



นวัตกรรมและการปรับตัวของธุรกิจในยุคดิจิทัล Innovation and Business adjustment in Digital age

ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย จังหวัดปทุมธานี
200 ถนนรังสิต-นครนายก (คลอง 5) ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรีปทุมธานี 12110

Chalitpun Boonmeesuwan

Faculty of Business Administration , Eastern Asia University
200 Rangsit-Nakornnayok Rd, Thanyaburi, Pathumthani 12110

Email : hcuman@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีความเข้าใจเรื่องนวัตกรรม ซึ่งเดิมผู้คนส่วนใหญ่มักจะเข้าใจว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่มีความทันสมัย แต่ที่จริงแล้วนวัตกรรมได้มีการนำไปใช้ในหลาย ๆ ด้านทั้งทางด้านธุรกิจ อุตสาหกรรม การบริหาร หรือแม้แต่ในเรื่องการศึกษาก็ยังมีการนำไปปรับใช้ เพื่อสร้างให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมา การเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความเคยชินของพนักงานในการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาให้สินค้าหรือบริการมีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น นวัตกรรมได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินธุรกิจในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลง (Disruptive Technology) และกลายมาเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกธุรกิจต้องมีการปรับตัวเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เพื่อให้มีศักยภาพเพียงพอในการแข่งขันและที่สำคัญเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ

คำสำคัญ : นวัตกรรม การปรับตัวของธุรกิจ เทคโนโลยีเปลี่ยนโลก

Abstract

This academic article aims to assess an understanding of innovation. In the past, most people tend to understand that the result of scientific and technological research to create new inventions. In spite of the increasing interest in open innovation has applied in many areas, including business, industry, administration and education. The emergence of new innovations helped to encourage these business leaders to develop products or services with a range of potential and value. Innovation has played a role in increasing business, which



potentially qualifies as a disruptive technology. The essence of strategy have sufficient potential in competition and important for future survival and success of the businesses.

Keywords : Innovation , Business Adjustment , Disruptive Technology

บทนำ

การจัดการนวัตกรรมเป็นการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ขึ้นมาหมุนเวียนไปเรื่อย ๆ ทั้งนี้ องค์การที่มีการจัดการนวัตกรรมที่ดีจะส่งผลให้องค์การนั้นสามารถจัดการความรู้ได้ดีและเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ นวัตกรรมจึงเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องระหว่าง การจัดการความรู้ (Knowledge Management) และองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) นวัตกรรมที่เกิดขึ้นในองค์การเป็นสิ่งที่เกิดจากความเขยิขินของพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่ สิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างนวัตกรรมก็คือ พนักงานที่อยู่ในองค์การนั้น หากปราศจากความคิดสร้างสรรค์ก็จะมีทางเกิดนวัตกรรมขึ้น การพัฒนาให้พนักงานได้มีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และตระหนักถึงว่านวัตกรรมนั้นเป็นหน้าที่ของทุกคนในองค์การเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการบริหารงานในปัจจุบัน นวัตกรรมได้ถูกนำมาใช้ในหลายเรื่องรวมถึงการบริหารงานในองค์การ องค์การธุรกิจจำเป็นต้องมีการสร้าง นวัตกรรมใหม่ขึ้นมาภายในองค์การเพื่อให้มีการพัฒนาและเป็นแนวทางให้ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้าการ ค้นหาความรู้ใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการความคิดของพนักงานภายในองค์การของตนด้วยการสร้างนวัตกรรมแบบ เปิด (Open Innovation) โดยการรับเอาความคิดใหม่ๆ จากภายในหรือภายนอกมาต่อยอด (นุสดี คณีกุล , 2560) ซึ่งในแนวคิดนี้้องค์การไม่จำเป็นต้องเริ่มต้นค้นคว้าวิจัยนวัตกรรมด้วยตนเองเหมือนอย่างนักวิจัยใน มหาวิทยาลัย เพียงแต่นำความรู้ ความคิดใหม่ ๆ จากภายในและภายนอกองค์การมาปรับใช้กับการทำงาน ซึ่ง ข้อดีที่ได้รับคือมีแนวคิดที่หลากหลายทั้งจากพนักงาน ลูกค้า ผู้เชี่ยวชาญเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้า หรือบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่ตลอดเวลา

ความหมายและประเภทของนวัตกรรม

นวัตกรรมนั้นได้มีการถูกหยิบยกขึ้นมากล่าวในครั้งแรกในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ จำเป็นต้องมีการใช้นวัตกรรมเป็นตัวนำพาเศรษฐกิจ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันในสินค้าและบริการ โดยมีมุมมองว่าการเกิดนวัตกรรมใหม่เป็นเรื่องของทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการวิจัยและ พัฒนาเพื่อทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ขึ้นมา ผู้ประกอบการเป็นกลไกและตัวกลางสำคัญในการทำให้เกิดนวัตกรรม (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553) นวัตกรรมมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมของมนุษย์จนแยกกันไม่ออก มีส่วนสำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและมีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ (creativity) และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีซึ่งส่งผลต่อโครงสร้าง อุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ ตลอดจนโครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีความคิด สร้างสรรค์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากนวัตกรรมใหม่ ๆ (ดลชนก เปื่อน้อย ,2559) มีการให้ความหมายของนวัตกรรม



ในหลายลักษณะและแง่มุมที่แตกต่างกันออกไปตามพื้นฐานความรู้และวิชาชีพของแต่ละด้าน จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และคณะ, 2553) นวัตกรรมจะต้องประกอบไปด้วย 3 ประเด็นที่สำคัญ คือ

1. **ความใหม่ (Newness)** หมายความว่า สิ่งที่จะได้รับการยอมรับว่ามีคุณลักษณะที่จะเป็นนวัตกรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นมา ซึ่งอาจจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือกระบวนการ โดยจะมีการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นมาใหม่ก็ได้

2. **ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits)** หมายถึง การให้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรมจะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นจากการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ นั้น ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นสามารถวัดได้เป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรง

3. **การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea)** หมายความว่า สิ่งที่จะถือว่าเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ ทำซ้ำจากงานเดิมของผู้อื่น

สำหรับการแบ่งประเภทของนวัตกรรมสามารถแบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ การจำแนกนวัตกรรมตามเป้าหมายของนวัตกรรม แบ่งออกเป็น

1. **นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)** คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้รับการปรุงแต่งให้ดีขึ้นหรือเป็นสิ่งใหม่ของโลก หรือประเทศ หรือองค์การ แบ่งออกเป็น

1.1 **ผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้** เช่น รถยนต์รุ่นใหม่ที่ใช้ไฟฟ้าแทนน้ำมัน โทรทัศน์ในระบบ High Definition TV (HDTV) ที่ให้ภาพที่เหมือนจริง หรือแม้แต่ผลผลิตทางเกษตร เช่น การเพาะพันธุ์ทุเรียนที่ไร้หนาม เป็นต้น

1.2 **ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ หรือการบริการ** เช่น การจัดทัวร์อนุรักษ์ธรรมชาติ การให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ (Telephone Banking) การให้บริการทางการเงิน Fintech เป็นต้น

2. **นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)** เป็นการเปลี่ยนแปลงแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้าหรือบริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม แบ่งออกเป็น

2.1 **นวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยี** เป็นกระบวนการที่ถูกปรับปรุงตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีให้สามารถเพิ่มผลผลิตให้เพิ่มขึ้น เช่น การใช้หุ่นยนต์ในการผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์

2.2 **นวัตกรรมกระบวนการทางองค์การ** เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถของการจัดการในองค์การให้สูงขึ้น โดยการลองผิดลองถูก เช่น ระบบการจัดการแบบทันเวลา (Just in Time) , การจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) , การผลิตแบบลีน (Lean Production) เป็นต้น

นวัตกรรมทางธุรกิจ

นวัตกรรมไม่จำกัดอยู่เฉพาะในเรื่องของผลิตภัณฑ์หรือสิ่งประดิษฐ์ที่แสดงถึงความทันสมัยเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกเท่านั้น หากแต่นวัตกรรมยังสามารถรวมถึงสิ่งที่คนทั่วไปมักมองข้ามหรือไม่ได้สนใจ



มากน้อยอย่างเช่นนวัตกรรมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ในการประกอบธุรกิจที่ทุกคนอาจจะมีความคุ้นเคยโดยไม่รู้ตัว แต่หากได้มีการมองย้อนกลับไปในอดีตจะรู้สึกได้ว่าผู้ที่เป็นตัวต้นแบบในการความคิดดังกล่าวมีความเฉลียวฉลาด ทำให้ใคร ๆ ก็ทำตามจนกลายมาเป็นความเคยชิน ตัวอย่างง่าย ๆ ที่เห็นคือระบบแฟรนไชส์ (Franchise) ที่มีแนวคิดที่ต้องการลดข้อจำกัดที่ต้องการขยายสาขาออกไปจากจุดเริ่มต้นธุรกิจส่วนตัวเพียงแห่งเดียว ซึ่งทำให้สามารถขยายสาขาออกไปได้มากและลดข้อจำกัดที่ต้องเข้าไปดูแลด้วยตัวเองอย่างทั่วถึง โดยการจัดทำระบบการจัดการต่าง ๆ เช่น วัตถุดิบ การบริหารการผลิต การบริการและการส่งมอบที่เป็นแบบแผน เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาอยู่ในระบบแฟรนไชส์ได้ปฏิบัติตาม โดยมีเจ้าของแฟรนไชส์เป็นผู้ที่คอยให้คำแนะนำต่าง ๆ

นวัตกรรมร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ที่ได้ความนิยมอย่างมากในปัจจุบันก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่เป็นแนวคิดในการคิดค่าอาหารแบบเหมาจ่ายลูกค้าสามารถรับประทานอาหารได้ไม่จำกัดภายในราคาที่ทางร้านกำหนดไว้ในราคาเดียว ภายใต้แนวคิดนี้เป็นหลักการเฉลี่ยการรับประทานอาหารของลูกค้าที่เข้ามาที่ร้านมากนักน้อยเฉลี่ยกันโดยรวมก็ยิ่งทำให้ทางร้านมีกำไร โดยมีจุดเด่นคือรายการอาหารที่หลากหลาย ไม่ต้องรอคิว แนวคิดนี้ได้มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากนำไปดัดแปลงเป็นร้านค้าราคาเดียว (Single price store) เช่น Daiso , Miniso ที่สินค้าภายในร้านกำหนดไว้ในราคาเดียวเพื่อให้สะดวกในการคิดราคาสินค้า หรือตัวอย่างระบบการขายตัวโดยสารรวมที่บัตรใบเดียวสามารถใช้เดินทางได้ไม่จำกัดจำนวนเที่ยวภายในเวลาที่กำหนด เช่น ตัว BTS ประเภเหมาจ่ายรายวันที่ผู้โดยสารสามารถเดินทางโดยรถไฟฟ้าได้ไม่จำกัดจำนวนเที่ยวภายในระยะเวลา 1 วัน ซึ่งมีแนวคิดคล้าย ๆ กับร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยตัวโดยสารแบบเหมาจะมีราคาสูงกว่าตัวแบบโดยสารเที่ยวเดียวเล็กน้อย ซึ่งก็จะเฉลี่ยตามปริมาณลูกค้าที่อาจจะมีการเดินทางมากน้อยต่างกันไป แต่โดยรวมเฉลี่ยแล้วก็ยังกำไรและเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการประเภทนี้

ปัจจุบันการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ (E-commerce) ได้เข้ามามีบทบาทในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้นซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที นวัตกรรมเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันการให้บริการ ระบบการชำระเงินออนไลน์ พัฒนาช่องทางจำหน่ายเชื่อมต่อด้วยอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายช่วยให้สามารถเพิ่มยอดขายเพิ่มขึ้น

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่านวัตกรรมทางธุรกิจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาใหม่ ๆ ตลอดเวลาเพื่อปรับให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมา สำหรับการประกอบธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน

นวัตกรรมทางการเงิน

ระบบการเงินธนาคารในปัจจุบันนับได้ว่ามีการเปลี่ยนแปลงจากในอดีตค่อนข้างมาก จากจำนวนสาขาของธนาคารที่เริ่มมีการปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก การทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าในยุคดิจิทัลผ่านโทรศัพท์มือถือได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น ลูกค้าไม่จำเป็นต้องไปที่สาขาของธนาคารก็สามารถทำ



รายการต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองผ่านระบบคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ ความเคลื่อนไหวทางนวัตกรรมการเงินที่ได้มีการดำเนินการไปมีดังนี้

1. National e-Payment เป็นโครงการที่รัฐบาลโดยกระทรวงการคลังได้ผลักดันให้เกิดขึ้น ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มีการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับการใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือที่มีการขยายตัวกว้างขวางขึ้น โดยได้มีการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ซึ่งประกอบไปด้วย

1.1 ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ที่เพิ่มความสะดวกในการรับและโอนเงิน ด้วยค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าบริการโอนเงินต่างธนาคาร ปัญหาที่พบในการโอนเงินคือจะต้องใช้หมายเลขบัญชีธนาคารซึ่งมีจำนวนหลายหลักซึ่งยากแก่การจดจำ ในระบบพร้อมเพย์ผู้โอนเพียงใช้หมายเลขบัญชีของผู้รับโอนได้ลงทะเบียนไว้กับสถาบันการเงินในระบบเมื่อเริ่มแรกผูกบัญชีกับระบบพร้อมเพย์ ทำให้การโอนเงินระหว่างประชาชนด้วยกันมีความสะดวกรวดเร็ว ภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้มีการใช้พร้อมเพย์อย่างแพร่หลาย โดยเริ่มต้นให้มีการจ่ายเงินผ่านทางพร้อมเพย์ในการคืนเงินภาษีทำให้การคืนภาษีรวดเร็วขึ้นกว่าเดิมเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนหันมาใช้ระบบพร้อมเพย์กันมากขึ้น

1.2 การขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการวางพื้นฐานการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการเพื่อลดภาระของร้านที่รับบัตร เช่นการใช้บัตรเดบิตในการซื้อสินค้า โดยการกระจายอุปกรณ์ในการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้แพร่หลายมากขึ้นทั้งในร้านค้าเอกชนและหน่วยงานราชการทั่วไป ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งในการลดการถือเงินสด

1.3 ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการพัฒนาการจัดทำและนำเสนอใบกำกับภาษีในรูปแบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (e- Tax Invoice) และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (e-Receipt) เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดขั้นตอนในการจัดทำใบกำกับภาษีและนำเสนอรายการการทำธุรกรรมทางการเงินต่อกรมสรรพากรในด้านลูกค้าจะได้รับความสะดวกสบายเมื่อมีการซื้อสินค้าออนไลน์และชำระเงินระบบอิเล็กทรอนิกส์จะสามารถพิมพ์รายการใบกำกับภาษีได้ด้วยตนเองผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งไม่ต้องรอให้มีการส่งใบกำกับภาษีจากผู้ขายมาให้ในภายหลัง

1.4 โครงการ e-Payment รัฐบาลส่งเสริมให้มีการจ่ายเงินจากงบประมาณไปยังโครงการสวัสดิการต่าง ๆ แก่ประชาชน เป็นการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคมและพัฒนาระบบการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยให้รัฐบาลสามารถจ่ายเงินช่วยเหลือในโครงการต่างที่เป็นสวัสดิการแก่ประชาชน เช่น โครงการเบี้ยบำนาญผู้สูงอายุ โครงการเบี้ยบำนาญผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น ทำให้การจ่ายเงินตรงเป้าหมาย ลดความผิดพลาด ความซ้ำซ้อนและลดโอกาสการเกิดทุจริตในการจ่ายเงินเป็นเงินสดหรือเช็คธนาคาร

2. e-Wallet หรืออาจเรียกว่ากระเป๋าเงินออนไลน์เพื่อใช้ในการซื้อสินค้าโดยไม่ต้องพกเงินสดติดตัว เป็นการเชื่อมกับบัตรเครดิตหรือเติมเงินสดเข้าไป สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบคือ

2.1 บัตรเงินสด (Cash Base) ผู้ใช้สามารถเติมเงินเข้าไปในบัตรและใช้บัตรนี้ซื้อสิ่งของหรือชำระค่าบริการได้อย่างสะดวก โดยไม่ต้องพกเงินสด เช่น Rabbit , Smart Purse



2.2 บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Account) จะอยู่ในรูปของแอปพลิเคชัน เช่น PayPal , AIS , mPay , TrueMoney เพียงผูกบัญชีไว้กับบัตรเครดิต หรือบัตรเดบิต หรือเติมเงินผ่านการโอนเงินจาก โทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking /Internet Banking)

นอกเหนือจากธนาคารที่สามารถใช้แอปพลิเคชันในการจ่ายชำระค่าสินค้าแล้วยังมีผู้ได้รับใบอนุญาตที่ไม่ใช่ธนาคารให้เป็นผู้ให้บริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์ดังนี้

- กลุ่มผู้ให้บริการสัญญาโทรศัพท์มือถือ เช่น mPay , PaysBuy , TrueMoney
- กลุ่มสตาร์ทอัพ เช่น AirPay , T2P , MOL
- กลุ่มผู้ให้บริการต่างประเทศ เช่น Alipay , WeChat Pay , Samsung Pay

การเติบโตในการใช้ e-Wallet เพิ่มขึ้นอันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว นิยมการซื้อสินค้าออนไลน์ หรือผ่านแอปพลิเคชันสโตร์แต่ไม่บัตรเครดิต หรือไม่ต้องการผูกบัญชีกับบัตรเครดิต นอกจากนั้นการใช้ e-Wallet ยังช่วยลดการพกเงินสดตลอดเวลาทำให้ความจำเป็นในการถอนเงินสดลดลง

3. Fintech ซึ่งเป็นการรวม Financial และ Technology เข้ามาไว้ด้วยกัน หรือเป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์เข้ากับธุรกิจการเงิน กลุ่มธุรกิจที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเข้ามาทำให้การบริการที่เกี่ยวข้องกับการเงินและการลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การทำธุรกรรมรับ จ่าย โอนเงินออนไลน์ของธนาคาร หรือการวิเคราะห์ข้อมูลหุ้นเพื่อช่วยในการตัดสินใจของนักลงทุนผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นรูปแบบการบริการออนไลน์

4. Digital Banking ผลจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้ผู้ใช้สมาร์ทโฟนและเครือข่าย 4G ในประเทศไทยมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณประชากรในประเทศไทยมีการใช้สมาร์ทโฟนในปี 2560 สูงถึงร้อยละ 75 ของประชากรทั้งหมดและแนวโน้มการใช้สมาร์ทโฟนจะเพิ่มขึ้นอีก ระบบธนาคารที่ทำผ่าน Digital Banking แบ่งออกเป็น

4.1 การชำระเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) เป็นระบบการจ่ายเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น การซื้อสินค้าออนไลน์ การจองตั๋วโดยสารประเภทต่าง ๆ การจองโรงแรม การซื้อบัตรชมภาพยนตร์ เป็นต้น

4.2 ธนาคารบนอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เป็นเหมือนธนาคารออนไลน์เพื่อเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ กับธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความปลอดภัยและค่าใช้จ่ายในการทำรายการต่ำกว่า การติดต่อธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ตบนคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องไปติดต่อที่ธนาคารโดยตรง

นวัตกรรมทางธุรกิจในอนาคต

การปรับตัวของธุรกิจเริ่มปรากฏให้เห็นเด่นชัดมากยิ่งขึ้นหลังจากที่เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) บนโทรศัพท์มือถือกลายมาเป็นกระแสทางคิใหม่สำหรับการใช้จ่ายของคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งโลกในอนาคตจะกลายมาเป็นสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ความจำเป็นในการถือเงินสดจะลดน้อยลงไปตามลำดับ



ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่จะเข้ามาเปลี่ยนรูปแบบของการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาในใกล้ ๆ มีดังนี้

1. การขับเคลื่อนธุรกิจด้วย Fintech ซึ่งเป็นการรวม Financial และ Technology เข้ามาไว้ด้วยกัน หรือเป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์เข้ากับธุรกิจการเงิน เพื่อช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวกรวดเร็วขึ้น ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายขึ้น โดยสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง การพัฒนา Fintech จะเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานมากขึ้นไปอีก โดยมีการผนวกคำว่า Startup เข้าไปใน Fintech ซึ่งก็จะหมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้นสามารถใช้ Fintech ช่วยทำธุรกิจทางการเงินหรือให้บริการทางการเงินในส่วนที่สถาบันการเงินยังไม่สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ได้ บริการหลากหลายรูปแบบใน Fintech แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1.1 การชำระเงิน โอนเงิน ซึ่งเป็นการรับชำระค่าสินค้าบริการทางออนไลน์ โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องใช้เงินสด ไม่ต้องมีบัญชีเงินฝากธนาคารและบัตรเครดิต บริการดังกล่าวเช่น mPay , TrueMoney , Paypal , Alipay , Rabbit เป็นต้น

1.2 การให้สินเชื่อและเงินทุน เช่น P2P Lending และ Trade Finance

1.3 การจัดการเงินส่วนบุคคล การวิเคราะห์และช่วยบริหารเงินลงทุนโดยอัตโนมัติ เพื่อสร้างผลตอบแทนตามเป้าหมายในการลงทุนของลูกค้า เช่น แอปพลิเคชัน Piggipo ช่วยบริหารจัดการการใช้จ่ายบัตรเครดิตของลูกค้า

1.4 การนำเสนอข้อมูลการเงินเพื่อช่วยในการเปรียบเทียบตัดสินใจ เช่น Rabbit Finance ให้บริการข้อมูลเปรียบเทียบประกันรถยนต์เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทที่ให้ผลตอบแทนตรงตามความต้องการมากที่สุด

2. เทคโนโลยี Blockchain จะมาแทนที่ เริ่มแรกการสร้าง Blockchain ขึ้นมาเพื่อการค้าสกุลเงินดิจิทัลBitcoin ปัจจุบัน Blockchain ได้ถูกนำไปใช้ในทุกอุตสาหกรรมไม่จำกัดอยู่แต่ในเฉพาะธุรกิจการเงินเท่านั้น เป็นเทคโนโลยีที่ถูกสร้างขึ้นมาเป็นเสมือนห่วงโซ่ที่กระจายข้อมูลเก็บไว้ในชิ้นส่วนโซ่ที่ต่อกันเป็นอินเทอร์เน็ตในรูปแบบใหม่ ข้อมูลที่อยู่บน Blockchain จะสามารถเข้าถึงได้ทุกคนและไม่ได้ถูกเก็บไว้ที่ใดที่หนึ่งเพียงแห่งเดียว เทคโนโลยี Blockchain ไม่ได้เป็นระบบที่รวมข้อมูลไว้ที่ศูนย์กลางแต่เป็นระบบที่กระจายข้อมูลไปยังเครือข่ายต่าง ๆ เช่น การโอนเงินผ่านธนาคารในระบบเดิมรายการโอนเงินจะไปเกิดขึ้นที่ธนาคาร การเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ธนาคารจะรับรู้ทั้งหมดว่าเกิดอะไรขึ้น ซึ่งมีข้อดีคือโอกาสที่เกิดความผิดพลาดต่ำ การดูแลรักษาระบบทำได้ง่าย แต่ก็มีข้อเสียคือค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบจะสูงตามไปด้วย หากเกิดการโจรกรรมข้อมูลจะทำให้ระบบโดยรวมเกิดการล่ม

