

2

ระบบสารสนเทศ องค์กร กลยุทธ์

อ. พิชัยภรณ์ พงศกรรังศิลป์

Data & Information

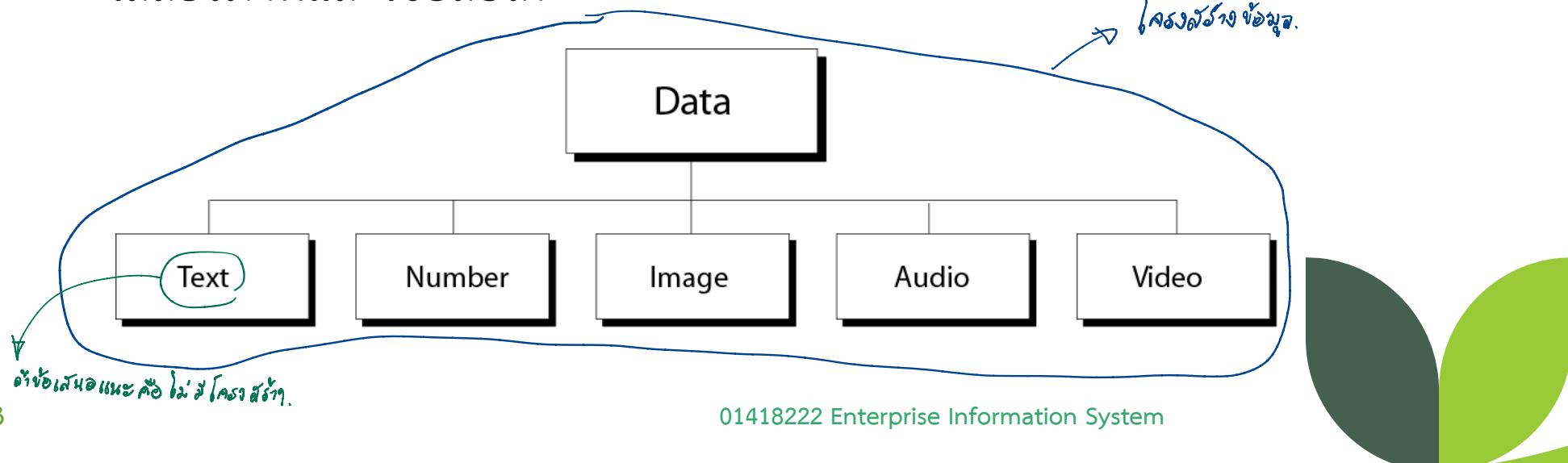
↗ ព័ត៌មានអត្ថបទគិតខ្លួន

dark data → ទំនុកចង់ដឹងទៅមែនឡើង

Big data → unstructure data

↳ ទំនុកចង់ដឹងទៅមែនឡើង

ข้อมูล (Data) ข้อมูลគឺជាជាតីថា មិនមែនទំនុកចង់ដឹងទៅមែនឡើង ដែលមានទម្រង់ស្ថិតិយវត្ថុ និងអាជីវកម្ម ដែលមានការប្រើប្រាស់នៃវានៅក្នុងការបង្កើតបច្ចេកទេស និងការបង្កើតបច្ចេកទេស។ នៅពេលនេះ ការបង្កើតបច្ចេកទេស និងការបង្កើតបច្ចេកទេស ត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីបានប្រើប្រាស់នៃការបង្កើតបច្ចេកទេស និងការបង្កើតបច្ចេកទេស។ នៅពេលនេះ ការបង្កើតបច្ចេកទេស និងការបង្កើតបច្ចេកទេស ត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីបានប្រើប្រាស់នៃការបង្កើតបច្ចេកទេស និងការបង្កើតបច្ចេកទេស។

