

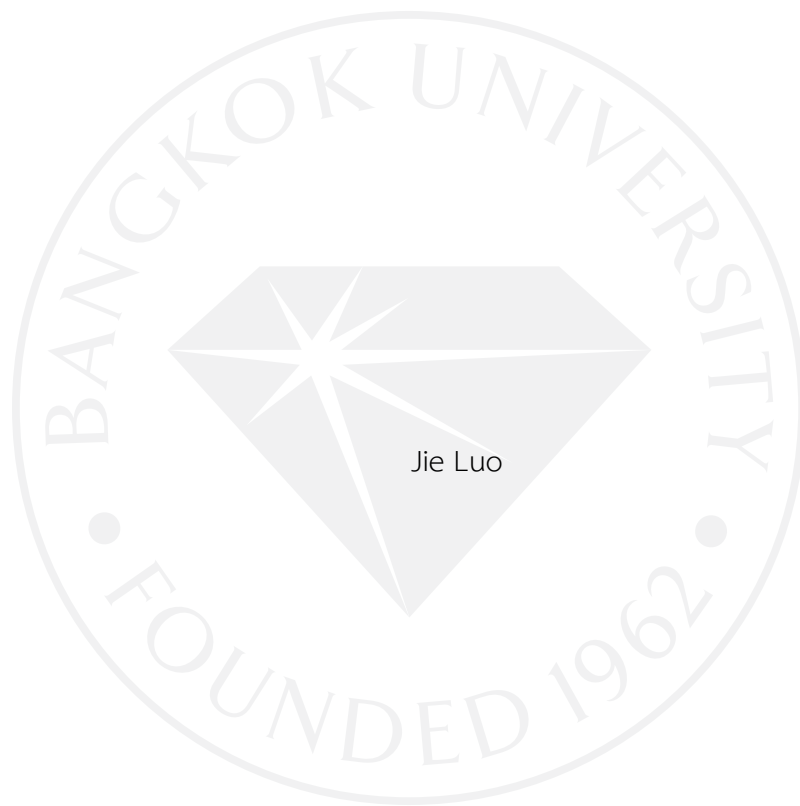
แผนธุรกิจ JIP รีไซเคิล

Business Plan for JIP Recycle



แผนธุรกิจ JIP รีไซเคิล

Business Plan for JIP Recycle



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2557



©2559

JIE LUO

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจ JIP รีไซเคิล

ผู้วิจัย Jie Luo

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

ผู้เชี่ยวชาญ

.....
(ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์)

.....
(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 12 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2559

JIE LUO. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.กุมภาพันธ์
2559 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ JIP รีไซเคิล (73 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. ศันสนีย์ เทพปัญญา

บทคัดย่อ

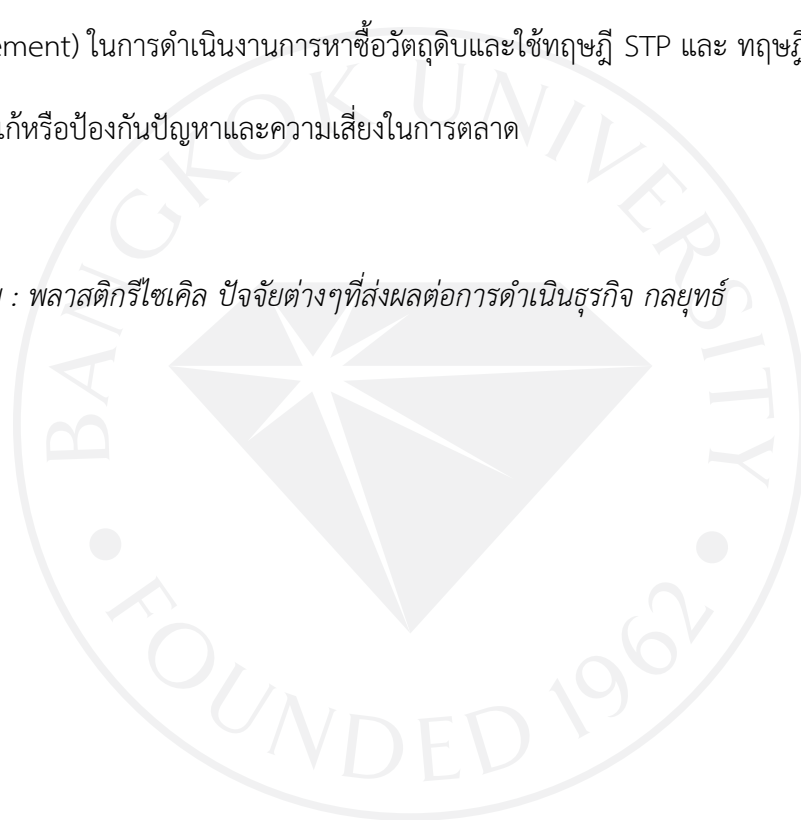
การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ ดำเนินการโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจการซื้อขายพลาสติกรีไซเคิลประเภท
PET.PP.PE วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจรีไซเคิลและเพื่อนำเสนอแผนธุรกิจการซื้อ
ขายพลาสติกรีไซเคิลประเภท PET.PP.PE ซึ่งครอบคลุมถึงวิธีดำเนินงาน การวางแผนทางการเงิน การ
วางแผนการจัดซื้อ การวางแผนทางการตลาด การบริหารบุคลากรเป็นต้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างใน
การศึกษา แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ธุรกิจร้านรับซื้อของเก่า (กลุ่มผู้จัดจำหน่าย)
2) ผู้ประกอบการของธุรกิจรับย่อย/บดพลาสติก (กลุ่มผู้จัดจำหน่าย) 3) ธุรกิจที่ใช้วัตถุดิบเป็นพลาสติก
รีไซเคิล PET PP PE เช่น ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล ธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดพลาสติกรี
ไซเคิล (กลุ่มลูกค้า) โดยรวบรวมข้อมูลจาก เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจJIPรีไซเคิลมีการหาซื้อวัตถุดิบ แรงงานและการ
เปลี่ยนแปลงราคาซื้อขายสินค้า จำนวนของคู่แข่งเป็นต้น ยังพบว่า เมื่อการดำเนินงานปัญหาหลักที่
พบคือ 1) การขาดแรงงาน และการแย่งกันซื้อวัตถุดิบหรือหาซื้อวัตถุดิบยาก 2) การเปลี่ยนแปลงของ
ราคาซื้อขาย 3) มลพิษของสิ่งแวดล้อม(น้ำเสีย)และความสูญเสีย และในด้านการตลาดของธุรกิจ

พลาสติกกรีไซเคิล ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ พบว่าความต้องการของตลาดไทยน้อยลง สินค้าขายยาก

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ธุรกิจ JIP รีไซเคิลต้องใช้กลยุทธ์สร้างแรงจูงใจในด้านแรงงาน ใช้กลยุทธ์การจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) การบริหารจัดการผู้ส่งมอบ (Supplier Management) และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ (Supplier Relationship Management) ในการดำเนินงานการหาซื้อวัตถุดิบและใช้ทฤษฎี STP และ ทฤษฎี Marketing Mix 4P เพื่อแก้หรือป้องกันปัญหาและความเสี่ยงในการตลาด

คำสำคัญ : พลาสติกกรีไซเคิล ปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์



Jie , Luo. M. B. A. (Small and Medium-Sized Enterprises.), April 2016, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for JIP Recycle (73 pp.)

Advisor: Sansanee Thebpanya, Ph.D.

ABSTRACT

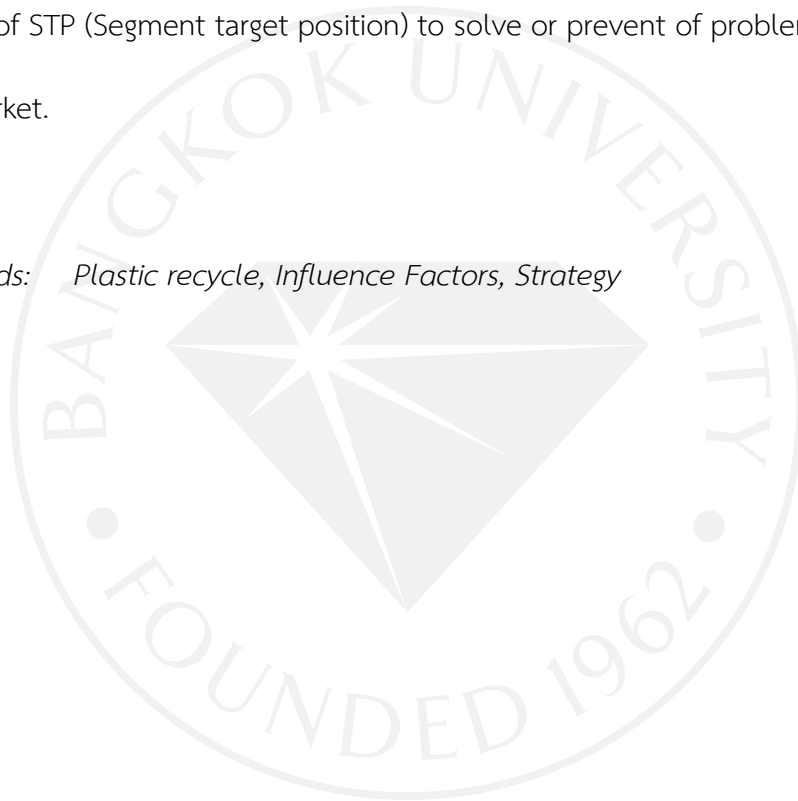
The objectives of this qualitative research study is to the factors that affect the business trading plastic recycling sector in PET.PP.PE. Analyze the possibility of doing the recycling business and Develop a business plan .For example , The Financial plan. The Purchase plan. The Marketing Plan. The HR management etc. The sample studied was divided into three groups: (1) The recycling shop (The supplier).(2) The operator of the business grinding plastic (The supplier).(3) The company that use raw materials as recycled plastic PET PP PE. (Customers).E.g. The manufacture Recycled plastic products. The Business melting / cutting board and recycled plastic. Data was obtained by Documents and related research and interviews.

The results of the analysis of the data shows that the Factors which affecting the business JIP recycled were the procurement of raw materials. The Labor and the price changes of commodity. The number of competitors, etc. At the same time. When the company running .The main problems were :1). The lack of labor and the scramble to buy raw materials. 2). The Change of price.3). Environment Pollution (sewage) and waste. And in the market of recycled plastic. Most interviewees think

the market demand reduction of Thailand and sales difficulties.

From the study of the data. There were some strategies: the business jip recycle will use the strategy motivation in the workforce. Use the strategy Supply Chain Management. Supplier Management and Supplier Relationship Management In the purchase of raw materials. and at last use the theory of Marketing Mix 4P and the theory of STP (Segment target position) to solve or prevent of problems and risks in the market.

Keywords: Plastic recycle, Influence Factors, Strategy



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่องแผนธุรกิจ JIP รีไซเคิล ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีโดยได้รับความกรุณาช่วยเหลือ และสนับสนุนจากหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผศ.กฤติกา ลีมลาวีลย์ อาจารย์ผู้สอนและเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอดจนเป็นรูปเล่มขึ้นมาอย่างสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รวมถึงเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยเหลือสนับสนุน และให้กำลังใจตลอดระยะเวลาในการศึกษา ณ มหาวิทยาลัยแห่งนี้

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่ สมาชิกในครอบครัว และบริษัทที่ทำงานอยู่ปัจจุบัน ที่ได้ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการศึกษาหลักสูตรนี้มาโดยตลอด และขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ แก่ผู้ศึกษา

.....

(นางสาว JIE LUO)

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ |
| กิตติกรรมประกาศ | ฉ |
| สารบัญตาราง | ณ |
| สารบัญภาพ | ญ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 แนะนำธุรกิจ | 1 |
| 1.2 ความสำคัญและที่มาของการจัดทำแผน | 8 |
| 1.3 วัตถุประสงค์การทำแผน | 10 |
| 1.4 วิธีการศึกษา | 11 |
| บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ | 14 |
| 2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรของกิจการโดยใช้ ทฤษฎี SWOT Analysis | 14 |
| 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงธุรกิจ | 19 |
| 2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกต่างๆขององค์กรที่มีผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจ โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์PEST | 22 |
| 2.4. การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix | 27 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน | 32 |
| 3.1 สภาพแวดล้อมของการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน | 32 |
| 3.2 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ | 36 |
| 3.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของธุรกิจ | 38 |
| 3.4 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน | 41 |
| บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ | 42 |
| 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ | 42 |
| 4.2 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ | 49 |
| 4.3 ทฤษฎีที่นำมาใช้ และแผนปฏิบัติการ | 49 |
| 4.4 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ | 60 |
| 4.5 แผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต | 67 |
| บรรณานุกรม | 69 |
| ภาคผนวก | 70 |
| ประวัติผู้เขียน | 73 |
| เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ | |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 1.6 : จำนวนพนักงานของธุรกิจ | 7 |
| ตารางที่ 1.7 : ความต้องการวัตถุดิบ PETของบริษัทเบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์(ไทยแลนด์)จำกัด | 10 |
| ตารางที่ 2.1 : สรุปประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์ SWOT | 19 |
| ตารางที่ 2.2 : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน | 20 |
| ตารางที่ 2.3 : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก | 21 |
| ตารางที่ 2.4 : สรุปประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์ PEST | 27 |
| ตารางที่ 2.5 : สรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคตามการวิเคราะห์ SWOTและ PEST | 28 |
| ตารางที่ 2.6 : การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix | 30 |
| ตารางที่ 3.1 : สรุปการวิเคราะห์ตามแนวทฤษฎี Michael Porter's Five Forces Model | 34 |
| ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์ธุรกิจ JIP รีไซเคิลและบริษัท ชิงหวอไท จำกัด | 39 |
| ตารางที่ 3.3 : ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ JIP รีไซเคิล | 41 |
| ตารางที่ 4.1 : ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ | 43 |
| ตารางที่ 4.2 : สภาพการหาซื้อวัตถุดิบของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล | 46 |
| ตารางที่ 4.3 : สภาพแรงงานของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล | 47 |
| ตารางที่ 4.5 : แสดงราคาซื้อพลาสติกรีไซเคิลในตลาดและ JIP รีไซเคิล (พ.ศ.2558 เดือน10) | 59 |
| ตารางที่ 4.6 : แสดงราคาขายของ JIP รีไซเคิลในไทยและจีน (พ.ศ.2558 เดือน10) | 59 |

สารบัญตาราง(ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.7 : แสดงการประมาณการการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร | 61 |
| ตารางที่ 4.8 : แสดงโครงสร้างเงินลงทุน | 61 |
| ตารางที่ 4.9 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและซื้อ | 62 |
| ตารางที่ 4.10 : งบประมาณกำไรขาดทุน | 63 |
| ตารางที่ 4.11 : งบดุลของธุรกิจ JIP รีไซเคิล | 65 |
| ตารางที่ 4.12 : งบกำไรขาดทุนของธุรกิจ JIP รีไซเคิล | 66 |
| ตารางที่ 4.13 : แสดงทรัพยากรการใช้ในแผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต | 68 |

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 1.1 : ประกอบของอุตสาหกรรมพลาสติกรีไซเคิล | 2 |
| ภาพที่ 1.2 : พีท PET | 3 |
| ภาพที่ 1.3 : พีพี PP | 4 |
| ภาพที่ 1.4 : PE | 5 |
| ภาพที่ 1.5 : โครงสร้างองค์การธุรกิจ | 7 |
| ภาพที่ 2.1 : จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยพ.ศ 2551 – 2556 | 25 |
| ภาพที่ 3.1 : ภาพวิเคราะห์ BCG | 38 |
| ภาพที่ 4.1 : ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล | 44 |
| ภาพที่ 4.2 : ปัญหาในเมื่อการดำเนินงานของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล | 45 |
| ภาพที่ 4.3 : ความเสี่ยงของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล | 48 |
| ภาพที่ 4.4 : แสดงการกำหนดตำแหน่งตราสินค้า | 54 |
| ภาพที่ 4.5 : ผลิตภัณฑ์ของJIPรีไซเคิล ขวดน้ำดื่มโม้ล่างและฝาขวดน้ำดื่มโม้ล่าง | 57 |
| ภาพที่ 4.6 : ผลิตภัณฑ์ของJIPรีไซเคิล เม็ดพลาสติก Waste plastic block Plastic chips พลาสติก | 57 |

บทที่ 1

บทนำ

การขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงจำนวนประชากรในประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ให้เกิดความต้องการอุปโภคและบริโภคเพิ่มขึ้น และแน่นอนว่าย่อมเป็นสาเหตุของการเกิดขยะพลาสติกเป็นจำนวนมากทั้งที่เกิดจากการอุปโภคบริโภคของภาคครัวเรือน หรือเกิดจากการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและบริการ อย่างเช่น พลาสติกโดยจากรายงานสถานการณ์มลพิษไทยของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า ในปี พ.ศ.2557 มีจำนวนขยะมูลฝอยทั่วประเทศสูงถึง 26.2 ล้านตัน นับเป็นการบริโภคโดยเฉลี่ยกว่า 1.11 กิโลกรัมต่อคนต่อวัน แต่ขยะมูลฝอยจำนวนดังกล่าวกลับถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีที่ถูกต้องเพียง 14.7 ล้านตันซึ่งขยะมูลฝอยดังกล่าวได้สร้างปัญหามลพิษต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากเนื่องจากบางประเภทไม่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติเช่นขยะพลาสติก

การรีไซเคิลขยะพลาสติกเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีส่วนช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและช่วยลดปริมาณขยะ และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ขยะพลาสติกฉะนั้น ธุรกิจรีไซเคิลจึงเริ่มมีความสำคัญและเริ่มเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน แต่เมื่อเอาพลาสติกไปรีไซเคิล สิ่งสำคัญคือ ต้องมีคนมาคัดแยกพลาสติกแต่ละประเภทออกจากกันก่อน เพื่อสะดวกต่อการดำเนินงานและนำพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ ดังนั้น ธุรกิจที่เกี่ยวกับซื้อขายพลาสติกรีไซเคิลตามประเภท PET PP PE ก็ให้เห็นโอกาสจะสามารถเติบโตและยั่งยืนเพื่อรองรับความต้องการของทุกสังคมในระยะยาวตราบเท่าที่มนุษย์ต้องการใช้พลาสติกรีไซเคิล ฉะนั้นจึงได้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจของธุรกิจ JIP รีไซเคิล

1.1 แนะนำธุรกิจ

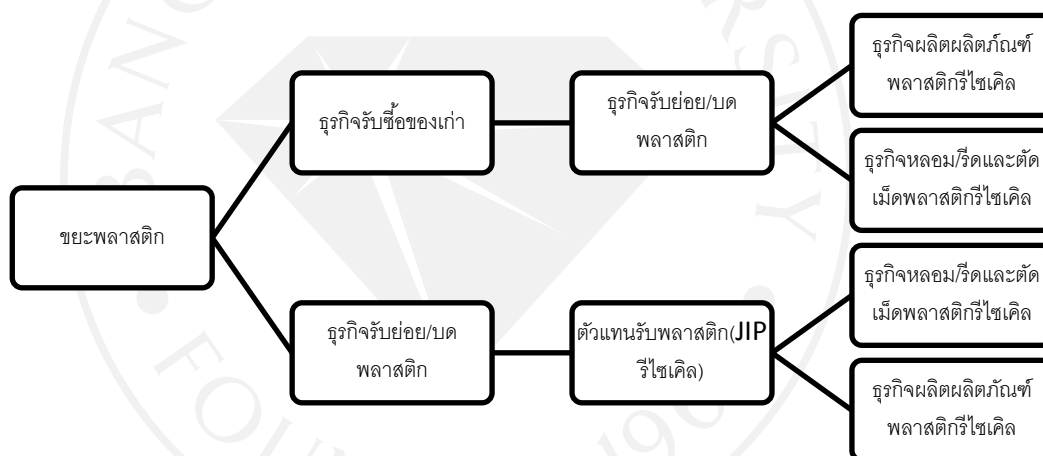
สถานที่ตั้ง

ชื่อกิจการ JIP รีไซเคิล และก่อตั้งกิจการขึ้นมาโดยมีสถานที่ตั้งอยู่ หมู่ที่ 7 ต.ห้วยป่าหวาย อ.พระ
พุทธบาท จ.สระบุรี 18120

