

การจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม  
Green Management on Marketing Performance of Organic Rice  
Community Enterprise in Maha Sarakham Province

ณัฐภา เดชานุเบกษา<sup>1</sup> กุณทีรา อาษาศรี<sup>2</sup> วุฒิพล ฉัตรจรัสกุล<sup>3</sup> นาวา มาสวนจิก<sup>4</sup>  
และอมร โททำ<sup>5</sup>

Natapasa Dechanubeksa<sup>1</sup>, Kunteera Arsasri<sup>2</sup>, Vuttpol Chatjaraskul<sup>3</sup>,  
Nava Masaunjik<sup>4</sup> and Amon Thotham<sup>5</sup>

Received : July 20, 2020; Revised : August 19, 2020; Accepted : August 20, 2020

### บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการจัดการสีเขียวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม และ 3) เพื่อทดสอบการจัดการสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 169 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์

---

<sup>1</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand; e-mail : phimonwan\_d@hotmail.com

<sup>2</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand; e-mail : kunteera135@gmail.com

<sup>3</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand; e-mail : vuttipol@hotmail.com

<sup>4</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand; e-mail : navallou@hotmail.com

<sup>5</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand; e-mail : thotham\_am@hotmail.com

การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการจัดการสีเขียวโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบสีเขียว ด้านการผลิตสีเขียว ด้านการจัดซื้อสีเขียว และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว อยู่ในระดับมาก 2) ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านความพึงพอใจของลูกค้า และด้านส่วนแบ่งทางการตลาด อยู่ในระดับมาก และ 3) การจัดการสีเขียว ประกอบด้วย ด้านการออกแบบสีเขียว ด้านการผลิตสีเขียว ด้านการจัดซื้อสีเขียว และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

**คำสำคัญ (Keywords) :** การจัดการสีเขียว, ผลการดำเนินงานทางการตลาด, วิสาหกิจข้าวอินทรีย์

## Abstract

The purposes of this research were: 1) to study green management of organic rice community enterprise in Maha Sarakham Province. 2) to study marketing performance of organic rice community enterprise in Maha Sarakham Province. and 3) to test of green management had positive influence on marketing performance of organic rice community enterprise in Maha Sarakham Province. Collecting data from 169 entrepreneurs of organic rice community enterprise in Maha Sarakham Province and a set of questionnaires were the research tool. Statistics used for data analysis were mean and multiple correlation analysis. The results revealed the following findings; 1) entrepreneurs of organic rice community enterprise in Maha Sarakham Province had opinions about green management both in general and in each aspect at a high level; namely, green design, green manufacturing, green purchasing, and green supply chain management. 2) entrepreneurs of organic rice community enterprise in Maha Sarakham Province had opinions about marketing performance both in general and in each aspect at a high level; namely, corporate image, customer satisfaction, and market share. 3) green management consists of green design, green manufacturing, green purchasing, and green supply chain management had positive

influence on marketing performance of organic rice community enterprise in Maha Sarakham Province.

**Keywords :** Green Management, Marketing Performance, Organic Rice Community Enterprise

## บทนำ (Introduction)

ยุคของการแข่งขันทางการตลาดระดับโลกสูง อุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้มีการแสวงหาเทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรมเข้ามาทดแทนในส่วนเดิม เพื่อลดมลพิษและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงทำให้เกิดแนวทางการจัดการสีเขียว ที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายและรวดเร็ว เป็นกระบวนการทิศทางการจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพขององค์กร (Pal and Dey, 2013 : 2 ; Schniederjan et al., 2006 : 9) ในขณะที่องค์กรต้องมีการทบทวนกลยุทธ์ และจำเป็นต้องติดตามและประเมินการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางด้านสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างรอบคอบ เพื่อสร้างเทคโนโลยีใหม่และแนวทางการจัดการที่ดีที่สุด (Hade, Oyler and Humphreys, 2009 : 1043) จึงได้มีการศึกษาเชิงประจักษ์จากนักวิจัยในการค้นพบแนวทางการสร้างกำไร ผลการดำเนินงานขององค์กร และความสำเร็จขององค์กรภายใต้แนวทางการจัดการสีเขียว (Zhang et al., 2008 : 1037 ; Claver et al., 2007 : 606) ซึ่งการปรับปรุงแนวทางการจัดการสีเขียวภายใต้แนวทางการจัดการเชิงรุกเป็นการเรียนรู้ในการสร้างความมั่นคงขององค์กร ช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานโดยรวม (Yam et al., 2004 : 1123) ดังนั้น จึงได้มีการยอมรับว่าแนวทางการจัดการสีเขียวเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญกับองค์กรในยุคปัจจุบันและอนาคต (Roy and Khastagir, 2016 : 109)

