

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้วิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว: กรณีศึกษา ธุรกิจสถานีให้บริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจสีเขียว 2) เพื่อสร้างกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว และ 3) เพื่อประเมินความเหมาะสมความเป็นไปได้ และความคุ้มค่าของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว สำหรับธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร โดยผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยประกอบไปด้วยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจำนวน 7 ราย ลูกค้านักที่ใช้บริการน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 12 ราย เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับการควบคุมมลพิษสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 2 ราย และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิได้ประเมินกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียวของธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจำนวน 3 ราย โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

5.1.1 ผลการดำเนินธุรกิจสีเขียว

5.1.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

1) รูปแบบการดำเนินธุรกิจสีเขียว

ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงยังคงมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจสีเขียวที่ยังคงขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียวภายในธุรกิจในส่วน เพราะผู้ประกอบการยังคงทำตามเงื่อนไขข้อตกลงระหว่างสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงกับธุรกิจแฟรนไชส์หลักอยู่ ซึ่งหากนอกเหนือจากเงื่อนไขข้อตกลงดังกล่าว ผู้ประกอบการจึงจะสามารถดำเนินธุรกิจสีเขียวภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงได้เอง

2) การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์

ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อการลดการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด โดยจะคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรภายในองค์กรด้วยความประหยัด เพื่อที่จะสามารถลดค่าใช้จ่าย หรือช่วยลดต้นทุนขององค์กรธุรกิจ

3) การสร้างภาพลักษณ์

ผู้ประกอบการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจ โดยการนำแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวเข้ามาใช้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น

เนื่องจากธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงยังไม่สามารถเป็นธุรกิจสีเขียวได้ทั้งหมด ผู้ประกอบการจึงคอยสร้างภาพลักษณ์ให้ธุรกิจคอยสามารถสร้างแรงจูงใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเท่าที่สามารถทำได้ เช่น การลดมลพิษภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงออกไปสู่ชุมชนใกล้เคียง การรักษาความสะอาด การสร้างบรรยากาศที่ดีภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และรวมถึงการคัดแยกขยะที่สามารถรีไซเคิลได้เพื่อนำไปแจกจ่ายให้แก่ผู้คนที่อยู่ในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ ยังรวมถึงการสร้างมิตรสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนใกล้เคียงเพื่อสนับสนุนต่อกันในระยะยาว

4) การพัฒนากระบวนการธุรกิจสีเขียว

สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงส่วนใหญ่จะมีการพัฒนากระบวนการธุรกิจสีเขียวโดยการนำอุปกรณ์โซลาร์เซลล์มาใช้เป็นพลังงานไฟฟ้าทดแทนภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นส่วนใหญ่เพื่อลดทรัพยากรการใช้ไฟฟ้าลงจากเดิม และพยายามนำนวัตกรรมการนำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ได้เข้ามาใช้ในธุรกิจ โดยกระบวนการเหล่านี้ได้นำเข้ามาเพื่อให้สามารถลดต้นทุนภายในองค์กรได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังรวมถึงการคอยให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรและชุมชนใกล้เคียงอย่างสม่ำเสมอ

5.1.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าที่เข้าใช้บริการ

1) มุมมองของลูกค้า

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าเป็นหลัก ลูกค้ามักจะเติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใกล้หรืออยู่ระหว่างเส้นทางที่ลูกค้าเดินทางเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว และลูกค้าจะเข้าไปใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีพื้นที่บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่เสมอ เช่น ห้องน้ำ ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น จะมีเพียงบางส่วนของลูกค้าให้ความสำคัญถึงสภาพแวดล้อม หรือสิ่งแวดล้อมภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เช่น บรรยากาศภายในสถานี การรักษาความสะอาด เป็นต้น