ประเภทของสินค้า /บริการ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมพลาสติกรีไซเคิลประกอบด้วย ดังรูปที่ 1.1

ภาพที่ 1.1 : ประกอบของอุตสาหกรรมพลาสติกรีไซเคิล



ประเภทธุรกิจ JIP รีไซเคิล ประกอบธุรกิจที่มุ่งซื้อสินค้าพลาสติกรีไซเคิล ประเภท PET

(Polyethylene Terephthalate) PP(Polypropylene)และ PE (Polyethylene) มาและขายให้

ธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดพลาสติกรีไซเคิล หรือ ขายให้ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลใน

ประเทศหรือต่างประเทศ ซึ่งธุรกิจ JIP รีไซเคิลทำหน้าที่เป็นตัวแทนรับซื้อพลาสติกรีไซเคิล PET/PP

PE

รายละเอียดของสินค้า /บริการ

พลาสติกบางชนิดเมื่อใช้แล้วสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ พลาสติกเหล่านี้เรียกว่า พลาสติกแปร
รูปเพื่อใช้ใหม่ หรือ พลาสติกรีไซเคิล (Plastic Recycle) แต่สิ่งสำคัญในการรีไซเคิลคือต้องอาศัย
กระบวนการคัดแยกประเภทพลาสติก ฉะนั้นธุรกิจJIPรีไซเคิลจะเป็นธุรกิจที่ช่วยคัดแยกประเภท
พลาสติก คือทำธุรกิจรับซื้อสินค้าพลาสติกรีไซเคิลตามประเภท PET (polyethylene
terephthalate) PP (polypropylene)และ PE(polyethylene) จากผู้ผลิตแล้วขายในประเทศ
หรือต่างประเทศ

รายละเอียดของสินค้าดังต่อไปนี้

Polyethylene terephthalate หรือที่รู้จักกันดีว่า เพ็ท PET อธิบายว่าเป็นพลาสติกใส แข็ง
ทนแรงกระแทกดี ไม่เปราะแตกง่าย และกันแก๊สซึมผ่านดี ใช้ทำขวดบรรจุน้ำดื่ม ขวดน้ำมันพืช เป็น
ต้น สามารถนำมารีไซเคิลเป็นเส้นใย สำหรับทำเสื้อกันหนาว พรม และใยสังเคราะห์สำหรับยัดหมอน
 เป็นต้น เพ็ท PET ที่ธุรกิจJIP รีไซเคิลรับซื้อส่วนใหญ่จะเป็นขวดน้ำดื่มบดเป็นชิ้นเล็กๆด้วยเครื่องบด
พลาสติกและล้างทำความสะอาด

ภาพที่ 1.2 : เพ็ท PET



Polyethylene เรียกโดยย่อว่า พีพี PP(<http://www.stou.ac.th/study/sumrit>) อธิบายว่าเป็นพลาสติกที่มีความใส ทนทานต่อความร้อน คงรูป เหนียวและทนแรงกระแทกได้ดี นอกจากนี้ยังทนต่อสารเคมีและน้ำมัน ใช้ทำภาชนะบรรจุอาหาร เช่นกล่อง ชาม จาน ถัง ตะกร้า กระบอกใส่น้ำ เย็น ขวดซอส แก้วโยเกิร์ต ขวดบรรจุยา สามารถทำรีไซเคิลเป็นกล่องแบตเตอรี่ในรถยนต์ ชิ้นส่วนรถยนต์ เช่น กันชนและกรวยสำหรับน้ำมัน เป็นต้น แต่พีพี PP ที่ธุรกิจ JIP รีไซเคิลรับซื้อส่วนใหญ่จะเป็นฝาของขวดน้ำดื่มที่บดเป็นชิ้นเล็กๆด้วยเครื่องบดพลาสติกแล้วล้างทำความสะอาด

ภาพที่ 1.3 : พีพี PP



Polyethylene: PE(<http://www.stou.ac.th/study/sumrit>) อธิบายว่าเป็นพลาสติกที่ไอน้ำซึมผ่านได้เล็กน้อย แต่อากาศผ่านเข้าออกได้ มีลักษณะขุ่นและทนความร้อนได้พอควร เป็นพลาสติกที่นำมาใช้มากที่สุดในอุตสาหกรรม เช่น ท่อน้ำ ถัง ถุง ขวด แทนรองรับสินค้า เป็นต้น แต่ PE ที่ธุรกิจ JIP รีไซเคิลรับซื้อจะเป็นฝาของขวดน้ำดื่มที่บดเป็นชิ้นเล็กๆและล้างทำความสะอาดแล้ว

ภาพที่ 1.4 : PE



จุดเด่นของธุรกิจ

1. ธุรกิจ JIP รีไซเคิลมีผู้จัดจำหน่ายและลูกค้าเป็นประจำ ทำให้ซื้อมาราคาต่ำและขายไปเป็นราคาสูง
2. เจ้าของเป็นคนจีน พูดได้ภาษาจีน ภาษาไทย มีกลุ่มลูกค้าเป็นคนจีนด้วย จึงจะมีโอกาสขยายตลาดไปเมืองจีนง่ายกว่าคู่แข่ง

วิสัยทัศน์ของธุรกิจ

ต้องการเป็นบริษัทระดับหนึ่งในประเทศไทยที่ทำธุรกิจรับซื้อขายและส่งออกพลาสติกรีไซเคิล PET/PP/PE ไปให้ประเทศจีน

พันธกิจของธุรกิจ

1. ขยายตลาดขาย สร้างความสัมพันธ์ร่วมมือกับบริษัทที่ใช้พลาสติกรีไซเคิล PET/PP /PE
2. ขยายแหล่งวัตถุดิบ สร้างความสัมพันธ์ร่วมมือกับโรงงานไม่พลาสติกและร้านรับซื้อของเก่า ขยายจำนวนยอดซื้อสินค้า
3. หาลูกค้าต่างประเทศ เริ่มธุรกิจการส่งออก สร้างตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศจีน

เป้าหมายของธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น กำหนดแล้วเสร็จภายใน 1 ปี

1. ขยายตลาด สร้างความสัมพันธ์ร่วมมือกับบริษัทที่ใช้พลาสติกกรีไซเคิล PET/PPPE ขายสินค้าให้กับบริษัทอย่างนี้

2. บริหารจัดการองค์กรให้มีความเข้มแข็ง และมีผลประกอบการที่ดี โดยดำเนินงานด้วยความมั่นคง

เป้าหมายระยะปานกลาง กำหนดแล้วเสร็จภายใน 3-5 ปี

จะเป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักของบริษัท เบ็ทเทอร์เบล ไฟเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่รับซื้อพลาสติกกรีไซเคิล PET เป็นวัตถุดิบมาผลิตเส้นใยโพลีเอสเตอร์ รายใหม่

เป้าหมายระยะยาว กำหนดแล้วเสร็จ 5 ปีขึ้นไป

ขยายตลาดไปถึงต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศจีน พัฒนาบริษัทให้เป็นระดับหนึ่งในประเทศไทยที่ทำธุรกิจรับซื้อขายและส่งออกพลาสติกกรีไซเคิล PET/PP/PE

เพราะว่าประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อน อากาศร้อนและนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ฉะนั้นผลการผลิตของพลาสติกกรีไซเคิลมีจำนวน และถ้าเอาพลาสติกกรีไซเคิลของไทยไปเปรียบเทียบกับประเทศลาวพม่าและกัมพูชาเป็นต้น คุณภาพของไทยจะดีกว่า ลูกค้าน่าจะยอมรับกว่า

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

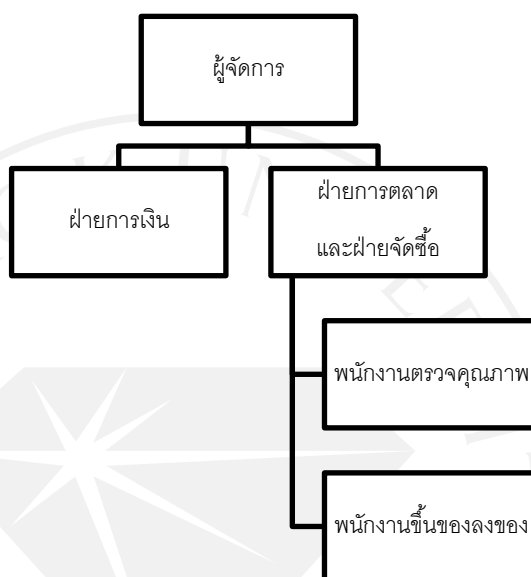
1. เพื่อแสวงหากำไร
2. เพื่อการดำรงอยู่และความเจริญขององค์กร
3. เพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าในสังคมและตอบแทนสังคม

โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ

เพราะว่า การประกอบธุรกิจที่มีขนาดเล็กมีเจ้าของคนเดียวเป็นผู้ลงทุนและดำเนินกิจการจะไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนมากขอบายของการประกอบธุรกิจไม่กว้างขวาง ดังนั้นการจัดโครงสร้างเป็น

โครงสร้างองค์การธุรกิจทั่วไปและมีลักษณะดังภาพที่ 1.5

ภาพที่ 1.5 : โครงสร้างองค์การธุรกิจ



เงินทุนของธุรกิจ

มีเจ้าของคนเดียวเป็นผู้ ลงทุนและเงินทุนเป็น 5,000,000 บาท

จำนวนพนักงานของธุรกิจ

ตารางที่ 1.6 : จำนวนพนักงานของธุรกิจ

| ตำแหน่ง | จำนวน /คน | เงินเดือน /คน | ผลตอบแทนอื่นๆ |
|---------------------------|-----------|---------------|--------------------|
| ผู้จัดการ | 1คน | 20,000 | |
| การเงิน | 1คน | 12,000 | |
| ฝ่ายการตลาดและฝ่ายจัดซื้อ | 1คน | 15,000 | โบนัสตามยอดจำหน่าย |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.6(ต่อ) : จำนวนพนักงานของธุรกิจ

| | | | |
|-----------------------------|------|--------|-------------|
| พนักงานตรวจคุณภาพ สินค้า | 1คน | 9,000 | |
| พนักงาน ชั้นของ ลง ของ | 4 คน | 9,000 | ค่าล่วงเวลา |
| รวม | 8คน | 92,000 | |

ส่วนงาน และหน้าที่

1. ผู้จัดการ เป็นผู้บริหารสูงสุดขององค์การธุรกิจ มีหน้าที่กำหนดนโยบาย เป้าหมาย และวางแผนการดำเนินงาน รับผิดชอบงานทุกฝ่าย เป็นศูนย์กลางของการสั่งการขององค์การ เป็นที่รวมของหัวหน้าฝ่ายต่างๆ เอกสาร และใบสั่งซื้อ ตลอดจนงานสารบรรณต่างๆ เพราะว่า เป็นบริษัทขนาดเล็กซึ่งมีคนงานไม่มาก ผู้จัดการมีหน้าที่แทนฝ่ายบุคคล การรับบุคคลเข้ามาทำงาน การบรรจุแต่งตั้ง เก็บหลักฐานเกี่ยวกับคนงาน
2. ฝ่ายการเงิน มีหน้าที่รับจ่ายเงิน เก็บรักษาเงิน ทำบัญชีและหลักฐานการเงินต่างๆ
3. ฝ่ายการตลาดและฝ่ายจัดซื้อ มีหน้าที่ดูแลจัดการคำสั่งซื้อและขายสินค้าประสานงานระหว่างผู้ส่งมอบกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดูแล จัดการเอกสาร สัญญาต่าง ๆ ในระหว่างจัดซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ บริการให้แก่ผู้บริโภคโดยมุ่งขายสินค้าหรือบริการให้ได้มากที่สุด

1.2 ความสำคัญและที่มาของการจัดทำแผน

จากปี 2012 ถึงปัจจุบัน ผู้ศึกษาทำงานใน บริษัท เบ็ทเทอร์เบล ไฟเบอร์(ไทยแลนด์) จำกัด ตำแหน่งงานคือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ มีหน้าที่การทำงานคือ ช่วยโรงงานจัดการรับซื้อวัตถุดิบของการผลิต-(พลาสติก รีไซเคิลPET)และการควบคุมราคา จำนวนคุณภาพเป็นต้น ฉะนั้น ผู้ศึกษาจึงมีประสบการณ์ทางด้านเกี่ยวกับพลาสติกรีไซเคิลมาเวลายาวนาน เช่นรู้จักผู้เชี่ยวชาญด้านระบบการจัดการ

ขยะรีไซเคิล การคัดแยกขยะชนิด การทำความสะอาด การหีบห่อ และการขนส่งเป็นต้นทำให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสูงและต้นทุนต่ำ ยังรู้จักผู้จัดจำหน่าย และลูกค้าต่อเนื่องเยอะ สร้างตลาดกว้างกว่าคู่แข่งได้ ฉะนั้นผู้ศึกษาจึงมีแนวคิดก่อตั้งกิจการขึ้นมา

เหตุผลอีกอย่างหนึ่งช่วยให้ผู้ศึกษาตัดสินใจก่อตั้งกิจการนี้ขึ้นมาคือ ความต้องการของพลาสติกกรีไซเคิล PET/PP/PE เพิ่มขึ้นรวดเร็ว มาก เช่นโดยการศึกษาของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยว่าใน พ.ศ. 2557 มูลค่าตลาดเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลในไทยมีมูลค่าสูงถึง 23,560 ล้านบาท ขยายตัวกว่าร้อยละ 14.7 จากปี 2556 และ ใน พ.ศ.2558 อุตสาหกรรมรีไซเคิลจะยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการที่มีกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่เข้ามาลงทุนทำธุรกิจรีไซเคิลในไทยมากขึ้นทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวจะมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านระบบการจัดการขยะรีไซเคิล โดยเฉพาะขั้นตอนการคัดแยกขยะ ฉะนั้นผู้ศึกษาจึงมีแนวคิดก่อตั้งกิจการขึ้นมาเพื่อช่วยคัดแยกขยะ

ตลาดพลาสติกกรีไซเคิลในเมืองไทยมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วมาก มีโรงงานใหม่ที่ใช้พลาสติกกรีไซเคิล PET/PP/PE สร้างขึ้นมาเยอะ และยังมีบางโรงงานเพิ่มสายการผลิตด้วย ซึ่งทำให้ความต้องการของพลาสติกกรีไซเคิล PET/PP/PE เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมาก

ในช่วงแรกธุรกิจต้องการส่งสินค้าให้บริษัท เบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์(ไทยแลนด์) จำกัดเป็นหลัก เนื่องจากบริษัท เบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์(ไทยแลนด์) จำกัดมีปริมาณความต้องการวัตถุดิบ—พลาสติกกรีไซเคิล PET เป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 1.7 ความต้องการวัตถุดิบ PET ของบริษัทเบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

| รายการ | พ.ศ .2555 | พ.ศ .2556 | พ.ศ .2557 | พ.ศ .2558 | พ.ศ .2559 |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | ต่อ เดือน | ต่อ เดือน | ต่อ เดือน | ต่อ เดือน | ต่อ เดือน |
| ความต้องการของ วัตถุดิบ PET/ตัน | 500 | 800 | 1000 | 2000 | 4000 |

ที่มา : บริษัทเบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด .(2558). ความต้องการวัตถุดิบ PET. สืบค้น
จาก <http://btblfiber.com/ty/01.php>

บริษัทเบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์(ไทยแลนด์)จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นในปีพุทธศักราช 2553 ดำเนิน
กิจการเกี่ยวกับผลิตเส้นใยสังเคราะห์โพลีเอสเตอร์รีไซเคิล (Polyester Staple Fiber) มีกระบวนการ
ผลิตด้วยเทคนิคขั้นเยี่ยม ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย กำลังการผลิตเส้นใยโพลีเอสเตอร์ของบริษัทอยู่ที่
25000 ตัน/ปี ยังพร้อมด้วยโรงงานโมลล้างขวดพลาสติก PET ด้วยน้ำร้อนซึ่งมีกำลังการผลิต 30000
ตัน/ปี มีพนักงานทำงานทั้งคนจีนและคนไทยประมาณ 300 คน บริษัทตั้งอยู่เลขที่ 74/9 หมู่7 ต.ห้วย
ป่าหวาย อ.พระพุทธรบาท จ.สระบุรี มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก สิ่งแวดล้อมดี มีเนื้อที่ดำเนินกิจการ
ประมาณ 53000 ตารางเมตร (บริษัทเบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์(ไทยแลนด์)จำกัด พ.ศ. 2553)

ตามข้อมูลเหล่านี้ ผู้ศึกษาเห็นว่าอุตสาหกรรมรีไซเคิลมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องได้ ฉะนั้น ผู้
ศึกษาคิดว่าธุรกิจซื้อขายพลาสติกกรีไซเคิลตามประเภท PET.PP.PE มีแนวโน้มเติบโตและยั่งยืนได้
เนื่องจากพลาสติกกรีไซเคิลประเภท PET.PP.PE มีความต้องการสูงต่อโรงงานที่ผลิตเส้นใยโพลีเอสเตอร์
(Polyester staple fiber) หรือโรงงานที่หลอมเม็ดพลาสติก PET PP PE ซึ่งสนับสนุนให้ตัดสินใจเข้า
สู่ธุรกิจนี้

1.3 วัตถุประสงค์การทำแผน

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจการซื้อขายพลาสติกกรีไซเคิลประเภท

PET.PP.PE และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ

2. เพื่อนำเสนอแผนธุรกิจการซื้อขายพลาสติกกรีไซเคิลประเภท PET.PP.PE ซึ่งครอบคลุมถึงวิธีดำเนินงานการวางแผนทางการเงิน การวางแผนการจัดซื้อ การวางแผนทางการตลาด การบริหารบุคลากร

1.4 วิธีการศึกษา

การค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนั้นมีหลากหลายทฤษฎี ซึ่งทฤษฎีที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจนถึงปัจจุบันได้แก่

1. SWOT Analysis การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร
2. การวิเคราะห์ PEST ซึ่งประกอบด้วย การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร
3. The Five Forces Model of Industry Competitive การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการแข่งขัน
4. Marketing Mix 4P's และทฤษฎี STP การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด
5. TOWS Matrix การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบทาวเมตริกซ์

การดำเนินการวิจัย

1.วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แหล่งข้อมูลทั้งจากเอกสารและจากการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็นสองส่วนคือ

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการรวบรวมเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งที่มาข้อมูลเช่นเว็บไซต์ของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมการค้าส่งออก ศูนย์วิจัยกสิกรไทยและเว็บไซต์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจพลาสติกกรีไฮเซล อาทิเช่น เจ้าของร้านรับซื้อของเก่าและผู้ประกอบการโรงรับย่อย/บดพลาสติก ผู้ประกอบการของธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกกรีไฮเซล หรือธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดพลาสติกกรีไฮเซล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่

- 1) เอกสารที่เกี่ยวข้อง
- 2) กล้องถ่ายรูปและโทรศัพท์ คอมพิวเตอร์
- 3) แบบสัมภาษณ์ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น

3. ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพลาสติกกรีไฮเซล ส่วนใหญ่มักใช้ประสบการณ์ของตนเองยังไม่กระจัดกระจายเป็นทางการ ฉะนั้น ตัวอย่างที่เลือกจะเป็นคนที่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะเกี่ยวกับพลาสติกกรีไฮเซล

- 1) ธุรกิจร้านรับซื้อของเก่า (กลุ่มผู้จัดจำหน่าย)
- 2) ผู้ประกอบการของธุรกิจรับย่อย/บดพลาสติก(กลุ่มผู้จัดจำหน่าย)
- 3) ธุรกิจที่ใช้วัตถุดิบเป็นพลาสติกกรีไฮเซล PET PP PE เช่น ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกกรีไฮเซล ธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดพลาสติกกรีไฮเซล (กลุ่มลูกค้า)

4. จำนวนตัวอย่าง

เจ้าของร้านรับซื้อของเก่าและผู้ประกอบการโรงรับย่อย/บดพลาสติก 16 ราย

5. วิธีการสุ่ม/เลือกตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการแบบสุ่มของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้

คำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่คือ

$$\text{สูตร } n = N / (1 + Ne^2)$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากรทั้งหมด

e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling error)

ในที่นี้กำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95% แทนค่าสูตร ได้ ดังนี้

จำนวนตัวอย่างของเจ้าของร้านรับซื้อของเก่าและผู้ประกอบการโรงรับย่อย/บดพลาสติก (กลุ่มผู้จัด

จำหน่าย) $16 / (1 + 16 * 0.05 * 0.05) = 15.38$ คิดเป็น 16 ราย

6. สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้เมื่อได้ข้อมูลที่ต้องการครบหมดแล้วผู้ศึกษาได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยอาศัย

ข้อมูลที่ได้รับจากการค้นคว้าเอกสาร ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ นำมา

วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) แล้วจะใช้ Excel ช่วย

วิเคราะห์ผลแบบสัมภาษณ์

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ธุรกิจจำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ส่งผล
กระทบต่อธุรกิจ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

จากการสำรวจข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนั้น จะแยกออกเป็นการ
วิเคราะห์ด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรของกิจการโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis มีดังนี้

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ทางปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยแบ่งเป็น
จุดแข็ง จุดอ่อน ซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมภายใน การวิเคราะห์ปัจจัยภายในพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

- 1) การดำเนินงานด้านการตลาด
- 2) การดำเนินงานด้านการผลิต
- 3) การดำเนินงานด้านการเงิน
- 4) การดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคล
- 5) การดำเนินงานด้านการบริการงาน

โอกาส อุปสรรคเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกขององค์กร การวิเคราะห์ปัจจัย
ภายนอกพิจารณาทางปัจจัยที่อยู่นอกเมื่อการดำเนินงานภายในจะส่งผลกระทบต่อองค์กร และองค์กร
ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ปัจจัยด้านคู่แข่ง ผู้จัดจำหน่าย ด้านราคาสินค้า ด้านความต้องการสินค้า
ด้านแรงงาน เป็นต้น

2.1.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง

1. ผู้บริหารรู้จักแหล่งที่ผลิตและที่ส่งพลาสติกรีไซเคิล

ผู้บริหารรู้จักแหล่งที่ผลิตและสถานที่ส่งพลาสติกรีไซเคิล PET PP PE อยู่ในภาคเหนือ ภาพใต้ ภาพกลางและตะวันออกเฉียงเหนือเป็นต้นหลากหลายที่มีลูกค้าและผู้ส่งมอบเป็นประจำ

2. สถานที่ก่อตั้งติดกับลูกค้ารายใหญ่

สถานที่ก่อตั้งติดกับบริษัท เบ็ทเทอร์เบล ไฟเบอร์(ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นรายใหญ่ผู้ใช้พลาสติกรีไซเคิล PET จะให้ธุรกิจJIPรีไซเคิลประหยัดค่าขนส่งและได้ข้อมูลการตลาดรวดเร็ว ปรับปรุงตัวเองรวดเร็วได้

บริษัทเบ็ทเทอร์เบล ไฟเบอร์(ไทยแลนด์)จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นในปีพุทธศักราช 2553 ดำเนินกิจการเกี่ยวกับผลิตเส้นใยสังเคราะห์โพลีเอสเตอร์รีไซเคิล (Polyester Staple Fiber) มีกระบวนการผลิตด้วยเทคนิคขั้นเยี่ยม ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย กำลังการผลิตเส้นใยโพลีเอสเตอร์ของบริษัทอยู่ที่ 25000 ตัน/ปี ยังพร้อมด้วยโรงงานโมลล้างขวดพลาสติก PETด้วยน้ำร้อนซึ่งมีกำลังการผลิต30000ตัน/ปี มีพนักงานทำงานทั้งคนจีนและคนไทยประมาณ 300 คน บริษัทตั้งอยู่เลขที่ 74/9 หมู่7 ต.ห้วยป่าหวาย อ.พระพุทธบาท จ.สระบุรี มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก สิ่งแวดล้อมดี มีเนื้อที่ดำเนินกิจการประมาณ 53000 ตารางเมตร (บริษัทเบ็ทเทอร์เบล ไฟเบอร์(ไทยแลนด์)จำกัด พ.ศ. 2553)

3. รับซื้อมาและขายไปเร็ว ความเสี่ยงต่ำ

ธุรกิจ JIP รีไซเคิลเป็นธุรกิจรับซื้อมาและขายไป ใช้เวลาเก็บสินค้าสั้นๆ ลงทุนต่ำและมีความเสี่ยงต่ำ

4.มีตลาดไทยและจีน

ผู้ประกอบการเป็นคนจีน พูดได้ภาษาไทยและภาษาจีน สามารถสื่อสารกับลูกค้าจีนและไทย จึงจะมีตลาดกว้างกว่าคู่แข่ง

2.1.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน

1. คุณภาพสินค้าของ JIP รีไซเคิลอาจจะสู้กับคู่แข่งไม่ได้

ธุรกิจรีไซเคิลเป็นธุรกิจมีความรู้ความเชี่ยวชาญและเทคนิคเฉพาะ ถ้าเป็นผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญจริงจะมีปัญหาง่ายเมื่อการตรวจสอบคุณภาพ ธุรกิจ JIP รีไซเคิลเป็นธุรกิจรับซื้อมาและขายไป ไม่ได้ผลิตด้วยตัวเอง ฉะนั้นคุณภาพสินค้าของ JIP รีไซเคิลอาจจะสู้กับคู่แข่งไม่ได้

2. เงินลงทุนค่อนข้างน้อย กำลังซื้อสินค้าต่ำกว่าคู่แข่ง

เงินลงทุนของ JIP รีไซเคิลมี 5,000,000 บาท เปรียบเทียบกับคู่แข่งรายใหญ่ๆในตลาดค่อนข้างน้อย เงินหมุนเวียนน้อย ซึ่งอาจส่งผลต่อให้กำลังซื้อสินค้าต่ำกว่าคู่แข่ง

3. ธุรกิจการส่งออกค่าขนส่งแพงกว่าคู่แข่งอื่น

ธุรกิจ JIP รีไซเคิลตั้งอยู่ในจ.สระบุรี เป็นภาคกลางของประเทศไทย ไม่ติดกับท่าเรือ ถ้าทำธุรกิจส่งออก ค่าขนส่งถึงท่าเรือแหลมฉบังจะแพงกว่าคู่แข่งที่ตั้งอยู่ในแถวจ.ชลบุรี

4. กำลังจัดหาสินค้าพลาสติกรีไซเคิลไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ปัจจุบันในไทยมีโรงงานรีไซเคิลเกิดขึ้นมากกว่า 5,300 แห่งในทั่วประเทศ และรวมตัวแทนเข้ามาใหม่ จึงทำให้ธุรกิจรีไซเคิลเกิดปัญหาแย่งกันซื้อสินค้าและสู่ราคา เนื่องจากธุรกิจ JIP รีไซเคิลเป็นพ่อค้าคนกลาง ในด้านราคารับซื้ออาจสู้กับรายใหญ่ไม่ได้ ซึ่งอาจมีปัญหานำจัดหาสินค้าพลาสติกรีไซเคิลไม่เพียงพอต่อความต้องการ

5. หาแรงงานยาก

ธุรกิจรีไซเคิลเป็นธุรกิจที่ทั่วไปมองว่าสกปรก ต้องอยู่กับขยะเป็นงานเหนื่อยและหนัก จึงส่งผลให้ธุรกิจนี้มีปัญหาด้านแรงงาน แรงงานในระบบธุรกิจนี้เป็นแรงงานกลุ่มไร้ทักษะ อัตราการเปลี่ยนงานค่อนข้างสูง การจะฝึกแรงงานให้มีทักษะต้องใช้เวลา แรงงานไทยมักไม่เลือกทำงานประเภทนี้

ส่งผลให้ต้นทุนค่าแรงงานสูงขึ้น

2.1.3 การวิเคราะห์โอกาส

1. คู่แข่งขันรายใหม่เข้ามาค่อนข้างยาก

ธุรกิจรีไซเคิลเป็นธุรกิจมีความรู้ความเชี่ยวชาญและเทคนิคเฉพาะ การเข้ามาในธุรกิจนี้ต้องมีความชำนาญและประสบการณ์จริงจึงจะสามารถแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาค่อนข้างยาก

2. ความต้องการของเม็ดพลาสติกรีไซเคิลสูงขึ้น

อุตสาหกรรมรีไซเคิลมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่เข้ามาลงทุนธุรกิจรีไซเคิลในไทยมากขึ้นทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งทำให้ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลสูงขึ้น ส่งผลให้ตลาดเม็ดพลาสติกรีไซเคิลในไทยมีแนวโน้มเติบโตขึ้น และเม็ดพลาสติกรีไซเคิลมีราคาถูกกว่าเม็ดพลาสติกบริสุทธิ์ ซึ่งมีผู้ประกอบการส่วนมากจึงหันมาใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลแทนเม็ดพลาสติกบริสุทธิ์เพื่อลดต้นทุน ดังนั้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกรีไซเคิลขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้ความต้องการของเม็ดพลาสติกรีไซเคิลสูงขึ้น

3. ปริมาณวัตถุดิบมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เนื่องจากประเภทขยะพลาสติกที่ธุรกิจ JIP รีไซเคิล รับประทานส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการใช้สำหรับการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคภายในประเทศอยู่ในระดับสูง เช่น ขวดน้ำดื่ม ส่งผลให้ปริมาณวัตถุดิบมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจึงมีโอกาสรับประทานขยะพลาสติกรีไซเคิลเหล่านี้เยอะขึ้น

2.1.4 การวิเคราะห์อุปสรรค

1. ราคาของพลาสติกรีไซเคิลเปลี่ยนรวดเร็ว

พลาสติกแต่ละประเภทมีวัตถุดิบพื้นฐานที่เหมือนกันคือปิโตรเลียมหรือก๊าซธรรมชาติซึ่งการ

เปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกส่งผลค่อนข้างมากต่อราคาเม็ดพลาสติก ทำให้ ราคาของพลาสติกรีไซเคิลเปลี่ยนรวดเร็วควบคุมยาก อีกอย่างหนึ่งคือธุรกิจJIPรีไซเคิล เป็นผู้ประกอบการรายใหม่และเพิ่งดำเนินงาน อาจจะปรับปรุงราคาตามตลาดไม่ทัน เกิดความเสี่ยงในด้านราคา

2. การส่งออกพลาสติกรีไซเคิลไปต่างประเทศยาก มีข้อจำกัดหลายอย่าง

เพราะว่าพลาสติกรีไซเคิลส่วนใหญ่มาจากขยะ บางที่มีปัญหาการปนเปื้อน ซึ่งเมื่อทำการส่งออกไปต่างประเทศ ประเทศใดอาจจะมี ข้อจำกัดหลากหลายอย่างไม่ให้พลาสติกรีไซเคิลส่งเข้า ส่งผลให้การดำเนินงานยากและเสียโอกาสเปิดตลาดต่างประเทศ

3. ผู้ประกอบการไม่สามารถตัดราคาขายกันเอง

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของการอยู่รอดในธุรกิจ คือ การที่ผู้ประกอบการไม่ควรตัดราคาสินค้ากันเอง ส่งผลราคาขายใกล้เคียงกับราคาทุน ผู้ประกอบการอาจจะสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาขายพลาสติกรีไซเคิลได้ก็จริง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นราคาขายก็ต้องถูกกำหนดต่ำกว่าราคาพลาสติกเม็ดใหม่อยู่ในระดับที่ผู้ซื้อยอมรับได้

4. ราคาเม็ดพลาสติกใหม่ที่ลดลง

ราคาเม็ดพลาสติกใหม่ที่ลดลงอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกหันมาใช้เม็ดพลาสติกใหม่กันมากขึ้น เพราะเม็ดพลาสติกใหม่มีคุณภาพดีกว่าเม็ดพลาสติกรีไซเคิล ทำให้ความน่าสนใจในการใช้เม็ดรีไซเคิลมีแนวโน้มลดลง

5. อุปสรรคด้านคู่แข่ง—ธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติก

จริงๆแล้ว ธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติกเป็นผู้ส่งมอบของธุรกิจ JIP รีไซเคิล แต่ก็เป็นคู่แข่งเหมือนกัน ถ้าธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติกไปขายของให้ลูกค้า(โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลหรือโรงงานหลอม/รีและตัดเม็ดพลาสติกรีไซเคิล)โดยตรง จะส่งผลต่อให้คนตัวแทน JIP รีไซเคิลไม่มีสินค้ารับซื้อขายกัน

ตารางที่ 2.1 : สรุปประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์ SWOT

| | |
|---|--|
| <p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ผู้บริหารรู้จักแหล่งที่ผลิตและส่งพลาสติกกรีไซเคิล 2.สถานที่ก่อตั้งติดกับลูกค้ารายใหญ่ 3.รับซื้อมาและขายไปเร็ว ความเสี่ยงต่ำ 4.มีตลาดไทยและจีน | <p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คุณภาพสินค้าของJIPรีไซเคิลอาจจะสู้กับคู่แข่งไม่ได้ 2.เงินลงทุนค่อนข้างน้อย 3.ธุรกิจส่งออกค่าขนส่งแพงกว่าคู่แข่งอื่น 4.จัดหาสินค้าพลาสติกกรีไซเคิลไม่เพียงพอต่อความต้องการ 5.หาแรงงานยาก |
| <p>Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ค่อนข้างยาก 2.อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกกรีไซเคิลสูงขึ้น 3.ปริมาณสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง | <p>Threat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ราคาของพลาสติกกรีไซเคิลเปลี่ยนรวดเร็ว 2.ส่งออกไปต่างประเทศนำพลาสติกกรีไซเคิลยาก มีข้อจำกัดหลายอย่าง 3.ผู้ประกอบการไม่ควรตัดราคาขายกันเอง 4.ราคาเม็ดพลาสติกใหม่ที่ลดลง 5.อุปสรรคด้านคู่แข่ง—ธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติก |

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงธุรกิจ

ตารางที่ 2.2 : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

| ประเภทของปัจจัยเสี่ยง | ระดับความเสี่ยง | สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง |
|---|-----------------|--|
| 1.ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า | ระดับสูง | เมื่อซื้อสินค้าเข้า ต้องตั้งคนตรวจสอบคุณภาพเฉพาะ ถ้าสินค้าคุณภาพไม่ได้มาตรฐานไม่รับซื้อเข้า |
| 2.ความเสี่ยงเรื่องการจัดหาวัตถุดิบ | ระดับสูง | พยายามค้นหาผู้ส่งมอบหลากหลายเจ้าและพัฒนาผู้ส่งมอบในภูมิภาคต่าง ๆ และ เปิดตลาดให้กว้าง ทำให้ตัวเองสามารถเปิดราคาซื้อให้ผู้ส่งมอบพึงพอใจ |
| 3.ปัจจัยเสี่ยงด้านเงินลงทุนค่อนข้างน้อย | ระดับต่ำ | เร่งความเร็วในการส่งสินค้า ทำให้ได้ว่าเงินมีจำกัด แต่ยอดซื้อขายไม่มีจำกัด |
| 4.ปัจจัยเสี่ยงด้านเมื่อส่งออกค่าขนส่งแพงกว่าคู่แข่ง | ระดับต่ำ | ค้นหาบริษัทขนส่งที่ราคาถูก ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของสินค้า เพื่อให้รถขนส่งใส่ได้เต็มที่ในทุกครั้ง |
| 5.ปัจจัยเสี่ยงด้านหาแรงงานยาก | ระดับสูง | พยายามหาคนพื้นที่ มีครอบครัวไว้กับองค์กร ปรับปรุงการรักษาของพนักงาน ให้สวัสดิการที่ดี ให้พนักงาน งานสร้างความจงรักภักดีกับองค์กร |

ตารางที่ 2.3 : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

| ประเภทของปัจจัยเสี่ยง | ระดับความเสี่ยง | สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง |
|--|-----------------|---|
| 1. ความเสี่ยงจากราคาเม็ดพลาสติกใหม่ที่ลดลง | ระดับกลาง | ตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่จัดสั่งซื้อให้ดี พยายามปรับปรุงองค์กรและราคาตาม สถานการณ์ภาวะการตลาดและราคาวัตถุดิบใน ตลาดโลก |
| 2. ปัจจัยเสี่ยงด้านคู่แข่ง— ธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติก | ระดับสูง | ต้องขยายตลาดไปถึงต่างประเทศ โดยเฉพาะ ประเทศจีน ให้ไม่มีลูกค้ารายเดียวกันกับผู้ส่ง มอบขององค์กร |
| 3. ความเสี่ยงจากราคาของ พลาสติกรีไซเคิลเปลี่ยน รวดเร็ว | ระดับสูง | ผู้บริหารต้องติดตามสถานการณ์ภาวะการตลาด และราคาของวัตถุดิบอยู่ในตลาดโลก พยายาม ปรับปรุงองค์กรและราคาของตนเองเพื่อความ อยู่รอดและสร้างกำไรได้ และซื้อของมาแล้วรีบ ขายไป อย่าเก็บสินค้าไว้นาน |
| 4. ปัจจัยเสี่ยงด้านต่างประเทศ นำเข้าพลาสติกรีไซเคิลมี ข้อจำกัด | ระดับต่ำ | รับซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ พยายามให้ถึงอุปสงค์ ของประเทศที่นำเข้า และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ขยายตลาด |
| 5. ผู้ประกอบการไม่ควรตัด ราคาขายกันเอง | ระดับต่ำ | ผู้บริหารต้องติดตามสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจ โลก พยายามปรับปรุงองค์กรและราคาของ ตนเองเพื่อความอยู่รอดและสร้างกำไรได้ |

2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกต่างๆขององค์กรที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจโดย

ใช้ ทฤษฎี การวิเคราะห์ PEST

สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรจะประกอบด้วยปัจจัยที่มีขอบเขตกว้างและมีผลกระทบต่อการบริหารงานของบริษัททางอ้อมเป็นสภาวะที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยปกติประกอบด้วย

P – Politic : ปัจจัย ทางนโยบายและการเมือง เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริหารงานของรัฐบาลเช่นทัศนคติของรัฐบาลต่ออุตสาหกรรมเสถียรภาพของรัฐบาลและคุณภาพของพรรคการเมือง เป็นต้น

E – Economic : ปัจจัยทางเศรษฐกิจ จะชี้ให้เห็นว่าทรัพยากรถูกจัดสรรและใช้อย่างไรตัวอย่าง ปัจจัยทางเศรษฐกิจเช่นรายได้ประชาชาติอัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราการจ้างงาน เป็นต้น

S – Social : ปัจจัยทางสภาพสังคม และสุดท้าย เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะของสังคม โดยทั่วไปเช่นการศึกษาความเชื่อค่านิยม วัฒนธรรม วิถีชีวิตและลักษณะทางประชากร เป็นต้น

T – Technology : ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการคิดค้น สิ่งใหม่เช่นกระบวนการผลิตสินค้าใหม่ระเบียบวิธีปฏิบัติงานใหม่และอุปกรณ์ใหม่หรือการนำ เทคโนโลยีใหม่ๆที่ช่วยให้เกิดการผลิที่ดียิ่งขึ้น

2.2.1 การวิเคราะห์ด้านนโยบายและการเมือง

1) ด้านสภาวะการเมืองของไทย

การเมืองไม่แน่นอน ส่งผลให้ผู้คนเข้ามาลงทุนในธุรกิจรีไซเคิลน้อยลง

ในช่วง3-4ปีที่ผ่านมา สภาวะการเมืองของไทยนั้นถือว่าเป็นช่วงวิกฤติ ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางการเมืองทำให้หน่วยงานราชการบางส่วนไม่สามารถดำเนินการได้ตามปกติประกอบกับครัวเรือนระมัดระวังการใช้จ่ายและการส่งออกสินค้าพื้นตัวซ้ำ ธุรกิจจึงชะลอการลงทุนออกไปเพื่อรอประเมินความชัดเจนของสถานการณ์ ทางการเมืองและเศรษฐกิจส่งผลต่อนักลงทุนที่จะลงทุนใน

ธุรกิจพลาสติกรีไซเคิลแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ (1) กลุ่มที่ศึกษาลู่ทางการลงทุนและตัดสินใจลงทุนในไทย แล้ว ต้องกลับไปเดินแผนสอง ว่าจะรอดต่อไปหรือจะไปลงทุนที่อื่น (2) เป็นทุนที่อยู่ระหว่างศึกษาลู่ทางการลงทุนในอาเซียน ก็อาจตัดสินใจไปลงทุนที่อื่นได้ทันที (การเมืองไทย, 2557)

2. ด้านกฎหมาย

รัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจรีไซเคิล

รัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจรีไซเคิลโดยทางคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Thailand board of investment : BOI) ได้ออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนใหม่เกี่ยวกับกิจการที่นำวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว กลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลโดยในการคัดแยกจะได้รับการยกเว้นภาษีนิติบุคคลเป็นระยะเวลา 5 ปี เป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของเงินลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและเงินทุนหมุนเวียน) และยกเว้นอากรขาเข้า สำหรับเครื่องจักรและหากเป็นกิจการที่อยู่ในกรณีคัดแยกที่มีกระบวนการแปรรูปเพิ่มเติมหรือนำกลับมาใช้ประโยชน์อีกจะได้รับการยกเว้นภาษีนิติบุคคลเป็นระยะเวลาสูงถึง 8 ปี เป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของ เงินลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและเงินทุนหมุนเวียน) และยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร ฉะนั้น ผู้ลงทุนเข้าธุรกิจรีไซเคิลจะมากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อด้านจำนวนการผลิตของพลาสติกรีไซเคิลเพิ่มขึ้น ให้ธุรกิจพ่อค้ากลางรับซื้อของง่ายขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย/โอกาสทางธุรกิจของ SMEs ในธุรกิจรีไซเคิล , 2558)

3) ด้านภาษี

การทำธุรกิจขยะในประเทศไทยโครงสร้างภาษีจำนวนมาก

การทำธุรกิจขยะในประเทศไทยโครงสร้างภาษีจำนวนมากที่มีถึง 11 รายการ กรณีธุรกิจมีรายได้ 1,200,000 บาท ผู้ประกอบ การต้องเสียภาษี เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7 เปอร์เซ็นต์ งด.91 (ภาษีปลายปี) งด.90 (ภาษีกลางปี) ภาษีสังคัมรังเกียจ ภาษีเก็บสิ่งของเหลือใช้ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ อนามัย ภาษีการค้าของเก่า กรมการปกครอง ภาษีอนุญาตกรมโรงงานอุตสาหกรรม 105 และ 106

ของกรมโรงงานฯ ภาษีป้าย ที่กำหนดให้แสดงเรื่องสิ่งแวดล้อม ภาษีเขตพิเศษเขตอู่ที่เขต เป็นเขต
ผลิตอุตสาหกรรมพิเศษ («ขยะ : โอกาสธุรกิจบนโลกไร้พรมแดน» ,2552)

2.2.2 การวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจ

1) ด้านภาพรวมเศรษฐกิจไทย

**ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการปรับตัวดีขึ้น ความต้องการใช้พลาสติกเป็นวัตถุดิบ
ดีกว่าปีก่อน**

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการปรับตัวดีขึ้น เนื่อง ด้วยได้รับแรง
สนับสนุนจากการขยายตัวของความต้องการบริโภคและการขยายตัวด้านการลงทุนของภาคเอกชน ที่
เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตาม ด้านการผลิตภาคอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกยังคงหดตัว
ด้วยวิกฤติเศรษฐกิจยุโรปที่ยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป รวมถึงการชะลอตัวของเศรษฐกิจใน
ประเทศจีน ส่งผลให้ยอดสั่งซื้อสินค้าจากประเทศไทยลดต่ำลงไปด้วย

จากสถานะเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงสถานะการค้าระหว่างประเทศที่
ชะลอตัวลง ส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตในอุตสาหกรรมพลาสติกที่ต้องคอยเฝ้าระวังและจับตาความ
เคลื่อนไหวต่างๆ อย่างใกล้ชิดเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความไม่แน่นอนดังกล่าวด้วยเช่นกัน แต่ในปี
2557 ขยายตัวจากผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นสำคัญเนื่องจากความต้องการใช้พลาสติกในชีวิตประจำวัน
เพิ่มขึ้น รวมทั้งความต้องการใช้พลาสติกเป็นวัตถุดิบพื้นฐานในการผลิตสินค้าต่างๆในอุตสาหกรรม
ต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศขยายตัวดีกว่าปีก่อน (ธนาคารแห่งประเทศไทย /plastics
foresight by plastics institute of Thailand (สถาบันพลาสติก) /ภาวะเศรษฐกิจไทย, 2557)

2) ด้านการพัฒนาของการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวให้วัตถุดิบของธุรกิจรีไซเคิลทาง่ายขึ้นและมีจำนวนมากขึ้น

เนื่องจากเพ็ท PET/ พีพี PP /PE ที่ธุรกิจ JIP รีไซเคิลรับซื้อส่วนใหญ่จะเป็นขวดน้ำดื่มบดเป็นชิ้น เล็กๆ ด้วยเครื่องบดพลาสติกแล้วล้างทำความสะอาด ซึ่งจำนวนของขวดน้ำดื่มจึงจะมีผลกระทบต่อ การพัฒนาของธุรกิจนี้

น้ำดื่มเป็นสินค้าที่ทุกคนต้องอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาไทยขยายตัวสูงขึ้นทุกปีซึ่งมีผลกระทบต่อจำนวนขวดน้ำดื่มในไทยเพิ่มขึ้น ให้อัตราเติบโตของธุรกิจรีไซเคิลทาง่ายขึ้นและมีจำนวนมากขึ้น ให้อัตราเติบโตของธุรกิจรีไซเคิลมีโอกาขยายตัวรวดเร็วและให้อัตราเติบโตของธุรกิจรีไซเคิลสูงขึ้น

ภาพที่ 2.1 : จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พ.ศ. 2551 - 2556

| 2551 (2008) | 2552 (2009) | 2553 (2010) | 2554 (2011) | 2555 (2012) | 2556 (2013) |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 14,584,220 | 14,149,841 | 15,936,400 | 19,230,470 | 22,353,903 | 26,735,583 |

ที่มา : จำนวนนักท่องเที่ยวไม่รวมคนไทยที่มีถิ่นที่อยู่ต่างประเทศ/การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (พ.ศ. 2551 - 2555)

2.2.3 การวิเคราะห์ด้านสังคม

1) ด้านสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจรีไซเคิลมีประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมาก การพัฒนาของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิลได้สนับสนุนจากทุกภาคส่วนของสังคม

ผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ง่ายโดยธรรมชาติเมื่อไม่สามารถทำลายได้ซึ่งทำให้เกิดมลภาวะเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมและเกิดความสิ้นเปลือง ในการใช้วัตถุดิบ ดังนั้น การนำวัสดุจากพลาสติกที่เหลือใช้หรือใช้แล้วนำกลับมาแปรสภาพแล้วนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตใหม่จึงก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์พลาสติกอีกทางหนึ่งด้วย ฉะนั้นการพัฒนา

ของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิลได้สนับสนุนจากทุกภาคส่วนของสังคม (ปัญหาขยะสังคม)

2) ด้านสภาพภูมิอากาศ

ไทยมีวัตถุดิบของธุรกิจรีไซเคิลจำนวนมาก ดึงดูดนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนสร้างธุรกิจ

เนื่องจากสินค้า (พีทีPET/ พีพี PP /PE) ที่ธุรกิจ JIP รีไซเคิลรับซื้อส่วนใหญ่จะเป็นขวดน้ำดื่ม บดเป็นชิ้นเล็กๆด้วยเครื่องบดพลาสติกแล้วล้างทำความสะอาด ซึ่งจำนวนของขวดน้ำดื่มจึงจะมีผลกระทบต่อตรงต่อการพัฒนาของธุรกิจนี้ ประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้ภูมิอากาศของประเทศมีลักษณะเป็นแบบร้อน ซึ่งส่งผลให้ยอดขายเครื่องดื่มสูง จำนวนขวดน้ำดื่มมาก ให้ไทยมีวัตถุดิบของธุรกิจรีไซเคิลจำนวนมากขึ้น ดึงดูดนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนสร้างธุรกิจใหม่

2.2.4 การวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการผลิตพลาสติกรีไซเคิลมีการพัฒนาและการประยุกต์มากขึ้น

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการผลิตพลาสติกรีไซเคิลมีการพัฒนาและการประยุกต์มากขึ้น การใช้เครื่องจักรก็มีประสิทธิภาพดีกว่าก่อน แหล่งที่หาซื้อหาเครื่องจักรผลิตพลาสติกรีไซเคิลก็มีหลากหลายที่มีเครื่องจักรทั้งของไทยและต่างประเทศ ประเภทของเครื่องจักรพลาสติกรีไซเคิลก็มีหลากหลายอย่าง เช่น เครื่องบดพลาสติก เครื่องโม่พลาสติก เครื่องล้างพลาสติก เครื่องสไลด์แห้ง เป็นต้น จึงทำให้การผลิตสะดวกขึ้น ส่งผลต่อให้กำลังการย่อยหรือบดขยะสูงขึ้น ซึ่งได้ตอบสนองความต้องการของธุรกิจหลอม/รีด และตัดเม็ด พลาสติกรีไซเคิลและธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล (BOC BUSINESS OPPORTUNITY CENTER / «ธุรกิจSMEs:รีไซเคิลขยะวัสดุพลาสติก»)

ตารางที่ 2.4 : สรุปประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์ PEST

| | |
|--|---|
| <p>Politic</p> <p>1. การเมืองไม่แน่นอน ส่งผลให้ผู้คนเข้ามาลงทุน ในธุรกิจรีไซเคิลน้อยลง</p> <p>2. รัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจรีไซเคิล</p> <p>3. การทำธุรกิจขยะในประเทศไทยโครงสร้างภาษี จำนวนมาก</p> | <p>Social</p> <p>1. ธุรกิจรีไซเคิลเกิดประโยชน์ต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม การพัฒนาของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล ได้สนับสนุนจากทุกภาคส่วนของสังคม</p> <p>2. ไทยมีวัตถุดิบของธุรกิจรีไซเคิลจำนวนมาก ดึงดูดนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนสร้างธุรกิจ</p> |
| <p>Economic</p> <p>1. ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการ ปรับตัวดีขึ้น ความต้องการใช้พลาสติกเป็น วัตถุดิบดีกว่าปีก่อน</p> <p>2. การพัฒนาการท่องเที่ยวที่วัตถุดิบของธุรกิจรี ไซเคิลทาง่ายขึ้นและมีจำนวนมากขึ้น</p> | <p>Technology</p> <p>1. เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการผลิตพลาสติกรีไซเคิลมี การพัฒนาและการประยุกต์มากขึ้น</p> |

2.4. การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix

การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ของ
ธุรกิจ JIP รีไซเคิลแบบจับคู่เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม

การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบทาวเมตริกซ์ (TOWS Matrix) เป็นระบบการบริหาร
โดยวัตถุประสงค์ที่จะสามารถใช้งานได้โดยจุดประสงค์ แต่ส่วนจะต้องตรงตามเกณฑ์ดังนี้

- (1). จุดแข็งและมีโอกาสในกรณีนี้บริษัทจะใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส
- (2). จุดอ่อนและมีโอกาสในกรณีนี้บริษัทจะพยายามแก้ไขสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและจึงปรับกลยุทธ์เพื่อ

สร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส

(3) จุดแข็งและอุปสรรคในกรณีนี้บริษัทจะใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้

(4) จุดอ่อนและอุปสรรคในกรณีนี้บริษัทจะใช้กลยุทธ์การตัดตอนเช่นการเลิกกิจการ

2.3.1. การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix

1. วัตถุประสงค์

1). เพื่อให้เห็นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

2). เพื่อให้ระบบบริหารของธุรกิจสามารถใช้งานได้โดยจุดประสงค์ต่างๆ

2. การดำเนินงานของกลยุทธ์

1). สรุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคตามการวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อจับคู่

โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix

ตารางที่ 2.5 : สรุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคตามการวิเคราะห์ SWOT และ PEST

Opportunity

1. คู่แข่งขันรายใหม่เข้ามาได้ค่อนข้างยาก

2. อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกรีไซเคิลขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลสูงขึ้น

3. ปริมาณสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. รัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจรีไซเคิล

5. ธุรกิจรีไซเคิลเกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิลได้สนับสนุนจากทุกภาคส่วนของสังคม

6. ไทยมีวัตถุดิบของธุรกิจรีไซเคิลจำนวนมาก ดึงดูดนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนสร้างธุรกิจ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.5(ต่อ) : สรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคตามการวิเคราะห์ SWOTและ PEST

| |
|--|
| <p>7.ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการปรับตัวดีขึ้น ความต้องการใช้พลาสติกเป็นวัตถุดิบดีกว่าปีก่อน(พ.ศ.2557)</p> <p>8.การพัฒนาการท่องเที่ยวให้วัตถุดิบของธุรกิจรีไซเคิลทาง่ายขึ้นและมีจำนวนมากขึ้น</p> <p>9.เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการผลิตพลาสติกรีไซเคิลมีการพัฒนาและการประยุกต์มากขึ้น</p> |
| <p>Threat</p> <p>1.ราคาของพลาสติกรีไซเคิลเปลี่ยนรวดเร็ว</p> <p>2.ต่างประเทศนำเข้าพลาสติกรีไซเคิลมีข้อจำกัด</p> <p>3.ผู้ประกอบการไม่ควรตัดราคาขายกันเอง</p> <p>4.ราคาเม็ดพลาสติกใหม่ที่ลดลง</p> <p>5.อุปสรรคด้านคู่แข่ง—ธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติกแย่งกันซื้อสินค้าหรือไม่ส่งสินค้าให้</p> <p>6.การเมืองไม่แน่นอน ส่งผลให้ผู้คนเข้ามาลงทุนในธุรกิจรีไซเคิลน้อยลง</p> <p>7.การทำธุรกิจขยะในประเทศไทยโครงสร้างมีภาษีจำนวนมาก</p> |
| <p>Strength</p> <p>1.ผู้บริหารรู้จักแหล่งที่ผลิตและที่ส่งพลาสติกรีไซเคิล</p> <p>2.สถานที่ก่อตั้งติดกับลูกค้ารายใหญ่</p> <p>3.รับซื้อมาและขายไปเร็ว ความเสี่ยงต่ำ</p> <p>4.มีตลาดไทยและจีน</p> |
| <p>Weakness</p> <p>1.คุณภาพสินค้าของJIPรีไซเคิลอาจจะสู้กับคู่แข่งไม่ได้</p> |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.5 (ต่อ) : สรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคตามการวิเคราะห์ SWOT และ PEST

| |
|---|
| 2.เงินลงทุนค่อนข้างน้อย |
| 3.ธุรกิจส่งออกค่าขนส่งแพงกว่าคู่แข่งอื่น |
| 4.จัดหาสินค้าพลาสติกกรีไซเคิลไม่เพียงพอต่อความต้องการ |
| 5.หาแรงงานยาก |

2) . การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix

ตารางที่ 2.6 : การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix

| TOWS Matrix | แนวทางการดำเนินการ หรือ กลยุทธ์ |
|---|--|
| Strength1. ผู้บริหารรู้จักแหล่งที่ผลิตและผู้ส่งมอบพลาสติกกรีไซเคิล | SO Maxi-Maxi Strategy สร้างความร่วมมือระยะยาวกับผู้ส่งมอบ และรับ |
| Opportunity 2.อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกกรีไซเคิลสูงขึ้น | ข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาเตรียมจัดหาสินค้ารองรับคำสั่งซื้อ เพื่อได้ตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลขยายตัว |
| 4.ปริมาณสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง | |
| Weakness1. คุณภาพสินค้าของ JIPกรีไซเคิลอาจจะสู้กับคู่แข่งไม่ได้ | WO Mini-Maxi Strategy ความต้องการของการใช้เม็ดพลาสติกกรีไซเคิลขยายตัว และปริมาณสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น |
| Opportunity 2.อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้ปริมาณความต้องการใช้เม็ด | อย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจมีโอกาสเพิ่มจำนวนยอดซื้อและยอดขายได้ แต่เมื่อมุ่งเน้นในจำนวน |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.6(ต่อ) : การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix

| | |
|---|--|
| <p>พลาสติกกรีไซเคิลสูงขึ้น</p> <p>3.ปริมาณสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p> <p>8.การพัฒนาของการท่องเที่ยวให้วัตถุดิบของธุรกิจกรีไซเคิลหาง่ายขึ้นและมีจำนวนมากขึ้น</p> | <p>ยอดซื้อและยอดขาย ก็ต้องระวังเรื่องคุณภาพ</p> <p>ระบุฝ่ายตรวจสอบคุณภาพเป็นต้น</p> |
| <p>Weakness 4.จัดหาสินค้าพลาสติกกรีไซเคิลไม่เพียงพอต่อความต้องการ</p> <p>Threat 5.อุปสรรคด้านคู่แข่ง—ธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติกแย่งกันซื้อสินค้าหรือไม่ส่งสินค้าให้</p> | <p>WT Mini-Mini Strategy</p> <p>สร้างความร่วมมือระยะยาวและความสัมพันธ์ที่มั่นคงกับผู้ส่งมอบ พยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้า เปิดตลาดใหม่ พยายามหลีกเลี่ยงมีลูกค้ากับผู้ส่งมอบในรายเดียวกัน</p> |
| <p>Strength 2.สถานที่ก่อตั้งติดกับลูกค้ารายใหญ่</p> <p>Threat ธุรกิจส่งออกค่าขนส่งแพงกว่าคู่แข่งอื่น</p> | <p>ST Maxi-Mini Strategy</p> <p>ค่าขนส่งการส่งออกแพงกว่าคู่แข่งอื่น แต่ ติดกับลูกค้ารายใหญ่ในประเทศไทย ฉะนั้นต้องพยายามเพิ่มอัตราการยอดขายของลูกค้ารายใหญ่นี้</p> |
| <p>Strength 3.รับซื้อมาและขายไปเร็ว ความเสี่ยงต่ำ</p> <p>Threat 2.เงินลงทุนค่อนข้างน้อย</p> | <p>ST Maxi-Mini Strategy</p> <p>เงินลงทุนน้อย สู้กับคู่แข่งไม่ได้ ซึ่งต้องเพิ่มความเร็วของกระแสการเงิน ฉะนั้น ธุรกิจอย่าเก้เกตุสินค้า รับซื้อมาแล้วต้องรีบขายไป เพิ่มประสิทธิภาพในกาใช้จ่ายเงินและลดความเสี่ยง</p> |

