

ผู้หยอดขวดรีไซเคิล

รศรินทร์ ชีรศรีทวีสิน

บทคัดย่อ

บริษัท ซัสเซนนาริซ จำกัด (Sustainable Rich Co.,Ltd.) ผู้ให้บริการ “ผู้หยอดขวดรีไซเคิล” ภายใต้สัญลักษณ์ “SR” เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่ปี 2561 เพื่อหวังกำจัดขยะหรือการทิ้งขยะอย่างถูกวิธี เป็นคัดแยกขยะเพื่อนำส่วนที่สามารถกลับนำมาใช้ได้ใหม่ (Recycle) บริษัทฯ จัดจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ Small and Medium Enterprise (SME) ที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตัวเอง และมีพื้นที่ขายสื่อโฆษณาดิจิทัลที่หน้าจอ LED ของผู้หยอดขวดรีไซเคิลให้กับบริษัท ที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า และ บริการ จำหน่ายให้หน่วยงานสถานที่ราชการ เพื่อนำไปติดตั้งเป็นการรณรงค์ด้าน CSR และผู้ประกอบการที่พ่อกอาศัย เช่น หอพัก คอนโดมิเนียม และ หมู่บ้านจัดสรร ต่างๆ

บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ โดยวางแผนพัฒนาแผนกลยุทธ์การดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเติบโตและผลกำไรอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจตามนโยบายบริษัทฯ เพื่อส่งมอบผู้หยอดขวดรีไซเคิล และบริการที่มากด้วยคุณค่าให้แก่ลูกค้า และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับสังคมและชุมชน โครงสร้างเงินลงทุน มาจากผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 4,500,000 บาท บาท เงินลงทุนจากสัดส่วนผู้ถือหุ้น แบ่งเป็น 100,000 หุ้นราคาหุ้น ละ 45 บาท ขออนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงินจำนวน 1,500,000 บาท โดยการประมาณการพบว่ารายได้จากการประกอบกิจการ มาจากการจำหน่ายผู้หยอดขวดรีไซเคิล ค่าโฆษณาดิจิทัล และจำหน่ายขวดบีบอัด จากหาค่าเงินปัจจุบันสุทธิที่ (NPV) 7,006,867 ล้านบาท ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ (IRR) 32.38% โดยมีระยะเวลาการคืนทุนที่ (Payback Period) 2.04 ปี

คำสำคัญ: กำจัดขยะหรือการทิ้งขยะอย่างถูกวิธี ผู้หยอดขวดรีไซเคิล ระบบซอฟต์แวร์ สื่อโฆษณาดิจิทัล ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลกำไรอย่างยั่งยืน

1. บทนำ

หลายๆประเทศจากทั่วโลกได้เริ่มตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากขยะขวดพลาสติก ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในประเทศไทยเริ่มตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากจึงมีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนได้มีการนำขวดพลาสติกมารีไซเคิล เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นที่ช่วยลดจำนวนขยะจากขวดพลาสติก แต่ขบวนการในการแก้ปัญหาที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ถึงแม้จะมีการณรงค์ มีบรรจุภัณฑ์ที่สังเคราะห์จากธรรมชาติขึ้นมาทดแทน แต่ก็ไม่สามารถลดผลกระทบที่เกิดจากขวดพลาสติกได้ เพราะมันเป็นการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุและไม่มี การปลูกฝังในตัวบุคคล

ในยุคที่การบริโภคคือการสร้างขยะ และ “ขวดพลาสติก” เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใกล้ตัวเรา เป็นขยะที่สร้างขึ้นจากการใช้แล้วทิ้งแทบทุกวัน ปริมาณขยะขวดพลาสติก ในประเทศไทยหลายร้อยตันต่อปี ขยะประเภทพลาสติกใช้เวลาย่อยสลายถึง 450 ปี การกำจัดขยะหรือการทิ้งขยะอย่างถูกวิธีเป็นการช่วยการคัดแยกขยะเพื่อนำส่วนที่สามารถกลับนำมาใช้ได้ใหม่ (Recycle) นั้น เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เนื่องจากปัญหาขยะพลาสติกมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมกรรมการบริโภค การขาดระบบการจัดการที่ดี บางที่ทิ้งขยะแยกตั้งแต่สุดท้ายก็ทิ้งรวมกัน การขาดพื้นที่รองรับปริมาณขยะรวมถึงพฤติกรรมกรรมการทิ้งขยะที่ไม่มีการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง ไม่มีการนำขยะมาใช้ประโยชน์ใหม่ โดยเฉพาะในชุมชนเมือง จึงทำให้ปริมาณขยะพลาสติกเพิ่มขึ้นอย่างมาก

2. รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ตู้หยอดขวดรีไซเคิล ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ฮาร์ดแวร์ (Hardware) คืออุปกรณ์ชุดมาตรฐาน และระบบซอฟต์แวร์ (Software) เป็นการควบคุมระบบสั่งการ ประมวลผลและรักษาความปลอดภัย

2.1 ฮาร์ดแวร์ (Hardware)

ขนาด (ลึก x กว้าง x สูง) 69x95x175 เซนติเมตร น้ำหนัก300 กิโลกรัม ระบบไฟฟ้า 220 V.50 / 60 HZ กินกระแสไฟฟ้า 350 Wการทำงาน ควบคุมการทำงานด้วยระบบคอมพิวเตอร์

หน้าจอระบบสัมผัสความสว่าง400 cd2qm ขนาดจอ 49 เซนติเมตร ระบบสัมผัส ใช้พื้นที่ตั้งตู้ 1 ตารางเมตร คอมพิวเตอร์CPU Dell ระบบเสียง Hi Fiเครื่องพรีน Dell

2.2 ระบบซอฟต์แวร์ (Software)

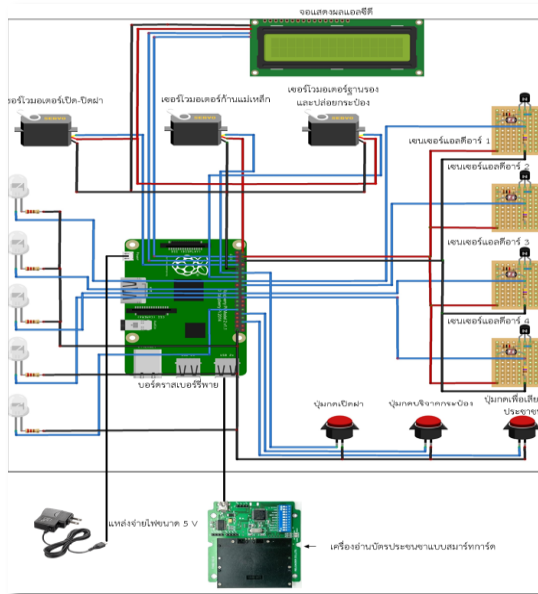
2.2.1ระบบความปลอดภัย (Security Architecture Design) กำหนดค่าอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยเครือข่าย (Configuration Management) ทำให้ผู้หยอดขวดรีไซเคิล มีโซลูชันการรักษาความปลอดภัยที่ดีที่สุดจากบุคลากรมืออาชีพด้านซอฟต์แวร์

2.2.2 Monitoring Service บริการเฝ้าระวังและตอบสนองต่อปัญหาตลอด 24 ชั่วโมง โดยมี SecurityMonitoring สำหรับมอนิเตอร์ Log จากอุปกรณ์ รวมถึงอุปกรณ์ Server ต่างๆ เช่น AD Server และ Log จาก Application โดยทำการส่ง Log ที่เข้ารหัสมายังศูนย์ SOC เพื่อวิเคราะห์เหตุการณ์ผิดปกติที่อาจจะเกิดขึ้น และ Website Monitoring เพื่อตรวจสอบการ Up/Downของเว็บไซต์ (Web Available) และเฝ้าระวังการเปลี่ยนหน้า Homepage ของเว็บไซต์ (Web Defacement)

3. ข้อบ่งชี้ความเป็นนวัตกรรม

ตู้หยอดขวดรีไซเคิล มีระบบบีบอัดขวดพลาสติกภายในเครื่องสามารถรองรับขวดขนาด 600 มิลลิลิตร ได้ถึง 6,000 ขวด หรือ ขนาด 1,500 มิลลิลิตรได้ 2,400 ขวด หรือประมาณ 100 กิโลกรัม มีแผงระบบควบคุมภายในคัดกรองระดับน้ำในขวดจะต้องไม่มีน้ำ และบนขวดยังต้องมีฉลาก เพราะการรับขวดเข้าเครื่อง จะต้องผ่านการคัดกรองจากระบบเสียก่อนว่าขวดนั้นเป็นพลาสติกประเภทใด มีน้ำหนักเท่าใดจากข้อมูลที่ถูกบันทึกไว้ในบาร์โค้ด ข้อมูลส่วนนี้ใช้ในการคำนวณเงินได้ต่อขวดสำหรับจ่ายสมาชิกตัวอย่าง ขวดน้ำสิงห์เปล่าปกติหนัก 15 กรัม ถ้ามีน้ำหนักมากกว่านั้นแปลว่าผู้ซื้อดื่มน้ำไม่หมดเครื่องจะไม่รับเข้าระบบ แต่ถ้ามีน้ำหนักเป็นไปตามเงื่อนไขระบบจะรับแล้วจัดเก็บลงสายพานที่เชื่อมต่อเข้าสู่โดยขวดน้ำจะถูกบีบอัดและใส่ลงถูกจัดเก็บด้านในเครื่อง หากเครื่องมีปัญหาสามารถประมวลผลเพื่อส่งมาที่ฐานข้อมูลศูนย์บริการ ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นก่อน โดยไม่ต้องเสียเวลาแจ้งศูนย์บริการ เพื่อแก้ไขปัญหามือเบื้องต้นก่อนจัดส่งช่างผู้ชำนาญการ (Service Team) เข้าแก้ไขปัญหาต่างๆตามข้อมูลที่ได้รับทราบอย่างรวดเร็ว

ภาพที่ 1: ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์หลักแผงวงจรการทำงาน



4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยต่างๆ (PEST)

P – Politic: ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง

นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริม และรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน อีกทั้งสนับสนุนธุรกิจ Start Up ทำให้มีโอกาสด้านพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ให้ก้าวล้ำต่อไปยิ่งขึ้น

S – Social : ปัจจัยทางสังคม

พลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถย่อยสลายได้โดยธรรมชาติทำให้เกิดมลภาวะเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อมการนำวัสดุจากพลาสติกที่ใช้แล้วนำกลับมาแปรสภาพเพื่อนำมาใช้ซ้ำจาก “ตู้หยอดขวดรีไซเคิล” จึงเป็นการกำจัดขยะโดยการคัดแยกโดยผู้บริโภคสร้างประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

T – Technology: ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

บริษัท ซัสเซนนาเบิ้ล ริช จำกัด (Sustainable Rich Co.,Ltd) ใช้ระบบควบคุมแบบ Monitoring Service บริการเฝ้าระวังเตือนภัยและตอบสนองต่อปัญหาตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อบำบัดตู้หยอดขวดรีไซเคิล กับภาครัฐ สถานที่ราชการที่มีความต้องการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม และจำหน่ายให้ผู้สนใจในธุรกิจใหม่ที่มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน

ออกไป จากการขายขวดกับ ร้าน หรือ รถรับซื้อของเก่าโดยมีขั้นตอนง่ายๆ สะดวก เหมาะกับ
สังคมยุคดิจิทัล

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (SWOT Analysis)

จุดแข็งของกิจการ และผลิตภัณฑ์ (Strengths)

1. ผู้บริหารมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องจักรและการวางแผนกระบวนการผลิต
2. กิจการสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้ ทั้งนี้
เนื่องจากผู้บริหารมีประสบการณ์ด้านการผลิตและด้านการตลาด
3. กิจการสามารถขยายกำลังการผลิตได้ตามปริมาณความต้องการสั่งซื้อของลูกค้า ได้
อย่างทันเวลา เนื่องจากกิจการวางผังในแต่ละกระบวนการอย่างมีประสิทธิภาพ

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. เพื่อขยายธุรกิจในการดำเนินตู้หยอดขวดรีไซเคิล นี้ อาจมีความจำเป็นที่เพิ่มทุน จาก
แหล่งทุนทำให้มี ภาระดอกเบี้ยและนำไปสู่การกลายเป็นต้นทุน จึงอาจส่งผลให้การดำเนิน
ธุรกิจเดินทางไปถึงจุดคุ้มทุนได้ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้
2. บริษัทฯ เริ่มกิจการใหม่การว่าจ้างบุคลากรที่มีฝีมือ ในอัตราค่าตอบแทนไม่สูงอาจทำ
ให้มีพนักงานที่มีฝีมือ ลาออกไปทำงานกับบริษัทที่ให้อัตราค่าตอบแทนสูงกว่า

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. ภาครัฐ สถาบันการศึกษา และกระแสสังคมมีการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
ย่อยสลายของขยะประเภทพลาสติก
2. ผู้ประกอบการที่ผลิตแปรรูปตู้หยอดขวดรีไซเคิล แบบครบวงจรในประเทศไทยมี
น้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณของขยะประเภทขวดพลาสติก

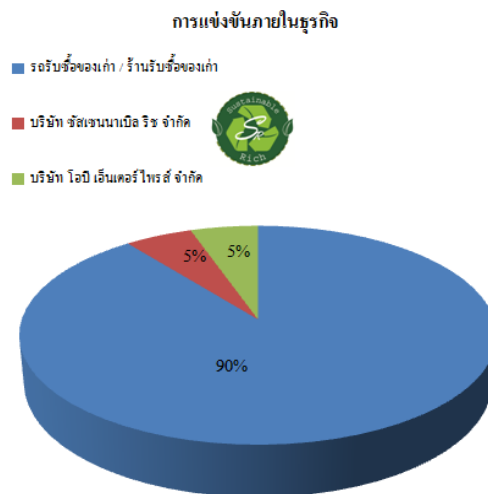
อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่รวดเร็วอาจ ระบบการควบคุมความ
ปลอดภัยและการทำงานของตู้หยอดขวดรีไซเคิล จึงต้องปรับปรุงระบบซอฟต์แวร์อยู่เสมอ อาจทำ
ให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น
2. ค่าใช้จ่ายในเช่าพื้นที่เพื่อวางตู้หยอดขวดรีไซเคิล มีราคาสูง ส่งผลให้ต้นทุนในการ
ประกอบธุรกิจสูงตามไปด้วย

6. คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประเภทรับซื้อขวดพลาสติก

จากการวิเคราะห์จำนวนคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม สัดส่วนตลาดของคู่แข่งแต่ละราย เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการเข้าทำตลาดในผลิตภัณฑ์นั้น ธุรกิจผู้หยอดขวดรีไซเคิล เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จากการวิเคราะห์ตลาดของธุรกิจรายใหญ่อยู่ 3 ราย ได้แก่ รถรับซื้อของเก่า /ร้านรับซื้อของเก่า 90% ,บริษัท ไซสเซนนาเบิ้ล ริช จำกัด, บริษัท โอบี เอ็นเตอร์ไพร์ส จำกัด 5% ตามลำดับ แต่ด้วยคุณภาพ สามารถทำการแข่งขันในตลาด และมีโอกาสสร้างยอดขายได้สูงเนื่องจากการขยายพื้นที่ตั้งบริการหน้าร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งตั้งอยู่ทุกๆชุมชน

ภาพที่ 2 : คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประเภทรับซื้อขวดพลาสติก



7. กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix Strategy)

7.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation Strategy) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอยู่เสมอตามเทคโนโลยีการเปลี่ยนแปลง ใช้แรงจูงใจในการตัดสินใจเปลี่ยนการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างจากเดิมสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความแตกต่างจากการใช้บริการรถซาเล้ง หรือร้านรับซื้อของเก่าที่เคยใช้

7.2 กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)

กลยุทธ์ด้านราคาใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำ (Penetration Pricing) เพื่อเจาะตลาดให้ครอบคลุมตลาดที่สนใจ ผู้ประกอบธุรกิจ SME หรือผู้ประกอบธุรกิจที่พำกอาศัย สามารถสร้างกำไรจากผู้หยอดขวดรีไซเคิล อย่างรวดเร็ว ให้รู้สึกว่าคุณค่าการลงทุน

7.3 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (Direct Channel) โดยไม่มีคนกลาง ทีมงานฝ่ายการตลาดและขายเข้านำเสนอผลิตภัณฑ์โดยตรงกับลูกค้าที่สนใจ ทีมงานขายจะมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถกระตุ้นลูกค้าให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อได้ดีที่สุด พร้อมอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าโดยการให้บริการติดตั้งอุปกรณ์ถึงสถานที่ลูกค้าต้องการ

7.4 กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

1. การโฆษณา (Advertising) ผ่าน Facebook กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ SME และผู้ประกอบการที่อยู่อาศัย หอพัก คอนโดมิเนียม หมู่บ้านจัดสรร
2. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) โดยกำหนดให้การส่งเสริมการขายที่มุ่ง ผู้พนักงานขาย (Sales-force Promotion) เป็นหลักให้ใช้ความพยายามในการขายมากขึ้น ใช้กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) ผลักดันให้เกิดยอดขายจากส่วนนี้
3. การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Publicity and Public Relations) โปรโมทผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยตรง
4. พนักงานขาย (Personal Selling) ทีมงานฝ่ายการตลาดและขายเข้านำเสนอผลิตภัณฑ์โดยตรงกับลูกค้าที่สนใจ รวมถึงการตอบข้อซักถาม การปิดการขาย และการติดตามผลและดูแลลูกค้าเพื่อให้มีความสัมพันธ์ทางการขายที่ดี
6. การตลาดทางตรง (Direct Marketing) การส่ง E-mail แจ้งข่าวสารโปรโมชัน หรือการตลาดทางโทรศัพท์ (Telemarketing) ประกอบด้วยโดยคัดเลือกจากรายชื่อลูกค้าเก่าก่อน

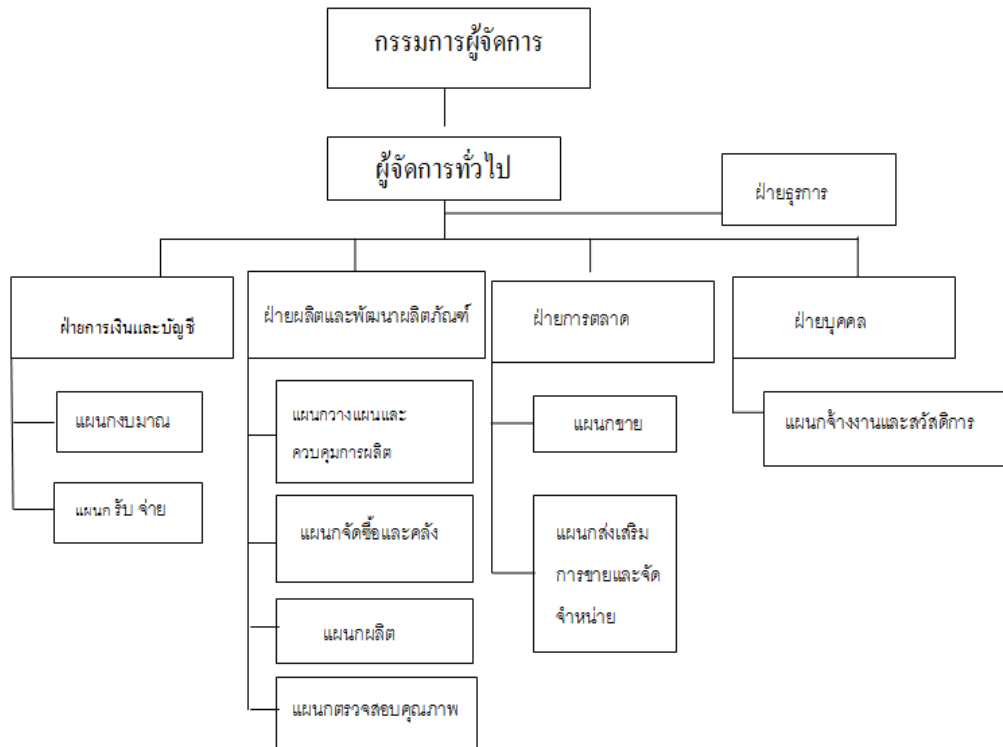
8. สถานที่ตั้งและแผนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต

สถานที่ประกอบการ: 1278/89 แขวงบางแค เขตบางแค กรุงเทพฯ 10150 ตั้งผลิตตู้หยอดขวดรีไซเคิล มากกว่าโรงงานที่บริษัทฯ จ้างผลิตกับโรงงานที่ต่างประเทศทั้งหมด ที่มีมาตรฐานในการผลิตที่ผ่านการรับรองระดับสากล ซึ่งทางบริษัทจะวางแผนการเข้าแวะเยี่ยมชมกระบวนการผลิต (Manufacturing Process) ที่โรงงานของ Outsource ประจำปีๆ ละ 1-2 ครั้ง เมื่อสินค้าผลิตเสร็จเรียบร้อย ผ่านการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ กระบวนการประกันคุณภาพ

8. โครงสร้างองค์กรและการบริหารในปัจจุบัน

บริษัทมีผู้บริหาร และพนักงานทั้งหมด จำนวน 19 คน ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ภาพที่ 3: โครงสร้างองค์กรและการบริหารในปัจจุบัน



9. แผนการเงิน

จากโครงสร้างการบริหารจัดการ บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงการใช้จ่ายเงินลงทุนในแต่ละส่วนงานที่ประมาณ 6,000,000 บาท ประกอบไปด้วยเงินลงทุนจากผู้ร่วมทุน 4,500,000 บาท กู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน 1,500,000 บาท ผู้ถือหุ้นทั้งหมด 4 คนทุนจดทะเบียน แบ่งเป็น 100,000 หุ้นราคาหุ้น ๆ ละ 45 บาท จ่ายค่าเช่า 10,000 บาท /เดือนทุนด้านอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน 120,000 บาท ยานพาหนะ 1,200,000 บาท งานระหว่างผลิต 500,000 บาท สต็อกสินค้าสำเร็จรูป 680,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท 3,00,000 บาท

10. การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต (Scenario Analysis)

1. กรณีที่เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ (Base Case Scenario) มีระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) 2 ปี 04 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) อยู่ที่ 7,006,867.43 บาท และ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) เป็น 32.38%

2. กรณีที่สถานการณ์แย่กว่าที่คาดการณ์ไว้ (Worst Case Scenario) โดยตั้งสมมติฐานให้ราคาขายลดลง 10% และปริมาณการขายลดลง 10% จะมีระยะเวลาในการคืนทุน (PB) 3.37 ปี ซึ่งใช้เวลานานมากกว่าจะคืนทุนมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) อยู่ที่ 5,780,971 บาท และ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) เป็น 29.86 % ซึ่งมีผลตอบแทนลดลง บริษัทจึงได้ทำแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับและแก้ปัญหาดังกล่าว

3. กรณีที่สถานการณ์แย่กว่าที่คาดการณ์ไว้ (Worst Case Scenario) โดยตั้งสมมติฐานให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% จะมีระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) ที่ 4.31 ปี ซึ่งใช้เวลานานมากกว่าจะคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) 3,708,011 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) เป็น 24.60% ซึ่งมีผลตอบแทนลดลง บริษัทจึงได้ทำแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับและแก้ปัญหาดังกล่าว

4. กรณีที่สถานการณ์ดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ (Best Case Scenario) โดยตั้งสมมติฐานให้ราคาขายสูงขึ้น 10% และปริมาณการขายเพิ่มขึ้น 10% จะมีระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) 2 ปี 01 เดือนมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) 9,036,278 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) 36.44 % แสดงว่าบริษัทมีกำไรเพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

โอกาสทางธุรกิจของ SMEs ในธุรกิจรีไซเคิล. คั่นเมื่อ 3 มกราคม 2561

จาก : <http://www.smeleader.com>

กรมควบคุมมลพิษเผยไทยผลิตขยะพลาสติก- โฟม 2.7 ล้านตันต่อปี . คั่นเมื่อ 9 มกราคม 2561.

จาก: <http://news.thaipbs.or.th/content/5647>

ปริมาณขยะพลาสติกในประเทศไทย 2560. คั่นเมื่อ 30 มกราคม 2561.

จาก:<https://www.google.co.th/search?q=%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%>

ชาเลี้ยงเก็บขยะ. คั่นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2561.

จาก: https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1480306416

ขยะแต่ละชนิดใช้เวลาย่อยสลายในทะเลกี่ปี .คั่นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561.

จาก : <https://th.wikipedia.org/wiki>

