

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันมีการขับเคลื่อนความก้าวหน้าด้านความรู้ที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม ซึ่งก่อให้เกิดภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วท่ามกลางบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจโลก ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้กลายเป็นแรงผลักดันให้ประเทศต่าง ๆ พยายามที่จะสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในการดำรงชีวิตของมนุษย์ภายใต้บริบทที่เกิดขึ้น ซึ่งนำไปสู่การปรับเปลี่ยนแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การค้า การลงทุนและการส่งออก มิได้จำกัดอยู่แต่เพียงในประเทศเท่านั้นแต่มีการขยายตัวออกไปยังต่างประเทศ รวมถึงปี 2560 เป็นปีที่ประเทศต่างๆ ทั้ง 10 ประเทศในอาเซียนรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) อย่างสมบูรณ์แบบและกลายเป็นบริบทใหม่สำหรับธุรกิจไทย ยุทธศาสตร์ที่สำคัญภายใต้การส่งเสริมธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจ การเพิ่มขีดความสามารถให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การผลิต และการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจ และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

ประเทศไทยได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 โดยได้จัดทำบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศ นอกจากนี้ ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน ทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาค และระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผนเศรษฐกิจอย่างกว้างขวางและต่อเนื่องเพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ขณะเดียวกัน การปรับโครงสร้างการผลิตและการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงของห่วงโซ่มูลค่าเน้นสร้างความเข้มแข็งให้กับปัจจัยพื้นฐาน ทูทางเศรษฐกิจให้สนับสนุนการเพิ่มศักยภาพของฐานการผลิตและฐาน

รายได้เดิม และยกระดับการใช้เทคโนโลยี วิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมการจัดการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งสร้างสังคมผู้ประกอบการให้มีทักษะการทำธุรกิจที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ตลอดจนพัฒนาพื้นที่ชายแดนที่มีศักยภาพและพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนเศรษฐกิจเข้าสู่การเป็นประเทศรายได้สูงในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, น. 1)

สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมการผลิตมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของธุรกิจหรือ GDP ในไตรมาสแรก ของปี 2559 ขยายตัวร้อยละ 5.1 โดยมีมูลค่า 1.49 ล้านล้านบาท โดยสัดส่วน GDP ขยับเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 42.3 จากร้อยละ 41.1 การส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตในเดือนมีนาคม ปี 2559 มีมูลค่า 200,043 ล้านบาทขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 22.0 และเมื่ออยู่ในรูปดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าการส่งออกขยายตัวร้อยละ 11.6 โดยสัดส่วนของการส่งออกของ อุตสาหกรรมผลิตต่อการส่งออกรวมเท่ากับร้อยละ 29.6 โดย อุตสาหกรรมผลิตยังคงมีมูลค่าการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนมากที่สุด มีมูลค่า 55,114 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ประเทศจีน มีมูลค่าการส่งออก 21,306 ล้านบาท และประเทศญี่ปุ่น มีมูลค่าการส่งออก 18,287 ล้านบาท สำหรับสินค้าส่งออกสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ กลุ่มอัญมณีเครื่องประดับ กลุ่มพลาสติกหรือของที่ทำด้วยพลาสติก และเครื่องจักร และคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2560, น. 2) ดังนั้นอุตสาหกรรมผลิตจึงมีบทบาทสำคัญถือเป็นตัวแทนแสดงถึงความเจริญเติบโตของสถานะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ การเจริญเติบโตและการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจจะส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย ภาครัฐของประเทศไทยได้ให้การสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อความอยู่รอดหรือการเติบโตของธุรกิจ โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นไปตามนโยบายที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการดำเนินงานในภาคส่วนอื่นของประเทศ แสดงถึงส่วนสำคัญของเศรษฐกิจประเทศไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2560, น. 1)

ประเทศไทยมีอุตสาหกรรม 4 ประเภท ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมสกัดจากธรรมชาติ หมายถึง การสกัดหรือแยกหรือนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เป็นประโยชน์ 2) อุตสาหกรรมการผลิต หมายถึง การนำเอาวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมสกัดจากธรรมชาติมาผลิตเป็นวัตถุดิบสำเร็จรูปหรือผลิตภัณฑ์อื่น 3) อุตสาหกรรมขนส่ง หมายถึง การประกอบการเพื่อนำวัตถุดิบสำเร็จรูปไปยังผู้บริโภค 4) อุตสาหกรรมบริการ หมายถึง การประกอบกิจการด้านการใช้บริการต่าง ๆ ซึ่ง อุตสาหกรรมผลิตมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้เตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ประเทศไทยในฐานะสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มี

