

ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

นางสาวอัจฉรา โชติวัฒนากุลชัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-3992-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 21370837

พ.ศ. 2548

FACTORS AFFECTING ENVIRONMENTAL STRATEGY OF AUTOMOBILE MANUFACTURERS IN THAILAND

Miss Achara Chodwatanakunchai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration in Business Administration

Faculty of Commerce and Accountancy

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-3992-3



อัจฉรา โชติวัฒนากุลชัย : ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย (FACTORS AFFECTING ENVIRONMENTAL STRATEGY OF AUTOMOBILE MANUFACTURERS IN THAILAND) อ. ที่ปรึกษา: รศ. ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย; 130 หน้า. ISBN 974-17-3992-3

การดำเนินงานของธุรกิจและอุตสาหกรรมเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจใช้จะเป็นที่ตัวกำหนดถึงทิศทางในการจัดการสิ่งแวดล้อมที่สำคัญขององค์กร ในปัจจุบันมีแนวคิดว่าการจัดการสิ่งแวดล้อมเหล่านี้มีความหลากหลายเริ่มจากกลยุทธ์ในเชิงรับ (Reactive Strategy) ซึ่งเป็นการดำเนินงานตามเท่าที่กฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น ไปจนถึงกลยุทธ์ในเชิงรุก (Proactive Strategy) คือการดำเนินงานที่มุ่งหวังความเป็นเลิศทางด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้โดยความเชื่อที่ว่าองค์กรจะได้ประโยชน์กลับคืนในรูปของการประหยัดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โอกาสทางธุรกิจและสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัย ด้านกฎระเบียบ(Regulatory Factors) ปัจจัยด้านตลาด (Market Factors) ปัจจัยด้านองค์กร (Organization Factors) และปัจจัยเกี่ยวกับแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท (Stakeholder Factors) ต่อกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัท (2) เพื่ออธิบายถึงการจัดการสิ่งแวดล้อมที่องค์กรปฏิบัติ และ (3) เพื่อรายงานถึงอุปสรรคในการจัดการสิ่งแวดล้อม ประชากรได้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ขนาดกลางและใหญ่ซึ่งมีเงินทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาทขึ้นไป การเก็บข้อมูลประกอบไปด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษานำร่อง และการสำรวจโดยแบบสอบถามทางไปรษณีย์จำนวน 377 บริษัท มีแบบสอบถามที่ถูกจัดส่งถึงมือผู้ให้สัมภาษณ์จำนวนทั้งสิ้น 359 บริษัท และมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาและสามารถนำมาใช้วิเคราะห์มีจำนวน 108 ชุด ซึ่งเป็นอัตราร้อยละ 30.08 สถิติที่ใช้สำหรับการวิจัยนี้ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation Coefficient

ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมค่อนข้างไปในเชิงรับโดยยังไม่มุ่งเน้นความเป็นเลิศทางด้านจัดการสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงความเข้มงวดของ กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในและต่างประเทศเป็นอย่างดี แต่ยังไม่สามารถเชื่อมโยงเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้ากับการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือไม่สามารถระบุโอกาสทางธุรกิจได้อย่างชัดเจน กลุ่มตัวอย่างตระหนักดีถึง แนวโน้มทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมว่าจะนำเรื่องสิ่งแวดล้อมมาเป็นประเด็นในการแข่งขัน แต่ก็ยังไม่เห็นความจำเป็นที่ตนจะต้องแข่งขันในเรื่องสิ่งแวดล้อม สำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ลูกค้า บริษัทแม่ หน่วยงานรัฐบาลต่างประเทศ หน่วยงานรัฐบาลไทย ชุมชน ฯลฯ อุปสรรคที่สำคัญในการจัดการสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจและการเงิน ความร่วมมือและการประสานงานภายในองค์กร และพนักงานขาดความรู้ความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการวิจัยครั้งนี้สนับสนุนสมมติฐาน ที่ว่ากลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงแรงกดดันจากข้อกำหนดท้องถิ่น กฎระเบียบระดับสากล การมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาด การมองเห็นถึงความจำเป็นในการแข่งขัน ความต้องการข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การรับรู้ถึงแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท ยกเว้นขนาดของบริษัทที่ไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับกลยุทธ์ การจัดการสิ่งแวดล้อมที่องค์กรปฏิบัติ

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
ปีการศึกษา 2546

ลายมือชื่อนิสิต ..... อัจฉรา โชติวัฒนากุลชัย .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... อัจฉรา จ.....