ในขณะที่โลกกำลังพิจารณารูปแบบการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ธุรกิจและภาคส่วนต่าง ๆ วางตำแหน่งองค์กรสำหรับสร้างเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) (Fankhauser et al., 2013 : 903) จากปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้เกิดแนวทางการจัดการสีเขียว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว กระบวนการสีเขียว และนวัตกรรมสีเขียวที่เข้ามาทดแทนแนวคิดผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิมที่มีการตอบสนองความต้องการของตลาดและลูกค้า รวมถึงการมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมมากกว่าการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองที่ว่า การทำลายเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destruction) คือ การเกิดขึ้นของสิ่งใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ หรืออุตสาหกรรมใหม่ที่ดีกว่าของเดิมเพื่อทดแทนของเก่า เป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งของการเจริญเติบโต (Oltra and Saint Jean 2009 : 567)

การจัดการสีเขียวได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเมื่อโลกได้เข้าสู่แนวคิดสีเขียว (Going Green) ที่มุ่งเน้นกลยุทธ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในเชิงรุก (Molina-Azorín et al., 2009 : 1080) ปัจจุบันองค์กรได้มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสีเขียวที่ได้สอดคล้องกับจริยธรรมทางธุรกิจ (Business ethics) (Luchs et al., 2010 : 18) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate social responsibility : CSR) (Cruz and Pedrozo, 2009 : 1174) จากมุมมองด้านจริยธรรมทางธุรกิจ จึงทำให้เกิดการจัดการสีเขียวที่สามารถเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร ในขณะที่รักษาหรือป้องกันสภาพแวดล้อมธรรมชาติควบคู่ไปด้วย (Aguilera-Caracuel et al., 2012 : 461) ส่วนมุมมองด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จึงทำให้เกิดการจัดการสีเขียวที่ช่วยให้องค์กรมีผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ภาครัฐ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า และสังคม (Jackson and Apostolakou, 2010 : 371; Bengtsson, 2008 : 969) จากมุมมองทั้ง 2 ด้าน ทำให้แนวคิดการจัดการสีเขียวได้รับความนิยมและมีการศึกษาอย่างกว้างขวาง เนื่องจากการดำเนินงานปัจจุบันไม่ได้มุ่งหวังเพียงแค่สร้างกำไรหรือความสำเร็จขององค์กรเพียงเท่านั้น แต่ยังคงมีมุมมองด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการเจริญเติบโตขององค์กรในระยะยาว (Yu, Ting, and Wu, 2009 : 1065)

ความสำเร็จของการจัดการสีเขียวส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและทัศนคติของผู้บริหาร (Tseng, 2013 : 46; Lin et al., 2011 : 1839) ที่แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการจัดการสีเขียวอย่างมีประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นด้านกระบวนการผลิต นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในการปรับปรุงความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพด้านต้นทุน และผลการดำเนินงานด้านยอดขาย (Melnyk, Sroufe, and Roger, 2003 : 329) ดังนั้น การจัดการสีเขียวมีความสำคัญอย่างมากต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาด (Richey et al., 2014 : 1246; Kaufman, 2014 : 487)

ทั้งนี้ประเทศไทยมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ตามที่ได้ให้สัตยาบันรับรองปฏิญญา โจฮันเนสเบิร์กว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (Johannesburg Declaration on Sustainable Development - JDSD) เมื่อปี พ.ศ. 2545 และปฏิญญามะนิลาว่าด้วยอุตสาหกรรมสีเขียว (Manila Declaration) เมื่อปี พ.ศ. 2552 รวมถึงได้รับรองความตกลงปารีส (Paris Agreement) ในการประชุม COP 21 ณ กรุงปารีส สาธารณรัฐฝรั่งเศส เมื่อปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นตราสารกฎหมายที่รับรองภายใต้กรอบอนุสัญญา UNFCCC ฉบับล่าสุด โดยมีข้อตกลงร่วมกันในการรักษาการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยโลก ให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส เมื่อเทียบกับระดับของอุณหภูมิเฉลี่ยก่อนยุคอุตสาหกรรม และจะพยายามรักษาเป้าหมายการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิ ไม่ให้

เกิน 1.5 องศาเซลเซียส เพื่อลดความเสี่ยงจากผลกระทบรุนแรงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Department of Industrial Works, 2017 : 10)

จังหวัดมหาสารคามเป็นพื้นที่หนึ่งที่ข้าวเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด โดยได้รับการส่งเสริม จากส่วนราชการและหน่วยท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยจังหวัดมหาสารคามส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกข้าวเกษตรอินทรีย์ เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดมหาสารคาม โดยได้ส่งเสริมการปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ทั่วทั้งจังหวัด ประมาณ 5,000 ไร่ผลักดันสู่ตลาดอาเซียน โดยเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดมหาสารคาม เพื่อสร้างความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ลดการใช้สารเคมี ลดต้นทุนการผลิต สร้างความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ข้าวของจังหวัดมีความโดดเด่น ในเรื่องของรสชาติ กลิ่นหอม ความนุ่ม ซึ่งมีจำนวนกลุ่มวิสาหกิจที่ปลูกข้าว ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP จำนวน 229 กลุ่ม (Maha Sarakham Province Community Development Department, 2018 : 7)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม เนื่องจากแนวคิดการจัดการสีเขียวมีความสำคัญดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์1) เพื่อศึกษาการจัดการสีเขียวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม และ 3) เพื่อทดสอบการจัดการสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยทำเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม หรือกลุ่มวิสาหกิจอื่นที่สนใจนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจในอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาการจัดการสีเขียวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อทดสอบการจัดการสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

## วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

รูปแบบของการวิจัยเรื่อง การจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคามครั้งนี้ คณะผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

### 1. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่เป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

### 2. ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม ที่จดทะเบียนกับกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 229 กลุ่ม (Community Enterprise Promotion Division, 2018 : 7)

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยแบ่งเป็น

#### 3.1 การจัดการสีเขียว

#### 3.2 ผลการดำเนินงานทางการตลาด

3.3 วิเคราะห์การจัดการสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

### 4. ขอบเขตด้านการศึกษา

4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม โดยการเลือกตัวแปรในการวิจัยนี้เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจัดการสีเขียว และผลการดำเนินงานทางการตลาด

4.2 การสังเคราะห์การจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิจัยในช่วงระหว่างขอบเขตของระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม เริ่มตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2561 จนถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2562 เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 12 เดือน

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อการวิเคราะห์การจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชาวอินทรีในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งมีลำดับขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพื่อทดสอบการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชาวอินทรีในจังหวัดมหาสารคาม กับข้อมูลเชิงประจักษ์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชาวอินทรีในจังหวัดมหาสารคาม ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชาวอินทรีในจังหวัดมหาสารคาม โดยการเลือกตัวแปรในการวิจัยนี้เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจัดการสีเขียว และผลการดำเนินงานทางการตลาด

1.1 ผู้วิจัยกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจชาวอินทรีในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 229 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม ซึ่งได้รับการตอบกลับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 169 คน (Krejcie and Morgan, 1970)

