

เมื่อสตาร์บัคส์ อาจไม่ใช่แค่ร้านกาแฟ:

ร้านกาแฟแห่งนวัตกรรม

จากตอนที่แล้ว ได้กล่าวถึงความสำเร็จของร้านกาแฟสตาร์บัคส์ ที่เกิดจากการนำเทคโนโลยี Mobile Wallet โดยใช้งานแอปพลิเคชันของสตาร์บัคส์ รวมถึงแนวทางการใช้บัตรสตาร์บัคส์สำหรับสมาชิกในการซื้อขายสินค้าภายในร้าน รวมถึงการสะสมคะแนนของสมาชิก ได้ส่งผลให้สตาร์บัคส์กลายเป็นธุรกิจที่มีเงินสดหมุนเวียนในระบบจำนวนมากจนสามารถเทียบเท่ากับธนาคารขนาดใหญ่ของไทยได้ แต่อะไรคือปัจจัยสำคัญที่ทำให้สตาร์บัคส์ประสบความสำเร็จ เป็นที่นิยม และกุมหัวใจของกลุ่มคนรักกาแฟอย่างต่อเนื่อง

สตาร์บัคส์ดำเนินธุรกิจร้านกาแฟมากกว่า 50 ปี ตั้งแต่ปี 2514 โดยปัจจุบันมีสาขาทั่วโลกกว่า 30,000 สาขา มีการทำธุรกรรมผ่านระบบของร้านกว่า 36,000 ล้านบาทต่อสัปดาห์ และเสิร์ฟเครื่องดื่มและอาหารให้กับลูกค้าทั่วโลกกว่าวันละ 1 ล้านแก้วต่อวัน การดำเนินธุรกิจของสตาร์บัคส์ไม่ใช่แค่การคัดสรรวัตถุดิบของกาแฟ หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความนิยมของลูกค้าเท่านั้น แต่สตาร์บัคส์ยังให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อไม่ให้ตนเองต้องเป็นผู้รั้งอยู่ท้ายขบวนของความสำเร็จ โดยในปี 2554 สตาร์บัคส์ได้เริ่มใช้งานระบบสมาชิก ผ่านแอปพลิเคชันและบัตรสตาร์บัคส์ ในปีแรกที่มีการเริ่มต้นใช้ระบบดังกล่าว มีผู้ใช้งานผ่านแอปพลิเคชันสตาร์บัคส์กว่า 27 ล้านครั้ง แต่ในปัจจุบันมีผู้ใช้งานผ่านแอปพลิเคชันดังกล่าวกว่า 90 ล้านครั้งต่อสัปดาห์¹ จากปริมาณธุรกรรมที่มีการใช้ผ่านระบบแอปพลิเคชันและบัตรสตาร์บัคส์ ส่งผลให้สตาร์บัคส์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถรวบรวมข้อมูลของลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก โดยตามสถิติแล้ว ปัจจุบัน เฉพาะในสหรัฐอเมริกาที่มีผู้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสตาร์บัคส์ไปใช้งานกว่า 17 ล้านบัญชี และมีผู้ที่ใช้งานเป็นประจำกว่า 13 ล้านบัญชีทั่วโลก นั่นเท่ากับว่าสตาร์บัคส์ถือข้อมูลของลูกค้ากว่า 13 ล้านคนเอาไว้ในระบบ !! แล้วสตาร์บัคส์จะมีการจัดการกับข้อมูลเหล่านี้ได้อย่างไร และข้อมูลที่สตาร์บัคส์ถืออยู่สามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจของสตาร์บัคส์ในรูปแบบใด ??

