อิทธิพลของคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานขององค์การ: กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกของประเทศไทย

มารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
คณะรัฐประศาสนศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2552

อิทธิพลของคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานขององค์การ: กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกของประเทศไทย

มารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์

คณะรัฐประศาสนศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ..... ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร.จันทรานุช มหากาญจนะ)

อาจารย์ ..... ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(พันตำรวจโท ดร.เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์)

รองศาสตราจารย์ ..... ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ดร.จำลอง โพธิ์บุญ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต

รองศาสตราจารย์.....ประธานกรรมการ

(นายเกียรติไกร อายุวัฒน์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ..... กรรมการ

(ดร.จันทรานุช มหากาญจนะ)

อาจารย์..... กรรมการ

(พันตำรวจโท ดร.เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์)

รองศาสตราจารย์ ..... กรรมการ

(ดร.จำลอง โพธิ์บุญ)

รองศาสตราจารย์.....คณบดี

(ดร.ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์)

24 สิงหาคม พ.ศ. 2553

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	อิทธิพลของคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานขององค์การ: กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกของประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวมารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์
ชื่อปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา	2552

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทำเลที่ตั้งของร้าน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล และ ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ และศึกษาปัจจัยด้านคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และ ความสามารถของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยแบบตัดขวาง โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยมีหน่วยวิเคราะห์ในระดับองค์การคือ ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย การเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ มีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย โดยใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ข้อมูลจากแบบสอบถามนำมาทดสอบสมมติฐานโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอย นอกจากนี้ ยังใช้สถิติพรรณนาเพื่อบรรยายคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาและนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมายืนยันและสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว ส่วนใหญ่ร้อยละ 53.0 เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีจำนวนคนงาน 1-5 คน จำนวนคนงานเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างคือ 11 คน ระยะเวลาในการ

ดำเนินธุรกิจโดยเฉลี่ยคือ 8 ปี และร้อยละ 21 มีการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ลักษณะการดำเนินธุรกิจร้อยละ 36.7 คือ การเปิดหน้าร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลจากชุมชน รองลงมาร้อยละ 22.0 คือ การเปิดหน้าร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลจากชุมชน และประมูลรับซื้อขยะรีไซเคิลตามโรงงานอุตสาหกรรม โดยร้านส่วนใหญ่จะรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท เช่น พลาสติก กระดาษ ขวด/แก้ว โลหะ อโลหะ และขยะรีไซเคิลอื่น ๆ เพื่อส่งจำหน่ายให้กับร้านที่ใหญ่กว่า หรือ เอเย่นต์ขายตรงให้กับโรงงานหรือส่งออกต่างประเทศ ผู้ประกอบการร้อยละ 94.3 ใช้เงินทุนของตนเองในการลงทุนและดำเนินกิจการ จึงทำให้ผู้ประกอบการเรียกร้องแรงสนับสนุนจากภาครัฐในเรื่องการจัดการแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และการช่วยเหลือด้านภาษี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ ความมีคุณค่าและความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การ ความสามารถขององค์การในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับทฤษฎีมุมมองของทรัพยากรพื้นฐานขององค์การและทฤษฎีผู้ประกอบการที่นำมาบูรณาการร่วมกันเพื่ออธิบายบริบทของธุรกิจในการศึกษาครั้งนี้ แม้ว่าระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และทำเลที่ตั้งของร้านพบว่า มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานขององค์การ อย่างไรก็ตาม ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบข้อสนับสนุนว่า ปัจจัยทั้งสองดังกล่าวจะมีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์การโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของการดำเนินธุรกิจ ประเภทของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ และกลยุทธ์การบริหารกิจการของแต่ละองค์การ

ABSTRACT

Title of Dissertation	Resource Characteristics, Firm's Capabilities and Entrepreneur's Abilities Influencing Firm's Performance: Case of Recyclable Waste Collecting and Buying Business in Eastern Thailand
Author	Ms. Marasri Jadsadapatipat
Degree	Doctor of Public Administration
Year	2009

This study is to investigate management and operation pattern of Recyclable Waste Collecting and Buying Business in Eastern Thailand and basic factors such as period of firm's business operations, location of firm, space for separating and storing recyclable waste and various types of recyclable waste purchasing affecting firm's performance. It's also to investigate the impacts of factors regarding resource characteristics, firm's capabilities and entrepreneur's abilities on firm's performance.

The research was carried out utilizing cross-sectional study. The unit of analysis of the study was the organizational level which was collected 300 survey questionnaires based on telephone interviews with sampling size obtained according to Krejcie and Morgan Formula of Calculations and used Stratified Random Sampling Technique. The data analysis was based on regression analysis. Moreover, descriptive statistics were used in making overview of the sample and in-depth interview result was to confirm and support quantitative research.

The finding of the research is as follows: The recyclable waste collecting and buying firms in Eastern Thailand are in the form of family business. Most of them about 53 percents are small enterprises with number of worker between 1-5 persons. Average number of worker is 11 persons and average period of firm's operating is approximately 8 years, average 21 percents of them has been operating over 10 years.

Nature of business around 36.7 percents is “opening a store to purchase recyclable waste from community” and about 22.0 percents is “opening a store to purchase recyclable waste from community” as well as “auction from factories”. A lot of them purchase various types of recyclable waste such as plastic, paper, glass, metal, non-metal and other recyclable waste in order to sell to bigger stores or agents and directly sell to processing plants or export. Approximately 94.3 percents of them use their own money for investment and operating, therefore, their priority requisitions are government support in providing low interest rate loans and tax assistance. The study find that space for separating and storing recyclable waste and various types of recyclable waste purchasing, valuable resources and appropriate resources, firm’s capabilities in exploitation of firm’s resources, abilities of entrepreneur in decision making and innovation creating have a significantly positive influence (at 0.05 level) with firm’s performance which harmonize with the Resource-Based View and the Entrepreneurship theories integrated for explanatory of the business context. Although, period of firm’s business operations and location of firm have no significant relationship with firm’s performance, however, the results from in-depth interview show that these two factors are important for the firm’s performance dependent upon nature of business, types of recyclable waste collecting and buying and strategic management of each firm.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จันทรานุช มหากาญจนะ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก พันตำรวจโท ดร. เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. จำลอง โพธิ์บุญ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รวมทั้ง รองศาสตราจารย์ เกียรติไกร อายุวัฒน์ ประธานสอบป้องกันวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ดารารัตน์ อานันทนะสุวงศ์ ดร. สมไทย วงษ์เจริญ คุณธนพรรณ สุนทระ คุณนภวัส บัวสรวง คุณศรชัย มูลคำ และ นาวาเอกมนตรี ชูนามชัย ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบพระคุณ คุณวันรวย ชื่นจิตร ที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยได้เข้าฝึกงานและสังเกตการณ์ที่บริษัทเมืองรวยเจริญ จำกัด (วงษ์พาณิชย์ สาขาบายพาส-ศรีราชา) และขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าอย่างยิ่งยวด รวมถึงผู้เขียนตำรา เอกสารบทความต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและได้นำมาอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านแห่งสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ที่ได้ถ่ายทอดและสร้างความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของคณะรัฐประศาสนศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นที่รักทุกคนที่เป็นกำลังใจให้กันและกันมาโดยตลอด ขอขอบคุณพี่สาวของผู้วิจัยคุณโฉมเฉลา มามาก ที่ทำหน้าที่ผู้ช่วยผู้วิจัยได้อย่างยอดเยี่ยมที่สุด และทุกกำลังใจจากครอบครัวที่มีให้ตลอดระยะเวลาในการทำวิจัยฉบับนี้ โดยเฉพาะกำลังใจอันสำคัญยิ่งที่ทำให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นในการศึกษา ค้นคว้า และจัดทำวิจัยครั้งนี้ให้แล้วเสร็จสมบูรณ์จากคุณแม่ทุเรียน หุ่นภักดี ประโยชน์ และ คุณค่าจากการสร้างสรรค์องค์ความรู้อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ คุณพ่อเซี่ยมเล้ง แซ่เฮ้ง คุณแม่ทุเรียน หุ่นภักดี ครู อาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

มารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์

สิงหาคม 2553

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (3)

ABSTRACT (5)

กิตติกรรมประกาศ (7)

สารบัญ (8)

สารบัญตาราง (11)

สารบัญภาพ (16)

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความสำคัญของปัญหา 1

1.2 คำถามการวิจัย 8

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 8

1.4 ขอบเขตการวิจัย 9

1.5 นิยามศัพท์ 10

1.6 ประโยชน์ของการวิจัย 10

1.7 โครงสร้างของงานวิจัย 11

บทที่ 2 การจัดการขยะ และแนวคิดการรีไซเคิล 13

2.1 การจัดการขยะ 13

2.2 แนวคิดการรีไซเคิล 34

บทที่ 3 ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ และแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์การ 59

3.1 ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานขององค์การ 59

3.2 กลยุทธ์กับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกขององค์การ 67

3.3 กลยุทธ์กับการประเมินสิ่งแวดล้อมภายในขององค์การ 70

3.4 มุมมองของทรัพยากรพื้นฐานขององค์การ 72

3.4.1 คุณสมบัติของทรัพยากรที่ช่วยสร้างความได้เปรียบ 79

3.4.2 ชนิดของทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบ 86

3.4.3 ความสามารถขององค์การ 91

3.5 ทฤษฎีผู้ประกอบการ 97

3.6 การบูรณาการ RBV กับทฤษฎีผู้ประกอบการ 111
3.7 กรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย 121
3.7.1 กรอบแนวคิด 121
3.7.2 สมมติฐานการวิจัย 127
บทที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัย 133
4.1 การเลือกแบบวิจัย 133
4.2 การกำหนดประชากรเป้าหมายและการสุ่มตัวอย่าง 134
4.2.1 การกำหนดประชากรเป้าหมาย 134
4.2.2 การสุ่มตัวอย่าง 136
4.3 นิยามเชิงปฏิบัติการและการสร้างตัวชี้วัด 138
4.4 การสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลและการดำเนินการเก็บข้อมูล 152
4.4.1 การสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล 152
4.4.2 การดำเนินการเก็บข้อมูล 156
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ 159
4.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ 159
4.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ 161
บทที่ 5 ผลการวิจัย 162
5.1 ลักษณะพื้นฐานของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 162
5.2 ลักษณะการดำเนินกิจการของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 164
5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย 196
5.3.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และสถิติพรรณนาของตัวแปร 197
5.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย 199
5.3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก 225
5.3.4 ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่อระดับผลการดำเนินงานขององค์การ 225
5.3.5 คุณสมบัติของทรัพยากรในองค์การต่อผลการดำเนินงานขององค์การ 239
5.3.6 ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การต่อผลการดำเนินงานขององค์การ 255
5.3.7 ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานขององค์การ 259
5.4.5 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ 268

บทที่ 6 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 282

6.1 บทสรุป 282

6.1.1 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย 282

6.1.2 ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวม และรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออก ของประเทศไทย 290

6.1.3 คุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถ ของผู้ประกอบการ ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อ ขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย 294

6.2 ข้อเสนอแนะ 299

6.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี 301

6.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ 302

6.2.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 304

6.2.4 ข้อเสนอแนะเชิงเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม 306

6.2.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป 308

บรรณานุกรม 310

ภาคผนวก แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ 329

ประวัติผู้เขียน 341

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

2.1 ประเภทของการรีไซเคิล (Categories of Recycle) 40

2.2 วิธีการแยกประเภทขยะรีไซเคิลเพื่อขายให้ได้ราคาดี 50

2.3 การเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ในการประกอบกิจการคัดแยก 52

2.4 ความผิดเกี่ยวกับการขายทอดตลาดและบทลงโทษ 56

3.1 Resource–Based View เปรียบเทียบกับ Industrial Organization 69

3.2 ต้นแบบการนำทุนทรัพยากร และทุนสถาบันเพื่อใช้ในการสร้างความ ได้เปรียบในการแข่งขัน 78

3.3 คุณลักษณะ 4 ประการของทรัพยากรและความสามารถขององค์การในการ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 81

3.4 การจำแนกอุปสรรคหรือตัวขัดขวางการลอกเลียนแบบของทรัพยากร 84

3.5 Resource–Based View ขององค์การ: ทรัพยากรและความสามารถ (The Resource–Based View of the Firm: Resources and Capabilities) 87

3.6 การแยกประเภทที่เหมาะสมสำหรับการระบุทรัพยากร (Categories Suitable for Resource Identification) 90

3.7 มุมมองของธรรมชาติของแนวคิดผู้ประกอบการ (Perspectives on the Nature of Entrepreneurship) 107

3.8 คุณสมบัติของทรัพยากรที่ช่วยสร้างความได้เปรียบ (The Characteristics of Advantage–Generating Resources) 122

4.1 จำนวนร้านรับซื้อของเก่าที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการในภาค ตะวันออกของประเทศไทย 136

4.2 จำนวนร้านรับซื้อของเก่าที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการในภาคตะวันออก ของประเทศไทย และขนาดของตัวอย่างในแต่ละจังหวัดที่จะสุ่มมาศึกษา 137

4. 3 ตัวแปร นิยามปฏิบัติการ (ตัวชี้วัด) ข้อคำถามและระดับการวัด 139

5.1 ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (จำนวน 300 ราย) 163

5.2 ระยะเวลา (จำนวนปี) ในการเปิดดำเนินกิจการ (จำนวน 300 ราย) 164

5.3 ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ (จำนวน 300 ราย) 165

5.4 ประเภทของใบอนุญาตที่มี (จำนวน 300 ราย) 166

5.5 การเป็นแฟรนไชส์และเหตุผลที่ไม่เป็นแฟรนไชส์ (จำนวน 300 ราย) 167
5.6 พื้นที่ (ตารางเมตร) ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล (จำนวน 300 ราย) 167
5.7 ปัญหาพื้นที่ในการคัดแยก และ เก็บสต๊อคสินค้า และ สาเหตุที่ไม่มีปัญหาในการใช้พื้นที่ที่มีน้อย (จำนวน 300 ราย) 168
5.8 ทำเลที่ตั้งของร้าน (จำนวน 300 ราย) 169
5.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทำเลของร้าน (จำนวน 300 ราย) 170
5.10 จำนวนประเภทของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ (จำนวน 300 ราย) 171
5.11 ประเภทขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อเพียงประเภทเดียว และเหตุผลที่รับซื้อเพียงประเภทเดียว (จำนวน 30 ราย) 172
5.12 เหตุผลที่ร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท (จำนวน 270 ราย) 173
5.13 ยอดรับซื้อขยะรีไซเคิลต่อวัน (จำนวน 300 ราย) 174
5.14 แหล่งและวิธีการที่ร้านจะได้รับขยะรีไซเคิล (จำนวน 300 ราย) 174
5.15 แหล่งและวิธีการที่ร้านนำขยะรีไซเคิลไปขาย (จำนวน 300 ราย) 175
5.16 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน แหล่งเงินทุนระยะยาว และแหล่งเงินทุนที่ร้านสามารถหยิบยืมมาใช้ในยามฉุกเฉิน (จำนวน 300 ราย) 176
5.17 ความเพียงพอของเงินสดหมุนเวียนและวิธีการบริหารให้เพียงพอ 178
5.18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจ (จำนวน 300 ราย) 179
5.19 วิธีที่ร้านใช้เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด (จำนวน 300 ราย) 179
5.20 จำนวนคนงานในร้านและจำนวนคนงานที่ลาออก (จำนวน 300 ราย) 180
5.21 จำนวนคนงานที่มีความสามารถโดดเด่น ความเพียงพอเรื่องจำนวนคนงานของร้านและความพึงพอใจในการทำงานของคนงาน (จำนวน 300 ราย) 181
5.22 วิธีการจูงใจคนงานให้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ (จำนวน 300 ราย) 182
5.23 การใช้งานเครื่องมือ เครื่องจักรและรถประเภทต่าง ๆ (จำนวน 300 ราย) 183
5.24 จำนวนเครื่องมือ เครื่องจักร ที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ปัญหาการทำงานและความเพียงพอของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ (จำนวน 300 ราย) 184

5.25 การช่วยลดต้นทุนการผลิตของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ และวิธีการบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ (จำนวน 300 ราย) 185
5.26 การวางแผนการทำงานของร้าน (จำนวน 300 ราย) 186
5.27 เทคนิคที่ร้านใช้เพื่อให้สามารถรับซื้อหรือขายขยะ ได้มากขึ้น (จำนวน 300 ราย) 187
5.28 สภาพการแข่งขันที่ร้านประสบอยู่ในปัจจุบัน (จำนวน 300 ราย) 188
5.29 แนวทางการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้ผลกำไรสูงสุด (จำนวน 300 ราย) 189
5.30 การเข้ามาดูแลกิจการและความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ (จำนวน 300 ราย) 190
5.31 การให้ความสำคัญในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ของผู้ประกอบการ (จำนวน 300 ราย) 191
5.32 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของร้าน (จำนวน 300 ราย) 192
5.33 ร้อยละของกำไรต่อยอดขายที่ได้จากการดำเนินงานของร้าน (จำนวน 300 ราย) 193
5.34 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (จำนวน 300 ราย) 194
5.35 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ (จำนวน 300 ราย) 195
5.36 สถิติพรรณนาและค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของร้าน 198
5.37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ 200
5.38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ กับผลิตภาพขององค์การ 201
5.39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิล ที่รับซื้อ กับคุณภาพของสินค้าขององค์การ 201

5.40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้านและความหลากหลายของขยะรีไซเคิล ที่รับซื้อ กับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ 202

5.41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้านและความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ กับความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ 203

5.42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ 204

5.43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับผลิตภาพขององค์การ 205

5.44 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับคุณภาพของสินค้าขององค์การ 206

5.45 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ 207

5.46 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปขององค์การ 208

5.47 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ 209

5.48	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ กับผลิตภาพขององค์การ	209
5.49	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ กับคุณภาพของสินค้าขององค์การ	210
5.50	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การกับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	211
5.51	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การกับความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปขององค์การ	211
5.52	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	212
5.53	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับผลิตภาพขององค์การ	213
5.54	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับคุณภาพของสินค้าขององค์การ	214
5.55	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	215
5.56	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับความยืดหยุ่น ปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	216
5.57	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	217
6.1	สรุปปัจจัยที่มีผลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย	299

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

1.1 รูปแบบการจัดการวัสดุเหลือใช้และขยะบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทย 4

1.2 การจัดการขยะรีไซเคิลขององค์การที่ไม่มีกฎหมายรองรับและมีกฎหมายรองรับ 5

2.1 แบบจำลองความสมดุลของวัตถุ (The Materials Balance Model): ความสัมพันธ์ของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและธรรมชาติ 15

2.2 ระบบปิดของการไหลเวียนของวัตถุ (A Closed System of Materials Flow Approach) 16

2.3 วงจรชีวิตแบบดั่งเดิม (Traditional Life Cycle Analysis) 17

2.4 วงจรชีวิตใหม่บนพื้นฐานของแนวคิดแบบ “Cradle–to–Cradle” 18

2.5 เส้นทางวัตถุดิบและการก่อให้เกิดขยะในสังคมยุคเทคโนโลยี 21

3.1 แบบจำลอง The Triple-P Model (3P) 67

3.2 ห่วงโซ่คุณค่าที่พัฒนาโดย Porter (The Generic Value Chain Developed by Porter) 70

3.3 แบบจำลองการวิจัย เรื่อง Resource–Based View of Knowledge Management for Competitive Advantage. 76

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลาย ความไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย ของทรัพยากร และคุณสมบัติที่มีคุณค่า หายาก ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ โดยสมบูรณ์ ไม่สามารถถูกทดแทนได้ของทรัพยากรในองค์การที่มีต่อความ ได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน 86

3.5 กรอบแนวคิดเชิงปฏิบัติการของ Resource–Based View ในการ วิเคราะห์กลยุทธ์ (A Resource–Based Approach to Strategy Analysis: A Practical Framework) 94

3.6 แบบจำลอง RBV เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (A Resource–Based Model of Sustainable Competitive Advantage) 113

3.7 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์โอกาส (Opportunity Analysis Framework) 114

3.8 กรอบแนวคิดทฤษฎี และตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมบทที่ 3 122

3.9 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) 126

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ปัญหาภาวะโลกร้อน เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อประชากรโลกอย่างทั่วถึง ไม่เว้นแม้แต่ประเทศใดในโลก เพราะจากข้อมูลสถิติต่าง ๆ ชี้ให้เห็นว่าสภาพอากาศกำลังเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต เช่น อุณหภูมิเฉลี่ย อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย และอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ยของประเทศไทยสูงกว่าค่าปกติ 0.17, 0.33 และ 0.52 องศาเซลเซียส ตามลำดับ (Environmental Treatment, 2008: 133) ปัญหาดังกล่าวสืบเนื่องมาจากความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ตลอดจน พฤติกรรมการบริโภคและอุปโภคของคนเราเริ่มเปลี่ยนไป (กรมควบคุมมลพิษ, 2551ก: 6) ทรัพยากร ธรรมชาติ เช่น แร่ธาตุ ป่าไม้ น้ำมัน และสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ถูกนำมาใช้ผลิตเพื่อสนองความต้องการการบริโภคอุปโภคของมนุษย์ที่มีมากขึ้น โดยขาดการคำนึงถึงปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร การร่อยหรอของพลังงาน ปัญหามลพิษของน้ำ อากาศ และปัญหาขยะล้นโลกที่เกิดขึ้นตามมา (สมไทย วงษ์เจริญ, 2544: คำนำเสนอ) นำไปสู่ปัญหาภาวะโลกร้อนในที่สุด ดังนั้น เราจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนพฤติกรรมไปสู่การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบจากปัญหาภาวะโลกร้อน และส่งผลดีต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประเทศ และของโลกในภาพรวมทั้งคุณภาพน้ำ คุณภาพอากาศ ไปจนคุณภาพชีวิตอีกด้วย เนื่องจากการบริโภคที่มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลักย่อมมีผลต่อการลดมลพิษที่จะเกิดขึ้นต่อแหล่งน้ำ อากาศ และปริมาณขยะที่จะเกิดขึ้น (Environmental Treatment, 2008: (4))

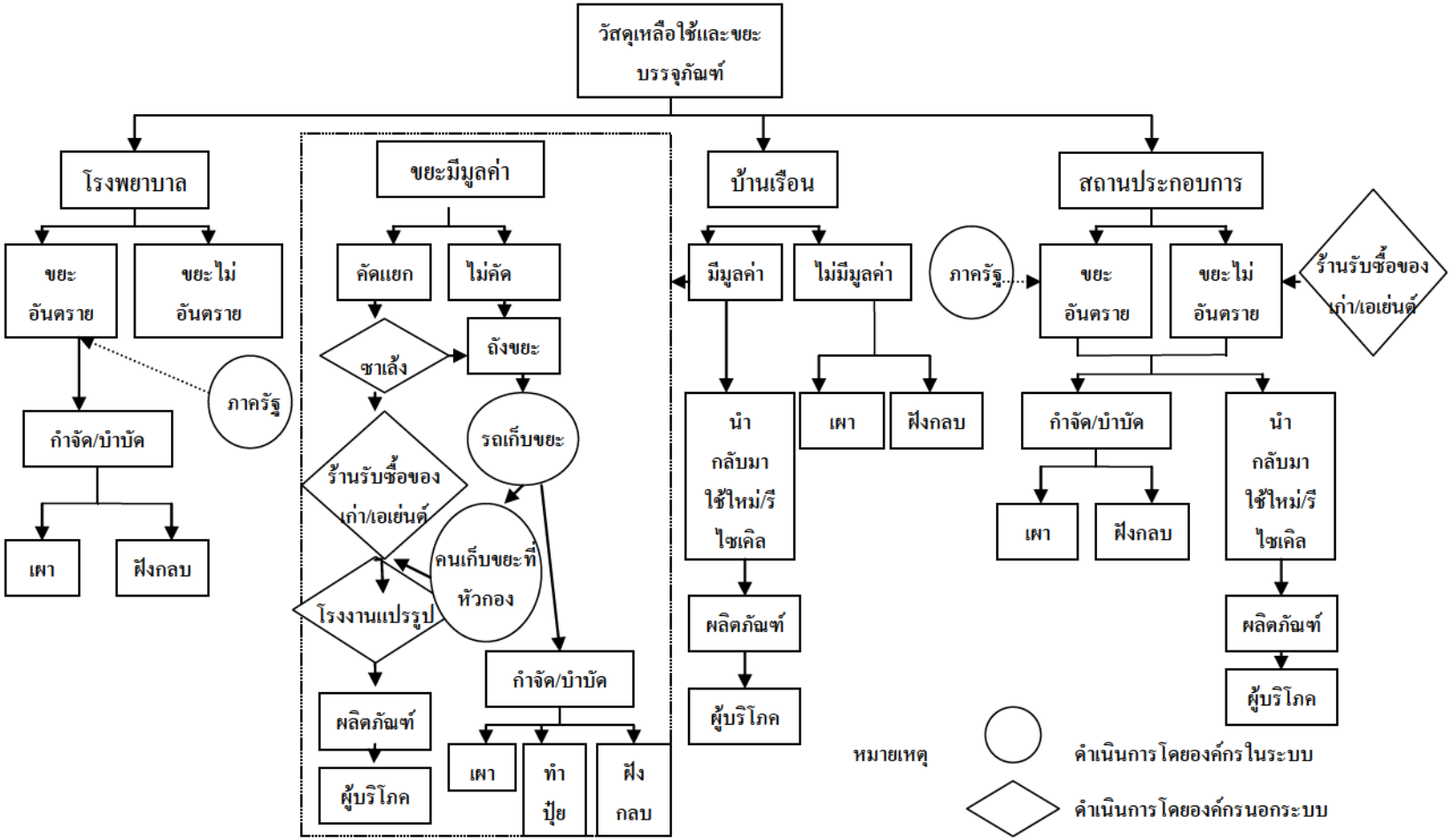
นอกจากประเทศไทยจะได้รับผลกระทบจากปัญหาภาวะโลกร้อนแล้ว ประเทศไทยยังต้องเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ต้องเร่งแก้ไขหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาเรื่องการกำจัดขยะที่มีปริมาณเพิ่มอย่างรวดเร็วในปี พ.ศ. 2535 ขยะได้เกิดขึ้น 26,000 เมตริกตันต่อวัน และเพิ่มขึ้นเป็น 37,000 เมตริกตันต่อวันในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งหมายถึงการเพิ่มขึ้นของขยะร้อยละ 42 ภายในเวลาเพียง 5 ปี (กรมควบคุมมลพิษ, 2541: 11) ในปี พ.ศ. 2549 มีปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นทั่วประเทศ 14.63 ล้านตัน หรือวันละ 40,082 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ประมาณ 0.33 ล้านตัน เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครปริมาณขยะที่รวบรวมได้ประมาณร้อยละ 21 ในเขตเทศบาลและเมืองพัทยาคิดเป็นร้อยละ 32 และนอกเขตเทศบาลคิดเป็นร้อยละ 47 ของปริมาณขยะที่เกิดขึ้นทั่วประเทศ (กรม

ควบคุมมลพิษ, 2549 อ้างถึงใน สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม, 2550: 46) ปัจจุบัน กรมควบคุมมลพิษเปิดเผยว่าเรากำลังประสบปัญหาขยะล้นประเทศ เพราะครึ่งปี พ.ศ. 2551 มีปริมาณถึง 14.70 ล้านตัน ขณะที่จัดเก็บได้แค่ร้อยละ 84 ในจำนวนนี้ถูกนำไปทำลายได้เพียงร้อยละ 36 ที่เหลือกองหมักหมม เมื่อฝนตกจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำใต้ดิน (กรมควบคุมมลพิษ, 2552 ก: 9) แม้ภาครัฐจะตระหนักถึงปัญหาและพยายามหาหนทางแก้ไขแต่ปัญหาขยะเป็นปัญหาที่สำคัญของทุกเมือง ทุกเทศบาล และได้ขยายวงกว้างไปสู่ระดับองค์การบริหารส่วนตำบล (อ.บ.ต.) ซึ่งอยู่ห่างเมืองออกไป ดังนั้น ขยะจึงไม่ใช่ปัญหาของคนหนึ่งคนใดหรือหน่วยงานใดที่จะต้องรับผิดชอบตามลำพังอีกต่อไป แต่ขยะได้กลายเป็นปัญหาของสังคมที่ทุกคนจะต้องแสดงความรับผิดชอบร่วมกัน (บัณฑูร อ่อนดำ, 2544: คำนิยม) ในความเป็นจริงขยะมูลฝอยในประเทศไทยที่เกิดขึ้นมีสัดส่วนองค์ประกอบที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ในอัตราที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น โดยสามารถนำขยะจำพวก พลาสติก แก้ว กระดาษ โลหะ อลูมิเนียม และวัสดุขายได้อื่น ๆ มาแปรรูปใช้ใหม่ได้ร้อยละ 30–35 และนำขยะอินทรีย์ หรือขยะที่สามารถย่อยสลายได้มาหมักทำปุ๋ยได้ร้อยละ 45–50 แต่ปัจจุบันอัตราการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่มีเพียงร้อยละ 22 ของปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับขยะมูลฝอยที่มีศักยภาพในการนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ (กรมควบคุมมลพิษ, 2551ก: 7) ทั้งนี้ เนื่องจากมูลฝอยเหล่านี้ถูกทิ้งรวมกับขยะสด จึงทำให้เกิดการปนเปื้อนสกปรกไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ หรือใช้ใหม่ได้แต่คุณภาพต่ำ และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำความสะอาดค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีการรณรงค์ให้ประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ คัดแยกขยะก่อนทิ้ง หรือที่เรียกว่าขยะรีไซเคิล แต่อัตราการคัดแยกยังคงไม่เพิ่มขึ้น และยังพบขยะรีไซเคิลที่ปะปนอยู่ในขยะทั่วไปอยู่มาก จากการวิจัยของสถาบันพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น (Institute of Developing Economies (IDE)) พบว่า ประเทศไทยนำเข้าขยะรีไซเคิล (Recyclable Waste) ประเภทกระดาษเพิ่มขึ้นจาก 214,000 เมตริกตันในปี ค.ศ. 1990 มาเป็น 1,098,000 เมตริกตันในปี ค.ศ. 2003 และขยะรีไซเคิลประเภทเหล็กเพิ่มขึ้นจาก 1,101,000 เมตริกตันในปี ค.ศ. 1990 มาเป็น 1,279,000 เมตริกตันในปี ค.ศ. 2003 เพราะการคัดแยก และรวบรวมขยะรีไซเคิลออกจากขยะทั่วไปเพื่อนำมาแปรรูปภายในประเทศยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ (Kojima, 2005: 6–7)

ในประเทศที่พัฒนาแล้ว การใช้วิธีใช้ซ้ำ–นำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ (Reuse–Recycling) โดยให้ประชาชนคัดแยกมูลฝอยก่อนทิ้ง เพื่อเป็นการลดปริมาณขยะและสามารถนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ได้ จึงเป็นวิธีการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการกำจัดขยะมูลฝอย ซึ่งหลายประเทศได้ให้ความสนใจอย่างมาก เนื่องจากการนำเอาวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาใช้ประโยชน์ นอกจากจะเป็นการช่วยลดปริมาณขยะมูลฝอยที่ต้องกำจัด ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะมูลฝอย เป็นการใช้

ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด และช่วยประหยัดทรัพยากรธรรมชาติจากแหล่งกำเนิดที่จะนำมาใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แล้ว ยังเป็นการประหยัดต้นทุนพลังงานได้อีกด้วย (รังสรรค์ ปิ่นทอง, 2539: 5) นอกจากนี้การลดมลพิษจากขยะโดยการพัฒนาของเสียหรือวัสดุเหลือใช้นำกลับมาใช้ใหม่ยังส่งผลที่ดีต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม คือ ก่อให้เกิดอาชีพหลายลักษณะ เช่น อาชีพผู้คัดแยกของเสียในโรงงานคัดแยก และ แปรสภาพมูลฝอย อาชีพผู้ผลิตและแปรรูปสินค้าจากเศษวัสดุหรือของเสียที่นำกลับมาใช้ใหม่ (กรมควบคุมมลพิษ, 2541: 4) ตลอดจน อาชีพคนคุ้ยขยะ และซาเล้ง ซึ่งเป็นคนมีฐานะยากจนให้มีรายได้เพื่อเลี้ยงดูครอบครัว

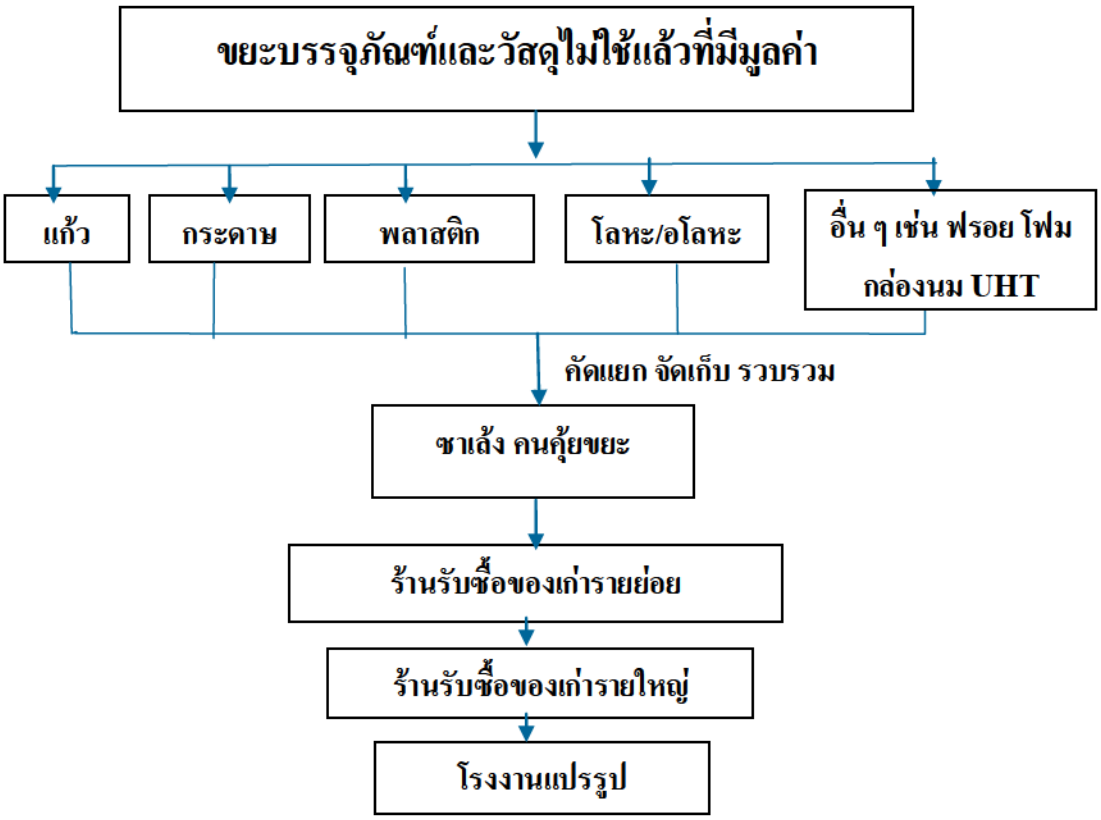
กระบวนการรวบรวมขยะเพื่อการรีไซเคิลของประเทศไทยจะประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่จัดว่าอยู่นอกระบบเศรษฐกิจ (Informal Sector) คือ คนคุ้ยขยะ รถเร่รับซื้อของเก่า (ซาเล้งและรถกระบะ) พนักงานเก็บขยะ ซึ่งมีบทบาทในการแยกและหารายได้จากมูลฝอยที่แยกแล้ว ส่วนร้านรับซื้อของเก่าจัดเป็นหน่วยที่อยู่ในระบบเศรษฐกิจเพราะมีการจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย ร้านรับซื้อของเก่านับเป็นกลไกสนับสนุนกิจกรรมการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่อย่างได้ผล เป็นตัวเชื่อมโยงสู่โรงโม่ โรงหลอม หรือโรงงานแปรรูปอื่น ๆ (กรมควบคุมมลพิษ, 2541: 95) โดยในปี พ.ศ. 2549 มีการคัดแยกและนำขยะมูลฝอยกลับมาใช้ใหม่ 3.19 ล้านตัน โดยครึ่งหนึ่งของขยะที่นำมาใช้ประโยชน์เกิดจากการคัดแยกในชุมชนผ่านกลุ่มผู้ประกอบอาชีพรับซื้อของเก่า ตั้งแต่ คนคุ้ยขยะ ซาเล้ง ร้านรับซื้อของเก่า (กรมควบคุมมลพิษ, 2551ข: คำนำ) ดังนั้นหากกลุ่มธุรกิจนี้ล้มเลิกกิจการปัญหาขยะมูลฝอยจะทวีความรุนแรงขึ้น ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับบทบาทของพ่อค้ารับซื้อของเก่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งขณะที่ประเทศไทยมีระบบตลาดขายวัตถุดิบจากวัสดุเก่าเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ที่ยังไม่เป็นรูปแบบในระบบสากลของโรงงานคัดแยกและแปรสภาพมูลฝอย (Recovery Plant) เหมือนของต่างประเทศ พ่อค้ารับซื้อของเก่าจะเข้ามามีบทบาทโดย รถเร่รับซื้อของเก่าจะรวบรวมขยะที่นำมาใช้ใหม่ได้ไปขายให้แก่พ่อค้ารับซื้อของเก่าเป็นหลัก และพ่อค้ารับซื้อของเก่าสามารถที่จะติดต่อกับโรงงานแปรรูปโดยตรง (กรมควบคุมมลพิษ, 2541: 97) รูปแบบการจัดการวัสดุเหลือใช้และขยะบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทยตามที่กรมควบคุมมลพิษได้สรุปไว้ในปี พ.ศ. 2545 ดังภาพที่ 1.1 (กรมควบคุมมลพิษ, 2548: 1-22)



ภาพที่ 1.1 รูปแบบการจัดการวัสดุเหลือใช้และขยะบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทย

แหล่งที่มา: กรมควบคุมมลพิษ, 2548: 1-22.

จะเห็นว่า ขยะมีมูลค่าจากบ้านเรือน และขยะไม่อันตรายจากสถานประกอบการสามารถูกนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ โดยองค์การที่ไม่มีกฎหมายรองรับ ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพเก็บและรับซื้อของเก่า เช่น ซาเล้ง คนคุ้ยขยะ ร้านรับซื้อของเก่า และเอเย่นต์ ตลอดจนภาคเอกชนที่มีการเรียกคืนบรรจุภัณฑ์เองซึ่งกลุ่มบุคคลที่อยู่ในองค์การดังกล่าวนี้ มีบทบาทและความสำคัญในการคัดแยกวัสดุที่สามารถนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ได้ออกจากขยะ เพื่อเข้าสู่กระบวนการนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่หรือที่เรียกว่า กระบวนการรีไซเคิล (Recycling) ในรูปแบบของการดำเนินการทางธุรกิจค้าของเก่า โดยผ่านการซื้อขายกันเป็นทอด ๆ ตั้งแต่ซาเล้ง ร้านรับซื้อของเก่า จนถึงโรงงานแปรรูป ดังภาพที่ 1.2 (กรมควบคุมมลพิษ, 2548: 3-24)



ภาพที่ 1.2 การจัดการขยะรีไซเคิลขององค์การที่ไม่มีกฎหมายรองรับและมีกฎหมายรองรับ
แหล่งที่มา: ดัดแปลงจาก กรมควบคุมมลพิษ, 2548: 3-24.

จะเห็นได้ว่าร้านรับซื้อของเก่าทั้งที่มีการดำเนินงานแบบดั้งเดิมคือ ไม่มีระบบการจัดการบริหารธุรกิจที่ทันสมัย และรูปแบบใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เรียกว่าธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล ถือเป็นเฟืองจักรสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาระบบการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่หรือแปรรูปใช้ใหม่ ที่เรียกว่า การรีไซเคิลของประเทศไทยบรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ ได้แก่

การลดปัญหามลพิษจากขยะและปัญหาการจัดหาที่ดินเพื่อฝังกลบขยะมูลฝอย ลดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ลดการใช้พลังงานเพื่อบรรเทาปัญหาภาวะโลกร้อน ลดการนำเข้าขยะรีไซเคิลจากต่างประเทศ และเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ประชาชน หากกลุ่มร้านรับซื้อของเก่าหรือธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ และ ต้องปิดกิจการลงก็จะส่งผลโดยตรงต่อกลไกการรีไซเคิลขยะของประเทศ อันนำไปสู่ปัญหาสำคัญต่าง ๆ ดังกล่าวแล้วข้างต้น

ในการทำวิจัยเชิงสังคมศาสตร์ หัวใจสำคัญอยู่ที่วิจัยนั้นต้องทำเพื่อศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenon) ที่กำลังเป็นปัญหาของสังคม เพื่อนำมาสู่การแก้ไขปัญหาเชิงปฏิบัติให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมนั้น ๆ และเพื่อเป็นการเพิ่มพูนองค์ความรู้เชิงทฤษฎี เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่มนุษย์กำลังเผชิญอยู่อย่างหนักหน่วงในขณะนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งและมีความมุ่งมั่นที่จะศึกษาปัญหาดังกล่าว โดยเลือกศึกษาเฟืองจักรสำคัญที่สุดอันหนึ่ง คือ ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่า โดยมีคำถามสำคัญคือ “ทำอย่างไรธุรกิจนี้จึงจะสามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จ” เพราะเชื่อว่าหากกลุ่มธุรกิจนี้เติบโตมากขึ้นเท่าไร ปัญหาขยะล้นก็จะสามารถลดลงได้มากขึ้นเท่านั้น เพราะขยะจะถูกนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรอีกทางหนึ่ง หากมองในมุมกว้าง หรือภาพรวมการที่ธุรกิจหนึ่ง ๆ จะอยู่รอดได้ นโยบายจากภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจมีผลอย่างมาก เช่นเดียวกับธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลที่ต้องอาศัยการได้มาซึ่งขยะรีไซเคิลที่มีจำนวนมากพอ มีคุณภาพดีพอที่จะใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และสามารถจำหน่ายได้ในราคาดี ดังนั้น นโยบายการจัดการขยะ และการส่งเสริมการรีไซเคิลจากภาครัฐ ตลอดจน การรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการคัดแยกขยะเพื่อการรีไซเคิล จึงมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจนี้ เพราะกระบวนการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง เปรียบเหมือนขั้นตอนต้นทางในการป้อนขยะรีไซเคิลเข้าสู่ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่า เพื่อทำการคัดแยก แปรรูปบางส่วนก่อนส่งจำหน่ายให้แก่ผู้รับซื้อ ซึ่งหมายถึงผู้ผลิตและแปรรูปสินค้าจากเศษวัสดุหรือของเสียที่นำกลับมาใช้ใหม่เหล่านั้น ขณะเดียวกันตลาดรับซื้อขยะรีไซเคิลก็เปรียบเสมือนหัวใจของการทำธุรกิจนี้เช่นกัน การมีตลาดรองรับที่ให้ราคาอย่างเป็นธรรม ไม่ผูกขาด และมีความต้องการที่สม่ำเสมอ แม้จะมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าก็ยังคงสามารถฝ่าฟันอุปสรรคไปได้ ปัญหาจึงอยู่ที่ตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์ เนื่องจากถูกผูกขาดโดยผู้รับซื้อบางราย หรือ การผันผวนของราคาและปริมาณที่รับซื้อจากความต้องการของขยะรีไซเคิลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมาอันเป็นสิ่งที่ยากแก่การควบคุม ซึ่งในส่วนนี้ ภาครัฐควรยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือ เนื่องจาก ผู้ประกอบการเหล่านี้ ไม่สามารถกำหนดปัจจัย หรือ สิ่งแวดล้อมภายนอกให้เป็นไปตามกลไกที่ตนต้องการได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาโดย

การทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 เกี่ยวกับแนวคิดการจัดการขยะ และ แนวคิดการรีไซเคิลเพื่อเป็นการปูพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการรีไซเคิล และ สามารถนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะในการวิจัย และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยท่านอื่นที่สนใจศึกษาเรื่องนี้ในเชิงนโยบายสามารถนำไปศึกษาต่อเพื่อขยายผลได้

เนื่องจากการวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่การบริหารเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้องค์การสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นประเด็นที่ท้าทายผู้วิจัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจนี้ในเชิงกลยุทธ์การบริหาร ยังมีน้อยมาก ทั้งในประเทศไทย และ ในต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะปัญหาของการรวบรวม ข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อนำมาวิเคราะห์ทางสถิติเป็นสิ่งที่นักวิจัยหลายท่านกังวล และคิดว่าคงดำเนินการได้ยากมากกับองค์การเอกชนที่ไม่ได้จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ เพราะอาจไม่ได้รับความร่วมมือในการให้ข้อมูล ในประเด็นนี้ ผู้วิจัยมีความภูมิใจเป็นอย่างมากที่สามารถดำเนินงานผ่านช่วงที่ยากมากที่สุดดังกล่าวมาได้เป็นอย่างดียิ่ง ซึ่งจะขอกล่าวรายละเอียดไว้ในส่วนของระเบียบวิธีวิจัยต่อไป

ในเชิงทฤษฎี การวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งเน้น (Focus) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ กลุ่มของทฤษฎีที่สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์ได้ดีที่สุดคือ ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Theories of Strategic Management) โดยผู้วิจัยได้คัดเลือก 2 ทฤษฎีมาบูรณาการร่วมกัน เพราะการเลือกใช้เพียงทฤษฎีเดียวอาจไม่เพียงพอในการทำนายปรากฏการณ์ของสิ่งที่กำลังศึกษาได้ ทฤษฎีทั้ง 2 ทฤษฎีที่ผู้วิจัยเลือกมาใช้พร้อมทั้งเหตุผลในการเลือกทั้ง 2 ทฤษฎี มีดังนี้

ทฤษฎีมุมมองของทรัพยากรพื้นฐาน (Resource–Based View (RBV)) เป็นการมองปัจจัยภายในองค์การที่เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งตรงกันข้ามกับแนวคิดของ Michael E. Porter (1985: 167) ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกองค์การเป็นหลัก กล่าวคือ Porter ได้เสนอแนวคิดว่าองค์การจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้จำเป็นจะต้องกำหนดตำแหน่งการแข่งขันที่ชัดเจนภายใต้สภาพแวดล้อมทางอุตสาหกรรมที่องค์การนั้น ๆ ดำเนินธุรกิจอยู่ โครงสร้างทางอุตสาหกรรม (Industrial Organization) จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันของแต่ละองค์การ แต่เนื่องจากการศึกษาวิจัยในสาระของความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคนี้ RBV ถือเป็นกระแสหลักที่ได้รับความนิยม เพราะนักวิชาการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเบื้องต้นตรงกันคือ แหล่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันนั้นมาจากภายในองค์การ ซึ่งก็คือทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ (Resources Possessed by Firms) และความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ (Firm's Capability in Exploitation of Firms' Resources) นั่นเอง (Wernerfelt, 1984; Prahalad and Hamel, 1990; Barney, 1991; Grant, 1991; Oliver, 1997; Fahy and Smithee, 1999).

ทฤษฎีผู้ประกอบการ (The Entrepreneurship Theory) แม้ว่า RBV จะเป็นทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ และได้รับความนิยมอย่างมาก แต่ RBV ถูกมองว่าขาดความสนใจ หรือขาดมิติที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของกลยุทธ์ และความสามารถของผู้ประกอบการในการนำกลยุทธ์มาดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์การ ซึ่งควรเป็นแหล่งสำคัญของการได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะในโลกที่เป็นพลวัตร Lewin (1995: 45) ให้ความเห็นว่าความสามารถในการรับรู้ที่หลากหลาย (The Heterogeneous Perceptions) ของเจ้าของกิจการมีความสำคัญมากกว่าการมีทรัพยากรภายในองค์การที่หลากหลาย (The Heterogeneous Resources) เช่นเดียวกับ Casson (2005: 331) ที่เชื่อมโยงให้เห็นว่า RBV ก็คำนึงถึงความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ ต่างกันตรงที่ทฤษฎีผู้ประกอบการจะเน้นถึงความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและทำนายอนาคต ซึ่งเป็นหลักการด้านทรัพยากรมนุษย์เช่นกัน โดยขณะที่ Schumpeter (1934: 50) ให้น้ำหนักของแนวคิดนี้ว่าผู้ประกอบการคือบุคคลที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือที่เรียกว่า นวัตกรรม (Innovation) ให้เหนือคู่แข่งอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นความสามารถของผู้ประกอบการ (Abilities of Entrepreneurs) ในการตัดสินใจ (Decision Making) และในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Entrepreneurial Innovation) จึงเป็นตัวแปรสำคัญในการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factors)

กล่าวโดยสรุป การบูรณาการทั้ง 2 ทฤษฎีคือ RBV และ ทฤษฎีผู้ประกอบการเข้าด้วยกันจะยิ่งสามารถอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ (Firm's Performance) และทำนายอนาคตขององค์การได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ศึกษาปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ ที่น่าจะมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนี้ด้วย ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ ซึ่งปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหลายท่านที่เกี่ยวข้องอยู่ในวงการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า และ จากการปรึกษาผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในช่วงของการปรับปรุงแบบสอบถามก่อนการเก็บข้อมูลจริง

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยมีลักษณะการดำเนินธุรกิจอย่างไร

1.2.2 ปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน และความหลากหลายของ

ขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย หรือไม่ อย่างไร

1.2.3 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย หรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ และอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการ และอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวม และรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

เป็นการศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า ที่เป็นสถานประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการขายทอดตลาดและค้าของเก่า ตามพระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่า พ.ศ. 2474 หรือสถานประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ประเภทที่ 13 (5) การสะสมวัตถุหรือสิ่งของที่ชำรุดใช้แล้วหรือเหลือใช้ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ที่ 5/2538 เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (กรมควบคุมมลพิษ, 2552ข: 2) โดยศึกษาในภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัด ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด และสระแก้ว เฉพาะร้านหรือบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีขึ้นไป จากรายชื่อของผู้ประกอบการที่ทางสำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ สำรวจและจัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2551 รวมทั้งสิ้น 1,200 แห่ง ในทั้ง 6 จังหวัดดังกล่าว สำหรับระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย รวมทั้งสิ้น 1 ปี 5 เดือน คือ ระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2553

1.5 นิยามศัพท์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นเกี่ยวกับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ดังนี้

1.5.1 ธุรกิจรวมรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง สถานประกอบกิจการที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการขายทอดตลาดและค้าของเก่าตามพระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาด และค้าของเก่า พ.ศ. 2474 หรือสถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ประเภทที่ 13 (5) การสะสมวัตถุหรือสิ่งของที่ชำรุดใช้แล้วหรือเหลือใช้ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ 5/2538 เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ โดยสามารถรับซื้อ-ขายวัตถุหรือสิ่งของที่ชำรุดใช้แล้ว หรือเหลือใช้ที่เกิดจากการคัดแยกขยะจากชุมชนเท่านั้น ถือเป็นการค้าของเก่าประเภท ง. คือประเภทอื่น ๆ เช่น รถจักรยานยนต์ ไม้เก่า ขวด เหล็ก กระดาษ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงบางร้านที่มีการขอใบอนุญาตโรงงานลำดับที่ 105 และ/หรือ 106 ตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ซึ่งสามารถเข้าไปประมูลรับซื้อ-ขายวัตถุหรือสิ่งของที่ชำรุดใช้แล้ว หรือเหลือใช้ที่เกิดจากกากอุตสาหกรรมตามโรงงานต่าง ๆ ได้

1.5.2 ขยะรีไซเคิล หมายถึง วัสดุเหลือใช้หรือของเก่าที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ ในการวิจัยครั้งนี้จำแนกประเภทของขยะรีไซเคิลที่สามารถซื้อหรือขายได้ในธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าออกเป็น 7 ประเภทคือ กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ/อโลหะ อุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอื่น ๆ เช่น กล่องนม UHT, ที่นอนนุ่น, ไม้พาเลท, ยางรถยนต์, อะไหล่หรือเครื่องจักรเก่า ฯลฯ

1.5.3 ทรัพยากรในองค์การ หมายถึง ทรัพย์สินต่าง ๆในองค์การทั้งที่จับต้องได้ เช่น เงินทุน ที่ดิน เครื่องมือ/เครื่องจักร รถประเภทต่าง ๆ พนักงาน แผนการดำเนินงานที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร และทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความสามารถของพนักงาน ชื่อเสียงขององค์การ ยี่ห้อของสินค้า และลิขสิทธิ์ เป็นต้น

1.5.4 ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้เป็นเจ้าของซึ่งรับผิดชอบดำเนินการสถานประกอบกิจการรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล

1.6 ประโยชน์ของการวิจัย

1.6.1 ทำให้เข้าใจลักษณะการดำเนินธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อนำไปขยายผลศึกษาในภาคอื่น ๆ ของประเทศต่อไป

1.6.2 สามารถนำปัจจัยภายในองค์การที่ได้ศึกษาและมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานไปใช้ในการบริหารกิจการสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้สนใจทั่วไป

1.6.3 สามารถบูรณาการทฤษฎี RBV และ ทฤษฎีผู้ประกอบการ เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.6.4 ทำให้ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่องการจัดการขยะและการส่งเสริมการรีไซเคิลขยะ เพื่อสนับสนุนธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าให้สามารถประกอบกิจการได้อย่างยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับของสังคม

1.6.5 ช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการรีไซเคิลขยะ โดยการคัดแยกขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ก่อนทิ้งปนกับขยะทั่วไป ขณะเดียวกันยังเป็นการส่งเสริมการสร้างงานและรายได้แก่ผู้ด้อยโอกาสและแรงงานที่ไม่มีงานทำ

1.6.6 ช่วยปลุกจิตสำนึกให้ทุกคนในสังคมช่วยกันลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยลดปัญหาการจัดการขยะ และเป็นการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยการรีไซเคิล

1.7 โครงสร้างของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีโครงสร้างประกอบด้วย บทที่ 1 คือบทนำ ซึ่งกล่าวถึงความสำคัญของปัญหา คำถามการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตการวิจัย นิยามศัพท์ และประโยชน์ของการวิจัยดังกล่าวแล้วข้างต้น สำหรับบทที่ 2 จนถึงบทที่ 6 จะกล่าวถึงเนื้อหาดังต่อไปนี้

บทที่ 2 การจัดการขยะ (Solid Waste Management) และแนวคิดการรีไซเคิล (Recycling Approach) เพื่อเป็นการปูพื้นฐานให้เข้าใจถึงปัญหาขยะ แนวทางการจัดการขยะและแนวคิดการรีไซเคิลทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ กล่าวถึงรูปแบบการดำเนินการของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยการทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำไปใช้เชื่อมโยงกับผลการศึกษาที่ค้นพบอันนำไปสู่การตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 และคำถามการวิจัยข้อที่ 2

บทที่ 3 ทฤษฎีการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ และแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์การ (Theories of Strategic Management and Firm's Performance Approach) โดยการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ RBV และ ทฤษฎีผู้ประกอบการซึ่งถือเป็นทฤษฎีสำคัญในกลุ่มทฤษฎีการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การบูรณาการทั้ง 2 ทฤษฎีเพื่อกำหนดปัจจัยหรือตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ (ตัวแปรตาม) โดยกรอบ

แนวคิด (Conceptual Framework) และสมมติฐานการวิจัย (Research Hypotheses) จะถูกทดสอบเพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 2 และคำถามการวิจัยข้อที่ 3

บทที่ 4 ระเบียบวิธีการวิจัย เป็นการเลือกแบบวิจัยและการกำหนดประชากรเป้าหมาย รวมทั้งการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและการสร้างตัวชี้วัดเพื่อนำมาสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การเลือกวิธีดำเนินการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

บทที่ 5 ผลการวิจัย เป็นการพรรณนาลักษณะพื้นฐานของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงลักษณะการดำเนินกิจการของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย รวมถึง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

บทที่ 6 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ เป็นการสรุปและอภิปรายผลการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี เชิงปฏิบัติ เชิงนโยบาย เชิงเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

บทที่ 2

การจัดการขยะ และ แนวคิดการรีไซเคิล

เพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่ามากยิ่งขึ้น ก่อนจะนำไปสู่การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนี้ในเชิงการบริหารกลยุทธ์ขององค์การ ผู้วิจัยจึงทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจัดการขยะและบทบาทของแนวคิดการรีไซเคิลที่มีส่วนสำคัญต่อการลดปัญหามลพิษจากขยะ ทั้งในบริบทของประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อชี้ให้เห็นว่านโยบายและมาตรการของรัฐในการจัดการขยะมีความสำคัญต่อกลไกการรีไซเคิล ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจนี้เช่นกัน ผลจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 นี้จึงสามารถนำไปใช้อธิบายร่วมกับผลการวิจัยเชิงประจักษ์เพื่อตอบคำถามการวิจัย ข้อที่ 1 คือ ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยมีลักษณะการดำเนินธุรกิจอย่างไร และตอบคำถามการวิจัย ข้อที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ ว่าที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยหรือไม่ ตลอดจน การนำเสนอเชิงนโยบายและเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในตอนท้ายของการวิจัยครั้งนี้

2.1 การจัดการขยะ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานฉบับ พ.ศ. 2525 ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “มูลฝอย” ว่า หมายถึง เศษสิ่งของที่ทิ้งแล้ว หยากเยื่อ และคำว่า “ขยะ” หมายถึง หยากเยื่อมูลฝอย คำสองคำนี้จึงสามารถใช้แทนกันได้ ขณะที่คำว่าขยะมูลฝอยในทางวิชาการหมายถึง บรรดาสิ่งของที่ไม่ต้องการใช้แล้ว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นของแข็ง จะเน่าเปื่อยได้หรือไม่ก็ตาม รวมถึง เถ้า ซากสัตว์ มูลสัตว์ ฝุ่นละออง และเศษวัตถุที่ทิ้งแล้วจากบ้านเรือน สถานที่ต่าง ๆ รวมถึงสถานที่สาธารณะ ตลาด และโรงงานอุตสาหกรรม ยกเว้น อุจจาระ และปัสสาวะของมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งปฏิกูลที่ต้องการการเก็บและการกำจัดที่แตกต่างไป (สุธีลา ตุลยะเสถียร, โกศล วงศ์สวรรค์ และสถิต วงศ์สวรรค์, 2544: 175)

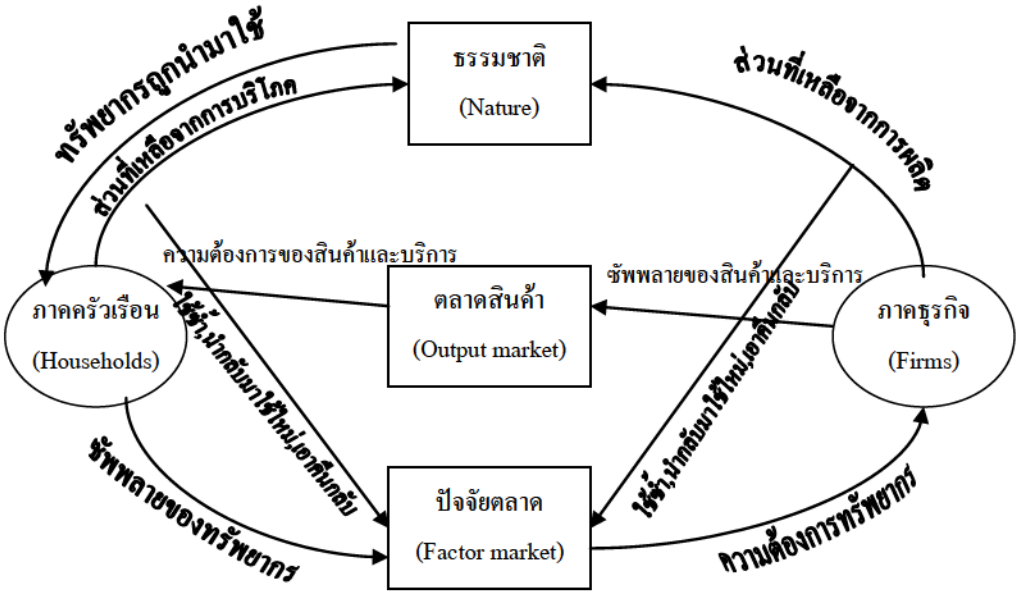
ขยะหรือมูลฝอยตามคำจำกัดความของ กรมควบคุมมลพิษ (2551ข: 2) คือ เศษกระดาษ เศษผ้า เศษอาหาร เศษสินค้า เศษวัตถุ ถุงพลาสติก ภาชนะที่ใส่อาหาร เถ้า มูลสัตว์ ซากสัตว์ หรือสิ่งอื่นใดที่เก็บกวาดจากถนน ตลาด ที่เลี้ยงสัตว์ หรือที่อื่น และรวมถึงมูลฝอยติดเชื้อ มูลฝอยที่เป็นพิษหรืออันตรายจากชุมชนหรือครัวเรือน โดยทั่วไปขยะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. ขยะย่อยสลาย คือ ขยะที่เน่าเสียและย่อยสลายได้เร็ว สามารถนำมาหมักทำปุ๋ยได้ เช่น เศษผัก เปลือกผลไม้ เศษอาหาร 2. ขยะรีไซเคิล คือ ของเสีย บรรจุภัณฑ์ หรือวัสดุเหลือใช้ ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ เช่น แก้ว กระดาษ เศษพลาสติก เศษเหล็ก ยางรถยนต์ 3. ขยะทั่วไป คือ ขยะประเภทอื่นนอกเหนือจากขยะย่อยสลาย ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย มีลักษณะที่ย่อยสลายยากและไม่คุ้มค่าสำหรับการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น ห่อพลาสติกใส่ขนม ถุงพลาสติกเปื้อนเศษอาหาร ฟรอยเปื้อนอาหาร ซองหรือถุงพลาสติกสำหรับบรรจุเครื่องอุปโภคด้วยวิธีรีดความร้อน และ 4. ขยะอันตราย คือมูลฝอยที่ปนเปื้อนหรือมีองค์ประกอบของวัตถุที่ระเบิดได้ วัตถุไวไฟ วัตถุออกไซด์ และวัตถุเปอร์ออกไซด์ วัตถุมีพิษ วัตถุที่ทำให้เกิดโรค วัตถุกัมมันตรังสี วัตถุที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพันธุกรรม วัตถุกัดกร่อน วัตถุที่ก่อให้เกิดการระคายเคือง วัตถุอย่างอื่นที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม หรืออาจทำให้เกิดอันตรายแก่บุคคล สัตว์ พืช หรือทรัพย์ เช่น หลอดฟลูอเรสเซนต์ ถ่านไฟฉาย หรือแบตเตอรี่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ภาชนะที่ใช้บรรจุสารกำจัดแมลงหรือวัชพืช กระป๋องสเปรย์บรรจุสี หรือสารเคมี เป็นต้น

ความหมายของการจัดการขยะ (Solid Waste Management) คือ หลักการในการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการก่อให้เกิดขยะ การจัดเก็บ การรวบรวม การขนย้ายและการขนส่ง การผลิตและการกำจัดขยะในรูปแบบที่เป็นการปฏิบัติที่ดีที่สุดที่จะไม่ส่งผลต่อสุขภาพของประชาชน ประหยัด มีความเป็นระบบ อนุรักษ์และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม (Tchobanoglous, Theisen and Vigil, 1993: 6)

เนื่องจากปัญหาเรื่องขยะเป็นปัญหาใหญ่ที่ส่งผลกระทบหลายด้าน เช่น ส่งกลิ่นเหม็น เป็นแหล่งแพร่เชื้อโรค ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัย ทั้งยังมีภาพในทางลบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ (บุญสม หรรษาศิริพจน์, 2541: 33) ทั้งนี้ เนื่องจากปริมาณขยะที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่สามารถกำจัดขยะได้ทัน เกิดปัญหาขยะล้น ส่วนหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนที่มีผลต่อปริมาณขยะ เพราะนอกจากความจำเป็นขั้นพื้นฐานแล้ว ความเจริญทางเทคโนโลยี ความเร่งรัดทางเศรษฐกิจยังทำให้ประชาชนต้องการความสะดวกสบายในการบริโภค เช่น การบริโภคอาหารที่บรรจุในภาชนะสำเร็จรูปที่สะดวก ก่อให้เกิดขยะบรรจุภัณฑ์ เช่น กล่องโฟมใส่อาหาร ขวดน้ำดื่ม กระป๋องน้ำอัดลม และถุงพลาสติกในปริมาณสูง และยากที่จะกำจัดได้ทัน นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร การขยายตัวของชุมชน ตลอดจนนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ และ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้ปริมาณขยะเพิ่มมากขึ้น ใน

ประเทศแถบยุโรป การเติบโตของเศรษฐกิจโลกเป็นสิ่งที่พวกเขากังวล เพราะทรัพยากรธรรมชาติจะถูกนำมาบริโภคมากขึ้นและมีการเคลื่อนย้ายในระยะทางที่ยาวไกลขึ้น เช่น มีความต้องการทรัพยากรจากต่างถิ่น ซึ่งต้องนำเข้ามากขึ้นแทนที่จะใช้ทรัพยากรที่มีในพื้นที่ (Local Sources) ทำให้เกิดปัญหากระแสขยะ (Waste Streams) และปัญหาสิ่งแวดล้อม กระจายไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก (Fiksel, 2006: 15)

มีแนวคิดที่สามารถอธิบายมิติในเรื่องของปริมาณของการเกิดขยะ และขยะรีไซเคิลที่จะเกิดขึ้นในระบบสังคมโลกปัจจุบัน ดังแบบจำลองของ Kneese, Ayres and D'Arge (1970 quoted in Callan and Thomas, 2000: 6-7) ที่เรียกว่าแบบจำลองความสมดุลของวัตถุ (Material Balance Model) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่อธิบายโดยใช้ทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์ คือ แบบจำลองการไหลเวียน (Circulate Flow Model) รวมถึงธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (Natural Environment) โดยแสดงการไหลของวัตถุที่เชื่อมโยงระหว่างการตัดสินใจเชิงเศรษฐศาสตร์ และธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ดังแสดงใน ภาพที่ 2.1

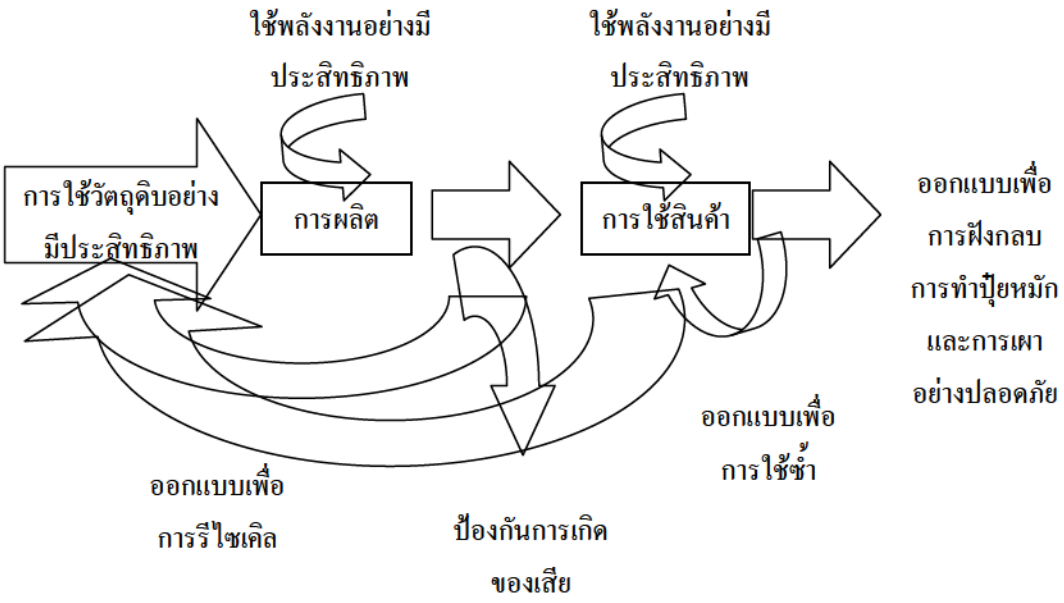


ภาพที่ 2.1 แบบจำลองความสมดุลของวัตถุ (The Materials Balance Model): ความสัมพันธ์ของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและธรรมชาติ

แหล่งที่มา: ปรับจาก Kneese, Ayres and D'Arge, 1970 quoted in Callan and Thomas, 2000: 6-7.

แบบจำลองนี้ สามารถอธิบายเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรก กล่าวถึงการไหลเวียนของทรัพยากร (The Flow of Resource) โดยทรัพยากรธรรมชาติจะถูกนำมาใช้ในระบบเศรษฐกิจผ่านทางการบริโภคภาคครัวเรือน (Households) และถูกใช้ในการผลิตของภาคธุรกิจ (Factor Market and Firms) ส่วนที่สองของแบบจำลองจะแสดงถึงการไหลเวียนของส่วนที่เหลือจากการผลิตและการบริโภค (The Flow of Residuals) กล่าวคือ วัตถุดิบจากธรรมชาติที่ถูกนำเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจจะถูกปล่อยออกมาในรูปของกากหรือส่วนที่เหลือ (By-Products of Residuals) สู่สิ่งแวดล้อม สิ่งที่เกิดขึ้นตามที่แบบจำลองนี้อธิบายไว้ก็คือ การไหลกลับของกากหรือส่วนที่เหลือเพื่อคืนสู่ธรรมชาติ สามารถชะลอได้โดย การใช้ซ้ำ (Reuse) การเอาคืนกลับ (Recovery) และการนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recycling)

นอกจากนี้ ในการผลิตสินค้าเชิงอุตสาหกรรมจะมีหลักการในการควบคุมกากของเสียหรือขยะในทุกขั้นตอน เรียกว่า ระบบปิดของการไหลเวียนของวัตถุ (A Closed System of Material Flow Approach) ดังภาพที่ 2.2 (Callan and Thomas, 2000: 629-630)



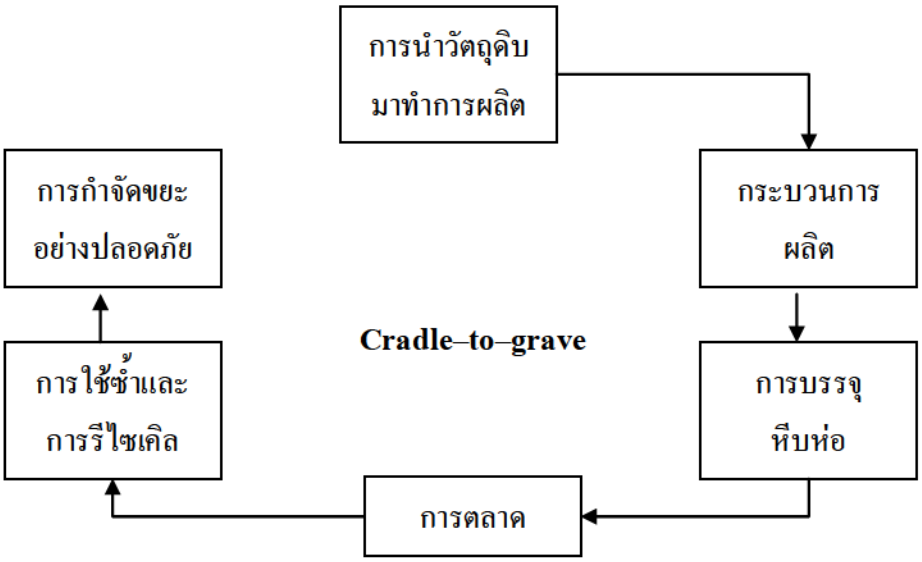
ภาพที่ 2.2 ระบบปิดของการไหลเวียนของวัตถุ (A Closed System of Materials Flow Approach)

แหล่งที่มา: U.S. Congress. Office of Technology Assessment, 1992 quoted in Callan and Thomas, 2000: 629-630.

แบบจำลองระบบปิดของการไหลเวียนของวัตถุ แสดงให้เห็นถึงแนวทางในการปกป้องสิ่งแวดล้อมได้มากกว่าการควบคุมกากของเสียภายหลังการผลิต เพราะกากหรือส่วนที่เหลือจาก

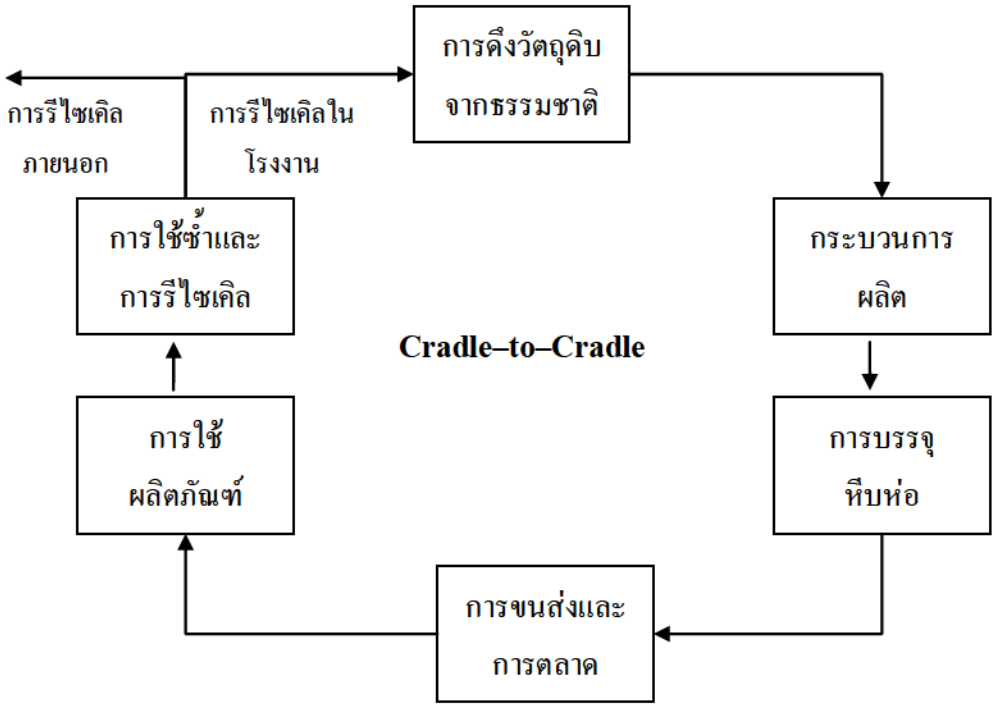
กระบวนการผลิตของขั้นตอนหนึ่งสามารถใช้เป็นปัจจัยนำเข้า (Input) ของการผลิตในขั้นตอนต่อไป จึงทำให้ของเสียที่จะไหลกลับสู่ธรรมชาติถูกชะลอให้ช้าลง และทำให้มีปริมาณลดน้อยลง

U.S. Environmental Protection Agency (USEPA) (1989 quoted in El-Haggar, 2007: 14) กำหนดให้การวิเคราะห์วงจรชีวิต (Life Cycle Analysis) ว่าเป็นวิธีในการประเมินสภาวะสิ่งแวดล้อมที่มีผลเกี่ยวเนื่องมาจากกิจกรรมการผลิตและการตลาดของภาค อุตสาหกรรม เริ่มจากการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาใช้ในกระบวนการผลิตสู่การบรรจุหีบห่อ และส่งจำหน่ายสู่ตลาด เมื่อถึงมือผู้บริโภค ผู้บริโภคอาจใช้ซ้ำ หรือ นำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ ก่อนส่งขยะส่วนที่เหลือไปสู่กระบวนการกำจัดอย่างปลอดภัย กระบวนการนี้เรียกว่า จากเกิดจนถูกฝังกลบ (Cradle–To–Grave) ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 วงจรชีวิตแบบดั้งเดิม (Traditional Life Cycle Analysis)
แหล่งที่มา: USEPA, 1989 quoted in El–Haggar, 2007: 14.

แนวคิดของ USEPA ถูกนำมาพัฒนาและเสนอเป็นแนวคิดใหม่ โดย El–Haggar (2007: 17) เรียกว่า แนวคิดจากเกิดไปสู่การเกิด (Cradle–to Cradle Concept) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าวัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการผลิต บรรจุหีบห่อ และไปสู่มือผู้บริโภค สามารถใช้ซ้ำ หรือสามารถนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ เรียกว่าการรีไซเคิล จนไม่มีขยะหลงเหลือและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้สภาวะปิดของวงจรชีวิต (Close Loop of the Life Cycle) ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 วงจรชีวิตใหม่บนพื้นฐานของแนวคิดแบบ “Cradle–to–Cradle”
แหล่งที่มา: El–Haggar, 2007: 17.

จะเห็นว่าการใช้ซ้ำและการรีไซเคิลเกิดทั้งในโรงงาน เช่น กรณีเรียกคืนชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์ของตนเองในการนำมารีไซเคิล หรือการรีไซเคิลภายนอก หมายถึงขยะที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์สามารถคัดแยกเป็นขยะรีไซเคิลและจำหน่ายให้ผู้รับซื้อต่อไป จากแบบจำลองความสมดุลของวัตถุ (Material Balance Model) และแนวคิดจากเกิดไปสู่การเกิด (Cradle–To–Cradle Concept) สามารถอธิบายถึงปริมาณขยะที่เกิดขึ้นว่าจะมีมากน้อยขึ้นอยู่กับการใช้ซ้ำหรือการนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ของทรัพยากรธรรมชาติที่มนุษย์ดึงมาใช้ผลิตสินค้าเพื่อบริโภคในระบบเศรษฐกิจ

Henstock (1974 อ้างถึงใน มารยาท เศวตกิติธรรม, 2536: 7) กล่าวว่า ตาม Scottish Development Department ที่ได้สรุปคำจำกัดความของขยะว่าเป็นของเสียที่ต้นทุนในการถูกขว้างทิ้งไปจะต่ำกว่าต้นทุนในการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ อย่างไรก็ตาม ของเสียบางชนิดควรจะมีการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เนื่องจากต้นทุนในการกำจัดของเสียชนิดนั้นสูง และเนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิตสินค้าก่อนที่จะมาเป็นของเสียดังกล่าว ทำให้วัตถุดิบมีราคาแพงขึ้น ดังนั้น จึงต้องหาวิธีทดแทนการใช้วัตถุดิบดังกล่าว การขว้างทิ้งของเสียจึงเป็นเพียงการประหยัดต้นทุนสำหรับผู้ที่ต้องการจะขว้างทิ้งไปเท่านั้น แต่จะไม่เป็นการประหยัดต่อสังคมโดยรวมโดยเฉพาะในระยะยาว

เมื่อมีขยะถูกทิ้งออกนอกระบบปิดตามที่ El–Haggar อธิบายไว้ จึงเป็นหน้าที่ของชุมชนทุกชุมชนที่ต้องรับมือกับการเก็บและกำจัดขยะ หน้าที่นี้เป็นที่รู้จักอย่างเป็นสากลว่า ขยะเทศบาล (Municipal Solid Waste) โดยมีหน้าที่กำจัดขยะที่ไม่เป็นอันตรายของชุมชน ซึ่งวิธีการกำจัดในยุคต้น ๆ คือ การฝังกลบ (Landfill) แต่ต่อมามีปัญหาไม่ได้รับการยอมรับจากประชาชนที่อาศัยอยู่ใกล้กับบ่อขยะที่ใช้ฝังกลบ เรียกว่า ความกลัวที่ไม่อยากให้มีบ่อขยะมาอยู่หลังบ้านของฉัน “Not in my Backyard” or “NIMBY” Syndrome เพราะสร้างปัญหาด้านสุขภาพมากกับผู้ที่อาศัยอยู่ใกล้ (Callan and Thomas, 2000: 559) โดยเฉพาะในช่วงปี ค.ศ. 1980 จนถึงต้น ค.ศ. 1990 วิกฤตของการกำจัดขยะโดยการฝังกลบมีมากขึ้น เพราะค่าใช้จ่ายที่สูงมากขึ้นในการหาพื้นที่ฝังกลบที่เหมาะสมและการฝังกลบที่ถูกสุขาภิบาล (Sanitary Landfill) โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม (Ackerman, 1997: 1) จึงทำให้มีการหาวิธีการจัดการขยะแบบใหม่ ๆ เช่น การนำขยะกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recycling) ซึ่งขณะนั้นยังพบว่า ต้นทุนในการแปรรูปกลับมาใช้ใหม่ หรือการรีไซเคิลค่อนข้างแพง และยังไม่มีเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการนำขยะรีไซเคิลมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

ปัญหาการจัดการขยะได้รับการสนใจมากขึ้น เพราะวิธีการจัดการขยะแบบดั้งเดิมเริ่มไม่ได้รับการยอมรับ บริษัทต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่กำจัดขยะจึงเสนอวิธีการจัดการขยะหลากหลายวิธี เช่น 4 วิธีที่ทำตามลำดับของความสามารถในการจัดการขยะนั้น ได้แก่ (Buchholz, 1998: 247–248)

1. ฝังกลบอย่างถูกสุขาภิบาล (Sanitary Landfill) ที่มีมาตรฐานสากล
2. เตาเผาขยะ (Incineration) บางครั้งใช้การเผาขยะเพื่อนำพลังงานไปใช้
3. การนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recycling)
4. การเก็บไว้ในภาชนะที่ปลอดภัย (Storage) เช่น ขยะสารพิษ มีการบรรจุถังปิดผนึกและเก็บไว้ในที่มิดชิดปลอดภัย

แม้ว่ากำไรจากการจัดการขยะของบริษัทที่ให้บริการในธุรกิจนี้จะเพิ่มขึ้น แต่กฎระเบียบและปัญหาของประชาชนในพื้นที่ ทำให้การดำเนินงานไม่คล่องตัว กฎระเบียบที่ไม่มีความคงที่เปลี่ยนแปลงบ่อย และบริษัทต้องประสบกับความยุ่งยากในการขออนุญาตใช้พื้นที่ในการฝังกลบหรือเผาขยะโดยใช้เตาเผา ทั้งนี้ เพราะไม่มีใครยอมให้กิจการเหล่านี้มาอยู่ใกล้บ้านของตนเอง (Buchholz, 1998: 248) เนื่องจากการจัดการขยะโดยการฝังกลบแบบเก่า ก่อให้เกิดปัญหามากเมื่อสารพิษจากขยะรั่วไหล และถูกปล่อยลงไปยังชั้นน้ำใต้ดิน การเผาขยะก็ไม่ใช่วิธีการกำจัดขยะที่สะอาดพอ เพราะเป็นการสร้างมลพิษต่ออากาศและน้ำ และมีเถ้าที่เป็นพิษหลงเหลือจากการเผาจำนวนมหาศาล แม้จะใช้เทคนิคเตาเผาขยะ ต้นทุนการจัดการก็จะสูงเกินไปสำหรับปริมาณขยะที่มีไม่มากต่อการเผาในแต่ละครั้ง ดังนั้น จึงได้มีการเสนอทางเลือกอื่นที่ดีกว่าในการลดปริมาณขยะ

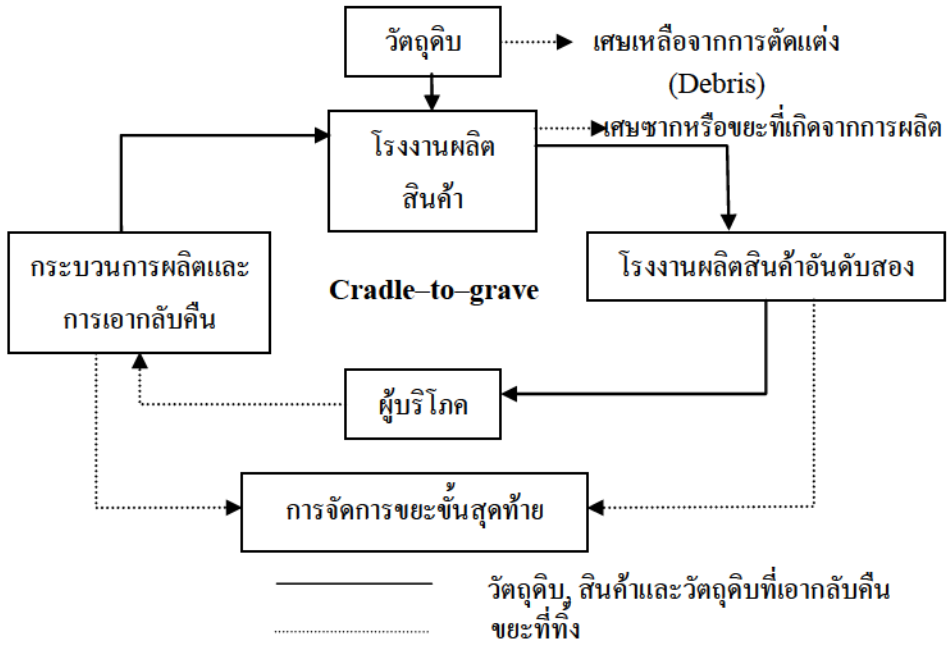
คือ แนวคิดของการลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recycling) (Young, 1991 quoted in Brown et al., 1991: 46)

ส่วนผู้ประกอบการเองจะต้องพยายามใช้ประโยชน์จากของเหลือใช้ในสายการผลิต รวมทั้งการออกแบบสินค้าใหม่ ๆ ที่มีการประกอบที่ง่ายต่อการคัดแยกชนิดของวัสดุ เพื่อสะดวกในการนำกลับมารีไซเคิล ทั้งนี้ การรีไซเคิลจะไม่ยั่งยืนในระยะยาว ถ้าไม่มีตลาดมาเป็นตัวขับเคลื่อน การรณรงค์เรื่องการรีไซเคิล จึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้มีตลาดที่ยอมรับสินค้าที่ผลิตจากขยะรีไซเคิลเหล่านี้ก่อน (Williams, 2002 quoted in Kreith, 2002: 2.14) ขั้นตอนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในการหาหนทางแก้ปัญหาการจัดการขยะ คือทุกคนต้องร่วมรับผิดชอบกับขยะที่ตัวเองก่อขึ้นและแก้ไขที่ตัวเองก่อน ดังนั้น Williams (2002 quoted in Kreith, 2002: 2.8) จึงให้ความสำคัญกับการรีไซเคิลว่าเป็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ไม่ใช่แค่เพียงคัดแยกขยะก่อนการกำจัด แต่หมายถึงวัฒนธรรมที่ผู้บริโภคจะหันมาสนใจ และซื้อสินค้าที่มีการใช้ขยะรีไซเคิลมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต

การพัฒนาที่ยั่งยืนมีความเกี่ยวพันกับแนวคิดที่หลากหลาย วิธีการปฏิบัติแบบเดิม ๆ คงใช้การได้ไม่ดีนัก จึงต้องอาศัยการลดความต้องการการใช้ทรัพยากร ควบคู่ไปกับการจัดการขยะ โดยเฉพาะเมื่อต้นทุนการกำจัดขยะเพิ่มสูงขึ้น มีกฎระเบียบที่เข้มงวดมากขึ้นกับขยะพิษ การใช้หลากหลายแนวทางร่วมกันจึงเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ (Frosch and Gallopoulos, 1989 quoted in Tietenberg, 2003: 564) และผู้กำหนดนโยบายจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Incentives) เพราะการสร้างแรงจูงใจในเชิงเศรษฐศาสตร์ไม่ใช่เพียงช่วยลดข้อขัดแย้งระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจกับการปกป้องสิ่งแวดล้อม แต่กลยุทธ์นี้ยังช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่มีความใส่ใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย (Tietenberg, 2003: 570) บทบาทของภาครัฐในการที่จะบรรลุผลสำเร็จของการสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมจึงต้องอาศัยทั้งการควบคุมด้วยกฎระเบียบ ขณะเดียวกันก็ต้องสร้างแรงจูงใจ (Tietenberg, 2003: 206) ในยุโรปการให้ผลตอบแทนเพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการรีไซเคิล หรือการนำกลับมาใช้ซ้ำจึงมักจะกำหนดอยู่ในกฎหมาย โดยให้ประโยชน์กลับผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะ เช่น ลดภาษีให้กับโรงงานที่ติดตั้งระบบควบคุมมลพิษในการนำกลับมาใช้ใหม่ (Tchobanoglous et al., 1993: 27) อย่างไรก็ตามผู้ผลิตอาจต้องเผชิญกับกฎระเบียบ เช่น ภาษีบรรจุภัณฑ์ (Packing Taxes) มาตรฐานบรรจุภัณฑ์ (Packaging Standard) ข้อกำหนดของการมีองค์ประกอบของวัสดุรีไซเคิลในสินค้าบริโภค (Minimum Content of Recycled Material in Consumer Products) และการห้ามใช้วัสดุที่ย่อยสลายยาก เป็นต้น (Tchobanoglous et al., 1993: 32)

การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจไม่ได้นำมาซึ่งปัญหาปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ยังทำให้คุณลักษณะของขยะเปลี่ยนไปและยากต่อการกำจัดอีกด้วย (Young, 1991

quoted in Brown et al., 1991: 43) ยกตัวอย่างเช่น ขยะพลาสติกที่มีความซับซ้อน ย่อยสลายยาก และนำกลับมาแปรรูปใหม่ต้องใช้เทคโนโลยีระดับสูง ขยะแบตเตอรี่ที่มีส่วนประกอบของโลหะหนักที่เป็นอันตราย ตลอดจนยาฆ่าแมลงที่ส่งผลต่อสุขภาพ (Young, 1991 quoted in Brown et al., 1991: 44) นอกจากนี้การนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ ยังก่อให้เกิดมลพิษ เช่น มลภาวะจากการถลุงแร่ ไม่ใช่เพียงก่อให้เกิดปัญหาน้ำเสียเท่านั้น การหลอมและถลุงแร่ยังก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ ซึ่งขึ้นอยู่กับแร่ธาตุที่ถลุงขึ้นมาใช้ เช่น เกิดซัลเฟอร์ออกไซด์ (Sulfur Oxides) ปรอท (Lead) สารหนู (Arsenic) และโลหะหนักต่าง ๆ ยิ่งไปกว่านั้นการถลุงแร่ต้องอาศัยพลังงานความร้อนอย่างมาก ประกอบกับพื้นที่ป่าไม้ที่ถูกทำลายจนเหลือพื้นที่ป่าน้อยลง ทำให้ชั้นบรรยากาศมีคาร์บอนไดออกไซด์มาก เป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อน (Young, 1991 quoted in Brown et al., 1991: 42) เมื่อเราพิจารณาเส้นทางวัตถุดิบและการก่อให้เกิดขยะ (Materials Flow and Waste Generation) ที่สามารถอธิบายได้แบบง่าย ๆ ในสังคมยุคเทคโนโลยี ดังภาพที่ 2.5 จะเห็นว่าหนทางที่ดีที่สุดวิธีหนึ่งที่จะลดปริมาณขยะที่ต้องถูกกำจัดทิ้ง คือ การลดหรือจำกัดการบริโภควัตถุดิบและการเพิ่มอัตราการนำกลับมาหรือ ใช้ซ้ำของวัสดุที่เป็นขยะหรือของที่ไม่ใช้แล้ว แม้แนวคิดนี้ดูเหมือนจะง่ายแต่ในสังคมยุคเทคโนโลยีแล้วเป็นสิ่งที่กระทำได้ยากมาก (Tchobanoglous et al., 1993: 6)



ภาพที่ 2.5 เส้นทางวัตถุดิบและการก่อให้เกิดขยะในสังคมยุคเทคโนโลยี

แหล่งที่มา: Tchobanoglous, Theisen and Vigil, 1993: 6.

แม้ U.S. Environmental Protection Agency (EPA) ได้ตระหนักถึงความยากในเชิงปฏิบัติ แต่ก็ได้พยายามกำหนดขั้นตอนในการจัดการขยะแบบบูรณาการ (Hierarchy of Integrated Solid Waste Management) และเสนอให้นำมาใช้ปฏิบัติโดยมีสาระสำคัญดังขั้นตอนต่อไปนี้ (Tchobanoglous et al., 1993: 15-16)

1. การลดขยะ ณ แหล่งที่เกิด (Source Reduction) เป็นขั้นตอนแรกของการจัดการขยะแบบบูรณาการ โดยคำนึงถึงการลดปริมาณและหรือความเป็นพิษของขยะที่เกิดขึ้น นับว่าเป็นความสำคัญอันดับต้น ๆ เพราะถ้าสามารถลดขยะ ณ แหล่งที่เกิด จะเป็นการช่วยลดปริมาณขยะ ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การลดปริมาณ ณ แหล่งที่เกิด หมายถึง การออกแบบ การผลิต และการบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยพยายามไม่ให้มีองค์ประกอบที่เป็นสารพิษ ลดปริมาณของวัตถุดิบ และพยายามให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีอายุการใช้งานได้นานที่สุด การลดปริมาณ ณ แหล่งที่เกิด รวมถึงขยะในภาคครัวเรือน ร้านค้าธุรกิจ และอุตสาหกรรม โดยรูปแบบของการซื้อจะคำนึงถึงความสามารถในการใช้ซ้ำของสินค้าและวัตถุดิบ

2. การนำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ เรียกว่า การรีไซเคิล (Recycling) ซึ่งมีขั้นตอนที่เกี่ยวข้องคือ การคัดแยกและรวบรวมวัสดุใช้แล้ว การเตรียมวัสดุเหล่านี้เพื่อใช้ซ้ำ เพื่อแปรรูปใหม่ หรือผลิตเป็นสินค้าใหม่ การใช้ซ้ำ การผ่านกระบวนการผลิตอีกครั้ง และการผลิตเป็นสินค้าใหม่ การรีไซเคิลเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความต้องการทรัพยากรธรรมชาติที่จะถูกนำมาใช้ และ ลดปริมาณของขยะที่ต้องถูกนำไปกำจัดโดยการฝังกลบ

3. การเปลี่ยนรูปขยะ (Waste Combustion/Waste Transformation) โดยอาจเป็นการเปลี่ยนรูปทางกายภาพ ทางเคมี ทางชีววิทยา เช่น ให้สามารถเปลี่ยนรูปขยะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำจัดขยะ เปลี่ยนรูปเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำ แปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ และปรับเปลี่ยนเพื่อสามารถนำกลับมาใช้เป็นปุ๋ยหรือพลังงานความร้อนและก๊าซชีวภาพ

4. การฝังกลบขยะอย่างถูกสุขาภิบาล (Sanitary Landfill) ขยะที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลหรือนำไปใช้ต่อไปไม่ได้แล้ว จะถูกฝังกลบซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายของสายการจัดการขยะ เพราะเป็นวิธีการที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและชุมชน จึงเป็นทางเลือกสุดท้ายที่ควรจะจัดการกับขยะ

Kreith (2002: 2.7–2.9) ได้พยายามจัดทำคู่มือในการจัดการขยะ (Handbook of Solid Waste Management) ในแนวทางเดียวกับ EPA โดยในคู่มือเล่มนี้ Marcia E. Williams เขียนถึงการบูรณาการการบริหารจัดการขยะ(Integrated Municipal Solid Waste Management) ซึ่งเสนอการจัดการขยะโดยเริ่มจากการลดขยะจากแหล่งกำเนิด (Source Reduction) คือ การเน้นให้มีการลดทั้งปริมาณของขยะทั่วไปและขยะพิษที่ถูกก่อให้เกิดขึ้นให้มากที่สุด เช่น การใช้ขวดที่สามารถคืนกลับไปยังผู้ผลิตเพื่อใช้ซ้ำ ส่วนขยะที่เกิดขึ้น แต่ยังคงนำมาใช้ประโยชน์ได้อีกก็ให้นำมารีไซเคิล (Recycling) หรือทำปุ๋ยหมัก (Composting) เป็นการใช้ประโยชน์จากขยะให้มากที่สุด

ก่อนที่จะนำส่วนที่เหลือไปเข้าเตาเผาขยะ (Incineration) เพื่อก่อให้เกิดพลังงานความร้อนที่นำไปใช้ได้ และท้ายที่สุดขยะจากเตาเผาขยะและขยะที่เหลือก็จะถูกนำไปฝังกลบอย่างถูกสุขาภิบาล (Sanitary Landfill)

ในประเทศอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ การให้บริการสาธารณะ เช่น การจัดการขยะมูลฝอยจะไม่ได้รับการอุดหนุนอีกต่อไปจากรัฐบาล โดยจะทำการเก็บค่าธรรมเนียมให้ครอบคลุมกับต้นทุนทั้งหมดแทน หลักการนี้เมื่อนำมาใช้กับประเทศไทยในการชำระค่าน้ำ ค่าไฟ หรือค่าโทรศัพท์ ยังไม่พบว่ามีปัญหาแต่อย่างใด แต่ในการจัดการขยะมูลฝอยยังไม่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปนัก หลักการที่มีผู้ก่อให้เกิดขยะ และส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม หรือที่รู้จักกันดีคือ “หลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย” (Polluter Pays Principle (PPP)) แม้จะทำการผลักดันจากส่วนกลางแต่ยังไม่เป็นผล รัฐบาล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และโดยเฉพาะนักการเมืองยังไม่เอาจริง เนื่องจากเกรงว่าจะเสียฐานเสียงไป ตามหลักการดังกล่าวผู้ก่อให้เกิดขยะมูลฝอยควรจะชำระเต็มตามต้นทุนที่เกิดขึ้น ในการเก็บรวบรวม และกำจัดขยะมูลฝอยแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ค่าธรรมเนียมจะชำระตามปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนั้น อาจเก็บค่าธรรมเนียมให้มีอัตราต่างกันขึ้นอยู่กับชนิดของขยะมูลฝอย (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, ม.ป.ป.: 31)

จากการศึกษาของวิลาสินี วัฒนาวงศ์ดอน (2546: บทคัดย่อ) พบว่า รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีการดำเนินการโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นการดำเนินการโดยองค์กรที่ไม่มีกฎหมายรองรับ เช่น คนคุ้ยขยะ ซาเล้ง ร้านรับซื้อของเก่า ซึ่งเป็นการดำเนินการโดยภาคเอกชนในรูปของธุรกิจการรับซื้อของเก่า โดยมีรูปแบบการดำเนินการในการซื้อวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่กันเป็นทอด ๆ ตั้งแต่คนคุ้ยขยะ ซาเล้ง ร้านรับซื้อของเก่า จนถึงโรงงานแปรรูป กลุ่มที่สองเป็นการดำเนินการโดยกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นองค์กรที่มีกฎหมายรองรับ และมีการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การจัดการขยะมูลฝอยสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง โดยสนองตอบต่อเป้าหมายได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และเป็นแนวทางสำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 กรมควบคุมมลพิษ (2544: 8) จึงกำหนดนโยบายการบริหารจัดการขยะมูลฝอยแบบรวมศูนย์กำจัดขยะมูลฝอยที่ได้รับการศึกษาออกแบบและก่อสร้างด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสม มีระบบและมาตรการการป้องกันปัญหาผลกระทบสิ่งแวดล้อมและประชาชน และยังสามารถรองรับปริมาณขยะมูลฝอยชุมชนหลาย ๆ แห่งรวมกัน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการบริหารจัดการขยะมูลฝอยแต่ละชุมชน และไม่ให้เกิดขึ้นอีกต่อไปในอนาคต โดย

1. ควบคุมการผลิตขยะมูลฝอยของประชาชน

2. สนับสนุนงบประมาณ บุคลากร และวิชาการแก่ท้องถิ่นเพื่อให้มีการจัดการขยะมูลฝอยแบบครบวงจร ตั้งแต่การเก็บ การคัดแยก การขนส่ง การนำกลับมาใช้ประโยชน์ และการกำจัดที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล

3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความร่วมมือกันในการจัดการขยะมูลฝอย โดยมุ่งเน้นรูปแบบรวมศูนย์กำจัดขยะมูลฝอยชุมชนรวม

4. สนับสนุนให้มีกฎระเบียบ และเกณฑ์การจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสม เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องถือปฏิบัติ

5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรเอกชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาขยะมูลฝอยมากขึ้น

สำหรับการจัดการขยะของประเทศต่าง ๆ มีวิธีที่แตกต่างหลากหลาย ดังสรุปไว้โดยสถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (2551: 046–049) มีดังนี้

1. ประเทศญี่ปุ่น

ขยะมูลฝอยของประเทศญี่ปุ่น แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ขยะมูลฝอยชุมชนและขยะอุตสาหกรรม โดยขยะมูลฝอยชุมชนจะเก็บรวบรวมโดยเทศบาล หรือ อ.บ.ต. และประชาชน ส่วนขยะอุตสาหกรรมเก็บรวบรวมโดยเอกชน ขยะทั้ง 2 ประเภทนี้จะถูกคัดแยกดังนี้ ขยะรีไซเคิลจะนำไปใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูป ขยะเผาไหม้ได้จะนำเข้าเตาเผา ส่วนขยะเผาไหม้ไม่ได้และขยะขนาดใหญ่เข้าเครื่องย่อยแล้วนำไปฝังกลบ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดจุดทิ้งขยะรีไซเคิล ออกกฎหมายกำหนดให้ผู้ผลิตต้องรีไซเคิลผลิตภัณฑ์ที่ตนเองผลิตขึ้น กฎหมายรีไซเคิลภาชนะบรรจุและหีบห่อ เป็นต้น จุดแข็งของการจัดการขยะในญี่ปุ่น คือ เน้นการคัดแยกที่แหล่งกำเนิด โดยกำหนดวัน ประเภท และเวลาในการทิ้ง ในปัจจุบัน ญี่ปุ่นได้มีการพัฒนาการจัดการขยะโดยกำหนดค่าทิ้งขยะตามน้ำหนักและผู้ก่อขยะต้องรับผิดชอบในการคัดแยก ซึ่งเป็นหลักการ ผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย

นอกจากนี้ การจัดการขยะมูลฝอยของประเทศญี่ปุ่น ยังมีการดำเนินการโดยยึดหลักการการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibility (EPR)) และแนวความคิด 3Rs (Reduce-Reuse-Recycle) โดยมี “Fundamental Law for Establishing a Sound Material-Cycle Society” เป็นกฎหมายหลัก ซึ่งเป็นการวางกรอบของการจัดการของเสียทั้งหมด หลักการ Extended Producer Responsibility (EPR) ซึ่งผู้ผลิตต้องเป็นผู้รับผิดชอบนั้น ในประเทศญี่ปุ่นมีการดำเนินการในรูปของการเรียกคืนซากอุปกรณ์ (Take-Back) ซึ่งครอบคลุมอุปกรณ์ไฟฟ้าในครัวเรือน คอมพิวเตอร์ และแบตเตอรี่แบบประจุไฟใหม่ได้ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการคือ

1. กระตุ้นให้ผู้ผลิตมีส่วนร่วมในความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมในการออกแบบผลิตภัณฑ์

2. ยกระดับความรับผิดชอบของผู้ผลิตต่อผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งาน ทั้งในทางดำเนินการและการรับผิดชอบค่าใช้จ่าย โดยที่ไม่ให้เป็นภาระของหน่วยงานส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล เป็นต้น

การดำเนินการโดยหลักการ EPR ของประเทศญี่ปุ่นนั้น มีลักษณะสำคัญคือ การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนของแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น หน้าที่ในการเรียกคืนซากอุปกรณ์ และหน้าที่ ในการรีไซเคิลซากอุปกรณ์ อีกทั้งยังตระหนักดีว่า สินค้าต่าง ๆ จะมีลักษณะหลังการใช้งานที่แตกต่างกัน จึงมีการปรับรายละเอียดของกฎหมายให้เหมาะสมกับสภาพทางการตลาดที่เปลี่ยนไป และด้วยข้อจำกัดทางทรัพยากรของประเทศญี่ปุ่นเอง ซึ่งจำเป็นต้องพึ่งพาทรัพยากรจากต่างประเทศจึงต้องพยายามนำทรัพยากรกลับคืนมาให้ได้มากที่สุด โดยมีมาตรการ 3 Rs เป็นแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อม แนวคิด 3 Rs เป็นพื้นฐานของกรอบกฎหมายในการจัดการของเสีย ทั้งโครงสร้างของกฎหมายและความรับผิดชอบ โดยมีการวางกรอบของกฎหมายตามประเภทอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ ลักษณะของสินค้า โครงสร้างของอุตสาหกรรม ตลาดและหน่วยงานสนับสนุน การนำทรัพยากรกลับคืน รวมทั้งมีการดำเนินการที่อยู่บนพื้นฐานของหลักการ EPR โดยมีการแบ่งความรับผิดชอบของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งประชาชน ภาคธุรกิจ หน่วยงานส่วนท้องถิ่น/เทศบาล และภาครัฐบาลกลาง (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. คณะวิศวกรรมศาสตร์. ศูนย์วิศวกรรมพลังงานและสิ่งแวดล้อม, 2552: 2-98-2-99)

2. ประเทศสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกามีโรงเผาขยะจำนวนมากตั้งอยู่ตามรัฐต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยโรงเผาขยะที่ผลิตกระแสไฟฟ้าใหญ่ที่สุดในโลก ตั้งอยู่ที่เมืองดัลลาแวร์ มลรัฐเพนซิลวาเนีย สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ 85 เมกกะวัตต์ โรงเผาขยะแห่งนี้สร้างโดยความช่วยเหลือทางเทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น โดยมีกำลังการเผาขยะอยู่ที่ 2.438 ตันต่อวัน เป็นโรงเผาขยะชนิดตะกรับหมุนดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีการผลิตกระแสไฟฟ้าและความร้อนจากโรงเผาขยะจำนวนมาก และมีการดำเนินการด้านรีไซเคิล ดังนี้

- สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและแนวคิดในการนำวัสดุใช้แล้วมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่
- ส่งเสริมให้มีการนำบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มไปบรรจุซ้ำ หรือ Refill แทนการนำไปหลอมใช้ใหม่
- ส่งเสริมให้มีการนำเศษวัสดุ ซากปรักหักพังของอาคารมาใช้ในโครงการก่อสร้างของรัฐ
- จัดให้มีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบในเรื่องการดำเนินการส่งเสริมการลงทุนด้านรีไซเคิล

3. ประเทศสิงคโปร์

ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา ปริมาณขยะของประเทศสิงคโปร์มีอัตราเพิ่มขึ้นถึง 6 เท่า โดยกว่าร้อยละ 90 ถูกกำจัดโดยการนำเข้าโรงงานเผาขยะที่มีอยู่ 4 แห่งบนเกาะสิงคโปร์ ส่วนขยะที่ไม่สามารถเผาได้และเถ้าจากการเผาขยะจะนำไปฝังกลบที่พื้นที่ฝังกลบ ซึ่งปัจจุบันสิงคโปร์นำเถ้าที่ได้ไปถมเป็นแผ่นดินยื่นออกไปในทะเล เป็นการเพิ่มพื้นที่ใช้ประโยชน์ นอกจากนั้น สิงคโปร์ยังมีแผนการจัดการขยะเป็นแผนงานหนึ่งที่อยู่ภายใต้แผนที่มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า Singapore Green Plan 2012 ซึ่งประกอบด้วยแผนการจัดการน้ำ แผนการจัดการอากาศ แผนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ โดยแผนการจัดการขยะที่อยู่ภายใต้ Singapore Green Plan 2012 จะเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและวิธีการจัดการขยะเป็นหลัก โดยเป้าหมายของแผนนี้ถูกกำหนดให้มีระยะสิ้นสุดของแผนในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งกำหนดไว้ว่าจะไม่มีการฝังกลบขยะอีกต่อไป

4. ประเทศไต้หวัน

ประเทศไต้หวันมีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่และความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ ดังนั้น รัฐบาลไต้หวันจึงให้ความสำคัญในการกำจัดขยะชุมชน โดยการนำขยะไปเผาในโรงเผาขยะมากกว่าการกำจัดโดยการฝังกลบ เพราะจะช่วยประหยัดพื้นที่ฝังกลบได้เป็นจำนวนมาก โดยเมื่อปี พ.ศ. 2546 ประเทศไต้หวันมีโรงเผาขยะอยู่ทั้งสิ้น 3 แห่ง และพื้นที่ฝังกลบ 1 แห่งด้วยกัน นอกจากนั้น ไต้หวันยังมีการนำมาตรการต่าง ๆ มาใช้เพื่อสนับสนุนการจัดการขยะ เช่น การลดปริมาณขยะตั้งแต่ต้นทาง รวมถึงการเก็บค่าขยะต่อถุง ทำให้ปริมาณขยะลดลงถึงร้อยละ 51 รัฐบาลไต้หวันได้กำหนดเป้าหมายการห้ามฝังกลบขยะและหันมาใช้นโยบายรีไซเคิลขยะทุกประเภทภายในปี พ.ศ. 2553 โดยจัดทำเป็นแผนงานเพื่อรณรงค์ให้ครัวเรือนต่าง ๆ มีการนำวัสดุและเศษอาหารไปใช้ประโยชน์ เรื่องนี้หลายชุมชนในประเทศไทยมีการจัดการขยะแบบครบวงจรหลายแห่งด้วยกันกล่าวคือได้นำขยะอินทรีย์มาแปรรูปเป็นปุ๋ยหมักชีวภาพและการจัดตั้งธนาคารขยะรีไซเคิล

5. ประเทศออสเตรเลีย

รัฐบาลของประเทศออสเตรเลียเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ได้มีการกำหนดนโยบายการจัดการขยะให้มีขยะเป็นศูนย์ หรือ Zero Waste โดยตั้งเป้าหมายให้แล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2553 ซึ่งนโยบายดังกล่าวได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2539 และตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณขยะไว้ที่อัตราร้อยละ 25 ต่อปี ซึ่งวิธีการที่ใช้ก็คือ การควบคุมปริมาณพื้นที่ฝังกลบ และโรงงานเผาขยะ และมุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ทั้งนี้เป้าหมายของการดำเนินการตามนโยบายที่วางไว้ก็คือ เพื่อลดการบริโภคทรัพยากรและพลังงานในภาพรวม นำไปสู่สังคมที่ปลอดจากขยะเพื่อความยั่งยืน เสริมสร้างความรู้

ความเข้าในใจในการจัดการขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม กระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมและเพิ่มประโยชน์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

6. ประเทศนิวซีแลนด์

ประเทศนิวซีแลนด์ได้เริ่มแผนยุทธศาสตร์การจัดการขยะตั้งแต่ พ.ศ. 2545 เพื่อการลดปริมาณขยะให้เป็นศูนย์ และการจัดการขยะที่ยั่งยืนของประเทศ โดยกำหนดเป้าหมายไว้ 3 ประการ ได้แก่ การลดค่าใช้จ่ายทางสังคมและความเสี่ยงที่ได้รับจากขยะ การลดความเสียหายของสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการเกิดและทิ้งขยะ และการเพิ่มผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในการใช้วัสดุต่าง ๆ

7. ประเทศบราซิล

การจัดการขยะชุมชนของประเทศบราซิล ดำเนินการโดยเทศบาลเป็นผู้รับผิดชอบในการเก็บขนและกำจัดเป็นหลัก การคัดแยกขยะเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ที่เมืองเซาเปาโล มีโรงงานคัดแยกขยะที่ดำเนินการโดยสหกรณ์ของผู้เก็บขยะ สามารถคัดแยกขยะได้เฉลี่ยประมาณวันละ 3 – 5 ตันต่อโรงคัดแยก ส่วนรูปแบบการจัดการขยะของเทศบาล เช่น เทศบาลนิเตอรอย ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร นอกจากการจัดการขยะตามหน้าที่ปกติแล้ว ยังได้จัดตั้งบริษัทเอกชนเพื่อทำโครงการจัดเก็บขยะ สนับสนุนถุงพลาสติกใสแจกให้กับประชาชนเพื่อแยกขยะรีไซเคิลออกจากขยะทั่วไป มีการให้บริการจัดการเก็บขยะที่แยกแล้ว 2 แบบ คือ แบบที่ 1 ประชาชนนำขยะรีไซเคิลมาทิ้งในถังที่จัดไว้ให้ ซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วไป และแบบที่ 2 ระบบเก็บถึงบ้านหรือ Door–to–Door ซึ่งส่วนใหญ่ใช้กับอาคารสูง โดยพนักงานจะนำรถที่ออกแบบไว้สำหรับเก็บขนขยะแต่ละชนิด ออกให้บริการจัดเก็บถึงบ้าน

8. ประเทศแคนนาดา

นอกจากประเทศนิวซีแลนด์และออสเตรเลีย ที่มีเป้าหมายการจัดการให้ขยะเป็นศูนย์ หรือ Zero Waste แล้ว ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างก็ให้ความสำคัญกับการจัดการขยะด้วยวิธีการต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ เช่นเดียวกับประเทศแคนนาดาที่มีเป้าหมายขยะเป็นศูนย์ หรือ Zero Waste ในปี พ.ศ. 2553 โดยมุ่งเน้นการดำเนินการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ความรับผิดชอบของผู้ผลิตสินค้า
- การนำผลิตภัณฑ์กลับไปใช้ซ้ำ
- การจูงใจให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล เพื่อส่งเสริมตลาดสินค้ารีไซเคิล
- การลดขยะจากแหล่งกำเนิด ซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่าการกำจัดขยะเมื่อผ่านการใช้แล้ว
- สร้างกลไกทางเศรษฐศาสตร์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
- จัดทำโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการนำขยะมาใช้

สรุปได้ว่า แต่ละประเทศได้มีความพยายามพัฒนาวิธีการจัดการขยะให้สามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและสัมฤทธิ์ผล โดยเฉพาะการจัดการขยะจากชุมชน หรือภาคครัวเรือน ซึ่งต้อง

อาศัยความร่วมมือ หรือการมีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการคัดแยกขยะของประชาชน เพื่อให้สามารถนำขยะกลับมารีไซเคิลได้มากขึ้น

หลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (EPR) เป็นหลักการที่มีแนวคิดในด้านการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ โดยแสดงออกในรูปต้นทุนการจัดการสิ่งแวดล้อม และการขยายความรับผิดชอบนั้นจะรับผิดชอบทั้งวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ทั้งในส่วนการผลิต การนำเข้า/ส่งออก หรือการขายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และรับผิดชอบในส่วนค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้งานแล้ว ผู้ผลิต ผู้นำเข้า/ส่งออก ผู้ขายจะต้องเรียกคืนผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้ว และจัดการกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วดังกล่าวโดยการใช้ซ้ำ นำไปรีไซเคิล หรือนำไปใช้ในการผลิตพลังงาน สำหรับการนำหลักการ EPR ไปประยุกต์ใช้ในปัจจุบันนั้นมีอยู่หลายรูปแบบ ซึ่งสามารถจำแนกเป็นได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. คณะวิศวกรรมศาสตร์. ศูนย์วิศวกรรมพลังงานและสิ่งแวดล้อม, 2552: 2-2)

1. นำมาใช้ในส่วนของการควบคุมบังคับ (Regulatory)
2. นำมาใช้ในส่วนข้อตกลงระหว่างกัน (Negotiated)
3. นำมาใช้โดยความสมัครใจ (Voluntary)

จะเห็นได้ว่า หลักการดังกล่าวมีประโยชน์ในการสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ผลิต ผู้นำเข้า/ส่งออก และผู้ขาย สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งานแล้วของตน รวมทั้งจัดการตั้งแต่เริ่มต้น กล่าวคือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และวิธีการผลิตที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

หลักการที่สำคัญของมาตรการทางเศรษฐกิจที่หลายประเทศนำมาใช้เพื่อลดปัญหาการจัดการขยะอีกประการ คือ ผู้ผลิตมลพิษต้องจ่าย กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายในการรักษาและชำระล้างสภาพแวดล้อมที่ถูกปนเปื้อนให้สะอาดและค่าใช้จ่ายในการบำบัดมลพิษ ควรเก็บจากผู้ปล่อยมลพิษตามปริมาณ ประเภท ตลอดจนระยะทางในการเก็บขนสารพิษ อัตราค่าบำบัดมลพิษ (Pollution Charge) ในทางหลักการควรครอบคลุมต้นทุนทุกประเภทและทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การก่อสร้างและการติดตั้งระบบบำบัด การเก็บขน การขนส่ง การบำบัด และการกำจัดขั้นสุดท้าย หากอัตราค่าบำบัดมลพิษสูงพอ ผู้ประกอบการก็จะมีแรงจูงใจในการปรับปรุงขบวนการผลิต และเปลี่ยนแปลงประเภทวัตถุดิบที่ใช้ เพื่อให้เกิดสารมลพิษน้อยที่สุด ดังนั้น หลักการและเหตุผลในการกำหนดแนวนโยบาย ในการควบคุมมลพิษจากภาคอุตสาหกรรม ควรที่จะยึดหลักการ 5 ประการไว้เป็นแนวทางดังนี้ (Phanu Kritiporn, 1990: xxviii)

- คุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นเป้าหมายสูงสุด (The Ambient Quality Target)
- ใช้วิธีการที่มีค่าใช้จ่ายต่ำสุด (The Minimum Cost Principle) กล่าวคือ นโยบายและมาตรการที่นำมาใช้ควรจะเป็นสิ่งที่ปฏิบัติได้จริง และสามารถบรรลุเป้าหมายคุณภาพสิ่งแวดล้อมด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำที่สุด
- ผู้ก่อให้เกิดมลพิษต้องจ่าย (Polluters Pay Principle) การลงทุนเพื่อกำจัดกากสารพิษน้ำเสียและอากาศเสีย ต้องเก็บจากผู้ผลิตมลพิษ หลักการนี้เป็นหลักการที่ใช้กันทั่วโลก ในความเป็นจริงแล้ว ผู้ผลิตหรืออุตสาหกรรมจะผลักภาระค่าใช้จ่ายลงไปในราคาสินค้าในระดับที่ผู้บริโภคยังยอมรับได้ ดังนั้น ค่าใช้จ่ายในการกำจัดมลพิษจึงเป็นภาระของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค
- การรักษาความสามารถในการแข่งขัน (The Competitiveness Imperative) นโยบายที่กำหนดควรคำนึงถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในระยะยาว การควบคุมมลพิษที่เข้มงวดขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนโครงสร้างอุตสาหกรรมไทย โดยอุตสาหกรรมที่มีกากสารพิษจะน้อยลง แต่ก็มิได้หมายความถึงความถดถอยของอุตสาหกรรมโดยรวม
- นโยบายต้องมีขั้นตอน (Policy Transition) เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ นโยบายที่กำหนดจึงควรเป็นขั้นตอนให้เวลาและมีเป้าหมายชัดเจน

สำหรับในประเทศไทย เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของขยะ สามารถแบ่งตามองค์ประกอบหลักได้ 4 ส่วนคือ ขยะอินทรีย์ เช่น เศษอาหาร เศษผักผลไม้ที่ย่อยสลายได้ ขยะรีไซเคิล เช่น แก้ว กระดาษ พลาสติก โลหะและอโลหะ ขยะทั่วไป เช่น ถุงพลาสติก ซองบะหมี่ ขยะอันตรายและเป็นพิษจากครัวเรือนหรือร้านค้า (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, ม.ป.ป.: 17) ซึ่งศูนย์วัสดุรีไซเคิล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้กำหนดรูปแบบการคัดแยกขยะออกเป็น 4 ประเภท เช่นกัน คือ ขยะอินทรีย์ ขยะรีไซเคิล ขยะทั่วไป และขยะอันตราย โดยอาศัยเครื่องมือสู่ความสำเร็จที่เรียกว่า 4 Rs. ในการลดปริมาณขยะประกอบด้วย การปฏิเสธการใช้ (Reject) ผลิตภัณฑ์ที่ยากต่อการกำจัด เช่น โฟม ถุงพลาสติก การใช้ซ้ำ (Reuse) เช่นการใช้กระดาษ 2 หน้า การรีไซเคิล (Recycle) เช่น การนำแก้ว พลาสติก กระดาษ โลหะและอโลหะกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ การลดการใช้ (Reduce) โดยการลดการนำขยะเข้าบ้าน ลดการใช้ขยะอันตราย และใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดเติม (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551: 3–4) อย่างไรก็ตามกรอบกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่เพียงพอที่จะบังคับใช้ให้มีการจัดการขยะมูลฝอยที่เหมาะสมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน เช่น การจัดการบ่อฝังกลบ และการปนเปื้อนที่อาจเกิดขึ้น (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, ม.ป.ป.: 26) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมีบัญญัติแทรกไว้ในกฎหมายหลายฉบับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นเพียงส่วนย่อยของกฎหมายนั้น ๆ เท่านั้น ยังไม่มีกฎหมายที่บัญญัติเกี่ยวกับขยะมูลฝอยไว้โดยตรง หรือเป็นการเฉพาะในฉบับเดียวกันที่สามารถนำมาใช้ควบคุมป้องกัน หรือแก้ไขปัญหาขยะมูลฝอยในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันได้มีการ

ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมป้องกันหรือแก้ไขปัญหาขยะมูลฝอยออกมาใหม่หลายฉบับ ทำให้การจัดการขยะมูลฝอยสัมฤทธิ์ผลมากขึ้น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับขยะมูลฝอย ได้แก่

1. พ.ร.บ. รักษาคลอง ร.ศ. 121 บัญญัติขึ้นเพื่อช่วยในการบำรุงรักษาคลองมิให้ตื้นเขินและให้การใช้คลอง เป็นไปอย่างมีระเบียบเรียบร้อย ดังนั้น จึงห้ามมิให้ผู้ใดทิ้งหรือปล่อยสิ่งใดลงในทางน้ำ ลำคูหรือคลอง มิฉะนั้นมีความผิดต้องรับโทษปรับหรือจำคุกหรือทั้งปรับทั้งจำ

2. พ.ร.บ. การเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2456 บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมการเดินเรือและป้องกันมิให้เกิดเป็นพิษต่อชีวิตหรือต่อสิ่งแวดล้อมในน่านน้ำไทย ดังนั้น จึงห้ามมิให้ผู้ใดปลูกสร้างอาคารหรือสิ่งใดล่วงล้ำเข้าไปเหนือลำน้ำ และใต้ลำน้ำ หรือบนชายหาด และห้ามมิให้ผู้ใดเททิ้งสิ่งใดลงในลำน้ำ อันจะเป็นเหตุให้เกิดเป็นพิษต่อสิ่งมีชีวิตหรือต่อสิ่งแวดล้อม หรือเป็นอันตรายต่อการเดินเรือ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า มิฉะนั้นจะมีความผิดต้องโทษปรับหรือจำคุก หรือทั้งจำทั้งปรับและต้องชดใช้เงินค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปในการแก้ไขสิ่งเป็นพิษหรือชดใช้ค่าเสียหายเหล่านี้ด้วย

3. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างเอกชนตั้งแต่เกิดจนตาย มีบทบัญญัติห้ามขุดหลุมรับขยะมูลฝอยในระยะ 2 เมตรจากแนวเขตที่ดิน

4. พ.ร.บ. การชลประทานหลวง พ.ศ. 2485 บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมการชลประทานและการใช้น้ำจากทางน้ำ ชลประทานซึ่งจัดให้มีขึ้นโดยรัฐ มีบทบัญญัติห้ามมิให้ผู้ใดปลูกสร้างแก้ไขหรือต่อเติมสิ่งก่อสร้างหรือปลูกปักสิ่งใด รุกล้ำทางน้ำชลประทาน ห้ามทิ้งมูลฝอย ซากสัตว์ ซากพืช เถ้าถ่านหรือสิ่งปฏิกูลลงในทางน้ำชลปะทานหรือทำให้น้ำเป็นอันตรายแก่การเพาะปลูกหรือการบริโภค และห้ามมิให้ปล่อยน้ำซึ่งทำให้เกิดเป็นพิษแก่น้ำตามธรรมชาติหรือสารเคมีเป็นพิษลงในน้ำชลประทาน จนอาจทำให้น้ำชลประทานเป็นอันตรายแก่เกษตรกรรม การบริโภค อุปโภค หรือสุขภาพอนามัย มิฉะนั้น จะมีความผิดต้องรับโทษจำคุก หรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ

5. ประมวลกฎหมายอาญา บัญญัติขึ้นเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง มีบทลงโทษผู้กระทำผิดในกรณีทิ้งซากสัตว์ในทางสาธารณะ

6. ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2515) เรื่องควบคุมการจอดเรือในแม่น้ำ ลำคลอง บัญญัติขึ้นเพื่อจัดระเบียบการจอดเรือ และป้องกันการทิ้งขยะหรือสิ่งปฏิกูลจากเรือลงสู่แม่น้ำลำคลอง มีบทบัญญัติกำหนดห้ามจอดเรือ และกำหนดวิธีการและลักษณะการจอดเรือ

7. ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 286 (พ.ศ. 2515) เรื่องควบคุมการจัดสรรที่ดิน บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมการจัดสรรที่ดิน และให้คณะกรรมการควบคุมการจัดสรรที่ดินมีอำนาจกำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน โดยกำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดทำแผนผังโครงการและวิธีการในการจัดสรรที่ดิน เพื่อประโยชน์ในการอนามัย การคมนาคม ความปลอดภัย และการผังเมือง และจัดให้มีระบบระบายน้ำ ระบบและมาตรฐานของสิ่งอันเป็นสาธารณูปโภค และบริการ

สาธารณะตามที่จำเป็นขณะที่ได้มีการออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2535 โดยกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ตามที่กล่าวไว้ข้างต้น ในส่วนของการจัดให้มีการจัดเก็บขยะมูลฝอยด้วย ผู้ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามจะมีความผิดต้องรับโทษจำคุก หรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ

8. พ.ร.บ. ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมการก่อสร้าง ดัดแปลง เคลื่อนย้าย และใช้อาคาร โดยยกเลิก พ.ร.บ. ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2479 แต่บรรดากฎกระทรวง ข้อบัญญัติท้องถิ่นหรือคำสั่งที่ได้ออกกฎกระทรวงฉบับที่ 33 (พ.ศ. 2535) กำหนดให้อาคารสูง หรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษ ต้องมีการจัดเก็บขยะมูลฝอยโดยวิธีขนลำเลียงหรือทิ้งลงในปล่องทิ้งขยะมูลฝอย ซึ่งกฎกระทรวงฉบับนี้มีผลบังคับใช้กับเทศบาลด้วย โดยที่เทศบาลไม่จำเป็นต้องออกเทศบัญญัติ

