

ปัจจัยแรงผลักดันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว
ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย

RIVING FORCE FACTORS OF STAKEHOLDERS IN GREEN SUPPLY CHAIN
MANAGEMENT THAT AFFECT THE BUSINESS PERFORMANCE
OF MANUFACTURING INDUSTRIES IN THAILAND

ทำนอง ชิดชอบ^{1*}, ลลนา สุขพิศาล² และประทีป ดวงแก้ว³

Thumnong Chidchob^{1*}, Lalana Sookpisan² and Prathip Duangwaeo³

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์^{1*, 2, 3}

Program in Logistic Management, Faculty of Management Science,

Surindra Rajabhat University, Surin Province^{1*, 2, 3}

thumnong6@gmail.com*

บทคัดย่อ

แรงผลักดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกิดขึ้นจาก ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ คู่แข่ง สังคม ผู้บริหาร และพนักงาน เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุให้ธุรกิจภาคอุตสาหกรรม การผลิตต้องนำระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมาใช้ในองค์กร ซึ่งเป็นผลมาจากการเกิดภาวะโลกร้อนที่เพิ่มมากขึ้น การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเป็นเครื่องมือบริหารจัดการองค์กรธุรกิจไม่เพียงแต่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและผลกำไร ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานขององค์กร และที่สำคัญมีส่วนช่วยลดภาวะโลกร้อนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้เป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถนำปัจจัยไปเป็นรากฐานในการสนับสนุนงานวิจัย แนวทางในการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร และเป็นแนวทางที่สามารถสร้างประโยชน์ต่อการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ ที่รัฐให้การสนับสนุน ส่งเสริมการผลิตและบริโภค

สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรม การผลิตในประเทศไทย

คำสำคัญ: แรงผลักดันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว อุตสาหกรรมการผลิต

ABSTRACT

Driving force of stakeholders, which generated from customers, material suppliers, business competitors, social, executives, and employees, are considered as a casual factor that makes the manufacturing industries to adopt a green supply chain management system due to the increasing of global warming. The green supply chain management, as a business management tool, does not only support for the success and profitability of a business, but

also helps to create an environmentally-friendly operation of the organization. Most importantly, the green supply chain management contributes to a sustainable reduction of global warming. All factors are the important key for a business success and a competitive advantage. Furthermore, all factors will be used for research support and for strategic planning in the organization. Finally, it will be a guideline that can benefit the improvement of business operations supported by the state to promote the production and consumption of eco-friendly products of the manufacturing industries in Thailand.

Keywords: Driving force stakeholders, Green supply chain management, Manufacturing industry

บทนำ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจทั้งจากภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งหากธุรกิจจะประสบผลสำเร็จได้ต้องสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นการที่องค์กรจะดำเนินธุรกิจไปในทิศทางใดก็ตามย่อมต้องให้ความสำคัญต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ขณะเดียวกันความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมมีจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นตามลำดับ ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการปรับตัวและการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต ที่ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม (Harini and Meenakshi, 2013) โดยต้องการให้อุตสาหกรรมมีการเปลี่ยนแปลงหลายมิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (Altunta and Tuna, 2013) ซึ่งปัจจุบันนั้น

กระแสการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ วิถีชีวิตทรัพยากร และพลังงาน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการบริหารจัดการที่รวดเร็วทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้ทุกองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตต่างมุ่งแสวงหาแนวคิดทฤษฎีมาใช้ในการพัฒนาการบริหารจัดการและการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้ได้มาซึ่งความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตลอดจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและวิสัยทัศน์ขององค์กรและเพื่อการอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจการนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวจัดได้ว่าเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการองค์กรได้เริ่มมีบทบาทและมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เป็นแนวทางการปฏิบัติและเป็นการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์กร (Behnam *et al.* 2015) โดยเป็นการสร้างนวัตกรรมในกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของทุกกระบวนการตั้งแต่ การสั่งซื้อ การผลิต การขนส่ง การจัดการสินค้าคงคลัง การเก็บรักษา การกระจายสินค้า ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญของโลจิสติกส์ผ่านเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานจากผู้ขายปัจจัยการผลิตถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย ภายใต้บริบทการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกับองค์กรต่าง ๆ ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตเกิดแรงผลักดันในการนำระบบห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมาใช้ในองค์กร (Youn *et al.* 2013) โดยได้รับผลมาจากการเกิดภาวะโลกร้อนส่งผลให้เกิดแรงผลักดันจากลูกค้า หันมาตระหนักและให้ความสำคัญกับการบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งกลายมาเป็นแรงผลักดันที่มีนัยสำคัญที่สุดสำหรับการเริ่มต้นในการดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Rehman and Shrivastava, 2011) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Darnall (2006) พบว่าลูกค้าอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจต้องประยุกต์ใช้การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว เนื่องจากความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญโดยเฉพาะกรณีศึกษาในยุโรป พบว่าร้อยละ 80 ของลูกค้าในประเทศเยอรมัน อิตาลี

และสเปนจะปรับเปลี่ยนหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหากมีโอกาส ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้แพร่หลายไปอย่างรวดเร็วทั่วโลก ดังนั้นกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวนับว่าเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตของไทยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ และเป็นเครื่องมือการจัดการให้ธุรกิจอุตสาหกรรมประสบผลสำเร็จจากการดำเนินงาน (Khan and Dong, 2017) และสามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน ในขณะที่เดียวกันนั้นเป็นการช่วยลดต้นทุนรวมของธุรกิจและที่สำคัญมีส่วนช่วยในการลดปัญหาภาวะโลกร้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน บทความฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่แสดงถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงผลักดันให้เกิดการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่ส่งผลให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตประสบผลสำเร็จจากการดำเนินงาน สามารถนำไปใช้เป็นรากฐานการสนับสนุนการเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย อีกทั้งองค์กรธุรกิจสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์เพื่อการพัฒนากระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวของธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตในอนาคตต่อไป

แรงผลักดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว

ธุรกิจจะประสบผลสำเร็จได้ต้องสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ผู้ที่ได้รับประโยชน์และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจขององค์กร Post *et al.* (2002: 6-28) กล่าวว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ บุคคลหรือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจขององค์กร ดังนั้น

องค์กรจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์กร ขณะที่ Zhu and Sarkis (2007) ได้กล่าวว่า ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคาดหวังด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้น เกิดแรงกดดันให้กับผู้ผลิตควรนำการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมาประยุกต์ใช้ ตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมในประเทศจีนมีการเพิ่มความตระหนักในการดำเนินการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเพิ่มมากขึ้นอันเนื่องจากแรงผลักดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สอดคล้องกับการศึกษาของ Sunil *et al.* (2016) พบว่าความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัทผู้ผลิต นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ผลิตต้องมีการร่วมมือภายในองค์กรในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและความร่วมมือจากลูกค้า เพื่อให้การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จากงานวิจัย Chu *et al.* (2017) พบว่าแรงผลักดันจากรัฐ ลูกค้า คู่แข่ง สังคม มีอิทธิพลต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวและผลการดำเนินงานของบริษัทผู้ผลิต สอดคล้องกับ Darnall (2006) ได้กล่าวว่า ทศวรรษที่ผ่านมามีแรงกดดันจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ทำให้องค์กรต้องเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกซัพพลายเออร์มากขึ้น สิ่งสำคัญสำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว คือ ความรับผิดชอบและการสนับสนุนของทีมงานผู้บริหารระดับสูง ความมุ่งมั่นของผู้บริหารด้านสิ่งแวดล้อมในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีส่วนช่วยในการกระตุ้นในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการจูงใจให้เกิดผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรในเชิงบวก (Shekari and Ghafari, 2013) ดังนั้นปัจจัยทางด้านผู้นำองค์กรทำให้เกิดแรงกระตุ้นให้ธุรกิจมีการดำเนินการใช้วัตถุดิบสีเขียว จึงเป็นเหตุให้องค์กรมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยแรงผลักดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีอิทธิพลต่อการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตดังนี้

1. ลูกค้า (Customers) ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการสีเขียว ซึ่งกลายมาเป็นแรงกดดันที่มีนัยสำคัญที่สุดสำหรับการเริ่มต้นในการดำเนิน กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Doonan *et al.* (2005) จากการศึกษาของ Chan and Lau (2000) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรม การใช้จ่ายที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว ของผู้บริโภค ชาวจีนและอเมริกัน พบว่าเจตนาการใช้จ่ายผลิตภัณฑ์ สีเขียวของทั้ง 2 ประเทศมีพฤติกรรมที่เหมือนกัน คือ ชื่อเสียงของบริษัทเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัย ที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และมีความ กระตือรือร้นที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มี ชื่อเสียงเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นลูกค้าถือได้ว่าเป็น ปัจจัยที่ทำให้บริษัทต้องประยุกต์ใช้ระบบการจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสีเขียว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Essoussi and Linton (2010) พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค เกี่ยวกับความเต็มใจจ่ายให้กับผลิตภัณฑ์ที่น่ากลับมา ใช้ใหม่ โดยผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายหากผลิตภัณฑ์ ที่น่ากลับมาใช้ใหม่มีคุณภาพและไม่มีความเสี่ยงต่อ การใช้งาน

2. คู่แข่งขัน (Competitors) นอกจาก แรงผลักดันลูกค้าหรือผู้บริโภค คู่แข่งขันถือได้ว่าเป็น แรงผลักดันให้เกิดการดำเนินห่วงโซ่อุปทานสีเขียว เนื่องจากคู่แข่งขันที่เป็นผู้นำและมีศักยภาพในการนำ เทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อมเข้ามาประยุกต์ใช้ใน ห่วงโซ่อุปทาน จะสามารถสร้างบรรทัดฐานให้กับ อุตสาหกรรมในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น การดำเนินงานในเชิงรุกเช่นนี้ยังช่วยส่งเสริมให้องค์กร ได้รับผลตอบแทนจากการสร้างความได้เปรียบในแข่งขัน (Walker *et al.* 2008) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhu *et al.* (2005) ซึ่งได้ทำการศึกษากลุ่มผู้ผลิต ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในประเทศจีน เช่น อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ พลังงาน เครื่องใช้ไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอ อาหาร ยาและอื่น ๆ เพื่อต้องการ ทราบถึงแรงผลักดันที่สนับสนุนให้อุตสาหกรรมเหล่านั้น

เกิดความคิดริเริ่มที่จะดำเนินกลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทาน สีเขียว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตในประเทศจีนมีความ ตระหนักถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น เป็นผล มาจากการได้รับแรงกดดันในด้านของกฎระเบียบและ ข้อบังคับ คู่แข่งขันและการตลาดทำให้ผู้ผลิตที่เน้น การส่งออกต้องปฏิบัติตามมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อรักษาตำแหน่งทางการแข่งขันในตลาด

3. ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Suppliers) บทบาทของ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบนั้นถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุน ให้เกิดการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ เนื่องจาก การทำงานของสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทานจำเป็นต้อง อาศัยความร่วมมือกัน จึงจะสามารถดำเนินงานด้าน สิ่งแวดล้อมได้ประสบความสำเร็จ จากงานวิจัยของ Lee and Klassen (2008) พบว่า ผู้ผลิตต้องสร้างความ ร่วมมือกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบในการกำหนดมาตรฐาน ในการทำงานร่วมกันด้านสิ่งแวดล้อม การถ่ายทอด เทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม การฝึกอบรมเกี่ยวกับ เทคโนโลยี ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบเป็นผู้สนับสนุนและ มีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญ หากผู้จัดจำหน่าย วัตถุดิบที่ไม่มีประสิทธิภาพก็ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ ห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด (Sarkar and Mohapatra, 2006) ดังนั้นหากต้องการให้มีมาตรฐานตลอดทั้งห่วงโซ่ อุปทานโดยมีมาตรฐานเดียวกันนั้นจำเป็นต้องมีคู่ค้าหรือ ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่ดี และมีมาตรฐานของสินค้า เดียวกันเพื่อส่งเสริมให้เกิดการผลิตและพัฒนาอย่าง ยั่งยืน

4. สังคม (Social) จากการเสื่อมสภาพของ สิ่งแวดล้อมในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาทำให้ประชาชน ตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ส่งผล ให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าจากบริษัทที่มีการดำเนินงาน ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แรงผลักดันจากสาธารณะ ชนเป็นสาเหตุให้บริษัทหรือองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ ต้องทบทวนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมภายใน ห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ที่ต้องการ บริษัทที่เป็นแบบอย่างที่ดีด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้อง

กับงานวิจัยของ Setthasakko (2009) ที่พบว่า มลพิษจากอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อชุมชน และเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของผู้ผลิตจึงต้องแสดงความรับผิดชอบต่อการดำเนินงานของตนเองเพิ่มมากขึ้น

5. ผู้บริหาร (Executives) ผู้บริหารระดับสูงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก และกลยุทธ์ขององค์กร (Youn et al., 2013) ปัจจัยความมุ่งมั่นของฝ่ายบริหารมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวขององค์กร จากงานวิจัยของ Zhu et al. (2010) พบว่า ผู้บริหารของผู้ผลิตในประเทศญี่ปุ่นมีความมุ่งมั่นในการดำเนินการด้านห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีนโยบายถ่ายทอดไปยังผู้ขายปัจจัยการผลิตและลูกค้าของตน เพื่อให้เกิดความร่วมมือภายในห่วงโซ่อุปทาน สอดคล้องกับ Walker et al. (2008) ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบและมีจริยธรรมของทีมงาน และผู้บริหารระดับสูงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการดำเนินนโยบายด้านต่าง ๆ เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ความมุ่งมั่นของผู้บริหารมีส่วนช่วยกระตุ้นการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจและการมุ่งให้เกิดผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น

6. พนักงาน (Employees) พนักงานเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงานขององค์กรและมีบทบาทในการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กร (Chien and Shih, 2007) สิ่งที่สำคัญหากองค์กรมีการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์กร ก็สามารถทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจและความพึงพอใจในงาน ดังนั้นองค์กรควรให้พนักงานมีส่วนร่วมในองค์กร ส่งผลให้การทำงานของพนักงานเกิดประสิทธิผลดียิ่งขึ้น เพิ่มความสามารถให้กับพนักงานในการทำกำไร และทำให้พนักงานเกิดความเต็มใจและอุทิศตนเพื่อองค์กร เช่น การสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

ตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับ ส่งเสริมพนักงานให้ความสำคัญต่อมาตรฐานสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการพิจารณาเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ พนักงานมีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ ซึ่งเป็นการสร้างความร่วมมือกันระหว่างบริษัทผู้ผลิตกับผู้ส่งมอบและความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตกับลูกค้า

สรุปได้ว่าแรงผลักดันที่เกิดขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันได้แก่ ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ คู่แข่ง สังคม ผู้บริหารขององค์กร และพนักงานขององค์กร เกิดขึ้นทั้งจากปัจจัยภายนอกและภายในขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้องค์กรต้องนำเอากลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมาใช้ เพื่อให้องค์กรสามารถสร้างผลที่ได้เปรียบทางการแข่งขัน

แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว

ห่วงโซ่อุปทานมีความเป็นพลวัตและเกี่ยวข้องกับ การไหลของข้อมูล การไหลของผลิตภัณฑ์ และการไหลของเงินทุนตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงจุดสุดท้ายของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ Zhu and Cote (2004) กล่าวว่า ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบ การผลิตสินค้า การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภค ผ่านองค์กรที่เป็นผู้ส่งมอบ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ไปจนถึงลูกค้า ทุกกระบวนการต้องมีการพิจารณาถึงผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม (Hervani et al. 2005; Rehman and Shrivastava, 2011) ตัวอย่างองค์กรที่นำการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมาใช้ เช่น บริษัท มหพันธ์ไฟเบอร์ซีเมนต์ จำกัด บริษัทได้เข้าร่วมโครงการ จลาจลดคาร์บอนในปี พ.ศ. 2551 เป็นบริษัทแรกในกลุ่มการค้าผลิตภัณฑ์ไฟเบอร์ซีเมนต์ที่ได้รับ จลาจลดคาร์บอน จากมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย การได้รับจลาจลดคาร์บอนยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการสื่อสารให้ลูกค้าและผู้บริโภคเห็นถึงเจตนารมณ์ที่ชัดเจนของบริษัทที่มุ่งมั่นจะพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้ต้นนโยบายสีเขียวของ

SHERA เน้นเรื่อง “Green and Innovation” คือ การดำเนินการตามนโยบายนวัตกรรมสีเขียวตั้งแต่ กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลัก Reduce Reuse Recycle การใช้เชื้อเพลิงที่ไม่ส่งผลให้เกิด ก๊าซเรือนกระจก การนำพลังไอน้ำกลับมาใช้ใหม่เพื่อ ประหยัดพลังงาน การนำผลพลอยได้จากธุรกิจอื่นมาใช้ เช่น ชีวแก๊ส บริษัทมีการนำเทคโนโลยีด้านการอนุรักษ์ พลังงานมาใช้ในกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างต่อเนื่อง จากงานวิจัยของ Kankanit and Busba (2015) ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิต เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ กฎ ระเบียบของรัฐบาล และการสนับสนุนจากผู้บริหารขององค์กร ขณะที่ Thiranan (2013) ศึกษาการประเมินสมรรถนะการ จัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวสำหรับอุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ของไทย โดยแบ่งกลุ่มปัจจัยออกเป็น 3 กลุ่ม เรียงจากกลุ่มปัจจัยสำคัญมากที่สุดถึงน้อยสุด ตามลำดับ ดังนี้ 1) กลุ่มด้านการปฏิบัติเทคโนโลยี การผลิตสีเขียว 2) กลุ่มด้านการปฏิบัติโลจิสติกส์สีเขียว และ 3) กลุ่มด้านกลยุทธ์การจัดซื้อจัดหาสีเขียว ผลการ วิเคราะห์ความสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัย สำคัญเหล่านี้กับดัชนีชี้วัดทางการเงิน พบว่า ด้านการ ปฏิบัติเทคโนโลยีการผลิตสีเขียว และด้านการปฏิบัติ โลจิสติกส์สีเขียว มีผลกระทบต่อการวัดส่วนของผู้ถือหุ้น ค่าใช้จ่าย ดำเนินงานต่อรายได้รวม อย่างมีนัยสำคัญ และจากการ ศึกษาของ Khan and Dong (2017) ได้ศึกษาการจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานของ อุตสาหกรรมการผลิตในประเทศปากีสถาน พบว่า ปัจจัย การจัดซื้อสีเขียว การผลิตสีเขียว การออกแบบสีเขียว มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจในการแข่งขัน สอดคล้อง กับ Wu *et al.* (2014: 122-132) พบว่ากระบวนการ จัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเป็นกิจกรรมสำคัญที่มุ่งเน้น กระบวนการจัดการเชิงบูรณาการตั้งแต่โลจิสติกส์ขาเข้า กระบวนการผลิตและโลจิสติกส์ขาออกที่สะท้อนให้เห็น

ถึงความสามารถในการใช้ทรัพยากรแต่ละขั้นตอนด้วย การวางแผนลดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดของเสีย ให้เหลือน้อยที่สุด โดยใช้หลักการลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) โดยพบว่า ต้นทุนของโลจิสติกส์แบบย้อนกลับ (Reverse Logistics Cost) จะมีค่าประมาณร้อยละ 4-9 ของต้นทุนรวม โลจิสติกส์ (Dekker *et al.* 2010) จากผลการศึกษา ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน สีเขียวมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจและสรุปปัจจัย การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวได้ดังนี้

1. การจัดซื้อสีเขียว (Green Purchasing)

คือ กระบวนการขั้นตอนของการดำเนินการจัดซื้อหรือ กระบวนการเลือกซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายวัตถุดิบซึ่งเป็น กิจกรรมขาเข้าของห่วงโซ่อุปทาน การดำเนินการลดขั้นตอน ของการติดต่อกับเอกสารโดยหันมาใช้ในรูปแบบและ วิธีการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ระบบ Paperless รวมถึงการร่วมมือกับผู้จัดหาวัตถุดิบหรือ บริษัทคู่ค้าในการจัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมเพื่อทดแทน วัสดุที่อาจเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมหรือจัดหาวัสดุ ที่สามารถลดของเสียที่เกิดจากการผลิตให้น้อยลง Rao and Holt (2005) กล่าวว่า การจัดซื้อสีเขียวจะทำให้ ผู้ผลิตมีส่วนร่วมในการจัดการเชิงสิ่งแวดล้อมของผู้ขาย วัตถุดิบเพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตวัตถุดิบและ วัตถุดิบที่ส่งซื้อมันเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การดำเนินการจัดซื้อสีเขียวจะสร้างโอกาสให้ผู้บริโภค เข้ามามีส่วนร่วมในการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมผ่านกลไก ทางการตลาดจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Design)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตระหนักถึงผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อม และการประเมินวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ควบคู่กันไป การออกแบบผลิตภัณฑ์สีเขียวมีเป้าหมาย หลักเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการป้องกันการ เกิดมลพิษจากกระบวนการผลิตในการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ต้องเริ่มตั้งแต่การเลือกชนิดและประเภทของวัตถุดิบ การจัดหาแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต ตลอดจนการขนส่ง การใช้งานของลูกค้าและการนำซากของผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับคืนสู่กระบวนการผลิตใหม่ นอกจากนี้การนำหลักการของ 3R ได้แก่ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Zhu *et al.* 2010) ดังนั้นองค์กรจะต้องกำกับดูแลขั้นตอนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด และการออกแบบผลิตภัณฑ์ยังเป็นปัจจัยที่สนับสนุนช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิตได้ (Yu and Ramanathan, 2015)

3. กระบวนการผลิตสีเขียว (Green Manufacturing) คือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดมีการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีการผลิตสะอาด เพื่อลดพลังงานน้ำและของเสีย และลดปริมาณของเสียที่เกิดในกระบวนการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยต้องไม่มีสารเคมีและวัสดุที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม Rao and Holt (2005) ได้สรุปหลักการที่ช่วยให้กระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หลักการผลิตสะอาด (Cleaner Production) หรือ เทคโนโลยีสะอาด (Cleaner Technology) ซึ่งในการนำเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ในการกระบวนการผลิตสามารถลดปริมาณของเสียที่เกิดจากการใช้เชื้อเพลิงลงได้ นอกจากนี้การใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นธรรมชาติสามารถทำกำไรและลดผลกระทบที่เกิดต่อสิ่งแวดล้อมได้เช่นกัน

4. การจัดจำหน่ายสีเขียว (Green Distribution) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งภายในองค์กรและผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหลายประเภทได้แก่ การขนส่งที่ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การเลือกประเภทการขนส่ง รูปแบบการขนส่งที่มีความเหมาะสม

การเลือกขนาดของยานพาหนะและเชื้อเพลิงที่เหมาะสม และประเภทของเชื้อเพลิงที่ทำลายสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การวางแผนคลังสินค้าและการออกแบบระบบการขนส่งที่ช่วยลดระยะทางและเชื้อเพลิงในการขนส่งรวมถึงการกำหนดเส้นทางการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้มีการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนเพิ่มเติมสำหรับการจัดส่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Zhu and Sarkis, 2007) และต้นทุนทางการเงินสำหรับการเลือกผู้ให้บริการขนส่ง การเลือกผู้ให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยในการขนส่งและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Toke *et al.* 2010)

สรุปได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่เริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการการจัดซื้อจัดจำหน่ายจนถึงการจัดจำหน่าย โดยทุกกระบวนการต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งการดำเนินงานกลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทาน การส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกันผ่านการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม และการถ่ายทอดนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานสีเขียวจากองค์กรหนึ่งไปยังอีกองค์กรหนึ่งนั้นสามารถทำให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรประสบความสำเร็จ

ผลการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต

กระแสการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ วิถีอุตสาหกรรมและพลังงาน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการบริหารจัดการที่รวดเร็วทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ประกอบกับกระแสในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่จะสร้างความยั่งยืนในธุรกิจได้นั้นจะต้องอาศัยแนวทางในการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ นอกจากจะสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรในรูปแบบผลกำไรแล้ว ยังต้องสร้างความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบจากการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ขณะเดียวกันการดำเนินธุรกิจขององค์กร (Organizational Performance) นิยมวัดผล

การดำเนินของธุรกิจจากผลตอบแทนของสินทรัพย์ การเติบโตของยอดขาย ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ ส่วนแบ่งทางการตลาด (Cameron and Green, 2015) ซึ่งผลการดำเนินธุรกิจทำให้ทราบถึงสถานะการดำเนินงาน ทั้งหมดของกิจการ ดังนั้นผลลัพธ์จากความสามารถ ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวไม่เพียงแต่ทำให้กิจการ เกิดการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ยังช่วยการปรับปรุงผลการดำเนินธุรกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ (Flynn *et al.* 2010) จากการศึกษาของ Lee *et al.* (2012) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเกี่ยวกับผลการดำเนินการ ขององค์กรอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในเกาหลี เพื่อศึกษาแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสีเขียว และผลประกอบการของธุรกิจ ผ่านตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้า ประสิทธิภาพ การดำเนินงานและประสิทธิภาพความสัมพันธ์ ผลการ ศึกษาพบว่า มีความเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างการจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสีเขียวและผลประกอบการของธุรกิจ โดยมีความสัมพันธ์กับตัวแปรประสิทธิภาพการดำเนินงาน และประสิทธิภาพความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภายใน สอดคล้องกับ Shang *et al.* (2010) ซึ่งทำการศึกษา ขอบเขตของการดำเนินงานด้านห่วงโซ่อุปทานสีเขียว และผลการดำเนินงานของกิจการที่เกี่ยวข้องกับการผลิต อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในไต้หวัน โดยแบ่งกลุ่มธุรกิจ ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่เน้นด้านตลาดสีเขียว กลุ่มที่เน้นการผลิตสีเขียว กลุ่มที่เน้นซัพพลายเออร์ สีเขียว และกลุ่มที่เน้นคลังสินค้าสีเขียว พบว่า แต่ละกลุ่ม มีผลการดำเนินงาน และขอบเขตของการดำเนินงาน ที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มที่เน้นด้านตลาดสีเขียวเป็นกลุ่ม ที่มีผลการดำเนินงานที่ดีที่สุดในด้านต่าง ๆ เช่น การสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดี การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนแบ่งทางการตลาด ยอดขาย ความพึงพอใจของ ลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า จากผลการศึกษา ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าผลการดำเนินธุรกิจขององค์กร มีดังนี้

1. การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ (Economic Performance) การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจเป็นสิ่งสำคัญในลำดับแรกสำหรับอุตสาหกรรมในการดำเนิน ธุรกิจ คือ การดำเนินงานด้านเศรษฐกิจให้ได้กำไร ยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า และผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ การดำเนินงานด้าน เศรษฐกิจจึงกล่าวถึงประสิทธิผลของการใช้ปัจจัยนำเข้า ที่หลากหลายในกระบวนการผลิตเพื่อที่จะประเมินการ ดำเนินการเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็นสองประการ คือ การดำเนินการด้านเศรษฐกิจ เชิงบวก หมายถึง การลดต้นทุนเพื่อการใช้พลังงาน การจัดซื้อวัตถุดิบ การกำจัดและลดของเสีย และการ กำจัดซากของเสีย ในอีกด้านหนึ่งจะหมายถึงการลงทุน การดำเนินการด้านเศรษฐกิจ และการดำเนินการ เพื่อการจัดซื้อวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเข้าสู่ กระบวนการผลิตซึ่งเป็นการลงทุนการดำเนินการ ด้านเศรษฐกิจเชิงลบ (Sarkis, 2013)

2. การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance) การดำเนินงาน ด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร ถือได้ว่าเป็นความรับผิดชอบ ต่อสังคม การดำเนินงานขององค์กรตามแนวคิดของ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมในภาคธุรกิจ โดยให้ความสำคัญและแก้ไขปัญหาที่โรงงานหรือ สถานประกอบการ ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม เช่น มลภาวะทางอากาศ น้ำเสีย หรือขยะอันตราย เป็นต้น ซึ่งผู้ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหาร ในการกำหนดนโยบายขององค์กร Rehman and Shrivastava (2011) กล่าวว่า ผู้บริโภคมีความตระหนัก ถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และต้องการให้ ธุรกิจมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งการดำเนินงาน ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ ที่ดีและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับธุรกิจจึงเป็น แรงผลักดันให้องค์กรธุรกิจแสดงความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ ด้านสิ่งแวดล้อมให้กับตราสินค้าของตนและพัฒนา

กลยุทธ์การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับระบบห่วงโซ่อุปทานขององค์กรธุรกิจ

บทสรุป

ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้ธุรกิจในการภาคอุตสาหกรรมการผลิต มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมกลายเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจภาคอุตสาหกรรมการผลิตต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยการนำระบบบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวมาใช้ในองค์กร จากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมกลายเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้องค์กรต่าง ๆ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตกลยุทธ์ในการดำเนินงานการผลิต รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมกิจกรรมต่าง ๆ ภายในห่วงโซ่อุปทาน ขณะเดียวกันการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่นอกจากการกำหนดตัวชี้วัดด้านต้นทุน กำไร และความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว ยังต้องมีการนำตัวชี้วัดด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเข้ามาเพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเป็นกิจกรรมการบูรณาการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเข้าสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ การคัดเลือก การวางแผนการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การส่งมอบผลิตภัณฑ์ในขั้นสุดท้ายให้กับผู้บริโภค และการสิ้นสุดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์หลังจากที่เลิกใช้งานแล้ว โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยลดของเสียอันเกิดจากกระบวนการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการในการออกแบบผลิตภัณฑ์จนกระทั่งการสิ้นสุดของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ โดยทุกกระบวนการจะต้องมีการ

พิจารณาถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างซัพพลายเออร์ตลอดจนลูกค้าที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยการจัดซื้อสีเขียว การออกแบบสีเขียว การผลิตสีเขียว และการจัดจำหน่ายสีเขียว การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวจึงเป็นตัวแปรกลางในองค์กรได้มาซึ่งความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตลอดจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและวิสัยทัศน์ขององค์กรและยังเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยเป็นแรงผลักดันให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตของไทยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน เป็นกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวอย่างครบวงจรทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยลดต้นทุนรวมของธุรกิจอุตสาหกรรม ที่สำคัญมีส่วนช่วยในการลดปัญหาภาวะโลกร้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจมากกว่าการมุ่งเน้นการลดต้นทุนและผลกำไรเท่านั้น จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลในการสนับสนุนสู่การศึกษางานวิจัยเชิงประจักษ์ สำหรับการท้าวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวในมุมมองเชิงนวัตกรรมการผลิตสีเขียว สามารถนำบทบาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนวัตกรรมการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวไปกำหนดตัวแปรในการศึกษาการท้าวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งเป็นแนวทางที่สามารถสร้างประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตที่รัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตและบริการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมุ่งสู่อุตสาหกรรมการผลิตสีเขียวของประเทศไทย

REFERENCE

- Altuntas, C., and Tura, O. (2013). Green logistic center: The evolution of industrial buying criteria towards green. **The Asian Journal of Shipping and Logistic**, 29(3), 59-89.
- Behnam, F., Sarkis, J., and Hoda, D. (2015). Green supply chains management: A review and bibliometric analysis. **Journal Production Economics**. 162, 101-114.
- Cameron, E., and Green M. (2015). **Making sense of change management: A complete guide to the models, tools and techniques of organizational change**. London: Kogan Page.
- Chan, R. Y. K., and Lau, L. B. Y. (2000). Antecedents of green purchase: A survey in China. **Journal of Consumer Marketing**, 17(4), 338-357.
- Chien, M. K., and Shin, L. H. (2007). An empirical study of the Implementation of green supply chain management practices in the electrical and electronic industry and their relation to organizational performances. **International Journal of Environmental Science and Technology**, 4(3), 383-394.
- Chu, S. H., Yang, H., Lee, M., and Park, S. (2017). The impact of institutional pressures on green supply chain management and firm performance: Top management roles and social capital. **Sustainability**, 9(5), 764-778.
- Darnall, N. (2006). Why firms mandate ISO 14001 certification. **Business and Society**, 45, 354-381.
- Dekker, R., Fleischmann, M., Inderfurth, K., and Wassenhove, L. N. V. (2010). **Reverse logistics: Quantitative models for closed-loop supply chains**. Springer Publishing: Heidelberg Germany.
- Doonan, J., Lanoie, P., and Laplante, B. (2005). Determinants of environmental performance in the Canadian pulp and paper industry: An assessment from inside the industry. **Ecological Economics**, 55(1), 73-84.
- Essoussi, Leila Hamzaoui and Linton, Jonathan D. (2010). New or recycled products: How much are consumers willing to pay. **Journal of Consumer Marketing**, 27, 458-468.
- Flynn, B., Huo, B., and Zhao, X. (2010). The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach. **Journal of Operations Management**, 28(1), 58-71.
- Harini, V. and Meenakshi, D. M. (2013). Green entrepreneurship alternative solution to save environment. **Journal of Management and Entrepreneurship**, 1(13), 75-89.
- Hervani, Aref A., Helms, Marilyn M. and Sarkis, J. (2005). Performance measurement for green supply chain management. **Benchmarking : An International Journal**, 12, 330-353.

- Kankanit, K., and Busba, P. (2015). The critical factors affecting green supply chain management implementation in electrical and electronic industry in Thailand. **SWU Engineering Journal**, 10 (1), 1-11.
- Khan S. R., and Dong, Q. L., (2017). Impact of green supply chain management practices on firm performance: An empirical study from the perspective of Pakistan. **Environmental Science and Pollution Research**, 24(20), 16829-16844.
- Lee, M., Kim, Sung T., and Choi, D. (2012). Green supply chain management and organizational performance. **Industrial Management and Data Systems**, 112(8), 1148-1180.
- Post, J., Preston, L., and Sachs, S. (2002). Managing the extended enterprise: The new stakeholder view. **California Management Review**, 45(1), 6-28.
- Rao, P., and Holt, D. (2005). Do green supply chains lead to competitiveness and economic performance. **International Journal of Operations and Production Management**, 25(9), 898-916.
- Rehman, M. A., and Shrivastava, R. L. (2011). An innovative approach to evaluate green supply chain management (GSCM) drivers by using interpretive structural modeling. **International Journal of Innovation and Technology Management**, 8, 315-336.
- Sarkar, A., and Mohapatra, P. K. (2006). Evaluation of supplier capability and performance: A method for supply base reduction. **Journal of Purchase Supply Management**, 12, 148-163.
- Sarkis, J. (2013). **Green supply chain management**. Berlin: Momentum Press Publishing.
- Setthasakko, W. (2009). Barriers to implementing corporate environmental responsibility in Thailand: A qualitative approach. **International Journal of Organizational Analysis**, 17, 169-183. (in Thai)
- Shekari, H., and Ghatari, A. R. (2013). Promoting corporate image: A reflection on green supply chain management approach. **International Journal Management Business Research**, 3(4), 311-324.
- Shang, K. C., Lu, C. S., and Li, S. (2010). A taxonomy of green supply chain management capability among electronics-related manufacturing firms in Taiwan. **Journal of Environmental Management**, 91, 1218-1226.
- Sunil, L., Dixit G., and Abid, H. (2016). The impacts of critical success factors for implementing green supply chain management towards sustainability: An empirical investigation of Indian automobile industry. **Journal of Cleaner Production**, 121, 142-158.
- Thiranan, T. (2013). **Performance evaluation of green supply chain management for Thai electronics industry**. Thesis Master of Engineering, Chiang mai University.

- Toke, L.K., Gupta, R.C. and Dandekar, M. Z. (2010). **Green supply chain management critical research and practices**. Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Dhaka, Bangladesh. 1, 346-351
- Walker, H., Sisto, L. D. and Bain, D. M. (2008). Drivers and barriers to environmental supply chain management practices: lessons from the public and private sectors. **Journal of Purchasing and Supply Management**, 14(1), 69-85.
- Wu, L., Chuang, C. H., and Hsu, C. H. (2014). Information sharing and collaborative behaviors in enabling supply chain performance : A social exchange perspective. **International Journal of Production Economics**, 148, 122-132.
- Youn, S., Yang, M., Hong, P., and Park, K. (2013). Strategic supply chain partnership, environmental supply chain management practices and performance outcomes: An ampirical study of Korean firms. **Journal of Cleaner Production**, 56, 121-130.
- Yu, W., and Ramanathan, R. (2015). An empirical examination of stakeholder pressures, green operations practices and environmental performance. **International Journal of Production Research**, 53(21), 6390-6407.
- Zhu, Q., and Cote, R. (2004). Integrating green supply chain management In to an embryonic Eco-Industrial development : A case study of the guitang group. **Journal of Cleaner Production**, 12(8/10), 1025-1035.
- Zhu, Q., and Sarkis, J. (2007). The moderating effects of institutional pressures on emergent green supply chain practices and performance. **International Journal of Production Research**, 45(18/19), 4333-4355.
- Zhu, Q., Sarkis, J. and Geng, Y. (2005). Green Supply Chain Management in China: Pressures, Practices and Performance. **International Journal of Operations and Production Management**. 25, 449-468.
- Zhu, Q., Geng, Y., Fujita, T., and Hashimoto, S. (2010). Green supply chain management in leading manufacturers: Case studies in Japanese large companies. **Management Research Review**, 33, 380-392.