

Marketing Strategy for Recycle Factory in Thailand¹

Thananon Simmakul²
Sudaporn Sawmong³

Received: May 4, 2013

Accepted: May 14, 2013

Abstract

This research is a quantitative research with an objective to obtain the marketing strategy for recycle factory in Thailand. Data was collected by using the questionnaire, which its validity and reliability were tested and qualified with 431 samples of the recycle factory operators. The Structural Equation Modeling has adopted to find out the model of marketing strategy for recycle factory in Thailand. The research finding revealed that constructed model corresponded to the empirical evidence well with the $\chi^2 = 90.73$, $df = 71$, $P\text{-value} = 0.057$, $\chi^2/df = 1.27$ RMSEA = 0.02. The marketing strategy for the recycle factory in Thailand consisted of the factors of managerial characteristics of the recycle factory, environment factors; factors of marketing strategies for recycle factory and business performance of the recycle factory in Thailand. The executive who had experience in running the recycle factory were able to apply appropriate technologies and create differentiation in services in order to achieve good business performance and business growth, thus resulting in the success and stability of the recycle factory

Keywords: Marketing strategy, Scrap factory, recycles

¹ Dissertation presented to Eastern Asia University in fulfillment of requirements for the doctor of business administration (marketing)

² Doctoral student of the doctor of business administration (marketing) Eastern Asia University
E-mail: thananon@ideabkk.com

³ Director of the doctor of business administration (marketing) Eastern Asia University

กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย¹

ธนนนท์ สิมมากุล²

สุดาพร สวม่วง³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหากลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการหาคุณภาพด้านค่าความตรงและค่าความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทยจำนวน 431 โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ผลการค้นหากกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยมีค่า $\chi^2 = 90.73$, $df = 71$ P-value=0.057, $\chi^2/df = 1.27$, RMSEA = 0.02 และกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย ประกอบด้วยปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลและผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย โดยที่ผู้บริหารมีประสบการณ์ในการบริหารโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และสามารถสร้างความแตกต่างในการให้บริการ มีผลประกอบการที่ดีและสามารถสร้างความเจริญเติบโตได้ ส่งผลให้โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ประสบผลสำเร็จและมั่นคงได้

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด, โรงงานคัดแยกขยะ, รีไซเคิล

¹ ดุษฎีนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

² นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย E-mail: thananon@ideabkk.com

³ ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้น เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตที่อยู่บนโลกใบนี้ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากข้อมูลและสถิติต่างๆของกรมอุตุนิยมวิทยา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งให้เห็นว่าสภาพอากาศกำลังเปลี่ยนแปลงไป โดยจากรายงานอุณหภูมิประจำปีพบว่าประเทศไทยในปี 2554 มีอุณหภูมิเฉลี่ยสูงกว่าค่าปกติในทุก ๆ เดือน ปัญหาดังกล่าวสืบเนื่องมาจากความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของโลกตลอดจนพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรของประชาชนเริ่มเปลี่ยนแปลงไป (กรมควบคุมมลพิษ, 2551)

ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ก๊าซธรรมชาติ แร่ธาตุ ถ่านหิน ป่าไม้ น้ำมัน และสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ถูกนำมาใช้ผลิต และแปรรูปเพื่อสนองความต้องการการอุปโภคบริโภคของมนุษย์ที่มีมากขึ้นโดยขาดการคำนึงถึงปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรปัญหามลพิษของน้ำ อากาศ และปัญหาขยะล้นโลกที่เกิดขึ้นตามมา (สมไทย วงษ์เจริญ, 2553)

ปริมาณขยะมูลฝอยของประเทศไทยยังคงสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยจากปี 2546 มีปริมาณขยะในประเทศ 14.32 ล้านตัน ปี 2550 มีปริมาณขยะ 14.72 ล้านตัน และมี 2553 มีปริมาณขยะ 15.16 ล้านตัน เป็นต้น (กรมควบคุมมลพิษ, 2554) และมีอัตราการรีไซเคิลค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ กล่าวคืออัตราการรีไซเคิลของประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 23 โดยในขณะที่ประเทศฮ่องกง มีอัตราการรีไซเคิลร้อยละ 36 สิงคโปร์มีอัตราการรีไซเคิลร้อยละ 39 และเกาหลีใต้มีอัตราการรีไซเคิลร้อยละ 45 จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจึงนำมาซึ่งงานวิจัยกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย โดยขอบเขตด้านเนื้อหา

พิจารณาถึงปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล และผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย จำนวน 3,119 โรงงาน ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนกับกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม (กรมควบคุมมลพิษ, 2552) และจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล และผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อค้นหากลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

การบริโภคทรัพยากรธรรมชาติจากโลกอย่างฟุ่มเฟือย เป็นการทำให้ร้ายโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้โดยฝีมือของมนุษย์ เนื่องจากเมื่ออุณหภูมิของโลกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สิ่งมีชีวิตต่าง ๆ บนโลกก็จะได้รับผลกระทบ เมื่ออากาศมีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มมากขึ้น อุณหภูมิก็จะร้อนระอุขึ้นไปเรื่อย ๆ เช่น เมื่ออุณหภูมิสูงขึ้นจากค่าปกติ 2 องศาเซลเซียส จะทำให้เกิดคลื่นความร้อนบ่อยครั้งขึ้น ธารน้ำแข็งในกรีนแลนด์จะค่อยๆ ละลาย และเกิดการโยกย้ายของหิมะทั่วโลกเหนือ เป็นต้น ขยะที่กำลังจะล้นโลกเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นเหตุให้เกิดภาวะโลกร้อน จึงทำให้ผู้นำของประเทศต่าง ๆ กำลังหันมารณรงค์และสร้าง

ความร่วมมือเกี่ยวกับการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติ ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด รักษาสิ่งแวดล้อม และการนำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ ส่วนในประเทศไทยมีขยะมากขึ้นในทุก ๆ ปี โดยในปี 2553 มีปริมาณขยะในประเทศกว่า 15.16 ล้านตัน สามารถจัดเก็บตามหลักวิชาการได้เพียง 5.77 ล้านตันและนำกลับมาใช้ประโยชน์ 3.91 ล้านตันเท่านั้น (กรมควบคุมมลพิษ, 2554) โดยสรุปแล้วคนไทยเราทิ้งขยะคิดเป็นเงินได้วันละ 8 บาทต่อคน (สมไทย วงษ์เจริญ, 2553) คนไทยในปัจจุบันมีมากกว่า 65 ล้านคน ดังนั้นกว่า 520 ล้านบาทที่ต้องสูญเสียไปกับขยะที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ดังนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการลดภาวะขยะเปลี่ยนเป็นรายได้ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ปัจจัยสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล และผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ซึ่งประกอบด้วย ด้านแรงจูงใจ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดพลังและความเชื่อในการบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ด้านทัศนคติ คือความรู้ความเข้าใจ และความรู้สึกที่ดีในการบริหารธุรกิจเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และสำเร็จได้ ด้านบุคลิกภาพ เป็นลักษณะผู้บริหารมีบุคลิกภาพที่ดีต้องมีความเป็นผู้มีสูงและเป็นที่ยอมรับของพนักงานรวมทั้งบุคคลภายนอก ทำให้สามารถบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จได้ และด้านประสบการณ์ ซึ่งเป็นความรู้ความสามารถในการทำงานและการบริหารธุรกิจ เพื่อให้ประสบความสำเร็จได้ (Shiffman & kanuk, 2007) ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ คือ

ความสามารถในการวิเคราะห์ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและหลีกเลี่ยงกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ด้านเทคโนโลยี เป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้กับธุรกิจอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด ด้านการเมืองและกฎหมาย เป็นการศึกษาทำความเข้าใจเรื่องการเมืองและกฎหมายในปัจจุบัน ที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อดำเนินการให้เกิดความถูกต้อง ด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของชุมชนในสังคม เพื่อนำมาเป็นส่วนในการวางแผนการบริหารงานเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ด้านการแข่งขัน เป็นการศึกษาคู่แข่งในด้านต่าง ๆ เพื่อมาปรับกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จ (Porter, 1998) (Kotler, 2012) กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการจัดการการตลาด ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถนำมาปรับใช้กับธุรกิจ โดยการใช้กลยุทธ์และเทคนิคต่าง ๆ จะเป็นการผสมผสานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเกิดความสำเร็จ (Kotler & Keller, 2012) ผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ประกอบด้วย ผลกำไร และการเจริญเติบโต ธุรกิจมีผลการเจริญโตและมีกำไรที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี และมั่นคงยั่งยืน

องค์ประกอบของตัวแปรที่ศึกษา

องค์ประกอบของตัวแปร เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องในเรื่อง กลยุทธ์

การตลาดสำหรับธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทยประกอบด้วย ตัวแปรเหตุ (Cause variables) ตัวแปรส่งผ่าน (transfer variables) และตัวแปรผล (effect variables) ดังนี้

ตัวแปรเหตุ ประกอบด้วยปัจจัย 2 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล และปัจจัยสิ่งแวดล้อม โดยแต่ละปัจจัยประกอบไปด้วยตัวแปรสังเกตได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งได้แก่ แรงจูงใจ ทักษะ ทักษะบุคลิกภาพ และประสบการณ์

2. ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมืองและกฎหมาย และด้านการแข่งขัน

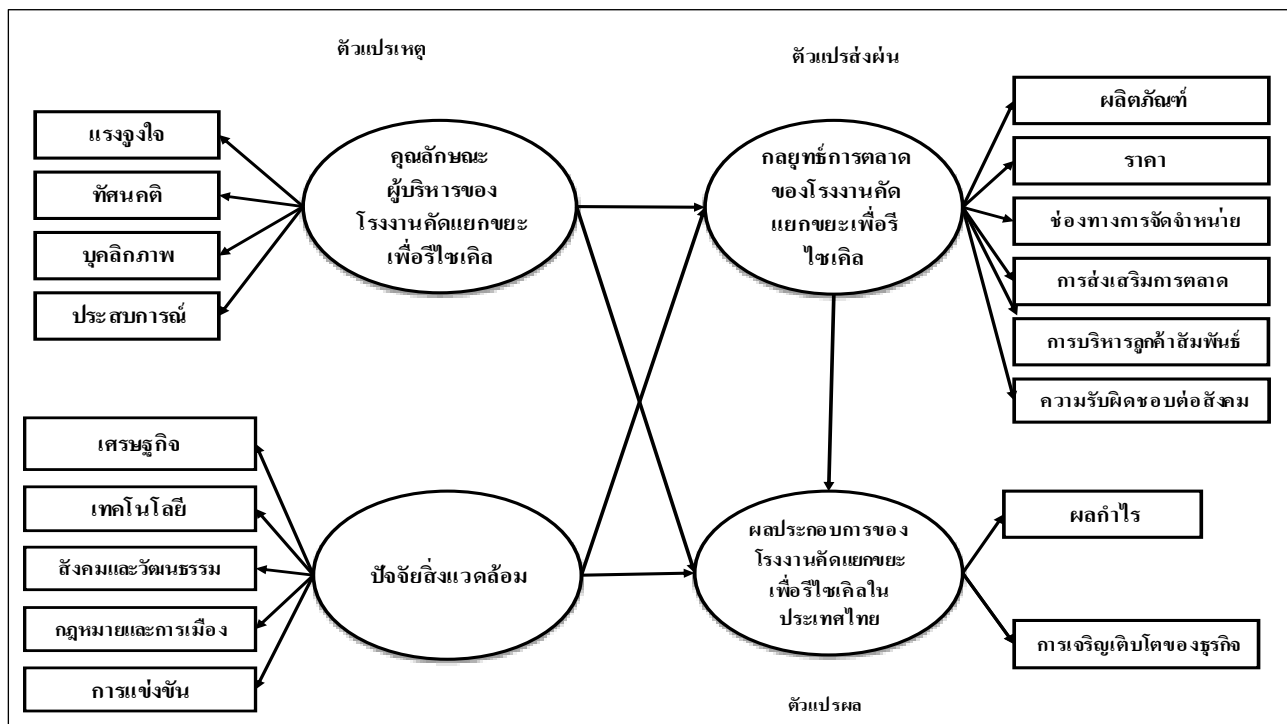
ตัวแปรส่งผ่าน กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ประกอบด้วย 5

ตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวแปรผล ผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ประกอบด้วย 2 ตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งได้แก่ ผลกำไร และการเจริญเติบโตของธุรกิจ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ปัจจัยสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังภาพ 1



ภาพ 1 กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ศึกษา คือโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม แยกเป็นเขตพื้นที่สิ่งแวดล้อม 17 เขต (กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม, 2553) มีจำนวนทั้งสิ้น 3,119 โรงงาน เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 431 โรงงาน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการหาคุณภาพทั้งค่าความตรงโดยใช้เทคนิค IOC ที่ 0.88 และความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach) ที่ 0.95 โดยเป็นค่าที่สรุปจากผู้เชี่ยวชาญ 5 การค้นหารูปแบบกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทยโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling --SEM--)