9. พ.ร.บ. รักษาคลองประปา พ.ศ. 2526 บัญญัติขึ้นเพื่อรักษาคลองประปา จึงห้ามเทสิ่งใด ๆ หรือระบายน้ำโสโครกในคลองประปาและห้ามทิ้งซากสัตว์ ขยะมูลฝอย หรือสิ่งปฏิกูลในเขตคลองประปา มิฉะนั้นจะมีความผิด ต้องรับโทษปรับ หรือจำคุก หรือทั้งจำทั้งปรับ

10. พ.ร.บ. รักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ใช้บังคับในเขตเทศบาล สุขาภิบาล กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา ส่วนองค์การบริหารส่วนจังหวัดใดจะให้ใช้กฎหมายนี้บังคับบริเวณใด บังคับทั้งหมด ทุกมาตราหรือยกเว้นมาตรใด ให้กระทรวงมหาดไทยประกาศในราชกิจจานุเบกษา กฎหมายฉบับนี้มีบัญญัติห้ามมิให้ผู้ใดทิ้งขยะมูลฝอย สิ่งปฏิกูล หรือสิ่งใด ๆ ลงในที่สาธารณะซึ่งรวมถึงทางน้ำด้วย มิฉะนั้น จะมีความผิดต้องรับโทษจำคุก หรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ

11. พ.ร.บ. ทางหลวง พ.ศ. 2535 บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมการก่อสร้างรักษาทางหลวง โดยมีบทบัญญัติห้ามมิให้ผู้ใดทิ้งขยะมูลฝอย หรือสิ่งปฏิกูลและสิ่งอื่น ๆ ในเขตทางหลวงหรือกระทำด้วยประการใด ๆ เป็นเหตุให้ขยะมูลฝอย สิ่งปฏิกูลร่วงหล่นบนทางจราจรหรือไหล่ทาง มิฉะนั้นจะมีความผิดต้องรับโทษจำคุก หรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ

12. พ.ร.บ. การสาธารณสุข พ.ศ. 2535 บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมการสาธารณสุข โดยให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ในการกำจัดสิ่งปฏิกูลและขยะมูลฝอย และห้ามมิให้ผู้ใดดำเนินกิจการเก็บขน หรือกำจัดสิ่งปฏิกูล หรือขยะมูลฝอยโดยทำเป็นธุรกิจ หรือได้รับผลประโยชน์ตอบแทนการคิดค่าบริการ เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น นอกจากนี้ยังให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจในการออกข้อกำหนดในการห้ามทิ้งขยะมูลฝอยในที่สาธารณะ กำหนดวิธีการเก็บและกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือขยะมูลฝอย รวมทั้ง กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมให้บริการเก็บขนขยะมูลฝอยได้แต่ไม่เกินอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง

13. พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุม ดูแลโรงงานและการประกอบกิจการโรงงาน โดยยกเลิก พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2512 แต่บรรดากฎกระทรวงและประกาศที่ออกตามกฎหมายที่ถูกยกเลิกไปนั้นให้ยังคงใช้บังคับต่อไปได้เท่าที่ไม่ขัด หรือแย้งกับกฎหมายนี้ โดยมีบทบัญญัติให้อำนาจรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ออกกฎกระทรวงและข้อกำหนดต่าง ๆ เพื่อการควบคุมการปล่อยของเสีย และมลพิษ หรือสิ่งใด ๆ ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกิดจากการประกอบกิจการโรงงาน รวมทั้ง บทกำหนดสำหรับผู้ฝ่าฝืนข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องและบังคับใช้ในปัจจุบัน เช่น ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 25 (พ.ศ. 2531) ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2512 เรื่อง หน้าที่ของผู้มีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (หน้าที่เกี่ยวกับการจัดการสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว) และประกาศกรมโรงงานอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดวิธีการเก็บ ทำลายฤทธิ์ กำจัด ฝัง ทิ้ง เคลื่อนย้าย และการขนส่งสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2531 เป็นต้น

14. พ.ร.บ. ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและนำหลักการ “ผู้ก่อให้เกิดภาวะมลพิษ ต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย” มาใช้โดยเก็บค่าบริการกำจัดของเสีย และค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟูและแก้ไขความเสียหายจากการรั่วไหลหรือแพร่กระจายมลพิษ รวมทั้ง มีบทบัญญัติเพื่อการส่งเสริมและให้แรงจูงใจในการแก้ไขปัญหามลพิษ โดยใช้มาตรการทางภาษีและการจัดตั้งกองทุนสิ่งแวดล้อม มีการกระจายอำนาจการดำเนินงานไปยังจังหวัดและราชการส่วนท้องถิ่น การกำหนดแหล่งกำเนิดมลพิษและมาตรฐานการระบายมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม การกำหนดเขตควบคุมมลพิษและพื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อม รวมทั้ง บทกำหนดโทษผู้ฝ่าฝืน

15. กฎหมายท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศบัญญัติของเทศบาล เรื่อง การกำจัดขยะมูลฝอยสิ่งปฏิกูลและสิ่งเปรอะเปื้อน และข้อบังคับสุขาภิบาล เป็นต้น

16. ร่างพระราชบัญญัติภาษีสิ่งแวดล้อม (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. คณะวิศวกรรมศาสตร์. ศูนย์วิศวกรรมพลังงานและสิ่งแวดล้อม, 2552: 2-136-2-137) ด้วยปัญหาสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งปัญหามลพิษทางน้ำ อากาศ ของเสียและของเสียอันตราย และปัญหาอุบัติภัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีความรุนแรงของปัญหามากขึ้น และเกิดเป็นต้นทุนผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนมากขึ้นทุกปี ปัญหาดังกล่าวต้องได้รับการแก้ไข ทั้งนี้การดำเนินการต่าง ๆ จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่าง ๆ แนวคิดการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมจึงเกิดขึ้น และอยู่ในระหว่างการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง โดยคาดว่าจะสรุปรายละเอียดและเสนอให้ระดับนโยบายพิจารณาได้ภายในปีนี้ เพื่อนำเสนอเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรีต่อไป

การจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมนี้ จะเป็นอีกช่องทางการเพิ่มรายได้แก่รัฐอีกทางหนึ่ง โดยคาดว่าจะสร้างรายได้แก่รัฐประมาณร้อยละ 1.8 ของรายได้ภาษีรวม โดยนำรายได้ที่เกิดจากการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม จะเป็นการสนับสนุนกองทุนสิ่งแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ และการดูแลสุขภาพของประชาชน

พระราชบัญญัติภาษีสิ่งแวดล้อมจะมีบทบาทเป็นกฎหมายแม่ด้านมาตรการทางเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม และจะประกอบด้วยแผนการดำเนินการ (Implementation Plan) และกฎหมายลูกที่เกี่ยวข้องกับภาระรับผิดชอบของหน่วยงานนั้น ๆ โดยมีกรอบแนวคิดดังนี้

- ร่างกฎหมายภาษีสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวบรวมเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ทั้งหมดที่สามารถนำมาใช้ในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ภาษีสิ่งแวดล้อม ค่าธรรมเนียมการจัดการมลพิษ ภาษีและค่าธรรมเนียมผลิตภัณฑ์และระบบรับซื้อคืน การวางเงินประกันความเสี่ยง หรือความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม การซื้อขายสิทธิการใช้ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิทธิการปล่อยมลพิษ และให้เงินอุดหนุนมาตรการสนับสนุนหรือสิทธิพิเศษอื่น ๆ
- บูรณาการ การดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ภายใต้กฎหมายที่มีอยู่ เพื่อมิให้เกิดความซ้ำซ้อนของอำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และอำนาจหน่วยงานในการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม
- กำหนดวิธีการจัดสรรรายได้จากภาษีสิ่งแวดล้อมเพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีรายได้สำหรับการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น

บทบาทของกระทรวงการคลังเกี่ยวกับการดำเนินการด้านภาษี มีดังนี้

- เก็บภาษีในรูปแบบของภาษีสรรพสามิต โดยกำหนดอัตราภาษีที่แตกต่าง
- การลดอัตราอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ประหยัดพลังงาน และรักษาสิ่งแวดล้อม
- การยกเว้นภาษีเงินได้ และภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) แก่มูลนิธิ หรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
- การให้หักค่าลดหย่อนหรือค่าใช้จ่ายแก่ผู้บริจาคเงินให้กับมูลนิธิ หรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
- การยกเว้นภาษีเงินได้จากเงินที่ได้รับการบริจาคในโครงการปลูกป่า

โครงสร้างภาษีจะประกอบด้วยอัตราคงที่ และอัตราแปรผัน ภาษีอัตราคงที่จะเป็นส่วนของรายได้ที่จัดเก็บ ซึ่งจะครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดเก็บ การบริหารจัดการ และการตรวจสอบ ส่วนอัตราแปรผันจะเป็นการสร้างแรงจูงใจในการลดมลพิษ โดยผู้ที่ปล่อยมลพิษสูงจะต้องจ่ายภาษีมาก และผู้ที่ปล่อยมลพิษต่ำก็จะจ่ายภาษีต่ำ ภาษี

อัตราคงที่จะทำให้ระบบยังคงอยู่ได้ แม้รายได้ที่จัดเก็บในอัตราแปรผันจะลดลง เนื่องจากมลพิษลดลง

แนวทางการดำเนินการให้สัมฤทธิ์ผลนั้น ควรอาศัยแนวคิดการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (EPR) ร่วมกับแนวคิดผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (PPP) เพื่อสร้างความตระหนักในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ผลิต และเพื่อให้มีงบประมาณในการดำเนินการต่าง ๆ โดยจัดเก็บในรูปของภาษี ซึ่งทำให้สะท้อนต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมที่แท้จริง และเป็นการสร้างความตระหนักและย้ำผู้บริโภคเข้าใจถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. คณะวิศวกรรมศาสตร์. ศูนย์วิศวกรรมพลังงานและสิ่งแวดล้อม, 2552: 4-35)

ดังนั้น อคิน รพีพัฒน์ จึงกล่าวไว้ในคำนิยมของหนังสือเรื่อง “คนคุ้ยขยะ” ว่าการลดปริมาณขยะเมื่อมีขยะเกิดขึ้นแล้ว คือ การคัดแยกขยะเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ทั้งลักษณะของการใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recycle) ซึ่งเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด และควรทำกันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนให้คนจนหรือองค์กรชุมชน การร่วมมือกับโรงเรียน หน่วยงานของรัฐในการสร้างธุรกิจขึ้นมา จะเป็นทางออกที่สำคัญภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน (บัณฑร อ่อนดำ, 2544: คำนิยม)

2.2 แนวคิดการรีไซเคิล

เนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติมีทั้งที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ได้ (Renewable) และเป็นแบบทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้แล้วหมดไป (Nonrenewable) ทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถสร้างทดแทนใหม่ได้ ถ้ามีการบริหารจัดการที่ดีจะสามารถมีตลอดไป เช่น การทำการเกษตรแบบฟาร์ม การปลูกป่า หรือการทำประมง ทรัพยากรธรรมชาติแบบหมดไปจะไม่สามารถอยู่อย่างคงทน และอาจขาดแคลนได้ในที่สุด เช่น การขุดแร่ทองแดงมาใช้ หรือการขุดเจาะน้ำมันมาใช้เป็นพลังงาน (Harris, 2006: 90)

ในเชิงทฤษฎีการรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพน่าจะสามารถช่วยยืดเวลาของทรัพยากรธรรมชาติแบบหมดไปเมื่อเรานำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ ทั้งนี้ การรีไซเคิลมีข้อจำกัดทั้งทางเศรษฐศาสตร์และทางกายภาพ เพราะจะมีสสารหรือวัสดุที่สูญเสียไปในระหว่างการรีไซเคิล เช่น การทอผ้า ในทางเศรษฐศาสตร์ต้องเปรียบเทียบต้นทุนการรีไซเคิลกับต้นทุนของการใช้วัตถุดิบเริ่มต้นว่าทั้งในแง่ความเป็นไปได้ทางกายภาพในการแปรรูป และความได้ประโยชน์เชิงเศรษฐศาสตร์ (Harris, 2006: 271) การรีไซเคิลเกิดขึ้นครั้งแรกในปลายปี ค.ศ. 1800s เป็นลักษณะของคนคุ้ยขยะ เพื่อหาขยะที่นำมารีไซเคิลได้ ต่อมามีการรีไซเคิลของขยะเทศบาลซึ่งเริ่มในปี 1874 ที่บัลติมอร์แต่ไม่ประสบความสำเร็จ (Vesilind, Worrell and Reinhart, 2002: 2) ความสำเร็จของโปรแกรมรีไซเคิลต้องเผชิญกับอุปสรรคหลายประการ เช่น ทำเลของขยะที่อยู่ไกล

เกินไป ทำให้ต้นทุนการขนส่งแพงและไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย ราคาของวัตถุดิบใหม่ที่ยังต่ำมากในเวลานั้น ทำให้ความจำเป็นที่จะใช้วัสดุรีไซเคิลมีความไม่แน่นอน ปริมาณของขยะรีไซเคิลเองก็ที่มีความไม่แน่นอน การบริหารงานค่อนข้างยุ่งยาก กฎระเบียบที่เข้มงวด และตลาดที่มีการแข่งขันสูง (Vesilind et al., 2002: 14)

นอกจากนี้การเข้าถึงโอกาสในการรีไซเคิล ทางเลือก เช่น การคัดแยกและการผลิตวัสดุใช้แล้ว ความคุ้มทุนของการนำกลับคืนมา คุณสมบัติและมาตรฐานของวัสดุที่จะนำมารีไซเคิลเป็นจุดที่วิกฤต เพราะแม้ว่าจะสามารถคัดแยกวัสดุเหล่านั้น จำเป็นต้องหาผู้ซื้อซึ่งเป็นการยาก ถ้าวัสดุที่ใช้แล้วที่คัดแยกออกมาไม่ตรงตามมาตรฐานของลูกค้า (Tchobanoglous et al., 1993: 248) แม้ว่าการรีไซเคิลจะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และลดปัญหาเรื่องพื้นที่ในการฝังกลบขยะ แต่ขั้นตอนในการรวบรวมและขนส่งขยะรีไซเคิลต้องใช้พนักงานและแรงงานจำนวนมาก ในอดีตการทำแผนการรีไซเคิลจึงได้รับการชดเชยหรือทดแทนค่าใช้จ่ายเพื่อให้สามารถทำได้ ดังนั้น การทำแผนการรีไซเคิลให้สำเร็จจะต้องเกิดจากความต้องการวัสดุที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลเหล่านี้ เพื่อให้ราคาตลาดสูงพอที่จะจ่ายให้กับต้นทุนในการรวบรวมและการขนส่งขยะรีไซเคิล (Tchobanoglous et al., 1993: 717) นโยบายที่กำหนดขึ้นเพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อมจึงมีต้นทุนและผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ บางกรณีอาจจำเป็นต้องเลือกว่าจะให้น้ำหนักต่อการปกป้องสิ่ง แวดล้อมที่เป็นเป้าหมายสำคัญแทนที่จะคิดถึงแต่ความคุ้มทุนเชิงเศรษฐศาสตร์ (Harris, 2006: 14)

Ackerman (1997: 21) ได้พยามยามชี้ให้เห็นประโยชน์ของการรีไซเคิล ที่นำมาใช้ในการจัดการขยะไว้ดังนี้

- เป็นการลดอัตราการกำจัดขยะ (Disposal Capacity) ให้น้อยลง เพราะขยะบางส่วนถูกนำกลับมารีไซเคิล
- ลดปัญหามลพิษที่เกิดจากการฝังกลบและการใช้เตาเผาขยะ
- ลดปัญหาการกำจัดขยะที่ไม่ถูกต้อง
- และสำหรับประโยชน์จากการใช่ขยะรีไซเคิลในอุตสาหกรรม ได้แก่
- ลดการใช้พลังงาน และการแพร่กระจายของมลพิษเมื่อใช้ขยะรีไซเคิลในการผลิต
- ลดผลกระทบด้านมลพิษที่เกิดจากขั้นตอนการผลิตที่อาจเกิดขึ้น
- เป็นการช่วยอนุรักษ์วัตถุดิบจากธรรมชาติ โดยการใช้ขยะรีไซเคิลทดแทน

เช่นเดียวกับความคิดเห็นของ Barton (1979: Vii) ที่มองว่าวิกฤตพลังงานปัญหาด้านทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้อย่างสิ้นเปลืองและมลภาวะที่เกิดขึ้น เกิดจากความต้องการการบริโภคที่มากมหาศาลของมวลมนุษย์ ขณะที่ทรัพยากรมีจำกัดและการนำทรัพยากรมาใช้ในการบริโภคก่อให้เกิดปัญหามลพิษของสิ่งแวดล้อมตามมา ทุกอย่างมีความเชื่อมโยงกัน และการรีไซเคิลสามารถเป็นทางออกในการช่วยลดปัญหาดังกล่าวได้ ซึ่งในความเป็นจริงเมื่อในอดีตมนุษย์มีความคุ้นเคยกับ

การรีไซเคิลอยู่ก่อนแล้ว เช่น การเอาเศษอาหารไปเป็นอาหารสัตว์ การใช้ซ้ำบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ขวด หรือถังพลาสติก หรือแม้แต่การซ่อมแซมเครื่องไม้เครื่องมือต่าง ๆ แต่สังคมปัจจุบันซึ่งมีความทันสมัยได้มีการใช้พลังงานโดยการทำให้ทรัพยากรกลายเป็นขยะ (Using Energy to Turn Resources into Junk) และปัญหาขยะกลับถูกมองข้ามมากที่สุด (Barton, 1979: 1) ดังนั้น นักวิทยาศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีจึงต้องมีการทดสอบ เพื่อหากระบวนการผลิตที่เหมาะสมที่จะช่วยให้สามารถนำวัสดุเหล่านั้นกลับมาใช้ได้ใหม่อีกครั้ง การที่ราคาของวัตถุดิบจากธรรมชาติเพิ่มสูงขึ้นและกำลังขาดแคลนอย่างหนัก และค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะแพงขึ้น จึงทำให้การรีไซเคิลได้รับความสนใจ และได้รับการยอมรับมากขึ้น เพราะสามารถลดต้นทุนในการกำจัดขยะและชะลอสภาวะการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ ให้ลดความรุนแรงลงได้ โดยเฉพาะเมื่อภาครัฐมีการส่งเสริมด้านภาษีสำหรับผู้ที่ใช้วัสดุรีไซเคิลทดแทนวัตถุดิบจากธรรมชาติ จึงทำให้การรีไซเคิลขยะเป็นที่ต้องการ นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าและราคาของขยะรีไซเคิลในขณะนี้ (Tietenberg, 2003: 184, 197, 205)

ความบริสุทธิ์ของสินค้ารีไซเคิล มีบทบาทต่อความต้องการของผู้บริโภคเหตุผลที่อัตราการนำอลูมิเนียมกับมารีไซเคิลใช้ใหม่มีมากกว่าอัตราการนำพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ เพราะความยากง่ายที่แตกต่างกันของคุณภาพสินค้า ที่ผลิตจากเศษวัสดุนั้น ๆ (Tietenberg, 2003: 185) ตราบใดที่ทรัพยากรสามารถรีไซเคิลในต้นทุนที่ต่ำกว่าสารตั้งต้นบริสุทธิ์ (Virgin Materials) ตลาดจะยังคงใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลใช้ใหม่ได้มากกว่า ทรัพยากรที่ไม่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ เพราะต้นทุนการกำจัดขยะเป็นตัวกำหนดว่าปริมาณของขยะที่จะถูกนำมารีไซเคิลจะมีมากเพียงใด โดยทั้งต้นทุนการกำจัดขยะ และราคาของวัสดุรีไซเคิล มีผลโดยตรงต่อระดับการรีไซเคิลของประเทศ (Tietenberg, 2003: 191) ความยุ่งยากในการรีไซเคิลเศษวัสดุใหม่จะมีน้อยกว่าเศษวัสดุเก่า เศษวัสดุใหม่จะอยู่ในสายการผลิตซึ่งง่ายต่อการนำกลับไปเป็นปัจจัยนำเข้าของการผลิตโดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ดังนั้น ต้นทุนการขนส่งจึงมีผลต่อการตัดสินใจในการนำเศษวัสดุเก่ามาใช้หรือไม่ด้วย การเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและลดปริมาณขยะ ปัจจุบันวัตถุดิบบริสุทธิ์ยังมีราคาค่อนข้างถูก ถ้าราคาเป็นไปในทิศทางที่สูงขึ้น ต้นทุนการผลิตสินค้าจากวัตถุดิบใหม่จะสูงขึ้น ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจในการลด ใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่มากขึ้น (Young, 1991 quoted in Brown et al., 1991: 52) เนื่องจาก ขยะสามารถถูกนำกลับมารีไซเคิลได้โดยอาศัยทั้งเทคโนโลยีระดับสูง และระดับต่ำ โดยเฉพาะเทคโนโลยีระดับต่ำจำเป็นต้อง อาศัยความร่วมมือของประชาชนในการคัดแยก และธุรกิจร้านรับซื้อของเก่าจะทำการคัดแยกก่อนส่งขยะรีไซเคิลให้กับผู้รับซื้อขยะรีไซเคิล (Scrap Dealers) หรือขายให้กับโรงงานแปรรูปโดยตรง การใช้เทคโนโลยีที่ไม่สูงมากนี้ช่วยให้เกิดมลภาวะของอากาศ และ น้ำ น้อยกว่า และ ต้นทุนเริ่มต้นค่อนข้างต่ำ ตลอดจนการ

ดำเนินงานไม่ซับซ้อน แนวคิดนี้ยังช่วยประหยัดพลังงาน และสร้างงานให้กับคนด้อยโอกาสอีกด้วย โดยการรีไซเคิลช่วยสร้างงานมากกว่า 3–6 เท่าของงานที่ใช้ในการกำจัดขยะแบบฝังกลบหรือใช้เตาเผาขยะ (Buchholz, 1998: 253) อีกตัวอย่างของประโยชน์ของการรีไซเคิล เช่น การใช้เศษเหล็ก (Scrap Iron) แทนการใช้เหล็กใหม่ (Iron Ore) เพื่อผลิตเป็นเหล็กเส้น (Steel) จะช่วยลดพลังงานถึงร้อยละ 65 และใช้น้ำในการหล่อเย็นน้อยลงกว่าร้อยละ 40 และสร้างมลพิษของอากาศน้อยกว่าร้อยละ 85 และสร้างน้ำเสียน้อยลงถึงร้อยละ 76 การรีไซเคิลอลูมิเนียมจะลดการสร้างมลพิษของอากาศน้อยลงกว่าร้อยละ 95 และลดน้ำเสียลงร้อยละ 97 และใช้พลังงานในการหลอมน้อยกว่าร้อยละ 95 ของการขุดเอาอลูมิเนียมบริสุทธิ์มาใช้ผลิตเป็นแผ่นอลูมิเนียม ขณะที่การรีไซเคิลกระดาษเป็นการช่วยรักษาป่าไม้และลดขยะที่เหลือจากอุตสาหกรรมไม้ ดังนั้น การรีไซเคิลจึงเป็นการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและพลังงานอย่างแท้จริง (Buchholz, 1998: 253)

ในการเข้าถึงแหล่งของเศษวัสดุรีไซเคิล Tietenberg (2003: 192) กล่าวว่า การเก็บรวบรวมเศษวัสดุใหม่ (New Scrap) จะง่ายกว่าเศษวัสดุเก่า (Old Scrap) เพราะว่าเศษวัสดุใหม่มักจะเกิดขึ้นอยู่ในสายการผลิตในโรงงาน เช่น โรงงานผลิตน้ำดื่ม จะมีขวดพลาสติกที่ชำรุดแต่สะอาด และ ทิ้งเป็นขยะรีไซเคิล ซึ่งผู้รับซื้อขยะรีไซเคิลสามารถติดต่อเพื่อรับซื้อขยะใหม่เหล่านี้ได้โดยตรง ขณะที่เศษวัสดุเก่าหรือขยะเก่า เช่น ขยะจากภาคครัวเรือนจะปะปนอยู่กับขยะมูลฝอยทั่วไป ซึ่งต้องการคัดแยกและทำความสะอาด และขยะเหล่านี้อยู่กระจัดกระจาย ทำให้ยากแก่การรวบรวมและมีต้นทุนการขนส่ง (Transport Costs) สูง เพราะไม่สามารถขนได้ในปริมาณมาก ๆ ดังนั้น จึงต้องอาศัยกระบวนการนอกระบบที่เรียกว่า Informal Sector ได้แก่ คนคุ้ยขยะหรือซาเล้งในการเก็บรวบรวมและนำมาขาย การเข้าถึงขยะภาคครัวเรือนจึงขึ้นอยู่กับกลุ่มคนอาชีพนี้

อีกมุมมองหนึ่งนักวิชาการด้านทรัพยากรเสนอว่า ผู้ประกอบการที่ต้องการจะลดขยะเพื่อช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม จึงควรจะออกแบบโดยเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน อายุการใช้งานนาน สามารถซ่อมแซมใช้ใหม่ได้ ซึ่งจะดีกว่าใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single–Use Times) ที่เป็นตัวก่อให้เกิดขยะมากในปัจจุบัน (Young, 1991 quoted in Brown et al., 1991: 48) อย่างไรก็ตาม การผลิตสินค้าให้มีความคงทนเพื่อการใช้สินค้านั้นอย่างคุ้มค่าก่อนที่จะทิ้งกลายเป็นขยะ แม้เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่จะช่วยลดปริมาณขยะ และ ชะลอการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้สิ้นเปลืองน้อยลงได้ แต่การผลิตสินค้าให้มีคุณภาพดีและมีความคงทนสูงมักมีราคาแพง ซึ่งพบว่าผู้บริโภคก็ไม่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อมาใช้ได้โดยง่าย (Tietenberg, 2003: 203) ในระยะยาวผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ข้อมูลกับผู้บริโภคเพื่อให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะก่อให้เกิดขยะได้น้อย ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้าพยายามผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าที่มีความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อม (Young, 1991 quoted in Brown et al., 1991: 49) นอกจากนี้ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะ (Costs of Waste Disposal) เพิ่มมากขึ้น พื้นที่ที่เหมาะสมในการฝังกลบ (Suitable Landfill) มีความ

ยากในการจัดหา แม้แต่ต้นทุนของเตาเผาขยะ (Incineration) ก็เพิ่มสูงขึ้น เพราะประชาชนที่อาศัยในชุมชนมีความกังวลกับปัญหาสารพิษตกค้างจากการรั่วไหลของสารพิษจากขยะที่ถูกฝังกลบและจากเถ้าของขยะที่ถูกเผา ผู้กำหนดนโยบายในประเทศที่เจริญแล้วจึงพยายามลดปริมาณขยะ โดยการส่งเสริมให้ประชาชนเลือกซื้อสินค้าที่ก่อให้เกิดขยะน้อย (Less Waste–Intensive Products) และขยะที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ ทั้งยังออกกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้อีกด้วย (Yang and Innes, 2007: 489)

Yang and Innes (2007: abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “Economic Incentives and Residential Waste Management in Taiwan: An Empirical Investigation” เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ของนโยบายการจัดการขยะ 3 นโยบายของภาครัฐ (Waste Management Policies) ว่ามีอิทธิพลต่อการก่อขยะของประชาชน (Residential Waste Generation) และพฤติกรรมการรีไซเคิล (Recycling Behavior) ของประชาชนชาวไต้หวันในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมาอย่างไร นโยบายทั้ง 3 นโยบาย ได้แก่ “Unit–Pricing of Garbage” เป็นนโยบายที่กำหนดค่าใช้จ่ายของการทิ้งขยะตามปริมาณขยะที่ทิ้ง ซึ่งนโยบายนี้ดำเนินการในกรุงไทเป “Mandatory Recycling Program” ซึ่งเป็นนโยบายที่กำหนดให้ประชาชนในเมืองเกาซุงต้องคัดแยกขยะเพื่อสามารถนำขยะมารีไซเคิลได้ และ “Charging for Plastic Bags” คือนโยบายที่ให้ผู้ประกอบการร้านค้าคิดราคาของถุงพลาสติกกับลูกค้าที่ต้องการบรรจุสินค้าในถุงพลาสติกภายหลังการซื้อสินค้า ซึ่งเป็นนโยบายที่ใช้ทั่วประเทศ ผู้วิจัยประเมินผลกระทบจากจำนวนขยะทั้งหมด การรีไซเคิลทั้งหมด และการรีไซเคิลของวัสดุ 4 ชนิด ได้แก่ กระดาษ เหล็ก พลาสติก และแก้ว โดยทั้งหมดจะถูกวัดเป็นน้ำหนักขยะต่อหัว (Weight per Capita) ผู้วิจัยพบว่าผลที่ได้ไม่เหมือนงานวิจัยที่ผ่าน ๆ มา เพราะพบว่านโยบาย “Unit–Pricing Materials” และ “Mandatory Recycling Program” มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการเพิ่มอัตราการรีไซเคิลของวัสดุทั้ง 4 ชนิด และอัตราการรีไซเคิลทั้งหมด ขณะที่ปริมาณขยะลดลง มีเพียงนโยบาย “Charging for Plastic Bags” ที่มีผลต่ออัตราการรีไซเคิลของขยะพลาสติกที่ลดลงและปริมาณขยะทั้งหมดที่ลดลงด้วย

ในอเมริกา มากกว่าร้อยละ 40 ของการผลิตโลหะใช้เศษโลหะรีไซเคิล (Recycled Scrap) แม้ว่าการรีไซเคิลสมบูรณ์แบบเป็นไปไม่ได้ก็ตาม แต่อัตราการรีไซเคิลสำหรับโลหะหลักยังคงเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ การยืดอายุของทรัพยากรธรรมชาติแบบหมดไป โดยการรีไซเคิลมีการใช้เพิ่มสูงขึ้น (Harris, 2006: 276) จากสถิติที่คนอเมริกันบริโภคทรัพยากรธรรมชาติประมาณร้อยละ 25 ของทรัพยากรโลก ทั้ง ๆ ที่อเมริกามีประชากรเพียงร้อยละ 5 ของประชากรทั้งหมดบนโลก ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนควรพิจารณาผลกระทบของตัวเลขดังกล่าวนี้ (Leenders, 2006: 292) แม้องค์การส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการนำกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการจัดการขยะ ด้วยเหตุผลคือ เศษวัสดุ (Scrap) เหล่านี้ไม่มีค่าและเป็นหน้าที่ของคนเก็บขยะที่ควรมาจัดเก็บ

ขยะเหล่านี้แม้จะสามารถขายได้เงิน แต่เศษวัสดุเหล่านี้ไม่ได้มีจำนวนมากโดยเฉพาะบริษัทขนาดเล็ก จึงไม่มีความสนใจหรือกำหนดให้มีหน่วยงานใดมาดูแลโดยเฉพาะ (Leenders, 2006: 294) ดังนั้น องค์กรท้องถิ่นและผู้นำชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งที่จะช่วยให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอย ทั้งนี้ โดยนำหลักการป้องกันมลพิษ (Pollution Prevention) มาใช้ ได้แก่ การลดมลพิษหรือของเสียให้น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย ซึ่งจะทำให้มีของเสียปริมาณน้อยที่ต้องนำไปกำจัด เมื่อของเสียมีปริมาณน้อย การจัดการจะง่ายและใช้งบประมาณน้อยลงในการดำเนินงาน

ในช่วงสอง-สามทศวรรษที่ผ่านมานี้ มีหลายประเทศที่ได้ให้ความสำคัญ และสนใจในการที่จะนำทรัพยากรที่มีอยู่ในขยะมูลฝอยต่าง ๆ กลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์เพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ ประการที่ 1 ปริมาณของขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นในแต่ละวันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะในเขตเมือง ทำให้เกิดปัญหามลพิษต่อสภาพแวดล้อมมากขึ้น ถ้ามีการจัดการไม่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพอย่างเพียงพอ ประการที่ 2 ทรัพยากรธรรมชาติบางชนิด เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ มีปริมาณจำกัดและไม่สามารถเกิดขึ้นใหม่ได้ เมื่อใช้หมดไปแล้วไม่สามารถทดแทนได้อีก รวมทั้งราคาค่าใช้จ่ายในด้านพลังงานธรรมชาติ เช่น น้ำมันเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะประเทศที่ไม่มีแหล่งผลิตน้ำมัน จึงจำเป็นต้องหาทรัพยากรอื่นมาแลกเปลี่ยนกับน้ำมันเชื้อเพลิงจำนวนมาก ดังนั้น ทรัพยากรเหล่านี้จะต้องถูกใช้หมดไปในภายหน้าอย่างแน่นอน (ปรีดา แย้มเจริญวงศ์, 2531: 114) สิ่งสำคัญในการใช้ประโยชน์จากขยะมูลฝอยของแต่ละประเทศ มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน (ศิริชัย ปิตินทรางกูร, 2541: 18) เช่นขยะที่สามารถนำมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recyclable Waste) จะถูกส่งให้โรงงานเพื่อแปรรูปเป็นสินค้าใหม่ได้ เช่น เศษกระดาษ พลาสติก โลหะ แก้ว ฯลฯ วัสดุเหล่านี้ควรรณรงค์ให้ประชาชนแยกเก็บไว้ เพื่อจำหน่ายให้ผู้ที่มารับซื้อ ซึ่งจะส่งต่อให้โรงงานอีกต่อหนึ่ง การกระทำเช่นนี้ นอกจากจะทำให้ปริมาณขยะในชุมชนลดลงแล้ว ยังทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าและประชาชนยังมีรายได้ส่วนหนึ่งกลับมาด้วย (ยงยุทธ์ บุญขัณฑ์, 2544: 62–65)

จะเห็นได้ว่าปัญหาขยะมูลฝอยและการจัดการขยะมีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับการรีไซเคิล เพราะโดยหลักการสากลที่หลายประเทศในโลก รวมทั้งประเทศไทยนำมาใช้กับการแก้ปัญหาขยะมูลฝอยนั้น วิธีการรีไซเคิลเป็นหลักการสำคัญในสามขั้นตอน ดังนี้ (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2546: 2-3)

1. การลดปริมาณการผลิตขยะมูลฝอย (Reduce) โดยการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการลดปริมาณขยะมูลฝอยในแต่ละวัน ลดการทิ้งบรรจุภัณฑ์โดยการใช้สินค้าชนิดเติมใหม่ เช่น ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน น้ำยาทำความสะอาดและถ่านไฟฉายชนิดชาร์จใหม่ได้ เลือกใช้สินค้าที่มี

คุณภาพ มีห่อบรรจุภัณฑ์น้อย อายุการใช้งานยาวนาน และตัวสินค้าไม่ก่อให้เกิดมลพิษ ลดการใช้วัสดุกำจัดยาก เช่น โฟมบรรจุอาหารและถุงพลาสติก เป็นต้น

2. การใช้ซ้ำ (Reuse) โดยการรณรงค์ให้ประชาชนใช้วัสดุสิ่งของต่าง ๆ ให้คุ้มค่าที่สุด ได้แก่ การนำบรรจุภัณฑ์มาใช้ซ้ำ เช่น การนำกล่อง ถุง มาใช้ประโยชน์ซ้ำ ๆ กันหลาย ๆ ครั้ง การนำวัสดุสิ่งของที่ชำรุดมาซ่อมแซมแล้วนำกลับไปใช้ประโยชน์ใหม่ การนำวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ มาดัดแปลงตกแต่งแล้วนำมาใช้ประโยชน์ เช่น การนำขวดพลาสติกมาประดิษฐ์เป็นภาชนะใส่ปากกา ดินสอ หรือนำมาปลูกต้นไม้ เป็นต้น

3. การจัดการระบบรีไซเคิล หรือการนำไปแปรรูปเพื่อนำมาใช้ใหม่ (Recycle) โดยการรณรงค์ให้คัดแยกขยะมูลฝอยตามประเภท ทั้งที่บ้าน โรงเรียน และที่สำนักงาน เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ โดยการนำไปขายสำหรับขยะมูลฝอยที่ขายได้ ขยะเปียกหรือเศษอาหารนำมาทำปุ๋ยหมักและปุ๋ยน้ำชีวภาพ

วิธีการในการนำขยะกลับมารีไซเคิลยังสามารถจัดลำดับความเป็นไปได้ โดยเรียงลำดับจากการรีไซเคิลที่ควรทำเป็นอันดับต้น ๆ จนถึงอันดับสุดท้าย ดังนี้ (Barton, 1979: 5)

ตารางที่ 2.1 ประเภทของการรีไซเคิล (Categories of Recycle)

ชนิดของการรีไซเคิล	ตัวอย่าง
การใช้ซ้ำ	การคืนขวด หรือการเติมใส่ขวดใบเดิม
การใช้ซ้ำเป็นวัสดุที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน (การรีไซเคิลอันดับหนึ่ง)	เศษแก้วสีต่าง ๆ ที่ถูกคัดแยกไว้หลอมแก้วใหม่ กระดาษหนังสือพิมพ์ที่นำไปรีไซเคิลเพื่อผลิตเป็นหนังสือพิมพ์ใหม่
การใช้ซ้ำเป็นวัสดุที่มีคุณภาพระดับต่ำกว่า (การรีไซเคิลอันดับสอง)	แผ่นกระเบื้องหลังคาที่ทำจากเศษกระดาษอัด แผ่นไฟเบอร์กลาสจากเศษขวดแก้ว
การใช้เป็นวัสดุใหม่ (การรีไซเคิลอันดับสาม)	ถนนที่สร้างจากการถมด้วยแก้ว กระดาษ (Composting of Paper)
พลังงานความร้อนจากการรีไซเคิล การแปลงเป็นเชื้อเพลิงที่เก็บไว้ใช้ได้ การเผาในเตาเผาขยะเพื่อให้พลังงานความร้อน	การหมักก๊าซชีวภาพจากขยะเทศบาล การเผาขยะในเตาเผาของขยะเทศบาล

แหล่งที่มา: Barton, 1979: 5.

สอดคล้องกับประเภทของการรีไซเคิลที่สำนักรักษาความสะอาด (2544: 2–6) ได้จำแนกไว้ 3 ประเภทดังนี้

1. การรีไซเคิลปฐมภูมิ (Primary Recycling) เป็นการนำวัสดุที่ต้องการรีไซเคิลนั้นมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือเหมือนกับของเดิม เช่น การนำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่ใช้แล้วมาผลิตเป็นกระดาษหนังสือพิมพ์ใหม่ การนำกระป๋องอลูมิเนียมมาผลิตเป็นกระป๋องใหม่ การใช้ขวดแก้วมาผลิตเป็นขวดแก้วใหม่ เป็นต้น การรีไซเคิลประเภทนี้จัดได้ว่ามีคุณค่าสูงกว่าการรีไซเคิลประเภทอื่น ๆ

2. การรีไซเคิลทุติยภูมิ (Secondary Recycling) เป็นการนำวัสดุที่ต้องการรีไซเคิลนั้นมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่ ซึ่งมีคุณสมบัติด้อยกว่าเดิม โดยมีขั้นตอนการผลิตที่ทำให้ได้สินค้าใหม่ที่ผลิตต่างไปจากสินค้าเริ่มต้น เช่น การทำฝ้าหรือเพดานจากกระดาษที่เหลือใช้ การทำไฟเบอร์กลาสจากขวดพลาสติก การทำพรมจากขวดพลาสติก เป็นต้น การรีไซเคิลประเภทนี้ระดับคุณภาพของวัสดุอาจจะลดลงจากเดิมได้บ้าง

3. การรีไซเคิลตติยภูมิ (Tertiary Recycling) เป็นการรีไซเคิลที่เกี่ยวข้องกับการสกัดสารเคมีหรือพลังงานจากขยะ เช่น การนำแบตเตอรี่ที่ใช้แล้วมาสกัดตะกั่ว การนำขยะมาหมักเพื่อให้ได้ก๊าซชีวภาพ เป็นต้น ในกระบวนการรีไซเคิลประเภทนี้จะเกิดการสูญเสียสภาพเดิมของวัตถุดิบและจะไม่สามารถนำกลับมาผลิตเป็นวัตถุดิบในการผลิตได้อีก

ดร. สมไทย วงษ์เจริญ กล่าวว่าในกระบวนการรีไซเคิล ของมีค่าจะถูกคัดแยกออกมาก่อน หลังจากนั้นวัสดุที่เราคิดว่าไม่มีค่าก็จะสามารถถูกทำให้มีค่ามากขึ้น (Dararatt Anantanasuwong, 2002: 25) ดร. สมไทย วงษ์เจริญ ยังได้แสดงวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการรีไซเคิลขยะไว้ 2 ประการคือ หนึ่ง ขยะเป็นของมีค่าและกองขยะเปรียบเหมือนขุมสมบัติ กองขยะจะไม่มีวันว่างเปล่า ตราบใดที่มนุษย์ยังคงบริโภคและก่อขยะขึ้น สอง การจัดการขยะเป็นความรับผิดชอบของประชาชนทุกคนและภาครัฐ ดังนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคมของ ดร. สมไทย วงษ์เจริญ คือ การช่วยเหลือภาครัฐโดยการสร้างความเข้าใจและให้ความรู้กับประชาชนในการคัดแยกขยะก่อนนำไปทิ้ง (Dararatt Anantanasuwong, 2002: 28) นอกจากนี้ ในการทำประโยชน์แก่สังคมที่แฝงมากับการรีไซเคิลขยะคือ การสร้างงานและรายได้แก่คนในชุมชน การเกิดตลาดของมือสอง (Market for Secondary Materials) ซึ่งช่วยลดต้นทุนให้กับอุตสาหกรรมรีไซเคิล โดยตลาดจะทำการคัดแยกและแปรรูปขยะส่วนใหญ่ในปริมาณมาก ทำให้อุตสาหกรรมเหล่านี้ มีวัตถุดิบใช้อย่างต่อเนื่อง ป่าไม้และทรัพยากรจำพวกแร่ธาตุต่าง ๆ ได้รับการอนุรักษ์มากขึ้น เพราะการนำวัสดุรีไซเคิลมาใช้ทดแทนทรัพยากรธรรมชาติ เป็นการสร้างจิตสำนึกให้แก่ประชาชนในการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมในชุมชนของตน (Dararatt Anantanasuwong, 2002: 29)

โดยทั่วไปการรีไซเคิลเกิดจากการที่ร้านรับซื้อของเก่าเป็นผู้รวบรวมขยะรีไซเคิล และเพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักและสามารถดึงดูดให้ผู้ขายขยะรีไซเคิลนำขยะรีไซเคิลมาขายให้ เพื่อให้ได้ขยะรีไซเคิลจำนวนที่ต้องการ ร้านรับซื้อของเก่าจำเป็นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และแนะนำให้เป็นที่รู้จัก การมียี่ห้อหรือแบรนด์เนม (Brand Name) ที่สร้างขึ้นเองหรือการเป็นสมาชิกแฟรนไชส์จึงมีส่วนช่วยให้ร้านเป็นที่รู้จักได้ง่าย ขณะที่ทำเลที่ตั้งของสถานที่รับซื้อและราคาที่รับซื้อจะมีผลอย่างมากต่อการชักจูงให้ผู้นำขยะมาขายให้เช่นกัน (Bennett, 1991: 113) และการรับซื้อขยะรีไซเคิลที่หลากหลาย เช่น รับซื้อขวด แก้ว กระป๋อง พลาสติก โลหะ กระดาษ ยางรถยนต์ อื่น ๆ จะทำให้สามารถดึงดูดผู้ขาย โดยเฉพาะจากภาคครัวเรือนให้นำขยะมาขายให้มากขึ้นเพราะสะดวกและสามารถนำขยะทั้งหมดมาขายในที่เดียว (Bennett, 1991: 105) ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าจึงต้องหาหนทางทุกวิถีทางในการเข้าถึงการมีส่วนร่วมของภาคครัวเรือน ภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมในการคัดแยกขยะรีไซเคิล เพื่อให้ได้ปริมาณขยะรีไซเคิลที่มีคุณภาพในต้นทุนที่ต่ำเข้ามาสู่ร้านให้มากที่สุด เพื่อให้ผลการดำเนินงานของร้านเป็นไปตามเป้าหมาย ชนิดของรีไซเคิลที่ถูกคัดแยกตามชนิดที่ตลาดต้องการซื้อ สามารถแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ประเภทเศษเหล็ก, ประเภทเศษกระดาษ, ประเภทขวดแก้ว, ประเภทอลูมิเนียมและโลหะที่มีมูลค่าสูง, ประเภทพลาสติก, ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้สำนักงาน, ประเภทขยะทั่วไป แต่ความสำคัญที่นอกเหนือจากการคัดแยกตามปกติแล้ว จะต้องคำนึงถึงการจัดเก็บแบบประหยัดสถานที่ ประหยัดการเคลื่อนย้ายในการขนส่ง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะสิ่งของจากขยะใช้ได้ต่าง ๆ นั้น มีปริมาตรมาก แต่น้ำหนักเบา หากไม่มีเทคนิคของการจัดการแบบประหยัดสถานที่ จะสร้างปัญหาพื้นที่เต็มเร็ว และเกิดทัศนียภาพในร้านไม่สวยงาม ทำให้ขาดแรงจูงใจในการคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล (สมไทย วงษ์เจริญ, 2551: 73) ขณะที่ของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่จะมีศักยภาพในการนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ค่อนข้างมาก หากมีระบบการเก็บและกำจัดของเสียที่เหมาะสมโดยมีการคัดแยกของเสีย ไม่ให้มีการปนเปื้อนกัน เช่น แก้ว กระดาษ พลาสติก ฯลฯ ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าได้ใหม่ แต่โดยทั่วไปแล้วของเสียดังกล่าว มักจะอยู่ปะปนกันโดยไม่ได้มีการคัดแยก ทำให้ความเป็นไปได้ในการนำของเสียมาใช้ประโยชน์ลดน้อยลง เนื่องจากของเสียที่อยู่ปะปนกันจะมีความสกปรกสูง ยากแก่การทำความสะอาดและคัดแยกออกจากกันได้ยาก หรือถ้าทำได้ก็ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการทำความสะอาด (กรมควบคุมมลพิษ, 2536: 28) เนื่องจากปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นในโรงงานอุตสาหกรรมแต่ละแห่ง มักจะมีปริมาณที่มากและจะเป็นภาระต่อโรงงานอุตสาหกรรมนั้นที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บขนไปกำจัด หากเทศบาลสุขาภิบาลต่าง ๆ ไม่สามารถให้บริการเก็บขนได้อย่างทั่วถึง ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น หากโรงงานอุตสาหกรรมมีการปรับปรุงระบบการบริหารงานโรงงาน โดยให้มีนโยบายในการลดปริมาณของเสีย และการนำของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต รวมทั้งของเสียที่เกิดจาก

แหล่งกำเนิดอื่น ๆ ในโรงงานกลับมาใช้ประโยชน์ เช่น ของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต ให้นำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตใหม่ หรือของเสียอื่น ๆ ที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตได้อีก อาจจะนำไปขายให้แก่ผู้ที่สามารถใช้ประโยชน์จากของเสียเหล่านั้น เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นได้อีก นโยบายในการลดปริมาณของเสียและการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ดังกล่าว นอกจากจะทำให้โรงงานอุตสาหกรรมสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเก็บขนและกำจัดของเสียลงได้มากแล้ว ยังทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าลดลง และเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร เช่น วัตถุดิบได้อย่างเต็มประสิทธิภาพอีกด้วย (กรมควบคุมมลพิษ, 2536: 28–29)

ในปัจจุบัน การค้าระหว่างประเทศของขยะรีไซเคิล (Recyclable Waste) และสินค้ามือสอง (Secondhand Goods) พบว่าเพิ่มมากขึ้นในแถบเอเชีย โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ส่งออกกระดาษใช้แล้วหรือขยะกระดาษในปริมาณมาก ขยะพลาสติก เศษโลหะ และขยะรีไซเคิลอื่น ๆ รวมถึง รถยนต์ใช้แล้ว เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องใช้ในสำนักงาน และสินค้ามือสองอื่น ๆ ไปยังหลายประเทศในแถบเอเชีย โดยครั้งแรกคือประเทศจีน ขณะที่สินค้ามือสองถูกส่งไปยังรัสเซีย เอเชียใต้ และ แอฟริกา โดยญี่ปุ่นส่งออกขยะรีไซเคิลมากถึงร้อยละ 10 ของการส่งออกของประเทศ ขณะที่ประเทศจีนมีการนำเข้าขยะรีไซเคิลเพิ่มมากขึ้นจากแถบเอเชีย ยุโรป และสหรัฐอเมริกา เพราะความต้องการทรัพยากรที่มากขึ้นตามการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้การเติบโตของการใช้ขยะรีไซเคิลมาจากหลายปัจจัย ดังนี้ (Kojima, 2005: 1)

1. การเพิ่มขึ้นของการเก็บรวบรวมขยะรีไซเคิลของประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยการพัฒนากฎระเบียบของการรีไซเคิล

2. การย้ายฐานการผลิตสินค้าจากประเทศที่พัฒนาแล้วมายังประเทศจีน และประเทศในแถบเอเชีย เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วไม่สามารถที่จะใช้ขยะรีไซเคิลได้ทัน ทั้ง ๆ ที่เป็นคนก่อขยะนั้น

3. เพราะเศรษฐกิจในประเทศจีนและชาติอื่น ๆ ในแถบเอเชีย ขยายตัวและปริมาณการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของความต้องการทรัพยากรที่ไม่สมดุลกับปริมาณของขยะรีไซเคิลที่เกิดขึ้นในประเทศแถบนี้

ประเทศในแถบเอเชีย ได้แก่ ไทย จีนและอินเดีย กำลังกลายเป็นแหล่งรองรับซากอิเล็กทรอนิกส์จำนวนมหาศาลจากประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยที่ซากอิเล็กทรอนิกส์จากประเทศสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปมักจะเข้ามาในรูปแบบของสินค้ามือสองหรือซากผลิตภัณฑ์ เพื่อรีไซเคิล ขณะที่ซากอิเล็กทรอนิกส์จากประเทศญี่ปุ่นจะเข้ามาโดยใช้ช่องทางของข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ หากไม่มีการป้องกันอย่างเหมาะสม สารพิษหลากหลายชนิดที่อยู่ในผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชนในประเทศได้

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาว่าซากอิเล็กทรอนิกส์ที่ทะลักเข้ามาในประเทศนั้น เป็นวัตถุดิบเพื่อนำมา

รีไซเคิลแล้วนำกลับไปใช้ใหม่ได้ ประกอบกับมีแนวทางการจัดการซากอิเล็กทรอนิกส์อย่างเหมาะสมแล้วก็จะเป็นผลดีกับอุตสาหกรรมภายในประเทศได้เป็นอย่างมาก เพราะเป็นการนำทรัพยากรมาใช้อย่างคุ้มค่า และเป็นการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้ (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. คณะวิศวกรรมศาสตร์. ศูนย์วิศวกรรมพลังงานและสิ่งแวดล้อม, 2552: 1-1)

การค้าระหว่างประเทศของขยะรีไซเคิลต่อมาพบว่า สร้างปัญหาการส่งขยะพิษไปทิ้งยังประเทศอื่น ทำให้เกิดกฎระเบียบของการเคลื่อนย้ายทรัพยากรที่กลับมาแปรรูปใช้ใหม่ได้ เรียกว่า The Basel Convention ตั้งขึ้นเพื่อป้องกันการนำเข้าขยะที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่และขยะอันตรายแฝงมาในรูปแบบของขยะรีไซเคิล ภายใต้กฎระเบียบนี้การเคลื่อนย้ายขยะอันตรายข้ามประเทศ สามารถกระทำได้เมื่อมีการแจ้งจากผู้ส่งออกและผู้นำเข้าและการอนุมัติจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในประเทศที่ส่งออก นำเข้า และประเทศที่เป็นเส้นทางผ่าน นอกเหนือจากข้อตกลงที่ต้องแจ้งล่วงหน้า และการอนุมัติจากเจ้าหน้าที่รัฐ บางประเทศยังออกมาตรฐานสำหรับการนำเข้าขยะรีไซเคิล และคู่มือในการตรวจสอบขยะรีไซเคิล และสินค้ามือสองก่อนการส่งออก (Kojima, 2005: 2) แม้ในช่วงปีที่ผ่านมาการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่เพิ่มมากขึ้นในระดับชาติ และระดับโลก แต่ยังมีการศึกษาไม่เพียงพอเกี่ยวกับภาพรวมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ของการค้าขยะรีไซเคิลระหว่างประเทศ หรือ นโยบายและกฎระเบียบที่จะนำมาใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ ที่หลายประเทศในภูมิภาคกำลังเผชิญอยู่ แนวคิดจาก The 3Rs จึงถูกนำมาใช้ในเดือนพฤษภาคม ปี ค.ศ. 2004 ในการประชุม G8 Summit โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างสังคมแห่งการหมุนเวียนทรัพยากรที่ดี โดยการลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และ การนำขยะมารีไซเคิล (Recycle Waste) (Kojima, 2005: 3-4)

นอกจากนี้ยังมีมาตรการต่าง ๆ ที่จะลดปริมาณขยะโดยเฉพาะขยะจากบรรจุภัณฑ์ซึ่ง บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สินค้าทุกชนิดที่ทำจากวัสดุใด ๆ ที่นำมาใช้ในการห่อหุ้ม ป้องกัน ลำเลียง จัดส่งและนำเสนอสินค้า ตั้งแต่ วัตถุดิบถึงสินค้าที่ผ่านการผลิตตั้งแต่ผู้ผลิตถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภคที่ถูกทิ้งและมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยทั่วไปข้อกำหนดของระเบียบบรรจุภัณฑ์ มีข้อกำหนดหลัก 2 ส่วน คือ ข้อกำหนดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และข้อกำหนดด้านการจัดการซากบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. คณะวิศวกรรมศาสตร์. ศูนย์วิศวกรรมพลังงานและสิ่งแวดล้อม, 2552: 2-12-2-13)

1. ข้อกำหนดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1) บรรจุภัณฑ์ต้องปราศจากโลหะหนัก ได้แก่ ตะกั่ว ปรอท แคดเมียม โครเมียม (VI) รวมกันในบรรจุภัณฑ์ไม่เกิน 100 PPM โดยน้ำหนัก ทั้งนี้ไม่รวมบรรจุภัณฑ์ที่วัสดุทั้งหมดทำจากคริสตัลตะกั่ว

2) ข้อกำหนดเฉพาะสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(1) การผลิตและส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์

- ลดน้ำหนักและปริมาตรให้เหลือต่ำที่สุดที่จำเป็นต่อความปลอดภัยและการบรรจุสินค้า
- บรรจุภัณฑ์เหมาะแก่การใช้ซ้ำและการนำทรัพยากรกลับคืนที่รวมถึงการรีไซเคิล
- ผลิตในลักษณะที่ให้มีสารรบกวนที่ไม่พึงประสงค์ต่ำที่สุด

(2) การใช้ซ้ำบรรจุภัณฑ์เป็นข้อจำกัด จำนวนครั้งในการนำมาใช้ซ้ำ

(3) การดึงทรัพยากรกลับคืน ในรูปของการรีไซเคิล การคืนพลังงาน การหมักปุ๋ย และบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ

3) การทำเครื่องหมาย ให้ทำเครื่องหมายระบุชนิดของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ โดยเป็นระบบตัวเลขและชื่อย่อของวัสดุ

2. ข้อกำหนดด้านการจัดการซากบรรจุภัณฑ์

1) การนำทรัพยากรกลับคืนและการรีไซเคิล โดยกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องจัดระบบการรับคืนและ/หรือเก็บคืนซากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว และมีการตั้งเป้าหมายในการนำทรัพยากรกลับคืน (Recovery) และการรีไซเคิลของวัสดุแต่ละประเภท

2) ความรับผิดชอบของผู้ผลิต โดยเกือบทุกประเทศเลือกระบบที่ให้ผู้ผลิตเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องทำให้มั่นใจว่าบรรจุภัณฑ์ของตนจะถูกเก็บคืน และรีไซเคิล โดยมีทางเลือก 2 ทางคือ 1. จัดตั้งระบบการจัดเก็บและรีไซเคิลของตนเอง หรือ 2. ถ่ายโอนความรับผิดชอบไปยังหน่วยงานภายนอก (ซึ่งคือการเข้าร่วมแผนรีไซเคิลในแต่ละประเทศ)

นอกจากนี้ การค้าระหว่างประเทศนิยมที่จะนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมผนวกเข้าไปกับการค้า เช่น ยินดีรับสินค้าที่ได้การรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14000 เป็นต้น ขยะมูลฝอยจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในอนาคตที่ประเทศไทยอาจจะต้องคำนึงถึงการผลิตสินค้าที่ใช้วัตถุดิบที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และในที่สุดอาจถึงขั้นเป็นสินค้าที่นำกลับมาผลิตใหม่ หรือรีไซเคิลได้ทั้งหมด (อดิศักดิ์ ทองไข่มุกต์, 2546: 131) เพราะการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและยังช่วยประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะอีกด้วย รูปแบบการนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ในประเทศไทยตามที่กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมเสนอมีดังนี้ (อดิศักดิ์ ทองไข่มุกต์, 2546: 134–135)

1. การคัดแยกขยะจากแหล่งกำเนิดมาหมุนเวียนใช้ใหม่ โดยประชาชนจะทำการคัดแยกขยะ เช่นกระดาษ โฟม พลาสติก ขวดแก้ว ยาง โลหะ ฯลฯ ที่อยู่ในสภาพดีออกจากขยะที่จะทิ้งแล้วแล้วนำขยะที่คัดแยกได้ไปขายให้ร้านรับซื้อของเก่า ซึ่งขยะรีไซเคิลเหล่านี้จะถูกขายต่อไปยัง

โรงงานแปรรูปขยะรีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อไป ซึ่งวิธีนี้จะลดปริมาณขยะที่จะต้องนำไปกำจัด ทำให้ปริมาณขยะที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมลดน้อยลง และช่วยประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ และได้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจอีกด้วย

2. การนำขยะมาใช้ประโยชน์โดยผ่านขบวนการคัดแยกแล้วนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Material recovery process) วิธีนี้จะใช้เครื่องจักรกลหรือแรงงานทำการคัดแยกขยะกระดาษ โฟม พลาสติก ขวด แก้ว ยาง โลหะ ฯลฯ ซึ่งเป็นขยะที่ประชาชนทิ้งแล้วออกจากขยะซึ่งจะถูกนำไปกำจัด ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะ รวมทั้ง ช่วยประหยัดทรัพยากรธรรมชาติและลดปัญหาสิ่งแวดล้อม

3. การนำขยะมาใช้ประโยชน์ทางด้านพลังงาน โดยการนำขยะมาผ่านขบวนการต่าง ๆ เช่น Direct Combustion Processed, Incineration, Refuse–Derived Fuel, Hydrolysis Bioconversion เป็นต้น ซึ่งจะเปลี่ยนขยะเป็นผลผลิตทางพลังงาน เช่น ไอน้ำ น้ำร้อน กระแสไฟฟ้า เชื้อเพลิงแข็ง เชื้อเพลิงเหลว แก๊สเชื้อเพลิง แก๊สชีวภาพ แอลกอฮอล์ ฯลฯ วิธีการนี้จะลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและได้ประโยชน์ด้านพลังงาน

4. การนำขยะไปเป็นอาหารสัตว์และใช้ประโยชน์ทางการเกษตร โดยการนำเศษอาหารที่เหลือจากการรับประทาน ขยะสดจากการประกอบอาหาร ไปเลี้ยงสัตว์ หรือนำไปปรับสภาพดินและเป็นปุ๋ย สำหรับพืช ซึ่งวิธีนี้จะลดปัญหาสิ่งแวดล้อม

5. การนำขยะมาหมักทำปุ๋ย โดยการนำขยะสด เศษอาหาร มาหมักทำปุ๋ย วิธี Aerobic compositing, Anaerobic composting ซึ่งจะเปลี่ยนขยะให้เป็นปุ๋ยอาหารของพืช วิธีนี้จะลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และได้ประโยชน์ต่อเกษตรกร

6. การนำขยะมาปรับปรุงพื้นที่ โดยการนำขยะมากำจัดโดยวิธีการฝังกลบอย่างถูกหลักสุขาภิบาล (Sanitary Landfill) จะได้พื้นที่สำหรับใช้ปลูกพืช สร้างอาคารที่ไม่สูงมากนัก สร้างสวนสาธารณะ ฯลฯ วิธีนี้จะแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเรื่อง กลิ่น พาหะนำโรค ปัญหาสุขภาพอนามัยของประชาชน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การนำขยะรีไซเคิลมาใช้ประโยชน์ในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดหลายประการ จึงทำให้ปริมาณการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลมีไม่มากนัก ซึ่งสามารถสรุปข้อจำกัดดังกล่าวโดยสังเขปได้ดังนี้ (อดิศักดิ์ ทองไข่มุกต์, 2546: 136–137)

1. คุณสมบัติของขยะมูลฝอย ขยะมูลฝอยที่เกิดจากชุมชนมักจะเป็นขยะผสมอยู่ในสภาพยับเยิน ปนเปื้อน เสียหาย ยากที่จะนำมาใช้ประโยชน์หรือยากในการปรับปรุงคุณภาพให้ดีได้ จึงทำให้ขยะรีไซเคิลที่มีประโยชน์ถูกละเลยในการนำมาใช้ใหม่ นอกจากนี้การมีขยะปนเปื้อนกับสารมีพิษหรือเชื้อโรคทำให้การนำมาใช้ประโยชน์อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคได้

2. ปริมาณของขยะมูลฝอย การใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลนั้นผู้ใช้ประโยชน์จากขยะรีไซเคิลจะต้องการขยะรีไซเคิลที่มีคุณภาพและมีปริมาณมากเพียงพอตามความต้องการของโรงงานหรือสถานที่ใช้ประโยชน์นั้น ๆ แต่โดยทั่วไปขยะรีไซเคิลที่ใช้ประโยชน์ได้ที่เกิดขึ้นจากแหล่งต่าง ๆ มักมีปริมาณไม่พอกับความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์ จึงต้องจัดหาหรือซื้อขยะรีไซเคิลจากหลาย ๆ แหล่งจึงจะพอเพียงตามความต้องการ หรือถ้าจัดหาได้ไม่พอเพียงก็ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ ทำให้เกิดปัญหาขาดดุลการค้าขึ้น

3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์จากขยะรีไซเคิล โดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากขยะรีไซเคิลจะมีคุณภาพต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จากวัตถุตามธรรมชาติ เนื่องจากมีความสกปรก หรือสิ่งเจือปนในผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตได้จากพลาสติกใช้แล้วจะมีคุณภาพด้อยกว่าพลาสติกที่ผลิตได้จากก๊าซธรรมชาติ ซึ่งภาชนะพลาสติกที่ผลิตจากพลาสติกใช้แล้วไม่เหมาะสมสำหรับใช้เป็นภาชนะใส่อาหารแต่อาจใช้เป็นภาชนะใส่ของใช้ได้ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้มีการใช้ประโยชน์ผลิตภัณฑ์จากขยะรีไซเคิลอยู่ในวงจำกัด

4. การตลาดในการซื้อขายขยะรีไซเคิลนั้นจะขึ้นกับองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น อุปสงค์อุปทาน ราคา ปริมาณและคุณภาพ ฯลฯ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีการซื้อขายขยะรีไซเคิลมากหรือน้อยตามความต้องการของตลาด แต่องค์ประกอบข้างต้นมักจะมีการเปลี่ยนแปลงไม่คงที่ในบางขณะ ถ้าตลาดมีความต้องการขยะรีไซเคิลมากจะทำให้มีการใช้ประโยชน์มูลฝอยมาก แต่ถ้าตลาดมีความต้องการขยะรีไซเคิลน้อยจำทำให้มีการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลน้อยด้วยเช่นกัน

5. องค์กรและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง การใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลในปัจจุบันมักจะอยู่ในรูปของระบบแอบแฝง (Informal System) มีการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลอยู่ในวงจำกัดเฉพาะผู้ที่รู้จักกัน มีการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลไม่กี่ชนิด โดยระบบดังกล่าวเอกชนจะเป็นผู้ดำเนินการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลเกือบทั้งหมด ขยะรีไซเคิลบางชนิดมีศักยภาพในการใช้ประโยชน์ได้ แต่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลไม่ทราบศักยภาพดังกล่าว จึงละเลยไม่นำขยะรีไซเคิลนั้น ๆ มาใช้ประโยชน์ ซึ่งถ้ามีการพัฒนาระบบแอบแฝงให้เป็นระบบทางการ (Formal System) แล้ว จะทำให้มีองค์กรและบุคลากรที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลมากขึ้น มีการช่วยเหลือด้านเงินทุน การตลาด วิชาการ ฯลฯ มากขึ้น อันจะทำให้มีการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลหลายชนิดและมีประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์สูงสุด

6. การสนับสนุนของรัฐ ปัจจุบันรัฐให้ความสนใจในเรื่องการนำขยะรีไซเคิลมาใช้ประโยชน์มากขึ้น แต่ส่วนใหญ่จะเน้นทางด้านวิชาการหรือเทคโนโลยี ซึ่งมีเอกชนบางส่วนได้รับการถ่ายทอดวิชาการหรือเทคโนโลยีจากรัฐบาล แต่ในด้านการลงทุนนั้นรัฐบาลยังมิได้เน้นในเรื่องการใช้ประโยชน์ขยะรีไซเคิลมากนัก จึงทำให้ขยะรีไซเคิลยังมิได้มีการนำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่

7. กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายที่สนับสนุนให้มีการนำขยะรีไซเคิล มาใช้ประโยชน์อย่างชัดเจนในประเทศไทย แต่รัฐบาลได้มีนโยบายและมาตรการให้มีการนำวัสดุเหลือใช้หรือผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุกลับมาใช้เป็นวัสดุในการผลิตต่อไป อย่างไรก็ตามการ ที่ยังไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการนำขยะรีไซเคิลมาใช้ประโยชน์ที่มีผลบังคับใช้อย่างแท้จริง จึงทำให้เป็นอุปสรรคในการนำขยะรีไซเคิลมาใช้ประโยชน์ค่อนข้างมาก

กฎหมายที่พอจะใช้ในการสนับสนุนให้มีการนำขยะรีไซเคิลมาใช้ประโยชน์จึงอยู่ในรูปของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมูลฝอยตามที่กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ดังสรุปโดยกรมควบคุมมลพิษ (2552ข: 4-10) ดังนี้

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

❍ พระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่า พ.ศ. 2574

❍ พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535

❍ กฎกระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและมาตรการในการควบคุมสถานประกอบการกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2545

❍ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528

❍ ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการค้าซึ่งเป็นที่รังเกียจหรืออาจเป็นอันตรายแก่สุขภาพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2530

❍ ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร/อบจ./อบต./เมืองพัทยา และเทศบัญญัติ

❍ พระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518

❍ พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

❍ พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

❍ พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535

❍ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงมหาดไทย

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

กรมการปกครอง

กรมโยธาธิการและผังเมือง

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กรมควบคุมมลพิษ

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
กรุงเทพมหานคร
กระทรวงสาธารณสุข
กรมอนามัย
กระทรวงแรงงาน

ปัจจุบันหลายบริษัทจากภาคเอกชนของไทยได้ให้ความสนใจต่อการนำขยะรีไซเคิลมาใช้ประโยชน์ และปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวพันกันมากขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น Dr. Ghassan Broummana ผู้จัดการทั่วไป จีโอไซเคิล สายงานธุรกิจ บริษัท ปูนซีเมนต์ นครหลวง จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าปัจจุบันโลกกำลังถูกคุกคามด้วยสถานการณ์โลกร้อน ซึ่งมีสาเหตุสำคัญมาจากการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การเผาไหม้เชื้อเพลิงประเภทฟอสซิล เช่น ถ่านหินและลิกไนต์ ในอุตสาหกรรมหนักมากมาย ถือเป็นการเพิ่มก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในชั้นบรรยากาศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่เราสามารถช่วยลดภาวะโลกร้อนได้ด้วยการใช้พลังงานอย่างฉลาด ตามหลักการจัดการวัสดุไม่ใช้แล้วนั้น หลักการจาก 3Rs ซึ่งได้แก่ การลดการใช้ (Reduce) การนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) และการรีไซเคิล (Recycle) แล้ว ทั่วโลกให้การยอมรับว่าการกำจัดในเตาเผาปูนซีเมนต์เพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทน หรือที่เรียกว่า Co–processing นั้นเป็นลำดับขั้นถัดไปที่สนับสนุน 3Rs ทั้ง 4 ขั้นตอนดังกล่าว ได้แก่ การลดการใช้ การนำมาใช้ซ้ำ การรีไซเคิล และการกำจัดในเตาเผาปูนซีเมนต์เพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทน ถือเป็นการนำทรัพยากรกลับคืนมาใหม่ หรือ Waste Recovery ซึ่งเป็นแนวโน้มการจัดการวัสดุไม่ใช้แล้วสมัยใหม่สำหรับศตวรรษหน้าเป็นวิธีการที่สังคมต้องการมากที่สุดเพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของโลกใบนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับ “การกำจัดทิ้ง” ด้วยการเผาในเตาเผาขยะ และ การฝังกลบ ซึ่งเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนที่น้อยที่สุด การฝังกลบควรเป็นวิธีการกำจัดขั้นสุดท้ายสำหรับวัสดุไม่ใช้แล้วที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (สมไทย วงษ์เจริญ, 2551: คำนิยม)

บริษัทปูนซีเมนต์ไทยอุตสาหกรรม จำกัด แสดงความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า ในกระบวนการเผาปูนซีเมนต์มีข้อดี คือ สามารถเผาของเสียจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพของปูนซีเมนต์ และคุณภาพสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมีอุณหภูมิในการเผาที่สูงถึง 1,450 องศาเซลเซียส ซึ่งเทคโนโลยีนี้ ได้มีการใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมณี เป็นต้น (กรมควบคุมมลพิษ, 2544: 59)

กลุ่มผู้รีไซเคิลอีพีเอสโฟม อันประกอบด้วยผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตโฟมและผู้รีไซเคิลโฟม รวมตัวกันเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับโฟมว่า โฟม คือพลาสติกที่ฟูหรือขยายตัวแล้ว ในที่นี้หมายถึง โฟม ซึ่งผลิตจากพลาสติกประเภทโพลีสไตรีน (Polystyrene/PS) เท่านั้น ซึ่งใช้ทำกล่อง

โฟมใส่อาหาร และโฟมลอยกระทง เป็นต้น โฟมประเภทนี้สามารถนำมารีไซเคิลได้ โดยการบดให้มีขนาดเล็กแล้วนำกลับเข้าประบวนการหลอมโดยผ่านสกรูความร้อน (Screw Extrusion) หรือบดอัดด้วยใบมีดระบบ Agglomeration เพื่อให้กลายสภาพเป็นพลาสติก PS ซึ่งสามารถนำมาผลิตเป็นสินค้า พลาสติกทั่วไป เช่น ตลับเทปเพลง ม้วนวีดิโอเทป ไม้บรรทัด เป็นต้น (กรมควบคุมมลพิษ, 2544: 65)

บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด ในฐานะผู้รับลิขสิทธิ์ในการผลิตและบรรจุเครื่องดื่มของ บริษัท โคคา-โคลา จำกัด เล็งเห็นถึงการยอมรับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นสากล เมื่อพิจารณาการดำเนินกิจกรรมการผลิตเครื่องดื่มที่เรียกว่า น้ำอัดลม พบว่างานด้านสิ่งแวดล้อมจะเกี่ยวข้องกัน 2 ประเด็นหลักคือ เรื่องกิจกรรมการผลิต และเรื่องของบรรจุภัณฑ์ ในด้านบรรจุภัณฑ์มีการนำบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด PET ชนิดชิ้นเดียวมาใช้ ทั้งนี้ เพื่อช่วยให้การรีไซเคิล สามารถทำได้ง่ายขึ้น มีการนำฝาพลาสติกมาทดแทนฝาอลูมิเนียม ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคและขณะเดียวกันก็ช่วยให้สามารถรีไซเคิลได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการนำฝากระป๋องชนิด SOT (Stay-on-Tab) มาใช้ทดแทนฝาชนิดดึง (Ring Pull) เพื่อให้ฝายังคงติดอยู่กับกระป๋องหลังจากที่เปิดดื่มแล้วเพื่อให้สามารถนำไปรีไซเคิลได้ และมีการลดการใช้ทรัพยากรในการผลิตบรรจุภัณฑ์โดยที่ยังสามารถคงคุณภาพของบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นไว้ได้ (กรมควบคุมมลพิษ, 2544: 111-112)

สรุปได้ว่า เราควรนำขยะรีไซเคิลมาใช้ประโยชน์ เพราะขยะเป็นสิ่งมีค่าก่อให้เกิดรายได้ การเปลี่ยนจากขยะไร้ค่ามาเป็นเงินปัจจุบันได้กลายเป็นอาชีพ ได้แก่ อาชีพซาเล้ง ซึ่งรับซื้อของเก่าตามบ้านหรือเก็บตามถังขยะ เพื่อไปขายให้ร้านรับซื้อของเก่า แล้วส่งตามโรงงานเพื่อนำไปแปรรูปกลับมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ราคาที่ซื้อขายกันนั้นจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด ทั้งนี้ วิธีการแยกประเภทขยะรีไซเคิลเพื่อขายให้ได้ราคาดี สามารถทำได้ง่ายดังตัวอย่างต่อไปนี้ (กรมควบคุมมลพิษ, 2551ข: 6)

ตารางที่ 2.2 วิธีการแยกประเภทขยะรีไซเคิลเพื่อขายให้ได้ราคาดี

ประเภท	ประเภทที่ขายได้	วิธีเก็บ	ราคาต่อกิโลกรัม (บาท)
กระดาษ	- กระดาษหนังสือพิมพ์ - กระดาษสมุด - หนังสือ, นิตยสาร - กระดาษกล่อง - กระดาษขาว-ดำ - แผ่นพับ	คัดแยกเป็นประเภทและมัดให้เรียบร้อยเวลาจำหน่ายจะได้ราคาที่ดีกว่า เนื่องจากกระดาษแต่ละประเภทมีราคารับซื้อที่แตกต่างกัน	กระดาษขาว 6-6.50 บาท กล่องกระดาษ 4-4.50 บาท กระดาษหนังสือพิมพ์ 4-5 บาท เศษกระดาษ 2-3 บาท

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ประเภท	ประเภทที่ขายได้	วิธีเก็บ	ราคาต่อกิโลกรัม (บาท)
พลาสติก	- ภาชนะพลาสติกบรรจุยา สระผม ครีมอาบน้ำ - ถุงพลาสติกเหนียว - ถังน้ำ กาละมัง - ขวดน้ำมันพืชหรือขวดน้ำดื่มชนิดใส - บรรจุภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรีไซเคิล - ขวดน้ำพลาสติกสีขาวขุ่น	ถอดฝาขวด ริน/เท ของเหลวที่บรรจุภายในออกทำความสะอาด จากนั้น ทำให้แบนเพื่อประหยัดพื้นที่และเก็บรวบรวมแยกประเภท เป็นพลาสติกสีขาวขุ่น พลาสติกใสและพลาสติกอื่น ๆ เนื่องจากพลาสติกแต่ละประเภทมีราคาแตกต่างกัน	พลาสติกขวดน้ำใส 13 บาท พลาสติกขวดน้ำขุ่น 20 บาท เศษพลาสติกรวม 9 บาท
แก้ว	- ขวดหรือภาชนะแก้วสำหรับบรรจุอาหาร เครื่องดื่มทุกชนิด ทั้งที่มีสีใส เขียว และน้ำตาล	ถอดฝาริน/เท ของเหลวที่บรรจุภายในออกทำความสะอาด และเก็บรวบรวม	แก้ว 1 บาท ขวดน้ำเปล่า 1 บาท ขวดและกล่องเบียร์ลีโอ 7 บาท/กล่อง ขวดและกล่องเบียร์ช้าง 8 บาท/กล่อง ขวดและกล่องเบียร์สิงห์ 7 บาท/กล่อง ขวดและกล่องเบียร์ Heineken 13 บาท/กล่อง
โลหะ/อโลหะ	- วัสดุหรือเศษเหล็กทุกชนิด - กระป๋องบรรจุอาหารที่ไม่เป็นสนิม - เครื่องดื่มที่เป็นอลูมิเนียม - ทองแดง ทองเหลือง ตะกั่ว	ริน/เท ของเหลวที่บรรจุภายในออกทำความสะอาด จากนั้นทำให้แบน เพื่อประหยัดเนื้อที่และเก็บรวมรวม กรณีเศษเหล็ก ทองแดงให้มัดรวมไว้	ประป๋องอลูมิเนียม 50 บาท อลูมิเนียม 55 บาท เศษเหล็กหนา 7 บาท เศษเหล็กบาง 5 บาท กระป๋องกาแฟ 1 บาท

* เป็นราคาโดยประมาณ ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดและประเภทวัสดุรีไซเคิล

แหล่งที่มา: ปรับจากกรมควบคุมมลพิษ, 2551ข: 6.

ความหมายของขยะรีไซเคิล ตามที่กรมควบคุมมลพิษ (2552ข: 2) ได้ให้ไว้จึงหมายถึงวัสดุเหลือใช้หรือของเก่าที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ ที่สะสมไว้ในสถานที่รับซื้อของเก่าเพื่อการซื้อหรือขาย ขณะที่ สมไทย วงษ์เจริญ (2551: 73-78) ให้ความหมาย ชนิดของขยะรีไซเคิลที่ถูกคัดแยกหมายถึง คัดแยกตามชนิดที่ตลาดต้องการซื้อ แบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ 1. ขยะประเภทเศษเหล็ก 2. ขยะประเภทกระดาษ 3. ขยะประเภทขวดแก้ว 4. ขยะประเภทอลูมิเนียม 5. ขยะประเภทพลาสติก 6. ขยะประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า และเครื่องใช้สำนักงาน และ 7. ขยะทั่วไป โดยการคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลเชิงธุรกิจประกอบด้วยเครื่องมือ และอุปกรณ์ในการประกอบกิจการการคัดแยกดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 การเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ในการประกอบกิจการคัดแยก

เครื่องมือ-อุปกรณ์	ลักษณะการใช้งาน-ตรวจรับสินค้า
แม่เหล็ก (ชิ้นเล็ก)	❍ ใช้เพื่อตรวจรับสินค้าในกรณีที่ต้องใช้แยกสินค้าประเภทโลหะอื่น เช่น อลูมิเนียม ทองเหลือง ทองแดง สแตนเลส ออกจากเหล็ก ❍ โลหะที่แม่เหล็กดูดไม่ติด ถือเป็นโลหะอื่น
เลื่อยตัดเหล็ก	❍ ใช้เพื่อตรวจรับสินค้าในกรณีที่เป็นโลหะอื่นที่ไม่ใช่เหล็ก แต่ไม่สามารถแยกประเภทของโลหะอื่นได้ว่าเป็นอลูมิเนียม ทองเหลือง ทองแดง
กรรไกรตัดเหล็ก-คมค้อน, ประแจ	❍ ใช้เป็นเครื่องมือแยกชิ้นส่วนโลหะออกจากวัสดุอื่น
เครื่องชั่งตรวจสอบน้ำหนัก	❍ กิโลเล็ก ขนาดน้ำหนักซึ่งไม่เกิน 20 กิโลกรัม ❍ กิโลกลาง ขนาดน้ำหนักซึ่งไม่เกิน 60 กิโลกรัม ❍ กิโลใหญ่ ขนาดน้ำหนักซึ่งไม่เกิน 120 กิโลกรัม ❍ ใช้เพื่อตรวจสอบน้ำหนักของสินค้าแต่ละชนิด
หัวตัด/ถังแก๊สออกซิเจน	❍ ใช้เพื่อตัดเหล็กให้มีขนาดความยาวไม่เกินที่โรงงานกำหนด
เครื่องอัดเล็ก	❍ เครื่องอัดสามารถอัดกระดาษ อลูมิเนียม พลาสติก ให้เป็นก้อนขนาดลูกประมาณ 70 ซ.ม. x 100 ซ.ม. เพื่อสะดวกในการขนส่งและจัดเก็บ
เข่ง/สุ่มไก่	❍ ใช้เพื่อบรรจุสินค้า ขนย้ายสะดวก น้ำหนักเบา
รถเข็น	❍ ใช้เพื่อขนย้ายสินค้าที่มีน้ำหนักมาก
ถุงปุ๋ย, เชือกฟาง, เข็มเย็บกระสอบ	❍ ใช้เพื่อบรรจุสินค้าเตรียมส่งโรงงาน
ถุงมือหนัง, ถุงมือผ้า	❍ ป้องกันการถูกบาดด้วยวัสดุมีคม

แหล่งที่มา: สมไทย วงษ์เจริญ, 2544: 34.

เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในประเทศไทย สามารถดำเนินกิจการร้านได้อย่างถูกสุขลักษณะตามข้อกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไขทั่วไปที่ท้องถิ่นกำหนด โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของคนงาน ผู้ประกอบกิจการประชาชนที่อาศัยอยู่ข้างเคียงและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้สามารถประกอบกิจการร้านรับซื้อของเก่าได้อย่างยั่งยืน และเป็นที่ยอมรับของสังคม กรมควบคุมมลพิษ (2552ข: 5-10) จึงได้จัดทำคู่มือสำหรับผู้ประกอบการกิจการรับซื้อของเก่าเพื่อกำหนดแนวปฏิบัติที่ดีในการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับร้านรับซื้อของเก่า โดยมีขั้นตอนของการขออนุญาตประกอบกิจการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่า ดังนี้

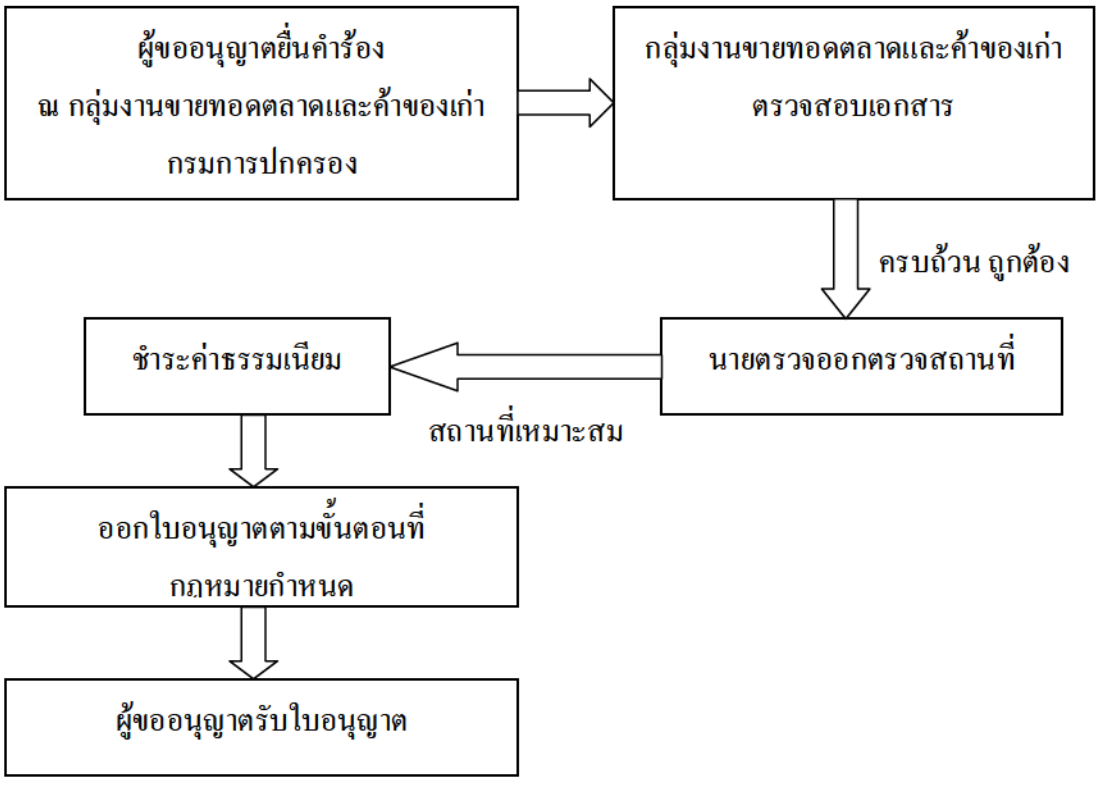
ขั้นตอนการขออนุญาตประกอบกิจการร้านรับซื้อของเก่า

มีกฎหมายหลัก 3 พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาต

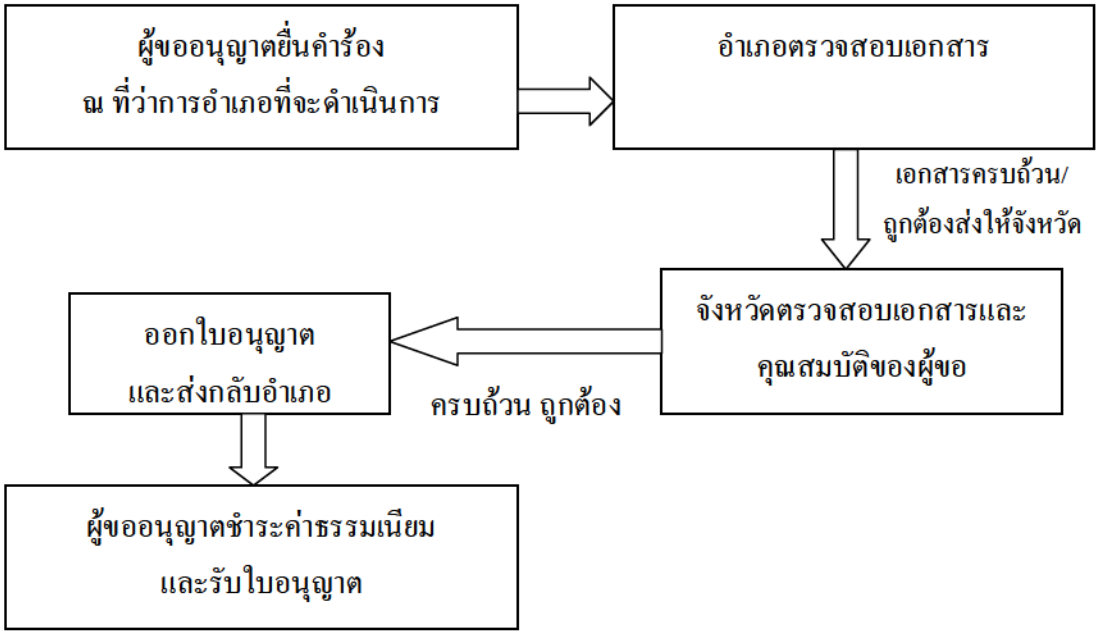
- พระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่า พ.ศ. 2574
- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535
- พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

พระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่า พ.ศ. 2574

1. ขั้นตอนการดำเนินงาน กรณีดำเนินการในเขตกรุงเทพมหานคร



2. ขั้นตอนการดำเนินการ กรณีดำเนินการในจังหวัดอื่น



ในกรณีเจ้าพนักงานสั่งไม่อนุญาตการขายทอดตลาดและค้าของเก่าให้แจ้งผู้ขอภายใน 5 วันทำการ นับแต่วันที่เจ้าพนักงานมีคำสั่ง ซึ่งหากผู้ขอใบอนุญาตต้องการอุทธรณ์ให้ยื่นคำอุทธรณ์ต่อเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับแจ้ง ผ่านกลุ่มงานขายทอดตลาดและค้าของเก่า กรมการปกครอง (กรณีอยู่ในกรุงเทพมหานคร) หรืออุทธรณ์ผ่านที่ว่าการอำเภอหรือที่ว่าการกิ่งอำเภอ (กรณีจังหวัดอื่น)

3. หลักฐานประกอบการขออนุญาต

- บัตรประจำตัวประชาชน พร้อมใบประกอบธุรกิจและสำเนา
- ทะเบียนบ้านและสำเนา
- รูปถ่ายหน้าตรง ขนาด 2 นิ้ว จำนวน 3 รูป
- ทะเบียนพาณิชย์ หรือหนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคลและสำเนา
- หนังสือยินยอมให้ใช้สถานที่ทำการค้าหรือหลักฐานการเป็นเจ้าของหรือสัญญาเช่า
- ใบอนุญาตจากกรมศิลปากรและสำเนากรณีประกอบอาชีพขายทอดตลาดหรือค้าของเก่าประเภทโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุ

4. คุณสมบัติของผู้ขอใบอนุญาต

- มีอายุ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป
- มีความรู้หนังสือไทยพออ่านออกเขียนได้
- ไม่เคยต้องโทษจำคุกความผิดฐาน

- ปลอมแปลงเงินตรา
- ปลอมบัตรและการปลอมใบสำคัญสัญญาในการยืมเงินตราและในการให้ดอกเบี้ย
- ความผิดฐานประทุษร้ายแก่ทรัพย์

5. เจ้าพนักงานออกใบอนุญาต
   - อธิบดีกรมการปกครอง สำหรับในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
   - ผู้ว่าราชการจังหวัด สำหรับในจังหวัดอื่น
6. การปฏิบัติตนของผู้ค้าของเก่า
   - ติดป้าย "ผู้ค้าของเก่า" ไว้ที่ร้านของตนพร้อมทั้งใบอนุญาตในที่อันเห็นได้ชัด
   - มีสมุดบัญชีบันทึกการซื้อขายและประทับตราทุกเล่ม
   - แจ้งจ้าหน้าที่ตำรวจหรือนายตรวจ เมื่อมีเหตุสงสัยว่าทรัพย์ที่มีผู้มาขายนั้นเป็นทรัพย์ที่ได้มาโดยทางทุจริต
   - ทำเลขลำดับเป็นเครื่องหมายปิดไว้ที่ของให้ตรงกับเลขลำดับในสมุดบัญชีเพื่อสะดวกในการสำรวจ
7. การพิมพ์ลายนิ้วมือ
   - กรณีในพื้นที่กรุงเทพมหานครให้พิมพ์ลายนิ้วมือในวันที่มายื่นคำรองขออนุญาต (หลักจากเอกสารครบถ้วนและถูกต้องแล้ว)
   - ส่วนกรณีในพื้นที่จังหวัดอื่น ให้ที่อำเภอหรือกิ่งอำเภอขอความร่วมมือสถานีตำรวจท้องที่เป็นผู้พิมพ์ลายนิ้วมือแล้วส่งตรวจสอบคุณสมบัติตามมาตร 6 (3) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่า พุทธศักราช 2474 ที่กองทะเบียนประวัติอาชญากร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ไม่ต้องรอผลการตรวจสอบ)
8. อัตราค่าธรรมเนียมการค้าของเก่า

ประเภทโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุตามกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	ปีละ 12,500 บาท
ประเภทเพชร พลอย ทอง นาก เงิน หรืออัญมณี	ปีละ 10,000 บาท
ประเภทรถยนต์ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์	ปีละ 7,500 บาท
ประเภทอื่น ๆ	ปีละ 5,000 บาท

ผู้ค้าของเก่ารายเดียวหลายประเภท ให้เรียกเก็บค่าธรรมเนียมในประเภทที่สูงกว่าประเภทอื่น

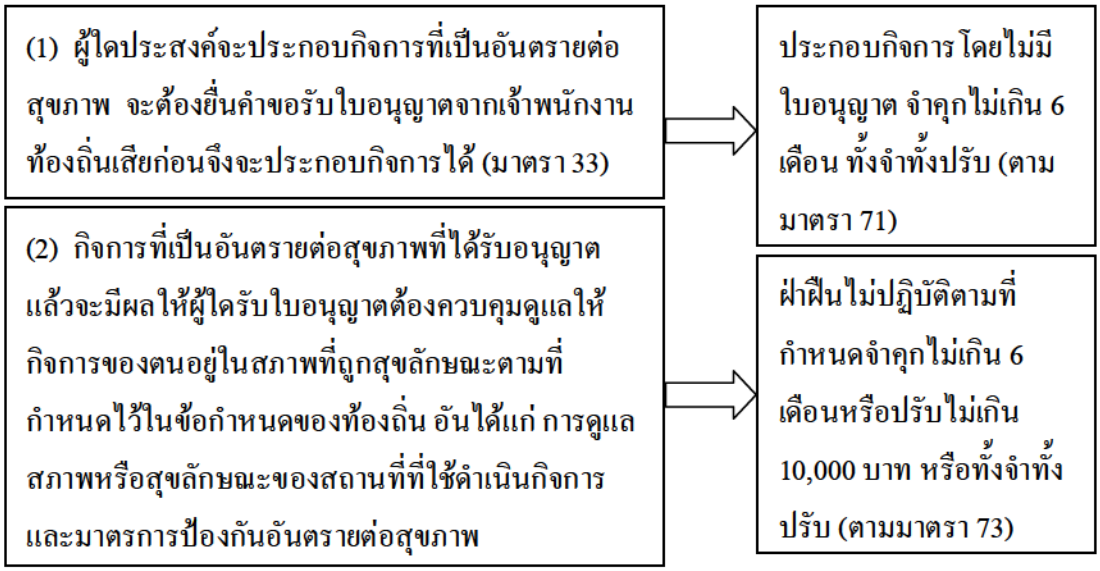
9. ความผิดเกี่ยวกับการขายทอดตลาดและค้าของเก่า

ตารางที่ 2.4 ความผิดเกี่ยวกับการขายทอดตลาดและบทลงโทษ

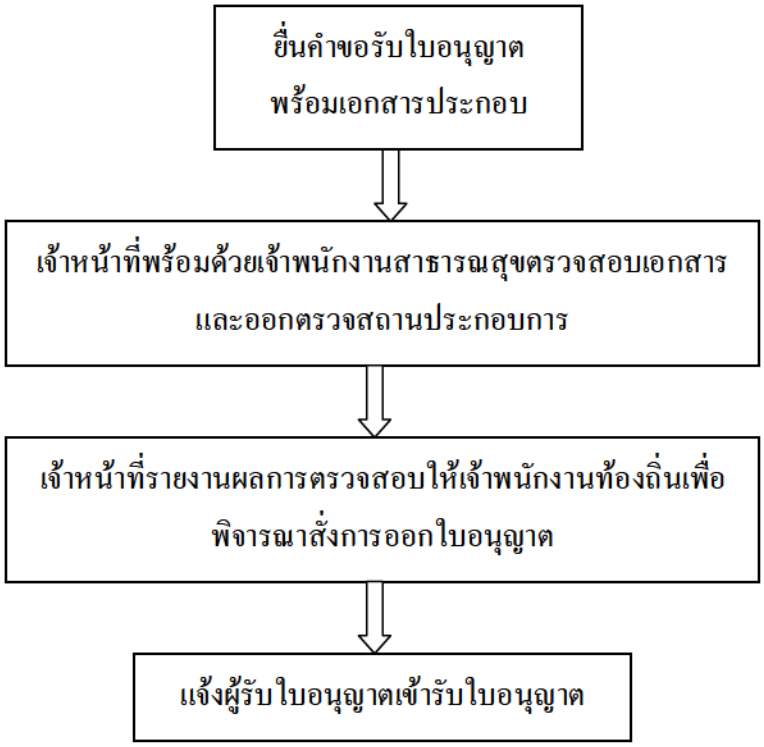
การกระทำผิด	บทลงโทษ
1. ผู้ใดประกอบอาชีพโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือประกอบอาชีพภายหลังที่ได้มีคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาต	
พระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่า พ.ศ. 2474	จำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 5,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ
ประเภทโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุ ตามกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	จำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ
2. ใบอนุญาตขาดอายุ หรือทำการขายทอดตลาดหรือค้าของเก่าโดยไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือฝ่าฝืนกฎหมาย	ปรับไม่เกิน 2,000 บาท
3. ไม่แจ้งแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจหรือนายตรวจทันทีที่เมื่อมีสงสัยว่าทรัพย์ที่มีผู้มาเสนอเป็นทรัพย์ที่ได้มาโดยทุจริต	
พระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่า พ.ศ. 2474	จำคุกตั้งแต่ 1 ปีถึง 3 ปี หรือปรับตั้งแต่ 10,000 บาท ถึง 30,000 บาท
ประเภทโบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุตามกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	จำคุกตั้งแต่ 5 ปีถึง 15 ปี หรือปรับตั้งแต่ 50,000 บาท ถึง 150,000 บาท

แหล่งที่มา: กรมควบคุมมลพิษ, 2552ข: 8.

พระราชบัญญัติการสาธารณสุข



1. ขั้นตอนการขอและการพิจารณาออกใบอนุญาต



2. เอกสารประกอบการขออนุญาต

- บัตรประจำตัวและสำเนาทะเบียนบ้านผู้ขอใบอนุญาต
- บัตรประจำตัวและสำเนาทะเบียนบ้านผู้จัดการ หากไม่เป็นบุคคลเดียวกับผู้ถือใบอนุญาต

- สำเนาทะเบียนบ้านของบ้านที่ใช้เป็นที่ตั้งสถานประกอบการ
- หนังสือมอบอำนาจพร้อมสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนผู้มอบและรับมอบ

กรณี ผู้ขอรับใบอนุญาตไม่สามารถดำเนินการด้วยตนเอง

- แผนที่ตั้งสถานประกอบกิจการ

ตัวอย่าง อัตราค่าธรรมเนียมการขออนุญาตสะสมวัตถุหรือสิ่งของที่ชำรุด ใช้แล้วหรือเหลือใช้ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

เทศบาลเมืองปากน้ำสมุทรปราการ จ. สมุทรปราการ

- พื้นที่ไม่เกิน 200 ตารางที่เมตร 5,000 บาท/ปี
- พื้นที่เกิน 200 ตารางที่เมตร แต่ไม่เกิน 500 ตารางที่เมตร 7,000 บาท/ปี
- พื้นที่เกิน 500 ตารางที่เมตร ขึ้นไป 10,000 บาท/ปี

เทศบาลนครปากเกร็ด จ. นนทบุรี 5,000 บาท/ปี

เทศบาลเมืองอุทัยธานี จ. อุทัยธานี 1,000 บาท/ปี

เทศบาลตำบลช้างเผือก จ. เชียงใหม่ 3,000 บาท/ปี

เทศบาลอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดในเทศบัญญัตินั้น ๆ

พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535

สำหรับขั้นตอนการขออนุญาตประกอบการ ประเภทหรือชนิดของโรงงาน ลำดับที่ 105 (โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการคัดแยกหรือฝังกลบสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว) และ 106 (โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการนำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือของเสียจากโรงงานมาผลิตเป็นวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ใหม่โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตทางอุตสาหกรรม) สามารถดำเนินการขอได้ที่กรมโรงงาน ขั้นตอนการดำเนินการเป็นไปตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาอนุญาตประเภทหรือชนิดของโรงงานลำดับที่ 105 และ 106 พ.ศ. 2543 และระเบียบกรมโรงงานอุตสาหกรรมว่าด้วยเรื่อง รายละเอียดหลักเกณฑ์การพิจารณาอนุญาตประเภทหรือชนิดของโรงงานลำดับที่ 105 และ 106

จะเห็นได้ว่า การจัดการขยะ และ แนวคิดการรีไซเคิล เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาขยะที่ทั้งประเทศไทยและในหลาย ๆ ประเทศให้ความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะแนวทางการรีไซเคิลได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น เพราะเป็นวิธีการจัดการขยะที่สร้างผลกระทบข้างเคียงน้อยกว่าวิธีอื่น นอกจากนี้ การรีไซเคิลยังก่อให้เกิดประโยชน์มากมาย เช่น การสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับบุคคลในอาชีพนี้ ช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดให้น้อยลง เป็นการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งสามารถช่วยลดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรได้ดีอีกหนทางหนึ่ง กระบวนการในการนำขยะรีไซเคิลไปใช้ทดแทนวัตถุดิบใหม่ที่มนุษย์ดึงมาใช้จากธรรมชาติยังเป็นการช่วยลดพลังงานในการผลิตและลดการก่อมลพิษทางอากาศและน้ำอีกด้วย

บทที่ 3

ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ และแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์การ

ในบทที่ 3 นี้ กล่าวถึงทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์การ โดยการวัดผลจากผลการดำเนินงานขององค์การ ผู้วิจัยได้เลือกทฤษฎีที่มีความเหมาะสมและสามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาสองทฤษฎีมาบูรณาการร่วมกันได้แก่ ทฤษฎีมุมมองของทรัพยากรพื้นฐาน (Resource–Based View (RBV)) และทฤษฎีผู้ประกอบการ (The Entrepreneurship Theory) ตลอดจนการทบทวนวรรณกรรมผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลเชิงประจักษ์มาอธิบายความสัมพันธ์ของทั้งสองทฤษฎีที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นคำถามการวิจัยข้อที่ 3 และเป็นหัวข้อวิจัยของการศึกษาในครั้งนี้

3.1 ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานขององค์การ

การที่องค์การจะประสบความสำเร็จในระยะยาวได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่องค์การต้องสามารถสร้างและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage หรือ SCA) ผู้บริหารขององค์การต้องเป็นผู้นำที่มีความรู้ ความเข้าใจ ที่จะคัดเลือกการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการวิเคราะห์ ตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติงานในองค์การเพื่อให้ผลการดำเนินงานขององค์การออกมาดีที่สุด โดยคำถามสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์ก็คือ คำถามที่ว่า “ทำอย่างไรและทำไมบางบริษัทจึงมีผลการดำเนินงานดีกว่าบริษัทอื่น” (How and Why do some firms outperform others?) ดังนั้นสิ่งนี้ถือเป็นความท้าทายของผู้บริหารที่จะตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การบริหารที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวได้ (Dess, Lumpkin and Eisner, 2007: 5)

Dess et al. (2007: 11) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการบริหารเชิงกลยุทธ์ว่า ประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. การบริหารเชิงกลยุทธ์ต้องดำเนินไปในแนวทางที่ก่อให้เกิดผลดีที่สุดแก่องค์การโดยรวม ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การ

2. การบริหารเชิงกลยุทธ์หมายรวมถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในองค์การ

3. การบริหารเชิงกลยุทธ์ต้องเป็นการดำเนินงานทั้งในมุมมองระยะสั้นและระยะยาว

4. การบริหารเชิงกลยุทธ์เกี่ยวข้องกับการรับรู้และเข้าใจในทางเลือกระหว่างประสิทธิภาพและประสิทธิผล

โดยสรุป ผู้บริหารจึงต้องมีความสามารถในการเลือกกลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่จะใช้ในการบริหารองค์การทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์การมีส่วนร่วมในการวางแผนและสามารถประเมินผลดี ผลเสียของการเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการดำเนินงานได้อย่างแม่นยำ เพื่อไขว่คว้าโอกาสทางธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงเช่นในปัจจุบัน ดังนั้น การศึกษาเรื่องกลยุทธ์จึงเป็นการพัฒนาทฤษฎีหลากหลายทฤษฎี เพื่อให้ผู้บริหารสามารถนำมาปรับใช้ในการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม และสามารถเพิ่มผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment) ที่สูงขึ้น (Henderson, 1979: 79; Porter, 1980: 32) โดยการศึกษาจะเน้นการสังเกตธรรมชาติ และลักษณะของการแข่งขันที่องค์การต้องเผชิญ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ที่สามารถเพิ่มศักยภาพในการไขว่คว้าโอกาสทางธุรกิจ เป็นการตอกย้ำว่า การสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันต้องมีความเชื่อมโยงกันระหว่างทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ (Normative Theories of Strategy) และเศรษฐกิจองค์การ (Organizational Economics) (Barney and Ouchi, 1988: 372) โดยเฉพาะทฤษฎีเศรษฐกิจอุตสาหกรรมองค์การ (Industrial Organization Economics หรือ IO Economics) ของ Mason (1939: 68) และ Bain (1956, 1968) ที่ได้รับความนิยมในการนำมากำหนดกลยุทธ์มากที่สุดโดยจะเห็นจากการที่นักวิชาการในยุคต่อมา เช่น Spence (1979) Porter (1980) และ Caves (1980) ได้นำมาบูรณาการให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

Porter (1980: 23) กล่าวถึง ผลตอบแทนที่ธุรกิจจะได้รับว่า ถูกกำหนดโดยโครงสร้างของอุตสาหกรรมที่ธุรกิจนั้น ๆ ดำเนินการอยู่ ผลกระทบต่อผลตอบแทนของธุรกิจ ได้แก่ คู่แข่งขันในธุรกิจที่มีอยู่เดิม และการเข้ามาใหม่ของคู่แข่งรายอื่น ๆ จำนวนและขนาดของธุรกิจ ความแตกต่างของสินค้าในอุตสาหกรรมนั้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ภายในอุตสาหกรรม สรุปคือ อุตสาหกรรมที่มีลักษณะที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาได้ยาก จำนวนธุรกิจไม่มากนัก มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์สูง และมีลักษณะความยืดหยุ่นของอุปสงค์มาก จะทำให้ธุรกิจในอุตสาหกรรมเหล่านั้น สามารถทำกำไรได้มากกว่าอุตสาหกรรมที่ไม่มีลักษณะดังกล่าว ซึ่งต่อมา Porter ได้พัฒนาแบบจำลองที่เรียกว่า Five Forces Model ที่เป็นที่รู้จักและถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันมากที่สุดแบบหนึ่ง

สรุปตามคำกล่าวของ Porter ว่าธุรกิจที่ต้องการผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน ธุรกิจจะต้องใส่ใจในการสร้างสรรค์ และปรับเปลี่ยนลักษณะโครงสร้างอุตสาหกรรมของตนเองให้มีคุณสมบัติที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานยังขึ้นอยู่กับคุณภาพ

ของสิ่งแวดล้อมของบริษัท เช่น ปัจจัยท้องถิ่น เงื่อนไขของอุปสรรคในประเทศ กลยุทธ์ โครงสร้างคู่แข่งในอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Porter, 1998: 45)

อีกทฤษฎีหนึ่งที่กล่าวถึงการแข่งขันทางธุรกิจคือ Chamberlinian Economics ของ Chamberlin (1933: 72) ซึ่งมองว่าสภาพแวดล้อมของธุรกิจไม่ได้เป็นแบบที่ทฤษฎี IO Economics กล่าวไว้บนสมมติฐานที่ว่าทุกธุรกิจมีความเหมือนกันหมด (Homogeneous Firms) ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แต่ Chamberlinian Economics กลับมองว่าภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ธุรกิจมีความหลากหลาย (Heterogeneous Firms) กล่าวคือ การแข่งขันในอุตสาหกรรมเป็นการมองไปในอนาคตระหว่างธุรกิจที่มีความแตกต่างของทรัพยากร และคุณสมบัติต่าง ๆ ของความ สามารถที่องค์การมีอยู่ ทรัพยากรและความสามารถขององค์การที่แตกต่างกันอาจเป็นสาเหตุให้ธุรกิจมีการแข่งขันและทำกำไรได้มากหรือน้อยแตกต่างกัน ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจที่มีความแตกต่างหลากหลายจึงมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงกว่า (Demsetz, 1973: 4) นอกจากนี้ผลการดำเนินงานของธุรกิจ จะดีหรือไม่ยังขึ้นอยู่กับความแตกต่างของความรู้ (Know-how) ชื่อเสียงขององค์การ (Reputation) ยี่ห้อสินค้าที่ได้รับการยอมรับ (Brand Awareness) ความสามารถของผู้จัดการในองค์การที่ทำงานร่วมกัน และสิทธิบัตร รวมทั้ง เครื่องหมายทางการค้า ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความสามารถในการกีดกันคู่แข่งขันได้อีกด้วย

ทั้งทฤษฎี IO Economics และ Chamberlinian Economics อธิบายทฤษฎีด้านกลยุทธ์บนข้อสันนิษฐานว่า การแข่งขันเชิงพลวัตรมีระดับที่ค่อนข้างคงที่ (Stability) แต่การแข่งขันที่เป็นลักษณะแบบ Schumpeterian Economics กลับมองสภาพการแข่งขันเชิงพลวัตรว่ามีความไม่คงที่และความไม่แน่นอนในการคาดการณ์ (Schumpeter, 1934: 101) เป็นการอธิบายกระบวนการของการพัฒนาทางเศรษฐกิจของโลกตะวันตก โดยมุ่งประเด็นไปที่การปฏิวัติ (Revolutionary) ของเทคโนโลยีและตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดย Schumpeter กล่าวว่าในระยะยาวแล้ว ราคาและกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันมักจะพบในอุตสาหกรรมที่มีความคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งวิธีนี้ไม่สามารถก่อให้เกิดการแข่งขันที่ยั่งยืน การปฏิวัตินวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ ตลาด และเทคโนโลยี สามารถสร้างโอกาสในธุรกิจที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์เท่านั้น

เมื่อพิจารณาทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวทั้ง 3 ข้างต้น เป็นข้อยืนยันได้ว่าผู้กำหนดกลยุทธ์ขององค์การควรพิจารณามุมมองทุกทฤษฎีมาบูรณาการร่วมกัน เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการบริหารที่เหมาะสม โดยธุรกิจที่สามารถค้นพบทรัพยากรภายในองค์การที่มีความโดดเด่น และมีคุณค่า ประกอบกับทักษะต่าง ๆ ขององค์การที่สามารถควบคุมและเลือกกลยุทธ์ที่จะไขว่คว้าหาโอกาสในการแข่งขันได้ดีกว่าย่อมได้เปรียบกว่า เพราะแต่ละธุรกิจตั้งใจที่จะปฏิบัติกลยุทธ์ให้ได้ผลการดำเนินงานที่สูงที่สุด (Superior Financial Performance) และมีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งเสมอ

ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนจึงได้รับการยกย่องให้เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์และการจัดการด้านการตลาด (Porter, 1985: 96) การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการมอบคุณค่าที่ดีที่สุดของสินค้าและบริการแก่ลูกค้า ทำให้องค์การมีผลการดำเนินงานที่สามารถวัดได้จากผลการดำเนินงานด้านการตลาด (Market–Based Performance) ได้แก่ การมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น (Increased Market Share) และความพึงพอในของลูกค้า (Customer Satisfaction) และผลประกอบการด้านการเงิน (Financial–Based Performance) เช่น ผลกำไร (Profit) ผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) การสร้างความมั่งคั่งให้ผู้ถือหุ้น (Shareholder Wealth Creation) (Bharadwaj, Varadarajan and Fahy, 1993: 87) อาจกล่าวได้ว่า องค์การที่สามารถคงไว้ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนจะมีโอกาสที่ผลการดำเนินงาน โดยเฉพาะผลกำไรที่เพิ่มขึ้นและมีส่วนแบ่งการตลาดที่เติบโตขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (Fahy and Smithee, 1999: 4–5) การวัดผลการดำเนินงานจึงเป็นภาพสะท้อนของความสามารถในการแข่งขันขององค์การได้ดีจนได้รับการพัฒนาระบบการวัดผลการดำเนินงาน (Performance Measurement Systems) อย่างกว้างขวางในช่วงศตวรรษที่ 1990s โดยองค์การขนาดใหญ่จะใช้ผลการดำเนินงานเป็นเครื่องมือสนับสนุนบทบาทของการบริหารเชิงกลยุทธ์ของตนเอง ซึ่ง The Balanced Scorecard (The BSC) เป็นกรอบระบบการวัดผลการดำเนินงานที่ได้รับความนิยมมากที่สุดระบบหนึ่ง (Kaplan and Norton, 1992: 74–79; Simons, 2000: 89) ทั้งนี้เพราะแนวคิดนี้ใช้ประเมินผลการดำเนินงานขององค์การ โดยมีมุมมองที่กว้างขึ้นเกี่ยวกับการคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การ (Stakeholders) ซึ่งรวมถึง พนักงาน ลูกค้า และเจ้าของกิจการ (Owners) เพื่อความอยู่รอดในระยะยาว (Dess et al., 2007: 102-104) เป็นการวัดผลการดำเนินงานใน 4 มิติได้แก่

1. มิติด้านลูกค้า (Customer Perspective): เป็นการวัดผลการดำเนินงานขององค์การจากมุมมองของลูกค้า คือการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ

2. มิติด้านมุมมองภายในของธุรกิจ (Internal Business Perspective): เป็นการวัดผลของการใช้ทรัพยากรสำคัญ และความสามารถขององค์การในการที่จะประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

3. มิติด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม (Innovation and Learning Perspective): เป็นการวัดผลของความสามารถของบริษัทที่จะปรับปรุง สร้างสรรค์ และเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงสินค้าและบริการให้ดีขึ้น เป็นการวัดผลของทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Assets)

4. มิติด้านการเงิน (Financial Perspective): เป็นการวัดผลของกำไร การเติบโต และคุณค่าที่เกิดขึ้นแก่ผู้ถือหุ้น

จากการศึกษาวิจัยของ Rantanen, Kulmala, Longvist and Kujansivu (2007: abstract, 415–417) ที่ศึกษาถึงการวัดผลการดำเนินงานขององค์การภาครัฐในประเทศฟินแลนด์ โดยใช้ The Balanced Scorecard พบว่ายังคงมีปัญหาในการวัดเพราะองค์การภาครัฐมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องมากและมีข้อขัดแย้งกัน การบริการและเป้าหมายยังคงไม่ชัดเจน ขาดความเป็นเจ้าของและขาดทักษะการบริหาร ทั้งนี้ งานวิจัยยังเสนอว่าการวัดผลการดำเนินงานขององค์การโดยมี The Balanced Scorecard น่าจะเหมาะสมกับองค์การเอกชนขนาดใหญ่ที่มีระบบการจัดการที่ชัดเจนและบุคลากรมีทักษะในการบริหารเชิงธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chan (2004: abstract) ที่กล่าวว่า การวัดผลลัพธ์ (Outcomes) ยากกว่าการวัดผลผลิต (Output) ดังนั้น Chan จึงพบว่า องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นทั้งในอเมริกาและแคนนาดานิยมใช้การวัดผลผลิต ซึ่งหมายถึงการวัดประสิทธิภาพ (Efficiency) มากกว่าการวัดผลลัพธ์ ซึ่งหมายถึงการวัดประสิทธิผล (Effectiveness) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยจาก Nomura Research Institute โดย Morisawa (2002: 1–2) ที่นำเสนอการสร้างระบบการวัดผลการดำเนินงานขององค์การโดยใช้แนวคิด The Balance Scorecard ว่าการที่จะประสบความสำเร็จในการปฏิรูประบบในการวัดผลการดำเนินงาน โดยใช้ The Balance Scorecard ต้องมีการคัดแยกปัญหาโดยอาศัยความเข้าใจภาพรวมของการบริหารทั้งหมดก่อน และผู้บริหารต้องมีความตั้งใจจริงที่จะวัดผลการดำเนินงานโดยอาศัยความร่วมมือของทุกคนในองค์การ ซึ่งการทำเช่นนี้ได้สำเร็จมักเป็นองค์การระดับใหญ่ที่มีระบบที่มั่นคงส่วนใหญ่ในประเทศญี่ปุ่น

ดังนั้น การวัดผลการดำเนินงานขององค์การตามแนวคิด The BSC ของ Kaplan and Norton (1992) จึงมีความเหมาะสมกับองค์การที่มีข้อมูลด้านการเงินและการบริหารที่ทันสมัย ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับบริบทของการบริหารงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ Tangen (2005: 34) กล่าวว่าในการวัดหรือการพัฒนาระบบต่าง ๆ มักพบว่าองค์การยังขาดความเข้าใจที่ชัดเจนว่าจริง ๆ แล้ว องค์การกำลังวัดหรือพัฒนาสิ่งใดแน่ ทำให้พลาดการวัดปัจจัยสำคัญที่อาจนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จขององค์การได้ การกำหนดตัวแปรที่จะใช้วัดผลการดำเนินงานขององค์การ (Organizational Performance) ที่เหมาะสมจึงเป็นเครื่องบ่งชี้วัดว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ดีมากน้อยเพียงใด (Venkatraman and Ramanujam, 1986: 110) ดังที่ Robbins and Coulter (2002 quoted in Ho, 2008: 1238) เสนอว่าการวัดผลการดำเนินงานขององค์การสามารถวัดจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลของความสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์การตั้งไว้ Ho (2008: 1244) ได้ศึกษาบริษัท 17 บริษัทในอเมริกาถึงแบบจำลองการวัดผลการดำเนินงานขององค์การแล้วสรุปเป็นวิธีการวัดใน 3 มิติ คือ การวัดผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) ผลการดำเนินงานด้านธุรกิจ (Business Performance) เช่น การเติบโตของตลาด และประสิทธิภาพของ

องค์การ (Organization Effectiveness) แต่จากวรรณกรรมต่าง ๆ มีข้อโต้แย้งเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานโดยอาศัยผลการดำเนินงานด้านการเงินเพียงอย่างเดียวว่าอาจไม่เพียงพอ เนื่องจากผลทางด้านการเงินของบริษัทไม่คงที่ระหว่างขั้นต่าง ๆ ของการเติบโตและมีปัจจัยหลายปัจจัยทั้งจากภายนอกและภายในองค์การที่มากระทบต่อผลทางการเงิน โดยเฉพาะความสามารถและบุคลิกภาพส่วนตัวของผู้ที่บริหารองค์การเป็นปัจจัยที่มีส่วนอย่างมากที่จะส่งผลกระทบ ทั้งทางบวกและทางลบที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Penrose, 1959) นอกจากนี้ ในประเทศที่กำลังพัฒนาเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กมักจะลำบากใจที่จะเปิดเผยข้อมูลด้านการเงิน เช่น ผลกำไร หรือรายได้จากการขายแก่บุคคลภายนอก ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง เมื่อมีการศึกษาวิจัยในกลุ่มธุรกิจนี้ (Wijewardena, Nanayakkara and Zoysa, 2008: 155)

ดังนั้นจึงมีงานวิจัยของ Delaney and Huselid (1996: 953) ที่นำเสนอว่ามี 2 แนวทางในการวัดผลการดำเนินงานขององค์การคือ การวัดความสำเร็จในการบริหารงานภายในองค์การและความสามารถทางการตลาด เช่น การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) และอัตราผลกำไรที่เพิ่มขึ้น (Profit Ratio) อย่างไรก็ตามนักทฤษฎีหลายคนอ้างว่าในสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความสามารถในการเรียนรู้และคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อาจเป็นหนทางเดียวที่จะได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน หลายองค์การจึงวัดผลการดำเนินงานขององค์การจากจำนวนนวัตกรรมที่องค์การสร้างสรรค์ขึ้น เช่น งานวิจัยของ Lopez, Peon and Ordas (2005: abstract) ที่เชื่อมโยงให้เห็นว่า นวัตกรรมในองค์การที่เกิดจากการเรียนรู้ในองค์การ (Organizational Learning) เป็นปัจจัยที่กำหนดผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ความสามารถขององค์การในการผลิตสินค้า และบริการได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และตลาดได้เร็วกว่าและมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่งจะอยู่ในตำแหน่งที่ดีกว่าในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Prahalad and Hamel, 1990: 790; Amit and Schoemaker, 1993: 41; Calantone, Vickery and Droge, 1995: 218) ความได้เปรียบดังกล่าวสามารถเพิ่มพูนขึ้นได้จากความรู้และทักษะด้านเทคนิคและประสบการณ์ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ งานวิจัยของ Alegre, Lapiedra and Chiva (2006: 333–334) ได้สร้างกรอบแนวคิดและพัฒนามาตรวัดที่เชื่อถือได้ สำหรับมิติหลัก 2 มิติของนวัตกรรม คือ ระดับความสำเร็จของนวัตกรรม (Innovation Efficacy) และความพยายามที่จะทำให้บรรลุระดับความสำเร็จ (Innovation Efficiency) ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นผลในทิศทางบวกที่เชื่อมโยงระหว่าง ผลของนวัตกรรม (Innovation Performance) และผลการดำเนินงานของบริษัท (Firm Performance)

แม้ว่าการวัดผลของนวัตกรรมจะสามารถทำนายผลการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี แต่ในการวิจัยด้านบริหารส่วนใหญ่ ผลการดำเนินงานของบริษัทจะถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรตามใน

การศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ ขณะที่ผลของนวัตกรรมมักถูกพิจารณาว่าเป็นตัวแปรแทรก (Intermediate Variable) ระหว่างกระบวนการทำธุรกิจและผลการดำเนินงานโดยทั่วไป ซึ่งจะสามารถทำให้เห็นภาพของการปฏิบัติและผลกระทบที่เกิดขึ้นในบริษัทได้ดีกว่า (Tidd, Bessant and Pavitt, 1997: 71)

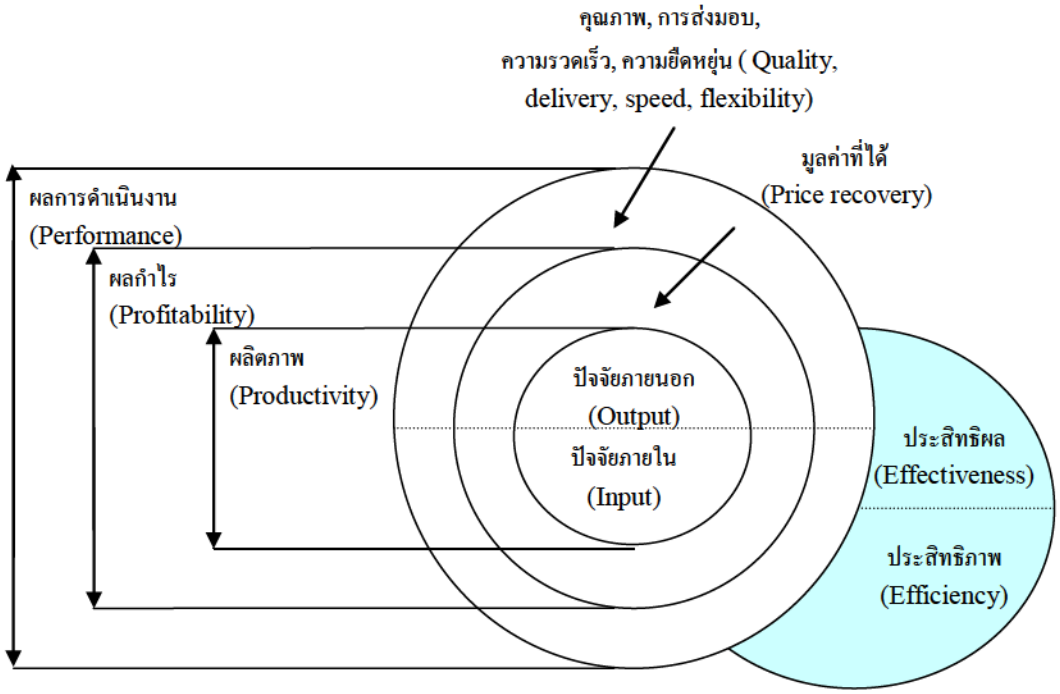
ได้มีความพยายามเชื่อมโยงให้เห็นถึงการบริหารคุณภาพต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยงานวิจัยของ Terziovski and Samson (1999: abstract, 233) ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจกับบริษัท 3,000 แห่งในออสเตรเลียและ 1,000 ในนิวซีแลนด์ในปี 1994 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมา 962 แห่งและ 379 แห่งจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ตามลำดับ เป็นทั้งบริษัทขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ พบว่าบริษัทสามารถมีผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ความพึงพอใจของลูกค้า และผลการดำเนินธุรกิจที่ดีกว่า เมื่อมีการบริหารจัดการคุณภาพมาใช้ภายในองค์การ การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการจึงเป็นพื้นฐานของความสำเร็จ แต่คุณภาพเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถส่งเสริมผลการดำเนินงานทางด้านการเงินได้เพียงพอ (Adam et al., 1997: 869) โดยเฉพาะบริษัทขนาดเล็กที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทขนาดใหญ่ บริษัทขนาดกลางและเล็ก ต้องเผชิญกับสิ่งท้าทายมากมาย เช่น การมีทรัพยากรจำกัด ขาดประสบการณ์ในการทำวิจัยการตลาดและศึกษาตำแหน่งทางการตลาด (Segmentation Studies) เจ้าของกิจการขาดทักษะด้านการตลาดและไม่ชำนาญ ตลอดจนการมีข้อจำกัดด้านตลาดในการขายสินค้าและบริการเฉพาะในธุรกิจที่ตนเองดำเนินการอยู่ (Carson, 1990: 10) แต่สิ่งที่ท้าทายมากที่สุดคือ ทรัพยากรด้านการเงินภายในองค์การ และ อุปสรรคในการหาแหล่งเงินทุนจากภายนอก ตลอดจนกฎระเบียบที่เข้มงวดของรัฐบาล แม้ว่าจะมีงานวิจัยหลายงานเกี่ยวกับ SMEs (Small and Medium Enterprises) ในประเทศจีน (Tang, Wang and Zhang, 2007: 120) ที่เน้นอิทธิพลของกลยุทธ์การตลาด และสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งถือเป็นตัวแปรจากทั้งภายในและภายนอกองค์การ แต่งานวิจัยที่ผ่านมาเสนอว่ายังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อตัวแปรตามคือ ผลการดำเนินงานขององค์การ เช่น คุณลักษณะของบริษัท (Firm Characteristics) การควบคุมตัวแปรเหล่านี้จะทำให้การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยมีความเข้มแข็งขึ้น

จะเห็นได้ว่า การวัดผลการดำเนินงานเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจอย่างมาก และนักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของกิจการ ในการวัดผลการดำเนินงานขององค์การ โดยเปรียบเทียบกับระดับความคาดหวังของตนเองหรือเทียบกับคู่แข่งหลัก (Brooksbank, Kirby and Wright, 1992: 228; Pelham and Wilson, 1996: 28) นักวิจัยบางส่วนอาจพยายามใช้ประโยชน์จากการวัดข้อมูลเชิงวัตถุวิสัย (Objectivity) เช่น ผลกำไร ยอดส่งออก ยอดขายทั้งหมด การวัดผลิตภาพ (Productivity) ประสิทธิภาพในการบำรุงรักษา การส่ง

มอบทันเวลา ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและคุณภาพของสินค้าและบริการ (Lind, Sepulveda and Nunez, 2000: 37–39) อย่างไรก็ตาม นักวิจัยส่วนใหญ่ยังนิยมและคงใช้การวัดข้อมูลเชิงจิตวิสัย (Subjectivity) โดยให้เหตุผลว่า ยากในการที่จะได้มาซึ่งข้อมูลของผลการดำเนินงานที่เป็นวัตถุวิสัย ผลการดำเนินงานที่เป็นข้อมูลดิบมักถูกเปลี่ยนรูปโดยปัจจัยเฉพาะของอุตสาหกรรมนั้น ดังนั้น อาจไม่เหมาะสมที่จะใช้ข้อมูลสำหรับเปรียบเทียบข้ามอุตสาหกรรม ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงมีข้อเสนอแนะว่า การวัดเชิงวัตถุวิสัยควรนำมาใช้ ถ้าผลกระทบด้านอุตสาหกรรมสามารถควบคุมได้ (Fiorito and Laforge, 1986: 9)

ในการทำวิจัยที่ศึกษาบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีทรัพยากรจำกัด จึงจำเป็นต้องใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากตัวบ่งชี้ด้านผลการดำเนินงานที่สำคัญจริง ๆ ที่สุดเท่านั้น และถ้าทำได้ควรวัดข้อมูลทั้งเชิงวัตถุวิสัยและจิตวิสัย เพื่อให้ครอบคลุมทุกด้านของการวัด (Hvolby and Thorstenson, 2001: 1144–1145)

เมื่อพิจารณาบริบทของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือรับซื้อของเก่าซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดทางด้านข้อมูลเกี่ยวกับการเงิน การตลาด ข้อมูลลูกค้า และความสัมพันธ์เกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ชัดเจน การวัดผลการดำเนินงานตามความคิด The Balance Scorecard ที่วัดทั้ง 4 มิติ ดังกล่าวมาแล้วนั้น อาจไม่เหมาะสม ขณะที่การวัดข้อมูลเชิงวัตถุวิสัยที่เกี่ยวกับข้อมูลด้านการเงิน เช่น ระยะเวลาในการคืนทุน (Return on Investment) ไม่สามารถทำได้ มีเพียงตัวเลขร้อยละของผลกำไรที่สามารถได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง และเพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดในการวัดปัจจัยสำคัญที่อาจนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จขององค์การ ดังที่ Tangen (2005: 43-44) กล่าว ผู้วิจัยจึงได้ประยุกต์แบบจำลอง “3P” (The Triple–P Model) ของ Tangen ที่ให้ความหมายของผลของการดำเนินงานว่าหมายถึงผลที่ได้จากการวัดผลิตภาพ (Productivity) ในการดำเนินงานขององค์การ ผลกำไร (Profit) ขององค์การตลอดจนปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับต้นทุน เช่น คุณภาพ การส่งมอบ ความรวดเร็ว และความยืดหยุ่น มาใช้เพื่อวัดผลการดำเนินงานขององค์การในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบบจำลอง “3P” ของ Tangen ดังเสนอในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 แบบจำลอง The Triple-P Model (3P)

แหล่งที่มา: Tangen, 2005: 43–44.

3.2 กลยุทธ์กับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกขององค์การ

การกำหนดกลยุทธ์ที่ดีขององค์การ ไม่ควรถูกพัฒนาภายใต้เงื่อนไขของสภาวการณ์ที่เป็นสุญญากาศ หรือปราศจากผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมภายนอกโดยสิ้นเชิง (Dess et al., 2007: 41) แต่กลยุทธ์ที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกของธุรกิจได้ (The External Business Environment) ดังจะเห็นจากการศึกษาวิจัยด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์จะเสนอแนะให้องค์การค้นหากลยุทธ์ที่เหมาะสม (A Strategic Fit) จากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกซึ่งจะทำให้ผู้บริหารมองเห็นโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ขณะเดียวกันองค์การจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในองค์การเพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) ของตนเอง ดังนั้น เมื่อเราพิจารณาที่มาของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนของธุรกิจ ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่พัฒนาโดย Porter (1980: 76) จึงได้รับความนิยมมากที่สุดในขณะนั้นมาจนถึงในปัจจุบัน โดย Porter มีคำถามหลักของเขาว่า “ธุรกิจจะทำอย่างไรให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง” (“How will a firm able to get a competitive advantage over its competitors?”)

ถ้าเราพิจารณาจากทฤษฎีโครงสร้างอุตสาหกรรม (The Theory of Industrial Organization) ของ Mason (1949: 153) และ Bain (1968: 26) จะพบว่ากรอบแนวคิดของ Porter หลัก ๆ แล้วก็อยู่บนพื้นฐานของกระบวนทัศน์นี้ด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการแข่งขันที่เหมาะสมในอุตสาหกรรมที่ธุรกิจดำเนินงานอยู่ โดย Porter (1980: 111; 1985: 79) ได้เสนอแบบจำลองพลังผลักดันทั้งห้า (Five–Forces Model) ซึ่งมี 5 ระดับ ได้แก่

1. อุปสรรคจากการเข้ามาของคู่แข่งขันรายใหม่ (The Threat of New Entrants)
2. อำนาจต่อรองของลูกค้า (The Bargaining Power of Buyers)
3. อำนาจต่อรองของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Suppliers)
4. อุปสรรคจากการมีสินค้าและบริการทดแทน (The Threats of Substitute Products and Services)
5. จำนวนคู่แข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (The Intensity of Rivalry Among Competitors in an Industry)

แต่ละพลัง (Forces) จะมีผลต่อความสามารถขององค์การที่จะแข่งขันในตลาดและเป็นการกำหนดศักยภาพในการทำกำไรของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น ๆ จากการศึกษาเชิงประจักษ์หลายครั้งพบว่า “Five–Forces Model” ล้มเหลวในการสนับสนุนความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างอุตสาหกรรม (Industrial structure) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm’s Performance) โดยหลายการวิจัยแนะนำว่าทรัพยากรภายในองค์การ (Internal Resources) ต่างหาก มิใช่สิ่งแวดล้อมภายนอกที่อยู่รอบองค์การที่เป็นแหล่งพื้นฐานของความแตกต่างของผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผลการศึกษาเหล่านี้นำไปสู่การเติบโตของผลงานวิจัยที่นำเอา RBV ที่เป็นทฤษฎีหนึ่งในทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์มาอธิบายความแตกต่าง โดยเน้นไปที่ความหลากหลายของทรัพยากร (Resource Heterogeneity) อันเป็นแห่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนของธุรกิจ (Tokuda, 2005: 128)

ระหว่างคริสต์ศตวรรษ 1980s พื้นฐานของการสร้างกลยุทธ์คือการมองปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาสและอุปสรรค แต่ในมุมมองของเศรษฐศาสตร์แนวใหม่ เสนอว่ากลยุทธ์ถูกสร้างจากปัจจัยภายในก่อนแล้วจึงค่อยพิจารณาปัจจัยภายนอก กล่าวคือ ผู้บริหารที่เป็นผู้กำหนดกลยุทธ์จะต้องวิเคราะห์ว่าองค์การมีทรัพยากรและความสามารถใดบ้าง แล้วจึงตัดสินใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและพยายามทำให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยใช้ทรัพยากรและความสามารถที่มีอยู่เหล่านั้นอย่างเต็มความสามารถ ดังนั้น ทรัพยากรและความสามารถขององค์การจึงเป็นศูนย์กลางของการพิจารณาที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ (Pesic, 2007: 200)

Wernerfelt (1984: 171) กล่าวว่า ทรัพยากรและสินค้าเหมือนกับเหรียญสองด้าน สินค้าส่วนใหญ่ต้องใช้ทรัพยากรที่หลากหลายในการผลิต ขณะที่ทรัพยากรส่วนใหญ่ สามารถถูกนำไปใช้ในการผลิตสินค้าได้หลากหลายชนิดเช่นกัน กลยุทธ์ขององค์การที่ถูกสร้างขึ้นจึงขึ้นอยู่กับ

ตำแหน่งของทรัพยากร (Resource Positions) อันหมายถึงจุดแข็งและจุดอ่อนในองค์การ เช่นเดียวกับแนวคิด RBV หรือ ขึ้นอยู่กับตำแหน่งของสินค้าในตลาด (Product–Market Positions) ซึ่งหมายถึงโอกาสและอุปสรรคในตลาด เช่นเดียวกับแนวคิด Industrial Organization (IO) หรือขึ้นอยู่กับทั้งสองอย่างซึ่งก็คือ การทำ SWOT Analysis หลักการของ RBV นิยมทรัพยากรและความสามารถขององค์การที่มีอยู่ ขณะที่ IO นิยมในเรื่องลักษณะโครงสร้างอุตสาหกรรม นอกจากนี้ RBV เสนอว่าความสามารถขององค์การเป็นเรื่องหลักสำหรับความสำเร็จ ขณะที่ IO จะเน้นการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จมากกว่า สรุปมุมมองที่แตกต่างกันของ RBV และ IO โดยดูจากปัจจัยต่าง ๆ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 Resource–Based View เปรียบเทียบกับ Industrial Organization

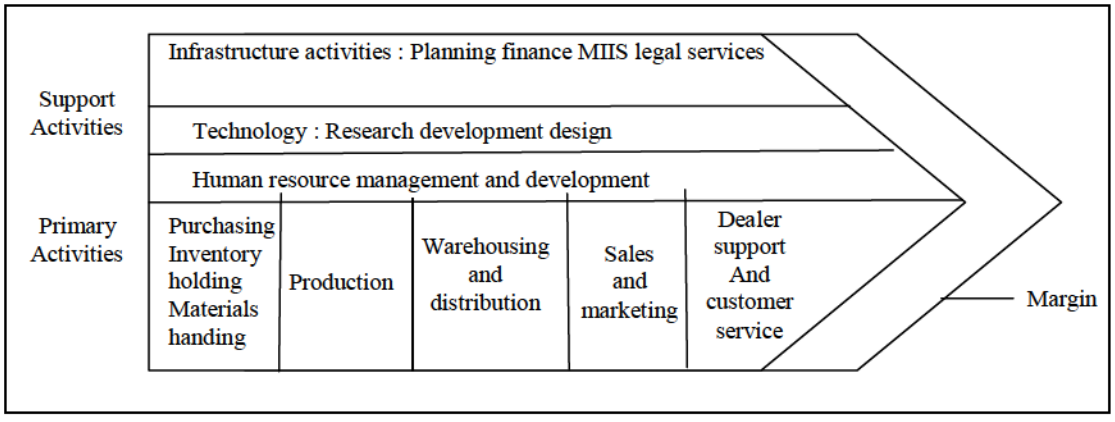
ปัจจัย (Factor)	Industrial Organization (IO)	Resource–Based View (RBV)
ความได้เปรียบในการแข่งขัน	ตำแหน่งในอุตสาหกรรม	การครอบครองทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์และมีความสามารถไม่เหมือนใคร
การกำหนดความสามารถในการทำกำไร	ลักษณะอุตสาหกรรมและตำแหน่งขององค์การในตลาด	ชนิด จำนวน ลักษณะของทรัพยากรขององค์การ
ระดับการวิเคราะห์	สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์การ	สิ่งแวดล้อมภายในองค์การ
ความสนใจหลัก	สภาพการแข่งขัน	ความสามารถขององค์การ

แหล่งที่มา: ปรับจาก Wernerfelt, 1984: 171.

ในการศึกษาวิจัยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน สภาพแวดล้อมภายนอกที่องค์การต้องเผชิญอาจคาดเดาได้ว่ามีความไม่แตกต่างกันมากนัก หรือปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานอาจคล้ายคลึงกัน ดังนั้นการมุ่งเน้น (Focus) ลึกลงไปเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์การที่มีผลต่อการบริหาร น่าจะมีความเหมาะสมและชัดเจนกว่า เพื่อป้องกันผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่อาจมีผลต่อข้อค้นพบในงานวิจัย ผู้วิจัยจึงทำการสำรวจสภาพแวดล้อมภายนอกโดยตั้งข้อคำถามบนพื้นฐานแนวคิด “Five–Forces Model” ของ Porter ไว้ด้วย เพื่อศึกษาว่าสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นการป้องกันข้อโต้แย้งต่อผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาปัจจัยภายในองค์การเป็นหลักในครั้งนี้

3.3 กลยุทธ์กับการประเมินสิ่งแวดล้อมภายในขององค์การ

การที่บริษัท 2 บริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เผชิญสภาวะแวดล้อมภายนอกแบบเดียวกัน และอาจมีจุดแข็งด้านหน้าที่ของงาน (Functional Areas) ที่คล้ายกัน แต่จะมีเพียงไม่กี่บริษัทที่มีผลการดำเนินงานดีกว่าบริษัทอื่น โดยมีผลตอบแทนสูงกว่าเป็นระยะเวลานาน อะไรเป็นสาเหตุของความแตกต่างนี้ Dess et al. (2007: 77) เสนอว่าผู้บริหารควรมีความสามารถในการประเมินสิ่งแวดล้อมภายในองค์การเพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์การ เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและแม่นยำต่อการแข่งขันกับคู่แข่งที่เผชิญอยู่ กรอบแนวคิดที่สำคัญและเป็นที่รู้จักดีในหมู่นักวิชาการด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การได้แก่ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value–Chain Analysis) ของ Porter (1985: 69) และมุมมองของทรัพยากรพื้นฐาน (Resource–Based View) ที่ถูกนำเสนอโดยนักวิชาการหลายท่าน (Wernerfelt, 1984; Rumelt, 1984; Barney, 1991; Grant, 1991; Oliver, 1997) โดยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าขององค์การเป็นการพิจารณาองค์การในฐานะที่เป็นกระบวนการของกิจกรรมสร้างคุณค่า (Process of Value–Creating Activities) ภายในองค์การ ซึ่งคุณค่า (Value) หมายถึงราคาที่ลูกค้ายินดีจ่ายให้กับสินค้าหรือบริการที่บริษัทจัดหาให้ การสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าได้เกินกว่าต้นทุนการผลิตคือผลตอบแทนหรือผลกำไรที่องค์การได้รับ ซึ่งเป็นแนวคิดหลักในการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจ (Porter, 1985: 69; Dess et al., 2007: 78) โดย Porter ได้อธิบายประเภทของกิจกรรม 2 ประเภทที่ต่างกันคือ ประเภทที่หนึ่งประกอบด้วยกิจกรรมพื้นฐาน 5 กิจกรรม (Five Primary Activities) และประเภทที่สองประกอบด้วย 3 กิจกรรมสนับสนุน (Three Support Activities) ดังภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 ห่วงโซ่คุณค่าที่พัฒนาโดย Porter (The Generic Value Chain Developed by Porter)
แหล่งที่มา: Porter, 1985: 69.

ประเภทที่หนึ่ง มี 5 กิจกรรมพื้นฐาน ได้แก่ 1. การจัดซื้อ จัดเก็บสินค้า และการจัดการวัตถุดิบ (Purchasing, Inventory Holding, Materials Handling) 2. การผลิต (Production) 3. การจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้า (Warehousing and Distribution) 4. การขายและการตลาด (Sales and Marketing) และ 5. การสนับสนุนตัวแทนจำหน่ายและการบริการลูกค้า (Dealer Support and Customer Service) ทั้ง 5 กิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมหลักที่ทุกองค์การส่วนใหญ่ควรมี

ประเภทที่สอง มี 3 กิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ 1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนา (Human Resource Management and Development) 2. การจัดการด้านเทคโนโลยีวิจัย พัฒนา และออกแบบ (Technology, Research, Development, Design) และ 3. การจัดการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การวางแผน การเงิน การบริหารสารสนเทศ การบริการด้านกฎระเบียบ (Infrastructure Activities: Planning, Finance, MIS, Legal services) ทั้ง 3 กิจกรรมสนับสนุนเป็นตัวช่วยส่งเสริม 5 กิจกรรมพื้นฐานให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย

เพื่อให้เข้าใจโดยทั่วถึงว่าคุณค่าถูกสร้างขึ้นในองค์การได้อย่างไร ผู้บริหารต้องทราบว่าจะสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในองค์การที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิตและป้อนวัตถุดิบให้องค์การ (Suppliers) ลูกค้า (Customers) และคู่ค้า (Alliance partners) กับองค์การได้อย่างไรก่อน ซึ่งคือการพิจารณา ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และช่องทางการกระจายสินค้า (Distribution Channel) ที่องค์การเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยนั่นเอง (Dyer, 1996: 282)

ห่วงโซ่คุณค่าขององค์การจึงเป็นชุดของกิจกรรมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การพัฒนาสินค้า การทำการตลาดของสินค้าและบริการ ซึ่งในแต่ละขั้นตอนของกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรในองค์การ และความสามารถขององค์การที่แตกต่างหลากหลาย เพราะแต่ละองค์การย่อมมีทางเลือกของตนเองในการสร้างห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งท้ายที่สุดผลลัพธ์ที่ได้คือ การมีทรัพยากรภายในองค์การและความสามารถที่โดดเด่นแตกต่างกันไป (Barney and Hesterly, 2006: 83) นี่คือจุดเชื่อมโยงของการใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เพื่อค้นหาทรัพยากรและความสามารถขององค์การที่มีคุณค่า อันเป็นพื้นฐานสำคัญของ RBV ช่วงต่อไปจะกล่าวถึง RBV ที่มีบทบาทต่อการประเมินสิ่งแวดล้อมภายในองค์การ อันนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การที่ยั่งยืนได้อย่างไร

3.4 มุมมองของทรัพยากรพื้นฐานขององค์การ

Collis and Montgomery (1995: 123) กล่าวว่า แนวคิดเรื่อง RBV ประกอบไปด้วยมุมมอง 2 เรื่องใหญ่ ๆ คือ

1. การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ภายในขององค์การ (The Internal Analysis of Phenomena within a Company)

2. การวิเคราะห์ภายนอกของอุตสาหกรรม และสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ๆ (An External Analysis of the Industry and it's Competitive Environment)

RBV จึงก้าวไปไกลกว่าการทำ SWOT Analysis แบบดั้งเดิม โดยการบูรณาการภาพรวมภายนอกและภายในเข้าด้วยกัน RBV มองว่าการทำให้องค์การไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันไม่สามารถวัดได้จากการพิจารณาบริบทของการแข่งขันเพียงอย่างเดียว แต่ต้องพิจารณาว่าคุณสมบัติของทรัพยากรที่องค์การมีอยู่ว่ามีคุณค่า (Value) หายาก (Rare) ไม่สามารถทดแทนได้ง่าย (Difficult to Substitute) และยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ (Difficult to Imitate) มิฉะนั้นองค์การจะสามารถแข่งขันได้เพียงชั่วคราว (Barney, 1991: 99) ดังนั้น RBV จึงเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้วิเคราะห์เชิงลึกว่า ทำไมบางองค์การจึงสามารถทำกำไรได้มากกว่าองค์การอื่น (Dess et al., 2007: 90) ซึ่งสอดคล้องกับ Wernerfelt (1984: 172) ที่กล่าวว่าทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่เป็นพื้นฐานในการกำหนดผลการดำเนินงานขององค์การ อันนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนของธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรในความคิดของ Barney (1991: 103) ในงานของเขาครั้งแรก หมายถึง ทรัพย์สิน (Assets) ความสามารถ (Capabilities) กระบวนการขององค์การ (Organizational Processes) คุณลักษณะของธุรกิจ (Firm Attributes) ข้อมูล (Information) ความรู้ (Knowledge) ที่ถูกควบคุมโดยองค์การ และองค์การนำไปใช้ในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ของผลการดำเนินงาน ซึ่งใน 10 ปีต่อมา Barney, Wright and Ketchen (2001: 625) ได้เขียนบทความเรื่อง "Resource–Based View of the Firm" อีกครั้ง โดยในบทความนี้ Barney อธิบายว่าความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการผลักดันจากทรัพยากรและความสามารถขององค์การที่มีคุณสมบัติ 4 ประการดังกล่าวแล้วนั้น องค์การยังควรพิจารณาทรัพยากรและความสามารถขององค์การ ในลักษณะที่เป็นทรัพย์สินที่จับต้องได้ และทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ (Tangible and Intangible Assets) รวมถึงทักษะในการบริหารขององค์การ กระบวนการและงานประจำในองค์การและข้อมูลความรู้ที่มีอยู่ด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากร (Resources) และความสามารถ (Competences, Capabilities) ไม่ใช่แนวคิดที่ใหม่ทีเดียว งานของ Penrose ในปี ค.ศ. 1959 ถือเป็นผู้เริ่มต้นเกี่ยวกับทฤษฎีการเติบโตของบริษัท (Theory of the Growth of the Firm) อันเป็นวิวัฒนาการ

ของทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ (Nelson and Winter, 1982: 14) และความสามารถในการปฏิบัติงานเชิงพลวัตร (Dynamic Capabilities) (Teece, Pisano and Shuen, 1997: 511) ล้วนมุ่งให้ความสำคัญกับทรัพยากรที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ภายในองค์การว่าเป็นพื้นฐานของความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Prahalad and Hamel, 1990: 790) ผลงานของ Penrose (1959: 24) เกี่ยวกับทฤษฎีการเติบโตของบริษัทถือว่าเป็นผลงานที่ถูกอ้างถึงมากที่สุด โดย Penrose ได้กล่าวถึง RBV ในงานด้านเศรษฐศาสตร์ของเขาว่า

> บริษัทเป็นมากกว่าหน่วยบริหาร เพราะบริษัทคือ ที่รวบรวมทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ อำนาจในการใช้ทรัพยากรเหล่านั้น ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของผู้ใช้และระยะเวลาในการกำหนดการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร เมื่อเรากล่าวถึงบทบาทของบริษัทธุรกิจเอกชนโดยทั่วไป ขนาดของบริษัทจึงเป็นตัววัดที่ดี โดยดูจากทรัพยากรที่บริษัทครอบครองอยู่ และ ทรัพยากรถูกนำมาใช้ประโยชน์มากน้อยเพียงใด

Fahy and Smithee (1999: 1-3) ชี้ให้เห็นประโยชน์ของ RBV ที่มีต่อวงการวิชาการในประเด็นของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยงานของพวกเขาได้แสดงขั้นตอนการพัฒนา RBV จากจุดเริ่มต้นที่มาจากแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์เรื่องการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competition) ผ่านขั้นตอนการวิวัฒนาการด้านการศึกษาของนักวิชาการทางเศรษฐศาสตร์หลายท่านที่ได้อุทิศเวลาศึกษาเรื่องของกลยุทธ์และการตลาดตลอด 20 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในยุคแรก ๆ นักเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม (Industrial Economist) นิยมนำ RBV ไปใช้ในวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์ตั้งแต่กลางทศวรรษ 1980s RBV ยังมีอิทธิพลต่องานด้านการตลาดในปัจจุบันด้วย เช่น งานของ Day (1994: 39-43) ที่กล่าวถึง RBV ในแง่ของความสามารถทางการตลาด (Marketing Capabilities) และงานของ Hunt and Morgan (1996: 109-111) ที่เชื่อมโยง RBV กับความสามารถในการแข่งขัน และ RBV ยังถูกนำไปใช้ในงานของ Graham, Shipley, Fahy, Cox, Beracs and Kolos (1996: 685-687) ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดสากล งานเกี่ยวกับ RBV ส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นในเรื่องของธรรมชาติขององค์การต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยมีฐานคติว่า การที่องค์การสามารถครอบครองทรัพยากรสำคัญที่มีลักษณะคือ มีคุณค่า (Value) ยากต่อการลอกเลียนแบบ (Barriers to Duplication) และมีความเหมาะสม (Appropriability) ความได้เปรียบในการแข่งขันจะเกิดขึ้นต่อเมื่อองค์การสามารถใช้ประโยชน์ทรัพยากรเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในอันที่จะก่อให้เกิดสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Fahy and Smithee, 1999: 13)

ตัวอย่างงานศึกษาที่สำคัญอีกผลงานหนึ่งคือ งานของ Prahalad and Hamel (1990: 791) ที่ศึกษาบริษัทยักษ์ใหญ่ เช่น Canon Honda และ 3M ในการเติบโตที่รวดเร็วและประสบความสำเร็จ ผลของการศึกษาจะมุ่งไปที่ความสามารถ (Competences and Capabilities) ที่ระดับองค์การ โดยมีรายละเอียดเพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับทรัพยากรที่องค์การต้องพึ่งพา หรือมีความจำเป็นต้องได้มา ในความเป็นจริงแล้วผลการศึกษาเชิงประจักษ์จึงยังคงมีน้อยที่เกี่ยวข้องกับ RBV ในความคิดของ Fahy and Smithee (1999: 4) RBV ที่จะนำมาใช้ด้านกลยุทธ์การตลาดจึงเป็นเรื่องสำคัญ 3 ประการคือ

1. เป็นทางเลือกเชิงกลยุทธ์ (Strategic Choice)
2. เป็นการกระตุ้นการบริหารงานขององค์การ โดยระบุงานที่สำคัญที่ต้องปฏิบัติ
3. เป็นการพัฒนาและดึงเอาทรัพยากรที่สำคัญมาสร้างผลตอบแทนที่สูงที่สุด

ขณะที่ Wernerfelt (1984: 171) ได้พยายามพัฒนาเครื่องมือด้านเศรษฐกิจอย่างง่ายสำหรับวิเคราะห์ตำแหน่งของทรัพยากรในองค์การที่ควรจะเป็น เพื่อมองหาทางเลือกเชิงกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ ซึ่งสามารถนำไปใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผลกำไรที่องค์การได้รับจากทรัพยากรที่องค์การมีอยู่ ตลอดจนหาหนทางในการบริหารทรัพยากรขององค์การในระยะยาว ทรัพยากรในความหมายของ Wernerfelt จึงหมายถึงสิ่งที่เป็นทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์การ เป็นทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น ที่ดิน โรงงาน ทุน เครื่องจักร และจับต้องไม่ได้ เช่น ยี่ห้อ ความรู้ด้านเทคโนโลยี ทักษะของพนักงาน เป็นต้น สิ่งที่องค์การต้องทำคือการสร้างสถานการณ์ที่ทำให้ตำแหน่งของทรัพยากรที่ตนเองมี ส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมที่จะกีดกันให้คู่แข่งยากที่จะตามทัน งานของ Wernerfelt ในปี 1984 จึงถือเป็นการจุดประกายให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรในองค์การตามมาของนักวิชาการหลายท่าน จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1994 ผลงานทางวิชาการของ Wernerfelt ที่เขียนขึ้นในปี ค.ศ. 1984 ได้รับรางวัลบทความที่ดีที่สุดด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Fahy and Smithee, 1999: 3)

หลักการ RBV ที่เป็นส่วนสำคัญของการบริหารเชิงกลยุทธ์เพราะเกี่ยวข้องกับทรัพยากรและความสามารถขององค์การ ในการก่อให้เกิดผลกำไรและความได้เปรียบในการแข่งขัน (Oliver, 1997: 697–713) ได้ถูกนำมาใช้บูรณาการร่วมกับทฤษฎีอื่น ๆ อย่างได้ผล เช่น งานของ Pesic (2007: abstract) ที่เขียนเกี่ยวกับ RBV เพื่อความสามารถในการแข่งขันโดยเฉพาะในสภาวการณ์ที่เป็นพลวัตร Pesic อ้างว่า RBV ชี้ให้เห็นความสำคัญของทรัพยากร และความสามารถเชิงบริหาร แต่ยังคงไม่ชัดเจนเพียงพอที่จะบ่งบอกถึงคุณค่าในองค์การซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการ (Processes) เครือข่ายแบบไม่เป็นทางการ (Informal Networks) และ การสื่อสาร (Communication) จึงควรเสริมด้วยหลักของ Six Sigma เพื่อให้สามารถอธิบายความรวดเร็วและคุณภาพของการดำเนินงานได้ดียิ่งขึ้น คุณูปการของ RBV จึงหมายถึงการนำมาอธิบาย

เชื่อมโยงควบคู่กับแนวคิดทฤษฎีบริหารอื่น ๆ ได้อีกด้วย โดยที่ Penrose (1959: 24–25) กล่าวว่า ความสำคัญของการสร้างกลยุทธ์คือการออกแบบกลยุทธ์ที่สามารถใช้ทรัพยากร และความ สามารถที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด แต่ไม่ใช่ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยนำเข้าในกระบวนการผลิต นั่นคือการบริการที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการสร้างบริการให้สนองต่อความต้องการของลูกค้า

กลุ่มของทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเติบโตของธุรกิจ Penrose ได้เสนอทฤษฎีของการบริหารทรัพยากรขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างโอกาสและการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Penrose ได้ให้คำอธิบายเชิงตรรกะที่เชื่อมโยงเหตุและผลระหว่าง ทรัพยากร ความสามารถ และความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ 3 ประการคือ

ประการที่หนึ่ง องค์การสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) ไม่ใช่เพราะการครอบครองทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด แต่เนื่องจากประสิทธิภาพ และการมีความคิดสร้างสรรค์ด้านการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเหล่านั้น (Mahoney, 1995: 98) กล่าวคือ เมื่อให้จำนวนทรัพยากรที่มีจำกัดเหมือนกัน บริการที่เกิดขึ้นจากทรัพยากรเหล่านั้นจะแตกต่างขึ้นกับการใช้ประโยชน์ของตัวทรัพยากรเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความแตกต่างในการสร้างโอกาส และผลการดำเนินงานทางการเงิน (Penrose, 1959: 78)

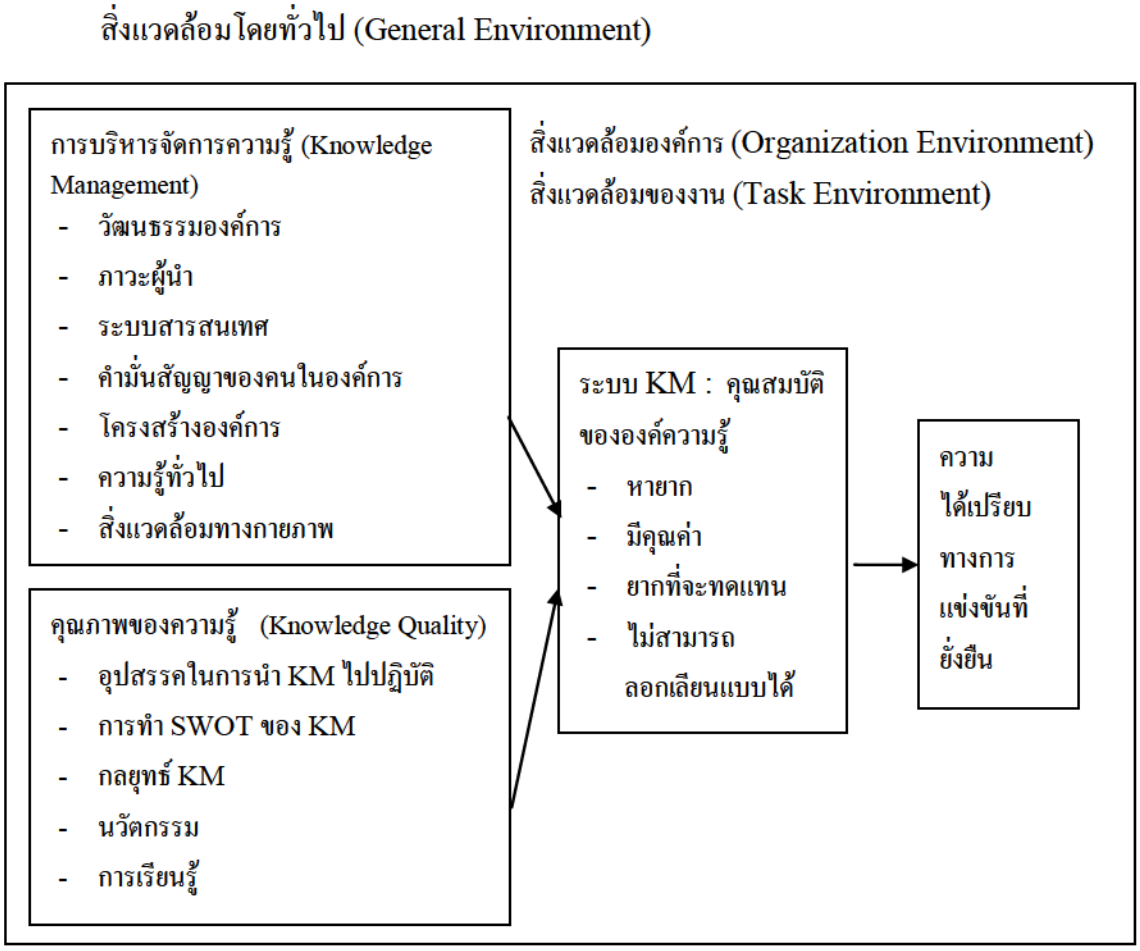
ประการที่สอง องค์การ โดยเฉพาะผู้จัดการต้องสามารถเชื่อมโยงทรัพยากรและการเกิดโอกาส เพื่อกระตุ้นนวัตกรรมและการเติบโตขององค์การ ถือเป็นหน้าที่ของผู้จัดการที่จะส่งเสริมความ สัมพันธ์ของทรัพยากรไปสู่ความสามารถขององค์การที่เป็นพลวัตร เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรม และสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Penrose, 1959: 85)

ประการที่สาม ตัวขับเคลื่อนอัตราและทิศทางของการเติบโตขององค์การ เกิดจากความสามารถทางการบริหารและพรสวรรค์ด้านเทคนิค การขาดความสามารถเป็นเหมือนอุปสรรคต่ออัตราการเติบโตขององค์การในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พื้นฐานความรู้ในปัจจุบันและคุณสมบัติของทรัพยากรที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ เป็นตัวกำหนดทิศทางในการเติบโตขององค์การ ดังนั้น การมองข้ามปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดเหล่านี้ จะส่งผลถึงประสิทธิผล และ การสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขัน

งานของ Penrose ดังกล่าวจึงสร้างคุณประโยชน์แก่องค์ความรู้ด้านความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นอย่างมากโดย Penrose ย้ำถึงความสำคัญในการบำรุงรักษาทรัพยากรและความสามารถขององค์การอย่างต่อเนื่อง และ พัฒนาองค์ความรู้ที่ช่วยปกป้องความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ

การบูรณาการ RBV กับทฤษฎีต่อมาที่มักพบบ่อยครั้งคือการเชื่อม RBV กับการบริหารจัดการความรู้ (Knowledge Management) เพื่อสร้างความเปรียบในการแข่งขัน (Halawi, Aronson and McCarthy, 2005: abstract) ขณะที่ RBV กำหนดว่าทรัพย์สินเชิงกลยุทธ์จะต้อง

มีลักษณะหายาก มีคุณค่า ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ และไม่สามารถทดแทนได้ด้วยทรัพยากรอื่น ความรู้ (Knowledge) เป็นเหมือนทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การ Halawi et al. (2005: 81) จึงสร้างแบบจำลองที่มาอธิบายว่าการจัดการความรู้สามารถใช้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างไรในมุมมองของ RBVขององค์การ ดังภาพที่ 3.3



ภาพที่ 3.3 แบบจำลองการวิจัย เรื่อง Resource–Based View of Knowledge Management for Competitive Advantage.

แหล่งที่มา: Halawi, Aronson and McCarthy, 2005: 81.

ตามคำอธิบายของ Barney (1991: 102) ที่ระบุว่า องค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ก็ต่อเมื่อองค์การสามารถนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้แตกต่างจากที่คู่แข่งปฏิบัติอยู่ ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งที่สะท้อนได้จากผลการดำเนินงานที่องค์การสามารถทำได้โดยที่คู่แข่งไม่สามารถตามทัน แต่เนื่องจากการบริหารไม่ได้เป็นปัจจัยที่คงที่ องค์การเติบโตขึ้นจึงไม่ใช่แค่เพื่อสร้างผลกำไรสูงสุด แต่เพื่อให้ได้มาซึ่งโอกาสที่มากขึ้น ผลกำไรในทฤษฎีของ

พวกนีโอคลาสสิค (Neoclassic) จึงหมายถึงพฤติกรรมของการบริโภคที่เป็นแรงจูงใจให้องค์การขยายขนาด และถ้าประสบผลสำเร็จ ผลที่ตามมาคือกำไรในระยะยาว (Pitelis and Pseiridis, 1999: 227) ทั้งนี้ ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์บางทฤษฎี เช่น Transaction cost economics (TCE) ยังคงเป็นปัญหาในการใช้อธิบายธรรมชาติขององค์การ นักวิชาการจึงใช้ RBV มาช่วยอธิบายปรากฏการณ์และวิเคราะห์องค์การได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังมีงานเขียนของ Oliver (1997: 697) ที่แสดงให้เห็นว่าการร่วมกันของมุมมองด้านสถาบัน (Institutional Perspective) และ RBV จะสามารถนำไปสู่การสร้างแบบจำลองความสามารถในการแข่งขันที่สมบูรณ์กว่าการใช้แนวคิดใดแนวคิดหนึ่ง Oliver เสนอว่าบริบทและกระบวนการของการคัดเลือกทรัพยากรมีอิทธิพลต่อความหลากหลายขององค์การ (Firm Heterogeneity) และความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน แต่ยังมีข้อถกเถียงที่ว่าความได้เปรียบที่ยั่งยืนขององค์การขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะบริหารมุมมองด้านสถาบันต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากรที่นำเข้ามาในองค์การด้วย โดยสถาบันขององค์การหมายรวมถึงวัฒนธรรมภายในองค์การ และอิทธิพลจากประเทศ สังคม และความสัมพันธ์ข้ามชาติ ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางเศรษฐศาสตร์ที่เป็นที่ยอมรับ ดังนั้น ทั้งทุนทรัพยากร (Resource Capital) และทุนสถาบัน (Institutional Capital) จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยสรุปได้ดังตารางที่ 3.2 Oliver (1997: 709) สรุปกลไกนี้ว่าทุนทรัพยากรเป็นตัวช่วยกระตุ้นคุณค่าของทรัพย์สินและสมรรถนะขององค์การ ขณะที่ทุนสถาบันเป็นตัวสนับสนุนทรัพย์สินที่มีคุณค่าและสมรรถนะขององค์การเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตารางที่ 3.2 ต้นแบบการนำทุนทรัพยากร และทุนสถาบันเพื่อใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ประเด็นหลัก (Key Aspects)	ทุนทรัพยากร (Resource Capital)	ทุนสถาบัน (Institutional Capital)
คำนิยาม	คุณค่าของทรัพยากรและความสามารถขององค์การ	ปัจจัยที่ผลักดันให้ใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างเต็มที่
ตัวอย่าง	ช่องทางการกระจายสินค้าที่ดีกว่า รอบหมุนการผลิตที่สั้น โครงสร้างต้นทุนที่น้อย ลิขสิทธิ์ ความสามารถของการบริหารที่ไม่เหมาะสม ความจงรักภักดีของลูกค้า ความสัมพันธ์ของแรงงาน	การปรับปรุงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง การบริหารนวัตกรรม การร่วมมือด้านความรู้ภายในองค์การ การอบรมพัฒนา การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้าถึงแหล่งทรัพยากร
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	การจัดหาและปกป้องทรัพยากรที่หายากและยากที่จะลอกเลียนแบบ และความสามารถขององค์การ	การบริหารการตัดสินใจด้านทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
หนทางที่จะกระตุ้นทุน	ระบบการประเมินทรัพยากร การเปรียบเทียบทรัพยากรกับสากล การใช้ข้อมูลด้านทรัพยากรที่เชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรม การให้รางวัลและการส่งเสริมทรัพยากร การสื่อสารแนวราบ	ระบบตอบแทนเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม และเสริมสมรรถนะกลไกในการตอบสนองการลงทุนผลการดำเนินงานที่เกิดจากทรัพยากร การทำงานเป็นทีม
ปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อทุน	ความไม่ปลอดภัย การสูญเสียบุคลากรหลัก ขาดการบริหารที่เน้นย้ำเรื่องความจงรักภักดี การขาดความน่าเชื่อถือ	วัฒนธรรมเฉื่อยชา การบริหารความจงรักภักดีที่ทำลายประเพณีเดิม การยึดโยงผลประโยชน์ในกลุ่มของตนเอง

แหล่งที่มา: Oliver, 1997: 710.

จะเห็นว่ามีการศึกษา RBV เชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง บางทฤษฎีบูรณาการ RBV เพื่อเสริมจุดแข็ง และกำจัดจุดอ่อนของหลักการ ขณะที่บางทฤษฎีเข้ามาสนับสนุน RBV ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น เช่น Mahoney (2001: 652–653) กล่าวว่า พื้นฐานความแตกต่างของ

RBV และ Transaction Costs Theory คือ RBV จะมุ่งเน้นการให้ได้มาซึ่งกลุ่มก้อนของปัจจัยนำเข้า ซึ่งหมายถึงทรัพยากร ขณะที่ Transaction Costs Theory จะให้ความสำคัญกับโอกาสที่องค์การควรไขว่คว้าไว้ได้ งานเขียนของ Wright, Dunford and Snell (2001: abstract, 715–716) ที่กล่าวถึง RBV ว่ามีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Strategic Human Resource Management) โดย RBV เป็นสะพานเชื่อมทรัพยากรในองค์การ (Internal Resources) และความสามารถขององค์การ (Capabilities) เพื่อก่อให้เกิดสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ขององค์การ การศึกษา RBV กับการตลาดของ Srivastava, Fahey and Christensen (2001: abstract, 778) พบว่าการบูรณาการ RBV และการตลาดจากทั้งแนวคิดการบริหาร การขับเคลื่อนการปฏิบัติ (Theory–Driven Practice Management) และแนวคิดการขับเคลื่อนเพื่อแก้ปัญหา (Problem–Driven Theory) จะช่วยให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น เช่นเดียวกับการศึกษาของ Peng (2001: 803) ที่พบว่า RBV มีผลต่อธุรกิจข้ามชาติ

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็กและมีเจ้าของกิจการเป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ในกรอบของทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยพิจารณาว่ามีความเหมาะสมเป็นอย่างมากในการบูรณาการ RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการเพื่อตอบโจทย์การวิจัย ซึ่งจะกล่าวต่อไปในช่วงของการบูรณาการทฤษฎี ในขั้นตอนต่อจากนี้จะวิเคราะห์อิทธิพลของ RBV ต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยแบ่งออกเป็นคุณสมบัติของทรัพยากร ประเภทของทรัพยากรและความสามารถขององค์การต่อการสร้างความได้เปรียบ

3.4.1 คุณสมบัติของทรัพยากรที่ช่วยสร้างความได้เปรียบ

หลักการสำคัญของ RBV ประการหนึ่งคือ ไม่ใช่ทุกทรัพยากรที่มีความสำคัญเท่าเทียมกันในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น จึงต้องให้ความสนใจต่อคุณสมบัติของทรัพยากรที่สามารถก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง (Fahy and Smithee, 1999: 5) RBV และการพัฒนา RBV ในการบริหารเชิงกลยุทธ์คล้ายกับองค์ความรู้โดยทั่วไปที่จะต้องมีจุดที่กำกวม ไม่ชัดเจน และความไม่สม่ำเสมอ ไม่แน่นอน ของคำจำกัดความที่นำมาใช้ ในงานวิจัยนี้คำว่าทรัพยากรจึงหมายถึงเฉพาะทรัพยากรที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเท่านั้น ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ระบุถึงคุณสมบัติพิเศษของทรัพยากรเหล่านั้นไว้ดังต่อไปนี้

Barney (1991: 105) เสนอว่าคุณสมบัติของทรัพยากรที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ต้องมีเงื่อนไข 4 ข้อ ดังนี้

1. คุณค่าของทรัพยากร (Valuable Resources) ทรัพยากรองค์การสามารถเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อทรัพยากรเหล่านั้นมีคุณค่า ซึ่งหมายถึง ทรัพยากรที่ทำให้

การบริหารกลยุทธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือแบบดั้งเดิมที่เรียกว่า "จุดแข็ง–จุดอ่อน–โอกาส–อุปสรรค" แบบจำลองของผลการดำเนินงานขององค์การ เสนอแนะว่าองค์การสามารถปรับปรุงผลการดำเนินงานต่อเมื่อทรัพยากรในองค์การมีคุณค่าในการสร้างโอกาสและลดอุปสรรคในแผนกลยุทธ์ขององค์การ และองค์การจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันได้ต่อเมื่อองค์การสามารถดำเนินกลยุทธ์ที่สามารถสร้างคุณค่า (Value Creating Strategy) ที่ไม่เหมือนกับการดำเนินกลยุทธ์ของคู่แข่งปัจจุบัน และคู่แข่งที่อาจมีศักยภาพในอนาคต (Barney, 1991: 102) ตัวอย่างของทรัพยากรและความสามารถที่มีคุณค่าได้แก่ ชื่อเสียงขององค์การ ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ องค์ความรู้ในองค์การ ความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยพัฒนา และความสามารถด้านเทคโนโลยี

2. ทรัพยากรที่หายาก (Rare Resources) คุณค่าของทรัพยากรถ้าถูกครอบครองโดยคู่แข่งหลายราย ทำให้องค์การเหล่านั้นมีความสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้นเหมือน ๆ กัน ซึ่งการดำเนินกลยุทธ์ที่คล้ายกันจึงไม่อาจสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ดังนั้นคุณสมบัติข้อสำคัญข้อหนึ่งของทรัพยากรคือ ต้องหายาก และผู้ที่ครอบครองทรัพยากรที่หายากเหล่านั้นจะมีความได้เปรียบกว่า (Barney, 1991: 106) Tokuda (2005: 133) โต้แย้งว่าอาจเป็นการกล่าวที่เกินจริงเกี่ยวกับกำไรขององค์การที่เกิดขึ้นจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่หายากเหล่านั้น เพราะพวกเขามองข้าม และไม่สนใจ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการให้ได้มาหรือการสะสมทรัพยากรที่หายากเหล่านั้น

3. ทรัพยากรที่ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ (Imperfectly Imitable Resources) คุณค่าของทรัพยากรและหายากสามารถเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขันก็ต่อเมื่อองค์การอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ทรัพยากรเหล่านั้นต้องยากแก่การลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ (Barney, 1991: 106) เมื่อความเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรขององค์การกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นเรื่องที่ยากที่คู่แข่งจะเข้าใจได้ นั่นคือ อุปสรรคที่คู่แข่งคิดจะทำซ้ำได้ยากยิ่งขึ้น มีเหตุผล 3 ประการที่ทำให้การลอกเลียนแบบทำได้ยากคือ ความสามารถขององค์การในการได้มาซึ่งทรัพยากรนั้นในช่วงที่ผ่านมา ความแตกต่างอย่างเป็นเอกลักษณ์ ความเชื่อมโยงเชิงเหตุและผลว่าทรัพยากรที่องค์การครอบครองทำให้เกิดความได้เปรียบได้อย่างไรเป็นเรื่องยังกำกวมเข้าใจยาก และทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบมีความซับซ้อนเชิงสังคม (Barney, 1991: 109) สรุปคือ องค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน ต่อเมื่อองค์การสามารถดำเนินกลยุทธ์ที่สามารถสร้างคุณค่าให้แตกต่างจากกลยุทธ์ของคู่แข่งปัจจุบัน และคู่แข่งที่อาจมีศักยภาพในอนาคตโดยองค์การอื่น ๆ เหล่านั้นไม่สามารถลอกเลียนแบบผลประโยชน์ของกลยุทธ์ที่องค์การกำหนดขึ้น (Foss and Ishikawa, 2006: 4)

4. ทรัพยากรถูกทดแทนได้ (Substitutability Resources) การที่คู่แข่งปัจจุบันหรือคู่แข่งรายใหม่สามารถดำเนินกลยุทธ์ที่เหมือนกับองค์การของเรา โดยการใช้ทรัพยากรที่มีความแตกต่างจากที่องค์การครอบครองอยู่ ถ้าทรัพยากรทางเลือกเหล่านั้นไม่ขาดแคลนและลอกเลียนแบบได้ ก็จะมีองค์การอื่น ๆ ที่สามารถดำเนินกลยุทธ์ได้เหมือนกับองค์การเรา กลยุทธ์เหล่านั้นจึงไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ (Barney, 1991: 111)

สรุปคุณสมบัติของทรัพยากรตามที่ Dess et al. (2007: 94) นำเสนอตามแนวคิดของ Barney ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 คุณลักษณะ 4 ประการของทรัพยากรและความสามารถขององค์การในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คุณสมบัติทรัพยากรและความสามารถขององค์การ	คำอธิบายคุณสมบัติ
มีคุณค่า (Valuable)	ทรัพยากรนั้นสามารถช่วยลดอุปสรรค และสร้างโอกาสให้องค์การ
หายาก (Rare)	ทรัพยากรนั้นหายากและมีไม่กี่องค์การที่ครอบครองทรัพยากรนั้น
ยากที่จะลอกเลียนแบบ (Difficult to Imitate)	- ทรัพยากรที่มีความเป็นเอกลักษณ์ด้านกายภาพ - ทรัพยากรเกิดจากการสั่งสมมานาน ผู้อื่นทำให้เหมือนได้ยาก - ทรัพยากรที่มีความกำกวมว่าสามารถสร้างหรือทำใหม่ได้ - ทรัพยากรที่มีความซับซ้อนเชิงสังคม เช่น ความน่าเชื่อถือ วัฒนธรรม ชื่อเสียง
ยากที่จะทดแทน (Difficult to Substitute)	ไม่มีทรัพยากรหรือความสามารถอื่นใดที่เท่าเทียมหรือมาทดแทนได้

แหล่งที่มา: Dess, Lumpkin and Eisner, 2007: 94.

ยังเป็นข้อโต้แย้งเกี่ยวกับ RBV ในมุมมองของ Barney เกี่ยวกับคุณสมบัติของทรัพยากรว่าองค์การสามารถได้รับผลตอบแทนมากกว่าปกติ ต่อเมื่อองค์การอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบทรัพยากรที่องค์การมี มิฉะนั้น ทรัพยากรขององค์การถึงจะมีคุณค่า หามาได้โดยยาก และไม่สามารถทดแทนได้จะกลายเป็นเรื่องที่ไม่ใช่ประเด็นสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อีกต่อไป (Tvorik and McGivern, 1997: 421) ดังนั้น ในช่วงต้นของ RBV สิ่งที่ Barney เป็นกังวลมากที่สุดคือ การจำแนกลักษณะของทรัพยากรที่ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้โดยคู่แข่ง

ถ้าทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายโดยองค์การอื่น แม้ทรัพยากรนั้นจะเป็นแหล่งของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ แต่ความได้เปรียบนั้นจะไม่ยืนยาว

Dierickx and Cool (1989: 1508) อธิบายว่าความยั่งยืนของทรัพย์สินในองค์การขึ้นอยู่กับว่าทรัพยากรสามารถถูกทดแทนหรือถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายเพียงใด และ ความสามารถในการลอกเลียน แบบถูกเชื่อมโยงกับคุณลักษณะของทรัพย์สิน (Asset) ที่สะสมกันมา ขณะที่ Grant (1991: 124–127) กล่าวว่า มีสองแหล่งหลักของการทำลายความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเวลาผ่านไปคือความเสื่อม และการถูกลอกเลียนแบบโดยคู่แข่ง Grant จึงชี้ให้เห็นถึง 4 คุณสมบัติของทรัพยากรและความสามารถขององค์การ ซึ่งเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนดังต่อไปนี้

1. ความคงทน (Durability) หมายถึงอัตราการเสื่อมของทรัพยากรหรือการกลายเป็นทรัพยากรที่ล้าสมัย แม้ทรัพยากรจะมีความหลากหลาย แต่ในความเป็นจริงแล้ว การเปลี่ยนเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมีอายุการใช้งานที่สั้นลง ความสามารถอาจเสื่อมช้ากว่าเมื่อเทียบกับทรัพยากร เช่น กรณีของชื่อเสียงขององค์การที่เกิดขึ้นเพราะองค์การมีความสามารถ

2. ความโปร่งใส (Transparency) พบว่าความโปร่งใสที่ไม่สมบูรณ์หรือการมีความคลุมเครือ จะสามารถป้องกันการลอกเลียนแบบได้ ทรัพยากรและความสามารถขององค์การในการคงไว้ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้นกับความรวดเร็วของคู่แข่ง ที่จะลอกเลียนแบบกลยุทธ์ขององค์การ ความสามารถซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือที่ซับซ้อนระหว่างทรัพยากรจะมีความยากกว่าความสามารถที่อาศัยการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรสำคัญเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง

3. ความสามารถในการถ่ายโอน (Transferability) ถ้าคู่แข่งสามารถครอบครองทรัพยากรที่องค์การมีได้ง่าย ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การจะหมดไป สิ่งที่ทำให้ทรัพยากรยากแก่การลอกเลียนแบบ เช่น ความไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Immobility) เช่น ทำเลที่ตั้ง ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ (Imperfect Information) ทรัพยากรเฉพาะของบริษัท (Firm–Specific Resources) ความสามารถที่ถ่ายทอดให้กันไม่ได้ของบุคลากรในองค์การบางคน (Immobile Capabilities) บางครั้งการถ่ายโอนสามารถปฏิบัติได้จากการควบรวมกิจการของบริษัทเท่านั้น

4. ความสามารถในการทำซ้ำ (Replicability) ถ้าการเข้าควบรวมทรัพยากรไม่สามารถเป็นไปได้ คู่แข่งอาจต้องสร้างทรัพยากรเอง งานประจำขององค์การที่มีความสลับซับซ้อนมากกว่าจะทำให้มีความยากที่จะทำซ้ำ อีกหนทางหนึ่งในการที่จะได้มาซึ่งทรัพยากรและความสามารถ คือการลงทุนภายในองค์การ เพราะว่าทรัพยากร และ ความสามารถบางอย่างสามารถถูกลอกเลียนแบบ

ได้ง่ายโดยการทำซ้ำ ดังนั้นองค์การควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เรื่อง วิศวกรรมย้อนกลับ (Reverse Engineering)

บางครั้งไม่จำเป็นเสมอไปที่ทรัพยากรจะต้องยากที่จะถูกทำซ้ำ ถ้าองค์การมีการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และมีการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานของทรัพยากรอยู่เสมอ ถ้าคู่แข่งคำนึงถึงแต่การทำซ้ำหรือลอกเลียนแบบ ขณะที่องค์การให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรและความสามารถ ซึ่งเป็นการทิ้งห่างจากคู่แข่ง องค์การยังคงความเปรียบในการแข่งขันไว้ได้ (Pesic, 2007: 200) สิ่งนี้บ่งบอกได้ว่าการวิเคราะห์กระบวนการทางธุรกิจภายในองค์การควรกระทำอย่างต่อเนื่อง เพราะภายในกระบวนการนั้นทรัพยากรและความสามารถจะถูกนำมาบูรณาการรวมกันถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ และถูกพัฒนาเพื่อให้คู่แข่งตามทันได้ยาก ความได้เปรียบทางการแข่งขันก็จะยืนยาวกว่า

RBV แม้จะถูกมองว่าเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างรายได้ในระยะยาวให้องค์การ แต่การพัฒนาทรัพยากรและความสามารถขององค์การ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเพื่อการครอบครองตำแหน่งในอุตสาหกรรมแล้ว ความสำเร็จขององค์การควรขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและเปลี่ยนแปลงจากทรัพยากรพื้นฐานไปสู่ทรัพยากรที่มีคุณสมบัติเฉพาะเจาะจง (Specific) เพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายได้น้อย ยากแก่การถ่ายโอน และไม่ง่ายที่จะทำซ้ำ (Pesic, 2007: 201)

ตามที่ Fahy and Smithee (1999: 5–7) กล่าวว่า ไม่ใช่ทุกทรัพยากรในองค์การที่มีความสำคัญเท่าเทียมกันในการก่อให้เกิดความเปรียบในการแข่งขัน แต่คุณสมบัติที่โดดเด่นและมีความสำคัญมี 3 ประการดังนี้

1. มีคุณค่าต่อลูกค้า (Value to Customers) การมีคุณค่าแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญของการได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น ทรัพยากรที่มีคุณสมบัติมีคุณค่าที่จะสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าจึงมีความสำคัญต่อองค์การ ทรัพยากรอาจมีคุณสมบัติอื่น แต่ถ้าขาดคุณสมบัติของการสร้างคุณค่าแล้วทรัพยากรนั้นจะไม่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งของความได้เปรียบ

2. ยากแก่การลอกเลียนแบบ (Barriers to Duplication) การที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้เป็นคุณสมบัติหลักของ RBV อย่างไรก็ตาม ยังมีการถกเถียงกันในเรื่องอุปสรรคหรือตัวขัดขวางการลอกเลียนแบบว่า มันค่อนข้างและซับซ้อนเพราะมีความไม่คงที่เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถสรุปรวบรวมได้ดังตารางที่ 3.4 (Fahy and Smithee, 1999: 6)

ตารางที่ 3.4 การจำแนกอุปสรรคหรือตัวขัดขวางการลอกเลียนแบบของทรัพยากร

ผู้แต่ง (Author)	ตัวขัดขวางการลอกเลียนแบบของทรัพยากร (Barriers to Resource Duplication)
Lippman and Rumelt (1982) Reed and Defillippi (1990) Rumelt (1984)	ความไม่แน่นอนของความสามารถที่จะถูกลอกเลียนแบบ ความซับซ้อนและความเฉพาะเจาะจงของทรัพยากร ผลของการสื่อสารที่ดี การประหยัดเชิงเศรษฐศาสตร์ ข้อมูลที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการเรียนรู้ของผู้ผลิต ความมีชื่อเสียง ความรับผิดชอบ
Coyne (1986)	ช่องว่างระหว่างระบบธุรกิจ ช่องว่างของการบริหาร ช่องว่างของตำแหน่ง ช่องว่างของกฎระเบียบ
Hall (1992; 1993)	ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความแตกต่างของหน้าที่ ความแตกต่างของตำแหน่ง ความแตกต่างของกฎระเบียบ
Dierickx and Cool (1989)	ความเสื่อมของทรัพย์สิน (Asset Erosion) ประสิทธิภาพของทรัพย์สิน ความกำกวมเชิงเหตุและผล (Causal Ambiguity) ความเชื่อมโยงของสินทรัพย์ที่มีอยู่ ค่าเสื่อมเมื่อเวลาผ่านไป

แหล่งที่มา: Fahy and Smithee, 1999: 6.

จุดเริ่มต้นที่เป็นประโยชน์ในการอธิบายตัวกีดขวางการลอกเลียนแบบถูกอธิบายโดย Grant (1991: 117) คือ ความโปร่งใส (Transparency) ปัญหาพื้นฐานที่สุดคือ คู่แข่งอาจล่วงรู้ข้อมูลว่าอะไรคือสาเหตุสำคัญของความสำเร็จขององค์การ สิ่งนี้เป็นแนวคิดที่สำคัญที่เรียกว่าความกำกวมอย่างเป็นเหตุเป็นผล (Causal Ambiguity) (Reed and Defillippi, 1990: 91-93) หรือความไม่แน่นอนในการสามารถลอกเลียนแบบได้ (Uncertain Imitability) (Lippman and Rumelt, 1982: 420) โดยความกำกวมจะเกี่ยวข้องกับความเกี่ยวโยงระหว่างการกระทำและผลที่เกิดขึ้น ขณะที่ความไม่แน่นอนจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใด ๆ ที่มีผลต่อผลการดำเนินการที่ดีขึ้น ดังนั้นคุณสมบัติของทรัพยากรที่มีความเป็นกลยุทธ์ (Tacticness) มีความสลับซับซ้อน (Complexity) และมีความเฉพาะเจาะจง จะช่วยป้องกันการลอกเลียนแบบโดยคู่แข่งได้ (Reed and Defillippi, 1990: 95)

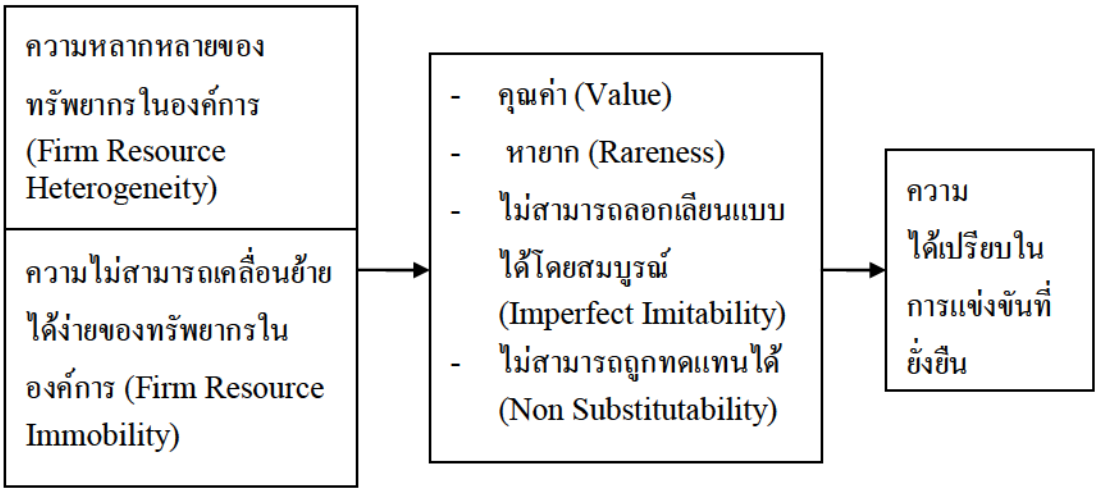
แม้ว่าทรัพยากรจะถูกระบุอย่างชัดเจนและสามารถเข้าใจได้โดยง่ายจากคู่แข่ง แต่องค์การสามารถป้องกันการลอกเลียนแบบโดยใช้ระบบกฎหมาย ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายทางการค้าที่จดทะเบียนถูกต้อง เป็นการได้รับการปกป้องจากกฎหมายสิทธิทางปัญญา (Intellectual

Property Laws) และความได้เปรียบในการแข่งขันอาจได้จากการมีกฎระเบียบต่าง ๆ เช่น การได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินการ (Granting of Operating Licenses) (Coyne, 1986: 57) นอกจากนี้ Grant (1991: 118) ยังเสนอว่าทรัพยากรบางอย่างอาจเป็นแบบที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ (Geographically Immobile) เพราะต้นทุนการย้ายทำเลสูง

3. มีความเหมาะสม (Appropriates) ทรัพยากรมีความเหมาะสมกับองค์การหรือผู้ใช้ในองค์การ ขณะที่องค์การอาจมีประสิทธิภาพในการสร้างทรัพยากรที่เหมาะสมทางกายภาพ เช่น เครื่องจักร และทางการเงิน แต่อาจมีปัญหากับทรัพย์สินจับต้องไม่ได้ เช่น ลิขสิทธิ์ หรือยี่ห้อ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การให้มีความเหมาะสม ไม่ขาดแคลนพนักงานหรือการเปลี่ยนแปลงของลูกจ้างที่อาจส่งผลต่อระดับเงินเดือน

สอดคล้องกับ Collis and Montgomery (1995: 120) ที่เสนอว่าทรัพยากร นอกจากจะไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ (Inimitability) มีความคงทน (Durability) ไม่มีทรัพยากรอื่นทดแทนกันได้ (Substitutability) ทรัพยากรต้องมีความเหมาะสม (Appropriability) ที่จะใช้ในองค์การและมีคุณสมบัติที่สร้างความได้เปรียบที่เหนือชั้นกว่า (Competitive Superiority) เช่นเดียวกับ Amit and Schoemaker (1993: 39) ที่แนะนำคุณสมบัติ 8 ประการที่ทรัพยากรที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันควรมีคือ มีความสมบูรณ์ (Complementarities) ขาดแคลน (Scarcity) ยากแก่การลอกเลียนแบบ (Inimitability) สามารถตรวจสอบย้อนกลับมาได้ยาก (Low Traceability) มีความคงทน (Durability) มีความคาบเกี่ยวกับปัจจัยอุตสาหกรรมเชิงกลยุทธ์ (Overlap with Strategic Industry Factors) และมีความเหมาะสมกับองค์การ (Appropriability)

สรุปได้ว่าการเสาะหาแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์การต้องมุ่งเน้นไปที่ทรัพยากรขององค์การที่มีความแตกต่างหลากหลาย และไม่สามารถเคลื่อนย้ายไปยังองค์การอื่นได้ง่าย และมีคุณสมบัติต่าง ๆ ดังที่ Barney และนักวิชาการอีกหลาย ๆ ท่านได้กล่าวไว้ เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของทรัพยากร และคุณสมบัติของทรัพยากรในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน กรอบแนวคิดของ Barney (1991: 112) น่าจะอธิบายความสัมพันธ์ได้ดีที่สุด ดังภาพที่ 3.4



ภาพที่ 3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลาย ความไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่ายของทรัพยากร และคุณสมบัติที่มีคุณค่า หายาก ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ ไม่สามารถถูกทดแทนได้ของทรัพยากรในองค์การที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน

แหล่งที่มา: ปรับจาก Barney, 1991: 112

ในการสกัดตัวแปรที่เป็นคุณสมบัติของทรัพยากรที่องค์การควรมี นอกจากจะพิจารณาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เสนอแนะดังกล่าวแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจะพิจารณาบริบทขององค์การที่จะศึกษาว่าทรัพยากรคุณสมบัติใดบ้างที่มีนักวิชาการกล่าวอ้างมากที่สุด ขณะเดียวกันควรมีความเหมาะสมกับการนำมาอธิบายปรากฏการณ์ที่กำลังศึกษาวิจัยมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยจะสรุปเป็นตารางที่การคัดเลือก เพื่อนำเอาคุณสมบัติของทรัพยากรในองค์การที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่ามานำเสนอในขั้นตอนการสร้างกรอบแนวความคิดต่อไป

ส่วนเรื่องชนิดของทรัพยากรที่แบ่งออกตามความคิดเห็นของนักวิชาการหลาย ๆ ท่านเพื่อนำมาเชื่อมโยงกับคุณสมบัติทรัพยากรให้ครอบคลุมในทุกมิติ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

3.4.2 ชนิดของทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบ

Lewis (1995: 36) แยกประเภทของทรัพยากรออกเป็น ทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible resources) และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น ทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ของคนในองค์การ (Skill, Knowledge and experience) ระบบต่าง ๆ (Systems) ขณะที่ Coyne (1986: 57) แยกประเภททรัพยากรออกเป็น

1. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical resource) เช่น โรงงาน เครื่องจักร และการเงิน

2. ทรัพยากรมนุษย์ (Human resource) เช่น ทักษะ และประสบการณ์

3. ทรัพยากรองค์การ (Organizational resource) เช่น ชื่อเสียง (Reputation) ระบบภายใน (Internal systems)

Dess et al. (2007: 103) ได้เสนอชนิดของทรัพยากรที่สำคัญที่องค์การถือครองอยู่ ดังสรุปในตารางที่ 3.5 Resource–Based View ขององค์การเป็นการรวบรวมจากการจัดชนิดของทรัพยากรตามที่นักวิชาการส่วนใหญ่กำหนดขึ้นโดยเฉพาะ Barney (1991) และ Grant (1991)

ตารางที่ 3.5 The Resource–Based View ขององค์การ: ทรัพยากรและความสามารถ (The Resource–Based View of The Firm: Resources and Capabilities)

ทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible Resources)
การเงิน • บัญชีเงินสด งบดุล • ความสามารถในการระดมทุนของบริษัท • ความสามารถในการกู้ยืมเงิน
กายภาพ • โรงงานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทันสมัย • ทำเลที่ตั้งของโรงงานที่ได้เปรียบ • เครื่องจักรและเครื่องมือ
เทคโนโลยี • ความลับทางการค้า • นวัตกรรมกระบวนการผลิต • สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ ตราสินค้า
องค์การ • กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ • ระบบควบคุมและการประเมินผลที่ดีเยี่ยม

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)

ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Resources)

- ทรัพยากรมนุษย์
- ประสบการณ์และความสามารถของพนักงาน
- ความเชื่อใจของคนในองค์การ
- ทักษะการบริหาร
- หลักการและแนวทางการปฏิบัติ
- นวัตกรรมและการสร้างสรรค์
- ทักษะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- ความสามารถด้านนวัตกรรม

ความสามารถขององค์การ (Organizational Capabilities)

- ความสามารถของบริษัท หรือทักษะที่ใช้ในการเปลี่ยนปัจจัยนำเข้าไปสู่ปัจจัยส่งออก
- ความสามารถที่จะใช้ทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ตลอดจนการใช้กระบวนการด้านองค์การในการไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ตัวอย่างเช่น การดูแลลูกค้าให้คงอยู่กับองค์การ ความสามารถในการพัฒนาสินค้าที่เป็นเลิศ การมีสินค้าและบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ความสามารถที่จะจ้างบุคลากรกระตุ้นให้ทำงานและรักษาทุนมนุษย์ขององค์การไว้ได้

แหล่งที่มา: Dess, Lumpkin and Eisner, 2007: 103.

การแบ่งชนิดของทรัพยากรตาม Dess et al. (2007: 156) สอดคล้องกับ Fahy and Smithee (1999: 12) ที่แบ่งชนิดของทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบออกเป็น 3 ชนิดคือ

1. ทรัพย์สินที่จับต้องได้ (Tangible assets) เช่น สินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์หมุนเวียน (Fixed and current assets) ได้แก่ โรงงาน เครื่องมือ ที่ดิน สินค้าทุน สินค้าคงคลัง ลูกหนี้ และเงินฝากในธนาคาร สินทรัพย์ที่จับต้องได้มีความเป็นเจ้าของและคุณค่าของทรัพยากรสามารถวัดได้ง่าย คุณสมบัติของทรัพย์สินที่จับต้องได้ กล่าวโดย Grant (1991: 100-102) คือความโปร่งใส (Transparent) ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่คู่แข่งลอกเลียนแบบได้ ยกตัวอย่างเช่น โรงงานและที่ดินอาจไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ (Geographically Immobile) ได้ แต่ยังคงสามารถถูกลอกเลียนแบบหรือถูกทดแทนได้

2. ทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ (Intangible assets) รวมถึงทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) เช่น เครื่องหมายการค้า (Trademarks) และสิทธิบัตร (Patents) ยี่ห้อ (Brand) และชื่อเสียงของบริษัท (Firm's reputation) เครือข่ายขององค์การ (Organization's network) และฐานข้อมูล (Data base)

3. ความสามารถ (Capabilities) ความสามารถเป็นสิ่งที่ยากที่จะวิเคราะห์และมักถูกอธิบายว่าเป็นทรัพย์สินที่มองไม่เห็น ส่วนสำคัญของความสามารถคือ ทักษะของแต่ละคนและกลุ่ม รวมถึงงานประจำขององค์การ และความสัมพันธ์กัน ความร่วมมือกัน (Grant, 1991: 105) เช่น การทำงาน เป็นทีม (Teamwork) วัฒนธรรมองค์การ (Organizational culture) และความเชื่อใจกันระหว่างฝ่ายบริหารและพนักงาน ความสามารถไม่จัดอยู่ในทรัพย์สินทางปัญญาเพราะมันยากแก่การถ่ายโอน ทำให้ยากแก่การประเมิน และความสามารถอาจมีข้อจำกัดในระยะสั้น เนื่องจากต้องอาศัยการเรียนรู้และอุปสรรคในการเปลี่ยนแปลง แต่ในระยะยาวความสามารถจะไม่ถูกจำกัด (Wernerfelt, 1989: 7)

เนื่องจากทักษะส่วนบุคคลยากที่จะลอกเลียนแบบหรือทดแทนได้ ซึ่งจะช่วยให้หลีกเลี่ยงจากการถูกลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง และความสามารถเป็นสิ่งที่ค่อนข้างกำกวมจึงยากที่จะทำซ้ำ Amit and Schoemaker (1993: 34) ระบุว่าทรัพยากรคือปัจจัยที่มีอยู่ที่ถูกครอบครองและควบคุมโดยองค์การ ทรัพยากรถูกแปลงให้เป็นสินค้าและบริการโดยการใช้ทรัพย์สินอื่น ๆ ขององค์การและกลไกที่เชื่อมโยงเกี่ยวพันกัน ดังนั้นชนิดของทรัพยากรจึงควรประกอบไปด้วยทรัพย์สินที่จับต้องได้ และทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ Mills, Platts and Bourne (2003: 155) ได้สรุปว่าทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ผนวกกับความสามารถขององค์การที่สำคัญที่สุดจะต้องสามารถก่อให้เกิดคุณค่าในสายตาลูกค้า ยากต่อการที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบหรือหาอย่างอื่นมาทดแทนได้ และง่ายต่อการที่องค์การจะนำเข้าสู่ตลาดที่มีผลตอบแทนสูง ดังนั้น จึงได้ทำการแยกประเภทของทรัพยากรออกเป็น 6 ประเภทดังแสดงในตารางที่ 3.6 เพื่อใช้ในงานวิจัย ซึ่งทำให้กลุ่มของผู้ถูกสัมภาษณ์เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

ตารางที่ 3.6 การแยกประเภทที่เหมาะสมสำหรับการระบุทรัพยากร (Categories suitable for resource identification)

ประเภทของทรัพยากร (Resource category)	อธิบายลักษณะของทรัพยากร (Description)
ทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible resources)	อาคาร โรงงาน เครื่องจักร เครื่องมือ ลูกจ้าง ใบอนุญาต ทำเลที่ตั้ง ลิขสิทธิ์ สินค้า ที่ดิน ลูกหนี้ อะไรก็ตามที่มีลักษณะทางกายภาพ
ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ (Knowledge resources, skills and experience)	ชุดของความสำคัญที่มักจะไม่ได้เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร ทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่บริษัทอาจไม่รู้ว่าตนเองถือครองอยู่
ระบบและระเบียบการ (System and procedural resources)	เป็นทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น เอกสารต่าง ๆ จากระบบรับและคัดเลือกพนักงานเข้าทำงานเพื่อใช้ประเมินผลการทำงาน และให้รางวัล คำสั่งซื้อที่จัดเป็นระบบ เอกสารและข้อมูลที่เก็บในคอมพิวเตอร์เหล่านี้ถึงเป็นทรัพยากรที่จับต้องได้ แต่การทำให้การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพต้องอาศัยทรัพยากร ที่จับต้องไม่ได้เช่น องค์ความรู้และประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติ หรือผู้ใช้ระบบดังกล่าว
ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและค่านิยม (Cultural resources and values)	เป็นทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ที่ถูกพัฒนามาเป็นระยะเวลา นาน และมักขึ้นกับทัศนคติของผู้ก่อตั้งและเหตุการณ์ในอดีต ทรัพยากรประเภทนี้รวมทั้งบันทึกความทรงจำเหตุการณ์ ค่านิยม ความเชื่อ พฤติกรรมอื่น ๆ พลังความเชื่อของปัจเจกบุคคลสามารถจัดเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญมาก
เครือข่าย (Network resources)	กลุ่มผลประโยชน์ภายในบริษัท เครือข่าย ซัพพลายเออร์ ลูกค้า เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ และที่ปรึกษาผู้ให้คำแนะนำ รวมถึง ชื่อเสียง และยี่ห้อ อยู่ในประเภทนี้ด้วย
ทรัพยากรที่มีความสามารถที่มีศักยภาพเชิงพลวัตร (Resources with potential dynamic capability)	แหล่งทรัพยากรที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเมื่อคุณค่าของทรัพยากรเริ่มที่จะหมดสภาพหรือถึงเวลาที่จะเปลี่ยน หรือถูกบังคับให้ต้องเปลี่ยน ตัวอย่างเช่น ความเชื่อของพนักงานที่มีอิทธิพล ทรัพยากรเงิน ที่จะนำมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงแก้ไข

แหล่งที่มา: Mills, Platts and Bourne, 2003: 155.

ทรัพยากรขององค์การประกอบด้วยทรัพย์สินที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ สิ่งที่เกี่ยวกับคนและไม่เกี่ยวกับคนที่ถูกครอบครองหรือควบคุมโดยองค์การ ซึ่งสามารถใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ที่มีคุณค่า (Barney, 1991: 109; Wernerfelt, 1984: 174) ทรัพยากรและความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์เหล่านี้ ได้รับการเสนอในหลากหลายรูปแบบ เช่น ความสามารถที่แตกต่าง (Distinctive Competences) ความสามารถหลัก (Core Capabilities) ทรัพยากรที่มองไม่เห็น (Invisible Assets) ความสามารถภายในองค์การ (Internal Capabilities) ความรู้ในองค์การ (Embedded Knowledge) วัฒนธรรมองค์การ (Corporate Culture) ประสบการณ์ทางธุรกิจที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Unique Combinations of Business Experience) โดยทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ ดูเหมือนว่าจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้มากกว่าทรัพยากรที่จับต้องได้ (Hitt, Bierman, Shimizu and Kochhar, 2001: 17–18)

Hofer and Schendel (1978: 145–148) แนะนำประเภทของทรัพยากรแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรด้านการเงิน (Financial Resources) ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) ทรัพยากรด้านเทคโนโลยี (Technological Resources) ชื่อเสียง (Reputation) และทรัพยากรองค์การ (Organizational Resources)

ในงานวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาคุณสมบัติของทรัพยากรจำแนกตามประเภทของทรัพยากรทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น เงิน ทรัพยากรมนุษย์ในแง่ของความสามารถของบุคลากรในองค์การ เครื่องมือ เครื่องจักร และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น การบริหารเชิงกลยุทธ์ขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี 4M คือ “Money, Man, Machine and Management” มาใช้ในการวิจัย

เมื่อมีการทบทวนวรรณกรรมในส่วนของทรัพยากรแล้ว ในหัวข้อต่อไปจะกล่าวถึงความสามารถขององค์การ (Firm’s Capabilities) ที่เป็นส่วนหนึ่งของ RBV อธิบายว่าองค์การต้องมีความสามารถที่จะนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3.4.3 ความสามารถขององค์การ

Tokuda (2005: 132) อ้างถึงผลงานของ Grant (1991) เกี่ยวกับความสามารถขององค์การในฐานะที่เป็นแหล่งของความแตกต่างหลากหลาย (Heterogeneity) โดย Grant เห็นว่ามีความแตกต่างระหว่างทรัพยากรและความสามารถขององค์การ โดยทรัพยากร คือ ปัจจัยนำเข้าสู่กระบวนการผลิต รวมถึง เครื่องมือ เครื่องจักร ทักษะของพนักงานแต่ละคน ลิขสิทธิ์ ยี่ห้อสินค้า การเงินและอื่น ๆ อีกมากมาย แต่โดยตัวทรัพยากรเองยังไม่สามารถทำหน้าที่โดยตัวมันเองได้ กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นในองค์การ ล้วนต้องอาศัยความร่วมมือประสานงานของทีมทรัพยากร และความสามารถ (Capabities) เป็นการรวบรวมทีมของทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์การที่ดีขึ้น (Grant, 1991: 118-119)

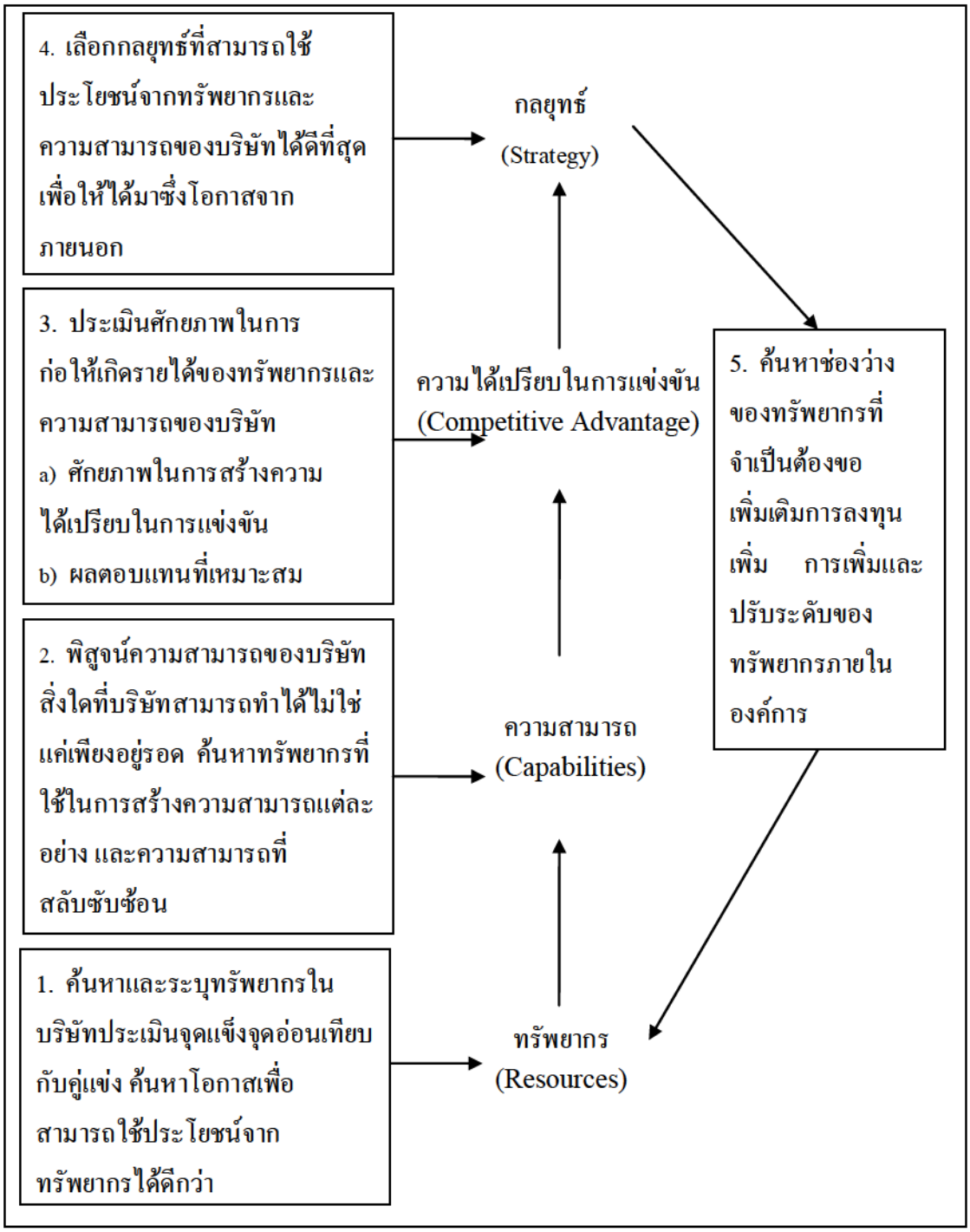
เช่นเดียวกับ Amit and Schoemaker (1993: 37) ที่กล่าวว่าทรัพยากรเป็นเหมือนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่และถูกเป็นเจ้าของหรือควบคุมโดยธุรกิจซึ่งถูกนำไปใช้ผลิตสินค้าและบริการ แต่ความสามารถในทางตรงกันข้าม หมายถึง ความสามารถของธุรกิจที่จะใช้ทรัพยากรเหล่านั้น ดังนั้น ความสามารถของธุรกิจ ณ ขณะนั้นคือการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์และสร้างปัจจัยส่งออก (Output) ให้เกิดขึ้น ขณะที่ทรัพยากรเป็นเหมือนแหล่งความสามารถขององค์การ ความสามารถขององค์การจึงถือเป็นแหล่งหลักของความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การนั่นเอง (Grant, 1991: 120) นอกจากนี้ ความสามารถขององค์การที่มีความซับซ้อน (Complexity of firm's capabilities) จะช่วยเป็นเครื่องกีดกันการเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งใหม่ ทำให้องค์การสามารถมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ยิ่งความสามารถมีความซับซ้อนยิ่งจะช่วยส่งเสริมให้ความได้เปรียบนั้นยั่งยืนยิ่งขึ้น

Barney et al. (2001: 628-629) ได้กล่าวถึง RBV ในการนำไปใช้เพื่อเชื่อมโยงกับองค์ความรู้อื่นในงานวิจัยหลายชิ้น พบว่า มีการแนะนำให้มุ่งประเด็นไปที่การเชื่อมโยงเรื่องทรัพยากร (Resources) ความสามารถเชิงพลวัตร (Dynamic capabilities) และความรู้ (Knowledge) ว่าทั้ง 3 องค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ยกตัวอย่างของ Wright et at. (2001: 707) ที่วิเคราะห์ถึงความสำคัญของความสัมพันธ์เหล่านี้ เป็นเหมือนสะพานเชื่อมระหว่างการบริหารเชิงกลยุทธ์และการบริหารทรัพยากร Fiol (2001: 694) พิจารณาว่าการเชื่อมโยงการบริหารเชิงกลยุทธ์ และการบริหารทรัพยากรเกิดจากความสามารถขององค์การในการแข่งขัน จึงทำให้ในหลายผลงานวิจัยที่มุ่งความสนใจไปที่บทบาทของความสามารถเชิงพลวัตร (Dynamic capabilities) ซึ่งถือเป็นกระบวนการพิเศษที่บริษัทใช้ในการบริหารทรัพยากรเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัตรเมื่อเทียบกับ RBV ในช่วงต้นคือ ความพยายามชี้ให้เห็นว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้นั้น ความสามารถขององค์การ มีความสำคัญมากกว่าทรัพยากรในองค์การ (Tokuda, 2005: 135) แนวคิดเช่นนี้สามารถเชื่อมโยงไปยังงานของ Penrose (1959: 24) ที่กล่าวไว้ว่า การพัฒนาธุรกิจต้องใช้การวิวัฒนาการ (Evolutionary) และกระบวนการการสั่งสม (Cumulative process) ของการเรียนรู้ด้านทรัพยากร (Resource learning) เพื่อสร้างองค์ความรู้ในการขยายและเพิ่มความสามารถขององค์การ ดังนั้น งานของ Penrose จึงมุ่งเน้นความสามารถที่จะนำทรัพยากรไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไร

Grant (1991: 120) ได้วิเคราะห์ให้เห็นว่าทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในองค์การ คือความคงทนของทรัพยากร (Durable) ยากที่จะพิสูจน์และเข้าใจได้ง่าย (Difficult to identify and understand) ไม่สามารถถ่ายทอดได้โดยสมบูรณ์ (Imperfectly Transferable) ไม่ง่ายที่จะทำซ้ำ (Replicated) และองค์การเป็นเจ้าของทรัพยากรและสามารถควบคุมทรัพยากรเหล่านั้นได้

จุดสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์คือ การกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรและความสามารถที่มีในองค์การให้ดีที่สุด ซึ่ง Grant (1991: 122) กล่าวว่า มีประเด็นสำคัญอยู่ 2 ประเด็นที่มักเป็นคำถามในงานวรรณกรรมของ RBV ที่อาจก่อให้เกิดข้อจำกัดกับองค์การ คือ ทรัพยากรปัจจุบัน และความสามารถขององค์การที่มีอยู่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้มากกว่าคู่แข่งได้ยาวนานแค่ไหน ดังนั้น เพื่อรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์การต้องพัฒนารากฐานของทรัพยากรอยู่ตลอดเวลา ทรัพยากรสามารถเป็นเหมือนสินค้าในโกดังที่เสื่อมราคาลงเมื่อเวลาเปลี่ยนไป องค์การจำเป็นต้องหาทรัพยากรอื่น ๆ มาแทนที่ (Replaced) เพิ่มพูน (Augmented) และปรับระดับ (Upgraded) กุญแจสำคัญสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนจึงอยู่ที่ผู้บริหารต้องลงทุนในสิ่งที่จำเป็นเพื่อให้เกิดนวัตกรรมที่ต่อเนื่อง

Grant (1991: 118) ได้สร้างกรอบแนวคิดเชิงปฏิบัติการเพื่ออธิบายแนวคิด RBV ในการวิเคราะห์กลยุทธ์แต่ละขั้นตอน ดังภาพที่ 3.5 กล่าวถึง กรอบแนวคิดเชิงปฏิบัติการของ RBV ที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์



ภาพที่ 3.5 กรอบแนวคิดเชิงปฏิบัติการของ Resource–Based View ในการวิเคราะห์กลยุทธ์ (A Resource–Based Approach to Strategy Analysis: A Practical Framework).

แหล่งที่มา: Grant, 1991: 118.

งานของ Barney ที่เขียนร่วมกับ Hestery ในปี 2006 (Barney and Hesterly, 2006: 79–93) ได้หยิบยกกรอบแนวคิดที่เรียกว่า “VRIO Framework” มาตอกย้ำถึงความสำคัญของ

ความสามารถขององค์การอีกครั้ง (Barney ใช้คำว่า “Organization” ซึ่งคือ “O” ในกรอบแนวคิดของเขามาอธิบาย) โดย Barney and Hesterly (2006: 93) สรุปว่าศักยภาพขององค์การในการมีความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้นอยู่กับทรัพยากร และความสามรถที่มีคุณค่า (Value) หายาก (Rarity) และยากแก่การลอกเลียนแบบ (Inimitability) อย่างไรก็ ตามศักยภาพนี้จะเกิดขึ้นได้ องค์การต้องสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากร และความสามารถที่มีอยู่ให้มากที่สุด และควรใช้ทรัพยากรเสริมด้วยความสามารถ การแยกกันจะทำให้เกิดข้อจำกัดของความได้เปรียบทรัพยากรและความสามารถจะมีคุณค่า เมื่อทั้งสองอย่างทำงานร่วมกันในการไขว่คว้าโอกาสจากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ก่อนคู่แข่งขณะที่ สามารถลดอุปสรรคต่าง ๆ ที่มากระทบกับองค์การได้

ทรัพยากรเป็นปัจจัยนำเข้าที่ใช้เพื่อพัฒนาและนำไปใช้ในการปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ขององค์การ ขณะที่ ความสามารถ (Capabilities) ใช้ในการประสานการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรในการปฏิบัติงาน (Amit and Schoemaker, 1993: 38) RBV ในทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์จึงเป็นตัวกำหนดทรัพยากร และความสามารถขององค์การในการสร้างอัตราผลกำไรให้ได้มากกว่าปกติ และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Wernerfelt, 1984; Dierickx and Cool, 1989; Barney, 1991; Mahoney and Pandian, 1992; Amit and Schoemaker, 1993)

Penrose (1959: 26) อ้างว่า ปัจจัยภายในองค์การเป็นแหล่งที่แท้จริงของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นรากฐานของฐานคติ RBV ที่ว่าองค์การคือแหล่งรวมของทรัพยากร ซึ่งจะต้องสร้างความแตกต่างหลากหลายของบริการ ให้เกิดเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นต่างจากองค์การอื่น และองค์การจะประสบความสำเร็จได้ องค์การต้องมีความสามารถใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่นเดียวกับ Wernerfelt (1984: 174) ที่มองว่าองค์การคือ กลุ่มก้อนของทรัพยากรและความสามารถที่มีทั้งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ความแตกต่างของผลการดำเนินงานของแต่ละองค์การเป็นผลมาจากตลาดทรัพยากรที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น ความไม่สามารถเคลื่อนย้ายทรัพยากรและไม่สามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากรที่มีอยู่เมื่อเวลาล่วงเลยไปจะทำให้องค์การขาดความได้เปรียบในการแข่งขัน

Grant (1991: 130) อ้างว่า ทรัพยากรส่วนน้อยนักที่จะก่อประโยชน์ด้วยตัวของมันเอง การสร้างประโยชน์ได้ต้องอาศัยความร่วมมือของชุดของทรัพยากร ซึ่งหมายถึงความสามารถโดยรวมขององค์การ Grant ย้ำว่าแนวคิด RBV เพื่อการสร้างกลยุทธ์ที่ดีจึงมีความเกี่ยวข้องไม่ใช่เฉพาะการแปลงทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการพัฒนาทรัพยากรขององค์การในการสร้างรายได้ให้มากที่สุดในระยะยาว ความสามารถ (Capabilities) จึงหมายถึงความสามารถขององค์การที่จะรวมชุดของทรัพยากรโดยใช้กระบวนการขององค์การ เพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ (Prahalad and Hamel, 1990; Amit and Schoemaker, 1993; Grant, 1996)

Prahalad and Hamel (1990: 793) เสนอว่า ความสำคัญของการพัฒนาทรัยพากรขององค์การโดยนำแนวคิดเรื่อง ความสามารถหลัก (Core Competence) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ภายในองค์การที่สั่งสมกันมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะทำอย่างไรที่จะสร้างความร่วมมือของทักษะทางการผลิตและบูรณาการเทคโนโลยีที่หลากหลาย เพื่อก่อให้เกิดสินค้าและบริการที่ลูกค้าพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Grant (1991: 116) ที่อ้างว่าสิ่งที่สำคัญในการสร้างกลยุทธ์คือ การออกแบบกลยุทธ์ที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ความสามารถหลักขององค์การ (Core Capabilities) หน้าที่ของ RBV ในการสร้างกลยุทธ์ก็คือการทำให้องค์การมีผลกำไรและรายได้สูงสุดในระยะยาว เพราะในโลกปัจจุบันที่ลูกค้ามีความเปลี่ยนแปลงความชอบอยู่ตลอดเวลา และลักษณะของตลาดมีความเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง เทคโนโลยีที่ใช้บริการลูกค้าและตอบสนองต่อตลาด จึงต้องมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การพิจารณาองค์ประกอบหรือปัจจัยภายนอกเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสร้างความมั่นคงต่อการสร้างกลยุทธ์ในระยะยาว สรุปคือ ทรัพยากรและความสามารถขององค์การในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มั่นคงในการกำหนดทิศทางของการสร้างกลยุทธ์เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น การสร้างกลยุทธ์ในแนวทางของสำนักโครงสร้างอุตสาหกรรม (Industrial Organization School) ที่สนใจเฉพาะตำแหน่งในตลาด (Positioning in the Market Place) จึงมีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากการสร้างกลยุทธ์ในแนวทางของ RBV ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและความสามารถภายในองค์การที่มีอยู่ ความรู้ ความสามารถ และทักษะต่าง ๆ ที่ถูกรวบรวมผ่านกิจกรรมประจำวันในองค์การมีส่วนในการกำหนดการรับรู้โอกาสในการทำกำไรและความสามารถในการไขว่คว้าโอกาส องค์การจึงเปรียบเสมือนขุมทรัพยากรในการผลิตสินค้าและบริการ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การวางแผน และการดำเนินการ ตลอดจน การแก้ปัญหาความไม่แน่นอนที่มากระทบต่อองค์การ (Pitelis and Pseiridis, 1999: 229)

มุมมอง RBV ตามความคิดของ Peteraf (1993: 183) เสนอว่า เหตุผลหลักที่ทำให้องค์การเติบโตและประสบความสำเร็จเกิดจากทรัพยากรในองค์การที่ดีกว่า และความสามารถในการใช้ทรัพยากรเหล่านั้น มีงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนให้เห็นว่าอัตราผลกำไรมีความแตกต่างกันอย่างมากในอุตสาหกรรมเดียวกันมากกว่าอุตสาหกรรมต่างชนิดกัน (Foss, 1993: 132)

ในงานของ Tvorik and McGivern (1997: 418) ที่เขียนถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ อธิบายว่า ผลการดำเนินงานขององค์การจะถูกออกแบบผ่านแนวคิดเรื่องทรัพยากร ความรู้ และวิสัยทัศน์ภายในองค์การ โดยองค์การสนองตอบสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique Capabilities) ดังนั้น คุณลักษณะภายในขององค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบของวัฒนธรรม การเรียนรู้ และการสั่งสมของทรัพยากรที่เรียกว่า ทุนมนุษย์ (Human Capital) มีผลต่อความสามารถขององค์การ ในการที่จะนำเสนอ

สินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่พร้อมลงแข่งขันในตลาด แต่ความได้เปรียบในการแข่งขันจะอยู่อย่างยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อความสามารถนั้นได้รับการสนับสนุนจากทรัพยากรที่ไม่สามารถทำซ้ำได้ง่ายโดยคู่แข่ง คือมีกลไกในการป้องกันการลอกเลียนแบบ (Rumelt, 1984: 567)

สรุปคือ ทรัพยากรในองค์การที่เป็นหน่วยวิเคราะห์พื้นฐานที่รวมเอาทรัพยากรทางกายภาพต่าง ๆ ทรัพยากรด้านการเงิน ทรัพยากรมนุษย์ เช่น ทักษะของพนักงาน ตลอดจนกระบวนการด้านสังคมขององค์การ โดยมีความสามารถขององค์การที่จะนำทรัพยากรทั้งหมดเหล่านี้ไปสร้างเป็นผลงานที่มีคุณค่า ซึ่งจากการศึกษาของ Hansen and Wernerfelt (1989: 444) ที่วิเคราะห์ 60 บริษัทจาก “Fortune 1000 Firms” พบว่า ปัจจัยด้านองค์การมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานมากกว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

Teece (1984: 23) กล่าวว่า องค์การจำเป็นที่จะต้องทำความสามารถขององค์การให้เหมาะกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ถ้าองค์การต้องการผลการดำเนินงานที่ดีที่สุดสอดคล้องกับทฤษฎีตามสถานการณ์ (Contingency Theory) ที่กล่าวว่า โครงสร้างและกลยุทธ์ขององค์การจะต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมที่สุดอยู่ตลอดเวลา (Burns and Stalker, 1961: 50) RBV ก็เช่นเดียวกันที่ต้องพิจารณาบริบทภายใน ซึ่งหมายถึง ความหลากหลายของทรัพยากร คุณลักษณะของทรัพยากร และความสามารถขององค์การที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (Amit and Schoemaker, 1993: 37-39)

3.5 ทฤษฎีผู้ประกอบการ

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้ศึกษาทฤษฎีผู้ประกอบการและให้คำจำกัดความที่มีความหมายที่สื่อได้หลากหลาย แต่โดยทั่วไปความเชื่อหลักที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีผู้ประกอบการ ได้แก่ การเติบโตของธุรกิจ นวัตกรรม (Drucker, 1985: 32) ความยืดหยุ่นในการบริหาร (Birch, 1979: 27) แต่ยังมีความเชื่ออีกมากมายเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ (Stevenson and Jarillo, 1990: 17)

Richard Cantillon คือคนแรกที่ให้ความสนใจศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีผู้ประกอบการ โดยมุ่งอธิบายในแง่ของบทบาททางเศรษฐศาสตร์ของผู้ประกอบการ หรือ Entrepreneurs มากกว่าคนอื่นที่ทำหน้าที่ในองค์การ (ให้ความสนใจเฉพาะคนที่เป็นเจ้าของเท่านั้น) เขากล่าวว่า Entrepreneurs คือคนที่กล้ารับความเสี่ยง การซื้อของในราคาที่แน่นอน แต่ขายในราคาที่ไม่แน่นอน Jean Baptiste Say เสริมว่าคำจำกัดความของ Entrepreneurs หมายรวมถึง คนที่นำปัจจัยในการผลิตต่าง ๆ มารวมกัน ดังนั้น Entrepreneurs คือผู้ส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐศาสตร์นั่นเอง (Stevenson and Jarillo, 1990: 18)

Casson (1982: 28) ให้คำจำกัดความของ Entrepreneurs ว่าคือ บุคคลผู้ซึ่งมีความชำนาญในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการ การแบ่งสรร และการร่วมมือของทรัพยากรที่ขาดแคลน โดยมีแรงจูงใจเป็นผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับ Entrepreneurs จึงเป็นนักวางแผนเชิงรุกเพราะพวกเขาจะลงทุนอย่างมากเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ขณะที่ผู้ที่ไม่มีคุณสมบัติเป็น Entrepreneurs มักเป็นนักวางแผนเชิงรับซึ่งจะยอมให้การตัดสินใจเป็นเพียงการลองผิดลองถูก Entrepreneurs จึงจำเป็นต้องเป็นผู้มีความรู้ทั่วไปมากกว่าผู้ที่มีความรู้เฉพาะ อีกนัยหนึ่งคือ Entrepreneurs จำเป็นต้องมีความชำนาญในการตัดสินใจในทุก ๆ ด้านมากกว่าการมีความชำนาญในการตัดสินใจเฉพาะเรื่อง แต่ไม่ถนัดในเรื่องอื่น ๆ คุณสมบัติสำคัญหลักที่ Entrepreneurs ควรมีเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จคือ ต้องเป็นคนมีจินตนาการและมีความสามารถในการกระตุ้นและจูงใจ (Casson, 1982: 37) Wagner (2003 quoted in Matlay, 2006: 630) กล่าวว่า Entrepreneurs ต้องมีทักษะหลากหลายและมีความรู้พื้นฐานมากในการที่จะเริ่มก่อตั้งธุรกิจและบริหารพัฒนาองค์การใหม่ของตน ในทางตรงกันข้ามลูกจ้างส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีความสามารถที่เฉพาะทาง ความรู้จำกัดอยู่ในงานที่ตนเองได้รับมอบหมายจากนายจ้าง ในการศึกษาเมื่อเร็ว ๆ นี้ Wagner (2004 quoted in Matlay, 2006: 630) ระบุว่าผู้ประกอบการมือใหม่ (Nascent Entrepreneurs) เป็นปัจเจกบุคคลที่เริ่มอาชีพโดยการไม่เป็นลูกจ้างใคร แต่เป็นการจ้างงานตนเอง (Self–Employed) หรือพร้อมที่จะเปลี่ยนจากลูกจ้างไปเป็นการจ้างงานตนเอง

Entrepreneurs จึงเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถแยกแยะสถานการณ์เพื่อการตัดสินใจที่แม่นยำ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยการรวบรวม และประสานองค์ประกอบของทรัพยากรใหม่เพื่อสร้างผลกำไรมากที่สุดจากนวัตกรรมที่สร้างขึ้น ในสิ่งแวดล้อมที่มีความไม่แน่นอน (Amit, Glosten and Muller, 1993: 817) Entrepreneurs ตามความเห็นของ Stevenson, Roberts and Grousback (1989: 48) ยังหมายรวมถึง กระบวนการที่คนแต่ละคนไม่ว่าคน ๆ นั้นจะเป็นเจ้าของ หรือเป็นบุคลากรในองค์การที่สามารถไขว่คว้าสร้างโอกาสให้กับตนเอง

อย่างไรก็ตาม ตามคำกล่าวของ Say (1964 quoted in Hamilton and Harper, 1994: 4) Entrepreneurs ต้องมีความสามารถที่หลากหลายที่จะทำให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น การระดมทุน การจัดการการผลิต การกระจายสินค้า ดังนั้น Entrepreneurs จึงหมายถึงผู้จัดการของกิจการที่ตนดำเนินงานอยู่ สอดคล้องกับ Kirzner (1985: 11) ที่ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับ Entrepreneurs ว่าคือคนที่มองเห็นลู่ทางหรือโอกาสในการทำกำไร และริเริ่มลงมือทำเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองจนที่เป็นที่พึงพอใจ หรือปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นในสิ่งที่กำลังทำอยู่

Schumpeter (1976: 132) กล่าวถึงหน้าที่ของ Entrepreneurs ว่าคือ การปฏิรูปและปฏิวัติรูปแบบการผลิตโดยการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่ หรือผลิตสินค้าเดิมโดยวิธีใหม่ ๆ โดยการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ หรือหาตลาดใหม่ โดยการจัดการโครงสร้างของอุตสาหกรรมใหม่ Entrepreneurs ส่วนใหญ่เลือกที่จะทำงานที่มีลักษณะเป็นเจ้าของกิจการเพื่อตอบสนองปัจจัยที่ตนต้องการ เช่น ความต้องการการเปลี่ยนแปลง การเติบโตและการพัฒนา (OECD, 1998: 23) บุคคลที่มีความสามารถเชิงผู้ประกอบการถือว่ามีคุณสมบัติของความเป็นเจ้าของกิจการ ถ้าพวกเขาสามารถเข้าถึงทรัพยากรเพื่อมาใช้ในการตัดสินใจของเขาได้ บุคคลที่มีความสามารถเชิงผู้ประกอบการแต่ไม่สามารถเข้าถึงทรัพยากรได้จะยังไม่ถือว่ามีคุณสมบัติ (Casson, 1982: 17)

Barney and Griffin (1992: 37) ได้ให้ความหมายของ Entrepreneurship ว่าคือ กระบวนการของการจัดการ (Organizing) ดำเนินการ (Operating) และการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ และ Entrepreneurs คือ บุคคลที่ทำงานในลักษณะแบบ Entrepreneurship คือ เป็นเจ้าของกิจการและดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง สำหรับเจ้าของธุรกิจ (Business owners) ที่จ้างผู้จัดการที่มีความเชี่ยวชาญให้มาดำเนินงานแทน ส่วนตัวเจ้าของกิจการเองหันไปให้ความสนใจในเรื่องอื่น ในกรณีนี้จะถือว่าเจ้าของกิจการหรือเจ้าของธุรกิจไม่เป็นลักษณะที่เรียกว่า “Entrepreneurs” Entrepreneurs ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทเล็ก ๆ (Small business) จะมีบทบาทสำคัญในสังคมตามที่ Barney and Griffin (1992: 39) กล่าวไว้ 3 ประการคือ

1. นวัตกรรม (Innovation) นักวิชาการหลายคนเชื่อว่า Entrepreneurs และธุรกิจขนาดเล็กคือผู้อยู่เบื้องหลังการเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ในสังคม

2. สร้างงาน (Job Creation) ธุรกิจขนาดเล็กสร้างงานให้กับคนในสังคมมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ข้อมูลจากหอการค้าในอเมริกา (U.S. Department of Commerce) พบว่าบริษัทขนาดเล็กที่เพิ่งก่อตั้งและทำธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจเทคโนโลยี จะสร้างงานใหม่ ๆ ได้มากกว่า บริษัทใหญ่และเก่าแก่

3. ทำประโยชน์ให้กับบริษัทขนาดใหญ่ (Contributions to Large Businesses) บริษัทขนาดเล็กจะเป็นผู้ส่งต่อสินค้าและบริการให้กับธุรกิจขนาดใหญ่เพื่อดำเนินงานต่อ ดังนั้น บริษัทขนาดเล็กจึงเป็นเหมือนซัพพลายเออร์ หรือเป็นหนึ่งในกระบวนการ ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain)

ขณะที่ Westhead and Wright (1998 quoted in Matlay, 2006: 630) อ้างว่า Entrepreneurs สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ 1. ผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มหัด (Novice Entrepreneurs) พวกเขาจะยังไม่มีประสบการณ์และไม่สนใจที่จะเริ่มทำกิจการเป็นของตนเอง

แต่จะมีหุ้นส่วนอยู่ในกิจการของบริษัท 2. ผู้ประกอบการที่เคยมีประสบการณ์ (Serial Entrepreneurs) โดยปัจจุบันยังถือหุ้นในบริษัทที่อยู่แวดวงธุรกิจและในอดีตเคยเป็นเจ้าของกิจการแต่ได้ขายกิจการหรือปิดกิจการไปแล้ว และ 3. ผู้ประกอบการที่ลงทุนในหลายกิจการเพื่อกระจายความเสี่ยง (Port folio Entrepreneurs) โดยถือหุ้นในกิจการมากกว่าสองกิจการอย่างต่อเนื่อง

Leibenstein (1968: 74) เสนอรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของ Entrepreneurs เพิ่มเติม โดยกล่าวว่า คนที่สามารถปฏิบัติสิ่งต่อไปนี้ได้หนึ่งอย่างหรือมากกว่า 1. ติดต่อกับตลาดที่มีความแตกต่าง เช่น ทำการซื้อขายข้ามชาติ 2. ตอบสนองตลาดที่ยังขาดแคลน 3. สร้างสรรค์ และรับผิดชอบต่อการสร้างองค์การ เช่น สร้างวัฒนธรรมองค์การ และ 4. การทำปัจจัยนำเข้าให้สมบูรณ์

หลายปีที่ผ่านมามีงานวิจัยหลายชิ้นที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับผู้จัดการ (Managers) และผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) Schumpeter (1934: 34) กล่าวว่า Entrepreneurs ไม่ใช่แค่คนที่เป็นนักธุรกิจที่อยู่ในระบบเศรษฐศาสตร์เท่านั้น แต่หมายถึงบุคคลที่สามารถทำหน้าที่ได้ตรงตามแนวคิดของเขา ซึ่งหมายถึงคนที่สามารถสร้างสวรรค์องค์ประกอบใหม่ (New Combinations) อันประกอบไปด้วย 1. ต้องสามารถนำเสนอสินค้าใหม่ที่ลูกค้ายังไม่คุ้นเคย หรือคุณภาพใหม่ที่ดีกว่าเดิม 2. ต้องสามารถนำเสนอวิธีการผลิตใหม่ ซึ่งยังไม่มีใครเคยใช้มาก่อนในวงการการผลิต 3. ต้องสามารถเปิดตลาดใหม่ที่บริษัทยังไม่เคยเข้าสู่ตลาดใหม่นี้ โดยที่ตลาดอาจมีอยู่ก่อนแล้ว แต่บริษัทเพิ่งตัดสินใจเข้าไป 4. การค้นพบแหล่งใหม่ของวัตถุดิบ หรือสินค้าที่นำมาผลิตต่อ ไม่ว่าแหล่งวัตถุดิบนั้นจะมีอยู่ก่อนหรือสร้างขึ้นเป็นครั้งแรก และ 5. การดำเนินงานขององค์การใหม่ในอุตสาหกรรม เช่น การสร้างให้เกิดการผูกขาด หรือการทำลายการผูกขาดที่มีอยู่เดิม (Schumpeter, 1934: 66) ผลงานของ Schumpeter ได้รับการยอมรับจากนักเศรษฐศาสตร์และแวดวงวิชาการด้านอื่น ๆ ในแง่ของการให้คำจำกัดความ คำว่า Entrepreneurs กับนวัตกรรม ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากแนวคิดเดิมที่ให้คำจำกัดความ Entrepreneurs ว่าหมายถึงนักธุรกิจทั่ว ๆ ไป

Pines, Sadeh, Dvir and Yafe–Yanai (2002: 183) สรุปในบทวิเคราะห์ของงานวิจัยของพวกเขาว่า การจะเป็น Entrepreneurs ได้ ตัวผู้ประกอบการจะต้องยึดหลัก 6 ประการคือ 1. ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อความปรารถนาของตนเองที่จะประสบความสำเร็จ 2. ต้องมีความฝันในสิ่งที่อยากทำ 3. ต้องมีความยินดีที่จะรับความเสี่ยงพร้อมที่จะจ่ายและรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น 4. ต้องมุ่งมั่นสู่จุดหมายอย่างมั่นคง 5. ต้องมีแนวคิดกลยุทธ์ที่มีทางเลือกอื่น ๆ อีกหากกลยุทธ์เดิมไม่เป็นไปตามที่คาด และ 6. ต้องมีความสามารถที่จะกลับมายืนใหม่ (Recuperate) อย่างรวดเร็วหากล้มเหลว

การศึกษาเรื่อง Entrepreneurs และแนวคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางและได้รับความสนใจอย่างมาก ความสนใจที่เพิ่มขึ้นเพราะมีเหตุผลที่อธิบายได้ว่า

การเติบโตของธุรกิจเกิดใหม่เป็นแรงผลักดัน และขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเจริญทางเศรษฐกิจ เป็นการสร้างงานและเป็นการกระตุ้นรายได้ของสรรพากรจากการจัดเก็บภาษีมากขึ้น มีการส่งออกสินค้าและบริการมากขึ้นเป็นผลให้รายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น (Birch, 1979: 34; Birley, 1987: 157; Reynolds, 1987: 240; Low and MacMillan, 1988: 139)

ความหลากหลายของความหมายของแนวคิดผู้ประกอบการ เช่น Schumpeter (1934: 121) ระบุว่า Entrepreneurs คือผู้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ขณะที่ Knight (1921 quoted in Low and MacMillan, 1988: 140) ให้ความหมายเน้นไปที่ความสามารถในการทำนายความสำเร็จในอนาคต แต่ Leibenstein (1978: 21) แย้งว่าองค์การไม่จำเป็นต้องดำเนินงานภายใต้ข้อจำกัดของการผลิต ดังนั้น Entrepreneurs คือ ผู้ที่สามารถทำงานได้ฉลาดและหนักกว่าคู่แข่ง Kirzner (1973: 49) มีแนวคิดที่ใกล้เคียงกับการตัดสินใจในทางเลือกของการลงทุนและความสามารถในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องแม่นยำว่าที่ไหนเป็นตลาดที่ยังไม่สมบูรณ์ มีความไม่สมดุลที่ควรจะเข้าไปลงทุน แต่ถ้ามองวัตถุประสงค์ของการกระทำ Entrepreneurs คือการริเริ่ม รักษาและพัฒนาผลกำไรของธุรกิจที่ตนเป็นเจ้าของ (Cole, 1968: 19) เป็นการสรรสร้างขององค์การใหม่ (Gartner, 1985: 703) โดย Entrepreneurs จะเป็นผู้ที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งมีความสำคัญมากกว่าการมีทรัพยากรที่ครอบครองอยู่ (Stevenson et al., 1989: 86)

ปัญหาของคำจำกัดความเหล่านี้คือ แต่ละนักวิชาการที่พยายามอธิบายมิได้มองเป็นภาพรวมของแนวคิดผู้ประกอบการทั้งหมด ปรากฏการณ์ของแนวคิดผู้ประกอบการเป็นความเชื่อมโยงที่มีความซับซ้อนของมิติการบริหารการเปลี่ยนแปลง นวัตกรรม ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารธุรกิจขนาดเล็ก วิวัฒนาการของอุตสาหกรรม และปัจเจกชน ตลอดจนความสนใจในปัญหาสิ่งแวดล้อม ยิ่งไปกว่านั้น ปรากฏการณ์ของแนวคิดผู้ประกอบอาจพิจารณาได้จากหลักการเชิงเศรษฐศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยา ชาติพันธ์วิทยา การเงิน หรือแม้แต่ประวัติศาสตร์ ขึ้นอยู่กับว่าใครจะใช้มุมมองไหนของบุคคลในการให้คำจำกัดความ (Low and MacMillan, 1988: 141) ดังนั้น ในการทำวิจัยจึงต้องระบุว่าจะใช้คำจำกัดความใด เช่น งานของ Low and MacMillan (1988: 142) ให้คำจำกัดความแนวคิดผู้ประกอบการว่าหมายถึงการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ (Creation of new Enterprise) โดยมีวัตถุประสงค์งานวิจัยคือการหาคำอธิบาย และกำหนดบทบาทของธุรกิจใหม่ในระบบเศรษฐกิจแบบก้าวหน้า

วิทยาศาสตร์ที่ดีต้องเริ่มต้นจากคำนิยามที่ดี ดังนั้น นักทฤษฎีไม่สามารถทำงานได้โดยปราศจากคำนิยามที่ชัดเจน เพราะมันเป็นไปไม่ได้ที่จะปฏิบัติแนวคิดที่ยังไม่ถูกกำหนด ซึ่งแนวคิดคือความหมายที่ประกอบด้วยชุดของนิยามปฏิบัติ (Bridgman, 1927 quoted in Bygrave and Hofer, 1991: 13) โดยส่วนใหญ่นักวิจัยมักให้ความสำคัญกับคำนิยาม แต่นักวิชาการด้านแนวคิดผู้ประกอบการยังคงถกเถียงกันไม่จบเกี่ยวกับคำนิยามของ Entrepreneurs เพราะการขาดคำนิยามที่

เฉพาะของคำว่า “Entrepreneurs” ที่ยอมรับกันโดยสากล จึงเป็นหน้าที่ของผู้วิจัยทุกคนที่จะต้องระบุให้ชัดเจนเกี่ยวกับความหมายและขอบเขตของ Entrepreneurs ที่ใช้ (Bygrave and Hofer, 1991: 13) สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการบริหารธุรกิจขนาดเล็กคือธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า โดยนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากร และความสามารถขององค์การ ซึ่งเป็นแนวคิดของ RBV มาผนวกกับแนวคิดผู้ประกอบการเพื่อวัดความสำเร็จขององค์การจากผลประกอบการขององค์การ ดังนั้น คำจำกัดความของ Entrepreneurs จึงเน้นไปที่ตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการที่เข้ามาดำเนินงานด้วยตนเอง (Schumpeter, 1934; Casson, 1982; OECD, 1998; Wagner, 2003 and 2004) โดยเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ (Schumpeter, 1934; Cole, 1968; Gartner, 1985) และมีความสามารถในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องแม่นยำเมื่อมีสถานการณ์ที่ต้องเลือกเพื่อให้ได้โอกาสและความสำเร็จในอนาคต (Kirzner, 1973; Leibenstein, 1978) โดยอาศัยทรัพยากรและความสามารถในการใช้ทรัพยากรขององค์การที่ตนเองครอบครองอยู่

Dess et al. (2007: 156) กล่าวว่ามี 5 มิติของการตัดสินใจของ Entrepreneurs ได้แก่ อิสระในการลงมือปฏิบัติ (Autonomy) มีความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรม (Innovativeness) บริหารเชิงรุก (Proactiveness) ชอบการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) และกล้าเสี่ยง (Risk taking) ทั้ง 5 มิติสามารถใช้ผสมผสานกันเพื่อให้ผลประกอบการดีขึ้นได้ สรุปคือ Entrepreneurs นอกจากจะมีหน้าที่สำคัญในการตัดสินใจแล้ว มิติของการตัดสินใจควรมีความหลากหลาย และใช้แต่ละมิติผสมผสานกันตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม

มีงานวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดผู้ประกอบการหลายงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการศึกษาแนวคิดนี้เพียงแนวคิดเดียว เช่น Vesper (1980: 41) ศึกษา Entrepreneurs กับการเลือกใช้กลยุทธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ Entrepreneurs รู้ว่าต้องใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อให้เกิดประสิทธิผล งานวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ Entrepreneurs ส่วนใหญ่นำมาใช้ มักอยู่บนฐานคติที่ว่า Entrepreneurs ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์เพื่อสร้างผลกำไร และสามารถพัฒนาความเป็นมืออาชีพที่มองเห็นความแตกต่างของธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จ และธุรกิจที่อาจจะขาดทุน หรือล้มเหลว หรืองานวิจัยของ Roure and Maidique (1986: 298-300) ที่ยืนยันว่าประสบการณ์ของ Entrepreneurs และการมีทีมงานที่สมดุลสามารถทำให้ผลประกอบการดีขึ้น สอดคล้องกับงานของ Lamont (1972: 254-255) ที่พิสูจน์ว่า Entrepreneurs ที่ประสบความสำเร็จเกิดจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ โดยพบว่า Entrepreneurs ที่มีประสบการณ์นิยมที่จะจัดตั้งบริษัทโดยให้ความสนใจด้านสินค้าใหม่ และต้องอาศัยเงินทุนเริ่มต้นที่ค่อนข้างมาก และต้องมีทักษะด้านธุรกิจที่มีความหลากหลาย และพิเศษกว่าการบริหารทั่วไป

แนวคิดผู้ประกอบการเป็นอะไรที่มากกว่าการเริ่มสร้างธุรกิจใหม่ แต่เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยทักษะที่สามารถถ่ายทอดถึงกันได้ ถ้าปราศจากสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนให้สามารถมองเห็นโอกาสอาจจะไม่มี Entrepreneurs เกิดขึ้น เช่นเดียวกับนวัตกรรมที่นำมาซึ่งโอกาสจะมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์สุดท้ายเสมอ (Stevenson and Jarillo, 1990: 25)

หนึ่งในคุณสมบัติที่หลาย ๆ คน คิดว่า Entrepreneurs ควรมีคือ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นพื้นฐานของการทำธุรกิจใหม่ ๆ อย่างไรก็ตาม แม้ว่านวัตกรรมจะเป็นจุดเริ่มตนที่สำคัญของการเป็น Entrepreneurs แต่มันไม่เพียงพอและไม่จำเป็นว่าจะทำให้เกิดความสำเร็จ (Drucker, 1985: 86)

มีการศึกษาวิจัยหลายงานที่แสดงให้เห็นว่า Entrepreneurs เติบโตมาจากธุรกิจครอบครัว ซึ่งมีบิดาเป็นผู้ที่จ้างงานตนเอง หรือเป็นเจ้าของกิจการ และครอบครัวจะมาเกี่ยวข้องช่วยเหลือในช่วงต้นของการเริ่มเปิดกิจการ (Carroll and Mosakowski, 1987: 570-572; Dyer and Handler, 1994: 75)

Amit et al. (1993: 817) กล่าวว่ามีคุณสมบัติอีกหลายประการที่มีความสำคัญในการที่ Entrepreneurs จะใช้ในการสร้างธุรกิจใหม่ คุณสมบัติเหล่านั้นอาจได้แก่ มีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) รู้จักปรับตัว (Adaptiveness) มีความรู้เชิงเทคนิค (Technical Know–How) มีวิสัยทัศน์ (Vision) และมีความเป็นผู้นำ (Leadership Ability) มีทักษะในการบริหารงานและบริหารองค์การ (Managerial and Organizational Skills) มีความสามารถในการตัดสินใจได้เร็ว และสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน มีบุคลิกภาพดี มีการตัดสินใจโดยปราศจากอคติ และมีพื้นฐานด้านการศึกษาที่ดี ผู้ประกอบการอาจเป็นคนที่กล้าที่จะเสี่ยงและตัดสินใจในสิ่งสำคัญ ซึ่งอาจจะยังไม่เพียงพอ เพราะอาจหมายรวมถึงผู้จัดการที่กล้าเสี่ยงเพราะค่าตอบแทนบางส่วนที่นอกเหนือจากเงินเดือนทำให้เขาเกิดความกล้าตัดสินใจเสี่ยงก็เป็นได้

การศึกษาเรื่องแนวคิดผู้ประกอบการมักจะเน้นในเรื่องบุคลิกส่วนบุคคล หรือภูมิหลังของวัฒนธรรมของ Entrepreneurs แต่ละคนว่า เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Behavior) เช่น McClelland (1961: 52) ศึกษาว่าความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (Need for Achievement) เป็นวัฒนธรรมที่ต้องมี และเป็นบุคลิกภาพด้านจิตวิทยาหลักของบุคคลที่เป็น Entrepreneurs ควรมีบุคลิก 3 ประการดังต่อไปนี้คือ

1. มีความรับผิดชอบในการตัดสินใจของตัวเอง (Taking personal responsibility for decisions)

2. ตั้งเป้าหมายที่จะทำให้สำเร็จด้วยความพยายามของตัวเอง (Setting goals and accomplishing them through his/her effort)

3. มีความปรารถนาต่อการตอบสนอง (Having a desire for feedback)

ซึ่งมีปัญหา 2 ประการต่อแนวคิดของ McClelland เรื่อง “ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ” คือ

1. ทฤษฎีนี้ใช้กับบุคลากรฝ่ายขาย มืออาชีพ และผู้จัดการได้พอ ๆ กับที่จะใช้อธิบาย Entrepreneurs

2. งานวิจัยที่ศึกษาไม่สามารถสร้างความเชื่อมโยงความต้องการที่จะประสบความสำเร็จอย่างสูงกับการตัดสินใจเริ่มธุรกิจ

McClelland (1986: 76) ได้ศึกษาต่อโดยงานของเขามีมุมมองที่เกินกว่าความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ และพิสูจน์บุคลิกภาพอื่น ๆ อีก เช่น ความคิดริเริ่ม (Initiative) การรักษาผลประโยชน์ (Assertiveness) มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (Efficiency Orientation) การวางแผนอย่างมีระบบ (Systematic Planning) และการรักษาคำมั่นสัญญา (Commitment to Work Contract) เพราะความต้องการที่จะประสบความสำเร็จไม่ใช่เอกลักษณ์ของ Entrepreneurs เท่านั้น แต่เป็นบุคลิกภาพโดยทั่วไปของบุคคลที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จ แม้แต่บุคลิกของความเป็นคนกล้าเสี่ยง (A High Risk–Taking Propensity) ก็เป็นบุคลิกที่มีงานศึกษาในเรื่องแนวคิดผู้ประกอบการมากที่สุด แม้ว่าผลงานวิจัยเชิงประจักษ์บางงานพบว่าผลตรงกันข้าม แต่โดยหลักฐานทั่วไปทั้งหมด พบว่า Entrepreneurs ส่วนใหญ่กล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง และไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจากผู้จัดการหรือแม้แต่บุคคลทั่ว ๆ ไป มีบุคลิกเชิงจิตวิทยาอีกอันหนึ่งที่ดูเหมือนจะแยกความแตกต่างของ Entrepreneurs จากผู้จัดการคือ ความอดทนต่อความกำกวมไม่ชัดเจนของสถานการณ์ (The Tolerance for Ambiguity) ซึ่งศึกษาโดย Scherer (1982: 405) และ Sexton and Bowman (1985: 131) สรุปว่า Entrepreneurs มีความสามารถในความอดทนต่อสภาพที่คลุมเครือไม่ชัดเจนของสถานการณ์ได้ดีกว่าผู้จัดการ

หลายนักวิชาการที่กล่าวถึง Entrepreneurs และสรุปตรงกันว่าความสำเร็จของ Entrepreneurs เนื่องมาจากการมีบุคลิกและคุณสมบัติ ดังนี้ (Lambing and Kuehl, 2003: 26)

- มีความปรารถนาที่จะทำธุรกิจ (Passion for the Business)
- อดทนแม้จะล้มเหลว (Tenacity Despite Failure)
- มั่นใจในตนเอง (Confidence)
- มีความคิดเชิงวิเคราะห์ (Self – Determination)
- มีความสามารถบริหารความเสี่ยง (Management of Risk)
- มองเห็นการเปลี่ยนแปลงคือโอกาส (Seeing Changes as Opportunities)
- มีความอดทนต่อความไม่แน่นอน (Tolerance for Ambiguity)
- มีความคิดริเริ่มและต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ (Initiative and a Need for Achievement)

- ใส่ใจในรายละเอียดและชอบความสมบูรณ์แบบ (Detail Orientation and Perfectionism)
- ตระหนักถึงเวลาที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว (Perception of Passing Time)
- สร้างสรรค์ (Creativity)
- มีความสามารถในการมองภาพรวม (Ability to see the Big Picture)
- มีความสามารถในการจูงใจ (Motivating Factors)
- มีความกระตือรือร้น (Self–efficacy)

ผลงานของ Kets De Vries and Miller (1984: 35, 1986: 267) ล่าสุดที่ศึกษาวัฒนธรรมที่เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างบุคลิกของ Entrepreneurs และกลยุทธ์ที่ใช้ ซึ่งถือเป็นชิ้นงานที่สำคัญเพราะไม่ได้เน้นเพียงเรื่องจิตวิทยาของ Entrepreneurs แต่เน้นความสัมพันธ์ระหว่าง Entrepreneurs กับองค์การ และศึกษาโดยมองบุคลิกภาพของ Entrepreneurs ที่มีผลต่อผลประกอบการขององค์การ

จะเห็นได้ว่าผลงานเกี่ยวกับแนวคิดผู้ประกอบการในช่วงหลังที่ผ่านมา เริ่มมีความเชื่อมโยงหรือบูรณาการแนวคิดนี้ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ เช่น ทฤษฎีองค์การ หรือ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่ Casson (1982: 56) ได้พัฒนาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับแนวคิดผู้ประกอบการในกรอบแนวคิดในยุคนิโอคลาสสิคพบว่า โอกาสไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่โอกาสถูกสร้างขึ้นในองค์การจากเครือข่ายความสัมพันธ์ และการแลกเปลี่ยนโอกาสจะมาถึงคนที่อยู่ในตำแหน่งที่ได้เปรียบภายในเครือข่าย และยิ่งไปกว่านั้นการใช้โอกาสหรือการไขว่คว้าโอกาสต้องอาศัยทรัพยากร เช่น ทรัพยากรมนุษย์ เงินทุน ข้อมูลด้านการตลาด และเทคโนโลยี ตลอดจนเทคนิคการบริหาร เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ในเครือข่าย และการติดต่อกับภายนอก ต้องอาศัยโอกาสที่มีความสำคัญต่อการได้มาซึ่งทรัพยากรที่มีคุณสมบัติเหมาะในการใช้เป็นเครื่องมือในการไขว่คว้าโอกาสมาสู่องค์การ

การวางแผนกลยุทธ์ในบริษัทขนาดเล็ก ปกติจะดำเนินการโดย Entrepreneurs หลายการศึกษาพบว่า บุคลิกของ Entrepreneurs รูปแบบการบริหารของ Entrepreneurs การรับรู้ถึงโอกาส และอุปสรรคของสิ่งแวดล้อมภายนอก มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของ Entrepreneurs สรุปได้ว่าการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อาจมีความสัมพันธ์กับ Entrepreneurs ในการตัดสินใจ (Williams and Tse, 1995: 25) งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์และแนวคิดผู้ประกอบการ เช่นงานวิจัยของ Williams and Tse (1995: 22-26) ที่ศึกษาความสัมพันธ์นี้ในส่วนของธุรกิจร้านอาหารในอเมริกา เป็นการสำรวจ Entrepreneurs ด้านร้านอาหารเพื่อทดสอบเชิงประจักษ์เกี่ยวกับชนิด Entrepreneurs และกลยุทธ์ที่ใช้กับอุตสาหกรรมด้านร้านอาหารโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า Entrepreneurs โดยทั่วไปจะมีความรู้ความสามารถในการวางแผนกลยุทธ์ที่เฉพาะเจาะจงที่ค่อนข้างน้อยและใช้ระยะเวลาอันสั้นในการปฏิบัติดังกล่าว

Entrepreneurs ที่ทำกิจการร้านอาหารแต่ละที่จะมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่จะไม่ใช้เทคนิคที่เป็นทางการเหมือนกลยุทธ์ที่บริษัทขนาดใหญ่ใช้ แต่ Entrepreneurs จะเลือกใช้กลยุทธ์ที่เป็นไปได้ โดยอาจไม่ได้เกิดจากความตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “Realized Strategies” ของ Mintzberg (1987: 66-75) เป็นแบบอย่างของการตัดสินใจที่สร้างขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปและบางครั้งเกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจ

Huovinen and Tihula (2008: 152-171) ได้ทำกรณีศึกษาวิเคราะห์ Entrepreneurs ชนิดที่เรียกว่า “Portfolio Entrepreneurship” ว่ามีความเป็นไปได้อย่างไรในการบริหารบริษัทหลายบริษัทในเวลาเดียวกันให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งพบว่า ความล้มเหลวอาจมีส่วนช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Knowledge) รวมทั้งสร้างประสบการณ์ อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาสรุปว่า การพัฒนาด้านความรู้ของ Entrepreneurs ได้รับอิทธิพลจากทั้งความสำเร็จและล้มเหลวที่เกิดขึ้นในระหว่างการประกอบอาชีพ ซึ่งความล้มเหลวสามารถสร้างผลลัพธ์ที่เป็นทั้งบวกและลบกับการเรียนรู้ มีองค์ความรู้ในวรรณกรรมที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กที่เสนอโดย Gibb and Davies (1990: 18) ว่า งานเขียนด้านนี้สามารถแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ คือ บุคลิกเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Personality) การพัฒนาองค์การ (Organizational Development) บทบาทการบริหารทักษะ (Functional management Skills) และส่วนเศรษฐกิจ (Sectoral Economics) Morris, Kuratko and Covin (2008: 9) ได้สรุปมุมมองของแนวคิดผู้ประกอบการว่า Entrepreneurs คือบุคคลที่มีบทบาทดังตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 มุมมองของธรรมชาติของแนวคิดผู้ประกอบการ

สร้างความมั่งคั่ง (Creation of Wealth)	: Entrepreneurs จะเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในการผลิตสินค้าเพื่อสร้างผลกำไร
สร้างธุรกิจ (Creation of Enterprise)	: Entrepreneurs จะเกี่ยวข้องกับการก่อตั้งบริษัทใหม่ในแวดวงที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน
สร้างนวัตกรรม (Creation of Innovation)	: Entrepreneurs จะเกี่ยวข้องกับการนำทรัพยากรมาผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์
สร้างการเปลี่ยนแปลง (Creation of Change)	: Entrepreneurs จะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงการปรับตัว การปรับปรุงทักษะต่าง ๆ เพื่อไขว่คว้าโอกาสจากสิ่งแวดล้อม
สร้างการจ้างงาน (Creation of Employment)	: Entrepreneurs เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน การจัดการ และการพัฒนาปัจจัยด้านการผลิตต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงแรงงานด้วย
สร้างคุณค่า (Creation of Value)	: Entrepreneurs เป็นกระบวนการสร้างสรรค์คุณค่าแก่ลูกค้าโดยการไขว่คว้า โอกาสมาให้เกิดประโยชน์สูงสุด
สร้างการเติบโต (Creation of Growth)	: Entrepreneurs เป็นผู้ที่สนใจต่อการเติบโตขององค์การยอดขาย รายได้ ทรัพย์สินและการจ้างงาน

แหล่งที่มา: Morris, Kuratko and Covin, 2008: 9.

Chanston (1997: 814) อ้างว่า การตลาดเป็นปัญหาหลักที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การในช่วงเริ่มต้นของการทำธุรกิจ และจากการสำรวจล่าสุดของ Milne and Thompson (1986 quoted in Chanston, 1997: 817) เกี่ยวกับบริษัทเปิดใหม่ระบุว่า ความสามารถของ Entrepreneurs ในการตัดสินใจที่เหมาะสมกับโอกาสทางการตลาด เป็นความแตกต่างที่ทำให้แต่ละองค์การประสบความสำเร็จไม่เท่ากัน Gill (1985 quoted in Chanston, 1997: 823) ได้ศึกษาปัญหาที่องค์การขนาดเล็กเผชิญ พบว่าทำเลที่ตั้ง (Locating) และการรักษาลูกค้าไว้ได้ (Retaining Customers) เป็นผลกระทบสำคัญต่อผลการดำเนินงานด้วยเช่นกัน

Lambing and Kuehl (2003: 65) กล่าวว่าเมื่อบริษัทต้องเติบโตทักษะของ Entrepreneurs จะเปลี่ยน ย้ายจากการบริหารทางตรงไปเน้นการบริหารทางอ้อมมากขึ้น เพราะจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นทั้งการบริหารบุคคล (Personnel Management) และการบริหารการเงิน (Financial Management) เป็นปัจจัยสำคัญของการเติบโตของธุรกิจ Entrepreneurs หลายคนจึงไม่ค่อยพอใจ เมื่อการเติบโตของบริษัททำให้บรรยากาศของความเป็นครอบครัวหายไป ความท้าทายของการเริ่มต้นหายไปและบทบาทของ Entrepreneurs ก็ลดน้อยถอยลง คำแนะนำอย่างหนึ่งคือการหาขนาดที่เหมาะสมกับตนเองของ Entrepreneurs แต่ละคน ถ้าบริษัทใหญ่

เกินไป Entrepreneurs อาจจะเลือกที่จะทำให้บริษัทเล็กลง หรือเริ่มการลงทุนใหม่ หรือการขายกิจการออกไปเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ หรือเพียงขายกิจการบางส่วน

Harms, Kraus and Reschke (2007: abstract) ศึกษาภาพรวมแนวปฏิบัติในบริบทของบริษัทขนาดเล็กที่เพิ่งเปิดดำเนินกิจการ โดยใช้แนวคิด Configuration Approach เป็นแนวคิดเกี่ยวกับบริษัทที่มีความซับซ้อน ซึ่งความสำเร็จและการพัฒนาขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Personal) โครงสร้าง (Structural) กลยุทธ์ (Strategies) และตัวแปรภายนอก (External Variables)

เป็นเรื่องยากที่จะแยกแยะระหว่างผลของความโชคร้าย (Effects of Bad Luck) และความสามารถด้านผู้ประกอบการที่ต่ำ (Low Entrepreneurial Ability) ยิ่งไปกว่านั้น ความรับรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของ Entrepreneurs เหล่านี้อาจมีความแตกต่างกัน Entrepreneurs ที่มีความคุ้นเคยกับอุตสาหกรรม บุคลิกส่วนตัวและประสบการณ์สามารถจัดการกับปัญหาภายในได้ดี คุณสมบัติเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการท้าทายความสามารถของ Entrepreneurs ในการพัฒนาธุรกิจใหม่ให้ประสบความสำเร็จ เช่น Entrepreneurs อาจมีข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความสำคัญที่ยากต่อการสื่อสารหรือถูกครอบครองโดยผู้อื่น (Amit et al., 1993: 818)

Low and MacMillan (1988: 148) เสนอผลสรุปองค์ประกอบของทฤษฎีผู้ประกอบการจากการทบทวนวรรณกรรมว่าสามารถแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ตามจุดประสงค์และมุมมองดังนี้

จุดประสงค์	มุมมอง
1. อธิบายพฤติกรรม	(a) มุมมองเชิงสังคมและวัฒนธรรม
	(b) พื้นฐานบุคลิกภาพ
2. ทำนายพฤติกรรม	(c) มุมมองด้านเครือข่ายในการทำธุรกิจ
3. ปทัสถาน (การให้คำแนะนำว่าสิ่งใดควรทำ)	(d) นิเวศวิทยาประชากร (Population Ecology)
	(e) มุมมองเชิงเศรษฐศาสตร์

Entrepreneurs ที่ประสบความสำเร็จถูกพบว่า พวกเขามีเครือข่าย (Networks) ที่ใหญ่และรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการ พวกเขาจะมีเวลาและเก็บข้อมูลเพื่อหาหนทางไปสู่การได้ลูกค้าที่มีศักยภาพ และพวกเขาไม่รีรอที่จะเสนอตัวเองแก่ผู้ลงทุนที่มีศักยภาพด้วย ในมุมมองนี้เป็นมุมมองที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดด้านเครือข่ายของกระบวนการผู้ประกอบการ ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงสังคมที่สร้างและเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ ทรัพยากร และโอกาส มุมมองด้านเครือข่ายจึงมี 3 คุณลักษณะหลักคือ จำนวนทรัพยากรที่พวกเขาครอบครอง ความหลากหลายของผู้ประกอบการและความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรของพวกเขา (Aldrich and Zimmer, 1986) และเพื่อพัฒนาแนวคิดผู้ประกอบการต่อไป อาจจำเป็นต้องบูรณาการมุมมองด้านเครือข่าย (The Network Perspective) กับมุมมองอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพราะมุมมองเครือข่ายเพียงอย่างเดียวอาจไม่

สามารถอธิบายพฤติกรรมเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Behavior) หรือทำนายผลการดำเนินงานได้ ดังนั้น คำถามที่น่าสนใจเกี่ยวกับมุมมองด้านเครือข่าย รวมถึงความสัมพันธ์ในการทำกำไรและการริเริ่มธุรกิจ มีผลอย่างไรต่อความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรหลัก และผลต่ออัตราการก่อตั้งธุรกิจใหม่ว่า ธุรกิจใหม่เหล่านี้เกิดขึ้นอย่างไม่อิสระหรือโดยบังเอิญ และพวกเขาจะรักษาธุรกิจนี้ไว้ได้อย่างไร (Amit et al., 1993: 823)

Population Ecology เป็นมุมมองที่เกี่ยวข้องล่าสุดซึ่งวิจารณ์ความไม่สามารถขององค์การในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นคุณสมบัติหลักขององค์การและเสนอว่าองค์การซึ่งปรับตัวได้ดีต่อสิ่งแวดล้อมจะสามารถมีชีวิตอยู่รอด ขณะที่องค์การอื่น ๆ จะตายไป (Hannan and Freeman, 1977: 931-932) ผ่านทางกลไกการคัดเลือกนี้ สิ่งแวดล้อมจะเป็นตัวกำหนดคุณสมบัติของประชากรขององค์การ และกำหนดผลกระทบสูงสุดในการจัดสรรปันส่วนของทรัพยากรเชิงผู้ประกอบการ ในการใช้แนวคิด Population Ecology เพื่ออธิบายแนวคิดผู้ประกอบการ Amit et al. (1993: 823) โต้แย้งว่า แบบจำลองในเชิงสังคมศาสตร์จากการวิจัยเป็นสิ่งที่คงที่ จึงไม่สามารถอธิบายความเป็นพลวัตรของแนวคิดผู้ประกอบการ เขาจึงเสนอกระบวนทัศน์ใหม่ ที่มีพื้นฐานเดิมจากหลักชีววิทยาของดาวินชี่ (Darwinian Biology) และให้ความสำคัญกับความหลากหลายของพฤติกรรมที่ปรับเปลี่ยนจากภายในองค์การเป็นลักษณะของการเลือกเพื่อที่จะปรับตัวหรือเลือกเพื่อที่จะต่อต้าน ในแนวความคิดนี้แต่ละหลักการทางเลือกของสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกำหนดที่มีพลังอย่างมากในความสำเร็จที่เกิดขึ้น Population Ecology Theory ได้พัฒนากรอบแนวคิดที่สามารถบูรณาการมุมมองของทฤษฎีอื่น ๆ ก่อนที่จะมีการพัฒนาทฤษฎีนี้ ผลการวิจัยส่วนใหญ่เชื่อว่ากลยุทธ์ในการปรับตัว (Strategic Adaptation Perspective) โดยมองว่าความสำเร็จขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของแต่ละ Entrepreneurs การนำเอา Population Ecology Theory มาใช้เป็นการท้าทายฐานคติเหล่านี้ และเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผู้ประกอบการ เพราะมุมมองของ Population Ecology คือการทำนายสภาวะสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการก่อตั้งและการเติบโตขององค์การเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Firms) ความสำเร็จถูกกำหนดโดยสิ่งแวดล้อมมากกว่าทักษะ สัญชาติญาณ และการตัดสินใจของ Entrepreneurs (Amit et al., 1993: 823)

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับแนวคิดผู้ประกอบการ จะสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมและกระบวนการผลิตใหม่ ขณะที่คำอธิบายส่วนใหญ่ระบุว่า Entrepreneurs มีการกระทำอย่างมีเหตุมีผล Entrepreneurs ถูกรวมอยู่ในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค เพราะ Entrepreneurs ไม่สามารถคงอยู่ในกรอบแนวคิดที่มีฐานคติว่าข้อมูลมีความสมบูรณ์ (Perfect Information) และการกระจายและการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient Allocation of Resources) ความจริงที่ว่าตลาดจะถูกผลักดันออกจากสภาวะสมดุลอยู่ตลอดเวลา โดยเกิดจากสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

อันนำมาซึ่งโอกาสใหม่ ๆ นักเศรษฐศาสตร์ระบุว่า Entrepreneurs คือคนซึ่งนำโลกกลับสู่ความสมดุลอีกครั้ง โดยการจัดสรรทรัพยากรใหม่ไปสู่รายได้ที่มากขึ้น คุณค่าของ Entrepreneurs คือ ผู้แก้ไขความไม่สมดุลของทรัพยากรโดยจัดการกับสิ่งต่าง ๆ ที่คนอื่นมองไม่เห็นในสภาวะตลาดที่ไม่สมบูรณ์ (Amit et al., 1993: 824) นักเศรษฐศาสตร์บางคนนำเสนอการตีความ ผลของแนวคิดผู้ประกอบการในอีกหนทางหนึ่ง คือ แทนที่จะใช้คำว่าป่วนหรือรบกวนความสมดุลของการตลาด แต่หมายถึงการสร้างความก้าวหน้าของระบบเศรษฐกิจให้มีระดับดีขึ้น (Kirzner, 1979: 42) Kirzner ย้ำถึงบทบาทของ Entrepreneurs ว่าคือบุคคลที่มีความรู้มากเกี่ยวกับตลาดที่ไม่สมบูรณ์และใช้ความรู้นั้นในการสร้างความได้เปรียบ เนื่องจากแต่ละคนมีความแตกต่าง ดังนั้นไม่ใช่ Entrepreneurs ทุกคนจะแสวงหาประโยชน์จากโอกาสให้เกิดคุณค่าที่เท่ากัน การตัดสินใจใช้ประโยชน์จากโอกาสจึงเกี่ยวข้องกับการพิจารณาคุณค่าของโอกาสกับต้นทุนที่จะจ่ายโดยเทียบดูหลาย ๆ หนทาง โดย Evans and Leighton (1989: 530) แสดงให้เห็นว่าการใช้ประโยชน์จากโอกาสจะง่ายเมื่อคนเหล่านั้นมีเงินทุนที่มากกว่า

Aldrich and Zimmer (1986: 29) ศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ที่มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับผู้ที่ให้ทรัพยากรจะสามารถได้ทรัพยากรเพื่อนำไปสร้างโอกาสได้มากกว่า การตัดสินใจใช้ประโยชน์จากโอกาสเชิงผู้ประกอบการ ยังได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ที่แตกต่างของแต่ละคนด้วย การสร้างสรรค์สินค้าและตลาดใหม่ๆจะมีความเสี่ยงอยู่บ้าง เพราะ ต้องใช้เวลา ความพยายาม และเงินในการลงทุนก่อนที่จะได้ผลตอบแทนกลับมา (Shane and Venkataraman, 2000: 222) นักวิจัยหลายคนแย้งว่า ความแตกต่างของบุคคลในการยินดีที่จะรับความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะใช้ประโยชน์จากโอกาสเชิงผู้ประกอบการ และการตัดสินใจใช้ประโยชน์จากโอกาสเชิงผู้ประกอบการ ยังมีอิทธิพลมาจากการมองโลกในแง่ดีและไม่ดีที่ต่างกัน มีข้อโต้แย้งว่า ผู้ที่มีประสิทธิภาพมากกว่า และมีความสามารถในการควบคุมสถานะภายในได้ดีกว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสมากกว่า (Chen, Greene and Crick, 1998: 300) การใช้ประโยชน์จากโอกาสยังขึ้นกับความสามารถในการอดทนต่อความไม่แน่นอนและการใช้ประโยชน์จากโอกาสจะมีมากที่สุด เมื่อ Entrepreneurs มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบผลสำเร็จ (McClelland, 1961: 37)

เหตุผลของความสำเร็จเชิงผู้ประกอบการ (Reasons for Entrepreneurial Success) หรือเหตุผลของความสำเร็จของบริษัทขนาดเล็ก ตามที่ Barney and Griffin (1992: 110–118) กล่าวคือ 1. การทำงานอย่างหนัก มุมานะและฉลาด (Dedication) ของผู้ประกอบการ 2. มีความต้องการสินค้าและบริการจากตลาดที่เพียงพอ 3. มีความสามารถในการบริหาร 4. มีโชค 5. มีระบบควบคุมที่เข้มแข็ง และ 6. มีทุนที่เพียงพอ

Waleeporn Thanathikom (2005: 113) กล่าวว่าโดยทั่วไปใน 3 ปีแรก การเริ่มธุรกิจปกติจะประสบกับการขาดทุนหรือเท่าทุน ผลกำไรมักจะได้ภายหลังจากปีที่ 3 โชคร้ายที่หลายบริษัทไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อให้อยู่พ้นสามปีไปได้ Entrepreneurs ในอนาคตจึงจำเป็นต้องรู้ถึงปัญหาที่มองไม่เห็น ความท้าทาย และความไม่แน่นอนของธุรกิจ และความเสี่ยงด้านการเงิน ซึ่งนำมาซึ่งภาวะขาดทุน จุดอ่อนสำคัญในการเติบโตของ Entrepreneurs ในประเทศไทยคือ Entrepreneurs ขาดความสามารถในการพัฒนาแผนธุรกิจ หลาย Entrepreneurs เริ่มต้นธุรกิจด้วยความฝันที่ยิ่งใหญ่ แต่ไม่สามารถแปลงความคิดเหล่านั้นไปสู่แผนธุรกิจที่ดี และการผลิตสินค้าที่ขายได้ Entrepreneurs บางคนอาจมีความรู้ด้านธุรกิจ และมีประสบการณ์แต่ขาดทักษะเฉพาะของธุรกิจนั้นโดยเฉพาะทักษะด้านการตลาดและการเงิน Waleeporn Thanathikom เสนอว่าคุณสมบัติของ Entrepreneurs ที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าที่จะเสี่ยงอย่างมีเหตุผล สามารถมองเห็น ประเมิน และเข้าถึงโอกาสได้ก่อนผู้อื่น และสามารถถ่ายทอดวิสัยทัศน์ หรือความรับรู้ถึงโอกาสนั้นแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ มีความกระตือรือร้น คิดวิเคราะห์ และสามารถจูงใจผู้อื่นได้ เป็นต้น

Casson (1982: 30) กล่าวว่า ทรัพยากรมีความสำคัญต่อการไขว่คว้าโอกาสของ Entrepreneurs และโอกาสที่ Entrepreneurs จะทำให้ได้มาซึ่งทรัพยากรถือเป็นจุดเริ่มต้นของงานที่เชื่อมโยงระหว่าง RBV และแนวคิดผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอการบูรณาทั้งสองแนวคิดนี้ ต่อไปในหัวข้อที่ 3.6

3.6 การบูรณาการ RBV กับทฤษฎีผู้ประกอบการ

ในงานวิจัยของ Choi and Shepherd (2003: 379) เรื่อง การตัดสินใจของ Entrepreneurs ในการใช้ประโยชน์จากโอกาส (Entrepreneurs' decisions to exploit opportunities) เป็นการพิจารณาการตัดสินใจของ Entrepreneurs ในการใช้ประโยชน์ของโอกาสจาก RBV พบว่า Entrepreneurs ดูเหมือนจะใช้ประโยชน์จากโอกาสได้มากเมื่อพวกเขาสามารถรับรู้ได้มากขึ้น มีความสามารถด้านการบริหารมากขึ้น และได้รับความสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้น Choi and Shepherd (2003: 380) กล่าวว่า ทฤษฎีผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ (Phenomena) และกระบวนการ (Process) เพื่อนำไปสู่การค้นหา (Discovering) การประเมินผล (Evaluating) และการหาประโยชน์จากโอกาส (Exploiting opportunities) ในการผลิตสินค้าและบริการในอนาคต (Shane and Venkataraman, 2000: 219) ผลลัพธ์ของกระบวนการนี้คือ สินค้าใหม่หรือบริการใหม่หรือทั้งสองอย่าง

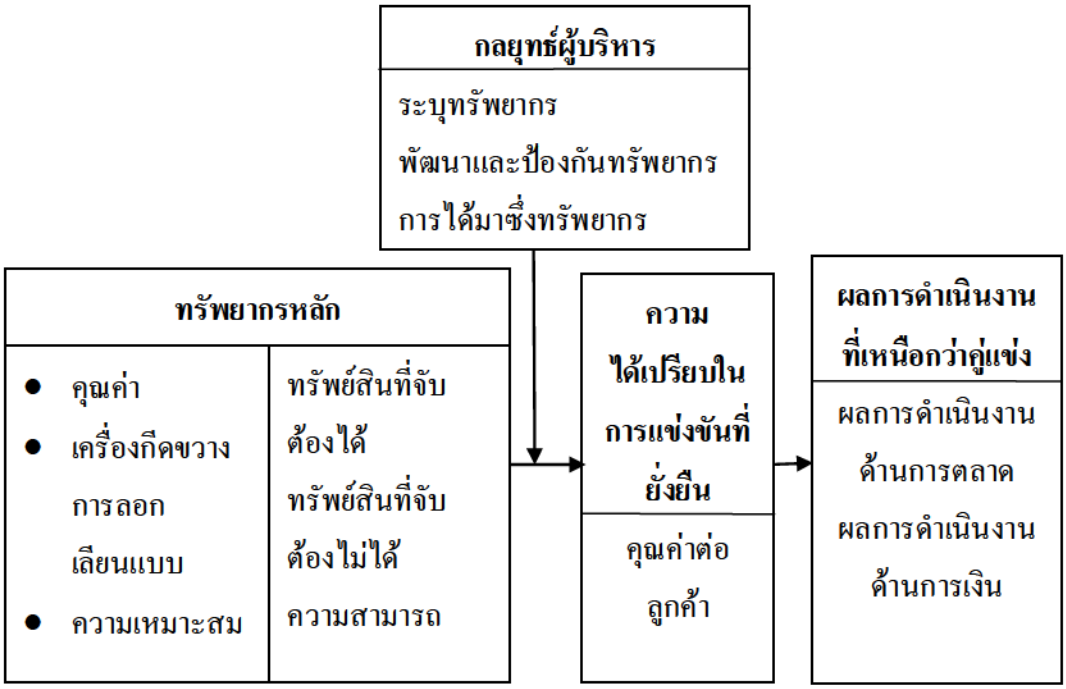
Entrepreneurs สามารถใช้เวลา และรวบรวมข้อมูลเพื่อลดความไม่แน่นอน และสร้างทรัพยากรและความสามารถขององค์การก่อนตัดสินใจเข้าสู่ตลาด และหาประโยชน์จากโอกาสในตลาดนั้น (Choi and Shepherd, 2003: 380) ขณะที่การตัดสินใจในเวลาที่เหมาะสมที่จะใช้ประโยชน์จากโอกาส อย่างไรก็ตามงานของ Alvarez and Busenitz (2001: 755-777) ถือเป็นงานที่โดดเด่นชิ้นหนึ่ง เกี่ยวกับ Entrepreneurship ในกรอบของ RBV โดยงานของเขาทั้งสองพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง RBT (Resource–based theory) และ Entrepreneurship และพัฒนาความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่จะช่วยทำให้ขอบเขตของ RBV ก้าวหน้าต่อไป รวมถึงคำถามสำคัญเกี่ยวกับ Entrepreneurs ที่มีทรัพยากรเฉพาะในแต่ละคน (Individual–specific resources) ที่จะสนับสนุนความรู้ความเข้าใจในเรื่องโอกาสใหม่ และรวบรวมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อดำเนินธุรกิจที่มีความท้าทายโดยมุ่งเน้นที่ทรัพยากรที่มีความสามารถที่จะจัดการกับทรัพยากรเหล่านั้น เพื่อสร้างปัจจัยส่งออก (Outputs) ที่มีความแตกต่างหลากหลาย (Heterogeneous outputs)

งานของ Foss and Ishikawa (2006: 11-15) ที่พยายามอธิบาย RBV ที่เป็นมุมมองจากแนวคิด Austrain capital and Entrepreneurship theory ว่า RBV จริง ๆ แล้ว ยังขาดมิติเชิงพลวัตรและจำเป็นที่จะต้องบูรณาการแนวคิดของ Austrian (Misesian) และ Knightian ในการเข้าใจถึง ทฤษฎี Entrepreneurship และ Capital theory เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับองค์ประกอบที่เป็นพลวัตร หน้าที่พื้นฐานของ Entrepreneurs คือ การที่จะต้องเลือกองค์ประกอบที่หลากหลายของปัจจัยนำเข้า (Inputs) ที่สามารถผลิตเป็นสินค้าและบริการ โดยพิจารณาราคา ณ ปัจจุบันสำหรับปัจจัยนำเข้าและคาดคะเนราคาในอนาคตของสินค้าชิ้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้น ตามที่ Knight (1921 quoted in Low and MacMillan, 1988: 142) กล่าวไว้อย่างชัดเจนว่าหน้าที่นี้ต้องการการตัดสินใจ (Judgment) แนวคิดนี้เริ่มต้นมาจากแนวคิด “Entrepreneurship in economics” ที่มีชื่อว่า “Cantillon (1755)” Cantillon เชื่อว่า “Entrepreneurship” คือวิจารณญาณในการตัดสินใจ (Judgmental decision–making) ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่แน่นอน ซึ่งหมายถึงการตัดสินใจเชิงธุรกิจเมื่อมีผลลัพธ์ที่เป็นไปได้หลายประการที่ยังไม่รู้ว่าจะเป็นผลลัพธ์ใดที่อาจเกิดขึ้น ไม่มีแบบจำลองที่ถูกต้อง หรือกฎเกณฑ์ในการตัดสินใจใด ๆ รวมทั้ง ข้อมูลที่จะนำมาใช้สนับสนุนไม่น่าเชื่อถือหรือไม่สมบูรณ์ (Foss and Ishikawa, 2006: 16)

Lachmann (1956 quoted in Foss and Ishikawa, 2006: 16-18) กล่าวว่า ธุรกิจอยู่ในโลกที่เปลี่ยนแปลงที่ไม่คาดฝัน ดังนั้น องค์ประกอบของทุนและโครงสร้างของทุน จะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และอาจหายไปหรือเปลี่ยนรูปไป ซึ่งในการดำเนินธุรกิจในสภาวะเช่นนี้ถือเป็นหน้าที่ที่แท้จริงของ Entrepreneurs เพื่อที่จะให้ตระหนักถึงความเป็นไปได้ของสินค้า และบริการใหม่ว่ามีคุณค่าต่อลูกค้าหรือไม่ Entrepreneurs จำเป็นต้องสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากร

และความสามารถขององค์การที่มีอยู่อย่างเต็มที่ เช่น เทคโนโลยีที่ทันสมัย ความสามารถในการบริหาร และการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder support)

Fahy and Smithee (1999: 16-18) สรุปไว้ว่า หน้าที่หลักของผู้บริหารคือการนำเอาทรัพยากรจากตลาดมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบสำคัญของ RBV จึงหมายถึงทรัพยากรที่สำคัญของบริษัท และบทบาทของผู้บริหารที่จะแปลงทรัพยากรที่มีอยู่ไปสู่ตำแหน่งที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันนำไปสู่ผลประกอบการที่สูงกว่าในตลาด Fahy and Smithee ยังได้สร้างแบบจำลอง RBV เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนที่พัฒนามาจากการเชื่อมโยงงานของ Bharadwaj et al. (1993: 83-87) and Hunt and Morgan (1996: 107-114) ดังแสดงในภาพที่ 3.6 แบบจำลอง RBV เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่าไม่ใช่ทุกทรัพยากรที่มีความสำคัญเท่าเทียมกันในการที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จในความได้เปรียบทางการแข่งขันและผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในกระบวนการที่จะทำให้เกิดความสำเร็จในการนำทรัพยากรมาใช้



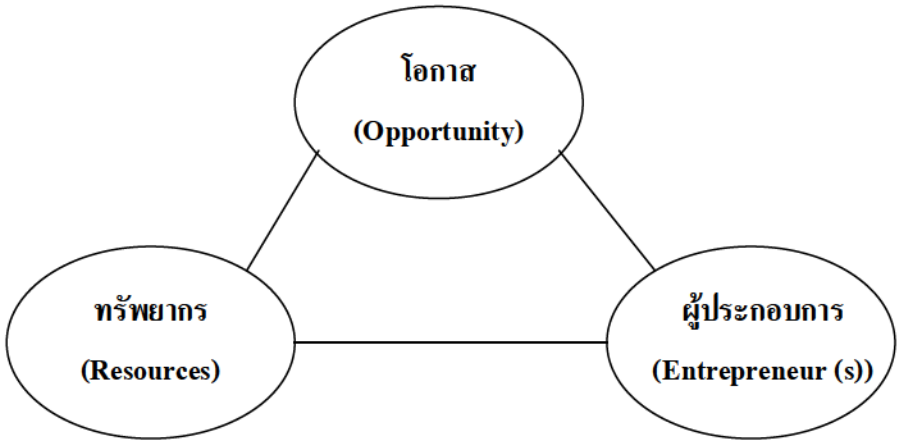
ภาพที่ 3.6 แบบจำลอง RBV เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน
(A Resource–Based Model of Sustainable Competitive Advantage)
แหล่งที่มา: Hunt and Morgan, 1996: 109.

Kor and Mahoney (2004: 185) สนับสนุนงานของ Penrose (1959) ที่ว่าถ้าองค์การลงทุนอย่างต่อเนื่องในการสร้างความสามารถใหม่ ๆโดยการใช้องค์ประกอบของทรัพยากรใหม่ ๆ ตามที่ Penrose (1959: 24) อธิบายไว้ ความได้เปรียบในการแข่งขันจะอยู่ได้อย่างยั่งยืน

Timmons (1997 quoted in Dess et al., 2007: 210) อธิบายถึงคุณสมบัติของโอกาสดี (Characteristics of Good Opportunities) ว่ามี 4 อย่าง คือ ความน่าสนใจ (Attractive) การสามารถบรรลุผลได้ (Achievable) ความคงทน (Durable) และการสร้างคุณค่า (Value creating) และถ้าให้ธุรกิจที่เริ่มใหม่สามารถที่จะพบกับโอกาสดีที่มีคุณสมบัติเหล่านี้จะต้องมี 2 ปัจจัยที่ต้องพิจารณาก่อนที่จะนำโอกาสไปใช้จริงทางธุรกิจ

1. ต้องดูความพร้อมและทักษะของ Entrepreneurs ที่ก่อตั้งบริษัทและทีมการทำงานต้องถูกประเมินความพร้อมเสมอ

2. การมีและการเข้าถึงทรัพยากรที่ต้องใช้สำหรับนำเสนอโอกาสนั้น ซึ่งแสดงให้เห็นชัดเจนในภาพที่ 3.7 อธิบายถึง 3 ปัจจัยที่ต้องมีในการนำไปสู่ความสำเร็จ



ภาพที่ 3.7 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์โอกาส (Opportunity Analysis Framework)
แหล่งที่มา: Timmons and Spinelli, 2004 quoted in Dess et al., 2007: 210.

จากภาพที่ 3.7 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์โอกาส ระบุว่าทรัพยากรเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จของ Entrepreneurs ในการเข้าสู่ตลาด ความท้าทายที่เป็นหลักคือ การที่ Entrepreneurs เผชิญกับการขาดแคลนทรัพยากร โดยเฉพาะทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในช่วงต้นของการเริ่มธุรกิจคือ เงิน แต่การเงินยังไม่ใช่เพียงทรัพยากรเดียวที่ Entrepreneurs ใหม่ต้องใช้ แต่ทุนมนุษย์ (Human capital) และทุนทางสังคม (Social capital) ก็สำคัญเช่นกัน นอกจากนี้บริษัทเล็ก ๆ ต้องอาศัยทรัพยากรจากภาครัฐ (Government resource) มาช่วยเหลือ แต่ปัญหาคือบริษัทเล็กที่เพิ่งเริ่มต้นจะยังมีความน่าเชื่อถือน้อย ทำให้เป็นอุปสรรคในการระดมทุนและมีอำนาจ

ในการต่อรองกับผู้ซื้อและผู้ขายน้อย ทรัพยากรเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Resources) ได้แก่ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ซึ่งสำคัญที่ตัว Entrepreneurs จะต้องมีประสบการณ์ มีความรู้ และสามารถตัดสินใจได้ในทุกสถานการณ์ ทุนทางสังคม (Social Capital) เป็นการได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายทางสังคม ซึ่งจะสามารถช่วยแก้ปัญหาความน่าเชื่อถือที่ยังมีน้อยในช่วงต้นของการเริ่มกิจการได้ และสุดท้ายคือ ทรัพยากรจากภาครัฐ ซึ่งคือการได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากภาครัฐในการดำเนินธุรกิจ และไม่ว่าธุรกิจจะตั้งขึ้นจากเจ้าของคนเดียวหรือเป็นทีมของผู้ประกอบการหลายคน สิ่งที่ต้องมีคือภาวะผู้นำ (Entrepreneurial Leadership) ซึ่งคุณสมบัติของผู้นำที่ควรมีได้แก่ การมีวิสัยทัศน์ (Vision) การอุทิศตน และมีพลังขับเคลื่อน (Dedication and Drive) และมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ (Commitment to Excellence)

ส่วนโอกาส (Opportunities) ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จจะต้องมีความเป็นไปได้ (Viable Opportunity) เมื่อประกอบกับทรัพยากรที่มีมากพอ และ Entrepreneurs หรือทีมงานที่มีทักษะและอุทิศตน องค์การจะสามารถบรรลุความสำเร็จดังที่ตั้งใจ สิ่งหนึ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้โอกาสเติบโตได้ คือ นวัตกรรม เพราะนวัตกรรมเกี่ยวข้องกับการใช้ความรู้ใหม่ในการแปลงรูปกระบวนการต่าง ๆ ในองค์การ รวมทั้ง สรรค์สร้างสินค้า และบริการใหม่เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ Entrepreneurs ที่มีความรู้ความสามารถที่มีความแตกต่างหลากหลาย (Heterogeneity) โดยเฉพาะความรู้ความสามารถในการรับรู้มีความสำคัญมากกว่า การมีทรัพยากรที่แตกต่างหลากหลาย

Tokuda (2005: 132) กล่าวว่า ความสามารถในการรับรู้ในสภาวะที่ข้อมูลไม่สมมาตร (Asymmetric Information) และความสามารถในการรับรู้ข้อมูลจากตลาดที่ไม่สมบูรณ์ของ Entrepreneurs ต้องนำมาใช้ร่วมกับ RBV เพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ขององค์การนำไปสู่ผลกำไรสูงสุด

Casson (2005: 76) ได้อธิบายความสัมพันธ์ของ 2 แนวคิดนี้ว่า RBV จะเน้นเรื่องความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) ที่แสดงถึงความสามารถ (Competencies and Capabilities) ในการทำให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์การ ส่วนทฤษฎี Entrepreneurship คือความสามารถของ Entrepreneurs ซึ่งถือเป็นหลักการของทรัพยากรมนุษย์ที่ธุรกิจครอบครองอยู่เช่นกัน สำหรับทรัพยากรอื่น เช่น ความสามารถของบุคลากรในองค์การและผู้จัดการจะมาจากการที่ Entrepreneurs เป็นผู้ที่เลือกคนเหล่านั้นเข้ามาทำงานในองค์การ โดยพิจารณาจากความสามารถของพวกเขาที่จะสามารถทำงานกับองค์การได้

Casson (2005: 77) ให้คำจำกัดความของ “Entrepreneur” ว่า คือคนซึ่งมีความชำนาญในการตัดสินใจเกี่ยวกับการร่วมมือกันของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด การตัดสินใจของแต่ละคนแม้อยู่ในสถานการณ์ที่เหมือนกัน แต่การตัดสินใจอาจแตกต่างกัน เพราะการเข้าถึงข้อมูล หรือการ

ตีความหมายของข้อมูลที่ต่างกัน ตามคำจำกัดความนี้ Entrepreneurs จะเป็นบุคคลซึ่งสามารถตัดสินใจ (Judgment) แตกต่างจากการตัดสินใจของคนอื่น รางวัลคือ Entrepreneurs ที่มีการตัดสินใจถูกต้องในสถานการณ์ต่างกันจะสามารถสร้างผลตอบแทนได้สูงกว่า (Ricketts, 2002: 9)

นอกจาก Casson จะชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง Entrepreneurship และ RBV แล้ว Casson ยังกล่าวถึงความสำคัญเรื่องความแตกต่างหลากหลายของทรัพยากรและความสามารถขององค์การ แต่ความสามารถของ Entrepreneurs ถูกแยกออกจากประเภทของทรัพยากร (Category of Resources) โดยถือว่าความสามารถของ Entrepreneurs มีความสำคัญพิเศษ เมื่อองค์การต้องตัดสินใจเช่น การเลือกบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมมาทำงาน เพราะสิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ของ Entrepreneurs ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งยวดในการตัดสินใจ องค์การจึงไม่ใช่แค่หน่วยงานที่ทำหน้าที่ร่วมมือประสาน (Cooperate and Coordinate) ทรัพยากรที่มีอยู่ แต่ต้องมีการตัดสินใจที่เชี่ยวชาญ (Specialize Decision–Making) และไม่ใช่ทุกการตัดสินใจที่เป็นเชิงกลยุทธ์ บางการตัดสินใจอาจเป็นลักษณะของงานประจำ (Routine Work) แต่เป็นการตัดสินใจที่ต้องออกแบบวางแผน เมื่อองค์การเผชิญกับอุปสรรคหรือมองเห็นโอกาสที่เกิดขึ้น หลักการปฏิบัติ (Procedures) ที่ใช้อยู่ บ่อยครั้งที่จำเป็นต้องถูกปรับปรุงเปลี่ยนแปลง การออกแบบหลักปฏิบัติใหม่จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ Entrepreneurs ต้องรับผิดชอบโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ดังนั้น ภายใต้สถานการณ์บางอย่างทิศทางของการใช้ทรัพยากรและความสามารถขององค์การที่มีอยู่ถูกเลือกโดยอาศัยความสามารถของ Entrepreneurs นี่คือพลังของความสามารถของ Entrepreneurs ที่สูงกว่าปกติของความสามารถทั่วไป เป็นความสามารถในการบริหารจัดการโดยอาศัยวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ ความสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากร และความสามารถขององค์การที่มีอยู่ในการสร้างสรรค์ สินค้าและบริการให้เกิดขึ้น อาจกล่าวได้ว่าความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ คือทักษะขององค์การที่มีความแม่นยำในการรับรู้คุณค่าในอนาคตของทรัพยากร

Tokuda (2005: 135) กล่าวถึงศักยภาพของ RBV ในเชิงวิชาการว่า RBV มีศักยภาพต่อเมื่อมีการใช้ RBV อธิบายในสภาวการณ์ที่เป็นพลวัตร และเสนอแนวทางในการใช้ประโยชน์จากปัจจัยของตลาดไม่สมดุล (Factor Markets Disequilibrium) เพื่อจะสร้างรายได้จากการประกอบการ (Entrepreneurial Rents) ไว้ 2 แนวทาง ได้แก่ 1. การตัดสินใจ (Entrepreneurial Arbitrage) และ 2. การสร้างนวัตกรรม (Entrepreneurial Innovation) ทั้งสองแนวทางเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะใช้ไขว่คว้าโอกาสที่มีอยู่ แต่ยังไม่มีใครมองเห็น แต่ทั้งสองแนวทางมีความแตกต่างที่สำคัญในแง่ของการรับรู้ถึงกระบวนการทางการตลาด ซึ่งเป็นหน้าที่ของ Entrepreneurs ที่จะต้องปฏิบัติด้วยตนเอง การตัดสินใจ (Entrepreneurial Arbitrage) คือความสามารถในการตัดสินใจในการสร้างผลกำไรของ Entrepreneurs จากการปรับคุณค่าที่

แตกต่างของทุก ๆ ปัจจัยที่มีอยู่ในตลาด เช่น ถ้าราคาต่างกันมากในตลาดเดียวกัน อาจมีหนทางทำกำไรระหว่างช่วงแบ่งตลาดทั้ง 2 หรือ ถ้าราคาของปัจจัยนำเข้าเกินกว่าราคาของสินค้าและบริการที่ผลิตได้ องค์การจะต้องหาโอกาสในการขยายการผลิตไปผลิตสินค้าตัวอื่น (Casson, 2005: 62) การปรับความแตกต่างของคุณค่าของทรัพยากรได้แม่นยำและรวดเร็วกว่าคนอื่น คือหนึ่งในหลายหนทางที่จะใช้ประโยชน์จากความไม่คงที่หรือไม่มีดุลยภาพ (Disequilibrium) ในทางตรงกันข้าม การสร้างนวัตกรรม (Entrepreneurial Innovation) เป็นหนทางที่สร้างรายได้ (Rents) เป็นผลตอบแทนในสิ่งที่ Entrepreneurs ค้นพบองค์ประกอบใหม่ที่ไปรบกวนกระบวนการของความมีดุลยภาพ ตัวอย่างเช่น การที่ Entrepreneurs สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ สร้างตลาดใหม่ หรือพัฒนาวัตถุดิบตัวใหม่มาใช้ ตลอดจนมีการจัดองค์การใหม่ (Schumpeter, 1934: 42)

Casson (2005: 64) ย้ำว่า ความสามารถของ Entrepreneurs ที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งคือการสามารถบ่งบอกถึงความเปลี่ยนแปลงรูปแบบของความต้องการของลูกค้า และการสร้างตลาดใหม่ โดยการนำเอาผู้จำหน่ายของปัจจัยนำเข้า (Suppliers of inputs) และผู้บริโภคสินค้าและบริการ (Consumers of outputs) มาประมวล หรืออาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมทางการตลาดเป็นนวัตกรรม (Innovation) ที่จะตระหนักถึงคุณค่าในอนาคตผ่านทางองค์ประกอบใหม่ของทรัพยากร ณ เวลาปัจจุบัน ขณะที่การตัดสินใจ (Arbitration) เป็นการหาประโยชน์ (Exploiting) จากโอกาสที่ยังไม่มีใครใช้ประโยชน์ ณ ตลาดปัจจุบัน

Alvarez and Busenitz (2001: 759) ถกเถียงว่า RBV สามารถแจกแจงและขยายการวิจัยปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดผู้ประกอบการ โดยเสนอว่า RBV เป็นการผ่านทางกระบวนการความเป็น Entrepreneurs ที่จะค้นพบและเข้าใจโอกาสทางการตลาดและรวบรวมความรู้ที่จะผลิตปัจจัยนำเข้าให้กลายเป็นสินค้าและบริการที่หลากหลาย ความไม่แน่นอนกำกวม (Causal Ambiguity) ถูกมองว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแนวคิดผู้ประกอบการ เพราะความรู้ของ Entrepreneurs จากการเรียนรู้และซึมซับผ่านทางประสบการณ์ และการศึกษาเป็นกุญแจสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน

Rangone (1999: 238) สนใจศึกษามุมมอง RBV ที่มีต่อบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กว่าจะสามารถพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนได้หรือ ไม่ โดยการศึกษา 14 กรณีศึกษาและระบุความสำคัญของความสามารถพื้นฐาน 3 ประการคือ ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovation) ความสามารถด้านการผลิต (Production Capability) และความสามารถในการบริหารการตลาด (Market Management Capability) อย่างไรก็ตาม แม้ว่า Rangone จะเสนอว่า Entrepreneurs ถือเป็นคุณค่าของทรัพยากรในบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก แต่ Rangone

ล้มเหลวในการอธิบายการพัฒนาของ Entrepreneurs ในแต่ละขั้นตอนที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง

อัตราการเติบโตขององค์การถูกกำหนดโดยทรัพยากร และการรับรู้ถึงโอกาสในการทำกำไรจากสิ่งแวดล้อมขององค์การ แต่อัตราการเติบโตขององค์การแต่จะองค์การมีความแตกต่างเพราะแต่ละองค์การครอบครองทรัพยากรที่ไม่เหมือนกัน และไม่ได้อยู่กับสิ่งแวดล้อมในองค์การเดียวกัน ดังนั้น อัตราการเติบโตที่ดีกว่าจึงขึ้นกับโอกาสที่แต่ละองค์การหามาได้ต่างกัน Entrepreneurs ในองค์การที่มีวิสัยทัศน์จะมีความเชื่อว่าโอกาสยังมีอยู่เสมอ และสามารถสร้างขึ้นเองได้โดยขึ้นอยู่กับการตัดสินใจที่จะทุ่มเทความพยายาม และทุ่มเททรัพยากรเพื่อหาโอกาสเหล่านั้นมาให้ได้ (Pitelis and Pseiridis, 1999: 227)

งานวิจัยที่สำคัญชิ้นหนึ่งคืองานของ Parida (2008: Abstract) ที่ศึกษาความสามารถขององค์การต่อความสามารถในการแข่งขันได้ชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงของ RBV และ Entrepreneurship ที่ชัดเจนมาก โดย Parida อ้างว่าแม้ว่าความสามารถขององค์การ (Firm's Capabilities) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของ RBV จะได้รับความสนใจในเรื่องการวิจัย แต่การศึกษาในมุมมองของบริษัทขนาดเล็กยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร เพราะว่าบริษัทขนาดเล็กเหล่านี้ดำเนินการภายใต้สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตร (Dynamic Capability) เช่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ ของลูกค้า ยิ่งไปกว่านั้นความจริงที่ว่า บริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยี จะเน้นที่สินค้าและบริการเกี่ยวกับเทคโนโลยี ความสามารถด้านเทคโนโลยีด้านข้อมูลและการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) จึงมีบทบาทสำคัญต่อการได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น เป้าหมายในการพัฒนาในกรอบของ RBV ของการศึกษาครั้งนี้ เพื่อที่จะทดสอบเชิงประจักษ์ว่ามีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของบริษัทขนาดเล็กและการแข่งขัน โดยมีการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพประกอบไปด้วย 3 กรณีศึกษา และการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้การสำรวจข้อมูลจากบริษัทเทคโนโลยีข้อมูลสื่อสารขนาดเล็กในสวีเดนจำนวน 291 แห่ง มาใช้ในการวิเคราะห์ จากการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การ และความสามารถในการแข่งขัน ไม่ใช่แต่มีความสัมพันธ์ทางตรงเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นความสัมพันธ์แทรกไปยังกลยุทธ์ขององค์การอีกด้วย โดยอาศัยการมุ่งเน้นแนวคิดผู้ประกอบการในฐานะที่เป็นกลยุทธ์ขององค์การ โดยรวมแล้วสิ่งค้นพบที่สำคัญจากการศึกษานี้มีดังนี้

1. ICT มีบทบาทสำคัญสำหรับกิจการด้านนวัตกรรมของบริษัทขนาดเล็ก แต่ละระดับของอิทธิพลมีความแตกต่างมาก ขึ้นกับปัจจัยที่หลากหลาย

2. ความสามารถด้าน ICT (ICT Capability) เป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพเป็นอย่างดีที่จะสร้างความสามารถในการแข่งขันเพราะมีผลในทิศทางบวกกับองค์ประกอบของความ สามารถเชิงพลวัตร

3. ความสามารถด้านเครือข่าย (Networking Capability) ถูกสร้างขึ้นเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสามารถเชิงพลวัตร (Dynamic Capability) และมีความเชื่อมโยงอย่างมากกับผลประกอบการของธุรกิจ

4. มีความเป็นไปได้ที่จะรวมกลุ่ม (Cluster) บริษัทขนาดเล็กด้านเทคโนโลยีเหล่านี้เป็นกลุ่มก้อน บนพื้นฐานของเครือข่ายโครงสร้าง (Networking Structure) และความสามารถด้านเครือข่าย (Networking Capability) แต่ละกลุ่มแสดงคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์และมีจิตวิญญาณของความเป็น Entrepreneurs

5. จากกรอบแนวคิดแสดงให้เห็นว่า ความสามารถด้าน ICT (ICT Capabilities) มีผลกระตุ้นความสามารถเชิงพลวัตร แต่มีอิทธิพลอย่างไม่มีนัยสำคัญกับจิตวิญญาณของความเป็น Entrepreneurs และผลการดำเนินการของธุรกิจ ความสามารถเชิงพลวัตร มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์และผลประกอบการของบริษัท ตามที่คาดไว้ว่าการมีจิตวิญญาณของความเป็น Entrepreneurs มีผลในการปรับปรุงผลประกอบการของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

บริษัทขนาดเล็กถือเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐศาสตร์ยุคใหม่ บริษัทเหล่านี้ก่อให้เกิดการจ้างงาน ส่งเสริมการเติบโต และสร้างนวัตกรรมในระบบเศรษฐกิจ (Storey, 1994 quoted in Parida, 2008: 1) บริษัทขนาดเล็กยังมีบทบาทสำคัญในการทำให้ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนสร้างแนวคิดใหม่ ๆ ทั้งสินค้าและการผลิต การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้เกิดสินค้าที่มีประสิทธิภาพ บริการและระบบการผลิตที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Schumpeter (1934: 79) ที่ว่าบริษัทขนาดเล็กเป็นกุญแจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจในสังคม ในมุมมองของ RBV เป็นเรื่องยากสำหรับบริษัทขนาดเล็กที่มีทรัพยากรภายในองค์การที่จำกัดที่จะมีคุณสมบัติครบ หรือมีเงื่อนไขตามที่นักวิชาการต่าง ๆ กล่าว ดังนั้น สิ่งสำคัญคือ การนำเอาทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกองค์การมาผนวก และใช้ร่วมกันอย่างมีกลยุทธ์เพื่อที่จะบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างไร ทั้งหมดนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถของ Entrepreneurs (Penrose, 1959: 34)

ตามที่ Day (1994: 38) กล่าวว่าความสามารถเป็นทักษะที่ซับซ้อน และความรู้ที่สั่งสมมาโดยผ่านกระบวนการขององค์การเพื่อที่จะทำให้องค์การสามารถประสานกิจกรรมและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินขององค์การที่มีอยู่ ความสามารถจึงอาจเปรียบได้กับกาวที่เชื่อมทรัพยากรเข้าด้วยกันและทำให้ทรัพยากรเหล่านั้นสร้างงาน และกิจกรรมที่นำไปสู่ความได้เปรียบ

Teece et al. (1997: 511) กล่าวว่า ความสามารถเชิงพลวัตร (Dynamic Capabilities) ขององค์การคือความสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากร และงานประจำภายในองค์การเพื่อ

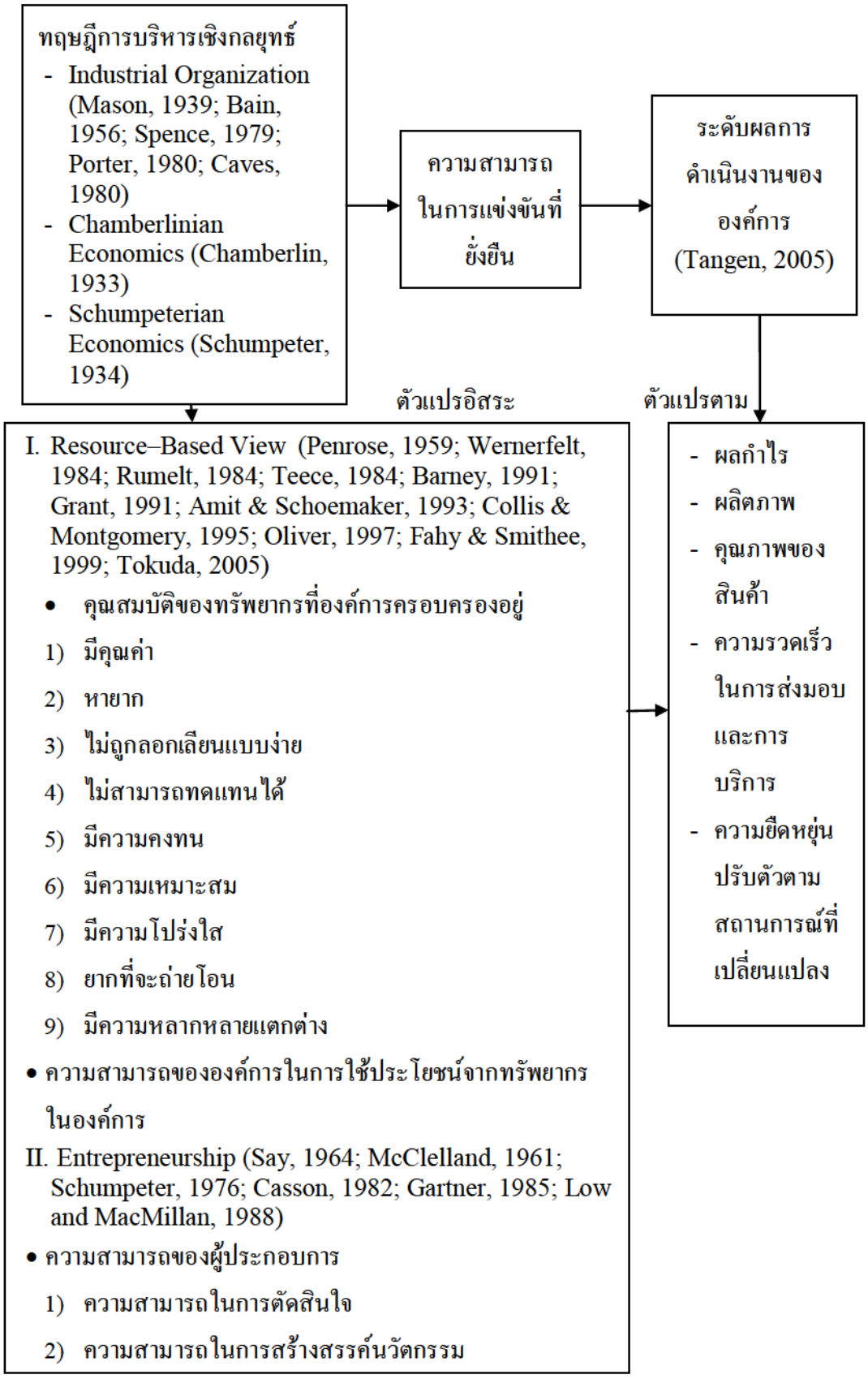
สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยแก่นแท้ของความสามารถคือการที่องค์การสามารถปรับบูรณาการ แปลงรูป และสร้างใหม่ของความสามารถภายในเพื่อเผชิญกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอด จากการศึกษาของ Zahra, Sapienza and Davidsson (2006: 923-924) พบว่าความสามารถเชิงพลวัตรขององค์การไม่จำเป็นที่จะนำมาซึ่งผลการดำเนินงานขององค์การที่ดีเลิศ เขาชี้ให้เห็นว่าความสามารถเชิงกลยุทธ์ น่าจะมีผลต่อการดำเนินงานขององค์การ ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตร และผลการดำเนินงานอาจมีความเชื่อมโยงกันผ่านทางกลยุทธ์ขององค์การที่ Entrepreneurs เป็นผู้มีส่วนในการดำเนินการ

RBV ถูกกำหนดเริ่มแรกจากงานของ Penrose (1959) แต่การพัฒนาและการยอมรับหลัก ๆ แล้วมาจากงานของ Wernerfelt (1984) และ Barney (1991) กรอบแนวคิดของ RBV เป็นการศึกษาและอธิบายว่าองค์การจะประสบความสำเร็จได้อย่างไร และยังคงรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเวลาผ่านไปได้อย่างไร ตามกรอบแนวคิดของ RBV ทรัพยากรและความสามารถขององค์การ เป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขัน (Barney, 1991; Grant, 1991; Mahoney and Pandian, 1992; Teece et al., 1997) ตามที่ Barney (1991: 105–106) กล่าวว่าทรัพยากรองค์การต้องมีคุณสมบัติคือมีคุณค่าในการช่วยให้เกิดประโยชน์จากโอกาส และช่วยขจัดอุปสรรคในสิ่งแวดล้อมขององค์การ ทรัพยากรต้องหายากไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบอย่างสมบูรณ์ และไม่สามารถถูกทดแทนได้ ทรัพยากรที่มีคุณสมบัติเหล่านี้สามารถเป็นเครื่องกีดขวางและสร้างความเป็นไปได้ในการปกป้องผลกำไรในอนาคต ทรัพยากรองค์การอาจไม่เพียงพอต่อการยั่งยืนของความได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะมีทรัพยากรน้อยที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ องค์การต้องมีความสามารถที่แตกต่างในการบูรณาการทรัพยากรที่มีอยู่ให้ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อสร้างความได้เปรียบ โดย Grant (1991: 117) อ้างว่า ทรัพยากรเป็นที่มาของความสามารถขององค์การ และความสามารถเป็นแหล่งหลักในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น ความสามารถขององค์การจึงเสมือนเป็นตัวเชื่อมต่อทรัพยากรทั้งหมดเข้าด้วยกันและสามารถทำให้ทรัพยากรเหล่านั้นแปลงเป็นความได้เปรียบ (Day, 1994: 42) ในมุมมองที่เป็นพลวัตร กรอบแนวคิด RBV ของ Barney และนักวิชาการท่านอื่น ๆ สรุปว่า การได้เปรียบในการแข่งขันมาจากความไม่สมบูรณ์ของปัจจัยตลาด (Factor Market) ธุรกิจที่ต่างกัน และการมี Entrepreneurs ที่ต่างกันในตลาดจะทำให้มีการคาดคะเนที่แตกต่างกัน เกี่ยวกับคุณค่าในอนาคตของทรัพยากร ดังนั้น การรับรู้ที่แตกต่างกันของ Entrepreneurs เกี่ยวกับทรัพยากรและความสามารถขององค์การจึงเป็นหัวใจสำคัญของการได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน

3.7 กรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย

3.7.1 กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมในทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ และแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์การ ทฤษฎีมุมมองของทรัพยากรพื้นฐานและทฤษฎีผู้ประกอบการ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิด ทฤษฎี และตัวแปร ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 3 ดังแสดงในภาพที่ 3.8



ภาพที่ 3.8 กรอบแนวคิดทฤษฎี และตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมบทที่ 3.

ภาพที่ 3.8 กรอบแนวคิดทฤษฎี และตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 3 ชี้ให้เห็นว่าองค์การจะใช้การบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งมีหลากหลายแนวคิดทฤษฎี แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ ความต้องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยสามารถวัดได้ในเชิงรูปธรรมจากระดับผลการดำเนินงานขององค์การ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบจำลอง The Triple–P Model ของ Tangen (2005: 34-46) เพราะเป็นการวัดผลการดำเนินงานในหลากหลายตัวแปร (ตัวแปรตาม) ได้แก่ ผลกำไรขององค์การ ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพของสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

สำหรับทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเพื่อนำมากำหนดปัจจัยหรือตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อระดับผลการดำเนินงานขององค์การคือ ทฤษฎี RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถจำแนกตัวแปรสำคัญออกเป็น 3 กลุ่มตัวแปร ดังนี้

1. คุณสมบัติของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ (Characteristic of Resources Possessed by Firms) จากแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านที่กล่าวถึงคุณสมบัติสำคัญของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ตามการทบทวนวรรณกรรม สรุปได้ดังตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 คุณสมบัติของทรัพยากรที่ช่วยสร้างความได้เปรียบ (The Characteristics of Advantage–Generating Resources)

คุณสมบัติของทรัพยากร	Barney 1991	Grant 1991	Amit & Schoemaker 1993	Collis & Montgomery 1995	Fahy & Smithee 1999
1. มีคุณค่า (Value)	✓		✓		✓
2. หายาก (Rareness)	✓		✓		
3. ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Inimitability)	✓	✓	✓	✓	✓
4. ไม่สามารถทดแทนได้ (Non–Substitutability)	✓		✓	✓	✓
5. มีความคงทน (Durability)		✓	✓	✓	
6. มีความเหมาะสม (Appropriability)		✓	✓	✓	
7. ความโปร่งใส (Transparency)		✓			
8. การถ่ายโอน (Transferability)		✓	✓		
9. มีความหลากหลายแตกต่าง (Complementarities)			✓		

จากตารางที่ 3.8 ผู้วิจัยพิจารณาพบว่ามีคุณสมบัติของทรัพยากร 4 ประการที่มีความสำคัญและเหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่ถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากร โดยการมองคุณสมบัติทั้งหมดดังกล่าวในทรัพยากรที่เป็นทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้ และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ทรัพยากรเงิน ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรเครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ และทรัพยากรเกี่ยวกับการบริหารกลยุทธ์ขององค์การ

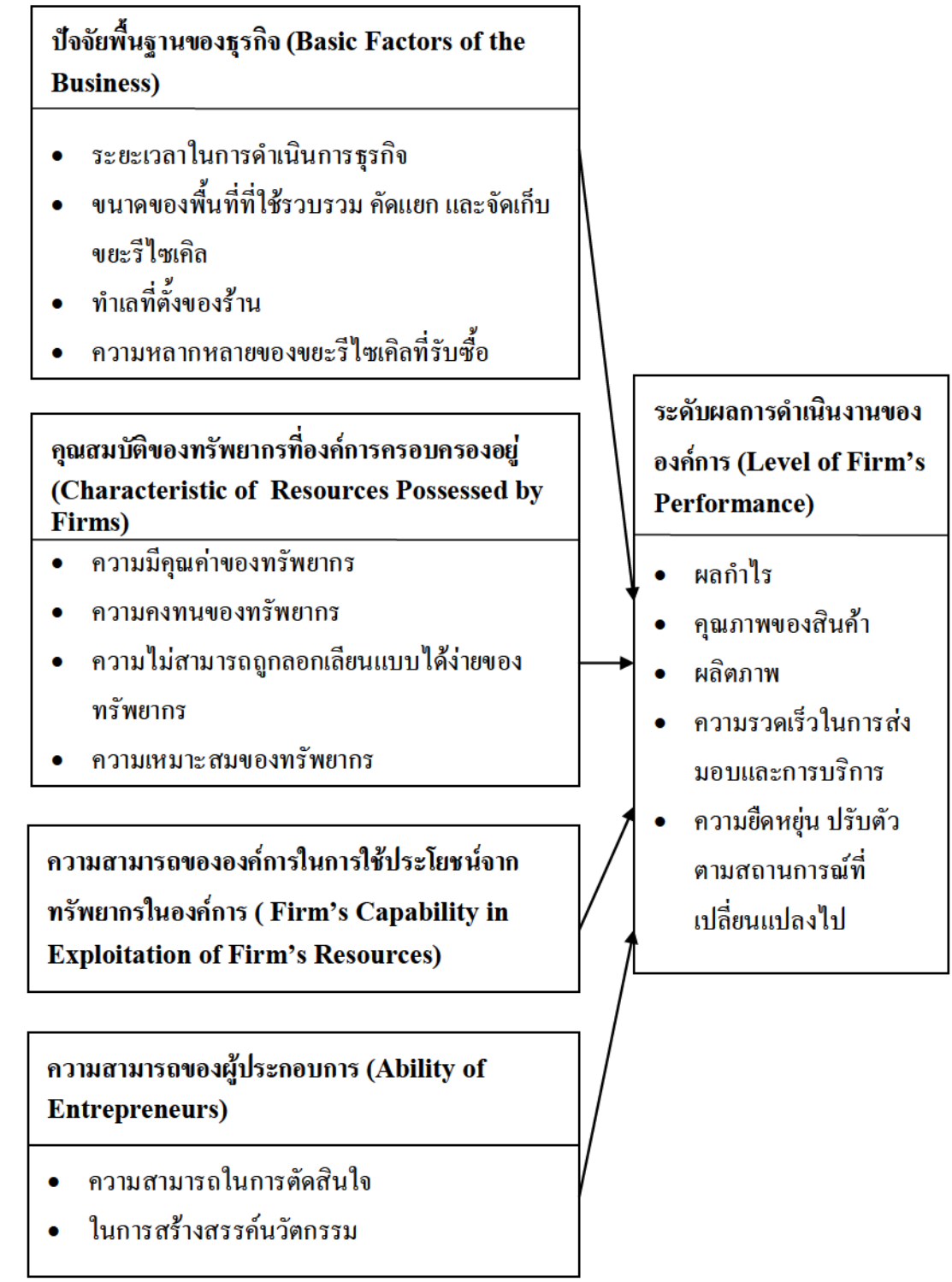
2. ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ (Firm's Capability in Exploitation of Firm's Resources) ตามที่ Tokuda (2005: 138) อ้างผลงานของ Grant (1991) และ Barney et al., (2001) ซึ่งสอดคล้องกับ Wernerfelt (1984) และ Amit and Schoemaker (1993) เกี่ยวกับความสำคัญของความสามารถขององค์การ เพราะความสามารถขององค์การ หมายถึง ความสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การให้ได้ประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ผลการดำเนินงานขององค์การเหนือกว่าคู่แข่ง

3. ความสามารถของผู้ประกอบการขององค์การ (Ability of Entrepreneurs) จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 3 ได้กล่าวถึงความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ (Entrepreneurial Arbitrage) โดยเฉพาะการตัดสินใจบนพื้นฐานที่มีความไม่สมมาตรของข้อมูลหรือข้อมูลไม่สมบูรณ์ และความสามารถเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างนวัตกรรม (Entrepreneurial Innovation) ของผู้ประกอบการ (Tokuda, 2005: 142) ซึ่งสอดคล้องกับ Knight (1921 quoted in Low and MacMillan, 1988: 139) ที่กล่าวว่าการตัดสินใจ (Judgment) เป็นหน้าที่พื้นฐานของ Entrepreneurs ในการที่จะเลือกองค์ประกอบที่หลากหลายของทรัพยากรเพื่อผลิตเป็นสินค้าและบริการ และแนวคิดของ Cantillon ที่เชื่อว่า Entrepreneurship คือ วิจารณญาณในการตัดสินใจ (Judgmental Decision–Making) ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่แน่นอน และการตัดสินใจได้ถูกต้องในสถานการณ์ต่าง ๆ จะทำให้สามารถสร้างผลตอบแทนที่สูงกว่า (Ricketts, 2002; Casson, 2005) และความสามารถของEntrepreneurs ในการสร้างนวัตกรรม (Entrepreneurial innovation) (Herbert and Link, 1982; Tokuda, 2005) เช่น การสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าบริการใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ การสร้างตลาดใหม่ หรือการพัฒนาวัตถุดิบตัวใหม่มาใช้ ตลอดจน มีการจัดองค์การใหม่ (Schumpeter, 1934)

การวิจัยเป็นเรื่องของการหาคำตอบต่อคำถามหรือประเด็นปัญหาที่ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยต้องให้ความสำคัญในการหากรอบแนวความคิด ซึ่งได้มาจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีอยู่ รวมทั้ง ผลการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพราะส่วนใหญ่จะได้ผ่านการทดสอบมาแล้ว อย่างไรก็ตามผู้วิจัยไม่ควรมองข้ามปัจจัยพื้นฐานของสิ่งที่กำลังศึกษาอยู่ว่ามีผลต่อตัวแปรตามที่เรากำลังวัดอยู่หรือไม่ แม้ปัจจัยดังกล่าวจะไม่ได้เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมก็ตาม ในการทำวิจัยครั้งนี้ก็

เช่นกัน เพราะผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในช่วงของการสร้างมาตรวัด ผู้วิจัยได้รับข้อเสนอแนะให้ศึกษาปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจนี้ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของร้าน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ ดังนั้น ในการสร้างมาตรวัดของตัวแปรทั้ง 4 ที่ถูกเสนอแนะนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวัดในระดับอัตราส่วน เพื่อสามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติถดถอยพหุแบบปกติและแบบขั้นตอนว่าตัวแปรปัจจัยพื้นฐานทั้ง 4 ดังกล่าว มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การวัดจากร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน ผลิตภาพของร้าน คุณภาพของสินค้าของร้าน ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการร้าน และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้านหรือไม่อย่างไร

สรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับทฤษฎี RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ รวมทั้ง จากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ ดังภาพที่ 3.9



ภาพที่ 3.9 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework).

3.7.2 สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) สามารถนำมากำหนดสมมติฐานการวิจัย เพื่อการทดสอบได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 1a: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 1b: ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 1c: ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 1d: ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 2: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 2a: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 2b: ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 2c: ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 2d: ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 3: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 3a: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 3b: ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 3c: ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของงสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 3d: ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 4: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 4a: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 4b: ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 4c: ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 4d: ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 5: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 5a: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 5b: ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 5c: ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 5d: ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 6: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 6a: ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 6b: ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 6c: ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 6d: ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 7: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 7a: ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 7b: ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 7c: ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 7d: ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 8: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 8a: ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 8b: ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 8c: ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 8d: ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 9: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 9a: ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 9b: ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 9c: ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 9d: ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 10: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 10a: ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 10b: ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 10c: ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 10d: ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 11: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 12: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 13: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 14: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 15: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 16: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 16a: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 16b: ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 17: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 17a: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 17b: ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

สมมติฐานที่ 18: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 18a: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 18b: ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 19: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 19a: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 19b: ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

สมมติฐานที่ 20: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 20a: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

สมมติฐานที่ 20b: ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

บทที่ 4

ระเบียบวิธีวิจัย

ในบทที่ 4 นี้ เป็นขั้นตอนของการวิจัยที่ทำต่อจากบทที่ 1 ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของปัญหา เพื่อนำไปสู่บทที่ 2 และ 3 คือการสำรวจและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างกรอบแนวความคิดที่จะใช้ในการดำเนินการวิจัย กรอบแนวความคิดดังกล่าวในบทที่ 3 เป็นตัวกำหนดชุดตัวแปรที่อยู่ในขอบข่ายความสนใจของผู้วิจัย และนำไปกำหนดสมมติฐานเพื่อทดสอบ เนื้อหาหลักในบทนี้จะเป็นการนำเสนอรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ โดยกล่าวถึงการเลือกแบบวิจัย การกำหนดประชากรเป้าหมายและการสุ่มตัวอย่าง นิยามปฏิบัติการและการสร้างตัวชี้วัด การสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล การดำเนินการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 21-23)

4.1 การเลือกแบบวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาพรรณนาสภาพที่เป็นอยู่ของปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยว่าเป็นอย่างไร มีลักษณะการดำเนินงานอย่างไร มีปัจจัยพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจนี้อย่างไรบ้าง เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 และคำถามการวิจัยข้อที่ 2 ขณะที่การศึกษาวิจัยนี้ยังมุ่งเน้นการอธิบายเพื่อตอบปัญหาว่า ทำอย่างไรการดำเนินธุรกิจนี้จึงจะประสบผลสำเร็จ มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ได้คัดเลือกตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยอาศัยการทบทวนวรรณกรรมตามทฤษฎี RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ รวมทั้ง คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวความคิดและทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 2 และข้อที่ 3

สำหรับประเภทของโครงการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นการวิจัยที่ไม่อาศัยการทดลอง (Non experimental Method) เพราะเป็นวิธีการที่นักสังคมศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์นิยมใช้กันมาก เนื่องจากเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลตามสภาพที่เป็นอยู่ โดยไม่ได้มีการจัดกิจกรรมหรือกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 21) ไม่มีการบังคับค่า

(Manipulate) ตัวแปรอิสระ เพราะการบังคับค่าตัวแปรอิสระจะอยู่นอกเหนืออำนาจวิสัยของผู้วิจัย (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 65) และการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการวิจัยแบบตัดขวาง (Cross–Sectional Studies) เพราะมีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยออกไปศึกษาเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เริ่มศึกษา และทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Survey Questionnaires Based on Telephone Interviews) ในช่วงเดือนกันยายน ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 ลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จำนวน 300 ตัวอย่าง สามารถนำมาแสดงผลข้อมูลได้ทั้งในเชิงลึกและเชิงกว้าง กล่าวคือ ผู้วิจัยสามารถได้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขที่เป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบและข้อสรุปต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษาและวิจัย ซึ่งถือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ขณะเดียวกันข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเลขแต่มีรายละเอียดต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาที่ได้จากคำถามปลายเปิดต่าง ๆ ตลอดจนการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ในประเด็นที่สนใจเป็นพิเศษ ถือเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ทำควบคู่ไปด้วย เพราะการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ใช้เวลาเฉลี่ยนานกว่า 40 นาที โดยการสัมภาษณ์ที่ใช้ระยะเวลานานที่สุดคือ 1 ชั่วโมงกับ 45 นาที คล้ายคลึงกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ และสามารถนำไปใช้สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณอีกชั้นหนึ่งด้วย (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540; สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540; พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2548)

ในการเลือกแบบวิจัยในทางปฏิบัติ ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ทางด้านระยะเวลา งบประมาณ ค่าใช้จ่าย ตลอดจน ความสมเหตุสมผลในแง่ของการบริหารโครงการ ผู้วิจัยจึงเลือกแบบวิจัยที่เหมาะสมภายใต้ข้อจำกัดเหล่านี้ (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 78) คือ เลือกศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าเฉพาะภาคตะวันออกของประเทศไทยเท่านั้น โดยใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ แทนการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าเพื่อให้เหมาะสมกับเวลา และงบประมาณในการวิจัยครั้งนี้ โดยจะกล่าวรายละเอียดในหัวข้อการกำหนดประชากรเป้าหมายและการสุ่มตัวอย่างต่อจากนี้

4.2 การกำหนดประชากรเป้าหมายและการสุ่มตัวอย่าง

4.2.1 การกำหนดประชากรเป้าหมาย

เนื่องจากประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดเป็นเป้าหมายของการวิจัย จะมีผลอย่างมากต่อวิธีการเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นการระบุประชากรเป้าหมาย ผู้วิจัยจะต้องระบุคุณสมบัติต่าง ๆ ของประชากรเป้าหมายให้เฉพาะเจาะจงและชัดเจน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 93) ใน

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย หน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ของการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นองค์การ โดยผู้วิจัยระบุเฉพาะเจาะจงว่าการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์นั้น จะต้องเป็นเจ้าของกิจการหรือตัวผู้ประกอบการเองเท่านั้นที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ทั้งนี้เพราะมีข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของตัวผู้ประกอบการที่ผู้อื่นไม่สามารถตอบแทนได้ นอกจากนี้ เหตุผลของการเลือกวิจัยเฉพาะผู้ประกอบการในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง ตราด จันทบุรี และสระแก้ว เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความแตกต่างหลากหลายของอาชีพ ซึ่งมีทั้งภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคการท่องเที่ยวและการบริการ อันเป็นแหล่งของการก่อให้เกิดขยะรีไซเคิลที่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ที่มีความหลากหลายมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการในธุรกิจนี้มากที่สุด เมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ ยกเว้น เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการที่รวบรวมโดยสำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ ปี พ.ศ. 2552) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย จากสำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ ที่ได้รวบรวมข้อมูลล่าสุดในปี 2552 ดังตารางที่ 4.1 ซึ่งถือเป็นข้อมูลรายชื่อที่เป็นปัจจุบันที่สุดในขณะที่ดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ ทำให้กรอบของการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) ซึ่งหมายถึง รายชื่อหรือหมายเลขของทุก ๆ หน่วยที่ประกอบกันเป็นประชากรที่เป็นเป้าหมายของการศึกษา (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 92) มีความสมบูรณ์ ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถตัดสินใจเลือกแบบการสุ่มตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือได้ข้อมูลที่ดี และมีผลใกล้เคียงกับค่าจริง ผลวิจัยสามารถสรุปอ้างอิงไปสู่กลุ่มประชากรได้ ถือว่ามีความตรงภายนอก (External Validity) (สุชาดา บวรกิติวงศ์, 2548: 11)

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้านรับซื้อของเก่าที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการในภาคตะวันออกของประเทศไทย

จังหวัด	จำนวนร้านรับซื้อของเก่า
ฉะเชิงเทรา	92
ชลบุรี	639
ระยอง	288
จันทบุรี	79
ตราด	79
สระแก้ว	23
รวม	1,200

แหล่งที่มา: ได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการร้านรับซื้อของเก่าจากสำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ, พ.ศ. 2552.

4.2.2 การสุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นตัวแทนที่ดี และ มีขนาดใหญ่พอโดยสมาชิกแต่ละหน่วยของประชากรมีโอกาสถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างได้เท่า ๆ กัน (ระพินทร์ โพธิ์ศรี, 2551: 41) และ ตรงตามมาตรฐานสากล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) โดยใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan (รัตนะ บัวสนธ์, 2549: 16) โดยประชากรมีจำนวนทั้งสิ้น 1,200 ราย จำนวนตัวอย่างที่จะสุ่มขึ้นมาจึงควรเป็น 291 ราย ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 300 ราย และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะสะท้อนคุณลักษณะของประชากรอย่างทั่วถึง ผู้วิจัยเลือกประเภทของการสุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามโอกาสหรือความน่าจะเป็นทางสถิติ (Probability Sampling) เพราะการสุ่มตัวอย่างตามความน่าจะเป็นนี้สามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้ และสามารถใช้วิธีการทางสถิติดำเนินการกับข้อมูลได้ (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 168) และเปิดโอกาสให้ทุกหน่วยประชากรในกรอบของการสุ่มตัวอย่างมีสิทธิ์ถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่า ๆ กัน (รัตนะ บัวสนธ์, 2549: 9) แบบแผนการเลือกตัวอย่าง (Sampling Design) โดยอาศัยหลักความน่าจะเป็นในกรณีที่ประชากรประกอบด้วยหน่วยตัวอย่างที่มีลักษณะแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) (สุรินทร์ นิยมางกูร, 2548: 169–170; สุเมธ สมภักดี, 2550: 8) ทั้งนี้ เพราะว่าประชากรกระจายอยู่ใน 6 จังหวัดของภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งมีความแตกต่างกันโดยจะเห็นจากจังหวัดชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา

มีความเจริญมากกว่า จะมีจำนวนผู้ประกอบการมากกว่า ลักษณะอาชีพ และแหล่งของขยะรีไซเคิลมีความแตกต่างกัน เช่น ในจังหวัดชลบุรี ลักษณะของขยะรีไซเคิลจะมาจากภาคอุตสาหกรรม และภาคการท่องเที่ยวและการบริการมากกว่าภาคการเกษตร กรอบของการสุ่มตัวอย่างที่มีความชัดเจนทำให้สะดวกแก่การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยจะใช้การจัดสรรขนาดของตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิแบบการจัดสรรแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) คือการจัดสรรขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ (สุรินทร์ นิยมางกูร, 2548: 170) ในที่นี้คือ จังหวัดทั้ง 6 จังหวัด โดยการพิจารณาตามขนาดของชั้นภูมิ (Stratum Size) โดยจังหวัดชลบุรีจะถูกสุ่มตัวอย่างมากกว่าจังหวัดอื่น ซึ่งสัดส่วนของการสุ่ม แสดงดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้านรับซื้อของเก่าที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการในภาคตะวันออกของประเทศไทย และขนาดของตัวอย่างในแต่ละจังหวัดที่จะสุ่มมาศึกษา

จังหวัด	จำนวนร้านรับซื้อของเก่า	จำนวนตัวอย่าง
ฉะเชิงเทรา	92	25
ชลบุรี	639	160
ระยอง	288	70
จันทบุรี	79	20
ตราด	79	20
สระแก้ว	23	5
รวม	1,200 ราย	300 ราย

การกำหนดขนาดตัวอย่างแบบสัดส่วน ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดขนาดตัวอย่างแปรผันตามขนาดของประชากร ชั้นใดมีขนาดประชากรมาก ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะมากตามไปด้วย ซึ่งทำให้ง่ายในทางการปฏิบัติ และทำให้ค่าที่ประมาณได้มีประสิทธิภาพอีกด้วย (รัตนะ บัวสนธ์, 2549: 61) ภายหลังจากกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะสุ่มจากแต่ละจังหวัดแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) สุ่มตัวอย่างเป็นช่วง ๆ ช่วงละ 5 ตัวอย่าง จากบัญชีรายชื่อของประชากรที่ได้จัดทำไว้

4.3 นิยามเชิงปฏิบัติการและการสร้างตัวชี้วัด

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีกว่าบนพื้นฐานของทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ 2 ทฤษฎีนำมาบูรณาการร่วมกัน คือ RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ ในธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า ตลอดจนปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ให้ศึกษาเพื่อครอบคลุมปัจจัยที่น่าจะมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งมีผลการศึกษาวิจัยที่ใกล้เคียงกันน้อยมาก ผู้วิจัยจึงกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ และสร้างเครื่องชี้วัดตามคำแนะนำของสุจิตรา บุณยรัตพันธุ์ (2540: 120) คือการปรึกษาหารือผู้ที่มีประสบการณ์ หรือผู้ที่มีความชำนาญการทางด้านนั้น ๆ โดยการสร้างเครื่องชี้วัดที่คิดว่าจะเป็นเครื่องชี้วัดของปรากฏการณ์หนึ่ง ๆ ขึ้นมาหลาย ๆ ตัว แล้วนำไปขอให้ผู้ชำนาญการหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ กลั่นกรองอีกครั้ง การอาศัยผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ในเรื่องที่กำลังศึกษาอยู่เป็นผู้พิจารณาขัดเกลา ผู้วิจัยจะอธิบายในรายละเอียดในหัวข้อการสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลอีกครั้งหนึ่ง ผู้วิจัยได้นำตัวแปรทั้งหมดตามกรอบแนวคิดมากำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการหรือกำหนดตัวชี้วัด รวมทั้งการเชื่อมโยงไปยังข้อคำถามของการวิจัยโดยอาศัยหลักการของ Campbell and Fiske (1959 อ้างถึงใน ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2543: 124) ที่ว่าการวัดตัวแปรในการวิจัยนั้น โดยเฉพาะตัวแปรที่เป็นผล ควรวัดผลนี้โดยแตกออกเป็นหลายตัวแปรย่อยเพื่อจะวัดหลายด้านด้วยวิธีต่าง ๆ กัน ทั้งนี้ เพราะผลอาจปรากฏในบางด้านเท่านั้น เพื่อป้องกันการผิดพลาดจึงควรวัดแบบ Multitrait–Multimethod Technique กล่าวคือ อย่าไว้ใจในการวัดผลที่ตัวแปรตามเพียงตัวเดียว ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรตามทั้งสิ้น 5 ตัวแปรคือ ร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพของสินค้าขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ ส่วนตัวแปรอิสระมี 4 กลุ่มตัวแปร คือ กลุ่มที่หนึ่ง ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวมคัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้ง และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ กลุ่มที่สอง คุณสมบัติของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ ได้แก่ ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากร กลุ่มที่สาม คือความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ และกลุ่มที่สี่ ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ด้วยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยใหม่ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน ผู้วิจัยจึงต้องพยายามวัดตัวแปรให้ละเอียดมากที่สุด โดยให้ได้ข้อมูลที่เป็นคะแนนแบบช่วง (Interval Scale) หรือคะแนนแบบอัตราส่วน (Ratio Scale) และวิเคราะห์ข้อมูลตามศักยภาพของ

ตัวแปร เพราะที่พบมากในงานวิจัยในประเทศไทยคือ มีการวัดมาอย่างดี แต่มาถึงตอนวิเคราะห์กลับใช้สถิติขั้นต่ำกว่าศักยภาพของตัวแปร (ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2543: 128) จะเห็นว่าข้อคำถามและการวัดของแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะมีทั้งแบบการวัดทัศนคติและการให้ตอบตามข้อเท็จจริง แล้วนำข้อมูลมาให้คะแนนตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้ค่าของตัวแปรที่มีความเป็นรูปธรรมมากที่สุด (สุชาติ ประสิทธิรัฐสินธุ์, 2537: 12)

ตารางที่ 4.3 ตัวแปร นิยามปฏิบัติการ (ตัวชี้วัด) ข้อคำถามและระดับการวัด

ตัวแปรตาม 1:	**ระดับผลการดำเนินงานขององค์การวัดจากร้อยละของผลกำไรต่อยอดขาย**
นิยามปฏิบัติการ:	การที่องค์การสามารถสร้างผลกำไรได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือมากกว่า โดยผลกำไรวัดจากร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 43 ผลการดำเนินงานเฉลี่ยในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา ร้านได้กำไร/ขาดทุนเท่าไร ❍ ขาดทุน (หลังหักค่าใช้จ่าย) ต่อยอดขาย ..... % ❍ กำไร (หลังหักค่าใช้จ่าย) ต่อยอดขาย .....%
ระดับการวัด:	ระดับอัตราส่วน (Ratio)
ตัวแปรตาม 2:	**ระดับผลการดำเนินงานขององค์การวัดจากผลิตภาพขององค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	การที่เครื่องมือเครื่องจักร สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ การที่พนักงานสามารถทำงานได้ผลงานตามเป้าหมายที่องค์การตั้งไว้เพื่อช่วยลดต้นทุนแรงงานในการผลิต
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 42 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในความสำเร็จของร้านในประเด็นต่อไปนี้ ❍ คนงานของร้านสามารถทำงานได้ผลงานตามที่ท่านคาดหวังไว้ ❍ เครื่องมือ/เครื่องจักรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพคือ ได้ปริมาณงานตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในเวลาที่กำหนด ❍ ต้นทุนการผลิตของร้านต่ำเพราะคนงานทำงานได้เต็มที่ ❍ ต้นทุนการผลิตของร้านต่ำเพราะมีเครื่องมือ/เครื่องจักช่วยทุ่นแรงและประหยัดเวลา
ระดับการวัด:	มาตรวัดแบบให้คะแนน (Rating Scales) โดยมีการให้คะแนนดังนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 4 คะแนน เห็นด้วย = 3 คะแนน ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ตัวแปรตาม 3:	**ระดับผลการดำเนินงานขององค์การวัดจากคุณภาพของสินค้าขององค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	การที่องค์การสามารถตรวจสอบคุณภาพของสินค้า (ขยะรีไซเคิล) ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าจากร้านอย่างต่อเนื่อง
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 42 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในความสำเร็จของร้านในประเด็นต่อไปนี้ ❍ ร้านสามารถตรวจสอบคุณภาพขยะรีไซเคิลก่อนขายให้ลูกค้าทุกครั้ง ❍ ขยะรีไซเคิลของร้านมีคุณภาพดี เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ❍ ลูกค้ากลับมาซื้อขยะรีไซเคิลจากร้านอีกเพราะสินค้ามีคุณภาพดี
ระดับการวัด:	มาตรวัดแบบให้คะแนน (Rating Scales) โดยมีการให้คะแนนดังนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 4 คะแนน เห็นด้วย = 3 คะแนน ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน
ตัวแปรตาม 4:	**ระดับผลการดำเนินงานขององค์การวัดจากความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	การที่องค์การสามารถให้บริการที่สะดวกรวดเร็วแก่ลูกค้าทั้งผู้นำสินค้า (ขยะรีไซเคิล) มาจำหน่ายให้ร้านและลูกค้าผู้รับซื้อสินค้าจากร้าน โดยร้านสามารถให้บริการได้ตามเงื่อนไขที่ตกลงกับลูกค้าไว้ และไม่มีปัญหาเรื่องความล่าช้าในการให้บริการและการส่งมอบ
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 42 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในความสำเร็จของร้านในประเด็นต่อไปนี้ ❍ ร้านสามารถให้บริการแก่ลูกค้าทั้งผู้ที่นำขยะรีไซเคิลมาขายและผู้ที่รับซื้อขยะรีไซเคิลจากร้านได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ❍ ร้านสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตามเงื่อนไขที่ตกลงได้เป็นอย่างดี ❍ ร้านสามารถรับซื้อและขายขยะรีไซเคิลได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่มีปัญหาความล่าช้าในการรับ–ส่งสินค้า
ระดับการวัด:	มาตรวัดแบบให้คะแนน (Rating Scales) โดยมีการให้คะแนนดังนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 4 คะแนน เห็นด้วย = 3 คะแนน ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ตัวแปรตาม 5:	**ระดับผลการดำเนินงานขององค์การวัดจากความยืดหยุ่น ปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	การที่องค์การสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความผันผวนของราคาได้เป็นอย่างดี ทำให้ลดโอกาสของความเสียหาย
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 42 ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในความสำเร็จของร้านในประเด็นต่อไปนี้ ❍ ร้านสามารถปรับตัวรับกับสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปจนมีผลต่อปริมาณและราคาขยะรีไซเคิลได้ดี ❍ ร้านสามารถปรับเปลี่ยนแผนการซื้อ-ขายขยะรีไซเคิลได้ทันท่วงทีเมื่อราคาตลาดมีความผันผวน ❍ ในช่วงที่เกิดการผันผวนเรื่องราคาขยะรีไซเคิลร้านประสบผลเสียหายน้อยเพราะปรับตัวทันเวลา
ระดับการวัด:	มาตรวัดแบบให้คะแนน (Rating Scales) โดยมีการให้คะแนนดังนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 4 คะแนน เห็นด้วย = 3 คะแนน ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน
ตัวแปรอิสระ 1:	**ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ**
นิยามปฏิบัติการ:	ระยะเวลาที่ร้านเปิดดำเนินธุรกิจเป็นจำนวนปี
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 2 ร้านได้เปิดดำเนินการมาแล้วเป็นเวลา ..... ปี
ระดับการวัด:	ระดับอัตราส่วน (Ratio)
ตัวแปรอิสระ 2:	**ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล**
นิยามปฏิบัติการ:	จำนวนพื้นที่เป็นตารางเมตรที่ร้านใช้ในการรวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 5 ร้านมีพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยก ขยะรีไซเคิลและเก็บสต๊อคสินค้า ดังนี้ ❍ ที่ดินของเจ้าของเอง ..... ตารางเมตร ❍ ที่ดินเช่า ..... ตารางเมตร
ระดับการวัด:	ระดับอัตราส่วน (Ratio)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ 3:	**ทำเลที่ตั้งของร้าน**
นิยามปฏิบัติการ:	ทำเลที่ตั้งของร้านที่สะดวกต่อการที่ลูกค้าจะนำขยะรีไซเคิลมาขายและร้านตั้งอยู่ใกล้แหล่งขยะรีไซเคิลหลายแห่ง ทำให้สามารถรวบรวมปริมาณขยะรีไซเคิลได้มาก การส่งสินค้า (ขยะรีไซเคิล) ไปส่งให้ผู้รับซื้อมีความสะดวกเพราะอยู่ใกล้ และมีจำนวนร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลที่อยู่ในบริเวณเดียวกับร้านน้อยราย ทำให้การแข่งขันไม่สูง
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 8 ทำเลของร้านสะดวกต่อการที่คนจะเอาขยะมาขาย เห็นด้วยหรือไม่ ข้อที่ 9 ทำเลของร้านสะดวกเพราะอยู่ใกล้แหล่งขยะรีไซเคิลหลายแห่ง เห็นด้วยหรือไม่ ข้อที่ 10 ร้านส่งสินค้า (ขยะรีไซเคิล) ไปให้ผู้รับซื้อได้สะดวกเพราะอยู่ใกล้ เห็นด้วยหรือไม่
ระดับการวัด:	มาตรวัดแบบให้คะแนน (Rating Scales) โดยมีการให้คะแนนดังนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 4 คะแนน เห็นด้วย = 3 คะแนน ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 11 มีร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลอยู่ใกล้หลายร้าน ทำให้การแข่งขันสูง เห็นด้วยหรือไม่
ระดับการวัด:	มาตรวัดแบบให้คะแนน (Rating Scales) โดยมีการให้คะแนนดังนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน เห็นด้วย = 2 คะแนน ไม่เห็นด้วย = 3 คะแนน ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 4 คะแนน
ตัวแปรอิสระ 4:	**ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ**
นิยามปฏิบัติการ:	ประเภทของขยะรีไซเคิลที่ร้านรวบรวม และรับซื้อ เช่น พลาสติก เหล็ก ทองแดง อลูมิเนียม กระดาษ/กล่อง ขวดแก้ว/แก้ว กล่องนม/น้ำผลไม้ UHT และขยะรีไซเคิลอื่น ๆ
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 12 ประเภทของขยะรีไซเคิลที่ร้านรวบรวม และรับซื้อมีดังนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
ระดับการวัด:	รับซื้อ 1-2 ประเภท = 1 คะแนน รับซื้อ 3-4 ประเภท = 2 คะแนน รับซื้อ 5-6 ประเภท = 3 คะแนน รับซื้อ 7 ประเภทขึ้นไป = 4 คะแนน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ 5:	**ความคงทนของทรัพยากรในองค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	ทรัพยากรในองค์การ ได้แก่ เงินทุน/เงินสดหมุนเวียน ทรัพยากรมนุษย์ (คนงาน) และ แผนการบริหารของร้าน ที่มีอยู่ในระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอต่อการใช้ทรัพยากรเหล่านั้นเพื่อก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีตามเป้าหมาย เครื่องมือ/เครื่องจักรและรถประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในงานของร้านไม่มีปัญหาเรื่องซ่อม/เสียและร้านมีมาตรการในการบำรุงรักษาเพื่อให้ใช้ได้นาน อันจะก่อให้เกิดผลดีต่อการดำเนินงานในระยะยาว
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 16 จากแหล่งเงินทุนในข้อ 15 ที่ท่านระบุว่านำมาใช้ในการดำเนินงานมีแหล่งใดบ้างหรือไม่ที่เป็นแหล่งเงินทุนระยะยาวโดยร้านไม่ต้องรีบคืนให้กับแหล่งเงินทุนนั้นทันที
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่มี = 1 คะแนน ตอบ มี 1 แหล่งเงินทุน = 2 คะแนน ตอบ มี 2 แหล่งเงินทุน = 3 คะแนน ตอบ มี 3 แหล่งเงินทุนหรือมากกว่า = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 21 ร้านมีคนงานในร้านทั้งหมด ..... คน คนงานของร้านลาออกเฉลี่ยปีละ ..... คน
ระดับการวัด:	ตอบ คนงานลาออก 0 – 5 % = 4 คะแนน ตอบ คนงานลาออก 6 – 10 % = 3 คะแนน ตอบ คนงานลาออก 11 - 15 % = 2 คะแนน ตอบ คนงานลาออก 15 % ขึ้นไป = 1 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 28 ร้านมีปัญหาเรื่องเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถเสียบ่อยจนส่งผลต่อการทำงานมากน้อยเพียงใด
ระดับการวัด:	มีปัญหามากที่สุด = 1 คะแนน มีปัญหามาก = 2 คะแนน มีปัญหาน้อย = 3 คะแนน มีปัญหาน้อยที่สุด = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 33 ร้านมีการวางแผนในการทำงานหรือไม่ ❍ มีทำเป็นเอกสารทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว ❍ มีทำเป็นเอกสารไว้เฉพาะแผนระยะสั้น ❍ มีแต่ไม่เคยทำเป็นเอกสารไว้ ❍ ไม่มี

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ระดับการวัด:	ตอบ ไม่มี = 1 คะแนน ตอบ มีแต่ไม่เคยทำเป็นเอกสารไว้ = 2 คะแนน ตอบ มีทำเป็นเอกสารไว้เฉพาะแผนระยะสั้น = 3 คะแนน ตอบ มีทำเป็นเอกสารทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว = 4 คะแนน
ตัวแปรอิสระ 6:	**ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรในองค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	ทรัพยากรในองค์การ ได้แก่ เงินทุน/เงินสดหมุนเวียนที่ร้านจัดหามาได้จากช่องทางที่สะดวกรวดเร็ว โดยที่คู่แข่งอาจไม่มีช่องทางนี้ คนงานในร้านที่มีความสามารถพิเศษ โดดเด่นไม่เหมือนใครในเรื่องการทำงาน เครื่องมือ/เครื่องจักรที่มีลักษณะพิเศษที่คนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ เนื่องจากร้านจัดหามาได้เองหรือประดิษฐ์ขึ้นเอง แผนการบริหารที่มีความแปลกใหม่ไม่เหมือนการบริหารทั่ว ๆ ไปที่คู่แข่งใช้ โดยทรัพยากรทั้งหมดที่มีคุณสมบัติดังกล่าวส่งผลดีต่อผลการดำเนินงาน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 17 มีแหล่งเงินทุนใดบ้างหรือไม่ที่ร้านสามารถหยิบยืมมาใช้ได้ทันทีเมื่อยามฉุกเฉิน
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่มี = 1 คะแนน ตอบ มี 1 แหล่งเงินทุน = 2 คะแนน ตอบ มี 2 แหล่งเงินทุน = 3 คะแนน ตอบ มี 3 แหล่งเงินทุนหรือมากกว่า = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 22 ร้านมีคนงานที่มีความสามารถยอดเยี่ยมเป็นพิเศษโดดเด่นไม่เหมือนใครหรือไม่
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่มี = 1 คะแนน ตอบ มี 1 คน = 2 คะแนน ตอบ มี 2 คน = 3 คะแนน ตอบ มี 3 คนหรือมากกว่า = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 29 ร้านมีเครื่องมือ/เครื่องจักรที่มีความพิเศษที่คนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้หรือไม่
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่มี = 1 คะแนน ตอบ มี 1 เครื่อง = 2 คะแนน ตอบ มี 2 เครื่อง = 3 คะแนน ตอบ มี 3 เครื่องหรือมากกว่า = 4 คะแนน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อคำถาม:	ข้อที่ 34 ร้านมีวิธีการบริหารงานที่มีความแปลกใหม่และน่าจะไม่เหมือนใครหรือไม่
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่มี = 1 คะแนน
	ตอบ มี 1 วิธี = 2 คะแนน
	ตอบ มี 2 วิธี = 3 คะแนน
	ตอบ มี 3 วิธีหรือมากกว่า = 4 คะแนน
ตัวแปรอิสระ 7:	**ความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	ทรัพยากรในองค์การ ได้แก่ เงินทุน/เงินสดหมุนเวียน พนักงาน เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในร้านในจำนวนพอดีเพียงพอกับการดำเนินงาน และแผนการบริหารของร้านที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันเพื่อก่อให้เกิดผลดีต่อผลการดำเนินงาน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 18 เงินสดที่ใช้หมุนเวียนในร้านมีเพียงพอหรือไม่
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่เพียงพอ = 1 คะแนน
	ตอบ ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่ = 2 คะแนน
	ตอบ เพียงพอเป็นส่วนใหญ่ = 3 คะแนน
	ตอบ เพียงพอตลอด = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 23 จำนวนคนงานมีเพียงพอกับปริมาณงานที่ทำหรือไม่
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่เพียงพอ = 1 คะแนน
	ตอบ ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่ = 2 คะแนน
	ตอบ เพียงพอเป็นส่วนใหญ่ = 3 คะแนน
	ตอบ เพียงพอตลอด = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 30 เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถต่าง ๆ ในร้านมีเพียงพอต่อการใช้งานหรือไม่
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่เพียงพอ = 1 คะแนน
	ตอบ ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่ = 2 คะแนน
	ตอบ เพียงพอเป็นส่วนใหญ่ = 3 คะแนน
	ตอบ เพียงพอตลอด = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 35 วิธีการบริหารงานของร้านมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันมากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ระดับการวัด:	ตอบ เหมาะสมน้อยที่สุด = 1 คะแนน
	ตอบ เหมาะสมน้อย = 2 คะแนน
	ตอบ เหมาะสมมาก = 3 คะแนน
	ตอบ เหมาะสมมากที่สุด = 4 คะแนน
ตัวแปรอิสระ 8:	**ความมีคุณค่าของทรัพยากรในองค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	ทรัพยากรในองค์การ ได้แก่ เงินทุน/เงินสดหมุนเวียน คนงาน เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ แผนการบริหารของร้านที่มีอยู่ในร้านขณะนั้น สามารถช่วยให้ร้านสามารถประกอบกิจการไปได้ด้วยดี มีผลการดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมาย แม้ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงและปัญหาจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 19 เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนที่ร้านมีช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ เห็นด้วยหรือไม่
ระดับการวัด:	ตอบ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน
	ตอบ ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน
	ตอบ เห็นด้วย = 3 คะแนน
	ตอบ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 24 คนงานในร้านทำงานได้ดีเป็นที่น่าพอใจมากน้อยเพียงใด
ระดับการวัด:	ตอบ พอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน
	ตอบ พอใจน้อย = 2 คะแนน
	ตอบ พอใจมาก = 3 คะแนน
	ตอบ พอใจมากที่สุด = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 31 เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถต่าง ๆ ในร้านช่วยลดต้นทุน (ทุ่นแรง) ได้มากน้อยเพียงใด
ระดับการวัด:	ตอบ ช่วยได้น้อยที่สุด = 1 คะแนน
	ตอบ ช่วยได้น้อย = 2 คะแนน
	ตอบ ช่วยได้มาก = 3 คะแนน
	ตอบ ช่วยได้มากที่สุด = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 36 วิธีการบริหารงานของร้านที่ผ่านมาส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของร้านมากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ระดับการวัด:	ตอบ ส่งผลดีน้อยที่สุด = 1 คะแนน ตอบ ส่งผลดีน้อย = 2 คะแนน ตอบ ส่งผลดีมาก = 3 คะแนน ตอบ ส่งผลดีมากที่สุด = 4 คะแนน
ตัวแปรอิสระ 9:	**ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ**
นิยามปฏิบัติการ:	การที่องค์การสามารถใช้ทรัพยากรในองค์การ ได้แก่ เงินทุน/เงินสดหมุนเวียน ทรัพยากรมนุษย์ (คนงาน) เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ตลอดจน การใช้กลยุทธ์ในการรับซื้อและขายขยะรีไซเคิลให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การใช้วงเงินที่มีอยู่จำกัดในการซื้อขายขยะรีไซเคิลให้ได้กำไรสูงสุด การใช้วิธีจูงใจพนักงานให้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ การใช้เครื่องจักร/เครื่องมือและรถประเภทต่าง ๆ อย่างเต็มกำลังการผลิต ตลอดจนรู้จักบำรุงรักษา ซ่อมแซมเครื่องจักรเพื่อให้ใช้งานเสมอ การนำแผนการบริหารมาใช้อย่างมีกลยุทธ์ เช่น นำหลักมาร์เก็ตติ้งมิกซ์ หลักการบริหารการผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารบัญชีมาใช้เพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 20 ร้านใช้เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนอย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
ระดับการวัด:	ตอบ 1 ข้อ = 1 คะแนน ตอบ 2 ข้อ = 2 คะแนน ตอบ 3 ข้อ = 3 คะแนน ตอบ 4 ข้อหรือมากกว่า = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 25 ร้านจูงใจคนงานให้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถโดยวิธีใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
ระดับการวัด:	ตอบ 1 ข้อ = 1 คะแนน ตอบ 2 ข้อ = 2 คะแนน ตอบ 3 ข้อ = 3 คะแนน ตอบ 4 ข้อหรือมากกว่า = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 26 และข้อที่ 27 โปรดระบุการใช้งานต่อวันของเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถประเภทต่าง ๆ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ระดับการวัด:	ตอบ ใช้งานไม่เต็มที่ต่ำกว่า 40% = 1 คะแนน ตอบ ใช้งานไม่ค่อยเต็มที่ประมาณ 41-60% = 2 คะแนน ตอบ ใช้งานค่อนข้างเต็มที่ 61-80% = 3 คะแนน ตอบ ใช้งานเต็มที่เกินกว่า 80% = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 32 ร้านบำรุงรักษาซ่อมแซม เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ อย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
ระดับการวัด:	ตอบ 1 ข้อ = 1 คะแนน ตอบ 2 ข้อ = 2 คะแนน ตอบ 3 ข้อ = 3 คะแนน ตอบ 4 ข้อหรือมากกว่า = 4 คะแนน
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 37 ร้านมีเทคนิคในการที่จะรับซื้อและขายขยะรีไซเคิลอย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
ระดับการวัด:	ตอบ 1-3 ข้อ = 1 คะแนน ตอบ 7-9 ข้อ = 3 คะแนน ตอบ 4-6 ข้อ = 2 คะแนน ตอบ 10 ข้อขึ้นไป = 4 คะแนน
ตัวแปรอิสระ 10:	**ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ**
นิยามปฏิบัติการ:	ผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านมีความสามารถในการตัดสินใจ คือ กล้าตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด และเข้ามาดูแลกิจการด้วยตนเองในเรื่อง เงินทุน และเงินสดหมุนเวียน ทรัพยากรมนุษย์ (คนงาน) เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ตลอดจนตัดสินใจเกี่ยวกับ แผนการบริหารของร้าน เพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 40 เจ้าของร้านตัดสินใจในกิจกรรมต่อไปนี้จนส่งผลดีต่อการดำเนินงานมากน้อยเพียงใด 1. การจัดหาเงินทุนมาใช้ในการดำเนินงาน 2. การบริหารเงินสดหมุนเวียนให้เพียงพอ 3. การรับคนงานเข้าทำงาน 4. การจัดสรรงานและดูแลคนงานในร้าน 5. การจัดหาเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถมาใช้ในร้าน 6. การจัดการเรื่องการใช้งานและการซ่อมบำรุงเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถ 7. การวางแผนงานของร้านทั้งระยะสั้นและระยะยาว 8. การบริหารงานซื้อ-ขายในแต่ละวัน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ระดับการวัด:	ตอบ ส่งผลดีน้อยที่สุด = 1 คะแนน ตอบ ส่งผลดีน้อย = 2 คะแนน ตอบ ส่งผลดีมาก = 3 คะแนน ตอบ ส่งผลดีมากที่สุด = 4 คะแนน
ตัวแปรอิสระ 11:	**ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม**
นิยามปฏิบัติการ:	ผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านมีความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เช่น การหาขยะรีไซเคิลชนิดใหม่ ๆ วิธีการเข้าไปรับซื้อขยะวิธีใหม่ ๆ และวิธีการคัดแยกใหม่ ๆ และการหาตลาดใหม่ ๆ ให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย
ข้อคำถาม:	ข้อที่ 41 เจ้าของร้านมีความสามารถในเรื่อง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด 1. การหาขยะรีไซเคิลใหม่ ๆ 2. การหาวิธีรับซื้อใหม่ ๆ และวิธีการคัดแยกใหม่ ๆ 3. การหาตลาดรับซื้อใหม่ ๆ
ระดับการวัด:	ตอบ น้อยที่สุด = 1 คะแนน ตอบ น้อย = 2 คะแนน ตอบ มาก = 3 คะแนน ตอบ มากที่สุด = 4 คะแนน

แหล่งอ้างอิงตามที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในเบื้องต้นว่า งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน โดยเฉพาะในบริบทแบบไทย ๆ เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจรวบรวม และรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่า ดังนั้น การสร้างตัวชี้วัด จึงจำเป็นต้องอาศัยแหล่งอ้างอิงหลายประเภทเพื่อให้การวัดมีความชัดเจน และตรงประเด็นกับเรื่องที่จะศึกษามากที่สุด แหล่งอ้างอิงในการสร้างตัวชี้วัดมาจาก 4 แหล่งดังต่อไปนี้

1. จากแนวคิดทฤษฎีที่ได้มีการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 เกี่ยวกับแนวคิดการจัดการขยะและการรีไซเคิล ในบทที่ 3 เกี่ยวกับทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ ทฤษฎี RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ ดังแสดงในกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเพื่อทดสอบไว้แล้ว

2. จากการปรึกษาหารือกับผู้มีประสบการณ์ และผู้เชี่ยวชาญในเชิงทฤษฎีและเข้าใจถึงแนวคิดการรีไซเคิล และการทำธุรกิจที่เกี่ยวโยงกับขยะรีไซเคิลในช่วงระหว่างเดือนเมษายน ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552 มีผู้เชี่ยวชาญที่ให้คำปรึกษาดังต่อไปนี้

- ผู้ช่วยศาสตร์จารย์ ดร. จันทรานุช มหากาญจนะ

อาจารย์ประจำคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

- พันตำรวจโท ดร. เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์

อาจารย์ประจำคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

- รองศาสตร์จารย์ ดร. จำลอง โพธิ์บุญ

อาจารย์ประจำคณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

- รองศาสตร์จารย์ ดร. ดารารัตน์ อานันทนะสุวงศ์

คณะพัฒนาเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้เขียนบทความเรื่อง “There’s a Buzz at the End of the Pit”: Recyclable Waste Business for Sustainable Development และมีผลงานด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการรีไซเคิลขยะ

- คุณธนพรรณ สุนทระ

สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มีผลงานวิจัยเรื่อง “เครื่องมือทางสังคม: การจัดการขยะชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อแก้ปัญหาขยะชุมชน” ซึ่งได้รับรางวัลผลงานวิจัยระดับชมเชย ประจำปี 2546 สภาวิจัยแห่งชาติ และเป็นหัวหน้าโครงการศูนย์วัสดุรีไซเคิล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- คุณนภวัส บัวสรวง

ผู้อำนวยการส่วนลดและใช้ประโยชน์ของเสีย สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผู้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการร้านรับซื้อของเก่า และเป็นผู้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแวดวงธุรกิจนี้ได้ดีที่สุดท่านหนึ่ง เนื่องจากเป็นผู้คร่ำหวอดเกี่ยวกับการรีไซเคิลมาเป็นเวลานาน และเป็นผู้ให้คำแนะนำถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลว่า จากประสบการณ์ของท่าน การเก็บข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้เจ้าของร้านรับซื้อของเก่าตอบ จะไม่ประสบผลสำเร็จ ควรใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่น ซึ่งทำให้ผู้วิจัยนำมาพิจารณาใช้ในการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ซึ่งก็ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความร่วมมือเป็นอย่างดียิ่ง รวมทั้ง ได้รายละเอียดของข้อมูลเชิงลึกที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์อย่างมาก

- คุณศรชัย มูลคำ

ผู้อำนวยการส่วนผลิตสื่อและเผยแพร่ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะผู้จัดทำ คู่มือ การจัดการขยะมูลฝอยโดยชุมชน (Community Based Solid Waste Management: CMB)

- นาวาเอกมนตรี ชูนามชัย

ผู้อำนวยการสถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยมีบทบาทมุ่งเน้นในการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ชุมชน และผู้ประกอบอาชีพเก็บขยะขายเลี้ยงชีพ (ซาเล้ง) รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการส่งเสริมการสร้างสังคมรีไซเคิลให้ทุกฝ่ายคัดแยกวัสดุรีไซเคิลตั้งแต่ต้นทางโดยใช้แรงจูงในการสร้างรายได้เสริมและแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนควบคู่ไปกับการร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อมและการประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ

- ดร. สมไทย วงษ์เจริญ

ประธานกรรมการโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์ สำนักงานใหญ่ จังหวัดพิษณุโลก เจ้าของสโลแกน “ขยะคือทองคำ” โดยเป็นผู้เขียนคู่มือคัดแยกขยะประจำบ้าน และการคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลเชิงธุรกิจ ผู้วิจัยได้เข้าใจกระบวนการรีไซเคิลตั้งแต่เริ่มจนกระทั้งสิ้นสุด และเข้าใจถึงจุดอ่อน จุดแข็งของการจะบริหารธุรกิจนี้จากคำแนะนำที่เป็นประสบการณ์ที่ ดร. สมไทย มีมากมาย รวมถึงกลวิธีต่าง ๆ ทั้งของผู้ซื้อและผู้ขาย รวมไปถึงการส่งออกขยะรีไซเคิลไปต่างประเทศ และการสร้างเครือข่ายเพื่อช่วยให้ธุรกิจนี้มีอำนาจการต่อรองและเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นด้วย

3. จากผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า ทั้งสิ้น 10 ราย ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 ซึ่งมี 6 รายที่อนุญาตให้เปิดเผยชื่อในงานวิจัยครั้งนี้ได้ ดังนี้

- คุณอิทธิกร ศรีจันบาล ผู้จัดการสาขา วงษ์พาณิชย์สาขาสุวรรณภูมิ บริษัท สถานีรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์สุวรรณภูมิ จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร

- คุณวันรวย ชื่นจิตร ผู้จัดการสาขา วงษ์พาณิชย์สาขาบายพาส–ศรีราชา บริษัท เมืองรวยเจริญ จำกัด จังหวัดชลบุรี

- คุณอาณัติชัย วาสประเสริฐสุข ผู้จัดการสาขา วงษ์พาณิชย์สาขาเวลโกรว์ บริษัท วงษ์พาณิชย์ สาขาเวลโกรว์ จำกัด จังหวัดฉะเชิงเทรา

- คุณสมชาย กิ่งแก้ว ผู้อำนวยการ บริษัท เอส. พี. เคมีคอล แอนด์ อีควิปเมนท์ จำกัด (รับซื้อและจำหน่ายเม็ดพลาสติกรีไซเคิลทุกชนิด) จังหวัดสมุทรปราการ

- คุณนพดล คงอยู่ ผู้อำนวยการห้างหุ้นส่วนจัด ทองอยู่ไทยเปเปอร์รีไซเคิล จังหวัดชลบุรี

- คุณสนั่น เหลืองอร่าม ผู้จัดการ บริษัท บางพระค้าของเก่า จังหวัดชลบุรี

4. จากการเข้าฝึกงานและสังเกตการณ์ของผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย เนื่องจากผู้วิจัยมีหน้าที่ที่จะต้องสร้างความกระจ่างว่าเครื่องชี้วัดที่ใช้นั้นคืออะไร พร้อมทั้งจะต้องสามารถอธิบายว่าเหตุใดจึงคิดว่า เครื่องชี้วัดที่เลือกมานั้นเป็นเครื่องชี้วัดที่เหมาะสม (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 120) ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจึงเข้าฝึกงานโดยการสังเกตการณ์ในบริษัทเมืองรวยเจริญ จำกัด (วงษ์พาณิชย์ สาขาบายพาส–ศรีราชา) เป็นเวลา 7 วัน ระหว่างวันที่ 5 เมษายน ถึงวันที่ 11 เมษายน พ.ศ. 2552 เพื่อให้มีพื้นฐานความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจนี้มากยิ่งขึ้น โดยเจ้าของกิจการคือคุณวันรวย และ คุณฉวีวรรณ ชื่นจิตร ได้ให้ความอนุเคราะห์และช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่ง รวมทั้งให้คำแนะนำต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้วิจัย สำหรับผู้ช่วยวิจัย ซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในการช่วยเก็บข้อมูลในครั้งนี้คือพี่สาวของผู้วิจัยเองคือ คุณโฉมเฉลา มามาก จบการศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง ปี พ.ศ. 2538 และเคยเข้ารับการอบรมโครงการศึกษาพัฒนาการคัดแยกขยะเพื่อธุรกิจ Recycle รุ่นที่ 34 โดยมีการฝึกปฏิบัติการคัดแยกขยะและดูงานที่โรงงานคัดแยกขยะรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์ เลขที่ 19/9 หมู่ 3 ตำบลท่าทอง ถนน พิษณุโลก-บางกระทุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ปี พ.ศ. 2548 ประสบการณ์การทำงานของผู้ช่วยวิจัย เคยดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคลและธุรการ บริษัทหลักทรัพย์ ซิกโก้ จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ บริษัท ดีดี อินเตอร์เทรด แอนด์ แฮนดี้คราฟท์ จำกัด ซึ่งจากคุณสมบัติของผู้ช่วยวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นว่ามีความเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการทำการวิจัยในครั้งนี้และเป็นการสะดวกอย่างมากในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บจากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ของทั้งผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย

4.4 การสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลและการดำเนินการเก็บข้อมูล

4.4.1 การสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล

ภายหลังจากการกำหนดเครื่องชี้วัดต่าง ๆ แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การสร้างเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยมีทั้งข้อคำถามที่ต้องการคำตอบเป็นข้อเท็จจริง และมาตรวัดทัศนคติที่ผู้วิจัยจัดทำโดยดัดแปลงจากการประมวลความรู้ในเรื่องนั้น การเพิ่มเติมดัดแปลงรายละเอียดเกี่ยวกับสเกลและการวัดในการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาสาระ และความสอดคล้องกันภายในโดยการทบทวนวรรณกรรม และสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 168)

4.4.1.1 วิธีการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เป็นการหาข่าวสาร โดยการตั้งคำถาม ซึ่งคำถามที่จะถามหรือจะสัมภาษณ์นั้นมีหลายประเภทด้วยกัน (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 198) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามให้มีความหลากหลาย ดังนี้

1) คำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริง เช่น ถามเกี่ยวกับ อายุ และ การศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาที่ร้านได้เปิดดำเนินการมาแล้วเป็นเวลากี่ปี ร้านมีใบอนุญาตทำการค้าประเภทใดบ้าง ร้านมีพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวมรับซื้อคัดแยกขยะรีไซเคิล และเก็บสต๊อคสินค้าเท่าใด ยอดรับซื้อขยะรีไซเคิลต่อวันประมาณกี่บาท ร้านได้กำไร/ขาดทุนเท่าไร (ตอบเป็นร้อยละ) เนื่องจากการถามข้อเท็จจริงจากผู้ตอบโดยตรงบางครั้งผู้ตอบอาจจำไม่ได้ และตอบพลาด ผู้วิจัยจึงต้องใช้ความระมัดระวังแล้วใช้การสังเกตจากน้ำเสียงของผู้ตอบว่ามีความมั่นใจเพียงใด ถ้าผู้ตอบไม่แน่ใจ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะถามซ้ำและขอให้ผู้ตอบคิดให้ถี่ถ้วนอีกครั้ง ก่อนที่จะตอบเพื่อให้มั่นใจว่าได้ข้อมูลที่เป็นจริงที่สุด คำตอบที่ได้สามารถนำไปวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐานและสถิติขั้นสูง เพราะมีระดับการวัดเป็นระดับกลุ่มและระดับอัตราส่วน

2) คำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่มีข้อคำตอบให้เลือกมากกว่า 1 ข้อ เช่น แหล่งเงินทุนที่นำมาดำเนินการมาจากแหล่งใดบ้าง ร้านมีวิธีรับซื้อขยะรีไซเคิลจากที่ไหนบ้าง ร้านมีเทคนิคในการที่จะรับซื้อและขายขยะรีไซเคิลอย่างไรบ้าง โดยข้อคำตอบที่ให้เลือก ผู้วิจัยได้ศึกษาจากฝึกงานในธุรกิจนี้ และการสอบถามจากผู้ประกอบการทั้ง 10 ราย เพื่อให้ข้อคำตอบที่ให้เลือกมีความสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด คำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่มีข้อคำตอบให้เลือกมากกว่า 1 ข้อในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่ 1 ข้อคำตอบที่ได้นำไปวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา เช่น ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำไปบรรยายสภาพของธุรกิจนี้อันจะนำไปสู่การพรรณนาเพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 เช่น ร้านตั้งอยู่ใกล้สถานที่ใดดังต่อไปนี้ ชนิดของขยะรีไซเคิลที่ร้านรวบรวมและรับซื้อมีอะไรบ้าง ร้านขายขยะรีไซเคิลให้กับแหล่งใดบ้าง เป็นต้น ระดับการวัดจึงเป็นแบบกลุ่ม ลักษณะที่ 2 ที่มีความยากยิ่งกว่า เพราะผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูงคือการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) และ การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย(Simple Regression) ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสมที่สุดเพื่อทดสอบสมมติฐาน ในการสร้างมาตรวัดที่ประกอบด้วยตัวแปรหลายตัว นอกจากผู้วิจัยจะต้องสามารถระบุตัวบ่งชี้ได้อย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ในการที่จะนำตัวบ่งชี้มารวมกันให้เป็นมาตรวัดประกอบ ซึ่งจะต้องมีการให้น้ำหนักตัวบงชี้หรือตัวแปรเพื่อให้รวมกันได้ โดยที่แต่ละตัวมีอิทธิพลต่อค่าของมาตรวัดประกอบเท่า ๆ กัน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2537: 39) เนื่องจากกลวิธีในการสร้างมาตรวัดประกอบจากข้อมูลกลุ่มอาจทำได้ 3 แนวทางคือ 1. การวิเคราะห์โครงสร้าง 2. การกำหนดน้ำหนักของตัวแปรที่ผู้วิจัยคิดค้นขึ้นมาเอง และ 3. สถิติวิเคราะห์ที่เป็นมาตรฐาน การตัดสินใจเลือกใช้วิธีใดในการให้

คะแนนขึ้นจึงอยู่กับความเข้าใจของผู้วิจัยเกี่ยวกับเบื้องหน้าเบื้องหลังของแต่ละวิธี และความพร้อมในด้านการวิเคราะห์ (สุชาติ ประสิทธิรัฐสินธุ์, 2537: 56) ในแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นมีข้อคำถามที่มีลักษณะดังกล่าวจำนวน 8 ข้อ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ดุลยพินิจของตนเองและปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย โดยให้คะแนนตัวเลือก เช่น ตอบว่าไม่มีพนักงานที่มีความสามารถโดดเด่นจะได้คะแนนเท่ากับ 1 ไปจนถึงมี 3 คนหรือมากกว่าจะได้คะแนนเท่ากับ 4 หรือถ้าเลือกตอบว่ามีวิธีจูงใจคนงานให้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถเพียง 1 วิธีจะได้คะแนนเท่ากับ 1 และถ้ามี 4 วิธีหรือมากกว่าจะได้คะแนนเท่ากับ 4 เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากเทคนิคการสร้างมาตรวัดวิธีอื่น เช่น การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) สามารถทำได้เฉพาะข้อมูลแบบช่วงเท่านั้น สำหรับข้อคำถามที่เหลือเป็นมาตรวัดแบบให้คะแนนหรือให้การประเมิน (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 4 ช่วง เช่น เห็นด้วยอย่างยิ่ง (คะแนนเท่ากับ 4) เห็นด้วย (คะแนนเท่ากับ 3) ไม่เห็นด้วย (คะแนนเท่ากับ 2) และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (คะแนนเท่ากับ 1) โดยไม่อนุโลมให้ผู้ตอบไม่มีความเห็นหรือมีความรู้สึกเฉย ๆ

3) คำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่มีข้อคำตอบให้เลือก 4 ช่วง ในแบบสอบถามมีข้อคำถามที่ถามข้อเท็จจริงแต่ให้คำตอบเป็นระดับของการเข้ามามีส่วนร่วม 4 ระดับ เช่น ระดับของการเข้ามาดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน คือ ดูแลเองทั้งหมด ดูแลเองเป็นส่วนใหญ่ ดูแลเองเป็นส่วนน้อย และให้ผู้อื่นดูแลแทน ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อยืนยันข้อคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ประกอบการ โดยการวัดความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการขององค์การก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเป็นส่วนใหญ่หรือดูแลเองทั้งหมดเท่านั้น

4) คำถามเกี่ยวกับแนวคิดหรือเจตนารมณ์ เป็นการที่นักวิจัยต้องการทราบว่าผู้ตอบคิดหรือเชื่อว่าข้อเท็จจริงเป็นอย่างไร (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 199) โดยอาจให้เลือกตอบว่าใช่หรือไม่ใช่ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นคำตอบที่หยาบไม่ค่อยละเอียด และไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ร่วมกับตัวแปรอื่นที่กำหนดการให้คะแนนเป็น 1–4 ได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสร้างมาตรวัดแบบให้คะแนนหรือการประเมินแบ่งออกเป็น 4 ช่วง เช่น เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4 คะแนน) ไปจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1 คะแนน) ตามที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้แล้ว ความพิเศษของแบบสอบถามที่มีคำถามเป็นลักษณะของการประเมินในครั้งนี้ ยังมีความหลากหลายของการประเมิน เช่น ให้ผู้ตอบประเมินเป็นระดับจากมากที่สุด (4 คะแนน) ไปจนถึงน้อยที่สุด (1 คะแนน) เพราะบางคำถามการให้เลือกตอบลักษณะแสดงความคิดเห็นมีความไม่ชัดเจน และไม่สอดคล้องกับคำถาม ตัวอย่างเช่น ระดับการแข่งขันทางธุรกิจที่ร้านประสบอยู่ในขณะนี้มีมากน้อยเพียงใด ผู้ตอบสามารถประเมินแล้วตอบเป็นลักษณะมากที่สุด

ไปจนถึงน้อยที่สุด ซึ่งชัดเจนและง่ายต่อความเข้าใจกว่าการเขียนข้อคำถามให้ประเมินเป็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

5) คำถามแบบเปิด (Open Ended) สำหรับคำถามแบบเปิดในแบบสอบถามของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะได้คำตอบ 2 ลักษณะคือ คำตอบเชิงเหตุผลว่าทำไมผู้ตอบจึงตอบเช่นนั้น จะเห็นว่าในแบบสอบถามมีคำถามปลายปิดที่ให้ผู้ตอบเลือกตอบแล้ว ท้ายข้อจะถามว่าเพราะเหตุใด ทั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งหวังที่จะทราบเหตุผลของคำตอบในเบื้องต้น เพราะจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการอธิบายเพิ่มเติมในสิ่งที่ค้นพบ ทั้งสนับสนุนแนวคิด และชี้แจงเพิ่มเติมในกรณีที่ผลการวิเคราะห์ออกมาไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อีกประการคือคำตอบจากคำถามปลายเปิดที่เป็นข้อคำถามที่อยู่ท้ายของแบบสอบถาม เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นที่เสรีไม่ถูกจำกัดด้วยข้อคำถามที่มีคำตอบให้เลือกแล้วเท่านั้น คำตอบที่ได้จากคำถามปลายเปิดสามารถนำมาจัดหมวดหมู่คำตอบ และนำมาอธิบายการวิจัยในลักษณะของเชิงคุณภาพได้อีกด้วย (การสัมภาษณ์เชิงลึก)

เพื่อให้แบบสอบถามออกมาดีที่สุด ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบทบทวนหลายครั้ง ทั้งด้วยตนเองและให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยวิจัย และผู้ประกอบการบางรายที่ได้ให้ความช่วยเหลืออนุเคราะห์มาโดยตลอด เพื่อให้คำถามมีความสมบูรณ์ และตัดทิ้งบางคำถามที่ไม่จำเป็นออกไปโดยเฉพาะคำถามที่จะไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังให้ความสำคัญกับถ้อยคำที่ใช้ให้มีความชัดเจนไม่กำกวม ปราศจากอคติ เป็นถ้อยคำที่สุภาพแต่ไม่เป็นทางการจนเกินไป ทั้งนี้เพราะกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการร้านรับซื้อของเก่าจะมีความคุ้นเคยกับคำถามที่ตรงไปตรงมา ใช้ถ้อยคำที่ง่าย และใกล้เคียงกับถ้อยคำที่ใช้จริงในอาชีพที่ทำอยู่ เช่น คำว่าเศษวัสดุเหลือใช้ จะเรียกว่า ขยะรีไซเคิล หรือ สินค้า หรือ ของ บริษัท หรือ องค์การจะใช้คำว่า ร้าน พนักงานจะใช้คำว่า คนงาน เป็นต้น

4.4.1.2 ความแม่นตรง (Validity) และความเชื่อถือ (Reliability) ของมาตรวัดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเบื้องต้นเป็นแบบความแม่นตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแล้วปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ (สุชาดา บวรกิติวงศ์, 2548: 20; สุวิมล ติรกานันท์, 2549: 145) เพราะสาระสำคัญของความแม่นตรงตามเนื้อหาคือ ความครอบคลุมของมาตรวัดในเรื่องที่เป็นเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการวัดตามวรรณกรรมที่ผู้วิจัยได้ทบทวนมาแล้วอย่างถี่ถ้วน ความแม่นตรงตามเนื้อหาจึงขึ้นอยู่กับการให้เหตุผลถึงความเพียงพอของรายการที่นำมาใช้เป็นเนื้อหาของมาตรวัด (สุชาติ ประสิทธิรัฐสินธุ์, 2537: 135–136) เนื่องจากความแม่นตรงตามเนื้อหาไม่มีวิธีการทางสถิติ (Lyman, 1963: 76) แต่เป็นการสร้างมาตรวัด หรือแบบสอบถามเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญที่น่าเชื่อถือพิจารณา โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญอย่างพิถีพิถันเพื่อตรวจสอบและแนะนำ เมื่อปรับแก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อย

แล้ว มาตรวัดดังกล่าวถือได้ว่าเป็นมาตรวัดที่มีความแม่นตรงที่ดีและเหมาะที่จะนำไปใช้ (Trochim, 1999: 32)

ความเชื่อถือได้ (Reliability) หรือ ความเที่ยงของมาตรวัดหมายถึง ความคงที่ของผลที่ได้จากการวัดด้วยเครื่องมือชุดเดียวกันกับคนกลุ่มเดียวกันในเวลาที่ต่างกัน (สุวิมล ติรกานันท์, 2549: 152) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของมาตรวัด ดังนี้

1) นำมาตรวัด (แบบสอบถาม) ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ (ผ่านการทดสอบความแม่นตรงตามเนื้อหา) ไปทดสอบกับผู้ประกอบการทั้ง 10 ราย ดังกล่าวไว้แล้วในช่วงของการสร้างมาตรวัด โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะทำการสังเกตผู้ตอบแบบสอบถาม (สัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า) ว่ามีความเข้าใจข้อคำถามไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ แล้วทำการเพิ่มจำนวนข้อความเข้าไปในมาตรวัดหรือตัดข้อความที่ไม่สอดคล้องออก จากการสังเกตและตรวจสอบคำตอบพบว่าความสอดคล้องของคำตอบมีเสถียรภาพ

2) นำมาตรวัด (แบบสอบถาม) ภายหลังจากการปรับปรุงแก้ไขแล้วในข้อที่ 1 ลองนำไปใช้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้วิจัยจึงวัดความน่าเชื่อถือโดยการนำคำตอบจากการสัมภาษณ์ของผู้วิจัย และผู้ช่วยวิจัยในแต่ละวันมาเปรียบเทียบและพูดคุยปัญหาที่พบจากการใช้แบบสอบถาม พบว่า คำตอบที่ได้จากการใช้มาตรวัดอันเดียวกัน แต่ผู้ตอบคนละคนออกมาคล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยทำการเปรียบเทียบจากการตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เป็นเวลา 5 วัน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 30 ราย นอกจากนี้ ผู้วิจัยทำการทดสอบค่าความสอดคล้องภายในทั้ง 30 ชุด โดยวิธีครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha) ทำให้ได้ค่าสัมประสิทธิความเชื่อถือได้คือ ค่าอัลฟา เท่ากับ .8489 สรุปได้ว่ามาตรวัดมีความเชื่อถือได้ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลต่อไป โดยนำผลการตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ของ 30 รายนับรวมในกลุ่มตัวอย่างที่ต้องสุ่มด้วย เพราะแบบสอบถามไม่ได้ถูกแก้ไขมากนักจึงไม่มีผลแตกต่างจากการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เหลือ

4.4.2 การดำเนินการเก็บข้อมูล

สำหรับบุคคลทั่วไป การถามข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่สลับซับซ้อน และเจาะลึกโดยเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องที่ละเอียดอ่อนมาก ๆ การสัมภาษณ์จะดีกว่าการให้กรอกแบบสอบถามอย่างมาก โดยเฉพาะในกรณีของคนที่มีการศึกษาไม่สูง อ่านออก เขียนไม่ได้ หรือได้เล็กน้อย การใช้วิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นทีเดียว (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 197) และความร่วมมือในการสัมภาษณ์นั้น มักจะมีสูงกว่าการให้กรอกแบบสอบถาม เพราะการสัมภาษณ์เป็นการให้ความสำคัญแก่ผู้ตอบมากกว่าการให้กรอกแบบสอบถาม ปัจจุบันในต่างประเทศได้พัฒนาถึงการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แล้ว โดยเฉพาะเทคนิคของมหาวิทยาลัยมิชิแกนได้รับความสำเร็จอย่างสูง ทั้งในด้านอัตราการตอบ และความเชื่อถือได้ของคำตอบที่ได้รับ (สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์, 2540: 197) สำหรับ

ในประเทศไทยในอดีตร้อยละของคนที่มีโทรศัพท์ยังมีน้อย แต่ในปัจจุบันการสื่อสารของประเทศมีความเจริญก้าวหน้าอย่างมาก นอกจากจะมีโทรศัพท์ที่ใช้ภายในบ้าน หรือสำนักงานแล้ว โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้ประกอบการทุกคนมี ถือเป็นความสะดวกที่ผู้วิจัยจะสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย อย่างไรก็ตาม การวิจัยในประเทศไทยยังมีการใช้เทคนิคการตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กันน้อย ด้วยเหตุผลของความกลัวที่จะไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ตอบ ในประเด็นนี้ได้สร้างความกังวลให้กับผู้วิจัยเป็นอย่างมากเช่นกัน และถือเป็นความท้าทายอย่างมากในการทำวิจัยครั้งนี้ แต่การที่ผู้วิจัยตัดสินใจใช้วิธีการดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เพราะมีเหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

1. ลักษณะของประชากรที่ตอบแบบสอบถาม เนื่องจาก ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าส่วนใหญ่ดำเนินกิจการโดยผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านมีการศึกษาไม่สูงมากนัก ถึงแม้จะมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า แต่โดยสภาพของการทำงานที่เร่งรีบ และมีงานตลอดทั้งวัน ทำให้การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์เป็นไปได้ยาก ซึ่งความเห็นนี้ คุณนภวัส บัวสรวง ผู้อำนวยการส่วนลดและใช้ประโยชน์ของเสีย สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ กล่าวว่า หากใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ งานวิจัยนี้คงไม่สามารถทำให้สำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการที่ให้ความอนุเคราะห์ในขั้นตอนการทำมาตรวัดเช่นกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดลองส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์จำนวน 300 ชุด พบว่ามีอัตราการตอบกลับเพียงร้อยละ 5 ในระยะเวลา 1 เดือน และแบบสอบถามมีข้อที่ไม่ตอบบางข้อโดยเฉพาะคำถามที่มีความละเอียดอ่อนเกี่ยวกับยอดรับซื้อและผลกำไรของร้าน สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบและยืนยันความคิดเห็นของสุจิตรา บุณยรัตพันธุ์ (2540) ว่าการสัมภาษณ์จะได้รับความร่วมมือมากกว่า เพราะเป็นการให้ความสำคัญแก่ผู้ตอบ โดยเฉพาะลักษณะของประชากรส่วนใหญ่ที่มีพื้นเพชีวิตที่ลำบากมาก่อนจึงมาประกอบอาชีพรับซื้อของเก่า บุคคลในกลุ่มอาชีพนี้มักเป็นผู้ที่มีความเห็นอกเห็นใจ และยินดีให้ความช่วยเหลือผู้อื่น อีกทั้งการโทรศัพท์ติดต่อมาเพื่อขอสัมภาษณ์โดยตรงทำให้ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของร้านมีความภูมิใจและรู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ จึงให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เพื่อช่วยเหลือด้านการศึกษา ดังนั้น การแนะนำตัวของผู้สัมภาษณ์ (ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย) ต่อผู้ถูกสัมภาษณ์จึงเป็นกุญแจสำคัญของการที่จะได้รับความร่วมมือหรือไม่อีกด้วย ผู้สัมภาษณ์ได้แนะนำตัวโดยบอกชื่อ และสถานะของความเป็นนักศึกษาที่กำลังทำงานวิจัยในหัวข้อดังกล่าว เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และอ้างถึง กรมควบคุมมลพิษที่เป็นผู้ให้รายชื่อผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้อง เพื่อการขอสัมภาษณ์ในครั้งนี้ การบอกกล่าวอย่างชัดเจนช่วยลดความไม่ไว้วางใจและทำให้สะดวกแก่การสนทนาต่อจากนั้น

2. ลักษณะของเนื้อหาที่ต้องการเก็บข้อมูล แม้เป็นเรื่องที่เปิดเผยได้โดยไม่มีผลกระทบต่อภาพพจน์ที่ไม่ดีของผู้ตอบ แต่ลักษณะข้อมูลเชิงธุรกิจมักเป็นความลับที่ผู้ประกอบการเลี่ยงที่จะให้ข้อมูล ดังจะเห็นจากแบบสอบถามทางไปรษณีย์ที่ตอบกลับมา โดยเว้นที่จะตอบเกี่ยวกับยอดรับซื้อและผลกำไร เป็นต้น การให้ตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จึงเป็นเทคนิคที่เหมาะสม เพราะผู้สัมภาษณ์สามารถลดการเผชิญหน้า ขณะเดียวกันยังสามารถพูดจาหว่านล้อมให้ผู้ตอบ ตอบคำถามที่มีความละเอียดอ่อนได้ตามที่ตั้งใจไว้

3. ความสั้น ความยาวของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาลักษณะของประชากรที่ศึกษาว่าจะมีเวลาให้มากน้อยเพียงใด หลักโดยทั่วไปคือ ควรจะให้แบบสอบถามนั้นสั้นที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่จะต้องได้ข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษา หรือเพียงพอที่จะใช้ในการทดสอบข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยคำนึงถึงตัวแปรอื่น ๆ ที่ต้องนำมาควบคุมและทดสอบด้วย (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 156) แบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดขึ้นต้องใช้เวลาอย่างน้อย 20 นาที ในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้น หากให้ผู้ตอบเขียนตอบเองทั้งหมดจะใช้เวลานานมาก ซึ่งคงเป็นไปไม่ได้ที่จะได้รับแบบสอบถามกลับมา การตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จึงช่วยประหยัดเวลาในการกรอกแบบสอบถาม อีกทั้ง ผู้วิจัยสามารถหยุดสัมภาษณ์แล้วโทรกลับไปใหม่เพื่อทำการสัมภาษณ์ต่อได้อีก ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามติดธุระจำเป็นขณะที่การสัมภาษณ์ยังไม่เสร็จ ซึ่งเหตุการณ์เช่นนี้พบว่าเกิดขึ้นจริงในระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล จากการให้ตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์พบว่า เวลาโดยเฉลี่ยในการตอบแบบสอบถามคือประมาณคนละ 40 นาที มีผู้ตอบแบบสอบถามนานที่สุดคือ 1 ชั่วโมง 45 นาที เป็นสิ่งที่ผู้วิจัย และผู้ช่วยวิจัย มีความรู้สึกประทับใจในความเมตตา และความเป็นกันเองของผู้ประกอบการที่ได้ให้ความร่วมมือตอบทุกคำถาม พร้อมคำอธิบายโดยละเอียด ผู้วิจัยสังเกตพบว่า ผู้ประกอบการที่อดีตเคยยากจนมาก่อน แต่ปัจจุบันประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้จะเป็นผู้ที่ให้เวลาในการตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์นานเป็นพิเศษ อาจเป็นเพราะในความรู้สึกของผู้ประกอบเหล่านี้ จะมีความภาคภูมิใจในอาชีพที่ตนทำอยู่และพร้อมที่จะถ่ายทอดประสบการณ์ความรู้เพื่อเป็นวิทยาทาน

4. ลักษณะของคำถามแต่ละข้อและการลำดับข้อคำถาม ความสำเร็จของการสัมภาษณ์ขึ้นอยู่กับคำถามแต่ละข้อว่าเป็นคำถามที่ดี เช่น เป็นข้อความที่ผู้ตอบสามารถเข้าใจง่าย น่าสนใจและสามารถตอบได้ แต่ขณะเดียวกันต้องไม่เป็นข้อความที่ชักนำผู้ตอบให้ตอบไปในทางใดทางหนึ่ง จะเห็นได้ว่าคำถามในแบบสอบถามของการวิจัยในครั้งนี้ความหลากหลาย ทั้งที่เป็นคำถามให้ตอบตามข้อเท็จจริง ให้แสดงความคิดเห็น และเป็นทั้งคำถามปิดและคำถามเปิด ที่สำคัญคือลำดับข้อคำถามพยายามหลีกเลี่ยงมิให้คำตอบในข้อหนึ่ง ๆ นำไปสู่หรือไปกำหนดคำตอบในอีกข้อหนึ่งอย่างไม่มีทางเลือกที่จะตอบเป็นอย่างอื่นได้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540: 157) ลักษณะของคำถาม

และการลำดับข้อคำถามจึงเหมาะสำหรับการใช้สัมภาษณ์ โดยผู้สัมภาษณ์จะต้องเข้าใจเรื่องราวทั้งหมดเหมือนฉายหนังม้วนเดียวจบ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยขณะสัมภาษณ์จึงต้องระวังอย่างยิ่งด้วยว่าต้องเป็นการฉายหนังม้วนเดียวกัน

5. ข้อจำกัดในเรื่องเวลาและงบประมาณ เนื่องจากการเก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไม่สามารถทำได้ ผู้วิจัยจึงมุ่งความสนใจไปที่การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ซึ่งในเบื้องต้นผู้วิจัยพิจารณาว่าจะลงพื้นที่จริงเพื่อสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าได้หรือไม่ แต่จากปัญหาเรื่องเวลา และงบประมาณ ทำให้ผู้วิจัยตัดสินใจทดลองใช้วิธีสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ทั้งนี้เพราะ ในรายชื่อผู้ประกอบการของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าที่ได้จากสำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ มีหมายเลขโทรศัพท์ของร้านและโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ประกอบการที่สามารถติดต่อได้สะดวก เนื่องจากการสอบถามมีความยาวค่อนข้างมาก อีกทั้งข้อจำกัดเรื่องช่วงเวลาในการโทรศัพท์สัมภาษณ์ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการจะติดภารกิจมากในช่วงเช้า เพราะต้องจัดสรรงานก่อนทำให้ระยะเวลาที่สะดวกคือ ช่วงหลังสิบเอ็ดนาฬิกาไปแล้ว การโทรศัพท์เพื่อทำการสัมภาษณ์จึงทำได้ไม่เกิน 4 รายต่อวันต่อผู้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยใช้เวลาในการรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 73 วัน คือ เริ่มตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน ถึงวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2552 เพื่อให้ได้แบบสอบถามทั้งหมด 300 ชุด โดยมีบางช่วงที่พักการสัมภาษณ์เนื่องจากตรงกับวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่ทางร้านไม่เปิดทำการ ผู้วิจัยพบว่า การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เพียง 3–4 รายต่อวัน กลับเป็นข้อดี เพราะไม่ทำให้ผู้สัมภาษณ์เหนื่อยล้าเกินไปจนมีผลต่อคุณภาพการสัมภาษณ์

เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการวัดที่เกิดจากผู้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงทำการซักซ้อมกับผู้ช่วยวิจัย (คุณโฉมเฉลา มามาก) ให้มีความเข้าใจเป็นอย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลที่จะทำการจัดเก็บเพื่อที่จะสามารถสื่อกับเจ้าของข้อมูลได้ และเข้าใจวัตถุประสงค์ของการวิจัย ลักษณะและรายละเอียดของตัวแปรที่ต้องการ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์นั้น ๆ (สุชาดา กีระนันทน์, 2538: 388) ตลอดจน การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลพร้อมกันภายหลังการเก็บข้อมูลในแต่ละวัน เพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล และการถ่ายทอดปัญหาที่พบจากการโทรศัพท์สัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลในการนำมาเขียนวิจัยต่อไป

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เมื่อได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาเรียบร้อยแล้ว งานขั้นต่อไปคือการนำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดอยู่ในระเบียบ สามารถที่จะนำไปวิเคราะห์หาคำตอบตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการ

วิจัย การจัดเตรียมข้อมูลให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อยโดยผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูล ประกอบไปด้วย การบรรณาธิการ (Editing) การให้รหัสข้อมูล (Coding) การสร้างไฟล์ข้อมูล (Filing) และการวิ่ง (Run) เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพรรณนาและการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่มีผลต่อคุณภาพของข้อมูล (พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2548: 355) ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับขั้นตอนนี้มาก โดยการตรวจสอบข้อมูล ทบทวนรหัส และให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้โปรแกรม SPSS For Windows ช่วยดูแลในขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล และเลือกเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551: 17)

การใช้สถิติเพื่อการวิจัยในครั้งนี้จะใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อบรรยายคุณสมบัติของประชากรหรือตัวอย่าง ซึ่งจะใช้กับตัวแปรตัวเดียว หรือตัวแปรสองตัวเป็นอย่างมากทำให้เห็นสภาพของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องที่ศึกษาว่าเป็นอย่างไร ตามวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 1 และ ข้อที่ 2 สถิติที่ใช้ได้แก่ การกระจายจำนวนในแต่ละกลุ่มความถี่ (Frequency) การกระจายอัตราส่วนร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean and Standard Deviation) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การแปลความของค่าเฉลี่ยเป็นแบบแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยใช้หลักว่า เอาค่าสูงสุดลบด้วยค่าต่ำสุด แล้วหารด้วยจำนวนช่วงหรือระดับที่ต้องการแปลผล (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538: 8) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นกรณี 4 ระดับ จะเป็นดังนี้

พิสัย = 4 - 1 = 3 หารด้วย 4 = 0.75 ดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.00 - 1.75	แสดงว่า	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	1.76 - 2.50	แสดงว่า	น้อย
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	2.51 - 3.25	แสดงว่า	มาก
ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	3.26 - 4.00	แสดงว่า	มากที่สุด

ส่วนสถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics) ซึ่งคือ วิธีการทางสถิติที่ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อพิสูจน์ หรือทดสอบสมมติฐานเป็นเทคนิคที่มุ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) และเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสมที่สุดกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน จะให้ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐานของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างน้อยที่ระดับ .05 เท่านั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการ สิ่งที่ผู้วิจัยไม่ต้องการคือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐานของตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญต่อตัวแปรตาม (สุชาต ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548ก: 339)

4.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

Briggs (1986 อ้างถึงใน ชาย โพธิสิตา, 2549: 257) รายงานว่าไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ทุกวันนี้ ได้มาจากการสัมภาษณ์ไม่แบบใดก็แบบหนึ่ง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สอดแทรกการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In–Depth Interview) เข้าไปในช่วงการตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ด้วยคำถามเปิดที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในช่วงท้ายภายหลังจากการตอบการสอบถามเชิงปริมาณแล้ว

การตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์สำหรับคำถามที่ต้องการคำตอบเป็นเชิงปริมาณ ผู้สัมภาษณ์ (ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย) จะเน้นความเป็นกลาง (Neutrality) คือ ภาวะที่ปลอดจากอคติทั้งของผู้สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ และกรรมวิธีดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้สามารถเข้าถึง “ความจริงบริสุทธ์” อย่างเป็นวัตถุวิสัยให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ (ชาย โพธิสิตา, 2549: 260) ดังนั้น ในการใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ซึ่งผู้วิจัยกลั่นกรองและเตรียมไว้ล่วงหน้าอย่างมีโครงสร้าง เพื่อป้องกันอคติ และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการจากผู้ตอบให้ได้อย่างดีที่สุด ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจึงสัมภาษณ์อย่างระมัดระวัง เพราะขณะเดียวกันเมื่อจบคำถามแบบปิดแล้ว คำถามแบบเปิดเพื่อสอบถามเหตุผลของคำตอบนั้น ๆ และ คำถามแบบเปิดในช่วงท้ายของแบบสอบถามเพื่อให้แสดงความคิดเห็นแบบอิสระ ซึ่งไม่ใช่มุ่งความเป็นวัตถุวิสัย แต่มุ่งให้ได้ความถูกต้องตรงประเด็นของข้อมูลในโลกและในทัศนะของผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก เป็นกระบวนการสร้างข้อมูลเพื่อนำมาใช้สนับสนุน หรืออธิบายผลของคำตอบเชิงปริมาณให้มีความกระจ่างมากขึ้น เหตุผลของการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์เชิงปริมาณในครั้งนี้ เพราะผู้วิจัยคิดว่าเป็นการเข้าถึงผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยอย่างแท้จริง และเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาเป็นอย่างดี เพราะอยู่ในวงการ จึงมีความรู้และมีประสบการณ์ในเรื่องที่จะให้สัมภาษณ์ โดยเฉพาะผู้วิจัยมีโอกาสเลือกผู้ให้ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ทั้ง 300 ราย เพราะเมื่อถามคำถามเชิงปริมาณเสร็จสิ้น ผู้วิจัยจะสามารถรู้ได้ว่าใครคือผู้ที่เราสามารถสัมภาษณ์เชิงลึกต่อจากนั้นได้อีก โดยผู้ประกอบการเหล่านั้นเป็นผู้ที่ผู้วิจัยสามารถเรียนรู้ได้มากกว่าคนอื่น ๆ จากการสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ พบว่า มีผู้ประกอบการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการทำธุรกิจนี้ และให้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เป็นประโยชน์อย่างมาก รวมทั้งสิ้น 41 ราย ซึ่งผู้วิจัยแสดงผลการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพในบทถัดจากนี้

บทที่ 5

ผลการวิจัย

เนื้อหาในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิจัยตามกรอบแนวคิดในการวิจัย และระเบียบวิธีวิจัยดังกล่าวแล้วในบทที่ 3 และ บทที่ 4 โดยมีรายละเอียดของการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

5.1 พรรณนาลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ และการศึกษา

5.2 พรรณนาลักษณะการดำเนินกิจการของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 ว่าธุรกิจดังกล่าวนี้มีลักษณะการดำเนินธุรกิจอย่างไร

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัยว่า ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานของร้าน ทำเลที่ตั้งของงาน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยกและจัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร และความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 2 และข้อที่ 3

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อค้นพบมาใช้สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ

5.1 ลักษณะพื้นฐานของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในส่วนนี้คือ การเสนอสถิติเบื้องต้นเพื่อการพรรณนาหรือสรุปให้เห็นสภาพของประชากรจากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมา ลักษณะของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างคือผู้ตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของร้านเท่านั้น ซึ่งถือเป็นตัวแทนขององค์การ ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (จำนวน 300 ราย)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	202	67.3
หญิง	98	32.7
ระดับการศึกษา	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ไม่ได้เรียน	7	2.3
ป.4	52	17.3
ป.6	49	16.3
ม.3	48	16.0
ม.6	44	14.7
ปวช.	16	5.3
ปวส.	19	6.3
ปริญญาตรี	51	17.0
ปริญญาโท	13	4.3
ไม่ตอบ	1	0.3
อายุ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 30 ปี	23	7.7
30-39 ปี	99	33.0
40-49 ปี	120	40.0
50-59 ปี	41	13.7
60 ปีขึ้นไป	17	5.7
Mean = 41.72, S.D. = 9.11, Min = 23, Max = 72		

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าส่วนใหญ่จะเป็นชายและมีอายุเฉลี่ย 41.72 ปี โดยมีวุฒิการศึกษาอยู่ระหว่างประถมศึกษาตอนต้นถึงมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นส่วนใหญ่

จากการได้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ผู้ประกอบการ ซึ่งมีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีถึงเหตุผลของการเข้ามาทำธุรกิจนี้พบว่า อาชีพรับซื้อของเก่าเป็นอาชีพอิสระที่ไม่ต้องอาศัยวุฒิทางการศึกษา บางผู้ประกอบการเข้ามาทำอาชีพนี้เพราะไม่มีทางเลือก ต่อมาอาชีพนี้ได้รับการยอมรับมากขึ้นเพราะเป็นอาชีพที่ทำรายได้ดี ถ้าผู้ทำอาชีพนี้มีความขยัน อดทน ไม่รังเกียจงานที่สังคมมองว่าคลุกคลีอยู่กับขยะหรือของที่ผู้อื่นทิ้งแล้ว จึงทำให้มีคนรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อยและอยากมีกิจการเป็น

ของตนเองเริ่มเข้ามาในวงการมากขึ้น สำหรับผู้ประกอบการที่มีวุฒิการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปส่วนใหญ่เป็นทายาทรุ่นที่สองหรือรุ่นที่สามของธุรกิจครอบครัวที่อาจมีรุ่นคุณปู่ รุ่นคุณพ่อเป็นผู้ดำเนินกิจการนี้มาตั้งแต่เริ่มต้น และสืบทอดกลายเป็นธุรกิจครอบครัวต่อมา นอกจากนี้ยังมีคนรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาและเล็งเห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจรีไซเคิลว่าเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ที่ดีธุรกิจหนึ่ง ซึ่งเป็นกระแสที่หลายคนให้ความสนใจ จึงเข้ามาทำอาชีพนี้โดยการนำความรู้ความสามารถทางการบริหารที่ตนได้ศึกษามาใช้ในการดำเนินกิจการมากยิ่งขึ้น

5.2 ลักษณะการดำเนินกิจการของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

การพรรณนาในส่วนนี้ เป็นการอธิบายลักษณะการดำเนินกิจการของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างคือธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งจากผลการวิจัยในส่วนนี้เพื่อนำมาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 ที่ว่าธุรกิจดังกล่าวนี้มีลักษณะการดำเนินธุรกิจอย่างไร (ซึ่งต่อไปจะใช้คำว่า “ร้าน” แทนคำว่า “ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า”)

ตารางที่ 5.2 ระยะเวลา (จำนวนปี) ในการเปิดดำเนินกิจการ (จำนวน 300 ราย)

ระยะเวลาในการเปิดดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
2- 5 ปี	91	30.3
5 - 10 ปี	146	48.7
10 ปีขึ้นไป	63	21.0
Mean=8.38, S.D.=7.04, Min=2, Max=50		

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.2 พบว่าร้านส่วนใหญ่เปิดดำเนินกิจการมาแล้วประมาณ 5–10 ปี และค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการเปิดดำเนินกิจการของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดคือ 8.38 ปี โดยมีผู้ประกอบการที่ดำเนินงานมานานที่สุดคือ 50 ปี

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์พบว่า ผู้ประกอบการที่อยู่ในวงการมานานมากกว่า 10 ปี มีแนวโน้มที่จะดำเนินธุรกิจนี้ต่อไปเพราะมีประสบการณ์ และมองว่าธุรกิจนี้มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี เพียงแต่ต้องพยายามประคับประคองให้ผ่านวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงนี้ไปให้ได้ ผู้ประกอบการที่ดำเนินงานอยู่ในระหว่าง 5–10 ปีขึ้นอยู่กับการปรับตัวตามสถานการณ์จึงมีทั้งผู้ที่ท้อถอย และผู้ที่ยังคงแข็งแกร่ง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่เปิดกิจการอยู่ในช่วง 2–5 ปี จะได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่ผันผวนในช่วงปี พ.ศ. 2550-2552 ค่อนข้างมาก เพราะเป็นช่วงเริ่มต้นของธุรกิจจึงทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายเลิกกิจการหรือปิดกิจการชั่วคราว ซึ่งจากรายชื่อ

ผู้ประกอบการที่ได้รับจากกรมควบคุมมลพิษที่ผู้วิจัยได้โทรไปเพื่อขอสัมภาษณ์จำนวน 31 รายที่แจ้งว่าตนเองได้ปิดกิจการไปแล้ว เพราะไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยให้เหตุผลว่า ราคาสินค้าตกต่ำทำให้ขาดทุนเป็นจำนวนมาก ขาดสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ และมีคู่แข่งรายใหม่ และบางรายมีขนาดใหญ่กว่ามาดำเนินงานใกล้ ๆ กันทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้

ตารางที่ 5.3 ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ (จำนวน 300 ราย)

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เปิดหน้าร้านรับซื้ออย่างเดียว	110	36.7
วิ่งรับซื้อตามที่ต่างๆ อย่างเดียว	23	7.7
ประมูลสินค้าตามโรงงานอุตสาหกรรมอย่างเดียว	44	14.7
เปิดหน้าร้านรับซื้อและวิ่งรับซื้อตามที่ต่างๆ	46	15.3
เปิดหน้าร้านรับซื้อและประมูลสินค้าด้วย	66	22.0
เปิดหน้าร้านรับซื้อ, วิ่งรับซื้อ และประมูลสินค้าด้วย	11	3.7

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.3 สรุปได้ว่าธุรกิจนี้ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการยังดำเนินธุรกิจแบบตั้งรับ คือเปิดหน้าร้านรับซื้อจากแหล่งต่าง ๆ อย่างเดียว โดยมีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจแบบเปิดหน้าร้านรับซื้อและเข้าไปประมูลสินค้าตามโรงงานอุตสาหกรรมด้วยเป็นลำดับรองลงมา

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการให้ความเห็นที่ตรงกันว่าลักษณะของการดำเนินธุรกิจขึ้นอยู่กับศักยภาพของตนเอง บางร้านทำกิจการแค่สามี–ภรรยา และคนงาน 1-2 คน การที่จะทำทั้งแบบเปิดหน้าร้าน และวิ่งรับซื้อจึงมีข้อจำกัดไม่สามารถทำได้ บางร้านอยู่ในทำเลที่ดีสามารถเปิดหน้าร้านรับซื้อเพียงอย่างเดียวก็สามารถได้ปริมาณสินค้ามากเพียงพอกับการดำเนินธุรกิจ จึงไม่คิดที่จะต้องจัดคนไปวิ่งรับซื้อตามชุมชนอีก แต่หันมาบริหารการจัดการภายในร้านให้มีการจัดการคัดแยก จัดเก็บ และส่งขายให้ทันกับสถานการณ์ และสภาพคล่องทางการเงินของร้านในแต่ละวันจะได้ผลประกอบการที่ดีกว่า ในขณะที่บางร้าน การรอให้คนมาขายอย่างเดียวอาจมีสินค้าไม่พอจึงต้องวิ่งรถรับซื้อจากที่ต่าง ๆ จึงจะทำให้ได้ปริมาณสินค้าเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ ส่วนการประมูลสินค้าจากโรงงาน นอกจากจะต้องมีใบอนุญาตประเภทของโรงงานลำดับที่ 105 แล้ว (มีบางรายใช้ใบอนุญาตของผู้ประกอบการรายอื่นซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องนัก) ความน่าเชื่อถือของร้านและการอาศัยการมีคนที่รู้จักอยู่ในโรงงานที่เข้าไปประมูลมีส่วนสำคัญในการทำธุรกิจในลักษณะนี้ ซึ่งผู้ประกอบการที่อยู่ในวงการนี้มานานได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า การจะชนะการประมูลต้องใช้สารพัดวิธีไม่ใช่แค่การแข่งขันด้านราคาประมูลที่เปิดซองแบบธรรมดาเท่านั้น แม้ว่าปัจจุบันบางโรงงานต้องการทำการประมูลอย่างโปร่งใสแต่ก็ยังไม่สามารถแก้ปัญหาการฮั้วประมูลได้

โรงงานที่เป็นการลงทุนจากต่างชาติมีแนวโน้มที่จะทำสัญญากับบริษัท หรือร้านที่มีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานในการดำเนินงานทั้งด้านการบริการ ความปลอดภัยในการจัดการ และการคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการจัดการขยะรีไซเคิลที่รับซื้ออย่างครบวงจร โดยมีการตกลงด้านราคาที่ปรับตามราคาตลาดเพื่อให้ข้อตกลงมีความยุติธรรมด้วยกันทั้งสองฝ่าย

ตารางที่ 5.4 ประเภทของใบอนุญาตที่มี (จำนวน 300 ราย)

ประเภทของใบอนุญาต		จำนวน	ร้อยละ
พ.ร.บ. ขายทอดตลาด		300	100
พ.ร.บ. สาธารณสุข		200	66.7
ประเภทของโรงงานลำดับที่ 105	พ.ร.บ. โรงงาน	61	20.3
ประเภทของโรงงานลำดับที่ 106		9	3.0
ใช้ใบอนุญาตของโรงงานลำดับที่ 105 ของผู้อื่น		10	3.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.4 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่จะประกอบธุรกิจนี้จำเป็นที่จะต้องมีการขออนุญาต พ.ร.บ. ขายทอดตลาด ส่วนจะมีใบขออนุญาตตาม พ.ร.บ. สาธารณสุขด้วยหรือไม่ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของการดำเนินธุรกิจ โดยมีผู้ประกอบการบางส่วน (1 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่าง) ที่มีใบอนุญาตประเภทของโรงงานลำดับที่ 105 ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถเข้าไปประมูลสินค้าตามโรงงานอุตสาหกรรมได้

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ผู้ประกอบการที่ร้านไม่มีใบอนุญาตตาม พ.ร.บ. สาธารณสุข คือ ผู้ประกอบการที่วิ่งรับซื้อตามแหล่งต่าง ๆ และไม่ได้มีหน้าร้านที่อยู่ในเขตของเทศบาล และมีผู้ประกอบการบางส่วนที่เข้าไปประมูลสินค้าตามโรงงานอุตสาหกรรมโดยใช้ใบอนุญาตประเภทของโรงงานลำดับที่ 105 ของผู้ประกอบการรายอื่นด้วย ส่วนใบอนุญาตประเภทของโรงงานลำดับที่ 106 ยังมีผู้ประกอบการรับซื้อขยะรีไซเคิลไม่มากนักที่จะมีใบอนุญาตนี้ เนื่องจากต้องมีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านต่าง ๆ สูง เพราะเป็นขยะอันตรายที่ต้องมีวิธีดำเนินการที่ค่อนข้างซับซ้อนและเฉพาะเจาะจงค่อนข้างมาก ผู้ประกอบการที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการมีใบอนุญาต แม้จะต้องมีค่าใช้จ่ายคือค่าธรรมเนียมรายปี แต่ในความเป็นจริง ผู้ประกอบการอ้างว่ายังคงมีร้านรับซื้อของเก่าหรือรถกระบะเร่รับซื้อของเก่าที่ไม่มีใบอนุญาต และกลุ่มร้านที่ผิดกฎหมายเหล่านี้มักนิยมรับซื้อของที่ขโมยมาที่เรียกว่า “ของโจร” เพราะสามารถกดราคารับซื้อ และนำไปขายได้ราคาดี ทำให้ภาพพจน์ของธุรกิจนี้เสียหาย

ตารางที่ 5.5 การเป็นแฟรนไชส์และเหตุผลที่ไม่เป็นแฟรนไชส์ (จำนวน 300 ราย)

การเป็นแฟรนไชส์	จำนวน	จำนวน (ร้อยละ)
เป็น	7	2.3
ไม่เป็น	293	97.7
เหตุผลที่ไม่เป็นแฟรนไชส์	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เป็นร้านขนาดเล็ก	92	30.7
ต้องการความอิสระ สะดวก และคล่องตัว	99	33.0
มีความรู้และความชำนาญอยู่แล้ว	130	43.3
ไม่ต้องการเสียค่าแฟรนไชส์	43	14.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.5 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เห็นความจำเป็นที่ต้องเป็นแฟรนไชส์ โดยให้เหตุผลว่าตนเองมีความรู้ ความชำนาญอยู่แล้ว ไม่ต้องพึ่งพิงเจ้าของแฟรนไชส์ในด้านความรู้เรื่องขยะรีไซเคิล หรือเรื่องการตลาด และเห็นว่าตนเองประกอบธุรกิจขนาดเล็กน่าจะมีความเป็นอิสระ สะดวก และคล่องตัวกว่า รวมทั้งไม่จำเป็นต้องเสียค่าแฟรนไชส์แต่อย่างใด

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์สำหรับผู้ตอบว่าเป็นแฟรนไชส์ทั้ง 7 ราย คือ แฟรนไชส์ของวงษ์พาณิชย์ เพราะได้เข้าฝึกอบรมเกี่ยวกับธุรกิจนี้กับวงษ์พาณิชย์ และมีความเชื่อมั่นว่าแบรนด์ “วงษ์พาณิชย์” จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ธุรกิจได้ สามารถอาศัยข้อมูลทางการตลาด ได้รับการประกันราคารับซื้อ และให้ความช่วยเหลือในด้านการบริหาร และสำหรับร้านที่เปิดดำเนินงานมาก่อนและมาใช้ชื่อของแฟรนไชส์ วงษ์พาณิชย์ ก็เพื่อที่จะสร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในธุรกิจของตน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้รับทราบจาก ดร. สมไทย วงษ์เจริญ ว่า แฟรนไชส์วงษ์พาณิชย์ไม่เก็บค่าแรกเข้าและค่ารอยัลตี้ (ค่าธรรมเนียมประจำเดือน) และลูกข่ายแฟรนไชส์มีเสรีภาพในการค้าขาย

ตารางที่ 5.6 พื้นที่ (ตารางที่เมตร) ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล (จำนวน 300 ราย)

สภาพการถือครอง	จำนวน	ร้อยละ	พื้นที่ (ตารางเมตร)			
			Mean	S.D.	Min	Max
ที่ดินของตนเอง	131	43.6	8,017.71	18,239.76	50	179,200
ที่ดินเช่า	169	56.4	2,191.48	4,057.56	20	40,000

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.6 สรุปได้ว่า พื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลมีทั้งที่เป็นที่ดินของตนเองและที่ดินเช่าเกือบพอ ๆ กัน คือร้อยละ 43.6 และ 56.4

ตามลำดับ โดยขนาดพื้นที่ที่เช่าจะมีเนื้อที่เฉลี่ยน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีที่ดินในการดำเนินการเป็นของตนเอง ทั้งนี้ ผู้ที่มีพื้นที่ในการดำเนินการจำนวนน้อยที่สุดคือประมาณ 20 ตารางที่เมตร ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่เช่าอาคารพาณิชย์ 1 ห้อง เพื่อใช้เปิดเป็นหน้าร้านรับซื้อ และคัดแยกให้เสร็จภายในวันเดียวและรีบดำเนินการขายไปในทันที เพื่อให้การบริหารพื้นที่สามารถทำได้โดยไม่มีปัญหา ส่วนผู้ประกอบการที่มีที่ดินเป็นของตนเอง และมีจำนวนพื้นที่มากจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจลักษณะเป็นผู้รวบรวมขยะรีไซเคิลจากร้านรับซื้อของเก่ารายย่อย ๆ แล้วมาเก็บรวมรวม คัดแยก และจัดส่งให้กับโรงงานแปรรูป เช่น โรงหลอมเหล็ก, โรงต้มกระดาษ หรือโรงงานทำพลาสติกต่อไป

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการที่มีที่ดินเช่าเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการจะรู้สึกว่าการดำเนินธุรกิจของตนเองมีความไม่มั่นคง ถ้าตราบใดที่ตนเองยังไม่สามารถหาซื้อที่ดินที่ใช้ในการดำเนินการเป็นของตนเองได้ เนื่องจากมีความวิตกกังวลในเรื่องราคาค่าเช่าที่เจ้าของที่ดินอาจขึ้นราคาค่าเช่าเมื่อเห็นว่าธุรกิจรวมรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลดี หรือการที่เจ้าของที่ดินอาจขอยกเลิกการให้เช่าพื้นที่เนื่องจากจะมาดำเนินธุรกิจนี้เอง

ตารางที่ 5.7 ปัญหาพื้นที่ในการคัดแยก และเก็บสต๊อคสินค้า และสาเหตุที่ไม่มีปัญหาในการใช้พื้นที่ที่มีน้อย (จำนวน 300 ราย)

ปัญหาพื้นที่ในการคัดแยกและเก็บสต๊อคสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	207	69.0
มีปัญหาน้อย	66	22.0
มีปัญหามาก	25	8.3
มีปัญหามากที่สุด	2	0.7
สาเหตุที่ไม่มีปัญหาในการใช้พื้นที่ที่มีน้อย	**จำนวน**	**ร้อยละ**
จัดเรียงสินค้าให้เป็นระเบียบเพื่อการจัดเก็บ	24	8.0
ขายสินค้าเร็ว เพื่อให้มีพื้นที่รองรับสินค้าใหม่	130	43.3
มีพื้นที่มากเพียงพอ	99	33.0
รับซื้อสินค้าในปริมาณที่พื้นที่รองรับได้	8	2.7
สินค้ามีไม่มาก	5	1.7
ยังคงมีปัญหาเรื่องพื้นที่	34	11.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.7 สรุปได้ว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการคิดว่าตนเองไม่มีปัญหาเกี่ยวกับขนาดพื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินการ เพราะผู้ประกอบการอย่างน้อยร้อยละ 33 มีพื้นที่มาก

เพียงพอในการดำเนินการ ส่วนผู้ที่มีเนื้อที่ในการดำเนินการไม่มากก็สามารถแก้ไขปัญหากรณีมีพื้นที่ไม่เพียงพอได้ โดยส่วนใหญ่จะรีบดำเนินการขายสินค้าให้รวดเร็วเพื่อให้มีพื้นที่รองรับสินค้าที่จะรับซื้อมาใหม่ รวมทั้งพิจารณาการจัดเรียงสินค้ามาช่วยเพื่อให้ประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บด้วย

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการที่คิดว่ามีปัญหาในการมีพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินการ จะมีวิธีการแก้ไขปัญหานี้อย่างไรนั้น ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า ถ้ารู้ว่าเนื้อที่ไม่เพียงพอก็จะหยุดรับซื้อเพื่อมาจัดการระบายสินค้าที่เป็นสต๊อคให้ได้ก่อน แล้วจึงรับซื้อสินค้าเข้ามาใหม่ ซึ่งหลายคนยอมรับว่าทำให้เสียโอกาสในส่วนนี้เหมือนกัน แต่ยังไม่สามารถหาเงินทุนมาเพื่อซื้อที่ดินมาใช้ในการดำเนินธุรกิจหรือขยายธุรกิจได้ ซึ่งปัญหาเรื่องเงินทุนไม่เพียงพอจะได้อธิบายในหัวข้อต่อไป

ตารางที่ 5.8 ทำเลที่ตั้งของร้าน (จำนวน 300 ราย)

ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับสถานที่ต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ติดถนนสะดวกต่อการรับซื้อ	244	81.3
ชุมชนที่อยู่อาศัย	155	51.7
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	42	14.0
โรงพยาบาล	20	6.7
ห้างสรรพสินค้า	3	1.0
ใกล้แหล่งรับซื้อ	84	28.0
แหล่งท่องเที่ยว	24	8.0
นิคมอุตสาหกรรม	117	39.0
สถานที่อื่นๆ ที่เป็นแหล่งขยะรีไซเคิล	75	25.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.8 สรุปได้ว่า ร้านส่วนใหญ่จะมีทำเลอยู่ติดถนน ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการรับซื้อและขายขยะรีไซเคิลให้กับทั้งผู้ที่จะมาขายและผู้ที่จะมารับซื้อขยะรีไซเคิล ผู้ประกอบการเห็นด้วยว่า ทำเลของร้านสะดวกต่อการให้ผู้ขายจากแหล่งต่าง ๆ สะดวกมาขาย และการที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชนก็เพื่อสะดวกต่อชาวบ้านที่จะนำขยะรีไซเคิลจากแหล่งชุมชนมาขายให้ร้าน ซึ่งจะทำให้ร้านได้ขยะรีไซเคิลในปริมาณที่เพียงพอกับการดำเนินธุรกิจของร้านด้วย ในขณะที่การขนส่งสินค้าต่อไปยังผู้รับซื้อหรือโรงงานก็สะดวกมาก และเนื่องด้วยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกของประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการถึงร้อยละ 39 จะมีทำเลอยู่ใกล้นิคมอุตสาหกรรมเพื่อสะดวกต่อการเข้าไปดำเนินการจัดเก็บขยะที่ได้จากการประมูล

ตารางที่ 5.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทำเลของร้าน (จำนวน 300 ราย)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทำเลของร้านของตนว่ามีความสะดวกต่อผู้ที่จะนำขยะมาขายให้กับร้าน	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	111	37.0
เห็นด้วย	171	57.0
ไม่เห็นด้วย	16	5.3
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	0.7
ความคิดเห็นเกี่ยวกับทำเลของร้านของตนว่ามีความสะดวกเพราะอยู่ใกล้แหล่งที่มีขยะรีไซเคิลหลายแหล่ง	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	72	24.0
เห็นด้วย	177	59.0
ไม่เห็นด้วย	50	16.7
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	0.3
ความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านสามารถส่งขยะรีไซเคิลไปขายให้กับผู้รับซื้อขยะรีไซเคิลได้อย่างไม่มีปัญหาเพราะอยู่ใกล้และสะดวก	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	74	24.7
เห็นด้วย	203	67.7
ไม่เห็นด้วย	21	7.0
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	0.7
ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่มีคู่แข่งจำนวนมากในพื้นที่	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	125	41.7
เห็นด้วย	136	45.3
ไม่เห็นด้วย	30	10.0
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	9	3.0
Mean = 3.23, S.D. = 0.69		

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.8 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยเกี่ยวกับทำเลของร้านของตนว่ามีความสะดวกต่อผู้ที่นำขยะมาขายให้กับร้าน อยู่ใกล้แหล่งที่มีขยะรีไซเคิลหลายแหล่ง และไม่มีปัญหาเรื่องระยะทางในการส่งสินค้าออกไปยังผู้ซื้อ สำหรับสภาพการแข่งขัน

ผู้ประกอบการเกินกว่าร้อยละ 80 เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่ามีร้านเปิดในบริเวณเดียวกันและแข่งขันกันมาก

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สามารถสรุปได้ว่า ร้านส่วนใหญ่อยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดี ผู้ประกอบการหลายรายได้ให้ความคิดเห็นว่า ทำเลอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อผลการดำเนินธุรกิจแต่ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญเพียงปัจจัยเดียว ส่วนใหญ่ผลการดำเนินธุรกิจจะขึ้นอยู่กับราคาและการบริการที่มีผลมากกว่าเพราะลูกค้าที่จะนำขยะมาขายจะพิจารณาเรื่องราคาและการบริการของร้านเป็นหลัก นอกจากนี้เป็นการยากที่จะเลี่ยงการแข่งขันในบริเวณเดียวกัน เพราะเมื่อมีร้านหนึ่งเปิดก็จะมีร้านอื่นเปิดตามมา แต่ข้อดีของการมีคู่แข่งขันคือเป็นตัวช่วยผลักดันให้ร้านต้องพัฒนามากยิ่งขึ้น และทำให้ย่านนั้นมีร้านรับซื้อของเก่าหลายร้าน เป็นการดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้นเช่นกัน

ตารางที่ 5.10 จำนวนประเภทของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ (จำนวน 300 ราย)

จำนวนประเภทของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
รับซื้อประเภทเดียว	30	10.0
รับซื้อ 2 ประเภท	10	3.3
รับซื้อ 3 ประเภท	9	3.0
รับซื้อ 4 ประเภท	20	6.7
รับซื้อ 5 ประเภท	7	2.3
รับซื้อ 6 ประเภท	62	20.6
รับซื้อ 7 ประเภท	149	49.7
รับซื้อ 8 ประเภท	13	4.4

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.10 พบว่า ร้านส่วนใหญ่จะรับซื้อขยะรีไซเคิล 6 ถึง 7 ประเภทมากที่สุด สรุปได้ว่าการประกอบธุรกิจรับซื้อขยะรีไซเคิล ถ้ามองในแง่ของการรับซื้อจะสามารถแยกผู้ประกอบการได้เป็น 2 ประเภท คือ ผู้ประกอบการที่รับซื้อเฉพาะขยะบางอย่างเท่านั้น เช่น พลาสติก หรือเหล็ก คือรับซื้อขยะรีไซเคิลประเภทเดียว หรือ รับซื้อขยะรีไซเคิล 2 ถึง 3 ประเภท และผู้ประกอบการที่รับซื้อขยะที่หลากหลายคือตั้งแต่ 4 ประเภทขึ้นไป โดยผู้ประกอบการในประเภทที่มีการรับซื้อขยะที่หลากหลาย ยังแยกย่อยอีกเป็น ผู้ประกอบการที่รับซื้อขยะที่หลากหลายทุกประเภท และรับซื้อทุกประเภทแต่ยกเว้นขยะบางชนิดที่ไม่รับซื้อ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรับซื้อขยะที่หลากหลาย มีเพียงส่วนน้อยที่จะซื้อเฉพาะขยะบางชนิดเท่านั้น

ตารางที่ 5.11 ประเภทขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อเพียงประเภทเดียว และเหตุผลที่รับซื้อเพียงประเภทเดียว (จำนวน 30 ราย)

ประเภทขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
พลาสติก	11	36.7
เหล็ก	5	16.7
ทองแดง	-	-
อลูมิเนียม	-	-
กระดาษ/กล่อง	-	-
ขวดแก้ว/แก้ว	1	3.3
กล่องนม/น้ำผลไม้ UHT	-	-
ขยะอื่นๆ เช่น ไม้พาเลท เครื่องจักรเก่า	13	43.3
เหตุผลที่ซื้อรับซื้อเพียงขยะประเภทเดียว	**จำนวน**	**ร้อยละ**
มีความรู้และความชำนาญในสินค้าประเภทนี้เป็นอย่างดี	30	100.0
มีตลาดรับซื้อสินค้าที่ได้ราคาดี	15	50.0
สะดวกต่อการดำเนินกิจการ	24	80.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.11 จำนวนผู้ประกอบการที่รับซื้อขยะรีไซเคิลประเภทเดียว (จำนวน 30 รายจากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย) ส่วนใหญ่จะเป็นขยะพวกไม้พาเลท เครื่องจักรเก่า ขยะพลาสติก และ ขยะจำพวกเศษเหล็ก สำหรับเหตุผลที่เลือกรับซื้อขยะรีไซเคิลประเภทเดียว ส่วนใหญ่เป็นเพราะผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญในสินค้าประเภทที่รับซื้อเป็นอย่างดี ต้องการความสะดวกในการดำเนินกิจการ และมีตลาดรับซื้อขยะรีไซเคิลประเภทนั้นในราคาดี

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ พบว่า ขยะประเภทพลาสติก ผู้รับซื้อสามารถนำมาผ่านขบวนการแปรรูปเป็นเม็ดพลาสติกแล้วจึงส่งขาย ซึ่งจะได้ราคาดีกว่า และเนื่องจากจะต้องมีความรู้และความชำนาญเรื่องพลาสติกเป็นอย่างดีเท่านั้นจึงจะทำได้ ทำให้ธุรกิจการรับซื้อขยะเฉพาะขยะพลาสติก จึงมีผู้ประกอบการที่มีความสามารถในขยะพลาสติกเท่านั้นที่จะเข้ามาดำเนินกิจการได้ โดยไม่จำเป็น ต้องรับซื้อขยะที่หลากหลาย ซึ่งจะทำให้ต้องมีการบริหารจัดการหลากหลายตามไปด้วย เช่นเดียวกับผู้ประกอบการที่รับซื้อขยะไม้พาเลท หรือขยะอื่น ๆ ที่มีความเฉพาะเจาะจงเท่านั้น เพราะมีความรู้ความชำนาญในการแปรรูปไม้ และ/หรือมีตลาดเฉพาะเจาะจงจึงสามารถดำเนินการธุรกิจลักษณะนี้ได้ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการได้ให้ความคิดเห็นว่า ร้านที่รับซื้อขยะเพียง

บางประเภทเท่านั้น จะเป็นที่รู้กันในระหว่างผู้ที่จะนำขยะมาขายว่า ร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลร้านนี้รับซื้อแต่เฉพาะพลาสติก หรือรับซื้อแต่เฉพาะเหล็ก หรือแก้ว หรือไม้พาเลท

ตารางที่ 5.12 เหตุผลที่ร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท (จำนวน 270 ราย)

เหตุผลที่ซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกกับลูกค้าที่นำสินค้ามาขาย	212	78.5
มีตลาดขายสินค้าได้ทุกประเภท	202	74.8
กระจายความเสี่ยงของสินค้าในแต่ละประเภท	147	54.4
เพื่อให้ได้ปริมาณสินค้ามากพอ	121	44.8

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.12 พบว่า มีหลายเหตุผลที่ผู้ประกอบการเลือกที่จะรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท โดยเหตุผลที่มีผู้ตอบมากที่สุดคือ สะดวกกับลูกค้าที่นำสินค้ามาขาย รองลงมาคือ ร้านมีตลาดขายสินค้าที่รับซื้อทุกประเภท นอกจากนี้ ยังเป็นเหตุผลของการกระจายความเสี่ยง และ เพื่อให้ได้ปริมาณขยะรีไซเคิลมากพอ

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สรุปยืนยันได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90 ในตารางที่ 5.10) ให้เหตุผลว่า การรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท เพราะต้องการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่จะนำขยะมาขาย เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะมีขยะหลากหลายประเภท ซึ่งถ้าสามารถนำมาขายได้ภายในร้านเดียว ก็ไม่ต้องแยกขยะไปขายหลาย ๆ แห่ง จึงเป็นการสะดวกในการนำมาขายในร้านแห่งเดียวที่รับซื้อทุกอย่าง นอกจากนี้ ยังเป็นการดีสำหรับร้านที่รับซื้อสินค้าหลากหลายประเภทเพราะในการมีสินค้าที่หลากหลายประเภท จะเป็นการการกระจายความเสี่ยงของตลาดสินค้าในแต่ละประเภทด้วย เพราะบางครั้งสินค้าบางประเภทราคาตกต่ำเนื่องจากตลาดมีความต้องการน้อย ร้านยังพอทำกำไรจากสินค้าประเภทอื่นได้ และสินค้าทุกประเภทที่ร้านรับซื้อส่วนใหญ่มีตลาดรองรับสามารถขายได้ตลอด รวมทั้ง การรับซื้อที่หลากหลายประเภท จะทำให้ร้านได้ปริมาณสินค้ามากเพียงพอในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 5.13 ยอดรับซื้อขยะรีไซเคิลต่อวัน (จำนวน 300 ราย)

ยอดรับซื้อขยะต่อวัน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	66	22.0
5,001-10,000 บาท	46	15. 3
10,001-20,000 บาท	39	13.0
20,001-50,000 บาท	74	24. 7
50,001-100,000 บาท	39	13.0
มากกว่า 100,000 บาท	33	11.0
ไม่ตอบ	3	1.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.13 พบว่า ยอดรับซื้อขยะต่อวันของร้านส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 25 มียอดขายอยู่ระหว่าง 20,001-50,000 บาท และมีบางส่วนที่จะมียอดรับซื้อไม่เกินวันละ 5,000 บาท

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สรุปได้ว่า จำนวนเงินที่รับซื้อในแต่ละวันที่แบ่งเป็นช่วง ๆ ของจำนวนเงินต่อวัน มีความสอดคล้องกับขนาดของผู้ประกอบการ กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีขนาดเล็กจะมีการรับซื้ออยู่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อวัน ผู้ประกอบการขนาดกลางจะมีการรับซื้อต่อวันประมาณไม่เกิน 50,000 บาท ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ หรือผู้ที่ดำเนินการแบบรับประมูลสินค้าตามโรงงานจะมียอดรับซื้อตั้งแต่ 50,000 ถึงเกินว่า 1 แสนบาทต่อวัน และบางส่วนไม่สามารถให้ตัวเลขที่แน่นอนได้ เนื่องจากบางวันไม่มีการรับซื้อ ในขณะที่บางวันมีการรับซื้อจำนวนมาก และบางรายมีการตกลงกันเป็นรายเดือน ราย 3 เดือน ถึงรายปี ทำให้ไม่สามารถให้ตัวเลขที่จะคำนวณมาเป็นต่อวันได้อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 5.14 แหล่งและวิธีการที่ร้านจะได้รับขยะรีไซเคิล (จำนวน 300 ราย)

แหล่ง/วิธีการที่จะได้รับขยะรีไซเคิล	จำนวน	ร้อยละ
ซาเล้ง	133	44.3
ชุมชนนำมาขายโดยตรง	201	67.0
เด็กท้ายรถขนขยะของเทศบาล	25	8.3
การเข้าไปมีส่วนสนับสนุนกิจกรรมท้องถิ่น	16	5.3
โรงงานหรือบริษัทเอกชนให้เข้าไปรับซื้อ	128	42.7

ตารางที่ 5.14 (ต่อ)

แหล่ง/วิธีการที่จะได้รับขยะรีไซเคิล	จำนวน	ร้อยละ
โรงเรียน โรงพยาบาล หรือห้างสรรพสินค้า	33	11.0
ร้านรับซื้อของเก่ารายย่อยมาขายต่อให้	111	37.0
วิ่งรับซื้อตามบ้านพักอาศัย	150	50.0
วิ่งรับซื้อจากร้านขายของเก่าที่เล็กกว่า	23	7.7
รถเร่ (กระบะ) นำมาขายให้ที่ร้าน	48	16.0
ซื้อต่อจากผู้ชนะการประมูลสินค้าในโรงงาน	19	6.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.14 สรุปได้ว่าแหล่งหรือวิธีการที่ร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลจะได้รับขยะมาเพื่อดำเนินการนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นขยะจากแหล่งชุมชนมากที่สุด โดยมีทั้งที่คนในชุมชนเอามาขายให้เอง ซาเล้งวิ่งเข้าไปรับซื้อแล้วมาขายต่อให้ร้าน หรือแม้แต่ร้านบางร้านใช้วิธีวิ่งรับซื้อขยะตามบ้านพักอาศัยในแหล่งชุมชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับทำเลของร้าน ส่วนร้านที่มีขนาดใหญ่จะรับซื้อขยะจากร้านรับซื้อขยะรายย่อย หรือเข้าไปรับซื้อ (ประมูล) จากโรงงานอุตสาหกรรม

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ทำให้ทราบเหตุผลที่มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มีการเข้าไปมีส่วนสนับสนุนกิจกรรมท้องถิ่น หรือตามโรงเรียน โรงพยาบาล และห้างสรรพสินค้า เช่น ธนาคารขยะ ผ้าป่าขยะ หรือกิจกรรมรณรงค์ให้คนในชุมชนหันมาร่วมมือในการคัดแยกขยะ เพื่อให้ได้ขยะที่สามารถนำมารีไซเคิลได้มากยิ่งขึ้น ไม่ปนเปื้อนกับขยะเปียก หรือขยะที่ไม่สามารถนำมารีไซเคิลได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า มีการรณรงค์เฉพาะเวลาทางราชการเข้ามาให้การสนับสนุนเท่านั้น ไม่มีการทำต่อเนื่อง ทำให้ขาดแรงกระตุ้นให้ผู้เกี่ยวข้องให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ สาเหตุของความล้มเหลวในการรณรงค์เพราะขาดการวางแผนระยะยาว และขาดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และไม่มีการประเมินผล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเกรงใจ ซึ่งมีผลให้การทำกิจกรรมไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย จึงทำให้การทำกิจกรรมดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จในบางพื้นที่

ตารางที่ 5.15 แหล่งและวิธีการที่ร้านนำขยะรีไซเคิลไปขาย (จำนวน 300 ราย)

วิธีหรือแหล่งที่ร้านนำขยะไปขาย	จำนวน	ร้อยละ
ขายให้กับผู้รับซื้อรายใหญ่ในประเทศ	238	79.3
ขายโดยตรงให้กับโรงงานที่ใช้ขยะรีไซเคิล	148	49.3
ส่งขายต่างประเทศ	22	7.3
อื่น ๆ	49	16.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.15 สรุปได้ว่า ร้านส่วนใหญ่จะนำขยะรีไซเคิลที่ตนเองรวบรวมและรับซื้อไปขายให้กับร้านที่ใหญ่กว่า รองลงมาคือขายตรงให้กับโรงงานที่ใช้ขยะรีไซเคิล

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ พบว่า ร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลรายที่ใหญ่จะเป็นผู้รวบรวมให้ได้ปริมาณขยะรีไซเคิลมากเพียงพอกับความต้องการของโรงงาน แล้วจึงนำไปขายต่อให้กับโรงงานโดยตรง หรือรวบรวมให้ได้มากพอเพื่อการส่งออก ร้านที่สามารถขายโดยตรงให้กับโรงงาน เช่น โรงหลอมเหล็ก โรงต้มเยื่อกระดาษ ได้นั้นจะต้องเป็นร้านที่ตกลงกันแบบมีโควตา เพื่อทำหน้าที่รวบรวมขยะรีไซเคิลให้ได้ปริมาณมากก่อนนำส่งโรงงาน ซึ่งจะเรียกร้านเหล่านี้ว่า ยี่ปั๊ว หรือเอเย่นต์ (วงษ์พาณิชย์เรียกกลุ่มนี้ว่า หัวหน้าพันธมิตร) ผู้เป็นเอเย่นต์จะได้รับราคารับซื้อจากโรงงานสูงกว่าราคารับซื้อทั่วไป ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดส่วนต่างของผลกำไร ทำให้ร้านเอเย่นต์สามารถรับซื้อจากร้านรับซื้อของเก่ารายย่อย และรวบรวมมาส่งให้โรงงานในปริมาณตามโควตาที่ตกลงกันไว้ตามระยะเวลาที่กำหนด สำหรับร้านที่ตอบว่าอื่น ๆ นั้นจะเป็นลักษณะที่ผู้ประกอบการจะนำขยะรีไซเคิลที่รวบรวม และรับซื้อมาทำการปรับเปลี่ยน หรือขายให้กับผู้ใช้งานโดยตรง เช่น ไม้พาเลทจะขายโดยตรงให้กับผู้ที่ซื้อไปใช้งาน และไม้พาเลทที่มีสภาพไม่สมบูรณ์จะนำมาแกะออกเป็นชิ้นไม้ทำเป็นเฟอร์นิเจอร์ขาย และถ้าเป็นจำพวกอะไหล่ชิ้นส่วนรถจะนำมาขายให้ผู้ใช้โดยตรง หรือร้านรับซ่อมรถยนต์ อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าถ้าสามารถซ่อมแซมเป็นของมือสองเพื่อขายได้ หรือ แกะชิ้นส่วนแล้วแยกขาย หรือ มีผู้มารับซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กโทรนิคใช้แล้วเหล่านี้เพื่อนำไปแกะแยกชิ้นส่วนเอง เพราะเป็นโรงงานที่ประกอบกิจการนี้โดยตรง และมีเทคโนโลยีในการแยกชิ้นส่วน เป็นต้น ส่วนตลาดการส่งออกนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้ความคิดเห็นว่า ไม่ค่อยมีความรู้ ความชำนาญในการหาตลาดต่างประเทศ และไม่มีความรู้ด้านการส่งออก ซึ่งต้องมีพิธีการในการส่งออก ทำให้ไม่ค่อยมีการส่งออกเท่าที่ควร

ตารางที่ 5.16 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน แหล่งเงินทุนระยะยาว และแหล่งเงินทุนที่ร้านสามารถหยิบยืมมาใช้ในยามฉุกเฉิน (จำนวน 300 ราย)

แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	283	94.3
ญาติพี่น้อง	40	13.3
ผู้ร่วมลงทุน	10	3.3
กู้ธนาคารในประเทศ	132	44.0
กู้ธนาคารต่างประเทศ	-	-
กู้จากเพื่อนสนิท	4	1.3
กู้นอกระบบ	19	6.3

ตารางที่ 5.16 (ต่อ)

แหล่งเงินทุนระยะยาว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	103	34.3
มี 1 แหล่ง	190	63.3
มี 2 แหล่ง	2	0.7
มี 3 แหล่ง หรือมากกว่า	5	1.7
แหล่งเงินทุนยามฉุกเฉิน	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ไม่มี	47	15.7
มี 1 แหล่ง	230	76.7
มี 2 แหล่ง	22	7.3
มี 3 แหล่ง หรือมากกว่า	1	0.3
แหล่งเงินทุนในยามฉุกเฉินมาจาก	**จำนวน**	**ร้อยละ**
พ่อแม่ หรือญาติพี่น้อง	120	40.0
เถ้าแก่หรือผู้รวบรวมขยะรีไซเคิลรายใหญ่ (เอเย่นต์)	87	29.0
โรงงานที่เข้าไปเก็บสินค้า ให้นำสินค้ามาขายก่อนชำระเงิน	18	6.0
เพื่อนในธุรกิจเดียวกัน	21	7.0
เงินกู้นอกระบบ	19	6.3
เงินสำรองของตนเอง	17	5.7
ธนาคาร	24	8.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.16 สรุปได้ว่า เงินทุนที่ผู้ประกอบการรับซื้อขยะรีไซเคิลนำมาใช้ในการดำเนินการ เกือบทุกรายจะใช้แหล่งเงินลงทุนของตนเองเป็นแหล่งเงินทุนหลักในการดำเนินธุรกิจ และหากมีความจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนในระยะยาวเพื่อมาใช้ในการดำเนินการส่วนใหญ่จะมีแหล่งเงินทุนอื่นบ้าง เช่น บริษัทหรือร้านที่รวบรวมและรับซื้อขยะจากผู้ประกอบการอีกทอดหนึ่ง (เถ้าแก่หรือผู้รวบรวมขยะรีไซเคิลรายใหญ่) แหล่งเงินทุนฉุกเฉินที่ผู้ประกอบการมีความจำเป็นที่ต้องใช้ เพราะเงินสดไม่เพียงพอจะขอยืมจากบุคคลภายในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ บิดา มารดา หรือญาติพี่น้อง รวมทั้ง เถ้าแก่หรือผู้รวบรวมขยะรีไซเคิลรายใหญ่

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ทำให้ได้ทราบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถขอกู้เงินจากธนาคารเพื่อนำมาใช้เป็นแหล่งเงินลงทุน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งเงินทุนระยะสั้น หรือระยะยาวได้ เนื่องจาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน (ที่ดินเป็นที่ดินเช่า) ไม่มีบัญชีเงินฝากที่แสดงให้เห็นถึงการหมุนเวียนเงินเข้า-ออก ทั้ง ๆ ที่ในแต่ละวันจะมีเงินสดหมุนเวียนในร้าน

มากก็ตาม แต่จะไม่ปรากฏในบัญชีเงินฝากในธนาคาร เนื่องจากเมื่อขายสินค้าในร้านได้เงินสดมาก็จะใช้เงินสดนั้นรับซื้อขยะรีไซเคิลจากผู้มาขายในแต่ละวันทันที ทำให้ไม่มีการนำเงินเข้าบัญชีธนาคาร ซึ่งเป็นสาเหตุให้ไม่สามารถขอเงินกู้จากธนาคารได้ และเป็นสาเหตุให้มีบางส่วนจำเป็นต้องไปใช้แหล่งเงินกู้นอกระบบมาใช้ในการดำเนินธุรกิจในช่วงที่ขาดแคลนเงินทุนระยะสั้น

ตารางที่ 5.17 ความเพียงพอของเงินสดหมุนเวียนและวิธีการบริหารให้เพียงพอ

ความเพียงพอของเงินสดหมุนเวียน	จำนวน (300 ราย)	ร้อยละ
เพียงพอตลอด	131	43.7
เพียงพอเป็นส่วนใหญ่	133	44.3
ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่	31	10.3
ไม่เพียงพอ	5	1.7
วิธีการบริหารเงินให้เพียงพอ	**จำนวน (264 ราย)**	**ร้อยละ**
1. ดูจากกำลังเงินของตนเองในการตัดสินใจที่จะซื้อหรือขาย	67	25.4
2. ซื้อมาขายไปให้ได้อย่างรวดเร็ว	180	68.2
3. ใช้วิธีการกินหัวคิว	8	3.0
4. ใช้เครดิต คือการซื้อก่อนแล้วจ่ายทีหลัง	9	3.4

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.17 พบว่า ร้านเกือบร้อยละ 90 ไม่ประสบปัญหาเงินสดหมุนเวียนไม่เพียงพอ ทั้งนี้ เพราะร้านจะใช้วิธีการซื้อมาขายไป เพื่อให้เงินสดหมุนกลับมาทันเพื่อรักษาสภาพคล่อง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณากำลังเงินของตนเองในการตัดสินใจจะซื้อหรือขาย ในบางกรณีผู้ประกอบการพบว่ามีขยะรีไซเคิลที่น่ารับซื้อแต่ไม่มีเงินสดเพียงพอก็จะใช้วิธีการกินหัวคิว คือ แจ้งลูกค้าที่สนใจจะซื้อขยะรีไซเคิล โดยขอให้ลูกค้าจ่ายเงินโดยตรงต่อเจ้าของขยะรีไซเคิล โดยร้านจะได้รับเงินค่านายหน้าเป็นค่าตอบแทนโดยไม่ต้องอาศัยเงินลงทุนของตัวเอง ในบางกรณีถ้ามีความไว้เนื้อเชื่อใจกัน (ร้านมีเครดิตดี) ก็สามารถใช้วิธีนำขยะรีไซเคิลที่จะรับซื้อออกไปขายก่อนแล้วจึงนำเงินมาชำระให้ในภายหลัง

ตารางที่ 5.18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจ (จำนวน 300 ราย)

เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	42	14.0
เห็นด้วย	173	57.7
ไม่เห็นด้วย	78	26.0
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	7	2.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.18 พบว่า เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนที่ร้านมีอยู่ ผู้ประกอบการเกินกว่าร้อยละ 70 มีความเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในคุณค่าของทรัพยากรเงินที่ช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ พบว่า เงินเป็นปัจจัยสำคัญถือเป็นทรัพยากรที่จับต้องได้ที่ช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ การมีเงินจำนวนมากอาจทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเก็บสต๊อคสินค้าไว้นานเพราะไม่ต้องรีบขายสินค้าเพื่อหมุนเงินมาใช้ให้เกิดสภาพคล่อง เมื่อประสบปัญหาขยะรีไซเคิลมีราคาตกต่ำ ร้านที่มีเงินทุนจำนวนมากจึงอาจเสียหายมากกว่าร้านที่มีเงินทุนน้อยกว่าด้วยเหตุดังกล่าวได้ ดังนั้น คุณค่าของเงินจึงไม่ใช่อยู่ที่จำนวน แต่เป็นคุณค่าที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการในยามวิกฤต

ตารางที่ 5.19 วิธีที่ร้านใช้เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด (จำนวน 300 ราย)

วิธีใช้เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
1. ลงทุนในเครื่องมือ/เครื่องจักร	47	15.7
2. ซื้อมา-ขายไปให้รวดเร็ว	292	97.3
3. กว้านซื้อ แล้วเก็บรอเก็งกำไร	41	13.7
4. ตรวจสอบเงินสดหมุนเวียนเพื่อรักษาสภาพคล่อง	204	68. 0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.19 พบว่า ร้านจะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการนำมาซื้อขยะรีไซเคิลและขายออกเพื่อให้ได้จำนวนรอบหลาย ๆ รอบ (ซื้อมา-ขายไปให้รวดเร็ว) ขณะเดียวกันก็จะมีการตรวจสอบเงินสดหมุนเวียนตลอดเวลาเพื่อรักษาสภาพคล่องของร้าน

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการหลายคนให้ความคิดเห็นว่า การบริหารเงินและใช้เงินให้เป็นคือหัวใจสำคัญของการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง การทำกำไรไม่มากในแต่ละครั้ง แต่มีการซื้อเข้าและขายออกอย่างต่อเนื่องหลาย ๆ ครั้ง จะสามารถทำให้ได้ผลกำไรโดยรวมมากกว่าการเก็งกำไรจากราคาซื้อขายในสภาวการณ์ปัจจุบันที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป ผู้ประกอบการบางส่วนให้ความคิดเห็นว่าเงินกำไรที่ได้มาควรลงทุนในด้านเครื่องมือเครื่องจักรด้วยเพื่อช่วยทุ่นแรงงาน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพงาน แต่ขณะนี้ยังต้องรอก่อนไม่กล้าลงทุนเพราะสภาวะเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว

ตารางที่ 5.20 จำนวนคนงานในร้านและจำนวนคนงานที่ลาออก (จำนวน 300 ราย)

จำนวนคนงาน (คน)	จำนวน	ร้อยละ
1-5 คน	159	53.0
6-10 คน	71	23.7
11-20 คน	39	13.0
21-30 คน	8	2.7
31-50 คน	13	4.3
51-100 คน	8	2.7
101-200 คน	-	-
มากกว่า 200 คน ขึ้นไป	2	0.7
Mean = 10.67, S.D. = 20.22		
คนงานที่ลาออก	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ไม่มีการลาออก	242	80.7
ลาออกไม่เกินร้อยละ 25	41	13.7
ลาออกไม่เกินร้อยละ 50	10	3.3
ลาออกมากกว่าร้อยละ 50	7	2.3
Mean = 0.64, S.D. = 2.28		

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.20 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่า จำนวนคนงานในร้านรับซื้อขยะรีไซเคิล 1 ร้านจะมีคนงานอยู่ประมาณ 1-5 คนเป็นส่วนใหญ่ โดยจำนวนคนงานเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์คือ 11 คน จำนวนคนงานที่ลาออกในแต่ละปีไม่ค่อยมีการลาออก ค่าเฉลี่ยจึงอยู่ที่ไม่ถึง 1 คน

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ได้สอบถามถึงสาเหตุที่ไม่ค่อยมีคนงานลาออก เนื่องจากคนงานส่วนใหญ่จะเป็นญาติพี่น้องกันจึงอยู่ช่วยกันทำงานเป็นอย่างดี ลักษณะของการดูแลปกครองคนงานในร้านส่วนใหญ่จะเป็นแบบเป็นกันเอง จึงทำให้คนงานอยู่นานและไม่ค่อยลาออก อีกทั้งลักษณะของงานเป็นงานที่ไม่ต้องการคนงานที่มีการศึกษาระดับสูง ทำให้ผู้ที่มาทำงานแล้วมักจะไม่ไปสมัครทำงานที่อื่น หรือทำงานอย่างอื่น มีบางร้านใช้แรงงานผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้พิการ และบางร้านอาศัยคนในชุมชน เช่น นักเรียน แม่บ้าน คนชรา มาช่วยงานเป็นครั้งคราว เพื่อสร้างรายได้ให้คนในชุมชน ขณะที่ ร้านเองก็ได้ประโยชน์ในเรื่องการจัดสรรกำลังคนและช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่คนในชุมชนอีกด้วย

ตารางที่ 5.21 จำนวนคนงานที่มีความสามารถโดดเด่น ความเพียงพอเรื่องจำนวนคนงานของร้าน และความพึงพอใจในการทำงานของคนงาน (จำนวน 300 ราย)

จำนวนคนงานที่มีความสามารถโดดเด่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	245	81.7
มี 1 คน	36	12.0
มี 2 คน	10	3.3
มี 3 คน หรือมากกว่า	9	3.0
ความเพียงพอเรื่องจำนวนคนงานของร้าน	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เพียงพอตลอด	148	49.3
เพียงพอเป็นส่วนใหญ่	135	45.0
ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่	15	5.0
ไม่เพียงพอ	2	0.6
ความพึงพอใจในการทำงานของคนงาน	**จำนวน**	**ร้อยละ**
พอใจมากที่สุด	54	18.0
พอใจมาก	213	71.0
พอใจน้อย	29	9.7
พอใจน้อยที่สุด	4	1.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.21 พบว่า ร้านส่วนใหญ่ไม่มีคนงานที่มีความสามารถโดดเด่นเป็นพิเศษและไม่มีปัญหาเรื่องความเพียงพอของคนงาน เพราะมีคนงานเพียงพอตลอดหรือเพียงพอเป็นส่วนใหญ่ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการทำงานของคนงานมาก

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ พบว่า คนงานที่มีความสามารถโดดเด่น มักเป็นคนงานระดับหัวหน้างานที่ทำงานอยู่กับร้านมานาน และมีความชำนาญในด้านการดูคุณภาพขยะรีไซเคิลที่ทางร้านรับซื้อ หรือสามารถตีราคาที่แม่นยำเวลาประมูลขยะรีไซเคิลจากโรงงาน มีความสามารถในการแยกแยะชนิดของพลาสติกที่มีความหลากหลายที่ไม่สามารถแยกแยะด้วยตาเปล่าได้ ต้องอาศัยความชำนาญพิเศษเฉพาะตัว เช่น การดมกลิ่น การพิสูจน์ลักษณะเฉพาะ อย่างไรก็ตามความสามารถพิเศษเหล่านี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะสามารถทำเองได้ด้วย ผู้ประกอบการที่ตอบว่ามีความพึงพอใจในการทำงานของคนงาน ให้เหตุผลประกอบว่าเพราะคนงานเหล่านี้มักเป็นผู้ด้อยโอกาส เมื่อมีงานทำ ก็จะไม่เกี่ยงเรื่องงานหนักหรืองานสกปรก ผู้ประกอบการที่ตอบว่าที่มีความพึงพอใจน้อยและน้อยที่สุดในการทำงานของคนงาน ให้เหตุผลว่า เนื่องจากคนงานเหล่านี้จะมีนิสัยดื่มสุราเป็นประจำ ทำงานเท่าที่หาเงินพอเลี้ยงตัวไปวัน ๆ เท่านั้น ขาดความขยัน และมักขาดงานบ่อย ๆ ปัญหาเรื่องความซื่อสัตย์ของคนงาน การลักขโมย หรือการโกงในรูปแบบอื่น ๆ ของคนงาน ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้ามาดูแลกิจการด้วยตนเองอย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการรั่วไหล สำหรับเรื่องความเพียงพอของจำนวนคนงานในร้านผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า แรงงานระดับล่าง สามารถหาง่ายและมีทั้งคนงานประจำของร้านที่มักจะมาทำงานกันทั้งครอบครัว และอยู่ทำงานกับร้านเป็นเวลานานถ้าได้รายได้ดี นอกจากนี้ การจ้างงานชั่วคราวหรือรายวันโดยใช้คนในชุมชนจะช่วยลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานได้

ตารางที่ 5.22 วิธีการจูงใจคนงานให้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ (จำนวน 300 ราย)

วิธีการจูงใจคนงานให้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพิ่มค่าแรงพิเศษ	137	45.7
2. ให้สวัสดิการเพิ่ม	155	51.7
3. ฝึกอบรมคนงานเพื่อให้มีความรู้ความสามารถ	53	19.0
4. มีการลงโทษเมื่อทำงานผิดพลาด	13	4.3
5. ให้ความเป็นกันเอง	212	70.3
6. ดูแลเหมือนญาติพี่น้อง	84	28.0
7. เป็นญาติพี่น้องกัน	73	24.3
8. ช่วยเหลือเมื่อเดือดร้อน	19	6.3
9. ให้อิสระในการทำงาน	12	4.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.22 พบว่า วิธีการจูงใจคนงานให้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้กันคือ การให้ความเป็นกันเองกับคนงาน รองลงมา คือ

การให้สวัสดิการต่าง ๆ เพิ่มจากที่กฎหมายกำหนด รวมไปถึงการเพิ่มเงินพิเศษเพื่อจูงใจให้คนงานทำงานได้อย่างเต็มกำลังความ สามารถ

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สรุปว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า การให้ความเป็นกันเอง ดูแลกันอย่างพี่น้อง ให้ความช่วยเหลือเมื่อคนงานที่มีความเดือดร้อน จะทำให้ได้ใจจากคนงานทำให้ทุกคนพยายามทำงานด้วยความจงรักภักดี ทำงานเต็มที่และไม่ค่อยมีการลาออก รวมทั้ง ส่วนใหญ่จะเป็นเครือญาติกันจึงไม่ค่อยมีปัญหาในการที่จะดูแลเรื่องงานเพราะช่วยเหลือกันเป็นอย่างดี

ตารางที่ 5.23 การใช้งานเครื่องมือ เครื่องจักรและรถประเภทต่าง ๆ (จำนวน 300 ราย)

การใช้งานเครื่องมือ/เครื่องจักร	จำนวน	ร้อยละ
ใช้งานเต็มที่ เกินกว่า 80 %	15	5.0
ใช้งานค่อนข้างเต็มที่ ประมาณ 61-80 %	88	29.3
ใช้งานไม่ค่อยเต็มที่ ประมาณ 40-60 %	104	34.7
ใช้งานไม่เต็มที่ ต่ำกว่า 40 %	93	31.0
การใช้งานรถประเภทต่าง ๆ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ใช้งานเต็มที่ เกินกว่า 80 %	20	6.7
ใช้งานค่อนข้างเต็มที่ ประมาณ 61-80 %	73	24.3
ใช้งานไม่ค่อยเต็มที่ ประมาณ 41-60 %	87	29.0
ใช้งานไม่เต็มที่ ต่ำกว่า 40 %	120	40.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.23 พบว่าร้านมากกว่าร้อยละ 60 ไม่สามารถใช้เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเต็มกำลังความสามารถที่เครื่องมือ/เครื่องจักร หรือรถประเภทต่าง ๆ ที่ตนเองมีอยู่

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า วิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมามีผลอย่างมากต่อปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในสังคม เมื่อผู้บริโภคลดการบริโภค และบางส่วนเลิกรวบรวมขยะรีไซเคิลมาขายให้ร้าน เนื่องจากราคาขายถูกลงอย่างมากจนไม่จูงใจให้เก็บมาขาย โรงงานลดการผลิต ทำให้ขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีปริมาณลดลงกว่าครึ่ง ดังนั้น เมื่อปริมาณขยะรีไซเคิลมีน้อย การใช้งานเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ก็ลดลงไปด้วย

ตารางที่ 5.24 จำนวนเครื่องมือ เครื่องจักร ที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ปัญหาการทำงานและความเพียงพอของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ (จำนวน 300 ราย)

จำนวนเครื่องมือ เครื่องจักร ที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	289	96.3
มี 1 ชนิด	5	1.7
มี 2 ชนิด	3	1.0
มี 3 ชนิด หรือมากกว่า	3	1.0
ปัญหาการทำงานของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
มากที่สุด	31	10.3
มาก	61	20.3
น้อย	153	51.0
น้อยที่สุด	55	18.3
ความเพียงพอของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เพียงพอตลอด	158	52.7
เพียงพอเป็นส่วนใหญ่	124	41.3
ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่	14	4.7
ไม่เพียงพอ	4	1.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.24 พบว่า เกือบทุกร้านไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีระดับสูง เครื่องมือ และเครื่องจักรต่าง ๆ จึงไม่มีความแตกต่างกัน หรือโดดเด่นเป็นพิเศษที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเรื่องการทำงานของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถ และมีความเพียงพอเป็นส่วนใหญ่หรือเพียงพอตลอด

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ เป็นแบบที่ใช้กันทั่ว ๆ ไป จะมีเพียงผู้ประกอบการบางรายเท่านั้นที่มีความรู้ด้านช่างที่มีการดัดแปลงเครื่องมือ เครื่องจักรบางชนิดให้สามารถทำงานได้สะดวกและเหมาะสมกับลักษณะของขยะรีไซเคิลที่ตนเองรับซื้อ ทั้งนี้ เพื่อความรวดเร็วในการทำงานและช่วยประหยัดต้นทุนจึงต้องดูแลไม่ให้มีการเสียระหว่างการทำงาน และ ต้องคอยซ่อมบำรุงให้อยู่ในสภาพดีเสมอ

ตารางที่ 5.25 การช่วยลดต้นทุนการผลิตของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ และวิธีการบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ (จำนวน 300 ราย)

การช่วยลดต้นทุนการผลิตของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	28	9.3
มาก	158	52.7
น้อย	108	36.0
น้อยที่สุด	6	2.0
วิธีการบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่องมือ เครื่องจักร และรถ	**จำนวน**	**ร้อยละ**
บำรุงรักษาทุกครั้ง ก่อน - หลังใช้งาน	61	20.3
ซ่อมทันทีที่เครื่องมือ เครื่องจักร หรือรถเสีย	287	95.7
ใช้ช่างที่ชำนาญงานเป็นผู้ดูแล	22	7.3
ไม่ใช้เครื่องจักรผิดประเภท	32	10.7
มีเครื่องมือ เครื่องจักร และรถสำรอง	10	3.3
อื่น ๆ เช่น เอารถเข้าอู่ประจำ	272	90.7
จำนวนวิธีที่ร้านใช้ในการบำรุงรักษาซ่อมแซม	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ใช้ 1 วิธี	36	12.0
ใช้ 2 วิธี	74	24.7
ใช้ 3 วิธี	120	40.0
ใช้ 4 วิธี หรือมากกว่า	70	23.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.25 พบว่า ร้านส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 มีเครื่องมือเครื่องจักร และรถที่สามารถช่วยลดต้นทุนการผลิต วิธีการบำรุงรักษาซ่อมแซม ส่วนใหญ่ร้านจะซ่อมทันที หรือถ้าเป็นรถก็จะนำเข้าอู่ซ่อม และร้านจะเลือกใช้วิธีบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่องมือเครื่องจักร และรถ 3–4 วิธีขึ้นไป

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพยายามหาเครื่องมือ เครื่องจักรเพื่อช่วยลดจำนวนแรงงาน ลดความยากลำบากของการทำงานให้กับคนงาน และช่วยให้สามารถบรรทุกสินค้าให้ลูกค้าได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เครื่องตัดเหล็ก หรือชุดตัดเหล็ก เพื่อทำให้เศษเหล็กที่มีขนาดใหญ่ตัดให้มีขนาดเล็ก สามารถใส่รถบรรทุกหรือรถกระบะได้จำนวนชิ้นมากกว่าเศษเหล็กเป็นชิ้นใหญ่ ๆ ทั้งยังทำให้คนงานทำงานง่ายขึ้น เครื่องบีบอัดกระดาษ หรือเครื่องบีบอัดกระป๋องอลูมิเนียมให้เป็นก้อน เพื่อทำให้ปริมาตรของกระดาษ หรือ อลูมิเนียมบีบอัดให้เล็กลง ซึ่ง

จะสะดวกในการจัดเรียงขึ้นรถขนส่งและยังสามารถช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งได้มากด้วย รถโฟลคลิฟท์ที่ใช้ช่วยยกของที่มีน้ำหนักมากทำให้ใช้คนงานน้อยลง เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า ร้านส่วนใหญ่จะใช้วิธีบำรุงรักษา ซ่อมแซม เครื่องมือ เครื่องจักร และรถ 3-4 วิธีขึ้นไป โดยการซ่อมแซมทันทีที่มีความเสียหาย รถที่ใช้งานจะมีการนำเข้าอู่เพื่อตรวจสอบสภาพหรือซ่อมบำรุง ผู้ประกอบการจะให้ความใส่ใจกับเครื่องมือ เครื่องจักร และรถ เพราะถือเป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็นต่อการทำงานมาก แต่หากเครื่องมือ เครื่องจักร หรือรถประเภทต่าง ๆ มีมากเกินความจำเป็นของร้านจะทำให้มีต้นทุนแฝงค่อนข้างมากเช่นกัน

ตารางที่ 5.26 การวางแผนการทำงานของร้าน (จำนวน 300 ราย)

วิธีการวางแผนในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	119	39.7
มีการวางแผนแต่ไม่เคยทำเป็นเอกสาร	157	52.3
มีการวางแผนแต่ทำเป็นเอกสารเฉพาะแผนระยะสั้น	14	4.7
มีการวางแผนเป็นเอกสารทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว	10	3.3
วิธีการบริหารร้านเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน	**จำนวน**	**ร้อยละ**
เหมาะสมมากที่สุด	43	14.3
เหมาะสมมาก	212	70.7
เหมาะสมน้อย	42	14.0
เหมาะสมน้อยที่สุด	3	1.0
การบริหารร้านที่ผ่านมาส่งผลดีต่อการดำเนินงาน	**จำนวน**	**ร้อยละ**
มากที่สุด	27	9.0
มาก	226	75.3
น้อย	46	15.3
น้อยที่สุด	1	0.3

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.26 พบว่า ร้อยละ 52.3 ของร้านที่มีการวางแผนแต่ไม่มีการจัดทำเป็นเอกสารผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าวิธีการบริหารงานของตนมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและส่งผลดีต่อการบริหารงานของร้าน

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการเหล่านี้ ให้ความคิดเห็นว่าการวางแผนในธุรกิจนี้เป็นลักษณะวันต่อวัน ต้องตัดสินใจเฉพาะหน้า และไม่มีการบริหารที่เป็นลักษณะแบบองค์การที่มีระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านเล็ก ๆ ที่ผู้ประกอบการมีการศึกษาไม่สูงนัก จะใช้วิธีการ

บริหารตามสถานการณ์เป็นหลัก ส่วนร้านใหญ่ที่มีระบบการบริหารแบบเป็นระบบและมีลายลักษณ์อักษรทั้งแผนระยะสั้น และระยะยาว ร้านลักษณะดังกล่าวมีจำนวนไม่มากจากการสำรวจในครั้งนี้

ตารางที่ 5.27 เทคนิคที่ร้านใช้เพื่อให้สามารถรับซื้อหรือขายขยะได้มากขึ้น (จำนวน 300 ราย)

เทคนิคที่ร้านใช้เพื่อให้สามารถรับซื้อหรือขายขยะได้มากขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
1. สำรวจราคาซื้อ - ขาย ขยะรีไซเคิลทุกวัน	285	95.0
2. ให้ราคาดีเพื่อดึงดูดลูกค้าให้นำขยะมาขาย	121	40.3
3. ประเมินคุณภาพขยะ และกำหนดราคารับซื้ออย่างมีหลักเกณฑ์	206	68.7
4. คิดค้นหาขยะใหม่ ๆ ที่เป็นที่ต้องการของตลาด	22	7.3
5. ถามความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากจัดส่งขยะไปให้ทุกครั้ง	75	25.0
6. พยายามเข้าถึงแหล่งขยะ เพื่อให้ได้ปริมาณที่เพิ่มขึ้น	120	40.0
7. หาแหล่งรับซื้อขยะรีไซเคิลเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ	49	16.3
8. วางแผนโฆษณาเพื่อดึงดูดลูกค้า	12	4.0
9. สร้างแบรนด์ของร้านให้เป็นที่รู้จัก	29	9.7
10. เข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือทางสังคม	46	15.3
11. เพิ่มมูลค่าขยะ โดยการคัดแยกหรือแปรรูปบางส่วนก่อนขาย	255	85.0
12. สอนให้คนงานมีความชำนาญ	138	46.0
13. บริหารการซื้อ-ขาย ให้มีสภาพคล่องทางการเงินเสมอ	237	79.0
14. การบริการที่รวดเร็ว ประทับใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย	157	52.3
15. การซื่อตรง ซื่อสัตย์ ไม่โกงตาชั่ง	54	18.0
16. การพูดจากับผู้ที่มาติดต่อด้วยอัธยาศัยที่ดี เป็นกันเอง	63	21.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.27 สรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีเทคนิคในการที่จะรับซื้อหรือขายขยะให้ได้ปริมาณมากขึ้นและคุณภาพที่ดีขึ้น โดยจะทำการสำรวจราคาซื้อ-ขาย ขยะรีไซเคิลทุกวัน เพื่อให้สามารถกำหนดราคารับซื้อและราคาขายได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ เนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีการซื้อและขายกันเป็นเงินสด ดังนั้น เทคนิคในการบริหารการซื้อ-ขาย ให้มีสภาพคล่องทางการเงินเสมอจะช่วยให้ร้านสามารถสร้างความน่าเชื่อถือกับทั้งผู้ซื้อและผู้ขายได้เป็นอย่างดี ส่วนการเพิ่มมูลค่าขยะโดยการคัดแยกหรือแปรรูปบางส่วนก่อนขายเป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่ผู้ประกอบการรับซื้อขยะรีไซเคิลใช้เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ราคาดีขึ้น อีกทั้ง เทคนิคการประเมินคุณภาพขยะ และกำหนดราคารับซื้ออย่าง

มีหลักเกณฑ์ และการบริการที่รวดเร็ว ประทับใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขายจะช่วยให้ผู้ประกอบการประสบผลดีมากยิ่งขึ้นด้วย

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเห็นตรงกันว่า เทคนิคในการบริหารร้านให้ได้ปริมาณรับซื้อและขายในจำนวนที่ต้องการ ผู้ประกอบการต้องมีความรอบรู้และใช้หลาย ๆ เทคนิคร่วมกัน และต้องทันกับสถานการณ์ในแต่ละวันด้วย เพื่อจะได้ตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมทั้ง การฝึกคนงานให้มีความชำนาญในงานเพื่อช่วยกันคัดแยกขยะก่อนส่งไปขายจะช่วยเพิ่มมูลค่าของขยะรีไซเคิลของร้านได้มากกว่าการไม่มีการคัดแยก แต่สิ่งที่ผู้ประกอบการเกือบทั้งหมดให้ความเห็นตรงกันอย่างมากคือ ร้านต้องสร้างเครดิตของร้านให้ดีเป็นที่น่าเชื่อถือ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและเป็นการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ด้วย

ตารางที่ 5.28 สภาพการแข่งขันที่ร้านประสบอยู่ในปัจจุบัน (จำนวน 300 ราย)

การแข่งขันที่ประสบอยู่ในปัจจุบัน	Mean	S.D.	ความหมาย
1. การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมในบริเวณใกล้เคียงกัน	2.91	0.891	มาก
2. การแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ที่เปิดเพิ่มขึ้น	2.65	0.718	มาก
3. ลูกค้าที่รับซื้อขยะจากร้านเข้าไปรับซื้อจากแหล่งผู้ขายขยะ	2.75	0.843	มาก
4. ลูกค้าที่เคยขายขยะให้ร้าน นำขยะไปขายที่อื่น	2.73	0.824	มาก
5. วัตถุดิบใหม่ที่ใช้มีราคาถูกลงทำให้การใช้ขยะรีไซเคิลลดลง	2.82	0.914	มาก

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.28 สรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่าการแข่งขันในธุรกิจนี้มีค่อนข้างมากพอสมควร โดยมีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เกิดขึ้นอยู่เรื่อย ๆ ส่วนผู้ที่นำขยะมาขายให้ร้านรับซื้อขยะรีไซเคิล และผู้ที่มารับซื้อขยะจากร้านรับซื้อขยะรีไซเคิล จะมีการลองไปขายหรือลองไปซื้อจากร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลร้านอื่น ๆ ด้วย เพื่อดูว่าร้านใดให้ราคาดีกว่าหรือบริการดีกว่า และถ้าเป็นช่วงเวลาที่วัตถุดิบใหม่ที่ใช้ในการผลิตมีราคาถูกลง ผู้ผลิตจะหันไปใช้วัตถุดิบใหม่แทนขยะรีไซเคิล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อราคาขยะรีไซเคิล อันเป็นไปตามกลไกตลาดนั่นเอง

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการกล่าวถึงปัญหาที่ผู้ซื้อและผู้ขายขยะไม่มีความจงรักภักดีที่จะขายแต่เฉพาะร้านรับซื้อขยะร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ เป็นปัญหาที่ทำให้เกิดการแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า ส่วนใหญ่ร้านจะปล่อยตามใจทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ที่จะเปลี่ยนใจไปลองซื้อหรือขายให้ร้านอื่น แต่สุดท้ายแล้ว ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายส่วนใหญ่ก็จะกลับมาขายให้กับร้านเดิมที่อยู่ใกล้ ๆ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง รวมทั้งราคารับซื้อหรือขายขยะรีไซเคิลจะมีราคากลางประกาศในเว็บไซต์ หรือ ทางโรงงานผู้ผลิต เช่น โรงหลอม โรงผลิตพลาสติก จะโทรติดต่อแจ้งราคาให้รับรู้กันอยู่แล้ว ราคาจึงไม่ค่อยแตกต่างกัน ส่วนที่จะมีความ

แตกต่างกันทางด้านจูงใจลูกค้าคือ ความซื่อสัตย์ การบริการที่เป็นกันเอง รวดเร็ว จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและไม่เปลี่ยนใจไปซื้อหรือขายที่อื่น

ตารางที่ 5.29 แนวทางการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้ผลกำไรสูงสุด (จำนวน 300 ราย)

แนวทางการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความกล้าได้กล้าเสีย	9	3.0
2. ต้องระมัดระวังในการซื้อขายอย่างมาก	165	55.0
3. ทั้งสองแนวทาง	123	41.0
4. อื่น ๆ	3	1.0

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.29 สรุปผลได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีความระมัดระวังในการซื้อขายอย่างมาก และมีบางส่วนที่พิจารณาตามสถานการณ์ว่าควรใช้ทั้งความระมัดระวังแต่ก็ต้องกล้าได้กล้าเสียบ้างในบางครั้ง

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทำให้เกือบทุกร้านเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารการซื้อขายไปอย่างมาก คือจากเดิมที่มีการเก็บสินค้าไว้เก็งกำไร เพื่อให้ได้ผลกำไรสูงสุด แต่เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจก็เปลี่ยนการใช้กลยุทธ์เป็นแบบระมัดระวังในการซื้อขายอย่างมาก และมีการบริหารแบบซื้อมาแล้วรีบคัดแยกเพื่อเพิ่มมูลค่า จากนั้นจะรีบส่งขายทันทีเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนเร็วกว่าเดิมมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เสี่ยงต่อการผันผวนของราคาได้ดีกว่า ส่วนร้านที่มีขนาดใหญ่และมีเงินทุนพอสมควรจะใช้วิธีการบริหารแบบทั้งสองทางเป็นส่วนใหญ่ เพราะถ้ามองเห็นลู่ทางในการรวบรวมขยะบางประเภทที่มีแนวโน้มราคาดีก็จะเก็บเก็งกำไร แต่บางประเภทก็จะรีบขายไปเพื่อให้ได้กำไรหมุนเข้ามาเร็ว ๆ เช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นในส่วนตัวว่า การใช้กลยุทธ์ในการบริหารเพื่อให้ได้กำไรมากหรือไม่นั้น ไม่มีสูตรตายตัวแน่นอน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในแต่ละวันซึ่งคาดการได้ค่อนข้างยากเพราะมีปัจจัยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน และเห็นว่าการจะทำธุรกิจนี้ให้ประสบผลสำเร็จตัวผู้ประกอบการต้องมีความรู้ ความชำนาญ และมีเครือข่ายเพื่อรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล รวมทั้งเป็นคนที่มีความสามารถในการกล้าตัดสินใจด้วย ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะสอดคล้องกับข้อมูลในข้อระดับการเข้ามาดูแลกิจการและระดับการตัดสินใจของผู้ประกอบการอย่างเห็นได้ชัด

ตารางที่ 5.30 การเข้ามาดูแลกิจการและความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ (จำนวน 300 ราย)

ระดับการเข้ามาดูแลกิจการในกิจกรรมต่าง ๆ	Mean	S.D.	ความหมาย
1. การจัดหาเงินทุนมาใช้ในการดำเนินงาน	3.75	0.63	มากที่สุด
2. การบริหารเงินสดหมุนเวียนให้เพียงพอ	3.78	0.60	มากที่สุด
3. การรับคนงานเข้าทำงาน	3.70	0.66	มากที่สุด
4. การจัดสรรงานและดูแลคนงานในร้าน	3.71	0.64	มากที่สุด
5. การจัดหาเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถมาใช้ในร้าน	3.66	0.72	มากที่สุด
6. การจัดการเรื่องการใช้งานและการซ่อมบำรุงเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถ	3.64	0.68	มากที่สุด
7. การวางแผนงานของร้านทั้งระยะสั้นและระยะยาว	3.71	0.65	มากที่สุด
8. การบริหารงานซื้อ-ขายในแต่ละวัน	3.74	0.62	มากที่สุด
ระดับความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการต่อกิจกรรมต่าง ๆ	**Mean**	**S.D.**	**ความหมาย**
1. การจัดหาเงินทุนมาใช้ในการดำเนินงาน	3.36	0.73	มากที่สุด
2. การบริหารเงินสดหมุนเวียนให้เพียงพอ	3.45	0.67	มากที่สุด
3. การรับคนงานเข้าทำงาน	3.36	0.71	มากที่สุด
4. การจัดสรรงานและดูแลคนงานในร้าน	3.45	0.58	มากที่สุด
5. การจัดหาเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถมาใช้ในร้าน	3.20	0.84	มาก
6. การจัดการเรื่องการใช้งานและการซ่อมบำรุงเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถ	3.32	0.75	มากที่สุด
7. การวางแผนงานของร้านทั้งระยะสั้นและระยะยาว	3.28	0.71	มากที่สุด
8. การบริหารงานซื้อ-ขายในแต่ละวัน	3.43	0.61	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.30 สรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่าผู้ประกอบการได้เข้ามาดูแลกิจการเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ภายในร้านในระดับมากที่สุดทุกกิจกรรม และมีความสามารถในการตัดสินใจมากที่สุดในกิจกรรมต่าง ๆ ของร้านทุกกิจกรรม ยกเว้นการตัดสินใจเรื่องการจัดหาเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถมาใช้ในร้านที่ส่วนใหญ่จะมีความสามารถในระดับมากเท่านั้น

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าธุรกิจนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เป็นเจ้าของกิจการจะต้องเข้ามาดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เอง เนื่องจากมีโอกาสรั่วไหลได้ง่าย หากให้ผู้อื่นบริหารแทนในกิจกรรมเหล่านี้ อาจก่อให้เกิดความสูญเสียได้ โดยเฉพาะการตัดสินใจว่าจะ

ซื้อหรือจะขายในช่วงเวลาใดมีความสำคัญมาก หากตัดสินใจช้าหรือเร็วเกินไปอาจทำให้ขาดทุนได้ การตัดสินใจของผู้ประกอบการในการระดมทุน บริหารเงิน เป็นทักษะที่สำคัญมากอีกประการหนึ่ง เพราะ ธุรกิจนี้ต้องใช้เงินสดในการรับซื้อ และ ต้องรักษาสภาพคล่องทางการเงินให้ดีอยู่เสมอเพื่อรักษาเครดิตของร้าน นอกจากนี้ การคัดเลือกคนงานเข้าทำงานและการวางแผนกำลังคน การดูแลเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการให้ความใส่ใจเป็นอย่างมาก ทำให้ระดับความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการในทุกกิจกรรมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

ตารางที่ 5.31 การให้ความสำคัญในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ของผู้ประกอบการ (จำนวน 300 ราย)

ระดับการให้ความสำคัญในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ	Mean	S.D.	ความหมาย
1. การหาขยะรีไซเคิลใหม่ ๆ	1.78	0.86	น้อย
2. การหาวิธีการรับซื้อใหม่ ๆ และวิธีการคัดแยกใหม่ ๆ	1.87	0.83	น้อย
3. การหาตลาดรับซื้อใหม่ ๆ	1.95	0.85	น้อย
ระดับความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ	**Mean**	**S.D.**	**ความหมาย**
1. การหาขยะรีไซเคิลใหม่ ๆ	1.79	0.80	น้อย
2. การหาวิธีการรับซื้อใหม่ ๆ และวิธีการคัดแยกใหม่ ๆ	1.87	0.82	น้อย
3. การหาตลาดรับซื้อใหม่ ๆ	1.93	0.82	น้อย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.31 สรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆน้อย และความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ของผู้ประกอบการก็มีน้อยด้วยเช่นกัน

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ผู้ประกอบการให้ความเห็นเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการหาขยะรีไซเคิลที่ยังไม่เคยมี หรือวิธีการรับซื้อขยะรีไซเคิลแบบใหม่ ๆรวมทั้งการหาตลาดรับซื้อใหม่ ๆ เพื่อให้มีการขยายตลาดนั้น เหตุใดจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงไม่ให้ความสำคัญ หรือให้ความสำคัญน้อย ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้เหตุผลว่าขยะรีไซเคิลใหม่ ๆ ถ้ายังไม่มีตลาดรองรับ ร้านก็จะไม่กล้าเสี่ยงที่จะรับซื้อ ต้องรอจนกว่าจะมีตลาดรองรับก่อนจึงจะรวบรวมและรับซื้อมาขาย ส่วนวิธีการรับซื้อใหม่ ๆได้มีการพยามยามทำอยู่โดยการเข้าร่วมกับภาครัฐในการทำธนาคารขยะ หรือหาช่องทางในการรวบรวมขยะแบบใหม่ๆ และปรับปรุงวิธีการในการคัดแยกที่ดีขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์จึงไม่ดีเท่าที่ควร สำหรับการหาตลาดใหม่ ๆ ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจุบันสามารถขายให้กับผู้รับซื้อที่อยู่ใกล้กับร้านจะสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า จึงไม่คิดที่จะดำเนินการในเรื่องเหล่านี้ ซึ่งผู้ประกอบการ

รายเล็กจะไม่ให้ความสำคัญในเรื่องเหล่านี้เลย เพราะไม่มีกำลังคนและไม่มีความสามารถในการดำเนินการโดยเฉพาะการทำตลาดส่งออก อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจในเรื่องการหาขยะใหม่ ๆ และตลาดใหม่ ๆ น้อยด้วยเพราะติดขัดในเรื่องศักยภาพของร้านและขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดที่เกี่ยวข้องขยะรีไซเคิลประเภทใหม่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงพยายามที่จะหาวิธีการในการเข้าถึงแหล่งขยะรีไซเคิลเพื่อรับซื้อให้ได้มากขึ้น ตลอดจนหาหนทางในการพัฒนากระบวนการคัดแยกขยะเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นก่อนส่งออกจำหน่าย

ตารางที่ 5.32 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของร้าน (จำนวน 300 ราย)

ความสำเร็จของร้าน	Mean	S.D.	ความหมาย
1. ด้านคุณภาพของสินค้า	2.48	0.51	ไม่เห็นด้วย
2. ด้านความรวดเร็วในการบริการ	3.44	0.83	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ด้านความยืดหยุ่น และการปรับตัวของร้าน	2.96	0.65	เห็นด้วย
4. ผลิตภาพของร้าน	2.87	0.57	เห็นด้วย

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.32 สรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าร้านประสบความสำเร็จมากที่สุดในด้านการให้ความรวดเร็วในการให้บริการ และเห็นด้วยว่า ร้านประสบความสำเร็จด้านผลิตภาพ และความยืดหยุ่นและการปรับตัวของร้าน จะมีด้านคุณภาพของสินค้าเท่านั้นที่ผู้ประกอบการยังไม่เห็นด้วยว่าร้านประสบความสำเร็จ

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการกล่าวว่า ร้านมุ่งหวังด้านการบริการมากที่สุด เพราะการแข่งขันนอกจากราคาต้องดีแล้ว การบริการเป็นตัวช่วยให้ร้านประสบความสำเร็จ ซึ่งทั้งสองอย่างเกี่ยวโยงกับผลิตภาพในการทำงานของร้าน ส่วนความยืดหยุ่นปรับตัวเป็นสิ่งที่จำเป็นมากในธุรกิจนี้เพราะต้องมีข้อมูลในการตัดสินใจที่รวดเร็ว แม่นยำ ส่วนคุณภาพของสินค้าขึ้นอยู่กับความชำนาญของคนงานในการคัดแยก และความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการว่าต้องการคัดแยกให้สินค้ามีคุณภาพในระดับใดที่จะสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้า เพราะลูกค้าจะเป็นผู้ตัดสินใจจ่ายราคาตามคุณภาพสินค้าที่ได้รับ

ตารางที่ 5.33 ร้อยละของกำไรต่อยอดขายที่ได้จากการดำเนินงานของร้าน (จำนวน 300 ราย)

กำไรที่ได้จากการดำเนินการของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าร้อยละ 5	49	16.3
ร้อยละ 5-10	52	17.3
ร้อยละ 11-20	67	22.3
ร้อยละ 21-30	84	28.0
ร้อยละ 31-40	15	5.0
ร้อยละ 41-50	17	5.7
ร้อยละ 51-60	4	1.3
ร้อยละ 61-70	5	1.7
ร้อยละ 70 ขึ้นไป	6	2.0
ไม่ตอบ	1	0.3
Mean = 23.31, S.D. = 20.35		

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.33 สรุปผลการวิเคราะห์ได้ว่ากำไรที่ได้จากการดำเนินงานของร้านส่วนใหญ่จะได้กำไรประมาณร้อยละ 20-30 โดยมีค่าเฉลี่ยของกำไรที่ 23.31

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการบางรายให้ความเห็นว่า โดยเฉลี่ยของกำไรในการดำเนินงานของร้านลักษณะนี้จะไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 และจะยิ่งได้กำไรมากขึ้นถึงร้อยละ 50 ถึงร้อยละ 100 หรือเกินกว่า 100 ได้ ถ้าเป็นผู้ประกอบการมีการประมูลสินค้าเป็นเครื่องจักรเก่าและนำมาปรับปรุงแก้ไขและขายให้กับผู้ใช้งาน ผู้ประกอบการที่มีสายสัมพันธ์อันดีกับโรงงานหลอมหรือโรงงานแปรรูปต่าง ๆ จะได้ราคารับซื้อที่ดีกว่าผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อสามารถรับซื้อสินค้าในปริมาณมาก แม้ผลกำไรจะน้อยแต่ปริมาณสินค้ามากทำให้มีรายรับเป็นที่มากกว่า เนื่องจากปัญหาด้านเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมาทำให้กำไรที่คิดเป็นร้อยละของยอดขายสูงกว่าปกติเพราะราคาซื้อขายต่ำลงมาก ขณะที่กำไรต่อกิโลกรัมยังคงเท่าเดิม จึงถือเป็นข้อดีในแง่ที่ว่าต้นทุนในการรับซื้อน้อยลงแต่กำไรต่อหน่วยสูงขึ้น แต่ปัญหาคือราคารับซื้อมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องทำให้มีบางช่วงที่รับซื้อมาแล้วขายในราคาที่ต่ำกว่าต้นทุน ทำให้ผลกำไรโดยรวมของธุรกิจนี้ในช่วงที่ผ่านมามีบางร้านที่ประสบกับสภาวะการขาดทุน เนื่องจากส่งจำหน่ายออกล่าช้าไม่ทันราคาที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการหลายรายกล่าวว่า ผลกำไรของธุรกิจในสภาวะเศรษฐกิจที่เฟื่องฟูจะได้มากกว่านี้มาก เพราะปริมาณขยะรีไซเคิลที่เกิดขึ้นจากการบริโภคที่มากขึ้น และราคาขยะรีไซเคิลที่รับซื้อก็จะสูงขึ้นด้วย ซึ่งราคาขยะรีไซเคิลที่สูงยังเป็นแรงจูงใจให้ประชาชนคัดแยกขยะมาขายเพิ่มขึ้นด้วย

ตารางที่ 5.34 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (จำนวน 300 ราย)

สิ่งที่ทำให้ธุรกิจสำเร็จ	จำนวน	ร้อยละ
1. มีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ	192	64.0
2. เจ้าของกิจการต้องมาดำเนินการบริหารงานด้วยตนเอง	149	49.7
3. ต้องมีเครือข่าย และรู้จักคนวงใน	73	24.3
4. เจ้าของกิจการต้องขยัน อดทน และซื่อสัตย์ อัธยาศัยดี	102	34.0
5. เจ้าของกิจการต้องมีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับธุรกิจนี้	80	36.7
6. การบริการลูกค้าที่ดี	83	27.7
7. ทำเลร้านดี	60	20.0
8. เครื่องมือ/เครื่องจักรพร้อม	13	4.3
9. พนักงานตั้งใจทำงานและรับผิดชอบ	15	5.0
10. มีเครดิตที่ดี	17	5.7

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.34 สรุปได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการจะทำธุรกิจนี้ให้ประสบความสำเร็จ สิ่งที่สำคัญ คือเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ และเจ้าของกิจการต้องมาดำเนินการบริหารงานด้วยตนเอง

จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า การจะให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จผู้ประกอบการต้องเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับธุรกิจนี้เป็นอย่างดี มีความขยัน อดทน และซื่อสัตย์ อัธยาศัยดี จึงจะมีผลต่อความสำเร็จของร้านอย่างแท้จริง ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมให้ประสบความสำเร็จได้เพิ่มขึ้นอีกคือ การให้บริการที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเชื่อใจ การมีเครือข่ายที่ดีจะช่วยให้ได้รับข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว และปรับตัวได้ทันกับเหตุการณ์ สามารถรวมตัวกันเพื่อต่อรองกับผู้รับซื้อ การรู้จักคนวงใน เช่น เวลาเข้าไปประมูลขยะรีไซเคิลตามโรงงาน ถ้ารู้จักเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการประมูลเป็นพิเศษก็จะมีโอกาสมากกว่า การมีทำเลร้านที่สะดวกแก่ทั้งผู้ที่จะนำขยะมาขาย จะช่วยให้ร้านรวบรวมและรับซื้อขยะได้ปริมาณมาก และถ้าร้านอยู่ใกล้แหล่งรับซื้อจะช่วยลดต้นทุนในการขนส่งลงได้มาก การมีคนงานที่ตั้งใจทำงานและมีความรับผิดชอบดี ประกอบกับเครื่องทุ่นแรงมีความพร้อมจะทำให้ผลิตภาพงานดีขึ้นในจำนวนผู้ประกอบการทั้ง 300 ราย มี 41 รายที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการซึ่งจะกล่าวในผลการวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

ตารางที่ 5.35 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ (จำนวน 300 ราย)

ความต้องการที่ให้ภาครัฐเข้ามาให้การช่วยเหลือ	จำนวน	ร้อยละ
1. จัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ	117	39.0
2. ช่วยเหลือด้านภาษี	77	25.7
3. จัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในการแยกขยะ	4	1.3
4. อำนวยความสะดวกในการทิ้งขยะแก่ชุมชน	4	1.3
5. กฎหมายรับซื้อของผิดกฎหมาย	76	25.3
6. พัฒนาเศรษฐกิจ	79	26.3
7. ส่งเสริมเชิงนโยบาย	23	7.7
8. ปรับปรุงการบริการของเจ้าหน้าที่รัฐ	16	5.3
9. สอดส่องดูแลร้านที่ทำผิดกฎหมายจริงๆ	12	4.0
10. จัดการกับเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เอาประโยชน์และคอรัปชั่น	35	11.7

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.35 สรุปความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความต้องการให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนช่วยเหลือหรือสนับสนุนกิจการธุรกิจการรับซื้อขยะรีไซเคิล พบว่าส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าต้องการให้ภาครัฐช่วยจัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำโดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน การช่วยเหลือด้านภาษีเพื่อลดค่าใช้จ่าย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการแสดงความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือด้านเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และช่วยเหลือด้านภาษี รวมทั้ง ต้องการให้ภาครัฐช่วยพัฒนาเศรษฐกิจให้ดีเพื่อเพิ่มการบริโภคภาคประชาชนให้มากขึ้น ปริมาณขยะก็จะมีมากขึ้น ทำให้มีการซื้อและขายขยะรีไซเคิลได้มากยิ่งขึ้น สำหรับด้านกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ผู้ประกอบการบางส่วนอยากให้ภาครัฐมีการปรับแก้ไขกฎหมายเรื่องการรับซื้อของผิดกฎหมาย (การรับซื้อของโจร) เพราะทำให้เกิดความลำบากในการดำเนินธุรกิจ คือไม่กล้ารับซื้อ หรือถ้าซื้อมาโดยไม่รู้ว่าเป็นของโจรก็จะทำให้เกิดปัญหาตามมามากมาย ซึ่งการรับซื้อโดยปฏิบัติตามขั้นตอนตามที่กฎหมายกำหนด จะทำให้เกิดความล่าช้าในการรับซื้อและเสียลูกค้าได้ จึงควรมีการปรับแก้ให้เกิดความคล่องตัวในการซื้อขาย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเห็นด้วยว่า ควรมีกฎหมายห้ามรับซื้อของผิดกฎหมาย เพราะมีส่วนช่วยปกป้องร้านจากการทำผิดกฎหมาย เพราะหากทำตามกฎหมาย ผู้นำขยะรีไซเคิลมาขายก็จะเข้าใจและให้ความร่วมมือ มีแต่เพียงมิจฉาชีพที่จะไม่พอใจ และจะมุ่งไปขายให้กับร้านที่มีเจตนาจะทำธุรกิจแบบผิดกฎหมาย นอกจากนี้ ยังมีการร้องเรียนเรื่องการที่เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มาขอรับผลประโยชน์ (ส่วย) ซึ่งเกิดขึ้นเป็นประจำกับธุรกิจนี้ ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเบื่อหน่าย

ต้นทุนของธุรกิจนี้ส่วนหนึ่งจึงมาจากการที่ร้านต้องจ่ายส่วยให้กับเจ้าหน้าที่บางราย เกิดเป็นต้นทุนแฝงของร้านอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก สำหรับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากผู้ประกอบการ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากจะขอกล่าวในรายละเอียดไว้ในส่วนของผลการวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ในส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำสถิติชั้นสูงมาใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพราะหากการวิเคราะห์ข้อมูลยืนยันความถูกต้องของสมมติฐาน ก็เท่ากับเป็นการสนับสนุนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสมมติฐานนั้นตามที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมมาในบทที่ 3 และเป็นการสนับสนุนข้อแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจนี้ ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามหลายตัว ผู้วิจัยเลือกที่จะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว จำแนกตามลักษณะตัวแปรกับตัวแปรตามทีละตัว ความหมายของตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานทั้ง 20 สมมติฐานมีดังนี้

ตัวแปรอิสระ

YEAR	=	ระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจ
SIZE	=	ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล
LOCAT	=	ทำเลที่ตั้ง
VARY	=	ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ
VALUE	=	ความมีคุณค่าของทรัพยากร
DURAB	=	ความคงทนของทรัพยากร
UNCOP	=	ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร
APPRO	=	ความเหมาะสมของทรัพยากร
CAPAB	=	ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ
ARBIT	=	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ
INNOV	=	ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ตัวแปรตาม

PROFI	=	ร้อยละของผลกำไรต่อยอดขาย
PRODU	=	ผลิตภาพ
QUALI	=	คุณภาพของสินค้า
SPEED	=	ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าและการบริการ
FLEXI	=	ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

5.3.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และสถิติพรรณนาของตัวแปร

เนื่องจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อตอบคำถามในการวิจัยในครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบปกติ ถดถอยพหุแบบขั้นตอน และถดถอยแบบง่าย ซึ่งมีความต้องการทางด้านข้อมูลคือ ตัวแปรตามต้องเป็นตัวแปรที่มีการวัดระดับช่วงหรืออัตราส่วน และตัวแปรอิสระต้องเป็นตัวแปรที่มีการวัดระดับช่วงหรืออัตราส่วนหรือเป็นตัวแปรที่มีค่าเป็น 1, 0 (สุชาต ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548ข: 133) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีการเก็บข้อมูลที่มีระดับการวัดเป็นแบบช่วง และแบบอัตราส่วนเท่านั้น เพื่อให้การวิเคราะห์ตรงตามคุณสมบัติสำคัญของเทคนิควิธีนี้คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ ต้องเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linearity) และตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูง (Multicollinearity Problem) โดยดูจากค่าของ R ในเมตริกความสัมพันธ์ไม่ควรเกิน 0.75 (สุชาต ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548ข: 98) จากการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของร้าน ไม่มีค่าของ R ในเมตริกความสัมพันธ์เกิน 0.75 ดังแสดงในตารางที่ 5.36

ตารางที่ 5.36 สถิติพรรณนาและค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของร้าน

	Year	Size	Locate	vary	Value	Durab	Uncopy	Appro	Capab	Arbit	Innov	Quali	Speed	Flexi	Produ	Profit
Size	.061															
Locate	.046	.034														
vary	-.039	.067	-.023													
Value	.071	.214*	.082	-.054												
Durab	.003	.196*	-.028	.112	.130*											
Uncopy	.144*	.162*	.142*	.030	.403**	.327**										
Appro	.0137*	.192*	.041	-.044	.520**	.074	.162**									
Capab	.090	.251*	.162*	.073	.433**	.068	.457**	.327**								
Arbit	.135*	.058	.123*	-.088	.277**	-.217**	.060	.455**	.425**							
Innov	.051	.175*	.014	.164**	.079	.319**	.281**	-.178**	.204**	-.242**						
Quali	.083	.090	.089	-.070	.176**	-.138*	.051	.162**	.073	.405**	-.081					
Speed	-.048	.159*	-.006	.067	.215**	-.068	.170*	.211**	.284**	.355**	-.067	.249**				
Flexi	.030	.069	.088	-.042	.463**	.110	.188**	.326**	.210**	.275**	.078	.239**	.151**			
Produ	.084	.084	.076	.041	.466**	.006	.190**	.404**	.351**	.380**	-.069	.227**	.385**	.446**		
Profit	.055	.066	.102	-.189*	.319**	-.070	.166**	.241**	.161**	.200**	-.055	.210**	.139*	.208**	.288**	
Mean	**8.380**	**4786.733**	**2.847**	**5.743**	**2.867**	**2.464**	**1.364**	**3.284**	**2.688**	**3.357**	**1.865**	**3.482**	**3.442**	**2.958**	**2.867**	**23.311**
S.D.	**7.038**	**13097.389**	**0.736**	**2.147**	**0.375**	**0.361**	**0.298**	**0.404**	**0.630**	**0.538**	**0.742**	**0.507**	**0.827**	**0.646**	**0.568**	**20.347**

