

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง แนวทางการประกอบธุรกิจค้าของเก่าในจังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจค้าของเก่า
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้าน ซึ่งอาจพิจารณาลักษณะผู้ประกอบการจากพฤติกรรมต่าง ๆ (นิรวรรณ, 2551) ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ในการเริ่มต้นธุรกิจ กล่าวคือ เป็นคนที่มองเห็นโอกาสและช่องทางในการสร้างธุรกิจขึ้นมาภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ
2. เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation) ของการดำเนินธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากร เป็นต้น
3. ยอมรับความเสี่ยง (Risk) อันอาจจะเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือตัดสินใจอย่างจับใจ และรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้
4. มีความสามารถในการจัดการทั่วไป (General management) ทั้งด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากร
5. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance intention) เพื่อสร้างความเจริญเติบโต และกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

### คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

การประกอบธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จ จะต้องอาศัยเจ้าของหรือผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่ตีความกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ภายใต้ความไม่แน่นอนที่มีอยู่ตลอดเวลา

วิฑูรย์ สิมะโชค (2551) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของเจ้าแก้มใหม่ ที่ประสบความสำเร็จ ได้มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส ก็จะต้องเป็นผู้มองเห็น โอกาสและหาช่องทางทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาสอย่างฉิวรีรอ มิฉะนั้นจะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ
3. ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่ม หรือสร้างสรรค์ ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ ออกสู่ตลาดที่มีสภาพการแข่งขันสูง
4. ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย มีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จะต้องประสบกับปัญหาหามาขาย เจ้าแก้มหรือผู้ประกอบการที่ยืนหยัดอยู่ได้ จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูง
5. ต้องเป็นคนที่ไม่รู้ย่อเสมอ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ
6. ต้องเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกถนนอกทาง สามารถมุ่งไปสู่อนาคต ด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน
7. ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำให้ได้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูล และการได้รับความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ จากเพื่อน ๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

Timothy S. Hatten (1997, p. 31) ได้กล่าวถึง ผู้จัดการธุรกิจขนาดย่อม ที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเป็นผู้มีลักษณะดังนี้

1. มีความอดทน (Perseverance)
2. มีความอดทน (Patience)
3. มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills)

นอกจากนี้ Hatten ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมีความอดทนเป็นพิเศษ ดังนี้

1. ความมุ่งมั่นปรารถนาและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion) มิฉะนั้นจะทำให้สูญเสียทั้งเงินทุน และเวลา

2. มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤตด้วยการตรวจสอบทุกอย่างอย่างรอบคอบ (Determination) ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิตต้องเชื่อมั่นว่าตนเองจะฝ่าฟันอุปสรรคและประสบความสำเร็จได้ หากอุทิศเวลาและทำงานให้หนักเพียงพอ

3. ต้องมีความรู้จริง รู้ลึก (Knowledge) ในธุรกิจที่ลงทุน เพื่อจะสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ดังนั้น พอจะสรุปได้ว่า ลักษณะหรือคุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบการควรมีลักษณะดังนี้

1. เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตหรือโอกาสในการเลือกดำเนินธุรกิจและเห็นหนทางที่จะสร้าง ความเจริญเติบโตให้ธุรกิจนั้น ๆ ได้

2. เป็นผู้มีความต้องการความสำเร็จสูง นั่นคือต้องมีความอดทน อดทน มุ่งมั่นไปสู่จุดหมายของธุรกิจ ด้วยความอดทน และจิตใจที่เข้มแข็ง ไม่มีคำว่าแพ้และท้อแท้ แม้ในภาวะวิกฤต เศรษฐกิจ หรือในสภาพการแข่งขัน ที่รุนแรง จะพยายามใช้วิกฤตให้เป็นโอกาสเสมอ

3. เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการ ในรูปแบบใหม่ ๆ และมีคุณภาพ เพื่อนำออกสู่ตลาดได้เสมอ

4. เป็นผู้มีความรู้และไฟรู้ คิดตามความเคลื่อนไหว หรือเปลี่ยนแปลงสภาพตลอดเวลา เพื่อเตรียมพร้อม และปรับตัวได้ตลอดเวลา

5. เป็นผู้มีความเชื่อและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจตลอดเวลา นั้นหมายถึงการมีทักษะในด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจให้อยู่รอดได้อย่างต่อเนื่อง

### **ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ**

เมื่อเปรียบเทียบโอกาสหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดเล็กแล้ว จะพบว่าธุรกิจขนาดใหญ่จะได้เปรียบและมีโอกาสมากกว่าเสมอ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนาดเล็ก ก็สามารถเผชิญหน้ากับปัญหาดังกล่าว และดำรงอยู่รอด พร้อมทั้งสร้างความเจริญเติบโตได้ ด้วยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ธุรกิจขนาดเล็กสามารถต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ด้วยการสร้างศักยภาพให้ตนเองมีความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ โดยอาศัยองค์ประกอบต่อไปนี้

1. มีความยืดหยุ่น (Flexibility) จากข้อจำกัดของธุรกิจขนาดใหญ่ที่แม้ว่า จะได้เปรียบธุรกิจเล็ก ในด้านการผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมาก ด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่า แต่ก็ไม่สามารถปรับเปลี่ยน การผลิตได้อย่างรวดเร็วเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เพราะการปรับเปลี่ยนแต่ละครั้งต้องจ่ายค่าใช้จ่ายสูง ไม่คุ้มทุน ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถปรับตัวได้

รวดเร็วกว่าในการที่จะสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องรู้จักใช้โอกาสนี้

2. สร้างนวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมในการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ มักมีจุดเริ่มต้นมาจาก นักประดิษฐ์อิสระ และจากกิจการขนาดเล็ก ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ มักจะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งมีพื้นฐานการประดิษฐ์คิดค้น จากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กให้ดีกว่าเดิม และพยายามทำกำไร หรือหาผลตอบแทนจากการลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์ และโรงงาน ผู้ประกอบกิจการขนาดเล็กจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรม หรือสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น รวมทั้งการปรับปรุงของเก่าให้ดีขึ้นด้วย จึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

การจัดการธุรกิจขนาดเล็ก (Hatten, 1997, p. 18) แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าเดิม

2.2 นวัตกรรมบริการ (Service innovation) เสนอบริการที่แตกต่างและดีกว่าเดิม หรือเหนือกว่าคู่แข่ง

2.3 นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) เป็นการคิดค้นกระบวนการใหม่ ๆ ทั้งการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.4 นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Management innovation) เป็นการคิดหาวิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพใหม่ ๆ เพื่อจัดการกับทรัพยากรของกิจการให้ได้ประโยชน์สูงสุด

3. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Close Relationship to Customers) ในเมื่อธุรกิจขนาดเล็กอยู่ใกล้ชิดกับลูกค้า จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และเสนอสินค้าและบริการพิเศษให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

4. ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ (Product Quality) ภายใต้สภาพการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจ วิธีที่จะทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จได้ จะต้องผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับที่ลูกค้า ต้องการในราคาที่เต็มใจจะจ่าย โดยผู้ประกอบการจะต้องรักษาคุณภาพให้มีความสม่ำเสมอ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ และต้องการมากกว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องสร้างคุณภาพในตัวสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน เพราะไม่เพียงแต่ จะรักษาลูกค้าเดิมได้ยังเป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อีกมาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ ถึงสิ่งที่จะทำให้สามารถ ดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้ คือ

1. ขนาดของตลาดมีมากพอที่จะสร้างกำไรได้เพียงใด
2. มีเงินทุนหรือแหล่งเงินทุนเพียงพอเพียงใด

3. สามารถเสาะหาพนักงาน หรือลูกจ้างที่มีประสิทธิภาพได้หรือไม่ รวมถึงรักษา  
ลูกจ้างที่ดีไว้ในองค์กรต่อไปได้อย่างไร

4. มีข้อมูลที่ต้องเชื่อถือได้เพียงใด

## แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

### ความหมายของการบริหารจัดการ

ธุรกิจหรือองค์กร แสดงให้เห็นจากกลุ่มของบุคคลที่มาร่วมกันทำงานด้วยโครงสร้าง  
และการประสานงานเป็นหลักการชัดเจนแน่ชัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามที่  
กำหนดเป้าหมายไว้ (Griffin, 1999, p.6) ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ  
ประกอบด้วย คน (man) เงิน (money) วัสดุคิป์ (material) เครื่องจักร (machine) วิธีการ (method)  
และการบริหาร (management) หรือที่นิยมเรียกกันว่า 6M's

ความหมายของการบริหารจัดการนั้น สามารถจำกัดออกมาตามความเข้าใจได้ โดย คำ  
ว่า “management” อาจแปลว่า การจัดการหรือการบริหารหรือการบริหารจัดการก็ได้ (ศิริวรรณ  
เสวีรัตน์และคณะ, 2543, หน้า 18) ได้รวบรวม ความหมายของคำว่า “การบริหารจัดการ” และ “การ  
จัดการ” ไว้ดังนี้

คำว่า “การบริหาร” (administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนด  
นโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ  
(public administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ และคำว่า “ผู้บริหาร” (administrator) จะ  
หมายถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร (Schermerhorn, 1999,  
p. 2)

การบริหาร คือกลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน (planning) การจัดองค์กร  
(organizing) การสั่งการ (leading/directing) หรือการอำนวยการ และการควบคุม (controlling) ซึ่งจะมี  
ความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร (6M's) เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และด้วย  
จุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิด  
ประสิทธิผลครบถ้วน

คำว่า “การจัดการ” (management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่  
วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (business management) ส่วนคำว่า “ผู้จัดการ” (manager) จะ  
หมายถึงบุคคลในองค์กรซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงาน  
อื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร



สังคม (society) (5) การวางแผน(planning) (6) การจัดองค์การ (organizing) (7) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (staffing) (8) การอำนวยการ(directing) (9) การประสานงาน (coordinating) (10) การรายงาน (reporting) และ (11) งบประมาณ (budgeting) เช่นนี้ เป็นการนำ “กระบวนการบริหาร” หรือ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่า แฟ้มส์-โพสคอร์บ (PAMS-POSDCORB) แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมาย

พร้อมกันนี้อาจให้ความหมายได้อีกว่า การบริหาร หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ของหน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เกี่ยวข้องกับ คน สิ่งของ และหน่วยงาน โดยครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น (1) การบริหารคน (man) (2) การบริหารเงิน (money) (3) การบริหารวัสดุอุปกรณ์ (material) (4) การบริหารงานทั่วไป (management) (5) การบริหารการให้บริการประชาชน (market) (6) การบริหารคุณธรรม (morality) (7) การบริหารข้อมูลข่าวสาร (message) (8) การบริหารเวลา (minute) และ (9) และการบริหารการวัดผล (measurement) เป็นการนำ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่า 9M แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมาย

การให้ความหมายทั้ง 2 ตัวอย่างที่ผ่านมานี้ เป็นการนำหลักวิชาการด้านการบริหาร คือ “กระบวนการบริหาร” และ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” มาใช้เป็นแนวทางหรือกรอบแนวคิดในการให้ความหมายซึ่งน่าจะมีส่วนทำให้การให้ความหมายคำว่า การบริหารครอบคลุมเนื้อหาสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการบริหาร ชัดเจน เข้าใจได้ง่าย เป็นวิชาการ และมีกรอบแนวคิด นอกจาก 2 ตัวอย่างนี้อาจนำปัจจัยอื่นมาใช้เป็นแนวทางในการให้ความหมาย เป็นต้นว่า 3M ซึ่งประกอบด้วย การบริหารคน (man) การบริหารเงิน (money) และการบริหารงานทั่วไป (management) และ 5P ซึ่งประกอบด้วย ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ประหยัด ประสานงาน และ ประชาสัมพันธ์

Simon (1960, p. 74) กล่าวถึงการบริหารว่าหมายถึง กิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

Taylor (1994, p. 97) ให้ความหมายการบริหารไว้ว่า งานบริหารทุกอย่างจำเป็นต้องกระทำโดยมีหลักเกณฑ์ ซึ่งกำหนดจากการวิเคราะห์ศึกษาโดยรอบคอบ ทั้งนี้ เพื่อให้มีวิธีที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตมากยิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์สำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

Drucker (2007, p. 65) กล่าวว่า การบริหาร คือ ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น การทำงานต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปโดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้ทำภายในสภาพองค์การที่กล่าวมานั้น ทรัพยากรด้านบุคคลจะเป็นทรัพยากรหลักขององค์การที่เข้ามา ร่วมกันทำงานในองค์การ คนเหล่านี้

จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุอื่น ๆ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ เงินทุน รวมทั้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้กับสังคม

Koontz and Wehrich (1989, p. 85) ให้ความหมายของการจัดการ หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ เป็นอุปกรณ์การจัดการนั้น

ในอีกแนวหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ (Certo, 2000, p. 555)

คำว่า “การบริหาร” (Administration) และ “การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม ในตำราหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (สุรัสวดี ราชกุลชัย, 2543, หน้า 3)

สรุปได้ว่า การบริหาร และการบริหารจัดการมีแนวคิดมาจากธรรมชาติของมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคมซึ่งจะต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม โดยจะต้องมีผู้นำกลุ่มและมีแนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่มเพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย ซึ่งอาจเรียกว่าผู้บริหารและการบริหาร ตามลำดับ ดังนั้น ที่ใดมีกลุ่มที่นั้นย่อมมีการบริหาร

## แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจค้าของเก่า

### ประวัติความเป็นมาของธุรกิจรับซื้อของเก่า

อาชีพรับซื้อของเก่า เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการหมุนเวียนทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเกิดขึ้นจากชาวจีนที่เล็งเห็นคุณค่าของ “ของเก่า” เนื่องจากสภาวะแวดล้อมขาดแคลนมาตั้งแต่สมัยอยู่ในแผ่นดินเกิด จึงได้คิดหาช่องทางนำของเก่าที่ใช้แล้วกลับมาใช้ประโยชน์อีก แนวความคิดการนำของเก่ามาใช้ใหม่นี้ จึงเชื่อว่าน่าจะเกิดขึ้นในประเทศที่ยากจนและมีประชากรมาก เช่น จีน อินเดีย ซึ่งไม่มีเทคโนโลยีในการค้นหาและนำทรัพยากรแร่ธาตุใหม่มาลงใช้อย่างเหลือเฟือ จึงเห็นคุณค่าของทรัพยากรที่ถูกนำไปใช้แล้วและไม่ยอมให้ทิ้งขว้างไปโดยง่าย จึงพยายามหาหนทางนำกลับมาใช้ใหม่ โดยการรด หลอมแล้วทำขึ้นใหม่ เช่น แก้ว เป็นที่สันนิษฐานกันว่า การนำทรัพยากรกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่นี้ น่าจะเกิดขึ้นหลังยุคที่มีการนำโลหะมาใช้ใหม่และเทคโนโลยี



การหลอมหล่อโลหะเป็นที่รู้จักกันแล้วเมื่อ 6,000 - 7,000 ปี (สมไทย วงษ์เจริญ และคณะ, 2544, หน้า 3)

สำหรับเรื่องของธุรกิจค้าของเก่าในประเทศไทย สมไทย วงษ์เจริญ ได้ศึกษาไว้ว่า เคยมีผู้เล่าให้ฟังปะติดปะต่อน่าเชื่อถือได้ว่า คงเกิดขึ้นสมัยรัชกาลที่ 5 ของรัตน โกสินทร์ นับย้อนไปประมาณ 100 กว่าปีที่แล้ว ด้วยเหตุผลที่ค้นคว้าได้ควรจะเป็นการริเริ่มก่อนสหรัฐอเมริกา สินค้าส่วนใหญ่จะทำการเลือกซื้อบรรดาของเก่าที่มีค่าเป็นหลักและอาศัยเฉพาะเส้นทางในการขนส่งสินค้าทางเรือ หัวเมืองที่ประกอบอาชีพนี้ได้จึงต้องมีเส้นทางเดินเรือเท่านั้น โดยวิธีการขนส่งขึ้นเรือมอญแล้วไปถ่ายสินค้าตรงทำน้ำตลาคน้อย ตรงจุดนี้ถือว่าตลาคน้อยเป็นแหล่งใหญ่ที่สุดของธุรกิจประเภทนี้ในยุคนั้นและสันนิษฐานกันว่าผู้คุมการค้าของเก่าสมัยนั้นจะได้แก่ บุคคลในตระกูลแซ่ลิ้ม

ผ่านมาจนยุคกลาง งานค้าของเก่ากลายเป็นเรื่องของเจ้ายุทธจักร ได้มีระบบผูกขาดเกิดขึ้น เป็นช่วงที่มีมาเฟียเข้าครอบงำวงการ ใช้ทั้งอำนาจและอิทธิพลมืดเป็นความพยายามกีดกันห้ามคนภายนอกเข้ามายุ่งเกี่ยวกับ

ปัจจุบันถือเป็นยุคตลาคเสรี มีตัวแปรทั้งระบบการคมนาคม การสื่อสารพัฒนามากขึ้น ผู้คนมีการศึกษาและรู้ว่าของเก่าหรือขณะนั้นเป็นงาน ในกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ (recycle) มากขึ้น

### **กลไก/ขั้นตอนการเรียกคืนวัสดุเหลือใช้ นำกลับไปใช้ใหม่**

ปัจจุบันประเทศไทยมีการเก็บเศษวัสดุผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ แล้วนำมาใช้ใหม่ได้ทุกประเภท โดยการเรียกเก็บวัสดุจากองค์การที่ตั้งขึ้นโดยภาคเอกชน ได้แก่ รถรับซื้อของเก่า ยี่เป็ดซาปั๋ว เอเยนต์และ โรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นองค์การที่จัดตั้งขึ้น โดยภาคเอกชนและดำเนินการในรูปแบบธุรกิจ วัสดุที่มีการนำมาใช้ใหม่ประกอบด้วย กระดาษ ขวดแก้ว เหล็ก อลูมิเนียม ยางและพลาสติก ในสภาวะปัจจุบันพบว่าวัสดุดังกล่าวมีอัตราการนำกลับมาใช้ใหม่ร้อยละ 10-40 และมีการนำเข้าจากต่างประเทศด้วย แสดงให้เห็นว่า วัสดุที่จะนำมาใช้ใหม่นั้นยังไม่เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศ ซึ่ง พิชัย ศรีมันตะ และ วิริยาภรณ์ ศรีประทุม (2547, หน้า 25) ได้ทำการสรุปเกี่ยวกับปริมาณของวัสดุเหลือใช้ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยดังนี้

กระดาษที่ใช้ประมาณ 2.07 ล้านตัน ในปัจจุบันสามารถเก็บรวบรวมนำมาใช้ใหม่ได้โดยเฉลี่ยร้อยละ 32.81 ของปริมาณกระดาษที่ใช้ทั้งสิ้นหรือปีละ 676 พันตัน และมีแนวโน้มสูงขึ้นเนื่องจากปริมาณการใช้กระดาษมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์จากกระดาษและบรรจุภัณฑ์กระดาษที่สามารถเรียกคืนนำกลับมาใช้ใหม่ประกอบด้วย ถุงกระดาษ หนังสือเล่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร กระดาษเขียน โปสเตอร์ ราคาของกระดาษในแต่ละประเภทที่รับซื้อจะแตกต่างกัน แต่ละประเภท คุณภาพการป่นเปื้อน ภาวะราคาซื้อกระดาษใหม่

การบริโภคขวดแก้วในประเทศไทยปีละประมาณ 827 พันตัน แยกเป็นบริโภคในครัวเรือน ร้านค้า สำนักงาน และแหล่งอื่นๆ ผู้บริโภคเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ที่บรรจุด้วยขวดแก้วบางชนิด เช่น น้ำอัดลม น้ำดื่มต้องจ่ายค่ามัดจำขวดต่างๆ เหล่านี้จะถูกเก็บคืนไปยังบริษัทผู้ผลิต เพื่อนำไปเป็นบรรจุภัณฑ์ใหม่ต่อไป จากสถิติการเก็บคืนขวดที่นำกลับไปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ 155 พันตัน อีกส่วนหนึ่งเมื่อซื้อสินค้าที่บรรจุด้วยแก้วและนำไปบริโภคเรียบร้อยแล้วก็จะทิ้งในรูปของขยะหรือจำหน่ายให้รถเร่รับซื้อของเก่า เมื่อรถเร่รับซื้อของเก่า และคนค้าขยะเก็บรวบรวมขวดได้แล้วก็จะนำไปจำหน่ายที่ยี่ป้าและซาปั๋ว ซึ่งทั้งยี่ป้าและซาปั๋วจะนำไปจำหน่ายให้แก่เอเยนต์รายใหญ่ เอเยนต์จะส่งเศษแก้วออกจำหน่ายไปยังต่างประเทศ 2,413 ตันและส่วนที่เหลือ 283 พันตัน ส่งโรงงานผลิตแก้วในประเทศเพื่อหลอมแก้วออกมาใช้ใหม่ แต่เนื่องจากปริมาณเศษแก้วยังไม่เพียงพอ จึงต้องนำเศษแก้วเข้าประเทศถึง 883 ตัน

การบริโภคเหล็กในประเทศไทยมีประมาณ 15,091 พันตัน บริโภคในครัวเรือน สำนักงาน ธุรกิจ ธุรกิจก่อสร้าง ร้านค้าและแหล่งอื่นๆ เหล็กที่บริโภคอยู่ในรูปของบรรจุภัณฑ์ในรูปของกระป๋องเหล็ก เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์เหล็ก เหล็กเส้น เหล็กแผ่น ท่อเหล็ก เหล็กรูปพรรณอื่นๆ เหล็กที่ผลิตออกใช้มิได้นำมาใช้ใหม่ได้ทันที แต่มีบางส่วนที่ใช้คงทน ใช้ได้หลายปีและไม่ได้นำกลับมาใช้ใหม่ประมาณปีละ 13,252 พันตัน อีกส่วนหนึ่งได้ใช้แล้วทิ้งในรูปของขยะ โดยขายให้ซาปั๋วและรถเร่รับซื้อของเก่าและขายส่งต่อ ไปยังยี่ป้าและเอเยนต์ประมาณ 1,839 พันตัน ในจำนวนนี้ส่งออกในรูปเศษเหล็ก 48 พันตันและที่เหลืออีก 1,793 พันตัน ส่งโรงงานหลอมเหล็กที่นำกลับมาใช้ใหม่

ประเทศไทยมีการผลิตอลูมิเนียมประมาณปีละ 173 พันตัน และใช้บริโภคในประเทศประมาณ 398,021 ตัน ผู้บริโภคอลูมิเนียม ได้แก่ ครัวเรือน สำนักงานธุรกิจ ธุรกิจก่อสร้าง และแหล่งอื่นๆ อลูมิเนียมที่บริโภคอยู่ในรูปแบบของอลูมิเนียมแผ่น อลูมิเนียมแท่ง อลูมิเนียมเส้น สายไฟอลูมิเนียม อลูมิเนียมฟอยล์ อลูมิเนียมที่ผลิตออกใช้มิได้นำกลับมาใช้ใหม่ทันที แต่มีบางส่วนที่ใช้คงทน ใช้ได้หลายปีและไม่ได้นำกลับไปใช้ใหม่ประมาณปีละ 35 พันตัน อีกส่วนหนึ่งได้ใช้แล้วทิ้งในรูปของขยะ และขายให้กับรถเร่รับซื้อของเก่าและคนค้าขยะจะส่งออกต่อไปยังยี่ป้า ยี่ป้าจะส่งจำหน่ายเอเยนต์และเอเยนต์จะส่งไปจำหน่ายยังโรงงานหลอมอลูมิเนียมอีกทอดหนึ่ง สำหรับประเทศไทยยังต้องการเศษอลูมิเนียมเข้ามาใช้อีกจำนวนมาก เนื่องจากปริมาณอลูมิเนียมที่นำกลับมาใช้ใหม่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการและยังต้องสั่งนำเข้าเศษอลูมิเนียมจากต่างประเทศมาผ่านกระบวนการใช้ใหม่ด้วย

การบริโภคยางรถยนต์พาหนะ จำนวนปีละ 6,102 พันตัน ประกอบด้วย ยางรถยนต์ ยางรถจักรยาน ยางรถจักรยานยนต์ ยางรองยางใน ยางรถบรรทุก และยางรถขนาดใหญ่ ผู้บริโภคยาง

ประกอบด้วย คริวเรือน สำนักงานธุรกิจ ร้านจำหน่ายยาง และแหล่งอื่น ๆ เช่น โรงงานประกอบรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น ยางรถยนต์ที่ใช้แล้วส่วนหนึ่งจะนำไปใช้ซ้ำ หรือนำกลับมาใช้ใหม่ประมาณปีละ 120 พันตัน อีกส่วนหนึ่งไปใช้ใหม่โดยจำหน่ายผ่านยี่ปู้วและเอเยนต์ ก่อนถูกส่งต่อไปยังโรงงานหล่อดอกและทำยางใหม่จำนวน 1,803 พันเส้น และอีกส่วนหนึ่งนำไปผลิตเป็นสินค้าอื่น ๆ

การบริโภคพลาสติกมีมากทั้งในรูปของภาชนะพลาสติก บรรจุภัณฑ์พลาสติก เครื่องครัว เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ประกอบเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ผู้บริโภคมีทั้ง คริวเรือน สำนักงานธุรกิจ ร้านอาหารและแหล่งอื่น ๆ ปริมาณการใช้ในปีหนึ่ง ๆ ประมาณ 1.36 ล้านตัน พลาสติกเหล่านี้เมื่อคริวเรือนใช้แล้วก็ทิ้งในกองขยะหรือขายให้แก่รถเร่รับซื้อของเก่า คนกู้ขยะและรถเร่รับซื้อของเก่าจะนำไปจำหน่ายให้ยี่ปู้วและซาปู้ว ยี่ปู้วและซาปู้วจะส่งจำหน่ายต่อไปให้แก่เอเยนต์และส่งไปโรงงานหลอมพลาสติกอีกทอดหนึ่ง อย่างไรก็ตามปริมาณเศษพลาสติกที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ยังมีจำนวนไม่เพียงพอและยังต้องการส่งนำเข้าจากต่างประเทศผ่านกระบวนการใช้ใหม่อีกเป็นจำนวนมาก

#### **ลักษณะการประกอบธุรกิจค้าของเก่า**

สมบูรณ์ โสภณเกียรติกุล (2545, หน้า 8) ได้สรุปลักษณะการประกอบธุรกิจค้าของเก่าโดยประเภทของเก่าที่ซื้อขาย ได้แก่ กระจาด แก้ว โลหะ พลาสติกและอื่น ๆ ดังนี้

#### **ของเก่าประเภทกระจาด**

ขยะประเภทกระจาดที่รับซื้อแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้ กระจาดหนังสือ (หนังสือเล่ม) กระจาดปอนด์ขาว-ดำ กระจาดสมุดนักเรียน กระจาดแข็งกล่องน้ำตาล กระจาดสี กระจาดกล่องรองเท้า กระจาดตัดย่อย กระจาดถุงปูน กระจาดหนังสือพิมพ์ กระจาดย่อยโรงพิมพ์ กระจาดขาวดำและกระจาดคอมพิวเตอร์

กระจาดที่กล่าวถึงข้างต้น เป็นกระจาดที่โรงงานที่ผลิตเชื้อกระจาดรับซื้อ เพื่อเป็นวัตถุดิบ แต่มีกระจาดบางประเภทที่ไม่ได้รับซื้อ เช่น กระจาดที่เคลือบด้วยพลาสติก โดยมีรายละเอียดหลายชนิด กระจาดห่อของขวัญ กล่องนม กระจาดเปื้อนน้ำมันเครื่อง และกระจาดที่ทำมาจากฟาง เช่น กล่องกระจาดที่บรรจุแอปเปิ้ลบางชนิดที่นำเข้ามาจากประเทศจีน กระจาดที่รับซื้อจะนำมาแยกเป็นแต่ละประเภท และนำเข้าเครื่องอัดกระจาด โดยอัดกระจาดเป็นก้อนสี่เหลี่ยม มีน้ำหนักมาก ทำให้สะดวกต่อการขนส่งเข้าโรงงานอุตสาหกรรม โรงงานอุตสาหกรรมที่รับซื้อ เช่น โรงงานสยามครีฟท์ จังหวัดกาญจนบุรี โรงงานเอเชียครีฟท์ โรงงานกระจาดปัญญาพล ฯลฯ

## ของเก่าประเภทแก้ว

ของเก่าประเภทแก้วที่รับซื้อส่วนใหญ่จะเป็นประเภทขวด โดยแบ่งออกเป็นขวดแก้วดี และขวดแก้วแตก

ขวดแก้วดี จะถูกแยกชนิดและประเภทที่บรรจุสินค้า เช่น ขวดแม่โจง ขวดน้ำปลา ขวดซอส ขวดโค้กวันเวย์ ขวดเหล่านี้นหากไม่แตกบิ่นเสียหายจะถูกส่งกลับเข้าโรงงานที่ขายสินค้าเพื่อนำไปใช้ใหม่

ขวดแก้วแตก เป็นขวดที่แตกหักชำรุดเสียหาย เศษขวดแตกจะต้องคัดแยกสีเป็นขวดแก้วใส ขวดแก้วสีเขียวและขวดแก้วสีเขียว

ประเภทขวดแก้วที่รับซื้อ ได้แก่ ขวดแม่โจง ขวดเบียร์ช้าง ขวดเบียร์สิงห์ ขวดน้ำปลา ขวดไฮเนเก้นใหญ่ ขวดคลอสเตอร์ ขวดแสงทิพย์กลม ขวดแบล็กแคท ขวดแสงทิพย์แบน ขวดภูเขา ขวดแบนใหญ่ และขวดแบนเล็ก

### โรงงานที่รับซื้อ

เศษแก้ว บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด

ขวดดี โรงงานที่เป็นเจ้าของขวดต่าง ๆ เหล่านี้

## ของเก่าประเภทโลหะ

เศษโลหะแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

### เศษเหล็ก

โลหะที่ใช้กันมากที่สุด ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมทั้งเครื่องใช้ในบ้าน ก็คือ เหล็ก อุตสาหกรรมนำเหล็กเก่ามาใช้ใหม่เพื่อลดต้นทุนการผลิต จึงมีมานานแล้ว เศษเหล็กที่จะนำส่งเข้าโรงงานเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบ ถ้ามีขนาดใหญ่จะต้องตัดทอนให้สั้น มีความยาวไม่เกิน 80-120 เซนติเมตร ตามที่โรงงานกำหนดเพื่อความสะดวกในการขนส่งและการใช้แม่เหล็กขนาดใหญ่ดูดลงเตาหลอมละลาย เศษเหล็กที่จะนำส่งเข้าโรงงานยังมีข้อกำหนดห้ามมีสิ่งเจือปนดังต่อไปนี้

1. ไขมันหรือไขมันในน้ำมันและเป็นระบบสุญญากาศ
2. ถังลม ถังแก๊ส
3. วัตถุระเบิด หัวกระสุน หัวระเบิดต่าง ๆ
4. เศษยางล้อรถ เศษพลาสติก
5. แท่งโคบอลต์ กัมมันตภาพรังสี วัตถุต้องห้ามเด็ดขาดอันตราย

สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เมื่อปนเข้าไปในเตาหลอมละลาย จะทำให้เกิดการระเบิดอย่างรุนแรง ทำให้เตาหลอมละลายเกิดความเสียหายได้ เศษยางจะทำให้คุณภาพของน้ำเหล็กที่หลอมออกมาจาก

คุณภาพ วิธีการจัดการกับสิ่งเจือปนเหล็กเหล่านี้ เช่น ไซค์อ็อป ถังลม ต้องตัดให้ขาดออกจากกันเป็น 2 ท่อน แล้วเทน้ำมันออกจึงสามารถส่งเข้าโรงงานได้

ประเภทของเศษเหล็ก ได้แก่ เศษเหล็กเหนียว เศษเหล็กหล่อ เศษเหล็กรูปพรรณ และ เศษเหล็กอื่นๆ

#### **เหล็กเหนียว**

เป็นเหล็กที่บดงอได้ สามารถใช้แก๊สออกซิเจนตัดเป็นชิ้นสั้นได้ พับได้ง่าย ทิ้งลงบนพื้น มีเสียงดังกังวาน ประกอบด้วยชนิดของเหล็กต่างๆ ดังนี้

1. เหล็กหนา คือ ประเภทเฟือง นอต แผ่นหน้าตัดไฟ คัชชีรด อุปกรณ์อะไหล่รถ อุปกรณ์เครื่องจักร เศษเหล็กเส้นที่มีขนาดตั้งแต่ 9 มิลลิเมตรขึ้นไป หรือเศษเหล็กอื่นที่มีความหนา ตั้งแต่ 9 มิลลิเมตรขึ้นไป

2. เศษเหล็กย่อย หรือ เหล็กบาง คือ ขาเก้าอี้ วงล้อจักรยาน ตะแกรง ท่อไอเสีย กระจับกรรวยนต้อปค้อพ หัวรถถัง ถังกลลอนน้ำมัน ถังสี ท่อบาง เป็นเหล็กที่มีความหนาตั้งแต่ 6 มิลลิเมตร ลงมา

#### **เหล็กหล่อ**

มีลักษณะของเนื้อเหล็กกรอบ ทบแตกได้ง่าย รอยที่แตกจากกันเป็นเนื้อหยาบ ทิ้งลงกับพื้นหรือเคาะดูเป็นเสียงทึบ เหล็กหล่อ ใช้แก๊สออกซิเจนตัดไม่ได้ ประกอบด้วยชนิดของเหล็กต่างๆ ดังนี้

1. ขนาดเล็กที่พร้อมจะลงเตาหลอมได้ เช่น ปลูกลูกสูบรถยนต์ ป้อน้ำ ข้อต่อวาล์ว โมเหล็กขนาดเล็ก หรือเฟืองบางชนิดเล็ก ๆ หรือ เหล็กหล่อที่มีขนาดกว้างยาวไม่เกิน 30 เซนติเมตร

2. เหล็กหล่อชิ้นใหญ่ เช่น เสื้อสูบรถยนต์ 6 สูบ 8 สูบ 12 สูบ เครื่องเสื่อเกียร์ เหล็กหล่อเหล่านี้ต้องนำมาทุบให้เป็นชิ้นเล็กเสียก่อน จึงจะส่งเข้าโรงหลอมได้

#### **เศษเหล็กรูปพรรณ**

เป็นประเภทเหล็กเหนียวที่ยังพอใช้งานได้ สามารถนำไปใช้งานได้เลย เช่น เหล็กฉากที่มีความยาวตั้งแต่ 1 เมตรขึ้นไปทุกขนาด เหล็กตัวซี เหล็กแป๊บกลมดำ แป๊บประปา ก่องเหล็กที่มีความยาวตั้งแต่ 2 เมตรขึ้นไป เหล็กเพลาทุกขนาด เผลาจากเครื่องมือบางชนิดในการเกษตร เผลาข้างรถยนต์ เหล่านี้สามารถนำไปขายได้ในราคาที่ต่ำกว่าของใหม่ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์

#### **เศษเหล็กอื่นๆ**

เหล็กแมงกานีส มีลักษณะทิ้งเสียงดังกังวาน แม่เหล็กดูดไม่ติด สังกะสีนอกส่วนใหญ่เป็นเครื่องมือที่ต้องใช้ในงานที่ทนต่อการเสียดสีสูง เช่น อุปกรณ์ในเครื่องมือหินในเหมืองแร่ อุปกรณ์อะไหล่แทรกเตอร์บางชนิด เครื่องจักรหนักในการบด เช่น ในโรงงานปูนซีเมนต์

เหล็กชีสแลคค์ เป็นขี้เหล็กที่ได้จากการหลอมเหล็กต่างๆ และเศษจากการตัดเหล็กหนา เหล็กประเภทนี้ไม่รับซื้อ

แร่เหล็ก มีลักษณะเหมือนก้อนหิน แม่เหล็กดูดติด ประเภทนี้ไม่รับซื้อ

เหล็กซีกกิ่ง เป็นเศษเหลือจากการกลึงเพลาน็อตต่าง ๆ เหล็กชนิดนี้จะต้องนำมาอัดเป็นก้อน ก้อนละประมาณ 50 x 50 เซนติเมตร

เหล็กสังกะสี กระจบอง ปิป เหล็กประเภทนี้ต้องนำมาอัดเป็นก้อนขนาด ก้อนละประมาณ 50 x 50 เซนติเมตร เพื่อส่งเข้าโรงงานเหล็กชนิดนี้ขายค่อนข้างยาก โรงงานต้องการไม่มาก

เศษเหล็กต่าง ๆ ดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นที่ต้องการอย่างมากของโรงงานเตาหลอม เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่หายากขึ้นทุกวัน ประกอบกับเศษโลหะดังกล่าวเริ่มมีปริมาณน้อยลง เนื่องจากสาเหตุหลายประการ เช่น

1. มีการนำเศษเหล็กออกไปขายให้กับต่างประเทศและ โรงงานเตาหลอมภายในประเทศมีจำนวนมากขึ้น

2. มีความต้องการใช้เศษเหล็กเพื่อเป็นวัตถุดิบในการนำไปผลิตเป็นเหล็กเส้นก่อสร้าง เหล็กแผ่น เหล็กรงน้ำ ซึ่งเหล็กต่างๆ นี้เป็นที่ต้องการของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

โรงหลอมเหล็กต้องการเศษเหล็ก เพราะเป็นวัตถุดิบที่มีราคาต่ำ ใช้พลังงานในการหลอมต่ำกว่าการนำแร่เหล็กมาถลุง

### **อลูมิเนียม**

เป็นโลหะที่มีสีขาวคล้ายเงิน น้ำหนักเบา มีคุณสมบัติที่อ่อนตัว สามารถทำเป็นรูปร่างต่างๆ ในการผลิตได้ ในการผลิตอลูมิเนียมเป็นภาชนะที่สามารถซึมซับความเย็นได้อย่างรวดเร็ว จึงนิยมนำมาผลิตเป็นกระป๋องบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม เช่น น้ำอัดลม เบียร์ โซดา ถาดใส่อาหาร ภาชนะในครัวเรือน กระป๋องอลูมิเนียมทุกใบสามารถส่งกลับเข้าโรงงานเพื่อนำไปผลิตเป็นกระป๋องใหม่ได้

อลูมิเนียมจะแยกเป็นชนิดหนาและชนิดบาง อลูมิเนียมฉากหรือพวกกรอบมุ้งลวด มีราคา กิโลกรัมละ 40 บาท อลูมิเนียมประเภทกระป๋องน้ำอัดลม ราคา กิโลกรัมละ 24 บาท ในปัจจุบันผู้ประกอบการที่ดำเนินเกี่ยวกับการผลิตอะลูมิเนียมกลับมาใช้ใหม่ เช่น บริษัท สยามรีไซเคิล จำกัด ซึ่งได้จัดทำโครงการนำกระป๋องกลับมาใช้ใหม่ โดยใช้เครื่องจักรในการรวบรวมกระป๋องที่มีชื่อว่า Lucky Can ซึ่งประสบความสำเร็จพอสมควร

ถกถล ฌนเลศลลลล (2548) กล่าวถึงอลูมิเนียมว่าเป็นโลหะที่มีความสำคัญในกระบวนการผลิตสินค้าบริโภคอุปโภคที่สำคัญหลายชนิด เช่น กระป๋องบรรจุเครื่องดื่ม อุปกรณ์ไฟฟ้า ชิ้นส่วน

ยานยนต์ และคอมพิวเตอร์ ฯลฯ มีปริมาณการใช้เฉลี่ยปีละประมาณ 30,000 ตัน ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการใช้ลูมิเนียมสูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากในประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตอลูมิเนียมบริสุทธิ์ได้เอง แต่จากปริมาณทั้งหมดนี้ ส่วนหนึ่งได้มาจากการนำเศษ Scrap ภายในประเทศมารีไซเคิลด้วยประมาณ 15,000 - 18,000 ตัน/เดือน เฉพาะการใช้งานเป็นวัตถุดิบสำหรับโรงงานผลิตกระป๋องประมาณ 4.5 แสน กิโลกรัม/เดือนหรือคิดเป็น 30 ล้านกระป๋อง

#### **สแตนเลส**

สแตนเลสหรือเหล็กกล้าไร้สนิม เป็นศัพท์ทั่วไปที่ใช้เรียกเหล็กในกลุ่มที่มีความต้านทานการกัดกร่อน เป็นโลหะที่มีราคาดี สามารถนำไปหลอมใหม่ได้ กำเนิดขึ้นในปี ค.ศ. 1903 เมื่อนักโลหะวิทยาพบว่า การเติมโครเมียมลงในเหล็กกล้าธรรมดาทำให้เหล็กมีความต้านทานการเกิดสนิมได้ นิยมนำมาผลิตเป็นเครื่องครัว ถึงใส่เคมีภัณฑ์ ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร อุปกรณ์การเกษตร อุปกรณ์ตกแต่งภายใน-ภายนอกอาคาร และท่อไอเสียรถยนต์ (วิกิพีเดีย, 2553)

สแตนเลสจะแยกออกเป็นหลายเกรด เช่น 202, 304, 310, 316 และ 430 และแยกเป็นชนิดหนา ชนิดบางและเศษขี้กิ้ง ราคาเศษแต่ละเกรดจะแตกต่างกัน

#### **ทองเหลือง**

เป็นโลหะที่มีราคาดี สามารถนำไปหลอมใช้ใหม่ โดยทำเป็นพระพุทธรูป ระฆัง อุปกรณ์สุขภัณฑ์ต่าง ๆ จนถึงใบพัดเรือเดินทะเลขนาดใหญ่

ปลอกกระสุนปืน เป็นทองเหลืองหนา

หม้อน้ำรถยนต์ เป็นทองเหลืองบาง

อุปกรณ์ประกอบสายไฟแรงสูง เป็นทองเหลืองหนา

ก๊อคน้ำประปา เป็นทองเหลืองหนา

#### **ของเก่าประเภทพลาสติก**

พลาสติกเป็นสารพอลิเมอร์สังเคราะห์ที่เป็นผลพลอยได้จากการกลั่นน้ำมัน ขยะพลาสติกแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. เทอร์โมเซตติง (Thermosetting) พลาสติกชนิดนี้นำไปหลอมละลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เช่น พลาสติกชนิดยูเรีย เมลามีน อีพอกซี

2. เทอร์โมพลาสติก (Thermoplastic) พลาสติกชนิดนี้สามารถนำกลับมาหลอมใช้ใหม่ได้อีก เช่น ไนลอน โพลีเอทิลีน โพลีโพรพิลีน โพลิสไตรีน เอบีเอส โพลีเอสเตอร์ พีวีซี

พลาสติกเก่า มาจากพลาสติกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน โรงงานอุตสาหกรรมทั่วไปที่ทิ้งกับถังขยะ และรถเก็บขยะนำไปขายกับร้านรับซื้อของเก่า หรือตามครัวเรือนหรือโรงงาน

รวบรวมเอาไปขายเอง หรือเอามาขายกับรถซาเล้งและทุก ๆ จุดมุ่งสู่ร้านรับซื้อของเก่าทั่วไป ซึ่งร้านรับซื้อของเก่าเป็นผู้รวบรวมนำพลาสติกดังกล่าวส่งขายให้กับ โรงงานผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล

การคัดแยกพลาสติก ทำโดยนำมาแยกสี แยกเกรด บางชนิดติดโลหะมาก็ต้องแกะออก ตัดอลูมิเนียมฟอยล์ที่ติดมากับฝาขวดออก ดึงฉลากข้างขวดออก และตัวอย่างภาชนะพลาสติกที่รับซื้อ ได้แก่ ขวดเป๊ปซี่ (ขวดลิตร) ใช้ได้เฉพาะตัวขวด ก้นขวดต้องแกะออก ขวดที่ใช้ใส่น้ำดื่ม น้ำยาทำความสะอาด โลชั่น แชมพู ขวด PVC ซึ่งใส่น้ำมันพืชบางยี่ห้อที่มีลักษณะใส แก้วน้ำพลาสติกหรือถ้วยไอศกรีม จุกน้ำปลาที่ติดมากับขวดน้ำปลา ขวดยาสูบ ของเล่นเด็กพลาสติกทุกชนิด ท่อเอสลอน PVC สีฟ้า สีเหลือง สีเทา และขวดยาสระผมชั้นซิล ขวดครีม nivea

ตัวอย่างพลาสติกที่รับซื้อ ได้แก่ พลาสติกรวม พลาสติกขวดน้ำใส จุกขวดน้ำปลา และท่อเอสลอนสีฟ้า สีเหลือง

#### **ของเก่าประเภทอื่น ๆ**

ของเก่าประเภทอื่นที่น่าสนใจก็คือ

กากมะพร้าวและเนื้อมะพร้าว เป็นวัตถุดิบส่งเข้าโรงงานสกัดน้ำมันเพื่อไปผลิตเป็นสบู่ กากที่เหลือเป็นส่วนผสมของอาหารสัตว์

ที่นอนที่ทำจากนุ่น นุ่นเก่าสามารถนำกลับมาใช้ใหม่โดยผสมกับนุ่นใหม่拿去ทำฟูกนอน หมอน ตุ๊กตา

แบตเตอรี่ ส่งเข้าโรงงานหลอมละลายเพื่อทำเป็นตะกั่วแท่งและนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่หรือทำเป็นแบตเตอรี่ใหม่

#### **ประเภทของผู้ประกอบการธุรกิจค้าของเก่า**

พิชัย ศรีมันตะ และ วิริยาภรณ์ ศรีประทุม (2547, หน้า 7) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการธุรกิจค้าของเก่าว่า ในการรับซื้อของเก่ามีการดำเนินการโดยบุคคลหรือหน่วยงาน 5 กลุ่ม ดังนี้

1. ร้านรับซื้อของเสียจากรายย่อย จะตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทิ้งขยะมูลฝอย ทำการรับซื้อวัสดุที่คัดแยกได้จากกองขยะมูลฝอย โดยรับซื้อจากเจ้าหน้าที่เก็บขยะและผู้ซุกขยะมูลฝอย

2. สามล้อรับซื้อวัสดุเหลือใช้ตามบ้าน จะรับซื้อวัสดุเหลือใช้ตามบ้านเรือนแล้วนำมาขายต่อยังร้านรับซื้อของเก่าต่อไป

3. ร้านรับซื้อของเก่า ซึ่งจดทะเบียนการค้าถูกต้องตามกฎหมาย จะรับซื้อวัสดุเหลือใช้ต่อจากสามล้อรับซื้อวัสดุเหลือใช้และผู้ซุกขยะมูลฝอยตามถังรองรับขยะมูลฝอย ข้างถนน ทำการปรับปรุงคุณภาพวัสดุเหลือใช้เล็กน้อย เช่น ล้างขวด แยกกระดาษเป็นหมวดหมู่ ทำความสะอาดพลาสติก แล้วแยกเป็นหมวดหมู่ รวมทั้งจัดการเศษโลหะให้เป็นระเบียบรอการขายต่อไป



4. พ่อค้ารับซื้อของเก่ารายใหม่ จะทำสัญญากับโรงงานอุตสาหกรรม ในการจัดหาขวด แก้ว กระจก พลาสติก โลหะ และอื่น ๆ ตามปริมาณ ชนิดและคุณภาพตามที่โรงงานอุตสาหกรรม ต้องการจะกว้านซื้อวัสดุคงคลังจากร้านรับซื้อของเสียรายย่อย และร้านรับซื้อของเก่า พร้อมทั้งการ ปรับปรุงคุณภาพวัสดุนั้น ๆ จนได้ปริมาณ ชนิด และคุณภาพตามต้องการแล้วจัดส่งไปให้โรงงาน อุตสาหกรรม

5. โรงงานอุตสาหกรรม จะทำการรับซื้อวัสดุเหลือใช้มาเป็นวัตถุดิบ ในการผลิตสินค้า และเมื่อเกิดของเสียจากขบวนการผลิตรวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานตามต้องการ โรงงานก็จะ นำของเสียมาใช้ประโยชน์ใหม่ในโรงงานหรือขายต่อไปยังโรงงานอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่สามารถใช้ ประโยชน์ในของเสียดังกล่าวได้

รูปแบบการจัดการขยะโดยชุมชนปัจจุบันจำแนกได้ 5 ประเภท ประกอบด้วย กลุ่ม ชนแล้งอิสระ กลุ่มส่งเสริมการพัฒนา กลุ่มขยะแลกไข่ กลุ่มธนาคารขยะ และกลุ่มธุรกิจอิสระ ดังนี้

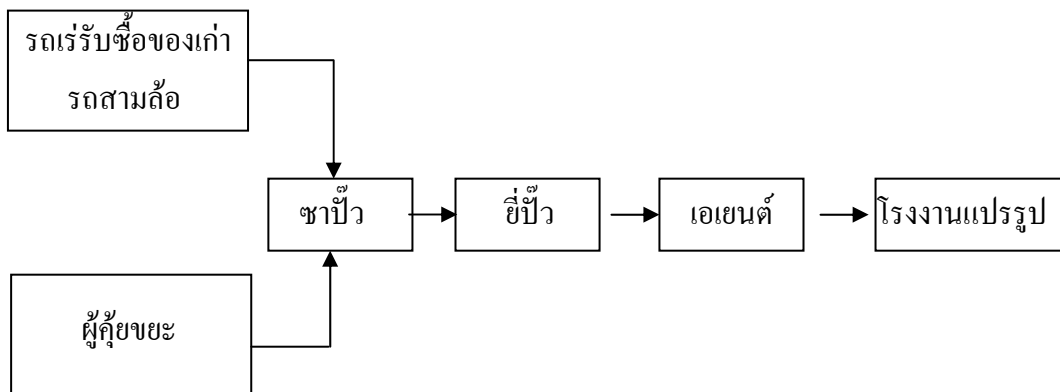
กลุ่มชนแล้งอิสระ จะเน้นเรื่องการประกอบอาชีพ กลุ่มนี้จะไม่เน้นการณรงค์คัดแยกขยะ และยังขาดการรวมตัว เนื่องจากต่างคนต่างทำ ขาดความสัมพันธ์กับชุมชน ตัวอย่างเช่น กลุ่มชนแล้ง ชุมชนเสียใหญ่อุทิสหรือชนแล้งทั่วไป

กลุ่มส่งเสริมการพัฒนา เน้นการทำธุรกิจชุมชนที่สัมพันธ์กับอาชีพเดิมของสมาชิก ชุมชน (เก็บขยะขาย) และยังใช้การทำธุรกิจชุมชนนี้ควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชนด้านต่าง ๆ เช่น การออมทรัพย์สวัสดิการชุมชน ฯลฯ ตัวอย่างของกลุ่มนี้ได้แก่ กลุ่มคนกับล้อ จังหวัดอุบลราชธานี ชนแล้งพวงสะอาด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

กลุ่มขยะแลกไข่ มีการส่งเสริมให้ชุมชนรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยใช้เทคนิคเป็น รูปธรรม คือ นำขยะจากบ้านไปแลกไข่ไก่ ปัจจุบันกำลังพัฒนาไปสู่ธุรกิจชุมชนมากขึ้น เช่น กลุ่ม ขยะแลกไข่คลองเตย และชุมชนเครือข่ายอีกประมาณ 30 ชุมชนทั่วประเทศ

นอกจากเทคนิคการแลกไข่แล้ว ยังมีการออมขยะอีกด้วย ในกลุ่มธนาคารขยะจะเน้น การรณรงค์ให้มีการคัดแยกขยะจากบ้านนำไปฝากธนาคารขยะไว้ โดยสามารถเบิกออกมาใช้เป็นตัว เงิน กลุ่มนี้ได้รับการสนับสนุน โดยเทศบาลต่างๆ ผ่านไปทางโรงเรียนของเทศบาล รณรงค์ให้เด็ก และผู้ปกครองช่วยกันคัดแยกขยะจากบ้าน

กลุ่มธุรกิจอิสระ ได้แก่ ร้านรับซื้อของเก่าทั้งหลาย ที่ผ่านมาร้านเหล่านี้ยังมีลักษณะต่าง คนต่างทำ ขาดความสัมพันธ์กับชุมชน แต่ปัจจุบันเริ่มเข้าหาชุมชนมากขึ้น เช่น กลุ่มวงษ์พาณิชย์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 กระบวนการรับซื้อของเก่าหรือวัสดุเหลือใช้

ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ, 2541, หน้า 2

ผู้ประกอบการข้างต้นทำหน้าที่แตกต่างกันไปคือ

รถรับซื้อของเก่า รถสามล้อ ทำหน้าที่รวบรวมและคัดแยกคุณภาพเบื้องต้น

ซาปั๋ว ทำหน้าที่รวบรวม คัดแยก และจัดคุณภาพในขั้นตอนต่อไป

ยี่ปั๋ว ทำหน้าที่รวบรวมของที่คัดแยกและจัดคุณภาพเพื่อจำหน่ายพร้อมทั้งให้บริการ  
สินเชื่อแก่ซาปั๋ว

เอเยนต์ ทำหน้าที่ในการให้บริการด้านสินเชื่อแก่ยี่ปั๋วและจัดซื้อจากยี่ปั๋วแล้วจัดจำหน่าย  
ต่อให้กับโรงงานแปรรูป

#### เส้นทางการส่งต่อวัสดุเหลือใช้

กรมควบคุมมลพิษ (2541, หน้า 64) ได้ศึกษาเส้นทางการส่งต่อวัสดุเหลือใช้ของร้านรับ  
ซื้อของเก่าทั่วประเทศ ดังนี้

วัสดุประเภทแก้ว มีการขนส่งจากจังหวัดต่าง ๆ เข้าสู่กรุงเทพมหานคร ปทุมธานีและ  
อยุธยา ตามลำดับ สำหรับแหล่งที่ส่งมาไกลที่สุดคือภูเก็ตและเชียงใหม่

วัสดุประเภทกระดาษ มีการส่งมาที่กรุงเทพมหานคร สระบุรีและจังหวัดกำแพงเพชร

วัสดุประเภทพลาสติกมีการส่งมาที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล บางส่วนส่งไปที่  
จังหวัดสระบุรีและจังหวัดกำแพงเพชร

วัสดุประเภทเหล็ก ถูกส่งมาที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่และมีการ  
กระจายตัวไปตามที่ต่าง ๆ เช่น ระยอง และสระบุรี

วัสดุประเภททองแดง มีการขนส่งจากจังหวัดต่างๆ เพื่อรวมกันเข้าสู่กรุงเทพมหานคร  
สมุทรปราการ นนทบุรี ราชบุรีและกาญจนบุรี ตามลำดับ ส่วนพื้นที่ที่ส่งมาไกลที่สุดคือ ขอนแก่น

วัสดุประเภททองเหลือง จะคล้ายกับวัสดุประเภททองแดง คือจากจังหวัดต่างๆ เข้าสู่กรุงเทพมหานคร เป็นหลัก

วัสดุประเภทอลูมิเนียม มีเส้นทางขนส่งคล้ายกับวัสดุประเภทเหล็ก โดยส่งเข้ามาที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ และมีการกระจายตัวตามต่างจังหวัด เช่น ระยอง และสระบุรี

วัสดุประเภทสแตนเลส จะมีการขนส่งจากจังหวัดต่างๆ เพื่อรวมกันเข้าสู่กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ และนนทบุรี

### **กลยุทธ์การประสานเครือข่ายในธุรกิจรับซื้อของเก่า**

เรื่องยศ จันทรคีรี (2544, หน้า 48) ได้กล่าวถึงประสบการณ์ชีวิตและการดำเนินธุรกิจของ สมไทย วงษ์เจริญ ซึ่งเป็นประธานบริษัท วงษ์พาณิชย์กรุ๊ป จำกัด ประกอบธุรกิจค้าวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดพิษณุโลก เป็นธุรกิจระดับพันล้านและมีชื่อเสียงในวงการค้าของเก่าว่า วงษ์พาณิชย์กรุ๊ปได้เปิดมิติใหม่สำหรับงานรับซื้อของเก่าอย่างไม่เคยปฏิบัติมาในอดีตอันยาวนาน จุดเด่นคือ “ไม่ขังตัวเองให้เป็นงานที่ดำเนินไปอย่างเจียบๆ เฉพาะในวงการเท่านั้น” การรับซื้อของเก่าเป็นอาชีพที่ดำเนินมายาวนานพอสมควร กระทั่งบางคนกล่าวว่าจะทำธุรกิจแล้วควรมีการซื้อขายอยู่เพียงในวงการเท่านั้น บางคนให้ข้อสังเกตว่าจะเป็นธุรกิจที่ทำเฉพาะบางตระกูล ซึ่งจะรู้จากคำบอกเล่าต่อกันมาว่า กลุ่มนักธุรกิจส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีนจะดำเนินธุรกิจบางอย่าง เฉพาะตระกูลหรือสืบทอดกันมาเป็นแน่ ๆ เช่น คนจีนเชื้อสายไหหลำมักประกอบธุรกิจโรงแรมหรือร้านอาหาร เป็นต้น งานรับซื้อของเก่าก็เป็นไปเช่นเดียวกัน โดยการดำเนินงานของ สมไทย วงษ์เจริญ ได้แหวกกฎเกณฑ์ทั้งหมด โดยการสร้างเครือข่ายและทำความเข้าใจกับชุมชน บริษัท วงษ์พาณิชย์พาณิชย์กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้รับซื้อขยะรายใหญ่ที่สุดของเมืองพิษณุโลก มี 10 สาขา รวมทั้งเครือข่ายคู่ค้า ซึ่งเป็นพันธมิตรเดียวกันทั่วประเทศมากกว่า 500 แห่ง ในหลายจังหวัดรวมถึงกรุงเทพมหานคร สาขาทั้งหมดเหล่านี้ถือว่ายังไม่เพียงพอที่จะรองรับขยะซึ่งมีปริมาณมากขึ้นในพื้นที่อื่น ๆ และด้วยเหตุผลทางธุรกิจเพื่อลดต้นทุนของการขนส่งและประสิทธิภาพในการจำแนกขยะที่ถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างในธุรกิจแขนงนี้ ทำให้วงษ์พาณิชย์กรุ๊ปมีนโยบายเปิดสาขาขยายออกไป นอกจากนั้นมีการสร้างเครือข่ายคู่ค้าได้สำเร็จในประเทศลาว กัมพูชา และพม่าที่ได้ผลน่าพอใจ และยังคงดำเนินงาน แม้กระทั่งในกลุ่มคู่แข่งชั้นในความพยายามผลักดันและรวมกลุ่มผู้ค้าของเก่าในจังหวัดพิษณุโลกขึ้นจนสำเร็จ นอกจากนั้นยังกล่าวถึงธุรกิจรีไซเคิลขยะในประเทศไทยว่า ยังมีปริมาณความต้องการที่สูงมากขึ้น แต่มีการนำขยะมาใช้งานเพียงร้อยละ 30 เท่านั้น ส่วนขยะที่เหลือจะต้องมีการส่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการสูญเสีย

เงินตราเป็นจำนวนไม่น้อย เห็นได้ว่ายังมีช่องว่างและการขยายตัวของธุรกิจนี้ควรเข้าไปทดแทน และผลักดันให้มีการเพิ่มปริมาณมากขึ้น

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑารัตน์ ลิ้มปีไพบูลย์ (2542, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ธุรกิจรับซื้อของเก่ากับการจัดการขยะในชุมชนจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของธุรกิจรับซื้อของเก่ากับการจัดการขยะในชุมชนจังหวัดลำปาง รวมทั้งศึกษากระบวนการรวบรวม คัดแยก และเส้นทางการส่งต่อของวัสดุเหลือใช้จากร้านรับซื้อของเก่า วิธีการศึกษาใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ เป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะลึก โดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาชีพเก็บและรับซื้อของเก่าจำนวน 48 ราย และสัมภาษณ์ร้านรับซื้อของเก่าจำนวน 10 ราย ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า

1. ธุรกิจรับซื้อของเก่ามีบทบาทสำคัญทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือก่อให้เกิดอาชีพและสร้างรายได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพเก็บและรับซื้อของเก่า ซึ่งเป็นผู้ที่มีการศึกษาน้อย ว่างานหรือหารายได้เสริม โดยใช้เงินทุนไม่สูงนัก อีกทั้งกลับส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม คือ ก่อให้เกิดการคัดแยกวัสดุเหลือใช้เพื่อขายมากขึ้น ซึ่งเป็นการช่วยลดปริมาณขยะที่จะเข้าสู่สิ่งแวดล้อม

2. ร้านรับซื้อของเก่ามีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลาง รวบรวมวัสดุเหลือใช้จากชุมชนทั้งที่ผ่านการรวบรวมโดยผู้ประกอบการอาชีพเก็บและรับซื้อของเก่า และแหล่งอื่น ๆ ที่นำมาขายยังร้านรับซื้อ โดยตรง ทั้งนี้ร้านรับซื้อของเก่าจะทำการคัดแยกในขั้นถัดไป ลดรูปและนำส่งยังแหล่งรับซื้อปลายทางของวัสดุเหลือใช้แต่ละประเภท ซึ่งโดยมากอยู่ที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ดวงพร โสคติมานนท์ (2544, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการดำเนินงานของศูนย์วัสดุรีไซเคิลชุมชน เขตบางกะปิ การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบวิธีการดำเนินงานตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานของศูนย์วัสดุรีไซเคิลชุมชน เขตบางกะปิ 2. ศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของศูนย์วัสดุรีไซเคิลชุมชน เขตบางกะปิ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้มี 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือ ผู้จัดการศูนย์และผู้นำชุมชน รวม 6 คน ใช้การสัมภาษณ์และสรุปโดยการวิเคราะห์เนื้อหา กลุ่มที่ 2 คือ ประชาชนใน ชุมชนเครือข่าย จำนวน 260 คน ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า

1. ด้านลักษณะ รูปแบบ วิธีการและปัญหาในการดำเนินงาน ผลการศึกษาหลายด้าน มีดังนี้

1.1 ปัจจัยนำเข้า พิจารณาจาก การรับรู้วัตถุประสงค์ของศูนย์วัสดุรีไซเคิลชุมชน งบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์และสถานที่ ข้อมูลข่าวสาร และการสนับสนุนจากภายนอก พบว่า โดยภาพรวมในหลายด้านค่อนข้างเหมาะสม แต่ด้านที่ต้องการการสนับสนุนเพิ่มขึ้น คือ ด้านงบประมาณและการสนับสนุนจากภายนอก

1.2 กระบวนการพิจารณาจาก การจัดองค์กรและบุคลากร การวางแผน การดำเนินงาน และการกำกับติดตามผล พบว่า ลักษณะองค์กรเป็นองค์กรกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ ขนาดค่อนข้างใหญ่เป็นการรวมแบบเครือข่ายขององค์กรชุมชน บุคลากรที่ทำงานในศูนย์วัสดุรีไซเคิลชุมชนส่วนใหญ่จบการศึกษาไม่สูงนัก การวางแผนหลังจากเริ่มดำเนินงานเป็นไปแบบไม่เป็นทางการมากนัก โดยให้ผู้จัดการศูนย์เป็นผู้ตัดสินใจและชี้แจงภายหลัง ส่วนของการดำเนินงานนั้น มองเป็น 2 ด้าน คือ ด้านธุรกิจนั้นไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร และการดำเนินงานของบุคลากรที่ไม่มีความชำนาญเฉพาะด้าน โดยเฉพาะด้านบัญชีทำให้เกิดปัญหาความไม่ชัดเจนในการลงตัวเลข ตามมา และด้านการเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่ประสบความสำเร็จค่อนข้างสูง ส่วนด้านการกำกับติดตามผลยังไม่ค่อยดีเท่าที่ควรเนื่องจากขาดการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านประสิทธิผลการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และผลการศึกษารายด้าน มีดังนี้

2.1 ด้านการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาขยะมูลฝอย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง ร้อยละ 59.2 และโดยเฉลี่ยปริมาณขยะที่ศูนย์วัสดุรีไซเคิลรับซื้อในแต่ละวันประมาณ 2,000 กิโลกรัม ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ด้านการเสริมสร้างแนวความคิดให้ชุมชนเรื่องการจัดการขยะมูลฝอย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ย ร้อยละ 74.6 และ คนที่เข้ามาดูงานที่ศูนย์วัสดุรีไซเคิลชุมชนในแต่ละเดือนไม่ต่ำกว่า 100 คน และมีการไปบรรยายนอกสถานที่ นอกจากนี้หลายแห่งที่ได้นำไปปฏิบัติ ภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

2.3 ด้านการมีรายได้และสามารถพึ่งตนเองด้านการเงิน พบว่า รายได้ เมื่อหักลบจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นแล้วไม่เพียงพอและมีการกู้ยืมจากภายนอก ภาพโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ศูนย์สวัสดิ์ศรีไซเกิลชุมชนควรให้ข้อมูลข่าวสารกับประชาชนในชุมชนและเครือข่ายบ้าง โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปและเป็นการหาลูกค้าเพิ่มอีกทางหนึ่ง
2. ในส่วนของการดำเนินงาน ควรเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ในเรื่องการจัดการขยะเข้ามาช่วยดูแลเวลามีผู้มาดูงานที่ศูนย์สวัสดิ์ศรีไซเกิลชุมชน เพื่อจะได้ดูแลและตอบข้อสงสัยได้อย่างทั่วถึง
3. นอกจากนี้ทางศูนย์สวัสดิ์ศรีไซเกิลชุมชน ควรติดต่อกับหน่วยงานภายนอกในการสนับสนุนน้ำหมักขยะและกากที่ได้จากการหมัก โดยการซื้อไปใช้ในหน่วยงานแทนการใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์
4. ควรจัดทำหนังสือเกี่ยวกับการจัดการขยะชุมชนที่เกิดจากประสบการณ์จริง ให้ความเข้าใจแก่ผู้สนใจเป็นการหารายได้เพิ่มอีกทางหนึ่ง ข้อเสนอเพื่อการศึกษาต่อ คือ ควรมีการศึกษาต่อในประเด็นเรื่องภาวะผู้นำของผู้จัดการศูนย์สวัสดิ์ศรีไซเกิลชุมชนและการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการเครือข่ายองค์กรชุมชนนั้นว่า มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของศูนย์สวัสดิ์ศรีไซเกิลชุมชนมากน้อยเพียงใด

สมบูรณ์ โสภณเกียรติกุล (2545, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การประกอบธุรกิจค้าของเก่าในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา การประกอบการค้าของเก่าในจังหวัดสมุทรสาคร ในด้านรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ วิธีการประกอบธุรกิจ และปัญหาในการประกอบธุรกิจ เพื่อนำผลที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการประกอบอาชีพค้าของเก่า การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบธุรกิจค้าของเก่า ซึ่งเป็นผู้ได้รับอนุญาตเป็นผู้ค้าของเก่าตามพระราชบัญญัติควบคุมการขายทอดตลาดและค้าของเก่าในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 87 ราย โดยใช้แบบสอบถามประเภทปลายปิด

## ผลการศึกษาพบว่า

รูปแบบความเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อของเก่า จะตั้งกิจการเป็นแบบเจ้าของคนเดียว เป็นกิจการขนาดเล็ก โดยใช้เงินทุนไม่มาก และใช้ที่ดินในการประกอบการไม่เกิน 1 ไร่และมีพนักงานไม่เกิน 10 คน

วิธีการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อของเก่า ส่วนใหญ่มีขอรับซื้อของเก่าโดยเฉลี่ยต่อวันไม่เกิน 10,000 บาท และส่วนใหญ่รับซื้อจากรถเข็นหรือซาเล้ง รถบีคอป และจากบุคคลทั่วไป โดยประเภทของเก่าจะครอบคลุมทุกประเภท เช่น โดยเป็นเศษเหล็ก เศษกระดาษ เศษพลาสติก และเศษแก้ว และเมื่อซื้อของเก่าเข้ามาแล้วประมาณร้อยละ 65 จะขายให้กับโรงงานอุตสาหกรรมและร้อยละ 35 จะขายต่อให้กับร้านค้าของเก่าขนาดใหญ่ สำหรับประเภทของเก่าที่ทำ

กำไรมากที่สุด ผู้ประกอบการร้อยละ 60 ระบุว่า เป็นประเภทเศษเหล็กและเศษโลหะ และปัญหาในการประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นปัญหาทางการเงิน

งามจิต สะอาดล้วน (2546, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจรับซื้อของเก่าด้วยกลยุทธ์ธุรกิจแบบพันธมิตร กรณีศึกษาเฉพาะเขตจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็น และความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อของเก่าในจังหวัดเชียงใหม่ ในการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรเพื่อพัฒนาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจรับซื้อของเก่าในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนั้นเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจอันได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ กระบวนการในการบริหารจัดการ และปัญหาในการดำเนินการ โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะลึก โดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการร้านรับซื้อของเก่าจำนวน 23 ราย ร่วมกับการสังเกต และตรวจสอบข้อมูลยืนยันกับผู้ประกอบการร้านรับซื้อของเก่าหลายๆคน เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

ผลการศึกษาพบว่า

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการรับซื้อของเก่าในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จบการศึกษาประถมศึกษาและปริญญาตรีมากเท่า ๆ กัน ผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ที่มีเงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 1 ล้านบาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปี และส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง

2. การบริหารธุรกิจรับซื้อของเก่า จะเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยการรวบรวมและคัดแยกสินค้าแล้วนำส่งโรงงานอุตสาหกรรมโดยราคาจะถูกกำหนดโดยผู้ซื้อ การตั้งราคาซื้อของธุรกิจร้านค้าของเก่าขนาดเล็กจะตั้งจากฐานกำไรที่ต้องการ ในขณะที่ร้านรับซื้อของเก่าขนาดใหญ่จะตั้งราคาโดยดูจากสภาพการแข่งขันด้วยการส่งสินค้าผ่านหัวหน้าพันธมิตรหรือนายหน้า ด้านการจัดการผู้ประกอบการจะไม่มีวางแผนการรับซื้อสินค้า การจัดทำบัญชีส่วนใหญ่เป็นเพียงการจดบันทึกรายรับรายจ่าย ด้านการเงินได้แหล่งเงินทุนมาจากส่วนของผู้เป็นเจ้าของเป็นส่วนใหญ่

3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่พบคือ ความไม่เท่าเทียมกันในการจ่ายภาษี ปัญหาไม่มีทายาทสืบทอดกิจการ และปัญหาการเข้าออกของแรงงาน

4. ด้านความคิดและความต้องการของผู้ประกอบการในการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจค้าของเก่า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าในจังหวัดเชียงใหม่ไม่สามารถจัดตั้งอย่างเป็นทางการได้ เนื่องด้วยการมีอคติเรื่องศักดิ์ศรีของผู้ประกอบการรายใหญ่ ความไม่ซื่อสัตย์และการขัดผลประโยชน์ นอกจากจะปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบัน คือการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันสำหรับร้านใหญ่ด้วยกัน และการแบ่งปันเงินทุนของร้านใหญ่ให้ร้านเล็ก หรือการรวมกลุ่มเฉพาะกิจ

ลาชัย ทองเรือง (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง เจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรปราการ และเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลของผู้บริโภคจำแนกตาม เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่รู้จักและเคยใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล จำนวน 234 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคมีเจตคติต่อผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.72 - 4.92$ ) 7 รายการ คือ การนำขยะพลาสติกมาแปรรูปใหม่ควรได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก พลาสติกสามารถย่อยสลายได้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ การออกแบบผลิตภัณฑ์พลาสติกควรทำให้สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ (reuse) ผู้ใช้พลาสติกรีไซเคิลเป็นผู้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การนำพลาสติกมาแปรรูปใหม่ (recycle) จะช่วยลดปริมาณขยะ ควรมีการส่งเสริมให้ใช้ซ้ำบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติสามารถใช้งานได้ โดยให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม และการนำขยะพลาสติกมาแปรรูปใหม่เป็นการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

2. ผลการเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา พบว่า เจตคติในภาพรวมของทุกกลุ่ม ไม่แตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันและระดับการศึกษาต่างกัน มีเจตคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กลุ่มละ 1 รายการ สำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันและมีอาชีพต่างกัน มีเจตคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 กลุ่มละ 5 และ 6 รายการ ตามลำดับ