

ดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อยกระดับธุรกิจบริการในยุคโควิด-19

DIGITAL PLATFORM TO ELVERATE SERVICE BUSINESSES IN THE COVID-19 ERA

ปริศนา มั่นเภา^{1*} และฐิติยา เนตรวงษ์²

Prisana Munpao^{1*} and Titiya Netwong²

บทคัดย่อ

ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสำหรับนวัตกรรมบริการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการสำหรับภาคธุรกิจ การนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้เป็นใหม่ดใหม่ในการจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม ก่อเกิดภาวะเศรษฐกิจรูปแบบใหม่เรียกว่าเศรษฐกิจแบ่งปัน ระหว่างผู้ประกอบการ และลูกค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์ธุรกิจให้บริการผ่านแพลตฟอร์มภายใต้ระบบนิเวศทางธุรกิจเชื่อมต่อระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ สร้างและพัฒนาความสัมพันธ์เพื่อให้ธุรกิจบนแพลตฟอร์มมีความยืดหยุ่น และปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดได้ ดังเช่นในระบบนิเวศทางธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคที่สร้างกระบวนการใหม่ในการบริโภค เศรษฐกิจแพลตฟอร์มจึงเติบโตอย่างต่อเนื่องภายใต้วิถีปกติใหม่ ที่ผู้คนต้องทำงานและเรียนอยู่ที่บ้านและอยู่ในรูปแบบดิจิทัลเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ดิจิทัลแพลตฟอร์มช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมบริการ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างประสบการณ์พิเศษแก่ผู้รับบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับการพัฒนาแพลตฟอร์มและความสามารถของแพลตฟอร์มที่สามารถตอบสนองลูกค้าผู้รับบริการได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด

คำสำคัญ : ดิจิทัลแพลตฟอร์ม, ธุรกิจการบริการ, โควิด-19

¹สาขาวิชาบริการลูกค้า คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Customer Service Program, Faculty of Science Management, Suan Dusit University

²สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Information Technology Program, Faculty of Science and Technology, Suan Dusit University

E-mail: prisana_mun@dusit.ac.th

ABSTRACT

Digital platforms are powerful tools for service innovation and product service development for businesses. The adoption of digital platforms is a new mode of conducting socio-economic activities created a new type of economy called the sharing economy between entrepreneur and customers. It is a business strategy that provides services through a platform under a business ecosystem that connects service providers and service recipients. Build and develop relationships to make business on the platform flexible and adapt to survive as in natural ecosystems, especially in the situation of COVID-19 that caused a change in consumption behavior that creates a new process of consumption. The platform economy therefore continues to grow under the new normal. That people have to work and study from home and stay digital to prevent the spread of COVID-19. Digital platforms develop the hospitality industry create a competitive advantage, create a special experience for service recipients. This depends on the development of the platform and the ability of the platform to meet the customer's needs as much as possible.

Keywords : Digital platform, Service businesses, COVID-19

บทนำ

การแพร่ระบาดของโควิด-19 กิจกรรมหลักของผู้บริโภคอยู่ในวิถีปกติใหม่ (New normal) ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตการทำงาน และการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนไป ผู้การใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital platform) ที่กลายเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และบริการทางเทคโนโลยีเป็นตัวกระตุ้นให้ภาคธุรกิจหันมาดำเนินธุรกิจบนแพลตฟอร์ม

วัตถุประสงค์ของการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้เกิดจากการจับคู่ความต้องการของผู้เสนอขายสินค้าและบริการ หรือเศรษฐกิจที่ขึ้นอยู่กับความต้องการเสนอซื้อสินค้าหรือบริการ (On demand economy) ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มในการดำเนิน เปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการบนสมมติฐานที่ว่าเป็นการลดต้นทุนธุรกรรมของการแลกเปลี่ยน อำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงระบบนิเวศดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Collier, Dubal & Carter, 2017; เกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร และวรุตล ตุลารักษ์, 2563) ตัวอย่างดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จเป็นที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เช่น เฟซบุ๊ก ยาฮู ยูทูบ และอูเบอร์ เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะเป็นแพลตฟอร์มโซเชี่ยลมีเดีย แพลตฟอร์มให้ความรู้ แพลตฟอร์มการแชร์สื่อ และแพลตฟอร์มการบริการ ตามลำดับ

ธุรกิจบริการมีส่วนสำคัญที่ทำให้ประชาชนภายใต้สถานการณ์โควิด-19 สามารถดำเนินชีวิตให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีในสถานการณ์ที่ยากลำบากนี้ ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีส่วนสนับสนุนให้ธุรกิจบริการสามารถดำเนินการส่งมอบบริการ และมีแนวโน้มเกิดดิจิทัลแพลตฟอร์มในรูปแบบธุรกิจต่าง ๆ สูงขึ้น เช่น ธุรกิจบริการอาหารและบริการฟุตเดลิเวอรี่ ธุรกิจการขายของออนไลน์ ธุรกิจการขนส่งโลจิสติกส์ ธุรกิจการศึกษา และการประชุมออนไลน์ เป็นต้น เนื่องจากวิกฤตโควิด-19 ผลักดันให้คนต้องทำงานและเรียนจากที่บ้าน (Work form home: WFH) ดังนั้นรูปแบบธุรกิจบริการบนแพลตฟอร์มนอกจากความสามารถในการสร้างประสบการณ์บริการรูปแบบใหม่ที่ทันสมัยแล้ว ยังสร้างคุณค่าเกี่ยวกับสินค้าและบริการในสังคมดิจิทัลยุคโค

วิด-19 เนื่องจากผู้บริโภคจะคำนึงถึงความสะดวกในการดำเนินการซื้อขาย ง่ายต่อการใช้งาน และความปลอดภัยในการชำระสินค้า รวมถึงความปลอดภัยในการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้บริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

วัตถุประสงค์ของบทความวิชาการนี้เพื่อนำเสนอแนวคิดดิจิทัลแพลตฟอร์ม ดิจิทัลแพลตฟอร์มธุรกิจ บริการในสถานการณ์โควิด-19 และผลกระทบดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจบริการซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการยกระดับธุรกิจบริการต่อไป

แนวคิดดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลแพลตฟอร์มในความหมายเชิงธุรกิจ คือ หน่วยโครงสร้างที่มีหน้าที่เชื่อมโยง ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่า ให้เข้าถึงกันได้ง่ายขึ้นผ่านระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้ออำนวยให้เกิดความร่วมมือ หรือแบ่งปันผลประโยชน์กัน โดยไม่จำเป็นต้องผูกมัดกันระยะยาว ก่อเกิดภาวะเศรษฐกิจรูปแบบใหม่เรียกว่า เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ที่บริษัทหรือผู้ประกอบการสามารถลดราคา ลดการลงทุนและการจ้างงานระยะยาว ซึ่งเป็นกลยุทธ์ธุรกิจในการสร้าง ดึงดูด รักษากลุ่มลูกค้าให้ใช้สินค้า บริการของตนผ่านแพลตฟอร์ม โดยการสร้างระบบนิเวศของตนมาพัฒนาสินค้า บริการ สิ่งแวดล้อม ให้ลูกค้าพึงพอใจ ซึ่งการดำเนินการผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้า และบริการบนสมมติฐานที่ว่าเป็นการลดต้นทุนธุรกรรมการแลกเปลี่ยน (เกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร และวรดุล ตูลารักษ์, 2563; พรธรวดี เลิศลุมพลินธุ์, 2562)

การนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้เป็นโมเดลใหม่ในการจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม และกลายเป็นโมเดลหลักสำหรับการจัดกิจกรรมของมนุษย์ที่หลากหลาย รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (Tan et al., 2015; Kane et al., 2014) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเพิ่มขึ้นของดิจิทัลแพลตฟอร์มได้เปลี่ยนภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น ภาคการขนส่ง (Uber, Grab) การบริการที่พัก (Airbnb, Couchsurfing) การบริการอาหาร (GrubHub, Hungry Hub) และการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Apple iOS, Google android) องค์การที่ใช้ประโยชน์จากดิจิทัลแพลตฟอร์มได้ประสบความสำเร็จในการเติบโตอย่างมากทั้งในด้านราคาที่สามารถเข้าถึงได้ และขนาดจำนวนของผู้ใช้ (Evans & Gawer, 2016) ด้วยเหตุนี้ ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงกลายเป็นโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์ที่น่าดึงดูด และเป็นกลไกขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มดีสำหรับภาคส่วนต่าง ๆ

Watts (2020) กล่าวว่า ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นรูปแบบการใช้ดิจิทัลรูปแบบใหม่ที่รวดเร็วและเปลี่ยนแปลงบ่อย ใช้เทคโนโลยีในการแก้ปัญหา ในแง่องค์กรธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นผลรวมของสถานที่สำหรับแลกเปลี่ยนของข้อมูล สินค้า หรือบริการที่จะเกิดขึ้นระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคตลอดจนชุมชนที่มีปฏิสัมพันธ์กันในแพลตฟอร์ม แพลตฟอร์มมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับโมเดลธุรกิจที่ใช้และวัตถุประสงค์เฉพาะที่ดำเนินการและการให้บริการ ตัวอย่างของดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่

1. แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Twitter, Instagram และ LinkedIn
2. แพลตฟอร์มความรู้ เช่น StackOverflow, Quora และ Yahoo
3. แพลตฟอร์มการแชร์สื่อ เช่น YouTube, Spotify และ Vimeo
4. แพลตฟอร์มที่เน้นการบริการ เช่น Uber, Airbnb และ GrubHub

การจำแนกประเภทของแพลตฟอร์มสามารถแบ่งได้หลากหลายรูปแบบทั้งดิจิทัลแพลตฟอร์มตามรูปแบบธุรกิจ ดิจิทัลแพลตฟอร์มตามโมเดลปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมให้ข้อมูลภายนอก ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ตามโหมดการกำกับดูแลของแพลตฟอร์ม และตามโครงสร้างการเป็นเจ้าของ การจำแนกดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในที่นี้ แบ่งได้ 4 ประเภท ดังตารางที่ 1 (Asadullah, Faik & Kankanhalli, 2018)

ตารางที่ 1 การจำแนกประเภทของดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ประเภทของดิจิทัลแพลตฟอร์ม	การจัดหมวดหมู่	ตัวอย่างดิจิทัลแพลตฟอร์ม
รูปแบบธุรกิจ	โมเดลผู้รวมระบบ	Apple iOS, InnoCentive.com, Google Android
	โมเดลผลิตภัณฑ์	Linux, Cloud computing initiatives
	โมเดลธุรกิจแพลตฟอร์มหลายด้าน	Facebook, eBay, Alibaba
รูปแบบการปฏิสัมพันธ์	การทำงานร่วมกัน	Threadless.com, Wikipedia
	การแข่งขัน	TopCoder, Video games on consoles
รูปแบบการกำกับดูแลของแพลตฟอร์ม	แพลตฟอร์มแบบเปิด	Linux, Wikipedia
	แพลตฟอร์มแบบปิด	Apple iOS, Google Android
รูปแบบโครงสร้างการเป็นเจ้าของ	แพลตฟอร์มที่มีกรรมสิทธิ์	Sony (game consoles), Microsoft platforms
	แพลตฟอร์มโอเพนซอร์ส	Linux, R

ที่มา: Asadullah, Faik & Kankanhalli (2018)

จากตารางที่ 1 มุมมองแนวคิดของดิจิทัลแพลตฟอร์มตามแนวคิดเชิงเทคนิค และเน้นระบบนิเวศที่ไม่เน้นด้านเทคนิค ได้แบ่งประเภทของดิจิทัลแพลตฟอร์ม ตามรูปแบบธุรกิจ การปฏิสัมพันธ์ การกำกับดูแลของแพลตฟอร์ม และโครงสร้างการเป็นเจ้าของ ในอนาคตคาดว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มโดยการรวมแนวคิดและบูรณาการประเภทของดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อประโยชน์ในการแก้ปัญหาและการใช้ประโยชน์สูงสุดจากดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Watts (2020) ตั้งข้อสังเกตในการอธิบายแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จ จะต้องมียุทธศาสตร์สำคัญดังต่อไปนี้

1. ใช้งานง่ายและดึงดูดผู้ใช้งานทันที
2. ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีความน่าเชื่อถือ มีความปลอดภัย มีข้อกำหนดและเงื่อนไขการใช้งานที่ชัดเจน
3. มีการป้องกันความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน
4. การรับประกันทรัพย์สินทางปัญญา และความเป็นเจ้าของของข้อมูล หรือความเป็นชุมชนในแพลตฟอร์ม
5. มีความสามารถ ตักยภาพการเชื่อมต่อการใช้เอพีไอ (Application programming interface: API) เพื่อขยายระบบนิเวศของแพลตฟอร์ม
6. อำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ใช้ ผู้ผลิต และผู้บริโภค

7. ให้คุณค่าของชุมชนในแพลตฟอร์ม ยิ่งขนาดของชุมชนในแพลตฟอร์มมีขนาดใหญ่ ก็มีมูลค่ามากขึ้น แพลตฟอร์มต้องสามารถมอบสิทธิประโยชน์ให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในชุมชนแพลตฟอร์มนั้น ๆ

8. ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีความสามารถในการปรับขนาดโดยไม่ทำให้ประสิทธิภาพการใช้งานลดลง

ในเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม ผู้เกี่ยวข้องกับบริการดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มจะให้ความสำคัญกับระบบนิเวศทางธุรกิจ (Ecosystem) ซึ่งประกอบด้วย เครือข่ายขององค์กรต่าง ๆ ทั้งซัพพลายเออร์ ผู้กระจายสินค้า ลูกค้า คู่แข่งทางธุรกิจ และหน่วยงานภาครัฐ โดยเกี่ยวข้องในกระบวนการการส่งสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคผ่านทั้งการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างกัน แต่ละส่วนในระบบนิเวศมีผลกระทบซึ่งกันและกัน สร้างและพัฒนาความสัมพันธ์เพื่อให้ธุรกิจบนแพลตฟอร์มมีความยืดหยุ่น และปรับตัวเพื่อสามารถอยู่รอดได้ดังเช่นในระบบนิเวศทางธรรมชาติ ธุรกิจแพลตฟอร์มสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจเพื่อดึงผู้บริโภคเข้าใช้บริการ เพื่อสร้างมูลค่าของการแลกเปลี่ยนสินค้า โดยดึงทั้งผู้ผลิตหรือร้านค้า และคนงานแรงงานบนแพลตฟอร์ม เข้ามาอยู่ในระบบนิเวศของแพลตฟอร์มให้มากที่สุด ด้วยการให้แรงจูงใจต่าง ๆ เช่น ไม่เก็บค่าบริการในการเข้ามาอยู่ในแพลตฟอร์มสำหรับผู้ให้บริการ และให้คำตอบแทนที่เป็นแรงจูงใจสำหรับแรงงานบนแพลตฟอร์มในระยะเริ่มต้น เพื่อให้เข้ามาทำงานอยู่ในระบบแพลตฟอร์ม ดังนั้นเงื่อนไขของธุรกิจที่ดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มจึงไม่ให้เกิดขึ้นทันที บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มจำเป็นต้องสร้างพฤติกรรมใหม่ให้กับผู้บริโภค ควบคู่กับการเสนอบริการที่กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคด้วย เพื่อให้แพลตฟอร์มทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างอุปสงค์และอุปทานได้อย่างสมบูรณ์ ด้วยการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคที่สร้างกระบวนการใหม่ในการบริโภค (เกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร และวรศุล ตูลารักษ์, 2563) โมเดลทางธุรกิจของแพลตฟอร์มแตกต่างจากการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเก่า ตรงที่บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มจะสนับสนุนให้คนเข้ามาในระบบเครือข่ายมากที่สุด แล้วจึงเก็บเกี่ยวรายได้และผลกำไรในภายหลัง โดยแบ่งด้านอุปสงค์ คือ ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ และอุปทาน คือ ผู้ผลิตหรือผู้สร้างเนื้อหาเพื่อให้บริการ แล้วแต่ประเภทสินค้าบริการของแพลตฟอร์ม โดยปัจจัยสำคัญ คือ แพลตฟอร์มทำหน้าที่เชื่อมฝั่งผู้ซื้อกับผู้ขายเข้าด้วยกันผ่านแอปพลิเคชัน และบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มจะลงทุนเพื่อสร้างระบบนิเวศ ให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค

สรุปได้ว่า การสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มไม่เพียงแต่เป็นแพลตฟอร์มเพื่อการบริการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงชุมชนแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการด้วย ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จทำหน้าที่หลักสองประการคือ

1. อำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ หรือข้อมูลใช้ประโยชน์จากชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับทุกคนในระบบนิเวศบนแพลตฟอร์ม โอบรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลด้วยการเสริมพลังองค์กรเพื่อท้าทายสภาพที่เป็นอยู่และการทดลอง โดยไม่ต้องกลัวความล้มเหลวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนวัตกรรมที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

2. สร้างความเข้มแข็งดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย ธุรกิจเชื่อมถือได้และการปกป้องผู้ใช้จากผู้กระทำผิดในแพลตฟอร์ม เหล่านี้จะทำให้แพลตฟอร์มประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก

ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในธุรกิจต่าง ๆ แพลตฟอร์มลดกระบวนการทำงานต่าง ๆ ทั้งภาคการเดินทาง การติดต่อสื่อสาร การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ และการบริการ ดิจิทัลแพลตฟอร์มช่วยให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลกและมอบโปรโมชันและเครื่องมือควบคุมคุณภาพในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจบริการ จึงต้องเลือกแพลตฟอร์มให้เหมาะสมเพื่อสร้างความพึงพอใจลูกค้า เพื่อเข้าถึงตลาดใหม่และสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าสำหรับผู้ใช้งาน และคู่ค้า ในรูปแบบการดำเนินงานที่ทันสมัย

ดิจิทัลแพลตฟอร์มธุรกิจบริการในสถานการณ์โควิด-19

ธุรกิจบริการ หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินกิจการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นตัวตนมีรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านความพึงพอใจและความคาดหวัง มักจะถูกบริโภคไปพร้อม ๆ กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา เช่น ธุรกิจบริการอาหารและบริการฟู้ดเดลิเวอรี่ ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจการรักษายาบาล ธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่งโลจิสติกส์ เป็นต้น มีส่วนสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของประชาชนคนไทยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่าของประเทศ นอกจากนี้ธุรกิจบริการมีความสำคัญในการไปเสริมสร้างธุรกิจหรือรายได้และช่วยต่อยอดเพิ่มมูลค่าของบริการให้สูงขึ้น เช่น ธุรกิจบันเทิง โซตทัศน์ ท่องเที่ยว สุขภาพ ความงาม และวิชาชีพ เป็นต้น (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์, 2558)

ขั้นตอนของการใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์มโดยทั่วไป เมื่อดิจิทัลแพลตฟอร์มได้รับข้อมูลภายนอกในการใช้งานจะมีขั้นตอนทั่วไป 3 ขั้นตอน ได้แก่ (Anita, 2020)

1. การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อการพัฒนาและการปรับใช้ การซื้อกิจการรวมถึงการระดมทุนเทคโนโลยี และผู้ขายที่มีศักยภาพการประเมินโอกาสการเลือกคู่ธุรกิจที่ดีที่สุด การเจรจาเกี่ยวกับเงื่อนไข และการถ่ายทอดเทคโนโลยี

2. การพัฒนาเป็นกระบวนการปรับปรุงแพลตฟอร์มปรับเปลี่ยน และปรับแต่งตามความต้องการของบริษัทผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ

3. ในระหว่างการปรับใช้แพลตฟอร์ม บริษัทผู้ให้บริการจะติดตั้ง และแจกจ่ายดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อให้สามารถเข้าถึงได้สำหรับการใช้งาน

ลักษณะการดำเนินธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มมีลักษณะสำคัญดังนี้ (พรรณวดี เลิศลุมพลีพันธ์, 2562)

1. เปลี่ยนจากการควบคุมทรัพยากร เป็นการจัดการทรัพยากรให้เหมาะสมทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น อสังหาริมทรัพย์ และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น ทรัพยากรสินทางปัญญา

2. เปลี่ยนจากการเพิ่มประสิทธิภาพภายในองค์กร เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคภายนอก เพื่อการสร้างคุณค่าจากความสามารถในการปรับตัวตามสิ่งแวดล้อมภายนอก ที่เน้นกระบวนการแบบมีส่วนร่วม และการกำกับดูแลระบบนิเวศจะกลายเป็นทักษะที่สำคัญ

ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจถดถอยจากผลกระทบโควิด-19 พบว่า ผู้คนจำเป็นต้องอยู่บ้านมากขึ้น เกิดแนวโน้มการทำงานรูปแบบใหม่คือ Work from home การใช้จ่ายซื้อของต่าง ๆ จึงต้องซื้อผ่านออนไลน์กันมากขึ้น ดังจะพบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกา ความสนใจของผู้บริโภคในการเข้ามาใช้บริการร้านอาหารลดลงถึงร้อยละ 54 มีการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันแพลตฟอร์มสั่งซื้ออาหารในช่วงวิกฤตโควิด-19 มากขึ้นโดยผู้บริโภคใช้จ่ายเพิ่มผ่านการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 87.4 จึงกล่าวได้ว่าโควิด-19 เป็นตัวเร่งให้เกิดนวัตกรรมบริการ ยกกระตือรือร้นการบริการให้มีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม ที่ได้หวังพบว่าการบริการสั่งสินค้ามากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากโควิด-19 โดยมีการใช้แพลตฟอร์ม Ubox ในการสั่งผลิตภัณฑ์อาหารทางออนไลน์ ดังนั้นรูปแบบธุรกิจจึงเปลี่ยนไปโดยเฉพาะรูปแบบธุรกิจบริการอาหารและฟู้ดเดลิเวอรี่ในสถานการณ์โควิด-19 (Dishman, 2020; Saleh, 2020; วิชชา ฉิมพลี และคณะ, 2564)

ภาคการศึกษาเกิดการปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19 นักเรียนและนักศึกษาต่างปรับตัวเพื่อสามารถเรียนบนแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ โดยสามารถเรียนจากดิจิทัลแพลตฟอร์มที่รองรับการจัดการเรียนการสอน เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ กูเกิล อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และยูทูป เป็นต้น ในประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อ

สถานศึกษาหลายแห่งต้องทำการเรียนที่บ้าน การเข้าห้องปฏิบัติการจึงต้องปรับรูปแบบเป็นรูปแบบเสมือนจริง เป็นรูปแบบการเรียนออนไลน์เต็มรูปแบบ การปฏิสัมพันธ์แบบผสมผสานเวลาผ่าน Zoom, Google Meet, Cisco WebEx เพื่อปรับรูปแบบการเรียนออนไลน์ให้เหมาะสมกับผู้เรียน และมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการการเรียนระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน (I Nathaniel et al., 2021) สำหรับประเทศไทยในการทำงานและประชุมออนไลน์ 5 อันดับแรก ได้แก่ Zoom คิดเป็นร้อยละ 70.6 รองลงมาคือ Line คิดเป็นร้อยละ 61 Microsoft Teams คิดเป็นร้อยละ 38.4 Google Meet คิดเป็นร้อยละ 35.5 และ Google Drive คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่าธุรกิจบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม หลายแพลตฟอร์มมีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มขึ้นในสถานการณ์โควิด-19 เช่น แพลตฟอร์มบริการอาหาร การสั่งซื้อสินค้า การเรียนออนไลน์ และการประชุมออนไลน์ เป็นต้น แต่ก็มีธุรกิจบริการในช่วงโควิด-19 ที่มีแนวโน้มการใช้งานที่ลดลงในช่วงสถานการณ์ดังกล่าว เช่น ภาคธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การจองโรงแรม จองที่พักในสถานที่ท่องเที่ยว แพลตฟอร์มสนับสนุนธุรกิจ SMEs เป็นต้น ผลกระทบดิจิทัลแพลตฟอร์มในธุรกิจบริการจึงมีทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ ดังนั้นธุรกิจบริการจึงต้องปรับตัวให้สามารถปรับตัวอยู่รอดผ่านสถานการณ์ที่ยากลำบากนี้ได้

ผลกระทบดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจบริการ

ดิจิทัลแพลตฟอร์มช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาธุรกิจให้มีความโดดเด่น ส่งผลกระทบในเชิงบวกดังนี้ (Anita, 2020)

1. การบริการสร้างวิธีการใหม่ในการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ใช้และผู้ให้บริการ ด้วยการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลลูกค้าจะได้รับประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้นค้นหารูปแบบต่าง ๆ จำนวนมากในทีเดียว และทำให้มีทางเลือกที่ดีขึ้น ในขณะที่ธุรกิจต่าง ๆ สามารถรับรองการเข้าถึงของผู้บริโภคทั่วโลกเข้าสู่ตลาดใหม่ลดต้นทุนการโฆษณารับโอกาสที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการมีส่วนร่วมและเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย

2. ดิจิทัลแพลตฟอร์มจะทำการรวบรวมและส่งมอบข้อมูลขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้ประกอบการรายใหญ่จึงรวบรวมผู้ประกอบการรายย่อยและผู้มีชื่อเสียงระดับโลกเข้าด้วยกัน บริษัทขนาดเล็กมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับประโยชน์จากแพลตฟอร์มมากกว่าที่จะถูกทิ้งไว้ข้างหลัง นอกจากนี้ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่อนุญาตให้มีการจัดกลุ่มสภาพแวดล้อมยังคงปรากฏต่อไปเนื่องจากการแบ่งปันสินทรัพย์และข้อมูลมีความสำคัญมากขึ้นจากมุมมองธุรกิจกับธุรกิจ (B2B)

3. ดิจิทัลแพลตฟอร์มสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และการบริการบนแพลตฟอร์ม รวมถึงสร้างชุมชนบนแพลตฟอร์มเพื่อสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับผู้ใช้บริการ

4. ดิจิทัลแพลตฟอร์มลักษณะตัวกลางแรงงานบนแพลตฟอร์ม จะมีความยืดหยุ่นให้แรงงานสามารถหาได้รายเสริม เอื้อประโยชน์ในการเข้าสู่ตลาดแรงงานได้ง่ายขึ้น เช่น กลุ่มแรงงานอพยพ ผู้ที่ไม่มีวุฒิการศึกษา ผู้สูงอายุ ได้มีโอกาสทำงานและมีรายได้เพิ่มขึ้น (อรรถคุณฐ วันทนะสมบัติ และเกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร, 2561)

กล่าวได้ว่าผลกระทบเชิงบวกสามารถยกระดับธุรกิจบริการ ส่งผลต่อการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม สร้างความพึงพอใจตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ แต่ผลกระทบในเชิงลบก็ยังมี ดังมีรายละเอียดข้อควรระมัดระวังและข้อควรพิจารณาต่อไปนี้

1. ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีให้เลือกใช้งานมากมาย หากไม่มีความน่าเชื่อถือ ไม่สามารถสร้างความปลอดภัย และไม่สามารถป้องกันความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานได้ ก็จะเป็นอันตรายต่อผู้ใช้งานทั้งชีวิตและทรัพย์สิน

2. ในสถานการณ์โควิด-19 ผู้คนใช้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มเพิ่มมากขึ้น แต่เป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มต่างชาติและผู้ให้บริการเสียค่าใช้จ่ายสูง เมื่อเทียบกับดิจิทัลแพลตฟอร์มผู้ประกอบการสัญชาติไทยที่มีขนาดเล็กกว่า เมื่อเจอวิกฤตเศรษฐกิจครั้งนี้ ที่ยืดเยื้อและยาวนาน อาจต้องปิดตัวลงหรือโดนควมรวมโดยต่างชาติ ผู้ประกอบการดิจิทัลแพลตฟอร์มสัญชาติไทยจึงควรปรับตัวนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับตลาดปัจจุบัน เช่น การเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายหรือเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ (ไพท ผดุงถิ่น, 2564)

3. แรงงานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม เช่น อุเบอร์ แกร็บแท็กซี่ ไรเดอร์ส่งอาหารและสินค้า ต้องทำงานในสภาพที่ต่ำกว่ามาตรฐานแรงงานสากลและอยู่นอกเหนือจากการคุ้มครองของกฎหมายแรงงาน (อรรถณัฐ วันทนะสมบัติ และเกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร, 2561)

ในภาวะวิกฤตย่อมมีโอกาสที่จะเกิดดิจิทัลแพลตฟอร์มที่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค นำเทคโนโลยีหรือแพลตฟอร์มที่มีมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับตลาด และปรับตามสถานการณ์ และต่อยอดการใช้งานที่หลากหลาย

สรุป

ดิจิทัลแพลตฟอร์มกลายเป็นรูปแบบองค์กรหลักในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงการบริการนวัตกรรม และการพัฒนาซอฟต์แวร์ บางแพลตฟอร์มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน สร้างระบบนิเวศที่เสถียรและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่หลายแพลตฟอร์มยังไม่สามารถทำได้ ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในธุรกิจบริการ แพลตฟอร์มลดกระบวนการทำงานต่าง ๆ ทั้งภาคการเดินทาง การติดต่อสื่อสาร การบริการอาหาร การเรียนออนไลน์ ดิจิทัลแพลตฟอร์มช่วยให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก และมอบโปรโมชั่นและเครื่องมือควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุดของบริษัทผู้ให้บริการ ดังนั้น ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงเป็นตัวกระตุ้นธุรกิจบริการที่สำคัญ กล่าวได้ว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเทคโนโลยีออนไลน์สำหรับการผสมผสานและความทันสมัยของการดำเนิน ธุรกิจตลอดจนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเข้าถึงตลาดใหม่ และสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าสำหรับผู้ใช้งานและผู้ค้า

เอกสารอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร และวรคุณ ตูลารักษ์. (2563). รูปแบบงานใหม่ของคนขี่มอเตอร์ไซด์ส่งอาหารที่กำกับโดยแพลตฟอร์ม. กรุงเทพฯ: มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท ร่วมกับ สถาบันแรงงานและเศรษฐกิจที่เป็นธรรม.

พรธณวดี เลิศลุมพลิพันธุ์. (2562). แพลตฟอร์ม: เปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 14(1), 150–157.

ไพท ผดุงถิ่น. (2564). ดิจิทัลสตาร์ทอัพ แพลตฟอร์มสัญชาติไทย จะฝ่าวิกฤตโควิดไปได้อย่างไร. สืบค้นวันที่ 6 สิงหาคม 2564, จาก <https://set.or.th/enterprise>.

- วิชา นิคมพลี วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา ภูริพจน์ แก้วयोग และ ฐิติยา เนตรวงษ์. (2564). นวัตกรรมร้านค้าอัจฉริยะสำหรับธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ยุคปกติใหม่. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 23(1), มกราคม-เมษายน, 31-45.
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์. (2558). *ธุรกิจบริการมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยอย่างไร*. สืบค้นวันที่ 16 สิงหาคม 2564, จาก http://www.aseanhai.net/ewt_news.php?nid=4552&filename=index.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *แพลตฟอร์มแจ้งเกิด ยุค WFH*. สืบค้นวันที่ 6 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.etda.or.th/Useful-Resource/WFH-PLATFORM.aspx>.
- อรรถณัฐ วันทนะสมบัติ และเกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร. (2561). *แพลตฟอร์มอีโคโนมีและผลกระทบต่อแรงงานในภาคบริการ: กรณีศึกษาในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิฟรีดริค เฮแบร์ท ร่วมกับสถาบันแรงงานและเศรษฐกิจที่เป็นธรรม.
- Anita, T. (2020). *Utilization process of digital tourism platform*. Bachelor's thesis, Bachelor of Business Administration. Degree programme in Business Information Technology, LAB UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES LTD.
- Asadullah, A., Faik, I. & Kankanhalli, A. (2018). Digital Platforms: A Review and Future Directions. *Twenty-Second Pacific Asia Conference on Information Systems*, Japan 2018.
- Collier, R. B., Dubal, V.B. & Carter, C. (2017). *Labor Platforms and Gig Work: the Failure to Regulate*. Institute for Research on Labor and Employment, University of California Berkeley, Working Paper #106-107.
- Dishman, L. 2020. *The Delivery App Landscape Is Changing and Sustaining Businesses During COVID-19*. Accessed 13 December 2020, From <https://www.uschamber.com/co/good-company/launch-pad/coronavirus-pandemic-food-delivery-businesses>.
- Evans, P. C. & Gawer, A. (2016). *The Rise of the Platform Enterprise A Global Survey*. The Center for Global Enterprise, USA, New York.
- I Nathaniel, T., Goodwin, R. L., Fowler, L., Mcphail, B. & Black Jr, A. C. (2021). *An adaptive blended learning model for the implementation of an integrated medical neuroscience course during the Covid-19 pandemic*. Research Report, DOI: 10.1002/ase.2097 PMID: 33915035.
- Kane, G. C., Alavi, M., Labianca, G., & Borgatti, S. P. (2014). What's Different About Social Media Networks? A Framework and Research Agenda. *MIS Quarterly*, 38(1), 275-304.
- Saleh, Y. 2020. ICT, social media and COVID-19: evidence from informal home-based business community in Kuwait City. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. DOI 10.1108/JEC-07-2020-0131.
- Tan, B., Pan, S. L., Lu, X., & Huang, L. (2015). The Role of IS Capabilities in the Development of Multi-Sided Platforms: The Digital Ecosystem Strategy of Alibaba.com. *Journal of the Association for Information Systems*, 16(4), 248-280.
- Watts, S. (2020). *Digital Platforms: A Brief Introduction*. Access 1 April, 2021, From <https://www.bmc.com/blogs/digital-platforms/>.