# # 4482509126 : MAJOR BUSINESS ADMINISTRATION

KEY WORD: ENVIRONMENTAL STRATEGY / ENVIRONMENTAL MANAGEMENT / COMPETITIVE ADVANTAGE

ACHARA CHODWATANAKUNCHAI: FACTORSAFFECTING ENVIRONMENTAL STRATEGY

OF AUTOMOBILE MANUFACTURERS IN THAILAND. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF.

ACHARA CHANDRACHAI, Ph.D. 130 pp. ISBN 974-17-3992-3

The current operations of business and industry appear to be the major factor that causes the environmental problems in Thailand. The corporate environmental strategy will direct the environmental management. There are various corporate environmental strategies, which include reactive strategy that is driven by legislation and proactive strategy that aims to excel in environmental responsiveness. The proactive approach promises the great benefits in term of cost reduction, an increase in work efficiency, business opportunities and competitive advantage.

The objectives of this research are (1) To study the effect of regulatory factors, market factors and organization factors on the corporate environmental strategy. (2) To explain the environmental management. (3) To study the barriers of the environmental management. The population is the medium-and large-sized automobile manufacturers with the registered capital at a minimum of 10 million bath. Data collection comprised EMR interviews, pilot study and mail survey. The standard questionnaire was sent to 377 companies and 359 of them received the questionnaire. There are 108 companies completed and sent back the questionnaires, which can be transferred to a response rate of 30.08%. Data analysis included descriptive statistics and inferential statistics - Pearson Correlation Coefficient.

The research findings indicate that the environmental strategy of the automobile manufacturers tend to be reactive strategy. It appears that they do not aim to excel in the environmental responsiveness. The sample is found to realize the stringency of regulatory but they cannot relate the environmental issue with their business. That is, they cannot clearly identify specific business opportunity. They appear to understand that the environmental issue will be involved in the business competition in the future but they do not see its necessary to participate in the environmental competition. The finding of the study reveals that the main stakeholders who influence the corporate environmental strategy are clients, parent company, governmental organizations in oversea, local government, and community, etc. The major barriers to the environmental management are economic and financial constraints, internal cooperation, and the lack of staff knowledge on environment, etc.

The results of this study are found to support the hypotheses. There are positive correlation between corporate environmental strategy and perception of local regulatory, international regulatory, identification of business opportunity and competitive requirements, desire for competitive advantage and the realization of stakeholder requirements. The only hypothesis that was not supported is that there is positive correlation between corporate environmental strategy and company size.

Field of study Business Administration

Academic year 2003

Student's signature.....

Advisor's signature.....

Achara C.

Achara h

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก อาจารย์ที่ปรึกษาควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จันทน์ฉาย ที่ได้กรุณาให้ความเอาใจใส่ให้คำแนะนำข้อคิดเห็น และได้ชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยอย่างสม่ำเสมอจนสำเร็จลุล่วง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรรณพ ดันละมัย ประธานสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาเป็นอย่างดียิ่งตลอดหลักสูตรการศึกษา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตาและขอกราบขอบพระคุณท่านคณะกรรมการควบคุมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ จินตนา บุญบงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัชพงศ์ ตังมณี และ อาจารย์ ดร. สมพร กมลศิริพิชัยพร ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาเป็นอย่างดียิ่งและได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณบริษัทต่างๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งในการทำวิทยานิพนธ์

