

ธุรกิจดิจิทัลผ่านแม่บทที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจและการดำเนินงาน
ของผู้ประกอบการไทย-อาเซียน

Digital Business a Master Plan on The Economy and Operations
of Thai-Asean Entrepreneurs

กันยรัตน์ ไมยรัตน์¹ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ²
Kanyarat Maiyarat, Narong Petprasert.

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิชาการในเรื่องนี้ผู้เขียนได้ทำการศึกษาเมื่อโลกดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมต่อความยั่งยืนขององค์การธุรกิจในภูมิภาคอาเซียนโดยทำการศึกษานโยบายของประเทศไทย ผ่านแม่บทที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจในภูมิภาค เป้าหมายการพัฒนา โดยพื้นฐานของสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน และสามารถให้เกิดความยั่งยืนได้ในสภาพแวดล้อมที่ท้าทาย ระบบที่ทันสมัยสามารถแก้ไขปัญหาให้เกิดความยั่งยืนของผู้ประกอบการและผู้ค้ารายย่อย อย่างไรก็ตามปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้เกิดความสับสนทั้งในเรื่องความเข้าใจ ความสัมพันธ์และเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องการเปลี่ยนแปลงการเป็นผู้ประกอบการ รายละเอียดเหล่านี้เป็นเรื่องที่ยังคงเป็นประเด็นให้กับผู้ประกอบการตั้งใจอย่างจะเรียนรู้ที่พร้อมจะพัฒนาตนเองให้ไกลออกไปบทความที่จะกล่าวถึง ผลกระทบที่เกิดจากช่วงเวลา covid-19 กลุ่มประเทศอาเซียน หน่วยธุรกิจต่างๆก้าวเข้าสู่ ระบบดิจิทัลทั้งในส่วนของธุรกิจบริการ ร้านอาหาร ค้าปลีก เนื้อหาของบทความ อธิบายถึงผลกระทบจากระบบที่ให้คุณค่าต่อผู้ประกอบการ เพราะรูปแบบธุรกิจอาจเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมที่สร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่มธุรกิจในภูมิภาคต่อไป

คำสำคัญ (Keywords): ธุรกิจ; ดิจิทัล; ผ่านแม่บท; อาเซียน

Received: 2021-04-01 Revised: 2021-06-09 Accepted: 2021-06-09

¹ ศึกษานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาการเมืองระหว่างประเทศและการพัฒนา มหาวิทยาลัยรังสิต
Doctor of Philosophy, International Political Economy and Development. Faculty of
Economics Rangsit University, Bangkok. Corresponding Author e-mail:
tosaporn.mah@kbu.ac.th

² สาขาการเมืองระหว่างประเทศและการพัฒนา มหาวิทยาลัยรังสิต International Political
Economy and Development Faculty of Economics Rangsit University, Bangkok.

Abstract

Abstract: Academic articles on this subject. Conducted studies when the digital world played an important role. To contribute to the sustainability of business organizations in the ASEAN region. By studying the policy of Thailand Master sheet affecting the regional economy Development goals On the basis of different environments and can achieve sustainability in challenging environments. Modern systems can solve problems for the sustainability of entrepreneurs. However, the problems that arise have caused confusion in understanding Relationships and related conditions, changes, details these are issues that remain a concern for entrepreneurs. Do not intend to learn to be ready to develop themselves further. Articles to be discussed Impacts arising from the Covid-19 period of ASEAN countries Business units stepped into Digital systems for both retail and restaurant service businesses Content of the article describe the impact of a system that values the operator. Because the business model may involve innovation that will continue to create sustainability for business groups in the region.

Keyword Business; Digital; Master Plan; Asian

บทนำ (Introduction)

วัตถุประสงค์ของบทความเรื่องนี้ เพื่อสร้างความเข้าใจในความทันสมัยของการดำเนินงานธุรกิจในประเทศในภูมิภาคอาเซียนและยังให้เกิดความเข้าใจต่อแผนแม่บทของรัฐบาล การเรียบเรียงเนื้อหาผ่านการอ้างอิงบทความวิจัยที่มีคุณภาพและคำนิยามจากนักวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของประเทศไทยและนานาชาติ ผู้เขียนยังระบุถึงตำแหน่งของประเทศไทยในการก้าวเข้าสู่ความเป็นเลิศในภูมิภาคในกลุ่มประเทศสมาชิกเพื่อความพร้อมในการแข่งขันเปรียบเทียบศักยภาพของแต่ละประเทศปัญหาที่สภาวะการณ์ที่ยากลำบากในช่วงเวลาของการระบาดของโรค โควิด19 การเข้าใจถึงทัศนคติแม่บทของประเทศไทยในการก้าวสู่การพัฒนาความเท่าเทียมในอาเซียน เนื้อหาบทความสามารถให้ความเข้าใจสาเหตุอะไรที่ทำให้ประเทศไทยยังไม่ได้อยู่ในระดับสูงสุดของอาเซียนและต้องเผชิญกับศักยภาพการแข่งขันอย่างกรณี มาเลเซีย สิงคโปร์ ผู้เขียนได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการเขียนบทความเพื่อเข้าใจถึงองค์ประกอบหลักของแผนแม่บทที่มีส่วนร่วมอย่างจำกัดในแผนงานระดับนานาชาติ บทบาทไทยสู่อาเซียนกับการเข้าสู่ธุรกิจดิจิทัล

โดยเนื้อหาอยู่ในการศึกษาบริบทของความทันสมัยในการใช้ระบบดิจิทัลในกลุ่ม

ประเทศอาเซียน กฎระเบียบที่ แม้ว่าจะมีความจำเป็นในการควบคุมข้อมูลที่ละเอียดอ่อนและข้อมูลเพื่อความมั่นคงของชาติการมีส่วนร่วมอย่างจำกัดเศรษฐกิจอาเซียนและไทยส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัลข้อจำกัดของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีอยู่ด้วยกันหลายชนิด ในหลายประเทศในอาเซียนและไทยมีข้อจำกัดประเภทต่างๆบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในเบื้องต้นที่กล่าวมา ผู้เขียนมีความตั้งใจที่จะนำเสนอวิธีการที่ชนะความเข้าในความมีบทบาทของไทยในเวทีระดับนานาชาติให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดแผนแม่บทผู้ประกอบการดิจิทัลไทย- อาเซียน

