

ผลกระทบของการสื่อสารองค์การที่มีต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวและ ผลการดำเนินงานขององค์การ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

อุมาวสี ศรีบุญลือ¹

อรวี ศรีบุญลือ^{2*}

สุพร อ่อนพุทธา³

เมทินี รัชฎารักษ์⁴

Received 12 September 2023

Revised 18 December 2023

Accepted 21 December 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อที่ศึกษาผลกระทบของการสื่อสารองค์การที่มีต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวและผลการดำเนินงานขององค์การของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานระดับผู้จัดการแผนกที่ทำงานในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีที่ตั้งในประเทศไทย จำนวน 546 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง ไปยังพื้นที่ที่มีบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในจังหวัดปราจีนบุรี ระยอง พระนครศรีอยุธยา สมุทรปราการและกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สมการโครงสร้าง ซึ่งผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารองค์การมีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวและมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยมีค่าน้ำหนักมาตรฐานเท่ากับ 0.615 และ 0.261 นอกจากนี้ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยมีค่าน้ำหนักมาตรฐานเท่ากับ 0.516 โดยผลการศึกษาเสนอให้องค์การต้องมีการสื่อสารผ่านบุคคลในองค์การและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การเพื่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวและผลการดำเนินงานขององค์การที่ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การสื่อสารองค์การ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียว ผลการดำเนินงาน

^{1 3 4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เลขที่ 39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เลขที่ 50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

E-mail: ¹ umawasee_s@rmutt.ac.th ³ suraporn_o@rmutt.ac.th ⁴ metinee_r@rmutt.ac.th

* Corresponding author email: orawee.sr@ku.th

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION ON GREEN RECOVERY MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE: A CASE OF THAI AUTOMOTIVE INDUSTRY

Umwasee Sriboonlue¹

Orawee Sriboonlue^{2*}

Suraporn Onputtha³

Metinee Ratsadarak⁴

Abstract

The objective of this research was to study the effect of organizational communication on green recovery management and organizational performance in Thai automotive industry. Data were collected from 546 employees working in the automotive industry located in Thailand. Questionnaires were used as a research instrument. Non-probability sampling with purposive sampling technique was carried out in areas with automobile manufacturers in the provinces of Prachinburi, Rayong, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Samut Prakan, and Bangkok. Statistics used in data analysis included descriptive statistics comprising frequency, percentage, mean, standard deviation, skewness, and kurtosis while the statistic used for hypotheses testing consisted of structural equations. The results of the research showed that corporate communication had an effect on green recovery management and had a significant effect on organizational performance at the .001 level of significance with standardized regression weights of 0.615 and 0.261. In addition, green recovery management had a significant effect on organizational performance at the .001 level of significance with regression weights of 0.516. The findings of this research suggests that the organization shall communicate with internal and external stakeholders for better management of green recovery and organizational performance.

Keywords: Organizational Communication, Green Recovery Management, Organizational Performance

^{1 3 4} Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 39 Moo 1, Klong 6, Khlong Luang, Pathum Thani 12110

² Faculty of Business Administration, Kasetsart University, 50 Ngam Wong Wan Rd, Lat Yao Chatuchak Bangkok 10900

E-mail: ¹ umwasee_s@rmutt.ac.th ³ suraporn_o@rmutt.ac.th ⁴ metinee_r@rmutt.ac.th

* Corresponding author email: orawee.sr@ku.th

บทนำ

อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นที่รู้จักในฐานะ “ศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” โดยมีการเลือกทำเลที่ตั้งเป็นฐานการผลิตและส่งออกของบริษัทรถยนต์ชั้นนำจากทั่วโลก ในปัจจุบันนี้ อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยได้มุ่งเน้นที่จะพัฒนาการดำเนินการขององค์กรด้วยปรัชญาการดำเนินการภายใต้ความเป็นสีเขียวหรือการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งหนึ่งในกิจกรรมนั้นคือ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียว โดยการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานด้านการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain Management: GSCM) การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวเป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการฟื้นคืนสภาพวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่หมดอายุแล้ว เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้งานได้ หรือกลับมาขายเพื่อเปลี่ยนเป็นเงินหรือทรัพย์สินขององค์กร ตลอดจนการยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่เก่าหรือชำรุดด้วยการซ่อมบำรุง (Fang, & Zhang, 2018; Yildiz Çankaya, & Sezen, 2019; Jawaad, & Zafar, 2020) ทั้งนี้ การฟื้นฟูสีเขียวมีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจและองค์กรเพราะช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานขององค์กร (Shad et al., 2019) เพิ่มรายได้ให้กับองค์กร (Adimo, 2018; Hirunyawipada, & Xiong, 2018) เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น (Atnafu, & Balda, 2018; Penz, & Polsa, 2018) ช่วยลดปริมาณมลพิษ ของเสีย และอันตรายจากสารเคมีต่าง ๆ (Mumtaz, Ali, & Petrillo, 2018) ตลอดจนทำให้องค์กรมีความสามารถและประสิทธิภาพในการนำผลิตภัณฑ์ ชิ้นส่วน หรือ ปัจจัยการผลิตกลับมาใช้ซ้ำ (Kazancoglu et al., 2018) และพนักงาน ลูกค้า ชุมชน ชัพพลายเออร์ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐมีความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์กร (Luu, 2020; Onputtha, & Siriwichai, 2021) ซึ่งส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้น (Chuang, & Huang, 2018)

นักวิจัยหลายท่านค้นพบว่า การฟื้นฟูสีเขียวที่ดีและมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยการจัดการการสื่อสารองค์กรที่ดี เพราะการสื่อสารที่ดีจะนำพาให้องค์กรและบุคลากรในองค์กรมองเห็นนโยบาย ทิศทาง และแนวปฏิบัติ ตลอดจนเกิดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการดำเนินซึ่งส่งผลที่ดีต่อการมีประสิทธิภาพในกิจกรรมที่ต้องการมุ่งเน้นมากขึ้น (Delmas, & Burbano, 2011; De Vries et al., 2016) ซึ่งการสื่อสารองค์กรสามารถแบ่งออกเป็นทั้งภายในและภายนอกที่มุ่งเน้นการสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็น ข่าวสาร หรือเนื้อหาอื่น ๆ ไปยังพนักงานในทุกระดับและแผนกต่าง ๆ รวมไปถึงบุคคลภายนอกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ชุมชน ชัพพลายเออร์และหน่วยงานภาครัฐ (Dozier et al., 2013; Argenti, 2016; Cornelissen, 2017) ซึ่งหากมีการจัดการสื่อสารองค์กรที่ดีจะช่วยให้สามารถประสานงานและทำงานเกี่ยวกับการฟื้นฟูสีเขียวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานขององค์กรปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวในองค์กรยังเผชิญข้อจำกัด การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวเป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ซึ่งเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน งานวิจัยในอดีตพบว่า ปัญหาหนึ่งของการประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวในหลายอุตสาหกรรม คือ ความรู้ด้านโซ่อุปทานสีเขียวและการสนับสนุนไม่เพียงพอ นโยบายการดำเนินงานขององค์กรที่ไม่ชัดเจน (Rahman et al., 2020) ขาดการตระหนักรู้ในผลกระทบของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อองค์กร

ขาดความรู้ด้านการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว ขาดการสร้างการตระหนักรู้ให้กับสาธารณะ (Ojo et al., 2014) ดังนั้น หากความรู้และเข้าใจในการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวดีขึ้น จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรมากขึ้นในที่สุด (Mitra & Datta, 2014) ซึ่งแนวทางปฏิบัติของการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวนำไปสู่ประสิทธิภาพที่ดีขึ้นขององค์กรสี่ด้าน คือ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงานขององค์กรและผลการดำเนินงานต่อสังคม (Geng et al., 2017)

ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการสื่อสารองค์การซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วยให้เกิดการตระหนักรู้เกี่ยวกับนโยบายองค์กรและสื่อสารให้เกิดความเข้าใจ และส่งผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวและผลการดำเนินงานขององค์กร โดยงานวิจัยนี้มุ่งทำการศึกษาไปยังอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย ผลของการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยสามารถพัฒนา รูปแบบและแนวทางการจัดการการสื่อสารองค์การ เพื่อเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของบุคลากรในองค์กร ซึ่งนำไปสู่การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่มีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติ โดยองค์การสามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน ลดปริมาณของมลพิษ ของเสีย เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ผลจากงานวิจัยนี้ยังเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อผู้ที่สนใจศึกษาแนวคิดการสื่อสารองค์การที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว ซึ่งเป็นการต่อยอดงานวิจัยในอดีตมากขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบของการสื่อสารองค์การที่มีต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว ผลกระทบของการสื่อสารองค์การที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และผลกระทบของการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารองค์การมีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว

การสื่อสารองค์การมีบทบาทสำคัญต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว การสื่อสารองค์การ หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในองค์กร โดยเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ความรู้สึก หรือความต้องการระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลภายในองค์กร และกลุ่มบุคคลภายนอกองค์กร (Prajogo et al., 2018; Mehdikhani, & Valmohammadi, 2019; Šakytė-Statnickė et al., 2023) การสื่อสารองค์การสามารถแบ่งออกเป็นการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร การสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด และข้อความระหว่างพนักงานในทุกระดับและแผนกโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญ การประสานงานกิจกรรมการทำงาน การส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และการรักษาวัฒนธรรมองค์กรเชิงบวก (De Vries et al., 2016) ซึ่งเครื่องมือในการสื่อสารภายในองค์กรสามารถรวมถึง ประกาศบนกระดานข่าว จดหมาย อีเมล การประชุม วิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ และระบบสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ด้วยการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน เช่น พนักงานและฝ่ายบริหาร บริษัทต่างๆ จะสามารถส่งเสริม

ให้เกิดวัฒนธรรมแห่งความยั่งยืนโดยเป็นวัฒนธรรมที่บุคคลในองค์กรให้ความสำคัญกับการดำเนินที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การที่ให้งานมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานนั้น องค์กรต่างๆ สามารถใช้ความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ของตนได้ ซึ่งนำไปสู่การแก้ไขปัญหาเชิงนวัตกรรม และความรู้สึกการเป็นส่วนหนึ่งของ การมีความคิดริเริ่มด้านความยั่งยืนได้ (Aggarwal & Agarwala, 2023) ในขณะที่ การสื่อสารภายนอกองค์กร หมายถึงกระบวนการที่องค์กรใช้ในการสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ข่าวสาร หรือเนื้อหาอื่น ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยู่นอกเหนือจากองค์กร ซึ่งรวมถึงลูกค้า ผู้ขาย หุ้นส่วน สื่อ ภาครัฐ และสาธารณชนทั่วไป (Dozier et al., 2013; Argenti, 2016; Cornelissen, 2017) เครื่องมือในการสื่อสารภายนอกองค์กร รวมถึง ประกาศและแถลงการณ์ ประชาสัมพันธ์ โฆษณา งานแถลงข่าว การจัดงานแสดงสินค้า โบรชัวร์ เว็บไซต์ ขององค์กร โซเชียลมีเดีย และสื่อการตลาดอื่น ๆ การสื่อสารภายนอกองค์กรถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กร ในการสร้างความไว้วางใจ รักษาความสัมพันธ์เชิงบวก และจัดการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะ ผลักดันส่งเสริมความไว้วางใจและการสนับสนุนความคิดริเริ่มที่ยั่งยืนได้เป็นอย่างดี (Bentele & Wolfram, 2019) ดังนั้น ด้วยการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานขององค์กรซึ่งรวมไปถึงการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวที่มุ่งเน้นการฟื้นคืนสภาพวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจน ชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่หมดอายุแล้ว เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้งานได้ หรือนำกลับมาขายเพื่อเปลี่ยนเป็นเงิน หรือทรัพย์สินขององค์กร ตลอดจนการยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่เก่า หรือชำรุดด้วยการซ่อมบำรุง (Fang, & Zhang, 2018; Yildiz Çankaya, & Sezen, 2019; Jawaad, & Zafar, 2020) มีงานวิจัยในอดีตที่สนับสนุนแนวคิดการสื่อสารองค์กรมีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวที่ก่อให้เกิด ความยั่งยืน เช่น Luu (2018) ศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการฟื้นฟูสีเขียวของพนักงาน และ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ที่เน้นการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมในการบริการซึ่งผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งเสริม ให้งานปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมสีเขียวได้ดีขึ้น การศึกษาของ Bentele and Wolfram (2019) ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ พบว่า การสื่อสารภายนอกองค์กรถือเป็น สิ่งสำคัญในการสร้างความไว้วางใจ รักษาความสัมพันธ์เชิงบวก และจัดการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ภายนอกก่อให้เกิดการสนับสนุนความคิดริเริ่มที่ยั่งยืนได้เป็นอย่างดี Potoski and Callery (2018) ซึ่งศึกษา เกี่ยวกับการสื่อสารและการเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมของพนักงาน พบว่า โปรแกรมการ สื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมของพนักงาน โดยการสื่อสารภายใน องค์กรสามารถเสริมสร้างประสิทธิภาพทางสิ่งแวดล้อมของบริษัทและพัฒนาผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ จากเหตุผลดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 1 คือ การสื่อสารองค์กรมีผลต่อ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียว

การสื่อสารองค์กรมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร

ผลการดำเนินงานองค์กร (Organizational Performance) หมายถึง ความสามารถขององค์กรใน การบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์โดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Daft, 2000) ผลการดำเนินงาน อาจหมายถึง ประสิทธิภาพขององค์กร ในด้านความประหยัด ประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพ (Javier, 2002) โดย Candrasa et al. (2020) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานขององค์กร

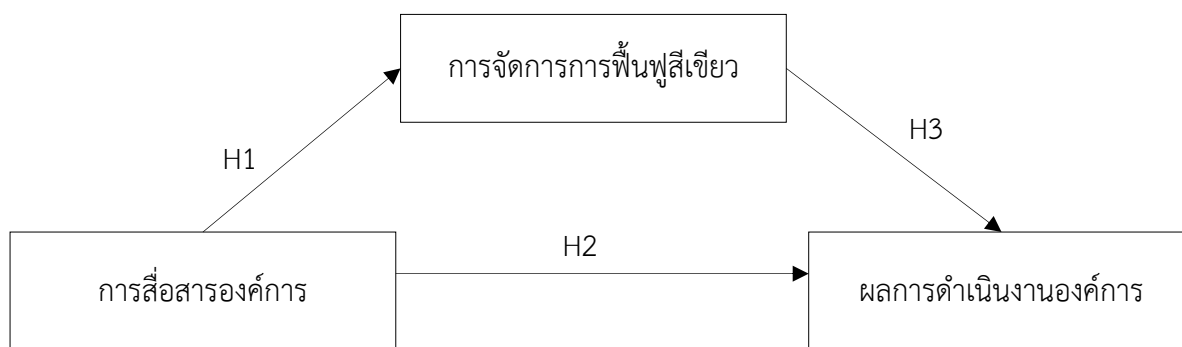
ประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์และประสิทธิภาพด้านต่างๆของหน่วยบริษัท ตลอดจนผลงานและความสำเร็จของพนักงาน การสื่อสารองค์การที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการประสานงาน และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์การ ทำให้เกิดการเข้าใจร่วมกันและสร้างความเชื่อถือนระหว่างบุคคลภายในองค์การและภายนอกองค์การ (Delmas, & Burbano, 2011) ทั้งนี้ การสื่อสารองค์การที่มีประสิทธิภาพทั้งภายในและภายนอกนำเสนอโอกาสที่สำคัญสำหรับการมีผลการดำเนินงานองค์การที่ดี ไม่ว่าจะเป็นด้านต้นทุนในการจัดซื้อวัสดุขององค์การที่ลดลง (Shad et al., 2019) รายได้ขององค์การเพิ่มขึ้น (Adimo, 2018; Hirunyawipada, & Xiong, 2018) องค์การมีความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น (Atnafu, & Balda, 2018; Penz, & Polsa, 2018) ปริมาณของมลพิษ ของเสีย และอันตรายจากสารเคมีต่าง ๆ ลดน้อยลง (Mumtaz et al., 2018) ภาพลักษณ์องค์การด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้น (Chuang, & Huang, 2018) องค์การมีความสามารถและประสพการณ์ในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Kazancoglu et al., 2018) รวมทั้งพนักงาน ลูกค้า ชุมชน ซัพพลายเออร์ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐมีความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์การมากขึ้น (Luu, 2020; Onputtha, & Siriwichai, 2021) ด้วยการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน และภายนอกกับบริษัทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน เช่น การประกาศบนกระดานข่าว จดหมาย อีเมล การประชุม วิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ และระบบสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ อื่น ๆ ให้กับพนักงานและฝ่ายบริหารในองค์การ (De Vries et al., 2016) หรือการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ข่าวสาร หรือเนื้อหาอื่น ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ นอกเหนือจากองค์การ ซึ่งรวมถึงลูกค้า ผู้ขาย หุ้นส่วน สื่อ ภาครัฐ และสาธารณชนทั่วไป ผ่านการประกาศและ แลกเปลี่ยน ประชาสัมพันธ์ โฆษณา งานแถลงข่าว การจัดงานแสดงสินค้า โบรชัวร์ เว็บไซต์ของ องค์การ โซเชียลมีเดีย และสื่อการตลาดอื่น ๆ (Dozier et al., 2013; Argenti, 2016; Cornelissen, 2017) จะสามารถสร้างวัฒนธรรมแห่งความยั่งยืน ขับเคลื่อนแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เป็นนวัตกรรม (Aggarwal & Agarwala, 2023) และเป็นการนำหลักปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปใช้อย่างกว้างขวาง ดังนั้น การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้องค์การสร้างตัวเองเป็นผู้นำที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดึงดูดลูกค้าและนักลงทุนที่ให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานองค์การได้มากขึ้น ผลจากงานวิจัยในอดีตที่สนับสนุนแนวคิดการสื่อสารองค์การมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์การ เช่น De Vries et al. (2016) พบว่า การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน จะสามารถสร้างผลการดำเนินงานองค์การที่ดีได้ Aggarwal and Agarwala (2023) พบว่า การสื่อสารองค์การมีผลต่อวัฒนธรรมองค์การที่มุ่งมั่นต่อการสร้างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลทำให้ผลการดำเนินงานขององค์การด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ Dozier et al. (2013) และ Cornelissen (2017) พบว่า การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ นอกเหนือจากองค์การ จะช่วยให้องค์การสร้างตัวเองเป็นผู้นำที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดึงดูดลูกค้าและนักลงทุนที่ให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานองค์การและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานองค์การ ทั้งนี้สามารถเขียนสมมติฐานที่ 2 คือ การสื่อสารองค์การมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์การ

การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์การ

การจัดการการฟื้นฟูสีเขียว หมายถึง กิจกรรมที่มุ่งเน้นการฟื้นคืนสภาพวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่หมดอายุแล้ว เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้งานได้ หรือกลับมาขายเพื่อเปลี่ยนเป็นเงิน

หรือทรัพย์สินขององค์กร ตลอดจนการยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่เก่าหรือชำรุดด้วยการซ่อมบำรุง (Fang, & Zhang, 2018; Yildiz Çankaya, & Sezen, 2019) ทั้งนี้ การศึกษาของ Jawaad and Zafar (2020) ที่ได้ศึกษาถึงวิธีการที่องค์กรในประเทศเกิดใหม่สามารถพัฒนาการดำเนินงานอย่างยั่งยืนและประสิทธิภาพขององค์กรผ่านกิจกรรมในโซ่อุปทานสีเขียว และกิจกรรมการฟื้นฟูสีเขียวในโซ่อุปทานสีเขียวด้วยการลดการใช้พลังงาน การใช้วัสดุแบบยั่งยืนและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ การยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ตลอดจนการแนะนำการนำไปใช้วิธีการสร้างสรรค์เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและพบว่า การที่องค์กรพยายามดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะการยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ช่วยทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวนั้นมีประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรทั้งในมิติทางการเงิน สิ่งแวดล้อม และสังคม เช่น ต้นทุนในการจัดซื้อวัสดุขององค์กรลดลง (Shad et al., 2019) หรือรายได้ขององค์กรเพิ่มขึ้น (Adimo, 2018; Hirunyawipada, & Xiong, 2018) เพราะวัสดุหรืออุปกรณ์ที่ได้รับการฟื้นฟูสภาพสามารถขายได้ในตลาดกลางหรือตลาดรองได้ รวมถึงองค์กรมีความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น (Atnafu, & Balda, 2018; Penz, & Polska, 2018) ทั้งนี้ เมื่อฟื้นฟูสภาพวัสดุหรืออุปกรณ์เก่าจะช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน การซ่อมแซมหรือฟื้นฟูสภาพอุปกรณ์มักจะมีต้นทุนที่น้อยกว่าการซื้อใหม่ นอกจากนี้ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวยังส่งผลต่อปริมาณของมลพิษ ของเสีย และอันตรายจากสารเคมีต่าง ๆ ลดน้อยลง (Mumtaz et al., 2018) ทำให้องค์กรมีความสามารถและประสบการณ์ในการนำผลิตภัณฑ์ ชิ้นส่วน หรือปัจจัยการผลิตกลับมาใช้ซ้ำมากขึ้น (Kazancoglu et al., 2018) พนักงาน ลูกค้า ชุมชน ชัพพลายเออร์ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐมีความพึงพอใจในการดำเนินงานขององค์กรมากขึ้น (Luu, 2020; Onputtha, & Siriwichai, 2021) ซึ่งส่งผลให้เกิดการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้น (Chuang, & Huang, 2018) งานวิจัยในอดีตที่สนับสนุนแนวคิดของการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร เช่น Jawaad and Zafar (2020) พบว่า องค์กรพยายามดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะการยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว นั้น ช่วยทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ Shad et al. (2019) ยังพบว่า การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวขององค์กร มีประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรในมิติทางการเงิน ทำให้ต้นทุนในการจัดซื้อวัสดุขององค์กรลดลงซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรที่ดีขึ้น ในขณะที่มีนักวิจัยที่พบผลการวิจัยที่สอดคล้องกันทางด้านการเงิน ว่า การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวขององค์กรส่งผลให้รายได้ขององค์กรเพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดี (Adimo, 2018; Hirunyawipada, & Xiong, 2018) ในมิติของการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม พบว่ากระบวนการการฟื้นฟูสีเขียว ทำให้วัสดุหรืออุปกรณ์ที่ได้รับการฟื้นฟูสภาพ นำกลับมาใช้ได้ ทำให้สามารถขายได้ในตลาดกลางหรือตลาดรองได้ ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น (Atnafu, & Balda, 2018; Penz, & Polska, 2018) จากงานวิจัยดังกล่าว สามารถเขียนสมมติฐานที่ 3 คือ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรที่จะใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานที่ทำงานในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีที่ตั้งในประเทศไทย จากจังหวัดปราจีนบุรี ระยอง พระนครศรีอยุธยา สมุทรปราการและกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีบริษัทอุตสาหกรรมยานยนต์จำนวนมาก และเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Non-probability sampling with purposive technique) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบตามข้อเสนอจาก Hajjar (2014) ซึ่งกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 1 ต่อ 25 กล่าวคือ ตัวแปรสังเกต 1 ตัวแปร ใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 เท่า จึงทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 525 คน และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจึงมีการเก็บเพิ่มร้อยละ 5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คาดหวัง จึงทำให้มีการส่งแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 552 คน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลและใช้ได้จริงจำนวน 546 คน คิดเป็นร้อยละ 98.91 ซึ่งถือเป็นค่าตอบกลับที่ยอมรับได้ โดยเครื่องมือวิจัยนี้ผ่านการตรวจความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และมีค่าความเที่ยงตรงระหว่าง 0.66 – 1.00 และความน่าเชื่อถือของเนื้อหาซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.960 (Hajjar, 2014) ทั้งนี้ แบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล โดยปัจจัยส่วนบุคคลเป็นตัวแปรด้านนามบัญญัติและเรียงลำดับโดยข้อคำถามที่มีตัวเลือกที่ถูกที่สุดเพียงข้อเดียว การสื่อสารองค์การ ปรับปรุงข้อคำถามมาจาก Malik and Ur-Rehman (2017), Genç (2017) และ Luu (2020) การจัดการการฟื้นฟูสีเขียว ปรับปรุงข้อคำถามมาจาก Govindan et al. (2015) และ Tseng and Chiu (2013) และผลการดำเนินงานองค์การ ปรับปรุงข้อคำถามมาจาก Fernando et al. (2019) และ Yildiz Çankaya and Sezen (2019) เป็นมาตราอันตรภาคชั้นโดยใช้ข้อคำถามแบบ Likert Scale จำนวน 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 อยู่ในระดับที่น้อยที่สุดและระดับที่ 5 อยู่ในระดับที่มากที่สุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สมการโครงสร้าง โดยจะต้องผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเหมือน และการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ	ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
เพศ					
- ชาย	363	66.5	ประสบการณ์ในการทำงาน		
- หญิง	183	33.5	- ต่ำกว่า 1 ปี	29	5.3
อายุ			- 1 - 5 ปี	141	25.8
- 21 – 30 ปี	194	35.5	- 6 - 10 ปี	171	31.3
- 31 - 40 ปี	129	23.6	- 11 - 15 ปี	131	24.0
- 41 - 50 ปี	127	23.3	- มากกว่า 15 ปี	74	13.6
- 51 ปีขึ้นไป	96	17.6	ตำแหน่ง		
ระดับการศึกษา			- ผู้บริหาร/คณะกรรมการบริหาร	78	14.3
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	63	11.5	- ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่าย/แผนก	218	39.9
- ปริญญาตรี	309	56.6	- พนักงานระดับปฏิบัติการ	250	45.8
- ปริญญาโท	167	30.6			
- สูงกว่าปริญญาโท	7	1.3			

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 546 คนนั้น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (จำนวน 183 คน หรือ ร้อยละ 33.5) มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี (จำนวน 194 คน หรือ ร้อยละ 35.5) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (จำนวน 309 คน หรือ ร้อยละ 56.6) มีประสบการณ์ในการทำงานอยู่ระหว่าง 6 - 10 ปี (จำนวน 171 คน หรือ ร้อยละ 31.3) ตำแหน่ง พนักงานระดับปฏิบัติการ (จำนวน 250 คน หรือ ร้อยละ 45.8)

การสื่อสารองค์การ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวและผลการดำเนินงานองค์การ

ตารางที่ 2 การสื่อสารองค์การ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียว และผลการดำเนินงานองค์การ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
การสื่อสารองค์การ (COM)	4.206	.624	มาก
การจัดการการฟื้นฟูสีเขียว (REC)	4.031	.691	มาก
ผลการดำเนินงานองค์การ (ORG)	4.149	.646	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการตีความตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยผลการศึกษาพบว่า พนักงานผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.206 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .624 ในขณะที่ ด้านการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว นั้นพบว่า พนักงานผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.031 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .691 สุดท้ายนี้ ด้านผลการดำเนินงานองค์การ พบว่า พนักงานผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้อยู่ในระดับมากเช่นกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.149 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .646

การพัฒนาแบบจำลอง การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเหมือน การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

การวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการจัดกลุ่มตัวแปรว่าตัวแปรใดอยู่ภายใต้องค์ประกอบใด โดยใช้กับตัวแปร ได้แก่ การสื่อสารองค์การ มีองค์ประกอบจำนวน 10 องค์ประกอบ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียว องค์ประกอบจำนวน 4 องค์ประกอบ และผลการดำเนินงานขององค์การ มีองค์ประกอบจำนวน 7 องค์ประกอบ โดยแต่ละตัวแปร มีค่า Eigenvalues เท่ากับ 7.275, 3.511 และ 5.780 ตามลำดับ และแต่ละองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) เกิน 0.5 ทั้งหมด (Fabrigar et al., 1999).

ในการประเมินแบบจำลองนั้น ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ปัจจัยยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลองด้วยค่าดัชนีของแบบจำลองที่เหมาะสม (Model Fit Indices) ซึ่งผลการศึกษา ปรากฏว่าแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษานี้มีความเหมาะสมเพราะมีค่าดัชนีของแบบจำลองเหมาะสม กล่าวคือ ค่า Cmin/df of 1.209, P-value of 0.061, GFI of 0.976, AGFI of 0.953, RMR of 0.011, RMSEA of 0.020, TLI of 0.997, CFI of 0.998, and NFI of 0.960 หลังจากพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลองด้วยค่าดัชนีของแบบจำลองที่เหมาะสมแล้ว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่งซึ่งค่าความเบ้ ค่าความโด่งต้องมีค่า ± 3.000 (Curran et al., 1996; Kline, 2005) น้ำหนักขององค์ประกอบซึ่งต้องมีค่าน้ำหนักมากกว่า .40 ในขณะที่ ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบ และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.50 เพื่อทำการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน และความเหมาะสมที่จะนำองค์ประกอบดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์ลำดับถัดไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบ และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ			ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้
					COM	REC	ORG		
COM_1	4.421	0.676	-1.106	1.604	.734			.955	.681
COM_2	4.163	0.730	-0.546	-0.055	.652				
COM_3	4.214	0.701	-0.709	0.635	.819				
COM_4	4.183	0.749	-0.865	1.149	.831				
COM_5	4.196	0.729	-0.748	0.723	.848				
COM_6	4.225	0.748	-0.815	0.660	.847				
COM_7	4.225	0.721	-0.721	0.578	.922				
COM_8	4.205	0.731	-0.764	0.733	.913				

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบ และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (ต่อ)

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ			ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้
					COM	REC	ORG		
COM_9	4.161	0.744	-0.779	0.957	.881				
COM_10	4.068	0.802	-0.809	0.952	.769				
REC_1	4.051	0.720	-0.817	1.880		.886		.949	.824
REC_2	4.031	0.743	-0.779	1.505		.873			
REC_3	4.027	0.723	-0.744	1.477		.922			
REC_4	4.015	0.764	-0.794	1.329		.948			
ORG_1	4.104	0.728	-0.535	0.300			.914	.958	.758
ORG_2	4.097	0.714	-0.538	0.470			.832		
ORG_3	4.128	0.689	-0.409	-0.030			.842		
ORG_4	4.196	0.699	-0.613	0.548			.932		
ORG_5	4.190	0.717	-0.689	0.657			.892		
ORG_6	4.176	0.746	-0.803	0.980			.935		
ORG_7	4.176	0.721	-0.690	0.679			.887		

Note: COM_1 – 10 หมายถึง การสื่อสารองค์กร, REC_1 – 5 หมายถึง การจัดการการเงินฟูลชีต, ORG_1 – 7 หมายถึง ผลการดำเนินงานองค์กร

ตารางที่ 3 แสดงถึงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ ความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ และความเหมาะสมที่จะนำองค์ประกอบดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์ลำดับถัดไปซึ่งพบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.015 และ 4.421 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.676 และ 0.802 ค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -1.106 และ -0.409 ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.055 และ 1.88 ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบอยู่ระหว่าง .652 และ .948 ค่าความน่าเชื่อถือขององค์ประกอบอยู่ระหว่าง .949 และ .958 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้อยู่ระหว่าง .681 และ .824 นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบในแนวทแยงอ้างอิงจากค่ารากกำลังสองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้โดยค่ารากกำลังสองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้จะต้องมากกว่าค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบในแนวทแยงเพื่อทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกและความเหมาะสมที่จะนำองค์ประกอบดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์ลำดับถัดไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบในแนวทแยงและค่ารากกำลังสองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้

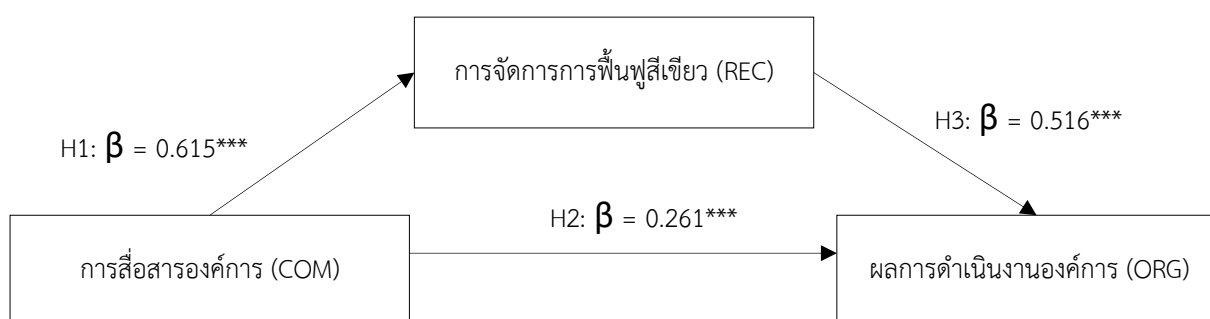
ตัวแปร	COM	REC	ORG
COM	0.825		
REC	0.597	0.908	
ORG	0.565	0.662	0.871

หมายเหตุ: ค่าในแนวทแยง หมายถึง ค่ารากกำลังสองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้

จากตารางที่ 4 ค่ารากกำลังสองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (ระหว่าง .825 และ .871) มีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบในแนวทแยง (ระหว่าง 0.565 และ 0.662) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบที่นำมาใช้ในการศึกษาสามารถถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์ลำดับถัดไปได้้อย่างเหมาะสม (Henseler et al., 2015)

การวิเคราะห์แบบจำลองขั้นสุดท้ายและการทดสอบสมมติฐาน

หลังจากทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แบบจำลองขั้นสุดท้ายเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน โดยมีการพิจารณาค่า ค่าน้ำหนักมาตรฐาน ค่าน้ำหนักในรูปแบบคะแนนดิบ ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่า t-value และค่า p-value เป็นค่าสำคัญหลักในการพิจารณา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



Cmin/df of 1.209, P-value of 0.061, GFI of 0.976, AGFI of 0.953, RMR of 0.011, RMRSEA of 0.020, TLI of 0.997, CFI of 0.998, and NFI of 0.960

ภาพที่ 2 แบบจำลองขั้นสุดท้าย

ตารางที่ 5 ค่าน้ำหนักมาตรฐาน ค่าน้ำหนักในรูปแบบคะแนนดิบ ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่า t-value และค่า p-value

Variables	β	b	S.E.	t-value	P-value
H1: COM $\rightarrow$ REC	0.615	0.630	0.043	14.571	.000***
H2: COM $\rightarrow$ ORG	0.261	0.280	0.044	6.420	.000***
H3: REC $\rightarrow$ ORG	0.516	0.541	0.046	11.848	.000***

Note: β หมายถึง ค่าน้ำหนักมาตรฐาน

b หมายถึง ค่าน้ำหนักในรูปแบบคะแนนดิบ

S.E. หมายถึง ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาพบว่า ค่าน้ำหนักมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.261 - 0.615 ค่าน้ำหนักในรูปแบบคะแนนดิบอยู่ระหว่าง 0.280 - 0.630 ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.043 - 0.046 ค่า t-value อยู่ระหว่าง 6.420 - 14.571 และค่า p-value น้อยกว่า 0.001 นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สมมติฐานที่ 1 การสื่อสารองค์การมีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารองค์การมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์การ และสมมติฐานที่ 3 การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์การนั้นได้รับการยอมรับเนื่องจากค่า p-value มีค่าน้อยกว่า .05 ซึ่งหมายความว่า การสื่อสารองค์การมีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย การสื่อสารองค์การมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์การของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย และการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลต่อการดำเนินงานองค์การของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อมและโดยรวม โดยมีรายละเอียดตามตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 6 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และโดยรวม

ตัวแปร	REC			ORG		
	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
COM	.615	.000	.615	.261	.318	.579
REC				.516	.000	.516

จากตารางที่ 6 พบว่า การสื่อสารองค์การมีผลทางตรงต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวและผลการดำเนินงานองค์การของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยซึ่งมีค่าน้ำหนักมาตรฐานเท่ากับ .615 และ .261 ในขณะที่ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลทางตรงต่อผลการดำเนินงานองค์การของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยซึ่งมีค่าน้ำหนักมาตรฐานเท่ากับ .516 นอกจากนี้ การสื่อสารองค์การมีผลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานองค์การของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยซึ่งมีค่าน้ำหนักมาตรฐานเท่ากับ .318 สุดท้ายการสื่อสารองค์การมีผลโดยรวมต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวและผลการดำเนินงานองค์การของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย และการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลโดยรวมต่อผลการดำเนินงานองค์การของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 มีค่าน้ำหนักมาตรฐานเท่ากับ .615 .579 และ .516 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การสื่อสารองค์การมีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารองค์การที่มีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว พบว่า การสื่อสารองค์การมีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้ เนื่องจากการสื่อสารองค์การเป็นสิ่งที่สำคัญมากต่อองค์การในการที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ความรู้สึก หรือ

ความต้องการระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลภายในองค์กร และกลุ่มบุคคลภายนอกองค์กรซึ่งเมื่อมีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกกันมากขึ้นจะยิ่งทำให้บุคคลที่ได้รับสารได้รับทราบแนวทาง จุดประสงค์ เป้าหมาย (Prajogo et al., 2018; Mehdikhani, & Valmohammadi, 2019; Šakytė-Statnickė et al., 2023) และหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบได้มากขึ้น ทำให้จัดการการฟื้นฟูสีเขียวที่มุ่งเน้นการฟื้นคืนสภาพวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่หมดอายุแล้ว เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้งานได้ หรือกลับมาขาย เพื่อเปลี่ยนเป็นเงินหรือทรัพย์สินขององค์กร ตลอดจนการยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่เก่าหรือชำรุดด้วยการซ่อมบำรุง ซึ่งการสื่อสารองค์การทำให้บุคลากรขององค์กรเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร เข้าใจกระบวนการที่จะเกิดขึ้น ส่งผลให้กระบวนการการฟื้นฟูสีเขียวบรรลุถึงเป้าหมายที่ได้วางไว้ (Fang, & Zhang, 2018; Yildiz Çankaya, & Sezen, 2019; Jawaad, & Zafar, 2020) นอกจากนี้ การศึกษาของ Aggarwal and Agarwala (2023) พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจะสามารถส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมแห่งความยั่งยืน โดยเป็นวัฒนธรรมที่บุคคลในองค์กรให้ความสำคัญกับการดำเนินที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พนักงานขององค์กรสามารถใช้ความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนำไปสู่การแก้ไขปัญหาการดำเนินการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเชิงนวัตกรรมได้ ซึ่งการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทานสีเขียว (Green Supply Chain Management) การศึกษาของ Bentele and Wolfram (2019) พบว่า การสื่อสารภายนอกองค์กรถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรในการสร้างความไว้วางใจ รักษาความสัมพันธ์เชิงบวก และจัดการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะผลักดันส่งเสริมความไว้วางใจและการสนับสนุนความคิดริเริ่มที่สอดคล้องกับความยั่งยืนภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี ซึ่งกระบวนการส่งเสริมความยั่งยืนนั้น ก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวดังที่กล่าวไปข้างต้น

การสื่อสารองค์การมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร

นอกเหนือจากที่การสื่อสารองค์การมีผลต่อการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวแล้ว ยังพบงานวิจัยมากมายเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารองค์การที่มีต่อผลการดำเนินงานองค์กร โดยผลจากงานวิจัยในอดีต พบว่า การสื่อสารองค์การมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เนื่องจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด ความรู้ และข้อความระหว่างพนักงานในองค์กรและผู้ที่ส่วนได้ส่วนเสียภายนอกจะช่วยสร้างความเหนียวแน่นให้กับพนักงานและส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร ตลอดจนส่งเสริมความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก และสร้างเป้าหมายขององค์กรให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าและนักลงทุน (De Vries et al., 2016) ส่งผลให้เกิดรายได้ขององค์กรเพิ่มขึ้น องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น ภาพลักษณ์องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้น และมีความสามารถและประสิทธิภาพในการสร้างผลการดำเนินงานองค์กรที่ดีขึ้น (Adimo, 2018; Hirunyawipada, & Xiong, 2018; Atnafu, & Balda, 2018; Penz, & Polsa, 2018; Mumtaz, Ali, & Petrillo, 2018; Chuang, & Huang, 2018; Kazancoglu et al., 2018) ซึ่งสอดคล้องกับ De Vries et al.

(2016) พบว่า การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน เช่น การประกาศบนกระดานข่าว จดหมาย อีเมล การประชุม วิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ และระบบสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ให้กับพนักงานและฝ่ายบริหารในองค์กรนั้นทำให้พนักงานเกิดความเข้าใจตรงกันถึงเป้าหมายและภารกิจขององค์กรเพื่อที่จะสร้างผลการดำเนินงานองค์กรที่ดี ในขณะที่ Dozier et al. (2013) และ Cornelissen (2017) พบว่า การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยู่นอกเหนือจากองค์กร ซึ่งรวมถึงลูกค้า ผู้ขาย หุ้นส่วน สื่อ ภาครัฐ และสาธารณชนทั่วไปผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรมีนั้นจะช่วยให้องค์กรสร้างตัวเองเป็นผู้นำที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดึงดูดลูกค้าและนักลงทุนที่ให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานองค์กรได้มากขึ้น Carr and Kaynak (2007) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและผลการดำเนินงานองค์กร พบว่าการสื่อสารมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญเพราะการสื่อสารส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับซัพพลายเออร์ และถ้าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับซัพพลายเออร์ผูกพันแข็งแกร่งแล้วความสามารถในการแข่งขันของบริษัทจะเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรที่ดีขึ้นในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Blome et al. (2014) ที่พบว่าการสื่อสารสีเขียวมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร

การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการฟื้นฟูสีเขียวที่มีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร พบว่า การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวมีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้ เนื่องจากการที่องค์กรให้ความสำคัญกับการฟื้นคืนสภาพวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่หมดอายุแล้ว เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้งานได้ การนำเอาวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่หมดอายุหรือเก่าแล้วกลับมาขายเพื่อเปลี่ยนเป็นเงินสดหรือทรัพย์สินขององค์กร ตลอดจนการยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่เก่าหรือชำรุดด้วยการซ่อมบำรุง และมีการปรับปรุงและปรับปรุงชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่ใช้งานแล้วให้สามารถนำกลับมาผลิตหรือใช้งานใหม่ได้อีกสามารถให้องค์กรเกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศ เกิดภาพลักษณ์องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้น และมีความสามารถและประสิทธิภาพในการทำงานที่ต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Fang, & Zhang, 2018) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Jawaad and Zafar (2020) ที่พบว่า การที่องค์กรพยายามดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะการยืดอายุการใช้งานวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่างๆ ช่วยทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การจัดการการฟื้นฟูสีเขียวนี้ มีประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรทั้งในมิติทางการเงิน สิ่งแวดล้อม และสังคม เช่น ต้นทุนในการจัดซื้อวัสดุขององค์กรลดลง (Shad et al., 2019) หรือรายได้ขององค์กรเพิ่มขึ้น (Adimo, 2018; Hirunyawipada, & Xiong, 2018) เพราะวัสดุหรืออุปกรณ์ที่ได้รับการฟื้นคืนสภาพสามารถขายได้ในตลาดกลางหรือตลาดรองได้ ตลอดจนถึงองค์กรมีความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น (Atnafu, & Balda, 2018; Penz, & Polsa, 2018)

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ข้อที่ 1 องค์การควรมีการสื่อสารกับพนักงานเกี่ยวกับการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนยินยติรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับการปรับปรุงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมจากพนักงาน และใช้ช่องทางในการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อให้พนักงานทราบเกี่ยวกับนโยบายขององค์การ แนวปฏิบัติ หรือเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมรวมถึงถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์ความรู้ ข้อมูล หรือข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้พนักงานได้ทำงานต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการจัดการการฟื้นฟูสีเขียว

ข้อที่ 2 องค์การควรใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ อีเมล บรรจุภัณฑ์ สื่อสังคมออนไลน์ รายการทีวี และอื่น ๆ เพื่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ให้เห็นถึงการให้ความสำคัญขององค์การที่มีต่อการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ข้อที่ 3 องค์การควรให้ความสำคัญกับการฟื้นคืนสภาพวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ที่หมดอายุแล้ว เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้งานใหม่ หรือมาขายเพื่อเปลี่ยนเป็นเงินหรือทรัพย์สินขององค์การ เพื่อเป็นการลดการใช้พลังงาน สร้างมูลค่าของวัสดุ อุปกรณ์ ตลอดจนชิ้นส่วนอะไหล่ต่าง ๆ ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งและมีมูลค่ามากขึ้นซึ่งจะส่งผลให้องค์การมีผลการดำเนินงานองค์การที่เป็นที่น่าพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ข้อที่ 1 งานวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการฟื้นฟูสีเขียวในองค์การมากยิ่งขึ้น

ข้อที่ 2 งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายผลการศึกษาไปยังอุตสาหกรรมอื่นนอกจากอุตสาหกรรมรถยนต์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่เป็นอุตสาหกรรมภาคการบริการเพราะอุตสาหกรรมภาคการบริการอาจมีแนวทางในการดำเนินกิจกรรมการฟื้นฟูสีเขียวที่แตกต่างออกไป

ข้อที่ 3 งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการดำเนินกิจกรรมการฟื้นฟูสีเขียวในองค์การเพื่อองค์การจะสามารถระบุหน้าที่ในการดำเนินกิจกรรมการฟื้นฟูสีเขียวให้มีความชัดเจน สอดคล้องและเหมาะสมกับปัจจัยส่วนบุคคลนั้น ๆ ตลอดจนถึงสามารถจัดอบรมพัฒนา และการทำงานสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

Adimo, A. A. (2018). Relationship between product differentiation strategies and organizational performance in Sameer Africa Kenya Limited. *British Journal of Marketing Studies*, 6(3), 60-72.

- Aggarwal, P., & Agarwala, T. (2023). Relationship of green human resource management with environmental performance: mediating effect of green organizational culture. **Benchmarking: An International Journal**, 30(7), 2351-2376.
- Argenti, P. A. (2016). **Corporate communication** (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Atnafu, D., & Balda, A. (2018). The impact of inventory management practice on firms' competitiveness and organizational performance: Empirical evidence from micro and small enterprises in Ethiopia. **Cogent Business & Management**, 5(1), 1503219.
- Bentele, G., & Wolfram, W. (2019). **Public relations theory and communication management: Current insights and future trends**. Routledge.
- Blome, C., Hollos, D., & Paulraj, A. (2014). Green procurement and green supplier development: antecedents and effects on supplier performance. **International Journal of Production Research**, 52(1), 32-49.
- Candrasa, L., Cen, C. C., Cahyadi, W., Cahyadi, L., & Pratama, I. (2020). Green supply chain, green communication and firm performance: empirical evidence from thailand. **Systematic Reviews in Pharmacy**, 11(12), 398-406.
- Carr, A. S., & Kaynak, H. (2007). Communication methods, information sharing, supplier development and performance: an empirical study of their relationships. **International Journal of Operations & Production Management**, 27(4), 346-370.
- Chuang, S. P., & Huang, S. J. (2018). The effect of environmental corporate social responsibility on environmental performance and business competitiveness: The mediation of green information technology capital. **Journal of Business Ethics**, 150, 991-1009.
- Cornelissen, J. (2017). **Corporate communication: A guide to theory and practice**. Sage.
- Daft, R. L. (2000). **Organization Theory and Design** (7th ed.). South-Western College.
- De Vries, D., Gensler, S., & Leeflang, P. S. (2016). Effects of traditional advertising and social messages on brand-building metrics and customer acquisition. **Journal of Marketing**, 80(3), 1-17.
- Delmas, M., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. **California Management Review**, 54(1), 64-87.
- Dozier, D., Grunig, L. A., & Grunig, J. E. (2013). **Manager's guide to excellence in public relations and communication management**. Routledge.

- Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. **Psychological Methods**, **4**, 272-299.
- Fang, C., & Zhang, J. (2018). Performance of green supply chain management: A systematic review and meta analysis. **Journal of Cleaner Production**, **183**, 1064-1081.
- Fernando, Y., Jabbour, C. J. C., & Wah, W. X. (2019). Pursuing green growth in technology firms through the connections between environmental innovation and sustainable business performance: does service capability matter?. **Resources, conservation and recycling**, **141**, 8-20.
- Genç, R. (2017). The importance of communication in sustainability & sustainable strategies. **Procedia Manufacturing**, **8**, 511-516.
- Geng, R., Mansouri, S. A., & Aktas, E. (2017). The relationship between green supply chain management and performance: A meta-analysis of empirical evidences in Asian emerging economies. **International journal of production economics**, **183**, 245-258.
- Govindan, K., Rajendran, S., Sarkis, J., & Murugesan, P. (2015). Multi criteria decision making approaches for green supplier evaluation and selection: a literature review. **Journal of cleaner production**, **98**, 66-83.
- Hajjar, S. T. (2014). A statistical study to develop a reliable scale to evaluate instructors within higher institution. **WSEAS Transactions on Mathematics**, **13**, 885-894.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. **Journal of the Academy of Marketing Science**, **43**, 115-135.
- Hirunyawipada, T., & Xiong, G. (2018). Corporate environmental commitment and financial performance: Moderating effects of marketing and operations capabilities. **Journal of Business Research**, **86**, 22-31.
- Javier, J. (2002). A review paper on organizational culture and organizational performance. **International Journal of Business and Social Science**, **1**(3), 52-76.
- Jawaad, M., & Zafar, S. (2020). Improving sustainable development and firm performance in emerging economies by implementing green supply chain activities. **Sustainable Development**, **28**(1), 25-38.
- Kazancoglu, Y., Kazancoglu, I., & Sagnak, M. (2018). A new holistic conceptual framework for green supply chain management performance assessment based on circular economy. **Journal of cleaner production**, **195**, 1282-1299.

- Luu, T. T. (2018). Employees' green recovery performance: the roles of green HR practices and serving culture. **Journal of Sustainable Tourism**, 26(8), 1308-1324.
- Luu, T. T. (2020). Integrating green strategy and green human resource practices to trigger individual and organizational green performance: The role of environmentally-specific servant leadership. **Journal of Sustainable Tourism**, 28(8), 1193-1222.
- Luu, T. T. (2020). Reducing food waste behavior among hospitality employees through communication: dual mediation paths. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 32(5), 1881-1904.
- Malik, N. A., & Ur-Rehman, M. (2017). Green communications: Techniques and challenges. **EAI Endorsed Transactions on Energy Web and Information Technology**, 4(14), 1-6.
- Mehdikhani, R., & Valmohammadi, C. (2019). Strategic collaboration and sustainable supply chain management: The mediating role of internal and external knowledge sharing. **Journal of Enterprise Information Management**, 32(5), 778-806.
- Mitra, S., & Datta, P. P. (2014). Adoption of green supply chain management practices and their impact on performance: an exploratory study of Indian manufacturing firms. **International journal of production research**, 52(7), 2085-2107.
- Mumtaz, U., Ali, Y., & Petrillo, A. (2018). A linear regression approach to evaluate the green supply chain management impact on industrial organizational performance. **Science of the Total Environment**, 624, 162-169.
- Ojo, E., Mbowa, C., & Akinlabi, E. T. (2014). Barriers in implementing green supply chain management in construction industry. **Journal article: University of Johannesburg; Department of Mechanical Engineering Science**, 1974-1981.
- Onputtha, S., & Siriwichai, C. (2021). The impact of green corporate identity and green personal-social identification on green business performance: A case study in Thailand. **The Journal of Asian Finance, Economics and Business**, 8(5), 157-166.
- Penz, E., & Polsa, P. (2018). How do companies reduce their carbon footprint and how do they communicate these measures to stakeholders?. **Journal of Cleaner Production**, 195, 1125-1138.
- Potoski, M., & Callery, P. J. (2018). Peer communication improves environmental employee engagement programs: Evidence from a quasi-experimental field study. **Journal of Cleaner Production**, 172, 1486-1500.

- Prajogo, D., Toy, J., Bhattacharya, A., Oke, A., & Cheng, T. C. E. (2018). The relationships between information management, process management and operational performance: Internal and external contexts. **International Journal of Production Economics**, **199**, 95-103.
- Rahman, T., Ali, S. M., Moktadir, M. A., & Kusi-Sarpong, S. (2020). Evaluating barriers to implementing green supply chain management: An example from an emerging economy. **Production Planning & Control**, **31**(8), 673-698.
- Šakytė-Statnickė, G., Budrytė-Ausiejienė, L., Luka, I., & Drozdova, V. (2023). Internal and External Communication between Employees of Different Generations: Emerging Problems in Lithuanian, Latvian, and Swedish Tourism Organizations. **Journal of Tourism and Services**, **14**(26), 1-24.
- Shad, M. K., Lai, F. W., Fatt, C. L., Klemeš, J. J., & Bokhari, A. (2019). Integrating sustainability reporting into enterprise risk management and its relationship with business performance: A conceptual framework. **Journal of Cleaner production**, **208**, 415-425.
- Tseng, M. L., & Chiu, A. S. (2013). Evaluating firm's green supply chain management in linguistic preferences. **Journal of Cleaner Production**, **40**, 22-31.
- Yildiz Çankaya, S., & Sezen, B. (2019). Effects of green supply chain management practices on sustainability performance. **Journal of Manufacturing Technology Management**, **30**(1), 98-121.