การดำเนินธุรกิจอยู่ในสัดส่วนประมาณ 1/4 หรือประมาณ ร้อยละ 25 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจให้เข้ากับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีความรู้ ความสามารถความเป็นสากล มีทักษะแรงงาน 4.0 และอุตสาหกรรมการผลิต 4.0 คือ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรมและใช้เทคโนโลยีเพื่อประกอบธุรกิจ ในการประกอบการแรงงานต้องมีทักษะ องค์ความรู้ รวมถึงการที่ต้องมีเทคโนโลยี สร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรม ซึ่งสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนอุตสาหกรรม 4.0 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 (Demand Side) ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมให้เข้าถึงและสามารถใช้ระบบการผลิตแบบอัตโนมัติ และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเข้าสู่ Industry 4.0 ยุทธศาสตร์ที่ 2 (Supply Side) ส่งเสริมและพัฒนาการให้บริการอุตสาหกรรมทางด้านต่างๆ ให้ครอบคลุม โดยเฉพาะการส่งเสริมและพัฒนากำลังคนทักษะสูงในภาคอุตสาหกรรมเพื่อรองรับการเข้าสู่ Industry 4.0 ยุทธศาสตร์ที่ 3 (Infrastructure Side) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ในภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะทางด้านการส่งเสริมและพัฒนากำลังคนในระดับต่างๆ ให้มีทักษะฝีมือสูงขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมทางด้านมาตรฐานต่างๆ อาทิ มาตรฐานฝีมือแรงงาน และมาตรฐานสำหรับ Technology และ Innovation เพื่อรองรับการเข้าสู่ Industry 4.0 ยุทธศาสตร์ที่ 4 (Funding Side) ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมไทยไปสู่ Industry 4.0 (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2560)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มี 20 จังหวัด มีพื้นที่ประมาณ 105.5 ล้านไร่ หรือประมาณ 1 ใน 3 ของประเทศมีอาณาเขตทิศเหนือและทิศตะวันออกจดประเทศสาธารณประชาธิปไตยประชาชนลาว ทิศใต้จดประเทศกัมพูชา ทิศตะวันออกจดภาคเหนือ และภาคกลางของประเทศไทยและจากข้อมูลด้านประชากร ณ เมษายน 2560 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีประชากรรวมจำนวน 21,916,034 คน และมีกำลังแรงงานรวมในปี 2560กำลังแรงงานรวมประมาณ 9.69 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 65.02 ของจำนวนประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปทั้งหมด ผู้มีงานทำประมาณ 9.50 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 97.99 ของกำลังแรงงานรวมทั้งหมด และผู้ว่างงาน ประมาณ 85,578 คน คิดเป็น อัตราการว่างงานเท่ากับ 0.88 ผู้รื่องาน ประมาณ 109,529 คน คิดเป็นร้อยละ 1.13 ส่วนผู้ที่อยู่นอกกำลังแรงงานมีประมาณ 5.21 ล้านคน และมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 42,427 โรงงาน ทั้งนี้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการมุ่งเน้นคุณภาพสินค้าที่เป็นเลิศ ด้วยการเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาใช้ในการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าตรงกับความต้องการของลูกค้า และคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลักสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นหรือมีความแตกต่างจากคู่แข่ง (สำนักบริหารยุทธศาสตร์, 2560) ในปี 2559 อุตสาหกรรมภาคการผลิตของภาคตะวันออกเฉียงเหนือผลิตภัณฑ์ภาค (Gross Regional Product: GRP) มีมูลค่า 1,327,918 ล้านบาท หรือมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 9.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

(Gross Domestic Product: GDP) สาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ สาขาเกษตรกรรม สัดส่วนร้อยละ 20.8 สาขาอุตสาหกรรม สัดส่วนร้อยละ 18.4 สาขาการศึกษา สัดส่วนร้อยละ 14.6 สาขาค้าส่งและค้าปลีก สัดส่วนร้อยละ 11.9 จังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสูงที่สุด ได้แก่ นครราชสีมา รองลงมาคือ ขอนแก่น สำหรับจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์จังหวัดต่ำที่สุด คือ อำนาจเจริญ สำหรับรายได้ต่อคนต่อปีของภาคเฉลี่ย 70,906 บาท จังหวัดขอนแก่นมีรายได้ต่อคนต่อปีมากที่สุด 107,607 บาท ส่วนจังหวัดหนองบัวลำภูมีรายได้ต่อคนต่อปี 41,963 บาท น้อยที่สุดในภาคอีสาน และประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) อุตสาหกรรมภาคการผลิตเป็นธุรกิจที่มีความโดดเด่นและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนศักยภาพทางเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ธุรกิจการผลิตอุตสาหกรรม ธุรกิจเครื่องจักรและอุปกรณ์ ธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และชิ้นส่วนอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจการผลิตวัสดุก่อสร้าง และชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเจริญเติบโตของธุรกิจอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่องกันในพื้นที่ และยังช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการในด้านการลงทุนจากนักลงทุนทั้งภายในและภายนอกจังหวัดให้เพิ่มมากขึ้น ภาคการผลิตมีบทบาทสูงในด้านการจ้างแรงงานในพื้นที่เนื่องจากธุรกิจการผลิตส่วนใหญ่ในพื้นที่เน้นการใช้ปัจจัยแรงงานเป็นหลัก และมีความจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือและมีทักษะเฉพาะทาง และเป็นที่น่าสังเกตว่าธุรกิจ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปัจจุบันหันมาให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่มาจากการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์ความรู้ดั้งเดิมของพื้นที่ที่มีการสั่งสมมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตได้มีลักษณะเฉพาะตัวและมีความละเอียดประณีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการผลิตที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทอพื้นเมือง ไม่ว่าจะเป็นงานทอและงานเย็บผ้าไหมซึ่งมีส่วนช่วยให้เกิดการประยุกต์ใช้ทักษะของคนในพื้นที่และกระจายการมีงานทำมากขึ้น นอกจากนี้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่มาจากแหล่งภายในพื้นที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงของเศรษฐกิจในพื้นที่อีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558, น. 77)