บทที่ 3

การวิเคราะห์การแข่งขันธุรกิจ

3.1 สภาพแวดล้อมของการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน

1.สภาพแวดล้อมของการแข่งขันของธุรกิจรีไซเคิล

1).สภาพแวดล้อมของการแข่งขันทั่วไปของธุรกิจรีไซเคิล

ธุรกิจการรับซื้อขายพลาสติกรีไซเคิล ปัจจุบันนี้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ปลาใหญ่กินปลาเล็ก มีการได้เปรียบ-เสียเปรียบ ผู้ค้าในธุรกิจรีไซเคิลที่มีเงินทุนมาก สามารถเหมาตัดราคาได้ ผู้ค้าที่มีเงินทุนน้อยก็จะมีอำนาจต่อรองน้อย และต้องพบกับสภาพกดดันจากราคาที่ผันผวนอย่างหนักจนไม่สามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่าย ดอกเบี้ย ได้ในภาวะที่ราคาสินค้าที่เก็บกักตุนไว้รอเก็งกำไรขาย อยู่ในช่วงราคาตกต้องแบกรับถือต่อเพื่อรอราคาดีจึงจะนำออกส่งขายได้

2).การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันทาง Michael Porter's Five Forces Model

Michael Porter's Five Forces Model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมและความเป็นไปได้ในการแข่งขัน ทำให้ทราบถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนั้นและอิทธิพลอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันรวมไปถึงศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการคู่แข่ง ในปัจจุบันโดยนำแนวคิด Michael Porter's Five Forces Model เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมและความเป็นไปได้ในอุตสาหกรรม ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การวิเคราะห์คู่แข่งรายใหม่ การวิเคราะห์สินค้าทดแทน การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของลูกค้าการวิเคราะห์อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์

1. การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม(Rival among Existing Competitors)

การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้มีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากมีกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่จากทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีเงินทุนและความเชี่ยวชาญด้านกระบวนการรีไซเคิลเข้ามาลงทุนประกอบกิจการในตลาดเพิ่มขึ้น

2. การวิเคราะห์การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Barriers to Entry or Threat of New Entrants)

เนื่องจากธุรกิจรีไซเคิลจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการคัดแยกประเภทพลาสติก แต่ละองค์กรมีความรู้เชี่ยวชาญและเทคนิคเฉพาะ ยังไม่ได้เปิดเผย ฉะนั้น ผู้ประกอบการมาลงทุนต้องมีความรู้ ความชำนาญหรือประสบการณ์ตัวเองเฉพาะ ทำให้ผู้รายใหม่เข้าธุรกิจนี้ยาก

3. การวิเคราะห์สินค้าทดแทน (Substitute Products)

สินค้าทดแทนของเม็ดพลาสติกรีไซเคิลคือ เม็ดพลาสติกใหม่ เพราะพลาสติกแต่ละชนิดมีวัตถุประสงค์พื้นฐานที่คล้ายกันคือปิโตรเลียมหรือก๊าซธรรมชาติ ฉะนั้นในช่วง 2-3 ปีนี้ราคาน้ำมันในตลาดโลกที่เคลื่อนไหวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งส่งผลให้ราคาเม็ดพลาสติกใหม่ลดลงและให้ผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกหันมาใช้เม็ดพลาสติกใหม่กันมากขึ้น เพราะเม็ดพลาสติกใหม่มีคุณภาพดีกว่าเม็ดพลาสติกรีไซเคิล จึงส่งผลให้ความน่าสนใจในการใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลมีแนวโน้มลดลง ส่งผลต่อให้ธุรกิจการรับซื้อขายพลาสติกรีไซเคิลขยายตัวยาก

4. การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ผู้ซื้อของธุรกิจ JIP รีไซเคิลจะกำหนดเป็นโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล โรงงานหลอม/รีดเม็ดพลาสติกรีไซเคิล เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ ทั้งหมดมีไม่กี่เจ้าในไทย เมื่อสั่งซื้อสินค้าจะเป็นจำนวนมากเป็นสัดส่วนใหญ่ของผู้ขาย แต่ผู้ขายของพลาสติกรีไซเคิลจะเป็น ร้านรับซื้อของเก่า โรงงานย่อย/บดพลาสติก และตัวแทนรับซื้อพลาสติก เป็นต้น ส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ฉะนั้นอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ในธุรกิจรีไซเคิลนี้รุนแรงสูง

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ในธุรกิจรีไซเคิลนี้รุนแรงสูงอีกเท ่ ผลหนึ่งคือ สินค้าของผู้ซื้อสั่งซื้อเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน สั่งซื้อกับผู้ขายหลายเจ้าก็เป็นไปได้

5. การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power To Suppliers)

ผู้ขายของธุรกิจ JIP รีไซเคิลมี ร้านรับซื้อของเก่า โรงงานย่อย/บดพลาสติก และตัวแทนรับซื้อพลาสติกเป็นต้น ส่วนใหญ่มีขนาดเล็กและตั้งกำไรเป็นวัตถุประสงค์หลัก ฉะนั้น กลุ่มนี้ขายสินค้าจะตามหาผู้ซื้อราคาสูง ไม่สัญญาลูกค้าประจำ อาจส่งผลให้ปริมาณการรับซื้อของธุรกิจมีความไม่แน่นอนให้อำนาจต่อรองของผู้ขายแรงขึ้น

แต่เนื่องจากองค์กรที่ทำพลาสติกรีไซเคิลมีความรู้ความเชี่ยวชาญและเทคนิคเฉพาะ หลายคนมองว่าการรวมกลุ่มกันจะทำให้ความลับในการประกอบธุรกิจของตนต้องเปิดเผยและจะทำให้มีคู่แข่งขึ้นทางการค้ามากขึ้น ฉะนั้นมีการรวมกลุ่มกันยาก นี้ให้อำนาจต่อรองของผู้ขายลดลง ให้ผู้ซื้อหาซื้อสินค้าง่ายขึ้น

ตารางที่ 3.1 : สรุปการวิเคราะห์ตามแนวทฤษฎี Michael Porter's Five Forces Model

| Michael Porter's Five Forces Model | การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน |
|--|-----------------------------------|
| สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม Rivalry | ระดับการแข่งขันสูง |
| สินค้าทดแทน Substitutes | ระดับการแข่งขันสูง |
| การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ Threat of New Entrants | ระดับการแข่งขันต่ำ |
| อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ | ระดับการแข่งขันสูง |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : สรุปการวิเคราะห์ตามแนวทฤษฎี Michael Porter's Five Forces Model

| | |
|-------------------------------|---------------------|
| Bargaining Power of Buyers | |
| อำนาจต่อรองของผู้ขาย | ระดับการแข่งขันกลาง |
| Bargaining Power of Suppliers | |

2. ที่มาของการแข่งขัน

1). การแย่งกันซื้อสินค้า

ปัจจุบันมีโรงงานรีไซเคิลประมาณมีมากกว่า 5,300 แห่งในทั่วประเทศ และรวมตัวแทนเข้ามาใหม่ จึงทำให้ธุรกิจรีไซเคิลเกิดปัญหาแย่งกันซื้อสินค้าและสู้ราคากัน ให้การแข่งขันรุนแรง

2). ราคาสินค้า

ราคาของพลาสติกรีไซเคิลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอการติดตามราคาซื้อขายประจำวัน มีความผันผวนอยู่ตลอดเวลาตามตลาดของวัตถุดิบแต่ละประเภท ควบคุมยาก อีกเหตุผลหนึ่งคือ พลาสติกแต่ละประเภทมีวัตถุดิบพื้นฐานที่เหมือนกันคือปิโตรเลียมหรือก๊าซธรรมชาติซึ่งการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกส่งผลค่อนข้างมากต่อราคาเม็ดพลาสติก ฉะนั้น ราคาเปลี่ยนแปลงรวดเร็วก็ทำให้การแข่งขันของธุรกิจรีไซเคิลรุนแรง

3. คู่แข่งขันของธุรกิจ

3.1 คู่แข่งขันหลัก ธุรกิจรับย่อย/บดพลาสติกรีไซเคิล

ธุรกิจรับย่อย/บดพลาสติกรีไซเคิล ซึ่งจะทำการรับซื้อขยะพลาสติกมาจากร้านรับซื้อขยะรีไซเคิล แล้วนำขยะพลาสติกที่แยกประเภทแล้วมาย่อยหรือบดเป็นชิ้นเล็กๆ ด้วยเครื่องบดพลาสติก แล้วล้างทำความสะอาด จริงๆแล้ว ธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติกเป็นผู้จัดจำหน่ายของธุรกิจ JIP รีไซเคิล แต่ก็ เป็นคู่แข่งหลักของ JIP รีไซเคิลเหมือนกัน เพราะว่าธุรกิจรับย่อยขยะพลาสติกก็มีลูกค้ากลุ่มเดียวกัน

กับ JIP รีไซเคิล เช่น โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลหรือโรงงานหลอม/รีและตัดเม็ดพลาสติก รีไซเคิล ซึ่งธุรกิจรับย่อย/บดพลาสติกรีไซเคิล เป็นคู่แข่งหลักของ JIP รีไซเคิล

ปัจจุบันนี้ คู่แข่งหลักของ JIP รีไซเคิลหลักจะเป็นบริษัท ซิงหวอไท่จำกัด

บริษัท ซิงหวอไท่ จำกัด ก่อตั้งอยู่ใน 69/3 หมู่ 1 ซ. เนินกำนัน ถ.สาย 36 ต.หนองปลาไหล อ. บางละมุง จ.ชลบุรี เริ่มตั้งแต่เมื่อ ปีพุทธศักราช 2543 โดย นายฉี แซ่โพรง ประธานกรรมการ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีพื้นที่ทั้งหมด 35 ไร่ ผู้ปฏิบัติงานในบริษัทฯรวม 500 กว่าคน และมีมูลค่าทั้งหมด 1700 ล้านบาท เมื่อปี 2556 ที่ผ่านมา ปริมาณการขายรวมทั้งสิ้น 165000 ตัน ภายในปี 2557 นี้ เป้าหมายปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 185000 ตัน และภายในปี 2558 ยอดปริมาณการส่งออกอยู่ที่ 200000 ตัน ในกลุ่มธุรกิจส่งออก บริษัทฯถือเป็นธุรกิจแนวหน้าติดอันดับ1ใน 100 ปริมาณการส่งออกของพลาสติกรีไซเคิลประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 57 เมื่อปี 2556 ที่ผ่านมาปริมาณการส่งออก รวม 6620 ตู้คอนเทนเนอร์ โดยมีมูลค่าการขายรวม 6100 ล้านบาท ส่งออกยังประเทศต่างๆ อาทิ สาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย เมียนมาร์ ใต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฯลฯ เป็นต้น แผนงานบริษัทฯ ภายในปี 2558 บริษัทฯจะก้าวสู่ธุรกิจพลาสติกรีไซเคิลอันดับหนึ่งของโลก นอกจากนี้ บริษัทฯยังมี สาขาต่างๆ อาทิ ฮองกง เซี่ยเหมิน เป็นต้น (บริษัท ซิงหวอไท่ จำกัด ,2558)

3.2 คู่แข่งชั้นรอง ตัวแทนผู้อื่น

ตามการวิเคราะห์ที่ได้เจอว่า ในปัจจุบันนี้ มีกลุ่มพ่อค้าต่างชาติเข้ามาดำเนินกิจการรับซื้อพลาสติก รีไซเคิลภายในประเทศไทยจำนวนมาก พ่อค้าบางรายเข้ามาในรูปแบบท่องเที่ยวเพื่อติดต่อซื้อพลาสติก รีไซเคิล โดยจะใช้วิธีฝากตู้คอนเทนเนอร์ไว้กับร้านรับซื้อ หรือเช่าโกดังเพื่อรวบรวมขยะพลาสติกเองโดยไม่ผ่านผู้ประกอบการคนอื่นและนำกลับไปประเทศของตน ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของการแข่งขันธุรกิจ อย่างเป็นทางการ

3.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพทางธุรกิจ

1).การเขียนภาพวิเคราะห์ ธุรกิจ (BCG Matrix)

BCG Matrix คือ โมเดล ที่ใช้วิเคราะห์ด้านการเงินการลงทุนเกี่ยวกับการตลาด โดยการเริ่มต้นของ GE (General Electric) และ Boston Consulting Group (BCG) BCG matrix จะแสดงฐานะหรือความแข็งแกร่งของบริษัทเมื่อเทียบกับตลาดสินค้านั้นๆ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา 2 เกณฑ์คือ

ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบ (Relative Market Share) เป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นกี่เท่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ

ความน่าสนใจของตลาด (Market Attractiveness) หรือ อัตราการเติบโตของตลาดสินค้า (Market Growth Rate) คือ อัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าทั้งตลาดไม่ใช่ของบริษัท เพราะเกณฑ์ที่ใช้นี้เพื่อต้องการดูว่าตลาดสินค้านั้นๆ มีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด

ผลที่ได้รับจาก BCG Matrix

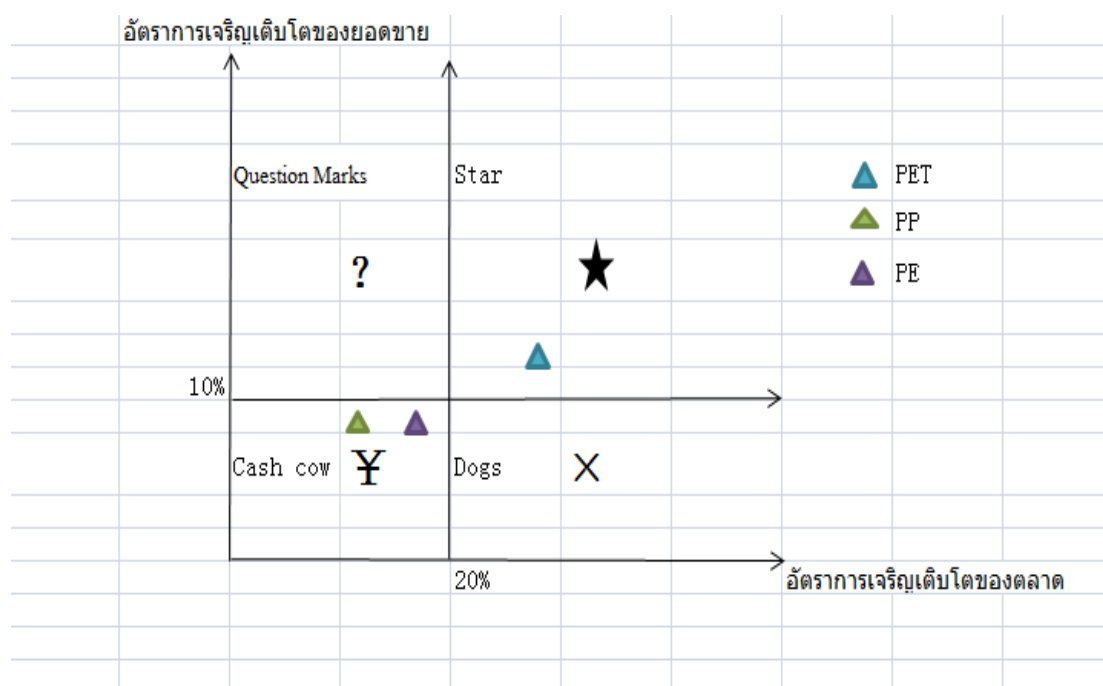
Star ได้แก่ธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง อัตราความเจริญเติบโตสูง ธุรกิจได้กำไรสูงอันเกิดจากตลาดโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้น มักมีเงินสดน้อยหรือขาดแคลนเงินสด

Cash Cow เป็นธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง อัตราการเจริญเติบโตต่ำ ธุรกิจได้กำไรสูง และมีเงินสดเหลืออยู่มากเพราะตลาดเจริญเติบโตน้อย และอาจนำเงินสดไปลงทุนในธุรกิจอื่น

Question Marks ได้แก่ธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำในตลาดที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูง ธุรกิจกำไรน้อย ทั้ง ๆ ที่มีโอกาส เพราะมีปัญหาในการดำเนินงาน

Dogs ได้แก่ธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำ อัตราการเจริญเติบโตต่ำ ธุรกิจกำไรน้อย ขีดความสามารถต่ำ

ภาพที่ 3.1 : ภาพวิเคราะห์ BCG



2. คำอธิบายสถานภาพของธุรกิจตามภาพ

ตามภาพวิเคราะห์ BCG พบว่า

1. สินค้า PET อยู่เขต Star มีอัตราการเจริญเติบโตตลาด เยอะกว่า 20% และอัตราการเจริญเติบโตยอดขายประมาณ 12% มีส่วนแบ่งตลาดสูง อัตราความเจริญเติบโตสูง แสดงว่าสินค้านี้ได้กำไรสูงอันเกิดจากตลาดโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้น มักมีเงินสดน้อยหรือขาดแคลนเงินสด

2. สินค้า PP และ PE อยู่เขต Cash cows มีอัตราการเจริญเติบโตตลาดน้อยกว่า 20% และอัตราการเจริญเติบโตยอดขายน้อยกว่า 10% เป็นสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง อัตราการเจริญเติบโตต่ำสินค้านี้ได้กำไรสูง และมีเงินสดเหลืออยู่มาก เพราะตลาดเจริญเติบโตน้อย และอาจนำเงินสดไปลงทุนในธุรกิจอื่น

3.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของธุรกิจ

ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์ธุรกิจ JIP รีไซเคิลและบริษัท ชิงหวอไต้ จำกัด

| ปัจจัยที่เอามาวิเคราะห์ | ธุรกิจ JIP รีไซเคิล | คู่แข่งชั้น บริษัท ชิงหวอไต้จำกัด |
|-------------------------|--|---|
| คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ | เป็นขยะพลาสติกที่แยกประเภทแล้วไปย่อยหรือบดเป็นชิ้นเล็กๆและล้างทำความสะอาด แล้วเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการขึ้นรูปพลาสติกรีไซเคิล | เป็นขยะพลาสติกที่แยกประเภทแล้วไปย่อยหรือบดเป็นชิ้นเล็กๆและล้างทำความสะอาด แล้วเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการขึ้นรูปพลาสติกรีไซเคิล |
| แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ | แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์JIPรีไซเคิลคือรับซื้อจาก ธุรกิจย่อยขยะพลาสติก | แหล่งที่มาผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ชิงหวอไต้จำกัดมี2แหล่ง 1.รับซื้อจาก ธุรกิจย่อยขยะพลาสติก 2.รับซื้อขยะพลาสติกมาโดยตรงและนำขยะพลาสติกที่แยกประเภทแล้วไปย่อยหรือบดเป็นชิ้นเล็กๆแล้วล้างทำความสะอาดด้วยตัวเอง |
| ประเภทสินค้า | มี PET/PP/PE 3 ประเภท เป็นขวดน้ำดื่มโม่และฝาโม่ ยังจะเพิ่มรับซื้อสินค้าอื่นที่ทำมาจาก PET/PP/PE เช่น เม็ดพลาสติกที่ทำมาจากเส้นใย PET Waste plastic block Plastic chips ฟิล์มพลาสติกต่างๆ เป็นต้น | มีPET/PP/PE 3ประเภท เป็นขวดน้ำดื่มโม่และโม่ฝาโม่ โม่โม่และโม่โม่ |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2(ต่อ) : การวิเคราะห์ธุรกิจ JIP รีไซเคิลและบริษัท ชิงหวอไต้ จำกัด

| | | |
|----------------------|---|---|
| ราคาซื้อขายผลิตภัณฑ์ | <p>เศษพลาสติกPET18บาท-20 บาท</p> <p>เศษพลาสติกPP17บาท-19บาท</p> <p>เศษพลาสติกPE17บาท-19บาท (พ.ศ.2558 เดือน ตุลาคม)</p> | <p>เศษพลาสติกPET18บาท-20 บาท</p> <p>ขยะพลาสติกPET(ขวดน้ำดื่ม) 11บาท13.5บาท</p> <p>เศษพลาสติกPP18บาท-20บาท</p> <p>เศษพลาสติกPE18บาท-20บาท (พ.ศ.2558 เดือน ตุลาคม)</p> |
| จำนวนยอดขาย/ผลิต | 450 ตัน/เดือน | 13,750 ตัน/เดือน |
| สถานที่ | <p>จ.สระบุรี ใกล้กับแหล่งที่จัดส่งสินค้า ภาคกลาง ภาคเหนือและภาคอีสาน ผู้ส่งมอบมาส่งของ ค่าขนส่งถูกกว่าคู่แข่ง ถ้าราคาซื้อเท่ากัน ผู้ส่งมอบจะนิยมมาธุรกิจ JIP รีไซเคิล</p> | <p>จ.ชลบุรี ใกล้กับท่าเรือส่งออก แหลมฉบัง สะดวกการส่งออก</p> |
| คุณภาพ | <p>เป็นตัวแทน ไม่มีสายการผลิตที่ปรับปรุงความสะอาด ขนาดเป็นต้น คุณภาพควบคุมเองยาก</p> | <p>เป็นตัวแทนเหมือนกัน แต่มีสายการผลิต ปรับปรุงคุณภาพด้วยเองได้ เช่น ความสะอาดและขนาดสินค้า</p> |

