *Economics* (20th ed.). McGraw-Hill Education.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Becker, G. S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. W. W. Norton & Company.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The cost of capital, corporation finance, and the theory of investment. *American Economic Review*, 48(3), 261-297.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of corporate finance* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2021). *Economics* (21st ed.). McGraw-Hill Education.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *American Economic Review*, 51(1), 1-17.
- Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. Harper & Row.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994-1006.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business Press.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2005). *Strategy safari: A guided tour through*

- the wilds of strategic management*. Free Press.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194.
- Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. Harper & Row.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994-1006.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business Press.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2005). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management*. Free Press.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194.
- Armbrust, M., Fox, A., Griffith, R., Joseph, A. D., Katz, R., Konwinski, A., ... & Zaharia, M. (2019). *A view of cloud computing*. *Communications of the ACM*, 53(4), 50-58.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W. W. Norton & Company.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.

- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- Stallings, W. (2020). *Computer Security: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability* (11th ed.). Wiley.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W. W. Norton & Company.
- Chouinard, Y. (2016). *Let My People Go Surfing: The Education of a Reluctant Businessman*. Penguin.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. New Society Publishers.
- Hart, S. L. (1995). *A Natural-Resource-Based View of the Firm*. *Academy of Management Review*, 20(4), 986-1014.
- Lacy, P., & Rutqvist, J. (2015). *Waste to Wealth: The Circular Economy Advantage*. Palgrave Macmillan.
- Lütke, T., & McKinsey, J. (2020). *Sustainable Business Strategy: Tesla's Approach*. *Harvard Business Review*.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value*. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). *From a Literature Review to a Conceptual Framework for Sustainable Supply Chain Management*. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1699-1710.

บทที่ 3

หลักการจัดการธุรกิจสำหรับเทคโนโลยี

สารสนเทศ

Business Management Principles for Information Technology

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ องค์กรต้องสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนำมาใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เทคโนโลยีสารสนเทศไม่เพียงแต่ช่วยในการจัดเก็บและบริหารจัดการข้อมูล แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ ระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพยังช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บทเรียนนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศในบริบทของการบริหารองค์กร โดยเนื้อหาในบทนี้จะครอบคลุมหัวข้อหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กร ซึ่งจะกล่าวถึงแนวทางการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (2) ระบบสารสนเทศทางธุรกิจและซอฟต์แวร์ที่สำคัญ ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร เช่น ระบบบริหารทรัพยากรองค์กร (ERP) และระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) (3) การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจ (4) การจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ในธุรกิจ ที่มุ่งเน้นการป้องกันภัยคุกคามทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และ (5) นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ในธุรกิจ ที่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถแข่งขันและเติบโตในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

การศึกษาเนื้อหาในบทนี้จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์แนวโน้มของเทคโนโลยีใหม่ๆ และปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจยุคดิจิทัล ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ทั้งในด้านทฤษฎีและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยให้มีความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับ

บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคธุรกิจ พร้อมทั้งสามารถนำไปใช้พัฒนาองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

3.1 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการบริหารองค์กร

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารองค์กรในยุคดิจิทัล ช่วยให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดต้นทุน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำมาใช้ในการจัดการข้อมูล ระบบการตัดสินใจ การสื่อสารภายในองค์กร ตลอดจนการให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Laudon & Laudon, 2020) บทความนี้จะกล่าวถึงบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารองค์กรในแง่มุมต่าง ๆ รวมถึงแนวโน้มที่สำคัญของเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรสมัยใหม่

1. เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการข้อมูลภายในองค์กร

หนึ่งในหน้าที่หลักของเทคโนโลยีสารสนเทศคือการบริหารจัดการข้อมูล (Data Management) ในองค์กร ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems) เช่น ระบบบริหารจัดการทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning: ERP) และระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ช่วยให้องค์กรสามารถรวบรวม จัดเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สามารถปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจและพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับตลาดได้ (Monk & Wagner, 2019)

2. เทคโนโลยีสารสนเทศกับการตัดสินใจทางธุรกิจ

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น ระบบช่วยตัดสินใจ (Decision Support Systems: DSS) และระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information Systems: MIS) เป็นตัวอย่างของเทคโนโลยีที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล และสร้างแบบจำลองทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ (Turban et al., 2018) การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ยังมีบทบาทสำคัญในการพยากรณ์แนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์องค์กร (McAfee & Brynjolfsson, 2017)

3. เทคโนโลยีสารสนเทศกับการสื่อสารและการทำงานร่วมกันในองค์กร

ระบบสารสนเทศช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร เทคโนโลยีการประชุมทางไกล (Teleconferencing) ระบบการทำงานร่วมกันผ่านคลาวด์ (Cloud Collaboration) และแพลตฟอร์มการจัดการโครงการ (Project Management Platforms) เช่น Microsoft Teams, Slack และ Asana ทำให้พนักงานสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานที่เดียวกัน (Laudon & Laudon, 2020)

4. ความปลอดภัยของข้อมูลและการจัดการความเสี่ยง

ความปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารองค์กร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต้องมีมาตรการป้องกันข้อมูล เช่น การเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) ระบบตรวจจับภัยคุกคาม (Intrusion Detection Systems) และการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึง (Access Control) เพื่อป้องกันการโจมตีทางไซเบอร์ (Stallings & Brown, 2018) นอกจากนี้ องค์กรต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของข้อมูล เช่น GDPR และ PDPA เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางกฎหมาย (Reed, 2019)

5. แนวโน้มเทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคตที่ส่งผลต่อองค์กร

ปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และองค์กรต้องปรับตัวให้ทันต่อแนวโน้มที่เกิดขึ้น เช่น

- ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบอัตโนมัติ (Automation): ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและลดต้นทุน
- เทคโนโลยีคลาวด์ (Cloud Computing): ช่วยให้การจัดเก็บและเข้าถึงข้อมูลทำได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัยขึ้น
- บล็อกเชน (Blockchain): เพิ่มความโปร่งใสในการทำธุรกรรมทางธุรกิจ
- อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT): ช่วยให้ผู้สามารถรวบรวมข้อมูลจากอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงธุรกิจ (Schwalbe, 2021)

ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการบริหารองค์กรสมัยใหม่ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูล สนับสนุนการตัดสินใจ ปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กร และเสริมสร้างความปลอดภัยของข้อมูล องค์กรที่สามารถนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจสามารถเติบโตและปรับตัวได้ตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

3.2 ระบบสารสนเทศทางธุรกิจและซอฟต์แวร์ที่สำคัญ

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems: BIS) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดเก็บ ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถตัดสินใจได้อย่างแม่นยำและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างรวดเร็ว (Laudon & Laudon, 2020) เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบสารสนเทศทางธุรกิจจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร ลดต้นทุน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Stair & Reynolds, 2019)

3.2.1 ประเภทของระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจสามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามหน้าที่การทำงานหลัก ดังนี้:

3.2.1.1 ระบบประมวลผลธุรกรรม (Transaction Processing Systems: TPS)

ระบบประมวลผลธุรกรรมเป็นระบบที่ใช้ในการรวบรวม บันทึก และประมวลผลธุรกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กร เช่น การซื้อขายสินค้า การจ่ายเงินเดือน และการจัดการสินค้าคงคลัง (O'Brien & Marakas, 2018)

ตัวอย่างซอฟต์แวร์:

- SAP ERP
- Oracle PeopleSoft
- Microsoft Dynamics

3.2.1.2 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information Systems: MIS)

MIS เป็นระบบที่ช่วยผู้บริหารระดับกลางในการจัดทำรายงานและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อติดตามผลการดำเนินงานขององค์กร โดยดึงข้อมูลจากระบบ TPS และแสดงผลเป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น Dashboard และกราฟสถิติ (Laudon & Laudon, 2020)

ตัวอย่างซอฟต์แวร์:

- Tableau
- Microsoft Power BI
- IBM Cognos

3.2.1.3 ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support Systems: DSS)

DSS เป็นระบบที่ช่วยผู้บริหารระดับสูงในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยใช้ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์เชิงลึก และแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ (Turban et al., 2018)

ตัวอย่างซอฟต์แวร์:

- SAS Analytics
- MATLAB
- Oracle BI

3.2.1.4 ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

CRM เป็นระบบที่ช่วยองค์กรในการบริหารจัดการข้อมูลลูกค้า สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ (Kotler & Keller, 2016)

ตัวอย่างซอฟต์แวร์:

- Salesforce
- HubSpot CRM
- Zoho CRM

3.2.1.5 ระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning: ERP)

ERP เป็นระบบที่รวมทุกกระบวนการทางธุรกิจไว้ในระบบเดียว เช่น การเงิน การผลิต และทรัพยากรบุคคล (Monk & Wagner, 2018)

ตัวอย่างซอฟต์แวร์:

- SAP ERP
- Oracle ERP Cloud
- Microsoft Dynamics 365

ประเภทของระบบ	วัตถุประสงค์หลัก	ตัวอย่างซอฟต์แวร์
TPS	จัดการธุรกรรมพื้นฐานขององค์กร	SAP ERP, Oracle PeopleSoft
MIS	รายงานและวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับผู้บริหารระดับกลาง	Tableau, Power BI
DSS	วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อช่วยในการตัดสินใจ	SAS Analytics, MATLAB

CRM	บริหารจัดการข้อมูลลูกค้าและการตลาด	Salesforce, HubSpot CRM
ERP	รวมกระบวนการทางธุรกิจในระบบเดียว	SAP ERP, Microsoft Dynamics 365

ตารางที่ 3.1 การเปรียบเทียบระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

ที่มา:

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจและซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องมีบทบาทสำคัญต่อองค์กรในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และช่วยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเลือกใช้ซอฟต์แวร์ที่เหมาะสมกับธุรกิจจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร (Laudon & Laudon, 2020)

3.3 การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ

ในยุคดิจิทัล ข้อมูลได้กลายเป็นทรัพยากรที่สำคัญสำหรับธุรกิจ ข้อมูลที่มีคุณภาพช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจอย่างแม่นยำ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ (Business Data Analytics) จึงเป็นกระบวนการที่จำเป็นในการดึงข้อมูลเชิงลึกเพื่อสนับสนุนการวางกลยุทธ์และตัดสินใจทางธุรกิจ (McKinney, 2017) การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจเกี่ยวข้องกับเทคนิคและเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถใช้ข้อมูลเพื่อปรับปรุงกระบวนการและขับเคลื่อนนวัตกรรม (Laudon & Laudon, 2020)

ประเภทของข้อมูลในธุรกิจ

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามลักษณะของข้อมูลและแหล่งที่มา ได้แก่:

ประเภทของข้อมูล	คำอธิบาย
ข้อมูลเชิงโครงสร้าง (Structured Data)	ข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบที่เป็นระเบียบ เช่น ฐานข้อมูล SQL
ข้อมูลกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Data)	ข้อมูลที่มีโครงสร้างบางส่วน เช่น ไฟล์ XML, JSON

ข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Data)	ข้อมูลที่ไม่มีรูปแบบแน่นอน เช่น อีเมล โพสต์โซเชียลมีเดีย
ข้อมูลภายใน (Internal Data)	ข้อมูลที่ได้จากภายในองค์กร เช่น ยอดขาย รายงานทางการเงิน
ข้อมูลภายนอก (External Data)	ข้อมูลที่ได้จากแหล่งภายนอก เช่น สถิติทางเศรษฐกิจ แนวโน้มตลาด

ตารางที่ 3.2 ประเภทของข้อมูลในธุรกิจ

ที่มา : (Loudon & Traver, 2021)

3. เครื่องมือและเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ

ปัจจุบันมีเครื่องมือและเทคนิคมากมายที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยเครื่องมือที่ได้รับความนิยม ได้แก่:

- Business Intelligence (BI) Tools เช่น Tableau, Power BI ใช้สำหรับการสร้างแดชบอร์ดและวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวม
- Big Data Analytics ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เช่น Apache Hadoop และ Spark
- Machine Learning & AI ใช้ในการพยากรณ์แนวโน้มและพฤติกรรมของลูกค้า
- Predictive Analytics ใช้เทคนิคทางสถิติเพื่อคาดการณ์แนวโน้มในอนาคต

4. ขั้นตอนของกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การรวบรวมข้อมูล (Data Collection) – การเก็บข้อมูลจากแหล่งภายในและภายนอก
2. การทำความสะอาดข้อมูล (Data Cleaning) – การกำจัดข้อมูลซ้ำและแก้ไขข้อมูลที่ผิดพลาด
3. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) – การใช้เทคนิคทางสถิติและเครื่องมือ BI
4. การนำเสนอข้อมูล (Data Visualization) – การใช้แผนภูมิ กราฟ และแดชบอร์ดเพื่อให้เข้าใจง่าย
5. การนำข้อมูลไปใช้ (Data-driven Decision Making) – การใช้ผลการวิเคราะห์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ (Brynjolfsson & McAfee, 2017)

5. ตัวอย่างการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในธุรกิจ

ธุรกิจในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น

- **อุตสาหกรรมค้าปลีก:** Walmart ใช้ Big Data Analytics เพื่อบริหารสินค้าคงคลัง
- **อุตสาหกรรมการเงิน:** JPMorgan Chase ใช้ Machine Learning ในการตรวจจับการฉ้อโกง
- **อุตสาหกรรมสุขภาพ:** โรงพยาบาลใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ป่วยเพื่อพัฒนาการรักษา (Porter & Heppelmann, 2014)

ดังนั้นการใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างแม่นยำ ลดต้นทุน และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้นเรื่อย ๆ ธุรกิจที่สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีโอกาสประสบความสำเร็จในยุคดิจิทัล

3.4 การจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ในธุรกิจ

ในยุคดิจิทัลที่ธุรกิจต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหลัก ความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ เช่น การโจมตีทางอินเทอร์เน็ต (Cyber Attacks) การละเมิดข้อมูล (Data Breaches) และมัลแวร์ (Malware) ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงขององค์กร การปกป้องข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Whitman & Mattord, 2021)

2. ความสำคัญของความปลอดภัยทางไซเบอร์ในธุรกิจ

การจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์มีความสำคัญต่อธุรกิจในหลายมิติ ได้แก่

- การปกป้องข้อมูลขององค์กรและลูกค้า ธุรกิจต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันข้อมูลรั่วไหล (Tipton & Krause, 2019)
- การปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสากล: กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น PDPA (Thailand's Personal Data Protection Act) และ GDPR (General Data Protection Regulation) เป็นข้อบังคับที่ธุรกิจต้องปฏิบัติตาม (พงษ์พิชญ์ พิริยะพงษ์สุธา, 2563)
- การลดความเสี่ยงด้านการเงินและชื่อเสียง การละเมิดข้อมูลอาจทำให้ธุรกิจเสียค่าใช้จ่ายสูงและสูญเสียความเชื่อมั่นจากลูกค้า (Böhme & Moore, 2012)

3. องค์ประกอบสำคัญของการจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์

1. การระบุและประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

- วิเคราะห์ความเสี่ยงด้านไซเบอร์ เช่น การโจมตีทางอินเทอร์เน็ต และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน (Stallings & Brown, 2020)
 - ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ความเสี่ยง เช่น NIST Cybersecurity Framework และ ISO/IEC 27001 (สมชาย จันทร์เต็ม, 2561)
2. การป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threat Prevention)
- ติดตั้งระบบป้องกันภัย เช่น ไฟร์วอลล์ (Firewall) และแอนติไวรัส (Antivirus)
 - ใช้เทคโนโลยีเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต (Whitman & Mattord, 2021)
3. การตรวจจับและตอบสนองต่อภัยคุกคาม (Threat Detection & Incident Response)
- การใช้ระบบตรวจจับการบุกรุก (Intrusion Detection System: IDS) และระบบป้องกันการบุกรุก (Intrusion Prevention System: IPS) (พีรตณย์ พงศ์ธีระตณย์, 2562)
 - การจัดทำแผนรับมือเหตุการณ์ฉุกเฉินทางไซเบอร์ (Incident Response Plan) เพื่อฟื้นฟูระบบให้กลับมาใช้งานได้อย่างรวดเร็ว (Stallings & Brown, 2020)
4. การฝึกอบรมและการบริหารจัดการบุคลากร (Security Awareness & Human Resource Management)
- องค์กรต้องให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ เช่น ฟิชซิง (Phishing) และวิศวกรรมสังคม (Social Engineering) (SANS Institute, 2020)
 - การกำหนดนโยบายการเข้าถึงข้อมูล (Access Control) เช่น การใช้รหัสผ่านที่ปลอดภัยและระบบยืนยันตัวตนแบบหลายขั้นตอน (Multi-Factor Authentication: MFA) (พิมพ์พิชา สุขะพิพัฒน์, 2564)
4. แนวทางการเสริมสร้างความปลอดภัยทางไซเบอร์ในองค์กร
- การนำมาตรฐานสากลมาใช้ เช่น ISO/IEC 27001, NIST Cybersecurity Framework
 - การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และบล็อกเชน (Blockchain) เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการจัดการข้อมูล (Böhme & Moore, 2012)
 - การสร้างวัฒนธรรมด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ การจัดอบรมและการทำแบบจำลองภัยคุกคาม (Cybersecurity Drills)

ดังนั้นการจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ในธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพื่อลดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางดิจิทัล การมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ครอบคลุมทั้งการระบุ ภัยคุกคาม การป้องกัน การตรวจจับ และการตอบสนอง จะช่วยให้องค์กรสามารถปกป้องข้อมูลและระบบสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ

3.5 นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ในธุรกิจ

นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน องค์กรที่สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในยุคที่ระบบเศรษฐกิจและสังคมถูกขับเคลื่อนด้วยดิจิทัล เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI), อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT), บล็อกเชน (Blockchain) และ การประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing) ล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ (Christensen, 2013)

2. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีในธุรกิจ

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การนำเสนอแนวคิดหรือกระบวนการใหม่ que ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ ขณะที่เทคโนโลยีใหม่ (Emerging Technologies) คือ เทคโนโลยีที่กำลังพัฒนา และมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมต่าง ๆ (Tidd & Bessant, 2020) Schumpeter (1934) อธิบายว่า นวัตกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทหลัก ได้แก่

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) – การพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ เช่น รถยนต์ไฟฟ้าของ Tesla
2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) – การปรับปรุงกระบวนการผลิต เช่น ระบบหุ่นยนต์อัตโนมัติในโรงงานอุตสาหกรรม
3. นวัตกรรมด้านตลาด (Market Innovation) – การเข้าสู่ตลาดใหม่ เช่น การขยายบริการสตรีมมิ่งของ Netflix
4. นวัตกรรมด้านวัตถุดิบ (Raw Material Innovation) – การใช้วัสดุใหม่ เช่น พลาสติกชีวภาพที่ย่อยสลายได้

5. นวัตกรรมเชิงองค์กร (Organizational Innovation) – การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร เพื่อให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. เทคโนโลยีใหม่ที่ส่งผลต่อธุรกิจ

3.1 ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI)

AI มีบทบาทสำคัญในธุรกิจโดยช่วยให้ระบบสามารถเรียนรู้ วิเคราะห์ และตัดสินใจได้ด้วยอัตโนมัติ ตัวอย่างของการนำ AI ไปใช้ในภาคธุรกิจ ได้แก่

- การให้บริการลูกค้า (Customer Service) – แชทบอทอัจฉริยะ เช่น ChatGPT และระบบตอบกลับอัตโนมัติ
- การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) – AI ถูกนำมาใช้ใน Big Data Analytics เพื่อตรวจจับแนวโน้มทางธุรกิจ
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) – AI ถูกใช้ในอุตสาหกรรมยาเพื่อวิจัยและพัฒนายาใหม่ ๆ (Russell & Norvig, 2021)

3.2 อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT)

IoT คือเทคโนโลยีที่เชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงธุรกิจ ตัวอย่างการใช้งาน ได้แก่

- อุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing) – การใช้ IoT ในระบบอุตสาหกรรม 4.0 เพื่อตรวจสอบเครื่องจักรแบบเรียลไทม์
- การค้าปลีก (Retail) – ร้านค้าสามารถใช้ IoT เพื่อตรวจสอบปริมาณสินค้าและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า (Evans, 2019)

3.3 บล็อกเชน (Blockchain)

บล็อกเชนเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยและความโปร่งใสในการทำธุรกรรมทางดิจิทัล ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ ได้แก่

- ภาคการเงิน (Finance) – การใช้บล็อกเชนในสกุลเงินดิจิทัล เช่น Bitcoin และการทำธุรกรรมข้ามพรมแดน
- โลจิสติกส์และซัพพลายเชน (Supply Chain) – ใช้บล็อกเชนเพื่อติดตามสินค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Tapscott & Tapscott, 2018)

3.4 การประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing)

Cloud Computing ช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดเก็บข้อมูลและใช้ทรัพยากรด้านไอทีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างการใช้งาน ได้แก่

- ซอฟต์แวร์ในรูปแบบบริการ (Software as a Service: SaaS) เช่น Microsoft 365 และ Google Workspace
- การบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Management) – การใช้ระบบคลาวด์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า (Marston et al., 2011)

4. ผลกระทบของนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ต่อธุรกิจ

- เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เทคโนโลยีใหม่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความเร็วในการผลิต
- สร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ เช่น การพัฒนาโมเดลธุรกิจบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ธุรกิจที่ปรับตัวได้เร็วจะมีความได้เปรียบในตลาด

ดังนั้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขัน เทคโนโลยีที่กำลังเป็นที่นิยม เช่น AI, IoT, Blockchain และ Cloud Computing มีอิทธิพลต่อธุรกิจในหลายภาคส่วน องค์กรที่สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างเหมาะสมจะสามารถปรับตัวและเติบโตในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป

เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจสมัยใหม่ โดยองค์กรที่สามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ดังนั้น การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

โดยสรุป องค์กรที่สามารถบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจได้ เทคโนโลยีไม่เพียงช่วยเสริมสร้างศักยภาพขององค์กร แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจในระยะยาว ดังนั้น นักบริหารและผู้ประกอบการยุคใหม่จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรของตนเอง

คำถามทบทวนท้ายบท

1. เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทอย่างไรในการบริหารองค์กร และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจได้อย่างไร
2. ระบบสารสนเทศทางธุรกิจประเภทใดที่มีความสำคัญต่อองค์กร และซอฟต์แวร์ใดที่มักถูกนำมาใช้ในกระบวนการบริหารจัดการ
3. การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจมีความสำคัญอย่างไรต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ขององค์กร
4. ภัยคุกคามทางไซเบอร์ประเภทใดที่มักส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และองค์กรควรมีแนวทางในการจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างไร
5. นวัตกรรมทางเทคโนโลยี เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Internet of Things (IoT) สามารถนำมาใช้ในธุรกิจได้อย่างไร
6. ความแตกต่างระหว่างระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) และ CRM (Customer Relationship Management) คืออะไร และแต่ละระบบช่วยองค์กรได้อย่างไร
7. เทคโนโลยี Blockchain มีบทบาทอย่างไรในด้านความปลอดภัยและความโปร่งใสของข้อมูลทางธุรกิจ
8. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถปรับตัวและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืออะไร

เอกสารอ้างอิง

- พงษ์พิชญ์ พิริยะพงษ์สุธา. (2563). *ความปลอดภัยทางไซเบอร์และกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์พิชา สุขะพิพัฒน์. (2564). *ความปลอดภัยทางไซเบอร์สำหรับองค์กรยุคดิจิทัล*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พีรตนัย พงศ์ธีระदनัย. (2562). *แนวทางการป้องกันภัยคุกคามไซเบอร์ในองค์กรธุรกิจไทย*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมชาย จันทรเต็ม. (2561). *การบริหารความเสี่ยงทางไซเบอร์สำหรับองค์กรสมัยใหม่*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาย จันทรเต็ม. (2563). *เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจยุคดิจิทัล*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อภิชาติ พิศาลวานิช. (2564). *กลยุทธ์การบริหารนวัตกรรมในธุรกิจสมัยใหม่*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W. W. Norton & Company.
- Monk, E., & Wagner, B. (2019). *Concepts in Enterprise Resource Planning* (5th ed.). Cengage Learning.
- Reed, C. (2019). *Information Technology Law*. Cambridge University Press.
- Schwalbe, K. (2021). *Information Technology Project Management* (10th ed.). Cengage Learning.
- Stallings, W., & Brown, L. (2018). *Computer Security: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability* (11th ed.). Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Böhme, R., & Moore, T. (2012). *The economics of cybersecurity: Principles and policy options*. Springer.
- Stallings, W., & Brown, L. (2020). *Computer security: Principles and practice* (4th ed.). Pearson.
- Tipton, H. F., & Krause, M. (2019). *Information security management handbook* (7th ed.). CRC Press.
- Whitman, M. E., & Mattord, H. J. (2021). *Principles of information security* (6th ed.). Cengage Learning.
- SANS Institute. (2020). *Security awareness training: Building a security culture in business*. SANS Press.

- Christensen, C. M. (2013). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Evans, D. (2019). *The Internet of Things: How the next evolution of the internet is changing everything*. Cisco Systems.
- Marston, S., Li, Z., Bandyopadhyay, S., Zhang, J., & Ghalsasi, A. (2011). Cloud computing: The business perspective. *Decision Support Systems*, 51(1), 176-189.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2018). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin and other cryptocurrencies is changing the world*. Penguin.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.

บทที่ 4

แนวทางการจัดตั้งธุรกิจ

Guidelines for Establishing a Business

การจัดตั้งธุรกิจเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการวางแผนอย่างรอบคอบและการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและเติบโตในระยะยาว แนวทางการจัดตั้งธุรกิจเริ่มต้นจากการกำหนดแนวคิดทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตลาด และการเลือกโครงสร้างทางธุรกิจที่เหมาะสม ซึ่งต้องพิจารณาทั้งด้านกฎหมาย การเงิน และการบริหารจัดการความเสี่ยง นอกจากนี้ การกำหนดแผนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานยังเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาดและสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดตั้งธุรกิจ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาด การวางแผนทางการเงินอย่างรอบคอบ การบริหารทรัพยากรบุคคล และการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

4.1 ขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจ

การเริ่มต้นธุรกิจเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการวางแผนอย่างรอบคอบ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาและเตรียมการในหลายด้าน ตั้งแต่การกำหนดแนวคิดทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตลาด การพิจารณาแหล่งเงินทุน ไปจนถึงการบริหารจัดการทรัพยากร ทั้งนี้ ความสำเร็จของธุรกิจขึ้นอยู่กับความตั้งใจที่ถูกต้องในระยะเริ่มต้น (Kotler & Keller, 2016; สมชนก ภาสกรจรัส, 2556)

1. การกำหนดแนวคิดทางธุรกิจ (Business Idea Development)

แนวคิดทางธุรกิจเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการสร้างธุรกิจ ผู้ประกอบการควรเลือกแนวคิดที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง แนวทางสำคัญในการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจ ได้แก่

- การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของตลาด
- การประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- การวิเคราะห์แนวโน้มทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี

การกำหนดแนวคิดที่แข็งแกร่งช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าให้กับลูกค้า และมีโอกาสแข่งขันในตลาดได้ (Porter, 1985; พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น และคณะ, 2561)

2. การวิเคราะห์ตลาดและลูกค้าเป้าหมาย (Market and Customer Analysis)

การศึกษาตลาดเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า ศักยภาพของตลาด และการแข่งขัน ผู้ประกอบการควรทำการวิเคราะห์ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) และใช้เครื่องมือ เช่น

- การวิเคราะห์ PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, and Legal)
- การวิจัยตลาดเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

การทำความเข้าใจลูกค้าเป้าหมายช่วยให้ธุรกิจสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ (Kotler, 2017; Turatunmanon & Yodwisitsak, 2022)

3. การเลือกโครงสร้างทางธุรกิจ (Business Structure Selection)

โครงสร้างของธุรกิจมีผลต่อภาระภาษี ความรับผิดชอบทางกฎหมาย และความสามารถในการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการสามารถเลือกโครงสร้างธุรกิจที่เหมาะสม ได้แก่

- เจ้าของคนเดียว (Sole Proprietorship)
- ห้างหุ้นส่วน (Partnership)
- บริษัทจำกัด (Limited Company)
- บริษัทมหาชน (Public Company)

การเลือกโครงสร้างธุรกิจควรพิจารณาความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงข้อกำหนดทางกฎหมาย และภาระภาษีที่เกี่ยวข้อง (Dworkin, 2019; กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

4. การวางแผนทางการเงินและการจัดหาเงินทุน (Financial Planning and Funding)

แผนทางการเงินเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นตัวกำหนดความมั่นคงทางการเงินขององค์กร องค์ประกอบของการวางแผนทางการเงิน ได้แก่

- การคาดการณ์ต้นทุนและรายรับ
- การจัดการกระแสเงินสด (Cash Flow Management)
- การคำนวณจุดคุ้มทุน (Break-even Analysis)

แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจสามารถมาจาก

- ทุนส่วนตัว (Personal Savings)
- เงินกู้จากสถาบันการเงิน (Bank Loans)
- การร่วมลงทุน (Venture Capital)

การบริหารการเงินที่ดีช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่องและลดความเสี่ยงทางการเงิน (Ross, Westerfield, & Jordan, 2019; ธนาकरแห่งประเทศไทย, 2562)

5. การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Strategy Planning)

การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ ได้แก่

- Porter's Five Forces Model
- Blue Ocean Strategy
- Balanced Scorecard

กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืน (Porter & Kramer, 2011; สมคิด บางโม, 2547)

6. การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)

บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การสรรหาและพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เทคนิคสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคล ได้แก่

- การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง
- การจัดฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ
- การบริหารค่าตอบแทนและแรงจูงใจ

การมีทีมงานที่มีศักยภาพช่วยเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในการแข่งขัน (Kotler & Keller, 2022; Hoffman, 2000)

7. การดำเนินการทางกฎหมายและใบอนุญาตธุรกิจ (Legal and Licensing Requirements)

ธุรกิจจำเป็นต้องดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่น

- การจดทะเบียนธุรกิจ
- การขอใบอนุญาตที่จำเป็น
- การปฏิบัติตามกฎหมายภาษีและแรงงาน

การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมายช่วยลดความเสี่ยงและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร (Elkington, 1998; กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

ดังนั้นการเริ่มต้นธุรกิจเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการวางแผนที่ดีในทุกด้าน ตั้งแต่การกำหนดแนวคิดทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตลาด การเลือกโครงสร้างธุรกิจ การบริหารการเงิน การวางแผนกลยุทธ์ การจัดการบุคลากร ไปจนถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมาย การดำเนินงานตามขั้นตอนเหล่านี้ อย่างเป็นระบบช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จ

4.2 การเลือกประเภทของธุรกิจ

การเลือกประเภทของธุรกิจเป็นขั้นตอนสำคัญในการเริ่มต้นกิจการ เนื่องจากส่งผลกระทบต่อโครงสร้างการดำเนินงาน ภาระภาษี ความรับผิดชอบทางกฎหมาย และโอกาสในการขยายธุรกิจ (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2016; กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) การเลือกประเภทธุรกิจที่เหมาะสมต้องพิจารณาปัจจัยหลายด้าน เช่น ลักษณะของสินค้าและบริการ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และแหล่งเงินทุน โดยทั่วไป ธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็นประเภทหลัก ได้แก่ ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน (Ross, Westerfield, & Jordan, 2019; พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น และคณะ, 2561)

1. ธุรกิจเจ้าของคนเดียว (Sole Proprietorship)

ธุรกิจเจ้าของคนเดียวเป็นรูปแบบธุรกิจที่ง่ายที่สุด เนื่องจากมีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน เจ้าของธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบต่อการดำเนินงานทั้งหมด และมีอำนาจตัดสินใจแต่เพียงผู้เดียว ข้อดีของธุรกิจประเภทนี้ได้แก่

- ต้นทุนการเริ่มต้นต่ำ
- การบริหารจัดการที่คล่องตัว
- ไม่มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างทางกฎหมาย

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจเจ้าของคนเดียวมีข้อเสียที่สำคัญ เช่น ความรับผิดชอบไม่จำกัด (Unlimited Liability) ซึ่งหมายถึงเจ้าของธุรกิจต้องรับผิดชอบหนี้สินทั้งหมดของธุรกิจด้วยทรัพย์สินส่วนตัว (Hisrich et al., 2016)

2. ห้างหุ้นส่วน (Partnership)

ห้างหุ้นส่วนเป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุนตั้งแต่สองคนขึ้นไป โดยสามารถแบ่งออกเป็น

- **ห้างหุ้นส่วนสามัญ (General Partnership):** ผู้เป็นหุ้นส่วนรับผิดชอบหนี้สินทั้งหมดของธุรกิจ
- **ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership):** หุ้นส่วนบางคนรับผิดชอบหนี้สินเพียงในขอบเขตของเงินลงทุน

ข้อดีของห้างหุ้นส่วน ได้แก่

- การแบ่งปันภาระทางธุรกิจและเงินทุน
- การบริหารที่มีความยืดหยุ่น
- มีโอกาสระดมทุนได้ง่ายกว่าธุรกิจเจ้าของคนเดียว

อย่างไรก็ตาม ห้างหุ้นส่วนอาจมีข้อจำกัด เช่น ความขัดแย้งระหว่างหุ้นส่วน และปัญหาทางกฎหมายหากไม่มีข้อตกลงที่ชัดเจน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564; Dworkin, 2019)

3. บริษัทจำกัด (Limited Company)

บริษัทจำกัดเป็นธุรกิจที่มีโครงสร้างเป็นนิติบุคคลแยกจากเจ้าของธุรกิจ ทำให้เจ้าของไม่ต้องรับผิดชอบหนี้สินเกินกว่าจำนวนเงินที่ลงทุน บริษัทจำกัดสามารถแบ่งออกเป็น

- **บริษัทจำกัดเอกชน (Private Limited Company):** มีผู้ถือหุ้นไม่เกิน 50 คน และไม่สามารถเสนอขายหุ้นต่อสาธารณะ
- **บริษัทจำกัดมหาชน (Public Limited Company):** สามารถเสนอขายหุ้นแก่ประชาชน และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

ข้อดีของบริษัทจำกัด ได้แก่

- ความสามารถในการระดมทุนผ่านการออกหุ้น
- ความรับผิดชอบที่จำกัด
- มีโครงสร้างที่สามารถขยายธุรกิจได้ง่าย

อย่างไรก็ตาม บริษัทจำกัดมีข้อเสีย เช่น ต้นทุนการจัดตั้งสูง และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่เข้มงวด (Ross et al., 2019; สมคิด บางโม, 2547)

4. ธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise Business)

ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นรูปแบบธุรกิจที่เจ้าของแบรนด์ (Franchisor) อนุญาตให้บุคคลอื่น (Franchisee) ใช้ชื่อทางการค้า ระบบการดำเนินงาน และทรัพย์สินทางปัญญา ภายใต้ข้อตกลงทางธุรกิจ ข้อดีของแฟรนไชส์ ได้แก่

- มีรูปแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอยู่แล้ว
- ได้รับการสนับสนุนด้านการตลาดและการบริหารจัดการ
- ลดความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ผู้ซื้อแฟรนไชส์อาจต้องจ่ายค่าธรรมเนียมสูง และมีข้อจำกัดด้านการบริหารธุรกิจตามข้อตกลงแฟรนไชส์ (Kotler & Keller, 2022; กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

5. องค์กรไม่แสวงหากำไร (Non-Profit Organization)

องค์กรไม่แสวงหากำไรเป็นธุรกิจที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างผลประโยชน์แก่สังคมมากกว่าผลกำไร องค์กรเหล่านี้ได้รับเงินทุนจากการบริจาค เงินอุดหนุนจากรัฐบาล หรือรายได้จากกิจกรรมเพื่อสังคม ข้อดีขององค์กรไม่แสวงหากำไร ได้แก่

- ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี
- มีโอกาสระดมทุนจากแหล่งต่าง ๆ
- มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคม

อย่างไรก็ตาม องค์กรประเภทนี้อาจมีข้อจำกัดในด้านการบริหารจัดการและต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านกฎหมายอย่างเคร่งครัด (Elkington, 1998; ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ปัจจัยในการเลือกประเภทของธุรกิจ

