

การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจ รายใหม่ที่มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Managerial Preparation of Startup Business Entrepreneurs towards the Sustainable Business as influenced by Disruptive Innovation in Bangkok Metropolitan Area

Article History

Received: June 21, 2020

Revised: September 20, 2020

Accepted: September 21, 2020

สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ¹

Suthinan Pomsuwan

รชชงพร โคมลเสวิน²

Rosechongporn Komolsevin

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านบริการ และด้านการสื่อสาร ที่มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น โดยศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ และวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 40 คนที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.917 และเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลล์ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน

¹ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Graduate School, Bangkok University
E-mail: suthinan.p@bu.ac.th

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Graduate School, Bangkok University
E-mail: rosechongporn.k@bu.ac.th

ผลการวิจัยพบว่า การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการผลิตมีผลรวม ร้อยละ 59.70 ด้านการเงินมีผลรวม ร้อยละ 53.60 ด้านการบริการมีผลรวม ร้อยละ 47.60 และด้านการสื่อสารมีผลรวม ร้อยละ 68.10 ต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: การเตรียมความพร้อมการบริหาร ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจาก นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

Abstract

The objectives of this study were to study the managerial preparation of startup business entrepreneurs in terms of production, financial issues, services, and communication towards the sustainable business as influenced by disruptive innovation in Bangkok Metropolitan Area. A close-ended questionnaire was used as a tool to collect data; its content validity was checked by experts and the reliability test conducted with 40 non-samples yielding the value of 0.917. The questionnaire set was distributed to 400 startup business entrepreneurs in Bangkok Metropolitan Area who were selected using the snowball sampling technique. The data analysis was done by using the descriptive statistics, which consisted of percentage, mean, and standard deviation, and multiple regression analysis was used to test the hypotheses with the 0.05 significance level.

The results revealed the effects of startup business entrepreneurs' managerial preparation on the sustainable business as influenced by disruptive innovation in Bangkok Metropolitan Area as following: 59.70% of production, 53.60% of financial issues, 47.60% of services, and 68.10% of communication, with the 0.05 significance level.

Keywords: Managerial Preparation, Startup Business Entrepreneurs, Disruptive Innovation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่การเริ่มประกอบธุรกิจจนถึงล้มเลิกธุรกิจ ทำให้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของระบบธุรกิจ รวมถึงทำให้วิถีชีวิตของพนักงานทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติในองค์กรต้องปรับสภาพเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้น ยังมีการผสมผสานการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งทางด้านเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ และวิทยาศาสตร์ ก่อให้เกิดทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อระบบความเข้าใจของบุคคล รวมถึงความสำเร็จและล้มเหลวของระบบที่เกิดขึ้นกับตัวบุคคลด้วย

เทคโนโลยีที่สร้างความพลิกผัน (disruptive technologies) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงข้างต้น โดยเป็นคำที่มีความหมายทั้งด้านบวกและด้านลบ หมายถึง สิ่งที่ขัดขวาง กีดขวาง หรือเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง ทำให้สภาวะที่ดำรงอยู่กับเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Christensen, 2006) โดยผู้ที่สามารถสร้างระบบความเข้าใจและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี

ที่สร้างความพลิกผันดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ก็จะกลายเป็นด้านดีหรือ โอกาส แต่หากขาดความเข้าใจในระบบและไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ก็จะกลายเป็นลบหรือเป็นอุปสรรคในการทำงานได้

ในการนี้ Christensen (1997) กล่าวไว้ในหนังสือชื่อ The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail ว่า องค์กรธุรกิจหลายแห่งที่ประสบความสำเร็จโดยมีการบริหารที่ยอดเยี่ยมและมีผลกำไรอย่างต่อเนื่อง กลับประสบความล้มเหลวทางธุรกิจอันเนื่องมาจากการยึดติดกับความสำเร็จเดิมๆ ขาดการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการพัฒนาของเทคโนโลยี ตลอดทั้งมีการบริการที่ขาดการพัฒนาไปสู่การใช้นวัตกรรมกระบวนการความคิดใหม่หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จึงกลายเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญสำหรับองค์กรใหม่ๆ หรือบริษัทขนาดเล็ก หรือที่เรียกว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ (startup) ที่มีทักษะและสามารถคิดค้นและใช้สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมแปลกใหม่ที่เรียกว่า “นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น” หรือ disruptive

innovation เพื่อแข่งขันกับองค์กรขนาดใหญ่ที่ยังคงให้ความสำคัญกับลูกค้า หรือผลิตภัณฑ์เดิมๆ

แม้ว่าการใช้สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมแปลกใหม่สามารถสร้างกำไรให้กับองค์กรได้เป็นอย่างดี แต่ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ยังขาดกระบวนการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับความยั่งยืนขององค์กร ในการนี้ Adner (2012) และ Christensen, Raynor, and McDonald (2015) สรุปว่า การรองรับความยั่งยืนขององค์กรในปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและการสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรธุรกิจในระยะยาวของการผลิต การเงิน การบริการ และการสื่อสาร รวมถึงการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ

Christensen (2006) ได้เสนอแนวคิดของ “นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น (disruptive innovation)” ที่แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นระดับพื้นฐาน (low-end disruption innovation) และนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อสร้างตลาดใหม่ (new-market disruption innovation) ในการนี้ นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นระดับพื้นฐานเป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีอยู่แล้ว แต่เสริมด้วยการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและการสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรธุรกิจในระยะยาวของการผลิต การเงิน การบริการ และการสื่อสาร เพื่อนำไปสู่การใช้งานที่ง่ายกว่าเดิมในราคาที่ถูกลงกว่าเดิม โดยมีคุณภาพที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัทอื่น ตลอดจนส่งเสริมพัฒนาสินค้าให้เป็นที่จดจำแทนสินค้าตัวเดิม จนสามารถได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนเป็นผู้นำตลาดในที่สุด ส่วนนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อสร้างตลาดใหม่เป็นการนำเสนอเทคโนโลยีใหม่หรือผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าที่มีอยู่ในตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการที่ยังไม่มีคู่แข่งรายใดตอบสนองได้ โดยเสริมด้วยการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและการสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรธุรกิจในระยะยาวของการผลิต การเงิน การบริการ และการสื่อสาร

นอกจากนี้ Christensen, Raynor, and McDonald (2015) กล่าวว่า ธุรกิจที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่มีความคล่องตัวทั้งด้านการเป็นนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นระดับพื้นฐาน และนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อสร้างตลาดใหม่ สอดคล้องกับ Di Stefano, Gambardella, and Verona (2012) และ Markman and Waldron (2014) ที่ร่วมกันสรุปว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่มีคุณสมบัติในการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกิจแบบเดิมได้สำเร็จรวดเร็วกว่าเจ้าของส่วนแบ่งตลาดเดิมที่ครองตลาดอยู่ ที่รักษาดตลาดด้วยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่าง

ค่อยเป็นค่อยไปเพื่อให้เกิดความเสี่ยงน้อยที่สุด โดยใช้กรอบความคิดเดิมที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เริ่มจะซับซ้อน หรือมีราคาแพงขึ้นตลอดเวลา จนเกินความต้องการของตลาด ต่างจากผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่มีมุ่งพัฒนาการหาช่องว่างจากความเชื่อของคู่แข่ง และพัฒนาส่งเสริมความแปลกใหม่ที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ตลาดชื่นชอบ ยอมรับ และพร้อมที่จะจ่ายอย่างเต็มที่

ทั้งนี้ ความคงอยู่ของธุรกิจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมการบริหารให้ประสบความสำเร็จทั้งในส่วนของการพัฒนาที่พัฒนาขึ้นระดับพื้นฐานและนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อสร้างตลาดใหม่นั้น ต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและการสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรธุรกิจในระยะยาวของการผลิต การเงิน การบริการ และการสื่อสาร เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญ และเป็นตัวชี้วัดการขับเคลื่อนประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการบริการ และด้านการสื่อสาร ที่มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องการเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอธิบายวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่

บทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจทั้งระดับประเทศและระดับโลก เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถใช้ความรู้ความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างคล่องตัว แม้ว่าบางครั้งอาจ

จะประสบปัญหาในการลงทุนก็จะมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาช่วยเหลือเพื่อให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนไปได้ (Massa & Testa, 2008) ในกรณีนี้ Prahalad and Ramaswamy (2003) กล่าวว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่มักดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีดิจิทัล หรือใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจ รวมถึงเป็นผู้ประกอบการที่แข่งขันกับธุรกิจคู่แข่ง หรือสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ต่างไปจากเดิมเป็นต้น ทั้งนี้ การที่ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนธุรกิจ จะทำให้ธุรกิจสามารถคงอยู่ได้จากความสะดวกและรวดเร็ว ตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Christensen, Anthony, and Roth (2004) ที่ระบุถึงตัวอย่างของประกอบการรายใหม่รุ่นแรกๆ ที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน เช่น ผู้ประกอบการบริษัทกูเกิ้ล หรือผู้ประกอบการเฟซบุ๊ก ก็เริ่มต้นจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาขับเคลื่อนเพื่อเป็นสื่อกลางในการบริการด้านเทคโนโลยี และประสบความสำเร็จเป็นผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลระดับโลกในปัจจุบัน

สำหรับในประเทศไทย การส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ให้รองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวข้างต้น มีหน่วยงานที่รับผิดชอบการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ คือ สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (The Office of SMEs Promotion, 2019) โดยมีนโยบายให้การสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งด้านการลงทุน การสรรหาการฝึกอบรมพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญ การหาตลาดเพื่อสร้างความมั่นคงทางธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ธุรกิจมีสายป่านการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน และพัฒนาแนวความคิดในการสร้างธุรกิจเชิงปฏิบัติการ โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ให้เห็นภาพรวมของธุรกิจได้อย่างชัดเจน และเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและให้คำปรึกษาเชิงลึกกับผู้ประกอบการ เพื่อนำไปปรับปรุงธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเป็นนวัตกรรมทางธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างนวัตกรรมที่แตกต่างจากเดิมในด้านการเพิ่มมูลค่าของธุรกิจเดิมและการพัฒนาธุรกิจใหม่ โดยใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อนไปสู่การเป็นผู้นำทางธุรกิจที่อาศัยความได้เปรียบของเทคโนโลยี เช่น บริษัทแอปเปิล

ได้พัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบสมาร์ทโฟนซึ่งใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการสื่อสารแบบครบวงจร ส่งผลให้บริษัทโนเกียสูญเสียความเป็นผู้นำของตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงบริษัทหัวเว่ยที่พัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เช่นเดียวกับบริษัทแอปเปิล ทำให้เกิดการพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้นและทำให้เกิดการแข่งขันด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Christensen, Raynor, & McDonald, 2015)

นอกจากนี้ Danneels (2004) และ Kim and Min (2015) กล่าวว่า หากวิเคราะห์นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเชิงข้อมูลภาพรวม (big data) รวมถึงการคิดเชิงอนาคต (future thought) และการบูรณาการข้อมูลและความคิดเชิงอนาคตร่วมกัน โดยใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลมาขับเคลื่อนก็สามารถพัฒนานวัตกรรมได้อย่างสมบูรณ์แบบทั้งในรูปแบบ Low-end Disruption ที่เป็นการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ และ New-market Disruption ที่เป็นการพัฒนาสิ่งใหม่ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยอาศัยนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเป็นตัวขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ MacFarquhar (2012) พบว่า ข้อควรระวังของการนำนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ จำเป็นต้องระมัดระวังในการรักษาฐานของลูกค้าที่มีอยู่ให้รับรู้ถึงสภาพของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกของเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะเด่นของแต่ละช่วงวัย เพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าหรือบริการของคู่แข่ง รวมถึงการสร้างความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องและพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าตลอดเวลา ด้วยการพัฒนาพนักงานให้เป็นผู้บริการที่ดีและมีความเข้าใจกระบวนการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การศึกษาของ King and Baatarogtokh (2015) พบว่า องค์กรธุรกิจขนาดเล็กจะได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน หากธุรกิจเหล่านั้นสามารถใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมที่แตกต่างจากเดิมเพื่อเพิ่มมูลค่าของธุรกิจเดิมและพัฒนาธุรกิจใหม่ ซึ่งจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

3. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมการบริหารด้านการผลิตในบริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

บริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นที่อยู่บนพื้นฐานด้านการผลิต สามารถอธิบายได้จากแนวคิดของ Hang,

Garnsey, and Ruan (2015) ที่กล่าวว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างครบวงจรด้านการผลิตเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการแข่งขันในปัจจุบัน รวมถึงการนำเสนอนวัตกรรมใหม่เข้าสู่ตลาดเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ นับตั้งแต่โรงงานขนาดใหญ่จนถึงธุรกิจขนาดเล็กก็จะต้องให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเพื่อให้ธุรกิจสามารถต่อยอดและมีความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ Dedehayir, Nokelainen, and Makinen (2014) ที่กล่าวว่า ธุรกิจสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นระบบขับเคลื่อน (digital transformation) เพื่อต่อยอดด้วยนวัตกรรมที่หลากหลายได้พร้อมกัน โดยบูรณาการใช้ Digital Transformation กับธุรกิจก็จะทำให้เกิดการคุ้มค่าด้านงบประมาณ เวลา ต้นทุนและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และยังธุรกิจมีขนาดเล็ก ก็ย่อมได้เปรียบในการสร้างความคล่องตัวในการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ Carayannopoulos (2009) กล่าวว่าแนวคิดในการใช้บริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อขับเคลื่อนเรื่องการผลิต ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้าใจแนวคิด “การเป็นผู้ให้บริการ (anything-as-a-service)” ที่เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าเพื่อขายเป็นการให้เช่าพร้อมมีบริการเสริม ช่วยให้อุปกรณ์เปลี่ยนรูปแบบการลงทุน และแนวคิด “การผลิตตามคำสั่ง (made to order at scale)” ที่เปลี่ยนจากการผลิตที่มีคำสั่งซื้อแบบแน่นอนตายตัวไปเป็นการรับสั่งผลิตตามคำสั่งของลูกค้า โดยสายการผลิตและการวางแผนการผลิตต้องมีความยืดหยุ่นมากกว่าเดิม และต้องมีความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนและพัฒนาต่อยอดได้ตลอดเวลา เพื่อให้ธุรกิจโรงงานและการผลิตมีโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

4. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมการบริหาร ด้านการเงินในบริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

บริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นที่อยู่บนพื้นฐานด้านการเงิน สามารถอธิบายได้จากแนวคิดของ Gimpel, Rau, and Röglinger (2018) ที่กล่าวว่า ระบบการเงินในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดต่างจากในอดีตอย่างสิ้นเชิง อันเป็นผลจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน ตัวอย่างเช่น รูปแบบของระบบการเงินที่นำ FinTech (Financial Technology) มาใช้กับธุรกิจทั้งที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมหาศาล เนื่องจากการประยุกต์เทคโนโลยีไอทีและการสื่อสารสมัยใหม่มาพัฒนานวัตกรรมด้านการเงินและระบบบริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างครบวงจร รวดเร็ว

และลดต้นทุนการให้บริการให้ต่ำลงได้ โดยสามารถเรียกใช้บริการผ่านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารพกพาได้ตลอดเวลา

ทั้งนี้ Gomber, Koch, and Siering (2017) กล่าวว่าองค์กรขนาดใหญ่และขนาดเล็กใช้ระบบการเงิน FinTech เป็นแนวทางเชื่อมต่อแบบครบวงจรที่นิยมทั้งในและต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น Paypal คือกลุ่มธุรกรรมเกี่ยวกับการชำระเงิน/โอนเงิน (payment/transfers) Wealthfront คือ กลุ่มธุรกรรมเกี่ยวกับการบริหารการเงินส่วนบุคคล (personal financing) โดยจะให้บริการด้านการลงทุนและที่ปรึกษาทางการเงินผ่านระบบออนไลน์แบบอัตโนมัติ StockRadars คือ การให้บริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์หุ้นในตลาดหลักทรัพย์ เป็นระบบบริการผ่านแอปพลิเคชันในการคัดกรองหุ้นเพื่อการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ iTAX คือ บริษัทให้บริการด้านการจัดการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การประกัน และการลงทุน และ Omise คือ บริษัทที่ให้บริการระบบเพื่อเป็นตัวกลางในการชำระเงินของผู้บริโภคไปสู่เจ้าของสินค้าหรือผู้ให้บริการ

นอกจากนี้ Gomber, Kauffman, Parker, and Weber (2018) กล่าวเสริมว่า การทำธุรกรรมในระบบการเงิน FinTech เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว คือใช้นวัตกรรมใหม่เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และให้บริการด้านการเงินแบบครบวงจรได้อย่างรวดเร็วทั้งที่ผ่านธนาคารหรือบริหารจัดการด้วยตนเองผ่านแอปพลิเคชันการจัดระบบการเงินเป็นต้น จากประเด็นดังกล่าว Gopalan, Jain, Kalani, and Tan (2012) กล่าวว่า ธนาคารพาณิชย์ได้พยายามสร้างระบบการเงิน FinTech ในการบริการลูกค้ามากขึ้น โดยมีการปรับตัวและให้ความสนใจในการลงทุนสร้างหน่วยงาน FinTech ของตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ การปฏิรูประบบการเงินแบบ FinTech ในอนาคตแทบจะเป็นไปไม่ได้ ดังนั้น การเตรียมตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นแนวทางที่ดีของผู้ประกอบการที่จะลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

5. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมการบริหารด้านการบริการในบริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

บริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นที่อยู่บนพื้นฐานด้านการบริการ สามารถอธิบายได้จากแนวคิดของ Thomke and von Hippel (2002) ที่กล่าวว่า การบริการที่เชื่อมต่อกับนวัตกรรมไม่ได้เป็นเพียงผลลัพธ์ของการดำเนินงานของ

องค์กร หากแต่เป็นผลของกระบวนการ (process) ทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ของพนักงานทุกๆ คนที่สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและเป็นไปตามวิสัยทัศน์ขององค์กร (Danneels, 2007) ทั้งนี้ Assink (2006) กล่าวว่า หากพนักงานมีความเข้าใจ มีความกระตือรือร้นและชอบการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและการอยู่ร่วมกันแบบพหุสังคม ย่อมทำให้องค์กรก้าวสู่การพัฒนาและความยั่งยืน

ในการนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่อาจมีการขับเคลื่อนนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นได้เร็วกว่า เนื่องจากมีจำนวนพนักงานไม่มากและเป็นคนรุ่นใหม่ที่ย่อมยอมรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนำมาใช้ในการบริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการแก้ไขปัญหา กระบวนการปฏิสัมพันธ์ และกระบวนการเรียนรู้แบบแปรผันโดยใช้การเรียนรู้แบบการลงมือทำและการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน เป็นต้น

นอกจากนี้ การศึกษาของ Biemans, Griffin, and Moenaert (2016) กล่าวว่า การเข้าถึงระบบการบริการสามารถกระทำได้ในลักษณะต่างๆ เช่น “ระบบบริการ Fintech Startup” ด้านการบริการธุรกรรมการเงินแบบไม่ผ่านธนาคารที่ช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ และปลอดภัย “ระบบการบริการ Food Tech Startup” การบริการด้านอาหารที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้านการบริการผ่านแอปพลิเคชัน และ “ระบบการบริการ EdTech Startup” ที่เน้นแก้ปัญหาในระบบการศึกษา เป็นธุรกิจที่เน้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาการศึกษา ช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจระเบียบด้านการศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้ ระบบดังกล่าวข้างต้นเป็นระบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้ใช้บริการอย่างมาก

6. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมการบริหารด้านการสื่อสารในบริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

บริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นที่อยู่บนพื้นฐานด้านการสื่อสาร สามารถอธิบายได้จากแนวคิดของ Hynes and Elwell (2016) ที่กล่าวว่า ความหลากหลายของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นที่ผู้ประกอบการได้นำมาใช้ในเชิงพาณิชย์โดยปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ สามารถเชื่อมต่อกับบริบทของ

การสื่อสารใน 2 ประเด็น คือ การทำความเข้าใจในการใช้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นและความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจดังกล่าวต่อผู้บริหารและพนักงานระดับปฏิบัติ รวมถึงสามารถสื่อสารไปยังลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ประหยัดต้นทุน รวมถึงมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในภาพรวม

ในการนี้ Chesbrough (2011) กล่าวว่า การสื่อสารนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีการเปลี่ยนถ่ายจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลมากขึ้น เช่น การสื่อสารจากโทรเลขเปลี่ยนเป็นการสื่อสารทางโทรสาร และมาสู่การสื่อสารผ่านอีเมล กล้องถ่ายภาพแบบฟิล์มถูกแทนที่ด้วยกล้องดิจิทัล โทรศัพท์บ้านหรือโทรศัพท์ที่ทำงานเปลี่ยนเป็นสมาร์ทโฟนในปัจจุบัน ทั้งนี้ เมื่อเทคโนโลยีและการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงก็ย่อมจะส่งผลกระทบต่อระบบการรับรู้และความเข้าใจของผู้ให้บริการและต่อเนื่องไปยังผู้รับบริการ หากองค์กรรับมือได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพก็จะส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาสู่ระบบของการแข่งขันทางธุรกิจ

การศึกษาของ Rochet and Tirole (2003) และ Sandström, Magnusson, and Jörnmark (2009) สรุปการขับเคลื่อนนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมาของผู้ประกอบการรายใหม่ที่เริ่มต้นธุรกิจว่า ธุรกิจนั้นย่อมต้องใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับดำเนินการอยู่แล้ว ในทางกลับกัน คู่แข่งก็ย่อมเข้าใจและได้รับประโยชน์จากเครื่องมือนี้เช่นเดียวกัน จึงเป็นเรื่องปกติที่ธุรกิจเดิมและธุรกิจใหม่จะถูกท้าทายโดยธุรกิจที่ใหม่กว่าที่สามารถใช้การสื่อสารเพื่อสื่อสารนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมาไปยังลูกค้าและสร้างความพึงพอใจมากกว่า รวมถึงการสร้างความภักดีในการใช้บริการครั้งต่อไปได้เป็นอย่างดี

7. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับความมั่นคงและการเปลี่ยนแปลงในบริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

บริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นที่อยู่บนพื้นฐานของด้านความมั่นคงและการเปลี่ยนแปลง สามารถอธิบายได้จากแนวคิดของ Christensen (1997) ที่กล่าวว่า ความมั่นคงของระบบของนวัตกรรมเป็นการสร้างรากฐานของระบบที่จะเชื่อมต่อกับระบบนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและรวดเร็วจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน เมื่อมีการสร้างนวัตกรรมแล้ว จะต้องเข้าใจระบบของการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อหลีกเลี่ยงคู่แข่งทางธุรกิจในการพัฒนานวัตกรรมมาแข่งขัน

ในแง่ของผู้ใช้นวัตกรรมที่ถ่ายทอดมาจากที่อื่น ก็จำเป็นต้องเตรียมสภาพความพร้อมของเงินทุน การรับรู้และเข้าใจระบบการสื่อสารเพื่อที่จะสามารถรองรับความพึงพอใจของลูกค้าที่จะใช้บริการนวัตกรรมเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ Chen and Hambrick (1995) และ Collins (2001) กล่าวว่า ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจประเด็นของความคงอยู่ของธุรกิจในปีบริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นดังต่อไปนี้ คือ 1) การเปิดกว้างและเชื่อมโยงระหว่างนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมากับนวัตกรรมที่องค์กรพัฒนา หรือการเชื่อมต่อกับองค์กรภายนอก โดยการกำหนดแนวทางที่เปิดกว้างในการรับนวัตกรรมใหม่ แต่ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน และสามารถตรวจสอบได้ 2) การเน้นความมั่นคงของกิจการ โดยการทำงานเชิงรุกที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน พัฒนาระบบการ พัฒนาเทคโนโลยี และพัฒนาองค์กรไปพร้อมๆ กัน และ 3) การเพิ่มขีดสมรรถนะสูงและทันสมัยด้วยการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า การสร้างและพัฒนานวัตกรรมที่มีอยู่ประยุกต์ใช้ในหลากหลายมิติเพื่อให้ก้าวหน้าไปพร้อมกับเทคโนโลยี รวมถึงปรับปรุงสภาพองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูงและปรับตัวเข้าสู่สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาการเปลี่ยนแปลงในปีบริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นเช่นกัน โดย Raynor (2011) กล่าวว่า ในโลกแห่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจอย่างยั่งยืนได้นั้น ต้องเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ ทั้งนี้ Casadesus-Masanell and Ricart (2011), Droege and Johnson (2010) และ Furlow (2011) ร่วมกันสรุปว่า ปัจจัยสำคัญหรือปัจจัยสำเร็จของความยั่งยืนในธุรกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ควรมีการเตรียมความพร้อมในเรื่อง

1) การรับบุคลากรที่มีการปรับเปลี่ยนตนเองในการยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ทันทีและอย่างเป็นระบบ และสามารถสร้างเป็นระบบเครือข่ายของการประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้เป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถรอบด้าน สามารถคิดค้นและต่อยอดอย่างรวดเร็วในนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ 2) การรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กร คือความท้าทายที่องค์กรจำเป็นต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ผ่านการมีวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจนและการสื่อสารที่ดี การปฏิบัติกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน สถานที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน สภาพแวดล้อมผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีความยืดหยุ่นในการทำงานเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี และ 3) การใช้กลยุทธ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร พร้อมรับมือกับสภาพของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยใช้ข้อมูลที่อยู่ในระบบ “บิกดาต้า (big data)” ที่ประกอบด้วย รูปแบบตัวอักษร เอกสาร เสียง รูปภาพ เพลง วิดีโอ เป็นข้อมูลที่มีมากมายมหาศาล และสามารถสืบค้นได้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้ ผู้ใช้ระบบข้อมูลเหล่านี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการสร้างนวัตกรรม การต่อยอด และการเชื่อมต่อกับองค์กรภายนอก รวมถึงผู้รับบริการได้ รวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรม การใช้บริการของผู้รับบริการได้อย่างชัดเจน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้รับไปประกอบการสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความเหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่า การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านบริการ และด้านการสื่อสาร มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น โดยสามารถนำมาพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ประชากรของงานวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ในกรุงเทพมหานครที่ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีดิจิทัล หรือใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจ เป็นองค์กรหรือบริษัทขนาดเล็กที่มีพนักงานไม่เกิน 50 คน และไม่จำกัดประเภทของธุรกิจ ส่วนกลุ่มตัวอย่างคัดเลือกจากบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และกำลังประกอบธุรกิจเป็นผู้ประกอบการรายใหม่โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลล์ออนไลน์จากการแนะนำของผู้ประกอบการรายใหม่จำนวน 40 คน ที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยอัตรา 1 คน ต่อ 10 คน สอดคล้องกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างของตารางสุ่มทาบโระ ยามาเน่ (Yamane, 1973) แบบไม่จำกัดประชากร ที่ระดับความคลาดเคลื่อน ± 5 ได้ตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามที่ประกอบด้วย 3 ส่วน ส่วนที่ 1 คือ คำถามจำนวน 4 ข้อเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ แบบสอบถามส่วนที่ 2 พัฒนาจากแนวคิดของ Gimpel, Rau, and Röglinger (2018), Hang, Garnsey, and Ruan (2015), Hynes and Elwell (2016),