ท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณแม่และพี่สาวที่ได้เป็นกำลังใจในการศึกษาเสมอมา ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่กรุณาอบรมสั่งสอนถ่ายทอดวิชาความรู้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งไม่ได้กล่าวนามไว้ในที่นี้ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ .....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 คำถามวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย .....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
2.1 อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย.....	7
2.2 กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม .....	9
2.2.1 ความหมาย.....	9
2.2.2 แนวคิด .....	9
2.2.3 แนวโน้มของกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม.....	12
2.2.4 เทคโนโลยีสะอาด .....	12
2.2.5 ปัจจัยที่ใช้ประเมินกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม .....	13
2.3 ปัจจัยทางด้านกฎระเบียบ .....	15
2.3.1 กฎระเบียบและกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม .....	15
2.3.2 แนวโน้มของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม .....	15
2.3.3 กฎระเบียบการจัดการสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน .....	16

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.4	ปัจจัยด้านตลาด.....	21
2.4.1	ผู้บริโภคนำที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม.....	21
2.4.2	ความจำเป็นในการแข่งขัน.....	21
2.5	ปัจจัยด้านองค์กร.....	22
2.5.1	แนวคิดเรื่อง Resource-Based View.....	22
2.5.2	การประยุกต์ทฤษฎี Resource-based View กับการจัดการสิ่งแวดล้อม.....	22
2.6	แรงกดดันจากผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัท.....	23
2.6.1	ลูกค้า.....	23
2.6.2	คู่ค้า.....	24
2.6.3	ชุมชน.....	24
2.6.4	พนักงาน.....	24
2.6.5	ผู้ลงทุนและผู้รับประกัน.....	24
2.6.6	สื่อและกลุ่มที่สร้างแรงกดดัน.....	25
2.7	สรุปปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ในการจัดการสิ่งแวดล้อม.....	25
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	28
3.1	ประชากร.....	28
3.2	ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	28
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
3.4	ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย.....	30
3.5	การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	31
3.6	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
3.7	การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3.8	สมมติฐานงานวิจัย.....	33
3.9	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	35
4.1 ข้อมูลการจัดส่งและการได้รับคืนแบบสอบถาม .....	35
4.2 ความลำเอียงจากการไม่ได้รับการตอบกลับ (Non-response Bias) .....	36
4.3 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง .....	39
4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม .....	42
4.5 ความแตกต่างระหว่างบริษัทที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานISO14001 และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO14001.....	49
4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม .....	52
4.7 การรับรู้ถึงแรงกดดันจากข้อกำหนดท้องถิ่น .....	59
4.8 การรับรู้ถึงแรงกดดันจากกฎระเบียบระดับสากล .....	62
4.9 การมองเห็นโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากเรื่องของสิ่งแวดล้อม .....	65
4.10 การมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาดที่เกิดจากการจัดการสิ่งแวดล้อม .....	69
4.11 การมองเห็นถึงความจำเป็นในการแข่งขัน.....	71
4.12 ความต้องการข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน .....	73
4.13 การรับรู้ถึงแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท .....	74
4.14 ความแตกต่างระหว่างบริษัทที่บริษัทแม่มีอิทธิพลต่อการจัดการ สิ่งแวดล้อมมากและน้อย .....	75
4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมและ ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม.....	80
4.16 การทดสอบสมมติฐาน .....	81
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ .....	84
5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล .....	84
5.1.1 การจัดการสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์.....	84
5.1.2 อุปสรรคในการจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์ .....	87
5.1.3 กลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม .....	88

## สารบัญ (ต่อ)

5.1.4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม.....	89
5.1.4.1 ปัจจัยด้านกฎระเบียบ .....	89
5.1.4.2 ปัจจัยด้านตลาด .....	90
5.1.4.3 ปัจจัยด้านองค์กร.....	91
5.1.4.4 ปัจจัยแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท .....	91
5.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกฎหมาย ปัจจัยทางด้านตลาด ปัจจัยทางด้านองค์กรและปัจจัยทางด้านแรงกดดันจากผู้มี ส่วนได้เสียกับบริษัทกับกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม.....	92
5.2 ข้อเสนอแนะ .....	96
5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย .....	98
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	98
รายการอ้างอิง.....	99
ภาคผนวก.....	102
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	130

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ (ปี 2539-2546) .....	8
2.2 แสดงปริมาณการผลิตรถยนต์ (ปี 2539-2546) .....	8
2.3 แสดงแนวคิดกลยุทธ์ในการจัดการสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ .....	10
3.1 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .....	32
4.1 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจัดส่งการได้รับคืนแบบสอบถามและอัตราการตอบกลับ .....	35
4.2 วิเคราะห์ความลำเอียงจากการไม่ได้รับการตอบกลับ (Non-response Bias).....	36
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุของกิจการ จำนวนพนักงาน และจำนวนเงินลงทุน .....	39
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม มูลค่ายอดขายในปี 2545ประเภทอุตสาหกรรม บริษัทผู้ลงทุน ตลาดที่จัดจำหน่ายประเทศที่ส่งสินค้าไปจัดจำหน่าย .....	40
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาสิ่งแวดล้อม .....	42
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม .....	43
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งแวดล้อมที่จะทำในอนาคต.....	45
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง.....	46
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ได้รับการรับรอง มาตรฐาน ISO14001 .....	46
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอุปสรรคในการจัดการสิ่งแวดล้อม .....	47
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการสิ่งแวดล้อม...48	48
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของบริษัทระหว่างกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานISO14001และได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO14001 .....	49
4.13 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา .....	52
4.14 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับการรับรอง ISO 14001 .....	56

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการรับรอง ISO 14001 .....	57
4.16 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้ถึงแรงกดดัน จากข้อกำหนดยี่ห้อ.....	59
4.17 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้ถึงแรงกดดัน จากกฎระเบียบระดับสากล .....	62
4.18 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการมองเห็นโอกาสทาง ธุรกิจที่เกิดขึ้นจากเรื่องของสิ่งแวดล้อม.....	65
4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากเรื่อง ของสิ่งแวดล้อม .....	66
4.20 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการพิจารณาว่าเรื่องของ สิ่งแวดล้อมเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ.....	67
4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อุปสรรคทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจาก เรื่องของสิ่งแวดล้อม .....	68
4.22 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การมองเห็นถึงโอกาสทาง การตลาดที่เกิดจากการจัดการสิ่งแวดล้อม .....	69
4.23 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การมองเห็นถึง ความจำเป็นในการแข่งขัน .....	71
4.24 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความต้องการซื้อได้เปรียบ ทางการแข่งขัน.....	73
4.25 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการรับรู้ถึงแรงกดดันจาก ผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท.....	74
4.26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอิทธิพลจากบริษัทแม่/น้อยและกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับ อิทธิพลจากบริษัทมากในการจัดการสิ่งแวดล้อม.....	75

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.27 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมาสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวว่าบริษัทแม่มีอิทธิพลน้อยต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม ...	77
4.28 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อมในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวว่าบริษัทแม่มีอิทธิพลมากต่อการจัดการสิ่งแวดล้อม ..	78
4.29 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการ สิ่งแวดล้อมกับปัจจัยทางด้านกฎหมาย ปัจจัยทางด้านตลาด ปัจจัยทางด้านองค์กร และปัจจัยทางด้านแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท .....	80
4.30 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การจัดการสิ่งแวดล้อม.....	81

## สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 Road Map – ISO 14000 .....	18
2.2 แสดงถึงแรงกดดันจากผู้ที่มีส่วนได้เสียกับบริษัทและประสิทธิผลการจัดการสิ่งแวดล้อม ..	23
2.3 กรอบแนวคิด .....	27