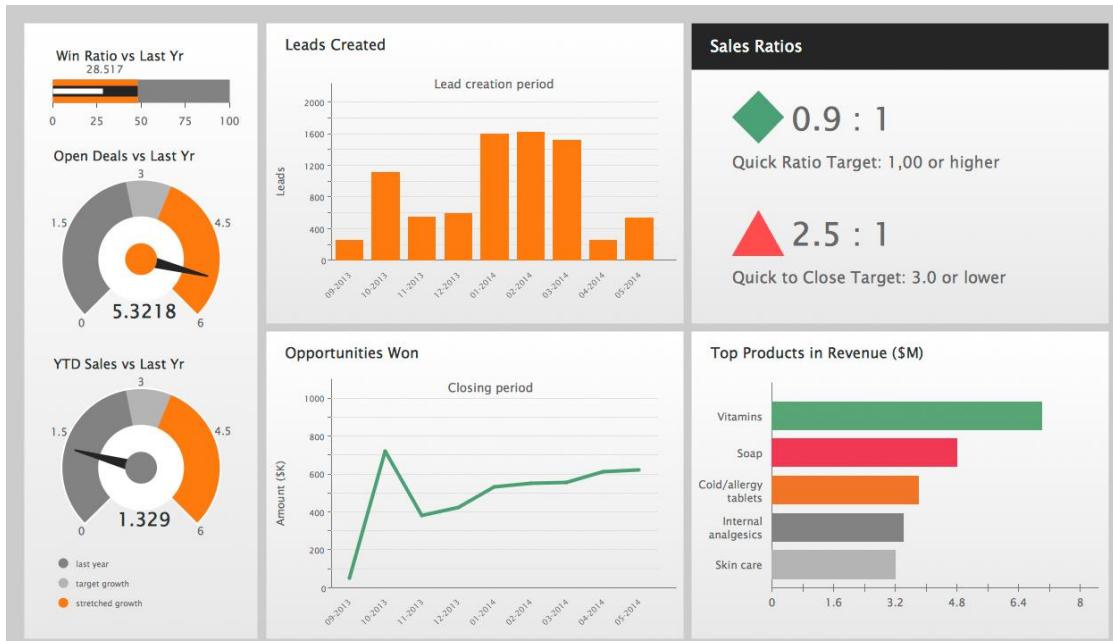


Data & Information

Date → வீட்டுத்திரி

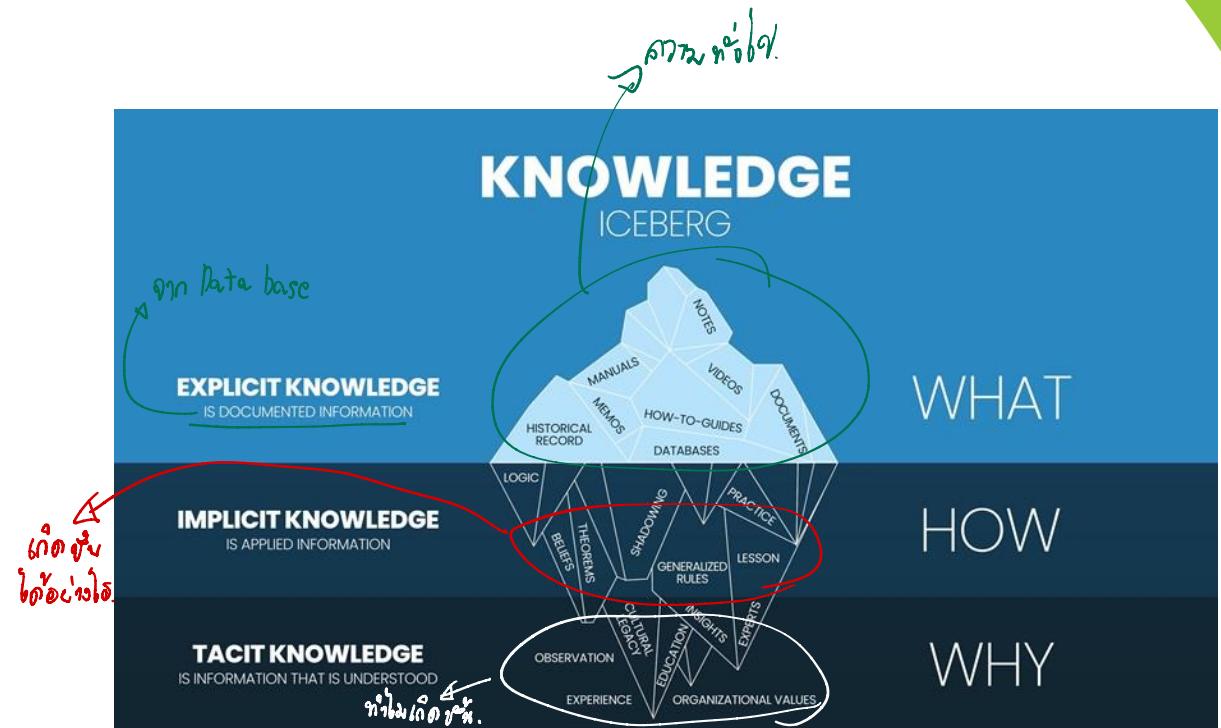
Information → ცისა და მოვლენის განვითარების მიზანით.

สารสนเทศ (Information) คือ **ข้อมูลที่ผ่านการประมวลผล** โดย **ข้อมูลที่ไม่ผ่านการประมวลผล** (ข้อสรุป) ออกแบบจากข้อมูลจะไม่เรียกว่าสารสนเทศ เช่น ยอดขายที่เก็บในฐานข้อมูลโดยที่ไม่สามารถให้ข้อสรุปจะยังไม่ใช่สารสนเทศ แต่เมื่อผ่านการสังเกตหรือใช้เครื่องมือทางสถิติทำให้รู้ว่าภาคเหนือ้มีการขายที่ดีกว่าภาคใต้ ซึ่งเป็นสารสนเทศที่ได้จากข้อมูลการขาย



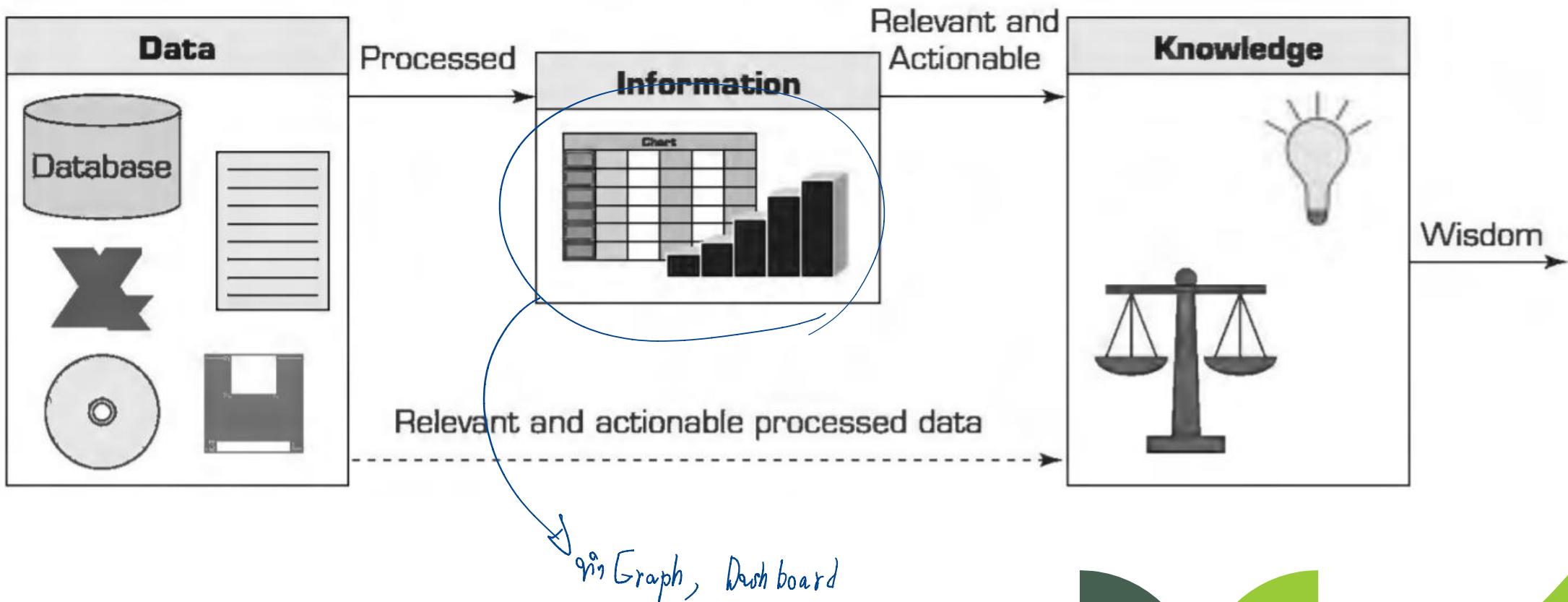
Data & Information

วิัฒนาการต่อจากสารสนเทศและข้อมูล
คือ **ความรู้ (knowledge)** เมื่อประยุกต์ใช้
ประสบการณ์ กับสารสนเทศจะทำให้ได้
ความรู้อ้อมๆ ความรู้เป็นผลที่เกิดจากการ
เรียนรู้ และจะนำไปสู่การเกิด **ปัญญา (wisdom)** ซึ่งก็คือความรอบรู้ ความฉลาด
ที่เกิดจากการเรียนและความคิด