การเลือกประเภทของธุรกิจต้องพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้

1. ขนาดของธุรกิจและเงินลงทุน – หากมีเงินทุนจำกัด อาจเริ่มจากธุรกิจเจ้าของคนเดียว หรือห้างหุ้นส่วนก่อน
2. ความรับผิดชอบทางกฎหมาย – หากต้องการลดความเสี่ยงส่วนบุคคล ควรเลือกบริษัทจำกัด
3. แหล่งเงินทุน – บริษัทจำกัดมหาชนสามารถระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์ได้
4. ความซับซ้อนของการบริหาร – ธุรกิจขนาดเล็กมีความยืดหยุ่นมากกว่า ในขณะที่บริษัทขนาดใหญ่ต้องมีการบริหารจัดการที่ซับซ้อน
5. เป้าหมายทางธุรกิจ – หากต้องการทำธุรกิจเพื่อสังคม องค์กรไม่แสวงหากำไรอาจเป็นทางเลือกที่เหมาะสม

การเลือกประเภทของธุรกิจเป็นขั้นตอนสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานและความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว ผู้ประกอบการควรศึกษาข้อดีและข้อเสียของแต่ละประเภทธุรกิจ และเลือกให้เหมาะสมกับเป้าหมายและทรัพยากรที่มีอยู่

4.3 การวางแผนและเขียนแผนธุรกิจ

การวางแผนและเขียนแผนธุรกิจ (Business Planning and Business Plan Writing) เป็นกระบวนการสำคัญในการเริ่มต้นและบริหารธุรกิจ โดยแผนธุรกิจเป็นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงเป้าหมาย กลยุทธ์ โครงสร้างการดำเนินงาน และแผนทางการเงินของธุรกิจ (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2016; Osterwalder & Pigneur, 2010) แผนธุรกิจไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการระดมทุนจากนักลงทุนและสถาบันการเงิน

การวางแผนธุรกิจต้องพิจารณาหลายปัจจัย เช่น ตลาดเป้าหมาย ความสามารถทางการแข่งขัน โครงสร้างทางการเงิน และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น (Kotler & Keller, 2022; กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) นอกจากนี้ แผนธุรกิจที่ดีควรมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

1. ความสำคัญของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจมีบทบาทสำคัญในหลายด้าน ได้แก่

- ช่วยกำหนดทิศทางธุรกิจ – ทำให้เจ้าของธุรกิจเข้าใจเป้าหมายและกลยุทธ์ที่ต้องดำเนินการ
- ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการ – ช่วยให้ผู้บริหารสามารถควบคุมและติดตามความคืบหน้าของธุรกิจ
- เพิ่มโอกาสในการระดมทุน – นักลงทุนและสถาบันการเงินมักพิจารณาแผนธุรกิจเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักก่อนให้เงินทุน
- ลดความเสี่ยงทางธุรกิจ – แผนธุรกิจช่วยให้เจ้าของกิจการมองเห็นความเสี่ยงและวางแผนรับมือได้ล่วงหน้า (Scarborough, 2014; พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น, 2561)

2. กระบวนการวางแผนธุรกิจ

การวางแผนธุรกิจเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ข้อมูลเชิงลึกและการวิเคราะห์ที่ครอบคลุม โดยทั่วไปมีขั้นตอนสำคัญดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis)

ประกอบด้วยการศึกษาปัจจัยภายนอกและภายในของธุรกิจ เช่น

- การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis) – ศึกษาความต้องการของลูกค้า คู่แข่ง และแนวโน้มอุตสาหกรรม
- การวิเคราะห์ SWOT – วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ (Gürel & Tat, 2017)
- การวิเคราะห์ PESTEL – พิจารณาปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

2.2 การกำหนดเป้าหมายและวิสัยทัศน์ (Goal Setting & Vision Statement)

เป้าหมายธุรกิจต้องมีความชัดเจนและสามารถวัดผลได้ โดยอาจใช้หลักการ SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound)

2.3 การวางกลยุทธ์ (Strategy Formulation)

กลยุทธ์ทางธุรกิจอาจแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น

- กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) – การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและแผนการตลาด
- กลยุทธ์การเงิน (Financial Strategy) – การบริหารกระแสเงินสด ต้นทุน และแหล่งเงินทุน
- กลยุทธ์การดำเนินงาน (Operational Strategy) – การจัดสรรทรัพยากรและกระบวนการผลิต

3. โครงสร้างของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจที่ดีควรมีโครงสร้างที่ชัดเจนและครอบคลุมองค์ประกอบหลักดังนี้ (Barringer, 2015; Osterwalder & Pigneur, 2010)

หัวข้อ	เนื้อหา
1. บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	สรุปแนวคิดธุรกิจ วัตถุประสงค์ และแผนการดำเนินงาน
2. คำอธิบายธุรกิจ (Business Description)	รายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และโครงสร้างองค์กร
3. การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis)	การศึกษากลุ่มเป้าหมายและคู่แข่ง
4. แผนกลยุทธ์ (Strategy Plan)	กลยุทธ์การตลาด การดำเนินงาน และการขยายธุรกิจ
5. แผนการเงิน (Financial Plan)	ประมาณการรายได้ ต้นทุน และแหล่งเงินทุน

หัวข้อ	เนื้อหา
6. แผนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management)	วิเคราะห์ความเสี่ยงและแนวทางป้องกัน

4. การจัดทำแผนการเงินในแผนธุรกิจ

แผนการเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถบริหารเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปประกอบด้วย

- งบประมาณรายรับ-รายจ่าย (Income Statement) – คาดการณ์รายได้และค่าใช้จ่าย
- งบกระแสเงินสด (Cash Flow Statement) – ประมาณการกระแสเงินสดเข้าและออก
- งบดุล (Balance Sheet) – แสดงสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น

5. ข้อผิดพลาดที่ควรหลีกเลี่ยงในการเขียนแผนธุรกิจ

- การขาดข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง
- การตั้งเป้าหมายที่ไม่สามารถวัดผลได้
- การประเมินต้นทุนต่ำกว่าความเป็นจริง
- ขาดกลยุทธ์ในการบริหารความเสี่ยง (Scarborough, 2014)

ดังนั้นการวางแผนและเขียนแผนธุรกิจเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้าน แผนธุรกิจที่ดีต้องมีความครบถ้วน ครอบคลุมทุกองค์ประกอบสำคัญ และสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

4.4 แหล่งเงินทุนและการบริหารต้นทุนเริ่มต้น

การจัดหาเงินทุนและการบริหารต้นทุนเริ่มต้นเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเริ่มต้นธุรกิจ เงินทุนเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ใช้ในการดำเนินกิจการ ตั้งแต่การจัดหาสินทรัพย์ วัตถุดิบ ไปจนถึงค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ในขณะที่การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน และเพิ่มโอกาสในการทำกำไร (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2016; Scarborough, 2014)

1. แหล่งเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ

เงินทุนที่ใช้ในการเริ่มต้นธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1.1 เงินทุนภายใน (Internal Financing)

เป็นเงินทุนที่ได้จากแหล่งของเจ้าของธุรกิจเอง ซึ่งไม่ต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากภายนอก แหล่งเงินทุนประเภทนี้มีข้อดีคือไม่มีภาระหนี้สิน แต่มีข้อเสียคือข้อจำกัดของจำนวนเงินที่สามารถใช้ลงทุนได้

- เงินออมส่วนตัว (Personal Savings) – เป็นเงินทุนจากทรัพย์สินส่วนตัวของผู้ประกอบการ ซึ่งถือเป็นแหล่งเงินทุนที่พบบ่อยที่สุดในธุรกิจขนาดเล็ก (Hisrich et al., 2016)
- เงินทุนจากครอบครัวและเพื่อน (Family and Friends Financing) – เป็นเงินทุนที่ได้รับจากบุคคลใกล้ชิด ซึ่งมักจะไม่มีดอกเบี้ยหรือเงื่อนไขที่เข้มงวด

1.2 เงินทุนจากภายนอก (External Financing)

เป็นเงินทุนที่ได้จากแหล่งภายนอก ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท ได้แก่

1.2.1 แหล่งเงินกู้ (Debt Financing)

เป็นเงินทุนที่ได้จากการกู้ยืมและต้องชำระคืนพร้อมดอกเบี้ย ซึ่งแหล่งเงินกู้ที่สำคัญ ได้แก่

- ธนาคารและสถาบันการเงิน (Commercial Banks and Financial Institutions) – เป็นแหล่งเงินทุนที่ธุรกิจนิยมใช้ เนื่องจากมีวงเงินกู้ที่สูงและมีโครงสร้างดอกเบี้ยที่ชัดเจน (Gitman & Zutter, 2022)
- สินเชื่อภาครัฐ (Government Grants and Loans) – รัฐบาลในหลายประเทศมีโครงการสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำสำหรับธุรกิจขนาดเล็กและสตาร์ทอัพ เช่น โครงการของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Bank)

1.2.2 แหล่งเงินทุนจากการลงทุน (Equity Financing)

เป็นเงินทุนที่ได้จากการระดมทุนผ่านการขายหุ้นหรือการร่วมลงทุน ซึ่งแหล่งเงินทุนประเภทนี้ไม่มีภาระหนี้สิน แต่เจ้าของธุรกิจต้องแบ่งผลกำไรหรือหุ้นให้กับผู้ลงทุน

- นักลงทุนร่วมทุน (Venture Capitalists - VC) – นักลงทุนที่ให้ทุนแก่ธุรกิจที่มีศักยภาพสูงและมุ่งเน้นการเติบโตอย่างรวดเร็ว (Sahlman, 1990)
- การเสนอขายหุ้นต่อสาธารณะ (Initial Public Offering - IPO) – เป็นการระดมทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์โดยการขายหุ้นให้กับนักลงทุนทั่วไป (Ross, Westerfield, & Jordan, 2022)

1.3 การระดมทุนทางเลือก (Alternative Financing)

ในปัจจุบัน มีแนวทางระดมทุนใหม่ ๆ ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงเงินทุนได้ง่ายขึ้น ได้แก่

- Crowdfunding – เป็นการระดมทุนจากประชาชนทั่วไปผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Kickstarter และ Indiegogo

- Angel Investors – นักลงทุนเอกชนที่ให้ทุนสนับสนุนธุรกิจตั้งแต่ระยะเริ่มต้นโดยแลกกับส่วนแบ่งในกิจการ

2. การบริหารต้นทุนเริ่มต้น

การบริหารต้นทุนเริ่มต้น (Startup Cost Management) เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดสรรงบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนเริ่มต้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs)

เป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายอย่างสม่ำเสมอโดยไม่ขึ้นกับปริมาณการผลิตหรือยอดขาย เช่น

- ค่าเช่าสำนักงาน
- ค่าใช้จ่ายด้านกฎหมายและการจดทะเบียนธุรกิจ
- เงินเดือนพนักงาน (ไม่รวมค่าคอมมิชชั่น)

2.2 ต้นทุนผันแปร (Variable Costs)

เป็นค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิตหรือยอดขาย เช่น

- ค่าวัตถุดิบและต้นทุนสินค้า
- ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและโฆษณา
- ค่าขนส่งสินค้า

2.3 กลยุทธ์การลดต้นทุนเริ่มต้น

- การใช้ระบบดิจิทัลเพื่อลดค่าใช้จ่าย – เช่น การใช้ซอฟต์แวร์บัญชีออนไลน์แทนการจ้างนักบัญชี
- การเช่าทรัพย์สินแทนการซื้อ – เช่น การเช่าพื้นที่สำนักงานแทนการซื้ออสังหาริมทรัพย์
- การทำงานแบบ Lean Startup – เน้นการทดลองตลาดก่อนลงทุนจริง เพื่อลดความเสี่ยงทางธุรกิจ (Ries, 2011)

3. การจัดทำงบประมาณต้นทุนเริ่มต้น

การจัดทำงบประมาณที่ดีช่วยให้ธุรกิจสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างโครงสร้างงบประมาณมีดังนี้ (Barringer, 2015)

รายการต้นทุน	ประมาณการค่าใช้จ่าย (บาท)
ค่าจดทะเบียนธุรกิจ	10,000 - 50,000
ค่าเช่าสำนักงาน	20,000 - 100,000
ค่าวัตถุดิบ	50,000 - 200,000
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	30,000 - 100,000

รายการต้นทุน	ประมาณการค่าใช้จ่าย (บาท)
เงินเดือนพนักงาน	100,000 - 500,000
รวมค่าใช้จ่าย	210,000 - 950,000

ตารางที่ 4.1 ตัวอย่างโครงสร้างต้นทุนประมาณที่ดีของธุรกิจ (Barringer, 2015)

การจัดหาเงินทุนและการบริหารต้นทุนเริ่มต้นเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ แหล่งเงินทุนมีหลายประเภท ทั้งเงินทุนภายใน เงินกู้ และการลงทุนจากภายนอก ขณะที่การบริหารต้นทุนต้องคำนึงถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายและการจัดทำงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง

4.5 การขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจ

การขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการอย่างเป็นทางการช่วยให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น และลดความเสี่ยงด้านกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Scarborough, 2014; Hisrich, Peters, & Shepherd, 2016) การจดทะเบียนธุรกิจมีหลายประเภทขึ้นอยู่กับโครงสร้างธุรกิจ เช่น ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด นอกจากนี้ การขอใบอนุญาตประกอบกิจการยังเป็นสิ่งจำเป็นในบางประเภทของธุรกิจ เช่น การค้าปลีก อุตสาหกรรม และบริการด้านสุขภาพ

1. ความสำคัญของการจดทะเบียนธุรกิจ

การจดทะเบียนธุรกิจมีข้อดีหลายประการ ได้แก่

- ความถูกต้องตามกฎหมาย – ทำให้ธุรกิจมีสถานะที่ถูกต้องและสามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้โดยไม่มีปัญหาทางกฎหมาย (Gitman & Zutter, 2022)
- ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดี – การมีใบจดทะเบียนทำให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นในสายตาของลูกค้าและคู่ค้า (Barringer, 2015)
- โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน – ธุรกิจที่จดทะเบียนสามารถขอสินเชื่อจากธนาคารหรือรับการสนับสนุนจากภาครัฐได้ง่ายขึ้น

- การคุ้มครองทางกฎหมาย – ในกรณีของบริษัทจำกัด เจ้าของธุรกิจสามารถแยกทรัพย์สินส่วนตัวออกจากทรัพย์สินของบริษัท ทำให้ลดความเสี่ยงทางกฎหมาย