3.4 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางที่ 3.3 : ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ JIP รีไซเคิล

| ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ | รายละเอียดของความได้เปรียบ |
|----------------------------------|---|
| ปัจจัยด้านสถานที่ | ธุรกิจตั้งอยู่ในจ.สระบุรี ใกล้กับแหล่งที่จัดส่งสินค้า ภา คกลาง ภา คเหนือและภาคอีสาน ผู้ส่งมอบมาส่งของค่าขนส่งถูกกว่าคู่แข่ง ถ้าราคาซื้อเท่ากัน ผู้ส่งมอบจะนิยมมาธุรกิจ JIP รีไซเคิลกว่า |
| ปัจจัยด้านประเภทสินค้า | ประเภทสินค้าที่ธุรกิจกับคู่แข่งรับซื้อและขายกันคือพลาสติก PET/PP/PEเหมือนกัน แต่จริงๆแล้วยังมีความแตกต่างกัน ประเภทสินค้าที่ JIP รีไซเคิลรับและขายจะเยอะกว่าคู่แข่ง สินค้าที่คู่แข่งรับซื้อและจำหน่ายเป็นขวดน้ำดื่มและฝาของขวด แต่ธุรกิจ JIP รีไซเคิลยังรับซื้อสินค้าอื่นที่ทำมาจาก PET/PP/PE เช่น เม็ดพลาสติกต่างๆ |
| ปัจจัยด้านความเร็วในการขายสินค้า | ธุรกิจ JIP รีไซเคิลเป็นตัวแทน ซื้อมาแล้วรีบขายไปได้ ไม่มีความเสี่ยงในด้านคลังสินค้า แต่คู่แข่งมีสายการผลิต ปรับปรุงคุณภาพด้วยเอง มันอาจเพิ่มความเสี่ยงของการเปลี่ยนแปลงด้านราคา |

บทที่ 4

การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

4.1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจรับซื้อขยะพลาสติกรีไซเคิล PET PP PE จากการแจกแบบสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับพลาสติกรีไซเคิล สามารถสรุปผลแบ่งเป็นด้านดังนี้

- 1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อประกอบการธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล
- 3) ปัญหาในเมื่อการดำเนินงานธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล
- 4) ด้านการหาซื้อวัตถุดิบ
- 5) ด้านการตลาด
- 6) ด้านแรงงาน
- 7) ด้านเทคโนโลยี
- 8) ด้านความเสี่ยง
- 9) ด้านการแข่งขัน
- 10) แนวโน้มของธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จากผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่ส่งแบบสัมภาษณ์คืนทั้งหมดจำนวน 16 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการของโรงงานย่อย/บดพลาสติก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ 10 ราย ยอดผลิตรายเดือนมากกว่า 200 ตัน ซึ่งถือว่าเป็นโรงงานขนาดใหญ่ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ 9 รายมีประสบการณ์ในการ

ทำงานธุรกิจนี้เยาะกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่กระจายอยู่ในภาคกลาง กับภาคอีสานของเมืองไทย บริเวณใกล้เคียงกับจ.สระบุรี

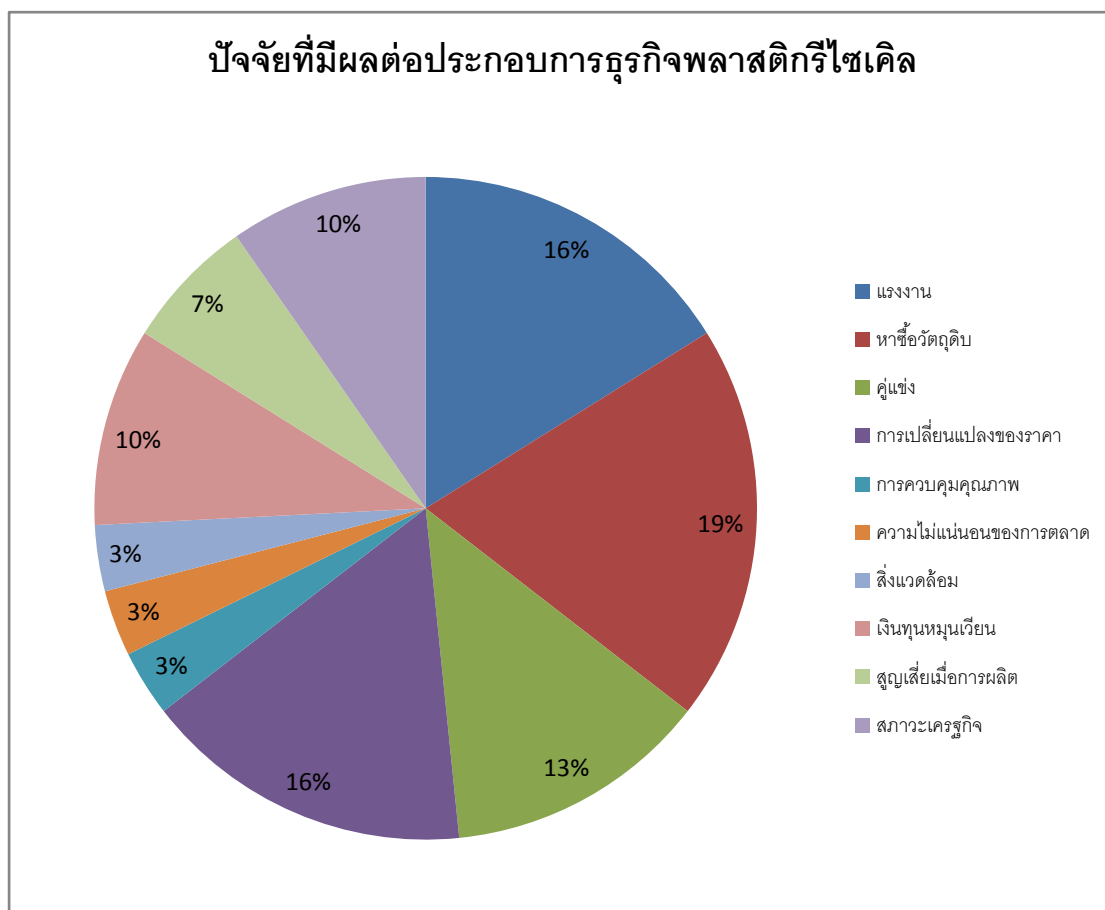
ตารางที่ 4.1 : ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

| เลขที่ | ชื่อบริษัท | ประเภทธุรกิจ | สถานที่ตั้ง | ยอดผลิต/เดือน/ตัน | เริ่มปีที่ | จำนวนพนักงาน |
|--------|-----------------------------|----------------|----------------|-------------------|------------|--------------|
| 1 | นายมนตรี | ย่อย/บดพลาสติก | จ. นครนายก | 100 | 2544 | 28 |
| 2 | ระวี ริชเคิล | ย่อย/บดพลาสติก | จ. เชียงใหม่ | 55 | 2554 | 25 |
| 3 | สมคิด พลาสติก | ย่อย/บดพลาสติก | จ. นครราชสีมา | 600 | 2542 | 60 |
| 4 | โรงงานน้ำพอง PET ริชเคิล | ย่อย/บดพลาสติก | จ. ขอนแก่น | 150-250 | 2554 | 40 |
| 5 | ร้าน. อ. รวมชัย สว่างแดนดิน | ย่อย/บดพลาสติก | จ. สกลนคร | 200 | 2555 | 50 |
| 6 | สุขยาพลาสติก | ย่อย/บดพลาสติก | จ. อุดรธานี | 15 | 2556 | 20 |
| 7 | บริษัท โกลด์ ร้อยเอ็ด จำกัด | ย่อย/บดพลาสติก | จ. ร้อยเอ็ด | 200-300 | 2541 | 22 |
| 8 | โรงงานJT ริชเคิล | ย่อย/บดพลาสติก | จ. ชัยภูมิ | 40-50 | 2553 | 15 |
| 9 | วงฝารีชเคิล | ตัวแทน | จ. สระบุรี | 80-100 | 2539 | 6 |
| 10 | วิรัช ริชเคิล | ย่อย/บดพลาสติก | จ. สระบุรี | 30 | 2558 | 17 |
| 11 | เจวินเพ็ญ | ย่อย/บดพลาสติก | จ. บุรีรัมย์ | 200 | 2534 | 25 |
| 12 | ป. เจริญริชเคิล | ย่อย/บดพลาสติก | จ. นครราชสีมา | 300 | 2548 | 30 |
| 13 | อ. เจริญทรัพย์ | ย่อย/บดพลาสติก | จ. ปทุมธานี | 250 | 2555 | 50 |
| 14 | เซ่งต้า | ตัวแทน | จ. สมุทรสาคร | 300 | 2548 | 10 |
| 15 | K. A. พลาสติก | ย่อย/บดพลาสติก | จ. สมุทรปราการ | 550 | 2541 | 40 |
| 16 | ธันวาพาณิชย์ | ย่อย/บดพลาสติก | จ. ร้อยเอ็ด | 500-700 | 2548 | 120 |

ที่มา : จากการทำแบบสัมภาษณ์

4.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล

ภาพที่ 4.1 : ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล



ที่มา : จากการทำแบบสัมภาษณ์

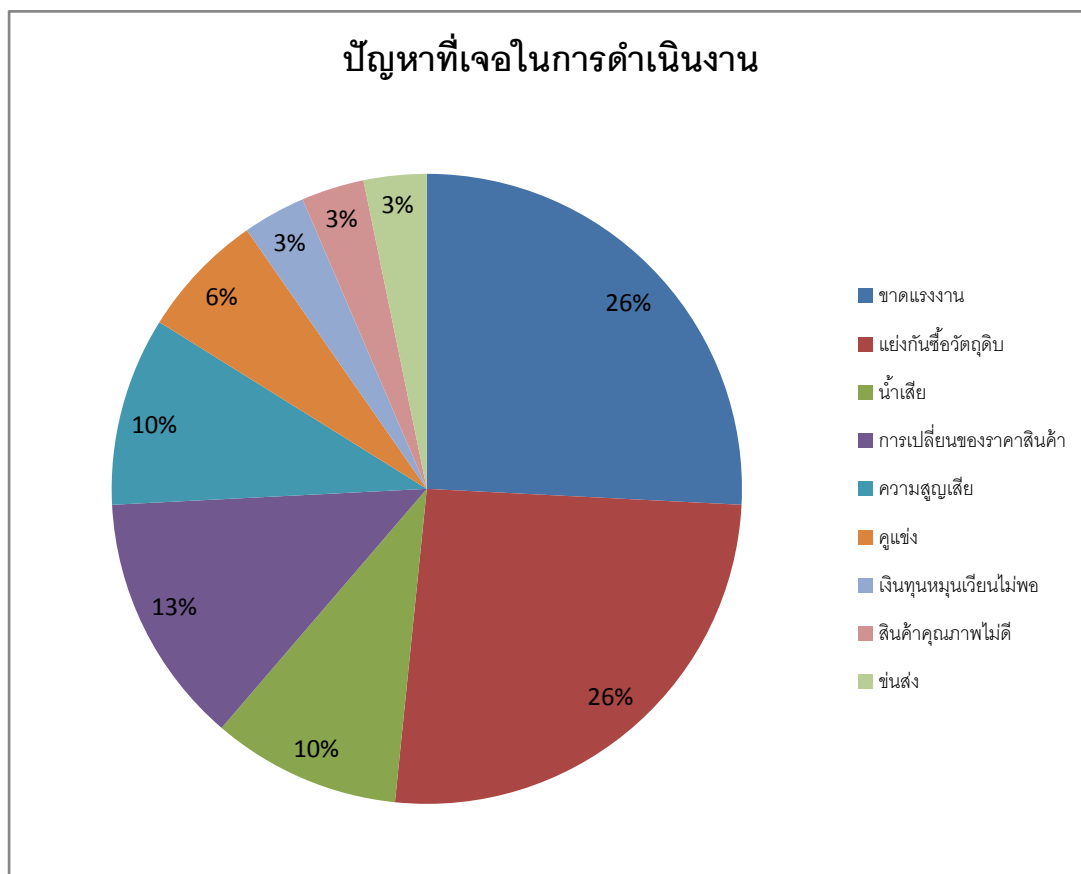
ตามข้อมูลที่แจกแบบสัมภาษณ์พบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิลมี

3 ลำดับแรกได้แก่

- 1). การหาซื้อวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 19
- 2). แรงงานและการเปลี่ยนแปลงของราคาซื้อขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 16
- 3). จำนวนของคู่แข่ง คิดเป็นร้อยละ 13

4.1.3 ปัญหาในเมื่อการดำเนินงานของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล

ภาพที่ 4.2 : ปัญหาในเมื่อการดำเนินงานของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล



ที่มา : จากการทำแบบสัมภาษณ์

เมื่อการดำเนินงานของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิลปัญหาหลักที่พบว่า มี3ลำดับแรก ได้แก่

- 1). การขาดแรงงาน และการแย่งกันซื้อวัตถุดิบหรือหาซื้อวัตถุดิบยาก คิดเป็นร้อยละ 26
- 2). การเปลี่ยนแปลงของราคาซื้อขาย คิดเป็นร้อยละ 13
- 3).มลพิษของสิ่งแวดล้อม(น้ำเสีย)และความสูญเสีย คิดเป็นร้อยละ 10

นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่น ๆ เช่น เงินทุนหมุนเวียนไม่พอ สินค้าคุณภาพไม่ดี เป็นต้น

4.1.4 ด้านการหาซื้อวัตถุดิบของธุรกิจพลาสติกกรีไฮเซล

ตารางที่ 4.2 : สภาพการหาซื้อวัตถุดิบของธุรกิจพลาสติกกรีไฮเซล

| การหาซื้อวัตถุดิบ | จำนวนผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ | เหตุผล |
|--|------------------------|---|
| การหาซื้อวัตถุดิบง่าย | 7 | มีวัตถุดิบเพียงพอให้ธุรกิจดำเนินงาน |
| การหาซื้อวัตถุดิบยาก | 6 | ปัจจุบันธุรกิจพลาสติกกรีไฮเซลมีคู่แข่งจำนวนมาก ส่งผลให้การหาซื้อวัตถุดิบยากมาก แยกกันซื้อวัตถุดิบและแข่งขันในด้านราคา |
| ความง่ายยากของการหาซื้อวัตถุดิบขึ้นอยู่กับช่วงเวลา | 3 | บางช่วงยาก บางช่วงง่าย เช่น ฤดูฝนจะหาซื้อยากเป็นต้น |

ที่มา : จากการทำแบบสัมภาษณ์

4.1.5 ด้านการตลาดของธุรกิจพลาสติกกรีไฮเซล

ในด้านการตลาดของธุรกิจพลาสติกกรีไฮเซล ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 69 ว่าความต้องการของตลาดไทยน้อยลง สินค้าขายยาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนน้อยคิดเป็นร้อยละ 31 ว่าตลาดยังมีความต้องการ ขายได้เรื่อยๆ

4.1.6 ด้านแรงงานของธุรกิจพลาสติกกรีซเคิล

ตารางที่ 4.3 : สภาพแรงงานของธุรกิจพลาสติกกรีซเคิล

| แหล่งแรงงาน | ความง่าย ยากของการ หาแรงงาน | จำนวน ผู้ตอบ | เหตุผล |
|---|-----------------------------------|-----------------|--|
| แรงงานต่างชาติ (แรงงานพม่า และแรงงาน กัมพูชา) | หายาก | 2 | ต้องการจัดการเอกสารที่เกี่ยวข้องและถูก กฎหมายสำหรับพวกแรงงานต่างชาติ |
| แรงงานต่างชาติ (แรงงานพม่า และแรงงาน กัมพูชา) | หาง่าย | 4 | มีการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลเป็น ต้น |
| แรงงานคนไทย | หาง่าย | 7 | ใช้คนพื้นที่ หาง่ายและไม่ค่อยมีการ ลาออก |
| แรงงานคนไทย | หายาก | 3 | งานกรีซเคิล ทำให้คนงานรู้สึก เหมือนอยู่กับขยะ มีกลิ่นเหม็น สกปรก คนไทยไม่ยอมทำงานแบบนี้ จึงหายาก และมีการลาออกบ่อยๆ |

ที่มา : จากการทำแบบสัมภาษณ์

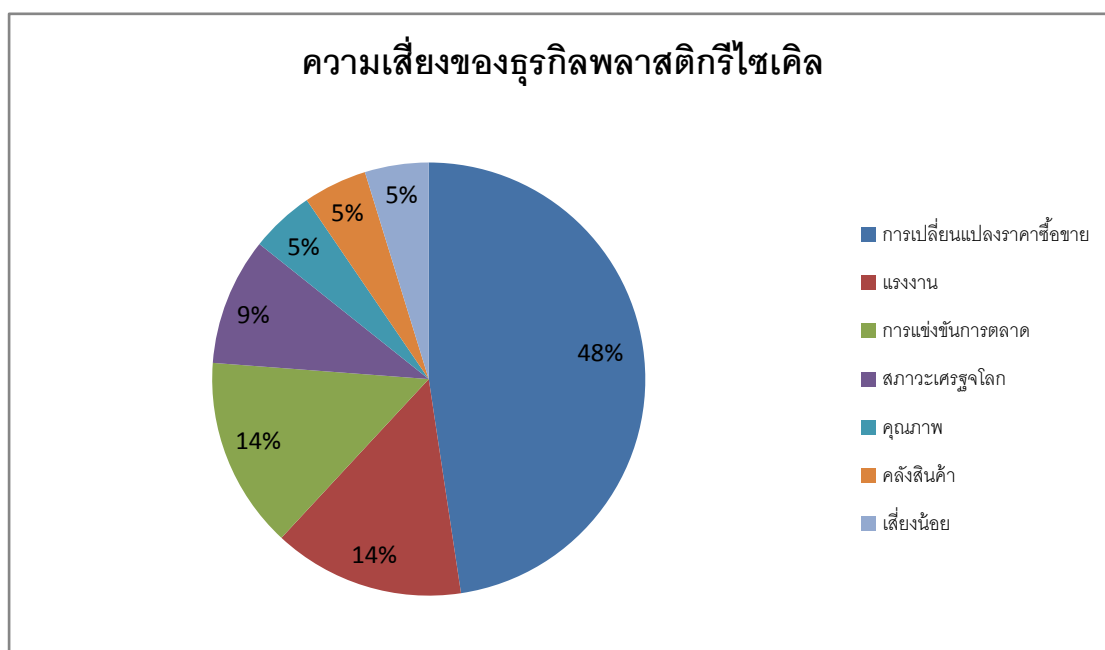
4.1.7 ด้านเทคโนโลยีของธุรกิจพลาสติกกรีซเคิล

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 62.5 ว่า ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีในด้าน
พลาสติกกรีซเคิลมีการพัฒนาเยอะขึ้น ช่วยลดแรงงาน ลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการ

ทำงานของเครื่องจักรและผลผลิตให้มากขึ้น แล้วมีบางส่วน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ว่า ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีในด้านพลาสติกกรีไซเคิลไม่มีการพัฒนาขึ้น

4.1.8 ด้านความเสี่ยงของธุรกิจ

ภาพที่ 4.3 : ความเสี่ยงของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล



ที่มา : จากการทำแบบสัมภาษณ์

ตามข้อมูลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า ความเสี่ยงหลักของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล คือ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของราคาซื้อขาย คิดเป็นร้อยละ 48 นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงในเรื่องแรงงาน เช่น ขาดแรงงานหรือ พังพาแรงงานต่างด้าว การแข่งขันการตลาด สภาวะเศรษฐกิจโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมัน คุณภาพสินค้า และ คลังสินค้า เป็นต้น

4.1.9 ด้านการแข่งขันของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ 16 รายทั้งหมดคิดว่า ระดับของการแข่งขันของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิลเข้มข้นมาก เนื่องจาก คนที่เข้าสู่ธุรกิจนี้มีจำนวนเยอะ แยกกันซื้อวัตถุดิบและแยกกันขายสินค้า ส่งผลให้ธุรกิจนี้มีการแข่งขันเข้มข้น

4.1.10 แนวโน้มของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่คิดว่าธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิลไปได้อีกนาน เนื่องจาก วัตถุดิบหาได้ทั่วไปและเป็นสิ่งที่ใช้ในชีวิตประจำวัน จะมีความต้องการตลอดเวลา ซึ่งในอนาคตจะมีการพัฒนาขยาย ก็มีบางส่วนคิดว่า ธุรกิจนี้อยู่ได้ยาก เนื่องจากการแข่งขันเข้มข้น ปลาใหญ่กินปลาเล็ก ธุรกิจขนาดเล็กจะอยู่ได้ยาก

4.2. กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ได้แก่

1. ตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ พบว่า เมื่อการดำเนินธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล ปัญหาหลักที่พบคือ ขาดแรงงาน ตามผลวิเคราะห์นี้ ผู้ศึกษาจึงใช้กลยุทธ์สร้างแรงจูงใจในด้านแรงงานของธุรกิจ JIP รีไซเคิล

2. ตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ พบว่า เมื่อการดำเนินธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิล ปัญหาหลักยังมีหนึ่งอย่างคือ แยกกันซื้อวัตถุดิบหรือหาซื้อวัตถุดิบยาก ตามผลวิเคราะห์นี้ ผู้ศึกษาจึงกำหนดใช้กลยุทธ์การจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) การบริหารจัดการผู้ส่งมอบ (Supplier Management) และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ (Supplier Relationship Management) ในการดำเนินงานการหาซื้อวัตถุดิบของธุรกิจJIPรีไซเคิล

3. ตามผลวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ พบว่า การตลาดของธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิลขยายยาก ส่วนใหญ่มีความต้องการน้อยลง สินค้าขายยาก การแข่งขันของธุรกิจนี้ก็เข้มข้นมาก แล้วยังมีความเสี่ยงหลักคือการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของราคาซื้อขายเป็นต้น ผู้ศึกษาจึงจะวางแผนการตลาดใช้ทฤษฎี STP และ ทฤษฎี Marketing Mix 4P เพื่อแก้หรือป้องกันปัญหาและความเสี่ยงในการตลาด

4.3. ทฤษฎีที่นำมาใช้ และแผนปฏิบัติการ

4.3.1. กลยุทธ์สร้างแรงจูงใจ

การจูงใจหรือการกระตุ้นให้พนักงานทำงาน ถือเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหาร หลักสำคัญของการกระตุ้นให้พนักงานตั้งใจทำงานหรือขยันทำงานนั้นจะต้องเป็นมาตรการหรือวิธีการที่ต้งขึ้นแล้วจะมีพนักงานเพียงบางคนหรือบางส่วนเท่านั้นที่ได้รับประโยชน์ ไม่ใช่ได้ทุกคน

กลยุทธ์ในการสร้างแรงจูงใจมี 2 แนวทาง คือ

1). การเสริมแรงในทาง (Positive Reinforcement) ได้แก่ การให้ค่าตอบแทนสูง ให้ค่าล่วงเวลา เบี้ยขยัน เบี้ยเลี้ยง โอกาสก้าวหน้า ไปฝึกอบรม ศึกษาดูงาน การยกย่องชมเชย การให้รางวัล เป็นต้น

2). การเสริมแรงในทางลบ (Negative Reinforcement) ได้แก่ การมีระเบียบ ข้อห้ามต่างๆ กางลงโทษในรูปแบบต่างๆเช่น มาสายถูกตัดค่าแรง ผลงานต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานบ่อยๆจะถูก ตักเตือนหรือตัดเงินเดือน เป็นต้น (สมคิด บางโม / «องค์การและการจัดการ» ,2556)

แผนการดำเนินงานธุรกิจ ด้านการดำเนินงานด้านแรงงาน

ตามผลที่วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสัมภาษณ์ได้พบว่า ธุรกิจพลาสติกรีไซเคิลส่วนใหญ่จะมีปัญหาในเรื่องแรงงาน เนื่องจากงานรีไซเคิล ทำให้คนงานรู้สึกเหมือนอยู่กับขยะ มีกลิ่นเหม็น สกปรก คนไทยไม่ยอมทำให้แรงงานหายากและมีการลาออกบ่อยๆ และจ้างคนงานต่างชาติต้องเตรียมเอกสารหลากหลายอย่าง เป็นต้น ฉะนั้น กลยุทธ์ธุรกิจที่ JIP รีไซเคิลใช้คือกลยุทธ์สร้างแรงจูงใจ กระตุ้นให้พนักงานตั้งใจทำงานหรือขยันทำงาน เช่น

- 1). พยายามหาคนงานพื้นที่ที่มีครอบครัวใกล้กับองค์กร ให้พนักงานสร้างความจงรักภักดีกับองค์กร
- 2). ให้สวัสดิการที่ดีและปรับปรุงวิธีการรักษาของพนักงาน ให้ค่าล่วงเวลา เบี้ยขยัน เบี้ยเลี้ยงเป็นต้น

4.3.2. กลยุทธ์ การบริหารจัดการผู้ส่งมอบ (Supplier Management) และการบริหาร

ความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ (Supplier Relationship Management)

ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาหลายองค์กรมีความพยายามที่จะสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ส่งมอบ โดยแนวคิดในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบนี้ได้รับความสนใจอย่างมาก ในปี 1980 เมื่อบริษัทแห่งหนึ่งในประเทศญี่ปุ่นได้มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ส่งมอบ ซึ่งจากการดำเนินการพบว่าความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ส่งมอบนี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะนำไปสู่คุณภาพของวัตถุดิบ การส่งมอบที่รวดเร็ว และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ธนิต โสรรัตน์ (2550) ได้อ้างถึงคำจำกัดความของความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ (Supplier Relationship) ของ Burnes (1998) ไว้ว่า ความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ คือ การที่ลูกค้าและผู้ส่งมอบมีการพัฒนาความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและในระยะยาวร่วมกันแบบพันธมิตร (Partnership) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ทางการค้าอย่างดีที่สุด

ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์ (2549) ได้อ้างถึงคำกล่าวของ Julie England ประธานกลุ่มบริษัท Texas Instruments Semiconductor กล่าวถึงพันธมิตรทางธุรกิจว่าเป็นความสัมพันธ์ชนิดหนึ่งของธุรกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อใจ เปิดเผย และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น หรือแม้กระทั่งความเสี่ยง ความสัมพันธ์แบบนี้จะทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์มากกว่าที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดทำด้วยตนเอง

จะเห็นว่าความสัมพันธ์ของผู้ส่งมอบเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ส่งมอบมีผลโดยตรงกับสถานะทางการเงินและความสามารถในการสร้างผลกำไรของบริษัท ผู้ซื้อ และผู้ส่งมอบยังมีอิทธิพลต่อต้นทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ปริมาณสินค้าคงคลัง ตารางการผลิต และกำหนดการในการส่งมอบสินค้า องค์กรโดยส่วนใหญ่จะมีการติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการกับผู้ส่งมอบจำนวนมากหลากหลาย ซึ่งแนวทางในการบริหารความสัมพันธ์ของผู้ส่งมอบแต่ละรายย่อมแตกต่างกันโดยในการบริหารการจัดซื้อจัดหาอย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการกำหนดกล

ยุทธ์ที่เหมาะสมกับผู้ส่งมอบ (Gelderman, 2000) (ธิดารัตน์ ภัทราดุลย์ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ และนวัตกรรม สาขาการจัดการโลจิสติกส์ (รุ่น 5) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี)

แผนการดำเนินงานด้านการหาซื้อวัตถุดิบ

ตามตามผลที่วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสัมภาษณ์ได้พบว่า เมื่อการดำเนินงาน ปัจจัยและปัญหาหลักที่ธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิลพบคือ การหาซื้อวัตถุดิบยาก เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจพลาสติกกรีไซเคิลมีคู่แข่งจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการแย่งกันซื้อวัตถุดิบและแข่งขันในด้านราคา ให้การหาซื้อวัตถุดิบยากมาก ฉะนั้น กลยุทธ์ธุรกิจที่ JIP ไซเคิลใช้คือ การบริหารจัดการผู้ส่งมอบ (Supplier Management) และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ (Supplier Relationship Management) เช่น

- 1). พยายามค้นหาผู้ส่งมอบหลากหลายเจ้า
- 2). พัฒนาผู้ส่งมอบในภูมิภาคต่างๆ ภาคกลาง ภาคเหนือและภาคอีสาน
- 3). เปิดตลาดให้กว้าง ทำให้ตัวเองสามารถเปิดราคาซื้อให้ผู้ส่งมอบพึงพอใจ

4.3.3. ทฤษฎี STP

ทฤษฎี STP เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์กลยุทธ์ และกำหนดกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดจุดหรือตำแหน่งทางการตลาด

การแบ่งส่วนตลาด Market Segmentation หมายถึงการกำหนดและแบ่งกลุ่มผู้ซื้อ ที่มีความต้องการ ชอบคล้ายกัน สามารถแบ่งส่วนตลาดได้หลายกลุ่ม ได้แก่ การตลาดมวลชน การตลาดเฉพาะกลุ่ม การตลาดเน้นตลาดย่อย หรือการตลาดบุคคล จากการแบ่งส่วนตลาดประกอบด้วย ด้านภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมการซื้อ/บริโภค

การเลือกตลาดเป้าหมาย Market Targeting หมายถึง การคัดเลือกส่วนตลาดที่จะเข้าไปดำเนินงาน เช่นการเลือกกลุ่มเป้าหมาย ที่จะไปทำการตลาดประกอบด้วยหลายปัจจัย

การกำหนดจุดหรือตำแหน่งทางการตลาด Market Positioning หมายถึง การกำหนดและสื่อสารประโยชน์ หรือจุดขาย

แผนการตลาดและการวิจัยตลาดโดยทฤษฎี STP

1. วัตถุประสงค์

1). เพื่อเข้าใจถึงการแบ่งส่วนการตลาด กลุ่มเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งการตลาดของธุรกิจ

2). เพื่อแก้หรือป้องกันปัญหาและความเสี่ยงในการตลาด

2. การแบ่งส่วนการตลาด Market Segmentation

1). ที่มีความต้องการ

กลุ่มธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดพลาสติกกรีไซเคิล

กลุ่มธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกกรีไซเคิล

2). ด้านภูมิศาสตร์

กลุ่มลูกค้าประเทศไทย

กลุ่มลูกค้าต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศจีน

3. การกำหนดตลาดเป้าหมาย Market Targeting

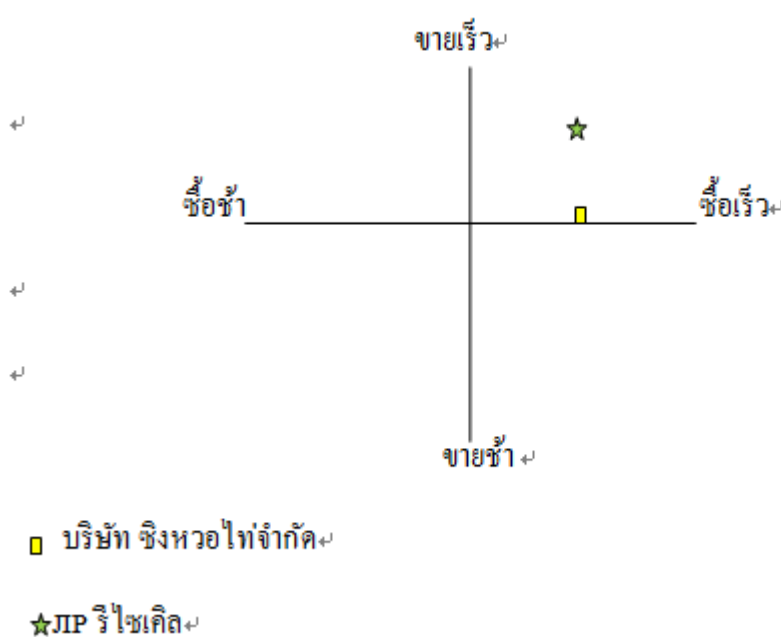
1). ในช่วงแรกธุรกิจต้องการส่งของให้บริษัท เบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์(ไทยแลนด์) จำกัดเป็นหลัก เนื่องจากบริษัท เบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์(ไทยแลนด์) จำกัดเป็น ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกกรีไซเคิลในประเทศไทย มีปริมาณความต้องการวัตถุดิบเศษพลาสติก PET เป็นจำนวนมาก และยังต้องพัฒนาลูกค้ากลุ่มธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดพลาสติกกรีไซเคิล ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกกรีไซเคิลอยู่ในไทย

2). ธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดโพลาสติกรีไซเคิล ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลอยู่ในประเทศจีน

4. การกำหนดจุดหรือตำแหน่งทางการตลาด Market Positioning

1). ธุรกิจ JIP รีไซเคิลมีการวางตำแหน่งทางการตลาดโดยเน้นในเรื่องความเร็วการรับซื้อและจำหน่ายสินค้า เพราะว่าเงินลงทุนของ JIPรีไซเคิลน้อย สู้กับคู่แข่งไม่ได้ ซึ่งต้องเพิ่มความเร็วของกระแสการเงิน ฉะนั้น ธุรกิจอยากักตุนสินค้า รับซื้อมาแล้วต้องรีบขายไป เพิ่มประสิทธิภาพในกาใช้เงินและลดความเสี่ยง

ภาพที่4.4 : แสดงการกำหนดตำแหน่งตราสินค้า



4.3.4. ทฤษฎี Marketing Mix 4P

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นกลุ่มของสิ่งที่มีตัวตนและไม่มีต้นที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้ซื้อซึ่งอาจรวมถึงบรรจุภัณฑ์ ราคา คุณภาพ และตราสินค้า ตลอดจนบริการและชื่อเสียงของผู้ขาย

2. ราคา (Price) คือ จำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการ หรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้บริโภคทำการแลกเปลี่ยน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ นั้นๆ คำถามที่เกี่ยวข้องกับราคาและเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

- 1) ผู้บริโภคมีการรับรู้ราคา ว่าเหมาะสมกับสินค้านั้นอย่างไร
- 2) ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าต่างๆอย่างไร
- 3) ปริมาณการลดราคาที่จะเป็น เพื่อกระตุ้นการซื้อในระหว่างการแนะนำสินค้าใหม่และการส่งเสริมการขาย
- 4) ขนาดส่วนลดให้กับผู้ซื้อด้วยเงินสดเป็นเท่าใด

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การเลือก และการใช้ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด ประกอบด้วย คนกลาง และบริษัทเก็บรักษาสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย การจัดจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับกลไกการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายจึงมีลักษณะดังนี้

- เป็นเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค (ผู้ผลิต คนกลาง ลูกค้า) ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้
- ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรมและคนกลาง

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ วัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสาร อาจเพื่อการแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ เป็นต้น โดยใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด 5 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) กลยุทธ์การโฆษณา

- 2) กลยุทธ์การตลาดทางตรง
- 3) กลยุทธ์การขายโดยพนักงานขาย
- 4) กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย

แผนปฏิบัติการทางการตลาด โดยทฤษฎี Marketing Mix 4P

1 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อพัฒนาและค้นหาลูกค้าใหม่
- 2) เพื่อเพิ่มยอดขายของธุรกิจ

2 การดำเนินงานของกลยุทธ์

- 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ Product
- 2) กลยุทธ์ด้านราคา Price
- 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Place
- 4) กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย Promotion

3 แผนปฏิบัติการ

3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ Product

ประเภทสินค้าที่ธุรกิจ JIP รีไซเคิลกับคู่แข่งรับซื้อและขายกันคือพลาสติก PET/PP/PE

เหมือนกัน ตามข้อมูลที่ได้รับมาว่า จำนวนกับคุณภาพสินค้า JIP รีไซเคิลจะสู้กับคู่แข่งไม่ได้ ฉะนั้นธุรกิจ JIP รีไซเคิลในกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จะเน้นในความหลากหลายของสินค้า สินค้าที่คู่แข่งรับซื้อและจำหน่ายเป็นขวดน้ำดื่มและฝาของขวด JIP รีไซเคิลนอกจากรับสินค้าขวดน้ำดื่มไม่ล้างและฝาไม่ล้าง ยังจะเพิ่มรับซื้อสินค้าอื่นที่ทำมาจาก PET/PP/PE เช่น เม็ดพลาสติกที่ทำมาจากเส้นใย PET เป็นต้น

1.ผลิตภัณฑ์ของ JIP รีไซเคิลหลักๆจะเป็นขวดน้ำดื่มไม่ล้างและฝาของขวดน้ำดื่มไม่ล้าง

ภาพที่ 4.5 : ผลิตรภัณฑ์ของJIPรีไซเคิล ขวดน้ำดื่มโมลั้งและฝาขวดน้ำดื่มโมลั้ง



2.ผลิตรภัณฑ์รองคือสินค้าอื่นที่ทำมาจาก PET/PP/PE เช่น เม็ดพลาสติกที่อัดมาจากเส้นใย PET

Waste plastic block Plastic chips พลาสติกต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อสร้างจุดต่างกับคู่แข่ง

ภาพที่ 4.6 : ผลิตรภัณฑ์ของJIPรีไซเคิล เม็ดพลาสติก Waste plastic block Plastic chips พลาสติก



ภาพที่ 4.6(ต่อ) : ผลิตภัณฑ์ของJIPรีไซเคิล เม็ดพลาสติก Waste plastic block Plastic chips พลาสติก
พลาสติก



3.2 กลยุทธ์ด้านราคา Price

เนื่องจาก JIP รีไซเคิลมีกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่ม ได้แก่

ธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลหรือธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกกรีไซเคิลเจ้าอื่น
อยู่ในประเทศไทย (บริษัท เบ็ทเทอร์เบลไฟเบอร์(ไทยแลนด์) จำกัด)

ธุรกิจหลอม/รีดและตัดเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลหรือธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกกรีไซเคิลอยู่ใน
ประเทศจีน

ซึ่งทาง JIP รีไซเคิลใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา

ราคาซื้อสินค้าเข้าโดยการกำหนดตามราคาตลาด

ราคาขายโดยการกำหนดตาม ต้นทุนซื้อ+ค่าขนส่ง+กำไร ไว้ดังนี้

ตารางที่ 4.5 : แสดงราคาซื้อพลาสติกรีไซเคิลในตลาดและJIPรีไซเคิล (พ.ศ.2558 เดือน10)

| ชนิดพลาสติก | ราคาในตลาด(บาท/กก.) | ราคาJIPรีไซเคิล(บาท/กก.) |
|---------------------|---------------------|--------------------------|
| ขวดน้ำดื่มโม่ล้าง | 18.5 | 18.5 |
| ฝาน้ำดื่มโม่ล้าง | 17.5 | 17.5 |
| เม็ดพลาสติก | 19 | 19 |
| Waste plastic block | 16 | 16 |
| Plastic chips | 20 | 20 |
| ฟิล์มพลาสติก | 15 | 15 |

