

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถ
ในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป



นรา ตานาคา

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กันยายน 2568
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถ
ในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โพลีเอสเตอร์



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กันยายน 2568
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

RELATIONSHIP OF GREEN PROCUREMENT FACTORS BETWEEN OPERATIONAL
CAPABILITIES OF THE PROCESSED BEEF PRODUCTS INDUSTRY



A Thesis Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Business Administration
September 2025
Copyright 2025 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถ
ในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ของ นรา ตานาคา

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปัทมทิยา สิงห์คราม)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรุตม์ หมั่นวงษ์เทพ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. บุญญานุช ชีวาเกียรติยิ่งยง)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร สวัสดิ์สุข)

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภัคดีพิณิจ)

เรื่อง:	ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
ผู้วิจัย:	นรา ตานาคา, วิทยานิพนธ์: บธ.ม., มหาวิทยาลัยพะเยา, 2568
อาจารย์ที่ปรึกษา:	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรุตม์ หมั่นวงษ์เทพ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.บุญญานุช ชีวาเกียรติยิ่งยง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บังอร สวัสดิ์สุข
คำสำคัญ:	ปัจจัยการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, ความสามารถในการดำเนินงาน, อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 2) เพื่อศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 4) แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าได้แก่ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 28 ตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 5 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษพบว่า 1) ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุน และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน 3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุน และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า 4) แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 4.1) ด้านนโยบาย 4.2) ด้านซัพพลายเออร์ 4.3) ด้านกระบวนการ และ 4.4) ด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ

Title: RELATIONSHIP OF GREEN PROCUREMENT FACTORS BETWEEN OPERATIONAL CAPABILITIES OF THE PROCESSED BEEF PRODUCTS INDUSTRY

Author: Nara Tanaca, Thesis: M.B.A., University of Phayao, 2025

Advisor: Assistant Professor Theerut Muenwongthep , Doctor of Philosophy Co-advisor
Boonyanuch Cheewakiatyingyong , Doctor of Business Administration Assistant
Professor Bungon Sawatsuk , Doctor of Philosophy

Keywords: Green procurement factors, Operational capabilities, Processed beef products industry

ABSTRACT

The purpose of this research 1) study the factors of green procurement of the processed beef products industry, 2) study the operational capability of the processed beef products industry, and 3) study the relationship of green procurement factors Between operational capabilities of the processed beef products industry. 4) green procurement guidelines related to the performance of the processed beef products industry. The research design is a mixed-method research. The sample group used in this study is entrepreneurs in the processed beef product industry, consisting of 28 quantitative samples and 5 key informants in the qualitative research. The purposive sampling method was used. The instruments used in this research were questionnaires and interviews. The statistics used for analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson Product Moment Correlation. The results of the study found that 1) the factors of green procurement of the processed beef products industry mostly had a high level of overall opinion. When considering each aspect, it was found that the factor of awareness of laws and regulations had the highest overall opinion. The factors of support from top management, environmentally friendly suppliers, environmentally friendly process factors, and market pressure factors had high overall opinions. 2) The operational capability of the processed beef products industry in terms of environment, cost, and customer relations had high overall opinions in all aspects. 3) The relationship of green procurement factors Between operational capabilities the processed beef products industry found that The green procurement factors consisted of support from top management, environmentally friendly suppliers, environmentally friendly process factors, awareness of laws and regulations, and market pressure factors, which were related to the operational capability of the processed beef products industry in terms of environment, cost, and customer relations. 4) green procurement guidelines related to the performance of the processed beef products industry consist of four aspects: 4.1) policy, 4.2) supplier, 4.3) process, and 4.4) rules and regulations.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่ง จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรุตม์ หมีนวงศ์เทพ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยฉบับนี้ ที่ได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย จนกระทั่งการทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมทั้งอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ความสามารถและประสบการณ์นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บังอร สวัสดิ์สุข และ ดร.บุญญานุช ชีวาเกียรติยิ่งยง กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่มีความกรุณาให้คำแนะนำและแนวทางการทำวิจัย ให้แก่ข้าพเจ้า เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.สรียาภรณ์ ประเสริฐศรี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวัน เพชรหมี และ ดร.ชลัท บุญปาน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามแก้ไข เครื่องมือในการวิจัยให้สมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.ทาริกา พลโลก, ดร.อภิญาภรณ์ โสภา และ ดร.กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์ ที่มีความกรุณาให้คำแนะนำและแนวทางการทำวิจัยให้แก่ผู้วิจัย เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของคณาจารย์ทุกท่าน ที่กรุณา ให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือและเสียสละ เวลาอันมีค่าแก่ผู้วิจัยงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ ครอบครัวที่ให้ความรักและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงจะมีจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย

นรา ตานาคา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
ปัญหาการวิจัย.....	9
คำถามการวิจัย	9
สมมติฐานในการวิจัย	9
ขอบเขตการวิจัย	10
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่มูลค่า	13
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	16
ความหมายและความสำคัญของการจัดซื้อ	20
ความหมายและกระบวนการจัดการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	23
แนวคิดและทฤษฎี BCG MODEL.....	35

การวิเคราะห์เนื้อหา.....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	43
รูปแบบการวิจัย.....	43
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	44
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย.....	55
ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป.....	55
ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป.....	65
ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงาน ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป.....	67
แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป.....	83
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย.....	90
สรุปผลการวิจัย.....	90
อภิปรายผล.....	94
ข้อเสนอแนะ.....	99
บรรณานุกรม.....	101
ภาคผนวก.....	110
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	111
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	120

ภาคผนวก ค หนังสือรับรองการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	126
ภาคผนวก จ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC).....	128
ภาคผนวก ฉ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการวิจัย.....	134
ภาคผนวก ช หนังสือตอบรับการตีพิมพ์	139
ประวัติผู้วิจัย.....	141



สารบัญตาราง

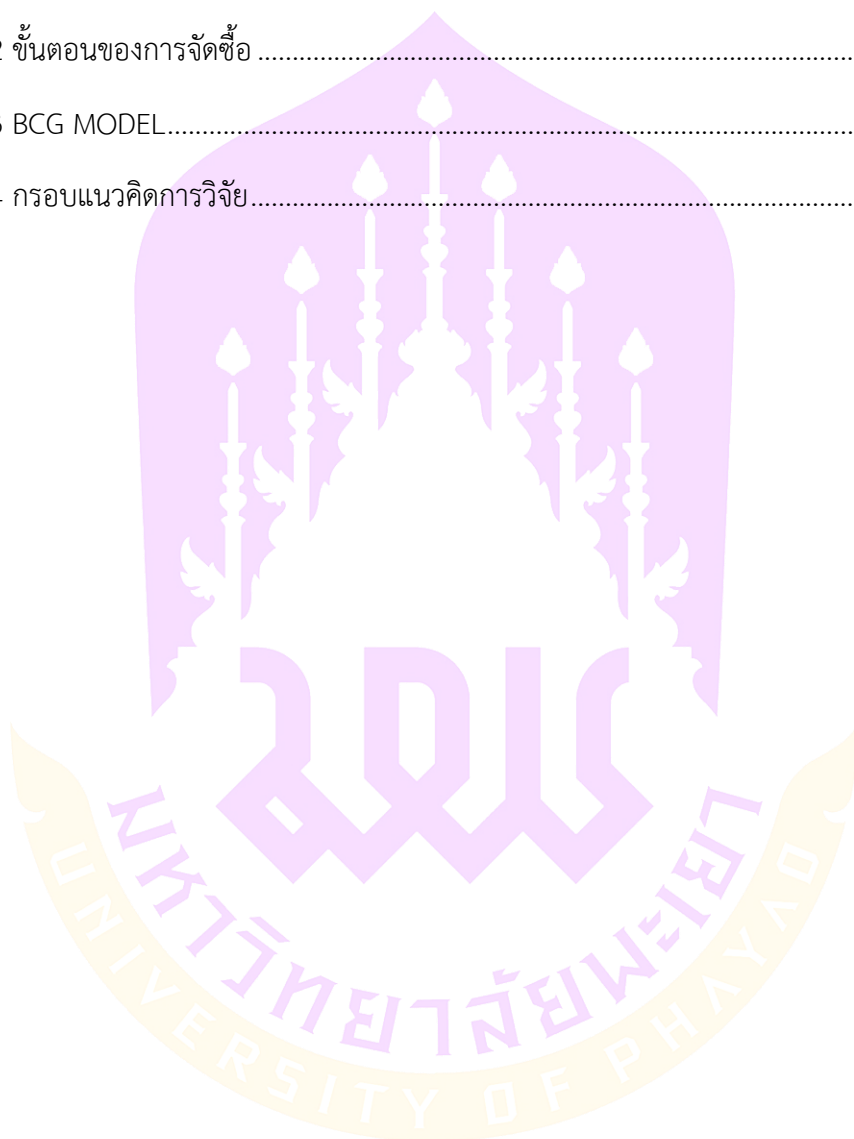
หน้า

ตาราง 1 จำนวนเกษตรกรไทย จำแนกตามประเภทของการเกษตร ปี 2564.....	1
ตาราง 2 ข้อมูลจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์และปศุสัตว์ ปี 2564	2
ตาราง 3 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำหรับอาหารประเภทต่าง ๆ ต่อการผลิตวัตถุดิบ 1 กิโลกรัม	4
ตาราง 4 องค์ประกอบด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม.....	26
ตาราง 5 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษา	44
ตาราง 6 การกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ศึกษา	46
ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 55	
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง	60
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	61
ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม.....	62
ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ	63
ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตร กับ สิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านแรงกดดันจากตลาด	64
ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม.....	65
ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมด้านต้นทุน	66
ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	66

ตาราง 16 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง และ ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	68
ตาราง 17 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	69
ตาราง 18 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	70
ตาราง 19 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ ด้าน สิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	71
ตาราง 20 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด และความสามารถในการ ดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป.....	72
ตาราง 21 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	74
ตาราง 22 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	77
ตาราง 23 แสดงข้อค้นพบ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษา.....	84
ตาราง 24 แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	87

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ห่วงโซ่คุณค่า (value chain)	14
ภาพ 2 ขั้นตอนของการจัดซื้อ	22
ภาพ 3 BCG MODEL.....	37
ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	42



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเกษตร เป็นการใช้ประโยชน์จากที่ดินในการผลิตทางพืช สัตว์ ป่าไม้ และการประมง ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตปัจจัยสี่ของมนุษย์ (วรพัฒน์ สายสิญจน์, 2563) โดยต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ ทรัพยากรธรรมชาติและเงินทุน เพื่อให้พืชและสัตว์เจริญเติบโต และเกิดเป็นผลผลิตต่าง ๆ ซึ่งการเกษตรมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมากในการพัฒนาประเทศให้เกิดความเจริญและมั่นคง (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2564) เนื่องจากการจ้างงานสูงถึงกว่าร้อยละ 30 ของกำลังแรงงานทั้งประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) และยังเป็นแหล่งนำาซึ่งเงินตราต่างประเทศจากการส่งออกสินค้าเกษตร อีกทั้ง ยังเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญสำหรับสาขาอุตสาหกรรมสินค้าเกษตร ที่นำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปหรือเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นเป็นสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งการเพิ่มมูลค่าของสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรนั้นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศที่กำลังพัฒนา (นพพร ตันติศิริรินทร์, 2559)

การเกษตรแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ประกอบด้วย 1) การปลูกพืช เช่น การทำนา การทำสวนผลไม้ การทำไร่ เป็นต้น 2) การเลี้ยงสัตว์ เป็นการประกอบอาชีพเลี้ยงสัตว์บนบก เช่น การทำฟาร์มโคเนื้อ การทำฟาร์มหมู การทำฟาร์มสัตว์ปีก เป็นต้น 3) การประมง เป็นการประกอบอาชีพการเกษตรทางน้ำ เช่น การเลี้ยงสัตว์หรือพืชน้ำ การจับสัตว์น้ำ เป็นต้น และ 4) การเกษตรแบบผสมผสาน เป็นการจัดระบบกิจกรรมการเกษตร ได้แก่ ปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ ประมง ให้มีการผสมผสานและเกื้อกูลในการผลิตซึ่งกันและกัน โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสมให้เกิดประโยชน์สูงสุด (วรพัฒน์ สายสิญจน์, 2563) ทั้งนี้ จากข้อมูลกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปี 2564 พบว่า ประเทศไทยมีเกษตรกรทั้งสิ้น 8,025,429 ครัวเรือน 9,267,103 ราย ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่ปลูกพืชมากที่สุด 4,900,875 ราย รองลงมาคือ เกษตรกรที่ปลูกพืช และเลี้ยงสัตว์ 2,901,546 ราย และ เกษตรกรที่เลี้ยงสัตว์ 853,381 ราย ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 1

ตาราง 1 จำนวนเกษตรกรไทย จำแนกตามประเภทของการเกษตร ปี 2564

ลำดับ	ประเภท	จำนวน (ครัวเรือน)	จำนวน (ราย)
1	ปลูกพืช	4,834,655	4,880,457

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	ประเภท	จำนวน (ครัวเรือน)	จำนวน (ราย)
2	เลี้ยงสัตว์	687,365	715,780
3	เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ	63,033	66,636
4	เกษตรผสมผสาน	2,440,376	3,604,230

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2564

การเกษตรประเภทการเลี้ยงสัตว์ เป็นการนำสัตว์เศรษฐกิจมาเลี้ยงโดยจะมีทั้งสัตว์สี่เท้า เช่น โค กระบือ แพะ แกะ สุกร และสัตว์ปีก เช่น เป็ด ไก่ เป็นต้น (มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ, 2561) ซึ่งการเลี้ยงสัตว์นั้นว่า เป็นอาชีพหลักของเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรสามารถสร้างรายได้จากสัตว์เศรษฐกิจ โดยการจำหน่ายเนื้อสัตว์ ขนสัตว์ กระดูกสัตว์ ฯลฯ (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน), 2563) ทั้งนี้ จากข้อมูลจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์และปศุสัตว์ ปี 2564 พบว่า ประเทศไทยมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่พื้นเมืองมากที่สุด 2,720,316 ราย รองลงมา คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ 1,096,616 ราย และเกษตรกรผู้เลี้ยงกระบือ 256,849 ราย ตามลำดับ ส่วนประเภทการเลี้ยงสัตว์ของเกษตรกรที่น้อยที่สุด คือ การเลี้ยงแกะ 7,840 ราย แสดงดังตารางที่ 2

ตาราง 2 ข้อมูลจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์และปศุสัตว์ ปี 2564

ลำดับ	ประเภท	เกษตรกร (ราย)	จำนวน (ตัว)
1	โคเนื้อ	1,096,616	7,364,967
2	โคนม	24,252	806,441
3	กระบือ	256,849	1,463,022
4	สุกร	191,588	13,101,176
5	ไก่พื้นเมือง	2,720,316	109,034,761
6	ไก่เนื้อ	36,824	311,495,718
7	ไก่ไข่	145,432	58,310,710
8	เป็ดเนื้อ	32,458	9,300,515
9	เป็ดไข่	86,521	16,881,688
10	แพะ	83,493	1,244,210
11	แกะ	7,840	109,839

ที่มา : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2564

โค่นับเป็นสัตว์ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งนอกจากจะให้เนื้อเพื่อการบริโภคเป็นอาหารแล้ว โคยังมีประโยชน์อีกมากมาย ซึ่งในปัจจุบันความนิยมและความต้องการบริโภคเนื้อโคได้เพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตามจำนวนของประชากรที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา และสามารถจำหน่ายโคได้ราคาแพง เนื่องจากเป็นความต้องการของตลาด จึงทำให้รูปแบบการเลี้ยงโคเนื้อในปัจจุบันได้เปลี่ยนมาเลี้ยงเป็นเชิงธุรกิจมากขึ้น ประกอบกับรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ และเป็นโครงการหนึ่งในแผนการปรับโครงสร้างระบบการผลิตการเกษตร โดยการสนับสนุนให้เลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพหลักที่สามารถทำรายได้ให้เกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ (สุภาวดี แหยมคง, 2559) ทำให้เนื้อโคที่ผลิตได้มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งสามารถทดแทนเนื้อโคคุณภาพดีที่นำเข้าจากต่างประเทศได้ (สามารถ ปริชานนท์, 2559)

อุตสาหกรรมอาหาร เป็นอุตสาหกรรมที่นำผลผลิตจากภาคเกษตร ครอบคลุมตั้งแต่พืชที่ปลูก ปศุสัตว์ และการทำประมงรูปแบบต่าง ๆ มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตอาหาร อาศัยเทคโนโลยีการแปรรูปอาหารและการถนอมอาหาร เครื่องจักรและวัตถุดิบอื่น ๆ มาเป็นเครื่องมือในกระบวนการแปรรูป ดังนั้น อุตสาหกรรมอาหาร จึงเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรได้ (สายพณิ ชินตระกูลชัย และศุภนิธย์ ตั้งสง่าศักดิ์ศรี, 2559) อีกทั้ง ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก ทั้งในด้านมูลค่าการผลิต การส่งออก การจ้างงาน และเชื่อมโยงกับทั้งภาคการเกษตร และอุตสาหกรรมอื่น ๆ แต่เมื่อประกอบกับตลาดอาหารโลกที่เปลี่ยนแปลงตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ ท่ามกลางการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหาร ถูกมองว่าสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะมีต้นทุนในการผลิตสูง ต้องใช้ทรัพยากรในการผลิตโดยเฉพาะน้ำมหาศาล มีส่วนทำให้ดินปนเปื้อน ก่อมลพิษ ปล่องก๊าซเรือนกระจก และพบอีกว่า อุตสาหกรรมอาหารในบางประเทศบุกรุกป่าเพื่อการเพาะปลูก ซึ่งยังไม่นับถึงประเด็นของการขาดการจัดการที่ชัดเจน ส่งผลให้ผลิตอาหารเกินปริมาณที่จำเป็น จนต้องเหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2021)

องค์การกองทุนสัตว์ป่าโลกสากล (WWF) ระบุว่า ในแต่ละปีขยะอาหารทั่วโลกมีมากกว่า 2.5 พันล้านตัน อาหารร้อยละ 40 ถูกทิ้งเป็นขยะ ในขณะที่ไทยสร้างขยะ 27-28 ล้านตันต่อปี กว่าครึ่งหนึ่งเป็นขยะที่มาจากอาหารทั้งบริโภคไม่หมดและวัสดุที่ใช้ประกอบอาหาร โดยขยะอาหาร แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ “การสูญเสียอาหาร” (Food Loss) ตั้งแต่การผลิต ขนส่ง แปรรูป และ “ขยะอาหาร” (Food Waste) เกิดจากการสูญเสียจากค้ำส่ง ค้าปลีก บริการ และบริโภค ทั้งนี้ ขยะอาหารเกิดขึ้นจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ “อาหารเหลือทิ้ง” จากการมีปริมาณอาหารมากเกินไป “อาหารถูกคัดทิ้ง” ส่วนใหญ่เกิดจากการตกเกรด ไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และ “อาหารเสื่อมสภาพ” จากการเก็บไว้นาน โดยเก็บไม่เป็นระบบ ทำให้อาหารเสื่อมสภาพก่อนกำหนด รวมถึง

อาหารหมดอายุ ซึ่งแน่นอนว่าไม่ใช่เพียงแค่อาหารที่ต้องทิ้งหรือสูญเสียไป แต่เป็นต้นทุนทุกอย่าง ตั้งแต่การผลิต ผืนป่าที่ถูกถางเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร ดินที่ปนเปื้อน อากาศที่เต็มไปด้วยมลพิษจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและยาฆ่าแมลง และสุดท้าย คือการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมหาศาลของอุตสาหกรรม ซึ่งเมื่อคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของทั้งโลกแล้ว อาหารที่ถูกทิ้งทั้งหมดตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทางปล่อยก๊าซเรือนกระจกถึง 8% เทียบเท่ากับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคคมนาคม และมากกว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการบินทั่วโลกถึง 4 เท่า (Éric Darier & Monique Mikhail, 2020) โดย Our World in Data (2022) ระบุว่าประเภทอาหารที่มีค่าเฉลี่ยของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุดคือ เนื้อวัว (จากฟาร์มโคเนื้อ) มีค่าเฉลี่ยของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่ากับ 99.48 KgCO₂e ต่อการผลิต 1 กิโลกรัม รองลงมาคือ ดาร์กช็อกโกแลต มีค่าเฉลี่ยของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่ากับ 46.65 KgCO₂e ต่อการผลิต 1 กิโลกรัม และ เนื้อแกะ มีค่าเฉลี่ยของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่ากับ 39.72 KgCO₂e ต่อการผลิต 1 กิโลกรัม ตามลำดับ ส่วนประเภทอาหารที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุดคือ เนื้อไก่ มีค่าเฉลี่ยของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่ากับ 9.87 KgCO₂e ต่อการผลิต 1 กิโลกรัม แสดงดังตารางที่ 3

ตาราง 3 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสำหรับอาหารประเภทต่าง ๆ ต่อการผลิตวัตถุดิบ 1 กิโลกรัม

ลำดับ	ประเภทอาหาร	การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (KgCO ₂ e)
1	เนื้อวัว (จากฟาร์มโคเนื้อ)	99.48
2	ดาร์กช็อกโกแลต	46.65
3	เนื้อแกะ	39.72
4	เนื้อวัว (จากฟาร์มโคนม)	33.30
5	กาแฟ	28.53

ที่มา : Our World in Data, 2022

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เป็นการนำเอาผลผลิตทางการเกษตรมาผ่านกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงสภาพของผลผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหาร หรือวัตถุดิบอาหารที่อยู่ในสภาพที่เหมาะสม ปลอดภัย และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรได้ ซึ่งประเภทผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้สำหรับการแปรรูปจะประกอบด้วย 1) วัตถุดิบจากพืช ได้แก่ ผักและผลไม้ เป็นต้น และ 2) วัตถุดิบจากสัตว์ ได้แก่ เนื้อสัตว์ เช่น เนื้อวัว เนื้อหมู เนื้อไก่ เนื้อปลา เป็นต้น (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2563)

การแปรรูปเนื้อสัตว์ เป็นการแปรรูปเนื้อสัตว์ให้ต่างออกไปจากเดิม โดยไม่ได้อยู่ในรูปเนื้อสัตว์หั่นชิ้นเท่านั้น แต่เป็นการเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบและรสชาติเนื้อสัตว์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (บริษัทแบทเตอร์แพ็ค จำกัด, 2563) ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปจัดเป็นสินค้าอาหารทางเลือกที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในตลาดประเทศไทย เนื่องจากความสะดวกในการนำมาประกอบอาหาร หรือรับประทาน จึงทำให้สินค้าเนื้อสัตว์แปรรูปเป็นที่ต้องการเป็นอย่างมาก เช่น เนื้อโคแปรรูป เนื้อหมูแปรรูป เนื้อไก่แปรรูป เป็นต้น (สถาบันอาหาร, 2563)

แม้ว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อแปรรูปในประเทศไทย จะมีส่วนแบ่งในตลาดภายในประเทศไม่มากนักเมื่อเทียบกับการแปรรูปเนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ แต่การเลี้ยงโคเนื้อถือเป็นอาชีพทางการเกษตรที่สำคัญอาชีพหนึ่งของเกษตรกรไทยที่ภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริม โดยเฉพาะการพัฒนาการเลี้ยงโคเนื้อสำหรับการแปรรูปเนื้อโคคุณภาพสูง (premium grade) เพื่อรองรับความต้องการบริโภคภายในประเทศและลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศจากการนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อโคแปรรูปคุณภาพสูง อีกทั้ง ผู้ประกอบการไทยยังมีกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยเฉพาะตลาดอาเซียน ซึ่งหากได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อแปรรูปของไทยจะสามารถขยายฐานการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ และกลายเป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้เพิ่มขึ้น (สถาบันอาหาร, 2562)

ทั้งนี้จากสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในปัจจุบัน จึงทำให้ธุรกิจต้องหาแนวทางในการดำเนินงานเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ เนื่องจากกระบวนการดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการทำงานอย่างเป็นระบบที่ประสานสอดคล้องต่อเนื่องกันในทุกขั้นตอนนับตั้งแต่ผู้ส่งมอบวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้ายให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (บุญสิตา เนียมหมวด, 2558) และจากผลงานวิจัยจำนวนมาก พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กรและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจได้ รวมถึงเป็นปัจจัยที่สามารถลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลการดำเนินงานให้กับองค์กร อีกทั้งยังสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรอย่างยั่งยืนได้ (สวัสต์ วรรณรัตน์, 2563) นอกจากนี้ ในปัจจุบันได้มีการนำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) เข้ามา

บูรณาการเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เรียกว่า การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain) โดยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เป็นการจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งการส่งเสริมที่ดีตลอดวัฏจักรชีวิตของสินค้าและบริการ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการลดความเสี่ยงและช่วยในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอีกด้วย (ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน, 2561)

การจัดซื้อจัดจ้างเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยการจัดซื้อจัดจ้างเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สำคัญมากอีกกิจกรรมหนึ่งของโลจิสติกส์ (Logistic) และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการจัดซื้อ (Purchasing) เป็นกระบวนการที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดหาวัตถุดิบต่าง ๆ ตามความต้องการขององค์กรและเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงระหว่างองค์กรต่าง ๆ ใน Supply Chain ซึ่งเป็นการจัดการตั้งแต่ต้นน้ำในห่วงโซ่อุปทาน ที่เรียกว่า Supply Management หรือ Upstream Management โดยหากธุรกิจมีการจัดซื้อที่เป็นแบบแผน หรือมีกลยุทธ์ในการจัดซื้อ จะช่วยให้วัตถุดิบที่จัดซื้อนั้น ได้รับตรงตามการสั่งซื้อ เพื่อให้กระบวนการผลิตไม่หยุดชะงัก ซึ่งเมื่อผลิตสินค้าเสร็จสิ้น ธุรกิจก็สามารถส่งสินค้าต่อไปให้กับลูกค้าได้ตามที่ตกลงกันไว้ จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้น การจัดซื้อจะต้องมีกระบวนการเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกวัตถุดิบ และตัดสินใจเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) ที่มีคุณภาพ เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของธุรกิจในการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จทางธุรกิจ และได้ผลกำไรสูงสุด อย่างมีจังหวะเวลาและมีต้นทุน (Cost) ที่เหมาะสม (อรุณ บริรักษ์, 2550) และที่สำคัญจะต้องมีระบบที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ และตัวผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ซึ่งจะเป็นตัวที่ส่งผลให้ต้นทุนรวมของโลจิสติกส์ต่ำลงตรงตามวัตถุประสงค์ของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (ฉิรวรรณ คำกลาง, 2559)

ปัจจุบันได้มีการวิวัฒนาการในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเป็นการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเกิดจากการที่องค์กรมองเห็นว่า กระบวนการดังกล่าวเป็นโอกาสในการสร้างความแตกต่างเพื่อการแข่งขันกับคู่แข่งขององค์กร (รัชญา นิชากรกิริติ, 2558) ซึ่งการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ โดยการนำกลยุทธ์การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในองค์กร จะต้องอาศัยความร่วมมือจากพนักงานผ่านนโยบายของผู้บริหาร และถือเป็นอีกบทบาทหนึ่งในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ที่มีส่วนผลักดันทำให้เกิดกระบวนการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ

ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดความตระหนักในการบริโภคและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของลูกค้ายิ่งขึ้น (ทำนอง ชิดชอบ, 2561) ซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายการขับเคลื่อนประเทศของภาครัฐในเรื่องของ BCG Model หรือโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีการจัดตั้งเป็นวาระแห่งชาติ ที่น่าจะพาประเทศไปสู่เป้าหมายของการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดย BCG Model เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม ที่พัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด ซึ่งทั้ง 2 เศรษฐกิจดังกล่าวจะอยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), 2562)

การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง มีบทบาทสำคัญในการเริ่มต้นและเปลี่ยนแปลงองค์กรธุรกิจ ไปสู่การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก และกลยุทธ์ขององค์กร ในการให้ความสำคัญด้านการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจ (Youn, Yang, Hong, and Park, 2013) 2) ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความสำคัญต่อการบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ เนื่องจากจะช่วยให้สามารถส่งต่อความเสี่ยงจากปัญหาสิ่งแวดล้อมผ่านซัพพลายเออร์ได้ โดยการสร้างข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับการซื้อสินค้ากับซัพพลายเออร์ และผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายสามารถผลิตได้ตรงตามเงื่อนไขของคุณภาพสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะช่วยให้ธุรกิจมีแนวทางปฏิบัติในกระบวนการผลิตโดยการเลือกใช้ วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการลดของเสียได้ (Chin, Thoo Ai, et al., 2020) 4) ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ ช่วยให้ธุรกิจมีแนวโน้มที่จะมีการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม และช่วยลดต้นทุนในรูปแบบของการภาษีและค่าธรรมเนียมจากการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Shaharudin, M. R., et al., 2018) และ 5) แรงกดดันจากตลาด หรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องการนวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจหันมา

ดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และรักษาส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้น (Lin, R. J., Tan, K. H., & Geng, Y., 2013)

จากผลงานวิจัยที่ผ่านมาของ Dubey et al. (2013) ได้ทำการศึกษถึงการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นกุญแจสู่ประสิทธิภาพที่เหนือกว่า ผลการศึกษาพบว่า การจัดการการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดประโยชน์ทางการเงิน และช่วยเสริมความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีขึ้นในห่วงโซ่อุปทานได้ ทำนอง ชิตชอบ (2561) ได้ทำการศึกษถึง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความมุ่งมั่นของผู้บริหารแรงกดดันจากลูกค้า การสั่งซื้อสีเขียว และผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า หากองค์กรมีกระบวนการสั่งซื้อสีเขียวที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ Chin, A.T., et al. (2020) ได้ทำการศึกษถึงแนวทางการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแลประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความสำคัญและเกี่ยวข้องในเชิงบวกกับประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม Khan, S. A. R., Yu, Z., Umar, M., & Tanveer, M. (2022) ได้ทำการศึกษถึง ความสามารถสีเขียวและแนวทางการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ที่มุ่งสู่การดำเนินงานที่ยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีผลดีต่อประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม และ Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., & Jie, F. (2021) ได้ทำการศึกษถึง ผลกระทบของความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง การสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และแนวทางการจัดการซัพพลายเชนต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผลการศึกษาพบว่า การสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

จากเหตุผลข้างต้น จึงเป็นที่มาในการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ซึ่งเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับการดำเนินงานของธุรกิจ และเสนอแนะแนวทางการสั่งซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
4. แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ปัญหาการวิจัย

การเกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของธุรกิจ ถือว่าเป็นประเด็นที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญ ทำให้เกิดกระแสความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ รวมถึงการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจได้ แต่บางองค์กรยังไม่ให้ความสำคัญ และขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน อีกทั้งยังไม่สามารถระบุถึงปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความสามารถในการดำเนินงานของได้

คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปหรือไม่ อย่างไร
2. แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปมีแนวทางอย่างไร

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาดมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาสำหรับการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป คือ 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง 2) ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) กระบวนการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม 5) แรงกดดันจากตลาด

1.2 ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป แบ่งออกเป็น 3 ด้าน โดยประเมินจากตัวชี้วัดด้านประโยชน์ของการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่องค์กรได้รับ ได้แก่ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านต้นทุน 3) ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

2. ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มีการกำหนดพื้นที่ศึกษาคือ พื้นที่ประเทศไทย ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น ฉะเชิงเทรา ชุมพร นครนายก นครปฐม นครราชสีมา นครศรีธรรมราช นครสวรรค์ นนทบุรี บุรีรัมย์ ปทุมธานี พะเยา เพชรบูรณ์ ร้อยเอ็ด ระยอง สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร หนองคาย และอุดรธานี

3. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม 2567 – กุมภาพันธ์ 2568

นิยามศัพท์เฉพาะ

ห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ในการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาปรับใช้สำหรับการดำเนินงานภายในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ซัพพลายเออร์จนถึงผู้บริโภคผ่านกิจกรรม ได้แก่ การจัดซื้อ การผลิต การกระจายสินค้า และการโลจิสติกส์ย้อนกลับ

การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อแปรรูป ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง 2) ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม และ 5) แรงกดดันจากตลาด

ความสามารถในการดำเนินงาน หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อแปรรูป โดยประเมินจากตัวชี้วัดด้านประโยชน์ของการการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจได้รับ ทั้งหมด 3 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านต้นทุน 3) ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป หมายถึง ธุรกิจที่มีการนำเนื้อโคที่มีคุณสมบัติเดิมของเนื้อสด มาเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร โดยผ่านกรรมวิธีการลดขนาดของเนื้อก่อนเข้าสู่กระบวนการแปรรูปโดยใช้เนื้อขนาดเล็ก ซึ่งเนื้อที่ผ่านกระบวนการแปรรูปนั้น จะไม่มีลักษณะรูปร่างเดิมของเนื้อเหลืออยู่ เช่น ลูกชิ้น ไส้กรอก แฮมเบอร์เกอร์ และโบโลญญา เป็นต้น

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป หมายถึง เจ้าของธุรกิจที่มีการนำเนื้อโคที่มีคุณสมบัติเดิมของเนื้อสดมาเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร โดยผ่านกรรมวิธีการลดขนาดของเนื้อก่อนเข้าสู่กระบวนการแปรรูปโดยใช้เนื้อขนาดเล็ก ซึ่งเนื้อที่ผ่านกระบวนการแปรรูปนั้น จะไม่มีลักษณะรูปร่างเดิมของเนื้อเหลืออยู่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ

1.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

1.2 ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

1.3 ทำให้ทราบถึงแนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

2. ประโยชน์เชิงพาณิชย์

2.1 สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

2.2 สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

2.3 สามารถนำผลการศึกษาประยุกต์ไปใช้กับการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ ตำรา บทความวิจัย บทความวิชาการทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องโดยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

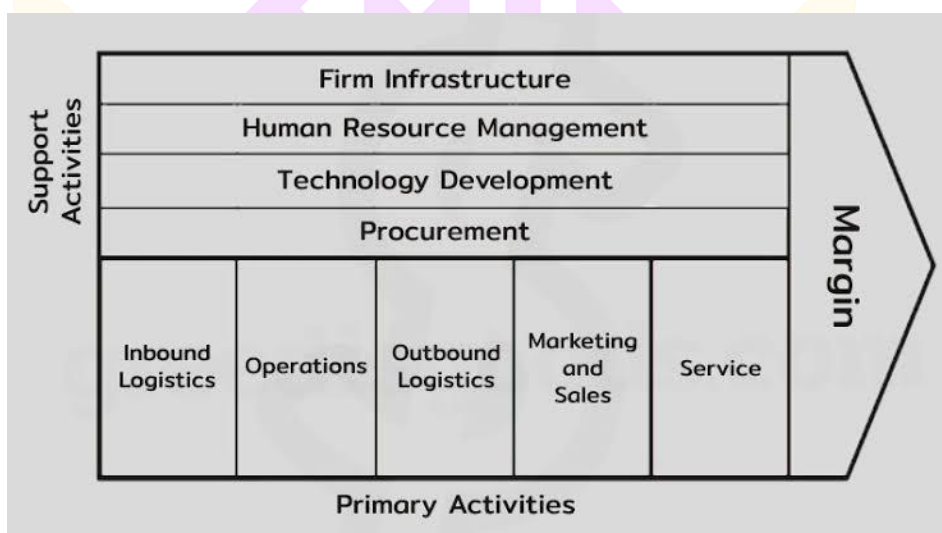
1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่า
2. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน
3. ความหมายและความสำคัญของการจัดซื้อ
4. ความหมายและกระบวนการจัดการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5. แนวคิดและทฤษฎี BCG Model
6. การวิเคราะห์เนื้อหา
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่า

1. ความหมายห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

Porter (1985) กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำ ความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงาน ว่ามีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อกำเนิดคุณค่าให้แก่ ลูกค้าอย่างไร โดยคุณค่าที่องค์กรธุรกิจสร้างขึ้น สามารถวัดได้โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะ จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจมากน้อยเพียงใด โดย Porter มองธุรกิจว่าเป็น “ห่วงโซ่แห่งกิจกรรม” ที่สร้างสรรค์คุณค่าต่อเนื่องสัมพันธ์กันเหมือนกับห่วงโซ่เพื่อส่งมอบคุณค่าทั้งหมด ให้กับลูกค้า โดยแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นช่วง ๆ นับตั้งแต่การนำวัตถุดิบมา จากผู้จำหน่าย เข้าสู่กิจกรรมทางด้านการผลิตจนผ่านออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งจะช่วยสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการก่อนจะส่งไปยังลูกค้า (Gereffi and Fernandez-Stark, 2011) และ สิ้นสุดลงที่ผู้จัดจำหน่ายขายผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับ Hansen and Maryanne (1995) ที่ได้กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง การเชื่อมโยงของมูลค่ากิจกรรมในการสร้างสรรค์ จากวัตถุดิบพื้นฐานสู่การควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตสำเร็จ และขายให้แก่ลูกค้า

โดย Porter (1985) ได้แบ่งกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่าออกเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และ กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของธุรกิจ สำหรับกิจกรรมหลัก เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการการตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) Inbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับการขนส่ง การจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ 2) Operations กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า เป็นขั้นตอนการผลิต 3) Outbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่าย สินค้าและบริการไปยังลูกค้า 4) Marketing And Sales กิจกรรมเกี่ยวกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้า และบริการ 5) Customer Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้ารวมถึงการบริการหลังการขายในส่วน of กิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 4 กิจกรรม ได้แก่ 1) Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหา นำเข้า เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก 2) Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต 3) Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหา และคัดเลือก ประเมินผล พัฒนาฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงาน 4) Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร แสดงดังภาพที่ 1



ภาพ 1 ห่วงโซ่คุณค่า (value chain)

ที่มา : Porter, 1985

กิจกรรมหลักห่วงโซ่คุณค่า จะทำงานประสานงานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย และจะเห็นได้ว่าระบบสารสนเทศจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งในห่วงโซ่คุณค่าในส่วนของการพัฒนา เทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ และการควบคุม โดยจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนเชื่อมต่อกิจกรรมในทุก ๆ องค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่า เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจหรือองค์กรเป็นอย่างดี ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าแนวคิดดังกล่าว จะเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน รวมทั้งการวางกรอบห่วงโซ่คุณค่าให้เหมาะสมกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ เนื่องจากในแต่ละอุตสาหกรรมมีรูปแบบ และสัดส่วนความมากน้อยของแต่ละกิจกรรมที่ไม่เหมือนกัน (บุรณะศักดิ์ มาตหมาย, 2553)

2. ประโยชน์ของห่วงโซ่คุณค่า

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า จะช่วยให้ธุรกิจสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้กว้างขึ้น โดยไม่มองเฉพาะจุดใดจุดหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ธุรกิจได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ หรือแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าสามารถทำให้เกิดการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรภายใต้กรอบของกลยุทธ์การแข่งขันที่องค์กรยึดถือ ซึ่งแบ่งเป็น กลยุทธ์ใหญ่ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) และ 2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) การปรับเปลี่ยนห่วงโซ่คุณค่าเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของทั้ง 2 กลยุทธ์แตกต่างกัน คือ กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ คือ ความได้เปรียบด้านต้นทุน (Cost Advantage) ทำให้องค์กรสามารถตั้งราคา สินค้าต่ำกว่าคู่แข่ง ส่วนกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation) คือ ความสามารถในการสร้างสิ่งที่เป็นคุณค่าที่ลูกค้าต้องการให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรในขณะที่ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ไม่มีคุณค่าดังกล่าว ผลิตภัณฑ์ขององค์กรที่ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจึงมีความโดดเด่นเหนือผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งจนสามารถจำหน่ายในราคาที่สูงกว่าคู่แข่งได้ (ศิริเพชร สุนทรวิภาต, 2555)

ทั้งนี้ จากที่ได้กล่าวถึงห่วงโซ่คุณค่าในข้างต้น จะเห็นได้ว่าห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นแนวคิดที่บูรณาการเชื่อมโยงของกระบวนการทางธุรกิจทั้งในส่วนห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และในส่วนความต้องการของลูกค้า (Customer Demand) เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มในรูปแบบผลตอบแทนที่มากขึ้น ประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นและความพึงพอใจที่เหนือความคาดหวังให้กับลูกค้า (กุสุมาพรหมยานนท์, 2561) โดยห่วงโซ่คุณค่ามีวัตถุประสงค์หลัก ก็เพื่อช่วยให้สามารถค้นหา สร้างหรือพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันที่ได้รับจากกิจกรรมในระบบธุรกิจ เช่น การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์และต้นทุนการผลิต ซึ่งการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน

โดยกิจกรรมหลักเป็นกิจกรรมที่ต้องคำนึงถึงทั้งทางด้านประสิทธิภาพและต้นทุน และกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมภายนอกที่เข้ามาสนับสนุนกิจกรรมหลักให้เกิดประสิทธิภาพและลดต้นทุน ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะเป็นการเชื่อมโยงกันทั้งภายในและภายนอกโซ่อุปทาน จากการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรมจะพบส่วนต่างระหว่างรายได้กับต้นทุนที่เกิดขึ้น เรียกว่า ผลกำไรหรือผลตอบแทน ซึ่งผลกำไรที่เกิดขึ้นนี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารกิจกรรมภายในโซ่อุปทานเอง ดังนั้น โซ่อุปทานจึงครอบคลุมตลอดทั้งโซ่อุปทาน (ศุภชัย เกตุหิรัญกนกกุล, 2557)

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

1. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) คือ การใช้ระบบของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากร มาประยุกต์เข้าด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้จัดหาไปยังลูกค้า กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานจะแปรสภาพทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ และวัสดุอื่น ๆ ให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จ แล้วส่งไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้าย โดยตามปกติแล้วห่วงโซ่อุปทานมีบทบาทอย่างสูงในการเป็นเครื่องมือสำหรับองค์กรในการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุมและสัมพันธ์กับแทบทุกฝ่ายทั้งระบบการผลิต (Manufacturing) การจัดซื้อ (Procurement) การจัดจำหน่าย (Distribution) การขนส่ง (Transport) การจัดเก็บ (Storage & Warehousing) และการบริหารข้อมูล (Information management) รวมทั้งการพยากรณ์ (Forecasting) ความต้องการสินค้าและบริการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (อภิชาติ โสภางค์, 2556) ซึ่งห่วงโซ่อุปทาน มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

- Upstream Supply Chain คือ ห่วงโซ่อุปทานที่เข้าสู่กระบวนการของผู้ผลิต ประกอบด้วยกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาโดยมีผู้เกี่ยวข้องหลัก คือ ซัพพลายเออร์ (Supplier)

- Internal Supply Chain คือ ห่วงโซ่อุปทานภายในของกระบวนการผลิต ประกอบด้วยกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยน Input ให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการ Output โดยมีผู้เกี่ยวข้องหลักคือผู้ผลิต (Manufacturer)

- Downstream Supply Chain คือ ห่วงโซ่อุปทานที่เข้าสู่กระบวนการของลูกค้า ประกอบด้วยกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่ง ขนส่ง สินค้าไปสู่มือผู้บริโภค

นอกจากนี้ ในระบบของห่วงโซ่อุปทานจะเกิดการไหลเวียนในกระบวนการของธุรกิจ ประกอบด้วย 4 ระบบ หลักที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) วัตถุดิบ (Raw Material) จาก Suppliers ผ่านกระบวนการผลิตต่าง ๆ จนอาจกลายเป็นวัตถุดิบใหม่หรือสินค้าและบริการ ส่งถึงมือลูกค้า ซึ่งจะเป็น

ลักษณะของการไหลของผลิตภัณฑ์ (Product Flow) 2) ชิ้นส่วนต่าง ๆ ไหลเวียนกลับไปยัง Supplier เช่น การนำส่วนประกอบบางอย่างกลับมาใช้ใหม่ (Reverse Product Flow) เป็นต้น 3) เงิน (Cash) กระบวนการไหลจากลูกค้าผ่านกระบวนการต่าง ๆ โดยเงินบางส่วนถูกหักไว้เป็นค่าดำเนินการของบริษัท จนถึง Supplier ซึ่งเรียกว่า Cash Flow และ 4) สารสนเทศ (Information) จะกระจายอยู่ในทุก ๆ กระบวนการ ทั้งนี้ ระบบสารสนเทศมีส่วนสำคัญที่ทำให้สามารถมองเห็น (Visibility) ภาพรวมของระบบได้ทั้งหมดซึ่งจะเรียกว่า Information Flow (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2561)

2. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หมายถึง การวางแผนหรือออกแบบในการปฏิบัติการควบคุม ติดตามกิจกรรมในองค์กรทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถลดต้นทุน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ ซึ่งหลาย ๆ องค์กรก็มีแนวคิดที่จะนำการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานมาใช้ซึ่งมีทั้งทางตรง และทางอ้อมในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการสร้างคุณค่าในการแข่งขัน การยกระดับการปฏิบัติงานภายในองค์กร และการปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานให้สอดคล้องกับอุปสงค์จากการวัดการปฏิบัติงานภายในห่วงโซ่อุปทานแต่ละกิจกรรมที่เกิดขึ้นในทุกขั้นตอนการผลิต โดยห่วงโซ่อุปทาน คือ การเชื่อมโยงถนนทางธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ การมีการเชื่อมโยงกันที่ดีในทางธุรกิจจะทำให้การดำเนินงานภายในห่วงโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การจัดการห่วงโซ่อุปทานเกี่ยวข้องกับการวางแผน และจัดการกิจกรรมในส่วนของการจัดซื้อจัดหา การผลิต และทุกกิจกรรมโลจิสติกส์ สิ่งสำคัญการจัดการห่วงโซ่อุปทานจะรวมถึงการร่วมมือและการทำงานร่วมกันของทุกหน่วยงานในช่องทาง อาทิ บริษัทผู้ส่งมอบ ผู้ผลิตชั้นกลาง ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และลูกค้า และที่สำคัญที่สุดก็คือการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้น จะเป็นการบูรณาการระหว่างการจัดการอุปสงค์และการจัดการอุปทานภายในและระหว่างองค์กร หรือบริษัท การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการบูรณาการหน้าที่และฟังก์ชันสำคัญต่าง ๆ ภายในและระหว่างบริษัทที่จะดำเนินงานร่วมกัน รวมถึงกิจกรรมโลจิสติกส์ทุกกิจกรรมและกิจกรรมการผลิต เพื่อจะขับเคลื่อนกิจกรรมและกระบวนการระหว่างหน่วยงานการตลาด การผลิต การเงิน และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (อภิชาติ โสภางค์, 2556) ทั้งนี้ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน จะบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ จะต้องมีการดำเนินการเป็นทีมที่มีการประสานการทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตามควรมีการกำหนดขอบเขตของการจัดการในงานด้านนี้ หรือที่เรียกว่า ระดับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management Level) สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย 1) ระดับกลยุทธ์ (Strategic level) เป็นระดับที่วาดด้วยนโยบายที่ชัดเจนของบริษัท มีการวางแผนทิศทางที่ชัดเจน (Direction plan) เช่น นโยบายสินค้าคงคลังจะมีนโยบายแบบใด จะทำสต็อกเพื่อทำกำไรทางการตลาด หรือไม่เก็บสต็อก เป็นต้น

การวัดผลงาน จะวัดเชิงประสิทธิผล 2) ระดับยุทธวิธี (Tactical level) เป็นระดับที่ต้องมีการวางแผนตามโครงสร้างที่กำหนด (Strategic plan) เช่น การดำเนินการในห่วงโซ่อุปทาน บทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ใครรับผิดชอบอะไร เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของบริษัท ซึ่งส่วนมากดำเนินการโดยผู้บริหารระดับสูง และ ระดับกลางของบริษัท การวัดผลงานจะวัดด้วยประสิทธิผลของงานที่จะดำเนินการคือ บรรลุตามเป้าหมายของบริษัท อาจจะอยู่ในรูปมูลค่าสินค้าคงคลังตลอดห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น และ 3) ระดับปฏิบัติการ (Operation level) เป็นการนำระบบห่วงโซ่อุปทานมาใช้ในแต่ละฝ่ายของบริษัทเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธวิธี เช่น งานขาย ต้องสอดคล้องกับงานผลิต งานจัดซื้อ คลังสินค้า การบริหารเครือข่าย เป็นต้น การวัดผลงานในระดับนี้จะวัดโดยใช้ประสิทธิภาพ (Efficiency) ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการทำงานที่ดีมีประสิทธิภาพ มีการทำงานที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบในด้านต่าง ๆ ได้ง่าย ถูกต้อง (Efficiency is doing things right) และมีประสิทธิผล หมายถึง การกระทำสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกต้อง (Effectiveness is doing the right things)

2.1 ประโยชน์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

1) ช่วยประหยัดต้นทุน

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ช่วยประหยัดต้นทุนได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพนั้น จะช่วยลดความสูญเปล่า ช่วยลดขั้นตอนหรือกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ กำจัดขั้นตอนที่ไม่มีความจำเป็นทิ้งไป ธุรกิจจึงมีต้นทุนแฝงและต้นทุนการผลิตต่ำลง อีกทั้งห่วงโซ่อุปทาน ยังทำให้รู้ถึงแต่ละขั้นตอนมีต้นทุนเท่าไร และสามารถลดต้นทุนในบางขั้นตอนที่ไม่จำเป็นลงได้

2) สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

หากมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดี ลูกค้าจะได้รับสินค้าที่รวดเร็วและมีคุณภาพ ดังนั้นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน จึงช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี และช่วยสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ให้จดจำได้ง่าย ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตได้

3) เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง และสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ และมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่าธุรกิจที่มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาใช้ประโยชน์ เพื่อช่วยให้การจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) มีขั้นตอนหรือระบบการทำงานที่ชัดเจน

หากมีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดี จะทำให้กระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจมีความชัดเจน เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บและการขนส่ง ซึ่งจะช่วยให้การทำงานมีขั้นตอนที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐาน ประกอบกับพนักงานสามารถทำงานได้

ง่ายขึ้น อีกทั้ง ผู้บริหารยังสามารถรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นได้ และสามารถแก้ไขภายในระยะเวลารวดเร็วได้

2.2 กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย 5 กระบวนการ มีรายละเอียด ดังนี้

1) กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ (Purchasing)

กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ ถือเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยต้องมีการจัดหา Supplier ที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และคุ้มค่าเหมาะสมกับต้นทุนที่มีอยู่ ซึ่งฝ่ายจัดซื้อจะต้องสามารถต่อรองราคาสินค้า หรือวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสม

2) กระบวนการผลิต (Manufacturing)

กระบวนการผลิต เป็นขั้นตอนหลังจากที่ได้วัตถุดิบมาแล้ว ก็จะนำเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นลำดับต่อไป ซึ่งอาจมีการนำเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาเกี่ยวข้อง หรือเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต ทำให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

3) กระบวนการทำการตลาด (Marketing)

กระบวนการทำการตลาด เป็นกระบวนการที่ถึงแม้ว่ากระบวนการผลิตจะยังไม่เสร็จสิ้นโดยสมบูรณ์ แต่ก็ควรวางแผนการทำการตลาดไว้ล่วงหน้า ซึ่งการทำการตลาดถือว่าเป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เช่น การทำโฆษณา การสร้างโปรโมชั่น การกำหนดราคาที่เหมาะสม การวิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมาย การหาช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

4) กระบวนการกระจายสินค้า (Distribution)

กระบวนการกระจายสินค้า เป็นกระบวนการที่สำคัญเช่นเดียวกันในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การกระจายสินค้าของซัพพลายเชนนั่น จะให้ความสำคัญในเรื่องของการสต็อกสินค้า หลังจากที่ผลิตสินค้าเสร็จแล้ว อาจกระจายสินค้าเพื่อไปสต็อกไว้ในที่ต่าง ๆ หรือคลังเก็บสินค้าใกล้ลูกค้าทำให้สะดวกต่อการขนส่ง การจัดเก็บสินค้าต้องเก็บในพื้นที่ที่ปลอดภัย จัดเก็บอย่างเป็นระบบ มีระบบการบริหารจัดการคลังสินค้าที่ดีเพื่อให้การขนส่งรวดเร็วทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

5) กระบวนการจัดส่งสินค้า (Logistics)

กระบวนการจัดส่งสินค้า เป็นกระบวนการสุดท้ายของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผู้บริโภคคนสุดท้ายเสมอไป แต่อาจเป็นผู้ค้าปลีก การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในกระบวนการนี้ จะต้องทำให้รวดเร็วและป้องกันไม่ให้สินค้าได้รับความเสียหาย เพื่อให้ผู้รับสินค้าหรือผู้บริโภคนั้นเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานจะครอบคลุมกระบวนการทั้งหมด ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบ ซึ่งเป็นกระบวนการ หรือขั้นตอนก่อนการผลิตสินค้า จนกระทั่งกระบวนการสุดท้ายในการนำสินค้าไปสู่ผู้บริโภค โดยกระบวนการทั้งหมดนั้นล้วนมีความสำคัญ และเชื่อมโยงกัน ซึ่งการจัดการห่วงโซ่อุปทาน จะช่วยให้ถึงเห็นภาพรวมของทั้งธุรกิจชัดเจนขึ้น และช่วยให้ธุรกิจลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เพื่อมุ่งเน้นการลดต้นทุน (Cost) และลดระยะเวลาภายในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ได้รับประโยชน์ไปถึงลูกค้าขั้นสุดท้ายของห่วงโซ่อุปทาน (บัณฑิต ศรีสวัสดิ์, 2560) ทำให้ธุรกิจสามารถปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจให้มากขึ้นในอนาคต และเพื่อการมีห่วงโซ่คุณค่าที่ทำให้ธุรกิจนี้ สามารถปรับตัวและอยู่รอดได้ทุก ๆ สถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยสูญเสียผลประโยชน์ให้น้อยที่สุด

ความหมายและความสำคัญของการจัดซื้อ

1. ความหมายของการจัดซื้อ

การจัดซื้อ (purchasing) หมายถึง การดำเนินงานตามขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ วัสดุและสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่จำเป็นโดยมีคุณสมบัติปริมาณ ราคา ช่วงเวลา แหล่งขาย และการนำส่ง ณ สถานที่ถูกต้อง (ปราณีตันประยูร, 2537) นอกจากนี้ อรุณ บริรักษ์ (2550) ได้กล่าวว่า การจัดซื้อจัดหา (Procurement) หมายถึง กระบวนการที่องค์กรต่าง ๆ ตกลงทำการซื้อขายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่ต้องการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีต้นทุนที่เหมาะสม โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพปริมาณที่ถูกต้องตรงตามเวลาที่ต้องการ ในราคา (Price) ที่เหมาะสมจากแหล่งขายที่มีความน่าเชื่อถืออีกทั้ง Leenders, et al. (2006) ยังได้ให้ความหมายของการจัดซื้อไว้ว่า การจัดซื้อ เป็นกระบวนการในการซื้อ โดยการศึกษาความต้องการ การหาแหล่งซื้อและคัดเลือกผู้ส่งมอบ เปรียบเทียบราคา และกำหนดเงื่อนไขให้ตรงกับความต้องการ รวมถึงการติดตามการจัดส่งสินค้าเพื่อให้ได้รับสินค้าตรงเวลา และติดตามการชำระเงินค่าสินค้า

อย่างไรก็ตาม การจัดซื้อ (Purchasing) การจัดการพัสดุ (Supply Management) และการจัดหา (Supply) นั้น ได้ถูกนำมาใช้แทนกันในการจัดหาให้ได้มาซึ่งพัสดุและงานบริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายในองค์กร ดังนั้น การจัดซื้อ (Purchasing) หรือการจัดการพัสดุ ไม่ใช่เป็นเพียงความเกี่ยวเนื่องในขั้นตอนมาตรฐานในกระบวนการจัดหาที่ประกอบด้วย 1) การรับรู้ความต้องการใช้สินค้า 2) การแปรความต้องการใช้สินค้านั้นไปเป็นเงื่อนไขสำหรับการจัดหา

3) การแสวงหาผู้ส่งมอบที่มีศักยภาพเพียงพอกับความต้องการ 4) การเลือกแหล่งสินค้าที่เหมาะสม 5) การจัดทำข้อตกลงตามใบสั่งซื้อหรือสัญญาซื้อขาย 6) การส่งมอบสินค้าหรืองานบริการ และ 7) การชำระค่าสินค้าหรือบริการให้กับผู้ส่งมอบ ซึ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของการจัดซื้อยังอาจจะรวมไปถึงการรับมอบสินค้า (Receiving) การตรวจสอบสินค้า (Inspection) การจัดเก็บสินค้า (Storage) การขนย้ายสินค้า (Material Handling) การจัดตาราง (Scheduling) การจัดส่งทั้งขาเข้าและออก (Inbound and Outbound Traffic) และการทำลายทิ้ง (Disposal) แต่การจัดซื้อยังมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น การเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับลูกค้า และลูกค้าของลูกค้า รวมไปถึงผู้ส่งมอบของผู้ส่งมอบ ซึ่งการขยายขอบเขตส่วนเกี่ยวข้องนี้ เรียกว่าการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานนี้จะมุ่งเน้นการลดต้นทุน (Cost) และลดระยะเวลาภายในโซ่อุปทานเพื่อให้ได้รับประโยชน์ไปถึงลูกค้าขั้นสุดท้ายของโซ่อุปทาน

2. วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ

วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ (Objective of Purchasing) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

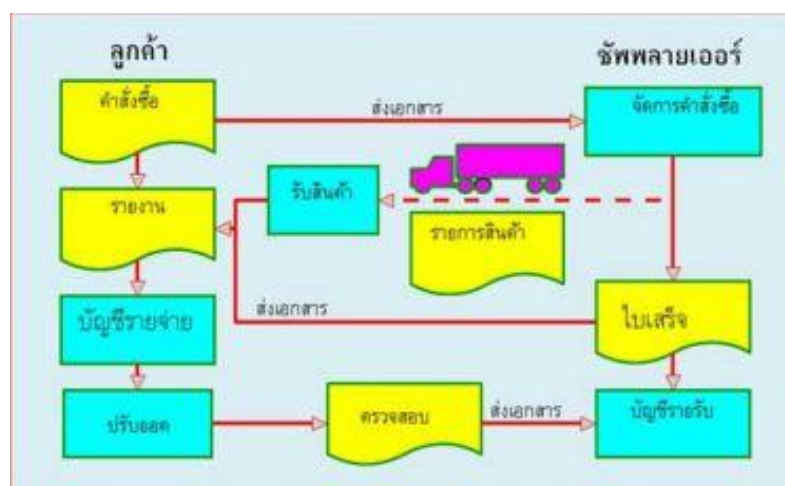
1) เพื่อให้มีวัตถุดิบและวัสดุอื่น ๆ ในการผลิตอย่างเพียงพอ 2) เพื่อรักษาคุณสมบัติของวัตถุดิบที่จัดซื้อให้ได้มาตรฐานเดียวกัน 3) เพื่อหลีกเลี่ยงการเสียหาย และความล่าช้าวัตถุดิบ 4) เพื่อให้กิจการมีกำไร มีต้นทุนในการจัดซื้อต่ำ วัตถุดิบที่ใช้เพียงพอ และ 5) หลีกเลี่ยงปัญหาพัสดุซ้ำกัน (ละออง โพธิ์กริมย์, (ม.ป.ป.)) นอกจากนี้ อุดุลย์ จาตุรงค์กุลม (2547) กล่าวว่า ตามความคิดสมัยดั้งเดิมนั้น วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ คือ การซื้อวัสดุและบริการให้มีคุณภาพที่ถูกต้องในปริมาณที่ถูกต้อง โดยมีราคาที่ต้องจ่ายจากแหล่งขายที่ถูกต้องและในเวลาที่ต้อง ในปัจจุบันวัตถุประสงค์ของการจัดซื้อมุ่งที่การบริหารทั่วไปด้วยวัตถุประสงค์ 10 ประการ คือ 1) เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท ด้วยการจัดวัสดุและบริการสนองให้โดยไม่ขาดสายเพื่อไม่ให้กระบวนการผลิตหยุดชะงักเนื่องจากการขาดวัสดุ 2) ทำการซื้อโดยได้ราคาไม่เกินกว่าคู่แข่งและทำการแสวงหาวัสดุที่มีคุณค่าที่ดีกว่าในราคาที่ต้องจ่ายไป 3) รักษาคุณภาพของวัสดุที่ทำการซื้อให้อยู่ในมาตรฐานเพียงพอสำหรับใช้งาน 4) รักษาระดับความเสียหายอันเกิดแก่การลงทุนในวัสดุให้น้อยที่สุด โดยขจัดการซื้อซ้ำกันลดความสูญเสีย และล่าช้าอันเนื่องมาจากการเก็บรักษาที่ขาดประสิทธิภาพ 5) สร้างแหล่งขายสินค้าที่เชื่อถือได้ไว้เป็นแหล่งสำรองในการจัดหาวัสดุ 6) รักษาฐานะการแข่งขันให้กับบริษัท 7) พัฒนาให้เกิดความสัมพันธ์กับผู้ขายสินค้าเพื่อขจัดปัญหาต่าง ๆ และยังทำให้การจัดซื้อสิ่งของได้ในราคาและบริการที่ดี และมีภาพพจน์ที่ดี 8) แสวงหาความร่วมมือกับแผนกอื่น ๆ ในบริษัทซึ่งต้องทำความเข้าใจ

ถึงความต้องการของแผนกอื่น เพื่อที่จะให้การสนับสนุนทางด้านวัสดุได้ดีกว่า 9) ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรฝ่ายจัดซื้อเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานให้แผนกและบริษัทจนประสบความสำเร็จ และ 10) จัดทำนโยบายและวิธีการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น โดยให้มีต้นทุนในการดำเนินการตามความเหมาะสม

ทั้งนี้ จากวัตถุประสงค์ของการจัดซื้อที่ได้กล่าวมาข้างต้น การที่องค์กรจะกำหนดนโยบายการจัดซื้อเพื่อทำให้การจัดซื้อประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยจะต้องกำหนดนโยบายไว้ ดังนี้ 1) การจัดซื้อพัสดุที่ได้คุณภาพถูกต้อง (right quality) 2) ปริมาณที่ถูกต้อง (right quantity) 3) จังหวะเวลาถูกต้อง (right time) 4) ราคาที่ถูกต้อง (right price) 5) แหล่งขายที่ถูกต้อง (right source) และ 6) สถานที่ถูกต้อง (right place) (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2547)

3. ขั้นตอนของการจัดซื้อ

ขั้นตอนของการจัดซื้อ ประกอบด้วย 1) ได้รับคำขอซื้อค้นหาและกำหนดความต้องการสินค้า 2) กำหนดวิธีการจัดซื้อ ขั้นตอนและระดับการอนุมัติให้จัดซื้อ 3) เลือกซัพพลายเออร์โดยการให้ซัพพลายเออร์เสนอราคา 4) ประเมินใบเสนอราคาและคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่ดีที่สุด 5) อนุมัติการสั่งซื้อ 6) รับมอบสินค้าจากซัพพลายเออร์และต้องตรวจสอบคุณภาพ ปริมาณ ความตรงต่อเวลา และ 7) ได้รับสินค้าที่สั่งซื้อ ลักษณะการสั่งซื้อ ต้องซื้อในสิ่งที่จำเป็น โดยการหลีกเลี่ยงการซื้อมาสะสมที่เกินความจำเป็น การซื้อในราคาต่ำที่สุด การเพิ่มจำนวนของซัพพลายเออร์ เพื่อให้เกิดการแข่งขันในด้านคุณภาพ ราคา และการบริการ (วรรณภา หาญชาติ และดำรงศักดิ์ รินชุมภู, 2557) แสดงดังภาพที่ 2



ภาพ 2 ขั้นตอนของการจัดซื้อ

ที่มา : วรรณภา หาญชาติ และดำรงศักดิ์ รินชุมภู, 2557

4. ความสำคัญของการจัดซื้อ

การจัดซื้อจัดหา ถือเป็นศูนย์ต้นทุนหลักที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งขององค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่มีการผลิต (manufacturing) สามารถส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์สุดท้าย และยังช่วยส่งเสริมกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ การตอบสนอง และการสร้างความแตกต่างได้ (ซัชซาลี รัชชานนท์ชัย, 2558) เนื่องจากการจัดซื้อเป็นการจัดการตั้งแต่ต้นน้ำในห่วงโซ่อุปทาน ที่เรียกว่า Supply Management หรือ Upstream Management โดยหากธุรกิจมีการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นกลยุทธ์ หรือมีแบบแผนงานที่ชัดเจน จะช่วยให้วัตถุดิบที่จัดซื้อจัดหานั้น ได้รับตรงตามเวลาและในจำนวนที่ได้ตกลงไว้ในการสั่งซื้อ เพื่อให้กระบวนการผลิตไม่หยุดชะงักและเกิดความราบรื่น ซึ่งเมื่อผลผลิตสำเร็จแล้ว ธุรกิจก็สามารถส่งสินค้าต่อไปให้กับลูกค้าได้ตามที่ตกลงกันไว้ จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาดได้ นอกจากนี้ การจัดซื้อยังมีบทบาทสำคัญในการปกป้องศักยภาพทางการเงินของธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้สามารถลดต้นทุนได้อย่างยั่งยืน และปกป้องฐานอุปทานที่หยุดชะงักอย่างรุนแรงได้ (ภัทรพร เลิศพัฒน์, 2563) รวมถึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน หรือทำให้องค์กรประสบความสำเร็จทางธุรกิจ และได้ผลกำไรสูงสุด

ความหมายและกระบวนการจัดการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (Green Purchasing) หมายถึง การจัดซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์และสิ่งแวดล้อมลดลง หรือน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของคู่แข่งที่มีจุดประสงค์เดียวกัน การเปรียบเทียบนี้สามารถพิจารณาถึงการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต บรรจุภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การนำกลับมาใช้ใหม่ การดำเนินงาน การบำรุงรักษา และการกำจัดผลิตภัณฑ์หรือบริการ นอกจากนี้ การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยังเป็นการเพิ่มมุมมองด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในราคาและเกณฑ์อื่น ๆ ในการคัดเลือกผู้ส่งมอบ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งเป้าหมายสูงสุดของการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ เพื่อลดผลกระทบในเชิงลบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ (กาญจนา กาญจนสุนทร, 2551) ดังนั้น การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงเป็นการปฏิบัติที่ผนวกหรือเพิ่มมุมมองในเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้าไปเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการร่วมกับหลักเกณฑ์อื่น ๆ (เอี่ยมพร มัชฌิมวงศ์, 2556)

การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้ถูกริเริ่มใช้ในทวีปยุโรป โดยประเทศเยอรมนีได้เริ่มใช้การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของภาครัฐอย่างเป็นระบบมาตั้งแต่ในช่วงทศวรรษ 1980 และต่อมาประเทศอื่น ๆ ในทวีปยุโรปก็ได้เริ่มนำแนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการ

จัดซื้อจัดจ้างสีเขียว ไปใช้อย่างแพร่หลาย เช่น ประเทศสวีเดน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย และแคนาดา เนื่องจากการบริโภคของภาครัฐมีขนาดถึง 10-30% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ซึ่งมีขนาดใหญ่ที่จะกระตุ้นให้ตลาดปรับการผลิตได้ สหภาพยุโรปจึงส่งเสริมการพัฒนาตลาดสินค้าและบริการสีเขียวโดยใช้ภาครัฐในการขับเคลื่อน ในส่วนของทวีปเอเชีย ประเทศญี่ปุ่นถือได้ว่าเป็นผู้นำในเรื่องการจัดการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ประเทศญี่ปุ่นจึงได้จัดตั้งเครือข่ายการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวแห่งประเทศไทยญี่ปุ่น (Japan Green Purchasing Network - JGPN) ขึ้นใน พ.ศ. 2539 เพื่อส่งเสริมแนวคิดและวิธีการปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวในประเทศไทย และใน พ.ศ. 2544 ได้มีการออกกฎหมาย Green Purchasing Law ทำให้หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานในระดับท้องถิ่นต่าง ๆ มีการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวเพิ่มมากขึ้น (เอี่ยมพร มัชฌิมวงศ์, 2556) นอกจากนี้ยังให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า โทรทัศน์ และตู้เย็น/ตู้แช่แข็ง ต้องมีความรับผิดชอบในการจัดซื้อจัดหาและนำสินค้าที่ใช้แล้วกลับคืน การดำเนินการจัดซื้อสีเขียวของประเทศไทยจึงส่งผลให้ทุกฝ่ายต้องลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ผู้ผลิตต้องมีการเปิดเผยข้อมูลของสินค้า หน่วยงานกลางที่ออกฉลากสิ่งแวดล้อม ต้องมีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมฉลากสิ่งแวดล้อม โดยจะต้องมีการวิเคราะห์ในประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและมีดำเนินการให้สอดคล้องกับมาตรฐานฉลากสิ่งแวดล้อมในระดับสากล (โกศล ดีศีลธรรม, 2557)

ทั้งนี้ จากการที่องค์กรสำคัญในหลายประเทศของทวีปเอเชียได้ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศของตน จึงส่งผลให้เกิดเครือข่ายการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว (International Green Purchasing Network - IGPN) ขึ้นในปี พ.ศ. 2548 โดยมีประเทศสมาชิก ได้แก่ ประเทศไทย เกาหลี มาเลเซีย จีน และประเทศอื่น ๆ อีก 6 ประเทศ โดย IGPN ได้กำหนดหลักเกณฑ์สำหรับการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว ไว้คือ 1) ต้องมีการพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อว่ามีความจำเป็นหรือไม่ เพื่อป้องกันการสูญเปล่าของทรัพยากร 2) ต้องมีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การเริ่มนำวัตถุดิบมาใช้ จนกระทั่งการกำจัดของเสียจากการบริโภคของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ 3) การเลือกซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากซัพพลายเออร์ที่คำนึงถึงการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) การรวบรวมข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบและผู้ผลิต (เอี่ยมพร มัชฌิมวงศ์, 2556) และจากการเข้าร่วมเครือข่ายการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว ทำให้ประเทศไทยได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและมีความเป็นรูปธรรมมากขึ้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10

(พ.ศ. 2550-2554) จะให้ความสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นวัตถุดิบพื้นฐานในการผลิต และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้ให้ความสำคัญการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสอดคล้องกับทิศทางของกระแสโลกและการเจรจาระหว่างประเทศ อันมีสาระสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่การเป็นเศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ 1) การสนับสนุนการผลิตที่สะอาด 2) การสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) การให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีกับผู้ประกอบการหรือผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) การส่งเสริมการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในองค์กรเอกชนผ่านห่วงโซ่อุปทาน 5) การถ่ายทอดความรู้ในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่การเป็นเศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนจึงเป็นอีกภาคส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากภาคธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตและการให้บริการ อีกทั้งยังเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์และสินค้า ซึ่งในแต่ละปี ภาคเอกชนได้มีการใช้เงินทุนเป็นจำนวนมากในการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการ หากมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดซื้อโดยคำนึงหรือให้ความสำคัญถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มากขึ้น จะส่งผลให้เกิดการส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมได้

การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะส่งผลต่อข้อกำหนดด้านความยั่งยืนไปยังบริษัทต้นน้ำเพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การสกัดวัสดุหรือวัตถุดิบไปจนถึงผู้ปลายทาง และยังรวมถึงการรักษาทุนในด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Yuanqiao, W., 2008) และการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังเป็นแนวทางปฏิบัติในการเลือกซัพพลายเออร์ที่จัดหาวัสดุและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตและการขนส่งโดยใช้วัสดุที่ทนทาน รีไซเคิลและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ธุรกิจที่มีการใช้กลยุทธ์การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะได้ประโยชน์จากการประหยัดต้นทุน มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสาธารณะ และความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งธุรกิจที่สามารถใช้ประโยชน์จากฐานอุปทานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า คุณภาพที่สูงขึ้น และการคำนึงถึงสภาพแวดล้อม จะส่งผลต่อโครงสร้างต้นทุนทั้งหมด และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด (Chin, A.T., et al., 2020) และยังช่วยกระตุ้นให้เกิดความตระหนักในการบริโภคและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น (ทำนอง ชิดชอบ, 2561) นอกจากนี้

การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถนำองค์กรไปสู่ประสิทธิภาพขององค์กรที่ประกอบไปด้วย ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และเมื่อลูกค้าได้รับรู้ในสิ่งที่องค์กรปฏิบัติก็จะทำให้องค์กรเกิดภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งประโยชน์ของต้นทุนที่ลดลง จะเกิดจากการจัดการระบบนิเวศที่มีประสิทธิภาพ สามารถส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจดีขึ้นและสามารถทำให้องค์กรเกิดความยั่งยืนได้ (อภิญาภรณ์ โสภา, ทาริกา พลโลก และธีรุตม์ หมื่นวงศ์เทพ, 2563) ซึ่งจะได้เห็นว่าการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมักจะถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการเงินของธุรกิจได้ (Dubey et al., 2013)

ทั้งนี้ จากการทบทวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยจึงได้เลือกงานวิจัยที่มีองค์ประกอบของการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความโดดเด่น แสดงดังตารางที่ 4

ตาราง 4 องค์ประกอบด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรที่ใช้	ผลการศึกษา
รัชญา นิชากร กิริติ, 2558	องค์ประกอบของการ จัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรม เครื่องปรับอากาศและ เครื่องทำความเย็นใน ประเทศไทย	- แผนปฏิบัติงานในการจัดซื้อ จัดจ้างที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม - เครื่องมือสนับสนุนการ จัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - ความตระหนัก - การสนับสนุนของภาครัฐ	ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนิน งานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อมใน อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความ เย็นในประเทศไทยประกอบ ด้วย 1) แผนปฏิบัติงานใน การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม 2) เครื่อง มือสนับสนุนในการจัดซื้อ จัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) นโยบายในการจัดซื้อจัด จ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 5) ความตระหนัก และ 6) การสนับสนุนของภาครัฐ

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรที่ใช้	ผลการศึกษา
ทำนอง ชิดชอบ และณลิน เพียร ทอง, 2561	โมเดลความสัมพันธ์เชิง สาเหตุความมุ่งมั่นของ ผู้บริหารแรงกดดันจาก ลูกค้า การจัดซื้อสีเขียว และผลการดำเนินธุรกิจ ของอุตสาหกรรมการผลิต ในประเทศไทย	- ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร - แรงกดดันจากลูกค้า	ปัจจัยความมุ่งมั่นของ ผู้บริหาร ปัจจัยแรงกดดัน จากลูกค้า และปัจจัยการ จัดซื้อสีเขียว โดยทุกปัจจัยมี ความสัมพันธ์โดยตรงต่อผล การดำเนินธุรกิจ ในขณะ เดียวกัน ปัจจัยความมุ่งมั่น ของผู้บริหารและปัจจัย แรงกดดันจากลูกค้า มีความ สัมพันธ์โดยอ้อมต่อผลการดํา เนินธุรกิจของอุตสาหกรรม การผลิตผ่านการจัดซื้อสีเขียว ทั้งนี้หากองค์กรกระบวนกร จัดซื้อสีเขียวที่มีประสิทธิภาพ แล้ว ก็จะส่งผลให้องค์กร ประสบผลสำเร็จในการ ดำเนินธุรกิจสามารถสร้าง ความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน
Dubey et al., 2013	Green purchasing is key to superior performance : an empirical study	- ความกดดันของตลาด - ความเป็นผู้นำ - ความกดดันด้านกฎระเบียบ - การจัดการคุณภาพ	การจัดการการจัดซื้อที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำให้เกิด ประโยชน์ทางการเงินแก่บริษัท ต่าง ๆ จากมุมมองทางการเงิน เพียงอย่างเดียว และการ จัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ชี้ให้เห็นว่าการจัดการการ จัดซื้อที่มีประสิทธิภาพช่วย เสริมความแข็งแกร่งของห่วง โซ่อุปทานและชนะใจลูกค้า และปรับปรุงการบริการลูกค้า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดี ขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรที่ใช้	ผลการศึกษา
Chin, A.T., et al., 2020	Green Purchasing Practices and Environmental Performance	- ผลผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - กระบวนการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - ซัพพลายเออร์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ผลการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญและเชิงบวกกับประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม
Yang & Zhang, 2012	Research on factors of green purchasing practices of Chinese	- กิจกรรมการแยกขยะ - ต้นทุนการจัดการสิ่งแวดล้อม - แรงกดดันจากซัพพลายเออร์และผู้บริโภค - สนับสนุนความเป็นผู้นำ - ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ	การสนับสนุนจากผู้นำจะช่วยเพิ่มแนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และต้นทุนการจัดการสิ่งแวดล้อมจะเป็นอุปสรรคต่อแนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
Sarume, L., 2017	An assessment on factors affecting green procurement on organization performance at almasi beverages company– kisii branch	- โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูล - ความสามารถของพนักงาน - นโยบายของรัฐบาล	ความท้าทายที่องค์กรต้องเผชิญในการนำแนวปฏิบัติด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ คือ มีความรู้ไม่เพียงพอเกี่ยวกับแนวคิดการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การขาดการบังคับใช้กฎหมาย การวางแผนระยะสั้นและการวางแผนระยะยาว การขาดข้อมูล การขาดการสื่อสารภายใน และการขาดการสนับสนุนหรือคำแนะนำ

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรที่ใช้	ผลการศึกษา
M. R. Shahrudin, A. I. Zainoddin, D. Abdullah, et al., 2020	Factors that influence the green purchasing practices among suppliers of electrical components	- การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ - ความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง - ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์	ปัจจัยสำคัญทั้งสามประการในการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง และ ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับแนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
Do, H. G., Le, N. K. H., Luyen, T. T., Nguyen, Q. G., & Tran, P. L., 2021	Internal Factors Affecting Green Procurement of Food and Beverage Firms in Vietnam	- ความรับผิดชอบต่อสังคม - กลยุทธ์ของบริษัท - คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ - เทคโนโลยีสารสนเทศ - ความตระหนักและความมุ่งมั่นของผู้บริหาร	ปัจจัยภายใน 5 ประการที่ส่งผลโดยตรงต่อกิจกรรมการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กลยุทธ์ของธุรกิจ ทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศ และความตระหนักและความมุ่งมั่นของผู้บริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในเชิงบวกและแข็งแกร่งที่สุดต่อกิจกรรมการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม
Ochieng, B. E., 2019	Effect of Green Purchasing Practices on Performance of Large Chemical Manufacturing Firms in Nairobi County Kenya	- การซื้อผลิตภัณฑ์รีไซเคิล - จัดซื้ออุปกรณ์ประหยัดพลังงาน - โลจิสติกย้อนกลับ	แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลอย่างมากต่อประสิทธิภาพของธุรกิจขนาดใหญ่ บริษัทผู้ผลิตเคมีภัณฑ์ในเคนยา

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรที่ใช้	ผลการศึกษา
Hadi, N. H. A., Shafiei, M. W. M., & Ismail, R., 2022	Factors Influencing Green Purchasing Adoption in Malaysian Construction Companies	- กฎระเบียบของรัฐบาล - แรงกดดันของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย - ระเบียบข้อบังคับ - การสนับสนุนจากผู้บริหาร ระดับสูง - ปัจจัยองค์กร - ผู้จัดจำหน่ายวัสดุ - ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้รับเหมา - ผลประโยชน์ทางธุรกิจที่ คาดหวัง	กฎระเบียบของรัฐบาล แรง กดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสนับสนุนจากผู้บริหาร ระดับสูง ปัจจัยองค์กร ผู้จัดหาวัสดุ ความสัมพันธ์ ของผู้รับเหมา และ ผลประโยชน์ทางธุรกิจ ที่คาดหวังเป็นปัจจัย 7 ประการที่สามารถกระตุ้น การยอมรับขององค์กรของ แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบของการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดองค์ประกอบของการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ดังนี้

1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง

แนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิผลต้องการความตระหนักและการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง เนื่องจากผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทสำคัญในการเริ่มต้นและการดำเนินการเปลี่ยนแปลงองค์กร ไปสู่การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยการที่ผู้บริหารระดับสูงมีความมุ่งมั่นในด้านการสิ่งแวดล้อมก็จะส่งผลกระทบต่อกฎระเบียบ หรือข้อบังคับทางด้านการสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการนำกลยุทธ์ด้านห่วงโซ่อุปทานสีเขียวไปใช้ให้เกิดผลสำเร็จ เนื่องจากผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก และกลยุทธ์ขององค์กร (Youn, Yang, Hong, and Park, 2013) ซึ่งมีสอดคล้องกับงานวิจัยของ Blome, Hollos, and Paulra (2014) พบว่า การที่ผู้บริหารมีความมุ่งมั่นจะส่งผลต่อการดำเนินงานของแผนการจัดซื้อในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amah and Ahiauzu (2013) ที่พบว่า การดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดหาสีเขียวมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร หรือการที่ผู้บริหารสนับสนุนองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยผลักดันให้เกิดนโยบายและการตระหนักถึงปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ และส่งผล ให้เกิดการมีส่วนร่วมของ

พนักงานในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินงานของแผนกจัดซื้อ (ทำนอง ชิตชอบ, 2561)

2) ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

องค์กรธุรกิจกับซัพพลายเออร์นั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์เกี่ยวข้องกับความร่วมมือระหว่างซัพพลายเออร์และผู้ซื้อ เนื่องจากธุรกิจกับซัพพลายเออร์ต้องมีการติดต่อเพื่อซื้อขายวัตถุดิบและส่วนประกอบสำหรับกระบวนการผลิต อีกทั้งยังรวมถึงการประสานงานและความร่วมมือระหว่างกันในแง่ของความสามารถเพื่อตอบสนองอย่างรวดเร็วและตรงตามความต้องการของผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้น ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงมีความสำคัญต่อการบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ (Chin, Thoo Ai, et al., 2020) องค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะรวมซัพพลายเออร์และผู้ซื้อไว้ด้วยกันในการพัฒนาประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนการแก้ไขปัญหาในการจัดซื้อที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการผสมผสานหลักการสีเขียวเข้ากับการจัดซื้อ องค์กรธุรกิจ หรือบริษัทต่าง ๆ สามารถจัดเตรียมข้อกำหนดด้านการออกแบบให้กับซัพพลายเออร์ซึ่งรวมถึงข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับสินค้าที่ซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์จึงมีความสำคัญ เพราะการทำงานร่วมกันในองค์กรกับซัพพลายเออร์ จะช่วยให้สามารถส่งต่อความเสี่ยงจากปัญหาสิ่งแวดล้อมผ่านซัพพลายเออร์ได้ โดยการสร้างข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับการซื้อสินค้ากับซัพพลายเออร์ ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายสามารถผลิตได้ตรงตามเงื่อนไขของคุณภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สิ่งนี้สามารถเกิดขึ้นได้จากแนวทางปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทโดยการเลือกซัพพลายเออร์ตามข้อกำหนดการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อซื้อเฉพาะวัสดุที่มีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัทเอง เช่นเดียวกับซัพพลายเออร์ทั้งหมดและผู้เข้าร่วมในห่วงโซ่อุปทานอื่น ๆ (Shaharudin, M. R., et al., 2018) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Tanuwijaya et al., (2021) ที่พบว่า การจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ก็ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบริษัทเช่นกัน

3) กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในหมวดหมู่สำหรับการเลือกซัพพลายเออร์ โดยที่กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกำหนดให้ซัพพลายเออร์ต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เช่น แนวปฏิบัติในการรีไซเคิล การนำกลับมาใช้ใหม่ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความหนาแน่นต่ำ เป็นต้น ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการจัดการของเสียที่สำคัญในการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ได้แก่ การใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดการใช้วัสดุและพลังงาน การนำกลับมาใช้ใหม่ การรีไซเคิล การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ และการลดหรือหลีกเลี่ยงการใช้ผลิตภัณฑ์อันตราย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการการลดของเสียและการปล่อยมลพิษ กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กำหนดให้ธุรกิจต้องเลือกซัพพลายเออร์ที่ใช้เกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม กำหนดให้ซัพพลายเออร์ต้องระบุผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของเนื้อหาผลิตภัณฑ์ ระบุว่าผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีคุณลักษณะที่ไม่พึงปรารถนาต่อสิ่งแวดล้อม และกำหนดให้ซัพพลายเออร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

การคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต้องคำนึงถึงเกณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น คุณภาพ เวลาการส่งมอบ ต้นทุน การบริการ และพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนเกณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการสิ่งแวดล้อม การควบคุมมลพิษ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะซื้อสินค้าและบริการจากซัพพลายเออร์ที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถเสนอราคาต่ำและมีคุณภาพสูง ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ไปสู่กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กรอบงานขององค์กร รูปแบบการเลือกซัพพลายเออร์ ปัจจัยและเกณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับซัพพลายเออร์ที่เป็นประโยชน์ นอกจากนี้ ผู้ซื้อมีบทบาทสำคัญในการเลือกซัพพลายเออร์ และผู้ซื้อต้องความเข้าใจในการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการเลือกซัพพลายเออร์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสามารถเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจโดยการควบคุมต้นทุนการจัดซื้อและลดจำนวนซัพพลายเออร์ได้ (Chin, A.T., et al., 2020)

4) ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม

การตระหนักในการปฏิบัติตามข้อกำหนดและการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เป็นข้อกำหนดที่สำคัญในการปฏิบัติตามระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยกฎระเบียบและกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของเสียอันตราย สารพิษ ขยะอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น และอาจรวมถึงนโยบายในการควบคุม เช่น การจำกัดและลงโทษการกระทำที่ใช้ทรัพยากรและสร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมในการใช้ภาษีและค่าธรรมเนียมและวิธีการอื่น ๆ ควบคุมการดำเนินงานขององค์กรอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดนโยบายอุตสาหกรรมเพื่อจำกัดการใช้ทรัพยากร ทั้งนี้ องค์กรธุรกิจมีแนวโน้มที่จะมีการจัดซื้อแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่กำหนดโดยสถาบันกำกับดูแล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานของรัฐในประเทศ ดังนั้น องค์กรที่ตระหนักและปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมมักจะมีความจริงจังมากกว่าที่จะนำมาใช้การปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม (Shaharudin, M. R., et al., 2018) และการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังเป็นแนวทาง

ที่สำคัญขององค์กรในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอก และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Yang & Zhang, 2012)

5) แรงกดดันจากตลาด

แรงกดดันจากตลาดถือเป็นแนวทางในการปรับปรุงผลการดำเนินงานของธุรกิจที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งปัจจุบันลูกค้าและผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ด้วยการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมต่อสังคม (Michelsen, Fet, & Dahlsrud, 2006) จากผลการศึกษาของ Lin, Tan, and Geng (2013) พบว่า ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการนวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจหันมาดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และรักษาส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งทำให้ผู้ผลิตมีผลการดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Dubey et al. (2013) กล่าวว่า รายได้สามารถได้รับผลกระทบในเชิงบวกเมื่อลูกค้าชื่นชอบผลิตภัณฑ์ของธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า Green, K., Morton, B., & New, S. (1998) กล่าวว่า กลุ่มแรงกดดันดังกล่าวมีความสำคัญในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยหากมีแรงกดดันจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จะทำให้องค์กรต้องมีการคัดเลือกซัพพลายเออร์มากขึ้น ซึ่งกลายมาเป็นแรงกดดันที่มีนัยสำคัญที่สุดสำหรับการเริ่มต้นในการดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Carlsson and Waara, 2007) อีกทั้ง จากผลการศึกษาของ Yen, Y. X., & Yen, S.Y. (2012) พบว่า แรงกดดันของลูกค้าที่ต้องการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการจัดซื้อที่มีมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กร และทำให้เพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น แรงกดดันจากตลาด หรือจากลูกค้าที่ต้องการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแรงกดดันที่ผู้บริหาร ได้รับจากลูกค้าในด้านความต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและความมีมาตรฐานของสินค้าจากผู้ผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (ทำนองชิดชอบ, 2561)

ความสามารถในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้น มีความเชื่อมโยงกับด้านต้นทุน ซึ่งถือเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งในการสนับสนุนแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากผู้บริหารระดับสูงและความมุ่งมั่นของพนักงานในการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้น แสดงถึงความสำคัญในการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะเป็นการปรับปรุงในด้านภาพลักษณ์และแบรนด์ และ (Zhu et al. 2008) กล่าวว่า ความมุ่งมั่นของผู้บริหารและพนักงานในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะส่งเสริมนวัตกรรมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในกระบวนการ

และแนวปฏิบัติในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะช่วยให้ลดต้นทุนในการดำเนินงาน เนื่องจากรอบการทำงานที่ลดลง (Krikke, Blanc & Van de Velde, 2003) นอกจากนี้ บริษัทที่ย้ายไปสู่การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในฐานะทรัพยากรเชิงกลยุทธ์จะมีโอกาสสูงในการลดต้นทุนการผลิตด้วยการลดค่าธรรมเนียมการจัดการของเสีย การลดวัสดุอันตราย ค่าธรรมเนียมการจัดการเวลา และค่าใช้จ่ายในการรายงานน้อยลง ประหยัดจากการอนุรักษ์พลังงาน น้ำ เชื้อเพลิง และทรัพยากรอื่น ๆ ซึ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการทำงาน สอดคล้องกับ Handfield et al. (2005) บริษัทที่ดำเนินการแนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพได้โดยการลดต้นทุนที่ดินของผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุนการจัด ลดต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านวัสดุอันตราย และการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และสอดคล้องกับ Lacroix et al. (2007) ที่กล่าวว่า แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะช่วยให้บริษัทต่าง ๆ สามารถลดต้นทุนด้วยการลดค่าธรรมเนียมการจัดการของเสีย ลดค่าธรรมเนียมการจัดการวัสดุอันตราย เวลาและค่าใช้จ่ายในการรายงานน้อยลง

นอกจากนี้ Larrinaga-Gonzalez and Bebbington (2001) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมขององค์กรธุรกิจในกิจกรรมสีเขียวอาจเป็นประโยชน์ต่อองค์กรจากอุดมการณ์ทางเศรษฐกิจ ด้วยการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม องค์กรต่าง ๆ สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุน เช่น การลดการสูญเสียทรัพยากรลดการใช้พลังงาน ลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ ลดต้นทุนการผลิต และรีไซเคิลขยะ ยิ่งกว่านั้น การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยังเป็นเทคนิคการจัดการที่ช่วยปรับปรุงภาพลักษณ์และการเติบโตของผลิตภัณฑ์ให้มั่นคง จึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อภายในอุตสาหกรรม ตลอดจนส่งเสริมความพึงพอใจลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Hazaea, S. A., et al. (2022) ที่กล่าวว่า การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีส่วนช่วยในการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่ช่วยผู้มีอำนาจตัดสินใจโดยการระบุกลไกการโน้มน้าวใจที่จูงใจผู้บริโภคให้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และให้ภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการปรับปรุงการดำเนินงานของบริษัทและทำให้บรรลุผลสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำหนดนโยบาย การส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้และสอดคล้องกับ Dubey et al., (2013) กล่าวว่า การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแสดงให้เห็นว่าการจัดการการจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับห่วงโซ่อุปทาน ชนะใจลูกค้า และยังช่วยปรับปรุงการบริการลูกค้าอีกด้วย และการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการทำงานที่มั่นคง เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงินที่มั่นคง และการเพิ่มผลผลิตภายในอุตสาหกรรม อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จ

ในด้านผลประโยชน์ต่าง ๆ เช่น การลดต้นทุน การจัดการของเสีย การซื้อที่มีคุณภาพ และการเพิ่มความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบขององค์กรธุรกิจ โดยผ่านแนวปฏิบัติในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Anane, A., 2020) อีกทั้ง Chin, A.T., et al. (2020) ยังกล่าวว่า การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะส่งผลดีต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยผลที่ตามมาจะช่วยให้ผู้จัดการสามารถคุณภาพรวมของการดำเนินการตามกลยุทธ์การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมได้ และการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยังเป็นตัวทำนายประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมที่แข็งแกร่ง ซึ่งหมายความว่าเมื่อองค์กรธุรกิจปฏิบัติตามการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Umar, M. et al. (2022) พบว่า การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีผลในเชิงบวกต่อการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ จากที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับความสามารถในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถสรุปได้ว่า ความสามารถความสามารถในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นความสามารถในการดำเนินงานที่วัดได้เป็นตัวเงิน เช่น ต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น 2) ด้านต้นทุน เป็นความสามารถในการดำเนินงานที่วัดได้เป็นตัวเงิน เช่น ต้นทุน กำไร เป็นต้น และ 3) ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นความสามารถในการดำเนินที่ไม่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎี BCG MODEL

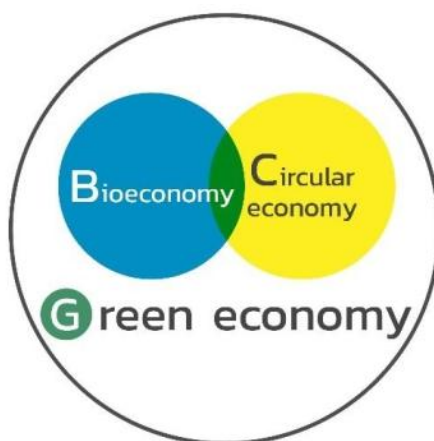
BCG ย่อมาจาก ‘Bio-Circular-Green’ Economy หรือการผสมผสานของการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ (bio) เศรษฐกิจหมุนเวียน (circular) และเศรษฐกิจสีเขียว (green) โดย BCG Economy คือ โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นแนวคิดการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับ 4 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-curves) ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร 2) อุตสาหกรรมพลังงานและวัสดุ 3) อุตสาหกรรมสุขภาพและการแพทย์ และ 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมจะเข้าไปช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผู้ผลิตที่เป็นฐานการผลิตเดิม เช่น เกษตรกรและชุมชน ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงหรือนวัตกรรม นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ

หมุนเวียน คือ สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด (Eco-design & Zero-Waste) ส่งเสริมการใช้ซ้ำ (Reuse, Refurbish, Sharing) และให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภค ด้วยการนำวัตถุดิบที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเพื่อกลับมาใช้ใหม่ (Recycle, Upcycle) ซึ่งต่างจากระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม ที่เน้นการใช้ทรัพยากร การผลิต และการสร้างของเสีย (Linear Economy) (สำนักงานสภาพัฒนาการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.), 2565)

โดย เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) หรือ เศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Biobased economy) มาจากฐานคิดของการใช้ประโยชน์จากความเข้มแข็งของการมีทรัพยากรชีวภาพ (biological resources) ภาคการเกษตรและผลผลิต ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนที่แท้จริง (Engine) แต่การผลิตแบบเดิมจะต้องมุ่งหน้าสู่โจทย์ใหม่ของการสร้าง ‘มูลค่าเพิ่ม’ ซึ่งทำได้ด้วยการนำความรู้ องค์ความรู้จากท้องถิ่นเอง เสริมด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้สามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่ของการผลิตนี้ พร้อมกับที่จะช่วยแก้ไขปัญหาของภาคการเกษตรที่มีแต่เดิมเช่น พืชผล (ที่ไม่มีการเพิ่มมูลค่า) มีราคาผันผวนอยู่เสมอและสร้างรายได้น้อย

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) เข้ามาช่วยแก้ไขวงจรปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากร มลพิษและของเสียที่เป็นผลจากระบบเศรษฐกิจแบบเส้นตรง (linear economy) หรือการผลิตแบบใช้แล้วทิ้งซึ่งก่อขยะมหาศาล โดยเศรษฐกิจหมุนเวียนจะให้ความสำคัญกับ ‘การจัดการขยะ’ ภายหลังจากการบริโภคแล้วและ ‘การลดปริมาณของเสียให้น้อยลงหรือเท่ากับศูนย์’ (Zero Waste) ให้มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมากที่สุดและคุ้มค่าที่สุด ตั้งแต่การผลิต การออกแบบที่ให้เกิดของเสียน้อยที่สุด การใช้วัสดุทางเลือก ตลอดจนการนำวัสดุกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse, Refurbish, Sharing) และแปรรูปกลับมาใช้ใหม่ (Recycle, Upcycle)

เศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) เน้นใจความของการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและรักษาสีเขียวแวดล้อมอย่าง ‘สมดุล’ ให้การใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพโดยลดหรือไม่ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมกับปกป้อง-อนุรักษ์-ฟื้นฟูแหล่งธรรมชาติ ดันน้ำ ผืนดิน ความหลากหลายทางชีวภาพบนบกและท้องทะเล การควบคุมมลพิษและของเสีย การลงทุนสีเขียว และงานสีเขียว ตลอดจนการส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน โดยมี ‘ความเป็นอยู่ที่ดี’ ของคนเป็นเป้าหมาย (ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2565) แสดงดังภาพที่ 3



ภาพ 3 BCG MODEL

ที่มา : ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2565

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า BCG Model เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่พัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด ซึ่งทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้ อยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), 2562)

การวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏในเอกสารหรือบันทึกมากกว่ากระทำกับเนื้อหาที่ซ่อนอยู่ การตีความจะทำในอีกขั้นตอนหนึ่งภายหลังเมื่อผู้ศึกษาจะสรุปข้อมูล ทั้งนี้ สามารถสรุปขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหาได้เป็น 4 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย

- 1) การกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา เพื่อให้ชัดเจนว่าจะเลือกข้อมูลประเภทใด หากมีข้อคำถามแจ่มแจ้งอย่างชัดเจนก็สามารถแยกข้อมูลตามข้อคำถามในแต่ละตอน หรือแต่ละข้อ
- 2) การกำหนดเค้าโครงเพื่อจำแนกคำ หรือเนื้อหาสาระของข้อมูล ซึ่งผู้วิเคราะห์ควรระบุอย่างชัดเจนว่า จะใช้คำหรือข้อความใดบ้าง เพื่อช่วยในการเลือกและการตัดเนื้อหาที่ไม่จำเป็นออกไป ซึ่งจะต้อง

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือปัญหาของงานวิจัย และควรใช้คำที่ค่อนข้างกว้างเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ได้จากข้อมูลหลายชุด เพื่อนำมาพิจารณาอย่างเป็นระบบ 3) การพิจารณาบริบทแวดล้อมของเนื้อหา เพื่อเพิ่มความถูกต้องของข้อมูล ไม่เพียงแต่การเลือกใช้เฉพาะคำสำคัญเท่านั้น ให้สามารถอธิบายความเกี่ยวข้องของข้อมูลได้ดีมากขึ้น 4) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนับเป็นความถี่ของเนื้อหา แล้วสรุปบรรยายข้อมูลเชิงคุณภาพต่อไป (ธนิศร บุญสุข และคณะ, 2566)

หลักการสำคัญของการวิเคราะห์เนื้อหา โดยทั่วไปนั้น Erlingsson & Brysiewicz (2017) ได้อธิบายไว้ว่า วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ คือ การแปลงรูป (Transform) เนื้อหาสาระของข้อมูล (Text) ที่มีปริมาณมากอย่างเป็นระบบไปสู่ข้อสรุปที่สำคัญ (Key Results) ที่มีการจัดระเบียบ (Organized) และมีความกระชับ (Concise) อย่างสูง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลดิบที่มาจากเอกสารที่ถอดเทปมาจากการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Verbatim) เพื่อสร้างหัวข้อเรื่องระดับรอง (Categories) หรือ หัวข้อเรื่องหลัก (Themes) อันเป็นกระบวนการเพื่อกำหนดสาระสำคัญเพิ่มเติมที่เป็นนามธรรมของข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของการวิเคราะห์กล่าวคือ จากสิ่งที่เห็นประจักษ์ (Manifest) และเนื้อหาที่ปรากฏตามตัวอักษร (Literal Content) ไปสู่ความหมายที่แฝงเร้นอยู่ (Latent) ภายในข้อมูลนั้น (จำเนียร จวงตระกูล และนวิสนันท์ วงศ์ประสิทธิ์, 2562)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชญา ณิชากรกิริติ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ และเครื่องทำความเย็นในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) แผนปฏิบัติงาน 2) เครื่องมือสนับสนุน 3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) นโยบาย 5) ความตระหนัก และ 6) การสนับสนุนของภาครัฐ นอกจากนี้ แผนปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการจัดให้มีเครื่องมือสนับสนุน องค์กรควรถ่ายทอดแผนงานที่สอดคล้องกับนโยบาย รวมทั้งกำหนดบทบาทหน้าที่และผู้รับผิดชอบแต่ละด้านอย่างชัดเจนเพื่อให้องค์กรสามารถกำกับดูแลการดำเนินการในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้บรรลุเป้าประสงค์ และสัมฤทธิ์ผลอย่างเป็นรูปธรรม

ทำนอง ชิดชอบ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความมุ่งมั่นของผู้บริหาร แรงกดดันจากลูกค้า การจัดซื้อสีเขียว และผลการดำเนินธุรกิจ ของอุตสาหกรรมการผลิตใน

ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร แรงกดดันจากลูกค้า และการจัดซื้อสีเขียว ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความมุ่งมั่นของผู้บริหาร ปัจจัยแรงกดดันจากลูกค้า และปัจจัยการจัดซื้อสีเขียว โดยทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อผลการดำเนินธุรกิจ ในขณะเดียวกัน ปัจจัยความมุ่งมั่นของผู้บริหารและปัจจัยแรงกดดันจากลูกค้า มีความสัมพันธ์โดยอ้อมต่อผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิต ผ่านการจัดซื้อสีเขียว ทั้งนี้ หากองค์กรมีกระบวนการจัดซื้อสีเขียวที่มีประสิทธิภาพแล้ว ก็จะส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งแนวทางการวิจัยและพัฒนาในอนาคตคือการนำโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุไปสู่การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการแผนจัดซื้อของแต่ละองค์กร ที่สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของภาคอุตสาหกรรมการผลิต โดยมีส่วนช่วยในการลดปัญหาภาวะโลกร้อน และเป็นแนวทางที่สามารถสร้างประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของภาคอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วรรณิดา สารีคำ, จันทิมา พรหมเกษ และจักรเศ เมตตะธำรง (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดซื้อจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงานหรือการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านการบริหารสินค้าคงคลังที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และด้านการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในส่วนของผลการดำเนินงานอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ กิจกรรมมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำลง กิจกรรมมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกิจกรรมมียอดขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 3) ความสัมพันธ์ของศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร พบว่า ศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อกันกับ ผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการ

ปรับตัวด้านการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและความต้องการของผู้บริโภค ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการผลิตและบริการ เพื่อให้องค์การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ณฐกศฯ เดชานุเบกษา และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการจัดการสีเขียวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม และ 3) เพื่อทดสอบการจัดการสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการจัดการสีเขียวโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบสีเขียว ด้านการผลิตสีเขียว ด้านการจัดซื้อสีเขียว และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว อยู่ในระดับมาก 2) ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และด้านส่วนแบ่งทางการตลาด อยู่ในระดับมาก และ 3) การจัดการสีเขียวประกอบด้วย ด้านการออกแบบสีเขียว ด้านการผลิตสีเขียว ด้านการจัดซื้อสีเขียว และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

อภิษฎาภรณ์ โสภา, ทาริกา พลโลก และ ชีรุตม์ หมั่นวงศ์เทพ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยของมาตรการการดูแลผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยของมาตรการการดูแลผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กร ที่ประกอบด้วยผลการดำเนินงาน ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม โดยแนวคิดและทฤษฎีสำหรับการศึกษานี้ ได้แก่ แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทฤษฎีมุมมองการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ มาตรการการดูแลผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า มาตรการการดูแลผลิตภัณฑ์เป็นประเด็นสำคัญในทฤษฎีมุมมองการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านประเด็นด้านสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่ง ได้แก่ การออกแบบเชิงนิเวศ (Eco-Design) การจัดซื้อวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Purchasing) และการจัดการกับโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถนำองค์กรไปสู่ประสิทธิภาพขององค์กรที่ประกอบไปด้วย ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม

โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมลดต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และเมื่อลูกค้าได้รับรู้ในสิ่งที่ยั่งยืนก็ทำให้องค์กรเกิดภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งประโยชน์ของต้นทุนที่ลดลงซึ่งเกิดจากการจัดการระบบนิเวศที่มีประสิทธิภาพสามารถ ส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจดีขึ้นและสามารถทำให้องค์กรเกิดความยั่งยืนได้

วรรณิดา สารีคำ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 2) ศึกษาความสัมพันธ์ของการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการศึกษาพบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การจัดซื้อจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการกระจายและส่งมอบสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วยประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองที่รวดเร็ว และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอยู่ในระดับมาก ในส่วนของผลการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่าการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีความสัมพันธ์ต่อกันในทางบวก

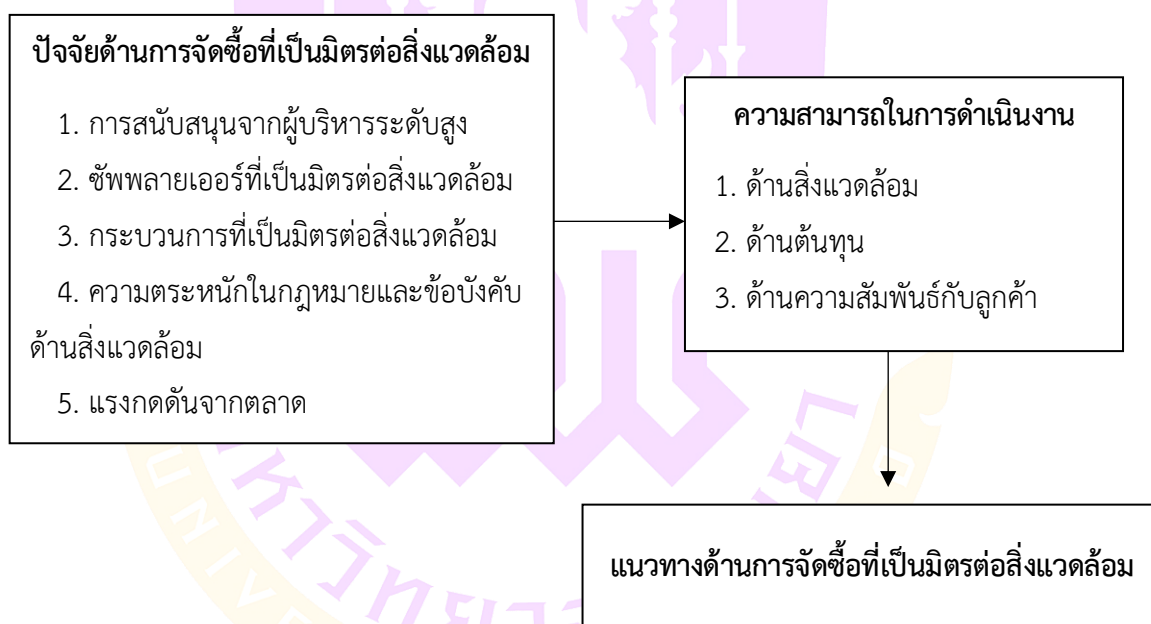
กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้บูรณาการทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า ทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทาน แนวคิดการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แนวคิดผลการดำเนินงานด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มากำหนดตัวแปรและกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้ แสดงดังภาพที่ 2-4

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปในภาค จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ดังนี้

1.1 การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง

- 1.2 ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 1.3 กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 1.4 ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม
- 1.5 แรงกดดันจากตลาด
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปโดยประเมินจากตัวชี้วัดด้านประโยชน์ของการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่องค์กรได้รับ วัดจากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวชี้วัด ได้แก่
 - 2.1 ด้านสิ่งแวดล้อม
 - 2.2 ด้านต้นทุน
 - 2.3 ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า



ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเน็ลลรูป ครึ่งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยการนำวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลของชุดตัวแปรที่สัมพันธ์กัน โดยการสอบถามความคิดเห็นและนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) (วิชิต อ้วน, 2550) จากนั้นใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการเก็บข้อมูลจากการใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ในประเด็นของชุดตัวแปรที่สัมพันธ์กัน และนำข้อมูลไปประกอบกับงานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และมีน้ำหนักในการนำข้อมูลไปสู่การวิเคราะห์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเป็นการตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อ ของการวิจัยในครั้งนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป มีประชากรทั้งหมด 30 ราย (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567 ; หมายเหตุ จำนวนกิจการที่แจ้งผลิตภัณฑ์ต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 1088) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

กำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ คือ 0.05

$$n = \frac{30}{1 + (30 \times 0.05^2)} = 28 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 28 ตัวอย่าง โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

1.3 การสุ่มตัวอย่าง (Sampling) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่มีลักษณะพิเศษตามที่ผู้วิจัยกำหนด โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างขึ้นจากประชากรที่ทำการศึกษา ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปที่พร้อมจะให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพแสดงดังตารางที่ 5

ตาราง 5 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษา

จังหวัด	จำนวนประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	3	2
ขอนแก่น	1	1

ตาราง 5 (ต่อ)

จังหวัด	จำนวนประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
ฉะเชิงเทรา	1	1
ชุมพร	1	1
นครนายก	1	1
นครปฐม	2	2
นครราชสีมา	2	2
นครศรีธรรมราช	1	1
นครสวรรค์	2	2
นนทบุรี	1	1
บุรีรัมย์	1	1
ปทุมธานี	2	2
พะเยา	2	2
เพชรบูรณ์	1	1
ร้อยเอ็ด	1	1
ระยอง	1	0
สมุทรปราการ	2	2
สมุทรสงคราม	1	1
สมุทรสาคร	2	2
หนองคาย	1	1
อุดรธานี	1	1
รวม	30	28

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

2.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ได้แก่ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป จำนวน 5 ราย

2.3 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Sampling) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกที่มีลักษณะพิเศษตามที่ผู้วิจัยกำหนด โดยการคัดเลือกจากประชากรที่ทำการศึกษา ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ประกอบการ

ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี มีประสบการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และพร้อมที่จะให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพแสดงดังตารางที่ 6

ตาราง 6 การกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ศึกษา

จังหวัด	จำนวนประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	3	0
ขอนแก่น	1	0
ฉะเชิงเทรา	1	0
ชุมพร	1	1
นครนายก	1	0
นครปฐม	2	1
นครราชสีมา	2	0
นครศรีธรรมราช	1	0
นครสวรรค์	2	0
นนทบุรี	1	0
บุรีรัมย์	1	1
ปทุมธานี	2	0
พะเยา	2	0
เพชรบูรณ์	1	0
ร้อยเอ็ด	1	0
ระยอง	1	0
สมุทรปราการ	2	1
สมุทรสงคราม	1	0
สมุทรสาคร	2	1
หนองคาย	1	0
อุดรธานี	1	0
รวม	30	5

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ชีพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม และแรงกดดันจากตลาด ซึ่งข้อคำถามมีระดับการวัดแบบช่วง (Interval scale) โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ตัวเลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม ผู้วิจัยได้กำหนดตามแนวคิดของ Best (1970, p 245) ที่ใช้หลักการกระจายแบบโค้งปกติ ซึ่งใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนน เป็นตัวชี้วัดโดยกำหนดน้ำหนักคะแนนในการแบ่งช่วงเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่มาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านต้นทุน 3) ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งข้อคำถามมีระดับการวัดแบบช่วง (Interval scale) โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ตัวเลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม ผู้วิจัยได้กำหนดตามแนวคิดของ Best (1970, p 245) ที่ใช้หลักการกระจายแบบโค้งปกติ ซึ่งใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนน เป็นตัวชี้วัดโดยกำหนดน้ำหนักคะแนนในการแบ่งช่วงเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่มาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยให้ประเด็นคำถามสอดคล้องกับตัวแปรที่จะดำเนินการศึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแนะนำปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วมาทำการตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือเพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องมือการวิจัยนั้นมีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์สูง โดยในการวิจัยครั้งนี้คุณภาพของเครื่องมือที่ทำการตรวจสอบ (กาสัก เต๊ะชั้นหมาก, 2553) ได้แก่

4.1 ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ซึ่งเป็นความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นกับเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

4.1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวัน เพชรหมี่ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

4.1.2 ดร.ชลัท บุญปาน อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

4.1.3 ดร.สรียาภรณ์ ประเสริฐศรี อาจารย์ประจำคณะโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยนเรศวร

หลังจากผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็นคำถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจะคำชี้แนะของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) (สุวิมล ติรกานันท์, 2548) โดยนำผลการพิจารณาของ

ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) โดยมีการแปลค่าคือ

$IOC \geq 0.5$ แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดวัตถุประสงค์ข้อนั้นจริง

$IOC < 0.5$ แสดงว่า ข้อคำถามควรมีการปรับปรุงแก้ไข

ทั้งนี้ ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) ของข้อคำถามแต่ละข้อนั้น มีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าข้อคำถามนั้นมีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

4.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นคุณสมบัติของแบบสอบถามที่แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามนั้นให้ผลการวัดที่สม่ำเสมอ แน่นนอน หรือคงที่มากน้อยเพียงใด ถ้าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผลการวัดที่แน่นอนคงที่มากไม่ว่าจะนำไปวัดกี่ครั้งแบบสอบถามก็จะมีค่าความเชื่อมั่นสูง โดยการนำแบบสอบถามไปทำการทดลอง (Try out) กับประชากร จำนวน 30 ราย โดยเลือกจากคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มที่ต้องการศึกษา เพื่อทำการตรวจสอบในการคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient) โดยคะแนนในแต่ละข้อต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 ถึงจะถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้สามารถนำไปใช้ได้

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.940 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ดังนั้น แสดงว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความเชื่อมั่น (Reliability) และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ โดยมีรายละเอียดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแต่ละตัวแปรที่ศึกษา (ตามภาคผนวก ฉ)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการสังเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดของแบบสัมภาษณ์ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป รูปแบบคำถามเป็นแบบเดิมคำตอบ

ส่วนที่ 2 แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป รูปแบบคำถามเป็นแบบเดิมคำตอบ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยให้ประเด็นคำถามสอดคล้องกับเรื่องที่จะทำการศึกษา

3. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแนะนำปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วมาทำการตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือเพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องมือการวิจัยนั้นมีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์สูง โดยในการวิจัยครั้งนี้คุณภาพของเครื่องมือที่ทำการตรวจสอบ (กาสิก เตชะชั้นหมาก ,2553) ได้แก่

4.1 ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ซึ่งเป็นความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นกับเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านได้แก่

4.1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวัน เพชรหมี่

4.1.2 ดร.ชลัท บุญปาน

4.1.3 ดร.สรียาภรณ์ ประเสริฐศรี

หลังจากผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็นคำถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจะคำชี้แนะของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) (สุวิมล ติรภานันท์, 2548) โดยนำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) โดยมีการแปลค่าคือ

ถ้า $IOC \geq 0.5$ แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดวัตถุประสงค์ข้อนั้นจริง

ถ้า $IOC < 0.5$ แสดงว่า ข้อคำถามควรมีการปรับปรุงแก้ไข

ทั้งนี้ ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) ของข้อคำถามแต่ละข้อนั้น มีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าข้อคำถามนั้นมีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

4.2 นำแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบใช้กับผู้ให้ข้อมูล จำนวน 3 ราย ในพื้นที่ศึกษา ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนครนายก และจังหวัดสมุทรสาคร โดยทดสอบกับผู้ให้ข้อมูลจังหวัดละ 1 ราย

หลังจากนำแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบกับผู้ให้ข้อมูล นำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงและแก้ไข เพื่อให้ได้เครื่องมือการวิจัยที่มีความสมบูรณ์ และสามารถเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

1.1 ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นหนังสือนำในการขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

1.2 ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในตอบแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

1.3 ชี้แจงจุดประสงค์ที่เก็บรวบรวมข้อมูลและประโยชน์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องครบถ้วน

1.4 เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้วยตนเอง

2. การเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

2.1 ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นหนังสือนำในการขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

2.2 ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป และนัดหมายวัน เวลา สถานที่ สำหรับการสัมภาษณ์

2.3 ชี้แจงจุดประสงค์ที่เก็บรวบรวมข้อมูลและประโยชน์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เข้าใจและให้ความร่วมมือในการตอบคำถาม

2.4 เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อด้วยตนเอง และทำการบันทึกเทปการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูล จะดำเนินการภายหลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 28 ตัวอย่าง แล้วจึงทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยวิธีการทางสถิติ โดยการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อแปรรูป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยจะทำการนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจง ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานงานธุรกิจของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยจะทำการนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อช่วยในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังนี้

1.2.1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ซึ่งเป็นการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541) โดยมีการกำหนดค่าตัวแปรในสมการ ดังนี้

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

โดยที่	r_{xy}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1 (X)
	$\sum y$	แทน	ผลรวมของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2 (Y)
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างข้อมูลตัวแปรที่ 1 และ 2
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 1
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของข้อมูลที่วัดได้จากตัวแปรตัวที่ 2
	N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ดังนี้

1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2) ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย

3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมี ความสัมพันธ์กันสูง

4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมี ความสัมพันธ์กันสูง

5) ถ้า $r=0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันต่ำ

โดยมีเกณฑ์การแปลค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (Hinkle, 1988) ดังนี้

ค่า $r = 0.00-0.30$	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
0.31-0.50	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.51-0.70	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.71-0.90	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.91-1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่จังหวัดชุมพร จังหวัดนครปฐม จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาครแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาทำการสรุปเป็นประเด็น หรือสร้างเป็นข้อสรุป และวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อสะท้อนประเด็นที่สำคัญที่ได้รับจากกระบวนการเก็บข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น เอี่ยมพร หลินเจริญ (2554) กล่าวว่า การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นวิธีการสร้างข้อสรุปจากข้อมูลจำนวนหนึ่งที่ได้ทำการเก็บรวบรวมมา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความน่าเชื่อถือก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ ตีความและสร้างเป็นข้อสรุป โดยการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูล ต้องทำการตรวจสอบข้อมูลก่อน ซึ่งการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นวิธีการที่ใช้อย่างได้ผล (รัตนะ บัวสนธ์, 2552) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ได้ทำการตรวจสอบสามเส้า ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เวลา บุคคล และพื้นที่จังหวัด 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลโดยการใช้ผู้เก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าหนึ่งคนในประเด็นเดียวกัน ซึ่งจะช่วยสร้างความแน่ใจได้ดีกว่าการเก็บข้อมูลเพียงคนเดียว

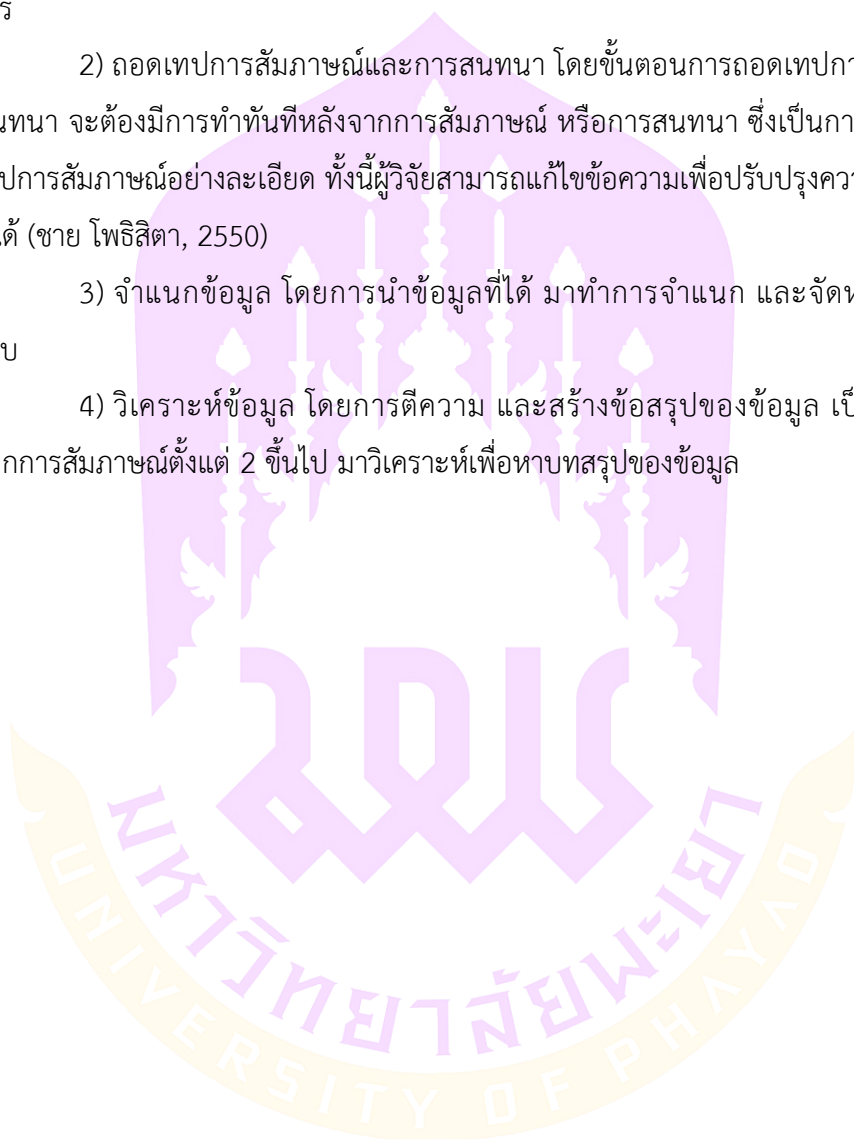
ทั้งนี้ เมื่อผ่านกระบวนการตรวจสอบข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1) จัดระเบียบข้อมูล โดยการถอดเทปการสัมภาษณ์ และการสนทนา ซึ่งข้อมูล ที่นำมาใช้ในการจัดระเบียบข้อมูลจะมาจากการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร

2) ถอดเทปการสัมภาษณ์และการสนทนา โดยขั้นตอนการถอดเทปการสัมภาษณ์และการสนทนา จะต้องมีการทำทันทีหลังจากการสัมภาษณ์ หรือการสนทนา ซึ่งเป็นการถอดข้อมูลจากการเทปการสัมภาษณ์อย่างละเอียด ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถแก้ไขข้อความเพื่อปรับปรุงความเหมาะสมด้านภาษาได้ (ชาย โพธิ์สีดา, 2550)

3) จำแนกข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้ มาทำการจำแนก และจัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบ

4) วิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความ และสร้างข้อสรุปของข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตั้งแต่ 2 ขึ้นไป มาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปของข้อมูล



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
2. ศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
3. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
4. แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ จำนวนพนักงานของธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจ การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ มาตรฐานที่ธุรกิจได้รับการรับรอง และประสบการณ์ หรือความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ดังต่อไปนี้

ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	20	71.43
หญิง	8	28.57
รวม	28	100

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
อายุ 18-25 ปี (Gen Z)	-	-
อายุ 26-41 ปี (Gen Y)	14	50
อายุ 42-57 ปี (Gen X)	11	39.29
อายุ 58 ปี ขึ้นไป (Baby Boomer)	3	10.71
รวม	28	100
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	-	-
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	-	-
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	2	7.14
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	21	75.00
สูงกว่าปริญญาตรี	5	17.86
รวม	28	100
4. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	1	3.57
5 – 10 ปี	15	53.57
11 – 15 ปี	3	10.72
มากกว่า 15 ปี	9	32.14
รวม	28	100
5. รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ		
น้อยกว่า 50,000 บาท	1	3.57
50,000 - 100,000 บาท	5	17.86
100,001 - 500,000 บาท	11	39.29
500,001 - 1,000,000 บาท	3	10.71
1,000,001 - 5,000,000 บาท	2	7.14
5,000,001 - 10,000,000 บาท	6	21.43
สูงกว่า 10,000,000 บาท	-	-
รวม	28	100

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ		
น้อยกว่า 1 ปี	-	-
1 - 5 ปี	3	10.71
6 - 10 ปี	10	35.72
11 ปีขึ้นไป	15	53.57
รวม	28	100
7. จำนวนพนักงานของธุรกิจ		
ไม่เกิน 50 คน	20	71.43
50 – 200 คน	6	21.43
200 คนขึ้นไป	2	7.14
รวม	28	100
8. ลักษณะของธุรกิจ		
เจ้าของคนเดียว	-	-
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	11	39.29
ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญ	-	-
บริษัทจำกัด	15	53.57
บริษัทมหาชน	-	-
ยังไม่ได้จดทะเบียน	-	-
อื่น ๆ	2	7.14
รวม	28	100
9. การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ		
ได้รับการรับรอง	28	100
ไม่ได้รับการรับรอง	-	-
รวม	28	100

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10. มาตรฐานที่ธุรกิจได้รับการรับรอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
อย.	28	49.12
GMP	11	19.30
HACCP	4	7.02
ฮาลาล	5	8.78
ISO 9000	4	7.02
ISO 14000	1	1.75
ISO 18000	-	-
ISO 22000	1	1.75
อื่น ๆ	3	5.26
รวม	28	100
11. ประสบการณ์ หรือความรู้ที่เกี่ยวข้อง การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
เคย	13	46.43
ไม่เคย	15	53.57
รวม	28	100

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 โดยส่วนใหญ่มีอายุ อายุ 26-41 ปี (Gen Y) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 39.29 รองลงมาคือ อายุ 42-57 ปี (Gen X) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 และอายุ 58 ปี ขึ้นไป (Baby Boomer) จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 10.71 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17.86 และ อนุปริญญา หรือเทียบเท่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน 5 – 10 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 53.57 รองลงมาคือ มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ

32.14 1 – 15 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.72 และน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.57 ในส่วนของรายได้ต่อเดือนของธุรกิจส่วนใหญ่มีรายได้ 100,001 - 500,000 บาท จำนวน 11 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.29 รองลงมาคือ 5,000,001 - 10,000,000 บาท จำนวน 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.43 รายได้ 500,001 - 1,000,000 บาท จำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 10.71 และ 50,000 - 100,000 บาท จำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 17.86 ตามลำดับ โดยระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจส่วนใหญ่ จะมีระยะเวลา 11 ปีขึ้นไป จำนวน 15 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 53.57 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี จำนวน 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 35.72 และ 1 - 5 ปี จำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 10.71 ตามลำดับ

สถานประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน จำนวน 20 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ 50 – 200 คน จำนวน 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.43 และ 200 คนขึ้นไป จำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 7.14 ตามลำดับ โดยลักษณะของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด จำนวน 15 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 53.57 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 11 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.39 ตามลำดับ และสถานประกอบการทั้ง 28 แห่ง มีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีการรองรับมาตรฐาน ออย. จำนวน 28 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 49.12 รองลงมาคือ GMP จำนวน 11 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 19.30 ฮาลาล จำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.78 และ HACCP และ ISO 9000 จำนวน 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 7.02 ตามลำดับ อีกทั้งในด้านประสบการณ์ และความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการไม่เคยมีประสบการณ์ และความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 53.57 รองลงมาคือมีประสบการณ์จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 46.43 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ชีพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ และแรงกดดันจากตลาดโดยทำการวิเคราะห์การใช้ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ดังต่อไปนี้

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง

การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ผู้บริหารมีภาวะผู้นำต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	3.64	0.87	มาก
2. ผู้บริหารมีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก และกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	3.39	0.92	ปานกลาง
3. ผู้บริหารมีการตระหนักถึงปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อม และการควบคุมมลพิษจากการดำเนินงาน	4.04	0.84	มาก
4. ผู้บริหารมีกิจกรรมสนับสนุนในการขับเคลื่อนองค์กรสู่องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม	3.29	1.01	ปานกลาง
5. ผู้บริหารมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ	3.25	0.84	ปานกลาง
รวม	3.52	0.90	มาก

จากตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการตระหนักถึงปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อม และการควบคุมมลพิษจากการดำเนินงาน มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.04) รองลงมา คือ ผู้บริหารมีภาวะผู้นำต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย = 3.64) และบริหารมีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก และกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย = 3.39) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีความเห็นน้อยที่สุดคือ การที่ผู้บริหารมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย = 3.25)

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การร่วมมือกันในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงอุปกรณ์หรือกระบวนการอื่น ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวงจรผลิตภัณฑ์	3.43	0.79	ปานกลาง
2. คุณสมบัติของวัสดุ หรือวัตถุดิบที่จัดซื้อจากซัพพลายเออร์ เพื่อใช้สำหรับการผลิตมีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และเป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	3.29	0.53	ปานกลาง
3. ซัพพลายเออร์ของกิจการสามารถส่งวัสดุ หรือวัตถุดิบได้ตรงเวลา ถูกต้อง และแม่นยำ	4.54	0.51	มากที่สุด
4. การผลิตของผู้ส่งมอบ หรือซัพพลายเออร์ของกิจการมีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.61	0.74	มาก
5. การจัดการภายในของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต หรือซัพพลายเออร์ของกิจการนั้น เป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	3.29	0.60	ปานกลาง
รวม	3.63	0.63	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปในด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่ซัพพลายเออร์ของกิจการสามารถส่งวัสดุ หรือวัตถุดิบได้ตรงเวลา ถูกต้อง และแม่นยำมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.54) รองลงมาคือ การผลิตของผู้ส่งมอบ หรือซัพพลายเออร์ของกิจการมีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย = 3.61) และการร่วมมือกันในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงอุปกรณ์ หรือกระบวนการ

อื่น ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.43) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีความเห็นน้อยที่สุดคือ คุณสมบัติของวัสดุ หรือวัตถุดิบที่จัดซื้อจาก ซัพพลายเออร์ เพื่อใช้สำหรับการผลิตมีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และเป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการจัดการภายในของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต หรือซัพพลายเออร์ของกิจการนั้น เป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย = 3.29)

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กิจการมีกระบวนการในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.21	0.57	ปานกลาง
2. กิจการมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดการใช้ทรัพยากร หรือพลังงาน วัตถุดิบ และวัสดุ	3.54	0.64	มาก
3. กิจการมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลีกเลี่ยง หรือลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม	3.96	0.43	มาก
4. กิจการมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ หรือนำกลับมาผลิตใหม่ได้	3.29	0.71	ปานกลาง
5. กิจการมีกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด	4.39	0.50	มาก
รวม	3.68	0.57	มาก

จากตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการมีกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.39) รองลงมาคือการที่กิจการมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลีกเลี่ยง หรือลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย = 3.96) และกิจการมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดการใช้ทรัพยากร หรือพลังงาน วัตถุดิบ และวัสดุ (ค่าเฉลี่ย = 3.54) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการ

มีความเห็นน้อยที่สุดคือ การที่กิจการมีกระบวนการในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย = 3.21)

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ

ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กิจการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	4.39	0.57	มาก
2. กิจการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	4.71	0.46	มากที่สุด
3. กิจการคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ	4.50	0.51	มากที่สุด
4. กิจการสามารถควบคุมปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิต เช่น ควัน น้ำเสีย และของเสียต่าง ๆ ก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม	4.61	0.50	มากที่สุด
5. กิจการมีการควบคุมการใช้สารเคมีในระหว่างการผลิตอย่างเหมาะสม เช่น แยกประเภท ระบุปริมาณการใช้ เป็นต้น	4.61	0.57	มากที่สุด
รวม	4.56	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.71) รองลงมาคือ การที่กิจการควบคุมปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิต เช่น ควัน น้ำเสีย และของเสียต่าง ๆ ก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม และกิจการมีการควบคุมการใช้สารเคมีในระหว่างการผลิตอย่างเหมาะสม เช่น แยกประเภท ระบุปริมาณการใช้ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 4.61) และกิจการคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ (ค่าเฉลี่ย = 3.50) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีความเห็นน้อยที่สุดคือ การที่กิจการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ค่าเฉลี่ย = 4.39)

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านแรงกดดันจากตลาด

แรงกดดันจากตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กิจการให้ความสำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.43	0.74	ปานกลาง
2. กิจการผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.25	0.59	มาก
3. คุณสมบัติ และคุณภาพของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของกิจการตรงตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม โดยไม่มีคำร้องเรียนจากลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3.68	0.61	มาก
4. สินค้า และผลิตภัณฑ์ของกิจการมีเครื่องหมายการค้าที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และมีคุณภาพเชื่อถือได้	3.07	0.98	ปานกลาง
5. กิจการมีการสื่อสารทางการตลาดที่สื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.46	0.84	ปานกลาง
รวม	3.58	0.75	มาก

จากตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านแรงกดดันจากตลาด พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านแรงกดดันจากตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.25) รองลงมาคือ คุณสมบัติ และคุณภาพของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของกิจการตรงตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม โดยไม่มีคำร้องเรียนจากลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ค่าเฉลี่ย = 3.68) และกิจการมีการสื่อสารทางการตลาดที่สื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย = 3.46) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีความเห็นน้อยที่สุดคือ การที่สินค้า และผลิตภัณฑ์ของกิจการมีเครื่องหมายการค้าที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และมีคุณภาพเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.07)

ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย ความสามารถในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุน และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยทำการวิเคราะห์ด้วยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ดังต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม

ด้านสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กิจกรรมการลดปริมาณการปล่อยก๊าซ หรือมลพิษ เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ เป็นต้น	3.50	0.69	มาก
2. กิจกรรมลดการปล่อยของเสียนอกจากก๊าซ	4.21	0.50	มาก
3. กิจกรรมลดการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก	3.36	0.56	ปานกลาง
4. กิจกรรมการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงานได้	3.86	0.71	มาก
5. กิจกรรมการปรับปรุงการใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม	4.43	0.57	มาก
รวม	3.87	0.61	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจกรรมการปรับปรุงการใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.43) รองลงมา คือ กิจกรรมลดการปล่อยของเสียนอกจากก๊าซ (ค่าเฉลี่ย = 4.21) และกิจกรรมการปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงานได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.86) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีความเห็นน้อยที่สุดคือ การที่กิจกรรมลดการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก (ค่าเฉลี่ย = 3.36)

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมด้านต้นทุน

ด้านต้นทุน	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
1. กิจกรรมสามารถลดค่าธรรมเนียมในการจัดการของเสียหรือลดต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านวัสดุอันตราย	3.64	0.68	มาก
2. กิจกรรมสามารถลดค่าใช้จ่ายการกำจัดของเสียต่าง ๆ	4.04	0.64	มาก
3. กิจกรรมสามารถลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ได้	3.46	0.74	ปานกลาง
4. กิจกรรมสามารถลดต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยได้	4.14	0.71	มาก
5. กิจกรรมมีการรีไซเคิล การนำมาใช้ใหม่ และการผลิตใหม่	3.14	0.71	ปานกลาง
รวม	3.68	0.70	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านต้นทุน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านต้นทุนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจกรรมสามารถลดต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยได้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.14) รองลงมาคือ กิจกรรมสามารถลดค่าใช้จ่ายการกำจัดของเสียต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.04) และกิจกรรมสามารถลดค่าธรรมเนียมในการจัดการของเสีย หรือลดต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านวัสดุอันตราย (ค่าเฉลี่ย = 3.64) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีความเห็นน้อยที่สุดคือ การที่กิจกรรมมีการรีไซเคิล การนำมาใช้ใหม่ และการผลิตใหม่ (ค่าเฉลี่ย = 3.14)

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
1. กิจกรรมมีจำนวนกลุ่มลูกค้าใหม่ และยอดขายจากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น	4.29	0.66	มาก
2. กิจกรรมสามารถสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร และดึงดูดลูกค้ากลุ่มเดิมกลับมาซื้อซ้ำ	4.32	0.61	มาก

ตาราง 15 (ต่อ)

ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
3. กิจกรรมมีการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่งชั้น จากการที่ลูกค้ารายใหม่ เพิ่มขึ้น และลูกค้าเดิมกลับมาซื้อซ้ำ	3.82	0.77	มาก
4. กิจกรรมสามารถลดการสูญเสียลูกค้า ลดต้นทุนการตลาด และเพิ่มรายได้จากการที่ลูกค้าซื้อซ้ำ หรือ แนะนำให้คนรู้จักซื้อสินค้าของกิจการ	3.96	0.64	มาก
5. กิจกรรมสามารถลดการร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมจากลูกค้า	3.79	0.88	มาก
รวม	4.04	0.71	มาก

จากตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับข้อมูลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการสามารถสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร และดึงดูดลูกค้ากลุ่มเดิมกลับมาซื้อซ้ำมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.32) รองลงมาคือ กิจกรรมมีจำนวนกลุ่มลูกค้าใหม่ และยอดขายจากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย = 4.29) และกิจกรรมสามารถลดการสูญเสียลูกค้า ลดต้นทุนการตลาด และเพิ่มรายได้จากการที่ลูกค้าซื้อซ้ำ หรือแนะนำให้คนรู้จักซื้อสินค้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย = 3.96) ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีความเห็นน้อยที่สุดคือ การที่กิจการสามารถลดการร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมจากลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.79)

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป การทดสอบสมมุติฐานในส่วนนี้ จะวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ดังนี้

1. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ตาราง 16 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ความสามารถในการดำเนินงาน	Pearson Correlation	Sig.	แปลผล	ระดับความสัมพันธ์
การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง	ด้านสิ่งแวดล้อม	0.799	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง
	ด้านต้นทุน	0.766	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง
	ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	0.659	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	ปานกลาง
	ภาพรวม	0.831	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง

จากตารางที่ 16 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่าการทดสอบความสัมพันธ์มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ 0.05 สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีระดับความสัมพันธ์ในระบสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.831 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า 1) ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.799 2) ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านต้นทุนในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

เท่ากับ 0.766 3) ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.659

2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ตาราง 17 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ความสามารถในการดำเนินงาน	Pearson Correlation	Sig.	แปลผล	ระดับความสัมพันธ์
ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ด้านสิ่งแวดล้อม	0.709	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	ปานกลาง
	ด้านต้นทุน	0.731	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง
	ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	0.598	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	ปานกลาง
	ภาพรวม	0.762	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง

จากตารางที่ 17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่าการทดสอบความสัมพันธ์มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ 0.05 สรุปได้ว่าปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.762 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า 1) ปัจจัยด้าน

ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.709 2) ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านต้นทุนในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.731 3) ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.598

3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ตาราง 18 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ความสามารถในการดำเนินงาน	Pearson Correlation	Sig.	แปลผล	ระดับความสัมพันธ์
กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ด้านสิ่งแวดล้อม	0.742	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง
	ด้านต้นทุน	0.674	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	ปานกลาง
	ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	0.501	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	ต่ำ
	ภาพรวม	0.713	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง

จากตารางที่ 18 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า การทดสอบ

ความสัมพันธ์มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ 0.05 สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีระดับความสัมพันธ์ในระสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.713 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า 1) ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.742 2) ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านต้นทุนในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.674 3) ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.501

4. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ตาราง 19 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ความสามารถในการดำเนินงาน	Pearson Correlation	Sig.	แปลผล	ระดับความสัมพันธ์
ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านสิ่งแวดล้อม	0.576	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	ปานกลาง
	ด้านต้นทุน	0.643	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	ปานกลาง
	ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	0.776	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง
	ภาพรวม	0.754	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง

จากตารางที่ 4-19 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า การทดสอบความสัมพันธ์มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ 0.05 สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.754 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า 1) ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.576 2) ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านต้นทุนในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.643 3) ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.776

5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาดกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาดมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ตาราง 20 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ความสามารถในการดำเนินงาน	Pearson Correlation	Sig.	แปลผล	ระดับความสัมพันธ์
แรงกดดันจากตลาด	ด้านสิ่งแวดล้อม	0.749	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	สูง
	ด้านต้นทุน	0.682	0.000	มีความสัมพันธ์เชิงบวก	ปานกลาง

ตาราง 20 (ต่อ)

ปัจจัยด้าน การจัดซื้อ ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม	ความสามารถ ในการ ดำเนินงาน	Pearson Correlation	Sig.	แปลผล	ระดับ ความสัมพันธ์
แรงกดดัน จากตลาด	ด้าน ความสัมพันธ์ กับลูกค้า	0.571	0.000	มีความสัมพันธ์เชิง บวก	ปานกลาง
	ภาพรวม	0.746	0.000	มีความสัมพันธ์เชิง บวก	สูง

จากตารางที่ 20 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า การทดสอบความสัมพันธ์ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ 0.05 สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีระดับความสัมพันธ์ในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.746 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า 1) ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.749 2) ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านต้นทุนในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.682 3) ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.571

ทั้งนี้ สามารถสรุปการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปได้ ดังนี้

ตาราง 21 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ปัจจัยด้านการจัดซื้อ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		ความสามารถในการดำเนินงาน			
		ด้าน สิ่งแวดล้อม	ด้านต้นทุน	ด้าน ความสัมพันธ์ กับลูกค้า	ภาพรวม
การสนับสนุนจาก ผู้บริหารระดับสูง	Pearson Correlation	0.799	0.766	0.659	0.831
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
	แปลผล	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก
	ระดับ ความสัมพันธ์	สูง	สูง	ปานกลาง	สูง
ซัพพลายเออร์ที่ เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม	Pearson Correlation	0.709	0.731	0.598	0.762
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
	แปลผล	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก
	ระดับ ความสัมพันธ์	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	สูง
กระบวนการที่ เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม	Pearson Correlation	0.742	0.674	0.501	0.713
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
	แปลผล	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก
	ระดับ ความสัมพันธ์	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง

ตาราง 21 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการจัดซื้อ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		ความสามารถในการดำเนินงาน			
		ด้าน สิ่งแวดล้อม	ด้านต้นทุน	ด้าน ความสัมพันธ์ กับลูกค้า	ภาพรวม
ความตระหนักใน กฎหมายและ ข้อบังคับด้าน สิ่งแวดล้อม	Pearson	0.576	0.643	0.776	0.754
	Correlation				
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
	แปลผล	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก
แรงกดดันจาก ตลาด	ระดับ ความสัมพันธ์	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	สูง
	Pearson	0.749	0.682	0.571	0.746
	Correlation				
	Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
	แปลผล	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ เชิงบวก
	ระดับ ความสัมพันธ์	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง

จากตารางที่ 21 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า การทดสอบความสัมพันธ์มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ 0.05 นั่นคือ ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุน และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

ทั้งนี้ หากพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

มากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.831 รองลงมาคือ ชัฟฟลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.762 และความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.754 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.713 และหากพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า 1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงความสัมพันธ์กับความความสามารถในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.799 รองลงมาคือ แรงกดดันจากตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.749 และกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.742 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.576 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานด้านต้นทุนของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงความสัมพันธ์กับความความสามารถในการดำเนินงานด้านต้นทุนมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.766 รองลงมาคือ ชัฟฟลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.731 และแรงกดดันจากตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.682 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.643 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความสามารถในการดำเนินงานด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความความสามารถในการดำเนินงานด้านความสัมพันธ์กับลูกค้ามากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.766 รองลงมาคือ การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.659 และชัฟฟลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.598 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.501

ตาราง 22 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4 : ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5 : ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาดมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	ยอมรับ

จากตารางที่ 22 แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่า สมมติฐานทั้ง 5 ยอมรับสมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป สมมติฐานที่ 4 : ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป และสมมติฐานที่ 5 :

ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาดมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยการนำวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลของชุดตัวแปรที่สัมพันธ์กัน โดยการสอบถามความคิดเห็นและนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) (วิชิต อุ๋อัน, 2550) จากนั้นใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการเก็บข้อมูลจากการใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ในประเด็นของชุดตัวแปรที่สัมพันธ์กัน และนำข้อมูลไปประกอบกับงานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และมีน้ำหนักในการนำข้อมูลไปสู่การวิเคราะห์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเป็นการตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อ ของการวิจัยในครั้งนี้

ทั้งนี้ นอกจากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) แล้ว ใน การ ศึกษา ถึง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปครั้งนี้ ยังมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ใน ประเด็น ของชุดตัวแปรที่สัมพันธ์กันกับกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป จำนวน 5 ราย เพื่อนำข้อมูลไปประกอบกับงานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และมีน้ำหนักในการนำข้อมูลไปสู่การวิเคราะห์เพิ่มมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 1 มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 5 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยให้ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ เป็นอันดับที่ 2 ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับที่ 3 และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด เป็นอันดับที่ 4 ตามลำดับ ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า

“ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานนั้น มองว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ล้วนมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงาน เพราะปัจจัยในแต่ละด้านล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน หรือกิจกรรมขององค์กร ซึ่งหากให้เรียงลำดับระดับความสัมพันธ์ในครั้งนี้ มีความเห็นว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง เป็นลำดับที่ 1 รองลงมาลำดับที่ 2 คือ ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ ลำดับที่ 3 ผู้จัดจำหน่าย หรือ

ซัพพลายเออร์ และด้านกระบวนการ และลำดับสุดท้ายให้เป็นแรงกดดันจากลูกค้า โดยเหตุผลในการจัดลำดับครั้งนี้ มองว่าการที่ให้การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง เป็นลำดับที่ 1 เพราะว่า องค์กรธุรกิจเกือบทุกแห่ง ส่วนใหญ่การที่องค์กรจะมีเป้าหมาย หรือการดำเนินงานต่าง ๆ ต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย หรือแนวทางในการปฏิบัติจากผู้บริหาร หรือคณะกรรมการขององค์กร หรือผู้จัดการ ขึ้นอยู่กับว่าองค์กรเป็นลักษณะในรูปแบบใด ทั้งนี้หากไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร ในการขับเคลื่อนองค์กรไปในด้านใดด้านหนึ่งก็อาจจะไม่เกิดผล จึงเป็นเหตุผลที่ให้เป็นลำดับที่ 1 เพราะส่วนนี้มีความสำคัญมาก ต่อมาลำดับที่ 2 กฎหมายและข้อบังคับ ที่ให้ด้านนี้เป็นลำดับที่ 2 เพราะว่า องค์กรแต่ละแห่งทั้งในประเทศ และต่างประเทศล้วนต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ และข้อกำหนดต่าง ๆ ในพื้นที่ที่องค์กรตั้งอยู่เพื่อธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ ส่วนลำดับที่ 3 ที่ให้ทั้ง 2 ด้าน มีความเห็นว่าการคัดเลือกซัพพลายเออร์ หรือการจัดหาผู้จัดจำหน่ายสินค้า ถือเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการขององค์กร ซึ่งในส่วนนี้ การที่มีซัพพลายเออร์ที่ตรงตามที่ต้องการกำหนด ก็จะช่วยให้ องค์กรเราสามารถกำหนด ออกแบบ หรือเลือกคุณสมบัติของสินค้าได้ตามที่เราต้องการได้ ถือเป็น ส่วนสำคัญอีกด้านหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรสามารถที่จะดำเนินการตามแผนที่วางไว้ได้ ส่วนลำดับสุดท้าย แรงกดดันจากตลาด หรือแรงกดดันจากลูกค้า นั้น มองว่าเป็นการรับความต้องการ หรือความคิดเห็นของลูกค้าที่อยากให้องค์กรเป็น โดยเป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องมีการปรับเปลี่ยน หรือเปลี่ยนแปลง ในส่วนของกระบวนการในการดำเนินงานในบางส่วน รวมถึงเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าให้ ตรงกับความต้องการของตลาด”

ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 2 มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 5 ปัจจัย มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยจัดลำดับให้ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับที่ 2 ด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับที่ 3 ด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ เป็นอันดับที่ 4 และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด เป็นอันดับที่ 5 ตามลำดับ ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า

“ในด้านความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการซื้อกับความสามารถในการดำเนินงานมีความ คิดเห็นว่าปัจจัยในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับการความสามารถในการดำเนินงาน ทั้งนี้เมื่อจัดลำดับ ทั้ง 5 ด้าน คิดว่าปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง มีความสัมพันธ์มากที่สุด เพราะว่าการ ที่องค์กรจะดำเนินกิจกรรมในด้านใดด้านหนึ่ง จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร เช่น การกำหนดนโยบายในด้านต่าง ๆ เป็นต้น รองลงมาคือ ด้านซัพพลายเออร์ เพราะว่า การที่ธุรกิจมีคู่ค้าที่ดีก็จะมีส่วนช่วยให้ด้านการจัดซื้อของธุรกิจมีคุณภาพ รวมถึงช่วยให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไป

ตามแผนที่วางไว้ เช่น สินค้าของผู้จัดจำหน่ายมีคุณภาพ หรือคุณสมบัติตามที่กำหนด รวมถึงมีการจัดส่งสินค้าได้ถูกต้อง และตรงเวลา ส่วนนี้ก็จะช่วยให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มีความต่อเนื่อง และไม่เกิดการหยุดชะงัก และในลำดับถัดมาจะเป็นกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมองว่าเป็นลำดับ และขั้นตอนถัดมาจากการรับสินค้าจากผู้จัดจำหน่าย จะเป็นในเรื่องของการผลิตสินค้า การออกแบบวิธีการผลิต รวมถึงออกแบบสินค้า เช่น การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ หรือการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในการผลิต เป็นต้น ลำดับถัดมาได้แก่ กฎหมายและข้อบังคับ ซึ่งมีความคิดเห็นว่าเป็นด้านที่มีความสำคัญต่อธุรกิจ เพราะการที่จะดำเนินธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย หรือข้อบังคับ ตามที่ภาครัฐ หรือหน่วยงานกำหนด หากเราไม่ปฏิบัติตามธุรกิจก็อาจจะไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ และลำดับสุดท้ายให้เป็นด้านแรงกดดันจากตลาด เพราะในด้านนี้อาจจะมองได้ว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ แต่ธุรกิจก็ต้องนำปัจจัยภายนอกเหล่านี้เข้ามาพิจารณาเพื่อปรับปรุงในด้านการดำเนินงานต่าง ๆ ถือว่ามีความสำคัญเช่นกัน”

ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 3 มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยจัดลำดับให้ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ เป็นอันดับที่ 2 ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับที่ 3 ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด เป็นอันดับที่ 4 และปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับที่ 5 ตามลำดับดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“ในความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผลการดำเนินงานคิดว่าปัจจัยทุกด้านนั้นมีความสัมพันธ์กัน แต่หากจัดอันดับถึงความสัมพันธ์นั้น เห็นว่าลำดับที่ 1 ควรจะเป็นการสนับสนุนจากผู้บริหาร เนื่องจากการที่จะดำเนินงาน หรือกิจกรรมใด ๆ ผู้บริหารต้องเป็นผู้นำในการกำหนดแนวทางการทำงานของธุรกิจ เพราะมีอำนาจในการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งหากผู้บริหารไม่สนใจ หรือไม่ให้ความสำคัญการดำเนินงานในด้านนั้น ๆ ก็จะไม่เกิดผลต่อมาลำดับที่ 2 ให้เป็นความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ เนื่องจากการปฏิบัติตามข้อกำหนด หรือกฎหมายที่เกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อม หรือสภาพอากาศนั้น จะช่วยให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม หรือลูกค้า รวมถึงช่วยลดต้นทุนจากการเสียค่าธรรมเนียม จากการถูกลงโทษจากการสร้างความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมได้ ส่วนลำดับที่ 3 ให้เป็นด้านซัพพลายเออร์ เนื่องจากหากธุรกิจมีซัพพลายเออร์ที่ให้ความสำคัญกับด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม ก็ช่วยให้การดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันได้ หรือจะทำให้เกิดความร่วมมือกัน ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจคือ ธุรกิจสามารถกำหนดลักษณะของสินค้าที่จะจัดซื้อได้ ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น เนื่องจากได้วัตถุดิบหรือสินค้า

ที่ต้องการตามที่ธุรกิจตั้งไว้ ต่อมาลำดับที่ 4 ให้เป็นด้านแรงกดดันจากตลาด เนื่องจากแรงกดดัน หรือความต้องการจากตลาดถือเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องนำมาพิจารณา หรือให้ความสำคัญในการปรับปรุง เช่น หากลูกค้าในตลาดมีแนวโน้มความต้องการสินค้าที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม องค์กรธุรกิจต้องนำความต้องการเหล่านั้นเข้ามาพิจารณาเพื่อปรับปรุงสินค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด รวมถึงส่งผลให้ธุรกิจเรามีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น เมื่อเราเทียบกับคู่แข่งที่ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าน้อยกว่าเรา ทั้งนี้จากที่พูดถึงประเด็นการปรับปรุงสินค้าก่อนหน้านี้ก็จะสอดคล้องกับลำดับที่ 5 คือ ด้านกระบวนการ เพราะคิดว่าการที่ธุรกิจจะปรับปรุงสินค้า ต้องมีการปรับเปลี่ยน หรือออกแบบที่กระบวนการผลิต ดังเช่นการออกแบบสินค้าที่ลดการใช้วัสดุ สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รีไซเคิลได้ เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าในด้านกระบวนการจะเป็นตัวกำหนดในการผลิตสินค้า หรือสามารถปรับปรุง พัฒนาสินค้าได้”

ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 4 มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 5 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเน็อลรูปทั้งในทางตรงและทางอ้อม โดยจัดลำดับให้ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับที่ 2 ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด เป็นอันดับที่ 3 ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับที่ 4 และปัจจัยความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับเป็นอันดับที่ 5 ตามลำดับ ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า

“จากคำถามที่ได้ถามว่าปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยใดมีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงาน ในส่วนนี้มีความเห็นว่าปัจจัยทั้ง 5 ปัจจัยนั้นมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานทุกปัจจัยทั้งในทางตรงและทางอ้อม แต่ถ้าหากให้จัดลำดับถึงความสัมพันธ์คิดว่าปัจจัยที่สัมพันธ์มากที่สุดน่าจะเป็นการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูง เพราะผู้บริหารในระดับสูงมีบทบาทที่สำคัญมาก ในการออกนโยบาย ระเบียบ รวมถึงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อให้พนักงานในองค์กรทุกคนปฏิบัติตาม จึงเป็นเหตุผลที่คิดว่าปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์มากที่สุด ส่วนรองลงมาให้เป็นปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ เพราะมองว่าซัพพลายเออร์ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากธุรกิจเรากับซัพพลายเออร์จะต้องซื้อขายวัตถุดิบ วัสดุ หรือส่วนประกอบในการผลิตต่าง ๆ ดังนั้นการที่ธุรกิจมีซัพพลายเออร์ที่มีสินค้าตามที่ต้องการจะช่วยให้อุตสาหกรรมที่จะผลิตสินค้าได้อย่างถูกต้องตามที่กำหนดไว้ เพราะสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามเงื่อนไขหรือคุณสมบัติตามที่ธุรกิจตั้งไว้ เช่น เป็นสินค้าที่สามารถนำมารีไซเคิล หรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ หรือมีลักษณะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก็จะช่วยให้ผลการดำเนินงานในด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจดีขึ้นได้ เป็นต้น และลำดับ ถัดมาให้เป็นปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด

เพราะมองว่าในปัจจุบันแนวโน้มของผู้บริโภค รวมถึงสังคมได้ให้ความสำคัญในเรื่องของสินค้าที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมน้อยที่สุด ดังนั้นธุรกิจต้องให้ความสำคัญในด้านค่านิยมของผู้บริโภค หรือความต้องการของผู้บริโภคที่อยากให้ธุรกิจเป็น เข้ามาพิจารณาปรับปรุงหรือพัฒนาตามความต้องการ หรือกระแสของตลาด เพราะจะช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษฐานลูกค้า และเพิ่มลูกค้ารายใหม่ได้ จากที่กล่าวไปทั้ง 3 ด้าน มองว่าเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดให้เป็นปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับ เนื่องจากมองว่าการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องปกติที่ทุกองค์กรจะต้องปฏิบัติตาม เช่น การปล่อยน้ำเสีย การปล่อยมลพิษทางอากาศ เป็นต้น เพราะหากปฏิบัติไม่ถูกต้องก็จะต้องเสียค่าปรับในการรับผิดชอบ ทำให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้น จึงมีความเห็นว่าในด้านนี้อาจจะมีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานน้อยที่สุด”

ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 5 มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ โดยจัดลำดับให้ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ เป็นอันดับที่ 2 ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับที่ 3 ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับที่ 4 และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด เป็นอันดับที่ 5 ตามลำดับ ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ ที่กล่าวว่า

“จากความเห็นคิดว่าปัจจัยด้านการจัดซื้อทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงาน ซึ่งถ้าให้จัดลำดับถึงความสัมพันธ์นั้น ให้ด้านการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากผู้นำมีความสำคัญในองค์กร เป็นผู้กำหนดทิศทาง กระตุ้นพนักงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ หากได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารจะช่วยองค์กรสามารถปรับตัวได้ดีในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และสามารถขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ผลการดำเนินงานที่ตั้งไว้ได้ รองลงมาอันดับที่ 2 คือความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ เนื่องจากการตระหนักและปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่สำคัญต่อภาคธุรกิจ ซึ่งหากองค์กร หรือธุรกิจไม่ได้ปฏิบัติตามก็อาจจะถูกปรับ หรือถูกสั่งปิดกิจการได้ และถ้าหากองค์กรปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม และมีนโยบายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ก็จะช่วยทำให้ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคและสังคม ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจได้ อันส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานได้ ต่อมาลำดับที่ 3 ได้แก่ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลำดับที่ 4 ได้แก่ ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพราะว่า การคัดเลือกซัพพลายเออร์นั้น ถือเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการขององค์กร การที่องค์กรจะมีซัพพลายเออร์ที่ดี และตรงตามข้อกำหนด หรือคุณสมบัติตามต้องการ จะต้องมีการบวนการในการคัดเลือกที่ดีด้วย จึงจัดอันดับให้ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นลำดับ 3 และปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ เป็นอันดับที่ 4 ตามลำดับ ส่วนลำดับสุดท้ายได้แก่ แรงกดดัน

จากตลาด เพราะคิดว่า แรงกดดันจากตลาดนั้น จะเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากลูกค้า หรือความต้องการของลูกค้าต่อสินค้าหนึ่งในตลาด ซึ่งจะมีผลทำให้องค์กรต้องเร่งปรับตัว โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือตลาด เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในระยะยาวได้”

ทั้งนี้ จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป และจากการเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ในประเด็นของชุดตัวแปรที่สัมพันธ์กันกับกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโคเนื้อลดรูป สามารถสรุปได้ว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยที่ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ ของกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ที่มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป และส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมโคเนื้อลดรูปมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ และด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับตามลำดับ

แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

การกำหนดแนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป และสังเคราะห์จากข้อค้นพบจากผลการศึกษาในวัตถุประสงค์

ที่ 1 ด้านการศึกษาปัจจัยด้านด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป วัตถุประสงค์ที่ 2 ด้านการศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป รวมถึงวัตถุประสงค์ที่ 3 ด้านศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ หรือข้อค้นพบได้ดังตารางที่ 23

ตาราง 23 แสดงข้อค้นพบ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษา

ข้อค้นพบ/ผลการวิเคราะห์	
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	ข้อค้นพบ
1. การศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	1.1 ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการตระหนักถึงปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อม และการควบคุมมลพิษจากการดำเนินงานมากที่สุด 1.2 ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม 1.3 ด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการภายในของซัพพลายเออร์ในด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อสินค้าที่มีคุณสมบัติ หรือเป็นไปตามหลักเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมจากคู่ค้า 1.4 ด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด รวมถึงให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลีกเลี่ยงและลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม 1.5 ด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ส่วนใหญ่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ตาราง 23 (ต่อ)

ข้อค้นพบ/ผลการวิเคราะห์	
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	ข้อค้นพบ
1. การศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	1.6 ด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ พบว่า การปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 1.7 ด้านแรงกดดันจากตลาด พบว่า ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อไม่ให้เกิดการร้องเรียนจากลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 1.8 ด้านแรงกดดันจากตลาด พบว่า ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่ได้รับการรับรอง หรือมีเครื่องหมายการค้าที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม
2. การศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	2.1 ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ยังขาดการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ลดการใช้พลังงาน รวมถึงการลดการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก 2.2 ด้านต้นทุน พบว่า ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ยังขาดการใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ หรือนำกลับการรีไซเคิล ซึ่งส่งผลให้ยังไม่สามารถลดต้นทุนในด้านบรรจุภัณฑ์ได้ 2.3 ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ยังไม่สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่งขึ้นได้มากนัก และอาจจะยังไม่สามารถลดการร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมจากลูกค้าได้เท่าที่ควร

ตาราง 23 (ต่อ)

ข้อค้นพบ/ผลการวิเคราะห์	
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	ข้อค้นพบ
3. การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป	3.1 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง มีระดับความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ 3.2 ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ส่วนใหญ่มีความเห็น หรือให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง และปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปมากที่สุด ตามลำดับ

จากข้อค้นพบ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ด้านความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป รวมถึงผลการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปในประเด็นแนวทางการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป สามารถสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดเป็นแนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปได้ 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านนโยบาย 2) ด้านซัพพลายเออร์ 3) ด้านกระบวนการ และ 4) ด้านกฎระเบียบ และข้อบังคับ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 24 แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม	กิจกรรม
แนวทางที่ 1 ด้านนโยบาย	1.1 ผู้บริหารระดับสูงกำหนดนโยบายที่มุ่งมั่น และให้ความสำคัญในด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการขับเคลื่อนองค์กร 1.2 สนับสนุน และส่งเสริมการนำหลัก 3R (Reduce, Reuse, Recycle) เข้ามาใช้ในองค์กร เพื่อเป็นการจัดการของเสียที่ให้ความสำคัญในการลดการเกิดของเสียให้เหลือน้อยที่สุดเป็นลำดับแรก รวมถึงเป็นการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด 1.3 มุ่งเน้น และส่งเสริมให้มีการจัดซื้อวัสดุ วัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่หาได้ในท้องถิ่น หรือพื้นที่ใกล้เคียงที่องค์กรตั้งอยู่ เพื่อลดการขนส่งจากระยะไกล ซึ่งจะช่วยลดการใช้พลังงาน และการปล่อยมลพิษ 1.4 กำหนดแผนการจัดซื้อขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถวัดความสำเร็จของแผนงานการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของแผน และติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนที่ตั้งไว้
แนวทางที่ 2 ด้านซัพพลายเออร์	2.1 คัดเลือกคู่ค้า หรือซัพพลายเออร์ โดยพิจารณาจากการได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมในสินค้า หรือบริการ เช่น มาตรฐาน ISO 14000 เป็นต้น 2.2 บริหารจัดการคู่ค้า หรือซัพพลายเออร์ อย่างยั่งยืน โดยตระหนักหรือให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Supplier code of conduct) รวมถึงด้านอาชีวอนามัย ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งแวดล้อม (ESG) 2.3 บริหารจัดการคู่ค้า หรือซัพพลายเออร์ ให้เป็นไปตามนโยบายเงื่อนไขหรือข้อกำหนดขององค์กรที่ตั้งไว้ โดยการกำหนดคุณสมบัติของสินค้าที่จะจัดซื้อต่อซัพพลายเออร์ เพื่อให้ได้สินค้าตรงกับความต้องการ 2.4 ประเมิน และตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนด (Compliance Audits) ของซัพพลายเออร์ เพื่อเป็นการตรวจสอบถึงข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับข้อตกลง หรือเงื่อนไขระหว่างองค์กร

ตาราง 24 (ต่อ)

แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม	กิจกรรม
แนวทางที่ 2 ด้านซัพพลายเออร์	และซัพพลายเออร์ ว่าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตามข้อกำหนดหรือไม่ ซึ่งจะทำให้องค์กรและซัพพลายเออร์สามารถปรับปรุงกระบวนการและผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น 2.5 มุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือ และพัฒนาร่วมกันระหว่างองค์กรและซัพพลายเออร์ ในเรื่องของการออกแบบสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น ตั้งแต่กระบวนการจัดหา กระบวนการผลิต จนถึงกระบวนการส่งมอบ เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรผลิตภัณฑ์
แนวทางที่ 3 ด้านกระบวนการ	3.1 การเลือกจัดซื้อสินค้าที่มีเครื่องหมาย ฉลากเขียว หรือสินค้าที่เป็นไปตามเกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ในองค์กร 3.2 การจัดซื้อสินค้าที่ประหยัดพลังงาน และยืดหยุ่น สามารถที่จะนำมาใช้งานได้นานขึ้น 3.3 การจัดซื้อสินค้าที่ส่งผลให้ไม่เกิดมลพิษ หรือเกิดมลพิษในปริมาณที่น้อยที่สุดขณะกำจัด 3.4 หลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง โดยต้องคำนึงถึงการใช้วัตถุดิบ สินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ 3.5 หลีกเลี่ยงการจัดซื้อ หรือมีการควบคุมการใช้สารอันตรายในผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการผลิต เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด 3.6 ควบคุมการใช้ทรัพยากร วัตถุดิบ วัสดุต่าง ๆ รวมถึงการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด 3.7 การใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ทรัพยากร และพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในการผลิต ลดขั้นตอนของกระบวนการผลิตสินค้า ลดของเสียจากการผลิต รวมถึงการรับรองฉลากด้านสิ่งแวดล้อม

ตาราง 24 (ต่อ)

แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม	กิจกรรม
แนวทางที่ 3 ด้านกระบวนการ	3.8 การจัดซื้อสินค้า โดยเลือกวิธีการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เช่น การเลือกใช้รูปแบบการขนส่งสินค้าที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ จากการเลือกซัพพลายเออร์ที่อยู่ใกล้ หรือไม่ไกลมากเกินไป รวมถึงเลือกเส้นทางขนส่งที่ประหยัดพลังงานได้มากที่สุด 3.9 สร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจในการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน ผู้บริหารทุกระดับขององค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ขององค์กร 3.10 การริเริ่ม และส่งเสริมกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ แก่ฝ่ายจัดซื้อจัดหาสินค้าให้กับองค์กร
แนวทางที่ 4 ด้านกฎระเบียบ และข้อบังคับ	4.1 ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบาย และแนวปฏิบัติ ด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่บังคับใช้ 4.2 การจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบ และความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อม (EIA : Environmental Impact Assessment Report)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
- 2) ศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
- 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป
- 4) แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

จากการศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ชัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ และแรงกดดันจากตลาด สามารถสรุปได้ ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการตระหนักถึงปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อม และการควบคุมมลพิษจากการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้บริหารมีภาวะผู้นำต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และผู้บริหารมีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ภารกิจหลัก และกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ การที่ผู้บริหารมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ 2) ปัจจัยด้านชัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่ซัพพลายเออร์ของกิจการสามารถส่งวัสดุ หรือวัตถุดิบได้ตรงเวลา ถูกต้อง และแม่นยำมากที่สุด รองลงมาคือ การผลิตของผู้ส่งมอบ หรือซัพพลายเออร์ของกิจการมีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการร่วมมือกันในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงอุปกรณ์ หรือกระบวนการอื่น ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ คุณสมบัติของวัสดุ หรือวัตถุดิบที่จัดซื้อจากซัพพลายเออร์ เพื่อใช้สำหรับการผลิตมีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และเป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการจัดการภายในของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต หรือซัพพลายเออร์ของกิจการนั้น เป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

3) ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการมีกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด มากที่สุด รองลงมาคือ การที่กิจการมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลีกเลี่ยงหรือลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และกิจการมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดการใช้ทรัพยากร หรือพลังงาน วัตถุดิบ และวัสดุ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ การที่กิจการมีกระบวนการในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือ การที่กิจการควบคุมปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิต เช่น ควัน น้ำเสีย และของเสียต่าง ๆ ก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม และกิจการมีการควบคุมการใช้สารเคมีในระหว่างการผลิตอย่างเหมาะสม เช่น แยกประเภท ระบุปริมาณการใช้ เป็นต้น และกิจการคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ การที่กิจการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 5) ปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือ คุณสมบัติ และคุณภาพของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของกิจการตรงตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม โดยไม่มีคำร้องเรียนจากลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกิจการมีการสื่อสารทางการตลาดที่สื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ การที่สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกิจการมีเครื่องหมายการค้าที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และมีคุณภาพเชื่อถือได้

2. ศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

จากการศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย ความสามารถในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุน และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า สามารถสรุปได้ ดังนี้ 1) ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการสามารถปรับปรุงการใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือ กิจการลดการปล่อยของเสียนอกจากก๊าซ และกิจการสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงานได้ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ การที่กิจการลดการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก 2) ผลการดำเนินงานด้านต้นทุน มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการสามารถลดต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยได้มากที่สุด รองลงมาคือ กิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายการกำจัดของเสียต่าง ๆ และกิจการสามารถลดค่าธรรมเนียมในการจัดการของเสียหรือลดต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านวัสดุอันตราย ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ การที่กิจการมีการรีไซเคิล การนำมาใช้ใหม่ และการผลิตใหม่ 3) ผลการดำเนินงานด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการที่กิจการสามารถสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร และดึงดูดลูกค้ากลุ่มเดิมกลับมาซื้อซ้ำมากที่สุด รองลงมาคือ กิจการมีจำนวนกลุ่มลูกค้าใหม่ และยอดขายจากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น และกิจการสามารถลดการสูญเสียลูกค้า ลดต้นทุนการตลาด และเพิ่มรายได้จากการที่ลูกค้าซื้อซ้ำ หรือแนะนำให้คนรู้จักซื้อสินค้าของกิจการ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่น้อยที่สุดคือ การที่กิจการสามารถลดการร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมจากลูกค้า

3. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุน และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า หากพิจารณาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตร

ต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อ
 ลดรูปเป็นรายด้าน 1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับ
 ความสามารถในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง
 ความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือ แรงกดดันจาก
 ตลาด และกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ
 ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อ
 ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กับความสามารถในการดำเนินงานด้านต้นทุน พบว่า ปัจจัยด้านการ
 สนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานด้านต้นทุนมากที่สุด
 รองลงมาคือ ชัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และแรงกดดันจากตลาด ตามลำดับ ส่วนปัจจัย
 ที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม 3) ความสัมพันธ์
 ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานด้าน
 ความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมมี
 ความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานด้านความสัมพันธ์กับลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ
 การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง และชัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ส่วนปัจจัย
 ที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดคือ กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการ ดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการ
 ดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ 1) ด้านนโยบาย
 เป็นการที่ผู้บริหารระดับสูงได้มีการกำหนดนโยบาย และให้ความสำคัญกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อ
 สิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการนำหลัก 3R เข้ามาใช้ในองค์กร การส่งเสริมให้มีการจัดซื้อวัสดุ
 วัสดุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากในท้องถิ่น หรือพื้นที่ใกล้เคียงที่องค์กรตั้งอยู่ เพื่อลดการขนส่งจาก
 ระยะไกล และเพื่อเป็นการจัดการของเสียที่ให้ความสำคัญในการลดการเกิดของเสียให้เหลือน้อยที่สุด
 เป็นลำดับแรก รวมถึงผู้บริหารต้องมีการกำหนดแผนการจัดซื้อขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถวัด
 ความสำเร็จของแผนงานการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของแผน
 และติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนที่ตั้งไว้ 2) ด้านชัพพลายเออร์ เป็นการคัดเลือกชัพพลายเออร์
 โดยพิจารณาจากการได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมในสินค้า หรือบริการ
 เช่น มาตรฐาน ISO 14000 เป็นต้น และบริหารจัดการชัพพลายเออร์ ให้เป็นไปตามนโยบาย เงื่อนไข
 หรือข้อกำหนดขององค์กรที่ตั้งไว้ โดยการกำหนดคุณสมบัติของสินค้าที่จะจัดซื้อและทำการประเมิน

ตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนดของซัพพลายเออร์ เพื่อเป็นการตรวจสอบถึงข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับข้อตกลง หรือเงื่อนไขระหว่างองค์กรและซัพพลายเออร์ รวมถึงการสร้างความร่วมมือกัน ในเรื่องของการออกแบบสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น ตั้งแต่กระบวนการจัดหา กระบวนการผลิต จนถึงกระบวนการส่งมอบ เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรผลิตภัณฑ์

3) ด้านกระบวนการ เป็นการเลือกจัดซื้อสินค้าที่ส่งผลให้ไม่เกิดมลพิษ หรือเกิดมลพิษในปริมาณที่น้อยที่สุดขณะกำจัด หรือเลือกซื้อสินค้าที่มีเครื่องหมาย ฉลากเขียว หรือสินค้าที่เป็นไปตามเกณฑ์ข้อกำหนดสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ในองค์กร เช่น หลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง หรือซื้อสินค้าที่ประหยัดพลังงาน และยืดหยุ่น สามารถที่จะนำมาใช้งานได้นานขึ้น เป็นต้น รวมถึงเป็นการควบคุมการใช้ทรัพยากร วัตถุดิบ วัสดุต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด โดยการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ทรัพยากร และพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในการผลิต ลดขั้นตอนของกระบวนการผลิตสินค้า ลดของเสียจากการผลิต นอกจากนี้ยังรวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจในการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแก่บุคลากรตั้งแต่พนักงาน จนถึงผู้บริหารทุกระดับขององค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ขององค์กร และ 4) ด้านกฎระเบียบ และข้อบังคับ จะเป็นการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบาย และแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่บังคับใช้ รวมถึงการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบ และความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อม (EIA : Environmental Impact Assessment Report) ขององค์กร

อภิปรายผล

1. ศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

จากการศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปพบว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ มีความคิดเห็น

ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญา นิชาภิรติ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นของประเทศไทย ประกอบด้วย การสนับสนุนของภาครัฐ เครื่องมือสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แผนปฏิบัติงานในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความตระหนักนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงในทุกด้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญญา ยิ้มศิริ แวมยุรา คำสุข และมรกต กำแพงเพชร (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ตัวแบบสมการโครงสร้างของ การจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ประกอบด้วย ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนิเวศ ด้านการจัดซื้อสีเขียว ด้านโลจิสติกส์สีเขียว ด้านการผลิตด้วยเทคโนโลยีสะอาด และด้านการนำซากของผลิตภัณฑ์กลับมารีไซเคิล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน

2. ศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

จากการศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในภาพรวมต่อความสามารถในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุน และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อด้านความสัมพันธ์กับลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อม และด้านต้นทุน ตามลำดับ และจากผลการดำเนินงานข้างต้น จะช่วยให้ธุรกิจทราบถึงความสามารถ หรือสถานะในการดำเนินการของธุรกิจ รวมถึงความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจินต์ อักษรธรรม และปรีชา วรารัตน์ไชย (2567) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลในการส่งผ่านการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว การตลาดสีเขียวและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ประกอบด้วย 1) ด้านความภักดีของลูกค้า 2) ด้านการเพิ่มขึ้นของยอดขาย 3) ด้านผลตอบแทนจากการลงทุน และ 4) ด้านชื่อเสียงและการยอมรับเพิ่มขึ้น พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดอยู่ในระดับที่สูงทุกด้าน และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านความภักดีของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพงษ์ บาลทะจักร (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวและความสามารถทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

ของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และพัฒนากิจการเจริญเติบโต ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเงิน ตามลำดับ อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ สุภาชัยวัฒน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวอย่างยั่งยืนและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง โดยรวมด้านการเงิน ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งจากผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมจะทำให้องค์กรทราบถึงสถานะการดำเนินงานของกิจการในปัจจุบัน และมีความสำคัญต่อความสามารถการแข่งขันในอุตสาหกรรม

3. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป พบว่า ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านแรงกดดันจากตลาด มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุน และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญญา ยัมศิริ แวมยุรา คำสุข และมรกต กำแพงเพชร (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ตัวแบบสมการโครงสร้างของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว ด้านการจัดซื้อสีเขียว มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการดำเนินงานเศรษฐกิจ และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ สุภาชัยวัฒน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวอย่างยั่งยืนและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวอย่างยั่งยืนด้านการซื้อแบบกรีน มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมโดยรวม อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญา นิชาภิรติ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและ

เครื่องทำความเย็นในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) แผนปฏิบัติงานในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) เครื่องมือสนับสนุนในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) นโยบายในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 5) ความตระหนัก และ 6) การสนับสนุนของภาครัฐ และยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทานอง ชิตชอบ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความมุ่งมั่นของผู้บริหารแรงกดดันจากลูกค้า การจัดซื้อสีเขียว และผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความมุ่งมั่นของผู้บริหาร ปัจจัยแรงกดดันจากลูกค้า และปัจจัยการจัดซื้อสีเขียว ทุกปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อผลการดำเนินธุรกิจ และในขณะเดียวกัน ปัจจัยความมุ่งมั่นของผู้บริหาร และปัจจัยแรงกดดันจากลูกค้า ยังมีความสัมพันธ์โดยอ้อมต่อผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตผ่านการจัดซื้อสีเขียว

4. แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ 1) ด้านนโยบาย เป็นการที่ผู้บริหารระดับสูงได้มีการกำหนดนโยบาย และให้ความสำคัญกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การส่งเสริมการนำหลัก 3R เข้ามาใช้ในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพงษ์ บาลทะจักร (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวและความสามารถทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารระดับสูง ควรมีนโยบายส่งเสริมให้มีการออกแบบสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ โดยลดการใช้วัสดุ หรือลดการใช้พลังงานให้น้อยลง อีกทั้งยังส่งเสริมให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้วัสดุหรือส่วนประกอบที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือการนำกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงควรมีนโยบายในการเลือกใช้วัสดุหรือวัตถุดิบในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัสดุ ส่วนประกอบ ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือการนำกลับมาใช้ใหม่เข้าสู่กระบวนการผลิตอีกครั้ง และผู้บริหารต้องมีการกำหนดแผนการจัดซื้อขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถวัดความสำเร็จของแผนงานการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของแผน และติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับธนาคารกรุงเทพ (2567) ได้กล่าวว่า นโยบายด้านการติดตามและประเมินผล ควรมีการกำหนดตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อม และทำการตรวจสอบรวมถึงติดตามผลการดำเนินงานในด้านสิ่งแวดล้อม

2) ด้านซัพพลายเออร์ เป็นการคัดเลือกซัพพลายเออร์ โดยพิจารณาจากการได้รับการรับรองมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมในสินค้า หรือบริการ เช่น มาตรฐาน ISO 14000 เป็นต้น และบริหารจัดการซัพพลายเออร์ ให้เป็นไปตามนโยบาย เงื่อนไข หรือข้อกำหนดขององค์กรที่ตั้งไว้ โดยมีการตระหนัก หรือให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Supplier code of conduct) รวมถึงด้านอาชีวอนามัย ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งแวดล้อม (ESG) นอกจากนี้ ต้องมีการสร้างความร่วมมือกัน ในเรื่องของการออกแบบสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น ตั้งแต่กระบวนการจัดหา กระบวนการผลิต จนถึงกระบวนการส่งมอบ เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ สุภชัยวัฒน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวอย่างยั่งยืนและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง เขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดซื้อจัดหาโดยซัพพลายเออร์เป็นจุดเริ่มต้นของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวโดยผ่านกิจกรรมการจัดซื้อจัดหา โดยที่ผู้ผลิตจะต้องคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่สามารถผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีมาตรฐานในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และการลดต้นทุน จะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น และเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับธนาคารกรุงเทพ (2567) ได้กล่าวว่า การคัดเลือกคู่ค้าควรมีการใช้เกณฑ์ ESG (Environmental, Social, Governance) ในการประเมิน รวมถึงคัดเลือกจากคู่ค้าที่มีการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และควรมีการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมสีเขียว ส่งเสริมคู่ค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3) ด้านกระบวนการ เป็นการเลือกจัดซื้อสินค้าที่ส่งผลให้ไม่เกิดมลพิษ หรือเกิดมลพิษในปริมาณที่น้อยที่สุดขณะกำจัด เช่น หลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง หรือซื้อสินค้าที่ประหยัดพลังงาน หมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และยืดหยุ่น สามารถที่จะนำมาใช้งานได้นานขึ้น เป็นต้น รวมถึงเป็นการควบคุมการใช้ทรัพยากร วัตถุดิบ วัสดุต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด โดยการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ทรัพยากร และพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในการผลิต ลดขั้นตอนของกระบวนการผลิตสินค้า และลดของเสียจากการผลิต สอดคล้องกับ วิทยา อินทร์สอน (2558) ได้กล่าวว่า ควรใช้วัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เช่น วัสดุที่ไม่มีพิษ วัสดุหมุนเวียนทดแทนได้ วัสดุรีไซเคิล และวัสดุที่ใช้พลังงานต่ำในการจัดหา และมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในการผลิต ใช้พลังงานที่สะอาด ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิต และลดขั้นตอนของกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ยังรวมถึงการสร้างความรู้ด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแก่บุคลากรในทุกระดับขององค์กร รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญา ณิชากกริณี (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบของการ

จัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า องค์กรควรสร้างความตระหนักรู้ความเข้าใจในการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแก่พนักงาน ผู้บริหารระดับขององค์กรรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เช่น ลูกค้า และคู่ค้าเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือที่ดีต่อกันในทุกภาคส่วน

4) ด้านกฎระเบียบ และข้อบังคับ จะเป็นการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ นโยบาย และแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่บังคับใช้ รวมถึงการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบ และความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อม (EIA : Environmental Impact Assessment Report) ขององค์กร สอดคล้องกับ กานต์ นิโครสเกียรติ (2567) ที่กล่าวว่า กฎหมายสิ่งแวดล้อมบังคับให้ธุรกิจที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต้องทำ EIA เพื่อประเมินผลกระทบและความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทราบว่าผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในการพัฒนาโครงการ หรือธุรกิจเป็นอย่างไร และสอดคล้องกับสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2564) ที่กล่าวว่า EIA จะช่วยหาทางป้องกันผลกระทบในทางลบด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นในโครงการนั้นให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด นอกจากนี้ การรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจของผู้ประกอบการว่าสมควรดำเนินโครงการนั้นต่อหรือไม่ การทำ EIA จะเป็นประโยชน์อย่างมาก หากได้รับการวางแผนป้องกันปัญหาต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นตอนศึกษาความเหมาะสมของโครงการ และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นภายหลังดำเนินโครงการไปแล้ว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) จากผลการศึกษาครั้งนี้ การนำไปใช้ในเรื่องการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมโคเนื้อลดรูป สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ได้ในคู่ค้าของอุตสาหกรรมโคเนื้อลดรูป ในส่วนของผู้จัดจำหน่าย หรือซัพพลายเออร์ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้ประสบความสำเร็จในองค์กร

2) ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานมากที่สุดคือ การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ดังนั้นในการที่จะทำให้การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นในองค์กรของอุตสาหกรรมโคเนื้อลดรูป ผู้บริหารระดับสูงจะต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และให้การสนับสนุนในด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนองค์กร

3) จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษา รวมถึงแนวทางในการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะช่วยให้เพิ่มความสามารถในการดำเนินงาน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

4) ในการนำผลการวิจัยไปใช้ ทั้งนี้บริบทของงานวิจัยอาจจะเหมาะกับกลุ่มตัวอย่างในบางกลุ่ม ซึ่งอาจจะไม่สามารถใช้กับบริบทของทั้งประเทศได้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวนน้อย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1) การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ มีข้อจำกัดด้านประชากรที่มีจำนวนน้อย

2) การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมโคเนื้อลดรูป

3) การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรตาม หรือผลการดำเนินงานในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ รวมถึงการศึกษามูลค่าการดำเนินงานด้านต้นทุน ควรจะใช้ตัวเลขที่เป็นตัวเงิน เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการทดสอบตัวแปร โดยเป็นการวัดทัศนคติจากกลุ่มตัวอย่าง

4) ควรนำผลการวิจัยนี้ ไปศึกษาต่อยอดด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการรวบรวมหรือเก็บข้อมูลในเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้วิธีการศึกษาให้เป็นธุรกิจต้นแบบสำหรับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2564). ข้อมูลจำนวนปศุสัตว์ในประเทศไทย ปี 2564.
<https://ict.dld.go.th/webnew/images/stories/report/regislives/2564/eRegist2564.pdf>
- กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2563). การแปรรูปผัก ผลไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่า (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี.
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2564). อุตสาหกรรมอาหารที่ลดภาระต่อสิ่งแวดล้อม.
<https://old.dcce.go.th/>
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2567). โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับสัตว์ ซึ่งมีใช้สัตว์น้ำ.
<https://www.diw.go.th/>
- กาญจนา กาญจนสุนทร. (2551). กลยุทธ์การจัดซื้อแบบกรีน (Green Purchasing Strategy).
https://www.iok2u.com/index.php?option=com_content&view=article&id=749&catid=9
- กานต์ นิโครสเกียรติ์. (2567). กฎหมายสิ่งแวดล้อมกับธุรกิจ. <https://www.normthing.com/2024/01/16/business-environment-laws-sustainability/>
- กาสัก เต๊ะชั้นหมาก. (2553). หลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- กฤษณา พรหมยานนท์. (2561). รูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าการผลิตไม้สักท่อนสวนป่าองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือบน [Paper presentation]. การประชุมวิชาการระดับชาติ, คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เกียรติพงษ์ อุดมชนะธีระ. (2561). แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน SCOR Model.
<https://www.shorturl.asia/oQi2s>
- โกศล ดีศีลธรรม. (2551). โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสำหรับการแข่งขันยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊คส์.
- จารุวรรณ สุภาชัยวัฒน์ (2564). การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวอย่างยั่งยืนและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม มัน สำปะหลังเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย. JOURNAL OF SOUTHERN TECHNOLOGY, 14(2), 61-69.
- จำเนียร จวงตระกูล และนวัสนันท์ วงศ์ประสิทธิ์. (2562). การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ. สมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย 2(2): 1-14.

- ซัชชาลี รักษัตยานนท์ชัย. (2558). การจัดซื้อ และการจัดหา ความหมาย และความสำคัญ.
<http://importbytop.blogspot.com/2015/08/blog-post.html?m=1>
- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพนิมิตรการพิมพ์.
- ณัฐภา เดชานุเบกษา, ฤกษ์ทิรา อาษาศรี, วุฒิพล ฉัตรจรัสกุล, นาวา มาสวนจิก และอมร โททำ. (2563). การ จัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ ในจังหวัด มหาสารคาม. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(3), 15-32.
- ถิรวรรณ คำกลาง. (2559). แหล่งที่มาของกระบวนการจัดซื้อ. <https://sites.google.com/site/karcadkarsoxupthan/kar-cadkar-soxupthan/krabwnkar-cadkar-cad-sux-cadha>
- ทำนอง ชิตชอบ, ลลนา สุขพิศาล และประทีป ดวงแวว. (2018). ปัจจัยแรงผลักดันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 9(1), 238-250.
- ทำนอง ชิตชอบ และนลิน เพียรทอง. (2561). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร แรงกดดันจากลูกค้าการจัดซื้อสีเขียว และผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย: การทบทวนวรรณกรรม. *Executive Journal*, 38(1), 79-90.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2567). 4 แนวทาง สร้าง Green Supply Chain ชวนคู่ค้า สร้างความยั่งยืนไปด้วยกัน. ธนาคารกรุงเทพ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ภูมิทัศน์ภาคเกษตรไทย จะพลิกโฉมอย่างไรสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน?. ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ธนิศร บุญสุข, สรวิทย์ เกาสมบัติ, ศิริญาญา ทับสมบัติ และ วานิต พรสุธารักษ์. (2566). การวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงคู่มือปฏิบัติงาน [Paper presentation]. การประชุมวิชาการระดับชาติ, สถาบันการบิณพลเรือน.
- นพพร ดันติศิริรินทร์. (2559). เศรษฐกิจการเกษตรกับประเทศไทย [เอกสารประกอบการสอน]. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- บริษัท แบทเตอร์แพ็ค จำกัด. (2563). ความรู้เบื้องต้นด้านการแปรรูปเนื้อสัตว์. <https://www.betterpack.co.th>
- บัณฑิต ศรีสวัสดิ์. (2560). เทคโนโลยีสารสนเทศกับโลจิสติกส์. <https://research.kpru.ac.th/sac/fileconference/11352018-05-01.pdf>

- บุญสิตา เนียมหมวด. (2558). การศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้การบริหารจัดการโซ่อุปทานเชิง
สิ่งแวดล้อมในธุรกิจภาคการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงโกสน แขวงบางมด จังหวัด
กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุรณะศักดิ์ มาตหมาย. (2553). การจัดการคลังสินค้าในห่วงโซ่อุปทาน. [http://thailandindustry.com/
indust_newweb/articles_preview.php?cid=11534](http://thailandindustry.com/indust_newweb/articles_preview.php?cid=11534)
- ปราณี ตันประยูร. (2537). การบริหารการผลิต. (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์. ISBN: 974-
21311-6-3
- ภัทรพรี เลิศสนนันท. (2563). การจัดซื้อจัดหาของโซ่อุปทาน (Supply Chain Procurement).
<https://dol.dip.go.th/en/news-detail/2019-02-08-08-57-30/2021-07-19-09-17-50>
- มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (2561). การเลี้ยงปศุสัตว์. [https://saranukromthai.or.th/
oldchild/1020](https://saranukromthai.or.th/oldchild/1020)
- รัชญา ณิชากกริตติ. (2558). องค์ประกอบของการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใน
อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ และเครื่องทำความเย็นในประเทศไทย. *Journal of
Business, Economics and Communications*, 10(2), 157-166.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2552). วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ละออ โพธิ์ภิรมย์(ม.ป.ป.). หลักการจัดซื้อ (Purchasing Principle). [http://www.rtc.ac.th/
www_km/02/0222/115606.pdf](http://www.rtc.ac.th/www_km/02/0222/115606.pdf)
- วรรณภา หาญชาติ และดำรงศักดิ์ รินชุมภู. (2557). การสำรวจกระบวนการจัดซื้อวัสดุของบริษัท
ผู้พัฒนา อสังหาริมทรัพย์ (No. 141772). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณิดา สารีคำ, จันทิมา พรหมเกษ และจักรเศ เมตตะธำรง. (2562). ศักยภาพการจัดการห่วงโซ่
อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน
แปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร. *Journal of Humanities, Social
Sciences, and Arts*, 12(5), 1482-1500.
- วรรณิดา สารีคำ. (2564). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตร
กับ สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตผลทาง
การเกษตรในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *Journal of Accountancy and
Management*, 13(3), 70-87.
- วรพัฒน์ สายสิญจน์. (2563). การเกษตรเพื่องานอดิเรก [เอกสารประกอบการสอน]. มหาวิทยาลัย
ราชภัฏยะลา.
- วิชิต อุ๋อัน. (2550). การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: พรินท์แอมมี่.

- วิทยา อินทร์สอน. (2558). ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Products). <http://www.thailandindustry.com/>
- ศิริพงษ์ บาลทะจักร (2566). การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวและความสามารถทางนวัตกรรมที่ส่ง ผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย. *Journal of MCU Social Science Review*, 13(6), 41-53.
- ศิริเพชร สุนทรวิภาต. (2555). Framework Management Tool Box: Value Chain Analysis. <http://tickdbao4.blogspot.com/2012/09/value-chain-analysis.html?m=1>
- ศุภชัย เกตุหิรัญกนกกุล. 2557. การจัดการห่วงโซ่คุณค่าชา บริษัท ชาฉุยฟง จำกัด [วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง]. <http://cris.mfu.ac.th/handle/333/815>
- ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. (2561). Sustainable Supply Chain. <https://setsustainability.com/page/sustainable-supply-chain>
- ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. (2565). เศรษฐกิจโตขึ้น ปัญหาสิ่งแวดล้อมลดลง ด้วยการฟื้นฟูสีเขียว (Green Recovery). <https://setsustainability.com/libraries/>
- สถาบันอาหาร. (2562). ภาพอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อแปรรูปของไทย. <https://fic.nfi.or.th/sector-monitor-detail.php?cat=17&type=1>
- สถาบันอาหาร. (2563). ผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสัตว์และอาหารทะเลในประเทศไทย. https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/4JAN2020Thailand_Processed%20meat%20and%20seafood.pdf
- สมจินต์ อักษรธรรม และปรีชา วรารัตน์ไชย. (2024). อิทธิพลในการส่งผ่านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวการตลาดสีเขียวและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 26(3).
- สวัสดี วรรณรัตน์. (2563). การเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการจัดการห่วงโซ่อุปทานและการจัดการ เทคโนโลยีสารสนเทศ. *Journal of the Association of Researchers*, 25(1), 107-122.
- สัญญา ยิ้มศิริ, แวมยุรา คำสุข และมรกต กำแพงเพชร. (2562). ตัวแบบสมการโครงสร้างของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อความได้ เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สามารถ ปรีชานนท์. (2559). การเลี้ยงโคเนื้อ (พิมพ์ครั้งที่ 3). เกษตรสยาม. ISBN: 974-93430-3-4

- สายพณิ ชินตระกูลชัย และศุภนิธย์ ตั้งสง่าศักดิ์ศรี. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมอาหารและสาขาการผลิตอื่นในระบบเศรษฐกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2564). การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม. [https:// www.onep.go.th](https://www.onep.go.th)
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน). (2563). สัตว์เศรษฐกิจไทย สัตว์สร้างรายได้ที่อยู่กับสังคมไทยมาช้านาน. <https://www.arda.or.th/detail/6167>
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (2562). โมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG. https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/bcg-by-nstda/
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2564). สถิติการเกษตรของประเทศไทย. <https://oae.go.th/home/article/393>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2564). เกษตรกรรม ทางเลือก ทางรอด. <https://www.depa.or.th/th/article-view/agriculture-alternative-way-of-survival>
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.). (2565). โมเดลเศรษฐกิจ บีซีจี. <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/>
- สุภาวดี แหยมคง. (2559). การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อของเกษตรกรรายย่อย ในอำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก. Life Sciences and Environment Journal, 17(1), 28-34.
- สุวิมล ตีรภานันท์. (2548). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2547). การจัดซื้อ (พิมพ์ครั้งที่ 4). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ISBN: 974-57094-7-6
- อภิชาติ โสภาแดง. (2556). การปรับปรุงแบบโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิญากรณ์ โสภา, ทาริกา พลโลก และธีรุตม์ หมื่นนงษ์เทพ. (2563). ปัจจัยของมาตรการ การดูแลผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อ ประสิทธิภาพ องค์กร. KKBS Journal of Business Administration and Accountancy, 4 (2), 81-100.
- อรุณ บริรักษ์. (2550). กรณีศึกษา : การบริหารงานจัดซื้อในประเทศไทยเล่มที่ 1 (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไอทีแอลเทรต มีเดีย.
- เอี่ยมพร มัชฌิมวงศ์. (2556). การส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวของภาครัฐในประเทศไทย(Green Public Procurement in Thailand). วารสารสิ่งแวดล้อม, ปีที่ 17 (ฉบับที่4), 16-25.

- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2554). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *Journal of Educational Measurement Mahasarakham University*, 17(1), 17-29.
- Amah, E. & Ahiauzu, A. (2013). Employee involvement and organizational effectiveness. *Journal of Management Development*, 2013(7), pp. 661-674.
- Anane, A. (2020). The Influence of Green Procurement Practice on Organisational Performance. Ghana Water Company Ltd. and Bayport Savings and Loans Plc as Point of Convergence. *Journal of Economics, Management and Trade*, 26(2), 43-63.
- Best, John W. (1970). *Research in Education*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Blome, C., Hollos, D., & Paulraj, A. (2014). Green procurement and green supplier development: Antecedents and effects on supplier performance. *International Journal of Production Research*, 52(1), 32-49
- Carlsson, L., & Waara, F. (2007). *Environmental coiners in Swedish local government procurement advising public procurement practices, innovation and knowledgesharing*. Boca Raton F.L.: Academic Press
- Chin, T. A., Malik, N. F. I. A., Tat, H. H., Sulaiman, Z., & Choon, T. L. (2020). Green purchasing practices and environmental performance. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 291-297.
- Do Huong, G., Le Ngoc, K. H., Luyen, T. T., Nguyen, Q. G., & Tran, P. L. (2021). Internal Factors Affecting Green Procurement of Food and Beverage Firms in Vietnam. *VNU JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS*, 1(4).
- Dubey, R., Bag, S., Ali, S. S., & Venkatesh, V. G. (2013). Green purchasing is key to superior performance: an empirical study. *International Journal of Procurement Management*, 6(2), 187-210.
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A Hands-on Guide to Doing Content Analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7, 93-99.
- Éric Darier & Monique Mikhail. (2020). ขยะอาหาร : ปัญหาที่ถูกซ่อนในระบบอุตสาหกรรมอาหาร. <https://www.greenpeace.org/thailand/story/17905/food-agriculture-food-waste/>
- Gereffi, Gary and Stacey Frederick. (2010). The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis: Challenges and Opportunities for Developing Countries. In O.

- Cattaneo, G. Gereffi & C. Staritz (Eds.), *Global Value Chains in a Postcrisis World: A Development Perspective* (pp. 157-208). Washington, DC: The World Bank
- Gereffi, G. and Fernandez-Stark, K. (2011) *Global Value Chain Analysis: A Primer*. Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC), Duke University, Durham, NC.
- Green, K., Morton, B., & New, S. (1998). Green purchasing and supply policies: do they improve companies' environmental performance?. *Supply Chain Management: An International Journal*, 3(2), 89-95.
- Hadi, N. H. A., Shafiei, M. W. M., & Ismail, R. (2022). Factors Influencing Green Purchasing Adoption in Malaysian Construction Companies. *Chemical Engineering Transactions*, 91, 637-642.
- Handfield, R., Sroufe, R., & Walton, S. (2005). Integrating environmental management and supply chain strategies. *Business strategy and the environment*, 14(1), 1-19.
- Hansen, D.R. and M.M. Maryanne. (1995). *Cost management: Accounting and Control*. Ohio: South Western College Publishing.
- Hazaea, S. A., Al-Matari, E. M., Zedan, K., Khatib, S. F., Zhu, J., & Al Amosh, H. (2022). Green purchasing: Past, present and future. *Sustainability*, 14(9), 5008.
- Hinkle, D. E. (1998). *Applied statistics for the behavior sciences* (4th ed.). New York: Houghton Mifflin.
- Khan, S. A. R., Yu, Z., Umar, M., & Tanveer, M. (2022). Green capabilities and green purchasing practices: A strategy striving towards sustainable operations. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), 1719-1729.
- Krikke, H. R., Le Blanc, H. M., & Van de Velde, S. (2003). *Creating value from returns? The impact of product life cycle management on circular supply chains and reverse*. Tilburg University.
- Larrinaga-Gonzalez, C., & Bebbington, J. (2001). Accounting Change or Institutional Appropriation?—A Case Study of the Implementation of Environmental Accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 12, 269-292.
- Lacroix, R. N., Stamatiou, E., & Planner, A. D. T. (2007). Green architecture and sustainable development: Applications & perspectives. In *Proc. of the 3rd*

- IASME/WSEAS Int. Conference on Energy, Environment, Ecosystems and Sustainable Development (pp. 603-606).
- Leenders et al. (2006). Study Guide for Purchasing and Supply Management. US: Academic Internet Pub Inc.
- Lin, R. J., Geng, Y., & Tan, K. H. (2013). Market Demand, Green Product Innovation, and Firm Performance: Evidence from Vietnam Motorcycle Industry. *Journal of Cleaner Production*, 40, 101-107.
- Michelsen, O., Fet, A. M., & Dahlsrud, A. (2006). Eco-efficiency in extended supply chain: A case study of furniture production. *Journal of Environmental Management*, 79(3), 290-297
- Ochieng, B. E. (2019). Effect of green purchasing practices on performance of large chemical manufacturing firms in Nairobi County Kenya. *Journal of International Business, Innovation and Strategic Management*, 3(1), 1-13.
- Our World in Data. (2022). Environmental Impacts of Food Production. https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food?fbclid=IwQ0xDSwLq5OJleHRuA2FlbQlXMQABHnYGMELp_3CPSFIjmv83H4OQIksORYdPk4nwqZyrVy0PELc8YBeWRHoo0TQv_aem_gisVzsApV7uNdWfAUkUJ-g
- Porter, M.E., *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York, NY: Free Press 1985.
- Sarume, L. (2017). An assessment on factors affecting green procurement on organization performance at almasi beverages company– kisii branch.
- Shaharudin, M. R., Zainoddin, A. I., Abdullah, D., Hotrawaisaya, C., Soonthornpipit, H., & Norddin, N. (2018, October). Factors that influence the green purchasing practices among suppliers of electrical components. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 2020, No. 1, p. 020066). AIP Publishing LLC.
- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., & Jie, F. (2021). Supply chain integration enables resilience, flexibility, and innovation to improve business performance in COVID-19 era. *Sustainability*, 13(9), 4669.
- Tanuwijaya, N. C., Tarigan, Z. J. H., & Siagian, H. (2021). The Effect of Top Management Commitment on Firm Performance through the Green Purchasing and Supplier

- Relationship Management in 3-Star Hotel Industry in Surabaya. *Petra International Journal of Business Studies*, 4(2), 169-181.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.
- Umar, M., Khan, S. A. R., Yusoff Yusliza, M., Ali, S., & Yu, Z. (2022). Industry 4.0 and green supply chain practices: an empirical study. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(3), 814-832.
- Yang, W., & Zhang, Y. (2012). Research on factors of green purchasing practices of Chinese. *Journal of business management and economics*, 3(5), 222-231.
- Yen, Y. X., & Yen, S.Y. (2012). Top-management's role in adopting green purchasing standards in high-tech industrial firms. *Journal of Business Research*, 65(7), 951-959.
- Youn, S., Yang, M., Hong, P., & Park, K. (2013). Strategic supply chain partnership, environmental supply chain management practices, and performance outcomes: An empirical study of Korean firms. *Journal of Cleaner Production*, 56, 121-130.
- Yuanqiao, W. (2008). *Green purchasing to achieve corporate sustainability*. Unpublished Masters Thesis. Lund University, Sweden.
- Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K. (2008). Confirmation of a measurement model for green supply chain management practices implementation. *International Journal of Production Economics*, 111(2), 261-73



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิทยานิพนธ์นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 2) เพื่อศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยแบบสอบถามชุดนี้สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผู้ทำวิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ได้โปรดตอบคำถามตามความเป็นจริงที่ได้ปฏิบัติ

ซึ่งคำตอบของท่านผู้ทำวิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ และใช้สำหรับเป็นข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม โดยจะไม่มีผลเสียหายต่อกิจการของท่าน

ในโอกาสนี้ผู้ทำวิจัยต้องขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และข้อมูลที่ได้รับจากท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

คำนิยาม

1. การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป ซึ่งเป็นการจัดซื้อ จัดจ้างที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าสินค้าและบริการทั่วไปที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน โดยพิจารณาตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป จะประกอบด้วยปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง 2) ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ และ 5) แรงกดดันจากตลาด

2. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป หมายถึง ธุรกิจที่มีการนำเนื้อโคที่มีคุณสมบัติเดิมของเนื้อสด มาเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร โดยผ่านกรรมวิธีการลดขนาดของเนื้อก่อนเข้าสู่กระบวนการแปรรูปโดยใช้เนื้อขนาดเล็ก ซึ่งเนื้อที่ผ่านกระบวนการแปรรูปนั้น จะไม่มีลักษณะรูปร่างเดิมของเนื้อเหลืออยู่ เช่น ลูกชิ้น ไส้กรอก แฮมเบอร์เกอร์ และโปโลญา เป็นต้น

3. ความสามารถในการดำเนินงาน หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยประเมินจากตัวชี้วัดด้านประโยชน์ของการการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจได้รับ ทั้งหมด 3 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านต้นทุน 3) ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความตามความจริงของท่าน เพียงข้อเดียว

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ อายุ 18-25 ปี (Gen Z) ☐ อายุ 26-41 ปี (Gen Y)
☐ อายุ 42-57 ปี (Gen X) ☐ อายุ 58 ปี ขึ้นไป (Baby Boomer)

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า ☐ มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า
☐ อนุปริญญา หรือเทียบเท่า ☐ ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประสบการณ์ในการทำงาน

☐ น้อยกว่า 5 ปี ☐ 5 – 10 ปี ☐ 11 – 15 ปี ☐ มากกว่า 15 ปี

5. รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ

☐ น้อยกว่า 50,000 บาท ☐ 50,000 - 100,000 บาท ☐ 100,001 - 500,000 บาท
☐ 500,001 - 1,000,000 บาท ☐ 1,000,001 - 5,000,000 บาท
☐ 5,000,001 - 10,000,000 บาท ☐ สูงกว่า 10,000,000 บาท

6. ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1 - 5 ปี ☐ 6 - 10 ปี ☐ 11 ปีขึ้นไป

7. จำนวนพนักงานของธุรกิจ

☐ ไม่เกิน 50 คน ☐ 50 – 200 คน ☐ 200 คนขึ้นไป

8. ลักษณะของธุรกิจ

- ☐ เจ้าของคนเดียว ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญ
☐ บริษัทจำกัด ☐ บริษัทมหาชน ☐ ยังไม่ได้จดทะเบียน
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. ธุรกิจของท่านได้มีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์หรือไม่

- ☐ ได้รับการรับรอง ☐ ไม่ได้รับการรับรอง (ข้ามไปตอบข้อที่ 11)

10. ธุรกิจของท่านได้รับรองมาตรฐานใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ออย. ☐ GMP ☐ HACCP ☐ ฮาลาล
☐ ISO 9000 ☐ ISO 14000 ☐ ISO 18000 ☐ ISO 22000
☐ อื่น ๆ

11. ท่านเคยมีประสบการณ์ หรือความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือไม่

- ☐ เคย ☐ ไม่เคย

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อสดรูป

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ โดยใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้

โดยที่ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง					
1.1 ผู้บริหารมีภาวะผู้นำต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม					
1.2 ผู้บริหารมีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก และกล					

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม					
1.3 ผู้บริหารมีการตระหนักถึงปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อม และการควบคุมมลพิษจากการดำเนินงาน					
1.4 ผู้บริหารมีกิจกรรมสนับสนุนในการขับเคลื่อนองค์กรสู่องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม					
1.5 ผู้บริหารมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ					
2. ชัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
2.1 การร่วมมือกันในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงอุปกรณ์ หรือกระบวนการอื่น ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรผลิตภัณฑ์					
2.2 คุณสมบัติของวัสดุ หรือวัตถุดิบที่จัดซื้อจากซัพพลายเออร์ เพื่อใช้สำหรับการผลิตมีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และเป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม					
2.3 ซัพพลายเออร์ของกิจการของท่านสามารถส่งวัสดุ หรือวัตถุดิบได้ตรงเวลา ถูกต้อง และแม่นยำ					
2.4 การผลิตของผู้ส่งมอบ หรือซัพพลายเออร์ของกิจการของท่านมีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม					
2.5 การจัดการภายในของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต หรือซัพพลายเออร์ของกิจการของท่านนั้น เป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม					
3. กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
3.1 กิจการมีกระบวนการในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
3.2 กิจการมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดการใช้ทรัพยากร หรือ					

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
พลังงาน วัสดุ ดิบ และวัสดุ					
3.3 กิจกรรมที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลีกเลี่ยง หรือลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม					
3.4 กิจกรรมที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ หรือนำกลับมาผลิตใหม่ได้					
3.5 กิจกรรมที่มีกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด					
4. ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ					
4.1 กิจกรรมของท่านปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ					
4.2 กิจกรรมของท่านปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม					
4.3 กิจกรรมของท่านคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ					
4.4 กิจกรรมของท่านการควบคุมปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิต เช่น คาร์บอน น้ำเสีย และของเสียต่าง ๆ ก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม					
4.5 กิจกรรมของท่านมีการควบคุมการใช้สารเคมีในระหว่างการผลิตอย่างเหมาะสม เช่น แยกประเภท ระบุปริมาณการใช้ เป็นต้น					
5. แรงกดดันจากตลาด					
5.1 กิจกรรมของท่านให้ความสำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
5.2 กิจกรรมของท่านผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
5.3 คุณสมบัติ และคุณภาพของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมของท่านตรงตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม โดยไม่มีคำร้องเรียนจากลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย					
5.4 สินค้า และผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมของท่านมีเครื่องหมายการค้าที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และมีคุณภาพเชื่อถือได้					

ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5.5 กิจกรรมของท่านมีการสื่อสารทางการตลาดที่สื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียวและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ โดยใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้

โดยที่ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปในภาคเหนือ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านสิ่งแวดล้อม					
1.1 กิจกรรมของท่านสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซ หรือมลพิษ เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ เป็นต้น					
1.2 กิจกรรมของท่านลดการปล่อยของเสียออกจากก๊าซ					
1.3 กิจกรรมของท่านลดการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก					
1.4 กิจกรรมของท่านสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงานได้					
1.5 กิจกรรมของท่านสามารถปรับปรุงการใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม					
2. ด้านต้นทุน					
2.1 กิจกรรมของท่านสามารถลดค่าธรรมเนียมในการจัดการของเสีย หรือลดต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านวัสดุอันตราย					
2.2 กิจกรรมของท่านสามารถลดค่าใช้จ่ายการกำจัดของเสียต่าง ๆ					
2.3 กิจกรรมของท่านสามารถลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ได้					

ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปในภาคเหนือ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2.4 กิจกรรมของท่านสามารถลดต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยได้					
2.5 กิจกรรมของท่านมีการรีไซเคิล การนำมาใช้ใหม่ และการผลิตใหม่					
3. ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า					
3.1 กิจกรรมของท่านมีจำนวนกลุ่มลูกค้าใหม่ และยอดขายจากกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น					
3.2 กิจกรรมของท่านสามารถสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร และดึงดูดลูกค้ากลุ่มเดิมกลับมาซื้อซ้ำ					
3.3 กิจกรรมมีการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่ง จากการที่ลูกค้ารายใหม่ เพิ่มขึ้น และลูกค้าเดิมกลับมาซื้อซ้ำ					
3.4 กิจกรรมของท่านสามารถลดการสูญเสียลูกค้า ลดต้นทุนการตลาด และเพิ่มรายได้จากการที่ลูกค้าซื้อซ้ำ หรือแนะนำให้คนรู้จักซื้อสินค้าของกิจการ					
3.5 กิจกรรมของท่านสามารถลดการร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมจากลูกค้า					

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณครับ



ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิทยานิพนธ์นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 2) เพื่อศึกษาความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป โดยแบบสัมภาษณ์ชุดนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ส่วนที่ 2 แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

ผู้ทำวิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปได้โปรดตอบคำถามตามความเป็นจริง

ซึ่งคำตอบของท่านผู้ทำวิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ และใช้สำหรับเป็นข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม โดยจะไม่ผลเสียต่อกิจการของท่าน

ในโอกาสนี้ผู้ทำวิจัยต้องขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในตอบแบบสัมภาษณ์เป็นอย่างดี และข้อมูลที่ได้รับจากท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

คำนิยาม

1. การจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อแปรรูป ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง 2) ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ และ 5) แรงกดดันจากตลาด
2. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป หมายถึง ธุรกิจที่มีการนำเนื้อโคที่มีคุณสมบัติเดิมของเนื้อสด มาเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร โดยผ่านกรรมวิธีการลดขนาดของเนื้อก่อนเข้าสู่กระบวนการแปรรูปโดยใช้เนื้อขนาดเล็ก ซึ่งเนื้อที่ผ่านกระบวนการแปรรูปนั้น จะไม่มีลักษณะรูปร่างเดิมของเนื้อเหลืออยู่ เช่น ลูกชิ้น ไส้กรอก แฮมเบอร์เกอร์ และโบโลญ่า เป็นต้น
3. ความสามารถในการดำเนินงาน หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อแปรรูป โดยประเมินจากตัวชี้วัดด้านประโยชน์ของการการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจได้รับ ทั้งหมด 3 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านต้นทุน 3) ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

คำชี้แจง ขอให้ท่านตอบคำถามตามความจริงของท่าน

1. เพศ () หญิง () ชาย

2. อายุ ปี

3. อาชีพ

.....

4. ตำแหน่ง

.....

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

.....

ส่วนที่ 2 : แนวทางการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

คำชี้แจง ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปในภาคเหนือ

1. ท่านคิดว่าสิ่งใด หรือปัจจัยใด มีความสำคัญต่อการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง 2) ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ และ 5) แรงกดดันจากตลาด ปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป เพราะเหตุใด และโปรดเรียงลำดับความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัย

โดยที่ 1 = ระดับความสัมพันธ์มากที่สุด

2 = ระดับความสัมพันธ์มาก

3 = ระดับความสัมพันธ์ปานกลาง

4 = ระดับความสัมพันธ์น้อย

5 = ระดับความสัมพันธ์น้อยที่สุด

X = ไม่มีความสัมพันธ์

โปรดระบุตัวเลขระดับความสัมพันธ์ 1-5 พร้อมระบุเหตุผลประกอบ

.....การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง

.....ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

.....กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

.....ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ

.....แรงกดดันจากตลาด

โปรดระบุเหตุผล

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือแนวทางอย่างไร เพื่อให้การจัดซื้อที่เป็นที่มิตรต่อสิ่งแวดล้อมของ
อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูปเกิดประสิทธิผลได้มากที่สุด

.....

.....

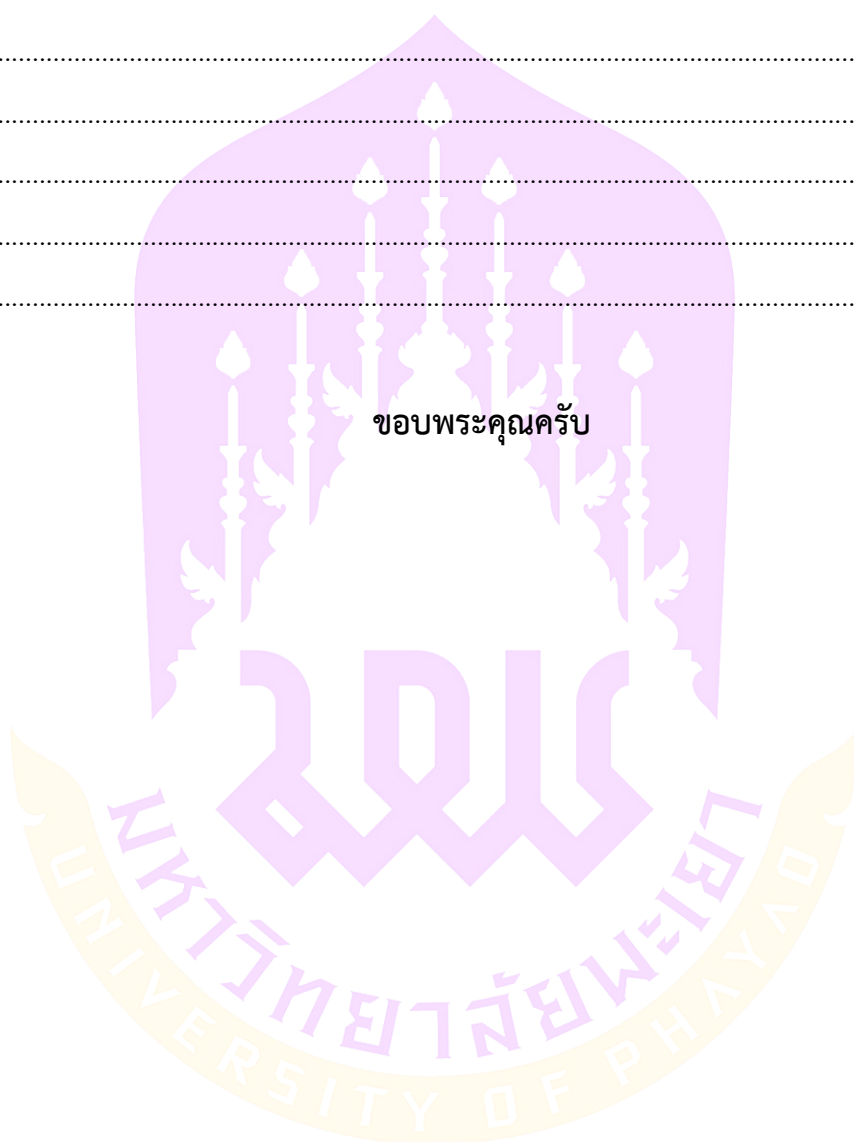
.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณครับ



ภาคผนวก ค หนังสือรับรองการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์





คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
The Human Research Ethics Committee of University of Phayao on Humanities and Social Sciences
19 หมู่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000 เบอร์โทรศัพท์ 05448 6666

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

- ชื่อโครงการ** : ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรในภาคเหนือ
: Relationship of green procurement factors to operational capabilities. Of the comminuted beef cattle product industry in the northern region
- เลขที่โครงการวิจัย** : HREC-UP-HSS 2.2/138/67
- ผู้วิจัยหลัก** : นายณรดา ตานาศา
- สังกัดหน่วยงาน** : คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
- ที่ปรึกษา** : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ หนึ่งวงษ์เทพ
- สังกัดหน่วยงาน** : คณะบริหารธุรกิจและนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
- วิธีทบทวน** : แบบเร่งรัด (Expedited)
- รายงานความก้าวหน้า** : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำทิพย์ เสมอเชื้อ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่รับรอง : 28 เมษายน 2567

วันหมดอายุ : 28 เมษายน 2568

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

ภาคผนวก จ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ (IOC)



ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	สรุปผล
	คน 1	คน 2	คน 3			
เพศ1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
เพศ2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
อายุ	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
ระดับการศึกษา1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ระดับการศึกษา2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ระดับการศึกษา3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ระดับการศึกษา4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ระดับการศึกษา5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ประสบการณ์ในการทำงาน1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ประสบการณ์ในการทำงาน2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ประสบการณ์ในการทำงาน3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ประสบการณ์ในการทำงาน4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
อาชีพ1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
อาชีพ2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
อาชีพ3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	สรุปผล
	คน 1	คน 2	คน 3			
อาชีพ4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
อาชีพ5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
อาชีพ6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
จำนวนพนักงานของธุรกิจ1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
จำนวนพนักงานของธุรกิจ2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
จำนวนพนักงานของธุรกิจ3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ลักษณะของธุรกิจ1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ลักษณะของธุรกิจ2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ลักษณะของธุรกิจ3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ลักษณะของธุรกิจ4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ลักษณะของธุรกิจ5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ลักษณะของธุรกิจ6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ลักษณะของธุรกิจ7	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	สรุปผล
	คน 1	คน 2	คน 3			
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน7	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน8	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ธุรกิจได้รับมารองมาตรฐาน9	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
การสนับสนุนจากผู้บริหาร ระดับสูง1	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
การสนับสนุนจากผู้บริหาร ระดับสูง2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
การสนับสนุนจากผู้บริหาร ระดับสูง3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
การสนับสนุนจากผู้บริหาร ระดับสูง4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
การสนับสนุนจากผู้บริหาร ระดับสูง5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม1	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
กระบวนการที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม1	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	สรุปผล
	คน 1	คน 2	คน 3			
กระบวนการที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม2	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
กระบวนการที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม3	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
กระบวนการที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม4	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
กระบวนการที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ความตระหนักในกฎหมายและ ข้อบังคับ1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ความตระหนักในกฎหมายและ ข้อบังคับ2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ความตระหนักในกฎหมายและ ข้อบังคับ3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ความตระหนักในกฎหมายและ ข้อบังคับ4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ความตระหนักในกฎหมายและ ข้อบังคับ5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
แรงกดดันจากตลาด1	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
แรงกดดันจากตลาด2	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
แรงกดดันจากตลาด3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
แรงกดดันจากตลาด4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
แรงกดดันจากตลาด5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านสิ่งแวดล้อม1	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
ด้านสิ่งแวดล้อม2	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	สรุปผล
	คน 1	คน 2	คน 3			
ด้านสิ่งแวดล้อม3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านสิ่งแวดล้อม4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านสิ่งแวดล้อม5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านต้นทุน1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านต้นทุน2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านต้นทุน3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านต้นทุน4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านต้นทุน5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า2	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า3	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า4	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
ข้อเสนอแนะ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

ภาคผนวก ฉ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการวิจัย



ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
1. การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง	
1.1 ผู้บริหารมีภาวะผู้นำต่อการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	0.938
1.2 ผู้บริหารมีการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก และกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	0.939
1.3 ผู้บริหารมีการตระหนักถึงปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อม และการควบคุมมลพิษจากการดำเนินงาน	0.942
1.4 ผู้บริหารมีกิจกรรมสนับสนุนในการขับเคลื่อนองค์กรสู่องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม	0.938
1.5 ผู้บริหารมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ	0.940
2. ซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
2.1 การร่วมมือกันในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงอุปกรณ์ หรือกระบวนการอื่น ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรผลิตภัณฑ์	0.936
2.2 คุณสมบัติของวัสดุ หรือวัตถุดิบที่จัดซื้อจากซัพพลายเออร์ เพื่อใช้สำหรับการผลิตมีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และเป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	0.938
2.3 ซัพพลายเออร์ของกิจการของท่านสามารถส่งวัสดุ หรือวัตถุดิบได้ตรงเวลา ถูกต้อง และแม่นยำ	0.943
2.4 การผลิตของผู้ส่งมอบ หรือซัพพลายเออร์ของกิจการของท่านมีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	0.938
2.5 การจัดการภายในของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต หรือซัพพลายเออร์ของกิจการของท่านนั้น เป็นไปตามหลักเกณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	0.938
3. กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
3.1 กิจการมีกระบวนการในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อ	0.938

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
สิ่งแวดล้อม	
3.2 กิจกรรมมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ลดการใช้ทรัพยากร หรือพลังงาน วัสดุดิบ และวัสดุ	0.937
3.3 กิจกรรมมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลีกเลี่ยง หรือลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม	0.939
3.4 กิจกรรมมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ หรือนำกลับมาผลิตใหม่ได้	0.939
3.5 กิจกรรมมีกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด	0.940
4. ความตระหนักในกฎหมายและข้อบังคับ	
4.1 กิจกรรมของท่านปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	0.941
4.2 กิจกรรมของท่านปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม	0.940
4.3 กิจกรรมของท่านคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ	0.940
4.4 กิจกรรมของท่านการควบคุมปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิต เช่น ควัน น้ำเสีย และของเสียต่าง ๆ ก่อนปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม	0.942
4.5 กิจกรรมของท่านมีการควบคุมการใช้สารเคมีในระหว่างการผลิตอย่างเหมาะสม เช่น แยกประเภท ระบุปริมาณการใช้ เป็นต้น	0.941

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
5. แรงกดดันจากตลาด	
5.1 กิจกรรมของท่านให้ความสำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.938
5.2 กิจกรรมของท่านผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.939
5.3 คุณสมบัติ และคุณภาพของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมของท่านตรงตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม โดยไม่มีคำร้องเรียนจากลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	0.940
5.4 สินค้า และผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมของท่านมีเครื่องหมายการค้าที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และมีคุณภาพเชื่อถือได้	0.939
5.5 กิจกรรมของท่านมีการสื่อสารทางการตลาดที่สื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.940
ความสามารถในการดำเนินงาน	
1. ด้านสิ่งแวดล้อม	
1.1 กิจกรรมของท่านสามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซ หรือมลพิษ เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ เป็นต้น	0.936
1.2 กิจกรรมของท่านลดการปล่อยของเสียนอกจากก๊าซ	0.939
1.3 กิจกรรมของท่านลดการใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก	0.937
1.4 กิจกรรมของท่านสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงานได้	0.938
1.5 กิจกรรมของท่านสามารถปรับปรุงการใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม	0.938
2. ด้านต้นทุน	
2.1 กิจกรรมของท่านสามารถลดค่าธรรมเนียมในการจัดการของเสีย หรือลดต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านวัสดุอันตราย	0.939

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	
2.2 กิจกรรมของท่านสามารถลดค่าใช้จ่ายการกำจัดของเสียต่าง ๆ	0.939
2.3 กิจกรรมของท่านสามารถลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ได้	0.939
2.4 กิจกรรมของท่านสามารถลดต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยได้	0.940
2.5 กิจกรรมของท่านมีการรีไซเคิล การนำมาใช้ใหม่ และการผลิตใหม่	0.938
3. ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า	
3.1 กิจกรรมของท่านมีจำนวนกลุ่มลูกค้าใหม่ และยอดขายจากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น	0.940
3.2 กิจกรรมของท่านสามารถสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร และดึงดูดลูกค้ากลุ่มเดิมกลับมาซื้อซ้ำ	0.941
3.3 กิจกรรมมีการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่ง จากการที่ลูกค้ารายใหม่ เพิ่มขึ้น และลูกค้าเดิมกลับมาซื้อซ้ำ	0.939
3.4 กิจกรรมของท่านสามารถลดการสูญเสียลูกค้า ลดต้นทุนการตลาด และเพิ่มรายได้จากการที่ลูกค้าซื้อซ้ำ หรือแนะนำให้คนรู้จักซื้อสินค้าของกิจการ	0.939
3.5 กิจกรรมของท่านสามารถลดการร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมจากลูกค้า	0.939
ทั้งฉบับ	0.940



ภาคผนวก ช หนังสือตอบรับการตีพิมพ์



ที่ อว 0631.12/113.68.27

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และ
การสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง
อำเภอมือ จังหวัดจันทบุรี 22000

23 เมษายน 2568

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์

เรียน คุณนรา ตานาคา คุณธีรุตม์ หมื่นวงศ์เทพ คุณบุญญานุช ชีวเกียรติยิ่งยง
และคุณบงอร สวัสดิ์สุข

ตามที่ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โคเนื้อลดรูป” เพื่อตีพิมพ์ใน
วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ซึ่งเป็นวารสารที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนี
การอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation index Centre) หรือ TCI กลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ นั้น

ในการนี้ กองบรรณาธิการวารสารและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินแล้วและผลการประเมิน
ผ่านเกณฑ์อยู่ในระดับที่สามารถตีพิมพ์ได้ โดยกองบรรณาธิการวารสารยินดีรับตีพิมพ์บทความของท่าน
ลงในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (มกราคม- เมษายน 2569)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.สันสุสิทธิ์ บวรวิงษ์ตระกูล)

บรรณาธิการ



วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

ISSN 2985-248X [Online]

โทรศัพท์ 081-374-3100

<https://scd2.tci-thaijo.org/index.php/JSSC>, E-mail: Sandusit.b@rbru.ac.th



๑ ศตวรรษ สถาปนาสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี

“Centenary of the Establishment of Her Majesty Queen Rambhai barni”

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นรา ตานาคา
วัน เดือน ปี เกิด	12 มกราคม 2541
สถานที่เกิด	ลำปาง
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2564 สาขาการจัดการธุรกิจบัณฑิตคู่ขนานเศรษฐศาสตร์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยพะเยา, จังหวัดพะเยา
ที่อยู่ปัจจุบัน	138 หมู่ 7 ต.ทุ่งฮั่ว อ.วังเหนือ จ.ลำปาง 52140
ผลงานตีพิมพ์	นรา ตานาคา และคณะ. (2568). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดซื้อ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการดำเนินงานของอุตสาหกรรม โคเนื้อลดรูป. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, (อยู่ระหว่าง การตีพิมพ์).