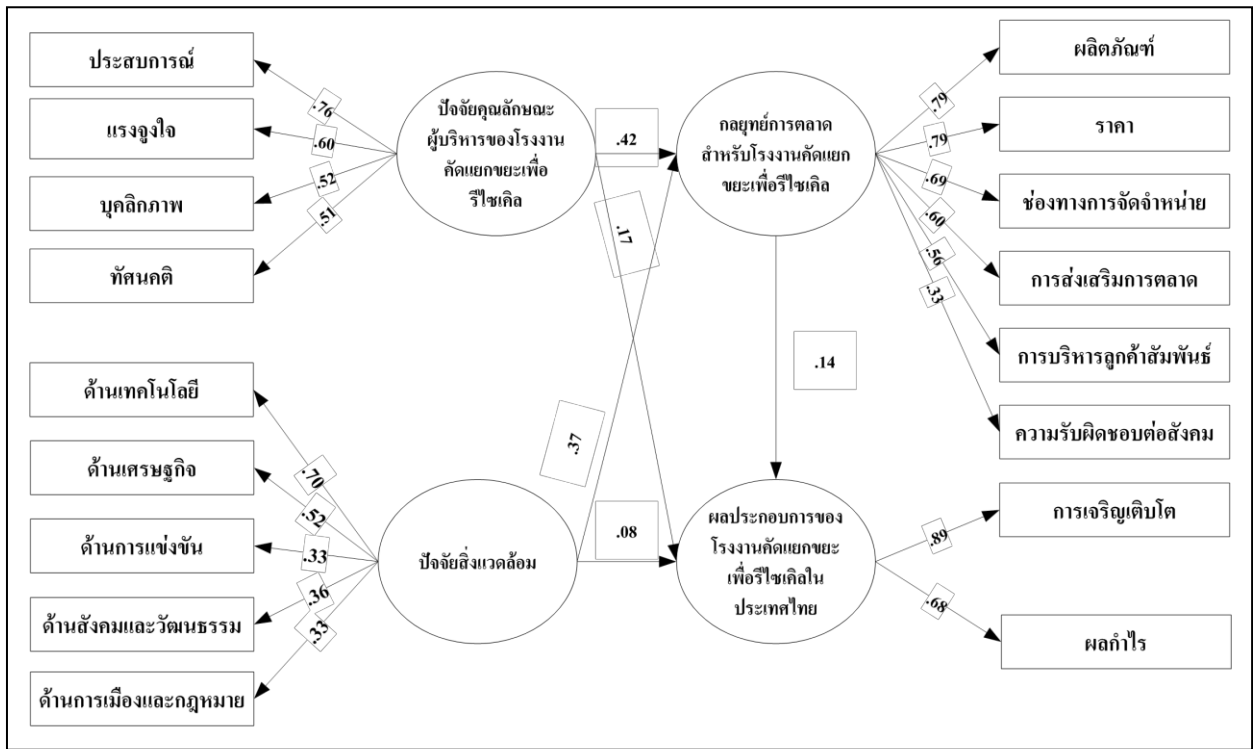
สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling --SEM--) เพื่อค้นหากยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยมีค่า $\chi^2 = 90.73$,

df = 71, P-value = 0.057, $\chi^2/df = 1.27$, RMSEA = 0.02 และผลการค้นหากยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย โดยนำผลจากการวิเคราะห์โมเดลสมการปัจจัยที่โครงสร้างนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและค่าขนาดอิทธิพลระหว่างปัจจัยมาพิจารณาร่วมกัน พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย ซึ่งตัวแปรสังเกตได้ ที่มีความสำคัญอันดับแรกคือประสบการณ์ รองลงมาคือแรงจูงใจ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย ซึ่งตัวแปรสังเกตได้ ที่มีความสำคัญอันดับแรกคือเทคโนโลยี รองลงมาคือเศรษฐกิจ และกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย ซึ่งตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสำคัญอันดับแรกคือผลิตภัณฑ์ และราคา รองลงมาคือช่องทางการจัดจำหน่าย ดังแสดงในตาราง 1 และภาพ 2

ตาราง 1 แสดงค่าความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง

ค่าทางสถิติ / ปัจจัย	คุณลักษณะผู้บริหารของ โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล	ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	กลยุทธ์การตลาดสำหรับ โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล	ผลประกอบการของ โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย
χ^2	55.01	121.74	104.00	0.00
Df	42	98	83	1
χ^2/df	1.31	1.24	1.25	0
P-Value	.086	.052	.059	.997
RMSEA	.027	.024	.024	0.00
CFI	.995	.995	.995	1.00
TLI	.988	.990	.989	1.005
SRMR	.040	.059	.053	0.00



ภาพ 2 กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย ที่ได้จากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

จากภาพ 2 ภาพรวมของกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ในประเทศไทย โดยปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล มีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย ซึ่งตัวแปรด้านประสมการณ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือตัวแปรด้านแรงจูงใจ ด้านบุคลิกภาพ และด้านทัศนคติ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ .76 .60 .52 และ .51 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลทางอ้อมโดยส่งผ่านกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ซึ่งมีตัวแปรกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือตัวแปรกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบที่ .79 .79 .69 .60 .56 และ .33 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ซึ่งตัวแปรด้านเทคโนโลยี มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมา คือตัวแปรด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการแข่งขัน และตัวแปรด้านการเมืองและกฎหมาย โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ .70 .52 .36 .33 และ .33 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลทางอ้อมโดยส่งผ่านกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล เช่นกัน และองค์ประกอบของปัจจัยด้านผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ตัวแปรด้านการเจริญเติบโต มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือด้านผลกำไร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ .89 และ .68 ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวแปรสามารถที่จะนำไปใช้ในการ

พัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี และจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปร นำมาวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล เท่ากับ .18 มีอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .23 มีอิทธิพลรวมเท่ากับ .06 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของกลยุทธ์ทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 38 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล เท่ากับ .08 มีอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .13 และมีอิทธิพลรวมเท่ากับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล คิดเป็นร้อยละ 10

อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลของกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็น 2 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งได้แก่ ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบค่าน้ำหนักของปัจจัย และผลจากการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ปัจจัยสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล และผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย พบว่ามีความสอดคล้องและขัดแย้งกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยของคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลโดยภาพรวมแล้วด้านประสบการณ์มีผลต่อผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลมากที่สุด รองลงมา คือด้านแรงจูงใจ ด้านบุคลิกภาพ และด้านทัศนคติ ตามลำดับ กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลมีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจเป็นอย่างดี จะส่งผลให้เกิดผลประกอบการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (Frederick, 2005) ที่กล่าวว่าคนที่ผู้บริหารมีประสบการณ์และมีความสามารถในการเลือกตลาดและหาจังหวะจะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จได้ ด้านแรงจูงใจ เมื่อผู้บริหารมีแรงจูงใจและมีความเชื่อมั่นว่าสามารถบริหารจัดการโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายจะส่งผลให้มีผลประกอบการดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (จිරพันธ์ เครือสาร และ อำพร ไตรภักทร, 2548) ที่กล่าวว่าเมื่อผู้บริหารมีความเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถบริหารงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตนได้ตั้งใจไว้ได้ จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งในการทำให้ผลประกอบการดีขึ้น ด้านบุคลิกภาพ ผู้บริหารมีบุคลิกภาพที่ดีต้องมีความเป็นผู้นำสูงและเป็นที่ยอมรับของพนักงานและบุคคลภายนอกสามารถบริหารจัดการโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (Zimbardo & Ruch, 1980) ที่กล่าวว่าผลรวมของลักษณะเชิงจิตวิทยาของบุคคล ที่สามารถให้คนอื่นยอมรับหรือให้ผู้อื่นบังคับบัญชายอมรับได้จะส่งผลให้ภาพรวมในการบริหารดีขึ้นและประสบความสำเร็จได้ด้านทัศนคติ เมื่อผู้บริหารมีทัศนคติที่ดี มีความรักในอาชีพ และความเข้าใจจะทำให้การดำเนินธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์และประสบผลสำเร็จได้ สอดคล้องกับ

แนวคิด (Shiffman & Kanuk, 2007) ที่กล่าวว่า การบริหารต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องบริหารนั้นเป็นอย่างดี มีความเชื่อสิ่งที่ทำหรือการบริหารมีผลให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ

- ผลจากการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบปัจจัยสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมสิ่งแวดล้อมด้านเทคโนโลยี มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการแข่งขัน และด้านการเมืองและกฎหมายตามลำดับ กล่าวคือ เมื่อโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมีการพัฒนาเครื่องจักรเพื่อใช้ในโรงงาน การผสมผสานเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ากับการดำเนินธุรกิจ เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือการคัดแยก จะส่งผลให้ผลประกอบการดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด (Christensen, 1987) ที่กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะทำให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ ด้านเศรษฐกิจเมื่อโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลให้ความสำคัญในการวิเคราะห์อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร สถานะการจ้างงานและค่าแรง สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเงินเฟ้อ ภาวะเงินฝืด จะทำให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและหลีกเลี่ยงกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด (Porter, 1998) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ทักษะคติของผู้บริโภคในทางที่ดีที่มีการบริการ การเปลี่ยนแปลงค่านิยมของผู้บริโภคในทางที่ดีต่อการบริการโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล สอดคล้องกับแนวคิดของ (Kotler, 2007) ด้านการแข่งขันให้ความสำคัญเรื่องจำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมของธุรกิจเพิ่มขึ้นความสามารถในการติดตามและศึกษาคู่แข่งเป็น

อย่างดี จะทำให้สามารถปรับกลยุทธ์ในการบริหารและส่งผลทำให้ธุรกิจมีผลประกอบการดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด (Porter, 1998) และด้านการเมืองและกฎหมาย เมื่อให้ความสำคัญกับกฎระเบียบเกี่ยวกับการตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการการเปลี่ยนแปลงกฎหมายภาษีอากรและความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมืองจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลประกอบการดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด (Kotler, 2007)

- ผลจากการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล โดยภาพรวมตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามลำดับ กล่าวคือ การให้บริการอย่างมีคุณภาพมุ่งตอบสนองตลาดภายในท้องถิ่น และชุมชน มีการพัฒนาการให้บริการที่หลากหลาย ออกแบบการให้บริการที่มีคุณค่า ควบคุมการผลิตและการให้บริการ ตลอดจนดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ กรณีที่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้า เช่น สินค้ามีปัญหา หรือการบริการไม่ดี หรือระยะเวลาบริการ เพียงพอ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและมีความรวดเร็วของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลจะส่งผลให้มีผลประกอบการดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด (นภวรรณ คณานุกรณ์, 2554) (Kotler & Keller, 2009, 2012) ด้านราคาเมื่อโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลมีการระบุราคาของสินค้าการบริการที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีความเหมาะสม โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สอดคล้องกับแนวคิด (Kenneth & Donald, 2004) ที่กล่าวว่าราคา เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินเป็นต้นทุน

ของลูกค้านับเป็นส่วนที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด เนื่องจากราคาสามารถเป็นแปลงได้อย่างรวดเร็วไม่เหมือนกันกับตัวคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลจะต้องมีความเร็วในการสนองความต้องการต่างๆ ของลูกค้า การจัดส่งตรงเวลา ลูกค้าได้ของตรงตามที่สั่ง สถานที่ประกอบการมีความสะดวกในการให้บริการ หรือมีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อสินค้าหรือรับบริการ มีช่องทางในการติดต่อกับลูกค้า เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ อื่นๆ สอดคล้องกับแนวคิด (Kotler & Keller, 2009,2012) ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อธุรกิจให้ความสำคัญในการโฆษณาทางสื่อท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เคเบิลทีวี แผ่นพับ โบรชัวร์ มีการประชาสัมพันธ์ มีการส่งเสริมการขาย มีพนักงานขายช่วยธุรกิจเป็นอย่างดี มีการทำตลาดทางตรง สอดคล้องกับแนวคิด (Kenneth & Donald, 2004) (Kotler & Keller, 2009) และ (Kotler & Keller, 2012) และด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เมื่อโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันวาเลนไทน์ วันปีใหม่ และวันอื่นๆ มีการสร้างความสัมพันธ์ด้วยการติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ถึงการเก็บประวัติการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการ มีการสร้างความสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายกับธุรกิจประเภท ที่สอดคล้องกับแนวคิด (Kenneth & Donald, 2004) และความรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อธุรกิจให้ความสำคัญในการจ่ายภาษีถูกต้องตรงต่อเวลา มีการให้ทุนการศึกษาประจำปีแก่โรงเรียนในชุมชน การให้การสนับสนุนช่วยเหลือชุมชนทำให้ผลประโยชน์การดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด

(ศิริ ภู่งษ์วัฒนา, 2549) (Little, 2002) และ (Kotler & Keller, 2012)

- ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย โดยภาพรวมด้านการเจริญเติบโตของธุรกิจมีน้ำหนักองค์ประกอบมาก กล่าวคือ โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลมีความเจริญเติบโตทั้งทางด้านขนาดของธุรกิจและจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ผลกำไรก็จะดีตามไปด้วยจึงทำให้ผลประกอบการของธุรกิจดีขึ้นไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า การที่ธุรกิจมีผลการเจริญเติบโตและมีกำไรที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี และมีความมั่นคงยั่งยืน

2. การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย ประกอบด้วยตัวแปรเหตุ ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ตัวแปรส่งผ่าน คือ กลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะ เพื่อรีไซเคิล จากการวิเคราะห์ผลปรากฏว่า

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทยนั้น ได้แก่ คุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจัยคุณลักษณะของผู้บริหารโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย สอดคล้องกับแนวคิด (Shiffman & Kanuk, 2007) ผู้บริหารมีอิทธิพลต่อผลสำเร็จเชิงบวกและส่งเสริมสนับสนุนผู้บริหารต่อการตลาดเชิงบวก การที่ผู้บริหารมีทัศนคติต่อการบริหารที่ดี สอดคล้องกับแนวคิด (Kotler & Keller, 2012) และ

มีบุคลิกภาพโดยการยอมรับนับถือจากผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้อื่นในการบริหารจัดการโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลและที่สำคัญการผู้บริหารมีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจเป็นอย่างดี จะส่งผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทยได้ดีมากยิ่งขึ้น

- ปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย โดยที่ปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย สอดคล้องกับแนวคิดของ (Kotler & Keller, 2012) และ (Porter 1998) ที่กล่าวว่า ถ้าธุรกิจมีความสามารถในการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ จะทำให้ผู้บริหารสามารถป้องกันผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับธุรกิจได้และการศึกษาคู่แข่งขันจะทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันสูง ซึ่งเป็นทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller, (2012) ที่กล่าวว่า การกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้การประกอบการประสบความสำเร็จได้ดี สอดคล้องกับแนวคิด (Little, 2002) กล่าวว่า การที่ธุรกิจมีจิตอาสาช่วยเหลือสังคมด้วยความสมัครใจจะทำให้ธุรกิจเป็นที่ยอมรับในสังคมและชุมชน ทำให้สามารถดำเนินกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