สตาร์บัคส์กับ Big data²

มีประโยคที่ว่า “ข้อมูลเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเช่นเดียวกับน้ำมันดิบ” (Big Data is like crude oil.) ซึ่งมีคนกล่าวไว้ในเวที World Economic Forum 2011 ทั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวจะกลายเป็นน้ำมันอันมีค่าได้เมื่อมีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะที่สตาร์บัคส์มีข้อมูลของลูกค้าที่ใช้บริการในปริมาณมหาศาล และมีการไหลเวียนของข้อมูล ทั้งลูกค้าเก่า ลูกค้าใหม่ หรือลูกค้าประจำอยู่ตลอดเวลาทุกวัน ทำให้สตาร์บัคส์ทราบว่าลูกค้าแต่ละคนมีเงินอยู่ในระบบตนเองเท่าไร นิยมซื้อเครื่องดื่มประเภทไหน ใช้จ่ายเฉลี่ยวันละเท่าไร ช่วงเวลาใดที่ลูกค้าแวะเวียนมาใช้บริการเป็นประจำ และซื้อสินค้าจากสาขาไหนบ้าง ทำให้สตาร์บัคส์สามารถวิเคราะห์และทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการและรสนิยมของลูกค้าแต่ละคนได้ (consumer's journey) ผวนวกกับการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลสภาพแวดล้อมอย่างสภาพอากาศ (ในพื้นที่ที่มีอากาศร้อนคนสั่งเครื่องดื่มประเภทใดมากกว่า) การใช้จ่ายในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือช่วงเทศกาล (เครื่องดื่มหรือสินค้าตัวไหนจะขายดีในช่วงปีใหม่ หรือวันสงกรานต์) โปรโมชันประจำของสตาร์บัคส์ เช่น ซื้อ 1 แถม 1 (มีผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่ต่าง ๆ มากน้อยแค่ไหน) รวมไปถึงประเภทและจำนวนวัตถุดิบที่มีอยู่ในคลังสินค้า ซึ่งการรู้ข้อมูลดังกล่าวของผู้ใช้บริการทำให้

¹ ข้อมูลจาก: www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/starbucks-using-

² Big data คือการทำให้ข้อมูลจำนวนมากที่มีความหลากหลาย และมีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นตลอดเวลาให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ โดยใช้เทคนิคทางสถิติและแบบจำลองต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้น

สตาร์บัคส์สามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างสินค้า โปรโมชัน และแคมเปญที่มีความเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคน (Personalized Service) และแน่นอนว่าสินค้าหรือโปรโมชันแนะนำดังกล่าวจะถูกนำเสนอผ่านแอปพลิเคชันสตาร์บัคส์ รวมถึงอีเมลที่ลูกค้าได้ลงทะเบียนไว้กับทางสตาร์บัคส์ด้วย

นอกจากการพัฒนาสินค้าให้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการแล้ว สตาร์บัคส์อาจใช้ข้อมูลดังกล่าวในการเลือกที่ตั้งของสาขาต่าง ๆ โดยใช้ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ หรือ GIS (Geographic Information System: GIS) ในการช่วยตัดสินใจ ซึ่งการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวจะช่วยให้คาดคะเนถึงจำนวนผู้ที่จะเข้าใช้บริการ ค่าใช้จ่าย และกำไรของแต่ละสาขาได้

โดยปัจจุบัน สตาร์บัคส์ได้ร่วมมือกับไมโครซอฟท์ พัฒนาระบบ Azure ขึ้นและได้สร้างแพลตฟอร์มที่ชื่อว่า “Deep Brew”³ ขึ้น เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค และการบริหารจัดการสินค้าและวัตถุดิบภายในร้าน โดย Deep Brew ได้เข้ามาพัฒนารูปแบบการให้บริการของสตาร์บัคส์ให้มีความทันสมัยและสะดวกต่อการใช้บริการ อาทิ (1) Digital Menu Board ซึ่งระบบของ Deep Brew จะเชื่อมต่อบอร์ดเมนูของร้านเข้ากับสินค้าคงคลังได้โดยตรง และสามารถอัปเดตเมนูได้แบบ real-time และ (2) Drive Thru โดยระบบ Deep Brew จะประมวลผลจากข้อมูลสภาพแวดล้อม และความนิยมของผู้ใช้บริการ ณ วันเวลาที่เข้าใช้บริการ โดยเมนูที่แนะนำในหน้าจอจะแตกต่างกันตามแต่ละภูมิภาค ประเทศ และสถานที่ เช่น หากเข้าใช้บริการในประเทศที่มีอากาศร้อน ระบบก็อาจแนะนำเมนูเครื่องดื่มแบบเย็นแทน

สตาร์บัคส์อาจต้องมีการลงทุนในนวัตกรรมใหม่ด้วยเงินทุนจำนวนมาก เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ รวมถึงสร้างความพึงพอใจด้วยการอำนวยความสะดวก และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง แต่ผลตอบแทนที่สตาร์บัคส์ได้รับมีมูลค่าที่ไม่สามารถประเมินมูลค่าได้ นั่นคือ ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสตาร์บัคส์ เนื่องจากเชื่อมั่นในคุณภาพ และนวัตกรรมนี้เองที่เป็นพื้นฐานของความไว้วางใจที่ทำให้ผู้บริโภคนิยมที่จะฝากเงินสดไว้ในระบบของสตาร์บัคส์

อาจเห็นได้ว่า การมีข้อมูลจำนวนมากอยู่ในมือไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ แต่ระบบการจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ดีต่างหากที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการต่อยอดความคิดและนวัตกรรมที่จะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสตาร์บัคส์สามารถดึงเอาศักยภาพของ Big data มาใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยการคาดคะเนความต้องการ หรือข้อมูล insight ของผู้ให้บริการ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ผู้ใช้บริการอาจไม่รู้ตัวมาก่อนเลยก็ได้ว่าต้องการสินค้านั้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนารูปแบบการบริการที่น่าสนใจและสะดวกสบายของสตาร์บัคส์ อาจทำให้ผู้บริโภคนึกถึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งข้อมูลทั่วไป และข้อมูลทางการเงินที่ถูกบันทึกไว้ในระบบ เมื่อมีการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ ดังนั้น นอกจากคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการแล้ว ผู้ใช้บริการอาจต้องพิจารณาถึงความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของสตาร์บัคส์ด้วย

สตาร์บัคส์กับ Internet of Things⁴ (IoT)⁵

อย่าเพิ่งแปลกใจหากนวัตกรรมภายในร้านกาแฟสตาร์บัคส์ยังไม่หมดที่แค่ Big data จากเทคโนโลยีของ Azure สำหรับการจัดการข้อมูลจำนวนมากอย่างมีประสิทธิภาพตามที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว ระบบดังกล่าวยังถูกนำมาใช้ในการจัดการและเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในร้านสตาร์บัคส์ทั่วโลกด้วย โดยมีการเชื่อมต่อข้อมูลจากเครื่องทำกาแฟ เครื่องบด และเครื่องปั่น โดยแต่ละครั้งที่มีการใช้งานอุปกรณ์เหล่านี้

³ ข้อมูลจาก: www.thegrowthmaster.com/starbucks-deep-brew/

⁴ IoT คือการที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ สามารถเชื่อมโยงหรือส่งข้อมูลถึงกันได้ด้วยอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องป้อนข้อมูล

⁵ ข้อมูลจาก: www.adpt.news/2019/05/13/starbucks-ai-iot-blockchain-microsoft-build/

ข้อมูล เช่น คุณภาพและอุณหภูมิของน้ำ ปริมาณและประเภทของเมล็ดกาแฟ จะถูกเก็บเข้าระบบ เพื่อทำการประมวลผลและคาดการณ์ระยะเวลาในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในร้าน ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงและป้องกันการเสียหายของอุปกรณ์ก่อนเวลาอันสมควร นอกจากนี้ ระบบการเชื่อมต่อดังกล่าวยังช่วยให้สตาร์บัคส์สามารถแก้ไข ปรับปรุง และเพิ่มเติมสูตรเครื่องดื่มใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็วผ่านระบบคลาวด์ (cloud) จากเดิมที่การอัปเดตสูตรกาแฟแต่ละครั้ง จะต้องทำโดยการบันทึกข้อมูลลงในแฟลชไดรฟ์และส่งข้อมูลดังกล่าวไปยังสำนักงานใหญ่เพื่อทำการวิเคราะห์ และใช้เวลาหลายสัปดาห์

สตาร์บัคส์กับ Blockchain

คุณเคยสงสัยไหมว่า สตาร์บัคส์ที่มีสาขาจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วโลกสามารถควบคุมคุณภาพและรักษาระดับมาตรฐานทั้งวัตถุดิบและรสชาติกาแฟของตนเองไว้อย่างดีได้อย่างไร?

ปัจจุบัน สตาร์บัคส์ได้ร่วมมือกับไมโครซอฟท์ ในการนำระบบ Azure Blockchain Services มาใช้พัฒนาระบบต่าง ๆ ภายในร้าน และได้ตั้งโปรเจกต์ “From Field to Cup” ขึ้น ซึ่งดำเนินการตามนโยบายความโปร่งใส (transparency) ของบริษัท โดยโปรเจกต์ดังกล่าวจะช่วยเชื่อมโยงผู้ผลิตกาแฟและผู้ดื่มกาแฟเข้าด้วยกัน เนื่องจากจะสามารถติดตามเรื่องราวและที่มาของเมล็ดกาแฟที่ผู้ใช้บริการกำลังดื่มอยู่ว่ามีแหล่งกำเนิดมาจากที่ไหน นอกจากนี้ ยังช่วยในเรื่องการติดตาม supply chain ของกาแฟ ตั้งแต่ขั้นตอนการปลูก การผลิต การคั่ว และการขนส่งเมล็ดกาแฟได้⁶ ถือเป็นความโปร่งใสของบริษัทที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการตรวจสอบที่มาที่ไปของเมล็ดกาแฟที่ตัวกำลังเลือกซื้อได้