1.2 เครื่องมือในการวิจัย คือ การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชาวอินทรีในจังหวัดมหาสารคาม ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบ Likert Scale โดยผู้วิจัยใช้ข้อคำถามในแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม และนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจในจังหวัดมหาสารคาม ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 42 คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้ การจัดการสีเขียว ประกอบด้วย ด้านการออกแบบสีเขียว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.848 ด้านการผลิตสีเขียว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.821 ด้านการจัดซื้อสีเขียว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.817 และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.834 และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์องค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.874 ด้านความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.885 และด้านส่วนแบ่งทางการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.860

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์

การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

2. ผู้วิจัยนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มาเขียนรายงานโดยผลการวิจัยจะถูกนำผลเพื่อสรุปผลตีความ วิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อทดสอบการจัดการสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

## ผลการวิจัย (Research Results)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการสีเขียวภาพรวมและเป็นรายด้าน

| การจัดการสีเขียว                     | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|--------------------------------------|-----------|------|----------|
| 1. ด้านการออกแบบสีเขียว              | 4.10      | 0.79 | มาก      |
| 2. ด้านการผลิตสีเขียว                | 3.90      | 0.81 | มาก      |
| 3. ด้านการจัดซื้อสีเขียว             | 4.05      | 0.79 | มาก      |
| 4. ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว | 4.09      | 0.74 | มาก      |
| ภาพรวม                               | 4.04      | 0.78 | มาก      |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการจัดการสีเขียวภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการออกแบบสีเขียว มีค่าเฉลี่ย 4.10 ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านการจัดซื้อสีเขียว มีค่าเฉลี่ย 4.05 และด้านการผลิตสีเขียว มีค่าเฉลี่ย 3.90 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบตัวแปรพบว่า อยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบตัวแปร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการดำเนินงานทางการตลาดภาพรวมและเป็นรายด้าน

| ผลการดำเนินงานทางการตลาด    | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลผล |
|-----------------------------|-----------|------|----------|
| 1. ด้านภาพลักษณ์องค์กร      | 3.89      | 0.77 | มาก      |
| 2. ด้านความพึงพอใจของลูกค้า | 3.94      | 0.79 | มาก      |
| 3. ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด   | 4.06      | 0.73 | มาก      |
| ภาพรวม                      | 3.96      | 0.76 | มาก      |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานทางการตลาดภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านภาพลักษณ์องค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.89 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบตัวแปรพบว่า อยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบตัวแปร

การทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลองการวิเคราะห์การจัดการสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม ในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสามารถวัดได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ได้ดังนี้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสีเขียว (SGreen) ประกอบด้วย ด้านการออกแบบสีเขียว (SSX1) ด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) ด้านการจัดซื้อสีเขียว (SSX3) และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว (SSX4) กับผลการดำเนินงานทางการตลาด (SY) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$$SY = a + \beta_1 SSX1 + \beta_2 SSX2 + \beta_3 SSX3 + \beta_4 SSX4$$

ผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ในการวิเคราะห์การจัดการสีเขียวกับผลการดำเนินงานทางการตลาด แสดงในตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสีเขียว กับผลการดำเนินงานทางการตลาด

| ตัวแปร | SSX1  | SSX2   | SSX3   | SSX4   | SY     | Tolerance | VIF   |
|--------|-------|--------|--------|--------|--------|-----------|-------|
| SSX1   | 1.000 | 0.593* | 0.270* | 0.221* | 0.562* | 0.638     | 1.568 |
| SSX2   |       | 1.000  | 0.357* | 0.218* | 0.666* | 0.605     | 1.653 |
| SSX3   |       |        | 1.000  | 0.316* | 0.515* | 0.811     | 1.233 |
| SSX4   |       |        |        | 1.000  | 0.374* | 0.879     | 1.138 |
| SY     |       |        |        |        | 1.000  |           |       |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร จึงได้มีการวิเคราะห์ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.605 - 0.879 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ต้องมากกว่า 0.1 ส่วนค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.138 - 1.653 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าทุกตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 128) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสี่เขี้ยว กับผลการดำเนินงานทางการตลาด พบว่า ด้านการออกแบบสี่เขี้ยว (SSX1) มีค่า  $r = 0.562$  ด้านการผลิตสี่เขี้ยว (SSX2) มีค่า  $r = 0.666$  ด้านการจัดซื้อสี่เขี้ยว (SSX3) มีค่า  $r = 0.515$  ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสี่เขี้ยว (SSX4) มีค่า  $r = 0.374$  มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด (SY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตารางที่ 4** ค่าสถิติที่ได้จากการค้นหาตัวแปรพยากรณ์ที่ดีของการจัดการสี่เขี้ยว กับผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน

| Model | R                  | R <sup>2</sup> | R <sup>2</sup> <sub>adj</sub> | SE <sub>est</sub> | F        |
|-------|--------------------|----------------|-------------------------------|-------------------|----------|
| 1     | 0.666 <sup>a</sup> | 0.443          | 0.440                         | 0.340             | 132.951* |
| 2     | 0.729 <sup>b</sup> | 0.532          | 0.526                         | 0.312             | 31.310*  |
| 3     | 0.752 <sup>c</sup> | 0.566          | 0.558                         | 0.302             | 13.009*  |
| 4     | 0.766 <sup>d</sup> | 0.587          | 0.577                         | 0.295             | 8.336*   |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Model 1 Predictors: (Constant), SSX2

Model 2 Predictors: (Constant), SSX2, SSX3

Model 3 Predictors: (Constant), SSX2, SSX3, SSX1

Model 4 Predictors: (Constant), SSX2, SSX3, SSX1, SSX4

จากตารางที่ 4 พบว่า การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน เพื่อพยากรณ์ตัวแปรการจัดการสี่เขี้ยว ได้แก่ ด้านการออกแบบสี่เขี้ยว (SSX1) ด้านการผลิตสี่เขี้ยว (SSX2) ด้านการจัดซื้อสี่เขี้ยว (SSX3) และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสี่เขี้ยว (SSX4) กับผลการดำเนินงานทางการตลาด (SY) สามารถอธิบายได้ดังนี้

รูปแบบที่ 1 เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ ด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) แล้วนำมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตามผลการดำเนินงานทางการตลาด (SYR) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.443 ( $R^2 = 0.443$ ,  $p < .05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามผลการดำเนินงานทางการตลาด (SYR) ได้ร้อยละ 44.30

รูปแบบที่ 2 เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ ด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) และด้านการจัดซื้อสีเขียว (SSX3) แล้วนำมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตามผลการดำเนินงานทางการตลาด (SYR) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.532 ( $R^2 = 0.532$ ,  $p < .05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) และด้านการจัดซื้อสีเขียว (SSX3) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามผลการดำเนินงานทางการตลาด (SYR) ได้ร้อยละ 53.20

รูปแบบที่ 3 เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ ด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) ด้านการจัดซื้อสีเขียว (SSX3) และด้านการออกแบบสีเขียว (SSX1) แล้วนำมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตามผลการดำเนินงานทางการตลาด (SYR) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.566 ( $R^2 = 0.566$ ,  $p < .05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) ด้านการจัดซื้อสีเขียว (SSX3) และด้านการออกแบบสีเขียว (SSX1) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามผลการดำเนินงานทางการตลาด (SYR) ได้ร้อยละ 56.60

รูปแบบที่ 4 เมื่อนำตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ ด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) ด้านการจัดซื้อสีเขียว (SSX3) ด้านการออกแบบสีเขียว (SSX1) และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว (SSX4) แล้วนำมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน พบว่า สามารถอธิบายความแปรปรวนต่อตัวแปรตามผลการดำเนินงานทางการตลาด (SYR) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.587 ( $R^2 = 0.587$ ,  $p < .05$ ) แสดงว่าตัวแปรอิสระ ด้านการผลิตสีเขียว (SSX2) ด้านการจัดซื้อสีเขียว (SSX3) ด้านการออกแบบสีเขียว (SSX1) และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว (SSX4) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตามผลการดำเนินงานทางการตลาด (SYR) ได้ร้อยละ 58.70

**ตารางที่ 5** ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์การจัดการสี่เหลี่ยม กับผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน

| Predictors | Unstandardized<br>(b) | S.E.  | Standardized<br>Beta ( $\beta$ ) | t-value | P-value |
|------------|-----------------------|-------|----------------------------------|---------|---------|
| (Constant) | 0.183                 | 0.312 |                                  | 0.585   | 0.559   |
| SSX2       | 0.364                 | 0.057 | 0.412                            | 6.390   | 0.000*  |
| SSX3       | 0.268                 | 0.057 | 0.262                            | 4.699   | 0.000*  |
| SSX1       | 0.217                 | 0.064 | 0.212                            | 3.380   | 0.001*  |
| SSX4       | 0.184                 | 0.064 | 0.155                            | 2.887   | 0.004*  |

N = 169, R = 0.766 R<sup>2</sup> = 0.587, Adjusted R<sup>2</sup> = 0.577, SE<sub>est</sub> = 0.295, F = 8.336\*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ พบว่า ตัวแปรอิสระ ด้านการผลิตสี่เหลี่ยม (SSX2) ด้านการจัดซื้อสี่เหลี่ยม (SSX3) ด้านการออกแบบสี่เหลี่ยม (SSX1) และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสี่เหลี่ยม (SSX4) สามารถพยากรณ์อิทธิพลที่มีต่อตัวแปรตาม ผลการดำเนินงานทางการตลาด (SY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.364, 0.268, 0.217, และ 0.184 ตามลำดับ ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ 0.412, 0.262, 0.212, และ 0.155 ตามลำดับ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.766 มีค่าอำนาจในการพยากรณ์ (R<sup>2</sup>) เท่ากับ 0.587 และมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ ร้อยละ 58.70 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SE<sub>est</sub>) เท่ากับ 0.295 และมีค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.183

การสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (b) หรือสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) ส่งผลต่อตัวแปรเกณฑ์ในทางบวกมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p < .05) จึงสามารถสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.183 + 0.364SSX2 + 0.268SSX3 + 0.217SSX1 + 0.184SSX4$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.412SSX2 + 0.262SSX3 + 0.212SSX1 + 0.155SSX4$$

## อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ในส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจะอภิปรายผลตามสมมติฐานในการวิจัย และลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิจัยนี้ พบว่า การจัดการสีเขียว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < 0.05$ ) ซึ่งเป็นการสนับสนุนสมมติฐาน อธิบายได้ว่า การจัดการสีเขียว ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบสีเขียว ด้านการผลิตสีเขียว ด้านการจัดซื้อสีเขียว และด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด

ผลการศึกษาวิจัยนี้ มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Chan (2013 : 442) ได้ศึกษาการจัดการการตลาดสีเขียวในมุมมองของผู้จัดการโรงแรมในฮ่องกง พบว่า มุมมองเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน ส่งผลให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารงานของประเทศและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งแนวคิดการตลาดสีเขียวได้เริ่มต้นในช่วง ปี ค.ศ. 1980 ในธุรกิจโรงแรมจึงได้เริ่มให้ความสำคัญกับการใช้นโยบายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นแนวทางในการดึงดูดลูกค้า อย่างไรก็ตามแนวคิดการตลาดสีเขียวถูกมองว่าเป็นการดำเนินงานที่ไม่ค่อยเห็นผลชัดเจนมากนัก ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษา โดยเรียงลำดับความสำคัญมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดในการเริ่มต้นแนวคิดการตลาดสีเขียว 1) การตลาดสีเขียวควรเริ่มต้นด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) โรงแรมให้บริการผลิตภัณฑ์และบริการที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพมนุษย์ 3) อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการริเริ่มกิจกรรมสีเขียวสู่ลูกค้าโดยตรง 4) โรงแรมขนาดเล็กมีแนวโน้มการใช้กลยุทธ์การตลาดสีเขียวมากกว่าโรงแรมระดับสูง 5) โรงแรมขนาดใหญ่มีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่าโรงแรมขนาดเล็ก ดังนั้น การตลาดสีเขียวสามารถที่จะดึงดูดลูกค้าได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Yang et al. (2013 : 55) ได้ศึกษาผลกระทบของการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานสีเขียวและความได้เปรียบทางการแข่งขันในบริบทของการขนส่งคอนเทนเนอร์ในไต้หวัน พบว่า 1) แนวปฏิบัติสีเขียวภายใน มีผลกระทบเชิงบวกกับการร่วมมือสีเขียวภายนอก 2) แนวปฏิบัติสีเขียวภายใน มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานสีเขียว 3) แนวปฏิบัติสีเขียวภายใน มีผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน 4) การร่วมมือสีเขียวภายนอก มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานสีเขียว 5) การร่วมมือสีเขียวภายนอก มีผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ 6) ผลการดำเนินงานสีเขียวผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งตัวแปรแนวปฏิบัติสีเขียวภายใน ได้แก่ นโยบายสีเขียว แนวปฏิบัติการขนส่งสีเขียว