อุตสาหกรรมการผลิตในปัจจุบันควรมุ่งเน้นนวัตกรรมจัดการมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติ เพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศในทุกด้าน โดยที่ในช่วงต่อจากนี้ไปจะมุ่งเน้นการพัฒนาการจัดการเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมทั้งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถอนรากถอนโคนและการพัฒนาต่อยอด นวัตกรรมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมขีดความสามารถของมนุษย์ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตภาพการผลิตสูงขึ้น ช่วยขยายฐานรายได้จากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ และช่วยลดต้นทุน ทั้งนี้ท่ามกลางการแข่งขันในตลาดโลกที่สูงขึ้นและการแข่งขันจากประเทศที่มีค่าแรงต่ำกว่าแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จะมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม ซึ่งนวัตกรรมใน

ผลิตภัณฑ์หรือด้านกระบวนการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการโดยให้ความสำคัญทั้งกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีแบบซับซ้อน และ/หรือการใช้นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูงซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง อาทิ การเพิ่มมูลค่าผลผลิตจากการปรับเปลี่ยนตำแหน่งในสายการผลิตไปทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่ให้มูลค่าเพิ่มสูงกว่าโดยจะให้ความสำคัญกับการย้อนกลับไปเริ่มทำกิจกรรมอื่นในการจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เช่น ในขั้นตอนของการพัฒนาหรือออกแบบสินค้า การวิจัยและพัฒนาและการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการก้าวไปข้างหน้าเพื่อทำกิจกรรมประเภทการพัฒนาตลาด และการสร้างตราสินค้า ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้มูลค่าเพิ่มสูงกว่าในขั้นตอนการผลิต (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560, น. 13)

ในการสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมนับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจและการสร้างใจองค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคปัจจุบันเนื่องจากถ้าองค์กรไม่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตนเองด้วยสิ่งใหม่ๆ แล้วย่อมเป็นการยากที่จะทำให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากความสำเร็จขององค์กรที่เป็นผู้นำด้านตลาดนั้นมักเกิดขึ้นจากการนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมทางด้านสินค้า ด้านกระบวนการทำงานด้านการให้บริการ ด้านการจัดการหรือด้านการตลาด โดยได้มีการนำนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมความสัมพันธ์และความร่วมมือในการจัดการ ซึ่งมีกระบวนการประสิทธิภาพที่จะสร้างเสริมให้มีมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ การปฏิสัมพันธ์จะมีลักษณะเชิงบูรณาการ โดยมีเป้าหมายในการที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มและสนองตอบต่อความต้องการของตลาดที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือทางธุรกิจ ตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำจนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ กระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าจนถึงมือผู้ต้องการสินค้า และกระบวนการต่างๆ จะมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะของบูรณาการ ทั้งนี้ภารกิจสำคัญของนวัตกรรมจัดการนั้นคือการมุ่งสร้าง ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด โดยเน้นในเรื่องประสิทธิภาพเชิงต้นทุนและผลตอบแทนทางธุรกิจ (จิรพรรณ จันทวีวีเชียร, 2559, น. 33)

ปัจจุบันในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตต้องตระหนักและยอมรับว่าจริยธรรมทางธุรกิจเป็นเรื่องที่นำมาปฏิบัติใช้ได้จริงและได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีความประโยชน์ต่อการแข่งขันมากมาย (นภาพร ชันชนภา และसानิต คำนสมสถิต, 2547, น. 15) เมื่อนำมาใช้กับอุตสาหกรรมการผลิตและการบริหารงานแนวปฏิบัติในการทำตลาดสินค้าของธุรกิจมีการยอมรับกันว่า ธุรกิจต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้องค์กรจึงจะประสบความสำเร็จส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในด้านการตลาดเพื่อหวังครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งนี้ตลาดไม่สามารถที่จะคงอยู่อย่างยั่งยืนได้ด้วยค่านิยมทางเศรษฐกิจเพียงอย่าง