นอกจากนี้ บล็อกเชนที่สตาร์บัคส์นำมาใช้ยังเป็นพื้นฐานของสกุลเงินดิจิทัล อาทิ บิทคอยน์ ที่เรารู้จักกันทั่วไป ซึ่งตอนที่แล้วได้พูดถึงไปแล้วว่า สตาร์บัคส์กำลังพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับการใช้สกุลเงินดิจิทัลอย่าง บิทคอยน์ เพื่อใช้สำหรับซื้อสินค้าภายในร้านสตาร์บัคส์ โดยรูปแบบการทำธุรกรรมจะดำเนินการผ่านแพลตฟอร์ม Bakkt ซึ่งจะเป็นตัวกลางในการแปลงสกุลเงินดิจิทัลดังกล่าวเป็นเงินดอลลาร์สหรัฐก่อนนำไปใช้จ่ายจริง อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า ธุรกรรมดังกล่าวอาจอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ถือเงินดิจิทัลอยู่ก็จริง แต่อาจมีความไม่เสถียร เนื่องจากราคาของบิทคอยน์มีการเปลี่ยนแปลงตามความนิยมและตลาดสกุลเงินดิจิทัล รวมถึงต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนของค่าเงิน ทำให้การทำธุรกรรมดังกล่าวมีความผันผวนตามการขึ้นลงของค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง

หากพิจารณาวัฏกรรมต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นภายในร้านกาแฟสตาร์บัคส์ อาจเรียกได้ว่า สตาร์บัคส์เป็นร้านกาแฟแห่งนวัตกรรม และอาจกลายเป็นบริษัททางเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางอาหารและเครื่องดื่มได้ในอนาคต

บทวิเคราะห์

ในยุคดิจิทัล ข้อมูลถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่การมีข้อมูลโดยปราศจากเครื่องมือและระบบในการจัดการที่ดีอาจเปล่าประโยชน์ ดังนั้น หัวใจในการดำเนินธุรกิจท่ามกลางกระแสการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน การลงทุนในคุณภาพของวัตถุดิบ ภาพลักษณ์ และการบริการที่ดีเยี่ยมอาจไม่เพียงพอต่อการแข่งขันอีกต่อไป แต่จำเป็นต้องหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ทันสมัย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตขึ้นอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ ไม่ใช่เพียงแค่ภาคธุรกิจที่ต้องปรับตัวในการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพ

⁶ ปัจจุบันโปรเจกต์ From Field to Cup มีความร่วมมือกับชาวสวนกาแฟในประเทศโคลัมเบีย คอสตาริกา และรวันดา

ทางการแข่งขัน แต่หน่วยงานภาครัฐก็ต้องปรับตัวให้ทันตามเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาให้โครงสร้างพื้นฐานมี ประสิทธิภาพ อำนวยความสะดวกให้กับประชาชน และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ

สำหรับประเทศไทย ภาคธุรกิจในบางสาขาได้มีการนำเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็น AI (Artificial Intelligent) Big Data หรือบล็อกเชนมาปรับใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน โดยสาขาที่เห็นได้ชัดคือ ภาคการเงินและการธนาคาร ซึ่งได้มีการนำ Big data มาประยุกต์ใช้อย่างหลากหลาย ตั้งแต่ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งาน จนถึงข้อมูลทางการเงินที่มีความละเอียดซับซ้อน เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการมากขึ้น อาทิ การนำข้อมูลพฤติกรรมการใช้งาน mobile banking มาวิเคราะห์และคาดการณ์ผลิตภัณฑ์หรือโปรโมชั่นทางการเงินเพื่อนำเสนอให้กับผู้ใช้บริการแต่ละ รายตามพฤติกรรมการใช้บริการ นอกจากนี้ ยังมีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ เช่น การให้บริการหนังสือ ค่าประกันบนบล็อกเชน เพื่อให้ใช้งานคล่องตัว ปลอดภัย เชื่อถือได้ ป้องกันการปลอมแปลงหนังสือ ค่าประกัน รองรับการทำธุรกรรมและสามารถตรวจสอบสถานะได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ผู้ออกหนังสือค่า ประกันสามารถวางหนังสือค่าประกันได้เร็วขึ้น ขณะที่ผู้รับหนังสือค่าประกันก็สามารถตรวจสอบเอกสารได้ อย่างรวดเร็วบนระบบอิเล็กทรอนิกส์