และการตลาดสีเขียว ตัวแปรการร่วมมือสีเขียวภายนอก ได้แก่ การร่วมมือสีเขียวกับผู้ผลิต การร่วมมือสีเขียวกับหุ้นส่วน และการร่วมมือสีเขียวกับลูกค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ Chin, Tat, and Sulaiman (2015 : 695) ได้ศึกษาการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว การร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน พบว่า จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย 2 ประการ ได้แก่ การจัดการโซ่อุปทานสีเขียว มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มีตัวแปรคั่นกลางการร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ประกอบด้วย การจัดหาสีเขียว การผลิตสีเขียว ช่องทางการจัดจำหน่ายสีเขียว และโลจิสติกส์สีเขียว และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ผลการดำเนินงานด้านสังคม และผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

## ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

### 1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

#### 1.1 สำหรับผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์

1.1.1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ควรให้ความสำคัญกับการจัดการสีเขียวที่สามารถทำให้องค์กรเกิดผลการดำเนินงานทางการตลาดที่ดี

1.1.2 ผู้ประกอบการวิสาหกิจข้าวอินทรีย์ควรให้ความสำคัญกับการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

#### 1.2 สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับข้าวอินทรีย์ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางนโยบายเกี่ยวข้องกับข้าวอินทรีย์ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศต่อไป โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

#### 1.3 สำหรับวงการวิชาการ

หน่วยงานทางการศึกษา สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารธุรกิจ และการจัดการ เป็นต้น เพื่อให้เห็นแนวการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

### 2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบและความสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการจัดการสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวอินทรีย์ในจังหวัดมหาสารคาม

เช่น ความยั่งยืน หรือศักยภาพทางการแข่งขัน เป็นต้น เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรใช้กลุ่มตัวอย่างอื่นนอกจากกลุ่มชาวอินทรี เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศ เพื่อใช้เป็นข้อมูลและความคิดเห็นที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## เอกสารอ้างอิง (References)

- Aguilera-Caracuel, J., et al. (2012). The effects of institutional distance and headquarters' financial performance on the generation of environmental standards in multinational companies. **Journal of Business Ethics**, 105(4), 461-474.
- Bengtsson, E. (2008). A history of Scandinavian socially responsible investing. **Journal of Business Ethics**. 82(4), 969-983.
- Black, K. (2006). Business statistics for contemporary decision making. 4<sup>th</sup>ed. New York: John Wiley and Sons.
- Chan, E. S.W. (2013). Managing green marketing: Hong Kong hotel managers Perspective International. **Journal of Hospitality Management**, 34, 442-461.
- Chin, T. A., Tat, H. H., and Sulaiman, Z. (2015). **Green Supply Chain Management, Environmental Collaboration and Sustainability Performance**. Procedia CIRP., 26, 695-699.
- Claver, E., et al. (2007). Environmental management and firm performance: a case study. **Journal of Environment Management**, 84, 606-619.
- Community Enterprise Promotion Division. (2018). Community enterprise information system. 15 March 2018. [Online] Available : <http://smce.doe.go.th/index.php>.
- Cruz, L. B., and Pedrozo, E. A. (2009). **Corporate social responsibility and green management**. Management Decision, 47(7), 1174-1199.