และ Thomke and von Hippel (2002) มีจำนวน 8 ข้อ ที่วัดความคิดเห็นของผู้ประกอบการใหม่เกี่ยวกับความพร้อมนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น 4 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการบริการ และด้านการสื่อสาร และส่วนที่ 3 พัฒนาจากแนวคิดของ Collins (2001) มีคำถามจำนวน 5 ข้อ ที่ประเมินทัศนคติของผู้ประกอบการใหม่เกี่ยวกับความคงอยู่ของธุรกิจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับจาก 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ แบบสอบถามดังกล่าวข้างต้นได้จัดทำขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 4 ข้อ และได้มีการตรวจสอบความเป็นมาตรฐานของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามดังกล่าวมาวิเคราะห์ความถูกต้องของเนื้อหา (content validity) ด้วยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่าระหว่าง 0.670-1.000 และทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน จากผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่สำเร็จการศึกษาจากคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และกำลังประกอบธุรกิจเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ พบว่าแต่ละด้านมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.892-0.934 และได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวม คือ 0.917 ซึ่งหมายความว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังอีเมลของกลุ่มตัวอย่าง และใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม - 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) คือ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และทำนายค่าตัวแปรตาม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 และมีระดับรายได้จากการประกอบกิจการ ระหว่าง 40,001-60,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างระบุความคิดเห็นระดับมากต่อการเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านบริการ และด้านการสื่อสาร รวมถึงทัศนคติของผู้ประกอบการใหม่เกี่ยวกับความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
การเตรียมความพร้อมการบริหารด้านการผลิต	3.885	0.654	มาก
การเตรียมความพร้อมการบริหารด้านการเงิน	3.755	0.554	มาก
การเตรียมความพร้อมการบริหารด้านการบริการ	3.920	0.705	มาก
การเตรียมความพร้อมการบริหารด้านการสื่อสาร	3.805	0.561	มาก
ทัศนคติของผู้ประกอบการใหม่เกี่ยวกับความคงอยู่ของธุรกิจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น	3.725	0.642	มาก

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์สมมติฐาน 4 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1: การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการผลิต มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 แสดงการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ด้านการผลิต	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	p-value
1. มีการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิต สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี	0.428	6.695	0.000*
2. มีการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิตที่เน้นความคุ้มค่าทางด้านงบประมาณ เวลา ต้นทุน และการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า	0.192	3.069	0.002*

$R^2 = 0.597$, $F\text{-value} = 96.766$, $n=400$, $p\text{-value} = 0.05^*$

จากตารางที่ 2 พบว่า การเตรียมความพร้อม การบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการผลิต สามารถอธิบายความแปรปรวนโดยรวมของความคงอยู่ ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรม ที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 59.70 ทั้งนี้ การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิตที่สอดคล้องกับ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ส่งผลเชิงบวกสูงที่สุด ต่อความคงอยู่ของธุรกิจ (Beta = 0.428) รองลงมา คือ

การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิตที่เน้นความคุ้มค่า ทางด้านงบประมาณ เวลา ต้นทุนและการสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้า (Beta=0.192) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2: การเตรียมความพร้อมการบริหาร ของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการเงินมีผลต่อ ความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจาก นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 แสดงการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

ด้านการเงิน	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	p-value
1. มีการใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพื่อขับเคลื่อน ธุรกิจการเงินรูปแบบใหม่ที่สะดวก	0.578	10.650	0.000*
2. มีการใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพื่อปกป้อง ข้อมูลทางการเงิน	0.259	4.774	0.000*

$R^2 = 0.536$, F-value = 113.797, n = 400, p-value = 0.05*

จากตารางที่ 3 พบว่า การเตรียมความพร้อม การบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการเงิน สามารถอธิบายความแปรปรวนโดยรวมของความคงอยู่ ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรม ที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 53.60 ทั้งนี้ การใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจการเงิน รูปแบบใหม่ที่สะดวก ส่งผลเชิงบวกสูงที่สุดต่อความคงอยู่

ของธุรกิจ (Beta = 0.578) รองลงมา คือ การใช้เทคโนโลยี ทางการเงินเพื่อปกป้องข้อมูลทางการเงิน (Beta = 0.259) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3: การเตรียมความพร้อมการบริหาร ของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการบริการมีผลต่อ ความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจาก นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 แสดงการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

ด้านการบริการ	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	p-value
1. มีการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการบริการ ที่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจของพนักงาน ต่อคุณภาพการให้บริการ	0.452	6.315	0.000*
2. มีการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการบริการที่สร้าง กระบวนการบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (one stop service)	0.296	4.137	0.000*

$R^2 = 0.476$, F-value = 89.645, n = 400, p-value = 0.05*

จากตารางที่ 4 พบว่า การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการบริการสามารถอธิบายความแปรปรวนโดยรวมของความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 47.60 ทั้งนี้ การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการบริการที่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจของพนักงานต่อคุณภาพการให้บริการส่งผลเชิงบวกสูงที่สุดต่อความคงอยู่ของธุรกิจ (Beta = 0.452)

รองลงมา คือ การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการบริการที่สร้างกระบวนการบริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (one stop service) (Beta = 0.296) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4: การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการสื่อสารมีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 แสดงการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4

ด้านการสื่อสาร	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	p-value
1. มีการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เข้าใจ ระหว่างองค์กร พนักงาน และลูกค้า	0.503	11.034	0.000*
2. มีการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและประทับใจ	0.458	10.041	0.000*

$R^2 = 0.681$, F-value = 23.544, n = 400, p-value = 0.05*

จากตารางที่ 5 พบว่า การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการสื่อสารสามารถอธิบายความแปรปรวนโดยรวมของความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 68.10 ทั้งนี้ การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เข้าใจระหว่างองค์กร พนักงานและลูกค้า ส่งผลเชิงบวกสูงที่สุดต่อความคงอยู่ของธุรกิจ (Beta = 0.503) รองลงมา คือ การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและประทับใจ (Beta = 0.458) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการผลิต สามารถอธิบายความแปรปรวนโดยรวมของความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 59.70 สอดคล้องกับแนวคิดของ Hang, Garnsey, and Ruan (2015) ที่กล่าวว่า การนำนวัตกรรมมาใช้แบบครบวงจรด้านการผลิตเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างโอกาสทางธุรกิจ และสอดคล้องกับ Dedehayir, Nokelainen, and Makinen (2014) ที่ระบุว่า การนำ Digital Transformation มาใช้กับการผลิตจะก่อให้เกิดการคุ้มค่าด้านงบประมาณ เวลา ต้นทุนและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และ Carayannopoulos (2009) กล่าวว่า ผู้ผลิตควรเปลี่ยนรูปแบบการเป็นผู้ให้บริการ และต้องมีความยืดหยุ่นโดยนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาปรับใช้

การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการเงิน สามารถอธิบายความแปรปรวนโดยรวมของความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้ร้อยละ 53.60 สอดคล้องกับแนวคิดของ Gomber et al. (2017) และ Gimpel, Rau, and Röglinger (2018) ที่กล่าวว่าระบบการเงินมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กที่มีความคล่องตัวมากกว่า ทั้งนี้ ระบบ FinTech เป็นระบบบริการธุรกรรมทางการเงินเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างครบวงจรผ่านคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารพกพา รวมถึง Gopalan et al. (2012) และ Gomber et al. (2018) กล่าวสรุปว่า การทำธุรกรรมในระบบการเงิน FinTech เป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นที่อาศัยช่องทางของความรวดเร็ว และในอนาคตคงปฏิเสธระบบการเงินแบบ FinTech ได้ยาก ดังนั้น การเตรียมตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นแนวทางที่ดีของผู้ประกอบการที่จะลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการบริการ สามารถอธิบายความแปรปรวนโดยรวมของความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 47.60 สอดคล้องกับแนวคิดของ Thomke and von Hippel (2002) และ Assink (2006) ที่กล่าวว่า การบริการที่เชื่อมต่อกับนวัตกรรมไม่ได้เป็นเพียงผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กร หากแต่เป็นผลของกระบวนการ (process) ทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ของพนักงานทุกๆ คนที่สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและเป็นไปตามวิสัยทัศน์ขององค์กร โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่อาจจะมีการขับเคลื่อนนวัตกรรมได้เร็วกว่าเนื่องจากมีจำนวนพนักงานไม่มากและเป็นคนรุ่นใหม่ที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ในการนี้ Danneels (2007) และ Biemans et al. (2016) กล่าวว่า การเข้าถึงระบบบริการที่สามารถใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีมีบทบาทเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตให้ดีขึ้นและทำให้ได้รับการยอมรับจากลูกค้ามากขึ้น

การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ด้านการสื่อสาร สามารถอธิบายความแปรปรวนโดยรวมของความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 68.10 สอดคล้องกับแนวคิดของ Chesbrough (2011) และ Hynes and Elwell (2016) ที่กล่าวว่า ความสามารถในการใช้นวัตกรรมที่สร้างขึ้น การทำความเข้าใจทั้งระบบและความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจไปยังลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ประหยัดต้นทุน

ก็ย่อมส่งผลต่อระบบการรับรู้ความเข้าใจของผู้ให้บริการและส่งผลกระทบต่อผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ เป็นไปตามการศึกษาของ Rochet and Tirole (2003) และ Sandström et al. (2009) ที่สรุปว่า ธุรกิจต้องใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับดำเนินธุรกิจ หากใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะเกิดประโยชน์เชิงธุรกิจมากขึ้น

นอกจากนี้ เพื่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น ผู้ประกอบการต้องระมัดระวังด้านรากฐานของระบบที่เชื่อมต่อกับนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและรวดเร็วจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบัน เมื่อมีการสร้างนวัตกรรมมาแล้ว จะต้องเข้าใจระบบของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและให้ความสนใจกับการเปิดกว้างและเชื่อมโยงกันของนวัตกรรม การยึดความมั่นคงของกิจการของบริษัท การเพิ่มขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย (Chen & Hambrick, 1995; Christensen, 1997; Collins, 2001) และการยอมรับการเปลี่ยนแปลงในบริบทของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น ในการนี้ Casadesus-Masanell and Ricart (2011) และ Droege and Johnson (2010) และ Furlow (2011) และ Raynor (2011) ร่วมกันสรุปว่า ปัจจัยสำเร็จของความยั่งยืนในธุรกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ควรเตรียมความพร้อมเรื่องการรับบุคลากรที่มีการปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ ได้เป็นอย่างดี การรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กร และการนำกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ ด้านการสื่อสารในภาพรวม ควรได้รับการสนับสนุนเป็นอันดับแรก ในประเด็นของการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เข้าใจ และการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและประทับใจ

2. การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ ด้านการเงินในประเด็นของการใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจการเงินรูปแบบใหม่ที่สะดวก ควรได้รับการสนับสนุนเป็นเรื่องเร่งด่วนและอย่างเป็นระบบทั้งจากภาครัฐและธนาคารพาณิชย์ไทย เพื่อให้มีความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. ผู้ประกอบการรายใหม่ควรใส่ใจเรื่องการใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิตที่เน้นความคุ้มค่าทางด้าน งบประมาณ เวลา ต้นทุนและการสร้างความพึงพอใจให้กับ ลูกค้า ในการเตรียมความพร้อมการบริหารด้านการผลิต ที่มีผลต่อความคงอยู่ของธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลง ที่เกิดจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

4. ควรศึกษาสัมภาษณ์เจาะลึกในประเด็นของ การเตรียมความพร้อมการบริหารของผู้ประกอบการรายใหม่ ต่อการคงอยู่ของธุรกิจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนวัตกรรม ที่พัฒนาขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ♥

References

- Adner, R. (2012). *The wide lens: A new strategy for innovation*. New York: Penguin.
- Assink, M. (2006). Inhibitors of disruptive innovation capability: A conceptual model. *European Journal of Innovation Management*, 9(2), 215-233.
- Biemans, W. G., Griffin, A., & Moenaert, R. K. (2016). Perspective: New service development: How the field developed, its current status and recommendations for moving the field forward. *Journal of Product Innovation Management*, 33(4), 382-397.
- Carayannopoulos, S. (2009). How technology-based new firms leverage newness and smallness to commercialize disruptive technologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 419-438.
- Casadesus-Masanell, R., & Ricart, J.E. (2011). How to design a winning business model. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 100-107.
- Chen, M.-J., & Hambrick, D. C. (1995). Speed, stealth, and selective attack: How small firms differ from large firms in competitive behavior. *Academy of Management Journal*, 38(2), 453-482.
- Chesbrough, H. W. (2011). Bringing open innovation to services. *MIT Sloan Management Review*, 52(2), 85-90.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Christensen, C. M. (2006). The ongoing process of building a theory of disruption. *Journal of Product Innovation Management*, 23, 39-55.
- Christensen, C. M., Anthony, S. D., & Roth, E. A. (2004). *Seeing what's next: Using the theories of innovation to predict industry change*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Christensen, C. M., Raynor, M., & McDonald, R. (2015). What is disruptive innovation? *Harvard Business Review*, 93(12), 44-53.
- Collins, J. (2001). *Good to great: Why some companies make the leap and others don't*. New York: HarperCollins.
- Danneels, E. (2004). Disruptive technology reconsidered: A critique and research agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 21(4), 246-258.
- Danneels, E. (2007). The process of technological competence leveraging. *Strategic Management Journal*, 28(5), 511-533.

- Dedehayir, O., Nokelainen, T., & Makinen, S. J. (2014). Disruptive innovations in complex product systems industries: A case study. *Journal of Engineering and Technology Management*, 33, 174-192.
- Di Stefano, G., Gambardella, A., & Verona, G. (2012). Technology push and demand pull perspectives in innovation studies: Current findings and future research directions'. *Research Policy*, 41(8), 1283-1295.
- Droege, S., & Johnson, N. (2010). Limitations of low-end disruptive innovation strategies. *International Journal of Human Resource Management*, 21(2), 242-259.
- Furlow, N. E. (2011). Find us on Facebook: How cause marketing has embraced social Media. *Journal of Marketing Development & Competitiveness*, 5(6), 61-64.
- Gimpel, H., Rau, D., & Röglinger, M. (2018). Understanding FinTech start-ups-a taxonomy of consumer-oriented service offerings. *Electronic Markets*, 28(3), 245-264.
- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). On the FinTech revolution: Interpreting the forces of innovation, disruption, and transformation in financial services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220-265.
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2017). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537-580.
- Gopalan, S., Jain, G., Kalani, G., & Tan, J. (2012). Breakthrough IT banking. *McKinsey on Business Technology*, 26(Spring), 30-35.
- Hang, C. C., Garnsey, E., & Ruan, Y. (2015). Opportunities for disruption. *Technovation*, 39-40, 83-93.
- Hynes, N., & Elwell, A. D. (2016). The role of inter-organizational networks in enabling or delaying disruptive innovation: A case study of mVoIP. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(6), 722-731.
- Kim, S. K., & Min, S. (2015). Business model innovation performance: When does adding a new business model benefit an incumbent?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(1), 34-57.
- King, A. A., & Baatartogtokh, B. (2015). How useful is the theory of disruptive innovation?. *MIT Sloan Management Review*, 57(1), 77-90.
- MacFarquhar, L. (2012). When giants fail (on the steel industry bigwigs). *The New Yorker*, 88, 84-95.
- Markman, G. D., & Waldron, T. L. (2014). Small entrants and large incumbents: A framework of micro entry. *Academy of Management Perspectives*, 28(2), 179-197.
- Massa, S., & Testa, S. (2008). Innovation and SMEs: Misaligned perspectives and goals among entrepreneurs, academics, and policy makers. *Technovation*, 28(7), 393-407.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2003). The new frontier of experience innovation. *MIT Sloan Management Review*, 44(4), 12-18.
- Raynor, M. E. (2011). Disruption theory as a predictor of innovation success/failure. *Strategy & Leadership*, 39(4), 27-30.

- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990-1029.
- Sandström, C., Magnusson, M., & Jörnmark, J. (2009). Exploring factors influencing incumbents' response to disruptive innovation. *Creativity and Innovation Management*, 18(1), 8-15.
- The Office of SMEs Promotion. (2019). Khrōṅkān phatthana phūprakōpkān mai (early-stage) pī [Active SME project 2019 (early-stage)]. Retrieved September 19, 2020, from <https://www.sme.go.th/th/cms-detail.php?modulekey=118&id=1245>
- Thomke, S., & Von Hippel, E. (2002). Customers as innovators: A new way to create value. *Harvard Business Review*, 80(4), 74-85.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.