<p>ธุรกิจดิจิทัลแผนแม่บทที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจและการดำเนินงานของผู้ประกอบการไทย-อาเซียน</p>	<ul style="list-style-type: none"> -การสำรวจความเป็นมาทั้งในส่วนของนักวิชาการและนักปฏิบัติในด้านบริหารธุรกิจ -องค์ประกอบหลักของการเป็นการสร้างบทบาทดิจิทัลสู่ธุรกิจ ASEAN Master Plan -บทบาทไทยสู่อาเซียนกับการเข้าสู่ธุรกิจดิจิทัล -การเชื่อมต่อระหว่างไทย-อาเซียนสถานการณ์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย-อาเซียน 	<ul style="list-style-type: none"> -การอภิปรายเนื้อหาที่ชนะของแผนแม่บทไทยอาเซียนทิศทางและโอกาสในการพัฒนาให้เกิดความก้าวหน้า -แบบแผนการสร้างแบบจำลองธุรกิจสำหรับความร่วมมือในแพลตฟอร์มสมัยใหม่
------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ในรอบหลายปีที่ผ่านมาโลกแห่งธุรกิจก้าวเข้าสู่ระบบดิจิทัล (Karakas, 2009) ปรากฏการณ์ โควิด19 ถือเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในส่วนของสังคมธุรกิจ (ศรุตานนท์ ชอบประดิษฐ์, 2563)จากจำนวนผู้ใช้บริการในการทำธุรกิจเป็นสิ่งที่ยืนยันได้ว่าภาวะในรอบปี2563นั้นเป็นช่วงเวลาที่เกิดปรากฏการณ์ใหม่อย่างชัดเจน(เดชปรอทร, 2020)การสร้างแรงจูงใจต่อผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการการสร้างความสำเร็จเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ที่เรียกว่า “ดิจิทัล”(ศรุตานนท์ ชอบประดิษฐ์, 2563)แล้วเมื่อโลกมีการเปลี่ยนผ่านเราจะเป็นที่เข้าใจได้อย่างรวดเร็วสิ่งเหล่านี้ประกอบด้วยวิธีการใหม่ๆ ในการระบุด่วนและการเข้าถึงผู้บริโภคของดิจิทัล รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดความพร้อม (ทศพร มะหะหมัด

และ มนัส สุทธิการ, 2563) หากผู้ประกอบการและผู้บริโภคยังขาดความเข้าใจจะถือว่าเป็นเรื่องยากที่จะสร้างความยั่งยืน(พชรพงษ์ แพงไพรี และ นริศ เพ็ญโภโคย (2561) เพราะการสร้างความสัมพันธ์ภาพกับโลกใบใหม่ของธุรกิจโดยมีดิจิทัลเกี่ยวข้องกับหลักของนักวิชาการและนักปฏิบัติที่บรรจงสร้างวิธีคิดใหม่ในการดำเนินธุรกิจ (นันทพร ดำรงพงศ์, 2561) เพราะการนำพาธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนถือเป็นความจำเป็นที่มนุษย์จะต้องสร้างความเข้าใจร่วมกันแนวทางสู่บริษัทที่ผู้ประกอบการยุคใหม่ในการจัดการธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (บุญทวรรณ วิงวอน และ ชัยยุทธ เลิศพาชิน, 2555) บทความเรื่องนี้ ผู้เขียนมุ่งเข้าไปที่ การจัดการให้เกิดความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจแบบแผนขึ้นในภูมิภาคและประสิทธิภาพจากในประเทศไทยสู่อาเซียนการทววรรณกรรมทั้งในเรื่องงานวิจัย ตำรา หนังสือ นับตั้งแต่ ปี 2543 จนมาถึงช่วงเวลาในโลก เข้าสู่ความปกติใหม่

ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางธุรกิจการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลสมัยใหม่ (สมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนิรันดร์ และ ธนพล ก่อฐานะ, 2562) ในบทความได้ศึกษาถึงสถานการณ์ในช่วงโควิดและวิกฤตการณ์ต่างๆ การสร้างความเข้าใจในเนื้อหาเพื่อให้เกิดความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่อง ปัญญาประดิษฐ์ แบบแผนแม่บทของในแต่ละประเทศรับรู้ถึงความก้าวหน้าของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

การสำรวจความเป็นมาทั้งในส่วนของนักวิชาการและนักปฏิบัติในด้านบริหารธุรกิจ

การให้ความสำคัญความคืบหน้าของการพัฒนาของประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่เริ่มต้นอย่างเป็นทางการเมื่อปลายปี 2558 (Pocock, & Phua, 2011) นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้กำหนดยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจฉบับที่ 12 ของประเทศไทย (พ.ศ. 2560–2564) (Wongwuttivat, & Lawanna, 2018) บทบาทใหม่แห่งโลกอินเทอร์เน็ตในอัตราที่เพิ่มมากขึ้นและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกำลังก้าวสู่ระดับใหม่ (Bharadwaj, Sawy, Pavlou, & Venkatraman, 2013) ในสภาพแวดล้อมนี้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลกำลังกลายเป็นและมีความจำเป็นมากขึ้นสำหรับการมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจโลก (Box, Lopez, & Gonzalez, 2017) โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีกลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดต้นทุนการผลิต อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างไร้พรมแดนนวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลต้องคำนึงถึงระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีการติดต่อสื่อสารการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ศิรินทิพย์ กุลจิตรตรี และ สุภัทรรศกดิ์ คำสามารถ, 2020) นอกจากความร่วมมือระหว่างประเทศการสร้างเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ (Co-Production) ถือเป็นความสำคัญและเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้โลกไร้พรมแดน (สหพร ยี่ตันสี, กุลทิพย์ ศาสตร์ระจิว, และ ชันญุสร อรนพ ณ อยุธยา, 2564) นัยยะความหมาย

ของ ดิจิทัล (Khamcharoen, & Polnigongit, 2018) การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน (Pichayapaiboon, 2020) การสร้างความเข้าใจในเทคโนโลยี (อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และ ณิชชา ปานเจริญ, 2564) การปรับปรุงการบริการในระบบดิจิทัลเข้ามาเปลี่ยนแปลงได้อย่างสมบูรณ์ (Bootnoi, 2020) เมื่อหากพิจารณาถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถรับรู้ได้ว่าการเชื่อมโยงเครือข่ายซึ่งกันและกันนั้น ทั้งในส่วน ผู้บริโภค ผู้ค้า คนกลาง และผู้ขาย (Grover, & Kohli, 2013) เหตุผลเหล่านี้เป็นการสร้างมูลค่าระหว่างกันเป็นกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างกัน มิใช่เป็นแบบจำลองที่นำมาประยุกต์ใช้ผู้บริโภคที่สามารถซื้อได้การวางระบบนิเวศทางธุรกิจ (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการแข่งขันและการเจริญเติบโต โดยผ่านกระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital transformation) (Riasanow, Jäntgen, Hermes, S. et al, 2020) และดิจิทัลที่เป็นเหมือนการเชื่อมต่อเพื่อเป็นการเกิดการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานให้ดีขึ้นกว่าเดิม (Manoj Tripathy, Maheshwari & Verma, 2005) ในทัศนะของผู้เขียนเมื่อการทำธุรกรรมและเพื่อลูกค้าสิ่งเหล่านี้มาเพื่อสร้างอัตราการเจริญเติบโตในสมัยใหม่และเมื่อความเข้าใจมากขึ้นอัตราการบริโภคสูงขึ้นประสบการณ์ของมนุษย์จะเริ่มเข้าสู่ดิจิทัลได้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

องค์ประกอบหลักของการสร้างบทบาทดิจิทัลสู่ธุรกิจ ASEAN Master Plan

เนื้อหาก่อนหน้านี้ที่ผู้เขียนได้อธิบายถึงการทำให้เศรษฐกิจเกิดการเดินหน้าในส่วนของการเข้าถึงหรือจับต้องได้นั้นไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่านั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความทันสมัยจัดส่งง่ายหรือพัฒนามูลค่าให้ดีขึ้น (Zhao, 2010) การรับรู้ผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ประกอบการและการรับรู้ข้อมูลการสื่อสารของดิจิทัล (ศุภศิลป์ กุลจิตต์ เจือวงศ์, 2559) และพฤติกรรมที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค เหล่าบรรดาแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยม อย่างกรณี Grab Lineman Panda เป็นเหมือนการเข้าสู่ดิจิทัลได้อย่างจับต้องได้ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย (Kumlangphaet, & Rattanamong, Tangsang, 2020) อย่างไรก็ตามความก้าวหน้าการพัฒนาประสิทธิภาพอาจจะมาด้วยความซับซ้อนที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับประสิทธิภาพในการบริการรุ่นก่อนๆ แง่มุมของดิจิทัลประกอบด้วย เทคโนโลยีล้ำยุค แต่ความเข้าใจของมนุษย์ในปัจจุบันทำให้เกิดความกระจ่างเกี่ยวกับคำจำกัดความขั้นพื้นฐานนอกจากประเทศไทยแล้ววิวัฒนาการเหล่านี้ได้เข้าไปครอบคลุมในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้ทั้งภูมิภาคอย่างกรณี Grab สามารถใช้บริการรถ อาหาร ส่งสินค้าได้ทั้งหมด เป็นเรื่องที่น่าบอกถึงประสิทธิภาพในการพัฒนาดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพสูง (Widyatama, Chelliah, Kai, Yingxing, Tien, Mey, & Sin, 2020) และต้นทุนของบริษัทที่ค่าใช้จ่ายประมาณการลงทุนที่สูงแต่นวัตกรรมใหม่จะส่งอย่างไรต่อระบบนิเวศในเขตพื้นที่นั้นๆโดยจะเข้ามาแทนที่เก่าที่ล้ำสมัยโลกใหม่ที่พร้อมจะเผยโฉมวิธีแห่งการดำเนิน

ธุรกิจ เพราะมนุษย์และเป็นผู้สร้างนวัตกรรมให้มนุษย์ได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Adrian Healy & Kevin Morgan (2012)

ระบบแอปพลิเคชันที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในประชาคมอาเซียน (Ramaiah, Sirait, & Smith, 2019) ถือเป็นการพัฒนาและเสริมสร้างเศรษฐกิจ (hanman, 2019) เพื่อเป็นผลลัพธ์ทั้งในด้านกระตุ้นผู้ประกอบการขนาดเล็กขึ้นไปและความสามารถในการแข่งขันให้การมีส่วนร่วมของประชาชนทุกระดับชั้นของการทำงาน ทั้งนี้เทคโนโลยีที่มีบทบาทมากที่สุดในช่วงคือดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (Shouchupol, 2020)

เมื่อดิจิทัลแอปถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดในอาเซียนเพื่อเป็นการพัฒนาถึงการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในโครงสร้างของการทำงานธุรกิจ และถือเป็นการสร้างศูนย์กลางที่สามารถส่งสินค้าได้มากขึ้นมีตัวกลางในการจัดส่งได้มากขึ้นเพื่อให้คุณภาพชีวิตของชาวอาเซียนเป็นไปในทิศทางที่ดี (Sihol, 2017) ทั้งในส่วนของการพัฒนาโครงสร้างการพัฒนาทุนมนุษย์และประชากรส่วนใหญ่ที่เป็นมุสลิมทั้งในส่วนของอุตสาหกรรมฮาลาล (Mahamud, & Suksaskawin, 2020) ดิจิทัลถูกกำหนดให้เกิดการสร้างความเข้าใจว่าแผ่นดินแม่ของอาเซียนเป็นการกำหนดถึงนโยบายการยอมรับร่วมกันตามมาตรฐาน (Box, & Gonzalez, 2017) ภาษาที่ใช้ในการทำงาน นอกจากสื่อดิจิทัลแล้ว การถูกกำหนดมาเพื่อให้รองรับคุณภาพของการทำงานตามพื้นที่ถ้อยถิ่นต่างๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชน (โสมวลี ชยามฤต, 2564) และเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความเชี่ยวชาญ เพื่อความเป็นแบรนด์คุณภาพ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีความมั่นใจในการเข้าร่วมและเป็นการช่วยส่งเสริมไปสู่ภาคส่วนอื่นๆ

บทบาทไทยสู่อาเซียนกับการเข้าสู่ธุรกิจดิจิทัล

การเข้าใจโครงสร้างพื้นฐานของข้อมูลเพราะมนุษย์มีความรู้ทางเทคโนโลยี (Gary Backhaus, 2018) และการนำหลักกรรมมาภิบาลนำดิจิทัลเทคโนโลยีมาใช้พัฒนาสังคม โดยก่อนั้นถึงความจำเป็นในทุกด้าน การประชุมนานาชาติ การดำเนินธุรกิจ ส่งสินค้า การเจรจา และความคาดหวังจาก ดิจิทัลจะช่วยยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ และการเข้าร่วมของภาคเอกชนเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืน (Sapsanguanboon, & Faijaidee, 2020) ในบทบาทอาเซียนแล้วนั้นประเทศไทยถือว่าเป็นจุดแข็งในหลายด้าน การมีโครงสร้างที่เป็นพื้นฐานที่ทางด้านต้นทุนสิ่งแวดล้อมระบบการศึกษาความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่สามารถทำให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคในเอเชีย (สุดารัตน์ โยธาบริบาล, 2014) สิ่งประเทศไทยที่จะพัฒนาให้เกิดความทัดเทียมเพื่อสู่ความเป็นเศรษฐกิจของอาเซียนความตั้งใจอย่างยิ่งเพื่อเป็นตัวแทนแห่งอาเซียนและความเป็นประเทศที่มีคุณภาพคนที่ดีในเอเชีย (Hill, 1994) และให้เป็นไปตามมาตรฐานที่นานาชาติกำหนด การเคลื่อนย้ายแรงงานการถ่ายโอนเทคโนโลยี ดังนั้นแผ่นดินแม่ของประเทศไทยส่งผลต่อการเชื่อมต่อไปยังภูมิภาคอาเซียน เพื่อพัฒนาขีดความสามารถด้าน

เทคโนโลยีให้เกิดคุณค่าประโยชน์ต่ออาเซียน (Buranatrevedh, 2015) จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าบทบาทประเทศไทยในการก้าวเข้าสู่อาเซียนถือเป็นนโยบายที่สำคัญในการดำเนินงานและเป็นกลยุทธ์ที่จะนำมาประเทสไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ที่ไร้พรมแดนและยังเป็นปัจจัยในการกระตุ้นหมุนเวียนทางการเงินในระหว่างประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเชื่อมต่อระหว่างไทย-อาเซียน

ระบบดิจิทัลถือเป็นปัจจัยทางการพาณิชย์ที่เชื่อมต่อระหว่างกัน และเป็นการเปรียบเทียบให้ประเทศมีความไม่จำกัด “คำว่าเศรษฐกิจดิจิทัล” หรือที่เราเรียกว่า อีคอมเมิร์ซ (Sui, & Rejeski, 2002) ที่ให้การยอมรับกันอย่างทั่วโลก หากเราจะมองถึงเศรษฐกิจดิจิทัลในความคิดที่กว้างก็หมายถึง เศรษฐกิจที่มีพื้นฐานมาจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (LIU, 2013) เกี่ยวกับการทำธุรกิจออนไลน์และยังหมายถึง การเข้าถึงสินค้าและบริการในแบบดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีเพื่อธุรกิจ (Breitsohl, Khammash, & Griffiths, 2010) อีคอมเมิร์ซหมายถึง การผลิตการจัดจำหน่ายการตลาดการขายหรือการส่งมอบสินค้าและบริการด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (Breitsohl, Khammash, & Griffiths, 2010) ในส่วนของไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียนใช้คำจำกัดความเหล่านี้ที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามแนวคิดหลักยังคงเหมือนเดิม (SEVERINO, 2007) กุลธิดา สิงห์สี (2557) ได้กล่าวว่า ในเรื่องของทิศทางแนวโน้มและการปรับตัวนับตั้งแต่การเปิดประชาคมอาเซียนในปี 2558 ที่จะถึงนี้ส่งผลถึงผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษาที่เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญที่อาเซียนให้ความสนใจและบัญญัติไว้ในกฎบัตรอาเซียนในฐานะที่การศึกษาเป็นหลักพื้นฐานของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาประเทศ

อาเซียนถือเป็นภูมิภาคที่ผู้ใช้ผู้อินเทอร์เน็ตที่มีการใช้งานมากที่สุดในโลก Hazwan Haini (2019) แต่ก็มีจำนวนน้อยเนื่องจากมีประชากรจำนวนมากบรูไนแม้ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาน้อยที่สุด แต่ก็มีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงสุดถึง 94.87 เปอร์เซ็นต์ในปี 2560 ในแง่ของการใช้สมาร์ตโฟนประเทศสมาชิกอาเซียนส่วนใหญ่มีอัตราการเข้าถึงข้อมูลสูง ในปี 2561 ประเทศไทยมีอัตราสูงสุดถึงร้อยละ 58 จากจำนวนประชากรทั้งหมดในขณะที่อินเดียมีอัตราร้อยละ 26 (KPMG & FICCI, 2019) การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันทางดิจิทัลของโลกถึงวัดขีดความสามารถและความพร้อมของ ประเทศอาเซียนที่ได้รับการยอมรับและมีประสิทธิภาพมากที่สุดถือเป็นประเด็นการเชื่อมที่เป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับในระดับชั้นและเป็นภูมิภาคที่นักลงทุนจากทั่วทุกมุมโลกให้ความสนใจ

สถานการณ์ ของพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย-อาเซียน

การเริ่มมีบทบาทของอีคอมเมิร์ซ กำลังก้าวเข้ามาสู่การเปลี่ยนแปลงและเริ่มมีความ

ชัดเจนมากขึ้นนับตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา (Lee, & Das, 2019) ประเทศในอาเซียนและเป็นรูปแบบของการนำมาใช้แบบไม่จำกัด การขาย การซื้อผลิตภัณฑ์ การขนส่ง คนกลาง รวมถึงการสร้าง แพลตฟอร์มการสื่อสาร และการให้บริการข้อมูลที่หลากหลาย และในเวลานี้ความก้าวหน้าที่ไร้พรมแดนสามารถที่จะเป็นเหมือนปัจจัยสำคัญในการดำเนินเศรษฐกิจและผู้ประกอบการสามารถสร้างแบบจำลองธุรกิจเพื่อตอบโจทย์การใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Tongzong, 2007) อาเซียนเป็นเหมือนห้องสมุดแห่งปัญญาประเทศไทยรวมเข้าไว้ด้วยกันสำหรับให้เป็นแหล่งข้อมูลมรดกทางภูมิปัญญาของภูมิภาคอาเซียนในรูปแบบดิจิทัล (ประสิทธิ์ชัย เลิศรัตนเคหกาล, 2020)

ระบบการศึกษาที่ดีและเป็นประสิทธิภาพส่งผลให้แรงงานทรัพยากรมนุษย์มีประสิทธิภาพโดยสิงคโปร์ถือเป็นดัชนีซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอัตราการรู้และเป็นการค้าปลีกในประเทศที่สูงส่วนไทยและมาเลเซียก็ถือว่ามีการออกแบบโครงสร้างที่เป็นเหมือนปัจจัยหลักในการขับเคลื่อน (Do, Patel, Budhwar, Katau, Arora, Dao, 2019) ในบรรดาประเทศกำลังพัฒนา 10 อันดับแรกแม้ว่าจะมีการลดลงของค่าดัชนีจากปีก่อนก็ตาม 2017 ไทยอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในตลาดอีคอมเมิร์ซ ที่เติบโตเร็วที่สุดโดยมีส่วนแบ่งของบุคคลที่มีบัญชีออนไลน์เพิ่มขึ้น (Quah, 1982) ในเวลาที่อยู่ในช่วงของการระบาดของโรคโควิด19 ทุกประเทศในภูมิภาคได้รับผลกระทบแต่เป็นช่วงเวลาที่ระบบทางเทคโนโลยีที่ยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การอภิปรายเนื้อหาทัศนคติของแผนแม่บทไทยอาเซียนทิศทางและโอกาสในการพัฒนาให้เกิดความก้าวหน้า

1. การมีส่วนร่วมอย่างจำกัดในแผนงานระดับนานาชาติ เศรษฐกิจอาเซียนและไทยส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซสุทธิตั้งนั้นบางส่วนจึงใช้แนวทางป้องกันในการหารือแบบพหุภาคี ระหว่างหลายประเทศ และทวิภาคี ระหว่างสองประเทศ (Yue, 1998) เป็นสิ่งสำคัญสำหรับประเทศต่างๆ ในการระบุดูแลของตนเองไม่ว่าจะเป็นในธุรกิจสตาร์ทอัพหรือในการพัฒนาแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่เป็นนวัตกรรมใหม่แล้วทำการตลาดผ่านพอร์มระหว่างประเทศ ในการเสนอความต้องการของตน แม้แต่ระหว่างไทยและอาเซียนก็แทบจะไม่มีควมพยายามใด ๆ ที่จะใช้ประโยชน์จากจุดแข็งร่วมกันเพื่อปรับปรุงการเชื่อมต่อกันส่งเสริมการทำให้เป็นดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซ ตัวอย่างเช่น บริษัท จากสิงคโปร์เช่น Temasek ที่เคยมีส่วนร่วมกับประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมา

2. ด้านโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐาน ระหว่างไทยกับอาเซียนการเติบโตของดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซเรียกร้องให้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพทั้งทางกายภาพและดิจิทัล ในบริบทนี้ภูมิภาคอาเซียนและไทยกับปัญหาที่มีข้อจำกัด (Ariffin, & Sahid, 2018) ที่

เกี่ยวข้องกับการขนส่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการขนส่งสินค้าทางอากาศ ความท้าทายในการเติบโตของอีคอมเมิร์ซระหว่างภูมิภาคและการเชื่อมต่อดิจิทัลการเติบโตของอีคอมเมิร์ซและการเชื่อมต่อดิจิทัลระหว่างภูมิภาคต่ำกว่าศักยภาพในภูมิภาคอาเซียนและไทยยังคงมีอุปสรรคหลายประการที่กล่าวถึงและส่งผลกระทบต่อ SMEs แม้ว่าในบริบทของอาเซียนการสร้างกำแพงกีดกัน การสร้างเพื่อป้องกัน ในหลายประเทศกฎระเบียบอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาซึ่งสร้างความไม่แน่นอนให้กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ในขณะที่บางประเทศเช่นสิงคโปร์มีแผนและนโยบายดิจิทัลที่ครอบคลุม แต่ประเทศอื่น ๆ รวมถึงบางประเทศในอาเซียนที่มีความจำกัดทางด้านต้นทุนยังขาดนโยบายและแผนงานที่มุ่งเน้นซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้บริโภคความปลอดภัยในโลกไซเบอร์กระแสข้อมูลและธุรกรรมข้ามพรมแดนสอดคล้องกับทัศนงานวิจัยของกฎระเบียบที่ แม้ว่าจะมีความจำเป็นในการควบคุมข้อมูลที่ละเอียดอ่อนและข้อมูลเพื่อความมั่นคงของชาติในรูปแบบของรัฐบาลแต่ข้อจำกัดระหว่างประเทศที่ไม่อนุญาตให้แบ่งปันข้อมูลด้วยความไว้วางใจเป็นอุปสรรคสำคัญในการค้าอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน นอกจากนี้เพื่อให้แน่ใจว่ามีการเชื่อมต่อข้ามพรมแดนกฎระเบียบควรเป็นไปตามแนวปฏิบัติสากลที่ดีที่สุดอย่างไรก็ตามในขณะที่ออกแบกฎระเบียบรัฐบาลมักละเลยแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดซึ่งหลายแห่งได้รับการรับรองเช่นในสหภาพยุโรปหรือ EU เว้นแต่กฎระเบียบจะคำนึงถึงแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างประเทศการประสานและเข้าสู่การทำงานร่วมกันข้ามพรมแดนเป็นเรื่องยาก สอดคล้องกับทัศนงานวิจัยของการมีส่วนร่วมอย่างจำกัดเศรษฐกิจอาเซียนและไทยส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซสุทธิดังนั้นบางส่วนจึงใช้แนวทางป้องกันในการหารื้อแบบพหุภาคีและทวิภาคี (Paul, 2002) เป็นสิ่งสำคัญสำหรับประเทศต่างๆ ในการระบจุดแข็งของตนไม่ว่าจะเป็นในธุรกิจสตาร์ทอัพหรือในการพัฒนาแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่เป็นนวัตกรรมใหม่แล้วทำการตลาดผ่านพอร์มระหว่างประเทศ หากไม่เข้าร่วมในการอภิปรายพวกเขาจะพลาดโอกาสในการเสนอความต้องการของตน แม้แต่ระหว่างไทยและอาเซียนก็แทบจะไม่มี ความพยายามใด ๆ ที่จะใช้ประโยชน์จากจุดแข็งร่วมกันเพื่อปรับปรุงการเชื่อมต่อร่วมกันส่งเสริมการทำให้เป็นดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซ ตัวอย่างเช่น บริษัท จากสิงคโปร์เช่น Temasek สามารถลงทุนในสตาร์ทอัพคอมเมิร์ซของอินเดียผ่านความร่วมมือซึ่งกันและกัน (Sam, C.Y (2008) ข้อ จำกัด ของแพลตฟอร์มดิจิทัล: ในหลายประเทศในอาเซียนและไทยมีข้อ จำกัด ประเภทต่างๆบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ข้อสรุปและแนวทางข้างหน้า อาเซียนได้ตั้งเป้าหมายและเป้าหมายสำหรับดิจิทัลและต้องการก้าวไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีมีหลายประเด็นดังที่กล่าวไว้ข้างต้นซึ่งส่งผลเสีย ความสามารถของธุรกิจขนาดเล็กในการค้าขายและเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าระดับภูมิภาค ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับอาเซียนและไทยในการปรับปรุงการเชื่อมต่อลดความแตกแยกทางดิจิทัลและดำเนินการตามกฎระเบียบที่สนับสนุนและเปิดใช้งานรอบการทำงานซึ่งสนับสนุนโมเดลธุรกิจแบบรวดเร็วการ

จัดส่งแบบ door-to-door และเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ SMEs ต้องเผชิญกับปัญหาอื่น ๆ เช่นการขาดความรู้ทางการตลาดหรือไม่สามารถระบุคู่ค้าทางธุรกิจได้ สอดคล้องกับทัศนะงานวิจัยของ (Chia, 2016)

แบบแผนการสร้างแบบจำลองธุรกิจสำหรับความพร้อมในแพลตฟอร์มสมัยใหม่

โมเดลธุรกิจต้องได้รับการวิเคราะห์ถึงความพร้อมในอนาคตอาเซียน (Kraisuth, & Vinai Panjakajornsak, 2017)และผลกระทบด้านความยั่งยืนเนื่องจากทั้งความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมเป็นความท้าทายที่เกี่ยวข้องกันสำหรับธุรกิจที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ในภูมิภาคอาเซียน (Haseeb, Kot, Hussain, Jermisittiparsert, 2019)ในการดำเนินการดังกล่าว “ดิจิทัล” มีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมไปสู่เป้าหมายของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในส่วนขององค์กรระหว่างประเทศ ซึ่งประเด็นทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมเป็นหัวใจของการแก้ปัญหาความท้าทายในอนาคต สำหรับไทยและอาเซียน (Permana, Rizky, Banyualam, 2018) บริษัท ต่างๆที่สามารถจัดการกับความท้าทายที่ซับซ้อนเหล่านี้ได้ การเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจที่มีอยู่ให้เป็นโมเดลธุรกิจดิจิทัลโดยมีผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว สำหรับการจัดสรรทรัพยากรและการลดการใช้ทรัพยากรไปสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนกลายเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับกิจกรรมทางการตลาดที่ยั่งยืน แนวคิดของเศรษฐกิจหมุนเวียนในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน สนับสนุน บริษัท ต่างๆในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งสามารถส่งเสริมผ่าน “ดิจิทัล” ผ่านรูปแบบธุรกิจดิจิทัลซึ่งอาจควบคู่ไปกับการรวมตัวกลางในกรณีที่เกิดความเสี่ยงไม่ได้หวังโซลูชันถูกเปิดใช้เพื่อลดส่วนที่จำเป็นและเพื่อหลีกเลี่ยง ของเสียตลอดจนการเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจแบบดิจิทัลเพื่อการดึงดูดมูลค่าที่ยั่งยืนและการสร้างมูลค่านอกเหนือจากการใช้ทรัพยากรเพียงอย่างเดียว

ประเด็นทัศนะของไทยในอาเซียน

ปัจจุบันยุคดิจิทัลกลายเป็นความจริงในหลายประเทศ รัฐบาลธุรกิจและบุคคลต่างๆ กำลังโยกย้ายกิจกรรมของตนไปยังอินเทอร์เน็ตในอัตราที่เพิ่มมากขึ้นและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลก็ก้าวไปสู่ระดับใหม่ คราวเรือนอื่น ๆ ในการพัฒนา ประเทศต่างๆ ในสภาพแวดล้อมนี้ ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลกำลังกลายเป็น มีความจำเป็นมากขึ้นสำหรับการมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในช่วงความพร้อมสำหรับยุคดิจิทัลที่แตกต่างกัน (ตามข้อเสนอแนะของ ความแตกต่างในการใช้งานบรอดแบนด์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศสมาชิก ดังนั้นพวกเขาจึงต้องเผชิญกับความท้าทายและลำดับความสำคัญด้านนโยบายที่แตกต่างกันอย่างน้อยก็ในระยะสั้น ผู้ที่ล่าช้าอาจต้องจัดลำดับความสำคัญของการเข้าถึงพื้นฐาน แต่ไม่ควร ละเลยการเริ่มปรับตัวรอบการกำกับดูแลเพื่อช่วยเผชิญกับความท้าทายที่กำลังจะเกิดขึ้น การพัฒนาในระดับต่างๆเป็นโอกาสที่จะก้าวกระโดดหรือก้าวไปข้างหน้า

นโยบายที่ถูกจำกัด น้อยลงโดยระบบเดิม ด้านล่างนี้เป็นข้อควรพิจารณาบางประการสำหรับอาเซียน เศรษฐกิจเมื่อพยายามใช้ประโยชน์สูงสุดจากโอกาสใหม่ ๆ ในขณะที่ลดความเสี่ยง ความท้าทายที่เป็นไปได้

แม้ว่าจะต้องให้ความสำคัญมากในระดับชาติ แต่ก็เป็นภูมิภาคที่ใช้ร่วมกัน ความเข้าใจเกี่ยวกับการตอบสนองนโยบายที่จำเป็นในการใช้ประโยชน์จากดิจิทัลให้เกิดประโยชน์สูงสุด สิ่งสำคัญในการก้าวไปสู่ “เศรษฐกิจแบบบูรณาการและเหนียวแน่น” “การแข่งขันอาเซียนที่สร้างสรรค์และมีพลวัต” และ “การเชื่อมต่อที่เพิ่มขึ้นและความร่วมมือรายสาขา” ตามที่กำหนดไว้ในแผนงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนปี 2568 ตัวอย่างเช่นภูมิภาค ความร่วมมือผ่านความเข้าใจร่วมกันในระดับและความสำคัญของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคการเชื่อมต่อ และการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์รวมถึงกรอบการทำงานของอีคอมเมิร์ซทั่วไปจะช่วยให้ได้มาก การเพิ่มการค้าดิจิทัลในระดับภูมิภาค การดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพของอาเซียนที่กำลังจะมาถึง โครงการทำงานเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบรรลุวัตถุประสงค์นี้

บทสรุป

บทความวิชาการเรื่องนี้ผู้เขียนได้มีความพยายามในการรวมข้อมูลที่มาจากกฎเกณฑ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างประเทศสมาชิก การวิจัยเพิ่มเติมอาจต้องการขยายสิ่งนี้ไปยัง บริษัท และข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากนั้นผลลัพธ์อาจแตกต่างกันไปในบริบทอาเซียนที่ต่างกันออกไป ข้อจำกัด อีกประการหนึ่งคือความจริงที่ว่า บริษัท ในกลุ่มประเทศอาเซียนมีความพร้อมมากขึ้นกว่าเดิมในรอบสิบปีที่ผ่านมา บริษัทใหญ่อย่าง เทมาเซก สิงคโปร์ดั้งเดิมที่จัดตั้งขึ้นโดยมีขนาดที่แน่นอน การวิเคราะห์ SMEs (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) ในบริบทนี้จะนำเสนอข้อมูลเชิงลึกและความแตกต่างที่น่าสนใจเพิ่มเติม ผู้เขียนอธิบายรายละเอียดที่ครอบคลุมในทั้งในส่วนของแพลตฟอร์มดิจิทัล ทบทวนวรรณกรรมเนื้อหาทางงานวิจัยที่ทำเกี่ยวกับกลุ่มประเทศอาเซียนแต่ละการอ้างอิงข้อมูลใหม่และทันสมัย ข้อมูลจากออนไลน์ อย่างไรก็ตามในขั้นตอนการสำรวจนี้การค้นพบที่เปิดเผยควรกระตุ้นให้เกิดการอภิปรายและนำเสนอเรื่องราวที่ใหม่กว่าเดิมกับการเปลี่ยนที่นักวิชาการต้องมีการเตรียมพร้อมในที่สุดความสนใจต้องไปที่ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวแบบดิจิทัลซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักและ ประเด็นทางเศรษฐกิจ ข้อมูลกลายเป็นแหล่งสำคัญของนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่ในขณะเดียวกันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนมีบทบาทในการดูแลให้เหมาะสมใช้รัฐบาลควรพยายามส่งเสริมการใช้ซ้ำและการแบ่งปันข้อมูลที่เหมาะสม เช่นเซอร์ในรถยนต์อาจไม่เพียง แต่ให้ข้อมูลที่มีค่าสำหรับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของ เทคโนโลยียานยนต์ แต่ยังรวมถึงระบบขนส่งมวลชนและสิ่งแวดล้อมด้วย (ข้อควรพิจารณา) แต่ยังคงกำหนดกรอบการทำงานที่แข็งแกร่ง

สำหรับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวแบบดิจิทัล

จากการค้นพบเบื้องต้นเหล่านี้การศึกษาระยะยาวกับระดับพนักงานที่แตกต่างกันจะเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจในการได้รับข้อมูลเชิงลึกที่ละเอียดและตรวจสอบได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัด อนุกรมวิธานของ "ดิจิทัล" การวิจัยเกี่ยวกับดิจิทัลในอนาคตอาจทำให้เกิดความยั่งยืนได้มากขึ้นเช่นในบริบทของระดับความยั่งยืนและการดำเนินการที่แตกต่างกันไปสุดท้ายนี้การวิเคราะห์กรณีความล้มเหลวของกลยุทธ์ดิจิทัลเช่นในแง่ของจังหวะเวลาที่ไม่ดี นอกจากนี้ยังนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญเกี่ยวกับพลวัตของดิจิทัลเพื่อให้ความก้าวหน้าในภูมิภาคทั้งในส่วนของการขนส่งแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างประเทศระบบอุปทานสินค้าระหว่างกันเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มและระบบดิจิทัลให้ทันกับความก้าวหน้าในอนาคต

เอกสารอ้างอิง (Reference)

กุลจิตต์เจี๊วงค์. (2559). การสร้างการรับรู้ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลให้เป็นที่จดจำของผู้.

วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก. 34(3), 80-9.

กุลธิดา สิงห์สี. (2557). บทความวิชาการเรื่อง อุดมศึกษาไทยในอาเซียน รูปแบบ แนวโน้ม และ

ทิศทางการปรับตัวในอนาคต. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*. 2(2) 13-23

ทศพร มะหะหมัดและมนัส สุทธิการ. (2563) ปัญญาประดิษฐ์การจัดการทรัพยากรบุคคล

สมัยใหม่ในองค์กร. *วารสาร RMUTT Global Business and Economics*

Review. 5(1), 75-89.

นันทพร ดำรงพงศ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อรองรับเศรษฐกิจยุคดิจิทัลใน

ประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*. 11(1), 239-254

บุญชววรรณ วิงวอน และ ชัยยุทธ เลิศพาชิน. (2555). กลยุทธ์น่านน้ำสีรุ้งเส้นทางสู่ความยั่งยืน

ของธุรกิจ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. 7(12), 1-18

ประสิทธิ์ชัย เลิศรัตน์เคหกาล. (2020). ห้องสมุดดิจิทัลอาเซียน : มรดกภูมิปัญญาแห่งชาติ

อาเซียน. *วารสารห้องสมุด*. 64(2), 50-64.

พัชรพงษ์ แพงไพรี และ แล่นริศ เพ็ญโกลโคย. (2561). ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กร

แห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการ ศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย. *วารสาร*

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 7(2), 229-248.

ศรุตานนท์ ขอบประดิษฐ์. (2020). วิฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

อย่างไร. *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์* 3(2), 1-14.

ศรุตานนท์ ขอบประดิษฐ์. (2563). วิฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

อย่างไร. *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์* 3(2), 1-14.

- สมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนรินทร์ และ ธนพล ก่อฐานะ. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*. 15 (2), 33-44.
- สหพร ยี่ตันสี, กุลทิพย์ ศาสตรระจุก, และ ชัญญุสรา อรนพ ณ อยุธยา. (2564). การสร้างสรรค์เนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า*. 7 (1), 26-46
- สุดาร์ตน์ โยธาภิบาล (2014) สิ่งค้ำประกันสงครามการแข่งขันคนเก่งทั่วโลกสู่ “ศูนย์กลางคนเก่ง สิ่งค้ำประกัน” : บทเรียนและความท้าทายสู่แนวทางสร้าง “ศูนย์กลางคนเก่งภาครัฐไทย” ในบริบทอาเซียน. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*. 31(2), 2-28
- โสมวลี ชยามฤต. (2564). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับยุคดิจิทัลขององค์การภาครัฐและเอกชน. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences* 4(1) 39-50
- อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และ ณภัทชา ปานเจริญ. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมไทยแลนด์ 4.0 สำหรับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารชุมชนวิจัย*. 15(1), 94-1
- Ariffin, A.S. & Sahid, M.L.I. (2018). Competitiveness analysis of ASEAN automotive industries: a comparison between Malaysia and Thailand. *Journal of Science, Technology and Innovation Policy*, 3 (2), 23-32.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O., Pavlou, P., & Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.
- Bootnoi, N.T.(2020) The Impact of Digital Transformation on Local Administrative Organizations' Public Service Development. *Local Administration Journal*. 13(4) 347-362
- Box, S., & Gonzalez, J.L (2017). The future of technology: Opportunities for ASEAN in A Structural Equation Model Analysis. *Asia-Pacific Social Science Review*. 16(3): 96–117
- Breitsohl, J., Khammash, M. and Griffiths, G. (2010), "E-business complaint management: perceptions and perspectives of online credibility", *Journal of Enterprise Information Management*, 23 (5)653-660. <https://doi.org/10.1108/17410391011083083>
- Breitsohl, J., Khammash, M. and Griffiths, G. (2010), E-business complaint

- management: perceptions and perspectives of online credibility, *Journal of Enterprise Information Management*. 23(5), 653-660.
- Buranatrevedh, S.K.(2015) Occupational Safety and Health Management among Five ASEAN Countries: Thailand, Indonesia, Malaysia, Philippines, and Singapore. *J Med Assoc Thai*.98 (2) s64-s69
- Chia, S.Y. Chia (2016). ASEAN economic integration and physical connectivity. *Asian Economic Papers*, 15 (2)198-215.
- Gary Backhaus. (2018). The Triangulation of Nature—Humanity—Modern Technology: Diagnosis of Our Time: The Crisis of Earth. *Environment, Space, Place*, 10(2), 84-108.
- Grover, V., & Kohli, R. (2013). Revealing Your Hand: Caveats in Implementing Digital Business Strategy. *MIS Quarterly*, 37(2), 655-662.
- Haini, H.W (2019) Internet penetration, human capital and economic growth in the ASEAN economies: evidence from a translog production function, *Applied Economics Letters*, 26: (21) 1774-1778.
- hanman, S. (2019). MORALITY STRENGTHENING IN 21ST CENTURY, FOR ORGANIZATION OF DIGITAL ECONOMY. *Valaya Alongkorn Review*, 9(1), 146-163.
- Haseeb M, Kot S, Hussain HI, Jermstittiparsert K.(2019) Impact of Economic Growth, Environmental Pollution, and Energy Consumption on Health Expenditure and R&D Expenditure of ASEAN Countries. *Energies*. 12(19), 3598
- Healy, A.D & Morgan, K.V (2012) Spaces of Innovation: Learning, Proximity and the Ecological Turn, *Regional Studies*, 46:8, 1041-1053.
- Hill, H. (1994). ASEAN Economic Development: An Analytical Survey--The State of the Field. *The Journal of Asian Studies*, 53(3), 832-866.
- Karakas, F. (2009), "Welcome to World 2.0: the new digital ecosystem", *Journal of Business Strategy*, 30 (4,) 23-30.
- Khamcharoen, P.R & Polnigongit, W.P (2018) Digital Literacy : Evolution, Definition, and Skills Synthesis. *JOURNAL Of APPLIED INFORMATICS AND TECHNOLOGY* 1(2) 73-81
- Kraisuth, D.P and Vinai Panjakajornsak, V.(2017) Thai Engineer ASEAN Readiness: A

- Structural Equation Model Analysis. *Asia-Pacific Social Science Review* 16(3): 96–117
- Kumlangphaet, W.T, Rattanamong, Y.S Tangsang, B.O (2020) Causal Factors of Intention to Use Food Delivery Service via Mobile Application Food panda for consumers in Nonthaburi Province. *Asia Pacific Journal of Religions and Cultures*. 4(2) 182-196
- Lee, C. & Das, S. (2019). 2. E-commerce and ASEAN Economic Integration. In C. Lee & E. Lee (Ed.), *E-Commerce, Competition & ASEAN Economic Integration* (pp. 7-30). Singapore: ISEAS Publishing.
- Mahamud., T& Suksaskawin., P. (2020). Innovation of Halal Business Science in Thailand since 2019 for Applying on Human Resource Training Operation. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(10s), 3497-3508.
- Manoj Tripathy, R. P. Maheshwari & H. K. Verma (2005) Advances in Transformer Protection: A Review, *Electric Power Components and Systems*, 33(11) 1203-1209.
- Paul, J. (2002), "Narrowing the digital divide: initiatives undertaken by the Association of South-East Asian Nations (ASEAN)", *Program: electronic library and information systems*, 36 (1)13-22.
- Permana, Rizky Banyualam,(2018) ASEAN E-Commerce Agreement: ASEAN Way of Digital Trade? (March 28, 2019). International Conference on ASEAN Studies, UGM, Yogyakarta, Indonesia, 13-14 March 2018.
- Pichayapaiboon, S. (2020). COPYRIGHT OF ACADEMIC WORK AT DIGITAL AGE . *RMUTK Journal of Liberal Arts*, 2(2), 99-104.
- Quah, J. (1982). Bureaucratic Corruption in the ASEAN Countries: A Comparative Analysis of Their Anti-Corruption Strategies. *Journal of Southeast Asian Studies*, 13(1), 153-177.
- Ramaiah, A. K., Sirait, N. N., & Smith, N. N. (2019). Competition in Digital Economy: The State of Merger Control on Consumer Transportation in ASEAN .*International Journal of Modern Trends in Business Research (IJMTBR)*, 2(7), 66-82.
- Riasanow, T., Jäntgen, L., Hermes, S. et al. (2020) Core, intertwined, and

- ecosystem-specific clusters in platform ecosystems: analyzing similarities in the digital transformation of the automotive, blockchain, financial, insurance and IIoT industry. *Electron Markets*
- Sam, C.Y (2008) Economic Nationalism in Singapore and Thailand, *South East Asia Research*, 16:3, 433-459.
- Sapsanguanboon, W., & Faijaidee, W. (2020). DIGITAL TRANSFORMATION FOR GOVERNMENT AGENCIES TO ENHANCE THAILAND’S COMPETITIVENESS. *Modern Management Journal*, 18(1), 15-22.
- SEVERINO, R. (2007). ASEAN Beyond Forty: Towards Political and Economic Integration. *Contemporary Southeast Asia*, 29(3), 406-423.
- Shouchupol, A. (2020). MANAGEMENT OF BUSINESS ORGANIZATION WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR BUSINESS SURVIVAL. *Valaya Alongkorn Review*, 10(3), 155-164.
- Sihol, S.N (2017) The Influence of Government Public Policies, Competitive Business Environment and Managerial Competencies on the Digital Business Practices at the Commercial Banks in Jakarta, Indonesia (November 30, 2017). *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 10, (11)65-76, 2017.
- Sui,D and Rejeski, D.(2002) Environmental impacts of the emerging digital economy: the e-for-environmental e-commerce? *Environmental Management*, 29 (2) 155-163
- strategy, research & development. *International Journal of Tourism & Hospitality in Asia Pacific*, 3(2), 95-104.
- Wongwuttawat, J., & Lawanna, A. (2018). The digital Thailand strategy and the ASEAN community. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*. 84(3), 1–15.
- Yue, C.S (1998) The ASEAN free trade area, *The Pacific Review*, 11(2), 213-232.