- Department of Industrial Works. (2017). **Guide to receiving and promoting green industry: Towards the green industry**. Bangkok : Department of Industrial Works.
- Fankhauser, S., et al. (2013). **Who will win the green race? In search of environmental competitiveness and innovation**. *Global Environmental Change*, 23, 902-913.
- Hade, S. S. P., Oyler, J. D., Humphreys, J. H., (2009). **Historical, practical, and Theoretical perspectives on green management: an exploratory analysis**. *Management Decision*. 47(7), 1041-1055.
- Jackson, G., and Apostolakou, A. (2010). Corporate social responsibility in Western Europe: an institutional mirror or substitute?. **Journal of Business Ethics**, 94(3), 371-394.
- Kaufman, N. (2014). Overcoming the barriers to the market performance of green consumer goods. **Resource and Energy Economics**, 36, 487-507.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30(3), 607-610.
- Lin, Y. et al. (2011). **Positioning strategic competitiveness of green business innovation capabilities using hybrid method**. *Expert Systems with Applications*, 38, 1839-1849.
- Luchs, M. G., et al. (2010). The sustainability liability: Potential negative effects of ethicality on product preference. **Journal of Marketing**, 74(5), 18-31.
- Maha Sarakham Province Community Development Department. (2016). **Registered product information report 2012-2015**. Maha Sarakham Province : Maha Sarakham Province Community Development Department.
- Melnyk, S. A., Sroufe, R. P., and Roger, C. (2003). Assessing the impact of environmental management systems on corporate and environmental performance. **Journal of Operations Management**, 21(3), 329-351.

- Molina-Azorín, J.F., et al. (2009). **Green management and financial performance: a literature review.** *Management Decision*, 47 (7), 1080-1100.
- Oltra, V., and Saint Jean, M., (2009). **Sectoral systems of environmental innovation: An application to the French automotive industry.** *Technological Forecasting and Social Change*, 76, 567-583.
- Pal, P., and Dey, P. (2013). **Process intensification in lactic acid production by three Stage membrane integrated hybrid reactor system.** *Chemical Engineering and Processing: Process Intensification*, 64(2), 1-9.
- Richey R. G. Jr., et al. (2014). **The effects of environmental focus and program timing on green marketing performance and the moderating role of resource commitment.** *Industrial Marketing Management*, 43, 1246-1257.
- Roy, M., and Khastagir, D. (2016). Exploring role of green management in enhancing organizational efficiency in petro-chemical industry in India. **Journal of Cleaner Production**, 121, 109-115.
- Schniederjan, M.J., et al. (2006). Comparative analysis of Malcolm Baldrige national quality award criteria: an empirical study of India, Mexico, and United States. **Journal of Quality Management**, 13(4), 7-21.
- Tseng, M. L. (2013). Modeling sustainable production indicators in linguistic preferences. **Journal of Cleaner Production**, 40, 46-56.
- Yam, R. C. M., et al. (2004). **An audit of technological innovation capabilities in Chinese firms: some empirical findings in Beijing, China.** *Research Policy*, 33(8), 1123-1140.
- Yang, C. S. et al. (2013). **The effect of green supply chain management on green performance and firm competitiveness in the context of container shipping in Taiwan.** *Transportation Research Part E*, 55, 55-73.
- Yu, V., Ting, H.I., and Wu, Y. C. J. (2009). **Assessing the greenness effort for European firms: a resource efficiency perspective.** *Management Decision*, 47(7), 1065-1079.

Zhang, B., et al. (2008). Why do firms engage in environmental management? An empirical study in China. **Journal of Cleaner Production**, 16, 1036-1045.