

หน่วยที่ 8

อาชีพออนไลน์และวิเคราะห์ธุรกิจใหม่

ครูภูมิวัฒน์ เกื้อทาน

แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ครูภูมิวัฒน์



หน่วยที่ 8 อาชีพออนไลน์และวิเคราะห์ธุรกิจใหม่

เนื้อหา

1. ความหมายและความสำคัญของอาชีพออนไลน์
2. รูปแบบ-ความสำคัญของอาชีพออนไลน์
3. ทักษะจำเป็นสำหรับอาชีพออนไลน์
4. ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์ธุรกิจ
5. ขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ
6. การใช้เครื่องมือทางธุรกิจเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจใหม่

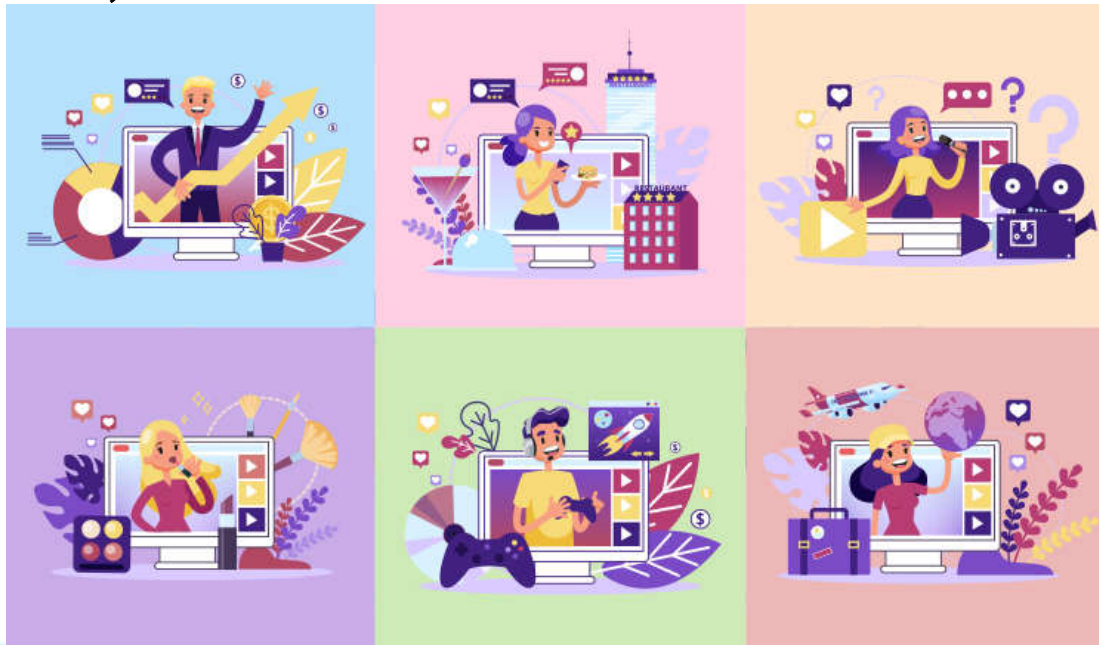


ดร. ฐริวัฒน์



1. ความหมายและความสำคัญของอาชีพออนไลน์

อาชีพออนไลน์ คือ การทำงานหรือสร้างธุรกิจโดยใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลัก เพื่อสร้างรายได้ มีความยืดหยุ่นสูง สามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ (Digital Nomad) โดยไม่ต้องเข้าออฟฟิศ ทำให้มีหลากหลายรูปแบบ เช่น การขายของออนไลน์, นักสร้างคอนเทนต์ (YouTuber, Blogger), ฟรีแลนซ์ (เขียน, ออกแบบ, แปล), สอนออนไลน์, หรือเป็นนายหน้าออนไลน์ (Affiliate Marketing).



ศรภูมิวัฒน์



1.ความหมายและความสำคัญของอาชีพออนไลน์

ข้อดี:

- อิสระในการทำงาน: จัดเวลาและสถานที่ทำงานได้เอง.
- ต้นทุนต่ำ: หลายอาชีพเริ่มต้นได้โดยไม่ต้องลงทุนสูง.
- หลากหลาย: มีงานให้เลือกทำเยอะมาก เหมาะกับทักษะที่แตกต่างกัน.

ข้อควรระวัง:

- ต้องมีความขยันอดทนและมีวินัย.
- อาจมีความเสี่ยงเรื่องรายได้ไม่แน่นอน สวัสดิการ และการถูกหลอกลวง.
- อาชีพออนไลน์เป็นโอกาสในการสร้างรายได้ที่เติบโตสูงในยุคดิจิทัล ทำให้คนทั่วไปสามารถสร้างอาชีพใหม่ๆ ได้จากบ้านของตัวเอง.

2.รูปแบบ-ความสำคัญของอาชีพออนไลน์

ประเภท-รูปแบบของอาชีพออนไลน์ยอดนิยม

- **การขายออนไลน์:** ขายสินค้าทั่วไป (E-commerce) หรือสินค้าดิจิทัล (eBook, เเทมเพลต) ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ.
 - **การสร้างคอนเทนต์:** YouTuber, เขียนบล็อก, สตรีมเกม, สร้างพอดแคสต์.
 - **ฟรีแลนซ์:** รับงานอิสระด้านการเขียนบทความ, แปลภาษา, ออกแบบกราฟิก, ตัดต่อวิดีโอ, หรือพัฒนาเว็บไซต์.
 - **การสอนและให้คำปรึกษา:** เปิดคอร์สสอนออนไลน์ (ภาษา, โปรแกรม, การตลาด) หรือให้คำปรึกษาเฉพาะทาง.
 - **การตลาดดิจิทัล:** ดูแลโฆษณาออนไลน์, จัดการแคมเปญโซเชียลมีเดีย.
- นายหน้าออนไลน์ (Affiliate): โพรโมทสินค้า/บริการของผู้อื่นและรับค่าคอมมิชชั่น.
- **งานด้านเทคนิค:** รับจ้างทำ SEO, พัฒนาแอป, หรือดูแลโซเชียลมีเดีย.

ดร.ภูริวัฒน์



2.รูปแบบ-ความสำคัญของอาชีพออนไลน์

- เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วโลก: ไม่จำกัดอยู่แค่พื้นที่ ทำให้มีลูกค้ามากขึ้นอย่างมหาศาล.
- ยืดหยุ่นและสะดวก: สามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ เวลาไหนก็ได้ (24/7)
- ต้นทุนต่ำกว่า: ไม่ต้องมีร้านขนาดใหญ่ มีค่าใช้จ่ายเริ่มต้นและค่าดำเนินการต่ำกว่า.
- สร้างรายได้ต่อเนื่อง: ลูกค้าซื้อได้ตลอดเวลา ไม่ต้องรอเวลาเปิด-ปิดร้าน
- วัดผลและปรับกลยุทธ์ได้ง่าย: มีเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล ช่วยให้เข้าใจลูกค้าและปรับปรุงการขายได้แม่นยำ.
- การตลาดมีประสิทธิภาพ: เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดผ่านโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มต่างๆ.
- สร้างเป็นอาชีพเสริมได้: เหมาะสำหรับพนักงานประจำที่ต้องการหารายได้เพิ่ม โดยไม่ต้องลาออกจากงานเดิม.

3.ทักษะจำเป็นสำหรับอาชีพออนไลน์

สำหรับอาชีพออนไลน์ ทักษะจำเป็นมีทั้งด้านเทคนิค (Hard Skills) เช่น การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล, การสร้างเนื้อหา, SEO, และวิเคราะห์ข้อมูล และทักษะด้านอารมณ์/สังคม (Soft Skills) เช่น การสื่อสาร, การคิดวิเคราะห์, การแก้ปัญหา, และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งทักษะเหล่านี้ช่วยให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพ, สร้างสรรค์, และปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ดี.

3.ทักษะจำเป็นสำหรับอาชีพออนไลน์

ทักษะด้านเทคนิค (Hard Skills)

1. **ทักษะพื้นฐานด้านเทคโนโลยี (Digital Literacy):** การใช้คอมพิวเตอร์, อินเทอร์เน็ต, เครื่องมือพื้นฐาน (อีเมล, แชท), และซอฟต์แวร์ต่างๆ ได้คล่องแคล่ว.
2. **การสร้างสรรคเนื้อหา (Content Creation):** การสร้างภาพ, วิดีโอ, ข้อความ, หรือ กราฟิก เพื่อดึงดูดความสนใจ.
3. **การตลาดดิจิทัล & SEO:** การเข้าใจการทำโฆษณาออนไลน์ (Ads), การปรับแต่งเว็บไซต์ ให้ติดอันดับ (SEO), และการใช้โซเชียลมีเดีย.
4. **การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics):** การอ่านและตีความข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ ให้ดีขึ้น.
5. **การจัดการร้านค้า/สต็อกสินค้า:** (สำหรับสายขาย) การควบคุมต้นทุน, การจัดการสินค้า คงคลัง, และการจัดโปรโมชั่น.
6. **ความเชี่ยวชาญแพลตฟอร์ม:** การใช้แพลตฟอร์มหลัก เช่น Facebook, TikTok, YouTube, Shopee, Lazada ได้อย่างคล่องแคล่ว.

ครูภูมิวัฒน์



3.ทักษะจำเป็นสำหรับอาชีพออนไลน์

ทักษะด้านอารมณ์และสังคม (Soft Skills)

1. การสื่อสาร & ทำงานร่วมกัน (Communication & Collaboration): การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพผ่านช่องทางออนไลน์, การใช้เครื่องมือประชุม, การแชร์ข้อมูล, และการทำงานเป็นทีม.
2. การคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหา (Critical Thinking & Problem Solving): การแยกแยะข้อมูล, การคิดอย่างมีเหตุผล, และการหาทางแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน.
3. การจัดการงาน (Time & Project Management): การวางแผน, กำหนดเป้าหมาย, และติดตามความคืบหน้าของงาน.
4. ความน่าเชื่อถือ & ความรับผิดชอบ: การสร้างความไว้วางใจ และการทำงานที่ส่งมอบได้ตรงเวลา.

3.ทักษะจำเป็นสำหรับอาชีพออนไลน์

ทักษะที่สำคัญยิ่งในยุค AI

- **การคิดเชิงคำนวณ (Computational Thinking):** การคิดอย่างเป็นระบบเพื่อแก้ปัญหา (แม้ไม่เขียนโค้ด).
- **ความเข้าใจด้าน AI และเทคโนโลยีใหม่:** การนำ AI และเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน.

4. ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์ธุรกิจ

Business Analysis (การวิเคราะห์ธุรกิจ) คือ กระบวนการกำหนดความต้องการ และ แนวทางการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่องค์กร โดยใช้ ข้อมูล การวิจัย และเทคนิคต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจปัญหา กำหนดวิธีแก้ไข และเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างฝ่ายธุรกิจกับฝ่ายพัฒนา (เช่น ทีมไอที) เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย นักวิเคราะห์ธุรกิจจะแปลงความต้องการทางธุรกิจให้เป็นข้อกำหนดที่ชัดเจน พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวโน้ม การปรับปรุง และนำเสนอโซลูชันที่เหมาะสม

4. ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์ธุรกิจ

หน้าที่หลัก:

- **เก็บและวิเคราะห์ความต้องการ (Requirement Gathering):** คุยกับผู้ใช้งาน/ลูกค้า เพื่อทำความเข้าใจปัญหาและความต้องการจริง.
- **เป็นสะพานเชื่อม:** สื่อสารระหว่างฝ่ายธุรกิจ (Business User) กับทีมพัฒนา (Developer) ให้เข้าใจตรงกัน.
- **กำหนดแนวทางแก้ไข:** เสนอโซลูชันที่ตอบโจทย์ทั้งด้านธุรกิจและเทคนิค.
- **วิเคราะห์ข้อมูล:** ใช้ข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาจุดปรับปรุง วางแผน และคาดการณ์อนาคต.
- **ปรับปรุงกระบวนการ:** หาทางทำให้กระบวนการทำงานภายในองค์กรดีขึ้น.

4. ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์ธุรกิจ

เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้:

- การทำเหมืองข้อมูล (Data Mining), การแสดงภาพข้อมูล (Data Visualization).
- การสร้างแบบจำลอง (Modeling) เช่น PESTLE Analysis, Five Forces.
- การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis).

ความสำคัญ:

- ช่วยให้องค์กรตัดสินใจได้ดีขึ้นจากข้อมูล (Data-driven).
- ลดช่องว่างและเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารระหว่างแผนก.
- ทำให้มั่นใจว่าโซลูชันที่พัฒนานั้นตรงกับความต้องการของธุรกิจและผู้ใช้จริง.

5. ขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ คือ กระบวนการใช้ข้อมูลและเทคนิคต่างๆ เพื่อระบุปัญหา, โอกาส, และกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อหาแนวทางแก้ไขและสร้างคุณค่าให้องค์กร โดยเน้นทำความเข้าใจลูกค้า, คู่แข่ง, จุดแข็ง-จุดอ่อน (SWOT), และช่องว่าง (Gap) ของธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่ชาญฉลาด การดำเนินการวิเคราะห์นี้ช่วยให้ธุรกิจปรับปรุงประสิทธิภาพ, เพิ่มรายได้, และเติบโตอย่างยั่งยืน.



ดร. ฐิติวัฒน์



5. ขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ คือ กระบวนการใช้ข้อมูลและเทคนิคต่างๆ เพื่อระบุปัญหา, โอกาส, และกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อหาแนวทางแก้ไขและสร้างคุณค่าให้องค์กร โดยเน้นทำความเข้าใจลูกค้า, คู่แข่ง, จุดแข็ง-จุดอ่อน (SWOT), และช่องว่าง (Gap) ของธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่ชาญฉลาด การดำเนินการวิเคราะห์นี้ช่วยให้ธุรกิจปรับปรุงประสิทธิภาพ, เพิ่มรายได้, และเติบโตอย่างยั่งยืน.



ดร. ฐิติวัฒน์



5. ขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ

องค์ประกอบสำคัญในการวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ

1. เข้าใจลูกค้าและตลาด (Customer & Market Analysis)

- **ลูกค้าคือใคร:** วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม ความชอบ และแรงจูงใจในการซื้อ
- **ปัญหาของลูกค้า:** ธุรกิจแก้ปัญหาอะไรให้ลูกค้า
- **คู่แข่ง:** วิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนของคู่แข่งและตำแหน่งของธุรกิจในตลาด

2. ประเมินสถานะปัจจุบันและเป้าหมาย (Current State & Goals)

- **การวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis):** หาความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นอยู่กับสิ่งที่ต้องการให้เป็น
- **SWOT Analysis:** จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) ภัยคุกคาม (Threats)
- **การวิเคราะห์กระบวนการ (Process Analysis):** ตรวจสอบขั้นตอนการทำงานปัจจุบันว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ และจะปรับปรุงอย่างไร

5. ขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการทางธุรกิจ

3. การระบุและการจัดการความต้องการ (Needs Identification & Management)

- กำหนดปัญหา: ระบุปัญหาหรือโอกาสที่ต้องการแก้ไขให้ชัดเจน.
- กำหนดเป้าหมาย: ตั้งเป้าหมายที่วัดผลได้ (เช่น เพิ่มยอดขาย, ลดต้นทุน).
- เก็บข้อมูล: ใช้เครื่องมือ เช่น แบบสอบถาม, การสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูล.

4. ความเป็นไปได้และการดำเนินการ (Feasibility & Action)

- ความเป็นไปได้ (Feasibility Study): ประเมินว่าสามารถทำได้จริงหรือไม่ (ด้านเทคนิค, การเงิน, การปฏิบัติการ).
- หาแนวทางแก้ไข: นำข้อมูลเชิงลึกมาเสนอโซลูชัน และวางแผนปฏิบัติการ.

6. การใช้เครื่องมือทางธุรกิจเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจใหม่

เครื่องมือวางแผนกลยุทธ์เชิงลึก (เช่น SWOT, PESTEL, Porter's Five Forces, 7S McKinsey) เพื่อทำความเข้าใจธุรกิจและตลาด ไปจนถึงเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและพฤติกรรมลูกค้า (เช่น Google Analytics, Power BI, Tableau, RFM Model) เพื่อวัดผลและหาข้อมูลเชิงลึกในการตัดสินใจ โดยควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเป้าหมายและระยะของธุรกิจ เช่น ใช้ SWOT เพื่อเริ่มต้น, PESTEL เพื่อมองภาพรวมตลาด, และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวัดผลดิจิทัล.



6. การใช้เครื่องมือทางธุรกิจเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจใหม่

เครื่องมือวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และภาพรวม (Frameworks)

- **SWOT Analysis:** วิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weaknesses), โอกาส (Opportunities), และภัยคุกคาม (Threats) เพื่อเข้าใจธุรกิจและวางกลยุทธ์.
- **PESTEL Analysis:** วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเมือง (Political), เศรษฐกิจ (Economic), สังคม (Social), เทคโนโลยี (Technological), กฎหมาย (Legal), และสิ่งแวดล้อม (Environmental).
- **Porter's Five Forces:** วิเคราะห์แรงกดดันจากคู่แข่งเพื่อประเมินความสามารถในการแข่งขัน.
- **7S McKinsey Model:** วิเคราะห์โครงสร้าง (Structure), กลยุทธ์ (Strategy), สไตล์ (Style), พนักงาน (Staff), ระบบ (System), ค่านิยมร่วม (Shared Value), และทักษะ (Skill).
- **Ansoff Matrix:** ช่วยวางแผนกลยุทธ์การเติบโตของธุรกิจ (เช่น ขยายตลาด, พัฒนาผลิตภัณฑ์).

6. การใช้เครื่องมือทางธุรกิจเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจใหม่

เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลและดิจิทัล

- **Google Analytics:** วิเคราะห์การเข้าชมเว็บไซต์ พฤติกรรมผู้ใช้ ช่องทางเข้าลูกค้า
- **Microsoft Power BI / Tableau / Looker Studio (Google Data Studio):**

เครื่องมือสร้างแดชบอร์ดและรายงานข้อมูลเชิงลึกที่ซับซ้อน.

- **Excel:** เครื่องมือพื้นฐานในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น.
- **Python / R:** สำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติและการสร้างโมเดลที่ซับซ้อน.

เครื่องมือวิเคราะห์ลูกค้าและพฤติกรรม

- **RFM Model (Recency, Frequency, Monetary):** แบ่งกลุ่มลูกค้าตามความใหม่ (ล่าสุด), ความถี่ (บ่อยแค่ไหน), และมูลค่า (ใช้จ่ายเท่าไหร่) เพื่อวางกลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่ม.

- **Product Analytics Tools (เช่น Amplitude, Mixpanel):** วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง

6. การใช้เครื่องมือทางธุรกิจเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจใหม่

วิธีเลือกใช้

- 1.กำหนดเป้าหมาย: ต้องการอะไรจากเครื่องมือ? (เช่น วางแผน, วัดผล, เข้าใจลูกค้า).
- 2.ประเมินระบบปัจจุบัน: เครื่องมือจะทำงานร่วมกับระบบที่มีอยู่ได้ดีแค่ไหน?
- 3.งบประมาณและทรัพยากร: มีงบประมาณและทีมงานที่พร้อมเรียนรู้หรือไม่?
- 4.วัดผลได้: เครื่องมือที่เลือกต้องสามารถวัดประสิทธิภาพได้จริง.

Q & A



ศรบุรีวัฒน์