แม้แต่ร้านกาแฟรายใหญ่ของไทย อย่าง Café Amazon ก็มีการนำเทคโนโลยี Big Data มาใช้ เพื่อเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการสำหรับวิเคราะห์ความนิยมและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มภายในร้าน เพื่อออกแคมเปญ ในช่วงเทศกาลพิเศษ เช่น เครื่องดื่มชนิดพิเศษในช่วงวันวาเลนไทน์ หรือวันคริสมาสต์ โดยรูปแบบการเก็บข้อมูล ของ Café Amazon ดำเนินการร่วมกับสถานีเติมน้ำมัน ปตท. ซึ่งจะให้ผู้ใช้บริการสมัครสมาชิกบัตร Blue Card โดยบัตรดังกล่าวสามารถใช้สะสมคะแนนเป็นส่วนลดในการใช้บริการหรือสะสมเพื่อแลกของรางวัลได้

ในส่วนของภาครัฐได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้กับการดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวก ให้กับประชาชน อาทิ กรมสรรพากรพร้อมด้วยกรมศุลกากร สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และธนาคารกรุงไทย ได้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในการให้บริการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวผ่านแอปพลิเคชัน บนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งทำให้การพิจารณาคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวถูกต้องและรวดเร็ว และมีส่วนสำคัญในการช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าให้เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ปัจจุบันภาครัฐได้มีความพยายามในการนำบล็อกเชนมาใช้กับภาคเกษตรกรรม โดยกระทรวงพาณิชย์ได้ทำโครงการศึกษาบล็อกเชน มาใช้ในภาคธุรกิจของไทย 2 โครงการ คือ “การจดทะเบียน ทรัพย์สินทางปัญญา และการชำระเงินในการส่งออก” พร้อมนำร่องร่วมมือกับเกษตรกรรุ่นใหม่ใช้บล็อกเชน ในขั้นตอนการขายข้าวอินทรีย์ เพื่อลดขั้นตอนการส่งออก และเพิ่มความสะดวกในการตรวจสอบย้อนกลับ โดยสามารถตรวจได้ตั้งแต่การเพาะปลูกว่าปลูกจากแหล่งใด เป็นข้าวอินทรีย์จริงหรือไม่ ถึงขั้นตอน การรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานรัฐ ก็สามารถตรวจสอบได้ว่าหน่วยงานใด เป็นผู้ตรวจสอบหรือออกใบรับรอง รวมถึงสามารถเชื่อมโยงไปยังสถาบันการเงินที่จะเข้ามาเป็นตัวกลาง ในการรับจ่ายเงิน และสามารถตรวจสอบได้ว่าสินค้านี้ถูกขายให้ใคร และส่งไปยังที่ใด

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีใหม่ ที่เราเรียกกันว่า ABCDE⁷ เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ในชีวิตประจำวัน รวมถึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วย การยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยการพัฒนานวัตกรรมบริการใหม่ ๆ ส่งผลให้สินค้าและ บริการมีคุณภาพมากขึ้น และแน่นอนว่าผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรงก็คือผู้บริโภคอย่างเรานั่นเอง

⁷ A= Artificial Intelligence (AI), B= Blockchain, C= Cloud, D= Big Data และ E= E-business

ที่มา:

- (1) เว็บไซต์ pymnts. Paymnts. 8 พฤษภาคม 2562. Starbucks Eyes Supply Chain Tracking via Blockchain. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.pymnts.com/news/b2b-payments/2019/starbucks-supply-chain-tracking-blockchain/. เข้าล่าสุดเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2563
- (2) เว็บไซต์ Starbucks. Jenifer Warnick. 10 มกราคม 2563. AI for humanity: How Starbucks Plan to Use Technology to Nurture the Human Spirit. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://stories.starbucks.com/stories/2020/how-starbucks-plans-to-use-technology-to-nurture-the-human-spirit/>. เข้าล่าสุดเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2563

นางสาวยุวจุฑา แก้วประทีป
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
สำนักเจรจาการค้าบริการและการลงทุน
กุมภาพันธ์ 2563