



หน่วยการเรียนรู้ที่ 5

การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

วิทัศน์ประกอบการเรียนการสอน รายวิชา การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน
(Business Community Entrepreneurship) รหัสวิชา บธ 0205
หลักสูตรอนุปริญญาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2556)
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร



Scan QR code website
Business Community
Entrepreneurship

สอนโดย ดร.ทิวากร เหล่าลือชา

B.A./M.B.A./D.B.A.

ครูชำนาญการพิเศษ

วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร สถาบันวิทยาลัยชุมชน

หน่วยที่ 5

การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน



สาระสำคัญหน่วยที่ 5

ท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้น ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวและเปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกิจชุมชนแบบเดิมๆ โดยการนำใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมมาใช้ในการประกอบธุรกิจชุมชน จะทำให้องค์กรสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน เทคโนโลยีมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการไปอย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ทั้งยังช่วยในการประมวลผลที่แม่นยำอีกด้วย เทคโนโลยีจะช่วยให้ธุรกิจนั้นๆ มีความแตกต่างไปจากคู่แข่ง ช่วยรักษาสถานะเดิมและเพิ่มตลาดใหม่ทั้งระดับภูมิภาคและระดับโลก จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีไม่เพียงเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ หากยังเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของธุรกิจอีกด้วย ในอนาคตเทคโนโลยีสารสนเทศจะเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้นจนกลายเป็นเรื่องจำเป็นของธุรกิจที่ต้องเปลี่ยนแปลงให้ก้าวทันเทคโนโลยีให้ได้ การค้ารูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้น หากไม่ยอมเปลี่ยนแปลงจะทำให้การดำเนินธุรกิจทุกด้านเป็นไปได้อย่างลำบาก เพราะไม่สามารถเชื่อมโยงกับลูกค้าได้

สาระการเรียนรู้หน่วยที่ 5

1. แนวคิดการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจ
2. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจ
3. แนวคิดการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
4. แนวคิดการใช้ตลาดออนไลน์
5. การใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดกับคิวอาร์โค้ดมาใช้ในการธุรกิจ

จุดประสงค์การเรียนรู้หน่วยที่ 5

1. อธิบายแนวคิดการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมทางธุรกิจได้
2. อธิบายการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมทางธุรกิจได้
3. อธิบายแนวคิดการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้
4. อธิบายแนวคิดการใช้ตลาดออนไลน์ได้
5. วิเคราะห์แนวทางการใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดกับคิวอาร์โค้ดสำหรับธุรกิจชุมชนได้
6. วิเคราะห์ใช้เทคโนโลยีตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนได้
7. มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แก่ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ และความสนใจใฝ่รู้

กิจกรรมการเรียนการสอนหน่วยที่ 5

1. แนะนำชี้แจงเกี่ยวกับจุดประสงค์การเรียนรู้ และสาระการเรียนรู้ในหน่วยที่ 5
2. ทำแบบทดสอบก่อนเรียน ตามแผนจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 5
3. ทำกิจกรรมการเรียนการสอน โดยใช้เอกสารประกอบการสอนหน่วยที่ 5
4. ทำกิจกรรมฝึกปฏิบัติที่ 5 โดยใช้เอกสารประกอบการสอนหน่วยที่ 5
5. ทำแบบฝึกหัดที่ 5.1 และ 5.2
6. ทำแบบทดสอบหลังการเรียนรู้ ตามแผนจัดการเรียนรู้หน่วยที่ 5

1. แนวคิดการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจ

ปราณี กองทิพย์และมังกร ทุมกั้ง (2557:260-261) ได้ให้ความหมายของ การใช้เทคโนโลยีกับธุรกิจ คือการทำกิจกรรมทุกอย่างทุกขั้นตอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้พิจารณาเฉพาะกิจกรรมการซื้อขายเท่านั้น แต่เป็นการทำให้ธุรกิจมีความเป็นระบบ การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มศักยภาพของธุรกิจในรูปแบบออนไลน์ (Online) และครอบคลุมทั่วโลก

ณัฐพล ไยไพโรจน์ (2558:262) ได้ให้ความหมายของ การใช้เทคโนโลยีกับธุรกิจ หมายถึงสื่อที่ใช้ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือหลักในการปฏิบัติงานและติดต่อสื่อสารข้อมูลในพาณิขย์อิเล็กทรอนิกส์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ เคเบิลทีวี เครื่องโทรสาร โทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่อง ATM ระบบการชำระเงิน และโอนเงินอัตโนมัติรวมทั้งเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากความหมายของการใช้เทคโนโลยีกับธุรกิจที่กล่าวมาข้างต้นผู้เรียบเรียงสรุปได้ว่าการใช้เทคโนโลยีกับ ธุรกิจหมายถึงการทำกิจกรรมทุกอย่างทุกขั้นตอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้พิจารณาเฉพาะกิจกรรมการซื้อขาย เท่านั้น แต่เป็นการทำให้ธุรกิจมีความเป็นระบบการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มศักยภาพของธุรกิจในรูปแบบออนไลน์ (Online) และครอบคลุมทั่วโลก

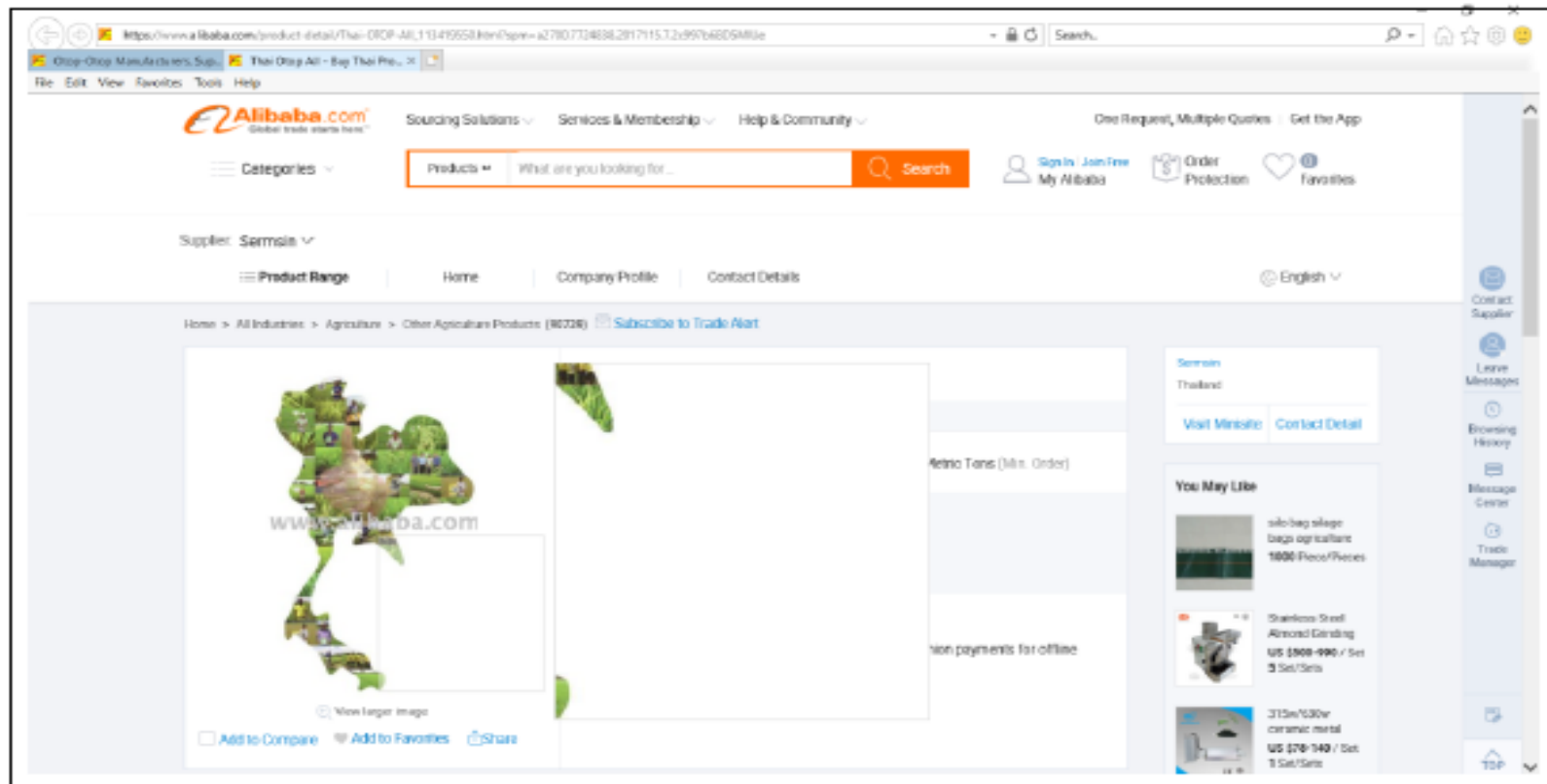
2. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจ

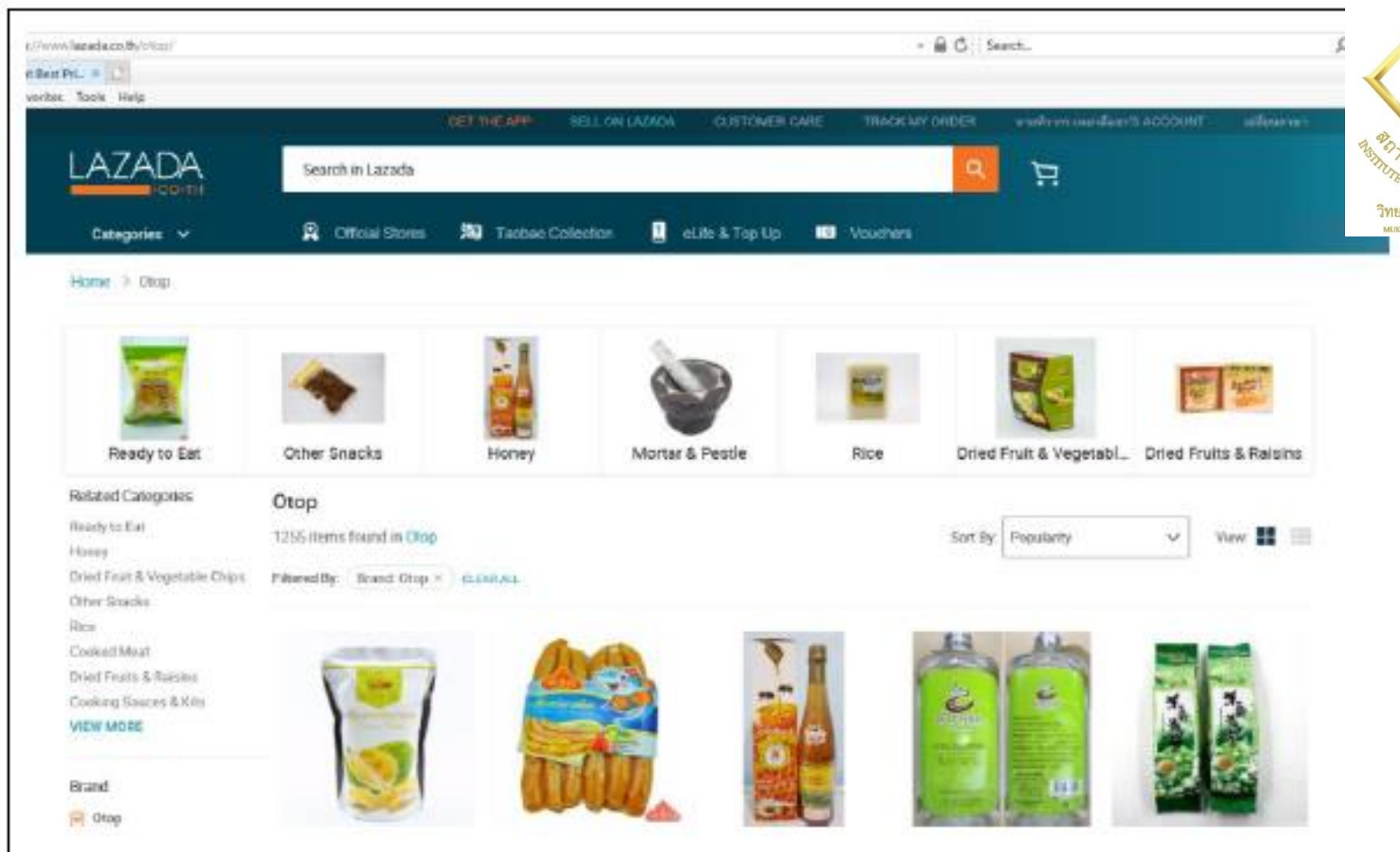
จากความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ที่กล่าวมาข้างต้นผู้เรียบเรียงสรุปได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการทำธุรกรรมในเชิงธุรกิจทุกประเภทผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การซื้อ การขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งสินค้า การชำระเงิน เป็นต้น จึงถือว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีขอบเขตกว้างกว่า เพราะเป็นการทำกิจกรรมทุกกิจกรรมทุกขั้นตอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะพิจารณาเฉพาะกิจกรรมการซื้อขายเท่านั้น ยกตัวอย่างดังภาพที่ 5.1



3. แนวคิดการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากความสำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เรียบเรียงสรุปได้ว่าการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญต่อธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้การติดต่อบุคคล หน่วยงานหรือองค์กรหลายระดับ เช่น ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าในการซื้อขายสินค้า การชำระเงิน หรือการบริการหลังการขาย ฯลฯ ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจในการตกลงซื้อขายสินค้า การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า การเสนอสินค้า การชำระเงิน การตกลงวิธีการชำระเงิน ส่งโอนเงิน การขนส่ง แจ้งวิธีการส่งมอบของ ค่าขนส่ง การติดตามสินค้าที่ส่ง ฯลฯ การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับรัฐบาลในการจัดซื้อจัดจ้าง การเสียภาษีอากร การจดทะเบียนการค้า เป็นต้น





ภาพที่ 5.3 ตัวอย่างรูปแบบการขายสินค้าแบบ “E-commerce”

ที่มา : <http://www.lazada.co.th/otop> สืบค้น : วันที่ 22 มีนาคม 2558

จากภาพที่ 5.3 เป็นการจำหน่ายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-commerce ช่วยขยายการขายสินค้าได้ทั่วโลกของเว็บไซต์ Lazada จากการจำหน่ายเสื้อผ้าจากธุรกิจชุมชนสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้

4. แนวคิดการตลาดออนไลน์

ปัจจุบันธุรกิจในโลกส่วนใหญ่เกิดขึ้นบนเครือข่ายดิจิทัล ซึ่งเชื่อมโยงบุคคลและบริษัทเข้าด้วยกัน อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสาธารณะที่กว้างขวางของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เชื่อมโยงผู้ใช้งานทุกประเภททั่วโลก และเป็นคลังข้อมูลขนาดใหญ่เข้าด้วยกัน เว็บไซต์ได้เปลี่ยนแปลงแนวคิดของลูกค้าด้านความสะดวก ความเร็ว ราคา ข้อมูลสินค้า และบริการโดยสิ้นเชิง ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีวิธีการใหม่ในการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน

นันทสารี สุขโต และคณะ (2557:275) ได้กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online marketing) หมายถึง รูปแบบของการตลาดทางตรง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในระยะสองสามปีที่ผ่านมาได้สร้างยุคดิจิทัลขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายกำลังส่งผลกระทบอย่างมากต่อผู้ซื้อและผู้ทำการตลาด กลยุทธ์และแนวทางปฏิบัติทางการตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงโดยใช้ความได้เปรียบทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือทางการตลาด บริษัททุกประเภทมีการทำการตลาดออนไลน์ เช่น บริษัทคลิกอย่างเดียว (Click only companies) ที่ดำเนินการบนอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว โดยประกอบด้วยบริษัทหลากหลาย ตั้งแต่ การค้าปลีก อิเล็กทรอนิกส์ เช่น Amazon.com และ Expedia ที่ขายสินค้าและบริการ โดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายผ่านอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างดังภาพที่ 5.4



ภาพที่ 5.4 การตลาดออนไลน์ (Online marketing) ของเว็บไซต์ <http://www.otoptoday.com>
ที่มา : <http://www.otoptoday.com> สืบค้น : วันที่ 22 มีนาคม 2558

จากภาพที่ 5.4 เป็นตัวอย่างของการตลาดออนไลน์ (Online marketing) ในการซื้อขายสินค้าและบริการของเว็บไซต์ <http://www.otoptoday.com> มีรายการสินค้าชุมชนจำนวนมากและเปิดตลอดเวลา

4.2 รูปแบบของการตลาดออนไลน์

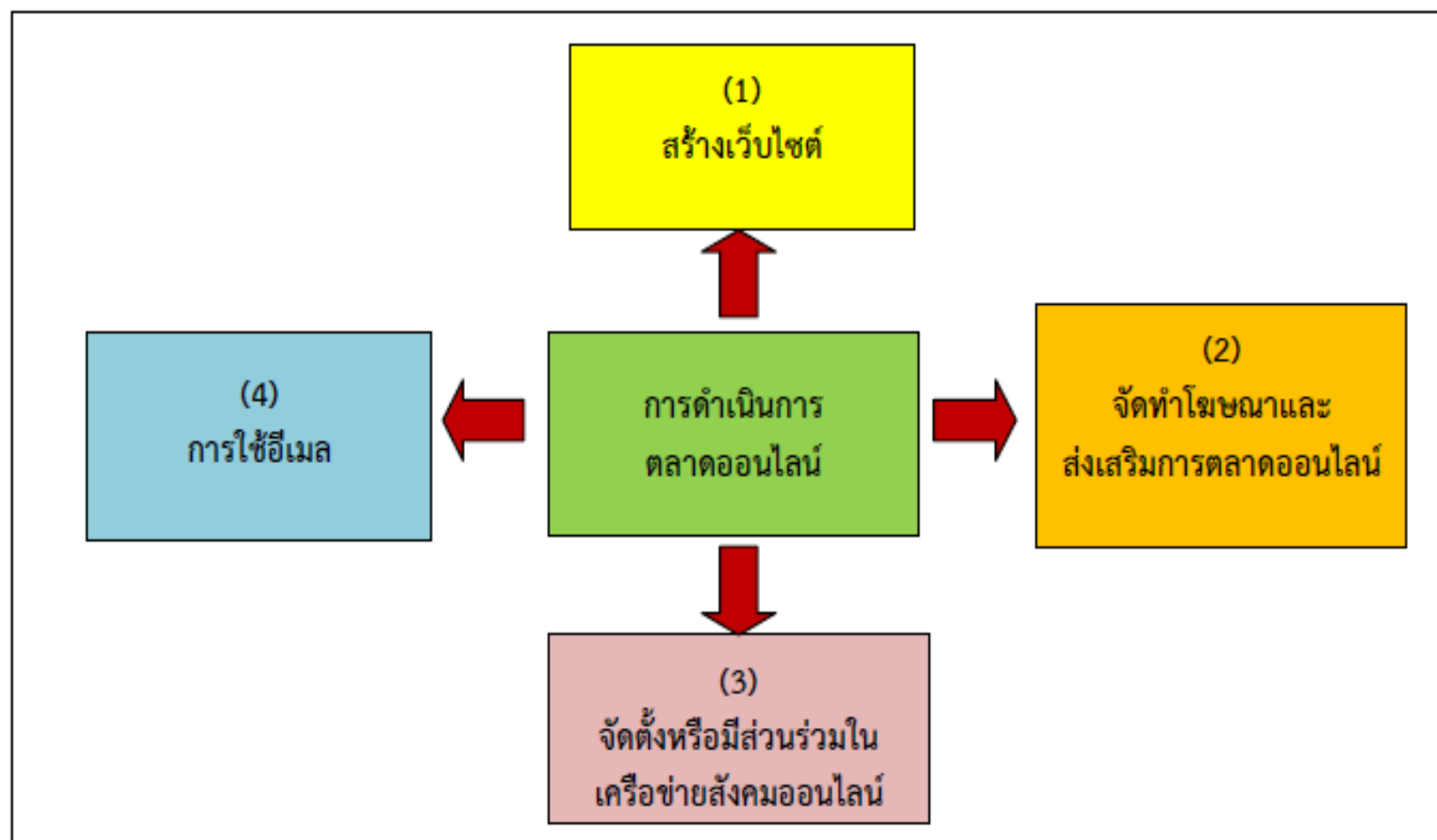
สุปัญญา ไชยชาญ (2558:60-61) ได้กำหนดรูปแบบของการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วย 4 รูปแบบ โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 5.5

	เป้าหมายที่ผู้บริโภค	เป้าหมายที่ธุรกิจ
ริเริ่มโดยธุรกิจ	B2C (ธุรกิจสู่ผู้บริโภค)	B2B (ธุรกิจสู่ธุรกิจ)
ริเริ่มโดยผู้บริโภค	C2C (ผู้บริโภคสู่ผู้บริโภค)	C2B (ผู้บริโภคสู่ธุรกิจ)

ภาพที่ 5.5 แนวคิดรูปแบบตลาดออนไลน์ (Online domain)

4.3 การจัดตั้งระบบการตลาดออนไลน์

เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ (2558: 58-59) ได้กำหนดการจัดตั้งระบบการตลาดออนไลน์จำเป็นต้องพิจารณาการก้าวไปสู่การออนไลน์กิจการสามารถดำเนินการตลาดออนไลน์ในวิธีการและการจัดตั้งระบบตลาดออนไลน์รายละเอียดดังภาพที่ 5.6



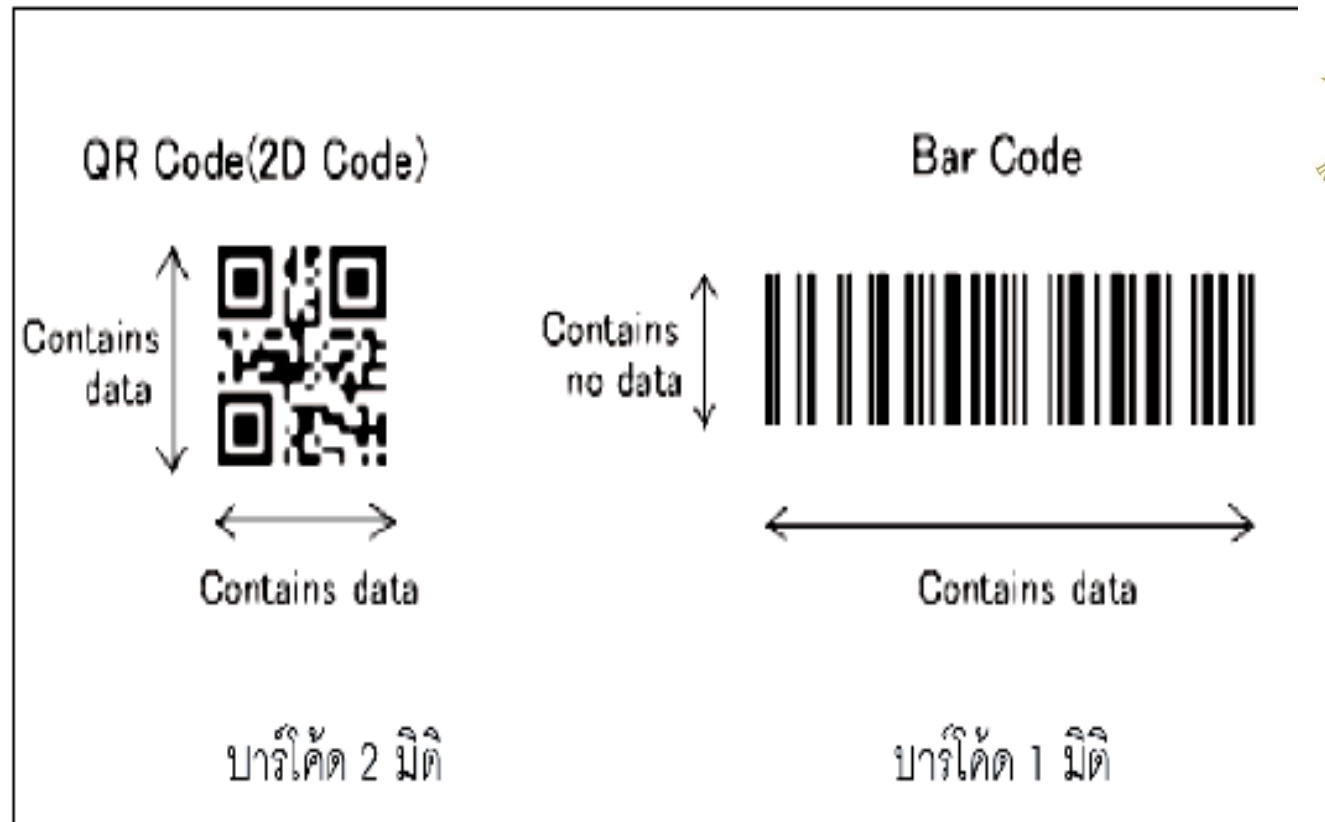
ภาพที่ 5.6 การจัดตั้งการตลาดออนไลน์ (Setting up for online marketing)

5. การใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดกับคิวอาร์โค้ดมาใช้ในธุรกิจ



ภาพที่ 5.7 รหัสการทำงานของ บาร์โค้ด (Barcode) หรือรหัสแท่ง ของระบบ EAN-13
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (2558 : 61)

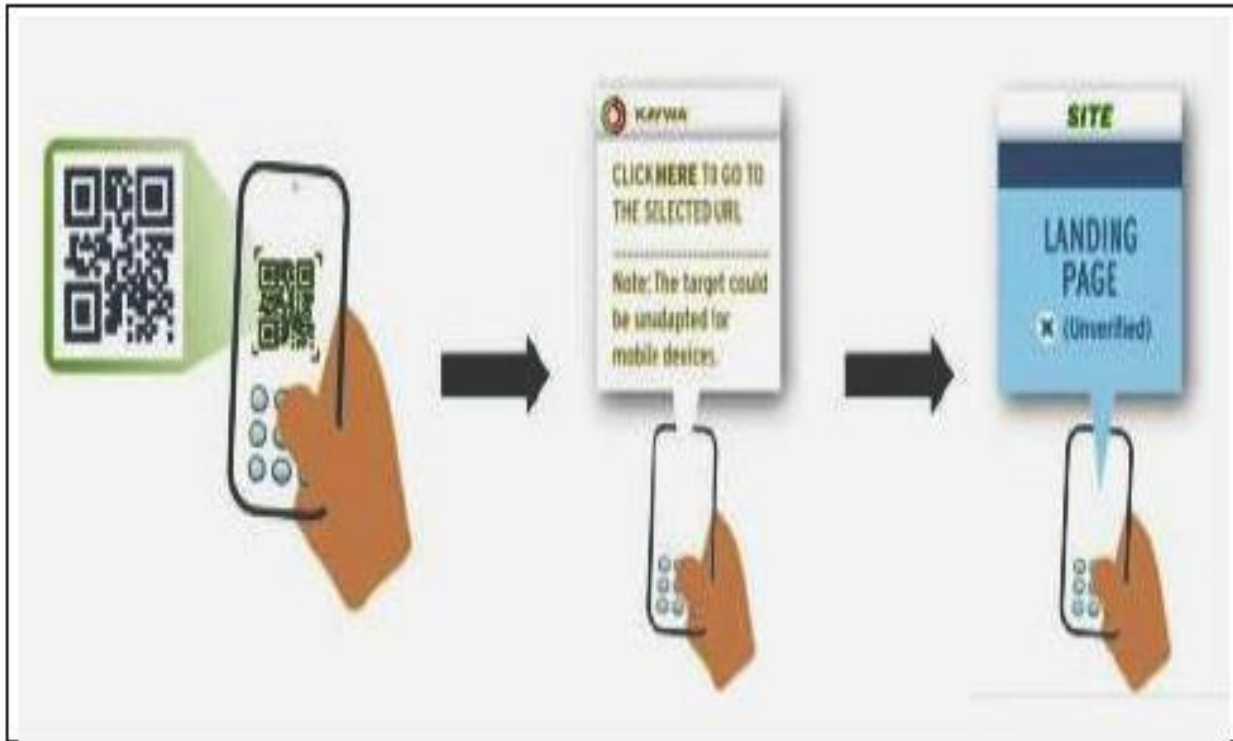
จากภาพที่ 5.7 เป็นรหัสการทำงานของ บาร์โค้ด (Barcode) หรือรหัสแท่ง ของระบบ EAN-13 โดยมี
ความหมายของรหัส ตามตัวอย่าง บาร์โค้ด (เลข 13 หลัก) “1234005678901” ดังนี้
เลข 123 (3 หลักแรก) คือรหัสของประเทศ (ประเทศไทยใช้เลข 885)
เลข 4005 (4 ตัวถัดมา) เป็นรหัสโรงงานที่ผลิต
เลข 67890 (5 ตัวถัดมา) เป็นรหัสของสินค้า
เลข 1 (ตัวเลขหลักสุดท้าย) เป็นตัวเลขตรวจสอบ เลข 12 ข้างหน้าว่ากำหนดถูกต้องหรือไม่
ถ้าตัวเลขสุดท้ายผิดบาร์โค้ดตัวนั้นจะอ่านไม่ออก สื่อความหมายไม่ได้



ภาพที่ 5.8 เปรียบเทียบลักษณะคิวอาร์โค้ดหรือบาร์โค้ด 2 มิติ กับบาร์โค้ด 1 มิติ

ที่มา : <http://www.denso-wave.com/qrcode/aboutqr-e.html> สืบค้น : วันที่ 22 มีนาคม 2558

จากภาพที่ 5.8 แสดงเปรียบเทียบลักษณะคิวอาร์โค้ดหรือบาร์โค้ด 2 มิติ กับบาร์โค้ด 1 มิติ แสดงว่า บาร์โค้ด 2 มิติหรือคิวอาร์โค้ด จะมีเก็บรายละเอียดของข้อมูลได้มากกว่าบาร์โค้ด 1 มิติ

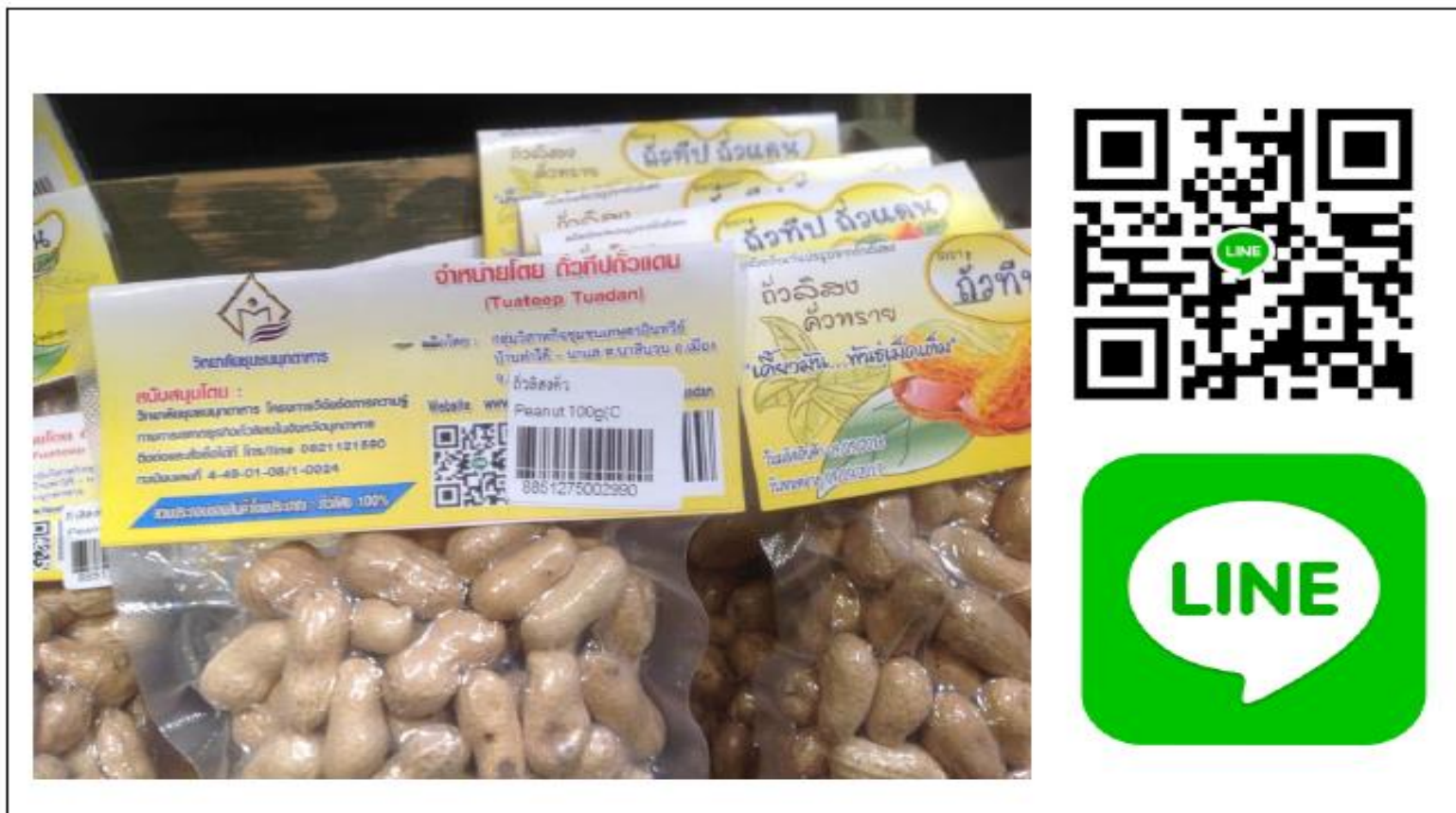


ภาพที่ 5.9 กระบวนการทำงานของการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR code) กับสมาร์ทโฟน (Smart phone)
ที่มา : บุชรา ประกอบธรรม (2558 : 81)

จากภาพที่ 5.9 เป็นกระบวนการทำงานของการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR code) กับสมาร์ทโฟน (Smart phone) โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) เปิดเครื่องอ่านคิวอาร์โค้ดในโทรศัพท์ 2) นำโทรศัพท์ไปอ่านในคิวอาร์โค้ดที่ต้องการ และ 3) รอโทรศัพท์ทำการประมวลผลข้อมูล



ภาพที่ 5.10 ตัวอย่างการทำบาร์โค้ด (Barcode) หรือรหัสแท่ง ของระบบ EAN-13



ภาพที่ 5.11 ตัวอย่างคิวอาร์โค้ด (QR code) ในสมาร์ทโฟน (Smart phone)

จากภาพที่ 5.11 เป็นคิวอาร์โค้ด (QR code) ใช้กับสมาร์ทโฟน (Smart phone) ในโปรแกรม LINE ของร้าน ถั่วทึบ ถั่วแดน เป็นผลิตภัณฑ์ถั่วคั่วทราย บรรจุแบบสุญญากาศ (Vacuum-packaging) จำนวน 2 ขนาดคือ ขนาด 100 กรัม ราคา 25 บาท จำหน่ายในห้าง Tops market จังหวัดมุกดาหาร ในเครือเซ็นทรัล จัดทำโดยการใช้ โปรแกรมการทำบาร์โค้ด (Barcode) ทางเว็บไซต์ <http://qrcode.ais.co.th/php/newqr-th.php>

หน่วยที่ 5 การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

จากเนื้อหาในหน่วยที่ 5 สรุปรายละเอียดสำคัญๆ ได้ดังนี้

การนำเทคโนโลยีมาใช้งานด้านการตลาดธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คือการทำกิจกรรมทุกอย่างทุกขั้นตอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้พิจารณาเฉพาะกิจกรรมการซื้อขายเท่านั้น

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นสื่อที่ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือหลักในการปฏิบัติงานและติดต่อสื่อสารข้อมูลในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ความจำเป็นที่ต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจ มีดังนี้คือ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ข้อมูลและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ธุรกิจมีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น การถูกกดดันหลายด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้องค์กร และเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นระหว่างผู้ร่วมงานระหว่างสาขา

การนำเทคโนโลยีมาใช้งานด้านการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีขอบเขตกว้างขวางกว่า เพราะเป็นการทำกิจกรรมขั้นตอนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะพิจารณาเฉพาะกิจกรรมการซื้อขายเท่านั้น

คิวอาร์ โค้ด (QR Code) ย่อมาจาก “Quick response code” หรือการตอบสนองที่รวดเร็วและมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า รหัสแท่ง 2 มิติ ภายใต้แนวคิดที่ว่า “Code read easily for the reader” หรือ การแปลงรหัสให้ออกมาเป็นข้อมูลได้ด้วยเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งวิธีการแบบนี้เป็นที่นิยมมากในประเทศญี่ปุ่น

บาร์โค้ด (barcode) หรือรหัสแท่ง 1 มิติ คือแท่งขนานดำและขาวที่อ่านได้ด้วยเครื่องอ่านรหัสแท่ง (barcode scanner) มีความกว้างของแท่งแตกต่างกันออกไป โดยทั่วไปแล้ว สัญลักษณ์รหัสแท่งหมายถึงเครื่องหมายที่พิมพ์หรือแสดงบนวัตถุใดๆ ประกอบด้วยรหัสแท่ง ขอบเผื่อ และตัวเลข ดังตัวอย่างเพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์แทนเลขหมายประจำตัวที่ใช้แทนวัตถุนั้นๆ

การตลาดออนไลน์ (Online marketing) เป็นรูปแบบของการตลาดทางตรง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในระยะสองสามปีที่ผ่านมาได้สร้างยุคดิจิทัลขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายกำลังส่งผลกระทบต่อผู้ซื้อและผู้ทำการตลาด กลยุทธ์และแนวทางปฏิบัติทางการตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงโดยใช้ความได้เปรียบทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือทางการตลาด

สอบถามข้อมูลได้ที่

Tel./ LINE ID : 0821121590

Facebook: ดร.ทิวากร เหล่าลือชา

E-mail : Kornmaha@gmail.com



Scan QR code website
Business Community
Entrepreneurship