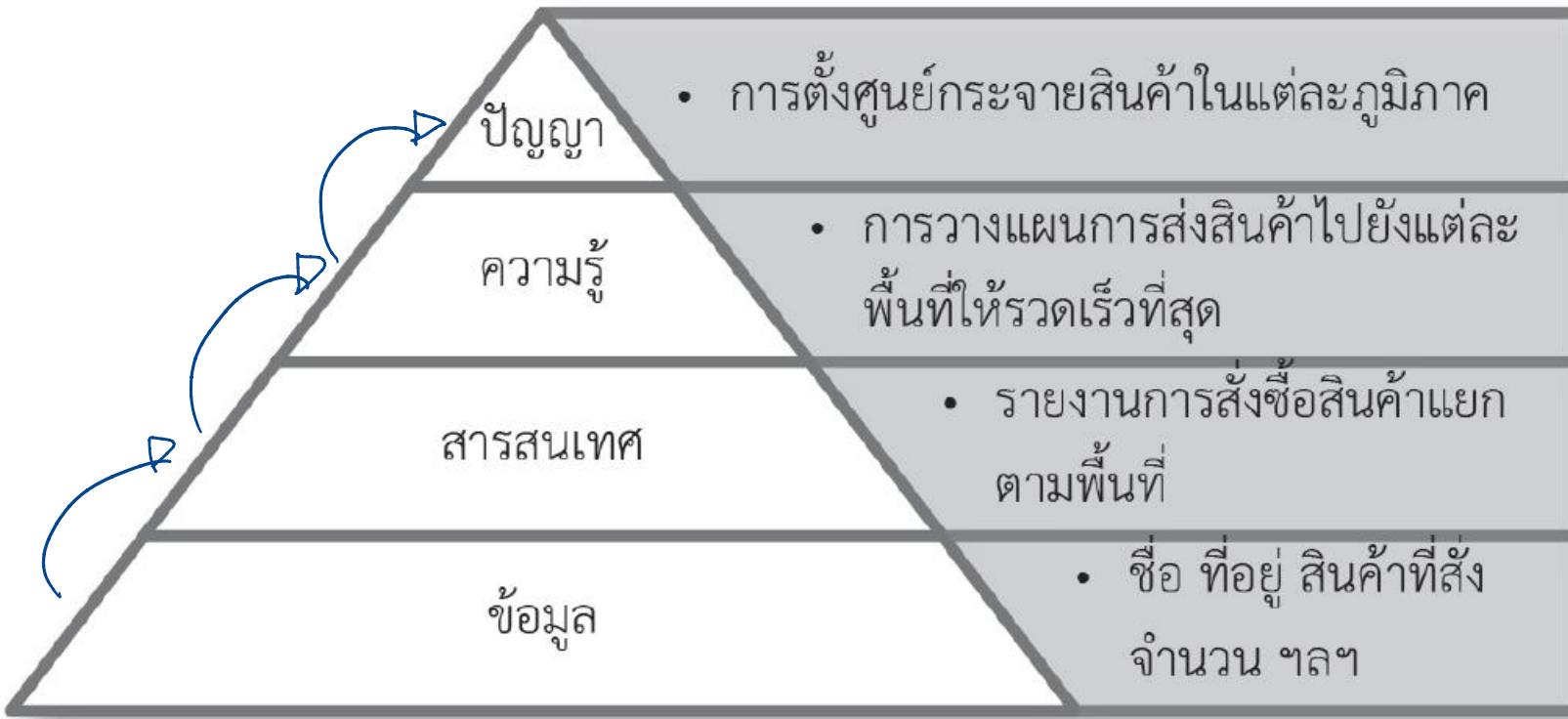


Data → Information → Knowledge → wisdom

Data & Information



Data & Information



สารสนเทศที่มีคุณค่า

- **เข้าถึงได้ (accessible)** สารสนเทศควรเข้าถึงได้โดยคนที่มีสิทธิ เพื่อให้ได้รับสารสนเทศ ในรูปแบบที่ถูกต้อง ในเวลาที่เหมาะสม ตอบสนองต่อความต้องการ
- **ถูกต้อง (accurate)** สารสนเทศควรมีความคงเส้นคงวา ปราศจากข้อผิดพลาดที่เกิดจากข้อมูลนำเข้าหรือการประมวลผลที่ผิดพลาด
- **ครบถ้วน (complete)** สารสนเทศควรครบถ้วน ประกอบด้วยข้อเท็จจริงที่สำคัญ
- **ประหยัด (economical)** สารสนเทศควรสร้างขึ้นได้โดยไม่ใช้ค่าใช้จ่ายที่สูงเกินมูลค่าของสารสนเทศ
- **ยืดหยุ่น (flexible)** สารสนเทศควรมีความยืดหยุ่น ถูกใช้ได้หลายวัตถุประสงค์ สามารถเชื่อมโยง กับข้อมูลหรือสารสนเทศอื่นได้



สารสนเทศที่มีคุณค่า

- **เกี่ยวข้อง (relevant)** สารสนเทศควรมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร
- **เชื่อถือได้ (reliable)** สารสนเทศควรเชื่อถือได้ ไว้วางใจได้ ซึ่งความเชื่อถือได้ของสารสนเทศมักขึ้นกับวิธีการเก็บข้อมูล หรือแหล่งที่มา
- **ทันเวลา (timely)** สารสนเทศควรมามาในเวลาที่ต้องการ ทันต่อการนำไปใช้ตัดสินใจ
- **ตรวจสอบได้ (verifiable)** สารสนเทศควรถูกตรวจสอบความถูกต้องได้
- **ง่าย (simple)** สารสนเทศควรถูกนำเสนอให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และไม่ซับซ้อน
- **ปลอดภัย (secure)** สารสนเทศควรปลอดภัย อนุญาตให้เข้าถึงเฉพาะคนที่มีสิทธิ์

Information Technology: IT

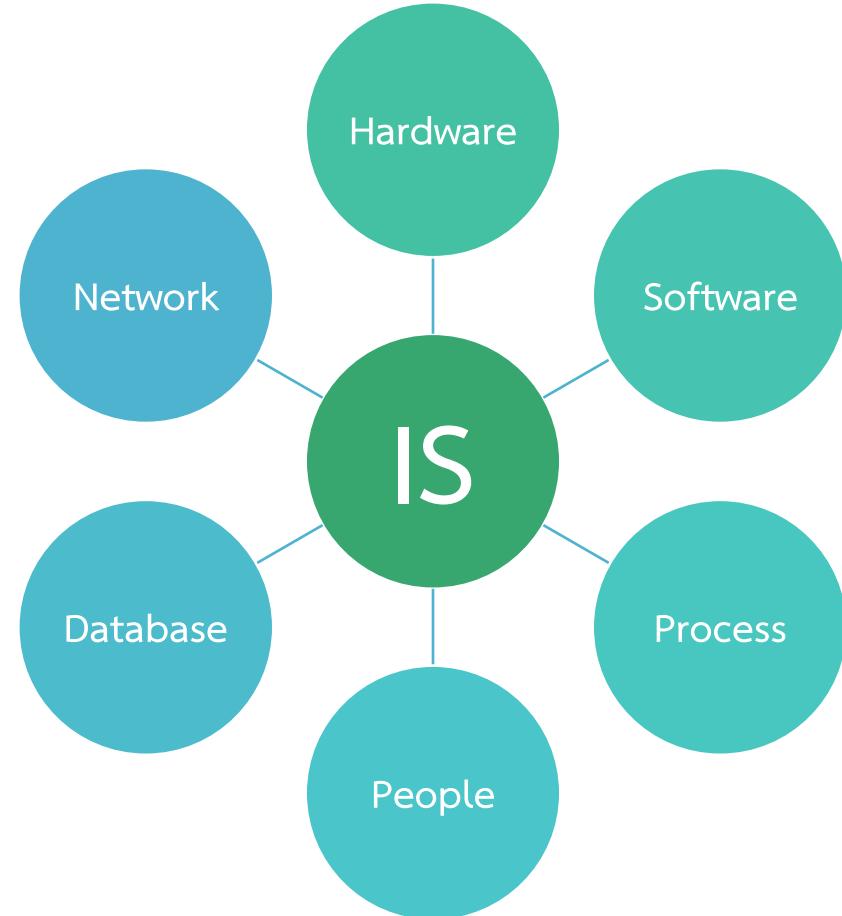
เทคโนโลยี (Technology) คือ การประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ธรรมชาติ และสิ่งต่างๆ รอบตัว มาสร้างประโยชน์ โดยการทำให้สิ่งต่างๆ มีคุณค่าและใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น เช่น เทคโนโลยีชีวภาพ

สารสนเทศ (Information) คือ การนำข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บมาจัดระเบียบ ประมวลผล เพื่อใช้ประโยชน์ทั้งด้านการวางแผนงาน วิเคราะห์แนวโน้มหรือความเป็นไปได้ ซึ่งช่วยในการทำงานด้านต่างๆ เช่น งานขาย สามารถนำข้อมูลยอดขายทั้งหมดมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ของข้อมูล เพื่อพยากรณ์ยอดขาย และออกแบบลูกทรัพย์ที่สามารถช่วยกระตุ้นยอดขายได้

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) คือ การนำความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารช่วยในการรวบรวม จัดเก็บ และประมวลผล ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง และนำไปใช้งานต่อได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และมีประสิทธิภาพ

Information System (IS)

ระบบสารสนเทศ (Information System: IS) คือ ระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ ประกอบด้วย ฮาร์ดแวร์ ฐานข้อมูล ซอฟต์แวร์ บุคคลากร ระบบเครือข่าย และกระบวนการ



Information System (IS)



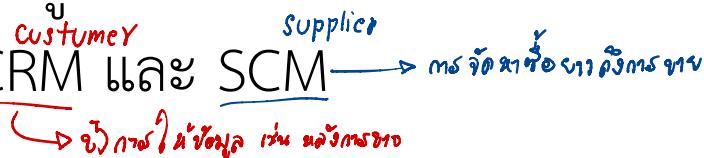
Admin
用户
游客

The screenshot shows a hotel booking page for Suite Novotel Lille Europe. At the top, there's a header with the hotel's name, address (bd Turin 59777 LILLE), contact info (.03 20 74 70 70, fax: .03 20 74 70 80), and links for mobile, mail, and social media. Below the header is a yellow navigation bar with links for 'Plan & Vues aériennes', 'Itinéraire', 'Réservation' (which is highlighted in blue), 'Donnerez votre avis', and 'Lire l'avis'. A modal window titled 'Vérifiez la disponibilité et réservez en ligne' is open, prompting the user to 'Merci de préciser une date' (Please specify a date). It includes fields for 'Arrivée le' (Arrival date: 24/02/2011), 'Nuit(s)' (Number of nights: 1), 'Chambre(s)' (Number of rooms: 1), 'Adulte(s)' (Adults: 1), 'Enfant(s)' (Children: 0), and a 'Valider' (Validate) button. To the right of the modal, there's a section for 'La note des internautes' (Guest reviews) showing a 5-star rating and a review from 'scoobydooreims' featuring a giraffe icon. Below that is a 'A propos de l'hôtel' (About the hotel) section with a photo of a room and a 3-star rating. At the bottom, there's a summary of the hotel: 'Suite Novotel Lille Europe', 'Hôtel 3 étoiles, 126 Suites chaleureuses de 30 m². Services 24h/24 : Boutique gourmande, espace forme, espace affaires. Bar, massages offerts le jeudi et parking public extérieur payant. Labelisé "Tourisme et Handicap". Lire la suite', and a 'Services' link.

ความสำคัญของระบบสารสนเทศต่อธุรกิจ

- ความเป็นเลิศในการดำเนินงาน (**operational excellence**) ระบบสารสนเทศช่วยจัดการทรัพยากรที่สำคัญ ด้านกำลังคน เครื่องจักร วัสดุ และเงินทุน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ผลผลิต ตลอดจนปรับปรุงวิธีปฏิบัติทางธุรกิจ เช่น ระบบ ณ จุดขาย (point-of-sale system)
- สินค้า บริการ และแบบจำลองธุรกิจใหม่ (**new products, services, and business models**): สินค้าหรือบริการแบบใหม่ อาจถูกพัฒนาขึ้นโดยมีระบบสารสนเทศสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง เช่น ระบบจัดการความรู้ โดยเฉพาะแบบจำลองธุรกิจใหม่ที่อาจเกิดขึ้นได้โดยอาศัยระบบสารสนเทศ หากไม่มีระบบสารสนเทศจะไม่สามารถทำได้ เช่น บริษัท Airbnb หรือ ร้าน Amazon Go

ความสำคัญของระบบสารสนเทศต่อธุรกิจ

- ความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้จัดหา (**customer and supplier intimacy**): ระบบสารสนเทศช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการแก่ลูกค้า เอื้อให้เกิดการสื่อสารกับทั้งลูกค้า และผู้จัดหาด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าได้ เช่น ระบบ CRM และ SCM 
↑ ช่องทางข้อมูล เช่น แหล่งข้อมูล
- การเพิ่มคุณภาพการตัดสินใจ (**improved decision making**): สารสนเทศที่ถูกต้อง และทันเวลาช่วยเพิ่มคุณภาพการตัดสินใจ ระบบสารสนเทศที่มีการรวบรวมข้อมูลที่สำคัญช่วยให้การพยากรณ์และการตัดสินใจถูกทำบนข้อเท็จจริงมากกว่าประสบการณ์หรือการคาดเดาของผู้บริหาร เช่น ระบบสนับสนุนผู้บริหารที่รวมข้อมูลจากทั้งองค์กรมาสร้างเป็น Dashboard ช่วยให้ผู้บริหารเห็นภาพรวม จุดที่เกิดปัญหา และตัดสินใจแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที

ความสำคัญของระบบสารสนเทศต่อธุรกิจ

จุดเด่นของธุรกิจ

- ความได้เปรียบในการแข่งขัน (**competitive advantage**): ความได้เปรียบในการแข่งขันคือการมีสมรรถนะที่เหนือกว่าคู่แข่งในระยะยาว ระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลช่วยให้ธุรกิจได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น Platform e-Commerce
- ความอยู่รอดของธุรกิจ (**survival**): ระบบสารสนเทศเป็นสิ่งจำเป็นในการทำธุรกิจ กล่าวได้ว่าธุรกิจในปัจจุบันต้องมีการนำระบบสารสนเทศมาใช้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่มากก็น้อย นอกจากนี้การนำระบบสารสนเทศมาใช้อาจเกิดจากแรงผลักดันของอุตสาหกรรม หรือกฎหมาย กฎหมาย และข้อบังคับ เช่น ระบบสำหรับการให้บริการจากธนาคาร ซึ่งทางการขายของร้านค้า การขอความยินยอมในการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

องค์กร

องค์กร (organization) หมายถึง บุคคล คณะบุคคล หรือสถาบันที่ทำหน้าที่สัมพันธ์กัน มีการรวมกันอย่างเป็นทางการ มีการใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย องค์กรจำเป็นต้องมีปัจจัยที่เข้ามาสนับสนุน เช่น เงินทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ วัตถุดิบ แรงงาน ความรู้ รวมทั้งมีการประมวลผลเพื่อกำหนดรีวิววางแผน การผลิต การเก็บรักษา/การขนส่งสินค้า การจัดการบริการ นอกจากนี้ต้องมีการเก็บข้อมูล Feedback ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการปรับปรุงกระบวนการ เช่น ข้อมูลเพื่อการตรวจสอบและควบคุม นำไปสู่การแก้ไขการทำงานให้ถูกต้อง และต้องพิจารณาผลกระทบจากสภาพแวดล้อม เช่น ลูกค้า ผู้จัดหา คู่แข่ง ผู้ถือหุ้น พันธมิตรทางธุรกิจ อุตสาหกรรม กฎหมายข้อบังคับ เทคโนโลยี ภาครัฐ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม กระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญเหล่านี้มักมีเทคโนโลยีดิจิทัลโดยเฉพาะระบบสารสนเทศเข้ามาเกี่ยวข้อง

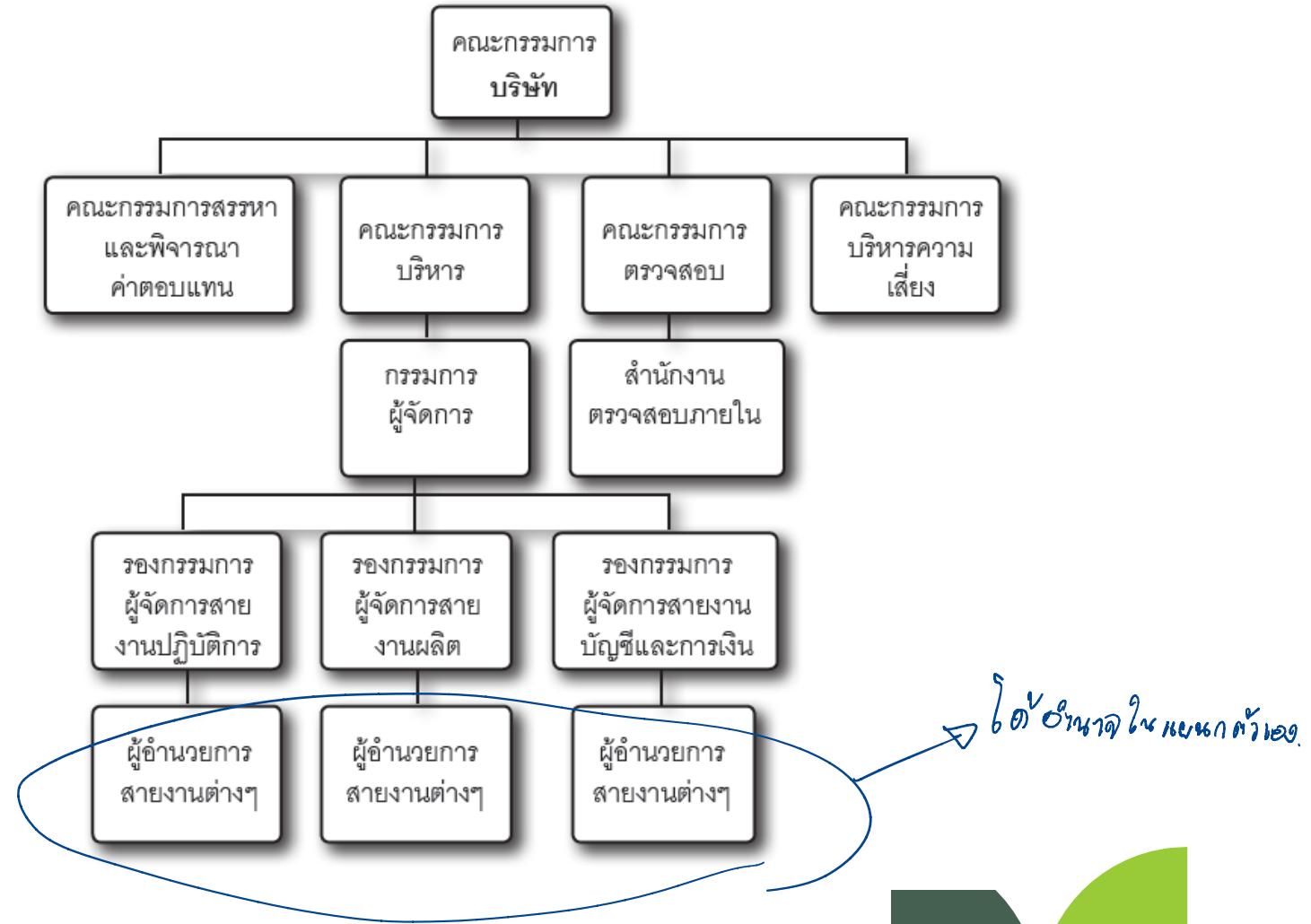
องค์กร

องค์กรโดยส่วนใหญ่ มักเป็นองค์กรธุรกิจ ที่มีรูปแบบ

- 1) เป็นนิติบุคคล จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด บริษัทมหาชน์จำกัด และองค์กรธุรกิจที่จัดตั้งหรือจดทะเบียนภายใต้กฎหมายเฉพาะ
- 2) ไม่เป็นนิติบุคคล ซึ่งอาจต้องจดทะเบียนตาม พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญ และกิจการร้านค้าเจ้าของคนเดียว

องค์กรธุรกิจต้องมีการกำหนดบทบาท หน้าที่ (roles) และความรับผิดชอบ (responsibilities) รวมถึงให้อำนาจ (authority) แก่บุคลากรเพื่อให้การดำเนินกระบวนการทางธุรกิจ บรรลุพันธกิจและเป้าหมาย สิ่งเหล่านี้จะท่อนอยู่ในโครงสร้างองค์กร (organizational structure)

องค์กร



องค์กร

โครงสร้างองค์กร

จัดโครงสร้าง
ตามภาระ

- โครงสร้างองค์กรแบบดั้งเดิม (**Traditional Organizational Structure**) โครงสร้างองค์กรรูปพีระมิดที่ลำดับชั้นของการตัดสินใจ และอำนาจการตัดสินใจให้จากระดับบน (ผู้บริหารระดับสูง) ไปยังระดับกลาง (ผู้บริหารระดับกลาง) ระดับล่าง (ผู้บริหารระดับปฏิบัติการ) จนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการในที่สุด อย่างไรก็ได้ ปัจจุบันมีแนวโน้มของการลดจำนวนชั้นของโครงสร้างองค์กรให้กลายเป็นโครงสร้างองค์กรแบบแบนราบ (Flat Organizational Structure) เพื่อให้สื่อสารกันได้มากขึ้น และการตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น

องค์กร

โครงสร้างองค์กร

อาทิตย์
อาทิตย์
อาทิตย์

- โครงสร้างองค์กรแบบโครงการและทีม (**Project and Team Organizational Structure**) โครงสร้างองค์กรที่เน้นผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักๆ ทำให้แต่ละผลิตภัณฑ์ หรือบริการมีแผนกต่างๆ เช่น การตลาด การเงิน การผลิต ของตนเอง หรืออาจเป็น โครงสร้างองค์กรแบบทีมที่เน้นทีมงานหรือกลุ่มคนทำงาน ซึ่งอาจมีขนาดเล็กหรือใหญ่ เป็นทีมแบบชั่วคราวหรือถาวรก็ได้



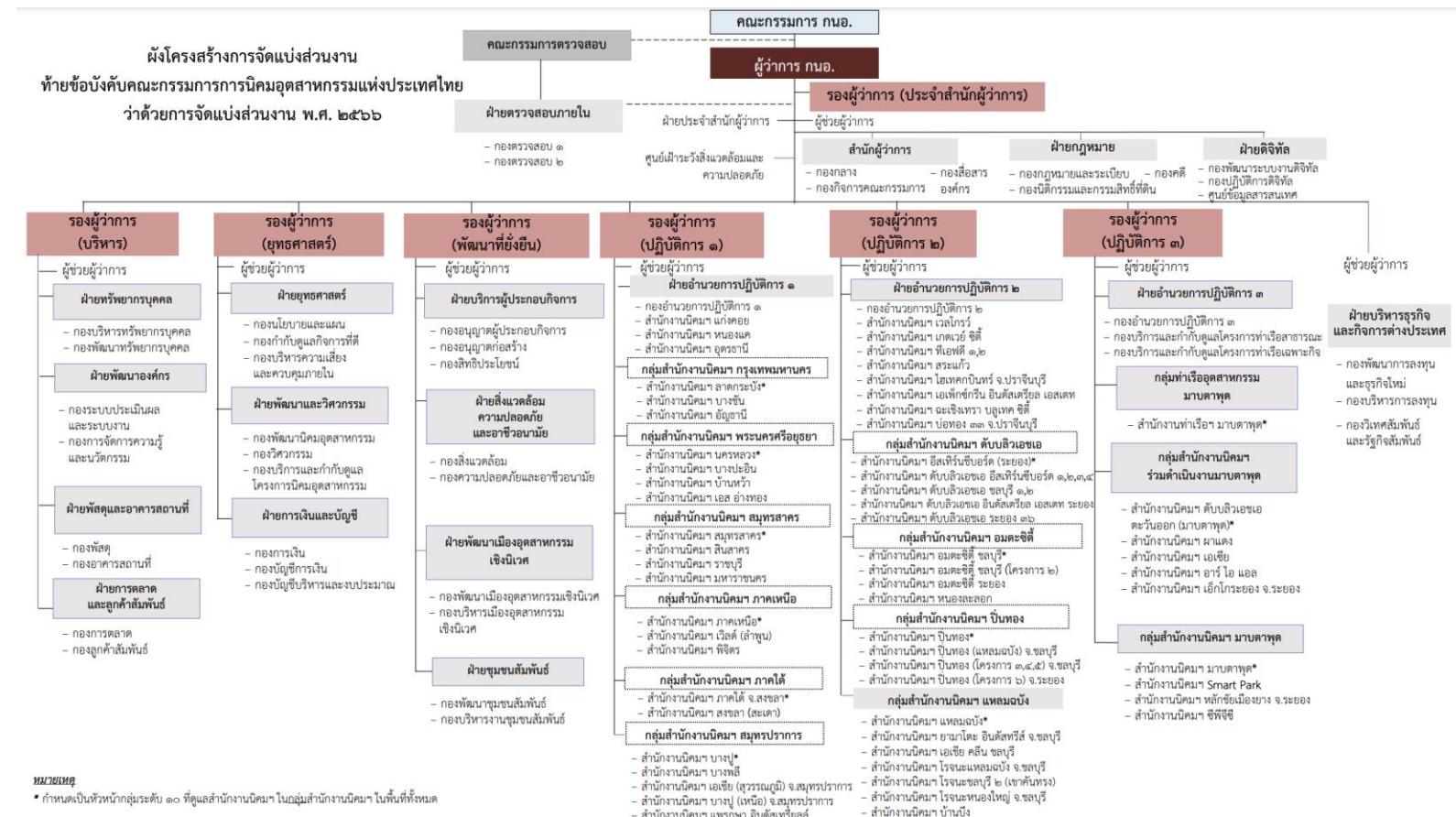
องค์กร

โครงสร้างองค์กร

- โครงสร้างองค์กรแบบเสมือน (**Virtual Organizational Structure**) โครงสร้างองค์กรที่รวมบุคคล ทีม หรือหน่วยธุรกิจที่อยู่ต่างสถานที่กันมาทำงานร่วมกัน โดยอาศัยการสนับสนุนจากเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกในการสื่อสาร คนที่ทำงานร่วมกันอาจไม่เคยพบกันทางกายภาพมาก่อน บริษัทสามารถใช้ประโยชน์โครงสร้างองค์กรแบบเสมือนกับการรวมพนักงานที่มีทักษะที่กระจายอยู่ในหลากหลายพื้นที่ หลายประเทศ เพื่อใช้แรงงานที่มีทักษะสูง หรือลดต้นทุนได้ หรือสร้างองค์กรเสมือน (virtual organization) ที่เป็นเครือข่ายขององค์กรที่เชื่อมโยงกันด้วยเทคโนโลยีเพื่อแลกเปลี่ยนทักษะ ทรัพยากร สินค้า บริการ การเข้าถึงตลาด หรือการลดต้นทุนได้

องค์กร

โครงสร้างองค์กรแบบดั้งเดิมมักถูกใช้เป็นพื้นฐานขององค์กรทั่วไป กล่าวคือ มีการแบ่งเป็นแผนกต่างๆ แต่มีการผสานกับโครงสร้างองค์กรแบบโครงการและทีม เพื่อให้การตัดสินใจเฉพาะด้าน ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น



องค์กร

รูปแบบการตัดสินใจ

↑ ฝึกอบรมฯ

- การตัดสินใจแบบมีโครงสร้าง (**Structured Decision**) การตัดสินใจแบบมีโครงสร้าง มักเกิดขึ้นกับพนักงานระดับปฏิบัติการ หรือผู้บริหารระดับปฏิบัติการ เช่น supervisor การตัดสินใจสามารถทำได้อัตโนมัติ หากมีกระบวนการตัดสินใจที่เป็นมาตรฐาน หรือ ชัดเจนอยู่ เช่น การอนุมัติวงเงินบัตรเครดิต การสั่งซื้อสินค้าเมื่อถึงจุดสั่งซื้อ การจ่ายเงินเดือนพนักงาน เป็นต้น การนำระบบสารสนเทศมาใช้ทำให้ลดขั้นตอนเหล่านี้ลงได้



องค์กร

รูปแบบการตัดสินใจ

วิเคราะห์
ตัดสินใจ

- การตัดสินใจแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Decision) การตัดสินใจแบบกึ่งโครงสร้างมักเกิดขึ้นกับผู้บริหารระดับกลาง เช่น ผู้จัดการ การตัดสินใจไม่ได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนจึงไม่สามารถตัดสินใจได้อัตโนมัติ แต่แนวทางแก้ปัญหามีความเป็นโครงสร้างอยู่พอกสมควร เช่น การพยากรณ์ยอดขาย การออกแบบแผนการตลาด เป็นต้น การนำระบบสารสนเทศมาใช้ช่วยแนะนำทาง หรือให้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจได้



องค์กร

รูปแบบการตัดสินใจ

โครงสร้าง ไม่โครงสร้าง.

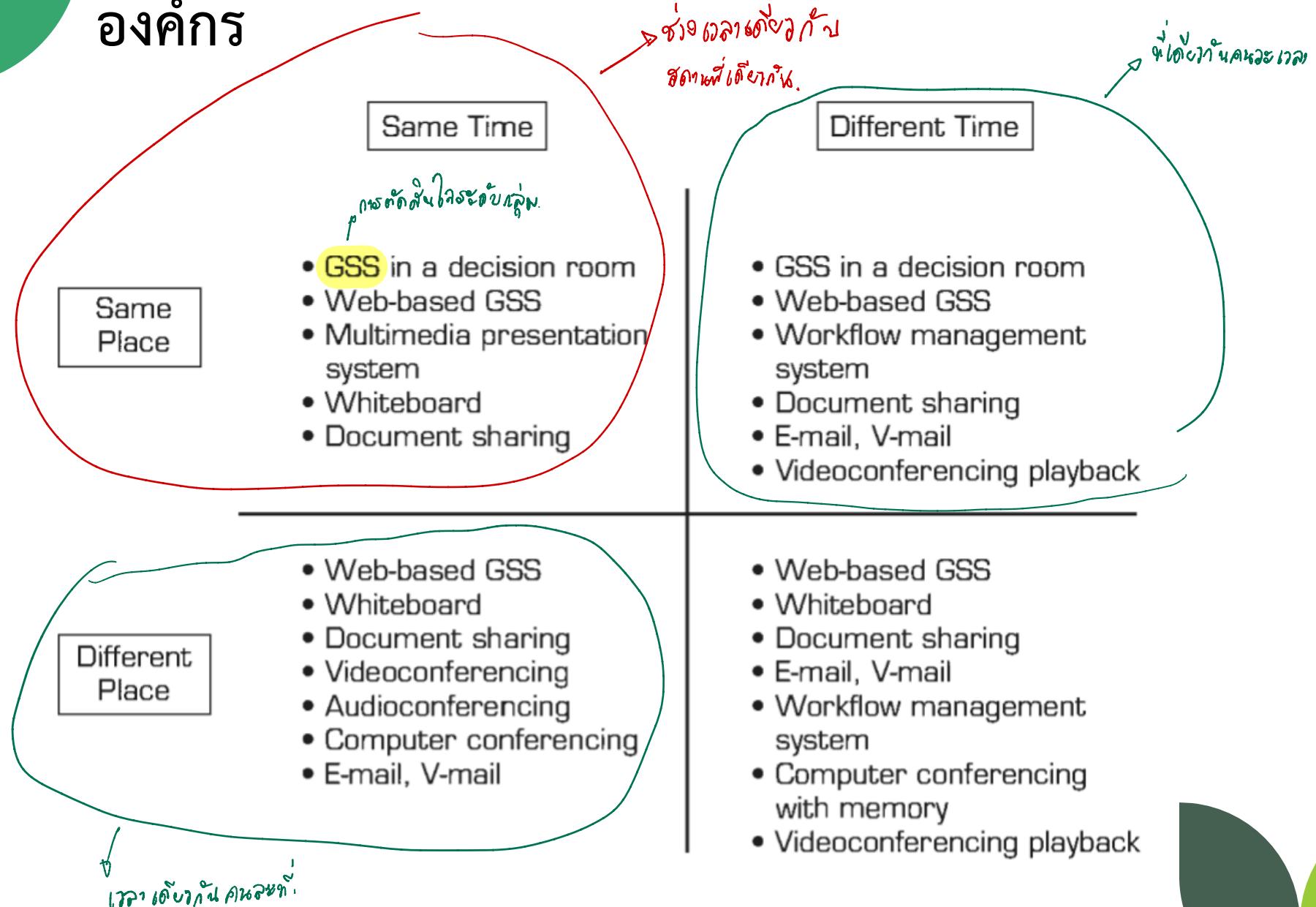
- การตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured decision) การตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้างมักเกิดขึ้นกับผู้บริหารระดับสูง เช่น ประธานบริหาร ประธานฝ่ายสารสนเทศ เป็นการตัดสินใจไม่มีแนวทาง มาตรฐาน หรือวิธีการปฏิบัติมาก่อน แต่เดิมจึงมักใช้สัญชาตญาณ หรือประสบการณ์ของผู้บริหารในการตัดสินใจ เช่น การเข้าหรือออกจากตลาดการขายสินค้า หรือให้บริการในรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยทำมาก่อน เป็นต้น การนำระบบสารสนเทศมาใช้ช่วยให้การตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่ทันสมัย และสารสนเทศที่สรุปภาพรวม



องค์กร

ด้วยการสนับสนุนของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานร่วมกัน (Computer Supported Cooperative Work: CSCW) รองรับการทำงานของคนที่อยู่ในสถานที่เดียวกันหรือต่างสถานที่ รองรับการทำงานแบบประสานเวลาหรือพร้อมกัน (Synchronous) นอกจากเทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงานร่วมกัน ยังมีเทคโนโลยีที่ช่วยจัดการการทำงานร่วมกัน (Collaborative Work Management) ที่ช่วยวางแผนงาน กำหนดตารางงาน และดำเนินงาน ที่รวมความสามารถในการจัดการงาน โครงการ ภาระงานและเอกสาร และความสามารถที่เป็นอัตโนมัติ เช้ากับเครื่องมือที่ช่วยเรื่องการสนทนา การเผยแพร่เนื้อหา การรายงาน การวิเคราะห์ และการสร้าง Dashboard

องค์กร



กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์ (strategy) ความหมายโดยทั่วไปหมายถึง วิธีการที่ต้องใช้สำหรับการทำธุรกิจ กลยุทธ์องค์กร โดยเฉพาะบริษัทที่ต้องต่อสู้แข่งขันในโลกธุรกิจ อาจหมายถึง

1. แผน (plan) เช่น การวางแผนโฆษณารณรงค์ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้า แผนที่ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย
2. การกระทำ (action) เช่น การสร้างตำแหน่งทางการตลาดที่มีคุณค่าผ่านการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท
3. การรวมกัน (integration) เช่น การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ระยะยาวของ วิสาหกิจ การลงมือทำ จัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย หรือการรวมกันของ ความคิด การตัดสินใจ และการลงมือทำ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ



กลยุทธ์องค์กร

- **วิสัยทัศน์ (vision):** เป็นการมองการณ์ไกลถึงอนาคตที่ธุรกิจอยากไปถึง
- **พันธกิจ (mission):** ภาระหน้าที่หลักขององค์กร หรือสิ่งที่องค์กรทำอยู่
- **ค่านิยมหลัก (core value):** ความเชื่อหลักที่แสดงถึงอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นบรรทัดฐานในการกำหนดพฤติกรรมของคนในองค์กร จึงเป็นพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กร
- **วัตถุประสงค์ (objective)/เป้าหมาย (goal):** เหตุผลที่องค์กรมีอยู่ ผลที่องค์กรประสงค์ให้บรรลุ และมีเป้าหมายที่แสดงถึงความมุ่งหมาย จะจะให้ได้ตามเจตนา
- **กลยุทธ์ (strategy):** วิธีการที่ทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาวเป็นสิ่งที่ทำให้พันธกิจที่องค์กรดำเนินอยู่ บรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และพาองค์กรเดินไปสู่วิสัยทัศน์ที่วางไว้ ผ่านการสนับสนุนจากค่านิยมหลัก

กลยุทธ์องค์กร

วิสัยทัศน์

“เป็นองค์กร สร้างสังคมดิจิทัล เพื่อ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ ยกระดับ ความสามารถในการ แข่งขันของประเทศ”



พันธกิจ

1. กำกับดูแลธุรกิจบริการดิจิทัล เพื่อสร้าง ความน่าเชื่อถือ รองรับการขยายตัวของ กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการดำเนินการ ทางอิเล็กทรอนิกส์
3. ร่วมมือกับทุกภาคส่วน เพื่อผลักดันการดำเนินการ ธุกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างบูรณาการ และเชื่อมโยง

<https://www.etda.or.th/th/about-etda/etda-strategic-plan.aspx>

กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

ธุรกิจขนาดใหญ่

- **การเติบโต (growth):** ผู้ประกอบการหรือผู้ก่อตั้ง (founder) ของสตาร์ทอัพมักประกอบด้วยคนที่เก่งด้านธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี และด้านการออกแบบร่วมมือกัน การเติบโตของบริษัทมักเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจผู้ประกอบการตั้งแต่แรก ซึ่งการเติบโตของบริษัทจะมาจากการวิสัยทัศน์ และแรงขับเคลื่อนหรือแรงผลักดันของผู้ประกอบการ ที่ใช้ทรัพยากรและความสามารถในการสร้างบริษัทให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด



กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

- **การสร้างนวัตกรรม (innovation):** บริษัทที่มีเงินทุนและทรัพยากรมาก สามารถใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำได้ แต่ไม่ใช่กับบริษัทเกิดใหม่อุปกรณ์ทั่วไป ที่มีทรัพยากรจำกัด สตาร์ทอัพจะมักใช้กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรม ซึ่งนับเป็นรูปแบบหนึ่งของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเพื่อบุกตลาด นวัตกรรมสร้างเทคโนโลยีที่เป็นการค้นพบที่ยังใหม่ และช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยังยืนได้



กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

ก่อนจะเริ่มต้น

- การสร้างเครือข่าย (network): สร้างท่อพนันการสร้าง เข้าถึงเครือข่าย ความเชื่อมโยง และความสัมพันธ์ ไม่ว่าจะในระดับบุคคลหรือระดับองค์กร โดยองค์กรไม่จำเป็นต้องเป็นแค่ พันธมิตรทางธุรกิจเท่านั้น อาจเป็นคู่แข่งที่ร่วมมือกันในบางอย่าง แต่แข่งขันกันในบางอย่าง ได้

ต่อไปนี้



กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

- การจัดหาเงินทุน และธรรมาภิบาล (financing and governance): สถาธอพอาจมีแบบจำลองธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจทั่วไป เช่น มีโครงสร้างรายได้ที่น้อย แต่มีโครงสร้างต้นทุนที่มาก และไม่สามารถทำกำไรได้ในช่วงแรก แต่เน้นการสร้างฐานลูกค้า เป็นต้น การอยู่รอดของบริษัทในช่วงแรกจึงต้องอาศัยการจัดหาเงินทุนจากภายนอกเป็นสำคัญ ซึ่งบริษัทที่อยู่รอดได้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับขนาดของบริษัท ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงมักยอมรับการลงทุนจากภายนอก เพื่อให้บริษัทเติบโตและมีขนาดใหญ่ขึ้น



กลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

→ ทงขปตํา. ใจนิช.

- **การเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ และออกจากตลาด (harvest and exit):** การเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ของสตาร์ทอัพมองถึงการขายขาดธุรกิจ ซึ่งไม่ได้หมายถึงความล้มเหลว สำหรับธุรกิจทั่วไป การขายกิจการให้บริษัทอื่นอาจหมายถึงทางตันของกิจการ แต่สำหรับสตาร์ทอัพเส้นทางเก็บเกี่ยวผลประโยชน์และออกจากตลาดของผู้ประกอบการอาจเป็นได้ตั้งแต่การขายหันหุน การขายกิจการ การควบรวมกิจการกับบริษัทอื่น





วิสัยทัศน์ (vision)

ในปัจจุบัน AI เข้ามายึด主导 ทบทวนสำคัญ ในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก แวนต้าอัจฉริยะจึงกลายเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก ทาง Xiaomi เองก็ไม่ปล่อยให้โอกาสหลุดไป

พันธกิจ (mission)

คือการเป็น "ผู้ช่วย AI แบบพกพา" ที่ผสานรวมเข้ากับชีวิตประจำวันของผู้ใช้ได้อย่างแน่นอน โดยเน้นการทำงานร่วมกับผู้ช่วยเลียง XiaoAI เพื่อมอบประสบการณ์การใช้งานที่สะดวกสบายและชาญฉลาด

ค่านิยม (core value)

ค่านิยมหลักที่เน้นการผสานเทคโนโลยีอัจฉริยะเข้ากับชีวิตประจำวันของผู้ใช้ได้อย่างลงตัว โดยมีจุดเด่นที่การใช้งานแบบไร้หน้าจอ ควบคุมด้วยเสียง และมีเลนส์ปรับแสงได้

วัตถุประสงค์ (objective)

วัตถุประสงค์หลักของ Xiaomi AI Glasses คือการเป็นอุปกรณ์สวมใส่ที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลและฟังก์ชันต่างๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านการมองเห็นและลั่งการด้วยเสียง โดยผสานรวมเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ากับการออกแบบแวนต้าที่ทันสมัย

เป้าหมาย (goal)

เป้าหมายคือการใช้งานที่ง่ายและสร้างจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่ง ผสาน GPT กับ Ecosystem ของ Xiaomi ทำให้ใช้งานร่วมกับอุปกรณ์อื่นได้

กลยุทธ์ (strategy)

Xiaomi AI Glasses คือการผสานรวมเทคโนโลยี AI เข้ากับชีวิตประจำวันผ่านแวนต้าอัจฉริยะที่ควบคุมด้วยเสียงและมีคุณสมบัติหลากหลาย

กลุ่มผู้ใช้งาน

- กลุ่มผู้ใช้ทั่วไป
- กลุ่มเทคโนโลยีระดับกลาง-สูง
- กลุ่มคนรักสุขภาพและไลฟ์สไตล์
- กลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฮม
- กลุ่มนักพัฒนา/ผู้ใช้เชิงเทคนิค