ส่วนการทำงานของ Blockchain จะเป็นการกระจายข้อมูลออกไปเมื่อมีการทำรายการธุรกรรมเกิดขึ้นสมาชิกทั้งหมดที่อยู่ในห่วงโซ่ก็จะได้รับทราบข้อมูลด้วยทั้งหมด ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ว่าใครเป็นผู้ทำรายการนั้น ๆ ปัจจุบันได้มีการนำเอาเทคโนโลยี Blockchain ไปใช้ในหลาย ๆ อุตสาหกรรมไม่จำกัดอยู่เพียงอุตสาหกรรมการเงินเท่านั้น เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ เช่น อุตสาหกรรม



อสังหาริมทรัพย์ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการทำสัญญา (Smart Contract) ซึ่งทุกคนที่อยู่ในห่วงโซ่จะได้รับข้อมูลสัญญาเหมือนกันหมดช่วยทำให้การประมูล หรือการก่อสร้างเป็นไปอย่างรวดเร็ว หรืออีกตัวอย่างในอุตสาหกรรมแพทย์ Healthcare สามารถกระจายข้อมูลด้านสุขภาพที่จำเป็นให้กับสมาชิกได้รับทราบข้อมูลที่เป็นปัจจุบันทันด่วน ซึ่งนับว่าในอนาคตเทคโนโลยี Blockchain จะเป็นการเปลี่ยนโลกในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

3. ปัญญาประดิษฐ์และการเรียนรู้ของเครื่องจักร(AI & ML) การเติบโตของโลกดิจิทัลส่งผลให้เกิดการโจรกรรมข้อมูล การเข้าถึงเครือข่ายข้อมูลของธุรกิจต่าง ๆ และการขโมยข้อมูลกลายมาเป็นปัญหาระดับโลกที่กำลังคุกคามในโลกไซเบอร์ การต่อสู้กับภัยคุกคามดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือที่มีความรวดเร็วเพื่อป้องกันการหยุดชะงักในทางธุรกิจ ระบบอัตโนมัติเพื่อรักษาความปลอดภัยจึงทำให้เกิดซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ที่รวมคำสองคำคือ AI (Artificial Intelligence) และ ML (Machine Learning) ซึ่งสามารถจัดการข้อมูลจำนวนมหาศาลได้อย่างรวดเร็วและจดจำรูปแบบความผิดปกติที่เกิดขึ้นแม้เพียงเล็กน้อย โปรแกรมสามารถเรียนรู้รูปแบบและกิจกรรมของผู้ใช้โดยการศึกษาจากเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ซึ่งหากมีการผิดพลาดจากที่เคยเป็นมาก็จะสามารถทราบได้ทันที

4. ปรากฏการณ์ “ การกลับขึ้นฝั่ง ” (Re-shoring) ผลจากความก้าวหน้าของวิทยาการหุ่นยนต์และระบบปัญญาประดิษฐ์จะทำให้เกิดปรากฏการณ์ การกลับขึ้นฝั่ง หรือการไหลกลับเข้ามาลงทุนภายในประเทศ ความก้าวหน้าของวิทยาการหุ่นยนต์จะเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ซึ่งจะทำต้นทุนในการดำเนินงานต่ำลง ความจำเป็นในการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีแรงต่ำกว่าจะไม่มี ความจำเป็นอีกต่อไป ผลกระทบที่เกิดขึ้นนี้เป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรจะได้จับตาดูอย่างใกล้ชิดเช่นเดียวกับผลกระทบที่เกิดขึ้นในระดับภูมิภาคอย่างเช่น ประเทศจีนที่ค่าแรงงานไม่ได้ต่ำเหมือนในอดีตที่ผ่านมาส่งผลให้การลงทุนจากญี่ปุ่นเริ่มไหลกลับเข้าประเทศญี่ปุ่น เช่นเดียวดับในประเทศไทยที่มีการลงทุนเป็นจำนวนมากจากต่างประเทศรวมทั้งเงินลงทุนจากญี่ปุ่น หากในอนาคตเกิดการไหลกลับของการลงทุนจากญี่ปุ่นย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงานของเศรษฐกิจการลงทุนและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงงานชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวที่จะเกิดขึ้นเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันการกับเปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและความอยู่รอดของธุรกิจ

เปลี่ยนธุรกิจด้วยแนวคิดดิจิทัล

ในยุคที่เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบธุรกิจ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก(Disruptive Technology) ได้กลายมาเป็นปัจจัยสำคัญในการตลาดของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เดิมที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิมล้มหายตายจากไป การสร้างธุรกิจด้วยเทคโนโลยีเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคกลายมาเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด



พลิกโฉมองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) หมายถึงกระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในทุกส่วนของธุรกิจนับตั้งแต่กระบวนการทำงาน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การตลาด วัฒนธรรมองค์กร และการกำหนดเป้าหมายการเติบโตในอนาคต เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน (พิมพ์นิภา บัวแสง , 2017) สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวขนานใหญ่ก็เนื่องมาจากปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ถูกพัฒนาขึ้นมารวดเร็วกว่าความสามารถของธุรกิจที่จะปรับตัวได้ทัน ไม่ว่าจะเป็นระบบคลาวด์(Cloud) , ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) , อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things (IoT)) , สมาร์ทโฟน (smart phone) , สื่อสังคม (social media) ได้เปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้บริโภคและสร้างธุรกิจแนวใหม่ขึ้นมาตลอดเวลา ในขณะที่ธุรกิจแบบเดิมที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันก็ต้องมีอันล้มหายตายจากไป ดังที่จะเห็นได้จากธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันที่ Amazon , Alibaba , Lazada เข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาดจากธุรกิจค้าปลีกแบบเดิม ด้วยจุดเด่นที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่าผ่านช่องทางออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่เพียงแต่ธุรกิจค้าปลีกเท่านั้นแม้แต่การทำธุรกิจแท็กซี่ที่ไม่เคยคิดว่าจะมีคู่แข่งขงจากเดิมที่เคยทำธุรกิจแบบเดิมกลายมามีแข่งขันอย่าง Uber และ Grab ที่ให้บริการเรียกผ่านโทรศัพท์มือถือด้วยค่าบริการที่ต่ำกว่าและให้บริการที่ประทับใจผู้โดยสารมากกว่ากลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญของแท็กซี่แบบเดิม

สำหรับในประเทศไทยธุรกิจต่าง ๆ ได้เริ่มมีการตื่นตัวรับการเปลี่ยนแปลงของกระแส Digital Transformation เริ่มจากธุรกิจค้าปลีกผู้ค้าปลีกรายใหญ่ได้มีการร่วมลงทุนกับต่างประเทศอย่างเช่น กลุ่มเซ็นทรัลที่ได้มีการปรับแนวธุรกิจเพื่อขยายตลาดทางสินค้าออนไลน์โดยการส่งสินค้าจากประเทศจีนที่มีราคาถูกกว่าเข้ามาจำหน่าย ธุรกิจธนาคารได้มีการปรับตัวเป็นอิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้ง มีการพัฒนาระบบ Mobile Banking และ Internet Banking ในขณะที่มีการทยอยปิดสาขาของธนาคารลงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งจะเห็นธุรกิจต่าง ๆ เริ่มมีการปรับตัวมากขึ้นเพื่อความอยู่รอด การเปลี่ยนแนวคิดและนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจต้องมีการวางรากฐาน เป้าหมายตลอดจนการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค การเปลี่ยนดังกล่าวรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในองค์กรและบุคลากรทุกส่วน สิ่งสำคัญที่จำเป็นที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงมีดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของผู้บริโภคการที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้นั้นต้องอาศัยการวิเคราะห์ผู้บริโภค นอกเหนือจากการวิเคราะห์ที่นิยมแบ่งกลุ่มลูกค้าตามอายุ การศึกษา พื้นที่ รายได้แล้ว ควรให้ความสำคัญกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้าด้วยว่าสนใจสินค้าประเภทใด เทรนด์ของสินค้า โปรโมชัน และราคา เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าแต่ละรายตามความชอบของแต่ละคน ซึ่งในเรื่องนี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันที่มักจะมีการนำเสนอโปรแกรมปัญญาประดิษฐ์มาใช้ ซึ่งสามารถจะจดจำความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้าแต่ละรายได้ ซึ่งเรามักจะแปลกใจว่าทำไมทุกครั้งที่มีการใช้แอปพลิเคชันดังกล่าวในการซื้อสินค้าในครั้งต่อไปโปรแกรมสามารถทราบถึงความต้องการได้ทันทีว่าสนใจสินค้าประเภทใด ราคาประมาณเท่าใด

2. การเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจ การปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน การทำงานผ่านกลยุทธ์ นวัตกรรมและความคิด



สร้างสรรค์เป็นแนวการทำงานในยุคสมัยใหม่แทนรูปแบบการทำงานเดิม ๆ ซ้ำ ๆ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge sharing) ให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างแผนกและต่างแผนกกัน หรือการทำงานที่ไม่จำเป็นต้องนั่งทำงานในออฟฟิศอาจจะทำงานในสถานที่ใด ๆ ตามร้านกาแฟ หรือซูเปอร์มาร์เก็ต ก็สามารถทำงานได้ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยวัดผลการปฏิบัติงานจากสิ่งที่ได้รับให้เป็นระบบมากกว่าการวัดด้วยเวลาการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้พนักงานมีอิสระทางความคิดมากขึ้น

3. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจ รูปแบบธุรกิจในปัจจุบันอาจจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับยุคดิจิทัล ซึ่งจะเห็นได้จากตัวอย่างห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Big C เริ่มมีการทำธุรกิจให้บริการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และบริการส่งถึงบ้าน เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปไม่นิยมเดินทางออกนอกบ้านจากปัญหาการจราจรที่ติดขัด หรือ Garmin ได้มีการพัฒนานาฬิกาข้อมือที่มีระบบ GPS สามารถวัดชีพจร จำนวนแคลอรี ซึ่งเป็นการรองรับผู้บริโภคที่นิยมออกกำลังกายและต้องการความทันสมัยในการใช้งาน

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป การซื้อสินค้าในปัจจุบันสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และเลือกสินค้าตลอดจนชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ลูกค้าไม่จำเป็นต้องไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง หากธุรกิจไม่ปรับตัวเข้ากับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจะไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ดังนั้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นในยุคดิจิทัล

บทสรุป

กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกส่งผลให้สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างสิ้นเชิงในลักษณะเชิงพลวัต (Dynamic) ที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน รุนแรง รวดเร็ว และสามารถทำให้ธุรกิจบางประเภทต้องล้มหายตายจากไปเพียงชั่วระยะเวลาสั้น ๆ จากการศึกษาของโกศลจิตวิรัตน์ (2561) ถึงอิทธิพลเชิงสาเหตุการปรับตัวของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการทำลายล้างของเทคโนโลยีพบว่าธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับองค์การเข้าสู่ระบบดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีทดแทนแรงงานคนโดยการพัฒนางานประจำให้มีศักยภาพทางการแข่งขันมากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวโน้มในอนาคตจะมีการใช้เทคโนโลยีทดแทนแรงงานคนเพิ่มมากขึ้น การสร้างนวัตกรรมในสินค้าและบริการ หรือนวัตกรรมด้านรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ การขับเคลื่อนทุกสิ่งเข้าสู่อินเทอร์เน็ต การพัฒนาตลาดออนไลน์ โดยตระหนักถึงโอกาสทางการตลาดที่จะเกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการจัดการประสบการณ์ลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจสูงสุดต่อสินค้าและบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวได้กลายมาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน เพื่อให้ธุรกิจนั้นสามารถรักษาสภาพการแข่งขันจากคู่แข่งและความสามารถอยู่รอดต่อไป



บรรณานุกรม

- กิตติศักดิ์ อังคะนาวิณ (2561). นวัตกรรมเทคโนโลยีที่มีผลต่อความสำเร็จพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกลุ่มอุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ปีที่ 7 ฉบับพิเศษ เล่ม 2 ประจำเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2561*.
- โกศล จิตวิรัตน์ (2561). โมเดลการปรับตัวขององค์กรธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการทำลายล้างของเทคโนโลยีดิจิทัลในศตวรรษที่ 21. *วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ 23 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2561*.
- ดนชนก เบื่อน้อย (2559). นวัตกรรมกับความคิดสร้างสรรค์. *วารสารวิชาการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2559*.
- นุสดี คณีกุล (2560). นวัตกรรมกับองค์กร นิตยสาร TMA ปีที่ 7 ฉบับที่ 25 เมษายน-มิถุนายน 2560.
- พรชัย ชุนหจินดา (2560). ฟินเทค (Fin Tech) เพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศไทย 4.0. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2560*
- พิมพ์นิภา บัวแสง (2017). *Digital Transformation : พลิกโฉมธุรกิจด้วยแนวคิดดิจิทัล การเงินธนาคาร-เกร็ดการเงิน* ธันวาคม 2017.
- ศิริยศ จุฑานนท์. (2561). Fintech พลิกโฉมโลกธุรกิจการเงินการลงทุน. ฝ่ายวิจัย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ศุภย์วิชัยกสิกรไทย (2017). ธนาคารกสิกรไทยเผย 4 เทรนด์การเงินที่จะมาเปลี่ยนโลกในปี 2017 PDF ออนไลน์ แหล่งที่มา : <https://www.brandbuffet.in.th/2017/01/financial-trends-kbank/>(15 มกราคม 2562)
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2561). การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลของประเทศไทย เพื่อนำไปสู่ Thailand 4.0 (บทความพิเศษ) *วารสารวิชาการ กสทช. ประจำปี 2561*.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553). นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีที่ 33 ฉบับที่ 128 ตุลาคม-ธันวาคม 2553*.
- สิโรตม มณีแฮดและปรีดา วรณพิรุณ (2561). ระบบนิเวศการเรียนรู้ดิจิทัลด้วยปัญญาประดิษฐ์สำหรับการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนเรศวร ฉบับที่ 21 เล่มที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2561*.