2. ประเภทของการจดทะเบียนธุรกิจ

การเลือกประเภทของการจดทะเบียนธุรกิจขึ้นอยู่กับขนาดและโครงสร้างของธุรกิจ โดยประเภทหลัก ๆ ได้แก่

2.1 ธุรกิจเจ้าของคนเดียว (Sole Proprietorship)

- เป็นรูปแบบธุรกิจที่ง่ายที่สุด โดยเจ้าของเป็นบุคคลเพียงคนเดียวที่รับผิดชอบต่อหนี้สินและผลกำไรทั้งหมด
- ไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล แต่ต้องขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจตามประเภทกิจการ
- เหมาะสำหรับธุรกิจขนาดเล็กหรืออาชีพอิสระ เช่น ร้านค้าออนไลน์ ร้านอาหารขนาดเล็ก

2.2 ห้างหุ้นส่วน (Partnerships)

- มีผู้เป็นเจ้าของตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งอาจเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด
- ห้างหุ้นส่วนสามัญ (General Partnership) – ผู้เป็นหุ้นส่วนมีความรับผิดชอบต่อหนี้สินของธุรกิจแบบไม่จำกัด
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership) – มีหุ้นส่วนที่รับผิดชอบไม่จำกัดและหุ้นส่วนที่รับผิดชอบเฉพาะเงินลงทุนของตน

2.3 บริษัทจำกัด (Limited Company)

- เป็นรูปแบบธุรกิจที่นิยมมากที่สุด โดยมีสถานะเป็นนิติบุคคลที่แยกจากเจ้าของ
- เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นรับผิดชอบเพียงจำนวนเงินที่ลงทุนไป
- มีความน่าเชื่อถือสูง สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย

2.4 บริษัทมหาชน (Public Limited Company - PLC)

- เป็นธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สามารถเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนได้
- ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

3. ขั้นตอนการขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจ

การขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจมีขั้นตอนสำคัญดังนี้

3.1 การจองชื่อบริษัท

- ผู้ประกอบการต้องตรวจสอบและจองชื่อธุรกิจผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้าในประเทศไทย หรือ Companies House ในสหราชอาณาจักร
- ชื่อธุรกิจต้องไม่ซ้ำกับบริษัทที่มีอยู่แล้วและต้องสอดคล้องกับกฎหมาย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565)

3.2 การจดทะเบียนนิติบุคคล

- ยื่นเอกสารการจดทะเบียน เช่น ข้อบังคับบริษัท ข้อมูลผู้ถือหุ้น และที่ตั้งสำนักงาน
- ชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน ซึ่งแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ

3.3 การขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี

- ทุกธุรกิจต้องขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษีจากกรมสรรพากร เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง

3.4 การขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจเฉพาะทาง

- ธุรกิจบางประเภทต้องได้รับใบอนุญาตเพิ่มเติม เช่น
 - ร้านอาหารต้องขอใบอนุญาตสุขาภิบาล
 - ธุรกิจด้านการเงินต้องได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย

4. ตารางเปรียบเทียบประเภทของการจดทะเบียนธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	ความรับผิดชอบ ต่อหนี้สิน	ความซับซ้อนในการ จดทะเบียน	ความสามารถในการ ระดมทุน
ธุรกิจเจ้าของ คนเดียว	ไม่จำกัด (เจ้าของ รับผิดชอบทั้งหมด)	ต่ำ	ต่ำ
ห้างหุ้นส่วน สามัญ	ไม่จำกัด (หุ้นส่วน รับผิดชอบร่วมกัน)	ปานกลาง	ปานกลาง
ห้างหุ้นส่วน จำกัด	จำกัดเฉพาะเงินลงทุน	ปานกลาง	ปานกลาง
บริษัทจำกัด	จำกัดเฉพาะเงินลงทุน	สูง	สูง
บริษัท มหาชน	จำกัดเฉพาะเงินลงทุน	สูงมาก	สูงมาก

ตารางที่ 4.2 ตารางเปรียบเทียบประเภทของการจดทะเบียนธุรกิจ

การขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ธุรกิจสามารถเลือกโครงสร้างทางกฎหมายที่เหมาะสมกับตนเอง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด การปฏิบัติตามขั้นตอนการจดทะเบียนอย่างถูกต้องช่วยให้ธุรกิจมีความมั่นคง สามารถระดมทุนได้ง่ายขึ้น และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและคู่ค้า

สรุป

การจัดตั้งธุรกิจเป็นกระบวนการที่ต้องมีการวางแผนและดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการกำหนดแนวคิด วิเคราะห์ตลาด และเลือกโครงสร้างธุรกิจที่เหมาะสม เช่น ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด ซึ่งแต่ละประเภทมีข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การวางแผนและเขียนแผนธุรกิจเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยกำหนดแนวทางการดำเนินงาน กลยุทธ์ทางการตลาด และแผนการเงินที่ชัดเจน นอกจากนี้ แหล่งเงินทุนและการบริหารต้นทุนเริ่มต้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมั่นคง การเลือกแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม เช่น เงินทุนส่วนตัว เงินกู้จากธนาคาร หรือเงินลงทุนจากภาครัฐและเอกชน จะช่วยให้ธุรกิจมีความคล่องตัวทางการเงิน สุดท้าย การขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจเป็นขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและได้รับความน่าเชื่อถือจากลูกค้าและคู่ค้า โดยภาพรวม บทนี้ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของการจัดตั้งธุรกิจที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนและดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยง และเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จ

คำถามทบทวนท้ายบท

1. อธิบายขั้นตอนหลักที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจตั้งแต่แนวคิดจนถึงการดำเนินงานจริง
2. เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของโครงสร้างธุรกิจประเภทต่างๆ เช่น ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด
3. อธิบายความสำคัญของการวางแผนธุรกิจและองค์ประกอบหลักที่ควรรวมอยู่ในแผนธุรกิจที่ดี
4. วิเคราะห์แหล่งเงินทุนประเภทต่างๆ ที่สามารถใช้ในการเริ่มต้นธุรกิจ และข้อควรพิจารณาในการเลือกแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม
5. อธิบายแนวทางการบริหารต้นทุนเริ่มต้นอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมั่นคง
6. ระบุขั้นตอนที่สำคัญในการขออนุญาตและจดทะเบียนธุรกิจในประเทศไทย และอธิบายเหตุผลว่าทำไมการดำเนินการตามกฎหมายจึงเป็นสิ่งจำเป็น
7. ยกตัวอย่างปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการจัดตั้งธุรกิจ และแนวทางแก้ไขปัญหาเหล่านั้น
8. อธิบายว่าการจัดตั้งธุรกิจที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาวได้อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). *รูปแบบของธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.dbd.go.th/>
- พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น และคณะ. (2561). *การบริหารธุรกิจในศตวรรษที่ 21*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนากรแห่งประเทศไทย. (2562). *การจัดตั้งธุรกิจในประเทศไทย*. พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น. (2561). *การบริหารธุรกิจยุคใหม่*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). *แนวทางการจดทะเบียนธุรกิจในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- Dworkin, R. (2019). *Law's empire*. Harvard University Press.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers.

- Hoffman, A. J. (2000). *Competitive environmental strategy: A guide to the changing business landscape*. Island Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of corporate finance* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Barringer, B. R. (2015). *Preparing effective business plans: An entrepreneurial approach*. Pearson.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 4(3), 36-45.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Scarborough, N. M. (2014). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (8th ed.). Pearson.