หมายเหตุ * หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

** หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.36 พบว่า ระยะเวลาการดำเนินงานของร้านเฉลี่ยอยู่ที่ 8.38 ปี โดยทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยก และจัดเก็บสต๊อคสินค้าของร้านเฉลี่ยอยู่ที่ 4,786.73 ตารางเมตร โดยแต่ละร้านจะมีการรับซื้อขยะเฉลี่ย 5.74 ประเภท ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีทรัพยากรที่มีคุณค่า และมีความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มากและมากที่สุด ขณะที่ทรัพยากรที่มีความคงทนอยู่ในเกณฑ์น้อย และทรัพยากรที่ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายอยู่ในเกณฑ์น้อยมาก สำหรับความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอยู่ในเกณฑ์มาก ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมอยู่ในเกณฑ์น้อย และความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด สำหรับตัวแปรตามที่วัดผลจาก 4 ตัวแปรคือ คุณภาพของสินค้า และความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ พบว่ามีคะแนนอยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ส่วนความยืดหยุ่น ปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และผลิตภาพมีคะแนนอยู่ในเกณฑ์ดีมาก สำหรับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายได้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 23.31

5.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้มีทั้งหมด 20 สมมติฐาน ตามที่กำหนดไว้ในบทที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยจะทำการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยการควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น เพื่อดูว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามแบบใดหรือทิศทางใด (เชิงลบหรือเชิงบวก) และมีอัตราความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากน้อยเพียงใด โดยดูจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงส่วน ซึ่งเป็นตัวเลขโดยไม่คำนึงถึงเครื่องหมาย (สุชาต ประสิทธิรัฐสินธุ์, 2548ข: 96) สถิติสำหรับการวิเคราะห์ที่ใช้คือ สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์สองตัวแปร (Bivariate Statistics) และหลายตัวแปร (Multivariate Statistics) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบปกติ (Ordinary Regression Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) เพื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (Significance) ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ คุณสมบัติของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และการสร้างสรรค์นวัตกรรม กับผลการดำเนินงานขององค์การที่วัดจากร้อยละของผลกำไรต่อยอดขาย ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพของสินค้าขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ โดยกำหนดให้ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ .05 วัตถุประสงค์หลักที่

สำคัญคือ การได้มาซึ่งสมการที่ประกอบด้วยตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น ซึ่งอาจถือได้ว่า เป็นสมการที่ดีที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้จากข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานที่ 1: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$PROFI = b_0 + b_1\ YEAR + b_2\ SIZE + b_3\ LOCAT + b_4\ VARY \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots 1$$

ตารางที่ 5.37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความหลากหลายของขยะรีไซเคิล	.189	3.324	.001
ค่าคงที่		10.105	.000
$R^2 = .036$, F = 11.052, Sig. of F = .001			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.37 พบว่า ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การรับซื้อขยะที่มีหลากหลายประเภทจะทำให้องค์การสามารถสร้างผลกำไรได้มากยิ่งขึ้น โดยความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ สามารถอธิบายการผันแปรของร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายได้ร้อยละ 3.60 สำหรับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล และทำเลที่ตั้งของร้าน มีความสัมพันธ์กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบปกติ โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$PRODU = b_0 + b_1\ YEAR + b_2\ SIZE + b_3\ LOCAT + b_4\ VARY \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots 2$$

ตารางที่ 5.38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้านและความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ กับผลิตภาพขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ระยะเวลา	.078	1.351	N.S
ขนาดของพื้นที่	.074	1.285	N.S
ทำเลที่ตั้ง	.071	1.223	N.S
ความหลากหลาย	.041	.707	N.S
ค่าคงที่		15.860	N.S
R^2 = .020, F = 1.498, Sig. of F = .203			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.38 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีความสัมพันธ์กับผลิตภาพขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบปกติ โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$QUALI = b_0 + b_1\ YEAR + b_2\ SIZE + b_3\ LOCAT + b_4\ VARY \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots 3$$

ตารางที่ 5.39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้านและความหลากหลายของขยะรีไซเคิล ที่รับซื้อ กับคุณภาพของสินค้าขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ระยะเวลา	.071	1.235	N.S
ขนาดของพื้นที่	.088	1.523	N.S
ทำเลที่ตั้ง	.081	1.400	N.S
ความหลากหลาย	-.071	-1.238	N.S
ค่าคงที่		23.103	N.S
R^2 = .026, F = 1.969, Sig. of F = .099			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.39 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของสินค้าขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 4: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$SPEED = b_0 + b_1\ YEAR + b_2\ SIZE + b_3\ LOCAT + b_4 VARY \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots 4$$

ตารางที่ 5.40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้านและความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ กับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ขนาดของพื้นที่	.159	2.783	.006
ค่าคงที่		67.433	.000
$R^2 = .025$, F = 7.743, Sig. of F = .006			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.40 พบว่า ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การมีขนาดพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลมาก จะสามารถทำให้ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การดีขึ้น โดยขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล สามารถอธิบายการผันแปรของความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การได้ร้อยละ 2.50 สำหรับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 5: ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบปกติ โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$FLEXI = b_0 + b_1\ YEAR + b_2\ SIZE + b_3\ LOCAT + b_4 VARY$..... 5

ตารางที่ 5.41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ กับความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ระยะเวลา	.005	.348	N.S
ขนาดของพื้นที่	.000	1.166	N.S
ทำเลที่ตั้ง	.051	1.443	N.S
ความหลากหลาย	.017	-.0759	N.S
ค่าคงที่		15.017	N.S
$R^2 = .014$, F = 1.082, Sig. of F = .366			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.41 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีความสัมพันธ์กับความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 6: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราส่วนของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$PROFI = b_0 + b_1\ VALUE + b_2\ DURAB + b_3\ UNCOP + b_4 APPRO$..... 6

ตารางที่ 5.42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความมีคุณค่าของทรัพยากร	.334	6.054	.000
ความคงทนของทรัพยากร	-.113	-2.043	.042
ค่าคงที่		9.875	.000
R^2 = .114, F = 19.134 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.42 พบว่า ความมีคุณค่าของทรัพยากรในองค์การมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ กล่าวคือ ถ้าองค์การมีคุณค่าของทรัพยากรมากเท่าใด เช่น การมีเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนที่ช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ การมีเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ในการช่วยลดต้นทุนการผลิต การมีบุคลากรที่ทำงานได้อย่างเป็นที่น่าพอใจและมีการบริหารงานที่ดี โอกาสที่องค์การจะมีผลกำไรก็มากขึ้นเท่านั้น โดยคุณสมบัติด้านความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ สามารถอธิบายการผันแปรของร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายได้ ร้อยละ 11.4 สำหรับคุณสมบัติของความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากร พบว่า มีความสัมพันธ์กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และความคงทนของทรัพยากรมีผลในทิศทางลบต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

สมมติฐานที่ 7: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$PRODU = b_0 + b_1\ VALUE + b_2\ DURAB + b_3\ UNCOP + b_4\ APPRO \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ 7$$

ตารางที่ 5.43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับผลิตภาพขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความมีคุณค่าของทรัพยากร	.351	5.978	.000
ความเหมาะสมของทรัพยากร	.222	3.782	.000
ค่าคงที่		1.221	N.S.
R^2 = .253, F = 50.415 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.43 พบว่า ความมีคุณค่าของทรัพยากรและความเหมาะสมของทรัพยากร มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การมีทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีความเหมาะสม เช่น การมีเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนที่เพียงพอและช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ การมีเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ในจำนวนที่เพียงพอและสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ การมีบุคลากรที่ทำงานได้อย่างเป็นที่น่าพอใจและมีจำนวนคนงานที่เพียงพอต่อปริมาณงานที่ทำ ตลอดจนการมีการบริหารที่ดีและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันจะช่วยให้องค์การมีผลิตภาพที่สูงขึ้น ซึ่งคุณสมบัติทั้งสองของทรัพยากรในองค์การที่มีอยู่สามารถอธิบายการผันแปรของผลิตภาพขององค์การได้ร้อยละ 25.3 สำหรับคุณสมบัติของความคงทนของทรัพยากร และความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร พบว่า มีความสัมพันธ์กับผลิตภาพขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 8: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$QUALI = b_0 + b_1\ VALUE + b_2\ DURAB + b_3\ UNCOP + b_4\ APPRO \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ 8$$

ตารางที่ 5.44 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับคุณภาพของสินค้าขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความมีคุณค่าของทรัพยากร	.197	3.466	.001
ความคงทนของทรัพยากร	-.164	-2.881	.004
ค่าคงที่		11.835	.000
R^2 = .057, F = 9.008 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.44 พบว่า ความมีคุณค่าของทรัพยากร มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การมีทรัพยากรที่มีคุณค่า เช่น การมีเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนที่ช่วยให้ร้านผ่านพ้นวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ การมีเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ในการช่วยลดต้นทุนการผลิต การมีบุคลากรที่ทำงานได้อย่างเป็นที่น่าพอใจ และมีการบริหารงานที่ดี จะทำให้องค์การสามารถรักษาระดับคุณภาพของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และลูกค้ามีความพึงพอใจได้ โดยคุณสมบัติด้านความมีคุณค่าของทรัพยากรในองค์การสามารถอธิบายถึงการผันแปรของคุณภาพของสินค้าขององค์การได้ร้อยละ 5.7 สำหรับคุณสมบัติความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากร พบว่ามีความสัมพันธ์กับคุณภาพของสินค้าขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และความคงทนของทรัพยากรมีอิทธพลในทิศทางลบต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

สมมติฐานที่ 9: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$SPEED = b_0 + b_1\ VALUE + b_2\ DURAB + b_3\ UNCOP + b_4\ APPRO \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots 9$$

ตารางที่ 5.45 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความมีคุณค่าของทรัพยากร	.145	2.194	.029
ทรัพยากรมีความเหมาะสม	.136	2.063	.040
ค่าคงที่		3.804	.000
R^2 = .060, F = 9.444 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.45 พบว่า ความมีคุณค่าของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การมีทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีความเหมาะสม เช่น การมีเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนที่เพียงพอ และช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ การมีเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ในจำนวนที่เพียงพอและสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ การมีบุคลากรที่ทำงานได้อย่างเป็นที่น่าพอใจ และมีจำนวนคนงานที่เพียงพอต่อปริมาณงานที่ทำ ตลอดจนการมีการบริหารที่ดี และเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จะช่วยให้องค์การพัฒนาความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าและการบริการขององค์การได้ดียิ่งขึ้น โดยคุณสมบัติทั้งสองของทรัพยากรในองค์การที่มีอยู่ สามารถอธิบายการผันแปรของความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การได้ร้อยละ 6.0 สำหรับคุณสมบัติด้านความคงทนของทรัพยากรและความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร พบว่ามีความสัมพันธ์ต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 10: ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$FLEXI = b_0 + b_1\ VALUE + b_2\ DURAB + b_3\ UNCOP + b_4\ APPRO \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots 10$$

ตารางที่ 5.46 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ กับความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความมีคุณค่าของทรัพยากร	.463	9.019	.000
ค่าคงที่		2.628	.009
R^2 = .214, F = 81.344 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.46 พบว่าความมีคุณค่าของทรัพยากรในองค์การมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การมีทรัพยากรที่มีคุณค่า เช่น การมีเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนที่ช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ การมีเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ในการช่วยลดต้นทุนการผลิต การมีบุคลากรที่ทำงานได้อย่างเป็นที่น่าพอใจ และมีการบริหารงานที่ดีจะทำให้องค์การสามารถมีความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดียิ่งขึ้น โดยคุณสมบัติด้านคุณค่าของทรัพยากรสามารถอธิบายการผันแปรของความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การได้ร้อยละ 21.4 สำหรับคุณสมบัติของความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรขององค์การ พบว่า มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 11: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$PROFI = b_0 + b_1 CAPAB \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots 11$$

ตารางที่ 5.47 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ	.330	6.036	.000
ค่าคงที่		26.055	.000
R^2 = .109, F = 36.433 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.47 พบว่า ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การสามารถใช้ประโยชน์จากเงินทุนและเงินสดหมุนเวียน เครื่องมือ/เครื่องจักรและรถประเภทต่าง ๆ บุคลากร และเทคนิคการบริหารงานขององค์การให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่จะยิ่งส่งผลให้องค์การมีผลกำไรมากยิ่งขึ้น โดยความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การนี้สามารถอธิบายการผันแปรของร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การได้ร้อยละ 10.9

สมมติฐานที่ 12: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$PRODU = b_0 + b_1\ CAPAB$ ……..…… 12

ตารางที่ 5.48 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ กับผลิตภาพขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ	.351	6.473	.000
ค่าคงที่		14.919	.000
R^2 = .123, F = 41.905 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.48 พบว่า ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การ

สามารถใช้ประโยชน์จากเงินทุนและเงินสดหมุนเวียน เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ บุคลากรและเทคนิคการบริหารงานขององค์การให้เกิดประโยชน์สูงสุด จะยิ่งทำให้ผลิตภาพขององค์การสูงมากขึ้นเท่านั้น โดยความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การนี้สามารถอธิบายการผันแปรของผลิตภาพขององค์การได้ร้อยละ 12.3

สมมติฐานที่ 13: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$QUALI = b_0 + b_1\ CAPAB$ 13

ตารางที่ 5.49 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ กับคุณภาพของสินค้าขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ	.073	1.263	N.S.
ค่าคงที่		25.858	.000
$R^2 = .005$, F = 1.595 , Sig. of F = .208			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.49 พบว่า ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 14: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$SPEED = b_0 + b_1\ CAPAB$ 14

ตารางที่ 5.50 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การกับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ	.284	5.116	.000
ค่าคงที่		12.107	.000
R^2 = .081, F = 26.178 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.50 พบว่า ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การสามารถใช้ประโยชน์จากเงินทุนและเงินสดหมุนเวียน เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ บุคลากรและเทคนิคการบริหารงานขององค์การให้เกิดประโยชน์สูงสุด จะยิ่งส่งผลให้ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การเป็นที่ยอมรับของลูกค้ามากขึ้น โดยความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ สามารถอธิบายการผันแปรของความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การได้ร้อยละ 8.1

สมมติฐานที่ 15: ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่าย โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$FLEXI = b_0 + b_1\ CAPAB$ 15

ตารางที่ 5.51 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การกับความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ	.210	3.710	.000
ค่าคงที่		14.852	.000
R^2 = .044, F = 13.762 , Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.51 พบว่า ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ กล่าวคือ การที่องค์การสามารถใช้ประโยชน์จากเงินทุน เงินสดหมุนเวียน เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ บุคลากร และเทคนิคการบริหารงานขององค์การให้เกิดประโยชน์สูงสุด ยิ่งส่งผลให้องค์การมีความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดียิ่งขึ้น โดยความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ สามารถอธิบายการผันแปรของความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การได้ร้อยละ 4.4

สมมติฐานที่ 16: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$PROFI = b_0 + b_1\ ARBIT + b_2\ INNOV \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ 16$$

ตารางที่ 5.52 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ	.200	3.511	.001
ค่าคงที่		-.276	N.S.
$R^2 = .040$, F = 12.327, Sig. of F = .001			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.52 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการตัดสินใจในเรื่องของการบริหารเงินทุน เงินสดหมุนเวียน การจัดหา และดูแลเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ การคัดเลือกรับคนงาน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตลอดจนการตัดสินใจด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ ย่อมจะทำให้ผลการดำเนินงานในด้านผลกำไรดี

ขึ้น โดยความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจสามารถอธิบายการผันแปรของร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายได้ร้อยละ 4.0 สำหรับความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมพบว่า มีความสัมพันธ์กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 17: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$PRODU = b_0 + b_1\ ARBIT + b_2\ INNOV \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ 17$$

ตารางที่ 5.53 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับผลิตภาพขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม	.523	10.597	.000
ค่าคงที่		14.073	.000
$R^2 = .274$, F = 112.301, Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.53 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เช่น การหาขยะรีไซเคิลชนิดใหม่ ๆ การหาวิธีเก็บรวบรวม คัดแยก หรือเข้าไปรับซื้อด้วยวิธีใหม่ ๆ และการหาตลาดรับซื้อใหม่ ๆ จะยิ่งเพิ่มผลิตภาพขององค์การให้สูงขึ้น โดยความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม สามารถอธิบายการผันแปรของผลิตภาพขององค์การได้ร้อยละ 27.4 สำหรับความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจพบว่า มีความสัมพันธ์กับผลิตภาพขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 18: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$QUALI = b_0 + b_1\ ARBIT + b_2\ INNOV$ 18

ตารางที่ 5.54 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับคุณภาพของสินค้าขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ	.405	7.645	.000
ค่าคงที่		12.949	.000
$R^2 = .165$, F = 58.446, Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.54 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการตัดสินใจในเรื่องของการบริหารเงินทุน เงินสดหมุนเวียน การจัดหาและดูแลเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ การคัดเลือกรับคนงาน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตลอดจนการตัดสินใจเรื่องการบริหารเชิงกลยุทธ์ มีส่วนช่วยให้ผลการดำเนินงานขององค์การในด้านคุณภาพของสินค้าดีขึ้น โดยความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจสามารถอธิบายการผันแปรของคุณภาพของสินค้าขององค์การได้ร้อยละ 16.5 สำหรับความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของสินค้าขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 19: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$SPEED = b_0 + b_1\ ARBIT + b_2\ INNOV$ 19

ตารางที่ 5.55 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ	.355	6.545	.000
ค่าคงที่		5.694	.000
R^2 = .126, F = 42.836, Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.55 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการตัดสินใจในเรื่องของการบริหารเงินทุน เงินสดหมุนเวียน การจัดหาและดูแลเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ การคัดเลือกรับคนงาน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการตัดสินใจเรื่องการบริหารเชิงกลยุทธ์ มีผลให้การดำเนินงานขององค์การในด้านความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการดีขึ้น โดยความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ สามารถอธิบายการผันแปรของความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การได้ร้อยละ 12.6 สำหรับความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 20: ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน โดยแบบจำลองการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

$$FLEXI = b_0 + b_1\ ARBIT + b_2\ INNOV \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ 20$$

ตารางที่ 5.56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับความยืดหยุ่น ปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

ตัวแปร	น้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta)	t	Sig.t
ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ	.312	5.496	.000
ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม	.154	2.709	.007
ค่าคงที่		5.496	.000
R^2 = .098, F = 16.113, Sig. of F = .000			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 5.56 พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการตัดสินใจในเรื่องของการบริหารเงินทุน เงินสดหมุนเวียน การจัดหาและดูแลเครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ การคัดเลือกรับคนงาน และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการตัดสินใจด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ และมีความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เช่น การหาขยะรีไซเคิลชนิดใหม่ ๆ การหาวิธีการเก็บรวบรวม คัดแยก หรือเข้าไปรับซื้อด้วยวิธีใหม่ ๆ และการหาตลาดรับซื้อใหม่ ๆ จะทำให้องค์การมีความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งความสามารถของผู้ประกอบการทั้งสองประการนี้ สามารถอธิบายการผันแปรของความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การได้ร้อยละ 9.8

ผลจากการทดสอบสมมติฐานทั้ง 20 สมมติฐานพบว่ามีตัวแปรอิสระบางตัว ผลไม่สอดคล้องตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งเหตุผลของข้อค้นพบที่แตกต่างนี้สามารถอธิบายได้ด้วยผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ และจากแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยจะอธิบายผลในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ และในส่วนของการสรุปและอภิปรายผลต่อไป

จากการทดสอบสมมติฐานทั้ง 20 ข้อ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบง่ายและการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบปกติและแบบขั้นตอน พบว่าสมมติฐานย่อยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังรายละเอียดในตารางที่ 5.57

ตารางที่ 5.57 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

	สมมติฐานการวิจัย	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 1:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	
สมมติฐาน 1a:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 1a
สมมติฐาน 1b:	ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 1b
สมมติฐาน 1c:	ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 1c
สมมติฐาน 1d:	ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 1d
สมมติฐาน 2:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	
สมมติฐาน 2a:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 2a
สมมติฐาน 2b:	ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 2b
สมมติฐาน 2c:	ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อผลิตภาพขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 2c

ตารางที่ 5.57 (ต่อ)

	สมมติฐานการวิจัย	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 2d:	ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 2d
สมมติฐาน 3:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	
สมมติฐาน 3a:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 3a
สมมติฐาน 3b:	ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 3b
สมมติฐาน 3c:	ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของงสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 3c
สมมติฐาน 3d:	ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อต่อคุณภาพสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 3d
สมมติฐาน 4:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	
สมมติฐาน 4a:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 4a
สมมติฐาน 4b:	ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 4b

ตารางที่ 5.57 (ต่อ)

	สมมติฐานการวิจัย	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 4c:	ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 4c
สมมติฐาน 4d:	ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 4d
สมมติฐาน 5:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ทำเลที่ตั้งของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	
สมมติฐาน 5a:	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 5a
สมมติฐาน 5b:	ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 5b
สมมติฐาน 5c:	ทำเลที่ตั้งของร้าน มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 5c
สมมติฐาน 5d:	ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 5d
สมมติฐาน 6:	ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	

ตารางที่ 5.57 (ต่อ)

	สมมติฐานการวิจัย	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 6a:	ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 6a
สมมติฐาน 6b:	ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 6b
สมมติฐาน 6c:	ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 6c
สมมติฐาน 6d:	ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 6d
สมมติฐาน 7:	ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	
สมมติฐาน 7a:	ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 7a
สมมติฐาน 7b:	ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 7b
สมมติฐาน 7c:	ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 7c
สมมติฐาน 7d:	ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 7d
สมมติฐาน 8:	ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	

ตารางที่ 5.57 (ต่อ)

	สมมติฐานการวิจัย	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 8a:	ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 8a
สมมติฐาน 8b:	ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 8b
สมมติฐาน 8c:	ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 8c
สมมติฐาน 8d:	ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 8d
สมมติฐาน 9:	ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	
สมมติฐาน 9a:	ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 9a
สมมติฐาน 9b:	ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 9b
สมมติฐาน 9c:	ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 9c
สมมติฐาน 9d:	ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 9d

ตารางที่ 5.57 (ต่อ)

	สมมติฐานการวิจัย	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 10:	ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความคงทนของทรัพยากร ความไม่สามารถถูกลอกเลียน แบบได้ง่ายของทรัพยากร และความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	
สมมติฐาน 10a:	ความมีคุณค่าของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 10a
สมมติฐาน 10b:	ความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 10b
สมมติฐาน 10c:	ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 10c
สมมติฐาน 10d:	ความเหมาะสมของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีอิทธิพลในทิศทาง บวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 10d
สมมติฐาน 11:	ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 11
สมมติฐาน 12:	ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 12
สมมติฐาน 13:	ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 13

ตารางที่ 5.57 (ต่อ)

	สมมติฐานการวิจัย	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 14:	ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 14
สมมติฐาน 15:	ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 15
สมมติฐาน 16:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	
สมมติฐาน 16a:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 16a
สมมติฐาน 16b:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 16b
สมมติฐาน 17:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	
สมมติฐาน 17a:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 17a
สมมติฐาน 17b:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 17b

ตารางที่ 5.57 (ต่อ)

	สมมติฐานการวิจัย	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐาน 18:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	
สมมติฐาน 18a:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 18a
สมมติฐาน 18b:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อคุณภาพของสินค้าขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 18b
สมมติฐาน 19:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	
สมมติฐาน 19a:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 19a
สมมติฐาน 19b:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ	ปฏิเสธสมมติฐาน 19b
สมมติฐาน 20:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	
สมมติฐาน 20a:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 20a
สมมติฐาน 20b:	ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ	ยอมรับสมมติฐาน 20b

5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับกลุ่มตัวอย่าง คือธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือ ร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย คำตอบจากคำถามเปิดที่ให้ผู้ประกอบการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในมุมมองที่อิสระปราศจากกรอบคำตอบที่ให้ผู้ประกอบการเลือกจากแบบสอบถามเชิงปริมาณ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นที่หลากหลาย ทำให้คำตอบเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จมีหลายประการ เช่น มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ การมีเครือข่าย การมีทำเลร้านที่ดี การมีเครื่องมือและเครื่องจักรพร้อม คนงานมีความตั้งใจในการทำงานและรับผิดชอบงานดี การบริการลูกค้าที่ดี ร้านมีเครดิตดี เจ้าของกิจการต้องมีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับธุรกิจนี้ มีความขยัน อดทน ซื่อสัตย์อัธยาศัยดี และต้องเข้าดำเนินการบริหารด้วยตนเอง

ในบรรดาผู้ประกอบการทั้ง 300 รายที่ตอบแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ตอบที่มีความชัดเจนในการตอบประเด็นเกี่ยวกับการประสบความสำเร็จ สามารถอธิบายถึงเหตุปัจจัยต่าง ๆ ได้อย่างมีเหตุมีผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการทุกท่านมีความยินดี และเต็มใจในการให้ข้อมูลเชิงลึก ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีทั้งสิ้น 41 ราย และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาเชื่อมโยงกับตัวแปรอิสระและตัวแปรตามตามกรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาอธิบายข้อค้นพบที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย และไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยในบางตัวแปรดังนี้

5.4.1 ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่อระดับผลการดำเนินงานขององค์การ

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล มีอิทธิพลต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ ขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และทำเลที่ตั้งของร้าน มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพของสินค้าขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ ดังนี้

5.4.1.1 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้วิจัยจะได้ข้อมูลของระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเป็นจำนวนปี ซึ่งเป็นข้อมูลอัตราส่วน โดยเงื่อนไขของการวิจัยครั้งนี้จะสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่สองปีขึ้นไป จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ให้สัมภาษณ์ พบว่าโดยเฉลี่ยร้านเปิดกิจการมากว่า 8 ปี โดยร้านที่เปิดกิจการมานานที่สุดคือ 50 ปี (ตารางที่ 5.2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยนำเสนอเป็นข้อมูลอันดับเพื่อสะดวกแก่การพรรณนาผลวิจัย) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้ประกอบการที่เปิดกิจการมานานและยังมีผลการดำเนินงานดีอยู่คิดว่า การที่ร้านเปิดกิจการมานานอาจทำให้มีข้อได้เปรียบในเรื่องของความเป็นที่รู้จักของลูกค้า คือผู้ที่นำขยะรีไซเคิลมาขายให้แก่ร้าน เช่น ชุมชน ซาเล้ง โรงงานที่ร้านเข้าไปประมูลรับซื้อ และลูกค้าผู้รับซื้อขยะรีไซเคิล เช่น โรงงานแปรรูป เหล็ก พลาสติก กระดาษ และขวดแก้ว เป็นต้น ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการรายที่ 1 ซึ่งเป็นร้านที่เปิดกิจการมานานเกินกว่า 10 ปีแล้ว กล่าวว่า

> . . . ร้านเราเปิดมานาน คนแถวนี้รู้จักดีไม่ต้องโฆษณา เค้าก็บอกต่อ ๆ กันว่าร้านนี้รับซื้อให้ราคาดี ตาชั่งตรง ไม่โกงกิโล พวกซาเล้งก็จะมาขายร้านเราอยู่เป็นประจำจนคุ้นเคยกัน สนิทสนมกัน บางครั้งก็ให้เงินไปลงทุนแล้วเอาขยะมาขายให้ร้าน ส่วนโรงงานที่ร้านเราเข้าไปรับประมูลสินค้า เขาก็เชื่อถือไว้วางใจเรา เพราะทำกันมานานไม่เคยมีปัญหา ทำงานเก็บกวาดให้เขาจนสะอาด และ ลูกน้องก็ไว้ใจได้ ไม่ไปขโมยหรือทำข้าวของเขาเสียหาย ร้านเราเลยได้งานประมูลมาตลอด งานประมูลจริง ๆ ต้องรู้จักคนวงในด้วย ไม่อย่างนั้นก็อยากที่จะได้ชนะการประมูล พวกที่เพิ่งเปิดร้านใหม่มาทำงานประมูลไม่ง่ายนักหรอก . . .

อย่างไรก็ตามมีผู้ประกอบการอีกหลายรายที่คิดว่าการบริการที่ดี และการให้ราคาที่สูงกว่าร้านในย่านเดียวกันน่าจะสร้างแรงจูงใจต่อลูกค้าได้มากกว่า เช่น ความคิดเห็นของผู้ประกอบการอีกราย ซึ่งเดิมเคยเป็นเกษตรกรแต่หันมาทำอาชีพรับซื้อของเก่าได้หลายปีแล้วกล่าวว่า

> . . . ทำร้านค้าของเก่ามาจะสิบปีแล้ว เดิมทำสวนทำไร่แต่ไม่ค่อยดี เลยลองมาทำอาชีพนี้ดู เมื่อก่อนก็มีคนเอาขยะมาขายให้เยอะ โรงงานก็มาตามไปช่วยขนขยะทิ้ง บางทีให้เปล่า ๆ เดี๋ยวนี้ไม่ได้แล้วต้องซื้อต้องประมูล ก็เลยไม่เอาไม่อยากไปแข่งกับคนอื่น ลูกค้าที่เอาของมาขายเดี๋ยวนี้ฉลาด จะดูราคาว่าร้านไหนจ่ายดีก็จะขายให้ร้านนั้น ร้านเปิดใหม่จะให้ราคาดีเพื่อดึงลูกค้า คิดว่าเปิดมานานหรือไม่นาน ไม่

น่าจะมีผลนะ ตอนนี้คืออยู่ที่ราคา และ ว่าเราจะบริหารร้านให้แข่งกับคนอื่นได้ไหมมากกว่า . . .

นอกจากการบริการที่ดีและราคาที่น่าสนใจแล้ว การบริหารร้านให้สามารถแข่งขันได้จึงขึ้นอยู่กับความสามารถและวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการแต่ละร้านด้วย ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่เปิดร้านไม่นานนักประมาณ 7 ปีกว่ากล่าวว่า

> . . . ร้านเปิดมาประมาณ 7 ปีกว่า ๆ อาศัยว่าผมพยามยามวิ่งเข้าหาแหล่งขยะ ไปติดต่อหน่วยงานราชการบ้าง ชุมชน ออฟฟิต หรือร้านค้าบ้าง เพื่อผูกเป็นลูกค้าประจำกัน ตอนแรก ๆ จะยากหน่อยเพราะเค้าไม่รู้จักเรา แต่ถ้าบริการดี ให้ความสะดวกลูกค้า ค้าขายซื่อตรง ที่สำคัญต้องรู้จักพูดคุยอัธยาศัยดี ก็จะไปรอด ตอนนี้ร้านหัวมุมถนน ที่เปิดมาก่อนหลายสิบปี ยังได้ขยะน้อยกว่าที่ร้านอีก คือจะทำธุรกิจนี้ต้องขยัน อดทน ไม่งอมืองอเท้า เราต้องเข้าไปง้อเค้า ขอขยะจากเค้า ร้านส่วนใหญ่ถ้าเปิดเลย 3 ปีได้ก็น่าจะโอเค ช่วงแรก ๆ จะยากหน่อย . . .

ซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวข้างต้น มีผู้ประกอบการอีกหลายรายที่ให้ความคิดเห็นในลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ มองว่าการบริการและราคาที่จูงใจมีผลต่อความสำเร็จของร้านมากกว่าระยะเวลาในการดำเนินงานของร้าน โดยเฉพาะร้านที่ไม่มีการปรับปรุงการบริหาร ไม่พัฒนาและยังคงใช้แนวคิดการค้าขายแบบเดิม ๆ ซึ่งร้านเหล่านี้ในระยะยาวอาจไม่สามารถแข่งขันได้ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า มีผู้ประกอบการที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้สูง และร้านเพิ่มเปิดใหม่หลายรายเช่นกันที่นำระบบการบริหารที่มีมาตรฐาน เช่น การลดต้นทุนในการขนส่ง การคัดแยกที่มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดราคาชัดเจน และให้ราคาสูงกว่าเพราะมีการทำกลยุทธ์ทางการตลาดมาเป็นอย่างดีจะสามารถดึงดูดลูกค้า (ผู้ขายขยะรีไซเคิลให้ร้านและผู้รับซื้อขยะรีไซเคิลจากร้าน) ได้ดีกว่าร้านเก่าที่ไม่มีการพัฒนา ดังคำกล่าวของผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเปิดกิจการมาได้ไม่นาน กล่าวว่า “. . . เราเป็นคนรุ่นใหม่ อยากทำธุรกิจอะไรที่เราสามารถเป็นเจ้าของกิจการได้ด้วยเงินลงทุนที่เรามี จึงเห็นว่าธุรกิจนี้น่าสนใจ เลยเข้าไปอบรมเพิ่มเติม แล้วเอามารวมกับความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เราเรียนมาก็น่าจะทำให้กิจการไปรอดได้ . . .”

ในการศึกษาปัจจัยเรื่องระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยยังค้นพบว่ามีปัจจัยที่สำคัญอื่นอีกที่มีผลต่อความอยู่รอดของร้านในระยะยาว คือการมีเครือข่าย ญาติพี่น้อง ที่ช่วยเหลือกันในวงการธุรกิจนี้ และมีทายาทที่เข้ามาสืบทอดธุรกิจอย่างจริงจัง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ร้านที่เป็นรุ่นบุกเบิกเพราะเปิดร้านมานานกว่า 30 ปี และผู้ประกอบการผู้ตอบสัมภาษณ์เป็นรุ่นที่สอง (รุ่นลูก) กล่าวว่า

> . . . เปิดร้านมานานแล้วเป็นธุรกิจแบบครอบครัวตั้งแต่รุ่นเตี่ย (คุณพ่อ) ตอนนี้พี่น้องแยกย้ายไปเปิดร้านไม่ไกลกัน จะช่วยเหลือกันเหมือนเรามีเครือข่ายที่คอยช่วยกันทำให้เราได้เปรียบเพราะในแถบนี้ก็เป็นของตระกูลเราทั้งนั้น เวลาส่งโรงงานก็รวมกันส่งเลยได้ราคาดีเพราะมีปริมาณ ต้นทุนขนส่งก็จะประหยัดกว่า หลายร้านที่เปิดมานานถ้ามีญาติพี่น้องที่แยกกันไปเปิดร้านในทำเลอื่น ๆ แล้วร่วมมือกันจะได้ประโยชน์ ธุรกิจนี้จะให้ดีต้องมีเครือข่าย ยิ่งเป็นญาติพี่น้องจะยิ่งดี . . .

จากความคิดเห็นข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า การมีเครือข่ายที่อาจเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์ธุรกิจกันมานาน หรือเป็นญาติพี่น้องที่แยกออกไปเปิดร้านของตนเอง ย่อมได้เปรียบกว่าร้านที่เปิดกิจการมานานแต่ไม่สามารถสร้างเครือข่ายดังกล่าวได้ โอกาสจะประสบผลสำเร็จโดยวัดจากผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นจึงอาจเป็นไปได้ยาก นอกจากนี้ร้านที่เปิดมานานแต่ไม่มีลูกหลานรับช่วงต่อและผู้ประกอบการรุ่นเก่ามิได้ปรับกลยุทธ์ให้ทันต่อสภาพสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปก็จะไม่สามารถนำพาองค์การไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นได้

คนรุ่นที่สองเหล่านี้ ถ้าสามารถเข้ามาช่วยรับช่วงกิจการอย่างจริงจังก็จะสามารถพัฒนาร้านให้ก้าวหน้าต่อไปได้ โดยคนรุ่นที่สองเหล่านี้จะมีข้อได้เปรียบตรงที่คนรุ่นก่อน (รุ่นปู่ หรือรุ่นพ่อ) ได้วางรากฐานที่มั่นคงไว้บ้างแล้ว ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการรุ่นที่สองอีกรายหนึ่งที่รับสืบทอดกิจการมาจากคุณพ่อกล่าวว่า

> . . . ผมมารับช่วงกิจการของคุณพ่อ ทำให้ผมไม่ต้องเหนื่อยในการสร้างตลาดรับซื้อและลูกค้าที่จะเอาของมาขายเรา เพราะทุกคนก็รู้จักร้านเราเป็นอย่างดีแล้ว แต่ก็ยอมรับว่าเป็นงานที่ต้องทุ่มเทเวลาให้กับร้านค่อนข้างมากเหมือนกัน เพราะตลาดเปลี่ยนแปลงเร็วมาก ถ้าเราไม่อยู่ตัดสินใจอาจทำให้เกิดความเสียหายได้ ผมมาเสริมด้านการนำเอาเครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ ที่จะช่วยปรับปรุงการทำงานของร้านให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพขึ้นด้วยเช่นกัน เพราะไปดูงานจากร้านใหญ่ ๆ เห็นเขาทำได้ดี ก็เอามาพัฒนาของเราบ้าง . . .

ขณะที่ถ้าร้านใดเปิดกิจการมานานแต่ไร้ผู้สืบทอดทางธุรกิจก็อาจประสบปัญหาในด้านการพัฒนาธุรกิจดังผู้ประกอบการอีกรายหนึ่ง ซึ่งเปิดกิจการมานานกว่า 10 ปี แต่ลูกหลานไม่มีใครมารับช่วงกิจการต่อแสดงความคิดเห็นว่า

> . . . ร้านของลุงจะเปิดกิจการมานาน แต่ระยะหลัง ๆ มานี่ลุงแก่ตัวลงมาก วิ่งรับซื้อไม่ไหว ต้องค่อย ๆ รับซื้อจากหน้าร้านมากกว่า ลูกหลานก็ไม่ยอมมารับทำกิจการ

> ต่อเพราะเห็นว่าเป็นงานที่ไม่น่าทำ ลำบาก งานสกปรกต้องอยู่กับขยะ ทำให้ร้านไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงเครื่องมือหรือเครื่องจักรอะไรเพิ่มเติม คนงานก็น้อยลง บางคนก็ออกไปทำเองบ้าง ไปทำกับร้านอื่นบ้าง ปริมาณรับซื้อก็น้อยลงตามแรงที่เราพอทำไหวเท่านั้น . . .

สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของร้านก็ต่อเมื่อ ร้านสามารถจูงใจลูกค้าด้วยราคาและการบริการที่ดีกว่า การสร้างเครือข่ายที่แน่นแฟ้นไว้ก่อนคู่แข่งที่เปิดใหม่ และร้านมีการพัฒนาการบริหารอย่างต่อเนื่องและสามารถปรับตัวต่อสภาพสิ่งแวดล้อมที่เป็นพลวัตร นอกจากนี้ การมีลูกหลานสืบทอดกิจการก็มีส่วนช่วยให้กิจการดำเนินต่อได้นานขึ้นและก้าวหน้าขึ้น หากผู้สืบทอดมีความเข้าใจและมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจอย่างจริงจัง

ดังนั้น เหตุผลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการจึงสามารถนำไปอธิบายผลการวิเคราะห์ทางสถิติ (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1a, 2a, 3a, 4a และ 5a) ที่พบว่าระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพสินค้าขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4.1.2 ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล

จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้วิจัยได้ข้อมูลของขนาดของพื้นที่ของร้านเป็นตัวเลข เช่น ไร่ ตารางวา แล้วนำมาแปลงให้เป็นตัวเลขตารางเมตร ซึ่งเป็นข้อมูลอัตราส่วนดังแสดงในตารางที่ 5.6 พื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาขนาดของพื้นที่ที่ผู้ประกอบการประสบดังแสดงในตารางที่ 5.7 พบว่าส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 70 ตอบว่าไม่มีปัญหาและร้อยละ 22 ตอบว่ามีปัญหาน้อย พร้อมให้เหตุผลประกอบของสาเหตุที่ร้านไม่มีปัญหาในเรื่องพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ความคิดเห็นว่า ร้านสามารถบริหารจัดการให้พื้นที่ให้เพียงพอได้ ดังนั้น ผลิตภาพของงานในร้านจึงอยู่ที่การจัดการมากกว่าการมีพื้นที่มากหรือน้อย เช่น ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการบริหารจัดการสต๊อค กล่าวว่า

> . . . การจะมองว่าพื้นที่ของร้านเพียงพอต่อการทำงานหรือไม่นั้น ผมคิดว่าพื้นที่จะเพียงพอหรือไม่ขึ้นอยู่กับการบริหารสต๊อคสินค้า เช่น ถ้ารู้จักจัดวางของให้เป็นระเบียบ คัดแยกและส่งออกจำหน่ายอย่างรวดเร็วก็จะใช้พื้นที่น้อย แต่คุ้มค่ากว่าการวางของระเกะระกะ สำคัญคือต้องจัดระเบียบร้าน ถ้าไม่จัด มีพื้นที่มากแค่ไหนก็ไม่พอหรอก แล้วร้านยัง รกสกปรกอีก ประสิทธิภาพของงานในร้านจึงขึ้นอยู่ที่การจัดร้านมากกว่าขนาดของร้าน . . .

ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า การมีขนาดของพื้นที่ที่มาก อาจส่งผลให้ต้นทุนของร้านสูงขึ้น ซึ่งมีผลต่อกำไรที่ร้านควรจะได้รับ ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า ควรมีขนาดที่พอดี (Right Size) เพื่อให้ต้นทุนของร้านต่ำที่สุด โดยใช้การบริหารการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เต็มที่ ดังคำกล่าวของผู้ประกอบการรายหนึ่งที่ให้ความคิดเห็นเรื่องขนาดของพื้นที่ต่อการทำกำไรไว้ดังนี้

> . . . พื้นที่ของร้านถือเป็นต้นทุน ดังนั้น เราต้องมีการบริหารพื้นที่ เช่น พื้นที่ต้องมากพอที่จะเก็บ คัดแยกสินค้าได้จำนวนพอเหมาะกับการขนส่งแต่ละครั้ง เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง หากมีพื้นที่มากแต่ขยะรีไซเคิลที่รวบรวมมาได้มีไม่มาก เราจะต้องคิดที่จะใช้ประโยชน์จากพื้นที่ที่เหลือนั้นให้เต็มที่ เช่น อาจให้เช่าวางของหรือเพิ่มลักษณะการคัดแยกเพื่อเพิ่มมูลค่าของขยะก่อนส่งขาย ดังนั้น การเลือกขนาดของพื้นที่ที่เหมาะสม กับประเภทธุรกิจที่ทำอยู่จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก . . .

ส่วนผู้ประกอบการอีกรายชี้ให้เห็นว่า การมีขนาดพื้นที่มากอาจเป็นสาเหตุให้ตัดสินใจในการซื้อหรือขายช้าลงเพราะไม่ถูกกดดันจากความไม่เพียงพอของพื้นที่ ซึ่งในสภาวะที่ราคารับซื้อของตลาดมีความผันผวนอาจส่งผลให้ขาดทุนได้

> . . . เรารับซื้อและส่งขายโดยไม่คัดแยก บางครั้งก็เป็นสินค้าที่ประมูลแล้วส่งต่อให้โรงต้มกระดาษ หรือโรงหลอมเหล็กทันทีจึงไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่มากเกินความจำเป็น ยิ่งในสภาวะที่ราคารับซื้อของตลาดมีความผันผวน ขนาดของพื้นที่มีผลทางอ้อมต่อผลกำไร/ขาดทุนด้วย เพราะถ้ามีที่เยอะ ก็จะไม่ถูกบีบให้รีบขายของออกไป ๆ มา ๆ ก็อาจขาดทุนได้ คิดว่าขนาดพื้นที่ต้องเหมะสม ไม่ใช่พื้นที่ใหญ่แล้วจะดีเสมอไป . . .

ข้อสังเกตประการหนึ่งจากการสัมภาษณ์ในช่วงปี พ.ศ. 2552 ซึ่งมีผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศอเมริกา ทำให้ราคาเหล็กลดลงอย่างมากจากที่ขั้นสูงถึงกิโลกรัมละเกือบ 20 บาท ลดลงเหลือกิโลกรัมละ 5 บาท ปรากฏว่าร้านขนาดเล็กที่มีพื้นที่น้อยและทุนน้อย ซึ่งอาศัยการซื้อมาแล้วขายไปอย่างรวดเร็วจะประสบปัญหาการขาดทุนด้านราคาน้อยกว่าร้านที่มีพื้นที่มาก (และอาจมีทุนสูงกว่า) และมีสต๊อคเหล็กเก็บไว้จำนวนมากทำให้ขาดทุนมหาศาล จนบางรายต้องปิดกิจการไปเลยก็มี

จากความคิดเห็นเรื่องขนาดพื้นที่ต่อการตัดสินใจซื้อ-ขาย ยังสะท้อนให้เห็นถึงผลต่อความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการควรพิจารณาขนาดของพื้นที่ให้

เหมาะสมกับศักยภาพของร้านและอุปนิสัยของตัวผู้ประกอบการเองว่าตนเองเป็นคนอย่างไร เช่น ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ถ้าร้านต้องการเก็บตุนสินค้าเพื่อรอราคา ก็จำเป็นต้องมีพื้นที่ที่เพียงพอต่อการจัดเก็บ แต่ถ้าร้านเราไม่ต้องการความเสี่ยง ซื้อมาแล้วรีบขายไปเลย ก็ไม่ต้องใช้พื้นที่มาก เพราะพื้นที่มากก็เสียค่าเช่าที่มาก เป็นต้นทุนเพิ่มขึ้นอีก อีกอย่างอยู่ที่นิสัยของเราจะเป็นคนอย่างไรด้วย เช่น เรามีนิสัยที่เป็นคนมีความเป็นระเบียบมากน้อยเพียงใด เป็นคนไม่ชอบเสี่ยงหรือ เป็นคนชอบเก็บเก็งกำไร ขนาดของพื้นที่ก็จะขึ้นอยู่กับนิสัยเจ้าของร้านด้วย . . .

ดังนั้น ขนาดพื้นที่มากจึงไม่มีผลต่อการยืดหยุ่นปรับตัวในสถานการณ์ปัจจุบัน แต่กลับมีผลต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ เพราะพื้นที่มากกว่าจะทำให้สะดวกที่ลูกค้าจะนำเอารถบรรทุกขยะรีไซเคิลมาขายที่ร้าน พื้นที่ในการรองรับลูกค้า หรือพื้นที่ที่ใช้ในการคัดแยกขยะเพื่อความรวดเร็ว และสามารถส่งสินค้าได้ทันเวลา ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ร้านเปิดหน้าร้านรับซื้อและวิ่งซื้อตามที่ต่าง ๆ เพื่อมาคัดแยกก่อนส่งขายจึงจำเป็นต้องมีพื้นที่มากพอในการคัดแยก การจัดระเบียบและพื้นที่ของร้านสำหรับลูกค้าเข้าออกที่สะดวกเป็นสิ่งที่ร้านให้ความสำคัญเช่นกัน ถ้าพื้นที่หน้าร้านใหญ่การรองรับลูกค้าที่มารอคิวขายขยะรีไซเคิลก็จะสะดวกรวดเร็วขึ้น บริการก็จะประทับใจมากกว่าร้านที่คับแคบ . . .

เนื่องจากคุณภาพของสินค้าขยะรีไซเคิลเกิดอยู่ในขั้นตอนการคัดแยก ดังนั้น การมีพื้นที่มากพอต่อการคัดแยก น่าจะทำให้คุณภาพของสินค้าดีขึ้น ในประเด็นนี้ ผู้วิจัยได้รับความคิดเห็นจากผู้ประกอบการหลายรายว่า ยิ่งคัดแยกให้ดี จะทำให้สินค้าที่จะส่งขายมีคุณภาพดี และราคาก็ดีตามไปด้วย แต่ในความเป็นจริง คุณภาพของสินค้าอยู่ที่คนงานคัดแยกและความใส่ใจของเจ้าของร้านมากกว่าพื้นที่ที่ใช้คัดแยกมากแล้วคุณภาพสินค้าต้องดีตามไปด้วย ดังที่ผู้ประกอบการกล่าวว่า

> . . . เวลาที่คัดแยกขยะก่อนส่งขายเราต้องใส่ใจ คนงานต้องมีความชำนาญ จริงอยู่ว่า ถ้าพื้นที่ในการคัดแยกมากก็จะทำงานสะดวก แต่ไม่ใช่ว่าต้องมีที่เยอะแล้วคุณภาพของจะดี อยู่ที่ตัวเจ้าของมากกว่าว่าจะให้ของที่คัดแยกอยู่ในมาตรฐานระดับไหน เพราะมันมีผลต่อราคาที่ลูกค้าจะจ่ายให้ร้าน . . .

สรุปได้ว่าขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลไม่มีผลโดยตรงในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานของร้านในแง่ของผลกำไร ผลิตภาพ คุณภาพ หรือความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัว (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1b, 2b 3b และ 5b)

ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการบริหารพื้นที่ให้ใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด การจัดร้านให้เป็นระเบียบ สะดวก สะอาด และปลอดภัย การเลือกขนาดของพื้นที่ให้เหมาะสมกับประเภทธุรกิจที่ทำอยู่ นอกจากนี้ขนาดของพื้นที่ยังมีผลต่อการตัดสินใจในการที่จะเก็บสต๊อค หรือปล่อยขายสินค้าซึ่งถ้าในสภาวะปกติ ร้านที่มีพื้นที่เก็บมากกว่าอาจได้ประโยชน์ในการเก็บสต๊อค เพื่อรอราคาดีแล้วปล่อยขาย ในทางตรงกันข้ามถ้าตลาดมีความผันผวนในทิศทางลง ร้านที่มีพื้นที่เก็บสต๊อคสินค้ามากจะประสบกับภาวะขาดทุนมากกว่าร้านที่มีขนาดเล็กที่อาศัยเทคนิคการซื้อมาขายไปเร็วก็เป็นได้ อย่างไรก็ตามขนาดของพื้นที่มีผลต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการของร้าน เพราะพื้นที่ที่มากกว่าจะสามารถให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และทันเวลา (ยอมรับสมมติฐาน 4b)

5.4.1.3 ทำเลที่ตั้งของร้าน

จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของร้านมาพรรณนาเป็นร้อยละของสถานที่ที่ร้านตั้งอยู่ว่า ร้านส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ใด ดังตารางที่ 5.8 โดยคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องทำเลของร้านเพื่อนำมาทำมาตรวัดแบบให้คะแนน (Rating Scale) ในการทดสอบทางสถิติดังตารางที่ 5.9 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องทำเลมี 4 ข้อคือ

- ทำเลของร้านมีความสะดวกต่อผู้ที่จะขยะมาขายให้กับร้าน
- ทำเลของร้านมีความสะดวกเพราะอยู่ใกล้แหล่งที่มีขยะรีไซเคิลหลากแหล่ง
- ร้านส่งสินค้า (ขยะรีไซเคิล) ไปให้ผู้รับซื้อได้สะดวกเพราะอยู่ใกล้
- มีร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลอยู่ใกล้หลายร้านทำให้การแข่งขันสูง

จากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าร้านส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี และมีการแข่งขันค่อนข้างสูง จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 41 ราย เห็นว่าทำเลมีส่วนสำคัญที่ส่งต่อผลการดำเนินงาน เช่น ทำให้สะดวกที่คนจะเอาของมาขายให้ร้าน ทำให้ร้านมีสินค้ามาก ซึ่งอาจส่งผลด้านกำไร แต่ทำเลร้านไม่ใช่ปัจจัยที่จำเป็นที่สุดในการทำธุรกิจนี้ ยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อผลการดำเนินงานที่มากกว่า โดยผู้ประกอบการมีความเห็นเกี่ยวกับทำเลร้านที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ก่อนอื่นเราต้องคำนึงถึงทำเลของร้านว่ามีความสะดวกต่อลูกค้าที่จะนำขยะมาขาย ถ้าอยู่ติดถนนสังเกตเห็นง่ายจะยิ่งดีกว่า รวมทั้งต้องสะดวกต่อผู้ที่จะมาซื้อ

สินค้าจากร้านด้วย ถ้าร้านต้องส่งสินค้าให้ลูกค้าที่อยู่ไกลค่าขนส่งจะสูงไม่คุ้ม ร้านจึงต้องตั้งใกล้แหล่งรับซื้อถ้าเป็นไปได้ . . .

ขณะที่ผู้ประกอบการอีกรายกลับเห็นว่า ราคาน่าจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้ลูกค้านำขยะรีไซเคิลมาขายให้ร้านได้มากกว่า นอกจากนี้ การบริการและความน่าเชื่อถือของร้านมีส่วนอย่างมากด้วยเช่นกัน ผู้ประกอบการคนดังกล่าว กล่าวว่า

> . . . ปัจจุบันสิ่งดึงดูดลูกค้าไม่ใช่ทำเลของร้านว่าต้องอยู่ติดถนน มันขึ้นอยู่กับราคาที่มีการแข่งขันสูง ร้านที่อยู่ในซอกในซอยถ้าให้ราคาดี ซาเล้งก็จะมาขายถึงร้าน และถ้าเรามีอัธยาศัยดีกับทั้งคนที่เอาขยะมาขายหรือคนที่มาซื้อขยะ และทำให้เขาไว้วางใจว่าตาชั่งเราตรง เรามีความซื่อสัตย์ เขาก็จะมาขายหรือซื้อเรา แม้ว่าจะมีร้านที่อยู่ติดถนนก่อนถึงร้านเราก็ตาม แต่ถ้าร้านที่เขาอยู่ทำเลดีกว่าและใช้เทคนิคอัธยาศัยดีมีความซื่อสัตย์เช่นกัน ร้านที่อยู่ไม่ติดถนนใหญ่ก็จะเสียเปรียบได้ . . .

ในแง่ของผลิตภาพขององค์การก็เช่นเดียวกันจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการในประเด็นนี้ว่า ถ้าร้านตั้งอยู่ในทำเลที่ดี คือ ใกล้แหล่งขยะรีไซเคิลและใกล้แหล่งรับซื้อจะช่วยให้ร้านสามารถมีปริมาณงานเข้ามามากและทำให้การใช้เครื่องมือ เครื่องจักร ตลอดจนคนงานได้เต็มประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้ประกอบการบางรายเห็นด้วย แต่บางรายมีความเห็นเพิ่มเติมว่า ร้านจะตั้งอยู่ในทำเลใดก็ตาม ผลิตภาพขององค์การไม่ควรไปผูกติดว่าต้องทำเลดีเท่านั้นร้านจึงจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพได้ โดยผู้ประกอบการรายนี้ กล่าวว่า

> . . . ผมทำแต่การประมูลสินค้าตามโรงงาน ปัจจุบันการประมูลรับซื้อจากโรงงานระยะทางไม่ใช่ข้อจำกัดของผม เพราะร้านผมตั้งอยู่ที่ชลบุรีแต่ผมไปรับประมูลทั่วประเทศ โดยผมมีเทคนิคคือประมูลได้ที่ไหนก็หาผู้รับซื้อต่อจากผมที่นั่น เช่น ผมเคยไปประมูลไกลถึงสงขลาหรือเชียงใหม่ ผมก็วางแผนที่จะส่งจำหน่ายขยะรีไซเคิลที่ประมูลได้ให้กับร้านหรือโรงงานที่อยู่ในสงขลาหรือเชียงใหม่ที่อยู่ใกล้กับแหล่งที่ประมูลเพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง เราต้องทำงานได้ทุกที่อย่าไปจำกัดตัวเอง . . .

นอกจากนี้ทำเลที่มีร้านคู่แข่งเปิดกันหลายร้าน จะยิ่งทำให้ร้านพัฒนาการบริการให้ดีขึ้น ดังนั้น ทำเลร้านที่มีการแข่งขันสูงจึงอาจเป็นตัวช่วยผลักดันให้ร้านพัฒนาทั้งการบริการและคุณภาพของสินค้า ดังคำกล่าวของผู้ประกอบการ 2 ราย ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ที่มองว่าการมีหลายร้านแข่งขันกันกลับช่วยดึงดูดลูกค้าให้มาขายในย่านนั้น และร้านต้องใช้กลยุทธ์ที่ดีที่สุดในการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการกล่าวว่า

> . . . มีคู่แข่งที่เปิดอยู่ใกล้หลายร้าน ก็เป็นอุปสรรคอยู่บ้างเพราะมีการดึงลูกค้า โดยให้ราคาดีกว่า แต่เราก็ต้องใช้คุณภาพของการบริการและความซื่อตรงต่อลูกค้ามาเป็นสิ่งมัดใจให้ลูกค้ากลายเป็นลูกค้าประจำของร้านให้ได้ การชั่งน้ำหนักอย่างตรงไปตรงมา ถ้าใช้ตาชั่งแบบดิจิตอลจะน่าเชื่อถือมากกว่า การอะลุ้มอล่วยในขณะตีราคาของโดยไม่กดราคาเขา การพูดจาด้วยความเป็นกันเอง อัธยาศัยใจคอของเจ้าของร้าน จะช่วยให้ลูกค้าเลือกที่จะมาขายให้ร้านมากกว่าคู่แข่งที่อยู่ใกล้กัน จริงๆมีคู่แข่งก็ดีนะจะได้ช่วยผลักดันให้เราต้องพยายามมากขึ้น อีกอย่างพอมีร้านเปิดใกล้กันหลายร้านก็ช่วยดึงดูดลูกค้าให้มาในย่านนี้ เหมือนมีหลายร้านให้เขาเลือก ทีนี้ก็อยู่ที่เทคนิคของแต่ละร้านว่าใครจะดึงลูกค้าไปได้ . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 คิดว่า ร้านต้องพยายามสร้างเครดิตให้ลูกค้ามีความเชื่อถือและพอใจที่จะนำของมาขายที่ร้านมากกว่าการมีทำเลร้านที่ดีเพียงอย่างเดียว

> . . . สิ่งที่สำคัญร้านต้องมีเงินสดที่จะจ่ายให้ทันทีที่ลูกค้ามาขายโดยเฉพาะพวกซาเล้ง ถ้าเขาเอาของมาขายที่ร้าน เราต้องไม่ปฏิเสธที่จะซื้อและต้องจ่ายเงินสดเท่านั้น เพราะเขาจะบอกต่อว่าร้านเฮีย จ่ายสดและรับซื้อตลอด ก็เป็นการโฆษณาให้ร้านลูกค้าก็เพิ่มขึ้นตามชื่อเสียงที่บอกต่อๆกันไป เพราะฉะนั้นถ้าร้านมีเงินสดไม่พอเลยไม่ยอมรับซื้อ เขามาถึงร้านแล้ว ต้องกลับไปมือเปล่า อย่างนี้ จะทำให้ร้านเสียเครดิตมาก ต้องระวัง เพราะต่อให้ทำเลร้านดี ก็ไม่มีคนอยากมาขายให้เรา . . .

การที่ทำเลร้านดีจะส่งผลดีต่อความยืดหยุ่นปรับตัวของร้านได้หรือไม่นั้น ผู้ประกอบการกลับเห็นตรงกันข้ามว่า ทำเลที่ไม่ดีเท่าที่ควรจะยิ่งทำให้ร้านต้องพยายามปรับตัวมากขึ้น ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ทำเลร้านพอใช้ได้ติดถนนในซอย แต่มีหลายร้านที่ตั้งอยู่หัวถนนก่อนร้านเรา ก็จะเสียเปรียบเขาแต่หนูก็แก้ปัญหาโดยแฟนหนูจะไปวิ่งรับซื้อจากที่อื่นด้วย หรือเวลาเอาของไปส่ง ขากลับก็แวะรับซื้อมาด้วย บางทีชุมชนที่เราแวะไปรับซื้อเขาชอบนิสัยเรา เขาก็ตามมาขายให้ที่ร้านเลย คือเราต้องทำทุกวิถีทาง จะมารออย่างเดียวก็ไม่รอด ร้านก่อนหน้าหนูทำเลดีกว่ายังปิดไปแล้วเลย . . .

การพิจารณาทำเลร้านจึงขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจที่ร้านดำเนินงาน เช่น ถ้าร้านประมูลสินค้าจากโรงงานเพื่อนำมาคัดแยกก็ควรมีทำเลร้านที่อยู่ห่างจากชุมชน เพื่อมิให้เกิดเสียงดังรบกวน ดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ร้านผมไม่ติดถนน เพราะผมประมูลของจากโรงงานอย่างเดียว ของที่ได้มาบางครั้งก็เอามาคัดแยกก่อน บางครั้งประมูลได้ก็ส่งขายเลย ที่ตั้งของโกดังก็ไม่ต้องอยู่ติดถนน จริง ๆ อยู่ห่างชุมชนจะดีกว่าจะได้ไม่ไปรบกวนชาวบ้าน เพราะเวลาเอาเศษเหล็กมาลงหรือขนย้ายเครื่องจักรเก่าก็มีเสียงดังมาก โดยส่วนตัวคิดว่าทำเลที่ตั้งของร้านขึ้นอยู่ว่าเราทำอะไร ประมูลอย่างเดียวก็ไม่ต้องติดถนนหรือใกล้ชุมชน แต่อาจต้องใกล้นิคมอุตสาหกรรม ซึ่งก็ไม่จำเป็นเสมอไปเพราะบางทีผมก็เดินทางไปประมูลไกล ๆ เหมือนกัน ประมูลได้ก็ขายให้ร้านที่อยู่ใกล้ ๆ กับที่ที่ผมประมูลได้ แต่ถ้าเปิดหน้าร้านรับซื้อทำเลสะดวกกับคนที่เอาขยะมาขายก็อาจจำเป็น . . .

สรุปได้ว่า ทำเลของร้านไม่มีผลในทิศทางบวกต่อระดับผลการดำเนินงานของร้านที่วัดจากผลกำไร ผลิตภาพ คุณภาพของสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ ตลอดจนความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ (ปฏิเสธสมมติฐาน 1c, 2c, 3c, 4c และ 5c) อย่างไรก็ตาม ทำเลของร้านมีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจนี้ เพียงแต่ปัจจัยที่สำคัญกว่าคือ ร้านให้ราคารับซื้อ และการบริการที่ดีที่เป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามีความพึงพอใจที่จะค้าขายกับร้านในระยะยาว ผู้ประกอบการมีความพยายาม ขยัน อดทนและ ขวนขวายที่จะเข้าหาแหล่งขยะรีไซเคิล และต้องมีความคิดในแง่บวกว่าคู่แข่งเป็นผู้ผลักดันให้ร้านประสบความสำเร็จได้ ร้านควรมีเทคนิคในการสร้างเครือข่าย หรือตลาดรับซื้อที่ดีจะช่วยเสริมให้ร้านประสบความสำเร็จได้มากกว่ามีทำเลที่ดีเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของร้านยังขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการ เช่น หากเปิดหน้าร้านรับซื้อก็มีความจำเป็นที่ร้านควรตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกแก่ลูกค้าที่จะนำขยะมาขาย หรือผู้มาติดต่อกับร้าน ขณะที่ถ้ามุ่งประมูลสินค้าจากโรงงานเพียงอย่างเดียว ร้านอาจอยู่ห่างจากชุมชนและไม่จำเป็นต้องอยู่ติดถนน เป็นต้น

5.4.1.4 ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ

จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ผู้วิจัยได้ข้อมูลของจำนวนประเภทของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ ซึ่งนำมาแสดงผลเป็นร้อยละ เพื่อพรรณนาสภาพของกลุ่มตัวอย่างดังตารางที่ 5.11 และ 5.12 ขณะเดียวกันผู้วิจัยได้ให้คะแนนความหลากหลายของขยะรีไซเคิลโดยรับซื้อขยะเพียงประเภทเดียว = 1 คะแนน รับซื้อ 2–3 ประเภท = 2 คะแนน รับซื้อ 4–5 ประเภท = 3 คะแนน และรับซื้อ 6 ประเภทขึ้นไป = 4 คะแนน เมื่อนำไปทดสอบทางสถิติ ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถอธิบายความสำคัญของปัจจัยด้านความ

หลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อต่อผลการดำเนินงานของร้านในมุมมองที่แตกต่างกัน เหมือนไม่มีสูตรสำเร็จว่าร้านควรรับซื้อขยะหลากหลายประเภทหรือเน้นเพียงบางประเภท ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ประกอบการว่าร้านมีพื้นที่เพียงพอต่อประเภทขยะที่หลากหลาย เพื่อสะดวกในการคัดแยก และจัดการสต๊อคหรือไม่ โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งซึ่งให้ความสำคัญกับความมีระเบียบในการจัดการร้านกล่าวว่า

> . . . การจัดระเบียบและการจัดเรียงสินค้าในร้านมีความสำคัญมาก ร้านที่รับซื้อขยะรีไซเคิลหลายประเภทจะมีปัญหาต่อพื้นที่และการจัดเก็บมากถ้าจัดระเบียบร้านไม่ดี แต่ที่ร้านพี่รับซื้อขยะหลากหลายประเภทก็เพราะเห็นว่าเป็นการกระจายความเสี่ยง เพราะบางทีขยะบางตัวราคาดี บางตัวราคาตกต่ำ พี่ก็ไม่เจ็บตัวมากเกินไปเพราะได้กำไรจากตัวหนึ่งมาถัวอีกตัวหนึ่ง บางคนบอกร้านเล็ก ๆ ไม่ควรรับซื้อทุกอย่าง เพราะไม่สามารถคัดแยกเพิ่มมูลค่าขยะก่อนส่งขายไม่ได้ แต่ร้านพี่ทำได้เพราะพี่จะวางซ้อนๆและจัดร้าน จัดของตลอด เอากำไรน้อย ส่งขายเร็วดีที่สุด คือถ้าเราบริหารประสิทธิภาพงานได้ ความหลากหลายของขยะที่รับซื้อก็ไม่มีปัญหา . . .

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการหลายรายมีความคิดเห็นว่า การรับซื้อขยะหลากหลายประเภทเป็นเรื่องของการบริการ คือ การคำนึงถึงความสะดวกลูกค้า เช่น ผู้ประกอบการรายหนึ่งในความเห็นว่า

> . . . ร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลทุกประเภทเพราะเห็นว่าสะดวกต่อลูกค้าที่นำขยะมาขาย เพราะเขามาขายเราที่เดียวเลยไม่ต้องไปขายที่อื่นอีก ทำให้เขาไม่ต้องมีต้นทุนในการส่งของ และสะดวกมากกว่า ทำแบบนี้จะได้ของเยอะ ถ้ารับซื้อแค่บางชนิด ของน้อยไม่พอส่งยี่ปั๊วในแต่ละเที่ยว ต้องใช้เวลาเก็บของนานขึ้น เงินจม ราคาก็เปลี่ยนเร็ว อีกอย่างต้องดูว่าร้านมีพื้นที่พอไหมด้วย . . .

อย่างไรก็ตาม มีความคิดเห็นของผู้ประกอบการหลายรายเช่นกันที่มองว่า การรับซื้อขยะหลากหลายประเภทยังเป็นการกระจายความเสี่ยง และสามารถปรับตัวให้ทันเมื่อราคาของสินค้าในตลาดผันผวน มีผู้ประกอบการหลายรายกล่าวว่า การรับซื้อหลากหลายประเภทก็เป็นการกระจายความเสี่ยงได้ดี เพราะหากมีราคาของขยะรีไซเคิลตัวใดที่ราคาตกต่ำลง ร้านก็ยังคงสามารถค้าขายสินค้าตัวอื่นได้แทน นอกจากนี้ การรับซื้อทุกประเภทยังช่วยให้ร้านมีปริมาณขยะรีไซเคิลมากขึ้นด้วย เช่น ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ร้านเปิดมานาน เป็นร้านใหญ่จึงรับซื้อทุกอย่าง ต้องคิดถึงความสะดวกของลูกค้าที่มาร้านเรา ขนขยะทุกอย่างมาขายได้หมด ราคาก็ไม่น่าเกลียด ราคาบางตัวดี บางตัวอาจสู้ร้านข้าง ๆ ที่รับซื้อแต่กระดาษไม่ได้ ก็แล้วแต่ลูกค้าเพราะบางคนเอาอย่างอื่นมาขายเรา แล้วเอากระดาษไปขายร้านข้าง ๆ การรับซื้อหลายอย่าง ข้อดีคือได้ของเยอะ อาจต้องลำบากเรื่องการจัดการแต่ก็ดีเพราะไม่เสี่ยงทำแค่ขยะเหล็กหรือกระดาษอย่างเดียว . . .

อีกมุมมองหนึ่ง ผู้ประกอบการบางรายเสนอว่า การรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภทถือเป็นการเพิ่มอำนาจในการต่อรอง เช่น ร้านที่มีตลาดรองรับขยะรีไซเคิลทุกประเภทในราคาดี หรือร้านมีเครือข่ายที่จะเข้าไปประมูลรับซื้อพร้อมกัน โดยแต่ละคนมีความชำนาญคนละอย่าง เช่น คนหนึ่งรับซื้อเหล็ก อีกคนรับซื้อพลาสติก กระดาษ หรือเศษไม้ เมื่อร่วมมือกันเข้าไปประมูลขยะรีไซเคิลทุกประเภท ก็จะมีโอกาสชนะการประมูล และลูกค้าจะให้ความสนใจกว่า ดังคำกล่าวของผู้ประกอบการสองราย ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 กล่าวว่า

> . . . ร้านเน้นการประมูลของจากโรงงาน ดังนั้น หากเรารับซื้อขยะที่หลากหลายก็จะมีกำลังต่อรองในกรณีเข้าประมูลขยะที่มีหลากหลายประเภทได้ดีกว่าร้านที่เขารับประมูลขยะเพียงบางประเภท ร้านมีพื้นที่มาก เราจะเอาขยะมาคัดแยกเพื่อเพิ่มมูลค่าก่อน ขยะเราเลยขายได้ราคาเกือบทุกตัว . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 กล่าวว่า

> . . . ร้านมีเครือข่ายที่รวมตัวกันส่งเศษเหล็ก (Scrap) ให้กับโรงหลอมเหล็กโดยตรง เพราะมีโควตาและได้ราคาดี ร้านจึงเน้นแต่การรับซื้อและประมูลขยะ รีไซเคิลประเภทเศษเหล็ก หรือเครื่องจักรเก่าตามโรงงาน ทำให้ร้านไม่ต้องเสียเวลาไปบริหารขยะหลากหลายประเภท แต่ผมจะมีเพื่อนที่รับซื้อขยะตัวอื่น ๆ อยู่ เช่น ไม้ พลาสติก หรือกระดาษ ก็จะรวมตัวกันเข้าไปประมูล ลูกค้าก็พอใจมองว่าเราเป็นมืออาชีพ . . .

ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่รับซื้อขยะเหล็ก โลหะหรือพลาสติกเพียงอย่างเดียวด้วย โดยสอบถามถึงเหตุผลในการที่ร้านตัดสินใจเลือกรับซื้อเพียงประเภทเดียว และผลการดำเนินงานเป็นเช่นไร ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่เลือกรับซื้อขยะเพียงประเภทใดประเภท

หนึ่ง เพราะมีความถนัดในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีตลาดรองรับที่ให้ราคาดี ทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ เพราะมุ่งบริหารสินค้านั้น ๆ ให้ดีที่สุด ดังคำกล่าวยืนยันของผู้ประกอบการ 3 ราย ดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 รับซื้อเฉพาะเหล็กเพียงอย่างเดียวกล่าวว่า

> . . . ร้านรับซื้อเฉพาะเหล็ก เพราะร้านมีแหล่งรับซื้อเศษเหล็กที่ได้ราคาดี แต่การรับซื้อแต่เหล็กอย่างเดียวก็อาจเจ๊งได้ ถ้าไม่มีการจัดการในเรื่องของตลาดที่รองรับและการจัดระเบียบสต๊อคสินค้าไม่ดี ส่งของล่าช้า ราคารับซื้อเปลี่ยนแปลงเร็วมากช่วงที่ผ่านมา ที่สำคัญรับซื้อเหล็กต้องใช้เงินสดหมุนเวียนสูง และต้องมีเครื่องมือหนัก เช่น รถยก ติดเฮี๊ยบ (เครื่องมือใช้คีบจับเหล็ก)เพราะขยะเหล็กมีน้ำหนักมาก จำนวนรับซื้อแต่ละครั้งเป็นหลักร้อยกิโลกรัมหรือเป็นตัน ๆ ข้อดีคือการจัดการง่าย ไม่ต้องวุ่นวายกับสินค้าหลายตัว มีโอกาสรวยได้เร็วกว่ารับซื้อสินค้าตัวอื่น . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 รับซื้อเฉพาะเหล็ก และ โลหะ กล่าวว่า “. . . ร้านไม่มีตลาดรับซื้อขยะพลาสติก เลยขายได้ราคาต่ำกว่าต้นทุนที่รับซื้อมา ขยะพลาสติกทำยาก เราไม่รู้จริงก็ขาดทุนได้ง่าย ร้านจึงต้องเลือกรับซื้อเฉพาะขยะที่เป็นเหล็กและทองแดงเพราะร้านมีความถนัดและมีแหล่งรับซื้อที่ได้ราคา . . .”

ผู้ประกอบการรายที่ 3 รับซื้อแต่เฉพาะพลาสติกเท่านั้น กล่าวว่า

> . . . ร้านรับซื้อแต่ขยะพลาสติกเท่านั้น เนื่องจากประสบการณ์และความชำนาญในการดูลักษณะของขยะรีไซเคิลแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน ร้านมีความชำนาญและมีตลาดที่ดีสำหรับขยะพลาสติกก็จะเน้นค้าขายเฉพาะขยะพลาสติก ทำให้บริหารงานได้ง่ายกว่าด้วย และลูกค้าที่มาขายหรือมาซื้อก็จะรู้ว่าร้านเรารับซื้อแต่เฉพาะขยะพลาสติก ก็ไม่มีปัญหาอะไร . . .

ผู้ประกอบการเหล่านี้ยังได้เสนอแนวโน้มของการรับซื้อขยะรีไซเคิลว่ามีแนวโน้มที่ร้านทุกร้านพยายามจะรับซื้อขยะรีไซเคิลทุกประเภท โดยจะมีประเภทที่เป็นตัวเอกของร้าน ซึ่งเป็นขยะรีไซเคิลประเภทที่ร้านสามารถทำกำไรได้ดีที่สุด โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . คิดว่าแนวโน้มของร้าน น่าจะรับซื้อหลากหลายประเภทเพื่อกระจายความเสี่ยง และให้ได้ของมาก ๆ สะดวกลูกค้า เพิ่มอำนาจต่อรองด้วย แต่ต้องมีตัวหลัก ๆ ที่เรา

ถนัด อย่างที่ผมทำอยู่ผมเริ่มทำประมูลเหล็กอย่างเดียวก่อนเพราะมีโควตาส่งโรงหลอมเหล็กโดยตรงจะได้ราคาดี แต่การแข่งขันสูง เวลาเข้าไปประมูลโรงงานบางแห่งจะบังคับว่าต้องประมูลขยะทุกชนิด การแข่งขันก็เข้มข้นขึ้น เราต้องหาพันธมิตรเข้าไปประมูลร่วม แต่ระยะยาวเราต้องหาตลาดของขยะทุกตัวที่ให้ราคาดี โอกาสชนะประมูลก็จะสูง . . .

เมื่อผู้วิจัยพิจารณาผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการทั้ง 41 รายในครั้งนี้ เกี่ยวกับปัจจัยความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ จึงมีความเห็นด้วยว่า ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านจะรับซื้อเป็นกลยุทธ์ที่แต่ละร้านต้องเลือกใช้ให้เหมาะกับศักยภาพของตน และควรพิจารณาจากความเคลื่อนไหวของราคาและความต้องการของตลาดเป็นปัจจัยประกอบด้วย ซึ่งมีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการจะเลือกที่จะรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภทมากขึ้น เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรอง การกระจายความเสี่ยง และช่วยให้มีขยะรีไซเคิลที่สามารถรับซื้อได้มากขึ้น โดยอาศัยการคัดแยกเพื่อเพิ่มมูลค่าและผลกำไรที่ดี (ยอมรับสมมติฐาน 1d) อย่างไรก็ตาม การจะรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท ยังไม่มีผลโดยตรงในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานในแง่ของผลิตภาพ คุณภาพสินค้า ความรวดเร็วใจการส่งมอบและการบริการ ตลอดจน ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ (ปฏิเสธสมมติฐาน 2d, 3d, 4d และ 5d) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการว่าเปิดหน้าร้านรับซื้อ หรือเข้าไปประมูลสินค้า และการเลือกกลยุทธ์ทางการตลาดของแต่ละร้าน

5.4.2 คุณสมบัติของทรัพยากรในองค์การต่อผลการดำเนินงานขององค์การ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการทั้ง 41 รายเห็นด้วยว่า ร้านจำเป็นต้องมีทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น เงินลงทุนเริ่มต้น เงินในการดำเนินการ เงินสดหมุนเวียน เครื่องมือ/เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ พนักงาน และการบริหารงานของร้าน แต่ทุกคนมีความเห็นคล้ายคลึงกันว่า วิธีการบริหารร้านน่าจะเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะถ้าร้านมีวิธีที่จะบริหารเงิน บริหารคน บริหารการใช้เครื่องมือ/เครื่องจักร ให้สามารถดำเนินกิจการไปได้ ผลการดำเนินงานในแง่ของผลกำไร ผลิตภาพ คุณภาพสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป น่าจะเป็นไปตามความคาดหวังหรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาจากประเด็นเรื่องคุณสมบัติของทรัพยากรในองค์การ ผู้วิจัยได้คัดเลือกคุณสมบัติ 4 ประการในบทที่ 3 แล้วนำไปทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งนี้ สามารถนำผลมาอธิบายร่วมกันเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

5.4.2.1 ความมีคุณค่าของทรัพยากรในองค์การ

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความมีคุณค่าของทรัพยากรในองค์การ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่ออัตราส่วนของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ ผลิตภาพขององค์การ คุณค่าสินค้าขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ยอมรับสมมติฐาน 6a, 7a, 8a, 9a และ 10a) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 41 ราย ซึ่งมีผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นสนับสนุนในเรื่องความมีคุณค่าของทรัพยากรในองค์การต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยเฉพาะในด้านของผลกำไร ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 คิดเห็นว่าคุณค่าของทรัพยากรที่จะส่งผลต่อกำไรไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนแต่อยู่ที่คุณค่าของทรัพยากรนั้นในการที่ทำให้ร้านผ่านวิกฤตมาได้ ผู้ประกอบการายนี้กล่าวว่า

> . . . การมีคุณค่าของทรัพยากรไม่ใช่การมองในด้านจำนวน เช่น มีเงินมาก มีคนงานมาก หรือมีเครื่องจักรจำนวนมาก หรือ มีการบริหารที่ใช้หลายวิธี แต่หมายถึงทุกสิ่งที่ร้านมีอยู่สามารถช่วยให้ผลประกอบการของร้านก้าวหน้าขึ้นเรื่อยๆมากกว่า ซึ่งร้านเราก็มีคนงานไม่มาก แต่ทุกคนตั้งใจทำงานดี เงินทุนของร้านก็น้อยกว่าร้านใหญ่ ๆ หลายร้าน แต่ที่ผ่านมาร้านก็ได้กำไรในช่วงภาวะวิกฤตในขณะที่ร้านอื่น ๆ กลับขาดทุน . . .

ส่วนผู้ประกอบการอีกรายคิดว่าร้านที่ทำกำไรได้เพราะมีทรัพยากรที่มีคุณค่าและรู้จักที่จะใช้คุณค่านั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด เขากล่าวว่า

> . . . คุณค่ามันวัดยากนะ อย่างคนงานที่ทำกับเรา มีแค่ 2 คน แต่ถ้าเราพอใจการทำงานของเขาก็เท่ากับเขามีค่ากับร้านเรา รถที่ใช้เราต้องรู้จักดูแลรักษาเพราะต้องใช้ต้องขับอยู่ทุกวัน มันหมายถึงความปลอดภัยของเราด้วย เงินมีค่าในตัวของมันอยู่แล้ว แต่อยู่ว่าเราจะใช้ ยังไงให้เกิดประโยชน์สูงสุด ร้านที่สามารถสร้างผลกำไรเพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าและใช้ให้เป็น . . .

เนื่องจากในช่วงที่ทำการวิจัยเป็นช่วงที่ประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหาเศรษฐกิจ หลายร้านต้องเผชิญกับปัญหาสินค้า (ขยะรีไซเคิล) ไม่เพียงพอ และราคาขยะตกต่ำ ผันผวน บางร้านถึงกับต้องปิดกิจการชั่วคราวเพราะรับภาระการขาดทุนไม่ไหว ร้านที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก มีผู้ประกอบการหลายรายที่มีความมุ่งมั่นไม่ท้อถอย และใช้วิกฤตนี้สร้างให้เกิดโอกาส โดยใช้

ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์การสร้างผลงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อประหยัดต้นทุน เป็นการช่วยลดการขาดทุนจากราคาซื้อ-ขายได้อีกทางหนึ่ง ดังคำกล่าวของผู้ประกอบการรายหนึ่ง กล่าวว่า

> . . . ตอนนี้ร้านทุกร้านต้องเจอกับวิกฤตด้าน ราคาผันผวน ปริมาณขยะรีไซเคิลลดลง มีคู่แข่งขันใหม่เปิดใหม่เพิ่มขึ้น เกิดการแข่งขันสูง กฎหมายบังคับจากภาครัฐที่ออกมาก็มีผลต่อการซื้อ-ขายของร้าน เช่นกฎหมายห้ามรับซื้อของโจร แต่ถ้าร้านมี คนงานมีความตั้งใจทำงาน ขยันอดทน ใฝ่เรียนรู้ มีเครื่องมือ/เครื่องจักรที่ถูกใช้งานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะช่วยลดต้นทุน และ ถ้าร้านมีการบริหารงานดี ร้านจะสามารถประสบผลสำเร็จได้ไม่ยาก . . .

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังชี้ให้เห็นถึงคุณค่าของคน จะสามารถสร้างผลงานให้มีคุณภาพได้ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความสร้างสรรค์คุณค่าในตัวบุคลากรในองค์การ รวมทั้งตัวเจ้าของเองด้วย ผู้ประกอบการรายหนึ่งอธิบายประเด็นนี้ได้ชัดเจนโดยกล่าวว่า

> . . . คนงานส่วนใหญ่ทำงานดี พี่พอใจการทำงานนะ ซึ่งตรงนี้สำคัญมาก บางครั้งเราต้องให้ลูกน้องทำแทนเราได้ ต้องสร้างคนให้เก่ง อย่าไปกลัวว่าเขาจะออกไปทำแข่ง มีลูกน้องออกไปเปิดร้านเองแต่ความที่พี่ดีกับเขา เขาก็เก็บของมาขายให้ร้าน เป็นการสร้างเครือข่าย ต้องสร้างคุณค่าในตัวคน คุณภาพของงานอยู่ที่คุณภาพของคน ตัวเราเองก็ต้องพัฒนาด้วย พี่เลยไปเรียนต่อโทอยู่ตอนนี้ . . .

จะเห็นได้ว่าคุณค่าของทรัพยากรสามารถสร้างคุณภาพให้กับองค์การ ตลอดจนการบริการ เช่น คุณค่าของเงิน เครื่องมือ เครื่องจักร รวมทั้ง คุณค่าของแผนการบริหารที่องค์การมี รวมถึงคุณค่าทางด้านชื่อเสียงขององค์การ สามารถทำให้การบริการมีความรวดเร็วและไม่ผิดสัญญาต่อลูกค้า ตัวอย่างของผู้ประกอบการ 2 ราย ซึ่งประสบความสำเร็จด้านความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ มีดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 มีทรัพยากรในองค์การที่มีคุณค่า เขาพยายามสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานบริการของเขา โดยกล่าวว่า

> . . . นอกจากต้องมีเงิน มีอุปกรณ์พร้อม ความรู้เรื่องการบริหารสำคัญมาก ต้องพลิกแพลงตลอดเวลาใช้แผนนี้ไม่เวอร์ค ก็ต้องปรับเปลี่ยนแผนไปเรื่อยๆ ผมไม่ได้จบสูง แต่อาศัยเรียนรู้จากคนที่เขาประสบความสำเร็จ แต่ของแบบนี้เลียนแบบทุกอย่าง

ไม่ได้ต้องเอามาปรับให้เหมาะกับธุรกิจเรา เอามาต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่มเอง สร้างการบริการให้ดีที่สุด . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 อาศัยคุณค่าของแบรนด์ สร้างการบริการให้ดีขึ้น เขากล่าวว่า

> . . . สิ่งที่มีคุณค่ามากที่สุดคือ ชื่อเสียงและภาพพจน์ของร้าน ร้านที่มีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงดีในแวดวงรีไซเคิลมักจะประสบความสำเร็จกว่าร้านที่ไม่สามารถสร้างชื่อเสียง ร้านผมเปิดมาประมาณ 3 ปี ก็อาศัยว่าซื้อแฟรนไชส์ วงษ์พาณิชย์ ใช้ชื่อวงษ์พาณิชย์ อาจมีผลทางจิตวิทยาต่อลูกค้าที่จะมาติดต่อเนื่องจากชื่อวงษ์พาณิชย์ มีความน่าเชื่อถือ การบริการรวดเร็ว ทำตามสัญญา . . .

ในสถานการณ์ปกติ องค์การอาจไม่เห็นคุณค่าของทรัพยากรที่มีอยู่ แต่ในภาวะวิกฤตคุณค่าที่มีอยู่ในทรัพยากรเหล่านั้นจะช่วยให้องค์การสามารถปรับตัว ยืดหยุ่นไปตามสถานการณ์ที่ผิดปกติที่กำลังเผชิญ ผู้ประกอบการหลายรายกล่าวว่า ช่วงวิกฤตเป็นการวัดคุณค่าและความสามารถของร้านอย่างแท้จริง ดังคำกล่าวของผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ช่วงที่ผ่านมา เศรษฐกิจแย่มากที่สุดเท่าที่เคยทำอาชีพนี้มาเลย ถือว่าปราบเซียน เพราะ รายใหญ่ก็เสียหายเยอะไปหลายราย อย่างเราก็มีเจ็บตัวบ้าง อาศัยว่าร้านเราไม่ใหญ่มาก ผมและคนในครอบครัวลงมาดูแลใกล้ชิด ลูกน้องก็ปรึกษากัน บางที่ลูกน้องมองสถานการณ์แก่งกว่า เราก็ต้องฟังเขา อันนี้ถือว่าเราโชคดีที่มีตัวช่วยดี ช่วงงานซาลงน้อยลง เราก็เอาเวลามาซ่อมแซมบำรุงรักษาเครื่องมือทำมาหากินให้อยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งาน เพราะคุณค่าของเครื่องมือทำกินสำคัญมาก . . .

ส่วนผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งกล่าวว่าคุณค่าของทรัพยากรที่เขามี มีผลต่อการตัดสินใจว่าร้านจะปรับตัวไปในทิศทางใด โดยเขากล่าวว่า

> . . . บางคนบอกคุณค่าของเงินวัดจากต้องมีมาก ๆ แต่ ฉันคิดต่างจากชาวบ้าน ฉันว่าคุณค่าของเงินอยู่ที่เงินช่วยเราตัดสินใจถูกต้องไม่โลภ เช่น ถ้าเราเห็นของกองโต ๆ อยากประมูลให้ได้ แต่เรามีเงินจำนวนหนึ่งไม่เยอะมาก เราก็จะคิดให้รอบคอบ บางคนเงินเยอะจะใจใหญ่ ตัดสินใจซื้อเร็ว เพราะไม่ติดเรื่องเงิน พวกนี้ก็เจ็บตัวไปเยอะ . . .

จากคำสัมภาษณ์ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่ยืนยันได้ว่าความมีคุณค่าของทรัพยากรในองค์การมีผลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การในทุกประเด็นอย่างแท้จริง

5.4.2.2 ความคงทนของทรัพยากรในองค์การ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคงทนของทรัพยากรในองค์การมีความสัมพันธ์กับผลิตภาพขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การตลอดจน ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 7b, 9b และ 10b) ขณะที่ความคงทนของทรัพยากรมีผลต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ และคุณภาพสินค้าขององค์การอย่างมีนัยสำคัญในทิศทางลบ (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 6b และ 8b) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะลักษณะของประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาจากการวิจัยในครั้งนี้ ไม่มีความแตกต่างกันมากพอในประเด็นของความคงทนของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ ที่สามารถสะท้อนให้เห็นผลของความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทั้ง 3 ตัว ได้แก่ ผลิตภาพ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ ดังจะเห็นจากผลที่ได้จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ที่ พบว่า ร้านส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาคนลาออก (ค่าเฉลี่ยของการลาออกเท่ากับ 0.64) มีปัญหาน้อยและน้อยที่สุดในเรื่องเครื่องจักรที่ต้องซ่อมจนเกิดผลต่อการทำงาน (ร้อยละ 69.3) และไม่มีการวางแผนการดำเนินงานระยะยาวเหมือนกัน (ร้อยละ 99.0) อย่างไรก็ตาม ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 41 ราย ผู้วิจัยพบว่า มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาอธิบายเพิ่มเติมในประเด็นของปัจจัยที่ทดสอบและพบว่าไม่มีนัยสำคัญดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้ความเห็นว่าร้านส่วนใหญ่จะมีเครื่องมือ เครื่องจักร และรถที่ใช้ในงานที่คล้ายคลึงกันและมีลักษณะที่เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่มักไม่มีปัญหาที่ต้องซ่อม หรือสามารถซ่อมแซมได้ง่าย จึงไม่มีผลกระทบต่อการทำงานของร้าน โดยผู้ประกอบการรายนี้กล่าวว่า “. . . ลักษณะของเครื่องมือเครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ที่ร้านมีส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์พื้นฐานและไม่มีปัญหาที่ต้องซ่อมเพราะเสีย หรือถ้ามีเสียบ้างก็สามารถซ่อมแซมเองได้ ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องมือง่าย ๆ และมีไม่มาก . . .”

ผู้ประกอบการรายที่ 2 ที่มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันในเรื่องเครื่องจักร กล่าวว่า “. . . ร้านเป็นร้านใหญ่มีเครื่องจักรหลายอย่าง เช่น เครื่องโม่พลาสติก เครื่องบีบอัดเหล็ก เครื่องจักรเหล่านี้ซ่อมไม่ยากจึงไม่มีผลต่อการดำเนินงานมากนัก และมีเครื่องสำรองไว้ใช้เมื่อพบปัญหา . . .”

นอกจากนี้ผู้ประกอบการหลายรายที่ให้สัมภาษณ์ยังอธิบายว่า การที่คนงานมีอัตราการลาออกต่ำเพราะคนงานเหล่านี้เป็นผู้ด้อยโอกาส จึงมักหางานไม่ง่ายนักและผู้ประกอบการในธุรกิจ

นี้มีความโอบอ้อมอารี ซึ่งมักดูแลคนงานเหมือนญาติพี่น้อง และให้ความเป็นกันเอง จนบางครั้งเกิดเป็นความเคยชิน และขาดการปรับปรุงด้านความรวดเร็วของการบริการ ยกตัวอย่างของผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ผมอยู่ในวงการมานานกว่า 10 ปี คนงานของร้านอยู่กันมานาน เพราะคนพวกนี้เป็นผู้ด้อยโอกาส เมื่อหางานอื่นไม่ได้จึงมักจะทำงานที่ร้านรับซื้อของเก่า และอยู่กันนานไม่ค่อยลาออก สภาพโดยทั่วไปของธุรกิจนี้จึงคล้ายคลึงกันในเรื่องของแรงงาน การที่คนงานอยู่มานานบางครั้งก็เกิดผลเสียในแง่ของความคุ้นชิน และความกระตือรือร้นที่ลดลง ที่สำคัญเจ้าของร้านส่วนใหญ่ใจดีให้ความเมตตาก็จะเลี้ยงคนงานเหล่านี้ไว้ . . .

สำหรับความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นประเด็นที่น่าสนใจมาก เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การมีทรัพยากรที่มีความคงทน เช่น มีเงินสำรองมาก หรือมีการวางแผนการในระยะยาว อาจมีผลทำให้การตัดสินใจในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ดีเท่าที่ควร ดังคำกล่าวของผู้ประกอบการสองราย ดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการค้าขายเศษเหล็ก (Scrap) มานานหลายปี และประสบความสำเร็จมีเงินทุนสำรองมาก ทำให้ในช่วงที่ราคาเหล็กผันผวนอย่างมาก และไม่มีใครคาดคิดว่าราคาเหล็กจะตกลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการรายนี้จึงชะลอการตัดสินใจในการขายสต๊อคเหล็ก (เพราะมีเงินทุนสำรองมาก) ทำให้เกิดความเสียหายอย่างมาก เขากล่าวว่า

> . . . ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในชลบุรี แต่ผลประกอบการในช่วง 2 ปีที่ผ่านมากลับประสบภาวะขาดทุนอย่างหนัก เนื่องจากราคาเศษเหล็กตกต่ำลงอย่างมาก ร้านเห็นว่าราคาเหล็กตกลงในระยะต้น ทางร้านตัดสินใจที่จะเก็บสต๊อคเพื่อรอราคาเหล็กกลับสู่สภาวะปกติ เพราะร้านมีเงินทุนสำรองมากพอ และที่ยังคงรับซื้อเศษเหล็กจากร้านรายย่อยก็เพื่อช่วยเหลือลูกค้าประจำเหล่านั้น ผลปรากฏว่า ราคาเหล็กไม่ได้กระเตื้องขึ้น แต่กลับลดลงไปเรื่อย ๆ จากราคา 20 บาทกว่าต่อกิโลกรัม ลดลงเหลือ 5 บาทกว่าต่อกิโลกรัม เมื่อร้านจำเป็นต้องตัดสินใจขายเหล็กบางส่วนเพื่อรักษาสภาพคล่อง จึงต้องรับภาระขาดทุนอย่างมาก ร้านที่มีสต๊อคเหล็กมากเสียหายกว่า 250 ล้านบาทในช่วงเวลาเพียง 3 เดือน . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 มองว่าการวางแผนระยะยาวโดยเฉพาะการทำธุรกิจด้านการประมูลสินค้าจากโรงงาน อาจมีความเสี่ยงสูงกว่า เนื่องจากเป็นการผูกมัดตัวเอง ทำให้ขาดความยืดหยุ่น ผู้ประกอบการรายนี้เลือกที่จะใช้วิธีการวางแผนวันต่อวันและมีการปรับแผนอยู่เสมอ กล่าวว่า

> . . . การทำงานเป็นลักษณะของการคิดวางแผนวันต่อวันมากกว่า การวางแผนในระยะสั้น และระยะยาว อาจจำเป็นกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประมูลสินค้าตามโรงงาน เพราะการประมูลจะทำเป็นรายปี หรือทุก 6 เดือน ช่วงหลัง 3 เดือนก็มีความคงทนของแผนดำเนินงานที่วางไว้จึงไม่สำคัญเท่าไร บางทีอาจส่งผลในทางตรงกันข้าม เพราะการใช้แผนการเดียวตลอดจะไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ค่อนข้างเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและรวดเร็ว เราต้องตามให้ทันกับสถานการณ์จึงต้องมีการปรับแผนอยู่เสมอ และร้านเล็ก ๆ ส่วนใหญ่เท่าที่มีประสบการณ์มาก่อนก็ไม่เคยต้องวางแผนอะไร เพราะการตัดสินใจซื้อหรือขายจะเป็นแบบวันต่อวันมากกว่า . . .

จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถอธิบายผลของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาดังกล่าวว่าไม่มีนัยสำคัญ เพราะความคล้ายคลึงกันของกลุ่มตัวอย่างในประเด็นความคงทน และผลของความของคงทนของทรัพยากรในองค์การที่ไม่สามารถสะท้อนผลหรืออิทธิพลในทิศทางบวกได้ ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยด้านความคงทนของทรัพยากรในองค์การกลับส่งผลในทิศทางลบกับผลการดำเนินงาน ด้านผลกำไร และคุณภาพของสินค้าตามที่กล่าวแล้วข้างต้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ ผู้วิจัยค้นพบเหตุผลของการที่ผลทดสอบสมมติฐานออกมาในทิศทางตรงกันข้ามได้ดังนี้

ผู้ประกอบการหลายรายมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้าที่เกิดจากการคัดแยกเพื่อส่งให้ลูกค้านั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้ประกอบการเองว่าต้องการระดับคุณภาพสูงเท่าใด เพราะมีผลต่อเวลาในการคัดแยกและราคาขายแล้ว คนงานมีผลต่อคุณภาพสินค้า รวมถึงการบริการด้วย โดยการที่มีคนงานที่อยู่มานานแต่ขาดความกระตือรือร้น และร้านยังจำเป็นต้องรักษาคนงานเหล่านี้ไว้ อาจส่งผลให้ระดับคุณภาพสินค้าลดลงก็เป็นได้ ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . เรื่องคนงาน ผมยังเถียงกับพ่อผมอยู่เลย พ่อชอบเลี้ยงคนที่อยู่มานาน แต่บางคนนิสัยไม่ดี พฤติกรรมแย่จริง ๆ ผมก็ไม่อยากให้เขามาเป็นจุดด้อยของร้าน เพราะชอบทะเลาะกับลูกค้า เรื่องคนงานที่เป็นคนเก่าคนแก่ค่อนข้างมีปัญหากับทุกร้าน คุณต้องเข้าใจคนพวกนี้อยู่มานานจนชินไม่กระตือรือร้น บางคนอายุมากก็ไม่อยากใช้เขาเพราะงานมันหนัก ผมอยากได้คนรุ่นใหม่เราจะได้พัฒนาเขาได้ . . .

แต่ความคิดเห็นที่มีมากที่สุดในประเด็นความคงทนของทรัพยากรที่ส่งผลในทางตรงกันข้าม คือ ผลของกำไร ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในประเด็นนี้คล้ายคลึงกัน เช่น

ผู้ประกอบการรายที่ 1 มีเงินสำรองมาก กล่าวว่า

> . . . ร้านให้ความสำคัญกับเงินทุนของร้านมาก โดยเฉพาะการมีเงินทุนของตนเองและมีสำรองไว้ในจำนวนที่มาก เพื่อการแข่งขันในการซื้อสินค้าเพื่อเก็บทำกำไร การมีเงินทุนที่มากแต่กลับมีผลประกอบการขาดทุน เนื่องมาจากสถานการณ์ที่ผิดปกติ อันเกิดจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างรุนแรงในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ถ้าเป็นภาวะปกติ ร้านที่มีเงินทุนมากย่อมได้เปรียบกว่า ปีนี้ (2552) ร้านเล็ก ๆบางร้านรอดวิกฤตมาได้เพราะความที่เขาไม่มีเงินทุนถาวร เขาจะตัดสินใจเร็ว กำไรน้อยหรือขาดทุนนิดหน่อยเขาก็ปล่อยของออกขายแล้ว . . .

ส่วนผู้ประกอบการรายที่ 2 และ รายที่ 3 คิดว่า ร้านไม่ควรยึดติดกับแผนการใดแผนการหนึ่ง หรือต้องมีเงินสำรองมาก ๆ เพราะ อาจมีผลต่อการตัดสินใจและท้ายที่สุดก็อาจขาดทุนได้

ผู้ประกอบการรายที่ 2 ผู้ไม่ยึดติดกับแผนการดำเนินงานกล่าวว่า

> . . . การที่ร้านประสบผลสำเร็จในแง่ผลกำไร ไม่มีสูตรที่แน่นอนตายตัว เราต้องมีวิธีพลิกแพลงตลอดเวลา การใช้แผนงานเดิม ๆ หรือการวางแผนในระระยาว ถ้าไม่รู้จักปรับเปลี่ยนอาจส่งผลในทางลบได้ เช่นเดียวกับแหล่งเงินทุน การมีเงินทุนที่เป็นเงินเย็นคือไม่ต้องกู้ยืมหรือรีบคืนให้กับแหล่งทุน จะทำให้ไม่เกิดแรงผลักดันในการบริหารเงินสดหมุนเวียน และอาจชะล่าใจไม่ปล่อยขายสินค้าในสต๊อค จนอาจเกิดผลขาดทุนเหมือนที่เราเห็นกันในปีนี้ (2552) ที่ร้านใหญ่ ๆ กักตุนเหล็กไว้แล้วปล่อยขายไม่ทัน ราคาตกมากทำให้ขาดทุนมาก มีร้านปิดกิจการในช่วงนั้นมากเช่นกัน . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 3 ผู้ไม่สามารถกู้ยืมเงินธนาคารมาเป็นทุนสำรองได้ ทำให้ร้านต้องบริหารเงินให้รวดเร็ว กล่าวว่า

> . . . ร้านใช้เงินตนเองเพราะติดปัญหาเรื่องการกู้ยืมจากธนาคาร แม้ธนาคารยินดีจะให้กู้ยืมได้ในระยะยาว แต่ดอกเบี้ยที่ต้องเสียให้กับธนาคารอาจไม่คุ้มกับกำไรที่หา

มาได้ จึงต้องใช้เงินตัวเอง ซึ่งถึงแม้มีอย่างจำกัด แต่หากรู้จักบริหารเงินให้ดีเราก็สามารถที่จะทำกำไรได้มาก เช่น ต้องรับซื้อมาแล้วขายออกไปเร็ว ๆ มันขึ้นอยู่กับการบริหารงานของเรามากกว่า บางทีมีเงินที่ถือได้ระยะยาวก็ทำให้ไม่ระวังได้เหมือนกัน . . .

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า คุณสมบัติของความคงทนของทรัพยากรต่อผลการดำเนินงานในแง่ของผลกำไรอาจเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามได้ จากผลการวิเคราะห์ที่ออกมาในทิศทางลบต่อผลการดำเนินงานในครั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะสถานการณ์ที่ผิดปกติอันเกิดจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างรุนแรงในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ดังที่ผู้ประกอบการหลายรายได้อธิบายเกี่ยวกับการวางแผนระยะยาวที่ไม่ผันแปรตามสภาวการณ์ที่เป็นวิกฤต หรือการมีแหล่งเงินทุนระยะยาวที่มีผลต่อการตัดสินใจจะซื้อหรือจะขาย เป็นต้น เช่นเดียวกับผลการดำเนินงานในมุมมองด้านคุณภาพ ถ้าพิจารณาจากทรัพยากรมนุษย์หรือคนงาน พบว่าการลาออกบ่อยอาจทำให้ร้านต้องฝึกฝน อบรมคนงานขึ้นมาทดแทน แต่เนื่องจากลักษณะงานไม่มีความซับซ้อน และโดยธรรมชาติของธุรกิจนี้ ตามที่ผู้ประกอบการหลายรายลงความเห็นคือ คุณภาพจะดีหรือไม่ นอกจากขึ้นอยู่กับนโยบายของร้านแล้ว การใส่ใจของคนงานในระหว่างการคัดแยกมีผลต่อระดับคุณภาพสินค้าด้วยเช่นกัน เช่น คนงานที่อยู่มานานแต่ไม่มีการพัฒนาอาจสร้างปัญหาให้ได้มากกว่าคนงานที่เข้าใหม่และใส่ใจในการทำงาน ดังนั้น ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 6b คุณสมบัติของทรัพยากรที่มีคงทนต่อร้อยละผลกำไรต่อยอดขาย และสมมติฐานที่ 8b คุณสมบัติของความคงทนของทรัพยากรต่อคุณภาพของสินค้าจึงมีนัยสำคัญในทิศทางลบ

5.4.2.3 ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรในองค์การ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรในองค์การมีความสัมพันธ์กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพของสินค้าขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การตลอดจน ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 6c, 7c, 8c, 9c และ 10c) ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 41 ราย ผู้วิจัยพบว่า คุณสมบัติของทรัพยากรในองค์การในประเด็นเรื่องความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย น่าจะเหมาะสมกับการศึกษาในองค์การที่มีการใช้เทคโนโลยีระดับสูงหรือมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่คุณสมบัติการถูกลอกเลียนแบบง่ายมีผลต่อผลการดำเนินงานของแต่ละองค์การมากกว่า ดังจะเห็นจากลักษณะของคำอธิบายที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าไม่น่าจะมีอะไรที่ต้องลอกเลียนแบบกันเองในธุรกิจนี้ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร ทักษะของ

คนงาน เครื่องมือ เครื่องจักร หรือแม้แต่แหล่งเงินทุนที่จัดหามาได้ในยามฉุกเฉินก็มีความคล้ายคลึงกัน ดังตัวอย่างของคำกล่าวของผู้ประกอบการหลายรายดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้ความเห็นว่า ธุรกิจที่มีความเป็นพื้นฐาน ไม่มีความซับซ้อนจึงไม่เกี่ยวข้องกับความถูกลอกเลียนได้หรือไม่ โดยเฉพาะเรื่องอุปนิสัยของคนงาน เขากล่าวว่า

> . . . ธุรกิจนี้ไม่มีอะไรซับซ้อน อาศัยความขยัน อดทนของเจ้าของร้านมากกว่า ที่จะมาเลียนแบบกัน ก็ยังนึกไม่ออกว่ามีอะไรที่เด่นเป็นพิเศษ เรื่องเงินทุนก็เจอปัญหาเหมือน ๆ กันคือ กู้แบงค์ยาก ใช้เงินญาติพี่น้องเวลาหมุนเงินไม่ทันจริง ๆ เครื่องมือเครื่องไม้แบบง่าย ๆ ก็ใช้งานได้แล้วล่ะ คนงานก็ไม่มีใครเก่งกว่ากันความสามารถพื้น ๆ ที่สำคัญต้องนิสัยดี ขยันทำงาน ซื่อสัตย์ ซึ่งเลียนแบบกันไม่ได้อยู่แล้ว . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 ซึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาโท เขามองว่าธุรกิจนี้ ผู้ประกอบการควรมีแนวทางการบริหารของตนเองไม่ควรเลียนแบบใคร โดยให้เหตุผลว่า

> . . . วิธีการบริหารของร้านจะมีการวางแผนทั้งระยะสั้น และระยะยาว เพราะผมเรียนจบโทบริหารมา ได้ผลมากเพราะการทำธุรกิจนี้แบบเดิมจะไม่มีการวางแผนเราก็จะได้เปรียบ แต่คนรุ่นเก่าที่เก่ง ๆ คิดแบบหัวสมัยใหม่ก็ประสบความสำเร็จเจ้าของกิจการกลุ่มนี้จะมีเครือข่ายที่ช่วยเหลือกัน เราเข้าไปแทรกยาก ไปเทียบเขาไม่ได้เพราะชั่วโมงบินน้อยต้องบริหารในแบบของเราไม่เลียนแบบเขา . . .

นอกจากนี้หนทางในการหาแหล่งเงินทุนมาใช้ในยามฉุกเฉิน ยิ่งไม่น่าเป็นสิ่งที่ใครจะทำตามใครได้ เพราะเครดิตของแต่ละร้านไม่เท่ากัน ดังที่ผู้ประกอบการอีกรายหนึ่ง กล่าวว่า

> . . . คนงานในร้านความรู้น้อย จะออกไปทำที่อื่น ฉันก็ไม่ว่าเขาหรอก ส่วนใหญ่ฉันทำเองได้ เงินสดเวลาขาดมือก็กู้นอกระบบเอาไม่อยากพึ่งญาติพี่น้อง เรื่องหาเงินมาใช้ตอนฉุกเฉินแต่ละร้านก็จะมีวิธีของตนเอง จะไปทำตามกันไม่ได้ อยู่ที่ความเชื่อใจกัน . . .

เนื่องจากความเชื่อถือหรือเครดิตของร้านเกิดจากการสั่งสมมานาน โดยอาศัยการปรับตัวของแต่ละร้านตามเหตุการณ์ที่ตนเองประสบ ดังนั้น หนทางในการแก้ปัญหาจึงอยู่ที่ผู้ประกอบการที่จะบริหารให้ผ่านจุดวิกฤตดังกล่าวมาให้ได้ เช่น คำกล่าวของผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

. . . ทำธุรกิจรับซื้อของเก่า เงินทุนเป็นสิ่งจำเป็นเพราะหมายถึงเครดิตของร้าน ทุกร้านจึงต้องใส่ใจในเรื่องเงินที่ตนเองมีให้เพียงพอตลอด และ ต้องพยายามบริหารให้เกิดสภาพคล่องสูงสุด ส่วนใหญ่ร้านจะมีแหล่งเงินที่หยิบยืมมาใช้ยามฉุกเฉินที่เหมือน ๆ กันคือ เงินของพ่อแม่ หรือญาติพี่น้อง หรือจากยี่ปั๊วที่รับซื้อของจากร้าน เวลาที่ร้านของเราบางครั้งไปเจอขยะปริมาณมาก แต่เงินเรามีไม่พอ เราก็ไปเอาเงินกับเฒ่าแก่ (ยี่ปั๊วที่รับซื้อ) มาก่อนได้ เพราะธุรกิจนี้เครดิตเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เราต้องทำให้คู่ค้าไว้วางใจ หรือบางทีลูกค้าที่ให้เราไปรับซื้อขยะจากเขา เขาเชื่อใจเราก็ให้เราเอาของมาก่อน ขายของได้ค่อยเอาเงินไปให้เขาก็มี . . .

ส่วนผู้ประกอบการอีกหลายรายให้ความเห็นว่า ประสบการณ์ต้องสร้างขึ้นเอง และประสบการณ์จะสอนให้รู้ว่าเราต้องมีความยืดหยุ่นปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ใครจะไปลอกเลียนแบบใครคงไม่ได้ ยกตัวอย่างของคำกล่าวของผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

. . . ร้านส่วนใหญ่ไม่ได้มีแผนการบริหารงานที่เป็นระบบ ทุกแผนงานเกิดขึ้นตามสถานการณ์ โดยเราจะตัดสินใจซื้อหรือขายแบบวันต่อวัน จึงไม่จำเป็นต้องไปลอกเลียนแบบวิธีการบริหารหรือการใช้ทรัพยากรอื่น ๆ จากร้านคู่แข่งเพราะร้านแต่ละร้านต้องบริหารด้วยตนเอง ตามสถานการณ์ของร้านที่ประสบมากกว่า ไม่มีใครลอกเลียนแบบวิธีการหรือการตัดสินใจจะซื้อหรือจะขายได้ เพราะแต่ละร้านก็ประสบกับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ด้วยตนเอง . . .

อีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อทุกธุรกิจคือ คุณภาพของสินค้าขององค์การในธุรกิจนี้ก็เช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากการคัดแยกแยะหรือแปรรูปบางส่วน เพื่อให้ได้คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการอยู่ที่นโยบายของร้านและความใส่ใจของผู้ประกอบการ แม้ทรัพยากรอื่น ๆ ในองค์การ เช่น เครื่องมือ เครื่องจักร หรือคนงาน จะมีผลต่อคุณภาพ แต่คุณภาพของขยะรีไซเคิลไม่ได้มีความซับซ้อน ทำให้ประเด็นเรื่องการถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายจึงไม่มีนัยสำคัญต่อผลของคุณภาพดังความคิดเห็นของผู้ประกอบการหลายราย ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างคำกล่าวของผู้ประกอบการ 2 ราย ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 กล่าวว่า

. . . ธุรกิจนี้ไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ ก็เป็นเทคโนโลยีพื้นฐานง่าย ๆ ที่ไม่ค่อยเกี่ยวข้องกับการถูกลอกเลียนแบบได้หรือไม่ได้ คนงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานระดับล่าง ความสามารถที่โดดเด่นของคนงาน

เลยมีไม่มากนัก จะมีก็คือหัวหน้างานบางคนที่มีความชำนาญเป็นพิเศษเท่านั้น ซึ่งเราก็สามารถสร้างเพิ่มเติมได้ โดยการฝึกอบรมคนงานให้มีความชำนาญเพิ่มขึ้น ถ้าคนงานที่มีความสามารถลาออกไป เรายอมรับว่าการออกไปของคนงานเก่ง ๆ อาจมีผลต่อคุณภาพการคัดแยก แต่ก็ใช้เวลาไม่นานก็ทำแทนกันได้แล้ว . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 กล่าวเปรียบเทียบกับธุรกิจรถยนต์ว่า

. . . พี่ว่าไม่น่าจะเกี่ยวกับการลอกเลียนแบบใครแล้วจะรวย ต้องทำเอง เราอาจไปเรียนรู้หรือปรึกษากันในหมู่เพื่อนฝูง แต่ทุกอย่างอยู่ที่ตัวเรา ทักษะคนงานหรือเครื่องมือที่ใช้ในงาน มันไม่เหมือนธุรกิจผลิตรถยนต์ที่ต้องใช้บุคลากรความรู้สูงหรือเทคโนโลยีสูง ๆ เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพดีที่สุด แต่คุณภาพขยะรีไซเคิลมันไม่ได้ยุ่งยากขนาดนั้น . . .

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยยังได้รับคำตอบเกี่ยวกับความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ ซึ่งผู้ประกอบการยอมรับว่า ทรัพยากรต่าง ๆ เช่น คนงาน หรือเครื่องจักร มีผลต่อความรวดเร็วในการบริการ ซึ่งแต่ละร้านก็มีทรัพยากรเหล่านี้คล้ายกัน แต่ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการมาจากการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่เข้ามาดูเอาใจใส่กับงานในร้านด้วยตนเองมากกว่า เช่น คำตอบของผู้ประกอบการรายหนึ่ง กล่าวว่า

. . . แหล่งเงินทุนของร้านรับซื้อของเก่าส่วนใหญ่ก็คล้ายกัน ตอนนี้อยากให้ภาครัฐมาช่วย อยากให้กระทรวงแรงงานอนุญาตให้รับแรงงานต่างชาติเพิ่มได้เพราะขยันกว่าคนงานไทยได้ อาชีพนี้เงินกับแรงงานเป็นสิ่งจำเป็น แต่สำคัญที่ เจ้าของต้องลงมือทำเองด้วย เพราะหัวใจของการบริการคือ เจ้าของต้องเอาใจใส่เอง . . .

คำอธิบายข้างต้นนี้ สอดคล้องกับผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งที่เสนอว่า ประสิทธิภาพประสิทธิผลของงานต้องเกิดจากการพัฒนาคน และพัฒนาเครื่องจักร ควบคู่กันไป และไม่ควรหวงความรู้ไว้ เพราะในธุรกิจนี้การช่วยเหลือกันและกัน สร้างพันธมิตร น่าจะดีกว่าการเกรงกลัวว่าใครจะมาเลียนแบบเรา ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกเห็นด้วย กับคำกล่าวของผู้ประกอบการายนี้ที่กล่าวว่า

. . . พวกเครื่องมือเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ในร้าน ลุงจะซื้อมาแล้วมาปรับแต่งให้ใช้งานดีขึ้น ตอนนี้คนงานที่ร้านช่วยทำเครื่องมือง่ายมาใช้ได้เพราะลุงสอนเขา ร้านที่รู้จักกันก็มาขอให้ไปทำให้บ้าง ลุงไม่หวงวิชาหรอกของแบบนี้ไม่ช่วยเขา เดี๋ยวเขาก็

> ทำเองได้ มันไม่ได้ยาก ช่วยเหลือกันไว้ดีกว่า เพราะบางทีเราก็ต้องอาศัยเขาเหมือนกัน อย่าไปกลัวว่าใครเขาจะดีกว่าถ้าเราพัฒนาตัวเราเองตลอดนะ . . .

ปัจจัยสำคัญที่มักถูกวัดผลเสมอในเรื่องผลการดำเนินงานของธุรกิจคือ ผลกำไร ผู้วิจัยได้สอบถามความเห็นในเรื่องผลกำไรที่เกิดขึ้นว่ามีผลจากการลอกเลียนแบบผู้อื่นหรือไม่ คำตอบที่ได้สามารถอธิบายได้ว่า การสร้างผลกำไรของแต่ละร้านเกิดจากความแตกต่างในการบริหารของแต่ละผู้ประกอบการ การทำตามร้านอื่นที่มีผลประกอบการดี (มีกำไร) อาจไม่ได้ผลเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างของผู้ประกอบการรายหนึ่งที่กล่าวได้อย่างตรงไปตรงมาว่า

> . . . เวลาเราเห็นร้านอื่นเขาทำแบบนี้แล้วกำไร ก็อย่าเพิ่งไปทำตาม เพราะร้านแต่ละร้านไม่เหมือนกัน ต้องสร้างความแตกต่าง การรับซื้อของเก่าไม่ใช่ใครทำตามใครแล้วจะรุ่งเหมือนกัน โดยส่วนตัวผมจะไม่ทำตามคนอื่นและก็ไม่กลัวใครมาเลียนแบบเรา . . .

สรุปคำอธิบายที่ได้รับจากผู้ประกอบการหลายรายในการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งนี้ เกี่ยวกับคุณสมบัติของทรัพยากรเรื่องความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายของทรัพยากรในองค์การ ต่อผลการดำเนินงานขององค์การได้ว่า เนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจพื้นฐานซึ่งทรัพยากรในองค์การมีความเรียบร้อยไม่ซับซ้อน และการบริหารกลยุทธ์ขององค์การเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะเลือกมาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของตนเองมากกว่า ดังนั้น ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับทรัพยากรที่ไม่ถูกลอกเลียนแบบง่ายต่อผลการดำเนินงานขององค์การวัดจากผลกำไร ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพของสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ และความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปจึงปรากฏผลแบบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4.2.4 ความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ และความรวดเร็วในการส่งมองและการบริการขององค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ยอมรับสมมติฐานที่ 7d และ 9d) ทั้งนี้ เพราะความพร้อมและความเพียงพอของทรัพยากรในองค์การ เช่น เงินทุน แรงงาน เครื่องมือ เครื่องจักร ตลอดจนแนวทางการบริหารกลยุทธ์ขององค์การส่งผลดีต่อผลิตภาพขององค์การและความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 41 ราย ในประเด็นดังกล่าว ขณะที่ความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การมีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ คุณภาพของสินค้าขององค์การ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 6d, 8d และ 10d) ซึ่ง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้รับข้อเสนอแนะหลายประการว่า ผลกำไร คุณภาพของสินค้า และความสามารถในการปรับตัวขององค์การไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่าร้านมีเงินเพียงพอ มีคนงาน เครื่องมือ เครื่องจักรพร้อมเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการในการบริหารการซื้อมาขายไป และการตัดสินใจของผู้ประกอบการต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น บางร้านมีความพร้อมทุกอย่าง แต่ถ้าผู้ประกอบการตัดสินใจไม่แม่นยำ รวดเร็ว ก็อาจส่งผลต่อผลกำไรของร้านได้ นอกจากนั้น การใส่ใจของคนงาน และนโยบายของร้านว่าให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้ามากน้อยเพียงใด ก็มีผลต่อคุณภาพของสินค้าอย่างมากด้วย ซึ่งบางครั้งคุณภาพของสินค้ายังขึ้นอยู่กับตลาด หรือลูกค้าที่รับซื้อขยะรีไซเคิลจากร้านด้วยว่าต้องการคุณภาพของสินค้าระดับใด จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบถึงเหตุผลของความไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน จากคำกล่าวของผู้ประกอบการหลายรายในประเด็นดังต่อไปนี้

ในเรื่องของความเหมาะสมของทรัพยากรในร้านต่อผลกำไรของร้าน ผู้ประกอบการหลายท่านให้ความเห็นว่า ความเหมาะสมของทรัพยากรที่ร้านมีอยู่ไม่สามารถทำนายผลกำไรได้แม่นยำในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง เช่น ในปัจจุบัน แต่ผลกำไร/ขาดทุน ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้ประกอบการมากกว่า โดยผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการด้านประมูลโรงงานรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ปัจจัยที่มีผลต่อกำไรในธุรกิจนี้มีความผันแปรสูง ถ้าเรามองเพียงแค่ความเหมาะสมของทรัพยากรต่าง ๆ ที่บริษัทมีอยู่ อาจไม่สามารถทำนายผลกำไรได้แม่นยำนัก เพราะมีปัจจัยอื่นอีกที่มีผลต่อผลกำไร ผมคิดว่าการตัดสินใจเรื่องราคาประมูลรับซื้อและขายในแต่ละครั้ง สถานการณ์ตลาดในช่วงนั้นมากกว่าที่จะมีผลต่อกำไร . . .

สอดคล้องกับผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งที่ไม่ได้มีความพร้อมทั้งคนงานและเครื่องมือ แต่อาศัยการตัดสินใจเชิงบริหารของตนเองในการแก้ปัญหาเพื่อให้เกิดผลกำไรอย่างต่อเนื่อง กล่าวว่า

> . . . ร้านไม่ได้มีคนงานหรือเครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทุ่นแรงมากนัก บางครั้งคนงานหรือเครื่องมือไม่พอเวลาไปเจองานใหญ่ ๆ เมื่อประมูลได้แล้วค่อยให้คนอื่นมารับช่วงต่อ หรือไม่ก็เอ้าท์ซอสคนงาน หรือเช่าเครื่องมือมาใช้ แม้ทำกำไรได้ไม่มากแต่ได้ปริมาณงานมากก็ทำให้ได้กำไรโดยรวมดี ร้านจึงไม่คิดที่จะต้องหาเครื่องจักรที่ใช้เงินลงทุนสูงมาใช้งานในช่วงนี้ ใช้เช่าเป็นครั้ง ๆ เอาดีกว่า . . .

ผู้ประกอบการหลายรายให้ความเห็นว่า ความพร้อมหรือความเหมาะสมของทรัพยากรในร้าน ไม่ได้มีผลต่อความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน

ผู้ประกอบการหนึ่งยกตัวอย่างกรณีของเพื่อนร่วมอาชีพที่พ่ายแพ้ไป แม้ว่าเขาจะมีความเหมาะสมและความพร้อมของทรัพยากรในร้านเช่นเดียวกัน โดยกล่าวว่า

> . . . ร้านมีความพร้อมด้านเงิน ทั้งคน ทั้งเครื่องมือก็ครบครัน แต่ช่วงที่ผ่านมาก็ยังขาดทุนเยอะ เพราะราคาเหล็กตกลงมาก สิบกว่าบาทต่อกิโลกรัม ปรับตัวไม่ทันจริง ๆ เพราะตั้งแต่เปิดกิจการมาเกือบ 20 ปี ปีนี้แย่ที่สุด ถ้าปีหน้าราคาเหล็ก ยังเป็นอย่างนี้อีกคงไม่ไหว เพื่อนที่จันทบุรีก็ยิงตัวตายไปคนนึงแล้ว รายนั้นก็พร้อมทุกอย่าง แต่ปรับตัวไม่ทันเหมือนกัน แต่เขาเครียดง่ายเลยคิดสั้น . . .

จากคำกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งยังเสริมให้ผู้วิจัยเข้าใจมากขึ้นในเรื่องการปรับตัวตามสถานการณ์ของร้านว่า น่าจะขึ้นอยู่กับการตัดสินใจที่ถูกต้องแม่นยำของผู้ประกอบการมากกว่า ความเหมาะสมของทรัพยากร โดยเขากล่าวว่า

> . . . ความสามารถในการปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง น่าจะขึ้นอยู่ที่การตัดสินใจของเรามากกว่า เพราะบางร้านมีความเพียบพร้อมของทรัพยากร ทั้งเงินทุน เครื่องจักร คนงาน แต่เจ้าของร้านขาดความสามารถในการตัดสินใจ โอกาสที่จะสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอาจด้อยกว่าร้านที่มีความพร้อมน้อยกว่า ขึ้นอยู่กับเจ้าของร้านสามารถตัดสินใจได้แม่นยำ รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์มากกว่า . . .

สำหรับผลการดำเนินงานของร้านที่มองในแง่ของคุณภาพสินค้าของร้าน ว่ามาจากปัจจัยความพร้อมหรือความเหมาะสมของทรัพยากรที่ร้านมีอยู่หรือไม่ ผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ความคิดเห็นว่า นอกจากความใส่ใจของคนงานแล้ว ตัวผู้ประกอบการเองจะรู้ดีว่าร้านจะสามารถคัดแยกให้สินค้าออกมามีคุณภาพดีในระดับที่ลูกค้าพึงพอใจในระดับใด โดยพิจารณาจากข้อกำหนดที่ลูกค้าต้องการประกอบกับศักยภาพของร้านและสถานการณ์ตลาดในขณะนั้นว่าราคามีความผันผวนขึ้นลงรวดเร็วเพียงใด โดยผู้ประกอบการรายหนึ่ง กล่าวว่า

> . . . ลูกค้าเขาจะดูศักยภาพของร้าน ความพร้อมในการทำงาน เครื่องจักร แรงงาน ร้านไม่มีปัญหาเรื่องการบริการเพราะเราทำงานแบบมืออาชีพ เรื่องคุณภาพสินค้าอยู่ว่าเราตั้งเป้าไว้แค่ไหน ถ้าคัดแยกอย่างดีเลยก็ได้ราคาดี แต่บางครั้งงานเข้ามามาก ร้านก็จะคัดแยกเท่าทีทำได้แล้วรีบส่งเลยเพราะไม่อยากให้ลูกค้ารอ อีกอย่างราคาผันผวนมากช่วงนี้ ต้องทำความเร็วแข่งกับเวลา . . .

ส่วนผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่าคุณภาพของสินค้ามาจากลูกค้ากำหนดโดยไม่ได้พยายามทำให้ดีไปกว่านั้น แม้ร้านจะมีศักยภาพก็ตาม

> . . . ตอนนี้มีลูกชายมาช่วย เขาจะเก่งเรื่องช่างก็ช่วยได้เยอะเพราะมีเครื่องทุนแรงมาช่วย พี่จะดูแลร้านเองเพราะขยะพลาสติกจะยาก ไม่ค่อยมีปัญหาคนงานเพราะมาจากจังหวัดเดียวกันทำด้วยกันมานาน เวลาโม่บดต้องระวังปนเชื้อพลาสติก แต่ร้านที่รับซื้อเขาจะเอาไปแยกเองอีกที เราก็เลยทำตามสเป็คที่ลูกค้าต้องการ มันขึ้นอยู่ว่าเขาตั้งสเป็ค คุณภาพมาให้เราแค่ไหน เราอาจคัดแยกได้ดีกว่านี้เพราะมีความพร้อมและชำนาญแล้ว เราเลยคิดว่าจะขยายธุรกิจโดยหลอมเม็ดพลาสติกเอง . . .

จากคำอธิบายของผู้ประกอบการหลายรายข้างต้น สามารถชี้แจงเหตุผลของความไม่สอดคล้องตามสมมติฐานการวิจัยบางข้อดังกล่าวมาแล้วได้ดี และผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การต้องมีควบคู่ไปกับวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการในการตัดสินใจที่แม่นยำได้ เพื่อให้ส่งผลต่อกำไร คุณภาพของสินค้า และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ของร้าน อย่างไรก็ตาม ความเหมาะสมของทรัพยากรในร้าน ยังสามารถส่งผลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพของร้านและความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการดังกล่าวไว้แล้วในตอนต้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยได้พบประเด็นคำตอบของผู้ประกอบการหลายรายที่มาสนับสนุน การยอมรับสมมติฐานการวิจัยทั้งสองสมมติฐาน (7d และ 9d) ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้ความเห็นเกี่ยวกับผลิตภาพของร้านว่าจะดีหรือไม่นั้น ร้านต้องมีทรัพยากรในร้านที่มีความพอดี ไม่มากไม่น้อยเกินไป โดยกล่าวว่า

> . . . พี่พยายามสอนให้คนงานใส่ใจในการงานที่ทำ จะแจกจ่ายงานให้แต่ละคนทำวันต่อวัน และถ้ามีงานต้องทำมากก็จะจ่ายเงินพิเศษให้เป็นกำลังใจ คนงานก็จะทำงานได้ดี บางครั้งการมีคนงานมากเกินไป ก็ไม่คุ้มเพราะคนงานทำงานได้ไม่เต็มที่ พี่จะฝึกให้คนงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ คนงานพี่เก่ง ทำงานไว บางร้านคนงานเยอะมาก แต่ทำงานสู้คนงานพี่ไม่ได้เลย . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 คิดว่า การบริหารทรัพยากรที่มีความพร้อมอย่างเหมาะสมจะช่วยสร้างประสิทธิภาพได้ดีขึ้น โดยกล่าวว่า

> . . . ค้าของเก่า คนและเครื่องมือ ที่ใช้ต้องบริหารให้ดี ทำยังไงให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพราะต้นทุนแต่ละร้านอยู่ที่การบริหาร คน และ เครื่องมือ และอย่าให้เงินมา

จมในสต๊อคนาน บางร้านดูแค่ว่าขายกำไรได้เท่าไหร่แต่ไม่คิดต้นทุนอื่น ไม่บริหารต้นทุนให้ดี อยู่ไปก็ไม่รอด . . .

ทั้งนี้ ทรัพยากรในร้านที่มีความเหมาะสมและทำให้ผลิตภาพของร้านดีขึ้น ยังมีผลต่อเนื่องไปที่ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการของร้านอีกด้วย ความสอดคล้องกันนี้ ได้รับคำยืนยันจากผู้ประกอบการหลายราย ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า “. . . ถ้าร้านมีความพร้อมทุกด้าน เราก็จะสามารถปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น รวดเร็วได้ ตอนนี้คิดว่าจะลงทุนซื้อรถโฟลคลิฟท์จะช่วยให้ยกของได้เร็ว ไม่อันตรายเวลาใช้แรงงานคน . . .”

ส่วนผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งพยายามใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างพอดีในการสร้างบริการให้ลูกค้าถึงพอใจ กล่าวทิ้งท้ายไว้ว่า

> . . . ร้านตั้งเป้าด้านบริการ ต้องทำให้ลูกค้าประทับใจ ร้านป้าบริการดีรวดเร็ว ลูกค้าเอาของมาขายแล้วไม่รอนาน มีน้ำเย็นให้ดื่ม คนงานกับลุงจะยกของเองลูกค้านั่งรอสบาย ๆ ป้าจะดูเรื่องเงิน ถ้าวันไหนรับซื้อมากก็วิ่งไปกดเอทีเอ็มมาเพิ่ม จะไม่เก็บเงินไว้ในร้านเยอะ อันตราย มีคนงาน 2 คน มีเครื่องชั่งธรรมดา 2 ตัว ดิจิตอล 1 ตัว แก๊สตัดเหล็ก 1 ตัว แค่นี้ก็พอแล้วถ้าบริหารดี ๆ ก็รวยได้ . . .

สรุปได้ว่าความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การมีผลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การได้ แม้จะไม่ครบทุกตัวแปรตาม แต่สามารถอธิบายได้ว่าความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของร้านมากที่สุดปัจจัยหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะช่วยเสริมผลการดำเนินงานให้ดีขึ้น และสามารถแข่งขันได้ หากผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความสามารถในการตัดสินใจที่ถูกต้องแม่นยำ และทันการณ์

5.4.3 ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การต่อผลการดำเนินงานขององค์การ

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ ผลิตภาพขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ ตลอดจน ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ยอมรับสมมติฐานที่ 11, 12, 14 และ 15) ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการทั้ง 41 ราย ที่มีความเห็นสนับสนุนว่า การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์การให้เกิดประโยชน์สูงสุดจะ

สามารถทำให้ผลการดำเนินงานดีขึ้น โดยเฉพาะ การใช้เงินทุน และเงินสดหมุนเวียนในการสร้างผลกำไรให้มากที่สุด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การบริหารเงินให้สามารถซื้อมาขายไปให้เกิดรอบของการซื้อได้มาก ผลกำไรสะสมจะมากขึ้นด้วย นอกจากนี้การใช้เงินให้เกิดประโยชน์มากที่สุดจะช่วยลดอุปสรรคจากการผันผวนของตลาด ผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนในขยะรีไซเคิลที่มีอนาคตว่าราคามีแนวโน้มสูงขึ้น เช่นเดียวกับเงินทุนที่ใช้ในการซื้อเครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงาน แม้ขณะนี้ร้านอยู่ในช่วงชะลอตัวเพราะปัญหาเศรษฐกิจ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่วางแผนที่จะลงทุนในเครื่องทุ่นแรงเหล่านี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในระยะยาว การใช้เครื่องมือ เครื่องจักร และรถต่าง ๆ อย่างเต็มกำลังการผลิต และการจูงใจให้แรงงานทำงานอย่างเต็มความสามารถจะช่วยในด้านผลิตภาพ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ และความยืดหยุ่นปรับตัวของร้าน ซึ่งมีผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จให้ความคิดเห็นในประเด็นนี้ ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารองค์การกล่าวว่า “. . . ร้านรู้จักใช้เงินให้เป็น ใช้คนให้เป็น ใช้เครื่องมือ เครื่องจักร และรถต่าง ๆ ให้เต็มกำลังการผลิตและใช้เทคนิคการบริหารให้มีความหลากหลาย และเท่าทันคู่แข่ง โอกาสที่ผลการดำเนินงานในทุก ๆ ด้านจะประสบผลสำเร็จจึงเป็นไปได้มาก . . .”

ขณะที่ผู้ประกอบการอีกรายเล็งเห็นว่าการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์การให้เกิดประโยชน์สูงสุดจะสามารถสร้างการบริการที่สะดวก รวดเร็ว และเป็นความสำเร็จในระยะยาวกว่า เพราะลูกค้าจะยินดีใช้บริการของร้านอย่างต่อเนื่อง โดยกล่าวว่า

> . . . ร้านเราทำธุรกิจประเภทประมูลโรงงาน ดังนั้น การรู้จักวางแผนกำลังคน ใช้คนให้เหมาะกับงาน ใช้เครื่องจักรให้ถูกประเภท นอกจากงานจะผิดพลาดน้อยแล้ว ลูกค้าจะพึงพอใจในผลงานเพราะการบริการจะรวดเร็ว สามารถขนย้ายขยะรีไซเคิลได้รวดเร็วตามความต้องการของลูกค้าเพราะสิ่งที่ลูกค้าต้องการไม่ใช่แค่ขายเครื่องจักรเก่าหรือเศษโลหะ เศษพลาสติกต่าง ๆ ที่โรงงานไม่ต้องการเท่านั้น แต่โรงงานต้องการที่จะกำจัดของที่ไม่ใช้แล้วเหล่านี้ให้หมดไปจากโรงงานเร็ว ๆ และสภาพภายหลังการขนย้ายต้องเป็นระเบียบ สะอาด การแข่งขันการประมูลโรงงานจึงขึ้นอยู่กับราคาที่ประมูลและการบริการที่ลูกค้าพึงพอใจด้วย ซึ่งทางร้านจะทำความสะอาดทุกครั้งหลังเก็บของจากโรงงานแล้ว ทำให้ลูกค้าพอใจมากและให้โอกาสทางร้านประมูลของในโรงงานทุกปี . . .

นอกจากนี้ การใช้การบริหารกลยุทธ์ด้านการตลาดให้หลากหลายและพลิกแพลงตลอดเวลาจะสามารถสร้างผลกำไรได้มากกว่าการมีการวางแผน แต่ไม่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง ผู้ประกอบการรายหนึ่งยกตัวอย่างของเทคนิคการซื้อมาขายไปของร้าน ที่นอกจากจะทำกำไรเพิ่มขึ้นแล้ว ร้านยังสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้รวดเร็วอีกด้วย

> . . . เทคนิคที่ใช้ในการซื้อมาขายไปต้องมีการพลิกแพลงตลอด อยู่ที่ว่าร้านจะใช้เทคนิคอะไรบ้างในการดึงดูดทั้งลูกค้าผู้ขายขยะรีไซเคิล และลูกค้าผู้ซื้อขยะรีไซเคิล ถ้าใช้กลยุทธ์ตามที่วางแผนไว้ให้ดี ผลกำไรก็เพิ่มขึ้น และร้านปรับตัวได้เร็วเวลาที่ตลาดเปลี่ยน ที่ผ่านมาร้านใช้หลาย ๆ วิธีการร่วมกันโดยเฉพาะพยายามใช้สิ่งต่าง ๆ ที่ร้านมีอยู่ให้ได้มากที่สุด . . .

ผู้ประกอบการหลายรายกล่าวย้ำว่าถึงความจำเป็นในการบริหารเงิน เพราะธุรกิจนี้เงินสดหมุนเวียนมีความสำคัญอย่างมาก ทำอย่างไรที่จะทำให้เงินสดที่มีอยู่สร้างผลกำไรได้หลาย ๆ รอบจากการซื้อมาขายไปอย่างรวดเร็ว หรือใช้เงินทุนในการเก็บสต๊อคสินค้าบางประเภทที่คาดว่าราคาจะดีขึ้นในระยะยาว ถือเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเงินให้คุ้มค่า เพื่อสร้างผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น ยกตัวอย่างคำกล่าวของผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ต้องใช้เงินสดหมุนเวียนให้เป็น หมุนให้ได้หลาย ๆ รอบ กำไรจะได้มากกว่าเก็งกำไรอย่างเดียว ตอนนี้มีเงินก้อนคิดว่าจะลงทุนซื้อที่ดินเป็นของตัวเองจะได้ไม่ต้องเช่า อาจเก็บเงินส่วนหนึ่งไว้ช้อนซื้อเหล็ก ถ้าราคาตกต่ำสุดเพราะในระยะยาวราคาก็คงกระเตื้องขึ้นแน่นอน . . .

ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับเครื่องมือทำมาหากิน อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ จะได้รับการบำรุงรักษาเพื่อใช้งานได้นาน ดังเช่นคำกล่าวของผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า “. . . ร้านจะใช้ของทุกอย่างให้คุ้มค่า เช่น เครื่องชั่งต้องคอยดูให้อยู่ในสภาพดี ลูกค้าเห็นก็จะได้ไม่ต่อว่าเราใช้กิโลเก่า ของอันไหนหนักเกินกิโลหกสิบ ก็ใช้กิโลปอนด์ คืออย่าใช้ผิด ของจะอยู่กับเราได้นาน ๆ เครื่องมือหากินต้องดูแลและใช้ให้เป็น . . .”

ส่วนผู้ประกอบการอีกรายคิดว่า การมีเครื่องมือ เครื่องจักร หากสามารถนำมาใช้งานอย่างเต็มที่จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้าน นำมาซึ่งการบริการที่ดี และผลิตภาพของงานที่สูงขึ้น โดยกล่าวว่า

> . . . บริษัทต้องแข่งประมูลกันหลายเจ้า เรื่องความพร้อมของเครื่องมือเครื่องจักรมีผลต่อการประมูล เพราะบางโรงงานเขาเข้มงวด เขาจะไม่ให้เราเอาขยะจากโรงงานของเขาออกไปกำจัดทิ้งมั่ว เพราะเขาจะเดือดร้อนเนื่องจากคู่ค้าต่างประเทศจะไม่ยอมรับ ตอนนี้เราเอาเงินส่วนหนึ่งมาลงทุนในเครื่องมือเครื่องจักรแล้วก็ต้องขยันหางานมาลงให้คุ้มที่ลงทุนไป คนงานก็ต้องฝึกอบรมให้ใช้เครื่องให้เป็น และประสิทธิภาพงานต้องออกมาดีเพราะมีเครื่องทุนแรงแล้ว . . .

นอกจากจะให้ความสำคัญกับเครื่องมือทำมาหากินแล้ว ผู้ประกอบการยังเน้นย้ำเรื่องการใช้แรงงาน โดยมีมุมมองว่าต้องมีวิธีจูงใจคนงานให้ทำงานให้ร้านอย่างเต็มที่ ขณะที่ร้านก็ต้องดูแลคนงานเหล่านี้ให้ดีด้วย เพราะหากคนงานทำงานด้วยความพึงพอใจและมีความจงรักภักดีต่อร้านแล้ว สิ่งที่ร้านจะได้คือผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวถึงการดูแลคนงานของร้านเหมือนญาติพี่น้อง ทำให้ร้านสามารถประสบความสำเร็จแม้จะมีวิกฤตเศรษฐกิจก็ตาม ทั้งนี้ ร้านต้องรู้จักการบริหารเงินสดหมุนเวียนให้ดี โดยกล่าวว่า

> . . . คนงานที่ขยันด้วยซื่อสัตย์ด้วยหายาก พี่จะมีวิธีดูแลลูกน้องอย่างเป็นกันเองอยู่กันเหมือนญาติพี่น้อง ให้ผลตอบแทนมากกว่ากับคนงานที่นิสัยดีจะได้จูงใจให้เขาทำงานเต็มที่ และอยู่กับเรานาน ๆ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่ช่วยให้ร้านประสบความสำเร็จคิดว่าน่าจะเป็นการบริหารเงินให้เป็น เพราะ เวลารับซื้อขยะต้องใช้เฉพาะเงินสดต้องหมุนเงินให้ทัน ร้านพี่มีเงินก้อนใช้หมุนรับซื้อมาแล้วขายไป ให้ได้กำไรเข้ามาหลายรอบ . . .

มีผู้ประกอบการอีกหลายรายที่ใช้ความเห็นเกี่ยวกับการให้สวัสดิการแก่คนงานเพื่อเป็นการจูงใจให้ทำงานอย่างเต็มที่เช่นกันและเสริมว่า ต้องอย่าใช้เงินทุนไปลงทุนในอบายมุข เพราะร้านอาจประสบปัญหาตามมาภายหลังอย่างแน่นอน โดยแนะนำว่า

> . . . ที่อื่นอาจไม่ค่อยมีสวัสดิการให้ แต่ลุงมีให้ทุกอย่าง อาหาร ที่พัก คนงานของลุงอยู่สบาย แต่เขาก็ทำงานให้เต็มที่ เจ้าของต้องมีวินัยเรื่องการเงิน เงินทุนที่ใช้ทำธุรกิจเท่านั้น ต้องไม่เอาไปทำอย่างอื่น บางร้านเอาไปซื้อหวย เล่นแชร์ สุดท้ายหมุนเงินไม่ทันต้องไปกู้นอกระบบ ดอกเบี้ยแพงมากสุดท้ายร้านก็ไปไม่รอด . . .

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสรุปได้ว่า ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่ร้านครอบครองอยู่มีอิทธิพลในทิศทางบวกกับผลการดำเนินงานของร้านในแง่ของร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน ผลิตภาพของร้าน ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการของร้าน ตลอดจนความยืดหยุ่น

ปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน ซึ่งสนับสนุนการทดสอบสมมติฐานที่ 11, 12, 14 และ 15 ตามที่กล่าวไปแล้ว อย่างไรก็ตาม สำหรับสมมติฐานที่ 13 ที่พบว่า ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของสินค้าอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิตินั้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นด้านคุณภาพว่า อยู่ที่เจ้าของร้านแต่ละร้านว่าเขาจะตั้งเป้าหมายให้ขยะรีไซเคิลของตนเองมีคุณภาพระดับใด ตามที่ได้แสดงผลสัมภาษณ์ก่อนหน้านี้ในเรื่องคุณภาพของสินค้า เพราะการยอมรับในการถูกตัดราคา เมื่อลูกค้าพบว่ามีของปะปนถือเป็นเรื่องที่ปกติ สำหรับขยะพลาสติกที่ต้องโม่บดให้มีชิ้นขนาดเล็กแล้วส่งให้โรงหลอมพลาสติก จะเป็นขยะรีไซเคิลที่ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการคัดแยกมากที่สุด เพราะพลาสติกคนละเชื้อไม่สามารถนำมาหลอมรวมกันได้ หรือถ้าเกิดการผิดพลาดในการปะปนของพลาสติกที่ไม่ใช่เชื้อเดียวกันแล้ว ลูกค้าอาจไม่รับซื้ออีกเลยในคราวต่อ ๆ ไป ขยะพลาสติกจึงถือว่ามีความยากที่สุดในเรื่องการจัดการด้านคุณภาพ ทำให้ร้านประเภทนี้มีไม่มากเนื่องจากต้องอาศัยความชำนาญสูงในการดูเชื้อพลาสติกจึงจะประสบความสำเร็จ

5.4.4 ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อระดับผลการดำเนินงานขององค์การ

5.4.4.1 ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ

ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จำนวน 300 ราย (การวิจัยเชิงปริมาณ) และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 41 ราย (การวิจัยเชิงคุณภาพ) พบว่าลักษณะของการดำเนินธุรกิจนี้เป็นลักษณะธุรกิจแบบครอบครัว โดยอาจเป็นสามี–ภรรยา บิดามารดา และบุตร พี่และน้อง ช่วยกันดำเนินกิจการ ดังนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์จึงเป็นผู้ประกอบการที่เข้ามาดูแลร้านเองทั้งหมดหรือดูแลร้านเองเป็นส่วนใหญ่ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 41 ราย มีความเห็นคล้ายคลึงกันว่า หากจะทำธุรกิจนี้ให้ประสบความสำเร็จ เจ้าของต้องลงมาทำเอง เพราะความสำเร็จของร้านขึ้นอยู่กับความสามารถในการตัดสินใจของเจ้าของร้าน การตัดสินใจดังกล่าวไม่ใช่เพียงการตัดสินใจด้านการตลาดคือการรับซื้อขยะรีไซเคิล การประมูลและการตัดสินใจจำหน่ายสินค้าออกไปเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับงานประจำในร้านด้วย เช่น การจัดหาแหล่งเงินทุน การบริหารเงินสดหมุนเวียน การรับคนเข้าทำงาน การจัดสรรงานให้คนงานทำในแต่ละวัน ตลอดจนดูแลสวัสดิการต่าง ๆ ให้คนงาน การจัดหาเครื่องมือ เครื่องจักรและรถประเภทต่าง ๆ พร้อมความใส่ใจในการบำรุงรักษาซ่อมแซม การวางแผนการตลาดซึ่งถือเป็นหัวใจของธุรกิจนี้ ต้องอาศัยความสามารถและการทุ่มเทการทำงานอย่างหนักของผู้ประกอบการ ซึ่งผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพเรื่องการตัดสินใจของผู้ประกอบการนี้สอดคล้อง และยืนยันผลการ

ทดสอบสมมติฐาน เรื่องความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรขององค์การ คุณภาพของสินค้าขององค์การ ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ (ยอมรับสมมติฐานที่ 16a, 18a, 19a และ 20a) โดยผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นในช่วงการสัมภาษณ์เชิงลึกในเรื่องของความสามารถในการตัดสินใจของตนเองไว้ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 อาศัยความสนใจข่าวสารข้อมูล เพื่อใช้ในการตัดสินใจของตนเอง จนสามารถผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ กล่าวว่า

> . . . งานภายในร้านขายของเก่าต้องใช้ความอดทน ขยัน ไม่รังเกียจอาชีพที่ทำและต้องใช้การตัดสินใจที่แม่นยำรวดเร็ว ขณะเดียวกันก็ต้องมีข้อมูลข่าวสารรอบด้านเพื่อประเมินความเสี่ยง เพื่อให้เราสามารถนำไปตัดสินใจที่ถูกต้องมากที่สุด ผมต้องตัดสินใจในช่วงวิกฤตที่ผ่านมาด้วยความระมัดระวัง ซึ่งก็สามารถปรับตัวได้ดีไม่เจ็บตัว . . .

จะเห็นว่าการตัดสินใจของผู้ประกอบการมีความสำคัญมาก เพราะร้านจะกำไรหรือขาดทุนปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งคือ การตัดสินใจที่ถูกต้อง ถูกเวลา ดังที่ผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า

> . . . การตัดสินใจของเจ้าของร้านจะมีผลต่อผลการดำเนินงาน เพราะ การตัดสินใจที่ถูกต้อง ถูกเวลา ผลที่ได้คือกำไรจากการซื้อ–ขาย การตัดสินใจในด้านการตลาด การบริหารจัดการทั้งคนและเครื่องมือ มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ผมคิดว่าการตัดสินใจของตัวเราต้องรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ด้วย เลยจำเป็นต้องลงมาทำงานด้วยตนเอง . . .

การตัดสินใจของผู้ประกอบการยังหมายถึงความรวดเร็ว หรือล่าช้าของการบริการของร้านอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น การตัดสินใจจัดสรรงานให้คนงาน ถ้าตัดสินใจจัดคนถูกกับงาน ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการก็จะเป็นที่พอใจแก่ลูกค้า ผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ความเอาใจใส่ในเรื่องการจัดสรรงานให้คนงานกล่าวว่า

> . . . ความรวดเร็วในการส่งสินค้าและการบริการหน้าร้าน ขึ้นอยู่กับว่าเราจะจัดวางตัวคนที่ต้อนรับลูกค้าหน้าร้าน หรือคนที่เข้าไปประมูล เพราะการบริการให้ลูกค้าประทับใจเริ่มที่ตัวบุคคลที่ติดต่อกับลูกค้า เราในฐานะเจ้าของร้านต้องสามารถตัดสินใจ วางแผนให้ดี ให้งานออกมาดี . . .

เช่นเดียวกับผู้ประกอบการอีกรายที่ให้ความสำคัญกับการเลือกคนให้ถูกกับงาน เป็นศาสตร์ของการตัดสินใจเรื่องทรัพยากรมนุษย์ที่ตนเองได้เรียนมา โดยกล่าวว่า ". . . บางครั้งเราต้องเลือกคนให้เหมาะกับงาน เมื่อดูว่าในบรรดาคนงาน ใครที่มีแววว่าจะทำงานได้ดีก็ต้องให้โอกาส ดังนั้น การตัดสินใจเรื่องคน จึงเป็นสิ่งสำคัญด้วย เพราะร้านต้องอาศัยบุคลากรไม่ใช่เจ้าของร้านทำงานอยู่เพียงคนเดียว . . ."

ดังที่กล่าวมาแล้วในเรื่องของผลการดำเนินงานด้านคุณภาพของสินค้าว่า ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้ประกอบการว่าจะมีนโยบายหรือตั้งเป้าหมายของคุณภาพของสินค้าไว้ในระดับใด จากการสัมภาษณ์เชิงลึกช่วยยืนยันในประเด็นนี้เช่นกันว่า คุณภาพของสินค้าอยู่ที่การตัดสินใจของผู้ประกอบการ ยกตัวอย่างคำกล่าวของผู้ประกอบการ 2 รายดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ตั้งเป้าหมายของคุณภาพของสินค้า โดยพิจารณาจากศักยภาพของร้านเป็นหลักกล่าวว่า

> . . . ด้านคุณภาพของสินค้า ขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการจะตัดสินใจตั้งเป้าหมายของการคัดแยกขยะให้ได้ตรงตามตลาดหรือลูกค้าผู้รับซื้อมากน้อยเพียงใด ซึ่งเราก็ต้องดูว่าจำนวนคนงาน ทักษะคนงาน และเครื่องไม้เครื่องมือที่มีอยู่ในการคัดแยกตรวจสอบ ของเรามีศักยภาพว่าจะทำได้มากน้อยเพียงใด บางช่วงเวลาที่มีขยะเข้ามามาก และคัดแยกไม่ทันก็อาจจำเป็นต้องขายตามสภาพซึ่งราคาก็จะต่ำกว่าของที่ได้รับการคัดแยกแล้วบางส่วน เราก็ต้องยอมบ้าง แต่ถ้ามีเวลาและกำลังคนเพียงพอจะพยายามคัดแยกเพื่อให้ได้คุณภาพที่ดี ซึ่งก็จะได้ราคาดีด้วยเช่นกัน . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 กล่าวถึง คุณภาพของสินค้ามาจากการทำงานของคนงาน แต่เจ้าของก็มิอาจทิ้งภาระนี้ไปได้ การจะให้คุณภาพของสินค้าออกมาตามความพอใจของลูกค้า การตัดสินใจเข้าไปดูแลอย่างใกล้ชิดของผู้ประกอบการจึงมีผลอย่างมาก โดยได้กล่าวไว้ว่า

> . . . ร้านสามารถควบคุมคุณภาพสินค้า และทำให้ลูกค้าพึงพอใจมาโดยตลอด จะโทษว่าความผิดพลาดเกิดจากคนงานอย่างเดียวไม่ถูกต้อง เพราะเจ้าของร้านต้องใส่ใจ และให้ความสำคัญกับคุณภาพทั้งของสินค้าและการบริการ การสอนลูกน้องให้ทำงานอย่างมืออาชีพเพื่อให้งานออกมาดี จึงขึ้นอยู่กับตัวเรา ซึ่งถ้าเราเข้ามาคลุกคลีกับการทำงานของร้านในทุกขั้นตอน โดยอาศัยผู้ร่วมงานและคนในครอบครัวช่วยกัน ก็จะทำให้เราสามารถตัดสินใจได้ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ สามารถปรับตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อความอยู่รอดได้ดียิ่งขึ้นด้วย . . .

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าในช่วงที่ทำการวิจัยเป็นช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่ท้าทายความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก ซึ่งมีผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า

> . . . ช่วง 1 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2552) สถานการณ์ด้านราคาของขยะรีไซเคิลมีความผันผวนอย่างรุนแรง เนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก นับว่าเป็นความท้าทายของเจ้าของร้านมาก การตัดสินใจในสภาวการณ์ที่มีความไม่แน่นอนสูงจึงเป็นการวัดความสามารถในการตัดสินใจของเจ้าของร้านได้ดีที่สุด . . .

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจต่อผลิตภาพขององค์การ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 17a) ซึ่งมีเหตุผลของผู้ประกอบการบางรายที่สามารถอธิบายเหตุผลของความไม่สอดคล้องได้ ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 กล่าวถึงผลิตภาพของคนงานที่ตนเองไม่สามารถพัฒนาไปได้มากไปกว่านี้ เพราะความเป็นคนมีความเมตตา ซึ่งผู้ประกอบการรายนี้กล่าวว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเจอปัญหาแรงงานไทยไม่ค่อยขยันและเจ้าของร้านไม่สามารถตัดสินใจได้ดี ในเรื่องของผลิตภาพของคนงานเพราะสงสารคนงานเหล่านั้น โดยกล่าวว่า “. . . คนงานอยู่กันมานานเหมือนพี่เหมือนน้อง บางครั้งเขาขี้เกียจบ้าง กินเหล้าบ้างก็ไม่อยากไปว่า เรื่องแรงงานไทยไม่ขยันเจอปัญหากันทุกร้าน แต่ก็ให้โอกาสเขาทำงานเพราะไปทำงานอื่นเขาก็ไม่รับ บางที่ไม่ได้ดังใจเราก็ต้องมาทำเอง . . .”

ส่วนผู้ประกอบการอีกรายกล่าวถึงปัจจัยด้านความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การว่ามีผลทำให้การตัดสินใจด้านผลิตภาพของร้านด้อยลง เพราะความไม่พร้อมของคนงาน และเครื่องมือทำมาหากินของร้านเอง โดยให้เหตุผลว่า

> . . . ร้านรับซื้อของเก่า ปัญหาเรื่องการจัดร้านให้เรียบร้อยต้องอาศัยความอดทน เจ้าของร้านต้องเป็นคนมีระเบียบ วางแผนการทำงานให้ดีเพราะงานจะไม่ออกตามเป้า บางที่เราตัดสินใจไปแล้วก็มีผิดพลาดได้เพราะงานเหล่านี้ต้องอาศัยคนงาน เครื่องมือต้องพร้อม หรือบางที่ปัญหาก็มาจากคนรับซื้อด้วยเหมือนกัน . . .

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวข้างต้น การตัดสินใจของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภาพขององค์การขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านคน และเครื่องมือ/เครื่องจักรที่เป็นปัจจัยด้านทรัพยากร ตลอดจนปัญหาจากผู้รับซื้ออีกด้วย

สรุปได้ว่า ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถยืนยันเรื่องความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจต่อผลการดำเนินงานขององค์การได้เกือบทุกประเด็น ดังนั้น ความสามารถในการแข่งขันขององค์การจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ

5.4.4.2 ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ข้อค้นพบที่ได้จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ที่สำคัญประการหนึ่ง คือผลของความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ของผู้ประกอบการ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณสรุปว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องนวัตกรรมค่อนข้างน้อย จึงมีผลให้ความสามารถในเรื่องการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ มีความสามารถในด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ น้อย เช่น การหาขยะรีไซเคิลใหม่ ๆ การหาวิธีการรับซื้อใหม่ ๆ และวิธีการคัดแยกใหม่ ๆ รวมทั้ง การหาตลาดรับซื้อใหม่ ๆ

จะเห็นว่าผลจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ (ยอมรับสมมติฐานที่ 17b และ 20b) ขณะที่ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายขององค์การ คุณภาพของสินค้าขององค์การ และความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการขององค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 16b, 18b และ 19b) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของธุรกิจมีข้อจำกัดของตลาดที่เป็นตัวกำหนดขยะใหม่ที่เกิดขึ้น หมายถึงต้องเกิดความต้องการของตลาดก่อน จึงมีผู้คิดเก็บรวบรวมขยะรีไซเคิลชนิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาขายให้ตลาด อีกประการหนึ่งคือ ตลาดของการใช้ขยะรีไซเคิลค่อนข้างผูกขาดทำให้การหาตลาดใหม่ต้องใช้เวลาและความพยายามสูง อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมด้านกระบวนการผลิต ซึ่งหมายถึงวิธีการรวบรวมขยะ คัดแยก แปรรูปและขนส่ง สามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นได้หากผู้ประกอบการให้ความสำคัญ ความสามารถในการสร้างสรรค์กระบวนการผลิตใหม่ ๆ จึงน่าจะมีผลต่อผลิตภาพขององค์การและความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มีผู้ประกอบการที่ให้เหตุผลสนับสนุนในปัจจัยเหล่านี้ ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ให้ความสำคัญกับการคัดแยก และการทำให้ขยะรีไซเคิลสามารถขนส่งได้ง่าย กล่าวว่า

> . . . เพราะว่าเคยเป็นช่างมาก่อน ทำให้เรารู้ว่าจะดัดแปลงเครื่องมือเครื่องจักรอย่างไรให้สามารถใช้ได้เหมาะสมกับงานของเรา เรามีการดัดแปลงเครื่องจักรในการตัดเหล็ก การบีบอัดเหล็ก หรือกระป๋องอลูมิเนียมอย่างง่าย ๆ ใช้เงินไม่สูงมากนัก แต่ก็ใช้ได้ผลไม่ต่างจากเครื่องจักรที่ผลิตขายราคาแพง ๆ . . .

ขณะที่ผู้ประกอบการอีกรายที่อยู่ในองค์การมานาน กล่าวถึงกระบวนการในการรวบรวมขยะรีไซเคิลให้ได้มาก ซึ่งตนเองทำมานานแล้ว โดยกล่าวว่า

> . . . การรวบรวมขยะรีไซเคิลแบบใหม่ ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย สำหรับร้านเรามีวิธีการรวบรวมโดยการสร้างเครือข่ายซาเล้ง โดยการให้เงินลงทุนแก่ซาเล้งไปก่อน แล้วซาเล้งจะนำของมาขายให้ร้านโดยหักเงินทุนที่ให้ไป วิธีนี้ไม่นับว่าเป็นวิธีการที่ใหม่เพราะทำกันมานานแล้ว . . .

ในความเป็นจริงวิธีการเข้าถึงแหล่งขยะรีไซเคิลมีการพัฒนาวิธีการหลากหลายมากขึ้น เช่น การจัดทำธนาคารขยะ แต่มีบางแห่งที่ได้ผลและบางแห่งที่ล้มเหลว ซึ่งผู้ประกอบการคิดว่าอยู่ที่ความร่วมมือของภาครัฐและชุมชน โดยกล่าวว่า

> . . . ร้านก็เคยพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมรวบรวมขยะกับชุมชน โรงเรียน วัด แต่มักจะพบว่า ชุมชน โรงเรียน หรือวัดจะให้ความสนใจเฉพาะในช่วงแรก ๆ ที่เริ่มโครงการ แต่พอนานเข้าก็ไม่ค่อยให้ความร่วมมือเท่าที่ควร ทำให้ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายของร้านที่จะเข้าไปทำกิจกรรมดังกล่าว . .

การสร้างเครือข่าย และร่วมมือกันจึงเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะพัฒนาวิธีการให้ได้มาซึ่งขยะรีไซเคิลที่มากขึ้น เข้าถึงแหล่งขยะรีไซเคิลมากขึ้น ดังเช่นผู้ประกอบการรายหนึ่งที่สร้างเครือข่ายเพื่อสามารถแข่งขันในการมาของสินค้า โดยกล่าวว่า

> . . . ร้านเราอยู่ในวงการมานานหรือแม้แต่ผู้ที่เพิ่งเข้าวงการมาต่างก็รู้ดีว่า ความจำเป็นที่ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและมีเครือข่ายที่อยู่ในวงในของกลุ่มผู้รับซื้อเป็นสิ่งสำคัญ บางครั้งต้องมีผลประโยชน์ต่างตอบแทนเพื่อกีดกันคู่แข่งไม่ให้สามารถมาแย่งตลาด แย่งแหล่งซัพพลายของเราได้ . . .

จากคำกล่าวข้างต้นของผู้ประกอบการทำให้เห็นถึงความพยายามในการหาหนทางรวบรวมขยะรีไซเคิลให้ได้มาก การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ขยะรีไซเคิลก่อนส่งจำหน่าย และการจัดระบบงานให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลมากขึ้น โดยการประดิษฐ์เครื่องมือ/เครื่องจักรต่าง ๆ มาทุ่นแรง ทั้งหมดคือ ความหมายของนวัตกรรมกระบวนการผลิต (Process Innovation) ผู้วิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวคิดนี้อยู่ในใจและพยายามพัฒนามาอย่างต่อเนื่องโดยไม่รู้ตัว บางร้านสามารถประดิษฐ์เครื่องมือง่าย ๆ มาใช้กับงานของร้าน เช่น เครื่องตากถุงพลาสติกภายหลังจากการซักทำความสะอาดถุงพลาสติกแล้ว ทำให้ใช้พื้นที่ในการตากถุงพลาสติกน้อยและแห้งเร็ว

การดัดแปลงเครื่องจักรที่มีอยู่เดิมให้เหมาะแก่การใช้งานของร้านมากขึ้น ซึ่งเป็นเทคนิคที่แต่ละร้านจะคิดค้นกันขึ้นมาเอง การเก็บรวบรวมขยะโดยการส่งรถไปรับตามที่ต่าง ๆ เรียกว่า รถโมบายถือเป็นนวัตกรรมของกระบวนการรวบรวมขยะรีไซเคิลให้ได้มาก ซึ่งเป็นผลงานของวงษ์พาณิชย์ที่นอกเหนือไปจากธนาคารขยะและผ้าป่าขยะที่ดำเนินการไปก่อนหน้านี้

เนื่องจากความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อร้อยละของผลกำไร คุณภาพของสินค้า และความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เป็นเพราะเหตุผลที่ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความสำคัญกับการค้นหาขยะรีไซเคิลประเภทใหม่ ๆ มุ่งเน้นตลาดใหม่ ๆ หรือ พัฒนากระบวนการผลิตใหม่ ๆ เท่าที่ควร จึงทำให้ภาพรวมของความสามารถในด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการในธุรกิจนี้มีน้อย และมีความคล้ายคลึงกันจนทำให้ไม่สามารถวัดนัยสำคัญทางสถิติได้ในทุกตัวแปรตามที่กำหนด

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยสังเกตว่าผู้ประกอบการไม่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการค้นหาขยะใหม่ ๆ หรือตลาดใหม่ ๆ เพราะติดปัญหาอุปสรรค์หลายประการ เช่น ผู้ประกอบการที่ต้องการหาขยะใหม่ ๆ แต่ไม่มีตลาดรองรับกล่าวว่า

> . . . เราก็มีความสนใจในเรื่องการหาขยะรีไซเคิลตัวใหม่เหมือนกัน เพื่อให้ร้านสามารถมีขยะรีไซเคิลมากชนิดขึ้น แต่ติดปัญหาว่า ยังไม่มีตลาดที่ต้องการขยะรีไซเคิลเหล่านั้น ทำให้เมื่อเก็บรวบรวมมาแล้วไม่สามารถขายได้ ถ้าเราซื้อรวบรวมมาแล้วไม่มีตลาด เราก็ไม่กล้าเสี่ยงขาดทุน ทำให้ความคิดด้านการหาขยะตัวใหม่ ๆ ไม่ค่อยมีการพัฒนา . . .

หรือผู้ประกอบการอีกรายที่มองเห็นความสำคัญของการคิดค้นขยะใหม่ ๆ แต่ยังต้องรอเวลาให้ตลาดเกิดขึ้นก่อน กล่าวว่า

> . . . จะเห็นได้ว่าที่ผ่านมามีความพยายามที่จะนำขยะต่าง ๆ กลับมาแปรรูปใหม่เพื่อใช้ประโยชน์ โดยการพัฒนาเทคโนโลยีในการแปรรูปขยะให้กลายเป็นวัตถุดิบที่ใช้ได้จริงในการผลิต เช่น มีการนำกล่องนมมาทำเป็นแผ่นรองพื้น หรือผลิตเป็นโต๊ะ เก้าอี้ การนำยางรถยนต์มาทำน้ำมันยางมะตอย นำโฟมมาหลอมเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้นจะเป็นตัวกำหนดความต้องการของขยะใหม่ที่จะนำกลับมาใช้เป็นขยะรีไซเคิล เพราะฉะนั้นขยะตัวใหม่จะเกิด ต้องมีความต้องการของตลาดในขยะรีไซเคิลชนิดใหม่นั้นก่อน เราจึงจะเริ่มเก็บรวบรวมขยะรีไซเคิลเหล่านั้นมาขาย เพราะขยะรีไซเคิลที่เกิดขึ้น บางครั้งปริมาณน้อยหรือมี

ความยุ่งยากในการเก็บรวบรวม เช่น ขยะโฟม มีน้ำหนักเบา แต่มีปริมาตรมากไม่สะดวกแก่การรวบรวม เพราะต้นทุนการขนส่งจะสูง ทำให้เราต้องรอให้มีความต้องการเกิดก่อนสักระยะหนึ่งและต้องมีปริมาณความต้องการที่เพียงพอต่อการลงทุน เราจึงจะนำขยะตัวใหม่ ๆ เข้ามาได้อีกอย่างเรื่องคุณภาพสินค้าใหม่ บางครั้งยังไม่ชัดเจนเรื่องสเปค คนก็ยังไม่กล้าเสี่ยงทำ . . .

เหตุผลอีกประการหนึ่งของปัญหาของการหาขยะตัวใหม่ ๆ คือ การขาดการประชาสัมพันธ์ทำให้ประชาชนไม่รู้จึงไม่มีใครคัดแยก และนำขยะใหม่เหล่านั้นมาขาย ผู้ประกอบการบางรายสามารถมีคำสั่งซื้อขยะใหม่บางชนิด แต่ไม่สามารถรวบรวมได้และจัดส่งให้ลูกค้าไม่ได้ตามที่ตกลงกัน กล่าวว่า

. . . สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการค้นหาขยะใหม่ ๆ คือ ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ภาคครัวเรือนคัดแยกขยะเหล่านั้นไว้ด้วย เพราะบุคคลทั่วไปจะคุ้นเคยกับการแยกขวด กระดาษ พลาสติก เศษเหล็กและโลหะต่าง ๆ เอาไว้ขาย ถ้าไม่มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ว่าขยะบางอย่างสามารถเก็บมาขายได้ ภาคครัวเรือนก็จะทิ้งเป็นขยะทั่วไป ทำให้ปะปนกับขยะสกปรก การรณรงค์เรื่องขยะจากกล่องนมเป็นตัวอย่างที่ดี เพราะครัวเรือนเริ่มคัดแยกกล่องนมเพื่อขายหรือนำมาบริจาคมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความต้องการใช้ขยะชนิดนี้ยังอยู่ในวงจำกัด มีเฉพาะบางร้านเท่านั้นที่รับซื้อและผู้ที่มีกล่องนมและคิดจะเอามาขายก็มีไม่มากเพราะการจะนำมาขายได้ต้องมีขั้นตอนในการทำความสะอาดก่อน ทำให้เขาไม่อยากเอามาขายเพราะเห็นว่าเสียเวลา สำหรับร้านเราก็ไม่รับซื้อเพราะไม่มีตลาดรองรับเช่นกัน . . .

สำหรับนวัตกรรมด้านการหาตลาดใหม่ ๆ มีผู้ประกอบการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความยุ่งยากในเรื่องนี้ ดังนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 กล่าวถึงการทำตลาดส่งออกว่าจำกัดเฉพาะผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเท่านั้น โดยกล่าวว่า

. . . การหาตลาดใหม่ ๆ เช่น การส่งขยะรีไซเคิลไปขายยังต่างประเทศ เป็นตลาดส่งออก ซึ่งจำกัดเฉพาะร้านที่มีความสามารถในเรื่องการรวบรวมขยะให้ได้ในปริมาณมากเพื่อการส่งออก และยังต้องเป็นร้านที่มีเงินทุนมากพอ รวมทั้ง ต้องมีความรู้ด้านการส่งออกเป็นอย่างดีเพราะกฎหมายที่เกี่ยวกับเรื่องการนำเข้า–ส่งออกขยะรีไซเคิลนับวันจะมีความเข้มงวดมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีผู้ส่งออกขยะพิษออกไป

> ทิ้งยังประเทศอื่นสร้างความเดือดร้อนในหลายประเทศ จึงเป็นการยากสำหรับร้านเล็ก ๆ หรือร้านที่ไม่มีความรู้ด้านการส่งออกอย่างร้านเรา . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 กล่าวเสริมว่า

> . . . การส่งออกยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับตลาดด้วย เพราะการหาคู่ค้าที่มีความน่าเชื่อถือเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก เราเคยถูกโกงจากการส่งออกขยะรีไซเคิลไปยังประเทศจีนในช่วงที่ผ่านมา เพราะช่วงที่ราคาเหล็กตกต่ำลงอย่างมาก ลูกค้าเราจึงปฏิเสธไม่ยอมรับเศษเหล็ก (Scrap) ที่ส่งออกไป ทำให้เราขาดทุนอย่างมาก . . .

เช่นเดียวกับปัญหาของตลาดที่ถูกผูกขาด และบางครั้งมีความไม่แน่นอนสูง ยกตัวอย่างของผู้ประกอบการรายหนึ่งที่ต้องขาดทุน เพราะหาขยะตัวใหม่มาได้แต่ตลาดเปลี่ยนแปลงไปแล้ว

> . . . ตลาดมีความไม่แน่นอนสูง เช่น ความต้องการของที่นอนหรือหมอนที่ทำจากนุ่นที่ใช้แล้ว บางครั้งมีลูกค้ามาบอกให้เก็บรวบรวมแต่ภายหลังไม่มารับซื้อตามที่สัญญากันไว้ทำให้ร้านตัดสินใจไม่สนใจในการค้นหาขยะตัวใหม่ ๆ และมุ่งเน้นไปที่ขยะประจำที่ร้านขายได้แน่นอนดีกว่า . . .

ส่วนผู้ประกอบการที่ให้ความเห็นว่าตลาดในประเทศมีการผูกขาด ทำให้ร้านไม่สามารถพัฒนาคุณภาพของสินค้าและการบริการได้เนื่องจากมีการกำหนดราคาโดยผู้ซื้อเพียงไม่กี่ราย โดยกล่าวว่า

> . . . ตลาดในประเทศค่อนข้างผูกขาด เพราะมีผู้รับซื้อปลายทางที่เป็นผู้ใช้ขยะรีไซเคิลรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย เช่น โรงหลอมเหล็ก โรงงานผลิตกระดาษ โรงงานผลิตสินค้าจากพลาสติก ซึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมเหล่านั้น คือ ผู้ที่กำหนดราคาโดยขึ้นอยู่กับระบบอุปสงค์ คือเมื่อมีความต้องการสูงก็จะเสนอราคารับซื้อดีเพื่อให้ได้ขยะรีไซเคิลในปริมาณมากตามความต้องการ ในทางตรงกันข้ามถ้าความต้องการใช้ลดลง ราคาก็จะลดลงไปด้วย . . .

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าการสร้างสรรค์ขยะใหม่ ๆ ของร้านรับซื้อของเก่า ยังคงมีข้อจำกัดด้านการตลาดและการขาดการประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความพยายามอย่างเต็มที่ในประเด็นนี้ เช่นเดียวกับการค้นหาตลาด

ใหม่ (Market Innovation) ที่ยังไม่เคยมีใครเข้าถึงมาก่อน นับว่าเป็นเรื่องยากสำหรับผู้ประกอบการของธุรกิจนี้

5.4.5 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพมาจาก 3 ส่วนด้วยกัน คือ 1. จากการสัมภาษณ์ ดร. สมไทย วงษ์เจริญ ประธานกรรมการโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์ ในช่วงที่ผู้วิจัยปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อสร้างมาตรวัด ในช่วงดังกล่าว ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมภาษณ์ ดร. สมไทย วงษ์เจริญ ซึ่งเป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นนักนวัตกรรม และเป็นผู้บุกเบิกงานด้านขยะรีไซเคิลที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจนได้รับสมญานามว่าเป็น “ราชาแห่งรีไซเคิล” 2. จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในช่วงที่ผู้วิจัยปรึกษาผู้ประกอบการเพื่อสร้างมาตรวัด โดยผู้ประกอบการทั้ง 10 ท่าน นอกจากจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรวัดที่ผู้วิจัยเตรียมขึ้นเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขก่อนนำมาใช้เพื่อเก็บข้อมูลในภาคสนามแล้ว ผู้ประกอบการเหล่านั้นยังให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจนี้ในแง่มุมต่าง ๆ พร้อมทั้งถ่ายทอดประสบการณ์เพื่อเป็นประโยชน์แก่งานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมาก และ 3. จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในช่วงการเก็บข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ โดยมีคำถามเปิดในช่วงท้ายของการสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ประกอบการทั้ง 300 ราย แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ 41 ราย ที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยซักถามเชิงลึกทางโทรศัพท์ ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพที่รวบรวมได้ในครั้งนี้นับว่ามีคุณค่าแก่การวิจัยเป็นอย่างมาก เพราะผู้ประกอบการทุกท่านยินดีและมีความกรุณาในการให้ข้อมูลทางธุรกิจพร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ทั้งในเชิงปฏิบัติ เชิงนโยบาย และเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและสนใจในธุรกิจนี้อย่างมากมาย ดังที่ผู้วิจัยจะได้นำเสนอดังต่อไปนี้

5.4.5.1 ข้อเสนอแนะจาก ดร. สมไทย วงษ์เจริญ

วันที่ทำการสัมภาษณ์ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2552

เวลาสัมภาษณ์ 15.00–17.00 น.

สถานที่ วงษ์พาณิชย์สาขาบายพาส-ศรีราชา จังหวัดชลบุรี

ดร. สมไทย วงษ์เจริญ ถือเป็นผู้บุกเบิกการมีทัศนคติเชิงบวกแก่ผู้คนให้หันมาเห็นคุณค่าของขยะ โดยมีทัศนคติว่า ขยะคือเหมืองแร่ในเมืองที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นเจ้าของสโลแกน “ขยะคือทองคำ” ดร. สมไทย ได้แนะแนวทางแก่ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจนี้ หากต้องการประสบผลสำเร็จไว้หลายประการ

คนที่จะเข้าทำธุรกิจนี้ ก่อนอื่นต้องมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับขยะก่อน ต้องมองว่าขยะคือทองคำ คนที่ทำธุรกิจนี้มีโอกาสกลายเป็นเศรษฐีกันทุกคน ถ้า ขยัน อดทน ตั้งใจทำมาหากิน ที่สำคัญต้องเป็นคนดี และนี่เป็นคุณสมบัติข้อแรกของวงษ์พาณิชย์ ใครจะเข้ามาเป็นวงษ์พาณิชย์ต้องเป็นคนดี ซื่อสัตย์ต่ออาชีพ ก็จะอยู่ได้นาน เพราะขยะรีไซเคิลมีแต่คนต้องการ มีแต่คนจะเข้ามาหาเราเพราะฉะนั้น หัวใจสำคัญของธุรกิจนี้ต้องหาขยะรีไซเคิลมาให้ได้มาก แล้วทำการคัดแยกแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า พลาสติกแยกประเภท เหล็กหนา เหล็กบาง ราคาแตกต่างกันลิบลับ ต้องมีความคิดริเริ่มทำอย่างไรคนถึงจะเอาขยะมาขายให้เรา ชื่อเสียงของวงษ์พาณิชย์ที่มีเครือข่ายกว่าหนึ่งหมื่นห้าพันรายทั่วประเทศเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง การทำการตลาด จึงมีทั้งสองทางคือ ทำการตลาดเพื่อดึงดูดให้คนเอาขยะมาขายเรา ให้คนมาเรียกใช้บริการของเรา ความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ทำได้จริงตามที่ตกลง รวดเร็วในการบริการเป็นมืออาชีพ มีความคิดริเริ่มในการหาแนวทางใหม่ ๆ เช่น การจัดตั้งธนาคารขยะ การทำผ้าป่าขยะ ออกรถโมบายขยะ การจัดการขยะจากโรงพยาบาลที่คนอื่นเขายังไม่เข้าไปทำ ล้วนเป็นนวัตกรรมกระบวนการในการเข้าถึง แหล่งขยะรีไซเคิล .... วงษ์พาณิชย์ประกาศราคาซื้อขายชัดเจนทุกวัน ใช้เครื่องชั่งดิจิตอลที่มีมาตรฐาน ทำทุกอย่างถูกกฎหมาย โปร่งใส อันนี้เป็นหลักการตลาดง่าย ๆ ที่ทุกคนสามารถทำได้ ต้องเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ใครที่คิดจะทำธุรกิจนี้ต้องเข้ามาคลุกคลี เรียนรู้ตลอดชีวิต ต้องเป็นผู้นำ.... เป้าหมายของวงษ์พาณิชย์ตอนนี้ไปไกลกว่าการทำธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรอย่างเดียว เราต้องช่วยกันสร้างจิตสำนึกให้ทุกคนมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ต่อโลกมนุษย์ ถ้าทุกคนช่วยกันคัดแยกขยะ เราจะมีขยะรีไซเคิลมากขึ้น ไม่ใช่เอาไปเผาหรือฝังกลบอย่างเดียว คนทำอาชีพนี้จงภูมิใจว่าเราช่วยโลก.....ตลาดอีกทางคือ ตลาดของผู้รับซื้อผู้ใช้ขยะรีไซเคิล เช่น โรงหลอมเหล็ก โรงงานกระดาษ โรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์พลาสติก กระป๋องอลูมิเนียม ล้วนต้องอาศัยขยะรีไซเคิลเป็นวัตถุดิบในการผลิต เพราะวัตถุดิบใหม่มีราคาแพง ต้นทุนในการผลิตสูงเพราะใช้พลังงานในการหลอมสูงกว่ามาก เราช่วยให้เขามีวัตถุดิบราคาถูกใช้ ต้นทุนต่ำลง เราก็ใช้ของราคาถูกลงด้วย เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า กอบกู้ทรัพยากรที่ตายแล้วให้กลับคืนมา ด้านคุณภาพของสินค้า ยี่ห้อวงษ์พาณิชย์รับประกันคุณภาพทุกก้อน ลูกค้าจึงค้าขายกับเราด้วยความสบายใจ เรียกว่า “ซื่อสัตย์ ซื่อตรง ต้องวงษ์พาณิชย์” ตรงนี้เองที่ทำให้เราได้ราคารับซื้อดีกว่าคนอื่น เพราะมีทั้งคุณภาพ และปริมาณ ที่วงษ์พาณิชย์สามารถป้อนให้กับลูกค้าตามความต้องการอย่างต่อเนื่อง

ดร. สมไทย ยังกล่าวถึงการทำธุรกิจแฟรนไชส์ว่าเป็นการสร้างเครือข่าย (Network) ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทำธุรกิจนี้ในระยะยาว

> ช่วงแรกคนคิดว่า วงษ์พาณิชย์เก็บค่าแฟรนไชส์กำไรมหาศาล เราไม่ได้เอาเปรียบคู่ค้า เราต้องการสร้างเครือข่าย และ แบรนด์ ลูกศิษย์ที่มาเข้าอบรม เรียนรู้กับวงษ์พาณิชย์ ใครอยากไปเปิดร้านใช้ชื่อวงษ์พาณิชย์ก็ได้ ใครจะไปเปิดเป็นชื่อร้านของตนเองก็ได้ ไม่บังคับ ให้อิสระในเรื่องการขายด้วย ไม่บังคับว่าต้องเอาสินค้ามาขายให้สำนักงานใหญ่ ตอนแรกเรามีเก็บค่ามัดจำเพื่อให้แน่ใจว่าคนที่จะใช้ชื่อวงษ์พาณิชย์ ต้องทำตามแนวคิดของเรา คือ ค้าขายเป็นธรรม ซื่อสัตย์ และมีจรรยาบรรณในอาชีพ ค่ามัดจำเราก็คืนให้ ช่วงหลังมานี้ เราไม่เก็บค่าแรกเข้า (ฟรี) ค่ารอยัลตี้รายเดือนก็ไม่เอา แถมเราช่วยบริหาร ประกันราคา ให้ข่าวสาร บอกความเป็นไปของตลาดทั่วโลก... ตอนนี้ผมไปช่วยสังคม โดยไปบรรยายให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องของขยะ รณรงค์ให้คนคัดแยกขยะให้เห็นคุณค่าของขยะว่าแปลงมาเป็นเงินได้ สร้างอาชีพ สร้างรายได้จากขยะและช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชื่อเสียงของวงษ์พาณิชย์เลยดังแบบไม่ต้องเสียค่าโฆษณาทางทีวี หรือ สื่อที่ไหน คนรู้จักวงษ์พาณิชย์ เพราะเราเป็นผู้ให้ ให้ความรู้ ให้โอกาส โดยเฉพาะคนด้อยโอกาส คนพิการเรายังรับเข้ามาทำงานด้วยเลย

ในแนวความคิดของ ดร. สมไทย ผู้ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นนักนวัตกรรมของขยะรีไซเคิล กล่าวว่า แม้ธุรกิจนี้จะเป็นอาชีพที่หลายคนเคยดูถูก มองข้ามมาโดยตลอด และคิดว่าความคิดสร้างสรรค์ไม่น่าจะมาเกิดขึ้นได้ในแวดวงธุรกิจรับซื้อและรวบรวมขยะ แต่ ดร. สมไทย ได้แสดงความคิดเห็นที่แตกต่าง

> คนเราต้องเรียนรู้ไม่มีวันจบ ถ้าคิดว่ารวยแล้ว สำเร็จแล้ว เลยหยุด นั่นคือ เราถอยหลัง ทั่วโลกเขาพัฒนานวัตกรรมกันทุกวัน ขยะรีไซเคิลเกิดใหม่ จากการพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถแปรรูปขยะให้ใช้ประโยชน์ได้ บางทีไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีสูงส่งอะไร เราก็แปลงขยะมาเป็นเงินได้ เช่น เศษข้าว เศษอาหาร เอามาคัดแยกให้ดี ส่งขายฟาร์มหมู ฟาร์มปลา กากไขมันที่ลอยในน้ำเน่า น้ำทิ้ง เราช้อนมาตากแห้งทำเป็นเชื้อเพลิง กล่องนม โฟม เปลือกหอย เปลือกผลไม้ เอามารีไซเคิลใช้ประโยชน์ได้ทั้งสิ้น เป้าหมายต่อไปของเราคือ ใช้ขยะให้ได้ 100% ต้องคิดว่าขยะไม่มีในโลกนี้ มีแต่ทรัพยากรใช้แล้วที่เราต้องนำกลับมาใช้ใหม่ให้คุ้มที่สุด ตลาดรับซื้อตอนนี้เราจำเป็นต้องพึ่งตลาดทั้งในประเทศและส่งขายต่างประเทศ ซึ่งต่อไป

> เราควรที่จะเอาขยะรีไซเคิลเหล่านี้มาใช้เองในบ้านเรา ต้องพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยให้มีการนำขยะรีไซเคิลมาใช้ในการผลิตมากขึ้น ซึ่งภาครัฐต้องส่งเสริม สนับสนุนอย่างจริงจัง. . . การสร้างเครือข่ายถ้าไม่มีแฟรนไชส์ ก็รวมตัวกันเองได้ เป็นนวัตกรรมของการรวบรวมขยะให้ได้ปริมาณ เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรอง ต้องเข้าถึงแหล่งขยะทุกวิถีทาง อาจใช้แรงจูงใจทางเศรษฐกิจให้คนเอาของมาขาย แรงจูงใจทางสังคม ให้ชุมชนมีส่วนร่วม โรงเรียน วัด โรงพยาบาล ทำทุกอย่าง ธนาคารขยะ ผ้าป่าขยะ บวชขยะ ออกแคมเปญมาเรื่อย ๆ กระตุ้นให้คนเห็นคุณค่าขยะอย่างต่อเนื่อง เป็นนวัตกรรมของการรวบรวม

สำหรับความคิดเห็นของ ดร. สมไทย เกี่ยวกับความร่วมมือกับภาครัฐ และการสนับสนุนจากภาครัฐ มีมุมมองที่น่าจะนำมาใช้ปรับปรุงเชิงนโยบายได้ โดยได้กล่าวว่า

> กระแสการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมโลก กฎระเบียบ กติกาต่าง ๆ เราต้องตามให้ทัน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับขยะมีหลายกรม หลายกระทรวง ทำให้ไม่เป็นเอกภาพ ต่างคนต่างทำ อยากให้มีการก่อตั้งหน่วยงานพิเศษเพียงหน่วยงานเดียวทำเรื่องขยะโดยเฉพาะ ตั้งแต่รณรงค์ภาคประชาชน ศึกษาวิจัยการจัดการขยะ และการรีไซเคิลอย่างจริงจัง สนับสนุนภาคเอกชนที่เป็นตัวเชื่อมโยงของกระบวนการในการรีไซเคิล ควรให้ประโยชน์ด้านภาษีแก่คนอาชีพนี้ เพราะช่วยเหลือภาครัฐในการลดปัญหาการจัดการขยะที่ต้องใช้งบประมาณมหาศาล นโยบายของไทยไม่ค่อยส่งเสริมแต่กลับเข้มงวดและเก็บภาษีซึ่งต่างกับประเทศอื่นที่เขาคืนภาษีให้ด้วยซ้ำ เพราะเราช่วยทำให้ประเทศสะอาด

จากความคิดเห็น ของ ดร. สมไทย นับว่ามีคุณค่าต่อผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะพัฒนาธุรกิจของตนให้เป็นมืออาชีพ เริ่มต้นจากทัศนคติเชิงบวก มุ่งมั่นพัฒนา เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ต้องมีจรรยาบรรณในอาชีพ และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในทุก ๆ ด้าน สำหรับภาครัฐ ประเด็นในเรื่องความไม่เป็นเอกภาพ และนโยบายทั้งเชิงบังคับ และสนับสนุนที่ไม่สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง ถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนากระบวนการ การจัดการขยะและรีไซเคิล ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องด้านนโยบายควรรับฟัง

5.4.5.2 ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ 10 ราย

ในขั้นตอนของการสร้างมาตรวัด ผู้วิจัยได้มีโอกาสสัมภาษณ์และได้รับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการทั้ง 10 ราย (วันที่ทำการสัมภาษณ์ในเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2552) ในแง่มุมที่หลากหลาย เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ และข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐ จากความคิดเห็นของ

ผู้ประกอบการทั้ง 10 ราย แต่ละคนมีแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจในหลายประเด็น แต่ที่คล้ายคลึงกัน คือ ความสำเร็จเกิดจากตัวเจ้าของกิจการที่มาดูแลกิจการเองหรือมีคนในครอบครัวช่วยเหลือ มีเครือข่ายที่สร้างกำลังต่อรอง ที่สำคัญผู้ประกอบอาชีพนี้ต้องมีทัศนคติเชิงบวก และใช้เลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับกิจการของตนเอง การให้ความสำคัญกับแหล่งของขยะรีไซเคิลตลอดจนกระบวนการให้ได้มาซึ่งขยะ และ การนำมาคัดแยกเพื่อเพิ่มมูลค่า และ หาตลาดรับซื้อที่ให้ราคาดี ส่วนข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐ ส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐให้การสนับสนุนช่วยเหลือธุรกิจนี้อย่างจริงจัง ทั้งในเรื่องอำนวยความสะดวกและด้านค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียให้แก่ภาครัฐ เพราะในขณะที่ประเทศอื่นภาครัฐจะให้ประโยชน์ด้านภาษีแก่ธุรกิจนี้ นอกจากนี้ ยังมีข้อเรียกร้องให้รัฐรณรงค์ส่งเสริมการรีไซเคิลภาคประชาชนอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง และส่งเสริมการลงทุนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ใช้ขยะรีไซเคิลมากขึ้น ลดการผูกขาดของตลาดภายในประเทศ และพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ ผู้วิจัยขอเสนอคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการทั้ง 10 ราย โดยดึงประเด็นจากการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ ผู้สนใจ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 ทำธุรกิจขยะรีไซเคิลประเภทกระดาษเป็นหลักเสนอว่า การทำธุรกิจต้องมีความซื่อสัตย์และต้องรักษาชื่อเสียงของร้าน ขณะที่เขาต้องการให้รัฐช่วยเหลือเพราะที่ผ่านมาประสบแต่ด้านลบของภาครัฐในบางหน่วยงาน โดยเสนอว่า

> . . . ช่วงที่ผ่านมาธุรกิจนี้มีการแข่งขันสูงมาก โดยเฉพาะกระดาษเป็นที่ต้องการของผู้ผลิต ผู้ผลิตบางรายแต่งตั้งตัวแทนเพื่อกว้านรับซื้อโดยเสนอราคาสูง เพราะฉะนั้น ร้านรับซื้อรายย่อยก็อาจจะเสียเปรียบ อย่างร้านผมส่งโรงต้มกระดาษโดยตรงก็ได้ราคาดี แต่ต้องควบคุมคุณภาพให้ได้ตรง ตามสเป็ค กระดาษที่ลูกค้าแช่น้ำมา (เพื่อเพิ่มน้ำหนัก) ก็ต้องดูให้ดี เวลาเราอัดก้อนไปส่ง ถ้าเขาพบว่าเราตั้งในปนก็จะเสียชื่อ ทำธุรกิจนี้ความซื่อสัตย์และเครดิต เป็นสิ่งสำคัญ อีกอย่างที่น่ารำคาญใจคือ พวกคนในโรงงานที่ชอบแอบเอากล่องดี ๆ มาขาย เพราะถ้าโรงงานเขารู้เราจะโดนร่างแหไปด้วย ต้องระวังอย่าให้มีปัญหาเรื่องรับซื้อของขโมยมาหรือของโจร . . . ภาครัฐไม่ค่อยช่วยเหลือเลย บางทีเราบรรทุกก้อนกระดาษ บรรทุกน้ำหนักก็ไม่เกินเพราะกระดาษเบากว่าเหล็ก ตำรวจก็เรียกแล้ว ก็ต้องให้เงินไปเพื่ออำนวยความสะดวก . . . ในความคิดผม ถ้าเราทำให้เต็มที่ก็อยู่ได้ รวยได้ แต่ถ้าคนในชุมชน โรงงานในนิคม ช่วยกันเอากระดาษคัดแยกมาขายให้เรามาก ๆ จะยิ่งช่วยให้เราเหนื่อยน้อยลงไม่ต้องวิ่งเก็บ วิ่งหาไกล . . . ภาครัฐผมไม่ค่อยหวังเขาจะฟังแต่ข้อเสนอของรายใหญ่ ๆ เสียงเราเบาเขาไม่ฟังหรอก . . .

ผู้ประกอบการายที่ 2 ทำธุรกิจด้านประมูลขยะรีไซเคิลประเภทเหล็ก ชี้ให้เห็นมุมมืดของธุรกิจนี้ และอยากให้ภาครัฐช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดการบริโภคและลงทุนมากขึ้น ซึ่งจะก่อผลดีต่อธุรกิจนี้ โดยกล่าวว่า

> . . . ข้อเสนอแนะ ถ้าใครจะเข้ามาทำ วงการประมูลเหล็กมันยากมาก บางทีขัดผลประโยชน์กันแรง ๆ (ยิงกัน) ก็มี.....ก่อนอื่นต้องหาตลาดรับซื้อราคาดีให้ได้ก่อน เวลาเข้าไปประมูลแข่งต้องอาศัยเทคนิคหลายอย่าง ให้ผลประโยชน์กับคนวงในแต่เดี๋ยวนี้ บางบริษัทก็ลงมาคุมเอง ทุกคนเลยไม่มีใครได้เปรียบเสียเปรียบเท่าไหร่ อยู่ที่ราคาประมูลและการบริการ ต่อไปคงต้องสู้กันด้วยการบริการ มืออาชีพเท่านั้นที่จะอยู่ในวงการนี้ได้ แต่ตลาดก่อนก็ค่อนข้างคงที่ ง่ายที่จะทำกำไร มา 2 ปีหลังนี้ สถานการณ์โลกไม่แน่นอน อเมริกัน จีน ญี่ปุ่น หรือแม่แต่ประเทศไทย เศรษฐกิจก็ชะงัก การก่อสร้าง การลงทุนน้อยลงกว่าเดิมมาก พวกขยะรีไซเคิลประเภทโลหะเลยหายไปเยอะ รัฐบาลต้องกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการบริโภค ขยะจะเพิ่มขึ้นจากการก่อสร้าง และการท่องเที่ยว .....ต้องช่วยลดการผูกขาดของตลาด บางทีราคาเหล็กต่างประเทศถูกกว่า โรงหลอมก็หันไปนำเข้า Scrap ราคาเหล็กในประเทศก็จะลง กลไกตรงนี้รัฐน่าจะเข้ามาช่วยแทรกแซงบ้าง เพื่อช่วยผู้ประกอบการในประเทศ . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 3 ทำธุรกิจด้านประมูลขยะรีไซเคิลประเภทเหล็กเช่นกัน แต่เสนอแนวคิดการตลาดใหม่ว่า ควรใช้วิธีซื้อมาขายไปให้เกิดผลกำไรสะสมหลายรอบดีกว่า การกักตุนเพื่อเก็งกำไร โดยเสนอว่า

> . . . บริษัทมีประสบการณ์เรื่องรับซื้อเหล็กมานาน ถ้ามองว่าอะไรคือจุดแข็งของเราคือ เรามีตลาดดี เหล็กที่ประมูลมาหรือรับซื้อมา จะส่งโรงหลอมตรง เป็นโรงหลอมขนาดกลางให้ราคาดี เพราะโควตาเหล็กส่วนใหญ่จะส่งโรงหลอมรายใหญ่ ตลาดเป็นความลับเราบอกใครไม่ได้ว่าส่งใครอยู่ บางคนแปลกใจว่าทำไมเราประมูลแล้วให้ราคาสูง เพราะเราบวกกำไรน้อย เอาปริมาณมาก ซื้อมาแล้วรีบขายออกเลย ต้องเปลี่ยนคอนเซ็บทางการตลาดของวงการนี้ใหม่ คือ หลายคนชอบเสี่ยงเก็บเก็งกำไร จริง ๆ ควรซื้อมาขายไปให้รอบหมุนมาก ๆ จะมีกำไรสะสม เป็นการบริหารเงิน บริหารพื้นที่ มีงานทำตลอดทำให้คนงานทำงานมีประสิทธิภาพ เพราะทำงานไม่มีหยุด มาช่วงหลัง ผมอบรมกับวงษ์พาณิชย์ ขึ้นป้ายร้านเป็นวงษ์พาณิชย์ ก็ได้รับการติดต่อเพิ่มขึ้น เพราะภาพพจน์ของแบรนด์นี้น่าเชื่อถือ. . . ผม

สรุปว่าไม่ว่าเราจะซื้อขยะรีไซเคิลตัวไหน ต้องหาตลาดรับซื้อที่จ่ายราคาดีก่อน เราถึงจะมีส่วนต่างมาเสนอราคารับซื้อที่ดี เดี๋ยวก็จะมีคนแห่มาขายเรา ที่สำคัญบวกกำไรน้อย บริหารเงินสดให้ดี ต้องทำระบบบัญชีที่แม่นไม่หลอกตัวเอง....อีกอย่างของที่ประมูลมาที่เป็นเครื่องจักรเก่า ถ้าซ่อมแซมเป็น รู้แหล่งขายของมือสองจะกำไรหลายเท่าตัว บางคนทำกำไรอย่างไม่น่าเชื่อจากการขายเครื่องจักรเก่า . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 4 ทำธุรกิจขยะรีไซเคิลทุกประเภทและรู้แหล่งของขยะรีไซเคิล และใช้เทคนิคในการค้าขายที่น่าสนใจคือ การเป็นตัวกลางติดต่อ เขาย้ำกว่า การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเจ้าของหรือตัวผู้ประกอบการต้องลงมาทำเอง โดยกล่าวว่า

. . . ผมคิดว่าเราต้องเข้าหาลูกค้า อย่างผมมีประสบการณ์ทำงานในท่าเรือแหลมฉบังจะรู้ว่าอะไรนำเข้า อะไรส่งออก อย่างนำเข้าจะมีของที่เหลือจากการใช้งาน เช่น แผ่นพาเลทไม้ และพลาสติก เศษเหล็ก รู้จักโรงงานอุตสาหกรรมเกือบทุกโรง แต่ว่าเราเงินทุนไม่หนาพอก็ต้องรวมกลุ่มกันเข้าไปรับซื้อ บางครั้งก็อาศัยจับแพะชนแกะ แต่อันนี้ก็เสี่ยงเพราะอีกหน่อยเขาก็อาจตัดเราออก ขายตรงกันเอง ขยะชุมชนผมก็ทำ คือ อะไรที่เก็บมาแล้วขายได้ ทำทั้งนั้น เหนื่อยมาก คิดว่าระยะยาวต้องหาตัวหลัก ๆ อย่างไม้พาเลท เหล็ก แล้วเสริมด้วยสินค้าตัวอื่น ๆ ผมคิดว่าความสำเร็จของธุรกิจอยู่ที่ตัวเจ้าของ ผมไม่เคยเห็นร้านไหน เจ้าของไม่ลงมาทำเองแล้วจะรอดจะสำเร็จ จ้างมือปืน (ผู้จัดการ) มาทำแทน ถ้าคุมไม่ดีโดนโกงแน่นอน ผมฟันธงธุรกิจนี้เจ้าของต้องทำเอง ตัดสินใจเอง โดยต้องมีข้อมูลแม่น เช็คข้อมูลตลาดโลกจากอินเตอร์เน็ท แล้วตัดสินใจบนความเสี่ยงแบบมีหลักการ . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 5 ทำธุรกิจขยะรีไซเคิลประเภทพลาสติก ให้ความคิดเห็นว่าจะทำธุรกิจนี้ให้ประสบความสำเร็จ ถ้าเป็นไปได้ควรทำให้ครบวงจร และต้องถนัดในธุรกิจที่ทำเป็นอย่างดี โดยเสนอแนะว่า

. . . พี่ทำแต่พลาสติก เรียกว่า ครบวงจร ตั้งแต่ขยะพลาสติก โม่เอง ใช้เอง ผลิตเป็นสินค้า มีโรงงานที่สมุทรปราการก่อนแล้วมาขยายที่ศรีราชา ในวงการพลาสติก ถ้าทำครบวงจรได้หรือทำแค่โม่ส่ง (แปรรูปบางส่วน) ก็กำไร แต่ต้องอาศัยความชำนาญ เพราะขยะพลาสติกมีหลากหลายเชื้อ ดูไม่เป็นโม่มาแล้วปนกันใช้ไม่ได้ ต้องอาศัยประสบการณ์ ลูกค้าจะรู้ว่าร้านเรารับซื้อขยะพลาสติกราคาดี พี่ว่าต้องทำในสิ่งที่เราถนัด ขยายธุรกิจออกให้ครบวงจร คือคุมตั้งแต่ต้นทาง ถึงปลายทางอย่าง

นี้จะยั่งยืน แต่ต้องพัฒนาตลอดโดยเฉพาะเครื่องจักร บางคนทำเท่าไหร่ไม่กำไร เพราะ ประสิทธิภาพเครื่องจักรไม่ได้ ตอนนี้พี่ทำเครื่องจักรเอง ประสิทธิภาพดีกว่าของนอกนำเข้าอีก

ผู้ประกอบการรายที่ 6 เป็นแฟรนไชส์ของวงษ์พาณิชย์ที่เปิดกิจการมา 2 ปีกว่า ยังพบอุปสรรคแต่ไม่ย่อท้อ พยายามสร้างทัศนคติเชิงบวก อย่างไรก็ตามเขาอยากเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐอำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจ และช่วยเหลือด้านภาษีมากกว่านี้ โดยกล่าวว่า

. . . เพิ่งเปิดมา 2 ปีกว่า ประสบการณ์น้อยแต่อาศัยว่ามีแฟรนไชส์ของวงษ์พาณิชย์ก็เลยมีลูกค้ามาขายหน้าร้านตลอด แต่ผมว่าเปิดหน้าร้านรับซื้ออย่างเดียวมันไม่คุ้ม เพราะโรงงานเราใหญ่ ต้องวิ่งประมูลด้วย คือต้องทั้งรับ และ รุก ผมยังมองไม่ออก แต่จากที่เรียนรู้จาก ดร. สมไทย คือต้องมีทัศนคติบวก ไม่ท้อถอย รอจังหวะและลงมือทำอย่างจริงจัง ร้านผมค่อนข้างพร้อมเรื่องทำเล แต่ราคารับซื้อยังสู้ร้านอื่น ๆ ที่เขามีตลาดดีไม่ได้ ผมว่าต้องหาตลาดไปพร้อม ๆ กับการหาแหล่งขยะ คือถ้าตามหลักการที่เรียนต้องมีทั้งแหล่งซัพพลายและดีมานด์ไปพร้อม ๆ กัน . . . ผมอยากจะบ่นเรื่องการทำงานของหน่วยงานรัฐ ไม่อำนวยความสะดวก เก็บภาษีมาก และชอบมาขอเรี่ยราย บางครั้งก็มีมูลนิธิมาขอทุกเดือน มีหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบเยอะ ค่าใช้จ่ายเราก็เยอะตามไปด้วย

ผู้ประกอบการรายที่ 7 ทำธุรกิจแบบเปิดหน้าร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลมานานมีประสบการณ์และคิดว่าควรมีการสร้างเครือข่ายหรือการตั้งสมาคมเพื่อส่งเสริมธุรกิจนี้อย่างจริงจัง โดยเสนอแนะว่า

. . . เคยคุยกันกับเพื่อน ๆ ว่าน่าจะรวมตัวกันตั้งเป็นสมาคมร้านรับซื้อของเก่า ซึ่งจริง ๆ เคยมีตั้งไปแล้วหนหนึ่งแต่ก็ล้มเพราะไม่ได้รับความร่วมมือ คือ เราเห็นสมาคมโรงสี สมาคมผู้ประกอบการอาหารสำเร็จรูป สมาคมโน้นสมาคมนี้ มีทั้งที่ได้ประโยชน์กับส่วนร่วมกับไม่ได้ประโยชน์ ตอนนี้มีการจับมือกันเป็นเครือข่ายเล็ก ๆ หลายกลุ่มเหมือนกัน ในระยะยาวถ้าจะให้ร้านรับซื้อของเก่าอยู่ได้ รัฐต้องให้การสนับสนุนเพราะธุรกิจนี้ช่วยรัฐประหยัดงบประมาณ การกำจัดขยะ แถมยังได้ภาษีจากธุรกิจนี้ ในต่างประเทศเขาตอบแทนผู้ประกอบการอาชีพนี้เพราะถือว่าช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ ช่วยด้านสิ่งแวดล้อม แต่ก็ไม่ได้ว่าต้องมารอภาครัฐนะ เคล็ดลับของการทำธุรกิจนี้คือต้องบริหารเงิน บริหารคน บริหารตลาด รู้จักนำ

เครื่องทุ่นแรงมาช่วยงาน แต่สำคัญที่สุดคือต้องสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างแบรนด์ของตนเอง และรักษาชื่อเสียงไว้ให้ได้ . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 8 เป็นแฟรนไชส์ของวงษ์พาณิชย์ที่ประสบความสำเร็จมาก และมีการขยายสาขาเพื่อการเติบโตของธุรกิจ เสนอให้ภาครัฐอำนวยความสะดวกและพิจารณาด้านกฎ ระเบียบที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจขยะรีไซเคิลเพื่อให้ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ โดยกล่าวว่า

. . . ร้านเน้นเปิดหน้าร้านรับซื้อ ทุกวันจะมีรถกระบะ รถซาเล้งมารอขายคิวยาวทุกวันเพราะเรามีระบบชั่ง ราคารับซื้อเป็นธรรม จ่ายสด ไม่เคยปฏิเสธการรับซื้อยกเว้นของโจร คนก็บอกต่อ ๆ ประกอบกับเรามีแบรนด์ของวงษ์พาณิชย์ ผมขายสินค้าให้สำนักงานใหญ่ ราคายุติธรรม และรับข้อมูลด้านราคาจากสำนักงานใหญ่ตลอด ผมคิดว่าทำธุรกิจนี้ต้องสร้างเครือข่าย ร่วมมือกัน และรักษาภาพพจน์ที่ดีของร้านไว้ให้ได้ เรื่องเงินทุน ถ้าเรามีระบบบัญชีดี แบงค์จะวิ่งมาหาเราเอง เสนอวงเงินกู้ให้เราเอง ความสำเร็จของร้านคือ เราต้องขยายสาขา ผมเปิดที่สระแก้วและโคราชด้วย เพราะได้รวบรวมของได้มาก ตลาดก็ส่งให้บริษัทแม่ไม่ต้องกังวล เราต้องยอมเหนื่อย ทำงานหนัก ต้องคิดตลอดว่าจะพัฒนาไปข้างหน้าอย่างไร . . . ข้อเสนอภาครัฐคือ อยากให้อำนวยความสะดวกเรื่องเอกสาร การต่อทะเบียนการเปิดร้าน กฎระเบียบต่าง ๆ อย่าให้ยุ่งยาก เพราะอาชีพเราช่วยเหลือสังคม ตอนนี้ภาพพจน์ร้านรับซื้อของเก่าดีขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 9 ทำธุรกิจขยะรีไซเคิลประเภทเหล็กและโลหะ/อโลหะอื่น ๆ เพื่อการส่งออก คิดว่าความรู้ความสามารถของคนรุ่นเก่าประกอบกับการบริหารกลยุทธ์และความรู้ของคนรุ่นใหม่ที่มุ่งพัฒนาธุรกิจจะสามารถทำให้ธุรกิจนี้แข่งขันได้ในระยะยาว แต่ภาครัฐต้องพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยให้ใช้ขยะรีไซเคิลมากขึ้น และลดการผูกขาดของผู้ซื้อไม่กี่รายที่มีในปัจจุบัน โดยเสนอว่า

. . . เป็นธุรกิจที่ทำต่อจากพ่อ คือมาช่วยกิจการของพ่อ ส่วนใหญ่ร้านรับซื้อของเก่าจะเป็นธุรกิจครอบครัว ผมคลุกคลีกับร้านตั้งแต่เด็ก เห็นพ่อเหนื่อยแต่ก็ภูมิใจ พ่อบอกขายของเก่าส่งลูกเรียนจบสูง ๆ ตอนนี้ผมเพิ่มตลาดส่งออก คือ อาศัยมีความรู้ด้านส่งออก ภาษาอังกฤษได้ ภาษาจีนได้ การค้าขายในประเทศการแข่งขันสูง และมีปัญหาการจ่ายล่าช้า เครดิต 3-4 เดือน เราไม่อยากเสี่ยง ส่งออกดีกว่ามีลูกค้าประจำที่รับซื้อกันมานานเชื่อใจกันได้ ธุรกิจนี้ความเชื่อใจเป็นสิ่งสำคัญ เพราะบางทีเราส่งไป ถ้ามีปัญหาคุณภาพจริงเรายอมให้หักเงิน แต่ลูกค้าใหม่ ๆ บางราย

ชอบเคลม (Claim) อ้างว่าคุณภาพไม่ได้ ปัญหากฎหมายระหว่างประเทศเรื่องการส่งขยะรีไซเคิลตอนนี้ก็เข้มงวดมากขึ้นเรื่อย ๆ เราต้องทำให้ถูกกฎระเบียบ ซึ่งความยากตรงนี้ถือเป็นอุปสรรคของคนอื่น แต่เราไม่กังวล เราศึกษาแล้วทำตามกฎ . . . ผมคิดว่าธุรกิจนี้ควรมีการรับช่วงต่อจากคนในครอบครัว เพราะมีโอกาสรั่วไหลได้ง่าย . . . อยากเสนอให้รัฐพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยให้ผลิตสินค้าจากวัสดุรีไซเคิลมากขึ้น ความต้องการในประเทศจะได้มีมากขึ้น ไม่ถูกผูกขาดโดยบริษัทไม่กี่ราย และไม่ต้องดิ้นรนส่งออก. . .”

ผู้ประกอบการรายที่ 10 เป็นร้านขนาดเล็ก แต่ใช้เทคนิคการคัดแยกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและการพยายามเข้าถึงแหล่งขยะรีไซเคิลให้ได้ทุกวิถีทาง โดยเสนอว่า

. . . ทำเลร้านดีอาจสะดวกเวลาคนเอาของมาขาย แต่ทำเลดีมักมีร้านมาเปิดเยอะแข่งขันสูง ตัดราคากันเอง ร้านที่ทำเลไม่ดีแต่อาศัยว่าเราวิ่งหาของเอามาคัดแยกให้ดีอย่างไม้พาเลท เอามาแกะขายเป็นแผ่น หรือเอามาประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์ขายได้ราคากว่า ขวดพลาสติกเอาฉลากออก บีบให้แบน เหล็กตัดให้ได้ขนาดเล็กตามที่โรงงานต้องการแล้วค่อยส่งขาย อุปกรณ์ไฟฟ้าแกะทองแดงออกมา อะไหล่รถยนต์ขายเป็นชิ้นงาน พวกขยะอิเล็คโทรนิคจะมีคนมารับซื้อไปแกะเอาเฉพาะตะกั่ว นิเกิล . . . ร้านมีทุนน้อยต้องอาศัยการคัดแยกเพิ่มมูลค่าและขายเป็นชิ้นงานจะดีที่สุด . . .

สรุปได้ว่าการทำธุรกิจนี้นอกจากผู้ประกอบการต้องลงมือทำเองแล้ว การมีทัศนคติที่ดีและอาศัยความรู้ ประสบการณ์ และความสามารถในการพัฒนาธุรกิจ การสร้างเครือข่ายและชื่อเสียงของร้าน เทคนิคทางการตลาด ตลอดจน การรู้จักคัดแยกขยะเพื่อเพิ่มมูลค่า ก็จะสามารถทำให้ธุรกิจเติบโตต่อไป โดยภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการให้ความสนใจและออกนโยบายส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจัง

5.4.5.3 ข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ 41 ราย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ คุณสมบัติของทรัพยากรในองค์การ ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร และความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและการสร้างสรรค์นวัตกรรม และได้ผลสรุปว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในองค์การ โดยเฉพาะทรัพยากรนั้นต้องมีคุณค่าและมีความเหมาะสม จะส่งผลดีต่อผลการดำเนินงาน แต่ยังมีประเด็นอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการเสนอแนะเพิ่มเติม ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้ประกอบการรายที่ 1 มีการสร้างเครือข่ายกันเองอย่างไม่เป็นทางการก็สามารถสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจนี้ได้ โดยคิดว่าธุรกิจต้องร่วมมือกันเพื่อเสนอข้อเรียกร้องเชิงนโยบายแก่ภาครัฐ และกล่าวว่า

> . . . แฟรนไชส์ส่วนใหญ่ตั้งมาเพื่อหาสมาชิกจะได้มีสินค้าที่รวบรวมรับซื้อได้มากขึ้น ซึ่งผมกับเพื่อน ๆ ก็ทำคล้ายกัน เพียงแต่ไม่ตั้งเป็นแฟรนไชส์ ลูกน้องที่ออกไปเปิดร้านเอง นั่นก็เป็นเครือข่ายแบบไม่เป็นทางการ ในระยะยาวธุรกิจนี้ควรร่วมมือกัน ส่วนหนึ่งเพื่อมีกระบอกเสียงไปเรียกร้องเชิงนโยบายให้ภาครัฐหันมาช่วยเราบ้าง ไม่ใช่เอาแต่เก็บภาษี แต่พอธุรกิจนี้เดือดร้อนก็ไม่เห็นว่ายื่นมือจะมาช่วย . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 2 เสนอมุมมองของการเข้าไปช่วยส่งเสริมชุมชนในการคัดแยกขยะ เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ร้านมากกว่าการมุ่งหวังด้านกำไรจากการรับซื้อ เป็นการสร้างเครือข่ายทางสังคม ซึ่งจะเกิดการสร้างจิตสำนึกด้านการคัดแยกขยะรีไซเคิลในระยะยาว โดยกล่าวว่า

> . . . การเข้าร่วมกิจกรรมกับทางการแต่ละครั้งไม่ได้ในแง่ของตัวเงินเท่าไหร่ แต่ถ้ามองว่าเป็นการเปิดตัวให้คนในชุมชนรู้จัก เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีของร้าน ลูกค้าบางคนที่ไม่ได้มองว่าต้องขายได้ราคาดี เอาของมาส่งเราเพราะเราช่วยเหลือสังคม คือเราต้องสร้างเครือข่ายทางสังคม ส่งเสริมจิตสำนึกให้ช่วยกันคัดแยกขยะ ขยะรีไซเคิลก็จะมาสู่ร้านมากขึ้น ปัญหาคือเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นจะทำกิจกรรมไม่ต่อเนื่องเพราะอยู่ที่งบประมาณ ผมเลยต้องเข้าไปรณรงค์เองตามโรงเรียนในชุมชน บางครั้งก็ให้ครูเอาเด็กนักเรียนมาฝึกคัดแยกขยะที่ร้าน สอนวิธีการคัดแยกว่าขยะไหนขายได้ เด็กจะได้ค่าขนมและความรู้กลับไปบอกต่อที่บ้านที่โรงเรียน . . .

ในความคิดเห็นส่วนนี้ของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยสรุปว่า ธุรกิจนี้จะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการสร้างเครือข่ายธุรกิจ และ เครือข่ายทางสังคม เพื่อให้เกิดการรวมตัวกัน เพื่อคัดแยกขยะรีไซเคิลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และ นโยบายของรัฐในการรณรงค์เรื่องการคัดแยกควรทำอย่างต่อเนื่อง มีการสนับสนุนช่วยเหลืออย่างจริงจัง

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมีความต้องการด้านเงินลงทุนและการอำนวยความสะดวกของภาครัฐ และการส่งเสริมเชิงนโยบายจากภาครัฐในเรื่องการคัดแยกขยะและการใช้สินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลทางอ้อมแก่ธุรกิจรีไซเคิลนี้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าภาครัฐได้มีมาตรการส่งเสริมในเรื่องเหล่านี้แล้ว แต่ผลลัพธ์ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ควรมีกิจกรรมส่งเสริมอย่างจริงจัง

และต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปลูกจิตสำนึกให้ภาคประชาชนหันมาคัดแยกขยะที่ใช้ได้ออกจากขยะที่ไม่สามารถนำมารีไซเคิลได้ เช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่น และอีกหลาย ๆ ประเทศ

ผู้ประกอบการรายที่ 3 อ้างถึงการรณรงค์ในต่างประเทศว่าได้ผล และอยากให้ประเทศไทยทำตามบ้าง โดยกล่าวว่า

> . . . ผมไปดูงานที่ต่างประเทศอย่างในญี่ปุ่น เขารณรงค์กันจริงจังมาก ทุกภาคส่วน โดยเฉพาะมาตรการ 3 Rs ที่เขาใช้กันอยู่ ขยะรีไซเคิลนำกลับมาใช้ได้เกือบ 100% แถมมีเหลือส่งออกทำรายได้ให้ประเทศอีก เจ้าหน้าที่ภาครัฐของเราก็ไปดูงานกันมาหลายรอบ แต่การสร้างจิตสำนึกไม่ง่าย คนญี่ปุ่นขนาดตั๋วรถเมล์เล็กนิดเดียวเขายังเก็บเอาไปทิ้งในถังรีไซเคิลกระดาษ บ้านเราผมขับรถตามรถเบนซ์เห็นทิ้งถุงเปลือกเงาะทั้งถุงลงบนถนน น่าตกใจมาก . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 4 มีความภูมิใจที่เริ่มมีคนให้ความสนใจและให้ความสำคัญศึกษาวิจัยธุรกิจนี้มากขึ้น และเสนอว่า ทัศนคติต้องใช้ระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลง กล่าวว่า

> . . . พี่ดีใจที่มีคนสนใจเพราะตั้งแต่ทำธุรกิจนี้มาก็ยังไม่เคยเห็นมีใครมาทำวิจัยเรื่องนี้กัน อาจเป็นเพราะช่วงนี้ปัญหาโลกร้อนและปัญหาสิ่งแวดล้อมมันมาก คนเลยหันมาสนใจ พี่รู้ว่าการรีไซเคิลมันช่วยได้ แต่ธุรกิจนี้เหมือนปิดทองหลังพระ 4-5 ปีมานี้ ยังดีหน่อยคนมองแง่ดีขึ้น แต่ก่อนพอบอกเปิดร้านรับซื้อของเก่าคนเขาก็ดูถูกแล้ว แต่เขาไม่รู้หรอกว่า เรา มีรายได้ดีกว่าคนที่นั่งทำงานในห้องแอร์อีก เรื่องทัศนคติมันเปลี่ยนกันยาก แต่เราต้องสอนลูกสอนหลาน บางทีเราไปเก็บขยะตามหมู่บ้านมา รู้สึกเสียดายของ สภาพยังดี ๆ อยู่เลยเขาทิ้งแล้ว . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 5 ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของคนในการคัดแยกขยะว่า ยังมีน้อย และภาครัฐควรเข้าไปผลักดันให้มากยิ่งขึ้น โดยกล่าวว่า

> . . . ขยะรีไซเคิลมีมาก เราก็ทำเงินได้มาก คุณจะทิ้งขยะผมไม่ว่า แต่บอกผม ผมจะได้ตามไปเก็บ อย่าทิ้งให้พ้นตัวปนกับขยะเปียก แล้วมันจะคัดแยกยาก เห็นรณรงค์กันมาสิบกว่าปีแล้ว ก็ดีขึ้นบ้าง แต่ไปดูในถังขยะซิ ของดี ๆ ที่ใช้รีไซเคิลได้ ยังทิ้งปนกันอยู่เลย น่าจะมีมาตรการเชิงบังคับ เก็บค่าขยะแพง ๆ คนจะได้ทิ้งขยะให้น้อยแล้วช่วยกันคัดแยกของขายได้ออกมาก่อน เหมือนที่ต่างประเทศเขาทำกัน . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 6 ชี้ให้เห็นว่า นอกจากการสร้างทัศนคติเรื่องการคัดแยกแล้ว ควรสร้างทัศนคติที่ดีกับสินค้าที่ผลิตจากขยะรีไซเคิลอีกด้วย พร้อมทั้งเรียกร้องให้ภาครัฐออกกฎหมายที่เป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการและให้การสนับสนุนเพราะธุรกิจนี้ช่วยภาครัฐเรื่องการจัดการขยะ กล่าวว่า

> . . . ร้านของเก่า ถ้าเจ้าของขยันไม่โลภ มีหัวคิดริเริ่ม ยังไงก็อยู่ได้ แต่ถ้าจะให้ธุรกิจนี้ก้าวหน้า รัฐต้องส่งเสริมไม่ใช่มาคอยจับผิดว่ารับซื้อของโจรหรือเปล่า ปล่อยน้ำเสียหรือเปล่า เสียภาษีหรือยัง เอาขยะไปทิ้งที่ไหน เพราะขยะที่คัดแยกแล้วต้องเอาไปทิ้งที่บ่อฝังกลบซึ่งมีค่าใช้จ่ายอีก รัฐต้องส่งเสริมตั้งแต่ต้นน้ำ คือ คนที่ก่อให้เกิดขยะ ทำยังไงให้เขาลดขยะลงหรือคัดแยกขยะที่ใช้ได้ออกมาก่อน คนที่ใช้สินค้าต้องให้เขาช่วยกันซื้อสินค้าที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล หรือผลิตออกมาขายแล้วต้องเอากลับมารีไซเคิลได้ ถ้าต้นน้ำกับปลายน้ำมันตื่นตัว คนตรงกลางอย่างพวกเรา (ร้านของเก่าและโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์) ก็พลอยสบายไปด้วย . . .

ผู้ประกอบการรายที่ 7 กล่าวว่าร้านช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเพราะทำให้เมืองสะอาดน่าอยู่ น่าเที่ยว ภาครัฐจึงควรให้การสนับสนุน โดยแสดงความเห็นว่า “. . . พี่เก็บขยะตามเกาะเสม็ด ริมหาด พวกขวดพลาสติก ขวดแก้ว จะได้เยอะ ถ้าไม่มีร้านของเก่า สถานที่ท่องเที่ยวจะมีแต่ขยะ กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวน่าจะให้รางวัลเรานะ . . .”

ผู้ประกอบการรายที่ 8 ให้ความเห็นว่า การสนับสนุนของภาครัฐที่จำเป็นเร่งด่วนอีกประการหนึ่งคือด้านการลงทุน ผู้ประกอบการรายย่อยบางร้านอยากให้ภาครัฐสนับสนุนด้านเงินทุนและการประกันราคา ถ้าสามารถทำได้ โดยกล่าวว่า

> . . . อยากให้รัฐจัดตั้งธนาคารที่สนับสนุนเงินลงทุนให้ธุรกิจนี้ แต่ต้องไม่มีเงื่อนไขเยอะ ตอนนี้กู้สหกรณ์ หรือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ก็เพราะลุงเป็นเกษตรกรมาก่อน บางร้านก็กู้เอกชนเพราะมีหลักทรัพย์ แต่ส่วนใหญ่จะใช้เงินตัวเองมากกว่า ถ้ารัฐจะส่งเสริมอย่างจริงจังต้องช่วยทุกด้าน อย่างเงินทุน ประกันราคาตลาดให้แบบประกันพืชผลทางการเกษตร ให้ผลประโยชน์ตอบแทนบ้าง ไม่ใช่เอาแต่เก็บภาษี พื้นที่ของลุงมีเยอะ แต่ใช้เก็บของเก่าจริง ๆ ไม่เยอะ เขาก็มาเก็บภาษีตามขนาดพื้นที่แพงมากเลย . . .

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการทั้งรายย่อยและรายใหญ่ในธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยส่วนใหญ่ นอกจากจะทำธุรกิจนี้เพื่อสร้างรายได้แล้ว พวกเขายังมองไปถึงปัญหาของขยะที่เกิดจากพฤติกรรมของคนไทยที่ยังขาดความ

รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งในส่วนนี้ภาคประชาชนต้องมีจิตสำนึก และมีส่วนร่วมในการลดปัญหาขยะ โดยเริ่มต้นจากการนำแนวคิด 3 Rs มาใช้ คือ ลดการใช้ ใช้ซ้ำ และนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่โดยการช่วยกันคัดแยกขยะก่อนที่จะทิ้ง ภาครัฐจึงควรออกนโยบายที่ส่งเสริมธุรกิจรีไซเคิลทั้งกระบวนการ คือตั้งแต่การใช้มาตรการต่าง ๆ ในการลดปริมาณขยะและเพิ่มอัตราการรีไซเคิล สร้างจิตสำนึกแก่ประชาชนในการมีส่วนร่วมในการคัดแยกและการใช้สินค้ารีไซเคิล รัฐควรส่งเสริมเชิงธุรกิจและออกกฎหมายภาษีที่สนับสนุนผู้ประกอบการ ตลอดจน การพัฒนาอุตสาหกรรมรีไซเคิลของไทย เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ซึ่งผู้วิจัยจะสรุปไว้ในข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในบทที่ 6 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะต่อไป

บทที่ 6

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 5 ซึ่งประกอบไปด้วย การพรรณนาข้อมูลที่ได้จากการแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผล พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ เชิงทฤษฎี เชิงนโยบาย เชิงสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปได้ ดังต่อไปนี้

6.1 บทสรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานขององค์การ: กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถามการวิจัย 3 ข้อคือ 1. ธุรกิจรวบรวม และรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือ ร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยมีลักษณะการดำเนินธุรกิจอย่างไร 2. ปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน และความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวม และ รับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย หรือไม่อย่างไร 3. ปัจจัยด้านคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย หรือไม่อย่างไร รายละเอียดของข้อสรุป และ การอภิปรายผลมีดังนี้

6.1.1 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้คือ การศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าที่มีใบอนุญาตให้ประกอบกิจการขายทอดตลาด และค้าของเก่าตามพระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่า พ.ศ. 2474 หรือ มีใบอนุญาตให้ประกอบกิจการที่เป็น

อันตรายต่อสุขภาพ ประเภทที่ 13 (5) การสะสมวัตถุหรือสิ่งของที่ชำรุดใช้แล้วหรือเหลือใช้ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ 5/2538 เรื่อง กิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ โดยศึกษาในภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด และสระแก้ว เฉพาะร้าน/บริษัทที่มีการดำเนินงานอย่างน้อย 2 ปีขึ้นไป จากรายชื่อของผู้ประกอบการที่ทางสำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ สำรวจและจัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2551 รวมทั้งสิ้น 1,200 แห่ง มีตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษาในครั้งนี้ทั้งสิ้น 300 ราย (ใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan) โดยใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ ตัวอย่างที่ได้จึงสามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการศึกษา ซึ่งเหตุผลของการเลือกศึกษาเฉพาะภาคตะวันออกของประเทศไทย เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความแตกต่างหลากหลายของอาชีพจากทั้งภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ทำให้ประเภทขยะรีไซเคิลที่ศึกษาในครั้งนี้มีความแตกต่าง หลากหลาย และมีจำนวนร้านหรือบริษัทของธุรกิจนี้หนาแน่นมากกว่าภาคอื่น ๆ ยกเว้นเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

จากการศึกษาทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และ การวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการซึ่งถือเป็นตัวแทนของหน่วยวิเคราะห์คือ องค์การในครั้งนี้ สรุปได้ว่าลักษณะของการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีดังนี้

ธุรกิจนี้เป็นลักษณะธุรกิจครอบครัวที่ผู้ประกอบการจะเข้ามาดูแลกิจการด้วยตนเอง โดยมีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้สนับสนุนช่วยเหลือ ผู้ประกอบการร้อยละ 67.3 เป็นชาย ซึ่งมักเป็นหัวหน้าครอบครัว เช่น บิดา สามี หรือลูกชายที่สืบทอดกิจการต่อจากบิดามารดา โดยส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 30–49 ปี และมีอายุเฉลี่ย 42 ปี มีผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีอยู่บ้าง ประมาณร้อยละ 7.7 คือ คนรุ่นใหม่ที่เห็นโอกาสของการทำธุรกิจนี้ และมีความต้องการเป็นเจ้าของกิจการมากกว่าการเป็นลูกจ้าง หรือบางครั้งไม่สามารถหางานอื่นทำได้ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา จึงหันมาประกอบธุรกิจนี้เพราะไม่มีทางเลือก ซึ่งจะคล้ายคลึงกับเหตุผลของผู้ประกอบการรุ่นก่อน ๆ ที่เข้ามาในธุรกิจนี้เพราะมีการศึกษาน้อย และประสบปัญหาจากอาชีพการทำเกษตรกรรมเนื่องจากผลผลิตราคาตกต่ำไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ดังจะเห็นจาก ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการจะอยู่ระหว่างประถมศึกษาตอนต้น (ป.4) ถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) โดยมีผู้ประกอบการที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีในธุรกิจนี้ประมาณร้อยละ 17 ส่วนใหญ่เป็นทายาทรุ่นที่ 2 หรือรุ่นที่ 3 หรือเป็นคนรุ่นใหม่ที่เห็นว่าธุรกิจนี้น่าสนใจเพราะอยู่ในกระแสนิยม ซึ่งแนวโน้มของธุรกิจนี้ได้รับความสนใจและการยอมรับมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากจำนวนร้านที่เปิดเพิ่มมากขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แม้จะเริ่มซบเซาในช่วงปี พ.ศ. 2550–2552 เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลก แต่ธุรกิจนี้ก็ยังคงมีอนาคตที่ดีเพราะการบริโภคของภาคครัวเรือน และ การขยายตัว

ของภาคอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นตามความเจริญ จนก่อให้เกิดขยะรีไซเคิลเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจนี้ ประกอบกับกระแสนิยมการรณรงค์เรื่องสภาวะโลกร้อน ทำให้ประชาชนตื่นตัวในการช่วยกันลดปริมาณขยะที่ใช้ไม่ได้ลง โดยมีการรณรงค์ให้คัดแยกขยะเพื่อให้ขยะที่ทิ้งไม่ปนเปื้อน และ สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้มากขึ้น รวมถึงการรณรงค์ในการใช้ซ้ำ หรือนำมาใช้ใหม่ และจากการศึกษาครั้งนี้จะเห็นว่ามีร้านที่เปิดกิจการมานานกว่า 10 ปีขึ้นไปถึงร้อยละ 21.0 และส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมาแล้วทั้งสิ้น 5–10 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการดำเนินกิจการอยู่ที่ 8 ปี อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีร้านที่ปิดกิจการไปหลายร้านเช่นกัน ทั้งนี้ เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันได้จากปัญหาปริมาณขยะรีไซเคิลที่ลดน้อยลงเพราะผู้บริโภคลดการบริโภคเนื่องจากผลกระทบจากเศรษฐกิจตกต่ำ ราคาของขยะรีไซเคิลมีความผันผวนในทิศทางลง และการมีคู่แข่งที่เปิดเพิ่มมากขึ้นในช่วงที่มีกระแสนิยมของธุรกิจนี้จากความสำเร็จของแฟรนไชส์ ที่เป็นที่รู้จักดีคือ วงษ์พาณิชย์ ซึ่ง ดร. สมไทย วงษ์เจริญ เป็นจุดประกายให้เกิดความสนใจธุรกิจรีไซเคิลอย่างมาก โดยประชากรตัวอย่างจากการสุ่มครั้งนี้มี 7 รายที่เป็นแฟรนไชส์ ของวงษ์พาณิชย์ ซึ่งส่วนใหญ่มีผลการดำเนินงานค่อนข้างดี มีเพียง 1 รายที่ผลการดำเนินงานไม่ตรงตามเป้าหมาย ทั้งนี้เพราะ ร้านเปิดกิจการในช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ (ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 2 ปีกว่า) เหตุผลของการเป็นแฟรนไชส์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือจากยี่ห้อของแฟรนไชส์ การได้ความรู้ด้านการบริหารและด้านการตลาด การสร้างเครือข่ายและอำนาจการต่อรองทางธุรกิจ สำหรับเหตุผลของการไม่เป็นแฟรนไชส์ของร้าน ส่วนใหญ่เนื่องจากเป็นร้านขนาดเล็ก หรือ เป็นร้านที่ดำเนินกิจการมาก่อนและมีความรู้ความชำนาญอยู่แล้ว หรือมีเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการช่วยเหลือกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นญาติพี่น้อง รวมทั้ง ต้องการอิสระสะดวกคล่องตัวและไม่ต้องการเสียค่าแฟรนไชส์ ร้านที่ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นร้านที่ดำเนินการถูกต้องตามกฎหมาย คือ ทุกรายมีใบอนุญาตให้ประกอบกิจการขายทอดตลาดและค้าของเก่า (พ.ร.บ. ขายทอดตลาด และค้าของเก่า พ.ศ. 2474) มีบางร้านที่มีใบอนุญาตตาม พ.ร.บ. สาธารณสุข (พ.ร.บ. การสาธารณสุข พ.ศ. 2535) และใบอนุญาตประเภทของโรงงานลำดับที่ 105 หรือ 106 กรณีเข้าไปประมูลขยะรีไซเคิลจากโรงงานอุตสาหกรรมอีกด้วย จากการสำรวจพบว่ามีบางร้านที่ใช้ใบอนุญาตของโรงงานลำดับที่ 105 ของผู้อื่นโดยทำเสมือนเข้าไปประมูลแทน

ลักษณะของธุรกิจหากจำแนกตามลักษณะของการได้มาของขยะรีไซเคิล พบว่าร้อยละ 36.7 เป็นร้านที่เปิดหน้าร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลจากผู้ประกอบอาชีพรายย่อย เช่น ซาเล้ง หรือรถเร่ (กระบะ) และจากชุมชนมาขายโดยตรง รองลงมาคือ ร้านที่เปิดหน้าร้านรับซื้อและประมูลสินค้า (ขยะรีไซเคิล และ เครื่องจักรเก่า) ตามโรงงาน ซึ่งการเลือกลักษณะของการดำเนินธุรกิจขึ้นอยู่กับศักยภาพของร้าน ยกตัวอย่างเช่น บางร้านนอกจากเปิดหน้าร้านรับซื้อแล้วยังวิ่งรับซื้อตามที่ต่าง ๆ

เพราะมีบุคลากรเพียงพอและใช้กลยุทธ์เชิงรุก คือการเข้าถึงแหล่งขยะรีไซเคิลเพื่อให้ได้ปริมาณมาก เพราะยิ่งมีปริมาณขยะที่รับซื้อได้มากและส่งจำหน่ายทันที ผลกำไรสะสมก็จะยิ่งมากขึ้นตามไปด้วย

พื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลจากการศึกษาพบว่า เป็นทั้งพื้นที่เช่าและเป็นที่ดินของตนเอง ซึ่งขนาดของพื้นที่ที่แต่ละร้านต้องการขึ้นอยู่กับลักษณะของการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการสต๊อค การใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเงินทุนที่มีอยู่ กล่าวคือ ถ้าร้านเป็นลักษณะของการรับซื้อทุกประเภท และต้องคัดแยก หรือแปรรูปขยะรีไซเคิลบางส่วนก่อนส่งจำหน่ายจะใช้พื้นที่มากกว่าร้านที่ไม่คัดแยก แต่ซื้อมาและส่งจำหน่ายทันที การบริหารจัดการสต๊อคขยะรีไซเคิลให้มีความเป็นระเบียบไม่รกรุงรังจะสามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้มาก บางร้านที่มีการเก็บสต๊อคสินค้าไว้มากจึงต้องใช้พื้นที่ใหญ่ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะร้านมีเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนมากพอ จึงเก็บสต๊อคไว้รอการคัดแยกหรือรอราคาขึ้นแล้วจึงขาย เป็นการเก็งกำไรอย่างหนึ่งในการทำธุรกิจนี้ ผลการวิจัยพบว่าร้านเกือบร้อยละ 70 ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับพื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินการว่าไม่เพียงพอ แต่ผู้ประกอบการที่เช่าพื้นที่ในการทำกิจการจะมีความกังวลเกี่ยวกับความมั่นคงของร้าน จึงพยายามที่จะซื้อที่ดินเป็นของตนเองเพื่อใช้ในการดำเนินงานได้ในระยะยาว

ในการทำธุรกิจนี้ ทำเลร้านนับว่ามีความสำคัญ ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญในการเลือกทำเลที่ดีที่สุด เช่น ทำเลอยู่ติดถนน อยู่ใกล้แหล่งขยะรีไซเคิล หรืออยู่ในละแวกที่มีการแข่งขันกับร้านอื่น ๆ ไม่สูงมาก จากการศึกษาพบว่า ร้านส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อลูกค้าที่นำขยะรีไซเคิลมาขาย อยู่ใกล้แหล่งที่มีขยะรีไซเคิลหลายแหล่ง และสะดวกที่จะส่งขยะรีไซเคิลไปยังลูกค้าที่รับซื้อ หรือสะดวกที่ลูกค้าจะมารับซื้อถึงหน้าร้าน นอกจากนี้พบว่า สภาพการแข่งขันทางธุรกิจของร้านส่วนใหญ่มีการแข่งขันสูงเนื่องจากมีร้านตั้งอยู่ในละแวกเดียวกันหลายร้าน ซึ่งร้านแต่ละร้านจะนิยมรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท เช่น รับซื้อเศษเหล็ก อลูมิเนียม ทองแดง ทองเหลือง กระดาษ กล่อง พลาสติก ขวดแก้ว ไม้พาเลท และขยะชนิดอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อสะดวกกับลูกค้าที่นำขยะรีไซเคิลมาขายที่ร้านได้ทุกประเภท ร้านมีปริมาณขยะรีไซเคิลมากขึ้นเพราะรับซื้อทุกประเภทซึ่งร้านสามารถขายได้ทุกประเภทเพราะมีตลาด อีกทั้ง เป็นการกระจายความเสี่ยงหากมีขยะรีไซเคิลตัวใดตัวหนึ่งมีราคาผันผวนเนื่องจาก ความต้องการเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่ามีร้านที่รับซื้อขยะเพียงบางประเภท เช่น รับซื้อเฉพาะเหล็ก หรือรับซื้อเฉพาะพลาสติก เพราะมีความชำนาญเป็นพิเศษและมีตลาดที่ให้ราคาสูงกว่าราคาตลาดทั่วไป และต้องการการบริหารจัดการสต๊อคที่สะดวกกว่า ไม่ยุ่งยากหรือทำธุรกิจแบบประมูลขยะรีไซเคิลและเครื่องจักรเก่า โดยอาจร่วมมือกันเข้าประมูลและแบ่งประเภทของขยะรีไซเคิลที่ตนเองถนัด สรุปว่าร้านเลือกที่จะรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท หรือเพียงประเภทใดประเภทหนึ่งตามความถนัด ความชำนาญของตนเอง ตามศักยภาพของร้านและขึ้นอยู่กับตลาดรับซื้อที่ร้านมีลู่ทางหรือ

ติดต่ออยู่ โดยแนวโน้มในอนาคตคือ ร้านจะรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท แต่จะให้ความสำคัญกับขยะที่ร้านมีตลาดที่ให้ราคาดี ทำให้ร้านสามารถรับซื้อในราคาสูงกว่าคู่แข่ง

แหล่งของขยะรีไซเคิลและวิธีการที่ร้านจะสามารถได้ขยะรีไซเคิลมาดำเนินธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นขยะชุมชนมากที่สุด โดยชุมชนอาจนำขยะรีไซเคิลมาขายโดยตรง หรือมีผู้รวบรวมมาขายให้กับร้าน เช่น ซาเล้ง รถเร่ (กระบะ) ส่วนร้านขนาดกลางและขนาดใหญ่จะรับซื้อจากร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลรายย่อยหรือเข้าไปรับซื้อ (ประมูล) จากโรงงานอุตสาหกรรม

ขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อหรือประมูลมา ถ้าเป็นรายย่อยจะส่งขายต่อให้กับรายใหญ่กว่าเรียกว่า ยี่ปั๊ว หรือเอเย่นต์ ส่วนร้านที่มีศักยภาพในการรวบรวมให้ได้ในปริมาณมาก และมีโควตาจากโรงงานจะส่งตรงให้กับโรงงานที่ใช้ขยะรีไซเคิลหรือส่งออกไปยังต่างประเทศ เช่น เศษเหล็กไปประเทศจีน หรือส่งอลูมิเนียมไปประเทศพม่า นอกจากนี้ ขยะรีไซเคิลสามารถนำมาขายเป็นของมือสองหรือนำมาแกะชิ้นส่วนแล้วขายให้ผู้ใช้โดยตรง เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า อะไหล่ต่าง ๆ ชิ้นไม้จากไม้พาเลท เป็นต้น

เงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานในธุรกิจนี้ ส่วนใหญ่เป็นเงินของตัวเอง มีบางร้านที่มีการทำระบบบัญชีหรือมีหลักทรัพย์ก็จะนำไปเสนอเพื่อกู้เงินจากธนาคาร ส่วนใหญ่ร้านรายย่อย ๆ จะไม่สามารถขอกู้เงินจากธนาคารได้ และจะใช้วิธีการหยิบยืมจากบุคคลภายในครอบครัว หรือขอยืมจากร้านใหญ่ที่รับซื้อขยะรีไซเคิลของตน บางครั้งมีการกู้นอกระบบเพื่อนำเงินมาใช้ในระยะสั้น ๆ อย่างไรก็ตาม ร้านส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาเงินสดหมุนเวียนไม่เพียงพอ เพราะอาศัยวิธีการซื้อมาขายไปอย่างรวดเร็ว และประเมินกำลังซื้อของร้าน บางครั้งอาจใช้วิธีกินหัวคิว หรือขอเครดิตจากโรงงานที่ร้านประมูลได้ โดยนำขยะ รีไซเคิลมาขายก่อนจึงค่อยนำเงินไปชำระ

จากการศึกษาเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีตั้งแต่ร้านรับซื้อรายย่อยไปจนถึงรายใหญ่ ทำให้ยอดรับซื้อขยะรีไซเคิลต่อวันมีตั้งแต่น้อยกว่า 5,000 บาทต่อวัน ไปจนถึงมากกว่า 100,000 บาทต่อวัน ข้อมูลเรื่องยอดรับซื้อ ถ้าเป็นรายย่อยจะให้ข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงมากกว่าร้านขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ที่รับซื้อจำนวนมาก หรือประมูลจากโรงงาน เพราะยอดรับซื้อต่อวันค่อนข้างคลาดเคลื่อน เนื่องจากบางรายมีการตกลงกันเป็นรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือน จนถึงรายปี ทำให้ไม่สามารถให้ตัวเลขที่จะคำนวณเป็นยอดขายต่อวันได้อย่างเหมาะสม ในความเป็นจริงข้อมูลเกี่ยวกับยอดรับซื้อของร้านเป็นข้อมูลทางการค้าที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะรู้สึกลำบากใจที่จะให้ข้อมูลแก่บุคคลภายนอก

เนื่องจากธุรกิจนี้มีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว ดังนั้นจำนวนพนักงานหรือคนงานในร้านจากการสำรวจส่วนใหญ่ไม่เกิน 5 คน และเป็นคนในครอบครัวช่วยกันทำงาน โดยจำนวนคนงานเฉลี่ยจากการสำรวจครั้งนี้คือ 11 คน ร้านที่มีคนงานจำนวนตั้งแต่ 10 คนขึ้นไปจนถึงมากกว่า 200 คนขึ้นไปมักเป็นร้านที่ทำการคัดแยก หรือแปรรูปขยะรีไซเคิลบางส่วนก่อนส่งไปขาย เช่น โม่และ

หลอมพลาสติก หรือประมูลขยะรีไซเคิลจากโรงงาน จึงต้องมีคนงานจำนวนมากกว่า ข้อค้นพบอีกประการคือ การลาออกของคนงานในธุรกิจนี้ค่อนข้างน้อย ค่าเฉลี่ยของจำนวนคนงานที่ลาออกในแต่ละปีอยู่ที่ 0.64 คือไม่ถึง 1 คน เนื่องจากคนงานส่วนใหญ่เป็นญาติพี่น้องช่วยกันทำงานหรือเป็นคนงานที่มีการศึกษาน้อย ทำให้ไม่ค่อยมีทางเลือกในการไปสมัครทำงานที่อื่น อีกทั้งการดูแลปกครองของเจ้าของกิจการส่วนใหญ่จะให้ความเป็นกันเอง ทำให้คนงานส่วนใหญ่ไม่ลาออก ดังนั้น ร้านส่วนใหญ่จึงไม่มีปัญหาเรื่องความเพียงพอของจำนวนคนงานภายในร้าน และมีความพึงพอใจในการทำงานของคนงานในร้าน เนื่องจากคนงานมักเป็นผู้มีการศึกษาน้อยและลักษณะงานเป็นการใช้แรงงาน ทำให้ธุรกิจนี้ไม่ค่อยมีคนงานที่มีความโดดเด่นในเรื่องความสามารถ หรือทักษะพิเศษ อาจมีหัวหน้าคนงานที่มีความสามารถในการตรวจสอบคุณภาพของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อหรือมีความแม่นยำในการคำนวณราคาเมื่อต้องเข้าไปประมูลขยะรีไซเคิลตามโรงงานบ้าง ส่วนใหญ่งานที่ต้องใช้การตัดสินใจสำคัญผู้ประกอบการมักจะทำเอง จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการจะเข้ามาดูแลกิจการด้วยตนเอง และมีระดับความสามารถในการตัดสินใจอยู่ในเกณฑ์ดีมาก แต่จะให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมน้อยทำให้ความสามารถในด้านนวัตกรรมจึงมีน้อยไปด้วย เหตุผล คือ ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ยังไม่จำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีสูง เครื่องมือ เครื่องจักร หรือรถประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำงานจึงมีลักษณะการใช้เพื่อช่วยทุ่นแรง หรือลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เช่น ชุดอุปกรณ์ตัดเหล็ก เครื่องบีบอัดกระดาษ อลูมิเนียม สังกะสี และโลหะต่าง ๆ เครื่องโม่พลาสติก เป็นต้น เครื่องมือที่สำคัญที่ทุกร้านต้องมีคือเครื่องชั่งน้ำหนัก ซึ่งจะมีตั้งแต่เครื่องชั่งแบบธรรมดาที่ชั่งได้ 60 กิโลกรัม กิโลปอนด์ที่ชั่งได้ 500 กิโลกรัม เครื่องชั่งดิจิตอลขนาดใหญ่ และเครื่องชั่งรถบรรทุก ซึ่งชนิดของเครื่องชั่งที่แต่ละร้านมีไว้ใช้ ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงานของร้านและขนาดของร้าน ซึ่งในช่วงที่ทำการสัมภาษณ์ (เดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552) อยู่ในสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก ทำให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทำให้การใช้งานเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ไม่เต็มกำลังการความสามารถของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ร้านส่วนใหญ่จึงไม่มีปัญหาในเรื่องของความไม่เพียงพอของเครื่องมือ เครื่องจักร และรถ ในทางตรงกันข้ามพบว่า บางร้านที่ประสบภาวะขาดทุน และมีปัญหาด้านสภาพคล่องจำเป็นต้องขายรถกระบะหรือรถบรรทุกที่มีมากเกินพอ เพื่อลดปัญหาการขาดทุน และรักษาสภาพคล่องของกิจการ

ในด้านการบริหารงานของร้านพบว่า เป็นลักษณะที่ไม่มีการวางแผน หรือคิดวางแผนไว้แต่ไม่มีการจัดทำเป็นเอกสารทั้งระยะสั้น และระยะยาว เป็นลักษณะของการคิดและแก้ปัญหาวันต่อวัน เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการศึกษาไม่สูงนัก จึงใช้ประสบการณ์ในการวางแผนการตัดสินใจตามสถานการณ์ สำหรับร้านหรือบริษัทที่ผู้ประกอบการที่มีความรู้ในด้านการบริหาร ซึ่งมักจะทำธุรกิจประเภทประมูลขยะรีไซเคิลตามโรงงานต่าง ๆ จะมีการดำเนินงานตามหลักการ

บริหาร คือ มีการวางแผนกลยุทธ์ ทั้งระยะสั้น และ ระยะยาว ซึ่งการบริหารของร้านในแต่ละร้านพบว่าผู้ประกอบการที่ตอบแบบสัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า เป็นวิธีการที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ร้านกำลังเผชิญอยู่ และยังคงส่งผลดีต่อการดำเนินงาน คือ ยังคงอยู่รอดได้ในสถานการณ์ที่ตลาดมีความผันผวนสูง และปริมาณขยะรีไซเคิลมีปริมาณลดลงจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอย่างมาก ทั้งนี้ เพราะการทำธุรกิจนี้ต้องอาศัยความอดทน ความพยายาม และ ความสามารถในการปรับตัวสูง ทำให้ผู้ที่ทำธุรกิจนี้มีความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ของความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นได้ ร้านจึงต้องมีเทคนิคในการรับซื้อและขายขยะรีไซเคิลเพื่อให้เกิดผลกำไรสูงสุด โดยการสำรวจราคาซื้อ–ขายขยะรีไซเคิลทุกวัน เพื่อสามารถแข่งขันได้ ต้องพยายามรักษาสภาพคล่องทางการเงินเพื่อให้ได้รับความน่าเชื่อถือ เนื่องจากการรับซื้อขยะรีไซเคิลจากลูกค้าต้องจ่ายเป็นเงินสดเท่านั้น การคัดแยกหรือแปรรูปบางส่วนเพื่อเพิ่มมูลค่าของขยะรีไซเคิลก่อนส่งให้ลูกค้า และการบริการที่รวดเร็ว อัธยาศัยดี การพูดจาเป็นกันเองกับลูกค้า มีความซื่อตรงต่ออาชีพ ทำให้ลูกค้าประทับใจ จะยิ่งส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของร้านมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวทางในการตัดสินใจด้วยความระมัดระวังในการซื้อมาขายไปมากกว่าการตัดสินใจแบบกล้าได้กล้าเสีย แต่ผู้ประกอบการบางส่วนเห็นว่าจะต้องใช้ทั้งสองแนวทางควบคู่กันไปด้วยแล้วแต่สถานการณ์ เพราะสภาพการแข่งขันของธุรกิจนี้ค่อนข้างสูง ผลการดำเนินงานของร้านจึงจำเป็นต้องวัดจากปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่นอกเหนือจากผลกำไร เช่น ความสำเร็จของร้านในด้านการรักษาคุณภาพของสินค้า (ขยะรีไซเคิลก่อนส่งขาย) ซึ่งพบว่าร้านสามารถทำได้ดีในระดับน้อยเท่านั้น สำหรับความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และผลิตภาพของร้าน ซึ่งเป็นผลสะท้อนความสำเร็จได้เช่นกัน พบว่าร้านมีระดับความสำเร็จมาก โดยความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการมีระดับความสำเร็จมากที่สุด ร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายส่วนใหญ่อยู่ที่ร้อยละ 20–30 ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจที่ทำ โดยเฉลี่ยผลกำไรของธุรกิจนี้อยู่ที่ร้อยละ 23.31 บางครั้งร้านสามารถทำกำไรได้มากกว่าร้อยละ 100 ถ้าเป็นขยะรีไซเคิลหรือเครื่องจักรเก่าที่สามารถขายเป็นชิ้นงานหรือขายเป็นของมือสอง เนื่องจากผลกำไรเกิดจากส่วนต่างของราคาซื้อขาย ดังนั้น ร้านที่มีสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าที่รับซื้อหรือมีเครือข่ายที่ช่วยเหลือกันจะได้ราคาที่ดีกว่าราคาตลาดทั่วไป ทำให้สามารถทำกำไรได้มากกว่า จากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มีคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ตอบคำถามอย่างเต็มที่ พบว่า ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับเงินทุนและเงินสดหมุนเวียน เพราะสภาพคล่องของร้านหมายถึงความน่าเชื่อถือที่เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจนี้ และตัวผู้ประกอบการต้องมาดำเนินการและบริหารงานด้วยตนเอง โดยต้องมีความขยัน อดทน มีความรู้ความชำนาญในธุรกิจนี้เป็นอย่างดี หรือต้องเรียนรู้ให้เข้าใจโดยอาจอาศัยการสร้างเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือกัน นอกจากนี้ การบริการลูกค้าด้วยความซื่อตรง และ ทำให้ลูกค้าประทับใจ การมีทำเลร้านสะดวก ขณะเดียวกัน ต้องเสนอราคาที่ดี และมี

ความยุติธรรมในการให้ราคาอย่างไม่มีการเอารัดเอาเปรียบ ก็มีส่วนช่วยให้ร้านประสบความสำเร็จเหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้น ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความช่วยเหลือจากภาครัฐ คือการจัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อนำมาใช้รักษาสภาพคล่องหรือลงทุนในเรื่องเครื่องมือ เครื่องจักร ส่วนด้านภาษีที่เรียกเก็บจากธุรกิจนี้ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการสามารถยอมรับได้ แต่ ณ ปัจจุบันที่มีปัญหาด้านเศรษฐกิจ จึงอยากขอให้มีการช่วยลดหย่อนในช่วงดังกล่าว หรือภาครัฐควรช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจให้ดีเพื่อกระตุ้นการบริโภค ซึ่งมีผลต่อปริมาณขยะรีไซเคิลและความต้องการขยะรีไซเคิลเพื่อการผลิตเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐพิจารณานโยบายต่าง ๆ ที่จะมาช่วยเหลือสนับสนุนกลุ่มคนในอาชีพนี้ เพราะมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการออกกฎระเบียบต่าง ๆ ควรหลีกเลี่ยงการทำให้เกิดความยากลำบากแก่การดำเนินกิจการมากขึ้น เช่นกฎหมายห้ามรับซื้อของผิดกฎหมายที่ยังคงไม่สามารถแก้ปัญหาการลักขโมยของมาขายได้ ขณะเดียวกันก็ทำความยุ่งยากแก่ร้าน ประการสำคัญคือการให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐในการต่อทะเบียนการค้าตาม พ.ร.บ. ต่าง ๆ ควรปรับปรุงให้สะดวกรวดเร็ว และ ควรให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงเพียงหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เนื่องจากปัจจุบัน มีหน่วยงานที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการขยะ และการประกอบกิจการร้านรับซื้อของเก่ามากทำให้ไม่สะดวก สับสน และมีค่าใช้จ่ายในด้านธุรการสูง นอกจากนี้ ภาครัฐควรสอดส่องดูแลเจ้าหน้าที่ของรัฐบางคนที่เข้ามาเพื่อขอรับผลประโยชน์จากร้าน (ส่วย) ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ไม่ดีแก่ภาครัฐ และเป็นหนทางในการทำผิดกฎหมายของผู้ประกอบการบางรายที่ยอมจ่ายเงินให้เจ้าหน้าที่รัฐเพื่อปกปิดการกระทำที่ผิดกฎหมายของตนเอง

สรุปโดยภาพรวมแล้ว ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว ที่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ เป็นผู้ดำเนินงานบริหารด้วยตนเอง โดยอาศัยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในธุรกิจนี้ที่ถ่ายทอดมาจากคนรุ่นก่อน หรือเกิดจากการเรียนรู้ด้วยตนเองที่เคยเป็นคนงานของร้านมาก่อน ซึ่งต้องอาศัยความขยัน ซื่อสัตย์ อดทน และต้องมีความรักในอาชีพนี้ เนื่องจากเป็นอาชีพที่คนส่วนใหญ่ไม่เลือกที่จะทำ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่ด้อยโอกาส เช่น มีผู้มีการศึกษาน้อยได้เข้ามาทำอาชีพนี้จนสร้างรายได้ให้ครอบครัวและเกิดเป็นธุรกิจขนาดเล็กจนถึงขนาดกลางสืบทอดต่อกันมา ขณะที่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาพบว่า มีคนรุ่นใหม่ที่ชอบความท้าทายและมีความคิดที่จะนำระบบการจัดการมาใช้ปรับปรุงกิจการนี้ให้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น โดยเริ่มจากการเรียนรู้โดยการเข้ารับการฝึกอบรมและสมัครเป็นสมาชิกแฟรนไชส์ เช่น วงษ์พาณิชย์ เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจมากขึ้น ร่วมทั้งสร้างเครือข่าย เป็นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักได้เร็วขึ้น ก่อนที่จะก้าวเข้ามาในธุรกิจนี้ ดังนั้น ลักษณะของธุรกิจในพื้นที่ที่ศึกษา จึงมีความหลากหลาย ตั้งแต่ร้านที่ทำกันเพียง 3 คน คือ สามี–ภรรยา และคนงาน 1 คน ร้านที่มีคนในครอบครัวและมีคนงานไม่เกิน 10 คน ไปจนถึงร้านที่มีการบริหาร

จัดการในรูปบริษัท และมีคนงานกว่า 200 คน สำหรับประเภทของการดำเนินธุรกิจมีทั้งแบบที่เปิดหน้าร้านรับซื้อเพียงอย่างเดียว ไปจนถึงทำทุกอย่างเพื่อให้เกิดการรวบรวมขยะรีไซเคิลให้ได้ปริมาณมากที่สุด ดังได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ศึกษาในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจรุนแรงมากที่สุดครั้งหนึ่ง ซึ่งส่งผลกระทบในด้านลบโดยตรงต่อธุรกิจนี้ จึงอาจมีผลต่อยอดรับซื้อและขายขยะรีไซเคิล รวมถึงผลกำไรที่อาจคลาดเคลื่อนไปจากสภาวะปกติที่ธุรกิจนี้สามารถทำกำไรได้ในช่วงปกติไปบ้าง แต่ถึงกระนั้น ข้อดีมากที่สุดของการที่ทำวิจัยในช่วงเวลาที่สิ่งแวดล้อมภายนอกมีความไม่แน่นอนสูงคือ การได้ค้นพบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจและทัศนคติเชิงบวกในการแก้วิกฤตที่ร้านกำลังเผชิญ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการในธุรกิจนี้มีประสบการณ์ในการตัดสินใจ มีความยืดหยุ่น ปรับตัว และรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ผ่านมาได้ดีพอสมควร

6.1.2 ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

โดยปกติปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจจะมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งส่วนใหญ่มักมีผลในทิศทางบวก คำถามการวิจัยในข้อ 2 ของการวิจัยในครั้งนี้เพื่อพิสูจน์ว่าปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน ขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยก และ จัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน และ ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อระดับผลการดำเนินงานหรือไม่ ซึ่ง Vesilind et al. (2002: 14) ได้เคยสรุปไว้เกี่ยวกับความสำเร็จของโปรแกรมรีไซเคิลว่า ขึ้นอยู่กับทำเลของร้านที่อยู่ไม่ไกลจากแหล่งขยะหรือบริเวณนั้นไม่มีการแข่งขันสูง การได้ปริมาณขยะที่น้อยเนื่องจากความไม่แน่นอนของปริมาณขยะแต่ละชนิดที่เกิดขึ้น จึงมีความจำเป็นที่ร้านต้องรวบรวมขยะให้หลากหลายประเภท ตลอดจนการพัฒนาการคัดแยกขยะให้มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งขึ้นอยู่กับความเพียงพอของพื้นที่ที่ใช้ในการคัดแยก แม้ว่าจากผลการทดสอบโดยใช้สถิติถดถอยพหุแบบปกติ และแบบขั้นตอน พบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระบางตัว (ปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจ 4 ประการ) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (ผลการดำเนินงานขององค์การวัดจากร้อยละของผลกำไรต่อยอดขาย ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพของสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถสรุป อภิปราย ความสำคัญของปัจจัยพื้นฐานทั้ง 4 ประการต่อผลการดำเนินงานขององค์การได้ ดังนี้

6.1.2.1 ระยะเวลาในการดำเนินงานของร้าน

โดยทั่วไปแล้วอาจเข้าใจว่าร้านที่เปิดดำเนินงานมานานน่าจะมีข้อได้เปรียบในเรื่องของชื่อเสียงที่อาจเป็นที่รู้จักของลูกค้ามากกว่าร้านที่เปิดใหม่ และสามารถมีลูกค้าประจำ หรือเครือข่ายที่ช่วยสนับสนุนเกื้อกูลกันและกัน ทั้งด้านการนำขยะรีไซเคิลมาขายให้ร้านมากขึ้น เช่น เครือข่ายซาเล้ง หรือเครือข่ายญาติพี่น้องที่ร่วมมือกันในการรวบรวมขยะรีไซเคิลให้ได้ปริมาณมาก ซึ่งจะทำให้ได้ราคาและเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้ซื้อได้มากกว่า แต่จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การวัดระยะเวลาในการดำเนินงานของร้าน/บริษัท ไม่สามารถสะท้อนอิทธิพลที่มีต่อผลการดำเนินงานในทิศทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เพราะร้าน/บริษัทที่เปิดกิจการมานานกว่าแต่ไม่ได้พัฒนาเครือข่ายดังกล่าว และไม่สามารถสร้างชื่อเสียงที่ดีให้เป็นที่รู้จักและยอมรับแก่ลูกค้า (ทั้งผู้ที่นำขยะรีไซเคิลมาขาย และลูกค้าที่รับซื้อขยะรีไซเคิลจากร้าน) ตลอดจน ขาดทายาทที่จะเข้ามาช่วยดูแลกิจการอย่างจริงจัง ผลการดำเนินงานของร้านอาจด้อยกว่าร้านที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่า แต่มุ่งเน้นการสร้างฐานลูกค้า สร้างเครือข่าย สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก และวางแผนในการถ่ายทอดกิจการให้แก่ทายาท เพื่อให้คนรุ่นใหม่ ๆ เข้ามาดำเนินงานโดยนำการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในธุรกิจนี้มากกว่าร้านที่ไม่พัฒนา ปัจจัยเกี่ยวกับเครือข่าย ชื่อเสียงของร้าน (ยี่ห้อของร้าน) และการวางแผนผู้สืบทอด (Succession plan) ที่อ้างถึงมากในทฤษฎีธุรกิจครอบครัว จึงน่าจะเหมาะสมกว่าในการใช้เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Bennett (1991: 78) ที่เสนอว่า ร้านรับซื้อของเก่าจำเป็นต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักและพัฒนาร้านให้มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างฐานลูกค้าประจำ หรือสร้างเครือข่ายในการช่วยเหลือทางธุรกิจ ตลอดจน การวางแผนถ่ายทอดกิจการให้แก่ทายาท ซึ่งมักพบว่า เกิดขึ้นในธุรกิจครอบครัว นอกจากนี้ มีงานวิจัยที่พบผลเชิงประจักษ์ว่า บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการสร้างเครือข่าย มีความเชื่อมโยงอย่างมากกับผลประกอบการของธุรกิจ (Parida, 2008: Abstract) ดังนั้น ระยะเวลาการดำเนินกิจการของร้าน/บริษัทที่มากกว่าจะมีผลต่อการดำเนินงานก็ต่อเมื่อร้านได้มีการพัฒนากลไกต่าง ๆ ดังกล่าวแล้วข้างต้นด้วย

6.1.2.2 ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับขนาดของพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้ สรุปได้ว่า การที่ขนาดของพื้นที่ไม่มีผลโดยตรงต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน ผลิตภาพของร้าน คุณภาพของสินค้าของร้าน และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน เนื่องจากมีปัจจัยที่สำคัญกว่าที่ส่งผลให้ขนาดของพื้นที่มีความสำคัญน้อยลง ได้แก่ การบริหารสต๊อคสินค้า และ การจัดระเบียบของร้านกล่าวคือ ร้านทุกร้านจะมีการประเมินพื้นที่ที่ตนเองมีแล้วบริหารการซื้อมาขายไปให้มีพื้นที่เพียงพอ นอกจากนี้ร้าน

จะทำการจัดระเบียบการวางของให้มีพื้นที่ในการเก็บได้มากขึ้น เป็นการบริหารพื้นที่ให้ใช้ประโยชน์ได้สูงสุด ทั้งนี้ มีปัจจัยแทรกคือ เงินลงทุนและเงินสดหมุนเวียน เพราะการเก็บสต๊อคสินค้า นอกจากต้องอาศัยพื้นที่มากแล้ว ยังต้องใช้เงินจำนวนมาก ร้านจึงต้องใช้เทคนิคซื้อมาขายไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ผลการศึกษาจึงพบว่าร้านส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 70 ตอบว่าไม่มีปัญหาและร้อยละ 22 ตอบว่ามีปัญหาน้อยในเรื่องของความเพียงพอของขนาดพื้นที่ของร้าน ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้การใช้ขนาดของพื้นที่เป็นมาตรวัดครั้งนี้ แต่กลับพบว่าไม่มีนัยสำคัญกับตัวแปรตามบางตัวดังกล่าวข้างต้นคือ การเลือกขนาดของพื้นที่ที่เหมาะสม (Right Size) กับประเภทธุรกิจที่ทำอยู่ จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่ามีลักษณะการทำธุรกิจหลายประเภท เช่น เปิดหน้าร้านรับซื้ออย่างเดียว วิ่งรับซื้อตามที่ต่าง ๆ อย่างเดียว หรือ เปิดหน้าร้าน วิ่งรับซื้อ และประมูลสินค้าตามโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น ซึ่งธุรกิจแต่ละประเภทจะมีความต้องการขนาดพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลที่แตกต่างกัน แม้ว่าการมีขนาดพื้นที่มากน่าจะสะดวกแก่การดำเนินงานมากกว่า แต่ก็มีผลต่อต้นทุนของร้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าร้านต้องเช่าพื้นที่ดังกล่าวในการดำเนินกิจการ การตัดสินใจของผู้ประกอบการในการจัดหาพื้นที่ให้เหมาะกับธุรกิจที่ตนทำอยู่ และความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจึงมีความสำคัญกว่า สอดคล้องกับแนวคิดความสามารถขององค์การ (Firm's capabilities) ที่เสนอว่าความสามารถขององค์การในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดจะมีผลในทิศทางบวกต่อระดับผลการดำเนินงานขององค์การ (Grant, 1991; Amit and Schoemaker, 1993; Barney et al., 2001; Tokuda, 2005) ในกรณีนี้คือ การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ที่มีอยู่ในการดำเนินธุรกิจ โดยการที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องตัดสินใจในการเลือกขนาดของพื้นที่ให้เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ ศักยภาพและข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ร้านมีอยู่ การตัดสินใจที่ถูกต้อง แม่นยำของผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นมากกว่า (Tokuda, 2005) ดังนั้นความสามารถขององค์การและความสามารถของผู้ประกอบการจึงเป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตามคือผลการดำเนินงานขององค์การที่ควรมุ่งศึกษา นอกจากนี้ผลการศึกษาเชิงปริมาณที่พบยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parida (2008) ที่ศึกษาเรื่อง ความสามารถขององค์การในมุมมองของ RBV โดยนำมาเชื่อมโยงกับแนวคิดผู้ประกอบการอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลมีอิทธพลในทิศทางบวกต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ ซึ่งพื้นที่ที่มากพอต่อการคัดแยกทำให้สามารถส่งมอบสินค้าได้เร็วขึ้น ขณะที่ การมีพื้นที่หน้าร้านกว้างขวางจึงสะดวกแก่การให้บริการลูกค้าที่นำขยะรีไซเคิลมาขาย หรือสะดวกแก่การขนย้ายขยะรีไซเคิลที่ร้านประมูลได้จากโรงงานมาจัดเก็บได้ทันเวลา

6.1.2.3 ทำเลที่ตั้งของร้าน

จากการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนทำเลที่ตั้งของร้านจากการประเมิน 4 ข้อคำถาม คือ 1. ทำเลของร้านมีความสะดวกต่อผู้ที่จะนำขยะมาขายให้กับร้าน 2. ทำเลของร้านมีความสะดวกเพราะอยู่ใกล้แหล่งที่มีขยะรีไซเคิลหลายแหล่ง 3. ร้านส่งขยะรีไซเคิลไปให้ผู้รับซื้อได้สะดวกเพราะอยู่ใกล้ และ 4. มีร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลอยู่ใกล้หลายร้านทำให้การแข่งขันสูง มีคะแนนค่อนข้างสูง คือ 3.23 จาก 4 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ของทำเลร้านที่ดี แต่เมื่อนำมาหาความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์การพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการทุกรายยอมรับว่า ร้านทุกร้านให้ความสำคัญในเรื่องทำเลของร้านเป็นลำดับต้น ๆ ทำให้ความได้เปรียบเสียเปรียบในเรื่องทำเลของร้านค่อนข้างใกล้เคียงกัน ดังนั้นการที่ลูกค้าซึ่งหมายถึงผู้ที่นำขยะรีไซเคิลมาขายหรือลูกค้าที่มารับซื้อขยะรีไซเคิลจากร้าน จะมาติดต่อกับร้าน จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นที่สำคัญกว่า เช่น ราคารับซื้อหน้าร้าน หรือราคาประมูลที่ให้แก่โรงงาน และการบริการที่ดีกว่าร้านคู่แข่ง เพื่อสร้างฐานลูกค้าประจำ ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีร้านรับซื้อของเก่าเปิดมากขึ้น ทำให้เป็นทางเลือกแก่ลูกค้า อีกทั้ง ข้อมูลข่าวสารด้านราคาของขยะรีไซเคิลค่อนข้างแพร่หลาย ลูกค้าจึงทราบเกี่ยวกับราคารับซื้อเป็นอย่างดี การให้บริการที่ดี เช่น อัธยาศัยดี เป็นกันเองกับลูกค้า ความซื่อตรงในการตีราคา การชั่งของที่เที่ยงตรง การจ่ายเงินสดทันทีที่รับซื้อ การบริการรวดเร็วเป็นมืออาชีพและสามารถทำได้ตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ จึงเป็นปัจจัยที่ช่วยดึงดูดลูกค้ามาสู่ร้านได้มากกว่า ในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อสังเกตว่า ร้านเกือบทั้งหมดจะตั้งอยู่ในทำเลที่ดีคล้ายคลึงกัน ความไม่แตกต่างของคุณสมบัติข้อนี้ของกลุ่มตัวอย่าง จึงอาจมีผลทำให้การทดสอบทางสถิติพบว่าไม่มีนัยสำคัญได้เป็นเหตุผลประการหนึ่ง และเมื่อพิจารณาผลการวิจัยเชิงประจักษ์ เช่นงานของ Tvorik and McGivern (1997: 431) ที่เน้นองค์ประกอบภายในองค์การอันได้แก่ การสั่งสมของทรัพยากรที่เรียกว่า ทุนมนุษย์ ว่าการนำเสนอสินค้า หรือการให้บริการที่ดี ที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ องค์การต้องมีบุคลากรที่สามารถให้บริการได้ดีกว่าคู่แข่ง ในธุรกิจที่ศึกษาอยู่นี้ก็เช่นเดียวกัน ทำเลที่ดีแต่หากการบริการไม่ดี หรือการขาดทักษะเรื่องการตลาดของผู้ประกอบการ อันมีผลในด้านราคา ก็อาจนำมาซึ่งผลกำไรที่น้อยกว่าคู่แข่งที่อยู่ในทำเลเดียวกัน หรือ ส่งผลในด้านผลการดำเนินงานด้านอื่น ๆ เช่น ผลิตภาพขององค์การ คุณภาพของสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ ตลอดจน ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ

6.1.2.4 ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ร้านมากกว่าร้อยละ 80 จะรับซื้อขยะตั้งแต่ 4 ประเภทขึ้นไป โดยขยะรีไซเคิลหลัก ๆ ที่นิยมรับซื้อคือ เหล็ก กระดาษ พลาสติก และขวด/แก้ว และร้านที่รับซื้อ 1–2 ประเภท ได้แก่ รับซื้อเฉพาะพลาสติกอย่างเดียว รับซื้อเหล็กและโลหะอื่น ๆ หรือประมูล

เฉพาะเครื่องจักรเก่าจากโรงงาน โดยเหตุผลของการรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภทเพราะสะดวกกับลูกค้าที่นำขยะรีไซเคิลมาขาย ร้านมีตลาดขายขยะรีไซเคิลได้ทุกประเภท เป็นการกระจายความเสี่ยงหากมีขยะรีไซเคิลตัวใดตัวหนึ่งมีความผันผวนหรือมีปัญหาด้านตลาด และการรับซื้อทุกประเภทจะทำให้ร้านได้ปริมาณขยะรีไซเคิลมากกว่าการรับซื้อน้อยประเภท จึงทำให้ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน อย่างไรก็ตาม ร้านที่รับซื้อขยะรีไซเคิลเพียงประเภทเดียว ซึ่งมีจำนวนร้านที่ดำเนินธุรกิจในแนวนี้น้อยกว่าร้านที่รับซื้อหลากหลาย สามารถให้เหตุผลที่มีน้ำหนักคือ ร้านมีตลาดรับซื้อขยะรีไซเคิลชนิดนั้น ๆ ที่ได้ราคาดีกว่า การบริหารจัดการขยะรีไซเคิลเพียงประเภทเดียวมีความสะดวกต่อการดำเนินงานมากกว่า ร้านมีความรู้และความชำนาญในขยะรีไซเคิลประเภทนั้น ๆ เป็นอย่างดี และการมีโควตาในการส่งขายโดยตรงกับโรงงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ตัดสินใจรับซื้อประเภทเดียว ดังนั้น เมื่อนำตัวแปรอิสระด้านความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อมาหาความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน วัดจากผลิตภาพของร้าน คุณภาพของสินค้าของร้าน ความรวดเร็วในการ ส่งมอบและการบริการของร้าน ตลอดจน ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน จึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อกัน นอกจากนี้ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกยังพบว่า มีแนวโน้มที่ร้านจะยังคงรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภท แต่จะเน้นขยะรีไซเคิลตัวใดตัวหนึ่งเป็นพิเศษ ซึ่งจะเป็นประเภทที่ร้านมีความสามารถในการรวบรวมรับซื้อได้ในปริมาณมากพอและมีตลาดรับซื้อที่ให้ราคาดี สอดคล้องกับข้อเสนอของ Bennett (1991) ในการรับซื้อขยะรีไซเคิลที่หลากหลายว่า การรับซื้อหลากหลายประเภทจะสามารถดึงดูดผู้ขายโดยเฉพาะจากภาคครัวเรือนให้นำขยะมาขายให้มากขึ้น เพราะสะดวกและสามารถนำขยะทั้งหมดมาขายในที่เดียวขณะเดียวกัน ร้านรับซื้อของเก่าต้องหาหนทางทุกวิถีทางในการเข้าถึงแหล่งขยะอื่น ๆ เช่น ขยะจากภาคธุรกิจ และภาคอุตสาหกรรม โดยเน้นการได้มาซึ่งปริมาณขยะรีไซเคิลที่มีคุณภาพและสามารถขายได้ราคาดี อาจหมายถึงขยะเพียงประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลาย ๆ ประเภท ขึ้นอยู่กับความสามารถในการคัดแยกขยะรีไซเคิลแต่ละประเภท และความถนัดของร้าน โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะดำเนินธุรกิจในแนวทางใดนั่นเอง

6.1.3 คุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถของผู้ประกอบการ ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

ผลจากการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกันที่ว่าคุณสมบัติของทรัพยากรมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน แต่ไม่ใช่ทุกคุณสมบัติที่สามารถนำมาใช้อธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ กล่าวคือในบริบทของการทำธุรกิจรวบรวมและรับซื้อ

ขยะรีไซเคิล คุณสมบัติของทรัพยากรที่องค์การต้องการ อาจยังไม่ต้องมีความสลับซับซ้อนเหมือนกับธุรกิจที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง ดังนั้น คุณสมบัติของทรัพยากรที่มีความไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายจึงมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานอย่างไม่มีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับคุณสมบัติของความคงทนของทรัพยากร กลับพบว่ามีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานร้อยละของผลกำไรต่อยอดขาย และคุณภาพของสินค้าของร้านอยู่ในทิศทางลบ ซึ่งสามารถอธิบายได้โดยยกตัวอย่าง ทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากคนงานในร้านมักเป็นผู้ด้อยโอกาสและจะอยู่กับร้านเป็นระยะเวลานาน หากขาดการฝึกอบรมและไม่มีการพัฒนาความรู้ความสามารถก็อาจเป็นอุปสรรคต่อผลการดำเนินงานของร้านได้ แม้ว่าแนวคิด RBV ในมุมมองของ Barney (1991) เกี่ยวกับคุณสมบัติของทรัพยากรว่า องค์การสามารถได้รับผลตอบแทนมากกว่าปกติก็ต่อเมื่อ องค์การอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบทรัพยากรที่องค์การมี แต่มีข้อโต้แย้งว่า การป้องกันการถูกลอกเลียนแบบอาจมีต้นทุนแฝง (Dierickx and Cool, 1989: 1507) ซึ่งในบางธุรกิจการป้องกันการลอกเลียนแบบทรัพยากรอาจไม่มีความจำเป็นมากนัก เช่น ธุรกิจที่มีความต้องการเทคโนโลยีระดับต่ำ (Parida, 2008) ที่มักพบในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใคร ๆ ก็สามารถมีทรัพยากรที่คล้ายคลึงกันได้ แต่ต่างกันในเรื่องของการตัดสินใจเชิงผู้ประกอบการของบุคลากรในองค์การหรือการมีภาวะผู้นำของเจ้าของกิจการมากกว่า นอกจากนี้องค์การที่มีการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและมีการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานของทรัพยากรอยู่เสมอทำให้สามารถทิ้งห่างจากคู่แข่งและไม่มีความกังวลเรื่องการถูกลอกเลียนแบบอีกต่อไป (Pesic, 2007) เช่นเดียวกับความคงทนของทรัพยากร Grant (1991: 128) กล่าวว่า ความคงทนหมายถึงอัตราการเสื่อมของทรัพยากรหรือการกลายเป็นทรัพยากรที่ล้าสมัย ในธุรกิจที่ศึกษาอยู่นี้ บุคลากรหรือคนงานในร้านที่อยู่กับร้านมานาน หากไม่พัฒนาขีดความสามารถก็ไม่สามารถนำพาร้านสู่ความสำเร็จได้ หรือเครื่องมือเครื่องจักรที่มีอายุการใช้งานได้นานแม้ไม่มีปัญหาต้องซ่อมแซม แต่หากไม่มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ก็อาจมีผลต่อต้นทุนการผลิตที่ไม่คุ้มกับการลงทุน และไม่สามารถอธิบายผลการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน Grant ย้ำว่า ความคงทนของทรัพยากรที่ดีที่สุดคือความคงทนของชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์การ ดังนั้น บริษัทใหญ่ที่มีแหล่งเงินทุนถาวรหรือมีการบริหารทั้งระยะสั้นและระยะยาว หากไม่สามารถรักษามาตรฐานในการดำเนินกิจการหรือรักษาภาพพจน์ชื่อเสียงขององค์การไว้ได้ ความคงทนของทรัพยากรอื่น ๆ ที่มีอยู่ ก็อาจไร้ความหมาย

คุณสมบัติของทรัพยากรที่สามารถนำมาอธิบายความมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ดีที่สุดคือ คุณค่าของทรัพยากร เพราะผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติถดถอยพหุแบบขั้นตอน พบว่า มีอิทธิพลในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงาน วัดจากร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน ผลิตภาพของร้าน คุณภาพของสินค้าของร้าน ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ

ของร้าน และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน เมื่อนำผลการสัมภาษณ์เชิงลึกมาพิจารณาร่วมกันพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อคุณค่าของทรัพยากรไม่ใช่ในแง่ของปริมาณเพียงอย่างเดียว แต่คุณค่าของทรัพยากรคือทรัพยากรเหล่านั้นสามารถช่วยให้ร้านฝ่าฟันปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ และนำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่ก้าวหน้า ซึ่ง Dess et al. (2007: 87) ได้กล่าวไว้อย่างชัดเจนว่า คุณค่าของทรัพยากรคือ ทรัพยากรนั้นสามารถช่วยลดอุปสรรคและสร้างโอกาสให้องค์การ ในการวิจัยครั้งนี้ มีตัวอย่างในเรื่อง คุณค่าของทรัพยากรที่สามารถยกตัวอย่างเป็นรูปธรรม เช่น คุณค่าของเงินทุน และเงินสดหมุนเวียน ซึ่งเงินมีคุณค่าในตัวของมันเองอยู่แล้ว เมื่อองค์การต้องพบอุปสรรคเงินทุนและเงินสดหมุนเวียนเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตไปได้ ไม่ว่าทรัพยากรเงินจะมีมากทำให้สายป่านยาวและตัดสินใจรอดูจังหวะในการซื้อขาย หรือทรัพยากรเงินที่มีจำนวนจำกัดทำให้ร้านต้องดำเนินการซื้อมาขายไปอย่างรวดเร็วเพื่อรักษาสภาพคล่องก็ตาม อีกตัวอย่างคือ ทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรด้านการบริหาร ซึ่งคุณค่าของทรัพยากรเหล่านี้มีผลต่อความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ รวมถึงผลิตภาพและคุณภาพของสินค้าของร้านเพราะคนงานที่มีความใส่ใจในงาน หลักการบริหารที่ให้ความสำคัญกับการตลาดและการดูแลลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ คุณค่าต่อลูกค้าเหล่านี้จะสะท้อนออกมาในรูปผลกำไรในระยะยาว (Fahy and Smithee, 1999) เช่นเดียวกับความเหมาะสมของทรัพยากรซึ่งจากผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า เมื่อทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่มีความเพียงพอ และพอดีแก่การดำเนินงานจะช่วยเสริมสร้างผลิตภาพและความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ เป็นไปในทิศทางเดียวกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการให้ความเห็นตรงกันว่า ทรัพยากรที่เหมาะสมกับร้านแต่ละร้านไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ยกตัวอย่างเช่น บางร้านใช้เครื่องมือเรียบง่าย แต่อาศัยแรงงานที่มีความขยันขันแข็งก็จะทำให้ผลิตภาพและความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการเพิ่มขึ้น ขณะที่บางร้านมีอุปกรณ์เครื่องมือทุ่นแรงอยู่ก็สามารถใช้จำนวนคนงานน้อยลงได้ ทำให้เครื่องมือเครื่องจักรเหล่านั้นทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพและสามารถให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี เป็นต้น ตามคำกล่าวเกี่ยวกับคุณสมบัติด้านความเหมาะสมของทรัพยากรในองค์การที่ Amit and Schoemaker (1993), Collis and Montgomery (1995) และ Fahy and Smithee (1999) ที่ว่าทรัพยากรองค์การต้องมีความเหมาะสมกับองค์การหรือผู้ใช้ภายในองค์การจึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบที่เหนือชั้นกว่า สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

ในมุมมองด้านทรัพยากร นอกจากการพิจารณาคุณสมบัติต่าง ๆ ของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานแล้ว สิ่งสำคัญคือ ความสามารถขององค์การในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในร้านให้เกิดประโยชน์สูงสุด การวิจัยในครั้งนี้ได้ผลเป็นไปตามแนวคิด RBV ที่กล่าวถึง ความสามารถขององค์การมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การ (Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984; Dierickx and Cool, 1989; Grant, 1991; Mahoney and Pandian, 1992; Amit and Schoemaker, 1993; Barney et al., 2001; Fiol, 2001;

Tokuda, 2005) เพราะพบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และได้รับการยืนยันจากผู้ประกอบการในการสัมภาษณ์เชิงลึก สอดคล้องตรงกัน ดังนั้น ร้านที่สามารถใช้ทรัพยากรที่องค์การมีอยู่ เช่น ทรัพยากรเงิน ทรัพยากรมนุษย์ เครื่องมือ เครื่องจักร และกลยุทธ์การบริหารขององค์การให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ก็ย่อมจะส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานของร้านในแง่ของร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น ผลิตภาพที่สูงขึ้น ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการที่ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hansen and Wernerfelt (1989) ที่ทำการวิเคราะห์ 60 บริษัท จาก “Fortune 1000 Firms” ที่พบว่า ปัจจัยด้านองค์การโดยเฉพาะความสามารถขององค์การ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานมากกว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และงานของ Tvorik and McGivern (1997: 430) ที่สรุปว่า ความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และงานของ Parida (2008) ที่สนับสนุนความสามารถขององค์การเชิงพลวัตรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่ามีผลต่อความสำเร็จขององค์การที่ต้องอาศัยการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามผลการศึกษาพบว่าความสามารถขององค์การในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในร้านให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสินค้าอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีเหตุผลที่สามารถอธิบาย คือ ระดับของคุณภาพของขยะรีไซเคิลขึ้นอยู่กับเกณฑ์ของร้านแต่ละร้านที่จะทำให้ได้ดีจนได้ขยะรีไซเคิลที่มีการปะปนของขยะอื่นน้อยซึ่งจะได้ราคาตอบแทนที่ดีกว่า คุณภาพจึงขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละร้าน ดังที่ Teece (1984) กล่าวว่า องค์การจำเป็นที่จะต้องทำความสามารถขององค์การ ให้เหมาะกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับทฤษฎีตามสถานการณ์ (Contingency Theory) ของ Burns and Stalker (1961: 59) ที่เน้นว่า โครงสร้างและกลยุทธ์ขององค์การต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่องค์การต้องเผชิญ โดยจำเป็นต้องพิจารณาบริบทภายในขององค์การประกอบด้วย (Amit and Schoemaker, 1993) การพิจารณาระดับของคุณภาพของสินค้าในธุรกิจนี้ จึงขึ้นอยู่กับโครงสร้างขององค์การและทรัพยากรในองค์การ ว่ามีศักยภาพในการคัดแยกขยะให้ได้ระดับคุณภาพสูงมากน้อยเพียงใดและในบางครั้งก็ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของร้านว่าจะวางแผนด้านคุณภาพเพื่อสนองตอบต่อตลาดอย่างไรเช่นกัน ดังนั้น ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์สูงสุดเพื่อทำให้ได้คุณภาพตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ จึงมีข้อจำกัดจากศักยภาพของร้าน และนโยบายของร้าน ที่กำหนดโดยผู้ประกอบการเป็นประเด็นสำคัญ ในการวิจัยครั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับทฤษฎีผู้ประกอบการ และพบว่ามีผลสนับสนุนทฤษฎีคือความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ ทั้งผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องตรงกัน โดยเฉพาะผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน พบว่าความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานของ

องค์การวัดจากร้อยละของผลกำไรต่อยอดขาย คุณภาพของสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ พบว่า ในธุรกิจนี้ ผู้ประกอบการต้องเข้ามาบริหารงานด้วยตนเองและต้องตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว แม่นยำ สามารถพลิกแพลงตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา สำหรับผลของความสามารถในการตัดสินใจของผู้ประกอบการที่พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับผลิตภาพของร้าน น่าจะมีสาเหตุมาจากการทำวิจัยในช่วงที่มีสถานการณ์ผิดปกติเพราะอยู่ในช่วงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของโลกพอดี ทำให้คนงาน เครื่องมือ เครื่องจักร และรถประเภทต่าง ๆ ไม่สามารถทำงานหรือถูกใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพได้ หากเป็นภาวะปกติผู้วิจัยคิดว่าการตัดสินใจของผู้ประกอบการ น่าจะมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงเสนอว่าควรมีการทดสอบต่อไปในการวิจัยครั้งหน้าเมื่อสถานการณ์อยู่ในภาวะปกติ ขณะที่ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือความสามารถด้านนวัตกรรม ยังไม่โดดเด่นและไม่สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับความสำเร็จของร้านได้อย่างมีนัยสำคัญได้ครบทุกประเด็น ทั้งนี้ เพราะธุรกิจนี้ยังคงใช้เทคโนโลยีที่ไม่สูงมากนัก และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ (ขยะรีไซเคิลชนิดใหม่ ๆ) ถูกกำหนดโดยตลาด ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสรรหาขยะรีไซเคิลใหม่ ๆ น้อย โดยรอให้มีความต้องการจากตลาดมาก่อน จึงเริ่มรวบรวมขยะรีไซเคิลที่ตลาดต้องการ การหาตลาดใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ แต่ด้วยศักยภาพของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาไม่สูงมากนัก ทำให้ยากต่อการเข้าถึงตลาดใหม่ได้ ร้านที่มีการจัดการในรูปแบบบริษัทและมีประสบการณ์ รวมทั้งมีเงินทุนมากพอจึงจะมีโอกาสในการหาตลาดใหม่ ๆ ได้ดีกว่า จากการวิเคราะห์พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลิตภาพขององค์การ และความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปขององค์การ ทั้งนี้ เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับนวัตกรรมกระบวนการผลิตคือการรวบรวมขยะและนำมาคัดแยกให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อเพิ่มมูลค่า ตลอดจนการพยายามค้นหาตลาดใหม่ ๆ เช่น ตลาดส่งออก เพื่อกระจายความเสี่ยง และเป็นการหาตลาดรับซื้อที่น่าจะให้ราคาดีกว่า สอดคล้องกับ Schumpeter (1934) ที่กล่าวว่าผู้ประกอบการคือคนที่สามารถสร้างสรรค์องค์ประกอบใหม่ ต้องสามารถนำเสนอวิธีการผลิตใหม่ ซึ่งยังไม่มีใครเคยทำมาก่อน การพยายามหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ และต้องสามารถเปิดตลาดใหม่ที่องค์การยังไม่เคยเข้าสู่ตลาดนี้ แนวคิดนี้ สามารถอธิบายข้อค้นพบในธุรกิจที่ศึกษาอยู่ว่า ผู้ประกอบการจะพยายามค้นหาวิธีการรวบรวม และรับซื้อขยะแบบใหม่ ๆ (พยายามหาแหล่งวัตถุดิบใหม่) ตลอดจน ทำการคัดแยกโดยวิธีใหม่ ๆ (วิธีการผลิตแบบใหม่) และหาตลาดใหม่เพื่อความอยู่รอดในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ บทสรุปของงานวิจัยของ Pines et al. (2002: 184-185) ที่สรุปว่า ผู้ประกอบการ

จะต้องยึดหลัก 6 ประการดังกล่าวไว้ในการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 3 และหลักการ 2 ข้อที่อธิบายสิ่งที่ค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการต้องมีแนวคิดกลยุทธ์ที่มีทางเลือกอื่น ๆ อีก หากกลยุทธ์เดิมไม่เป็นไปตามที่คาดหมาย และต้องมีความสามารถที่จะกลับมายืนใหม่อย่างรวดเร็ว หากล้มเหลว การวิจัยครั้งนี้ จึงพบว่า ผู้ประกอบการที่เผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจให้น้ำหนักกับความสำคัญด้านผลิตภาพ และความสามารถในการยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นประเด็นหลัก

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การในธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือ ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิล ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่รับซื้อ ความมีคุณค่าของทรัพยากร ความเหมาะสมของทรัพยากร ความสามารถขององค์การในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ และความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยความมีคุณค่าของทรัพยากร ความสามารถขององค์การในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานในเกือบทุกแง่มุมของการวัด คือ ร้อยละของผลกำไรต่อยอดขาย ผลิตภาพ คุณภาพของสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการ และความยืดหยุ่นในการปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน สรุปเป็นตารางความสัมพันธ์ได้ดังตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานของร้าน	ผลการดำเนินงานของร้าน
1. ขนาดของพื้นที่ที่ใช้รวบรวม คัดแยก และจัดเก็บขยะรีไซเคิลของร้าน	ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการของร้าน
2. ความหลากหลายของขยะรีไซเคิลที่ร้านรับซื้อ	ร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานของร้าน	ผลการดำเนินงานของร้าน
3. ความมีคุณค่าของทรัพยากรของร้าน	- ร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน - ผลิตภาพของร้าน - คุณภาพของสินค้าของร้าน - ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการของร้าน - ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน
4. ความเหมาะสมของทรัพยากรของร้าน	- ผลิตภาพของร้าน - ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการของร้าน
5. ความสามารถของร้านในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในร้าน	- ร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน - ผลิตภาพของร้าน - ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการของร้าน - ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน
6. ความสามารถของผู้ประกอบการในการตัดสินใจ	- ร้อยละของผลกำไรต่อยอดขายของร้าน - คุณภาพของสินค้าของร้าน - ความรวดเร็วในการส่งมอบและการบริการของร้าน - ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน
7. ความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม	- ผลิตภาพของร้าน - ความยืดหยุ่นปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของร้าน

6.2 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัญหาสำคัญด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่า ซึ่งเป็นเฟืองจักรสำคัญในการนำขยะที่ถูกทิ้งและก่อปัญหาด้านการจัดการขยะ (Waste Management) เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ที่เรียกว่า การรีไซเคิล (Recycling) ดังนั้น ประโยชน์ของการวิจัยในครั้งนี้จึงสามารถนำไปใช้ในทางปฏิบัติแก่

ผู้ที่ทำธุรกิจนี้อยู่ก่อนแล้ว หรือผู้ที่สนใจที่เข้ามาทำธุรกิจนี้ในอนาคต ในเชิงนโยบายแก่หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนหน่วยงานที่ส่งเสริมธุรกิจและการลงทุน สำหรับเชิงทฤษฎีสามารถได้ข้อสรุปที่นำมาใช้สนับสนุนทฤษฎีที่ได้คัดเลือกมาจากการทบทวนวรรณกรรมครั้งนี้ และเสนอแนะแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป นอกจากนี้ผลการศึกษายังเป็นประโยชน์ด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่ทั้งภาคครัวเรือน ภาคเอกชน และภาครัฐควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์กำลังเผชิญอยู่ รายละเอียดของข้อเสนอแนะมีดังต่อไปนี้

6.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

การศึกษาด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลากหลายทฤษฎี การวิจัยครั้งนี้ได้นำทฤษฎี RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ มาบูรณาการร่วมกันเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ ซึ่งผลของการศึกษาทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มีข้อค้นพบที่สนับสนุนทฤษฎีทั้งสอง กล่าวคือ การที่ผลการดำเนินงานขององค์การสามารถบรรลุเป้าหมายได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรภายในองค์การซึ่งมีคุณสมบัติของความมีคุณค่าและมีความเหมาะสม นอกจากนี้องค์การต้องมีความสามารถในการใช้ทรัพยากรเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยผู้ประกอบการต้องเข้ามาดำเนินกิจการด้วยตนเอง เพื่อตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีกลยุทธ์ และมีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ แม้ในธุรกิจนี้นวัตกรรมอาจจะยังคงมีความจำเป็นที่ไม่โดดเด่นมากนักในขณะนี้ แต่ในอนาคต องค์การควรมีนวัตกรรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ผลจากการศึกษาเชิงประจักษ์ในครั้งนี้ ช่วยตอกย้ำว่าองค์ความรู้ของ RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ จะสามารถใช้บูรณาการร่วมกันได้ดี ในการอธิบายปรากฏการณ์ขององค์การที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดย เฉพาะคุณสมบัติของทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ จะแสดงอิทธิพลได้ชัดเจนยิ่งขึ้นหากองค์การที่ผู้วิจัยต้องการศึกษานั้น เป็นองค์การที่มีการใช้นวัตกรรม เป็นจุดแข็งขององค์การ ดังนั้น ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีสำหรับผู้วิจัยในครั้งต่อไป หากมีความสนใจในเรื่องธุรกิจการรีไซเคิล อาจใช้ทฤษฎี RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ เพื่ออธิบายองค์การที่มีการใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าใหม่ ๆ จากขยะรีไซเคิล หรือการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการคัดแยกและแปรรูปขยะรีไซเคิล เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจำนวนขององค์การประเภทนี้ในประเทศไทยในปัจจุบันยังมีไม่มากนัก ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นต้องพิจารณาระเบียบวิธีวิจัยที่จะนำมาใช้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ เนื่องจากธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า โดยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีอีกประการหนึ่งของการทำวิจัยในครั้งต่อไปน่าจะนำแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว (Family business approach) และ ทฤษฎีการตัดสินใจตามสถานการณ์ (Contingency Theory) และแนวคิด

เครือข่าย (Network Approach) มาค้นหาปัจจัยแห่งความสำเร็จในอีกมุมมองหนึ่งด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัวและแนวคิดเครือข่ายน่าจะมีตัวแปรอิสระที่สำคัญหลายตัวแปร ที่สามารถนำมาอธิบายความสามารถในการแข่งขันและความอยู่รอดขององค์การที่ยั่งยืนได้เป็นอย่างดี กล่าวโดยสรุป การวิจัยครั้งนี้ นอกจากจะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ของทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์คือ RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการแล้ว ยังชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมในการนำทฤษฎีทั้งสองมาอธิบายปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสภาวการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างรุนแรงอีกด้วย

6.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผลของการศึกษาครั้งนี้เกิดจากการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กัน โดยวิธีการเก็บข้อมูลเป็นการใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ไปยังผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการโดยตรง ซึ่งนับเป็นจุดเด่นที่สุดของการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มประชากรตัวอย่างซึ่งเป็นองค์การคือ ร้าน/บริษัทรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าในภาคตะวันออกของประเทศไทยทั้ง 300 ราย มีความเหมาะสมกับการเป็นตัวแทนที่สะท้อนให้เห็นถึงปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยศึกษาในครั้งนี้ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้ที่ประกอบอาชีพนี้ ซึ่งมีหลายระดับ ตั้งแต่หน่วยที่ย่อยที่สุดคือ คนคุ้ยขยะ รถเร่ รถซาเล้ง ไปจนถึงผู้ประกอบกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้ขยะรีไซเคิลเป็นวัตถุดิบจะสามารถได้ประโยชน์จากการอ่านงานวิจัยเล่มนี้ ดังนี้

1. คนคุ้ยขยะ รถเร่ รถซาเล้ง ที่มีความมุ่งมั่นที่จะเปิดกิจการร้านรับซื้อของเก่า สามารถศึกษาจากผลวิจัยว่าปัจจัยสำคัญใดบ้างที่จำเป็นต่อการเปิดร้านรับซื้อของเก่า และปัจจัยที่ทำให้ร้านมีผลการดำเนินงานดีและอยู่รอดในระยะยาว โดยได้หลักในการบริหารของผู้ประกอบการทั้ง 300 รายจากการวิจัยครั้งนี้ เหมือนเป็นการรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้ที่อยู่ในวงการอาชีพนี้ที่เป็นนักปฏิบัติตัวจริง ทำให้เห็นข้อดี ข้อเสีย และข้อพึงระวัง ที่จะสามารถนำไปใช้ในการพิจารณาเปิดกิจการของตนเองต่อไป นอกจากนี้ แนวคิดอื่น ๆ เช่น การสร้างเครือข่ายซาเล้งเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้รับซื้อ ในกรณีที่ยังไม่สามารถเปิดร้านเป็นของตนเองได้ การรวมตัวกันน่าจะให้เกิดการอยู่รอดมากกว่า และ ที่สำคัญ สิ่งที่ผู้ประกอบอาชีพซาเล้งควรตระหนักถึงมากที่สุดคือ ผู้ประกอบการร้านรับซื้อของเก่าเกือบทุกคนจากผลการวิจัยครั้งนี้ จะให้ความสำคัญต่อการมีจรรยาบรรณในอาชีพ ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้ล้วนแต่ประสบความสำเร็จ และเป็นตัวอย่างที่น่าจะเอาเป็นแบบอย่างได้

2. ผู้ประกอบการรายย่อย สามารถเรียนรู้จากผลการวิจัยได้เช่นเดียวกับซาเล้ง โดยนำปัจจัยด้านคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้น และความสามารถของตัวผู้ประกอบการเอง ในการผลักดันให้ธุรกิจก้าวต่อไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน จากรายย่อยให้สามารถขยับขึ้นมาเป็นร้านขนาดกลาง หรือเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่

ในอนาคต โดยต้องคำนึงถึงกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ภาครัฐกำลังเร่งรัดให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การทำคอกกั้นช่องขยะแต่ละประเภท ผู้ประกอบการรายย่อยจะเผชิญกับปัญหานี้มากกว่าเพราะพื้นที่มีจำกัด ในอนาคตอันใกล้ กฎระเบียบจะยิ่งมีข้อบังคับเข้มข้นและยากมากขึ้น ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเท่านั้นที่จะปฏิบัติตามได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการรายย่อยต้องเตรียมรับมือให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงนี้

3. ผู้ประกอบการที่เป็นรายใหญ่หรือกลุ่มที่รวบรวมรับซื้อในลักษณะเป็นเอเย่นต์ สามารถใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยครั้งนี้โดยตรง โดยสามารถนำการศึกษาไปใช้เพื่อปรับแผนบริหารเชิงกลยุทธ์ของตนเอง ตลอดจนต้องช่วยกันผลักดันให้เกิดเครือข่ายเชื่อมโยง เช่น การทำเป็นลักษณะแฟรนไชส์อย่างวงษ์พาณิชย์ หรืออาจรวมตัวกันเพื่อก่อตั้งสมาคม เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้รับซื้อที่เป็นโรงงานแปรรูปต่าง ๆ และช่วยกันเสริมสร้างจุดแข็งของธุรกิจ โดยการสร้างสรรค์นวัตกรรม ทั้งในด้านการค้นหาขยะ รีไซเคิลใหม่ ๆ (สินค้าใหม่) วิธีการรวบรวมและคัดแยกขยะรีไซเคิลแบบใหม่ ๆ ให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงแหล่งขยะรีไซเคิลได้มากขึ้น ตลอดจนการสร้างตลาดรับซื้อใหม่ เช่น การสร้างนิคมอุตสาหกรรมรีไซเคิล (ความคิดของ ดร. สมไทย วงษ์เจริญ) เพื่อให้เป็นตลาดรองรับขยะรีไซเคิลจากผู้ประกอบการไทย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องวางแผนผู้สืบทอด (Succession Plan) ที่มีความสนใจที่จะพัฒนาธุรกิจนี้อย่างจริงจังให้สำเร็จยิ่งขึ้น

4. โรงงานแปรรูปที่รับซื้อขยะรีไซเคิลเพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า กลุ่มคนเหล่านี้มีความสำคัญอย่างมากกับกลไกการรีไซเคิล เพราะเป็นผู้ที่ใช้ประโยชน์จากขยะรีไซเคิล ผู้ประกอบการจะต้องให้ความช่วยเหลือธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่าอย่างเป็นธรรมในลักษณะของ Win-Win Situation คือทุกฝ่ายเป็นผู้ชนะและได้ประโยชน์ เพราะถ้าโรงงานแปรรูปให้ราคาที่ไม่เป็นธรรมหรือเอารัดเอาเปรียบ กลุ่มธุรกิจนี้อาจไม่สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้ หรืออาจต้องล้มเลิกกิจการไป ซึ่งในที่สุดก็จะส่งผลกระทบต่อโรงงานเพราะปริมาณของขยะรีไซเคิลจะขาดแคลนและไม่เพียงพอจนต้องนำเข้าขยะรีไซเคิลจากต่างประเทศ

การวิจัยครั้งนี้จึงพยายามชี้ให้เห็นว่า การพัฒนากลไกการรีไซเคิลของประเทศไทยจะสามารถประสบความสำเร็จลุล่วงได้ ต้องทำเป็นกระบวนการโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกหน่วยในสังคม ตั้งแต่ภาคครัวเรือน และภาคอุตสาหกรรมในการคัดแยกขยะ คนคุ้ยขยะ รถเร่ ซาเล้ง ผู้ประกอบการธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าตั้งแต่รายย่อยไปจนถึงรายใหญ่ในการรวบรวม คัดแยก และแปรรูปขยะรีไซเคิลเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ ตลอดจน ผู้บริโภคสินค้าและบริการ ที่จะต้องให้ความใส่ใจแก่ผลิตภัณฑ์สินค้าจากขยะรีไซเคิล เมื่อเกิดการพัฒนาทั้งกระบวนการ กลไกการรีไซเคิลโดยรวมของประเทศจะก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงพร้อมกับการแก้ปัญหาขยะมูลฝอยได้อย่างยั่งยืน

โดยสรุปแล้วในทางปฏิบัติผู้ที่ประกอบอาชีพนี้ สามารถนำผลการวิจัยที่ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์การ ที่มีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การไปใช้ในการปรับปรุงการบริหารเชิงกลยุทธ์ของตนเองได้ โดยพิจารณาปัจจัยภายนอกควบคู่ไปด้วย เช่น ศึกษาสภาพการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มเศรษฐกิจในอนาคตที่มีผลต่อปริมาณขยะรีไซเคิล ความต้องการขยะรีไซเคิล ราคาวัตถุดิบใหม่ ตลาดรับซื้อขยะรีไซเคิลที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องเป็นพลวัตร กฎระเบียบ ข้อบังคับที่กำหนดเพิ่มขึ้นจากหน่วยงานของภาครัฐของไทย ตลอดจนกฎหมายระหว่างประเทศ สำหรับผู้ที่สนใจจะเข้ามาดำเนินธุรกิจนี้สามารถศึกษาลักษณะของการทำธุรกิจว่าเป็นอย่างไรและปัจจัยใดที่มีอิทธิพลในทิศทางบวกกับผลการดำเนินงานประกอบการพิจารณา เพื่อตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจนี้ต่อไป ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่านอกจากองค์การต้องมีทรัพยากรที่มีคุณค่า มีความเหมาะสม และองค์การมีความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องมีความสามารถในการตัดสินใจที่แม่นยำ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ (มีนวัตกรรม) โดยเฉพาะนวัตกรรมกระบวนการในการเข้าถึงแหล่งขยะรีไซเคิลและการนำมาคัดแยกหรือแปรรูปบางส่วนเพื่อเพิ่มมูลค่าอีกด้วย

6.2.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อเสนอแนะจากกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ขั้นตอนการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทั้ง 9 ท่าน การขอคำแนะนำและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 10 ราย ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ของผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ทั้ง 300 ราย ในภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรมควบคุมมลพิษ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กรมโรงงานอุตสาหกรรม และกรมอนามัย รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจและการลงทุน เช่น กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร ตลอดจน ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อให้นำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปใช้พิจารณากำหนดนโยบายที่เหมาะสมกับสภาพปัญหาเพื่อการแก้ไขที่ตรงประเด็นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ลดข้อขัดแย้งและอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากนโยบายเดิม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุด โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมหรือปัญหาสังคมตามมา และการกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจนี้อย่างเป็นรูปธรรมในการช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่เป็นเฟืองจักรสำคัญของกลไกการรีไซเคิลของประเทศ เพื่อประโยชน์ที่จะเกิดแก่ทุกหน่วยของสังคมในระยะยาว โดยสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบด้านการจัดการขยะมูลฝอย ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ที่รับผิดชอบดำเนินการคัดแยกขยะมูลฝอยที่ยังมีคุณค่าให้สามารถนำไปใช้ซ้ำ หรือนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ โดยการเก็บรวบรวมนำมาขายเป็นขยะรีไซเคิลเพื่อสร้างรายได้แก่เจ้าของขยะมูลฝอยเอง เป็นการประหยัดงบประมาณในการจัดการขยะของหน่วยงานภาครัฐ และเป็นการเพิ่มปริมาณขยะรีไซเคิลที่มีคุณภาพแก่ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่า แม้ปัจจุบันมาตรการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะและการรีไซเคิลจะมีออกมาอย่างต่อเนื่องจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์การที่ไม่หวังผลกำไร แต่ผลสัมฤทธิ์ที่วัดจากอัตราการรีไซเคิลของภาคครัวเรือนยังไม่บรรลุเป้าหมาย

2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการจัดการขยะและการรีไซเคิลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เช่น หลักการ 3Rs (Reduce Reuse Recycle) หลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย (Polluter Pays Principle: PPP) หลักการขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิต (Extended Producer Responsibilities: EPR) แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความเข้าใจและลดการต่อต้านก่อนนำเสนอกลไกการขับเคลื่อนหลักการดังกล่าวด้วยการใช้มาตรการทางภาษี มาตรการด้านกฎหมาย และมาตรการทางเศรษฐศาสตร์ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมจำเป็นต้องอาศัยความมุ่งมั่นของฝ่ายบริหาร ฝ่ายการเมือง และความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคน

3. การปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับกลไกการรีไซเคิลทั้งหมดที่มีอยู่ในหลายกฎหมาย และมีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพ โดยการบูรณาการการบริหารจัดการระหว่างหน่วยงานอย่างแท้จริง ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกแก่การดำเนินธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาพรวมและสามารถแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การสร้างแรงจูงใจให้แก่องค์การภาคเอกชนที่เป็นเครือข่ายของกระบวนการรีไซเคิลในการเข้าร่วมทำกิจกรรม และโครงการรณรงค์การคัดแยกขยะและการรีไซเคิลอย่างต่อเนื่อง โดยการให้ผลประโยชน์ทั้งในแง่รายได้และการสร้างชื่อเสียงแก่องค์การ เพราะการขอความร่วมมือเพียงอย่างเดียวอาจได้รับความช่วยเหลือในระยะสั้นเท่านั้น

5. การส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขยะรีไซเคิลในด้านการค้าและการลงทุน เพื่อให้ผู้ประกอบอาชีพนี้ตั้งแต่หน่วยย่อยที่สุดคือ รถเร่ ซาเล้ง จนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ และผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์จากขยะรีไซเคิลสามารถพัฒนาศักยภาพของตนให้เข้มแข็ง มีระบบในการรวบรวม คัดแยก และส่งมอบขยะรีไซเคิลที่ทันสมัย ตลอดจน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ของขยะรีไซเคิลได้เต็มที่ โดยการสนับสนุนเครือข่ายซาเล้งในด้านเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ การให้ประโยชน์ด้านภาษี (ลดภาษี/ชดเชยภาษี) แก่

ผู้ประกอบการ การให้ทุนสนับสนุนการวิจัยค้นคว้าเพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมการรีไซเคิลที่ก้าวหน้าและการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการแปรรูปขยะรีไซเคิลให้เหมาะสมแก่อุตสาหกรรมของไทย ตลอดจน การคิดนอกกรอบในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมรีไซเคิล เพื่อให้ประเทศได้ใช้ประโยชน์จากขยะรีไซเคิลที่เก็บรวบรวมได้เอง รวมถึงการพิจารณานำเข้าขยะรีไซเคิลเพื่อคัดแยกและใช้ขยะรีไซเคิลเหล่านั้นในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้แก่ประเทศต่อไป

6. การชี้แจงให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันแก่ผู้ประกอบการทั้งระบบ เกี่ยวกับข้อตกลงระหว่างประเทศหรืออนุสัญญาระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกากของเสีย เพื่อให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างถูกต้อง และรู้เท่าทันปัญหาของข้อเรียกร้องที่จะมีความเข้มงวดมากขึ้นในอนาคต

7. การเร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภคและความต้องการสินค้าและบริการ เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจขับเคลื่อนซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจรีไซเคิลทั้งระบบเติบโตขึ้น

6.2.4 ข้อเสนอแนะเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาจะเห็นว่าธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่ามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมาก เพราะเป็นตัวกลางในการสร้างงานสร้างรายได้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องมากมาย เช่น คนคุ้ยขยะ อาชีพรถเร่ ซาเล้ง คนในชุมชน โรงเรียน โรงพยาบาล บริษัทเอกชน และหน่วยงานภาครัฐที่คัดแยก และนำขยะรีไซเคิลมาขาย ตลอดจนโรงงานต่าง ๆ ที่สามารถกำจัดขยะจากโรงงาน โดยการเปิดการประมูลขยะรีไซเคิลเหล่านั้นทำให้เกิดรายได้เป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิต ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายทั้งหมดดังกล่าว สามารถใช้ประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูลในการรณรงค์เรื่องการรีไซเคิล ซึ่งจะส่งผลดีต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมในระยะยาว เพราะหากประชาชนทุกคนมีทัศนคติที่ดีต่อธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือ ร้านรับซื้อของเก่า ว่าเป็นหน่วยหนึ่งในสังคมที่มีความสำคัญต่อกลไกการรีไซเคิลดังกล่าวแล้ว ทุกคนก็จะยินดีให้ความร่วมมือ และมีจิตสำนึกในการคัดแยกขยะเพื่อการรีไซเคิลมากขึ้น เป็นการนำเอาทรัพยากรกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อันนำไปสู่การบรรเทาปัญหาการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติและปัญหาสิ่งแวดล้อมต่อไป สรุปงานวิจัยครั้งนี้ นอกจากชี้ให้เห็นประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจนี้แล้ว ยังได้สรุปข้อเสนอแนะในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. เนื่องจากการจัดการขยะมีต้นทุนทางการจัดการที่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องร่วมกันจ่าย ดังนั้น การลดต้นทุนในส่วนนี้จึงควรต้องเริ่มจากการลดการก่อให้เกิดขยะ (Reduce) โดยในภาคครัวเรือนควรเลือกบริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดขยะน้อยที่สุด ขณะที่ภาคอุตสาหกรรม

ควรผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดขยะน้อยที่สุดเช่นกัน เช่น ขยะบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่สามารถมีอายุการใช้งานได้นาน หรือสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) เช่น ขวดแก้วที่นำมาบรรจุผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องมือเครื่องใช้ที่สามารถใช้งานได้นานไม่ใช่การใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง และสุดท้ายก่อนที่จะทิ้งขยะปะปนกันซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทนกลับมา ผู้บริโภคและผู้ผลิตควรมีการคัดแยกเพื่อนำขยะที่สามารถนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recycle) เพื่อจำหน่ายและก่อให้เกิดรายได้

2. ขยะรีไซเคิลนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้แก่ประชาชนผู้คัดแยกแล้ว ยังก่อให้เกิดอาชีพแก่ผู้ด้อยโอกาส เช่น ซาเล้ง และกำเนิดธุรกิจที่ทำรายได้ดีธุรกิจหนึ่งคือ ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า ดังนั้น การช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ง่ายที่สุดคือเริ่มจากการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง

3. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการรีไซเคิลมีบทบาทต่อเศรษฐกิจของชาติ ทั้งในด้านการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการจ้างงาน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้ในภาพรวมยังคงต้องพัฒนา ปรับปรุงศักยภาพ และระบบโครงสร้างของอุตสาหกรรมการผลิตให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องทั้งกระบวนการ ดังนั้น นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อมควรให้ความสนใจและเข้ามามีบทบาทในการศึกษาค้นคว้าด้านเทคโนโลยีและพัฒนาระบบอุตสาหกรรมเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขยะรีไซเคิลของประเทศด้วย

4. ขณะที่ทรัพยากรธรรมชาติเริ่มขาดแคลนลงอย่างรวดเร็ว ขยะรีไซเคิลนับเป็นวัตถุดิบทางเลือกแก่ภาคอุตสาหกรรมการผลิต เพราะมีราคาถูกกว่า และสามารถลดพลังงานในการผลิตซึ่งช่วยให้ต้นทุนในการผลิตลดลง ดังนั้น ผู้ผลิตจึงควรพิจารณาการนำขยะรีไซเคิลมาใช้ในการแปรรูปเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคควรปรับเปลี่ยนทัศนคติในการยอมรับและเลือกใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์จากขยะรีไซเคิลให้มากขึ้น เพราะนอกจากจะเป็นการประหยัดเชิงเศรษฐศาสตร์แล้ว ยังเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเป็นการเตรียมความพร้อมรับมือต่อการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติที่จำเป็นต่อการผลิตไว้ล่วงหน้า

5. ในขั้นตอนการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมวัตถุดิบจากขยะรีไซเคิลจะสามารถลดพลังงานที่ใช้ในการผลิต ซึ่งจะส่งผลต่อการเกิดมลพิษทางอากาศและมลพิษทางน้ำที่ลดลง ดังนั้น ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขยะรีไซเคิลทั้งระบบ เพื่อให้กลไกการรีไซเคิลมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งสามารถบรรเทาปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการชะลอการเกิดวิกฤตของภาวะโลกร้อน

6. การผลักดันให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงปัญหาขยะว่าจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและการตอบสนองจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคน การรณรงค์เรื่องการรีไซเคิลเป็นตัวอย่างที่ดีที่

ชี้ให้เห็นว่า โครงการต่าง ๆ ที่จัดทำกิจกรรมขึ้นจะไม่สามารถประสบผลสำเร็จหากสังคมยังเพิกเฉยต่อปัญหาของส่วนรวม ดังนั้น การพยายามสร้างเครือข่ายย่อย ๆ ในสังคมเพื่อช่วยขับเคลื่อนโครงการต่าง ๆ ให้สัมฤทธิผลจึงเป็นหน้าที่ของทุก ๆ คนในสังคม

6.2.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

จุดเด่นของการวิจัยในครั้งนี้ คือวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ซึ่งถือเป็นเทคนิคใหม่ที่ยังไม่ค่อยมีผู้วิจัยทำกันมากนักในประเทศไทย โดยผู้วิจัยเน้นพื้นที่ในการศึกษาเฉพาะพื้นที่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย ดังนั้น หากผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาต่อ ผู้วิจัยแนะนำว่าควรขยายผลการวิจัยให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อนำมาเปรียบเทียบโดยอาจใช้การเก็บข้อมูลแบบเดียวกับการวิจัยในครั้งนี้ หรือหากไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะของการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเผชิญหน้า หรือเข้าไปเป็นผู้สังเกตการณ์ที่อาจได้ผลที่ชัดเจนกว่าการสัมภาษณ์เชิงลึกทางโทรศัพท์ที่ทำในการวิจัยครั้งนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเสนอให้นำทฤษฎีองค์การและทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์อื่น ๆ มาใช้วิเคราะห์ความสำเร็จขององค์การในครั้งต่อไป เช่น ทฤษฎีการตัดสินใจตามสถานการณ์ และแนวคิดธุรกิจครอบครัว และแนวคิดเครือข่าย ซึ่งอาจจะสามารถอธิบายบริบทของธุรกิจนี้ให้เห็นในอีกมุมมองหนึ่งก็เป็นได้ อย่างไรก็ตาม ข้อควรระวังในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจเอกชน ตัวแปรตามที่ใช้ในการวัดควรมีความหลากหลายและสอดคล้องกับธุรกิจ การวัดผลตัวแปรตามเพียงตัวใดตัวหนึ่งอาจไม่สะท้อนความสามารถในการแข่งขันขององค์การได้อย่างสมบูรณ์และมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ข้อจำกัดด้านสถานการณ์สิ่งแวดล้อมภายนอกในธุรกิจเดียวกันที่อาจส่งผลต่อค่าของตัวแปร จึงควรมีการควบคุมด้วยเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการวัด เนื่องจากรายชื่อของธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่าไม่สามารถแยกประเภทธุรกิจที่ทำได้ เช่น เปิดหน้าร้านรับซื้ออย่างเดียว หรือประมูลสินค้าจากโรงงาน ผู้วิจัยจึงเสนอว่า งานวิจัยครั้งต่อไปอาจวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจแต่ละประเภทธุรกิจที่ดำเนินการ หากสามารถแยกแยะในขั้นตอนการเก็บตัวอย่างได้ สำหรับผู้ที่สนใจจะศึกษาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขยะรีไซเคิลในเชิงนโยบายควรมองภาพกว้างทั้งกระบวนการให้ครบทั้งวงจร คือ ตั้งแต่ต้นน้ำ คือภาคประชาชน กลางน้ำคือ ธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล หรือร้านรับซื้อของเก่า และปลายน้ำคือ โรงงานแปรรูปผู้ใช้ขยะรีไซเคิลเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า รวมถึงผู้บริโภคที่จะให้การสนับสนุนโดยการซื้อผลิตภัณฑ์รีไซเคิลดังกล่าว กล่าวโดยสรุปสำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปมีดังนี้

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปเกี่ยวกับธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลหรือร้านรับซื้อของเก่า นอกจากการศึกษาเชิงทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งสนใจปัจจัยภายในองค์การ โดยอาศัย

ตัวแปรจากทฤษฎี RBV และทฤษฎีผู้ประกอบการ ตามที่การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาไว้แล้ว หรือ การนำแนวคิดธุรกิจครอบครัว แนวคิดเครือข่าย ทฤษฎีการตัดสินใจตามสถานการณ์มาอธิบายปรากฏการณ์ในครั้งต่อไปตามที่ผู้วิจัยได้แนะนำ ผู้วิจัยเสนอว่าอาจมีการศึกษาปัจจัยภายนอกองค์การตามแนวคิดของ Porter ด้วย เพื่อดูถึงอุปสรรคและโอกาสของการทำธุรกิจนี้ โดยการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศอื่น เช่น ไต้หวัน เป็นต้น

2. การศึกษาโดยใช้ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์จะได้ประโยชน์อย่างมากในเชิงธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยที่สนใจทฤษฎีเชิงนโยบายอาจมีการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนโยบายหรือการบริหารพัฒนา เพื่อให้เห็นภาพกว้างของกลไกของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขยะรีไซเคิลทั้งองค์รวม และสามารถเสนอแนะเชิงนโยบายแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ระเบียบวิธีวิจัยที่เลือกใช้ในการวิจัยแต่ละครั้งต้องได้รับการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เพราะเป็นขั้นตอนของการให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์และแปลความ ผู้วิจัยเสนอว่า การศึกษาธุรกิจนี้ควรทำการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลสนับสนุนที่เข้มแข็ง เพราะการศึกษาหน่วยวิเคราะห์ที่เป็นองค์การภาคเอกชนมักมีอุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่บ่อยครั้ง อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะในด้านระเบียบวิธีวิจัยในครั้งต่อไป สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ อาจใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเผชิญหน้าหรือเข้าไปสังเกตการณ์และจดบันทึกเพื่อดูกิจกรรมของธุรกิจนั้นอย่างใกล้ชิด

บรรณานุกรม

กรมควบคุมมลพิษ. 2536. **รายงานการศึกษาสำรวจการใช้ประโยชน์ของเสียและการลดปริมาณของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายการใช้ประโยชน์จากของเสีย กองจัดการสารอันตรายและกากของเสีย กรมควบคุมมลพิษ.

กรมควบคุมมลพิษ. 2541. **แผนการศึกษาแนวทางในการลดมลพิษ โดยการพัฒนาของเสียหรือวัสดุเหลือใช้นำกลับมาใช้ใหม่.** กรุงเทพมหานคร: กรมควบคุมมลพิษ.

กรมควบคุมมลพิษ. 2544. **มหกรรมเทคโนโลยีและการจัดการขยะมูลฝอย.** กรุงเทพมหานคร: กรมควบคุมมลพิษ.

กรมควบคุมมลพิษ. 2548. **รายงานหลักการจัดทำกลไกเรียกคืนซากบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์.** กรุงเทพมหานคร: สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ.

กรมควบคุมมลพิษ. 2549. อ้างถึงใน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม**. รายงานประจำปี 2550.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม**.**

กรมควบคุมมลพิษ. 2551ก. **คู่มือแนวทางการลด คัดแยก และใช้ประโยชน์ขยะมูลฝอยสำหรับอาสาสมัครพิทักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหมู่บ้าน.** กรุงเทพมหานคร: รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977).

กรมควบคุมมลพิษ. 2551ข. **คู่มือการลด คัดแยก และใช้ประโยชน์ขยะมูลฝอยสำหรับเยาวชน.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ฮีซ์.

กรมควบคุมมลพิษ. 2552ก. **คู่มือปฏิบัติงานสำหรับผู้ประกอบอาชีพรับซื้อของเก่า.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ.

กรมควบคุมมลพิษ. 2552ข. **คู่มือสำหรับผู้ประกอบกิจการรับซื้อของเก่า: แนวปฏิบัติที่ดีในการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับร้านรับซื้อของเก่า.** พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพมหานคร: ไดเร็คชั่นแพลน.

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. 2546. **คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะชุมชน.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักส่งเสริมและเผยแพร่ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. 2551. สัมภาษณ์พิเศษ คนไทยหัวใจสีเขียว. **Environmental Treatment.** 7 (31): (4).

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. ม.ป.ป. **การจัดการขยะมูลฝอยโดยชุมชน.** กรุงเทพมหานคร: ส่วนรณรงค์ กองส่งเสริมและเผยแพร่ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.

กรุงเทพมหานคร. สำนักรักษาความสะอาด. 2544. **รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหามูลฝอยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพมหานคร: สำนักรักษาความสะอาด.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551. **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.** พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

ชาย โพธิสิตา. 2549. **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.

ดวงเดือน พันธุมนาวิน. 2543. **ตำราหลักและวิธีวิจัยทางสังคม พฤติกรรมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บัณฑร อ่อนดำ และคนอื่น ๆ. 2544. **คนคุ้ยขยะ.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน): มูลนิธิชุมชนเมือง.

บุญสม หรรษาศิริพจน์. 2541. **รายงานวิจัยเรื่องความคิดเห็นการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะและรักษาความสะอาดของคนในกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปรีดา แย้มเจริญวงศ์. 2531. **การจัดการขยะมูลฝอย.** ขอนแก่น: ภาควิชาวิทยาศาสตรสุขาภิบาล คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ. 2548. **การสำรวจโดยการสุ่มตัวอย่างทฤษฎีและปฏิบัติ.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. คณะวิศวกรรมศาสตร์. ศูนย์วิศวกรรมพลังงานและสิ่งแวดล้อม. 2552. **โครงการจัดทำระบบติดตามวงจรชีวิตของซากอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ รายงานฉบับสมบูรณ์.** กรุงเทพมหานคร: คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยงยุทธ์ บุญขัณฑ์. 2544. **การจัดการมูลฝอยของเทศบาลในประเทศไทย.** กรุงเทพมหานคร: สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย.

ระพินทร์ โพธิ์ศรี. 2551. **สถิติเพื่อการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รังสรรค์ ปิ่นทอง. 2539. **กระบวนการรีไซเคิล.** กรุงเทพมหานคร: ม.ป.พ.

รัตนะ บัวสนธ์. 2549**. เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง: แนวคิดและการประยุกต์ใช้.** นครสวรรค์: ริมปิงการพิมพ์.

วิเชียร เกตุสิงห์. 2538. ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย: เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. **วารสารข่าวสารการวิจัยการศึกษา**. 8 (กุมภาพันธ์-มีนาคม): 8-10.

วิลาสินี วัฒนาวงศ์ดอน. 2546. **การจัดการขยะมูลฝอยที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ในกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิตทางการจัดการสิ่งแวดล้อม สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริชัย ปิตินทรางกูร. 2541. **การยอมรับการใช้ถุงพลาสติกที่ผลิตจากพลาสติกใช้แล้วของผู้ประกอบการค้าตลาดห้วยขวาง.** สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิตทางการจัดการสิ่งแวดล้อม สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อมปี 51. 2551. **Environmental Treatment.** 7 (31): 133.

สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2551. **คู่มือศูนย์วัสดุรีไซเคิล.** ภายใต้โครงการบริหารจัดการระบบการจัดการขยะรีไซเคิล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม. 2551. **รายงานประจำปี 2551.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันการจัดการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม.

สมไทย วงษ์เจริญ. 2544. **การคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลเชิงธุรกิจ.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์.

สมไทย วงษ์เจริญ. 2551. **คู่มือคัดแยกขยะประจำบ้าน.** พิษณุโลก: วงษ์พาณิชย์กรุ๊ป.

สมไทย วงษ์เจริญ. ประธานกรรมการโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์. 2552 (14 กรกฎาคม). การสัมภาษณ์.

สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์. 2540. **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุชาดา กีระนันทน์. 2538. **ทฤษฎีและวิธีการสำรวจตัวอย่าง.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุชาดา บวรกิติวงศ์. 2548. **สถิติประยุกต์ทางพฤติกรรมศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุชาติ ประสิทธิรัฐสินธุ์. 2537. **การสร้างมาตรวัดในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2540. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุชาต ประสิทธิรัฐสินธุ์. 2548ก. **เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์: คู่มือนักวิจัยและนักศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.

สุชาต ประสิทธิรัฐสินธุ์. 2548ข. **การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.

สุธีลา ตุลยะเสถียร, โกศล วงศ์สวรรค์ และสถิต วงศ์สวรรค์. 2544. **มลพิษสิ่งแวดล้อม (ปัญหาสังคมไทย).** กรุงเทพมหานคร: รวมสาสน์.

สุเมธ สมภักดี. 2550. **ทฤษฎีการเลือกตัวอย่าง (Sampling Theory).** กรุงเทพมหานคร: โฟร์พรินท์ติ้ง.

สุรินทร์ นิยมางกูร. 2548. **สถิติวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุวิมล ติรกานันท์. 2549. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวทางสู่การปฏิบัติ.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดิศักดิ์ ทองไข่มุกต์. 2546. **การจัดการมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.

AcKerman, F. 1997. **Why Do We Recycle?: Markets, Values and Public Policy.** Washington, D.C.: Island Press.

Adam, E. E. et al. 1997. An International Study of Quality Improvement Approach and Firm Performance. **International Journal of Operations & Production Management.** 17 (9): 842–873.

Aldrich, H. and Zimmer, C. 1986. **Entrepreneurship Through Social Networks.** University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Retrieved July 17, 2009 from http://ssrn.com/abstract=1497761.

Alegre, J.; Lapiedra, R. and Chiva, R. 2006. A Measurement Scale for Product Innovation Performance. **European Journal of Innovation Management.** 9 (4): 333–346.

Alvarez, S. and Busenitz, L. 2001. The Entrepreneurship of Resource–Based Theory. **Journal of Management.** 27 (6): 755–775.

Amit, R.; Glosten, L. and Muller, E. 1993. Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. **Journal of Management Studies.** 30 (September): 815–834.

Amit, R. and Schoemaker, P. 1993. Strategic Assets and Organizational Rent. **Strategic Management Journal.** 14 (1): 33–46.

Bain, J. S. 1956. **Barriers to New Competition.** Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Bain, J. S. 1968. **Industrial Organization. 2nd ed.** New York: Wiley.

Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. **Journal of Management.** 17 (1): 99–120.

Barney, J. and Griffin, R. W. 1992. **The Management of Organizations Strategy Structure Behavior.** Boston: Houghton Mifflin.

Barney, J. and Hesterly, W. S. 2006. **Strategic Management and Competitive Advantage Concepts and Cases.** Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education.

Barney, J. and Ouchi, W. G. 1988. **Organizational Economics.** San Francisco, C.A.: Jossey–Bass.

Barney, J.; Wright, M. and Ketchen, D. J. 2001. The Resource–Based View of the Firm: Ten years After 1991. **Journal of Management.** 27 (6): 625–641.

Barton, A. F. M. 1979. **Resource Recovery and Recycling.** New York: Wiley.

Bennett, S. J. 1991. **Ecopreneuring: The Complete Guide to Small Business Opportonities from the Environmental Revolution.** New York: Wiley.

Bharadwaj, S.; Varadarajan, P. and Fahy, J. 1993. Sustainable Competitive Advantage in Services Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. **Journal of Marketing.** 57 (October): 83-99.

Birch, D. L. 1979. **The Job Generation Process.** Cambridge, M.A.: MIT.

Birley, S. 1987. New Ventures and Employment Growth. **Journal of Business Venturing.** 2 (2): 155–165.

Bridgman, P. W. 1927. Quoted in Bygrave, W. D. and Hofer, C. W. 1991. Theorizing About Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice.** 16 (Winter): 13–21.

Briggs, C. 1986. อ้างถึงใน ชาย โพธิสิตา. 2549. **ศาสตร์ และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.

Brooksbank, R.; Kirby, D. A. and Wright, G. 1992. Marketing and Company Performance: An Examination of Medium Sized Manufacturing Firms in Britain. **Small Business Economics.** 4 (3): 221–236.

Buchholz, R. A. 1998. **Principles of Environmental Management: The Greening of Business.** Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

Burns, T. and Stalker, G. 1961. **The Management of Innovation.** London: Tavistock.

Bygrave, W. D. and Hofer, C. W. 1991. Theorizing about Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice.** 16 (Winter): 13–21.

Calantone, R. J.; Vickery, S. K. and Droge, C. 1995. Business Performance and Strategic New Product Development Activities: An Empirical Investigation. **Journal of Product Innovation Management Science.** 12 (June): 214–223.

Callan, S. J. and Thomas, J. M. 2000**. Environmental Economics and Management: Theory, Policy, and Applications.** Orlando: Dryden Press.

Carroll, G. R. and Mosakowski, E. 1987. The Career Dynamics of Self Employment. **Administrative Science Quarterly.** 32 (4): 570–589.

Carson, D. 1990. Marketing and Small Firms. **European Journal of Marketing.** 24 (11): 9–12.

Casson, M. C. 1982. **The Entrepreneur: An Economic Theory.** Oxford: Martin Robertson.

Casson, M. C. 2005. Entrepreneurship and the Theory of the Firm. **Journal of Economic Behaviour and Organization.** 58 (2): 327-348.

Caves, R. E. 1980. Industrial Organization, Corporate Strategy and Structure: A Survey. **Journal of Economic Literature.** 18 (1): 64–92.

Campbell, D. T. and Fiske, D. W. 1959. อ้างถึงใน ดวงเดือน พันธุมนาวิน. 2543. **ตำราหลักและวิธีวิจัยทางสังคมพฤติกรรมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Chamberlin, E. H. 1933. **The Theory of Monopolistic Competition.** Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Chan, Y. 2004. Performance Measurement and Adoption of Balanced Scorecard: A Survey of Municipal Governments in the U.S.A. and Canada. **International Journal of Public Sector Management.** 17 (3): 204–221.

Chanston, I. 1997. Small Firm Performance: Assessing the Interaction Between Entrepreneurial Style and Organizational Structure. **European Journal of Marketing.** 31 (11/12): 814–831.

Chen, C.; Greene, P. and Crick, A. 1998. Does Entrepreneurial Self–Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?. **Journal of Business Venturing.** 13 (4): 295–316.

Choi, Y. R. and Shepherd, D. A. 2003. Entrepreneurs' Decisions to Exploit Opportunities. **Journal of Management.** 30 (3): 377–395.

Cole, A. H. 1968. Meso–Economics: A Contribution from Entrepreneurial History. **Explorations in Entrepreneurial History.** 6 (1): 3–33.

Collis, D. J. and Montgomery, C. A. 1995. Competing on Resources: Strategy in the 1990's. **Harvard Business Review.** 73 (4): 118–128.

Coyne, K. P. 1986. Sustainable Competitive Advantage–What it is and What it isn't. **Business Horizons.** 29 (January–February): 54–61.

Dararatt Anantanasuwong. 2002. **There's a Buzz at the End of the Pit: Recyclable Waste Business for Sustainable Development.** The Regional Conference on Civil Society–Business Collaboration for Environmental Protection, held on February 27 to March 1, 2002 at the Eugenio Lopez Center in Antipolo, Rizal, Philippines.

Day, G. S. 1994. The Capabilities of Market–Driven Organizations. **Journal of Marketing.** 58 (October): 37–52.

Delaney, J. T. and Huselid, M. A. 1996. The Impact of Human Resource Management Practices on Perceptions of Performance in For–Profit and Nonprofit Organizations. **Academy of Management Journal.** 39 (4): 949–969.

Demsetz, H. 1973. Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy. **Journal of Law and Economics.** 16 (April): 1–9.

Dess, G. G.; Lumpkin, G. T. and Eisner, A. B. 2007. **Strategic Management Creating Competitive Advantage.** Boston: McGraw–Hill/Irwin.

Dierickx, I. and Cool, K. 1989. Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage. **Management Science.** 35 (12): 1504–1511.

Drucker, P. F. 1985. **Innovation and Entrepreneurship.** New York: Harper and Row.

Dyer, J. H. 1996. Specialized Supplier Networks as a Source of Competitive Advantage: Evidence from the Auto Industry. **Strategic Management Journal.** 17 (4): 271–291.

Dyer, W. G. and Handler, W. 1994. Entrepreneurship and Family Business: Exploring the Connection. **Entrepreneurship Theory and Practice.** 19 (Fall): 71–83.

El-Haggar, S. M. 2007. **Sustainable Industrial Design and Waste Management: Cradle–to Cradle for Sustainable Development.** San Diego.: Elsevier.

Evans, D. and Leighton, L. 1989. Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. **American Economic Review.** 79 (3): 519–535.

Fahy, J. and Smithee, A. 1999. Strategic Marketing and the Resource Based View of the Firm. **Academy of Marketing Science Review.** 1999 (10): 1–20.

Fiksel, J. 2006. A Framework for Sustainable Materials Management. **Journal of Materials**. 58 (August): 15–22.

Fiol, C. M. 2001. Revisting an Identity–Based View of Sustainable Competitive Advantage. **Journal of Management.** 27 (6): 691–699.

Fiorito, S. and Laforge, R. 1986. A Marketing Strategy Analysis of Small Retailers. **American Journal of Small Business.** 10 (4): 7–17.

Foss, N. J. 1993. Theories of the Firm: Contractual and Competence Perspectives. **Journal of Evolutionary Economics.** 3 (2): 127–144.

Foss, N. J. and Ishikawa, I. 2006. **Towards a Dynamic Resource–Based View: Insights from Austrian Capital and Entrepreneurship Theory.** SMG Working Paper No. 6/2006. Denmark: Copenhagen Business School, Center for Strategic Managementand Globalization.

Frosch, R. A. and Gallopoulos, N. E. 1989. Quoted in Tietenberg, T. M. 2003. **Environmental and Natural Resource Economics.** 6th ed. Boston, Mass.: Addison Wesley.

Gartner, W. B. 1985. A Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. **Academy of Management Review.** 10 (4): 696-706.

Gibb, A. A. and Davies, L. 1990. In Pursuit of a Framework for the Development of Growth Models of the Small Business. **International Small Business Journal.** 9 (1): 15–31.

Gill, J. 1985. Quoted in Chanston, I. 1997. Small Firm Performance: Assessing the Interaction Between Entrepreneurial Style and Organizational Structure. **European Journal of Marketing.** 31 (11/12): 814–831.

Graham, H.; Shipley, D.; Fahy, J.; Cox, T.; Beracs, J. and Kolos, K. 1996. Foreign Direct Investment in Hungary: Resource Acquisition and Domestic Competitive Advantage. **Journal of International Business Studies.** 27 (Fourth Quarter): 683-710.

Grant, R. M. 1991. The Resource–Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. **California Management Review.** 33 (Spring): 114–135.

Grant, R. M. 1996. Toward A Knowledge-Based Theory of the Firm. **Strategic Management Journal.** 17 (Winter): 109-122.

Hannan, M. T. and Freeman, J. 1977. The Population Ecology of Organizations. **American Journal of Sociology.** 82 (5): 929–964.

Hansen, G. and Wernerfelt, B. 1989. Determinates of Firm Performance: The Relative Importance of Economic and Organizational Factors. **Strategic Management Journal.** 10 (5): 399–511.

Halawi, L.; Aronson, J. and McCarthy, R. 2005. Resource–Based View of Knowledge Management for Competitive Advantage. **The Electronic Journal of Knowledge Management.** 3 (2): 75–86.

Hall, R. 1992. The Strategic Analysis of Intangible Resources. **Strategic Management Journal.** 13 (February): 135-144.

Hall, R. 1993. A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. **Strategic Management Journal.** 14 (November): 607-618.

Harms, R.; Kraus, S. and Reschke, C. H. 2007. Configurations of New Ventures in Entrepreneurship Research: Contributions and Research Gaps. **Management Research News.** 30 (9): 661–673.

Harris, J. M. 2006. **Environmental and Natural Resource Economics: A Contemporary Approach.** Boston: Houghton Mifflin.

Herbert, R. F. and Link, A. N. 1982. **The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques.** New York: Prager.

Henderson, B. 1979. **Henderson on Strategy.** New York: Mentor.

Henstock, M. E. 1974. อ้างถึงใน มารยาท เศวตกิติธรรม. 2536. **ผลประโยชน์จากการรีไซเคิลในระบบการจัดการขยะจากกระป๋องอลูมิเนียมของไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Hitt, M. A.; Bierman, L.; Shimizu, K. and Kochhar, R. 2001. Direct and Moderating Effects of Human Capital on Strategy and Performance in Professional Service Firms: A Resource–Based Perspective. **Academy of Management Journal.** 44 (1): 13–28.

Ho, Li–An. 2008. What Affects Organizational Performance?: The Linking of Learning and Knowledge Management. **Industrial Management & Data System.** 108 (9): 1234–1254.

Hofer, C. W. and Schendel, D. 1978. **Strategy Formulation: Analytical Concept.** St. Paul: West Pub.

Hunt, S. D. and Morgan, R. M. 1996. The Resource–Advantage Theory of Competition: Dynamics, Path Dependencies and Evolutionary Dimensions. **Journal of Marketing.** 60 (October): 107–114.

Huovinen, J. and Tihula, S. 2008. Entrepreneurial Learning in the Context of Portfolio Entrepreneurship. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research.** 14 (3): 152–171.

Hvolby, H–H. and Thorstenson, A. 2001. Indicators for Performance Measurements in Small and Medium–Sized Enterprises. **Journal of Engineering Manufacture.** 215 (B): 1143–1146.

Kaplan, R. S. and Norton, D. P. 1992. The Balance Scorecard: Measures that Drive Performance. **Harvard Business Review.** 69 (1): 71–79.

Kets De Vries, M. F. R. and Miller, D. 1984. Neurotic Style and Organizational Pathology. **Strategic Management Journal.** 5 (1): 35–55.

Kets De Vries, M. F. R. and Miller, D. 1986. Personality, Culture and Organization. **Academy of Management Review.** 2 (2): 266–279.

Kirzner, I. M. 1973. **Competition and Entrepreneurship.** Chicago: The University of Chicago Press.

Kirzner, I. M. 1979. **Perception, Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship.** Chicago: The University of Chicago Press.

Kirzner, I. M. 1985. **Discovery and the Capitalist Process.** Chicago: The University of Chicago Press.

Kneese, A. V.; Ayres, R. U. and D'Arge, R. C. 1970. Quoted in Callan, S. J. and Thomas, J. M. 2000. **Environmental Economics and Management: Theory, Policy, and Applications.** Orlando: Dryden Press.

Knight, F. 1921. Quoted in Low, M. B. and MacMillan, I. C. 1988. Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. **Journal of Management.** 14 (2): 139–161.

Kojima, M., ed. 2005. **International Trade of Recyclable Resources in Asia.** IDE Spot Survey No. 29. Chiba, Japan: Institute of Developing Economies (IDE), JETRO.

Kor, Y. Y. and Mahoney, J. T. 2004. Edith Penrose's (1959) Contributions to the Resource–Based View of Strategic Management. **Journal of Management Studies.** 41 (1): 183–191.

Kreith, F. 2002. **Handbook of Solid Waste Management.** New York: McGraw–Hill.

Lachmann, L. M. 1956. Quoted in Foss, N. J. and Ishikawa, I. 2006. **Towards a Dynamic Resource–Based View: Insights from Austrian Capital and Entrepreneurship Theory.** SMG Working Paper No. 6/2006. Denmark: Copenhagen Business School, Center for Strategic Management and Globalization.

Lambing, P. A. and Kuehl, C. R. 2003. **Entrepreneurship.** 3rd ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education.

Lamont, L. 1972. What Entrepreneurs Learn from Experience. **Journal of Small Business.** 43 (July): 254–260.

Leenders, M. R. 2006. **Purchasing and Supply Management: With 50 Supply Chain Cases.** Boston: McGrew-Hill.

Leibenstein, H. 1968. Entrepreneurship and Development. **American Economic Review.** 38 (2): 72–83.

Leibenstein, H. 1978. **General X–Efficiency and Economic Development.** New York: Oxford University Press.

Lewis, M. A. 1995. **Competence Analysis and the Strategy Process.** Doctoral Dissertation, Cambridge University.

Lind, P.; Sepulveda, E. and Nunez, J. 2000. On the Applicability of a Computer Model for Business Performance Analysis in SMEs: A Case Study from Chile. **Information Technology for Development.** 9 (1): 33–44.

Lippman, S. A. and Rumelt, R. P. 1982. Uncertain Imitability: An Analysis of Interfirm Differences in Efficiency under Competition. **Bell Journal of Economics.** 13 (August): 418-438.

Lopez, S. P.; Peon, J. M. M. and Ordas, C. J. V. 2005. Organizational Learning as a Determining Factor in Business Performance. **The Learning Organization.** 12 (3): 227–245.

Low, M. B. and MacMillan, I. C. 1988. Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. **Journal of Management.** 14 (2): 139-161.

Lyman, H. B. 1963. **Test Scores and What They Mean.** Englewood Cliffs, N.J.: Prentice–Hall.

McClelland, D. C. 1961. **The Achieving Society.** Princeton, N.J.: Van Nostrand Reinhold.

McClelland, D. C. 1986. **Human Motivation.** Cambridge: Cambridge University Press.

Mahoney, J. T. 1995. The Management of Resources and the Resource of Management. **Journal of Business Research.** 33 (2): 91–101.

Mahoney, J. T. 2001. A Resource-Based Theory of Sustainable Rents. **Journal of Management.** 27 (6): 651-660.

Mahoney, J. T. and Pandian, J. R. 1992. The Resource–Based View Within the Conversation of Strategic Management. **Strategic Management Journal.** 13 (5): 363–380.

Mason, E. S. 1939. Price and Production Policies of Large–Scale Enterprises. **American Economic Review.** 29 (1): 61-74.

Mason, E. S. 1949. American Security and Access to Raw Materials. **World Politics.** 1 (January): 147-160.

Mills, J.; Platts, K. and Bourne, M. 2003. Applying Resource–Based Theory Methods, Outcomes and Utility for Managers. **International Journal of Operations and Production Management.** 23 (2): 148–166.

Milne, T. and Thompson, M. 1986. Quoted in Chanston, I. 1997. Small Firm Performance: Assessing the Interaction Between Entrepreneurial Style and Organizational Structure. **European Journal of Marketing.** 31 (11/12): 814–831.

Mintzberg, H. 1987. Crafting Strategy. **Harvard Business Review.** July-August: 66-75.

Morisawa, T. 2002. **Building Performance Measurement Systems with the Balanced Scorecard Approach.** NRI Papers. No. 45. Japan: Nomura Research Institute. Pp. 1–15.

Morris, M. H.; Kuratko, D. F. and Covin, J. G. 2008. **Corporate Entrepreneurship and Innovation.** Mason, O.H.: Thomson Higher Education.

Nelson, R. R. and Winter, S. G. 1982. **An Evolutionary Theory of Economic Change.** Cambridge, M.A.: Harvard University Press.

OECD. 1998. **Fostering Entrepreneurship.** Paris: Organization for Economic Cooperation and Development.

Oliver, C. 1997. Sustained Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource–Based Views. **Strategic Management Journal.** 18 (9): 697–713.

Parida, V. 2008. **Small Firm Capabilities for Competitiveness: An Empirical Study of ICT Related Small Swedish Firms.** Licentiate Thesis, Lulea University of Technology, Sweden.

Pelham, A. M. and Wilson, D. T. 1996. A Longitudinal Study of the Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small–Firm Performance. **Journal of the Academy of Marketing Science.** 24 (1): 27–43.

Peng, M. W. 2001. The Resource–Based View and International Business. **Journal of Management.** 27 (6): 803–829.

Penrose, E. T. 1959. **The Theory of the Growth of the Firm.** Basil Blackwell. Oxford.

Pesic, M. A. 2007. Six Sigma Philosophy and Resource–Based Theory of Competitiveness: An Integrative Approach. **Economics and Organization.** 4 (2): 199–208.

Peteraf, M. A. 1993. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource–Based View. **Strategic Management Journal.** 14 (3): 179–191.

Phanu Kritiporn. 1990. **The Greening of Thai Industry: Producing More and Polluting Less.** Bangkok: Thailand Development Research Institute Foundation.

Pines, A. M.; Sadeh, A.; Dvir, D. and Yafe–Yanai, O. 2002. Entrepreneurs and Managers: Similar Yet Different. **The International Journal of Organizational Analysis.** 10 (2): 172–190.

Pitelis, C. N. and Pseiridis, A. N. 1999. Transaction Costs Versus Resource Value. **Journal of Economic Studies.** 26 (3): 221–240.

Porter, M. E. 1980. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.** New York: Free Press.

Porter, M. E. 1985. **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.** New York: Free Press.

Porter, M. E. 1998. **The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction.** London: MacMillan.

Prahalad, C. K. and Hamel, G. 1990. The Core Competence of the Corporation. **Harvard Business Review.** 68 (3): 790–791.

Rangone, A. 1999. A Resource–Based Approach to Strategy Analysis in Small–Medium Sized Enterprises. **Small Business Economics.** 12 (3): 233-249.

Rantanen, H.; Kulmala, H. I.; Longvist, A. and Kujansivu, P. 2007. Performance Measurement Systems in the Finish Public Sector. **International Journal of Public Sector Management.** 20 (5): 415–433.

Reed, R. and Defillippi, R. J. 1990. Causal Ambiguity, Barriers to Imitation and Stainable Competitive Advantage. **Academy of Management Review.** 15 (January): 88-102.

Reynolds, P. D. 1987. New Firms: Societal Contribution Versus Survival Potential. **Journal of Business Venturing.** 2 (3): 231–246.

Ricketts, M. 2002. **The Economics of Business Enterprises: An Introduction to Economic Organization and the Theory of the firm.** 3rd ed. Northampton, M.A.: Edward Elgar.

Robbins, P. S. and Coulter, M. 2002. Quoted in Ho, Li–An. 2008. What Affects Organizational Performance?: The Linking of Learning and Knowledge Management. **Industrial Management & Data System.** 108 (9): 1234–1254.

Roure, J. B. and Maidique, M. A. 1986. Linking Refunding Factors and High–Techonology Venture Success: An Exploratory Study. **Journal of Business Venturing.** 1 (3): 295–306.

Rumelt, R. P. 1984. Towards A Strategic Theory of the Firm. In **Competitive Strategic Management.** Richard B. Lamb, ed. Englewood Cliffs, N.J. Prentice–Hall: Pp. 566–570.

Say, J. B. 1964. Quoted in Hamilton R. T. and Harper, D. A. 1994. The Entrepreneur in Theory and Practice. **Journal of Economic Studies.** 21 (6): 3–18.

Scherer, J. 1982. Tolerance of Ambiguity as a Discriminating Variable Between Entrepreneurs and Managers**. Proceedings of the Academy of Management.** Pp. 404-408.

Schumpeter, J. A. 1934. **The Theory of Economic Development.** Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Schumpeter, J. A. 1976. **Capitalism, Socialism, and Democracy.** 5th ed. London: George Allen and Unwin.

Sexton, D. L. and Bowman, N. 1985. The Entrepreneur: A Capable Executive and More. **Journal of Business Venturing.** 1 (1): 129–140.

Shane, S. and Venkataraman, S. 2000. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. **Academy of Management Review.** 25 (1): 217–226.

Simons, R. 2000. **Performance Measurement & Control Systems for Implementing Strategy.** Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Spence, A. M. 1979. Investment Strategy and Growth in a New Market. **Bell Journal of Economics.** 10 (Spring): 1–9.

Srivastava, R. K.; Fahey, L. and Christensen, H. K. 2001. The Resource–Based View and Marketing: The Role of Market–Based Assets in Gaining Competitive Advantage. **Journal of Management.** 27 (6): 777–802.

Stevenson, H. H.; Roberts, M. J. and Grousback, H. I. 1989. **New Business Ventures and the Entrepreneur.** Irwin, IL.: Homewood.

Stevenson, H. H. and Jarillo, J. C. 1990. A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. **Strategic Management Journal.** 11 (Summer): 17–27.

Storey, D. J. 1994. Quoted in Parida, V. 2008. **Small Firm Capabilities for Competitiveness: An Empirical Study of ICT Related Small Swedish Firms.** Licentiate Thesis, Lulea University of Technology, Sweden.

Tang, Y.; Wang, P. and Zhang, Y. 2007. Marketing and Business Performance of Construction SMEs in China. **Journal of Business & Industrial Marketing.** 22 (2): 118–125.

Tangen, S. 2005. Professional Practice Demystifying Productivity and Performance. **International Journal of Productivity and Performance Management.** 54 (1): 34–46.

Tchobanoglous, G.; Theisen, H. and Vigil, S. A. 1993. **Integrated Solid Waste Management: Engineering Principles and Management Issues.** New York: McGraw–Hill.

Teece, D. J. 1984. **The Competitive Challenge.** Boston, M.A.: Bollinger.

Teece, D. J.; Pisano, G. and Shuen, A. 1997. Dynamic Capabilities and Strategic Management. **Strategic Management Journal.** 18 (7): 509–523.

Terziovski, M. and Samson, D. 1999. The Link Between Total Quality Management Practice and Organizational Performance. **International Journal of Quality & Reliability Management.** 16 (3): 226–237.

Tidd, J.; Bessant, J. and Pavitt, K. 1997. **Managing Innovation.** Chichester: Wiley.

Tietenberg, T. M. 2003. **Environmental and Natural Resource Economics.** 6th ed. Boston, Mass.: Addison Wesley.

Timmons, J. A. 1997. Quoted in Dess, G. G.; Lumpkin, G. T. and Eisner, A. B. 2007. **Strategic Management Creating Competitive Advantages.** Boston: McGraw–Hill/Irwin.

Timmons, J. A. and Spinelli, S. 2004. Quoted in Dess, G. G.; Lumpkin, G. T. and Eisner, A. B. 2007. **Strategic Management Creating Competitive Advantages.** Boston: McGraw–Hill/Irwin.

Tokuda, A. 2005. The Critical Assessment of the Resource–Based View of Strategic Management: The Source of Heterogeneity of the Firm. **Ritsumeikan International Affairs.** 3: 125–150.

Trochim, W. 1999. **The Research Methods Knowledge Base**. 2nd ed. Cornell University. Ithaca, N.Y.: Cornell Custom Publishing.

Tvorik, S. J. and McGivern, M. H. 1997. Determinants of Organizational Performance. **Management Decision.** 35 (6): 417–435.

U.S. Congress. Office of Technology Assessment. 1992. Quoted in Callan, S. J. and Thomas, J. M. 2000**. Environmental Economics and Management: Theory, Policy, and Applications.** Orlando: Dryden Press.

U. S. Environment Protection Agency (USEPA). 1989. Quoted in El-Haggar, S. M. 2007. **Sustainable Industrial Design and Waste Management: Cradle–to Cradle for Sustainable Development.** San Diego.: Elsevier.

Venkatraman, N. and Ramanujam, V. 1986. Measurement of Business Economic Performance: An Examination of Method Convergence. **Journal of Management Development.** 13 (1): 109–122.

Vesilind, P. A.; Worrell, W. A. and Reinhart, D. R. 2002. **Solid Waste Engineering.** Pacific Grove, C.A.: Brooks/Cole.

Vesper, K. 1980. **New Venture Strategies.** Englewood Cliffs, N. J.: Prentice–Hall.

Wagner, J. 2003. Quoted in Matlay, H. 2006. Entrepreneurship Education in UK Business Schools: Conceptual, Contextual, and Policy Considerations. **Journal of Small Business and Enterprise Development.** 12 (4): 627–643.

Wagner, J. 2004. Quoted in Matlay, H. 2006. Entrepreneurship Education in UK Business Schools: Conceptual, Contextual, and Policy Considerations. **Journal of Small Business and Enterprise Development.** 12 (4): 627–643.

Waleeporn Thanathikom. 2005. **Creative Entrepreneurship in Asia.** Report of the Study Meeting on Creative Entrepreneurship, Asian Productivity Organization, Held in Taipei Republic of China from 18 to 21 May 2004.

Wernerfelt, B. 1984. A Resource–Based View of the Firm. **Strategic Management Journal.** 5 (2): 171–180.

Wernerfelt, B. 1989. From Critical Resources to Corporate Strategy. **Journal of General Management.** 14 (Spring): 4–12.

Westhead, P. and Wright, M. 1998. Quoted in Matlay, H. 2006. Entrepreneurship Education in UK Business Schools: Conceptual, Contextual, and Policy Considerations. **Journal of Small Business and Enterprise Development.** 12 (4): 627–643.

Wijewardena, H.; Nanayakkara, G. and Zoysa, A. D. 2008. The Owner/Manager's Mentality and the Financial Performance of SMEs. **Journal of Small Business and Enterprise Development.** 15 (1): 150–161.

Williams, C. E. and Tse, E. 1995. The Relationship Between Strategy and Entrepreneurship: The U.S. Restaurant Sector. **International Journal of Contemporary Hospitality Management.** 7 (1): 22–26.

Williams, M. E. 2002. Quoted in Kreith, F. 2004. **Handbook of Solid Waste Management.** New York: McGraw–Hill.

Wright, P. M.; Dunford, B. B. and Snell, S. A. 2001. Human Resources and the Resource Based View of the Firm. **Journal of Management.** 27 (6): 701–721.

Yang, Hai–Lan and Innes, R. 2007. Economic Incentives and Residential Waste Management in Taiwan: An Empirical Investigation. **Environmental & Resource Economics.** 37 (3): 489–519.

Young, J. E. 1991. Quoted in Brown, Lester R. et al., 1991. **State of the World**: A **World Watch Institute Report on Progress Toward a Sustainable Society.** New York: Haddon Craftsmen.

Zahra, S. A.; Sapienza, H. J. and Davidsson, P. 2006. Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A Review. Model and Research Agenda. **The Journal of Management Studies.** 43 (4): 917–955.

ภาคผนวก

แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

เรื่อง "อิทธิพลของคุณสมบัติของทรัพยากร ความสามารถขององค์การ และความสามารถผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานขององค์การ: กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามคือเจ้าของร้านใช่หรือไม่

   ❍ ใช่ ❍ ไม่ใช่

   ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ.....อายุ.....การศึกษา.....

2. ร้านได้เปิดดำเนินการมาแล้วเป็นเวลา ..... ปี

   ร้านเปิดเวลา ..... ปิดเวลา .....

   ร้านเปิดทำงานกี่วันต่อสัปดาห์ .....

   ร้านดำเนินธุรกิจในลักษณะ .....

   .....

3. ร้านขออนุญาตทำการค้าตาม พ.ร.บ. หรือขึ้นทะเบียนประเภทโรงงานใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

   ❍ พ.ร.บ. ขายทอดตลาด

   ❍ พ.ร.บ. สาธารณสุข

   ❍ ประเภทของโรงงานลำดับที่ 105

   ❍ ประเภทของโรงงานลำดับที่ 106

   ❍ ใช้ใบอนุญาตประเภทของโรงงานลำดับที่ 105 ของผู้อื่น

4. ร้านดำเนินธุรกิจ**<u>ภายใต้แฟรนไชส์</u>** ใช่หรือไม่

   ❍ ใช่ แฟรนไชส์ชื่อ .....

   ระยะเวลาที่บริหารภายใต้แฟรนไชส์ ..... ปี

   ❍ ไม่ใช่

   เหตุผลที่เป็น/ไม่เป็นแฟรนไชส์ .....

5. ร้านมีพื้นที่ ที่ใช้ในการรวบรวม คัดแยกขยะรีไซเคิล และ เก็บสต๊อคสินค้าดังนี้

   ที่ดินของเจ้าของเอง..... ตารางเมตร

   ที่ดินเช่า ..... ตารางเมตร

6. ปัญหาพื้นที่ในการคัดแยกและเก็บสต๊อคสินค้าไม่เพียงพอ เป็นปัญหากับร้านมากน้อยเพียงใด

❍ มีปัญหามากที่สุด ❍ มีปัญหามาก

❍ มีปัญหาน้อย ❍ ไม่มีปัญหา

เหตุผลเพราะ .....

7. ร้าน **ตั้งอยู่ใกล้สถานที่** ดังต่อไปนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❍ ติดถนนสะดวกต่อการรับซื้อ

❍ ชุมชนที่อยู่อาศัย

❍ โรงเรียน / มหาวิทยาลัย

❍ โรงพยาบาล

❍ ห้างสรรพสินค้า

❍ ใกล้แหล่งรับซื้อขยะรีไซเคิล เช่น โรงงานแปรรูปกระดาษ โรงงานผลิตเหล็กเส้น

❍ แหล่งท่องเที่ยว เช่น .....

❍ นิคมอุตสาหกรรม ชื่อนิคม.....

❍ สถานที่อื่น ๆ ที่เป็นแหล่งขยะรีไซเคิล เช่น .....

8. ทำเลของร้านสะดวกต่อการที่คนจะเอาขยะมาขาย เห็นด้วยหรือไม่

❍ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ❍ เห็นด้วย

❍ ไม่เห็นด้วย ❍ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

9. ทำเลของร้านสะดวกเพราะใกล้แหล่งขยะรีไซเคิลหลายแห่ง เห็นด้วยหรือไม่

❍ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ❍ เห็นด้วย

❍ ไม่เห็นด้วย ❍ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

10. ร้านส่งสินค้า (ขยะรีไซเคิล) ไปให้ผู้รับซื้อได้สะดวกเพราะอยู่ใกล้ เห็นด้วยหรือไม่

❍ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ❍ เห็นด้วย

❍ ไม่เห็นด้วย ❍ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

11. มีร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลอยู่ใกล้หลายร้านทำให้การแข่งขันสูง เห็นด้วยหรือไม่

❍ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ❍ เห็นด้วย

❍ ไม่เห็นด้วย ❍ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

12. ประเภทของขยะรีไซเคิลที่ร้าน รวบรวม และรับซื้อ มีดังนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ❍ พลาสติก
- ❍ เหล็ก
- ❍ ทองแดง
- ❍ อลูมิเนียม
- ❍ กระดาษ/กล่อง
- ❍ ขวดแก้ว/แก้ว
- ❍ กล่องนม/น้ำผลไม้ UHT
- ❍ ขยะรีไซเคิลอื่น ๆ .....

ยอดรับซื้อขยะรีไซเคิลต่อวันประมาณ..... บาท

เหตุผลที่ร้านรับซื้อขยะรีไซเคิลหลากหลายประเภทหรือรับซื้อเพียงบางประเภท.....

.....

.....

13. ร้านมีวิธีซื้อขยะรีไซเคิลจากที่ไหนบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ❍ จากซาเล้ง
- ❍ จากชุมชนมาขายโดยตรง
- ❍ จากเด็กท้ายรถขนขยะของเทศบาล
- ❍ จากการเข้าไปมีส่วนสนับสนุนกิจกรรมของท้องถิ่นเช่น ธนาคารขยะ ผ้าป่าขยะ
- ❍ จากโรงงานหรือบริษัทเอกชนให้เข้าไปรับซื้อ
- ❍ จากโรงเรียน โรงพยาบาล หรือห้างสรรพสินค้า
- ❍ จากร้านรับซื้อของเก่ารายย่อยมาขายต่อให้ร้าน
- ❍ อื่น ๆ .....

14. ร้านขายขยะรีไซเคิลให้กับแหล่งต่อไปนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ❍ ขายให้กับผู้รับซื้อขยะรีไซเคิลรายใหญ่ในประเทศ
- ❍ ขายโดยตรงให้กับโรงงานที่ใช้ขยะรีไซเคิล เช่น โรงต้มกระดาษ โรงหลอมเหล็ก
- ❍ ส่งออกไปขายต่างประเทศ
- ❍ อื่น ๆ .....

15. แหล่งเงินทุนที่นำมาดำเนินงานมาจากแหล่งต่อไปนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ❍ เงินของตัวเอง
- ❍ เงินจากญาติพี่น้อง
- ❍ เงินจากผู้ร่วมลงทุน
- ❍ เงินกู้จากธนาคารในประเทศ
- ❍ เงินกู้จากธนาคารในต่างประเทศ
- ❍ เงินกู้จากเพื่อนสนิท
- ❍ เงินกู้นอกระบบ

16. จากแหล่งเงินทุนในข้อ 15 ที่ท่านระบุว่านำมาใช้ในการดำเนินการมีแหล่งใดบ้างหรือไม่ที่เป็นแหล่งเงินทุนระยะยาว โดยร้านไม่ต้องรีบคืนให้กับแหล่งเงินทุนนั้นทันที

- ❍ มี โปรดระบุเงินทุนจากแหล่งที่ไม่ต้องรีบคืน .....
- ❍ ไม่มี

17. มีแหล่งเงินทุนใดบ้างหรือไม่ที่ร้านสามารถหยิบยืมเงินทุนมาใช้ได้ทันทีเมื่อยามฉุกเฉิน

- ❍ มี โปรดระบุเงินทุนจากแหล่งเงินทุนที่หยิบยืมมาได้เมื่อยามฉุกเฉิน.....
- ❍ ไม่มี

18. เงินสดที่ใช้หมุนเวียนในร้านมีเพียงพอหรือไม่

- ❍ เพียงพอตลอด
- ❍ เพียงพอเป็นส่วนใหญ่
- ❍ ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่
- ❍ ไม่เพียงพอ

เหตุผลเพราะ .....

19. เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนที่ร้านมี ช่วยให้ร้านผ่านวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ เห็นด้วยหรือไม่

- ❍ เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ❍ เห็นด้วย
- ❍ ไม่เห็นด้วย
- ❍ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

20. ร้านใช้เงินทุนและเงินสดหมุนเวียนอย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ❍ ลงทุนในเครื่องมือ/เครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงาน
- ❍ ซื้อมา-ขายไป ให้เร็วเพื่อให้เกิดผลกำไรเข้ามาหลายรอบ
- ❍ กว้านซื้อ หรือรับซื้อไว้แล้วเก็บ เพื่อเก็งกำไรให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด
- ❍ ตรวจสอบเงินสดหมุนเวียนว่าพอดีเพื่อรักษาสภาพคล่อง
- ❍ อื่น ๆ.....

21. ร้านมีคนงานทั้งหมด ..... คน

คนงานของร้านลาออกเฉลี่ยปีละ .....คน

22. ร้านมีคนงานที่มีความสามารถยอดเยี่ยมเป็นพิเศษโดดเด่นไม่เหมือนใครหรือไม่

❍ มี จำนวน .....คน โปรดระบุตำแหน่ง.....

❍ ไม่มี

23. จำนวนคนงานมี เพียงพอกับปริมาณงานที่ทำหรือไม่

❍ เพียงพอตลอด ❍ เพียงพอเป็นส่วนใหญ่

❍ ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่ ❍ ไม่เพียงพอ

24. คนงานในร้านทำงานได้ดีเป็นที่น่าพอใจ มากน้อยเพียงใด

❍ พอใจมากที่สุด ❍ พอใจมาก

❍ พอใจน้อย ❍ พอใจน้อยที่สุด

เหตุผลเพราะ .....

25. ร้านจูงใจคนงานให้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถโดยวิธีใด

(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❍ เพิ่มค่าแรงพิเศษ

❍ ให้สวัสดิการเพิ่มนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด เช่น .....

❍ ฝึกอบรมให้คนงานมีความรู้ความสามารถมากขึ้น

❍ มีการลงโทษเมื่อทำงานผิดพลาด

❍ ให้ความเป็นกันเองกับคนงานเพื่อให้เกิดความศรัทธาในตัวเรา

❍ อื่น ๆ .....

26. โปรดระบุจำนวน เครื่องมือ/ เครื่องจักร ที่มีใช้ในร้าน และ การใช้งานต่อวัน

ชนิดเครื่องมือ/เครื่องจักร	จำนวนเครื่อง	การใช้งานต่อวัน
เครื่องชั่งรถบรรทุก		❍ ใช้งานเต็มที่เกินกว่า 80% ❍ ใช้งานค่อนข้างเต็มที่ประมาณ 61-80% ❍ ใช้งานไม่ค่อยเต็มที่ประมาณ 40-60% ❍ ใช้งานไม่เต็มที่ต่ำกว่า 40%
เครื่องชั่งธรรมดา		
เครื่องบีบอัด		
เครื่องล้างพลาสติก		
เครื่องตัดเหล็ก		
เครื่องบด/ตัดพลาสติก		
เครื่องมือ/เครื่องจักรอื่นๆ		

27. โปรดระบุจำนวน รถประเภทต่าง ๆ ที่มีใช้ในร้าน และ การใช้งานต่อวัน

ชนิดของรถ	จำนวนคัน	การใช้งานต่อวัน
1. รถกระบะ		❍ ใช้งานเต็มที่เกินกว่า 80%
2. รถบรรทุก		❍ ใช้งานค่อนข้างเต็มที่ ประมาณ 61-80%
3. รถโฟลคลิฟท์		
4. รถเข็น		❍ ใช้งานไม่ค่อยเต็มที่ ประมาณ 40-60%
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)		❍ ใช้งานไม่เต็มที่ต่ำกว่า 40%

28. ร้านมีปัญหาเรื่องเครื่องมือ/ เครื่องจักร และรถเสียบ่อยจนส่งผลต่อการทำงานมากน้อยเพียงใด

❍ มีปัญหามากที่สุด ❍ มีปัญหามาก

❍ มีปัญหาน้อย ❍ มีปัญหาน้อยที่สุด

29. ร้านมีเครื่องมือ/ เครื่องจักร ที่มีความพิเศษที่คนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้หรือไม่

❍ มี จำนวน ..... เครื่อง ได้แก่ .....

❍ ไม่มี

30. เครื่องมือ/ เครื่องจักร และรถต่าง ๆ ในร้านมีเพียงพอต่อการใช้งานหรือไม่

❍ เพียงพอตลอด ❍ เพียงพอเป็นส่วนใหญ่

❍ ไม่เพียงพอเป็นส่วนใหญ่ ❍ ไม่เพียงพอ

31. เครื่องมือ/ เครื่องจักร และรถต่าง ๆ ในร้าน ช่วยลดต้นทุนการผลิตได้มากน้อยเพียงใด

❍ ช่วยได้มากที่สุด ❍ ช่วยได้มาก

❍ ช่วยได้น้อย ❍ ช่วยได้น้อยที่สุด

32. ร้าน บำรุงรักษา ซ่อมแซม เครื่องมือ/ เครื่องจักร และรถต่าง ๆ อย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❍ บำรุงรักษาทุกครั้งก่อน–หลังใช้งาน

❍ ซ่อมทันทีที่เครื่องจักร/เครื่องมือ หรือรถเสีย

❍ ให้ช่างที่ชำนาญงานเป็นผู้ดูแล

❍ ไม่ใช้เครื่องจักรผิดประเภท

❍ มีเครื่อง/รถ สำรองระหว่างซ่อม

❍ อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

33. ร้านมีการวางแผนในการทำงานหรือไม่

- ❍ มีทำเป็นเอกสารทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว
- ❍ มีทำเป็นเอกสารไว้เฉพาะแผนระยะสั้น
- ❍ มีแต่ไม่เคยทำเป็นเอกสารไว้
- ❍ ไม่มี

34. ร้านมีวิธีการบริหารงาน ที่มีความแปลกใหม่และน่าจะไม่เหมือนใคร หรือไม่

- ❍ มี ได้แก่ .....
- ❍ ไม่มี

35. วิธีการบริหารงานของร้าน มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันมากน้อยเพียงใด

- ❍ เหมาะสมมากที่สุด
- ❍ เหมาะสมมาก
- ❍ เหมาะสมน้อย
- ❍ เหมาะสมน้อยที่สุด

เหตุผลเพราะ .....

36. วิธีการบริหารงานของร้านที่ผ่านมา ส่งผลดีต่อผลประกอบการของร้าน มากน้อยเพียงใด

- ❍ ส่งผลดีมากที่สุด
- ❍ ส่งผลดีมาก
- ❍ ส่งผลดีน้อย
- ❍ ส่งผลดีน้อยที่สุด

37. ร้านมีเทคนิคในการที่จะรับซื้อและขายขยะรีไซเคิลอย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ❍ สำรวจราคาซื้อ – ขาย ขยะรีไซเคิล ทุกวัน
- ❍ ให้ราคาดีเพื่อดึงดูดลูกค้าให้นำขยะมาขาย
- ❍ ประเมินคุณภาพของขยะรีไซเคิลและกำหนดราคารับซื้ออย่างมีหลักเกณฑ์
- ❍ คิดค้นหาขยะรีไซเคิลใหม่ ๆ ที่เป็นที่ต้องการของตลาด
- ❍ สอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ภายหลังจากจัดส่งขยะรีไซเคิลไปให้ทุกครั้ง
- ❍ พยายามเข้าถึงแหล่งขยะรีไซเคิลต่าง ๆ เพื่อให้ได้ปริมาณขยะรีไซเคิลมากที่สุด
- ❍ หาแหล่งรับซื้อขยะรีไซเคิล (หาตลาด) เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ
- ❍ วางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดผู้ขายและผู้ซื้อขยะรีไซเคิล
- ❍ สร้างแบรนด์ของร้านให้เป็นที่รู้จัก
- ❍ เข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือทางสังคม เช่น ให้ความร่วมมือกับชุมชนในท้องถิ่นในการคัดแยกขยะ สนับสนุนโรงเรียนในการตั้งธนาคารขยะ
- ❍ เพิ่มมูลค่าขยะโดยการคัดแยกหรือแปรรูปบางส่วนก่อนการขาย
- ❍ สอนให้คนงานมีความชำนาญในการทำงานเพิ่มมากขึ้น
- ❍ บริหารการรับซื้อหรือขายให้ร้านมีสภาพคล่องทางการเงินอยู่เสมอ
- ❍ อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

38. การแข่งขันทางธุรกิจที่ร้านประสบอยู่ในขณะนี้ มีมากน้อยเพียงใดในประเด็นดังต่อไปนี้

การแข่งขันทางธุรกิจ	ระดับการแข่งขันที่พบ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
1 แข่งขันกับคู่แข่งเดิมในบริเวณใกล้เคียง				
2 แข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ ๆ ที่เปิดเพิ่มขึ้น				
3 ลูกค้าที่รับซื้อขยะจากร้าน เข้าไปซื้อตรงจากแหล่งผู้ขายขยะ				
4 ลูกค้าที่เคยขายขยะให้ร้าน ติดต่อตรงไปยังลูกค้าที่รับซื้อขยะจากร้าน				
5 วัตถุดิบใหม่ที่ใช้ในการผลิตมีราคาถูกลง ทำให้การใช้วัตถุดิบจากขยะลดลง เช่น เม็ดพลาสติกราคาถูกลง โรงงานเลยใช้ขยะพลาสติกน้อยลง เป็นต้น				

39. จากสภาวะการแข่งขันดังกล่าวท่านมีแนวทางในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ได้ผลกำไรอย่างไร

- ❍ ต้องกล้าเสี่ยงตัดสินใจ (กล้าได้กล้าเสีย)
- ❍ ต้องระมัดระวังในการซื้อขายอย่างมาก
- ❍ ทั้งสองแนวทางที่กล่าวมา
- ❍ อื่น ๆ.....

40. เจ้าของร้านเข้ามาดูแลกิจกรรมต่อไปนี้อย่างไร และ การตัดสินใจในกิจกรรมดังกล่าวส่งผลดีต่อการดำเนินงานมากน้อยเพียงใด (โปรดให้คะแนนการตัดสินใจโดย ส่งผลดีมากที่สุด = 4 คะแนน ส่งผลดีมาก = 3 คะแนน ส่งผลดีน้อย = 2 คะแนน ส่งผลดีน้อยที่สุด = 1 คะแนน)

ระดับของการเข้ามาดูแล				กิจกรรม	คะแนน			
ดูแลเองทั้งหมด	ดูแลเองเป็นส่วนใหญ่	ดูแลเองเป็นส่วนน้อย	ให้ผู้อื่นดูแลแทน		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
				1. การจัดหาเงินทุนมาใช้ในการดำเนินงาน				
				2. การบริหารเงินสดหมุนเวียนให้เพียงพอ				
				3. การรับคนงานเข้าทำงาน				
				4. การจัดสรรงานและดูแลคนงานในร้าน				
				5. การจัดหาเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถมาใช้ในร้าน				
				6. การจัดการเรื่องการใช้งานและการซ่อมบำรุงเครื่องมือ/เครื่องจักรและรถ				
				7. การวางแผนงานของร้านทั้งระยะสั้นและระยะยาว				
				8. การบริหารงานซื้อ-ขายในแต่ละวัน				

41. ที่ผ่านมาเจ้าของร้านให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ดังต่อไปนี้อยู่ในระดับใด และมีความสามารถในเรื่องดังกล่าวมากน้อยเพียงใด (โปรดให้ คะแนนความสามารถ โดย มากที่สุด = 4 คะแนน มาก =3 คะแนน น้อย = 2 คะแนน น้อยที่สุด =1 คะแนน)

ระดับการให้ความสำคัญ				การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ	คะแนนความสามารถ			
มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
				1. การหาขยะรีไซเคิลใหม่ ๆ				
				2. การหาวิธีรับซื้อใหม่ ๆ และวิธีการคัดแยกใหม่ ๆ				
				3. การหาตลาดรับซื้อใหม่ ๆ				

42. <u>ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา</u> ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในความสำเร็จของร้านในประเด็นต่อไปนี้

ความสำเร็จของร้าน	ระดับความความคิดเห็น			
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ร้านสามารถตรวจสอบคุณภาพขยะรีไซเคิลก่อนขายให้ลูกค้าทุกครั้ง				
ขยะรีไซเคิลของร้านมีคุณภาพดี เป็นที่ยอมรับของลูกค้า				
ลูกค้ากลับมาซื้อขยะรีไซเคิลจากร้านอีกเพราะสินค้ามีคุณภาพดี				
ร้านสามารถให้บริการแก่ลูกค้าทั้งผู้ที่นำขยะรีไซเคิลมาขายและผู้ที่รับซื้อขยะรีไซเคิลจากร้านได้อย่างสะดวกรวดเร็ว				
ร้านสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตามเงื่อนไขที่ตกลงได้เป็นอย่างดี				
ร้านสามารถรับซื้อและขายขยะรีไซเคิลได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ปัญหาความล่าช้าในการรับ-ส่งสินค้า				
ร้านสามารถปรับตัวรับกับสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปจนมีผลต่อปริมาณและราคาขยะรีไซเคิลได้ดี				
ร้านสามารถปรับเปลี่ยนแผนการซื้อ-ขายขยะรีไซเคิลได้ทันท่วงทีเมื่อราคาตลาดมีความผันผวน				
ในช่วงที่เกิดการผันผวนเรื่องราคาขยะรีไซเคิลร้านประสบผลเสียหายน้อยเพราะปรับตัวทันเวลา				
คนงานของร้านสามารถทำงานได้ผลงานตามที่ท่านคาดหวังไว้				
เครื่องมือ/เครื่องจักรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพคือได้ปริมาณงานตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในเวลาที่กำหนด				
ต้นทุนการผลิตของร้านต่ำเพราะคนงานทำงานเต็มที่				
ต้นทุนการผลิตของร้านต่ำเพราะมีเครื่องมือ/เครื่องจักช่วยทุ่นแรงและประหยัดเวลา				

43. ผลการดำเนินงาน<u>เฉลี่ยในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา</u> ร้านได้กำไร/ขาดทุนเท่าไร

- ❍ ขาดทุน (หลังหักค่าใช้จ่าย) ต่อยอดขาย .....%
- ❍ กำไร (หลังหักค่าใช้จ่าย) ต่อยอดขาย ..... %

44. ท่านคิดว่าการทำธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลให้ประสบความสำเร็จ มีปัจจัยสำคัญอะไรบ้าง.....

.....

.....

45. ท่านต้องการให้ภาครัฐมีส่วนเข้ามาช่วยเหลือร้านหรือธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิลในเรื่องใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

46. ท่านมีข้อเสนอแนะอื่น ๆ อีกหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูง

นางสาวมารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์

คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สาขา การจัดการภาครัฐและเอกชน (PPM)

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	มารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2531 รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2543
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2532-ปัจจุบัน ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ซาฟโคล โฮลดิ้งส์ (ประเทศไทย) จำกัด 24 อาคารไพรม์บิวดิ้ง ชั้น 10 (เอ) ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110