ตารางที่ 4.6 : แสดงราคาขายของJIPรีไซเคิลในไทยและจีน (พ.ศ.2558 เดือน10)

| ชนิดพลาสติก | ราคาในไทย(บาท/กก.) | ราคาในจีน(บาท/กก.) |
|---------------------|--------------------|--------------------|
| ขวดน้ำดื่มโม่ล้าง | 19.5-20 | 22 |
| ฝาน้ำดื่มโม่ล้าง | 19.5 | 21-21.5 |
| เม็ดพลาสติก | 19.5 | 21.5 |
| Waste plastic block | 19 | 21 |
| Plastic chips | 20 | 22 |
| ฟิล์มพลาสติก | 18 | 20 |

3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย Place

- 1).ธุรกิจIPรีไซเคิลเป็นคนกลาง ซึ่งภายในประเทศไทยได้วางกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทำการขายตรงไปให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 2).ธุรกิจIPรีไซเคิลเน้นในธุรกิจส่งออก ซึ่งสำหรับจะสร้างช่องทางขายออนไลน์ เข้าร่วมกับเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ (E-commerce Website) B2B B2C เป็นต้น เพื่อสร้างความรู้จัด ให้ลูกค้า คั้นทาง่ายและสะดวกแลกเปลี่ยนข้อมูล

3.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย Promotion

ธุรกิจจะใช้ ช่องทางออนไลน์ Social Media ในด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ สร้างเว็บไซต์ ทั้งในด้านการนำเสนอขายสินค้าที่มีทั้งรูปภาพ กระบวนการ ราคา คุณประโยชน์ และรายละเอียดในเรื่องต่างๆของธุรกิจ

Facebook เป็นแอปพลิเคชันที่หลากหลายทั้งในเรื่องการโพสต์ข้อความ อัปโหลดรูปภาพ และ วิดีโอเข้าสู่ข้อมูลส่วนตัว สามารถถ่ายรูปสินค้า Facebook พร้อมโพสต์ข้อความโฆษณา ฐานลูกค้าของผู้ประกอบการก็คือกลุ่มเพื่อนทั้งหมดที่มีใน Facebook นั้นเอง

4.งบประมาณ

- 1).ลงทะเบียนสมาชิกของเว็บไซต์อาลีบาบาประมาณ 23000บาท/ปี
 - 2).สร้างเว็บไซต์ ประมาณ 24000บาท/ปี
- รวม 47000บาท/ปี

4.4.แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ

การวางแผนทางการเงินธุรกิจ ถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญในแต่ละธุรกิจจะมี แหล่งเงินทุน การประมาณการการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร การวิเคราะห์ผลตอบแทน และงบประมาณต่างๆ ซึ่งแผนการเงินของธุรกิจIPรีไซเคิล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.4.1 แหล่งเงินทุน

เงินทุนของธุรกิจIPรีไซเคิลคือ 5,000,000 บาท เป็นเงินทุนเจ้าของคนเดียว ไม่มีกู้ไม่มียืม ข้อดีคือไม่ต้องจ่ายดอกเบี้ย ข้อเสียคือ เจ้าของต้องรับความเสี่ยงในการลงทุนคนเดียว และทำให้เงินลงทุนน้อย กำลังซื้อของธุรกิจอ่อน

4.4.2 การประมาณการการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

การประมาณการการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.7 : แสดงการประมาณการการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

| รายละเอียด | จำนวน | ราคาต่อหน่วย | จำนวนเงิน |
|-------------------------------------|-------|--------------|-----------|
| อาคารเก็บสินค้า | 1 | 350,000 | 350,000 |
| คอมพิวเตอร์ | 6 | 25,000 | 150,000 |
| โต๊ะทำงาน | 6 | 1,000 | 6,000 |
| เครื่องซังชนิดใหญ่ | 1 | 120,000 | 120,000 |
| ท่าเรือที่ย้ายของคอนเทนเนอร์ | 1 | 124,000 | 124,000 |
| อาคารสำนักงาน | 1 | 250,000 | 250,000 |
| รวมเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรทั้งสิ้น | | | 1,000,000 |

ตารางที่ 4.8 : แสดงโครงสร้างเงินลงทุน

| รายละเอียด | จำนวนเงิน/บาท |
|--------------------------|---------------|
| เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร | 1,000,000 |

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงโครงสร้างเงินลงทุน

| | |
|--------------------------------|-----------|
| เงินลงทุนหมุนเวียนสุทธิ | 4,000,000 |
| รวมเงินลงทุนทั้งสิ้นของโครงการ | 5,000,000 |

ตารางที่ 4.9 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและซื้อ

| รายละเอียด | จำนวน | ราคาต่อหน่วย | จำนวนเงิน บาท/ปี |
|-----------------------------------|-------|--------------|------------------|
| ค่าเช่าที่ดิน | 1 | 30,000 | 30,000 |
| ค่าใช้จ่ายการส่งเสริมการขาย | 1 | 47,000 | 47,000 |
| เงินเดือนคนงาน | 12 | 92,000 | 1,104,000 |
| ค่าใช้จ่ายการขายและซื้อ อื่นๆ | 1 | 100,000 | 100,000 |
| ค่าใช้จ่ายอื่น(ค่าไฟ ค่า น้ำฯ) | 12 | 7,000 | 84,000 |
| ค่าขนส่ง | 370 | 7500 | 2,775,000 |
| ค่าปิ่นพลอยคขาย/ตัน | 6,000 | 100 | 600,000 |
| รวมค่าใช้จ่าย | | | 4,740,000 |

ตารางที่ 4.10 : งบประมาณกำไรขาดทุน

| รายการ | จำนวนเงิน บาท/ปี |
|--|------------------|
| รายได้จากการขาย | 100,035,000 |
| ค่าใช้จ่ายต่างๆในการขายและซื้อ | (4,740,000) |
| กำไร(ขาดทุน)ก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงิน ได้ | 95,295,000 |
| ค่าใช้จ่ายซื้อวัตถุดิบ | 94,500,000 |
| กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้ | 795,000 |
| ภาษีเงินได้ | 55,650 |
| กำไร(ขาดทุน)สุทธิ | 739,350 |

สมมติฐานทางการเงิน

1. ยอดซื้อเป็น 450,000 กก./เดือน 5,400,000 กก/ปี.ราคาซื้อ 17.5บาท/กก.(พ.ศ. 2558 เดือน 10)
2. ยอดขายมีอัตราการสูญเสีย 5% เป็น 270,000 กก. ยอดขายได้ 5,130,000 กก/ปี.ราคาขาย 19.5บาท/กก(พ.ศ. 2558 เดือน 10)
3. เงินปันผลให้พนักงานขายซื้อคือ ต้นละ100บาท
- 5.ขนส่ง 14,000 กก/ครั้ง.ในแต่ละ ครั้งละ7500บาท

4.4.3 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

(1).ระยะเวลาคืนทุน

$5,000,000/739,350=6.76$ ระยะเวลาคืนทุนประมาณ7 ปี

(2).อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

ROI(Return on Investment)= กำไรสุทธิ/เงินลงทุนรวม =

$739,350/5,000,000=0.15*100%=15\%$ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ประมาณ15%

(3).มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

5,000,000บาท

4.4.4 งบการเงินของธุรกิจ JIP รีไซเคิล

1.งบดุลของธุรกิจ JIP รีไซเคิล



ตารางที่ 4.11 : งบดุลของธุรกิจ JIP รีไซเคิล

| งบดุล | | |
|-------------------------------------|-------------|-------------|
| | 2557 | 2558 |
| 1. สินทรัพย์หมุนเวียน | | |
| 1. 1เงินสด | 1, 000, 000 | 2, 000, 000 |
| 1. 2ลูกหนี้การค้าสุทธิ | 500, 000 | 500, 000 |
| 1. 3ลูกหนี้อื่น | 300, 000 | 400, 000 |
| 1. 4สินค้างเหลือ | 500, 000 | 600, 000 |
| 1. 5สินค้ำหมุนเวียนอื่น | 200, 000 | 300, 000 |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 2, 500, 000 | 3, 800, 000 |
| 2. สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน | | |
| 2. 1เงินลงทุนในบริษัทร่วม | 1, 000, 000 | 1, 000, 000 |
| 2. 2เงินให้กู้ยืมแก่พนักงาน | 100, 000 | 100, 000 |
| 2. 3เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน | 100000 | 100000 |
| 2. 4ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ | 1, 000, 000 | 1, 000, 000 |
| 2. 5สินทรัพย์ไม่มีตัวตน | 200, 000 | 200, 000 |
| 2. 6สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น | 100, 000 | 200, 000 |
| รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน | 2, 500, 000 | 2, 600, 000 |
| รวมสินทรัพย์ | 5, 000, 000 | 6, 400, 000 |
| 3. หนี้สินหมุนเวียน | 0 | 0 |
| 4. หนี้สินไม่หมุนเวียน | 0 | 0 |
| รวมหนี้สิน | 0 | 0 |
| 5. ส่วนของผู้ถือหุ้น | 5, 000, 000 | 6, 400, 000 |
| รวมหนี้สินและผู้ถือหุ้น | 5, 000, 000 | 6, 400, 000 |

2. งบกำไรขาดทุนของธุรกิจ JIP รีไซเคิล

ตารางที่ 4.12 : งบกำไรขาดทุนของธุรกิจ JIP รีไซเคิล

งบกำไรขาดทุน

หน่วย บาท

| | 2557 | 2558 |
|--|------------|-------------|
| 1. รายได้ | | |
| 1.1 รายได้จากการขายหรือให้บริการ | 22,230,000 | 100,035,000 |
| 1.2 รายได้อื่น | 24,000 | 100,000 |
| รวมรายได้ | 22,254,000 | 100,135,000 |
| 2. ค่าใช้จ่าย | | |
| 2.1 ต้นทุนวัตถุดิบ | 21,000,000 | 94,500,000 |
| 2.2 ค่าใช้จ่ายในการขาย | 217,000 | 747,000 |
| 2.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร | 1,104,000 | 1,104,000 |
| 2.4 ค่าใช้จ่ายอื่น | 1,014,000 | 2,889,000 |
| รวมค่าใช้จ่าย | 23,335,000 | 99,240,000 |
| 3 กำไร(ขาดทุน)ก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้ | -1081000 | 895,000 |
| 4 ต้นทุนทางการเงิน | 0 | 0 |
| 5 กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้ | -10181000 | 895,000 |
| 6 ภาษีเงินได้ | 0 | 62,650 |
| 7 กำไรขาดทุนสุทธิ | -10181000 | 832,350 |

4.5 แผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต

4.5.1 รูปแบบการขยายธุรกิจ

เนื่องจากปัจจุบันนี้ ธุรกิจ JIPรีไซเคิลเน้นเป็นตัวแทน สินค้าคือรับซื้อมาและขายไป ไม่มีการประมวลผลใดๆ ปรับปรุงคุณภาพด้านความสะอาด ด้านขนาด ด้านความชื้น เป็นต้นไม่ได้ ซึ่งสู้กับคู่แข่งที่มีเครื่องจักรเองไม่ได้ ฉะนั้นในอนาคตธุรกิจ JIPรีไซเคิลมีแผนจะเพิ่มสายการทำความสะอาด ติดตั้งเครื่องจักร เพื่อปรับปรุงคุณภาพด้านความสะอาด ด้านขนาด ด้านความชื้น เป็นต้น สู้กับคู่แข่งเพิ่มจำนวนยอดขาย

4.5.2 โอกาส และอุปสรรคของการขยายธุรกิจ

1.โอกาสของการขยายธุรกิจ

- (1) รัฐบาลโรงงานติดตั้งเครื่องโม่ล้างพลาสติก สามารถเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน
- (2) ลูกค้าต้องการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.อุปสรรคของการขยายธุรกิจ

- (1) ด้านของเสียกับน้ำเสีย

เพิ่มสายการทำความสะอาดของพลาสติกรีไซเคิล ความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดคือจะมีของเสียกับน้ำเสียออกมา ให้ธุรกิจมีปัญหาด้านมลพิษทางสภาวะแวดล้อมและปัญหาสูญเสียหาย

- (2) ด้านดอกเบี้ยของเงินลงทุน

เพิ่มสายการทำความสะอาดของพลาสติกรีไซเคิล ต้องใช้ที่ดิน เครื่องจักรเป็นต้น คือต้องเพิ่มเงินลงทุนอีกครั้ง ผู้ประกอบการของธุรกิจต้องหาแหล่งเงินทุนใหม่ ยืมกับส่วนบุคคลหรือกู้กับธนาคาร ฉะนั้นอาจเจออุปสรรคด้านดอกเบี้ยของเงินลงทุนส่วนใหม่

4.5.3 แผนการใช้ทรัพยากร

ตารางที่ 4.13 : แสดงทรัพยากรการใช้ในแผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต

| รายการ | ประมาณเงินลงทุน/บาท | คำพูด |
|----------------------------------|---------------------|---|
| 1.ที่ดิน | 800,000 | ปัจจุบันเป็นที่ดินเป็นเช่า ถ้า ขยายธุรกิจจะซื้อเป็นของตัวเอง |
| 2.อาคารโรงงาน | 400,000 | |
| 3.เครื่องจักรล้างพลาสติกรีไซเคิล | 300,000 | |
| 4.ระบบบำบัดน้ำเสีย | 200,000 | |
| รวมทั้งสิ่งที่ใช้ในแผนรองรับ | 1,700,000 | |

บรรณานุกรม

ปัญหาขยะสังคม สืบค้นจาก <https://guardianemz.wordpress.com/>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2558). โอกาสทางธุรกิจของ SMEs ในธุรกิจรีไซเคิล. สืบค้นจาก <http://www.smeleader.com/โอกาสทางธุรกิจของ-smes/>

ศตพร สภาภูษาด.(2556).สถานการณ์และแนวโน้มอุตสาหกรรมพลาสติกไทย.กรุงเทพฯ: สถาบันพลาสติก.

เสาวนิตย์ จันทน์โรจน์.(2553).การประยุกต์แบบจำลองโซ่อุปทานเพื่อการประเมินสมรรถนะของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกกรีไซเคิล: กรณีศึกษาโรงงานผลิตเม็ดพลาสติกกรีไซเคิล.

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

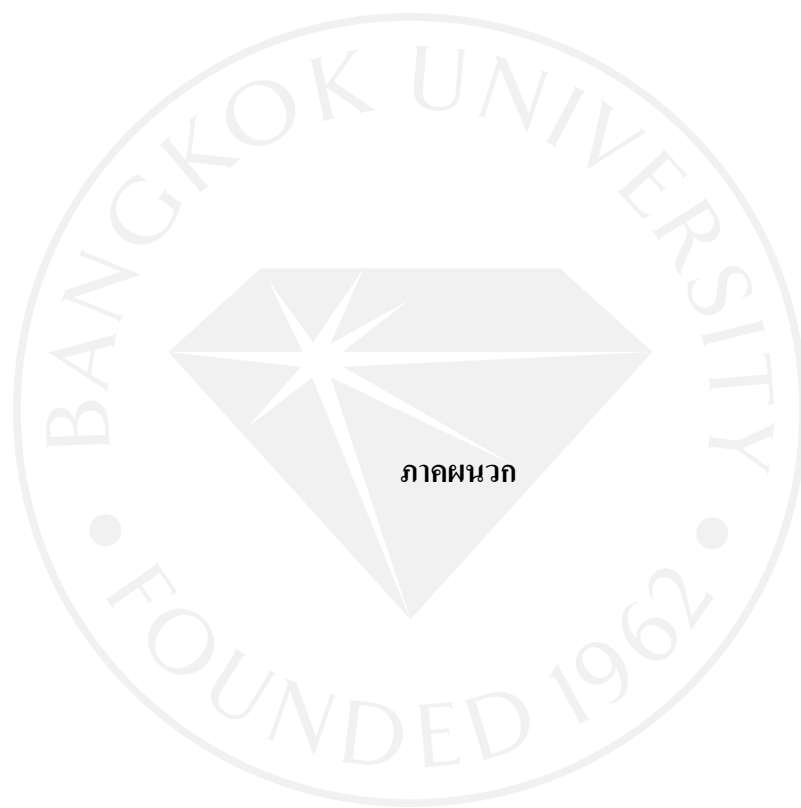
สาวณัญญา ศิริภัทร์ธาดา.(2553). ยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มของการคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลเชิงธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการและชุมชนในเขตจังหวัดภาคกลางของประเทศไทย.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สมคิด บางโม.(2556). องค์การและการจัดการ (ฉบับพิมพ์ที่ 6).กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.

BOC BUSINESS OPPORTUNITY CENTER . ธุรกิจ SMEs : รีไซเคิลขยะวัสดุพลาสติก. สืบค้นจาก

http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=407&Itemid=48



ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์

การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจรับซื้อขยะพลาสติกรีไซเคิล PET PP PE

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นโดยผู้ศึกษา นางสาว LUOJIE ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจรับซื้อขยะพลาสติกรีไซเคิล PET PP PE

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบคำถาม

1. ชื่อบริษัท : _____

2. สถานที่ตั้ง _____

3. ประเภทธุรกิจ ร้านรับซื้อของเก่า โรงงานย่อย/บดพลาสติก

4. ยอดผลิต/เดือน

5. เริ่มดำเนินกิจการเมื่อปี พ.ศ. _____

6. จำนวนพนักงาน _____ คน

ส่วนที่ 2 สภาพแวดล้อมของธุรกิจรีไซเคิล

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจรับซื้อขยะพลาสติกรีไซเคิล มีอะไรบ้าง

2. เมื่อการดำเนินงานเจอปัญหาในเรื่องใด

3. การหาซื้อวัตถุดิบเป็นอย่างไร ง่ายหรือไม่ ส่วนใหญ่รับซื้อจากที่ไหน

4.ปัจจุบันนี้ การตลาดขายพลาสติกกรีไฮเซลเป็นอย่างไร ความต้องการของพลาสติกกรีไฮเซลเป็นอย่างไร

5.ธุรกิจของท่านใช้แรงงานคนประเทศอะไรบ้าง หาแรงงานง่ายหรือไม่

6.พนักงานของท่านมีการลาออกบ่อยหรือไม่ ถ้ามีการลาออกคือเพราะเหตุผลใด

7.ในช่วง2-3ปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีผลิตพลาสติกกรีไฮเซลมีการพัฒนาขึ้นหรือไม่

8.ความเสี่ยงของธุรกิจกรีไฮเซลมีปัจจัยในด้านใดบ้าง

9.ทำธุรกิจกรีไฮเซล ระดับของการแข่งขันเป็นอย่างไรและที่มาของการแข่งขันมีอะไรบ้าง

10.แนวโน้มของธุรกิจกรีไฮเซลเป็นอย่างไรในมุมมองของท่าน

ขอขอบคุณท่านอย่างสูงที่สละเวลาตอบสัมภาษณ์ค่ะ

ประวัติผู้เขียน

| | |
|------------------------|--|
| ชื่อ-นามสกุล | jie lu |
| อีเมล | luojie195658@hotmail.com |
| ประวัติการศึกษา | มัธยมศึกษาตอนต้น Meng you zhongxue 2005 มัธยมศึกษาตอนปลาย FengQingXiangDiYiZhongXue 2008 ปริญญาตรี Yu Xi University 2010 ปริญญาตรี.มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 2012 ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2014 |
| ประสบการณ์ทำงาน บริษัท | เบ็ทเทอร์เบล ไฟเบอร์(ไทยแลนด์) จำกัด ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ (2012-ปัจจุบัน) |

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 14 เดือน 2 พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) Jie Luo อยู่บ้านเลขที่ 74/19

ซอย หมู่ที่ 7 ถนน ตำบล/แขวง ห้วยป่ากอ

อำเภอ/เขต พระพุทธบาท จังหวัด ลพบุรี รหัสไปรษณีย์ 18120

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7570202825

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ ผลของธุรกิจ JIP 8.6x6 คิล


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(Jie Luo)

ลงชื่อ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..... พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าววัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร