

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย

An analysis of factors affecting the potential development and innovation of

Thailand industrial sector

รังสรรค์ เลิศในสัตย์¹, อนวัต เจริญสุข²

คณะบริหารธุรกิจ, สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

1771/1 ซ.พัฒนาการ 37 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

¹ orbusiness@hotmail.com

² anuwat@tni.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทยกลุ่มที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มและกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารผู้วิจัยกำหนดวิธีการศึกษาการสุ่มตัวอย่างจากประชากรโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างมีระบบ (Systematic Random Sampling) และได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากผลการศึกษารายด้านพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย จำแนกรายด้าน พบว่า ด้านที่ส่งผลมากที่สุด คือ ด้านการพัฒนาระบบการผลิตรองมาคือ ด้านการตลาดโดยที่ปัจจัยทุกด้านส่งผลอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทั้งหมดพบว่า ส่งผลอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย ภาพรวม มีทั้งหมด 7 องค์ประกอบประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 ด้านการพัฒนาระบบการผลิตสินค้ามี 11 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 2 ด้านนโยบายการสนับสนุนของบริษัทมี 11 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 3 ด้านนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐมี 8 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 4 ด้านการฝึกอบรมพัฒนาทักษะบุคลากรมี 11 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 5 ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีมี 6 ตัวแปรองค์ประกอบที่ 6 ด้านคุณภาพของวัตถุดิบมี 5 ตัวแปรและองค์ประกอบที่ 7 ด้านความต้องการพัฒนาสินค้ามี 4 ตัวแปรการดำเนินงานเพื่อที่จะพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย ต้องพิจารณาดำเนินการทั้งระบบโดยปัจจัยหลักคือ การพัฒนาระบบการผลิตซึ่งจะต้องได้รับการสนับสนุนจากภายในก่อน คือ การมีนโยบายสนับสนุนจากบริษัท และการสนับสนุนจากภายนอกคือ นโยบายจากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อที่บริษัทจะสามารถขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : นวัตกรรม การพัฒนาศักยภาพ

Abstract

The study aims to investigate factors that affect Thailand industrial sectors' potential development and innovation. The samples were automotive industrial sector, electrical and electronics industrial sector,

textile and garment industrial sector, and food industrial sector. Systematic Random Sampling was used to select the samples. The samples included 370 companies. The research instrument was a 5-point rating scale questionnaire. The data were analyzed for their descriptive analysis and factor analysis with the statistic program. The results revealed that the factors that affected the potential development and innovation of Thailand industrial sectors the most was the production process development. The second effective factor was the marketing.

From the factor analysis, there were 7 factors that affected the potential development and innovation of Thailand industrial sectors. Those were; 1) production process development consisting of 11 indicators; 2) company's supporting policy consisting of 11 indicators; 3) government's supporting policy consisting of 8 indicators; 4) personnel development consisting of 11 indicators; 5) technology transfer consisting of 6 indicators; 6) material quality consisting of 5 indicators; and 7) need for product development consisting of 4 indicators. In addition, the results also revealed that operation that aimed to develop potential and innovation of Thailand industrial sectors needed to operate the whole system. The main focus should be on production process development which needed to have all supports from inside and outside. The inside referred to the company's own policy while the outside referred to the government supporting policy. With this way, the industrial companies could be able to continuously develop their potential and innovation.

Keywords: Innovation, the potential development

1. บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านสินค้าและด้านบริการทำให้องค์กรต่างๆต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนืองเพื่อที่จะสามารถรักษาศักยภาพการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้บริหารขององค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมเพื่อนำความรู้และแนวคิดใหม่มาสร้างสรรค์และปรับใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการซึ่งนวัตกรรมไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการพัฒนาสินค้าใหม่ๆเท่านั้นแต่รวมถึงการให้บริการใหม่และกระบวนการขั้นตอนการบริหารจัดการแบบสร้างสรรค์

องค์กรแห่งนวัตกรรมมีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับในปัจจุบันผู้บริหารองค์กรพยายามที่จะปรับองค์กรของตนให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในปัจจุบันแม้ว่าจะมีผู้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศแต่ก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่แน่ชัดถึงปัจจัยและลำดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

ดังนั้นข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการบริหารจัดการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากเพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่ต่อสู้ได้โดยเฉพาะการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง หากการตัดสินใจมีการหาข้อมูลและได้ข้อมูลที่ดีในการตัดสินใจ โอกาสของความผิดพลาดเกิดขึ้นได้น้อยโดยเฉพาะข้อมูลที่ต้องใช้เพื่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมเพื่อที่จะคงอยู่และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้ ในทางตรงกันข้ามหากผู้ที่จะตัดสินใจจะเลยการใช้ข้อมูลในการตัดสินใจแล้ว โอกาสของความผิดพลาดก็ย่อมเกิดขึ้นได้มาก

ผู้ประกอบการธุรกิจ มีความต้องการผลกำไรสูงสุด ถือว่าเป็นจุดมุ่งหมายหลักที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุด แหล่งข้อมูลทางธุรกิจจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านการผลิต การจำหน่าย การเงิน และการจัดการ การมีข้อมูลทางธุรกิจที่เพียงพอ ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจ การวางแผน และการกำหนดกลยุทธ์ในการประกอบการให้เป็นไปอย่างถูกต้องและแม่นยำ เหนือกว่าคู่แข่งในตลาดจนการพัฒนาของนวัตกรรมของตนเองเพื่อสามารถสู้กับคู่แข่งจากต่างชาติทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย เพื่อที่ค้นหาถึงปัจจัยที่นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 3.1 ได้รับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย
- 3.2 สามารถนำเสนอความคิดเห็นและความต้องการนั้น สู่สาธารณะ ให้ได้รับรู้ อย่างเป็นระบบและบูรณาการ
- 3.3 สามารถใช้เป็นฐานในการพัฒนาองค์ความรู้ที่จำเป็นเสนอเป็นการบริการวิชาการได้

4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จุดกำเนิดนวัตกรรมในธุรกิจมาจาก 2 แหล่งหลักด้วยกันคือ[1]แหล่งแรก การคิดค้นภายในองค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของแนวคิดใหม่ในสินค้าและบริการ โดยองค์กรมักจัดตั้งหน่วยงานวิจัยและพัฒนา (Research & Development-R&D) ขึ้นภายในองค์กร และจัดหาผู้ที่มีความสามารถในการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ซึ่งอาจเป็นการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ไปสู่อุตสาหกรรม "มูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ" ขององค์กร จะเห็นได้ว่า การเกิดนวัตกรรมที่มีคุณค่าอย่างต่อเนื่องนั้น โดยทั่วไปมักมาจากการกระตุ้นนวัตกรรม โดยการให้วัฒนธรรมองค์กรเป็นกลไกผลักดันให้นวัตกรรมทั้งหมดขององค์กรตื่นตัวสร้างความแปลกใหม่และความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ

แหล่งที่สอง การแลกเปลี่ยน เรียนรู้และรับนวัตกรรมจากภายนอก หรือ นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ไม่จำเป็นว่าแนวคิดที่ดีจะต้องมาจาก

บุคลากรภายในกิจการแต่เพียงอย่างเดียว โดยลักษณะคือ เปิดรับแนวคิดใหม่จากภายนอก จะทำให้แนวคิดใหม่ๆ เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และหลากหลายกว่า รวมถึงอาจจะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการพัฒนาเองทั้งหมด เนื่องจากบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อาจจะถูกจัดกระจายกันอยู่ในองค์กรต่างๆ เช่น การจัดจ้างภายนอก (Outsourcing) เลือกจ้างหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่าหรืออาจจะร่วมมือในเชิงพันธมิตรกับหน่วยงานที่มีความพร้อมและบุคลากรในการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ

นวัตกรรมเป็นตัวแปรที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรด้านต่างๆ ในเชิงธุรกิจ ได้แก่ ความยืดหยุ่น การเจริญเติบโต การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่และสมรรถนะหลักซึ่งนวัตกรรมไม่ใช่แค่การพัฒนาสินค้าใหม่เท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน การแสวงหาแนวทางการตอบสนองความต้องการของตลาด การยกระดับคุณภาพชีวิตและการสร้างคุณภาพเพิ่มประเภทของนวัตกรรมนวัตกรรมแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือ เป็นสิ่งใหม่ ในตลาด นวัตกรรมนี้อาจจะเป็นของใหม่ ต่อโลก ต่อประเทศ องค์กรหรือแม้แต่ตัวเราเอง

นวัตกรรมในกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงาน (Process Innovation) เป็นการเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้าหรือการให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม

นวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation) นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืน การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จและ ยั่งยืนได้ ธุรกิจต้องค้นหา "นวัตกรรมธุรกิจ" ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมไม่ใช่เพียงแค่อุปกรณ์สร้างสรรค์ ความคิดใหม่ๆ แต่ต้องเป็น ความคิดใหม่ๆ ที่สามารถขายได้ หรือ การทำให้ความคิดใหม่ๆ มีมูลค่าเชิงพาณิชย์ แหล่งที่สำคัญที่สุดของการเกิดนวัตกรรม อยู่ที่ "ลูกค้าหรือตลาดการแข่งขัน" เพราะจะแสดงถึงความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม[2]จากการทบทวนทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมสามารถแบ่งออกเป็น

- โครงสร้างองค์กร (Structure) – องค์กรที่จะเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมได้ควรมีลักษณะโครงสร้างเป็น Organic Structure กล่าวคือเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น (Flexibility) ไม่ยึดติดกับขั้นตอนเดิมๆ หรือมีกฎเกณฑ์มากเกินไปมีการปรับตัวหรือการบริหารงานได้ตามสภาพแวดล้อมหรือภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปมีการกระจายอำนาจในการบริหาร(Decentralization) อำนาจในการตัดสินใจโดยที่ไม่ยึดติดกับผู้บังคับบัญชาเป็นหลักพนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีการสื่อสารกันได้ในทุกระดับระหว่างสายการบังคับบัญชา และไม่ต้องมีรูปแบบที่เป็นทางการ(Horizontal Communication) และสิ่งที่สำคัญคือมีการทำงานร่วมกันในแต่ละแผนกโดยไม่ยึดติดเฉพาะงานที่ได้รับมอบหมาย(Teamwork) รวมทั้งต้องทำให้พนักงานทุกคนรู้สึกที่สำคัญและมีคุณค่าโดยได้มีการยกตัวอย่างองค์กรที่ประสบความสำเร็จเช่น General Electric, 3M, Google เป็นต้น

- ขนาดขององค์กร (Size) ยังไม่มีข้อสรุปที่แน่ชัดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างขนาดขององค์กรกับการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมเนื่องจากมีความคิดเห็นที่แบ่งเป็น 3ฝ่ายโดยมีงานวิจัยหลายชิ้นที่สรุปว่าองค์กรขนาดใหญ่มีความได้เปรียบเหนือกว่าองค์กรขนาดเล็กในเรื่องของ

ทรัพยากรทั้งในด้านของเงินทุนสนับสนุน (Financial Resources) โดยเน้นไปที่ความได้เปรียบในเรื่องของ R&D Expenditure และ Marketing and Promotion การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีต่างๆ (Technological Resources) ด้านของการพัฒนาบุคลากรและการมีพนักงานที่มีประสิทธิภาพ (HR Development) การมีผู้เชี่ยวชาญ (Specialist) ที่มากกว่าซึ่งส่งผลต่อการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ๆ ในทางตรงกันข้ามมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่กล่าวว่าองค์กรขนาดเล็กมีข้อได้เปรียบเหนือกว่าองค์กรขนาดใหญ่โดยเฉพาะในด้านการบริหารและลักษณะภายในขององค์กรที่มีความยืดหยุ่นมากกว่ามีความใกล้ชิดลูกคามากกว่ามีการแบ่งชั้นของการบริหารที่น้อยกว่า (Low Hierarchies) ในขณะที่มีงานวิจัยหลายชิ้นที่กล่าวว่าขนาดขององค์กรไม่มีผลโดยตรงต่อการเกิดนวัตกรรมโดยให้ความสำคัญไปที่ความเอาใจใส่ในการพัฒนานวัตกรรมของผู้บริหารองค์กร (Level of Concentration) และรวมไปถึง Cycle ภาวะตลาดและนโยบายภาครัฐ

- แหล่งที่มาของนวัตกรรม (Sources of Innovation) องค์กรแห่งนวัตกรรมต้องมีการค้นหาแนวคิดใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาโดยจุดกำเนิดเริ่มมาจากแนวความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ของคนโดยแตกต่างกันตามแหล่งที่มาของความคิดเช่นจากตัวบุคคลเอง (Individuals) จากภายในองค์กร (Corporate Undertaking) การพัฒนานวัตกรรมจากห้องทดลอง (R&D Lab) จากความต้องการของลูกค้า (Customers and Lead Users) จากกลุ่มบุคคลภายนอกองค์กร (Outsiders and Spillovers) และรวมไปถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนการใหม่ๆ (New Process Change) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่สรุปว่าการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรก็เป็นแหล่งที่มาที่สำคัญของนวัตกรรม (Inter-Organizational Relationship) ทั้งในรูปแบบของ Inter-Organizational Network, Joint Venture, Merge and Acquisition และยังมีงานวิจัยที่กล่าวว่าแหล่งที่มาของนวัตกรรมอาจเกิดจากความไม่ตั้งใจขึ้นได้ (Accidents) เช่นการค้นพบยา Penicillin

- กระบวนการในการพัฒนานวัตกรรม (Process of Innovation) กระบวนการทำงานต้องมีความยืดหยุ่นสามารถที่จะปรับตามเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้มีการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกในแต่ละขั้นตอนโดยร่วมกันพัฒนานวัตกรรมและมีการคัดกรองแนวความคิดใหม่ๆ ก่อนที่จะนำออกสู่ตลาด

- การบริหารจัดการบุคลากร (Human Resource Management) การจัดการต้นทุนมนุษย์ (Human Capital) ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมทั้งในด้านของพนักงาน (Employee) ที่ต้องมีการคิดค้นหรือพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาด้านของผู้บริหาร (Top Management) ที่ต้องสื่อสารถึงจุดมุ่งหมายขององค์กรต่อพนักงานให้เข้าใจตรงกันรวมทั้งให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านแก่พนักงานเช่นการให้อิสระทางความคิดการสนับสนุนทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นและการสร้างบรรยากาศในองค์กรที่สนับสนุนการคิดสร้างสรรค์ด้าน Human Resource Management ต้องให้การสนับสนุนในด้านการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรและต้องมีการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

- การทำงานร่วมกันในทุกแผนก (Collaboration) องค์กรแห่งนวัตกรรมต้องมีการรวบรวมองค์ความรู้และความสามารถจากพนักงานในทุกแผนกขององค์กรมาทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและองค์ความรู้นอกจากการทำงานร่วมกันภายในองค์กรแล้วยังกล่าวถึงการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรทั้ง Joint Ventures and Strategic Alliances ที่มีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าและสามารถลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

- การสื่อสารกันระหว่างบุคลากร (Communication) องค์กรแห่งนวัตกรรมควรมีการสื่อสารแบบ Informal Communication ซึ่งพบได้ในองค์กรที่มีโครงสร้างแบบ Organic Structure เนื่องจากมีข้อได้เปรียบในงานที่ต้องมีการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่อยู่นอกเหนือแผนงานได้

- องค์ความรู้ (Knowledge) องค์กรแห่งนวัตกรรมต้องสามารถแปลงข้อมูลพื้นฐานให้กลายเป็นองค์ความรู้ขององค์กรได้ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ รวมทั้งต้องมีการนำองค์ความรู้ที่ได้มาเผยแพร่ให้กับบุคลากรในองค์กรเพื่อนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

- เทคโนโลยี (Technology) เทคโนโลยีนับเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนองค์กรโดยเน้นที่ความสามารถในการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรเช่นการประหยัดเวลาและสถานที่การเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วการรับข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ในยุคโลกาภิวัตน์

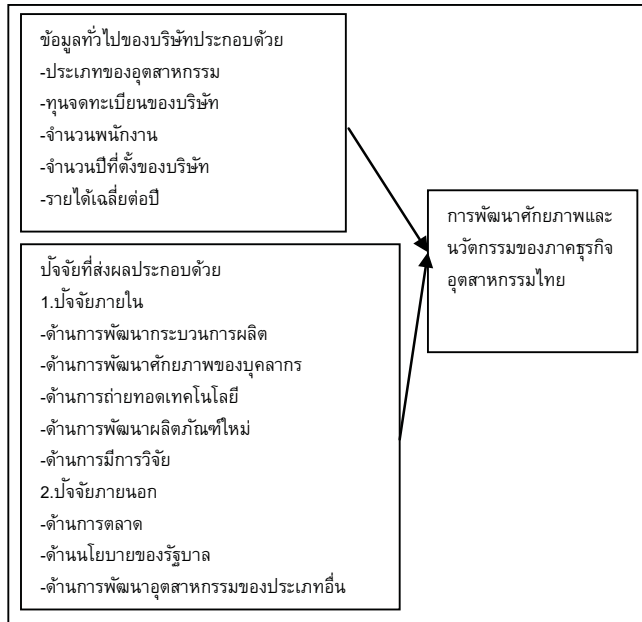
- วัฒนธรรมองค์กร (Culture) ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของทีมงานขึ้นกับสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในองค์กรเป็นสำคัญเนื่องจากสภาพแวดล้อมที่ต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาที่ต่างกันโดยบรรยากาศในองค์กรแห่งนวัตกรรมต้องสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีการสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ๆ และส่งเสริมต่อการสร้างนวัตกรรมมีงานวิจัยจำนวนมากที่สรุปถึงลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมเช่นการยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อติชม (Openness) การโต้เถียงกันอย่างมีเหตุผล (Debate) กล้าที่จะยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) การมีอิสระทางความคิด (Freedom) การร่วมมือกันของทุกคนภายในทีม (Teamwork)

- การตลาด เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (New Market Access) จากแนวโน้มการรวมประเทศต่างๆ ของโลกในบริบทใหม่ที่จะเกิดขึ้นนั้น ส่งผลให้ประเทศต่างๆ มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมให้เหมาะสมกับกระแสการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น รวมถึงประเทศเกิดใหม่ที่มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้น จึงเป็นโอกาสอันดีในการสร้างตลาดใหม่ โดยการเข้าถึงตลาดเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยความรวดเร็ว ภาพลักษณ์ในการสร้างตลาด รวมไปถึงช่องทางในการกระจายสินค้า ทั้งนี้เพื่อการสร้างฐานการแข่งขันของอุตสาหกรรมให้มีความเติบโตมากยิ่งขึ้น

- นโยบายของรัฐ ภาครัฐมีนโยบายที่จะเร่งส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมไทยโดยการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาช่วยอยู่แล้ว ทว่า การดำเนินการดังกล่าวยังขาดการเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมเอกชน ไม่ว่าจะเป็นการคิดโจทย์งานวิจัย ตลอดจนสิทธิประโยชน์ต่างๆ เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการทำงานของภาคเอกชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมที่ตรงตามความต้องการของภาคเอกชนอย่างแท้จริง นอกจากนี้ หากสามารถเน้นการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพและมีความได้เปรียบอยู่แล้ว ก็จะสามารถต่อยอดระดับของการพัฒนาที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ (government procurement) ก็มีส่วนสำคัญอย่างมากในการรองรับผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของภาคเอกชน

- การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเภทอื่นการพัฒนาอุตสาหกรรมประเภทอื่นในภาพรวม จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีทัศน์ในการกำหนด

ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยต้องมีการเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมโลกที่จะเกิดขึ้น เพื่อยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมไทย และนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศในอนาคตได้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ

5.1 กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยเฉพาะผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำนวน

1,809 ราย[3]

5.2 กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 2,017 ราย[4]

5.3 กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 246 ราย[5]

5.4 กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 435 ราย[6]

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย โดยเลือก 4 กลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าว เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมหลักและมีขีดการผลิตส่วนใหญ่ของประเทศและมีการใช้แรงงานเป็นจำนวนมากซึ่งแรงงานมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรม

6. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการสุ่มประชากรตรงตามลักษณะที่กำหนดจะศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่มประชากรแบบระบบ (systematic sampling) โดยเป็นการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์หรือตามพื้นที่ โดยกำหนดสัดส่วนความน่าจะเป็นต่อขนาดของตัวอย่าง วิธีสุ่มตัวอย่างและการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 367.39 คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 บริษัท คิดเป็นสัดส่วน 8.21 % ของจำนวนประชากร โดยที่จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 370 บริษัท จะต้องครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 4 กลุ่ม

7. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย

ปัจจัยภายใน

ด้านการพัฒนาระบบการผลิตจำนวน 10 ข้อ

ด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรจำนวน 10 ข้อ

ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี จำนวน 6 ข้อ

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวน 3 ข้อ

ด้านการมีกาวิจัย จำนวน 10 ข้อ

ปัจจัยภายนอก

ด้านการตลาดจำนวน 5 ข้อ

ด้านนโยบายของรัฐบาลจำนวน 7 ข้อ

ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเภทอื่น จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

8.การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

8.1 การประมวลผลข้อมูลโดยแปลงให้อยู่ในรูปของรหัสและแปลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

8.2 วิเคราะห์น้ำหนักของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย

9.สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

9.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน

9.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ

10.ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล		Frequency	Percent
ประเภทอุตสาหกรรม	ยานยนต์	96	46.6
	เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	47	22.8
	อาหาร	46	22.3
	สิ่งทอ	17	8.3
ทุนจดทะเบียนบริษัท	ไม่เกิน 100 คน	42	20.4
	101-500 คน	74	35.9
	501-1000 คน	40	19.4
	1001 คนขึ้นไป	50	24.3
จำนวนปีที่ตั้งบริษัท	ไม่เกิน 10 ปี	54	26.2
	11-20 ปี	54	26.2
	21-30 ปี	48	23.3
	31 ปีขึ้นไป	50	24.3
รายได้เฉลี่ยต่อปี (ประมาณการ)	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	45	21.8
	101-500 ล้านบาท	53	25.7
	501-1000 ล้านบาท	46	22.3
	1001 ล้านบาทขึ้นไป	62	30.1

ตารางที่2จำนวนองค์ประกอบค่าไอเกนร้อยละของความแปรปรวนร้อยละของความแปรปรวนสะสม

องค์ประกอบที่	ค่าไอเกน(Eigen Value)	ร้อยละของความแปรปรวน	ร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	9.223	16.470	16.470
2	7.268	12.979	29.449
3	6.415	11.456	40.906
4	5.568	9.943	50.848
5	5.476	9.778	60.626
6	4.570	8.161	68.787
7	3.747	6.691	75.478

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigenvalue) (ค่าไอเกน หมายถึงค่าความผันแปรของตัวแปรทั้งหมดในแต่ละองค์ประกอบ) มากกว่า 1 ซึ่งมีทั้งหมด7องค์ประกอบโดยทั้ง7 องค์ประกอบสามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ75.478ของความแปรปรวนทั้งหมด

การวิเคราะห์องค์ประกอบของการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทยภาพรวม มีทั้งหมด7 องค์ประกอบโดยเรียงลำดับจากองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด

องค์ประกอบที่1 ด้านการพัฒนาระบบการผลิตสินค้ามี 11ตัวแปร
ประกอบด้วยตัวแปรบริษัทของท่านต้องการพัฒนาระบบการผลิตสินค้าให้มีต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อแข่งขันในตลาดได้บริษัทของท่านต้องการพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อใช้กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุดบริษัทของท่านต้องการพัฒนาระบบการผลิตเพื่อคุณภาพของสินค้าที่สามารถแข่งขันในตลาดได้บริษัทของท่านต้องการพัฒนารูปแบบของสินค้าเพื่อสามารถแข่งขันในตลาดได้บริษัทของท่านต้องการพัฒนาการบริการกับลูกค้าเพื่อสามารถแข่งขันในตลาดได้บริษัทของท่านต้องการพัฒนาระบบการผลิตสินค้าเพื่อสามารถแข่งขันในตลาดได้บริษัทของท่านต้องการพัฒนาการใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดบริษัทของท่านต้องการพัฒนาการใช้เครื่องจักรในกระบวนการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดบริษัทของท่านต้องการพัฒนาระบบการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้บริษัทของท่านต้องการพัฒนาการใช้แรงงานที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .560 ถึง .730มีค่าไอเกนเท่ากับ9.223

องค์ประกอบที่ 2 ด้านนโยบายการสนับสนุนของบริษัทมี11 ตัวแปร
ประกอบด้วยตัวแปรการวิจัยและพัฒนาบริษัทต้องได้รับการสนับสนุนเวลาในการวิจัยการวิจัยและพัฒนาบริษัทต้องได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากบริษัทการวิจัยและพัฒนาบริษัทต้องได้รับการสนับสนุนจากนโยบายของบริษัทการวิจัยและพัฒนาบริษัทต้องได้รับการสนับสนุนงบประมาณที่เพียงพอบริษัทของท่านต้องการพัฒนาการวิจัยเพื่อการเจริญเติบโตของบริษัทการวิจัยและพัฒนาบริษัทต้องการข้อมูลที่ดีในการวิจัยการวิจัยและพัฒนาบริษัทต้องสถานที่เพื่อใช้ในการวิจัยบริษัทของท่านต้องการพัฒนาการวิจัยเพื่อความอยู่รอดของบริษัทการวิจัยและพัฒนาบริษัทต้องการอุปกรณ์เครื่องมือเฉพาะทางการวิจัยและพัฒนาบริษัทต้องการบุคลากรที่มีความสามารถสูงบริษัทในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีการพัฒนาทำให้บริษัทท่านจำเป็นต้องพัฒนามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .456ถึง .775มีค่าไอเกนเท่ากับ7.268

องค์ประกอบที่3 ด้านนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐมี 8ตัวแปร

ประกอบด้วยตัวแปรภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนให้ภาคการศึกษามีส่วนช่วยพัฒนาภาคอุตสาหกรรมภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือสนับสนุนทางการเงินภาคอุตสาหกรรมภาครัฐควรมีการสนับสนุนในการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันศึกษากับภาคอุตสาหกรรมเพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพตามที่ต้องการของอุตสาหกรรมภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีภาคอุตสาหกรรมภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในการทำวิจัยและพัฒนาภาคอุตสาหกรรมภาครัฐควรมีการสนับสนุนในการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันเฉพาะทางกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพตามที่ต้องการของอุตสาหกรรมภาครัฐควรมีการสนับสนุนในการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันฝึกอบรมกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพตามที่ต้องการของอุตสาหกรรมบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันมีการพัฒนาทำให้บริษัทท่านจำเป็นต้องพัฒนามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .408ถึง .765 มีค่าไอเกนเท่ากับ6.415

องค์ประกอบที่4 ด้านการฝึกอบรมพัฒนาทักษะบุคลากรมี 11 ตัวแปร
ประกอบด้วยตัวแปรบริษัทของท่านต้องการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศให้กับบุคลากรบริษัทของท่านต้องการหลักสูตรรองรับทุกตำแหน่งงานเพื่อพัฒนาบุคลากรตามแผนงานบริษัทของท่านต้องการพัฒนาทักษะการซ่อมบำรุงเครื่องจักรเพื่อแก้ไขเฉพาะหน้าเบื้องต้นบริษัทของท่านต้องการงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอเพื่อพัฒนาบุคลากรตามแผนงานบริษัทของท่านต้องการพัฒนาบุคลากรโดยส่งพนักงานไปดูงานภายนอกประเทศบริษัทของท่านต้องการพัฒนาให้พนักงานมีทักษะการบริหารงานเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการงานบริษัทของท่านต้องการพัฒนาให้พนักงานมีความสามารถในการวางแผนการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพบริษัทของท่านต้องการพัฒนาทักษะการออกแบบรูปแบบการปฏิบัติงานของบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตบริษัทของท่านต้องการพัฒนาให้พนักงานมีเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงานบริษัทของท่านต้องการพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญด้านการตรวจสอบชิ้นงานของการผลิตบริษัทของท่านต้องการพัฒนาทักษะการออกแบบชิ้นงานของบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .506ถึง .644 มีค่าไอเกนเท่ากับ5.568

องค์ประกอบที่ 5 ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีมี 6ตัวแปร
ประกอบด้วยตัวแปรบริษัทของท่านต้องการให้บริษัทญี่ปุ่นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ต้องการร่วมทุนกับบริษัทท่านต้องการให้บริษัทญี่ปุ่นที่มาลงทุนมีหน้าที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีให้บริษัทท่านต้องการให้บริษัทญี่ปุ่นถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เท่าเทียมกับบริษัทญี่ปุ่นบริษัทของท่านต้องการให้บริษัทญี่ปุ่นที่มาลงทุนในประเทศไทยถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ท่านต้องการให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีจะต้องไม่มีอุปสรรคทางด้านความต่างของวัฒนธรรมบริษัทของท่านต้องการนำเทคโนโลยีจากต่างประเทศมาช่วยในการพัฒนาบริษัทมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .465 ถึง .807มีค่าไอเกนเท่ากับ 5.476

องค์ประกอบที่ 6 ด้านคุณภาพของวัตถุดิบมี 5 ตัวแปร
ประกอบด้วยตัวแปรบริษัทของท่านต้องการพัฒนาการหาแหล่งวัตถุดิบราคาถูกลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้าที่มีราคาถูกทำให้บริษัทต้องพัฒนาศักยภาพของบริษัทบริษัทของท่านต้องการพัฒนาการหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพทำให้บริษัทต้องพัฒนาศักยภาพของบริษัทบริษัทของท่านต้องการพัฒนาการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .590 ถึง .727มีค่าไอเกนเท่ากับ 4.570

องค์ประกอบที่ 7 ด้านพัฒนาสินค้ามี 4 ตัวแปร

ประกอบด้วยตัวแปรบริษัทของท่านต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความแปลกใหม่มากขึ้นบริษัทของท่านต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทบริษัทของท่านต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีในตลาดมีความร่วมมือของกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกับท่านทำให้บริษัทต้องการพัฒนามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .407 ถึง .829 มีค่าไอเกนเท่ากับ 3.747

11.สรุปภาพรวม

การวิเคราะห์ภาพรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไทย พบว่า ปัจจัยของภาพรวมส่งผลอยู่ในระดับมาก โดยด้านการพัฒนากระบวนการผลิตเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณาเป็นรายอุตสาหกรรม พบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมอาหาร ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการพัฒนากระบวนการผลิต ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาระบบการผลิตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว และเน้นการลดต้นทุนจากกระบวนการผลิต ฉะนั้นการพัฒนานวัตกรรมในอุตสาหกรรมทั้งสามควรมีส่วนในการลดต้นทุนในการบวนการผลิต ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ คือ ด้านการพัฒนาคุณภาพของบุคลากร ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการผลิตส่วนใหญ่ยังต้องใช้แรงงานมนุษย์ ซึ่งการต้องใช้ทักษะฝีมือ ตลอดจนความเชี่ยวชาญจากประสบการณ์มากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ซึ่งสอดคล้องกับเรื่อง นวัตกรรมทางการตลาดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องไทย[8]พบว่าธุรกิจได้ให้ความสำคัญทางด้านนวัตกรรมทางการตลาดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อยู่ในระดับมาก เพราะว่าธุรกิจได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการพัฒนาจะต้องตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญและยังต้องคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ

การวิเคราะห์องค์ประกอบ สามารถวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 7 องค์ประกอบ ซึ่งทั้ง 7 องค์ประกอบเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลที่จะให้บริษัทสามารถมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นได้ นั่นคือ บริษัทต้องการนวัตกรรมในการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อที่จะลดต้นทุน สามารถแข่งขันกับตลาดได้ ทั้งนี้ต้องได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากบริษัททั้งงบประมาณ เวลา เครื่องมือต่างๆ บริษัทต่างๆมีความต้องการให้หน่วยงานของรัฐมีการสนับสนุนเพื่อที่จะสามารถพัฒนานวัตกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการตลาดกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทย[9]พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยควรให้ความสำคัญ และมีการศึกษาถึงการสร้างนวัตกรรมทุกด้าน คือ ความสามารถหลักทางเทคโนโลยีด้านความต้องการของลูกค้าด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์และด้านการจัดการที่เป็นเลิศเพื่อให้สามารถเข้าถึงความคาดหวังในตัวสินค้าและบริการของลูกค้าเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดได้ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันได้สอดคล้องกับเรื่องรูปแบบปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดปัจจัยการมุ่งเน้นการบริการปัจจัยด้านองค์กรและปัจจัยนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย[10]พบว่า รูปแบบปัจจัยการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสำคัญที่สุดคือปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดรองลงมาได้แก่ปัจจัยการมุ่งเน้นการบริการปัจจัยด้านองค์กรและปัจจัยนวัตกรรมบริการตามลำดับ

และส่งผลต่อผลประกอบการคือยอดขายมากที่สุดรองลงมาคือผลกำไรลูกค้าและภาพลักษณ์คุณภาพการบริการตามลำดับ

12.ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

12.1 งานวิจัยครั้งนี้กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้เป็นตัวอย่างยังไม่ครอบคลุมทุก

อุตสาหกรรม ควรที่จะศึกษาอุตสาหกรรมที่ไม่ได้ศึกษาในครั้งนี้

12.2 งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพรวมและรายด้าน เพื่อที่จะได้ข้อมูลเชิงลึก ควรมีการเก็บข้อมูลในประเด็นที่เฉพาะเจาะจงในด้านที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมมาก ๆ เช่นการพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความอนุเคราะห์งบประมาณจากสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น และได้รับความกรุณาจาก รศ.ดร.บัณฑิต ไร่องานยานนท์ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่ได้กรุณาให้ข้อมูลในการจัดทำงานวิจัยฉบับนี้ ตลอดจนความร่วมมือเป็นอย่างดีของผู้วิจัย

เอกสารอ้างอิง

- [1] ดนัย เทียนพุ่ม.คิดไทยสไตล์โมเดิร์น : ผู้นำแบบเศรษฐกิจพอเพียง.กรุงเทพฯ:ธุรกิจ BIZWEEK.
- [2] นรวิทย์ ชูวงศ์และดร.ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2554, เมษายน-มิถุนายน). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมในประเทศ.วารสารบริหารธุรกิจพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,34(130).
- [3] สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. (2555). 50 ผู้นำไทยที่ประสบผลสำเร็จอันยิ่งใหญ่ ปี 2553-2554 THAI AUTO 2 MILLION CELEBRATION. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แพรว.
- [4] สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม. (2555). เอกสารเผยแพร่ อุตสาหกรรมนำรัฐ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.กรุงเทพมหานคร: บริษัทวงศ์สว่างพัลลขซึ่งแอนด์พรินต์จำกัด.
- [5] สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2555).อนาคตอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย.กรุงเทพมหานคร: บริษัทวงศ์สว่างพัลลขซึ่งแอนด์พรินต์จำกัด.
- [6] กลุ่มพัฒนาระบบตรวจรับรองมาตรฐานสินค้า (กตม.)สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช (สมพ.) กรมวิชาการเกษตร. (2555). รายชื่อสถานประกอบการที่ผ่านการรับรอง. กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.
- [7] ณรงค์ศักดิ์ สุมลย์โรจน์. (2534).การประเมินผลโครงการฝึกอบรมหลักสูตรเตรียมผู้อำนวยการประถมศึกษาจังหวัดสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยนเรศวร. (สำเนา)
- [8] ปุณยวีร์ สุขรุ่งเรืองสันติ. (2552).นวัตกรรมทางการตลาดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องไทย.วิทยานิพนธ์ ปริญญาตรีบัณฑิต.มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย. (สำเนา)
- [9] รุ่งนภา เกศา. (2553).ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการตลาดกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบัณฑิต.มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (สำเนา)
- [10] สมรติ สมเลิศ. (2554).รูปแบบปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดปัจจัยการมุ่งเน้นการบริการปัจจัยด้านองค์กรและปัจจัยนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ ปริญญาตรีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย. (สำเนา)