เดียว แต่ยังคงอาศัยมาตรฐานจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจไม่เอาเปรียบ แต่เป็นธุรกิจที่ได้ประโยชน์ร่วมกัน (อานันท์ ปันยารชุน, 2542, น. 20) โดยการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมกับธุรกิจจึงสามารถมองได้หลายมุมมองคือ การมองจริยธรรมในฐานะที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริหารหันมาให้ความสนใจในความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ดังนั้นองค์กรต้องรักษาจริยธรรมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ด้านจริยธรรมที่มีต่อสังคม (Responsibility) ด้านจริยธรรมที่มีต่อลูกค้า ด้านจริยธรรมที่มีต่อพนักงาน และด้านจริยธรรมที่มีต่อคู่แข่ง (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2556, น. 43) เพื่อให้ได้รับความเชื่อถือและการยอมรับจากลูกค้าอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมที่ดีขององค์กรต่อไป

สิ่งที่สะท้อนถึงความสำเร็จของธุรกิจการผลิตก็คือประสิทธิภาพการผลิต โดยที่ประสิทธิภาพอุตสาหกรรมเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจที่สามารถปฏิบัติงานบรรลุได้ผลตรงตามเป้าหมายขององค์กรและทันระยะเวลาที่กำหนดผลงานที่ได้มีคุณภาพและความถูกต้อง มีวิธีการทำงานหรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงานและลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยที่ใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า (สมใจ ลักษณะ, 2543, น. 8) สามารถพิจารณาได้จาก 4 ด้าน ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการธุรกิจภายในองค์กร การเรียนรู้และพัฒนา (พสุ เศรษฐินทร์, 2548, น. 38) ดังนั้นในการดำเนินงานขององค์กรจะต้องมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน โดยธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีการนำนวัตกรรมการจัดการ และกลยุทธ์ต่าง ๆ เข้ามาช่วยในกระบวนการปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสมทันสมัย และเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ด้วยงานมีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน (ฉินานันท์ ปันทอง, 2559, น. 2)

อุตสาหกรรมการผลิตยังมีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยที่ธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในด้านราคาสินค้า จำนวนคู่แข่งมากขึ้น เกิดการลอกเลียนแบบ ขาดนวัตกรรม การจัดการและมีการแอบอ้างหรือตราสินค้าซึ่งกระทบโดยตรงกับคุณภาพของสินค้า เช่น ผ้าไหมที่มีลักษณะคล้ายกัน สามารถผลิตได้ในหลายพื้นที่ และประสบปัญหาเรื่องการตลาด ในอีกลักษณะหนึ่งอุตสาหกรรมการผลิตจะมีความเสี่ยงในการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงงานถูกกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก เช่น อุปกรณ์ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาสถานการณ์ทางด้านแรงงานในเรื่องของแรงงานวิชาชีพในธุรกิจบางประเภทจบการศึกษาไม่ตรงกับสายงาน และปัญหาความอดทนในการทำงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงาน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558, น. 92) ส่วนปัญหาด้านจริยธรรมทางธุรกิจ ในปัจจุบันพบว่าปัญหาการค้ามนุษย์ที่ขาดจริยธรรมปรากฏให้เห็นอยู่เสมอในสังคมไทย จากการรวบรวมข้อมูลของสิทธิชัย ฝรั่งทอง (2547, น. 45) มีเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จัดว่าเป็นการกระทำที่ขัดต่อหลักจริยธรรมธุรกิจเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยมี

การร้องเรียนทั้งต่อสำนักคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานอาหารและยา (อย.) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องใกล้ตัวของผู้บริโภค ได้แก่ โรงงานผลิตรถยนต์มีเสียงดัง ฝุ่นผง ละอองสี และโรงงานผลิตไอศกรีมปล่อยน้ำเสียทิ้งในแม่น้ำ นอกจากนี้ปัญหาการดำเนินธุรกิจที่ขาดจริยธรรมยังมีอยู่ในธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ วิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อม สามารถพบได้ในกิจกรรมธุรกิจทุกด้าน และปัญหาในด้านการผลิตส่วนใหญ่จะเกิดจากปัญหาในเรื่องเครื่องจักรมีราคาแพงและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตไม่ดีพอทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตลดลง นอกจากนี้ปัญหาด้านอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ที่ยังขาดความชำนาญในการผลิตและบำรุงรักษาแม่พิมพ์ ทำให้การผลิตสินค้าขาดประสิทธิภาพและได้รูปแบบที่ไม่ตรงตามมาตรฐาน อีกทั้งยังไม่สามารถผลิตแม่พิมพ์ได้เพียงพอกับความต้องการ ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนของอุตสาหกรรมอย่างมาก อีกประการผู้ประกอบการหลายรายประสบปัญหาเรื่องสินค้าลอกเลียนแบบ ของปลอมแปลงที่ไม่มีคุณภาพแต่ราคาถูกในท้องตลาด ยกตัวอย่างเช่น มีผู้ผลิตขวดขวดบางราย นำเม็ดหลอมมาผลิตขวด เพื่อลดต้นทุนในการผลิต ส่งผลให้ภาพลักษณ์น้ำดื่มขวดขวดบางเสีย

จากเหตุผลดังกล่าวอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงมีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและองค์กร เนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของประเทศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำวิจัยเรื่องนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจและปรับปรุงธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตให้มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้อันจะเป็นแนวทางที่ทำให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งและเติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืน

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 สภาพการดำเนินการค้าด้านอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นอย่างไร

1.2.2 นวัตกรรมจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับใด

1.2.3 รูปแบบนวัตกรรมจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.3.1 ศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.2 เพื่อศึกษานวัตกรรมการจัดการ จริยธรรมทางธุรกิจ และประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.3 เพื่อยืนยันรูปแบบนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.4 สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

รูปแบบนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานที่ 1 (H1) นวัตกรรมการจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการผลิต ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 2 (H2) จริยธรรมทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการผลิต ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 3 (H3) นวัตกรรมการจัดการมีอิทธิพลที่เป็นสาเหตุทางอ้อมต่อประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผ่านเส้นทางด้านจริยธรรมทางธุรกิจ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) โดยเริ่มจากการวิจัยเอกสาร การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อนำมาสังเคราะห์ข้อมูลเป็นรูปแบบนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.6 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบแผนการวิจัยเป็นรูปแบบผสม (Mixed Methods Research) โดยการประยุกต์ลักษณะเดี่ยว (Single Application) ซึ่งประกอบข้อมูลเชิงสถิติ ข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับการยืนยัน เพื่อให้ได้รูปแบบนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ระยะที่ 3 ยืนยันรูปแบบนวัตกรรมการผลิต โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ดังนี้

ระยะที่ 1 กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำมาสู่การสังเคราะห์ตัวแปร นำไปสู่การออกแบบและสร้างกรอบการวิจัย

ระยะที่ 2 การสร้างและการกำหนดรูปแบบการวิจัย โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย และการสังเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนแนวคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสังเคราะห์เพื่อให้ได้ตัวแปรของนวัตกรรมการจัดการ จริยธรรมทางธุรกิจ และประสิทธิภาพอุตสาหกรรมผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำไปใช้ในการวิจัยโดยมีกิจกรรมหลัก คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างน้อย 16 คนหรือจนกว่าข้อมูลจะนิ่ง ในการสัมภาษณ์เลือกจากจังหวัดที่จำนวนโรงงานมากที่สุด 4 จังหวัดแรก คือ จังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุบลราชธานี อุดรธานี

1.1.1 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิต จำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิต จังหวัดนครราชสีมา 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดอุบลราชธานี 1 คน และจังหวัดอุดรธานี 1 คน การเลือกเกณฑ์โดยเลือกจากมีเกณฑ์คัดเลือกผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิต คือ เป็นผู้ประกอบการที่เปิดกิจการมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี และเป็นการผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

1.1.2 ลูกค้า ผู้ที่มาซื้อสินค้าหรือสั่งสินค้า จำนวน 4 คน ได้แก่ จังหวัด นครราชสีมา 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดอุบลราชธานี 1 คน และจังหวัดอุดรธานี 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือก ในการสัมภาษณ์ผู้ที่มาซื้อสินค้าหรือสั่งสินค้าจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรม การผลิต อย่างน้อย 1 ปี

1.1.3 พนักงาน จำนวน 4 คน ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา 1 คน จังหวัด ขอนแก่น 1 คน จังหวัดอุบลราชธานี 1 คน และจังหวัดอุดรธานี 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกพนักงาน ในการให้สัมภาษณ์ คือ ต้องทำงานในอุตสาหกรรมการผลิตมาแล้ว 3 ปีขึ้นไป

1.1.4 นักวิชาการหรือเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 4 คน ได้แก่ จังหวัด นครราชสีมา 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดอุบลราชธานี 1 คน และจังหวัดอุดรธานี 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกในการสัมภาษณ์ คือ เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับช่องทางตรงและทางอ้อมกับธุรกิจของ อุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ ตัวแปรและสร้างรูปแบบนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อประสิทธิภาพของ อุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้กระชับและมีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้วิจัยได้ กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 ประชากร (Population) ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2560 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 42,427คน (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น. 2560, น, 4)

2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม การผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Hair, Black, Babin and Anderson, 2010) ที่เสนอว่า ตัวอย่างขนาดใหญ่ โดยทั่วไปในการวิเคราะห์จะมีเสถียรภาพมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะจำลองโมเดลได้ การตัดสินใจ เลือกรูปแบบของกลุ่มตัวอย่างจะต้องทำตามชุดของปัจจัย ซึ่งแนะนำขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 100 ตัวอย่าง หรือใช้จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำอย่างน้อย 10 เท่าของจำนวนตัวแปรที่จะวิเคราะห์ โดยทั่วไปจะใช้ จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 200 ตัวอย่าง หรือ 20 เท่าของตัวแปร ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์ตัวแปร 1 ต่อ 20 เท่า ดังนั้นตัวแปรทั้งหมด 11 ตัวแปร มีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 220 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของ Yamane (Yamane, 1973, p. 727) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน

2.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยไว้ ดังนี้

2.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) นวัตกรรมจัดการ (Management innovation) ได้แก่ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ด้านนวัตกรรมกระบวนการ (Term of Process Innovation) และด้านนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) (จิรพรรณ จันทร์วิเชียร, 2559, น. 10) มีนักวิชาการหลายท่าน (เรวัต ต้นตยานนท์, 2559, น. 1) (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2546, น. 312) (Lovelock, 2001, p. 23) (ปิยะนารถ สิงห์ชู, 2560, น.1) (พยัคฆ์ วุฒิรงค์, 2557, น. 2) (กิริติ ยศยั้งยง, 2552, น. 11)

2.2.2 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable) จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) ประกอบ ด้านจริยธรรมที่มีต่อสังคม (Ethics to Society) ด้านจริยธรรมที่มีต่อลูกค้า (Customer Ethics) ด้านจริยธรรมที่มีต่อพนักงาน (Relate to Ethics to Employees) ด้านจริยธรรมที่มีต่อคู่แข่ง (Ethics towards Competitors) (เนตรพัฒนา ยาวีราข, 2556, น. 43) และตัวแปรเพิ่มเติมที่ได้จากการลงพื้นที่การวิจัยในครั้งนี้ซึ่งได้ตัวแปร ด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Friendly Environmentally) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2560, น. 43) และมีนักวิชาการหลายท่าน (พรนพ พุกกะพัมภ์, 2546, น. 130) (พิภพ วังเงิน, 2547, น. 9) (สุภาพร พิศาลบุตร, 2549, น. 62) (Ferrell, Fraedrich & Ferrell, 2000, p. 6)

2.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการผลิต (Production Efficiency) ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการธุรกิจภายใน (Internal Process Perspective) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Development) (Kaplan and Norton, 2000, pp. 25-26) และมีนักวิชาการหลายท่าน (อนันต์ ภาวุธานนท์, 2551, น. 24) (จุฬารัตน์ ชันแก้ว, 2551, น. 48) (दनัย เทียนพูน, 2544, น. 31) (Niven, 2002, p. 12)

2.3 ขอบเขตการวิจัย

2.3.1 ด้านพื้นที่ในการวิจัย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครพนม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดเลย จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดหนองคาย จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี

2.3.2 ด้านเวลา

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2560 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2560

ระยะที่ 3 ยืนยันรูปแบบนวัตกรรมอุตสาหกรรมการผลิต โดยการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

การจัดสนทนากลุ่ม เพื่อพัฒนาและการยืนยันรูปแบบการวิจัย มีดังนี้

1. กำหนดผู้เข้าร่วม การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน 45 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิต จำนวน 11 คน ลูกค้า จำนวน 10 คน พนักงาน จำนวน 11 คน นักวิชาการหรือเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 11 คน นักสถิติ 1 คน

2. กำหนดระยะเวลา (วัน เดือน ปี) ในการจัดประชุมสนทนากลุ่ม โดยกำหนดวันที่ 8 มิถุนายน 2561 เวลา 08.30 – 12.00 ณ ห้องราชพฤกษ์ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โอเทล แอนด์ คอนเวนชันเซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น

3. ทำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ใน การออกหนังสือเชิญ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิต ลูกค้า พนักงาน นักวิชาการหรือเจ้าหน้าที่รัฐ นักสถิติ และอาจารย์ที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์

4. นำเสนอผลการวิจัย

การเผยแพร่ผลการวิจัยในรูปแบบวิทยานิพนธ์และบทความวิจัยพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ เนื้อหาของบทความวิจัยประกอบด้วยส่วนสำคัญ 6 ส่วน

4.1 บทคัดย่อ (Abstract) บทคัดย่อเป็นเนื้อหาสาระส่วนที่นำเสนอวัตถุประสงค์การวิจัย วิธีการวิจัย และผลการวิจัยโดยสรุป เพื่อให้เห็นภาพรวมของงานวิจัยทั้งเรื่อง

4.2 ส่วนนำ (Introduction) ประกอบด้วยปัญหาวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย รายงานเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเฉพาะส่วนที่เป็นทฤษฎีและงานวิจัยที่สำคัญ ซึ่งนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย

4.3 วิธีดำเนินการวิจัย (Methods) ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือวิจัยและคุณภาพเครื่องมือ วิธีการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Results) การนำเสนอผลการวิเคราะห์

4.5 การอภิปรายและ/สรุปผลการวิจัย (Discussion and/or Conclusion)

เป็นการบรรยายสรุปข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย

4.6 บรรณานุกรมและภาคผนวก (References and Appendix)

1.7 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ จะได้รับประโยชน์ ดังนี้

1.7.1 ทราบถึงนวัตกรรมการจัดการของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถนำนวัตกรรมการจัดการไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.7.2 ทราบถึงความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจอีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.7.3 ทราบถึงประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีดำเนินงาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมการผลิตสำหรับผู้ประกอบการ หรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้า และคุณภาพของอุตสาหกรรมการผลิต ในการเพิ่มยอดขายในอนาคต

1.7.4 เป็นแนวทางให้ผู้สนใจทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ใช้เป็นแนวทางศึกษาหรือวิจัยให้เกิดองค์ความรู้ รวมทั้งเป็นการขยายองค์ความรู้ให้สามารถนำไปใช้พัฒนาธุรกิจได้ตามความต้องการและความเหมาะสม

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ให้คำนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

“นวัตกรรมจัดการ” หมายถึง การนำเทคโนโลยีและวิธีการใหม่ๆ รวมถึงแนวคิดใหม่ ทำสิ่งใหม่ ที่แปลกไปจากเดิม เพื่อนำไปใช้พัฒนาสินค้าและบริการต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ หมายถึง ธุรกิจมีการนำนวัตกรรมมาใช้ในการออกแบบสินค้าให้มีความหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ และปรับเปลี่ยนรูปลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการให้ทันสมัย รวมถึงการคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการอื่น ๆ ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการใช้เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

2. ด้านนวัตกรรมกระบวนการ หมายถึง การนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการบริหารธุรกิจเพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นผู้นำทางด้านการตลาด การนำเข้าวัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบ และติดตามข่าวสารของคู่แข่งและส่งเสริมให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อการคิดค้นและมีความทันสมัยตลอดเวลา โดยมีการวางแผนการทำงานและการออกแบบระบบงาน นำเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารงาน กระบวนการทำงานมีการติดตามงานและประเมินงานอย่างมีระบบสร้างมาตรฐานการทำงานและระบบคุณภาพ เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ

3. ด้านนวัตกรรมบริการ หมายถึง ธุรกิจมีความหลากหลายของรูปการบริการ คุณภาพการให้บริการเป็นที่ไว้วางใจและเชื่อถือได้ สามารถตอบสนองความคาดหวังด้านคุณภาพในการให้บริการลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ ในการให้บริการมีนวัตกรรมของขั้นตอนในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพสามารถตรวจสอบได้ หรือการเก็บข้อมูลความต้องการจากลูกค้าแล้วนำมาตอบสนองด้วยการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ เมื่อเกิดปัญหาต่างๆ มีการให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการอย่างต่อเนื่อง

“จริยธรรมทางธุรกิจ” หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่ไม่เอาเปรียบทุกๆ ฝ่าย ใส่ใจสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม ลูกค้า/คู่ค้า มีความซื่อสัตย์สุจริต และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า คู่ค้า รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ประกอบด้วย ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านจริยธรรมที่มีต่อสังคม หมายถึง การที่ธุรกิจทำสิ่งที่เกิดประโยชน์ให้แก่สังคมในการร่วมงานในศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ของชุมชน และการดำเนินธุรกิจด้วยศีลธรรมและคุณธรรม มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น รวมทั้งการบริจาคเงินและช่วยเหลือด้านสิ่งของเครื่องใช้ตามโอกาสอันควร และมีส่วนร่วมกับกิจกรรมช่วยเหลือสังคมรอบๆ โรงงาน รวมถึงการดำเนินธุรกิจคำนึงถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม

2. จริยธรรมที่มีต่อลูกค้า หมายถึง การให้บริการที่ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบลูกค้า ผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพไม่ตั้งราคาสินค้าสูงเกินความเป็นจริง ขายสินค้า/บริการอย่างยุติธรรม ซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและปฏิบัติต่อลูกค้าเพื่อให้ได้รับความปลอดภัย โดยธุรกิจได้รับตราสัญลักษณ์อุตสาหกรรมสีเขียวเพื่อใช้ในเชิงการค้า และสนับสนุนส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบต่อลูกค้า

3. ด้านจริยธรรมที่มีต่อพนักงาน หมายถึง องค์กรมีการปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความยุติธรรม เทียบตรง เสมอภาค ไม่ลำเอียง มีความชอบธรรม และชอบด้วยเหตุผล ส่งเสริมให้พนักงานมีการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถในทุกตำแหน่ง ส่งเสริมกิจกรรมที่ช่วยสร้างความสามัคคี ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่พนักงานอย่างชอบธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลของ

พนักงานและสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานในองค์กร สร้างแรงบันดาลใจในเป้าหมายด้านวัฒนธรรมขององค์กรให้เกิดในตัวพนักงาน และกระจายอำนาจการตัดสินใจในการทำงานให้พนักงานอย่างเหมาะสม สนับสนุนให้พนักงานได้เรียนรู้ปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องกับความเป็นจริงและเหตุผลตามกรอบของจริยธรรมองค์กร

4. ด้านจริยธรรมที่มีต่อคู่แข่ง หมายถึง ธุรกิจยึดความถูกต้องและเป็นธรรม มีความซื่อสัตย์ ซื่อตรงต่อตนเองและผู้อื่น มีความโปร่งใสอย่างตรงไปตรงมา ในการแข่งขันมีการติดตามข่าวสารของกลุ่มคู่แข่งเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอและมุ่งเน้นเรื่องของการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดโดยยึดหลักคุณธรรมนำความรู้ความชำนาญของพนักงานมาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้พนักงานปรับปรุง และพัฒนาระบบการทำงานให้มีมาตรฐานโดยยึดความถูกต้องและเป็นธรรม

5. ด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ในการดำเนินงานด้วยผลิตภัณฑ์สีเขียวไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมใช้วัตถุดิบหรือวัสดุที่มีการตรวจสอบแล้วว่าไม่ก่อให้เกิดมลภาวะพร้อมทั้งการกำหนดพื้นที่ใช้สอยอย่างคุ้มค่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

“ประสิทธิภาพ” หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยการลดต้นทุนหรือทรัพยากรต่อหน่วยของผลผลิตที่ได้จากการดำเนินงานต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในแผนธุรกิจ หรือการเพิ่มผลผลิต ผลประโยชน์ต่อหน่วยของต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินงานสูงกว่าที่กำหนด ใช้ทรัพยากรในองค์กรอย่างคุ้มค่า ประหยัดมีการสูญเสีย น้อยที่สุด เพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะประกอบไปด้วย ประสิทธิภาพด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการเงิน หมายถึง ธุรกิจที่แสวงหาผลกำไรและเป็นตัวบ่งชี้ว่าธุรกิจประสบผลสำเร็จหรือไม่ ในการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ซึ่งธุรกิจต้องมีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจธุรกิจ มีระบบการบริหารจัดการด้านบัญชีที่ดีและมีสภาพคล่องทางการเงิน ดังนั้นการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในธุรกิจจะช่วยจะให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ในการชำระสินค้าธุรกิจสามารถอำนวยความสะดวกในการชำระเงินโดยการหักจากยอดบัญชีหรือสามารถชำระค่าสินค้าได้ด้วยบัตรเครดิต

2. ด้านลูกค้า หมายถึง ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยธุรกิจผลิตสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในราคาที่ลูกค้าพึงพอใจโดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

บริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน นำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์ และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีการติดต่อสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์สินค้าให้ลูกค้าทราบโดยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ ไลน์ และเฟสบุ๊ก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ครบถ้วนพร้อมบริการที่น่าประทับใจ

3. ด้านกระบวนการธุรกิจภายใน หมายถึง การจัดการรูปแบบการทำงานใหม่ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานอันนำไปสู่ความได้เปรียบของธุรกิจ และมีการจัดโครงสร้างธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพปัจจุบัน โดยมีการส่งเสริมบุคลากรเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อคิดค้นวิธีการทำงานแบบใหม่ๆ และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

4. ด้านเรียนรู้และการพัฒนา หมายถึง ธุรกิจมีการพัฒนาระบบการทำงานและการอบรมให้ความรู้พนักงาน ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการทำงาน เพื่อให้มีความชำนาญในการทำงานเพิ่มขึ้น สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ โดยสอบถามความพึงพอใจกับลูกค้าเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาเป็นแนวทางในการให้บริการและนำคำแนะนำของลูกค้าไปวิเคราะห์และวางแผนปรับปรุงกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการ

“อุตสาหกรรมการผลิต” หมายถึง การจัดการกระทำเพื่อการผลิตสินค้าที่ผู้ผลิตนำมาผ่านกระบวนการผลิตขึ้นเป็นสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งรวมไปถึงการใช้เงินทุนในการลงทุนเพื่อผลิตสินค้า การใช้แรงงานมนุษย์ และเครื่องจักรกลในการดำเนินกิจกรรมการผลิต

“ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” หมายถึง พื้นที่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย 20 จังหวัด ประกอบไปด้วย จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครพนม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดเลย จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดหนองคาย จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี