

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะขอสรุปผลการวิจัย โดยมีส่วนประกอบต่างๆ ดังนี้

1. สรุปการดำเนินงานวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

สรุปการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจความสามารถและวิธีการของการจัดการนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมไทยโดยผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 52 ราย เป็นทั้งเจ้าของกิจการและผู้บริหารระดับต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อสำรวจความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาวิธีการของการจัดการในแต่ละหน้าที่งานของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถด้านนวัตกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา กับผลประกอบการของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม
4. เพื่อศึกษาผลของวิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม

มีสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1: ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมุติฐานที่ 2: วิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานมีผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัย ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลในประเด็นของความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้ คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Managerial or Administrative Innovation) รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมนวัตกรรม การคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่กิจการได้รับ

วิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลในประเด็นดังนี้ คือ ด้านการบริหารการจัดการ ด้านการบริหารการผลิต และด้านการบริหารการตลาด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างได้จากการเลือกประชากรเป้าหมายโดยการสุ่มตัวอย่าง 57 ราย แบ่งเป็น ตัวอย่างการปั่น การทอและการแต่งสำเร็จสิ่งทอสิ่งถัก 38 ราย การผลิตผ้าและสิ่งของที่ได้จากการถักนิตติ้งและโครเชต์ 4 ราย การผลิตสิ่งทออื่นๆ 15 ราย แต่ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ จำนวน 52 ราย

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนที่ 2 แบบสำรวจความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านการจัดการนวัตกรรมในแต่ละหน้าที่งาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติดำเนินการโดยการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science: SPSS for Windows) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

จากการรวบรวมข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับต้น 22 คน คิดเป็นร้อยละ 42.31 ประเภทของกิจการส่วนใหญ่เป็นการปิ่น การทอและการแต่งสำเร็จสิ่งทอสิ่งถัก 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.31 ลักษณะของกิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการไทย จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.46 สัดส่วนการถือหุ้นของกิจการ ส่วนใหญ่เป็นคนไทย 100 % จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.23 กิจการที่มียอดขายต่อปี 10 - 50 ล้านบาทมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.46 ร้อยละของการส่งออก มีจำนวนการส่งออกสูงที่สุด คือ ส่งออก 51 - 75% จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 ลักษณะการผลิตและการค้าหรือบริการ ผลิตให้บริษัทแม่ (เป็นบริษัทลูก) จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.92 ผลิตขายทั่วไป จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.54 โดยกิจการที่ผลิตขายทั่วไปจำแนกเป็น มีตราสินค้าเอง จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ออกแบบเอง จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 รับจ้างผลิต จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 38

วัตถุประสงค์ข้อ 1. เพื่อสำรวจความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการสำรวจสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยจำนวนรายการต่อกิจการ ของความสามารถด้านนวัตกรรมด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์(Product Innovation)ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา ที่ทำโดยกิจการเอง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม จำนวนเฉลี่ย 2.35 รายการ/กิจการ รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในตลาด(New to the Market) จำนวนเฉลี่ย 1.17 รายการ/กิจการ การปรับปรุงตำแหน่ง(Repositioning) ของสินค้าและบริการ จำนวนเฉลี่ย 1.02 รายการ/กิจการ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าทดแทนคู่แข่งในตลาด จำนวนเฉลี่ย 0.96 รายการ/กิจการ ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยจำนวนรายการต่อกิจการ ของความสามารถด้านนวัตกรรมด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์(Product Innovation) ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา ที่ทำร่วมกับหน่วยงานภายนอก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในตลาด(New to the Market) จำนวนเฉลี่ย 0.15 รายการ/กิจการ รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าทดแทนคู่แข่งในตลาด จำนวนเฉลี่ย 0.12 รายการ/กิจการ การปรับปรุงตำแหน่ง(Repositioning) ของสินค้าและบริการ จำนวนเฉลี่ย 0.10 รายการ/กิจการ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม จำนวนเฉลี่ย 0.08 รายการ/กิจการ ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยจำนวนรายการต่อกิจการ ของความสามารถด้านนวัตกรรมด้านนวัตกรรมกระบวนการ(Process Innovation) ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา ที่ทำโดยกิจการเอง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ

พัฒนากระบวนการผลิตใหม่ จำนวนเฉลี่ย 1.73 รายการ/กิจการ รองลงมาเป็น ปรับปรุงกระบวนการเดิม จำนวนเฉลี่ย 1.44 รายการ/กิจการ พัฒนาการบริการใหม่ จำนวนเฉลี่ย 1.23 รายการ/กิจการ และปรับปรุงบริการเดิม จำนวนเฉลี่ย 1.10 รายการ/กิจการ ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยจำนวนรายการต่อกิจการ ของความสามารถด้านนวัตกรรมด้านนวัตกรรมกระบวนการ(Process Innovation) ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา ที่ทำร่วมกับหน่วยงานภายนอก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ พัฒนาการกระบวนการผลิตใหม่และพัฒนารูปการใหม่ จำนวนเฉลี่ย เท่ากัน คือ 0.13 รายการ/กิจการ รองลงมาเป็น ปรับปรุงกระบวนการเดิม จำนวนเฉลี่ย 0.12 รายการ/กิจการ และปรับปรุงบริการเดิม จำนวนเฉลี่ย 0.10 รายการ/กิจการ ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยของจำนวนคนต่อกิจการ ของความสามารถด้านนวัตกรรมด้านนวัตกรรมการบริหารจัดการ(Managerial or Administrative Innovation) จำนวนบุคลากรด้านวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมของกิจการในปีที่ผ่านมา เฉลี่ย 2.94 คน/กิจการ จำนวนของบุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรมด้านนวัตกรรม วิจัยและพัฒนา เฉลี่ย 2.81 คน/กิจการ จำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมที่รับเข้ามาใหม่ในปีที่ผ่านมา เฉลี่ย 1.21 คน/กิจการ ในองค์กรมีระบบการจูงใจ และส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมให้แก่พนักงาน เช่น รางวัลนวัตกรรม จำแนกเป็นกิจการที่มี จำนวน 23 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 44.23 เฉลี่ย 1.15 คน/กิจการ และกิจการที่ไม่มี จำนวน 29 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 55.77

ประเภทของค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมนวัตกรรม สูงที่สุดเป็นการซื้อเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.15 รองลงมาเป็นการฝึกอบรมจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.15 อันดับสุดท้ายเป็นการซื้อความรู้จากภายนอก จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.62

กิจการมีค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมเป็นร้อยละของรายได้ในปีที่ผ่านมา สูงที่สุด คือร้อยละ 0.0 - 0.5 ของรายได้ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมา ร้อยละ 1.1 - 2.0 ของรายได้ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.15 น้อยที่สุด คือร้อยละ 3.1 - 5.0 ของรายได้ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.85

แหล่งข้อมูลในการทำนวัตกรรมของกิจการส่วนใหญ่ได้จากลูกค้า จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.23 รองลงมา คือ แหล่งข้อมูลภายในกิจการ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.38 อันดับสุดท้ายจากบทความวิชาการ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.85

การคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่กิจการได้รับ สูงที่สุด คือ เครื่องหมายการค้า จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.31 รองลงมาคือไม่ได้รับ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.62 น้อยที่สุดคือ อนุสิทธิบัตร จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.85

วัตถุประสงค์ข้อ 2. เพื่อศึกษาวิธีการของการจัดการในแต่ละหน้าที่งานของอุตสาหกรรม การผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อมจากผลการวิจัย พบว่า

1) ระดับการดำเนินงานของการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารการจัดการของ อุตสาหกรรมผลิตสิ่งถักสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ในระดับมาก โดยอธิบายแยกในแต่ละด้านได้ดังนี้ หลักของความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา อยู่ในระดับมาก หลักของการวางแผนที่ดี อยู่ในระดับมาก หลักของการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก หลักของการสั่งการที่ดี อยู่ในระดับมาก หลักของการสื่อสารที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก หลักของการติดตามประเมินผลที่ดี อยู่ในระดับมาก หลักของการกระจายอำนาจอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก หลักของการมีส่วนร่วมอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก หลักของการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก หลักของโครงสร้างการจัดองค์การที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก หลักของภาวะผู้นำที่ดี อยู่ในระดับมาก

2) ระดับของการดำเนินงานของการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารการผลิตของ อุตสาหกรรมผลิตสิ่งถักสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ในระดับมาก โดยอธิบายแยกในแต่ละด้านได้ดังนี้ หลักของความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการผลิตกับต้นทุนและการเงิน อยู่ในระดับมาก หลักของความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการผลิตกับการบริหารการตลาดว่าด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อยู่ในระดับมาก หลักของการวิเคราะห์สายงานวิกฤติ (Critical Path Method: CPM) อยู่ในระดับมาก หลักของ PERT (Program Evaluation and Review Technique) อยู่ในระดับมาก

3) ระดับของการดำเนินงานของการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารการตลาดของ อุตสาหกรรมผลิตสิ่งถักสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม อยู่ในระดับมาก โดยอธิบายแยกในแต่ละด้านได้ดังนี้ หลักของราคา(Price) อยู่ในระดับมาก หลักของสถานที่ตั้ง (Place) หรือช่องทาง การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก หลักของการส่งเสริมการตลาด(Promotion) (การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์) อยู่ในระดับมาก หลักของผลิตภัณฑ์(Product) อยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ข้อ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถด้านนวัตกรรมด้าน ค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา กับ ผลกระทบของการของอุตสาหกรรมผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความสัมพันธ์ไค – สแควร์ (Chi – Square) พบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา มีความสัมพันธ์กับ ผลกระทบของการของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า หากความสามารถด้านนวัตกรรมด้าน

ค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนาต่ำ จะส่งผลให้ผลประกอบการของกิจการต่ำไปด้วย ในทางกลับกัน หากผลประกอบการของกิจการต่ำ ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา ก็จะต่ำไปด้วยเช่นกัน

วัตถุประสงค์ข้อ 4. วิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานมีผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า วิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานไม่มีผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอสิ่งถักขนาดกลางและขนาดย่อม แต่หากแยกพิจารณารายด้าน พบว่าวิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานด้านการบริหารการตลาด ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการ ซึ่งมีร้อยละการพยากรณ์ได้ร้อยละ 10.4 ส่วนด้านการบริหารการผลิตและด้านการบริการจัดการไม่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการ

อภิปรายผล

1. จากผลการทดสอบสมมุติฐานตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. พบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา กับผลประกอบการของกิจการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการสำรวจขีดความสามารถด้านนวัตกรรมของประเทศไทย ประจำปี 2550 ที่จัดทำโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติและคณะ ซึ่งพบว่าจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา และการสร้างความมั่งคั่งพบว่า ยิ่งการลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาต่ำ จะทำให้การเพิ่มรายได้ต่อผลิตภัณฑ์ และการส่งออกต่ำไปด้วย หากกิจการจะสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่จะต้องลงทุนในด้านนี้มากกว่าร้อยละ 5 ของรายได้ จึงจะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นที่ชัดเจน รวมทั้ง สามารถเชื่อมโยงผลการวิจัยประเด็นดังกล่าวได้กับเอกสารของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เรื่องวิวัฒนาการระบบนวัตกรรมแห่งชาติของประเทศไทย : อดีต ปัจจุบัน อนาคต ที่อธิบายว่าประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาหรือญี่ปุ่น และประเทศอุตสาหกรรมใหม่ของเอเชียระลอกแรก เช่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน สิงคโปร์ มีอัตราส่วนค่าใช้จ่ายทางการวิจัยและพัฒนาอยู่ในระดับร้อยละ 2-3 ของ GDP ขึ้นไป ในขณะที่ค่าใช้จ่ายทางการวิจัยและพัฒนาโดยรวมของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2544 คิดเป็นร้อยละ 0.26 ของ GDP จะเห็นได้ว่าภาคเอกชนในประเทศพัฒนาแล้ว มีการลงทุนในด้านนี้คิดเป็นร้อยละของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสูงกว่าประเทศอุตสาหกรรม ระลอกแรก คือ เกาหลี

ได้ ได้หวั่น สิงคโปร์ และระลอกสอง เช่น มาเลเซีย ไทย ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนการลงทุนด้านทางการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนแปรผันตามระดับการพัฒนาประเทศ

2. วิธีการจัดการนวัตกรรมในแต่ละหน้าที่ไม่ได้อธิบายหรือส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรม แต่หากแยกพิจารณารายด้าน มีเพียงด้านการบริหารการตลาดที่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการแต่ก็ถือว่าอยู่ในระดับต่ำเพียงร้อยละ 10 ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

- กิจการถึงจะมีวิธีการจัดการนวัตกรรมในแต่ละหน้าที่งาน 3 ด้านที่ดี ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า มีระดับการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหารการตลาด ก็เป็นเพียงการดำเนินธุรกิจประจำวันเท่านั้น แต่กิจการยังให้ความสำคัญในการพัฒนานวัตกรรม ไม่ว่าจะป็นนวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริหารจัดการ ตลอดจนการลงทุนในค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่างๆ อยู่ในระดับต่ำ กิจการยังมุ่งเน้นไปที่การรับจ้างผลิต หรือการขายตามคำสั่งซื้อ ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างกิจการที่รับจ้างผลิต มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 38 ถือเป็นจำนวนที่สูงที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง

- ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการอธิบายวิธีการจัดการนวัตกรรมในแต่ละหน้าที่งาน 3 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหารการตลาด เท่านั้น ผู้วิจัยยังไม่ได้นำองค์ความรู้หรือวิธีการจัดการนวัตกรรม ด้านอื่นๆ เช่น การบริการการเงินและบัญชี การบริหารเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์และ การบริการระบบสารสนเทศ มาร่วมอธิบาย กับความสามารถด้านนวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่าแหล่งข้อมูลในการทำนวัตกรรมของกิจการส่วนใหญ่ได้จากลูกค้าและจากตัวเลือกต่างๆ 2 อันดับสุดท้ายที่กิจการใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการทำนวัตกรรม คือ มหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัย และจากบทความวิชาการ จากผลการวิจัยเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าสถาบันการศึกษาตลอดจนผลงานทางวิชาการต่างๆ เป็นสิ่งที่เข้าถึงยากและขาดการเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจ ดังนั้นสถาบันการศึกษาจะต้องสร้างระบบวิจัยในเชิงวิจัยประยุกต์ เพื่อมุ่งนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างนวัตกรรม ทั้งในรูปแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการ รวมทั้งสนับสนุน

ส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยมี Incubating Centre เพื่อให้เกิดผู้ประกอบการที่เกื้อหนุนต่อการสร้างนวัตกรรม โดยใช้ระบบบ่มเพาะธุรกิจ

2. จากผลการวิจัย ในเรื่องการคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่กิจการได้รับ สูงที่สุดคือ เครื่องหมายการค้า รองลงมาคือไม่ได้รับ จากผลการวิจัย อาจเนื่องมาจากลักษณะของธุรกิจเป็นสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งรับจ้างผลิตไม่เน้นนวัตกรรมหรือการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ ดังนั้นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ต้องสร้างความเข้าใจ ส่งเสริมการเข้าถึงความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาจะเป็นวิธีการในการกระตุ้นการสร้างนวัตกรรมให้อุตสาหกรรมไทย

3. จากผลการวิจัย พบว่ากิจการส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม เป็นร้อยละของรายได้ในรอบปี สูงที่สุดคือร้อยละ 0.0 - 0.5 ของรายได้ ดังนั้นภาครัฐต้องมีวิสัยทัศน์และสื่อสารให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจร่วมกันเพื่อให้ภาคเอกชนมีความมั่นใจในการลงทุนด้านนวัตกรรม โดยใช้มาตรการต่างๆเป็นสิ่งจูงใจ เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่มากขึ้น ตลอดจนออกกฎเกณฑ์ พัฒนาสถาบันการเงินที่ยอมรับความเสี่ยงในการพัฒนา นวัตกรรมของภาคเอกชน

4. จากผลการวิจัย พบว่า ในกิจการส่วนใหญ่ไม่มีระบบการจูงใจและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมให้แก่พนักงาน จากผลการวิจัย เจ้าของกิจการ ผู้บริหารจะต้องพยายามเปลี่ยนฐานความคิด โดยจะต้องเป็นผู้โน้มน้าวให้บุคลากรเข้าใจถึงความสำคัญของการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร และใช้กลไกต่างๆส่งเสริมให้บุคลากรคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น การสร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ส่งเสริมรางวัลจูงใจ สร้างบรรยากาศให้เกิด นวัตกรรมนอกรอบ (Breakthrough Innovation) ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างมูลค่าเพิ่มและจะนำผลตอบแทนมาสู่กิจการอย่างเกินความคาดหมาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยในประเด็นตัวแบบกระบวนการสร้างนวัตกรรม(Innovation Process Model) ขององค์กรชั้นนำในประเทศไทย ตามตัวแบบ Search Select and Implement
2. ควรศึกษาวิจัยในประเด็น ความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กร ที่มีความสัมพันธ์กับวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการจัดการนวัตกรรม โดยศึกษา องค์ความรู้ที่เป็นสหวิทยาการ ให้ครบทั้ง 7 ด้าน คือ องค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารการบัญชี องค์ความรู้ด้านการบริหารการเงิน องค์ความรู้ด้านการบริหารการผลิต องค์ความรู้ด้านการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ด้านสภาพแวดล้อมทางการบริหาร

3. ควรศึกษาวิจัยในประเด็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลลัพธ์(Outcomes) ของความร่วมมือ
กันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์(Product Development) ขององค์กร

4. ควรศึกษาวิจัยในประเด็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการของนวัตกรรมในองค์กร