

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กลุ่มงานเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด . เทคโนโลยีสะอาด. กรุงเทพฯ : สำนักเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม  
โรงงาน กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2546.

คุณทิพย์ ตรงธรรมกิจ. บทสรุปภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยปี 2544 และแนวโน้มปี 2545 .  
กรุงเทพฯ : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2544.

นิภา เมธธาวิชัย. สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์, 2542. (หน้า44)

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ . กฎระเบียบเกี่ยวกับเศษเหลือทิ้งของผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์  
ของสหภาพยุโรป (Waste from Electrical and Electronics Equipment : WEEE).  
กรุงเทพฯ : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์, 2543.

พีระ เจริญพร. วรรณกรรมปริทัศน์อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย . กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม  
กระทรวงอุตสาหกรรม, 2543.

ภูเบศร์ สมุทรจักร. เครือข่ายทางสังคมในฐานะของทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อมที่ทำการส่งออกของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎี  
บัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการ  
บัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ราวดี สุริสระพันธ์ุ. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารใน  
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่าง  
ประเทศ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2542.

ศิริกัลยา สุวจิตตานนท์ และคณะ. การป้องกันและควบคุมมลพิษ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541. (หน้า184-196)

สมพงษ์ หาญดวงจันทร์. ผลกระทบจากปัจจัยของสถาบัน ความสามารถขององค์กรและความ  
ตระหนักถึงประโยชน์ที่มีต่อการนำเอาเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ โดยบริษัทผู้ผลิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

อัจฉรา จันทร์ฉายและอรพรรณ ตันละมัย. การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทข้ามชาติ. กรุงเทพฯ : 2539.

## ภาษาอังกฤษ

- Aragon-correa, J & Sharma, S. A Contingent Resource-based View of Proactive Corporate Environmental Strategy. The Academy of Management Review 25 (Jan 2003) : 71-88.
- Banerjee, S. Corporate Environment and the Greening of Strategic Marketing: Implication for Marketing Theory and Practice. Greener Marketing, 16-40. Sheffield : Green leaf Publishing Limited , 1999.
- Berry, M. & Rondinelli, D. Proactive Corporate Environment Management: A New Industrial Revolution. Academy of Management Executive 12(May 1998) : 38-50.
- Gupta, M. Environmental management and its impact on the operations function. International Journal of Operations & Production Management 15(1995) : 34-51.
- Hart, S. Beyond Greening: Strategies for a sustainable world. Harvard Business Review on business and the environment (2000) : 105-29.
- Hansen, M. Cross border environmental management in transnational corporations : An analytical framework. Report as part of UNCTAD / CBS Project (1999) : 1-36.
- Hansen, M & Gleckman, H . Environmental Management of Multinational and Transnational Corporations : Policies, Practices. (1999) : 1-36.
- Karagozoglu, N & Lindell, M. Environmental Management: Testing the win-win Model. Journal of Environmental Planning and Management (2000) : 817-829.
- Kolk, A & Mauser, A. The evolution of environmental management : From stage model to performance evaluation. Business Strategy and the Environment 11(2002) : 14-31.

Rojsek, I. From Red to Green: Towards the Environmental Management in the Country in Transition. Journal of Business Ethic 33,1 (Sep 2001) : 37-50.

Rosen, C. Environmental Strategy and Competitive Advantage: An Introduction. California Management Review 43,3 (Spring 2001) : 8-15.

Sharma, S. Managerial interpretations and organization context as predictors of corporate choice of environmental strategy. Academy of Management Journal 43, 4 (Aug 2000) : 200-679.

Tilley, F. Small-Firm Environmental Strategy. Greener Management International 25 (Spring 1999) : 14-67.

Wehrmeyer, W. Reviewing Corporate Environmental Strategy: Patterns, Position and Predicaments for an Uncertain Future, Greener Marketing. 41-57. Sheffield : Green leaf Publishing Limited, 1999.

Welford, R. & Gouldson, A. Environmental Management & Business strategy. London : Pitman Publishing, 1993.

Welford, R. Environmental Strategy and Sustainable Development. London : Routledge, 1995.

Welford, R. Corporate Environmental Management: System and Strategies. London : Earthscan Publication Limited, 1996.

Zikmund, W. Business Research Methods. South Western : 2003.

ภาคผนวก

ที่ ศธ 0512.12/

วันที่ ตุลาคม 2546

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ข้อมูลทำวิจัย

เรียน กรรมการผู้จัดการหรือผู้บริหารด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด  
2. ของเปล่าติดแสตมป์เพื่อข้อมูลตอบกลับจำนวน 1 ของ

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ "ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย" ของน.ส. อัจฉรา โชติวัฒนากุลชัย นิสิตปริญญาโท ชั้นปีที่ 2 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยโดยมี รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย หัวหน้าภาควิชาพาณิชยศาสตร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโดยวัตถุประสงค์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์มีดังนี้

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัย ด้านกฎระเบียบ(Regulatory Factors) ปัจจัยด้านตลาด (Market Factors) ปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors) และปัจจัยเกี่ยวกับแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท (Stakeholder Factors) ต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท
2. เพื่ออธิบายถึงการจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์
3. เพื่อรายงานถึงประโยชน์และอุปสรรคในการจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมีความเชื่อมั่นว่าท่านสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และให้มุมมองที่แท้จริงจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงใคร่ความร่วมมือจากท่านในสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถาม จากนั้นกรุณาพับแบบสอบถามใส่ซองจดหมายที่ได้แนบมานี้ แล้วส่งกลับทางไปรษณีย์หรือทางโทรสารที่หมายเลข 0-2218-5765 ภายในวันที่ 30 พฤศจิกายน 2546 ขอให้ท่านโปรดมั่นใจได้ว่าข้อมูลของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและจะถูกรายงานเพียงแต่ภาพรวมเท่านั้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย)

หัวหน้าภาควิชาพาณิชยศาสตร์

นางสาวอัจฉรา โชติวัฒนากุลชัย (ผู้วิจัย)

โทรศัพท์ 06-567-5288

แบบสอบถาม  
ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม  
ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

---

(Factors Affecting Environmental Strategy of  
Automobile Manufacturers in Thailand)

ผู้วิจัยมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ท่านคือกลุ่มตัวอย่างสำหรับการทำการวิจัยในครั้งนี้  
ซึ่งข้อมูลของท่านถือเป็นตัวแทนของประชากรของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม  
ยานยนต์ในประเทศไทย

อนึ่งทุกแบบสอบถามที่ท่านได้ส่งกลับมาจะมีค่าเพิ่มสำหรับการบริจาคแก่เด็กผู้ถูก  
ทอดทิ้ง ณ สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนพญาไท กรุงเทพมหานคร

## คำชี้แจง

### วัตถุประสงค์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยในระดับปริญญาโท เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยต่อไปในอนาคต ซึ่งจากความรู้ความเข้าใจดังกล่าวจะช่วยให้ประเทศไทยสามารถที่จะรักษาสภาพแวดล้อมไว้ได้อย่างยั่งยืนและคนไทยจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารและมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท จึงเป็นผู้ที่สามารถที่จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และให้มุมมองที่แท้จริงจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ได้เป็นอย่างดี สำหรับการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ขอให้ท่านตอบคำถามตามข้อเท็จจริงจากสิ่งที่ท่านทราบหรือตามประสบการณ์ของท่าน และเมื่อท่านตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วกรุณานำใส่ซองซึ่งผู้วิจัยได้จัดเตรียมไว้ให้ซึ่งได้ติดแสตมป์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับและจะรายงานผลวิจัยแต่เพียงภาพรวมเท่านั้น

### คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม
- ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านกฎระเบียบ
- ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านตลาด
- ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านองค์กร
- ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยจากผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท
- ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมและอุปสรรคในการจัดการสิ่งแวดล้อม
- ส่วนที่ 7 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปของบริษัท

(อัจฉรา โชติวัฒนากุลชัย)

ผู้วิจัย

โทร. 06-567-5288

โทรสาร 02-218-576

กรุณาเลือกคำตอบโดยทำเครื่องหมายวงกลมลงในหมายเลขที่ต้องการตอบ  
ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม

1) ข้อความต่อไปนี้เป็นข้อความที่อธิบายถึงกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท ท่านจะกล่าวว่าบริษัทของท่านมีกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างไรในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาในประเด็นต่อไปนี้ โดยมีคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยที่ 1 หมายถึง บริษัทของท่านปฏิบัติเรื่องนั้นน้อยที่สุด และ 5 หมายถึง บริษัทของท่านปฏิบัติเรื่องนั้นมากที่สุด

|   | น้อยที่สุด ← → มากที่สุด |   |   |   |   |
|---|--------------------------|---|---|---|---|
| 1. กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทเป็นกลยุทธ์ในเชิงรุก (ดำเนินงานเพื่อมุ่งเน้นความเป็นเลิศทางด้านสิ่งแวดล้อม)              | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทเป็นกลยุทธ์ในเชิงรับ (ดำเนินงานเพียงแค่หลีกเลี่ยงค่าปรับและการฟ้องร้องทางกฎหมายเท่านั้น) | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. บริษัทมีการปรับปรุงระบบการผลิตของเดิมเพื่อให้ได้ระบบใหม่ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. บริษัทนำเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเกณฑ์ตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์                                      | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. บริษัทสนับสนุนเรื่องการฝึกอบรมและให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมกับพนักงาน   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. บริษัทผสมผสานเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้ากับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ  | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. บริษัทสนับสนุนทรัพยากรและเงินทุนเพื่อใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อม   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. บริษัทพิจารณาว่าการลงทุนเพื่อจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. บริษัทตระหนักดีถึงเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัท   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. พนักงานของบริษัทมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการบริหารงาน                   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. บริษัทมีกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมที่จัดทำด้วยความสมัครใจอยู่เป็นจำนวนมาก   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. บริษัทของท่านมีมาตรการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม  | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. บริษัทได้นำเอาเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ในการกระบวนการผลิตมากน้อยเพียงใด   | 1                        | 2 | 3 | 4 | 5 |



ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกฎระเบียบ

2) ข้อความต่อไปนี้ เป็นข้อความที่อธิบายเกี่ยวกับ ข้อกฎหมายของไทย กรุณาระบุว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้ มากน้อยเพียงใด โดยมีคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยที่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

|  | <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>ไม่เห็น</span> <span>↔</span> <span>เห็นด้วย</span> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; margin-top: 5px;"> <span>ด้วยอย่างยิ่ง</span> <span>←</span> <span>→</span> <span>อย่างยิ่ง</span> </div> |   |   |   |   |
|--|--|---|---|---|---|
| 1. ในปัจจุบันกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมมีความเข้มงวดมากขึ้น                          | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. แนวโน้มในอนาคตของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมจะเข้มงวดมากขึ้น                       | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม ไม่มีความแน่นอน มักจะมีการเปลี่ยนแปลง                  | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมทำให้บริษัทผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น   | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบต่อองค์กรของท่าน                               | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. ค่าปรับอันเนื่องมาจากการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ไม่ได้มาตรฐานถือเป็นต้นทุนที่สูงมาก | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมของไทยเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน    | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. บริษัทของท่านติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบของไทยด้านสิ่งแวดล้อม              | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่จะออกมาในเชิงสนับสนุนมากขึ้น                | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น                               | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือทางการเมือง                              | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |

สำหรับผู้ที่ไม่ได้ส่งออกกรุณาข้ามไปส่วนที่ 3

3) ข้อความต่อไปนี้ เป็นข้อความที่อธิบายเกี่ยวกับ ข้อกฎหมายต่างประเทศ กรุณาระบุว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้ มากน้อยเพียงใด โดยมีคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยที่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

|  | <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>ไม่เห็น</span> <span>↔</span> <span>เห็นด้วย</span> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; margin-top: 5px;"> <span>ด้วยอย่างยิ่ง</span> <span>←</span> <span>→</span> <span>อย่างยิ่ง</span> </div> |   |   |   |   |
|--|--|---|---|---|---|
| 1. ในปัจจุบันกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมมีความเข้มงวดมากขึ้น                          | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. แนวโน้มในอนาคตของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมจะเข้มงวดมากขึ้น                       | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม ไม่มีความแน่นอน มักจะมีการเปลี่ยนแปลง                  | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมทำให้บริษัทผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น   | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมต่างประเทศมีผลกระทบต่อองค์กรของท่าน                     | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. ค่าปรับอันเนื่องมาจากการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ไม่ได้มาตรฐานถือเป็นต้นทุนที่สูงมาก | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมของต่างประเทศเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ       | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. บริษัทของท่านติดตามการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบของต่างประเทศด้านสิ่งแวดล้อม       | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่จะออกมาในเชิงสนับสนุนมากขึ้น                | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. เรื่องของกฎระเบียบสิ่งแวดล้อมเป็นข้อกีดกันทางการค้า                            | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น                               | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเครื่องมือทางการเมือง                              | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |

### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านตลาด

ข้อความต่อไปนี้เป็นข้อความที่อธิบายเกี่ยวกับ โอกาสและอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจ ที่เกิดขึ้นจากเรื่องของสิ่งแวดลอม กรุณาระบุว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้มากน้อยเพียงใดสำหรับการดำเนินธุรกิจของท่านโดยมีคะแนน 1-5 คะแนน โดยที่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

|   | <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>ไม่เห็น</span> <span>←</span> <span>→</span> <span>เห็นด้วย</span> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; margin-top: 5px;"> <span>ด้วยอย่างยิ่ง</span> <span></span> <span></span> <span></span> <span>อย่างยิ่ง</span> </div> |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 4) เรื่องของสิ่งแวดลอมก่อให้เกิดโอกาสในการดำเนินธุรกิจสำหรับบริษัทของท่าน | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 |

5) เพราะอะไรท่านจึงคิดเช่นนั้น / กรุณาระบุโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากเรื่องของสิ่งแวดลอม

---



---



---



---



---

|   | <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>ไม่เห็น</span> <span>←</span> <span>→</span> <span>เห็นด้วย</span> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; margin-top: 5px;"> <span>ด้วยอย่างยิ่ง</span> <span></span> <span></span> <span></span> <span>อย่างยิ่ง</span> </div> |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 6) เรื่องของสิ่งแวดลอมก่อให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสำหรับบริษัทของท่าน | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 |

7) เพราะอะไรท่านจึงคิดเช่นนั้น / กรุณาระบุอุปสรรคทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากเรื่องของสิ่งแวดลอม

---



---



---



---



---

8) ข้อความต่อไปนี้ เป็นข้อความที่อธิบายเกี่ยวกับผู้บริโภคและการแข่งขันในอุตสาหกรรมกรุณาระบุว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้มากน้อยเพียงใดสำหรับการดำเนินธุรกิจของท่าน โดยมีคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยที่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

|   | ไม่เห็น $\longleftrightarrow$ เห็นด้วย |   |           |   |   |
|---|--|---|-----------|---|---|
|   | ด้วยอย่างยิ่ง                          |   | อย่างยิ่ง |   |   |
| 1. ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับเรื่องของสิ่งแวดล้อมมากขึ้น                                | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 2. เรื่องของสิ่งแวดล้อมเป็นเกณฑ์ที่ลูกค้าของท่านใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์     | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 3. มีกระแสการต่อต้านจากผู้บริโภคสำหรับสินค้าที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม                    | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 4. ตลาดผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมหรือที่เรียกว่า Green Market มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง   | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 5. ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มเติมเพื่อซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 6. บริษัทของท่านสามารถนำเรื่องของสิ่งแวดล้อมมาเป็นจุดขายที่สำคัญในการทำตลาด                     | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 7. ท่านคิดว่ามีความจำเป็นที่บริษัทของท่านจะต้องนำเรื่องสิ่งแวดล้อมมาเป็นประเด็นในการแข่งขัน     | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 8. คู่แข่งของท่านให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมมาก   | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 9. แนวโน้มการแข่งขันในอุตสาหกรรมยานยนต์ในอนาคตจะเป็นเรื่องของสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น             | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |
| 10. การจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีทำให้บริษัทของท่านสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้                 | 1                                      | 2 | 3         | 4 | 5 |

#### ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กร

กรุณาเลือกคำตอบโดยทำเครื่องหมายวงกลมลงในหมายเลขที่ต้องการตอบ

9) ในการบริหารยุคใหม่ บริษัทต่างๆ พยายามสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของตนด้วยกลยุทธ์ต่างๆกัน เรื่องของสิ่งแวดล้อมก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่บางองค์กรนำมาเป็นหัวข้อในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ยกตัวอย่างเช่น การสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ ด้วยแนวคิดทางด้านสิ่งแวดล้อม หรือการลดต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งโดยมุ่งเน้นไปในเรื่องความเป็นเลิศในการจัดการสิ่งแวดล้อม บริษัทของท่านมีนโยบายที่จะนำเรื่องสิ่งแวดล้อมมาเป็นประเด็นหลักในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใด?

โดยมีคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยที่ 1 หมายถึง บริษัทท่านมีนโยบายเรื่องนี้ น้อยมาก และ 5 หมายถึง บริษัทท่านมีนโยบายเรื่องนี้มากที่สุด

| น้อยมาก | ค่อนข้างน้อย | ปานกลาง | ค่อนข้างมาก | มากที่สุด |
|---------|--------------|---------|-------------|-----------|
| 1       | 2            | 3       | 4           | 5         |

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท

10) ท่านคิดว่าแรงกดดันจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัท (Stakeholder) ซึ่งในที่นี้หมายถึง ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมหรือเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเรื่องสิ่งแวดล้อมของบริษัท บุคคลใดต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม ของบริษัทของท่านมากน้อยเพียงใดโดยมีคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยที่ 1 หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด กรุณาเลือกคำตอบ N/A ในกรณีที่ท่านไม่สามารถตอบคำถามได้ เช่น บริษัทของท่านไม่มีบริษัทแม่ในต่างประเทศ

|  | <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>มีอิทธิพล</span> <span>←</span> <span>→</span> <span>มีอิทธิพล</span> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; margin-top: 5px;"> <span>น้อยที่สุด</span> <span></span> <span></span> <span></span> <span>มากที่สุด</span> </div> |   |   |   |   |     |
|--|---|---|---|---|---|-----|
| 1.หน่วยงานรัฐบาลไทย<br>(ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย)                          | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 2.หน่วยงานรัฐบาลต่างประเทศ (ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบสิ่งแวดล้อมในการกำหนดนโยบายข้ามชาติ เช่น EU) | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 3.ผู้บริโภครายสุดท้าย (End User)   | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 4.ลูกค้าของบริษัท (Client)   | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 5.พนักงานลูกจ้างของบริษัท  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 6.ผู้ถือหุ้นของบริษัท  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 7.บริษัทแม่ในต่างประเทศ (ถ้ามี)  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 8.บริษัทประกัน   | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 9.เจ้าหนี้   | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 10.ซัพพลายเออร์ของบริษัท   | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 11.บริษัทคู่แข่ง   | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 12.สมาคมการค้า / สภาอุตสาหกรรมที่บริษัทสังกัด  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 13.ชุมชนที่บริษัทตั้งอยู่  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 14.สื่อ  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |
| 15.องค์กรอิสระ (NGO) เช่น Green Peace  | 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | N/A |

11) จากรายชื่อของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทในข้อ 10 โปรดเรียงอันดับโดยการระบุเลขที่ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัท 3 อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทของท่าน

|                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| อันดับที่ 1 คือเลขที่..... | อันดับที่ 2 คือเลขที่..... | อันดับที่ 3 คือเลขที่..... |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|

12) โดยรวมท่านคิดว่าปัจจัยใดต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทของท่านมากน้อยเพียงใด โดยมีคะแนน 1 - 5 โดยที่ 1 หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด

|   | มีอิทธิพล  |   |   |   |           |
|---|------------|---|---|---|-----------|
|   | น้อยที่สุด |   |   |   | มากที่สุด |
| 1.ปัจจัยจากกฎระเบียบข้อกฎหมาย   | 1          | 2 | 3 | 4 | 5         |
| 2.ปัจจัยทางด้านตลาด   | 1          | 2 | 3 | 4 | 5         |
| 3.ปัจจัยทางด้านองค์กร เช่น ความต้องการได้เปรียบทางการแข่งขัน,ขนาดบริษัท | 1          | 2 | 3 | 4 | 5         |
| 4.แรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท                                  | 1          | 2 | 3 | 4 | 5         |

กรุณาเลือกคำตอบโดยทำเครื่องหมายถูกลงใน [ ] ที่ต้องการตอบ  
ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมและอุปสรรคในการจัดการสิ่งแวดล้อม

13) บริษัทของท่านก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมด้านใดต่อไปนี้บ้าง(ตอบได้หลายคำตอบ)

- [ ] 1. น้ำเสีย [ ] 4. เสียงดัง  
[ ] 2. มลภาวะทางอากาศ [ ] 5. กากของเสียอันตราย  
[ ] 3. กลิ่นรบกวน [ ] 6. อื่นๆ ระบุ.....

14) ข้อความใดต่อไปนี้ที่อธิบายถึงลักษณะของกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมที่บริษัทของท่าน (ตอบได้หลายคำตอบ)

- [ ] 1. มีการเขียนนโยบายสิ่งแวดล้อมเป็นลายลักษณ์อักษร  
[ ] 2. มีการระบุและกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน  
[ ] 3. มีการวางแผนอย่างชัดเจนเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่วางไว้  
[ ] 4. มีผู้จัดการที่รับผิดชอบงานด้านสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะ  
[ ] 5. อบรมพนักงานเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงาน  
[ ] 6. ติดตามดัชนีด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ  
[ ] 7. ติดตามประกาศข้อมูลประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานทุกคนได้เห็น  
[ ] 8. มีการจัดเตรียมข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทเพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้  
[ ] 9. รับฟังความคิดเห็นจากพนักงานระดับล่างและนำมาปรับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม  
[ ] 10. มีแผนงานอย่างเป็นทางการเพื่อป้องกันมลพิษ  
[ ] 11. มีแผนงานอย่างเป็นทางการเพื่อลดปริมาณขยะ  
[ ] 12. ผู้บริหารประชุมเพื่อพิจารณาประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทอยู่เป็นระยะๆ  
[ ] 13. มีการจัดทำตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ทางด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ  
[ ] 14. มีการจัดทำตรวจสอบจากบุคคลภายนอก (External Audit) ทางด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ

15) ข้อใดต่อไปนี้เป็นอุปสรรคในการจัดการสิ่งแวดล้อมในบริษัทของท่าน (ตอบได้หลายคำตอบ)

- [ ]1.ข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจและการเงิน
- [ ]2.ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดการสิ่งแวดล้อม
- [ ]3.ขาดการสนับสนุนจากผู้บริหาร
- [ ]4.พนักงานขาดความรู้ความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม
- [ ]5.ความร่วมมือและการประสานงานภายในองค์กร
- [ ]6.ความร่วมมือและการประสานกับหน่วยงานของรัฐและองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม
- [ ]7.ข้อจำกัดอื่นๆ โปรดระบุ.....

16) บริษัทของท่านได้รับประโยชน์จากการจัดการสิ่งแวดล้อมในเรื่องใดต่อไปนี (ตอบได้หลายคำตอบ)

- [ ]1.ใช้ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานน้อยลง
- [ ]2.ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน
- [ ]3.คุณภาพการผลิตดีขึ้น
- [ ]4.เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
- [ ]5.เป็นที่ยอมรับของสังคม
- [ ]6.พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงานมากขึ้น
- [ ]7.เป็นที่น่าเชื่อถือของสถาบันการเงินที่ปล่อยกู้ให้โครงการ
- [ ]8.เพิ่มความเชื่อมั่นสำหรับผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์
- [ ]9.ประโยชน์อื่นๆ ระบุ.....

17) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมใดต่อไปนีที่บริษัทของท่านจัดทำในปัจจุบัน (ตอบได้หลายคำตอบ)

- [ ]1.จัดทำรายงานด้านสิ่งแวดล้อม
- [ ]2.การจัดทำบัญชีสิ่งแวดล้อม
- [ ]3.การวิเคราะห์ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Life cycle analysis)
- [ ]4.การวิจัยและพัฒนา (R&D)
- [ ]5.จัดทำ 5R (Recycle, Refill, Reuse, Reduce and Repair)
- [ ]6.เทคโนโลยีสะอาด (Clean Technology)
- [ ]7.อื่นๆ ระบุ.....

18) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมใดต่อไปนี้เป็นบริษัทของท่านคาดว่าจะจัดทำในอนาคต (ตอบได้หลายคำตอบ)

- ]1.จัดทำรายงานด้านสิ่งแวดล้อม
- ]2.การจัดทำบัญชีสิ่งแวดล้อม
- ]3.การวิเคราะห์ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Life cycle analysis)
- ]4.การวิจัยและพัฒนา (R&D)
- ]5.จัดทำ 5R (Recycle, Refill, Reuse, Reduce and Repair)
- ]6.เทคโนโลยีสะอาด (Clean Technology)
- ]7.อื่นๆ ระบุ.....

### ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

19a)บริษัทของท่านประกอบกิจการใด กรุณาระบุรายละเอียด.....

19b) และท่านจะจัดกิจการของท่านอยู่ในประกอบกิจการใดต่อไปนี้ (ตอบได้หลายคำตอบ)

- ]1. ผู้ผลิตชิ้นส่วน OEM
- ]2. ผู้ผลิตชิ้นส่วน REM
- ]3. ผู้ประกอบรถยนต์
- ]4. ผู้ซ่อมรถยนต์และชิ้นส่วน
- ]5.อื่นๆ ระบุ.....

20) อายุของกิจการ (คำตอบเดียว)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ] น้อยกว่า 5ปี | <input type="checkbox"/> ] 16 - 20 ปี          |
| <input type="checkbox"/> ] 5 - 10 ปี    | <input type="checkbox"/> ] 21 - 30 ปี          |
| <input type="checkbox"/> ] 11 - 15 ปี   | <input type="checkbox"/> ] มากกว่า 30 ปีขึ้นไป |

21) จำนวนพนักงานในบริษัทของท่าน (คำตอบเดียว)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ] น้อยกว่า 50 คน | <input type="checkbox"/> ] 501 - 1,000 คน         |
| <input type="checkbox"/> ] 51 - 100 คน    | <input type="checkbox"/> ] 1,001 - 1,500 คน       |
| <input type="checkbox"/> ] 101 - 200 คน   | <input type="checkbox"/> ] 1,501 - 2,000 คน       |
| <input type="checkbox"/> ] 201 - 500 คน   | <input type="checkbox"/> ] มากกว่า 2,000 คนขึ้นไป |

## 22) จำนวนเงินลงทุน (คำตอบเดียว)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ] น้อยกว่า 11 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> ] 301 - 500 ล้านบาท           |
| <input type="checkbox"/> ] 11 - 100 ล้านบาท    | <input type="checkbox"/> ] 501 - 1,000 ล้านบาท         |
| <input type="checkbox"/> ] 101 - 200 ล้านบาท   | <input type="checkbox"/> ] 1,001 - 1,500 ล้านบาท       |
| <input type="checkbox"/> ] 201 - 300 ล้านบาท   | <input type="checkbox"/> ] มากกว่า 1,500 ล้านบาทขึ้นไป |

## 23) มูลค่ายอดขายรวมของบริษัทในปี 2545 (คำตอบเดียว)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ] น้อยกว่า 400 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> ] 1,201 - 1,600 ล้านบาท       |
| <input type="checkbox"/> ] 401 - 800 ล้านบาท    | <input type="checkbox"/> ] มากกว่า 1,600 ล้านบาทขึ้นไป |
| <input type="checkbox"/> ] 801 - 1,200 ล้านบาท  |  |

## 24) ชนิดของบริษัทจำแนกตามลักษณะของผู้ลงทุน (คำตอบเดียว)

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ] 1. บริษัทคนไทย                          |                                 |
| <input type="checkbox"/> ] 2. บริษัทต่างชาติ (ระบุประเทศหลัก.....) |                                 |
| <input type="checkbox"/> ] 3. บริษัทร่วมทุนกับต่างชาติ             |                                 |
|  | สัดส่วนผู้ถือหุ้นไทย .....      |
|  | สัดส่วนผู้ถือหุ้นต่างชาติ ..... |
|  | รวม 100%                        |

## 25) สินค้าที่บริษัทผลิตจำหน่าย (คำตอบเดียว)

- |  |                        |
|--|------------------------|
| <input type="checkbox"/> ] 1. ในประเทศอย่างเดียว                     |                        |
| <input type="checkbox"/> ] 2. ส่งออกอย่างเดียว (ระบุประเทศหลัก.....) |                        |
| <input type="checkbox"/> ] 3. จำหน่ายในประเทศและส่งออก               |                        |
|  | จำหน่ายในประเทศ. ....% |
|  | ส่งออกต่างประเทศ ..... |
|  | รวม 100%               |



26) โรงงานของท่านได้รับการรับรองมาตรฐานใดต่อไปนี้บ้าง (ตอบได้หลายคำตอบ)

- [ ] 1. มาตรฐานอนุกรม ISO 9001  
 [ ] 2. มาตรฐานอนุกรม ISO 9002  
 [ ] 3. มาตรฐานอนุกรม ISO 14001 --- ตามข้อ G9  
 [ ] 4. มาตรฐาน QS 9000  
 [ ] 5. มาตรฐาน สมอ.  
 [ ] 6. อื่นๆ ระบุ.....

ถามเฉพาะผู้ที่เลือกคำตอบ 3 ในข้อ 26

27) โรงงานของท่านได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 มานานเท่าใด (คำตอบเดียว)

- |                      |                |
|----------------------|----------------|
| [ ] น้อยกว่า 1 ปี    | [ ] 1 - 2 ปี   |
| [ ] 3 - 4 ปี         | [ ] 5 ปีขึ้นไป |
| [ ] ไม่ทราบ/จำไม่ได้ |                |

**ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างยิ่ง**  
**ผู้วิจัยได้แนบของเจ้าหน้าที่และติดแสตมป์เพื่อให้ท่านได้ส่งแบบสอบถามกลับเรียบร้อยแล้ว**

**คำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก**  
**ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม**  
**ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย**

**ส่วนที่ 1 : บทนำ (5 นาที)**

- กล่าวแนะนำตัว
- วัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์
- ประวัติผู้ให้สัมภาษณ์ : ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง
- ประวัติบริษัทและการดำเนินงานในปัจจุบัน เช่น จำนวนโรงงาน จำนวนพนักงาน กำลังการผลิต

**ส่วนที่ 2 : วิสัยทัศน์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในประเทศไทย(5 นาที)**

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมในประเทศไทยในปัจจุบัน
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมของโลกในปัจจุบัน
- ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากแหล่งกำเนิด  
ยกตัวอย่างการนำมาใช้ในอุตสาหกรรมที่เด่นชัด                      ความเป็นไปได้ในการนำแนวทางการ  
ป้องกันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการปฏิบัติงาน

**ส่วนที่ 3 : กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร (10 นาที)**

- วิสัยทัศน์ของผู้บริหารด้านสิ่งแวดล้อม                      ความจำเป็นในการจัดการสิ่งแวดล้อม  
การให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กร
- ความหมายของกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมเชิงรุกและเชิงรับในวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร
- การพิจารณาว่ากลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมในเชิงรุกหรือเชิงรับ
- การนำกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมรวมเข้าไว้กับแผนธุรกิจ
- การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต                      การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม  
การนำเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ ผลที่ได้จากการปรับปรุง
- จุดมุ่งหมายของการลงทุน จำนวนทรัพยากรที่องค์กรสนับสนุนสำหรับการจัดการสิ่งแวดล้อม
- การอบรมให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของพนักงาน การรับฟังความคิดเห็นของ  
พนักงานในระดับปฏิบัติการ
- กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมที่บริษัทจัดทำด้วยความสมัครใจ

#### ส่วนที่ 4 : การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร (10 นาที)

- ประวัติการจัดการสิ่งแวดล้อม
- มาตรฐานการรับรองที่ได้รับในปัจจุบัน ระยะเวลาในการจัดทำ
- โครงสร้างองค์กรด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ผู้บริหาร จำนวนที่มงานด้านสิ่งแวดล้อม
- ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่องค์กรสร้างขึ้น เช่น อากาศ น้ำ เสียง เป็นต้น
- การนำเอาเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อม
- ประสบการณ์หรือปัญหาวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อมที่เคยประสบ การได้รับคำร้องเรียนจากชุมชน
- ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความร่วมมือและการประสานงานกับพนักงานในองค์กร
- ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การประหยัดต้นทุน ภาพพจน์ขององค์กร

#### ส่วนที่ 5 : ปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร (25 นาที)

##### ปัจจัยด้านกฎระเบียบ

##### กฎหมายไทย

- กฎหมายที่เกี่ยวข้องทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อองค์กร หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อกฎหมายสิ่งแวดล้อมของไทย เช่น การเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ความเหมาะสม ความเข้มงวด ความชัดเจน ความแน่นอน การให้การสนับสนุน การบังคับใช้
- ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น ความร่วมมือ การรับฟังความคิดเห็น ความชัดเจนในการสื่อสาร
- ความสามารถในการปฏิบัติตามกฎหมายขององค์กร
- การติดตามข้อมูลข่าวสารทางด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อกฎหมายในอนาคต เช่น การประเมินถึงความเข้มงวดของกฎหมายในอนาคต

##### กฎหมายสากล

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อกฎหมายของสากลโดยภาพรวม
- ผลกระทบต่อองค์กรได้รับจากกฎระเบียบในระดับสากล
- ความสามารถในการปฏิบัติตามกฎหมายขององค์กร
- การติดตามข้อมูลข่าวสารทางด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร
- มาตรฐานสากล เช่น ISO14000, BS7750

### ปัจจัยทางด้านตลาด

- ความคิดเห็นที่มีต่อโอกาสทางการตลาดสีเขียวสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ เช่น มูลค่าตลาด อัตราการเติบโต ความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาตลาดสีเขียวสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์
- แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัท
- การให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค
- การแข่งขันในปัจจุบันและแนวโน้มการแข่งขันทางด้านสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมยานยนต์

### ปัจจัยทางด้านแรงกดดันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

- กลุ่มของผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัทที่เป็นผู้สร้างแรงกดดันทางด้านสิ่งแวดล้อม วิธีการที่สร้างแรงกดดันให้องค์กร วิธีการที่จัดการอย่างไรในการแก้ปัญหาขององค์กร
- แนวโน้มในของความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัทในอนาคต
- ความสัมพันธ์ขององค์กรผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัทแต่ละฝ่าย
- การมีส่วนร่วมผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัทแต่ละฝ่ายในการวางแผนการจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร

### ส่วนที่ 6 : แผนงานในอนาคต (5 นาที)

- ทิศทางการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กรในอนาคต



## ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัทที่ 1

### วิสัยทัศน์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในประเทศไทย

โดยภาพรวมมีความเห็นว่าบริษัทในเมืองไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตอะไหล่ และเป็นผู้ประกอบการรายย่อยเท่านั้น ประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตตัวเครื่องยนต์เองได้ จึงมีความคิดเห็นว่าบริษัทในเมืองไทยมีบทบาทน้อยในเรื่องเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดว่าเรื่องของสิ่งแวดล้อมที่นานาประเทศพูดกันนั้นส่วนหนึ่งนั้นเป็นเรื่องของการกีดกันทางการค้า

### กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท

บริษัทมีกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมอยู่ระหว่างเชิงรับกับเชิงรุก กล่าวคือ บริษัทมีความมุ่งมั่นในการจัดการเรื่องของสิ่งแวดล้อมตามที่กฎหมายกำหนดและตามที่ลูกค้าของบริษัทร้องขอ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันบริษัทยังไม่ได้มีนโยบายที่จะเป็นผู้นำในด้านสิ่งแวดล้อม และยังไม่ได้มีการนำเรื่องของสิ่งแวดล้อมรวมไว้กับเป้าหมายทางธุรกิจ บริษัทพิจารณาว่าการสิ่งแวดล้อมในเชิงรุกสำหรับผู้ประกอบการไทยอาจจะทำได้ยากทั้งนี้เพราะว่าเป็นผู้ประกอบการรายย่อยจึงไม่สามารถออกแบบเครื่องยนต์เองได้

### การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

ในการดำเนินงานเพื่อขอรับการรับรองมาตรฐาน ISO 14000 ทางบริษัทได้มีการจัดตั้งทีมงานโดยแยกตามปัญหาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กลุ่มจัดการขยะ กลุ่มภาวะทางอากาศ กลุ่มภาวะทางน้ำ กลุ่มการใช้ทรัพยากรและพลังงาน กลุ่มสุขภาพและความปลอดภัย กลุ่มสารเคมี และกลุ่มสนับสนุน และมีทีมงานบริหารสิ่งแวดล้อมเป็นผู้ดูแล บริษัทใช้เวลาทั้งสิ้น 15 เดือนในการดำเนินงานและได้รับการรับรอง ISO 14000 เมื่อ พ.ศ. 2545 โดย BVQI โดยมาตรฐานที่บริษัทได้รับการรับรองได้แก่ ISO 9001, ISO9002, ISO14001 และ QS9000

ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ได้แก่ กากของเสีย น้ำเสีย อากาศ เสียงรบกวน และการรั่วไหลของสารเคมี บริษัทพิจารณาว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นบริษัทสามารถจัดการได้แต่จะมีปัญหาในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่สูง ยกตัวอย่าง เช่น เรื่องระบบกรองอากาศซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก บริษัทพยายามที่จะลดมลภาวะด้านอากาศโดยการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต เช่น ใช้ระบบพ่นน้ำในกระบวนการพ่นสีรถยนต์เพื่อช่วยลดมลพิษด้านอากาศ

บริษัทได้มีการเปลี่ยนกระบวนการผลิตเพื่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ได้เปลี่ยนการขัดสี จากวิธีการขัดแห้งเป็นขัดน้ำทำให้เกิดมลภาวะทางอากาศน้อยลง และน้ำเสียที่เกิดขึ้นก็สามารถเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียที่มีอยู่ ในการทำ ISO14000 ทำให้ระบบน้ำเสียต้องทำงานเยอะ

จึงเป็นเหตุทำให้ต้องเปลี่ยนวัตถุดิบเพื่อให้เกิดของเสียน้อยลง บริษัทได้เปลี่ยนชนิดของวัสดุสิ้นเปลืองให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น สารเคมี ชนิดของสี น้ำยาทำความสะอาด

บริษัทได้จัดให้มีการจัดกิจกรรมสัปดาห์ด้านสิ่งแวดล้อม มีการให้พนักงานตอบคำถามปัญหาสิ่งแวดล้อมจาก มีโครงการประจำเดือน เช่น โครงการขยะมีค่า ให้พนักงานเก็บขยะจากพื้นที่ส่วนกลางนำมาแลกของรางวัล เป็นต้น

### ปัจจัยด้านกฎระเบียบ

บริษัทพิจารณาว่ากฎหมายเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดที่ทำให้องค์กรหันมาจัดการด้านสิ่งแวดล้อมบริษัท มุ่งที่จะจัดการสิ่งแวดล้อมตามที่กฎหมายกำหนด โดยทางบริษัทมีฝ่ายกฎหมายที่คอยติดตามดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะ

พิจารณาว่ากฎหมายต่างประเทศเป็นตัวผลักดันกฎหมายไทย และกฎหมายไทยบางฉบับก็มีต้นแบบมาจากต่างประเทศ เช่น กระแสที่จะมีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานจาก Euro 2 เป็น Euro 3 ซึ่งควรพิจารณาความเหมาะสมสำหรับการนำมาประยุกต์ด้วย อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานนั้นบริษัทไม่ได้มีผลกระทบโดยตรงจากกฎหมายต่างประเทศเท่าใดนัก

### ปัจจัยทางด้านตลาด

สำหรับตลาดในปัจจุบันผู้บริโภคยังคงคำนึงถึงเรื่องของเศรษฐกิจเป็นหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ มีลูกค้าจำนวนน้อยมากที่ยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มมากขึ้นเพื่อซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับตลาดสีเขียวของอุตสาหกรรมยานยนต์อาจจะเป็นไปได้บ้างแต่ยังคงต้องใช้เวลาอีกนาน จะต้องมีการปลูกจิตสำนึกให้แก่ฝั่งเยาวชนและสร้างความรู้จักให้แก่ผู้บริโภคกันอีกมาก อย่างไรก็ตามถ้าผู้บริโภคมีความสนใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมจริงๆ บริษัทต่างๆ ก็คงจะต้องปรับเปลี่ยนนโยบายเช่นกัน

การแข่งขันในอนาคต ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ๆ ของโลกก็จะหันมาใช้ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมในการแข่งขันกันมากขึ้น และบริษัทในเมืองไทยก็คงจะปรับตัวตามให้ทันความต้องการของลูกค้าเหล่านี้ บริษัทข้ามชาติมีความสำคัญมากในการทำให้บริษัทมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น ทั้งนี้เพราะบริษัทเหล่านี้มีมาตรฐานที่สูงอยู่แล้วและมีความต้องการให้บริษัทผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO14000

### ปัจจัยทางด้านแรงกดดันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

ผู้บริหารระดับสูงมีความสำคัญมากที่สุดในการจะผลักดันให้องค์กรมีกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมเป็นไปในทิศทางใด อย่างไรก็ตามก็ผู้ที่มีส่วนได้เสียอื่นๆ เช่น พนักงาน ก็มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้การจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กรเป็นไปได้อย่างประสบความสำเร็จและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเมื่อบริษัทมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีแล้วก็จะทำให้เกิดประโยชน์มากมายเช่น พนักงานมีสุขภาพที่ดีขึ้น สภาพแวดล้อมการทำงานดีขึ้น ต้นทุนการดำเนินงานลดลง การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีขยะของเสียน้อยลง ข้อร้องเรียนจากชุมชนรอบข้างลดลง ภาพพจน์ดีขึ้น

### สรุป

ภาพรวมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยเป็นผู้ประกอบรถยนต์หรือผู้ผลิตชิ้นส่วนเท่านั้น ประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตเครื่องยนต์ได้เอง ดังนั้นจึงทำให้ผู้ประกอบการในไทยยังมีบทบาทที่จำกัดในแง่ของการที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพราะส่วนใหญ่รถยนต์จะถูกออกแบบโดยบริษัทใหญ่ๆ ที่เป็นบริษัทข้ามชาติ

แรงกดดันที่สำคัญในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรนั้นปัจจัยที่สำคัญที่สุดได้แก่ กฎหมาย ตามมาด้วยบริษัทลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งเป็นบริษัทที่มีมาตรฐานที่สูง ทำให้บริษัทในเมืองไทยถูกผลักดันในเรื่องนี้ตามไปด้วย ส่วนผู้บริโภคยังไม่ีบทบาทในเรื่องการมีส่วนผลักดันในเรื่องสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมยานยนต์

แนวโน้มในอนาคตบริษัทผลิตรถยนต์ข้ามชาติจะให้ความสนใจกับเรื่องสิ่งแวดล้อมและมีแนวโน้มว่าจะนำมาเป็นจุดขายมากขึ้น ทั้งนี้เพราะก็ได้รับแรงกดดันมาจากกฎระเบียบที่ประชุมกันในระดับนานาชาติประเทศนั่นเอง

## ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัทที่ 2

### กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท

บริษัทพิจารณาว่ากลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ยังมีคู่แข่งบางรายที่ทำได้ดีกว่า แต่ก็ยังมีคู่แข่งบางรายที่ยังมีการดำเนินงานทางด้านสิ่งแวดล้อมไม่ดีเท่ากับบริษัท สำหรับการจัดการสิ่งแวดล้อมทางบริษัทมีทีมงานที่รับผิดชอบทางด้านสิ่งแวดล้อมโดยตรง และมีบริษัทแม่ที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้กำหนดนโยบายในการจัดการ

บริษัทพิจารณาว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และไม่ได้รวมเอากลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมเข้าไว้กับกลยุทธ์ของธุรกิจ ทั้งนี้เพราะว่าเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับบริษัทแม่ทางประเทศญี่ปุ่น ทางสาขาในเมืองไทยมีการปรับปรุงเพียงเล็กน้อย

### การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

บริษัทมีความสัมพันธ์ราบรื่นกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ บริษัทจะได้รับความร่วมมือดีในการประสานงาน มีการส่งข้อมูลมาให้ เชิญเจ้าหน้าที่ของบริษัทไปฟังอบรมและสัมมนา และนอกจากนี้ทางบริษัทยังได้รับการยกย่องเป็นโรงงานตัวอย่างอีกด้วย

ปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9000, ISO14001 และกำลังดำเนินการจัดทำมาตรฐาน 18000 สำหรับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมนั้นบริษัทมีโรงงานบำบัดน้ำเสียเป็นของตนเอง ส่วนขยะมีพิษจะให้บริษัทผู้ที่มีความชำนาญพิเศษเป็นผู้รับไปทำลาย

ในการดำเนินงานในช่วงแรกๆ เพื่อขอรับการรับรองมาตรฐานสากล จะมีปัญหาในเรื่องการจัดการเอกสารเพราะไม่เคยเขียนกระบวนการทำงานให้เป็นรายลักษณะอักษรมาก่อนจึงทำให้ใช้เวลานาน แต่ต่อมาเมื่อทำมาตรฐานอื่นๆ บริษัทจะมีประสบการณ์มากขึ้นสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว แต่ว่าจะมีปัญหาในการปฏิบัติตามของพนักงานมากกว่า และนอกจากนี้ยังมีปัญหาในด้านงบประมาณสำหรับโครงการใหญ่ เช่น เปลี่ยนวัตถุดิบ ทำให้ต้องเปลี่ยนเครื่องจักรซึ่งติดในเรื่องงบประมาณ

### ปัจจัยด้านกฎระเบียบ

เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่บริษัทจะต้องปฏิบัติให้ได้ตามที่กฎหมายกำหนดเพราะมิฉะนั้นก็จะต้องถูกระงับการดำเนินงาน และเนื่องจากบริษัทมีโรงงานขนาดใหญ่มีกำลังการผลิตเป็นจำนวนมากทำให้ส่งผลกระทบต่อมากกว่ากิจการขนาดเล็ก



สำหรับกฎระเบียบทางด้านสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ทางบริษัทพิจารณาว่ามีความชัดเจนและเข้มงวด เพียงแต่บทลงโทษบางอย่างอาจจะมีน้อยเกินไปและบังคับใช้อาจจะยังมีปัญหา  
กฎระเบียบในต่างประเทศนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัททั้งนี้เพราะไม่ได้ส่งสินค้าไปจัดจำหน่ายในกลุ่มประเทศยุโรป และเนื่องจากเป็นบริษัทข้ามชาติจึงมีบริษัทแม่คอยทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลทิศทางของข้อตกลงระหว่างประเทศอยู่แล้ว

### ปัจจัยทางด้านตลาด

คิดว่าตลาดสีเขียวสำหรับสินค้ารถยนต์เป็นไปได้ยากทั้งนี้เพราะลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้ารถยนต์ ส่วนใหญ่คนที่ตัดสินใจซื้อรถจะพิจารณาเรื่องของเครื่องยนต์

โอกาสในการพัฒนาสินค้าให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำได้ยาก เพราะการออกแบบขึ้นอยู่กับบริษัทแม่ในญี่ปุ่น และการเปลี่ยนแปลงตัวผลิตภัณฑ์ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงมาก เช่น จะเปลี่ยนเครื่องกรองอากาศรถยนต์ก็จะต้องเพิ่มความแรงของเครื่องยนต์อีกทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามอาจจะมีโอกาสทำได้บ้างถ้าผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก อาจจะดำเนินการในรูปแบบของป้ายฉลากที่บอกถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ฉลากเขียว เป็นต้น

### ปัจจัยทางด้านแรงกดดันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

ผู้บริหารระดับสูงมีส่วนสำคัญอย่างมากในความสำเร็จในการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท ไม่ว่าจะเรื่องของการของสนับสนุนทางด้านทรัพยากรและการผลักดันทางด้านนโยบาย

สำหรับบริษัทลูกค้าเริ่มมีบทบาทที่สำคัญมากขึ้นในการที่จะผลักดันให้บริษัทมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เพราะในปัจจุบันมีบริษัทลูกค้าหลายรายที่มีการพิจารณาเกณฑ์เรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ส่วนชุมชนรอบข้างและพนักงานยังไม่ค่อยมีส่วนผลักดันกันมากเท่าไรนัก ส่วนใหญ่พนักงานยังสนใจเรื่องสวัสดิการมากกว่า

### สรุป

แรงกดดันที่มีผลมากที่สุดคือเรื่องกฎหมายในประเทศ และผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันเรื่องของการจัดการสิ่งแวดล้อม เรื่องกลยุทธ์สิ่งแวดล้อม ยังไม่ได้อยู่รวมอยู่ในกลยุทธ์รวมของบริษัททั้งนี้เพราะพิจารณาว่าเป็นได้ยากสำหรับสินค้ารถยนต์ และบริษัทมองไม่เห็นว่าการลงทุนได้สิ่งแวดล้อมจะสามารถคุ้มทุนได้อย่างไร

### ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัทที่ 3

#### วิสัยทัศน์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในประเทศไทย

โดยภาพรวมคิดว่าผู้ประกอบการครึ่งหนึ่งที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม แต่มีอีกส่วนหนึ่งที่ยังไม่ได้ใส่ใจดูแลเท่าที่ควรกล่าวคือโรงงานบางแห่งไม่ได้มีการควบคุมที่ดี เช่น โรงงานที่ตั้งอยู่นอกนิคมอุตสาหกรรมจะมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่เหมาะสม เช่น น้ำเสียที่เกิดขึ้นก็จะไม่ได้รับการบำบัดแต่จะถูกปล่อยลงแหล่งน้ำเลย

สำหรับบริษัทที่อยู่ในนิคมนั้นจะมีการนิคมแห่งประเทศไทยหรือเจ้าของนิคมที่จะทำการตรวจสอบมาตรฐานอยู่ตลอดเวลา และจะมีการควบคุมของเสียที่ออกไปทั้งหมด ทุกอย่างจะต้องมีใบอนุญาตตามกฎหมาย โดยส่วนใหญ่บริษัทที่อยู่ในนิคมจะเป็นผู้จัดการกับของเสียที่เกิดขึ้นเอง ทั้งนี้เพราะว่าของเสียที่ออกมาจากแต่ละโรงงานนั้นจะไม่เหมือนกัน ดังนั้นการที่บริษัทจัดการเองจึงทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายและได้มาตรฐานมากกว่า สำหรับกรณีที่บริษัทไม่สามารถจัดการได้เองทางนิคมก็จะเข้ามาช่วยจัดการให้แต่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายที่แพงมาก

#### กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท

มีความคิดเห็นว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมในเชิงรับและเชิงรุกมีความแตกต่างกัน สำหรับกลยุทธ์ในเชิงรับจะเป็นการแก้ปัญหาเมื่อปัญหาได้เกิดขึ้นแล้วจึงค่อยทำการปรุงแก้ไข ซึ่งตรงข้ามกับเชิงรุก คือ จะเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นหรือหาแนวทางที่จะทำปัญหาใหญ่กลายเป็นเรื่องที่ เล็กกลง

บริษัทมีกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นเชิงรุกและเป็นผู้นำทางด้านจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพราะมีบริษัทแม่ที่คอยตรวจสอบตลอดเวลาและมีการกระตุ้นให้เรามีกิจกรรมที่มากขึ้นและเข้มข้นขึ้นอยู่ตลอดเวลา มีการตั้งเป้าหมายที่สูงขึ้นอยู่ตลอดเวลา บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ ปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งในเรื่องของคุณภาพและเรื่องของสิ่งแวดล้อม เช่น ISO 14000, ISO 9002, QS 9000 เป็นต้น

บริษัทพิจารณาว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยมีความสำคัญพอๆ กับคุณภาพของสินค้าที่ผลิตออกไป เพราะถ้าบริษัทมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ไม่ดีจะทำให้เกิดผลกระทบต่อบริษัทกล่าวคือบริษัทอาจได้รับการต่อต้านจากชุมชน หรือลูกค้าในกลุ่มต่างประเทศ เช่น ยุโรป ออสเตรเลีย ก็จะมีปฏิเสธไม่ซื้อสินค้าของบริษัท

นอกจากนี้บริษัทได้มีการนำเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้ามาพิจารณาในการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการสรรหาวัตถุดิบที่ใช้ เช่น มีการเปลี่ยนจากการใช้สารตะกั่วเป็นสารอื่นทดแทนในการผสมสีรถยนต์ และนอกจากนี้ยังมีการนำ Green Engine เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตมากขึ้น

ทางบริษัทมีนโยบายที่จะให้ซัพพลายเออร์ของบริษัททั้งหมดจะต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14000 ทั้งนี้เพราะชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบรถยนต์มีความสำคัญต่อกระบวนการผลิต เพราะถ้าเราใช้ชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบที่มีการผลิตที่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมแล้ว ก็เท่ากับว่าบริษัทจะต้องแบกรับความเสี่ยงไปด้วยยกตัวอย่างเช่น ถ้าโรงงานที่ผลิตชิ้นส่วนให้บริษัทจัดการสิ่งแวดล้อมไม่ดีก่อให้เกิดมลพิษจนชุมชนใกล้เคียงร้องเรียนจนโรงงานนั้นต้องปิดโรงงาน ทางบริษัทก็จะได้รับผลกระทบในการดำเนินงานไปด้วย เพราะฉะนั้นบริษัทจึงมีนโยบายควบคุมทั้งคุณภาพสินค้าและการจัดการสิ่งแวดล้อมของซัพพลายเออร์ของบริษัท

### ปัจจัยด้านกฎระเบียบ

บริษัทพิจารณาว่ากฎหมายมีความสำคัญ และเป็นความจำเป็นพื้นฐานที่บริษัทจะต้องปฏิบัติตามให้ได้ เพราะถ้าบริษัทไม่ปฏิบัติตามกฎหมายผลที่ตามมาคือจะต้องปิดโรงงานอย่างแน่นอน

โดยภาพรวมแล้วมีความคิดเห็นว่ามีมาตรฐานในการจัดการสิ่งแวดล้อมที่กฎหมายกำหนดยังไม่ค่อยเข้มงวดนัก บริษัทของเราสามารถจัดการกับของเสียที่เกิดขึ้นได้ดีกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ และนอกจากนี้บริษัทก็มีนโยบายที่จะรักษาคุณภาพการจัดการของเสียให้มีค่าดีกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้มากๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด

คิดว่ามาตรฐานที่กฎหมายกำหนดไว้นั้น บริษัทใหญ่ๆ จะไม่มีปัญหาในการดำเนินงาน แต่ถ้าเป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กอาจจะมีข้อจำกัดทางด้านองค์ความรู้หรือเทคโนโลยีในการจัดการรวมไปถึงงบประมาณที่จะใช้ในการจัดการสิ่งแวดล้อม

## ปัจจัยทางด้านตลาด

ปัจจุบันบริษัทมีกำลังการผลิตรถยนต์ประมาณ 100,000 คันต่อปี และผลิตชิ้นส่วน CKD ประมาณ 35,000 หน่วยต่อปี มีการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนทางการตลาดคือ ส่งออกประมาณ 70% และจำหน่ายในประเทศประมาณ 30% สำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญของบริษัทได้แก่ ออสเตรเลีย ยุโรป

สำหรับเรื่องแรงผลักดันจากผู้บริโภคในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นขึ้นอยู่กับตลาดหรือคุณภาพของประชากร กล่าวคือความค้ำของของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามความเจริญและมาตรฐานการครองชีพของแต่ละทวีป โดยลูกค้าในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาจะให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าลูกค้ากลุ่มนี้จะสนใจในเรื่องของรูปแบบของรถยนต์ ซึ่งแตกต่างกับลูกค้าในกลุ่มประเทศในยุโรปซึ่งจะให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมมากกว่า

บริษัทพิจารณาว่าเรื่องของสิ่งแวดล้อมเป็นโอกาสทางการตลาด และพิจารณาว่าการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อมไม่เป็นการระงับการดำเนินงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทเป็นผู้ประกอบการใหญ่การลงทุนในเรื่องสิ่งแวดล้อมจึงไม่ถือเป็นภาระมากนักเมื่อเทียบกับกิจการขนาดเล็ก ทั้งนี้เนื่องมาจากขนาดของกำลังการผลิตที่แตกต่างกันทำให้อัตราการเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการจัดการสิ่งแวดล้อมมีแตกต่างกันระหว่างบริษัทขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

อย่างไรก็ตามคิดว่าบริษัทรายย่อยหลายๆ บริษัทก็อาจจะมองเห็นโอกาสทางการตลาดที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อม เพียงแต่โอกาสและความสามารถที่จะทำนั้นค่อนข้างยากทั้งนี้เพราะต้องลงทุนสูง

### ปัจจัยทางด้านแรงกดดันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

โดยภาพรวมผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัททุกฝ่ายมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงมีความสำคัญต่อการผลักดันให้เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เพราะถ้าผู้บริหารระดับสูงให้การสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นเรื่องกำหนดวิสัยทัศน์ตลอดจนการสนับสนุนในเรื่องของทรัพยากรต่างๆ การสรรหาบุคลากรที่จะมาดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ก็จะทำให้การดำเนินงานและการประสานงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น

นอกจากนี้เนื่องจากบริษัทเป็นบริษัทข้ามชาติดังนั้นทางบริษัทแม่จึงมีอิทธิพลอย่างมากในกำหนดนโยบายและควบคุมการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทให้ได้ตามมาตรฐานที่ระบุ บริษัทแม่ก็จะเป็นผู้ที่คอยกระตุ้นให้บริษัทมีการจัดการที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยทางบริษัทในเครือทั้งหมดทั่วแปซิฟิกจะต้องมีการนำเสนอรายงานด้านสิ่งแวดล้อมของแต่ละประเทศว่าแต่ละโรงงานมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีแค่ไหนอย่างไร

พนักงานภายในองค์กรก็มีความสำคัญอย่างมากในเรื่องของการให้ข้อมูลและความร่วมมือในการดำเนินงาน

### สรุป

บริษัทพิจารณาว่าตนเองมีกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมในเชิงรุก กล่าวคือบริษัทให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมและมีความพยายามที่จะปรับปรุงการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทเป็นบริษัทข้ามชาติจึงมีบริษัทแม่จากต่างประเทศคอยให้การสนับสนุนและควบคุมดูแลอยู่ตลอดเวลา

บริษัทพิจารณาว่ากฎหมายมีความสำคัญและเป็นความจำเป็นพื้นฐานที่บริษัทจะต้องปฏิบัติตามให้ได้ และนอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงในองค์กรมีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะช่วยผลักดันเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมให้ประสบความสำเร็จ

บริษัทพิจารณาและให้ความสำคัญถึงแรงกดดันที่มาจากตลาดทั้งนี้เป็นเพราะบริษัทเป็นผู้ผลิตและส่งออกรถยนต์รายใหญ่ซึ่งตลาดส่วนใหญ่ก็อยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งประเทศเหล่านี้มีมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีจึงทำให้บริษัทต้องปรับตัวตามไปด้วย

#### ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัทที่ 4

บริษัทเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกไส้กรองอากาศรถยนต์ บริษัทเป็นกิจการขนาดย่อม มีกำลังการผลิตประมาณ 20,000 ชิ้นต่อเดือน มีพนักงานจำนวน 20 คน มีโรงงาน 2 แห่ง โดยแยกเป็นโรงงานผลิตไส้กรองอากาศและโรงงานผลิตชิ้นส่วนไส้กรอง สินค้าของบริษัทเป็นชนิดพิเศษคือเป็นไส้กรองเปลี่ยนคือไม่ได้ผลิตจากกระดาษแต่จะใช้วัสดุที่เป็นผ้าทำให้สามารถล้างและนำกลับมาใช้ใหม่ได้

#### กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท

บริษัทมีกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมในเชิงรับ บริษัทที่มีความพอใจที่ได้รับการประเมินจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและมีนโยบายที่จะรักษาระดับการจัดการไว้ในระดับเดิมเท่านั้น ไม่ได้พิจารณาที่จะนำเรื่องของสิ่งแวดล้อมรวมเข้าไว้กับแผนธุรกิจแต่อย่างใด และไม่ได้มีแบบแผนในการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน

#### การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมหนัก ดังนั้นในกระบวนการผลิตจึงไม่ก่อให้เกิดมลพิษแต่อย่างใด สำหรับของเสียที่ออกจากโรงงานก็ได้แก่ ขยะซึ่งไม่มีพิษประมาณ 100 กิโลกรัมต่อวัน โดยจะให้เทศบาลเป็นผู้ดูแลเท่านั้น ไม่ได้มีระบบจัดการเป็นพิเศษ

สำหรับขั้นตอนการซัพหรือเคลือบสี บริษัทก็จะใช้วิธีการว่าจ้างให้บริษัทภายนอกเป็นผู้ดำเนินการ โดยที่บริษัทไม่มีนโยบายที่จะควบคุมการจัดการสิ่งแวดล้อมของซัพพลายเออร์แต่อย่างใด ทั้งนี้เพราะเชื่อว่าแต่ละบริษัทก็มีขั้นตอนการจัดการเป็นของตนเอง

บริษัทมีระบบจัดการความปลอดภัยของพนักงานในการทำงาน โดยจะมีการเตรียมอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยให้แก่พนักงาน เช่นในขั้นตอนการเชื่อมก็จะมี หน้ากาก ถุงมือ เสื้อผ้าที่เหมาะสมในการทำงานเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการทำงาน และนอกจากนี้บริษัทจะเน้นการทำงานในที่โล่งเพื่อการระบายอากาศที่ดี สำหรับกรณีที่อยู่ในมุมอับก็จะมีระบบระบายอากาศให้เพื่อสภาพแวดล้อมในการทำงานดีให้แก่พนักงาน

ปัจจุบันบริษัทไม่ได้มีผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ได้มีการจัดบันทึกข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม และยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็ก อย่างไรก็ตามบริษัทก็มีนโยบายที่จะทำสิ่งเหล่านี้ในอนาคตถ้ากิจการเติบโตมากยิ่งขึ้น

## ปัจจัยด้านกฎระเบียบ

บริษัทได้รับการตรวจจากสาธารณสุข โดยการจัดส่งเจ้าหน้าที่มาทำการประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงานโดยเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้ง ซึ่งบริษัทก็ไม่เคยได้รับข้อตำหนิต่ออย่างใด บริษัทไม่เคยได้รับข้อร้องเรียนหรือคำเตือนจากเจ้าหน้าที่ของรัฐจึงทำให้บริษัทไม่ทราบว่าได้ทำการละเมิดของกฎหมายทางสิ่งแวดล้อมหรือไม่

ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีการจัดส่งสินค้าไปจำหน่ายในประเทศที่พัฒนา แต่ก็ไม่ประสบกับปัญหาทางด้านกฎระเบียบทางด้านสิ่งแวดล้อมมากนักทั้งนี้เนื่องจากสินค้าของบริษัทไม่ได้เป็นสินค้าที่มีส่วนประกอบของสารเคมีที่เป็นอันตรายและเนื่องจากสินค้าที่บริษัทผลิตเป็นสินค้าที่มีมานานและมีต้นกำเนิดมาจากประเทศอเมริกาอยู่แล้ว

## ปัจจัยทางด้านตลาด

บริษัทมีการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยมีอัตราส่วนในการจัดจำหน่ายในประเทศ 20% และต่างประเทศ 80% โดยมีตลาดหลักอยู่ที่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น บริษัทไม่ได้รับแรงกดดันจากตลาดเพราะไม่มีลูกค้ารายใดที่เรียกร้องให้บริษัทมีการจัดการสิ่งแวดล้อม

กลุ่มลูกค้าจากต่างประเทศบางรายก็จะมาเยี่ยมชมโรงงานเพื่อให้แน่ใจถึง คุณภาพในการผลิตสินค้า โดยที่ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวก็จะมีการประเมินในเรื่องของสิ่งแวดล้อมในภาพรวมไปด้วย แต่บริษัทยังไม่เคยได้รับการประเมินในอย่างจริงจัง เช่น การส่งแบบสอบถามมาให้กรอกข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันตลาดของได้กรองรถยนต์ยังไม่ได้แข่งขันกันในเรื่องสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพและราคา แต่ถ้าตลาดสนใจในเรื่องนี้ทางบริษัทก็พร้อมที่จะแข่งขัน

## ปัจจัยทางด้านแรงกดดันจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

คิดว่าผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัทมีความแต่ละฝ่ายนั้นมีความสัมพันธ์พอๆ กันสำหรับพนักงานก็จะเรียกร้องในเรื่องความพอใจในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความปลอดภัย สำหรับปัจจัยหรือแรงกดดันจากภายนอกนั้นมีผลกระทบต่อบริษัทน้อยมาก

## สรุป

บริษัทมีกลยุทธ์การจัดการในเชิงรับ ยังไม่ได้มีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน เนื่องจากในปัจจุบันบริษัทไม่ได้รับแรงกดดันหรือมีแรงจูงใจที่จะทำให้หันมาสนใจปรับปรุงการจัดการสิ่งแวดล้อม สำหรับภาพรวมนั้นบริษัทมีระบบเพื่อป้องกันความปลอดภัยในการทำงานให้แก่พนักงานในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามบริษัทก็มีความเปิดกว้างที่จะรับข้อมูลใหม่ๆ และบริษัทมองเห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณในการจัดการสิ่งแวดล้อม

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอัจฉรา โชติวัฒนากุลชัย เกิดเมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2516 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อปีการศึกษา 2538 และเข้าศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2544