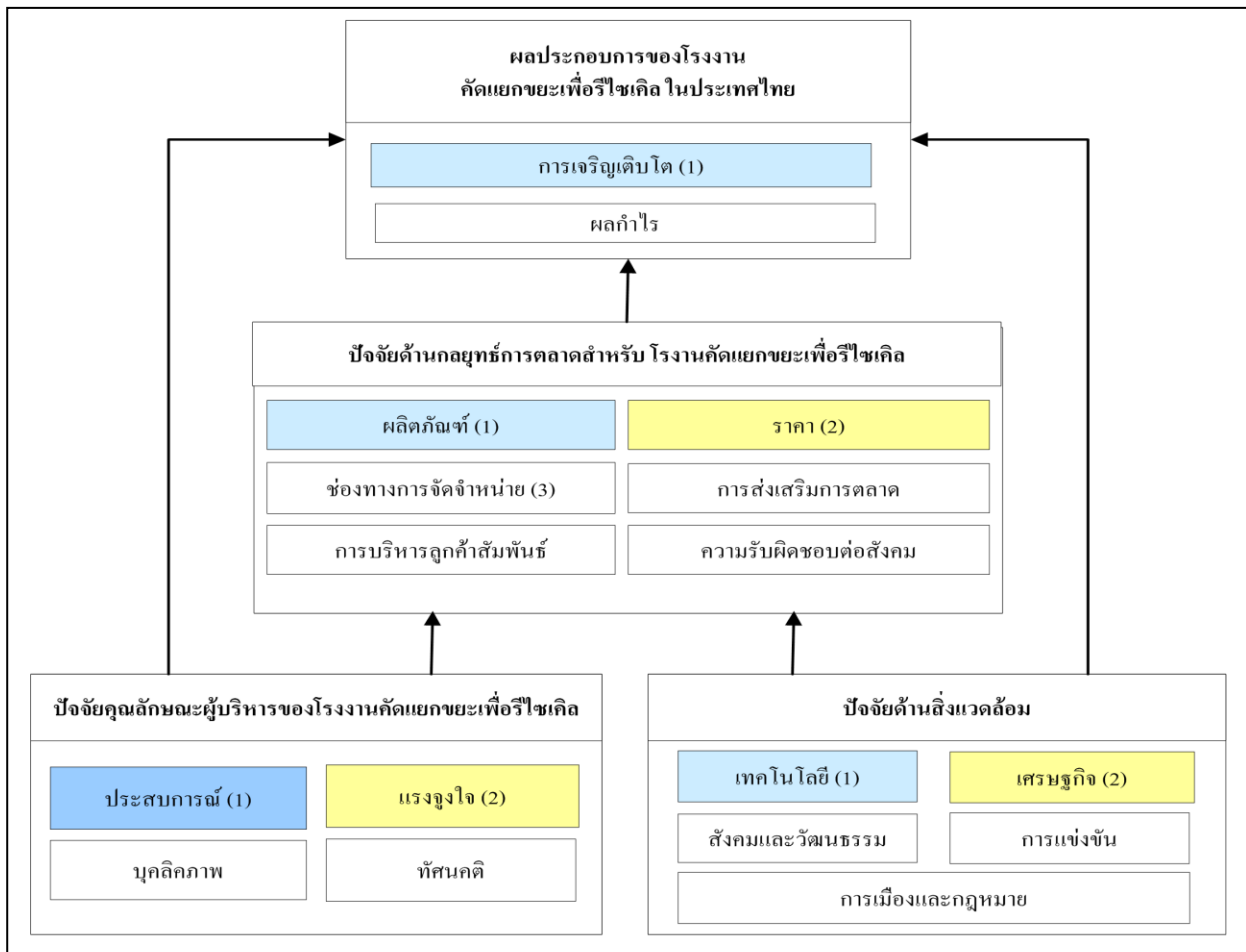
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากภาพ 3 การนำผลวิจัยของกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย ที่ค้นพบไปประยุกต์ใช้นั้นในส่วนของคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลนั้น พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อคุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลมากที่สุด

ได้แก่ ประสบการณ์ของผู้บริหาร ดังนั้นโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ควรให้ความสำคัญด้านประสบการณ์ของผู้บริหาร ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีความสามารถเลือกเข้าตลาดได้ถูกจังหวะ มีการป้องกันความเสี่ยงได้ดี อย่างไรก็ตามผลวิจัยยังพบความสำคัญด้านแรงจูงใจในการสร้างความเชื่อมั่นสามารถบริหารจัดการโรงงานคัดแยกขยะ เพื่อรีไซเคิล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและผู้บริหารจะต้องมีบุคลิกภาพ ที่มีความเป็นผู้นำสูงและมีความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้อื่น ในการบริหารจัดการโรงงานคัดแยกขยะ เพื่อรีไซเคิล และที่ให้ความสำคัญน้อย คือ เรื่องทัศนคติ โดยผู้บริหารควรทำความเข้าใจ ความรู้สึกในการบริหารโรงงานคัดแยกขยะ เพื่อรีไซเคิล ให้บรรลุวัตถุประสงค์จึงจะทำให้คุณลักษณะผู้บริหารของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลดีขึ้นเช่นกัน

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม 3 อันดับแรก ได้แก่ เทคโนโลยี เศรษฐกิจและด้านสังคม และวัฒนธรรม ดังนั้นเพื่อสนับสนุนในการบริหารกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลให้ประสบความสำเร็จแต่อย่างไรก็ตามจะต้องวิเคราะห์ด้านการแข่งขัน ด้านการเมืองและกฎหมายควบคู่กันไป เพื่อให้โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลมีการวางแผนอย่างมีระบบได้ดียิ่งขึ้นเพื่อป้องกันผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมเหล่านี้

ส่วนของกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นเพื่อให้โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล ประสบผลสำเร็จควรให้



ภาพ 3 โมเดลกลยุทธ์การตลาดสำหรับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ (ธนนทร์ สิมมากุล, 2555)

ความสำคัญต่อกลยุทธ์การตลาด ทั้ง 3 ข้อนี้โดยที่ผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญการให้บริการอย่างมีคุณภาพมุ่งตอบสนองตลาดภายในท้องถิ่น มีการพัฒนาการให้บริการที่หลากหลาย ออกแบบการให้บริการที่มีคุณค่า ควบคุมการผลิต/ควบคุมการให้บริการ ตลอดจนดำเนินการแก้ไขกรณีที่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้า เช่น สินค้ามีปัญหา การบริการไม่ดี หรือระยะเวลาบริการ เพียงพอ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มีความรวดเร็วส่วนด้านราคาควรให้ความสำคัญการระบุราคาสินค้าหรือบริการที่ชัดเจน เข้าใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญในเรื่องความเร็วในการสนองความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้าการจัดส่งตรงเวลา ลูกค้าได้

ของตรงตามสั่งสถานที่ประกอบการมีความสะดวกในการให้บริการ/ขนส่งสินค้าหรือมีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อสินค้าหรือรับบริการมีช่องทางในการติดต่อกับลูกค้า เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์

ด้านผลประกอบการของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลในประเทศไทย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อผลประกอบการ ได้แก่ การเจริญเติบโต ดังนั้นโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลจะต้องให้ความสำคัญจำนวนยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น และอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้น สิ่งที่สำคัญจะต้องให้ความสำคัญด้านกำไรของโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลจะเกิดผลสำเร็จของการประกอบธุรกิจโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิล

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2551ก). *คู่มือแนวทางการลด คัดแยก และใช้ประโยชน์ขยะมูลฝอยสำหรับ อาสาสมัครพิทักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมหมู่บ้าน*. กรุงเทพมหานคร: รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977).
- กรมควบคุมมลพิษ. (2551ข). *คู่มือการลด คัดแยก และใช้ประโยชน์ขยะมูลฝอยสำหรับเยาวชน (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: ฮีชี.
- กรมควบคุมมลพิษ. (2552ก). *คู่มือปฏิบัติงาน สำหรับผู้ประกอบการรับซื้อของเก่า (พิมพ์ ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักจัดการ กากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุม มลพิษ.
- กรมควบคุมมลพิษ. (2552ข). *คู่มือสำหรับผู้ ประกอบกิจการรับซื้อของเก่า: แนวปฏิบัติที่ ดีในการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับร้านรับซื้อของเก่า (พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพมหานคร: ไตเร็กซ์ แพลน.
- กรมควบคุมมลพิษ. (2554). *คู่มือสำหรับผู้ประกอบ กิจการรับซื้อของเก่า: แนวปฏิบัติที่ดีในการ ป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับร้าน รับซื้อของเก่า (พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพมหานคร: ไตเร็กซ์แพลน.
- จิรพันธ์ เครือสาร และ อำพร ไตรภักทร. (2548, ก.ค.- ธ.ค.). แรงจูงใจกับความสำเร็จขององค์กร. *วารสารการประกันคุณภาพ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 6(2), 14-17.
- นภวรรณ คณานุกรักษ์. (2554). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริ ภูพงษ์วัฒนา. (2549). *การจัดการช่องทาง การตลาด*. กรุงเทพฯ: โสภณการพิมพ์.
- สมไทย วงษ์เจริญ. (2551). *คู่มือคัดแยกขยะประจำ บ้าน*. พิษณุโลก: วงษ์พาณิชย์กรุ๊ป.
- สมไทย วงษ์เจริญ. (2553). *สัมผัสดองของราชา ขยะ*. กรุงเทพฯ: พรีเมียมดี.
- Arthur D. Little. (2002). the following is said: "The fundamental principle of European legislation has to be a workable design for the EU substances policy in order to minimize the negative consequences for German industry." *In the summary of the ADL study for BDI*.
- Frederick, S. (2005, Fall). Cognitive Reflection and Decision Making. *Journal of Economic Perspectives*. 19(4), 24-42.
- Kenneth & Donald. (2004). *Marketing Management*. New York: Prentice Hall International.
- Kotler, P. (2007). *Marketing Management: The millennium Edition (Tenth Edition)*. New Jersey: Prentice-Hall Inc
- Kotler, P. & Keller, K. (2009). *Marketing Management (13th ed)*. Englewood Cliffs, NJ: The Prentice- Hall
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Marketing Management (14th ed)*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Porter M. (1998, 1 June). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (Free Press; 1 Edition).

Schiffman L.G., Kanuk L.L. (2007). *Consumer behavior* (Ninth edition). Pearson education.

Zimbardo, P.G. & Floyd L. Ruch, (1980) *Essentials of Physical Geography*, Glenview: Ill, Scott, Foresman.