

บทวิจารณ์หนังสือ

Morabito, V. (2021). *Digital Entrepreneurship: Management, Systems and Practice*

UK: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108979917>

บทวิจารณ์โดย

สุวรรณี ห้วยหงษ์ทอง ¹



¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อีเมล: suwaho@kku.a.th

หนังสือเรื่อง Digital Entrepreneurship: Management, Systems and Practice ผู้ประกอบการดิจิทัล การจัดการ ระบบและแนวปฏิบัติ หนังสือเล่มนี้เขียนโดย Vincenzo Morabito รองศาสตราจารย์สาขาวิชาการจัดการและเทคโนโลยี Università Commerciale Luigi Bocconi เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล โดยเนื้อหาภายในหนังสือให้ข้อมูลจากการสำรวจเกี่ยวกับคุณลักษณะ ความท้าทาย และโอกาสในขอบเขตของนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล โดยเจาะลึกแง่มุมต่างๆ ของการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล รวมถึงความสัมพันธ์กับนวัตกรรม ความสำคัญของการตลาดดิจิทัล การศึกษาและทักษะที่จำเป็นสำหรับความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล เนื้อหาโครงสร้างแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 Strategy and Management

เนื้อหามุ่งเน้นไปที่ประเด็นด้านกลยุทธ์และการจัดการสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล ครอบคลุมหัวข้อต่างๆ เช่น ประเภทของผู้ประกอบการดิจิทัล ความท้าทายที่ธุรกิจใหม่ๆ เผชิญ และทักษะที่จำเป็นต่อความสำเร็จ โดยส่วนที่ 1 นี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 บท ดังนี้

บทที่ 1 Digital Entrepreneurship and Digital Business เนื้อหาในบทนี้ ให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล แนะนำแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และเน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่แข็งแกร่งเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตและดึงดูดลูกค้าในช่วงเริ่มต้นของธุรกิจดิจิทัล โดยข้อมูลที่สำคัญที่ถูกนำเสนอในบทนี้ ประกอบด้วย 1) ประเภทของ Digital Ventures กล่าวถึงการลงทุนด้านดิจิทัลประเภทต่างๆ รวมถึงองค์กรขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) สตาร์ทอัพขนาดเล็ก และบริษัทที่แยกตัวออกมา โดยเน้นถึงประโยชน์ของการแบ่งปันแนวคิดและทรัพยากรในระบบนิเวศนวัตกรรมแบบเปิด 2) ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และอีคอมเมิร์ซ โดยผู้เขียนนำเสนอแนวคิดของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และอีคอมเมิร์ซ โดยให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับโมเดลอีคอมเมิร์ซต่างๆ และขั้นตอนสำคัญในการสร้างธุรกิจออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ 3) เทคโนโลยีดิจิทัล การสำรวจบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น สิ่งประดิษฐ์ดิจิทัล แพลตฟอร์ม และโครงสร้างพื้นฐาน ในการช่วยให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อการเติบโตของธุรกิจ 4) เรื่องราวความสำเร็จ โดยผู้เขียนนำเสนอเรื่องราวความสำเร็จของสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อให้บริการลูกค้าและรายได้ที่สูง

บทที่ 2 Digital Entrepreneurship and Innovation เนื้อหาในบทนี้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลและนวัตกรรม ให้ภาพรวมว่าเทคโนโลยีดิจิทัลได้ปฏิวัติภูมิทัศน์ทางธุรกิจอย่างไร ซึ่งนำไปสู่การเกิดขึ้นของผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ โดยเจาะลึกถึงความสำคัญของนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล และเน้นถึงความแตกต่างระหว่างนวัตกรรมแบบปิดและแบบเปิด และคุณประโยชน์ที่นวัตกรรมดังกล่าวมอบให้ทั้งองค์กรขนาดใหญ่และสตาร์ทอัพ นอกจากนี้ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในการส่งเสริมระบบนิเวศ

นวัตกรรมที่ยั่งยืน และสรุปขั้นตอนที่จำเป็นในการสร้างศูนย์กลางนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงความสำคัญของการนำ Lean business model มาใช้เพื่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะเริ่มต้น ซึ่ง Lean business model เป็นวิธีการที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าโดยใช้ทรัพยากรน้อยลง โดยเน้นประสิทธิภาพ การทำซ้ำอย่างรวดเร็ว และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และส่วนท้ายของเนื้อหาในบทนี้ ยังกล่าวถึงความท้าทายที่ต้องเผชิญในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และเสนอคำแนะนำสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ รวมถึงองค์กรขนาดใหญ่ สตาร์ทอัพ สถาบันการศึกษา หน่วยงานของรัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจัดการกับความท้าทายเหล่านี้และส่งเสริมความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน

บทที่ 3 Digital Entrepreneurship and Digital Marketing เนื้อหาในบทนี้ มุ่งเน้นที่การวัดประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัล ความสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูลในการเข้าถึงผู้บริโภค และวัดประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาด โดยกล่าวถึงการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อรับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและความชอบของลูกค้า ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลผ่านกรณีศึกษาของ Tutorspree ซึ่งเป็นความท้าทายที่สตาร์ทอัพดิจิทัลในภาคการศึกษา ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการเพิ่ม SEO (Search Engine Optimization) เป็นเครื่องมือในการหาลูกค้าหลักมากขึ้นไป นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ข้อมูลเว็บสำหรับการวัดประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัล โดยสรุปกรอบการทำงานสำหรับกระบวนการวัดประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัลและเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการรายงานผล

บทที่ 4 Digital Entrepreneurship Education and Skills เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงบทบาทที่สำคัญของทักษะด้านดิจิทัลและความเป็นผู้นำในความสำเร็จของผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจใหม่และการบริหารจัดการในระยะยาว โดยกล่าวถึงการให้ความสำคัญกับระบบการศึกษาในการเตรียมนักเรียนให้มีทักษะที่จำเป็นผ่านการศึกษาด้านผู้ประกอบการที่มีการวางแผนมาอย่างดีและมีคุณภาพสูง และการความร่วมมือกับพันธมิตรในอุตสาหกรรมถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการศึกษาด้านผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากการให้ข้อมูลเชิงลึกและโอกาสในโลกแห่งความเป็นจริงสำหรับนักศึกษา และปัจจัยสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จอีกประการหนึ่ง คือ ความจำเป็นในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการทำงานร่วมกับผู้อื่น เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการในการเปลี่ยนโอกาสให้เป็นแนวคิดทางธุรกิจที่ใช้ได้จริง ในส่วนท้ายของเนื้อหาในบทนี้ ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์สำหรับสถาบันการศึกษา ผู้กำหนดนโยบาย และธุรกิจต่างๆ เพื่อส่งเสริมการศึกษาของผู้ประกอบการและการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล

ส่วนที่ 2 Digital Business Systems

เนื้อหาจะลึกลงมาของเทคโนโลยีในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล โดยเน้นไปที่เทคโนโลยีดิจิทัลที่สำคัญ เช่น โซเชียลมีเดีย อินเทอร์เน็ตประสาทรสพสิ่ง และบล็อกเชน

บทที่ 5 Digital ICT Challenges for Digital Entrepreneurship เนื้อหาในบทนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในภาคส่วนต่าง ๆ รวมถึงการเงิน ประกันภัย และการค้าปลีก โดยจะกล่าวถึงความท้าทายและโอกาสที่ผู้ประกอบการดิจิทัลต้องเผชิญในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมและการเติบโตในธุรกิจของตน ประกอบด้วยประเด็นที่สำคัญดังนี้ 1) ความท้าทายด้านฟินเทค (Fintech) เทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งภาคการเงินเผชิญกับความท้าทายในการจัดการข้อมูลที่ละเอียดอ่อน การนำการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่มาใช้ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เข้มงวด บริษัทฟินเทคจะต้องรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้า 2) ความท้าทายของอินซัวร์เทค (Insurtech) บริษัทอินซัวร์เทคเผชิญกับความยากลำบากในการรับข้อมูลลูกค้า การวิเคราะห์รูปแบบการใช้ชีวิต และการดำเนินการรับประกันที่ซับซ้อนโดยใช้การเรียนรู้ของเครื่องและการประมวลผลแบบคลาวด์ ความเป็นเลิศในการปฏิบัติงานผ่านเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความสำเร็จในภาคประกันภัย 3) ความท้าทายด้านเทคโนโลยีการค้าปลีก (Retailtech) ภาคการค้าปลีกกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมและความชอบใหม่ๆ ของผู้บริโภค 4) ความท้าทายทางการตลาดและการสร้างแบรนด์ (Marketing and Branding) แคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพและการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ถือเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดลูกค้า การใช้เทคโนโลยี เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ การเรียนรู้ของเครื่อง และการวิเคราะห์เชิงคาดการณ์สามารถช่วยให้ธุรกิจระบุแนวโน้มของตลาดและความต้องการของลูกค้าได้ เนื้อหาในบทนี้นำเสนอข้อมูลเชิงลึกอันมีค่าสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการสำรวจความซับซ้อนของการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อให้บรรลุการเติบโตและนวัตกรรมในการลงทุน

บทที่ 6 Digital Entrepreneurship and Social Media เนื้อหาในบทนี้กล่าวถึงการเป็นผู้ประกอบการและโซเชียลมีเดีย โดยเน้นความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังนี้ 1) การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล (Digital Entrepreneurship) ผู้เขียนนำเสนอคำจำกัดความของผู้ประกอบการดิจิทัลว่าคือการใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสร้าง พัฒนา และจัดการกิจการ นอกจากนี้ยังให้ข้อเท็จจริงจากการสำรวจว่าโซเชียลมีเดียได้เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางธุรกิจอย่างไร โดยนำเสนอโอกาสใหม่ๆ สำหรับการเติบโตและนวัตกรรมอย่างไร 2) ผลกระทบต่อโซเชียลมีเดีย (Social Media Impact) ผู้เขียนได้เน้นย้ำถึงบทบาทของโซเชียลมีเดียในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล โดยจัดแสดงแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, WhatsApp, LinkedIn, Periscope, Snapchat และ Tumblr โดยจะกล่าวถึงวิธีที่แพลตฟอร์มเหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการเชื่อมต่อกับลูกค้า เพิ่มการมองเห็นแบบ

รนต์ และขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ 3) ความท้าทายและความเสี่ยง (Challenges and Risks) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ การใช้มาตรการเพื่อลดความเสี่ยง การในการเลือกแพลตฟอร์มอย่างรอบคอบ และพัฒนากลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับการส่งเสริมแบรนด์ นอกจากนี้ยังมีกรณีศึกษาของบริษัทโซเชียลมีเดียยอดนิยม เช่น Facebook และ Twitter ซึ่งแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการ ผลกระทบ และความเกี่ยวข้องในภูมิทัศน์ของผู้ประกอบการดิจิทัล โดยแสดงให้เห็นว่าแพลตฟอร์มเหล่านี้ได้ปฏิวัติการสื่อสาร การตลาด และการมีส่วนร่วมของลูกค้าอย่างไร

บทที่ 7 Digital Entrepreneurship and the Internet of Things (IoT) บทนี้นำเสนอภาพรวมระหว่างการทำผู้ประกอบการและ IoT โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลในการกำหนดรูปแบบการลงทุนทางธุรกิจสมัยใหม่ เนื้อหาส่วนนี้กล่าวถึงคุณลักษณะของอุตสาหกรรม 4.0 โดยที่ IoT มีบทบาทสำคัญ พร้อมทั้ง ให้กรณีศึกษา Yamazaki Mazak Corporation และ Cisco แสดงให้เห็นว่าโซลูชัน IoT สามารถรับมือกับความท้าทายเฉพาะที่ธุรกิจต้องเผชิญได้อย่างไร ซึ่งนำไปสู่การขยายตลาด การรวมต้นทุน และประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้น ผู้เขียนสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงของ IoT สำหรับการลงทุนของผู้ประกอบการ โดยเน้นความจำเป็นในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โครงการนำร่อง ความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ข้อมูล และการวางแผนระบบนิเวศเพื่อใช้ประโยชน์จาก IoT อย่างเต็มประสิทธิภาพ

บทที่ 8 Digital Entrepreneurship and Blockchain ในบทนี้นำเสนอเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลและบล็อกเชน ผู้เขียนให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีบล็อกเชนต่ออุตสาหกรรมต่างๆ และโอกาสสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล โดยจะกล่าวถึงศักยภาพของบล็อกเชนในการปรับเปลี่ยนตลาดและเศรษฐกิจโลก โดยเน้นบทบาทของมันนอกเหนือจากธุรกรรมสกุลเงินเอกสารดังกล่าวเน้นย้ำถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจว่าธุรกิจและเทคโนโลยีสามารถทำงานร่วมกันเพื่อใช้ประโยชน์จากบล็อกเชนได้อย่างมีประสิทธิภาพในภาคส่วนต่างๆ ได้อย่างไรโดยมีประเด็นสำคัญดังนี้ 1) การกระจายอำนาจและความน่าเชื่อถือ (Decentralization and Trust) เทคโนโลยีบล็อกเชนช่วยให้สามารถทำธุรกรรมได้โดยไม่ต้องใช้ตัวกลางในการตรวจสอบหรือติดตามความสมบูรณ์ของมูลค่าการแลกเปลี่ยน ช่วยให้ธุรกิจสามารถทำธุรกรรมระหว่างกันได้โดยตรง โดยไม่ต้องผ่านสถาบันการเงินกลางเช่นธนาคาร เทคโนโลยีนี้อาศัยเครือข่ายของผู้เข้าร่วมซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องเพื่อตรวจสอบธุรกรรม 2) บล็อกเชนสาธารณะและส่วนตัว (Public vs. Private Blockchains) บล็อกเชนสามารถเป็นได้ทั้งสาธารณะหรือส่วนตัว บล็อกเชนสาธารณะอนุญาตให้ใครก็ตามเขียนธุรกรรมลงในบล็อกเชนได้โดยไม่ต้องได้รับการอนุมัติจากบุคคลที่สาม ในขณะที่บล็อกเชนส่วนตัวจำกัดการรวมข้อมูลไว้เฉพาะผู้เข้าร่วมที่รู้จักภายในเครือข่าย 3) แอปพลิเคชันที่นอกเหนือไปจากการเงิน (Applications Beyond Finance) เทคโนโลยีบล็อกเชนถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การดูแลสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ และการจัดการข้อมูลประจำตัว โดยนำมาซึ่งประโยชน์ต่างๆ เช่น ความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น การรักษาความ

ปลอดภัยที่เพิ่มขึ้น ต้นทุนที่ลดลง ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น และความไว้วางใจที่มากขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ส่วนที่ 3 Industries

เป็นการสำรวจความท้าทายและการพัฒนาของผู้ประกอบการดิจิทัลในอุตสาหกรรมเฉพาะ เช่น ฟินเทค การผลิต และแฟชั่น ด้วยมุมมองระดับโลกและการรวมกรณีศึกษาที่สำคัญ เพื่อให้ผู้อ่านเห็นภาพตัวอย่างอย่างชัดเจน ผู้เขียนให้ข้อมูลเชิงลึกและในเชิงปฏิบัติสำหรับทั้งผู้จัดการและนักวิชาการ โดยมีเป้าหมายที่จะเสนอคำแนะนำที่ครอบคลุมในหัวข้อสำคัญของนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล

บทที่ 9 Fintech บทนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเทคโนโลยีทางการเงิน โดยเน้นถึงผลกระทบที่มีต่อภาคการเงินและวิธีที่องค์กรจัดการกับเงิน โดยเจาะลึกผู้ประกอบการในระบบนิเวศฟินเทค รวมถึงรัฐบาล สถาบันการเงิน ธนาคาร สตาร์ทอัพ และบริษัทเทคโนโลยี โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการทำงานร่วมกันและการแบ่งปันนวัตกรรมการดำเนินการวิเคราะห์ระดับมหภาคของอุตสาหกรรมฟินเทคในภูมิภาคต่างๆ เช่น อเมริกา ยุโรป และเอเชีย โดยตรวจสอบปัจจัยทางภูมิรัฐศาสตร์และเศรษฐกิจมหภาคที่มีอิทธิพลต่อข้อตกลงด้านฟินเทค การลงทุน และการร่วมลงทุนในปี 2562 โดยจะกล่าวถึงแนวโน้มการลงทุนในอนาคต การเติบโต ของอินซัวร์เทค และวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ไบโอเมตริกซ์ การเรียนรู้ทางปัญญา การวิเคราะห์ข้อมูล และแอปพลิเคชัน AI นอกจากนี้ ผู้เขียนยังนำเสนอกรณีศึกษาของบริษัทฟินเทค เช่น อินซัวร์เทคและเรียลเทค โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับโซลูชัน ตัวชี้วัดคุณค่าของผู้ใช้ และความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด

บทที่ 10 Manufacturing เนื้อหาในบทนี้เกี่ยวกับการผลิตให้ภาพรวมที่ครอบคลุมของอุตสาหกรรมการผลิต โดยมุ่งเน้นไปที่แนวคิดหลัก เช่น ธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ และการวิเคราะห์เศรษฐกิจศาสตร์มหภาค ซึ่งสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญได้ ดังนี้ 1) ธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ (Business and Entrepreneurship) ผู้เขียนได้ให้คำจำกัดความของธุรกิจว่าเป็นความพยายามที่เป็นระบบในการจัดหาสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคเพื่อหาผลกำไร โดยเน้นย้ำว่าการลงทุนของผู้ประกอบการทุกรายถือได้ว่าเป็นธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทุกธุรกิจที่เป็นการลงทุนของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการถูกเน้นว่าเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมและการเติบโตในโลกธุรกิจ 2) กระบวนการผลิต (Manufacturing Process) การผลิตหมายถึงกระบวนการเปลี่ยนวัตถุดิบ ชิ้นส่วน หรือส่วนประกอบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า โดยเน้นความสำคัญของแรงงานและเครื่องจักรในกระบวนการผลิตควบคู่ไปกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 3) การวิเคราะห์เศรษฐกิจศาสตร์มหภาค (Macroeconomic Analysis) ในส่วนนี้กล่าวถึงผลกระทบของปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาค เช่น แนวโน้มทั่วโลก กฎระเบียบของรัฐบาล ลักษณะทางเศรษฐกิจ และปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมที่มีต่อบริษัทผู้ผลิต การทำความเข้าใจพลังมห

ภาคเหล่านี้สามารถช่วยให้บริษัทผู้ผลิตทำการปรับเปลี่ยนเชิงกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีการรวมกรณีศึกษาและการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่มีชื่อเสียง เช่น EY และ McKinsey & Company ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลที่น่าเสนอ

บทที่ 11 Fashion เนื้อหาในบทนี้ให้ข้อมูลภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยเน้นย้ำถึงการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ห้องลองเสื้อผ้าเสมือนจริง ระบบความเป็นจริงเสริม และกระจกอินเทอร์แอคทีฟ เพื่อปรับปรุงประสบการณ์การช้อปปิ้งสำหรับผู้บริโภค เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้ลูกค้าสามารถลองเสื้อผ้าได้แบบเสมือนจริง แบ่งปันตัวเลือกของตนบนโซเชียลมีเดียเพื่อรับคำติชม และตัดสินใจซื้ออย่างมีข้อมูลนอกจากนี้ ผู้เขียนยังกล่าวถึงความสำคัญของแบรนด์แฟชั่นและผู้ประกอบการดิจิทัลที่เปิดรับโมเดลธุรกิจใหม่และเครื่องมือทางเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลกระทบเชิงบวกสูงสุดจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล โดยอ้างอิงถึงกรณีศึกษา เช่น Smithfield Case ซึ่งใช้รูปแบบการสมัครสมาชิกและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้าและปรับปรุงประสบการณ์การช้อปปิ้งให้เป็นแบบส่วนตัว ซึ่งตอกย้ำบทบาทที่สำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมแฟชั่น ตั้งแต่การนำเสนอผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลไปจนถึงประสบการณ์หลายช่องทางที่มุ่งสร้างความภักดีและการมีส่วนร่วมของลูกค้า

บทที่ 12 Conclusion ในส่วนสรุปของหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนได้ให้ภาพรวมของการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล โดยเน้นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลในภูมิทัศน์ของผู้ประกอบการ โดยเจาะลึกกลยุทธ์ต่างๆ ที่บริษัทใช้ เช่น กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล เช่น การตลาดผ่านอีเมล การตลาดบนโซเชียลมีเดีย การโฆษณาบนการค้นหา และการตลาดแบบพันธมิตร เอกสารดังกล่าวเน้นย้ำถึงความสำคัญของการศึกษาด้านผู้ประกอบการในการส่งเสริมผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และอภิปรายถึงบทบาทของนวัตกรรมแบบเปิดในการเอื้อให้เกิดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล นอกจากนี้ยังกล่าวถึงความท้าทายที่สำคัญที่สตาร์ทอัพและองค์กรต้องเผชิญบนเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ความท้าทายสำคัญประการหนึ่งที่เน้นย้ำคือความปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยมุ่งเน้นไปที่ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามทางดิจิทัล และความสำคัญของการใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยที่แข็งแกร่งเพื่อปกป้องข้อมูลของลูกค้าและรักษาความไว้วางใจ พร้อมทั้งนำเสนอผลการสำรวจผลกระทบของนวัตกรรมดิจิทัลในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ฟินเทค อินซัวร์เทค แพชั่นเทค และมานูเทค โดยแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลได้เปลี่ยนโฉมหน้าภาคส่วนเหล่านี้และสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับบริษัทและสถาบันต่างๆ อย่างไร นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงความท้าทายของการขาดแคลนทักษะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น และความจำเป็นในการทำงานร่วมกันระหว่างสตาร์ทอัพและองค์กรขนาดใหญ่ในระบบนิเวศของผู้ประกอบการดิจิทัล

โดยภาพรวมของหนังสือเล่มนี้ทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับภูมิทัศน์ที่กำลังพัฒนาของผู้ประกอบการดิจิทัล โดยเน้นโอกาสและความท้าทายที่มาพร้อมกับการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในความพยายามของผู้ประกอบการ และเป็นแหล่งข้อมูลอันมีค่าสำหรับบุคคลที่

สนใจในการทำความเข้าใจและมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการดิจิทัล โดยนำเสนอการผสมผสานความรู้ทางทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติเพื่อสนับสนุนความสำเร็จในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัลได้เป็นอย่างดี