5.1.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับการควบคุมมลพิษสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1) มุมมองของหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับการควบคุมมลพิษสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย สรุปได้ว่ามุมมองของหน่วยงานภาครัฐจากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่ราชการที่รับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับการควบคุมมลพิษสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งสอง 2 ราย จะประกอบไปด้วยมุมมอง 2 ด้าน ดังนี้

1.1) ด้านการควบคุมมลพิษภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง สรุปว่าทางรัฐมีมุมมองด้านการควบคุมมลพิษภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง โดยให้ความสำคัญถึงควบคุมมลพิษในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อความปลอดภัยของชุมชนใกล้เคียงและสิ่งแวดล้อมจากมลพิษต่าง ๆ เช่น การบำบัดน้ำจากบ่อดักไขมัน การวัดคุณภาพน้ำเสีย และการรณรงค์ให้ผู้ใช้ น้ำมันหันมาใช้ น้ำมันไร้สารตะกั่วที่ช่วยลดภาวะทางอากาศ

1.2) ด้านนโยบายและการสนับสนุนต่อธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงให้เข้าสู่การเป็นธุรกิจสีเขียว สรุปว่านโยบายการสนับสนุนจากทางรัฐจะยังคงให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของสถานประกอบการกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงและคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นหลัก จึงยังไม่มี

นโยบายและการสนับสนุนโดยตรงต่อธุรกิจสีเขียว จะมีเพียงหน่วยงานท้องถิ่นที่จะคอยสนับสนุนให้ธุรกิจสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่าง ๆ ให้แก่พื้นที่นั้น ๆ

5.1.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ให้บริการและลูกค้าที่ใช้บริการในธุรกิจสถานีน้ำมันเชื้อเพลิง โดยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า

ผู้ประกอบการได้มอบหมายให้พนักงานดูแลการใช้ทรัพยากรภายในพื้นที่ด้วยความเหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทำการโฆษณาณรงค์ให้ผู้เข้ามาใช้ห้องน้ำช่วยประหยัดการใช้น้ำมากยิ่งขึ้น และคอยรักษาสภาพแวดล้อมภายในสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงให้ดีอยู่เสมอ เช่น การดูแลรักษาต้นไม้ และสวนหย่อม การระงับกลิ่นรบกวนจากน้ำเสีย การจัดพื้นที่ร้านค้าเพื่อลดความแออัด การจัดพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การสูบบุหรี่ เป็นต้น

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงส่วนใหญ่นอกจากจะเติมน้ำมันแล้ว มักจะแวะเข้ามาพักผ่อน หรือพักผ่อนพาหนะ หลังจากใช้บริการเติมน้ำมันเรียบร้อยแล้ว เนื่องจากทางผู้ให้บริการได้จัดสถานที่ไว้สำหรับอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและผู้สัญจรผ่านไปมา โดยผู้เข้ามาใช้บริการจะเลือกไปเข้าห้องน้ำ ไปที่ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และรวมถึงการใช้บริการกดตู้เงินผ่านบัตรเอทีเอ็ม เป็นหลัก

5.1.2 ผลการสร้างกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว

การสร้างกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียวผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และนำผลมาวางแผนกลยุทธ์โดยเทคนิควิธี TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว สำหรับธุรกิจสถานีน้ำมันเชื้อเพลิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.2.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค)

1) จุดแข็ง สรุปว่าองค์กรมีต้นทุนความพร้อมในการดำเนินตามแนวทางธุรกิจสีเขียว ในธุรกิจสถานีน้ำมันเชื้อเพลิง เพราะปัจจุบันองค์กรได้นำแนวความคิดการดำเนินธุรกิจสีเขียวเข้ามาใช้ภายในธุรกิจสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงเพียงบางส่วน แต่ไม่ถึงกับเป็นการดำเนินธุรกิจสีเขียวได้อย่างเต็มตัว โดยการให้ความสำคัญกับการควบคุมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในสถานีน้ำมันเชื้อเพลิง และยังรวมถึงการสร้างสัมพันธ์มิตรที่ดีต่อชุมชนใกล้เคียงเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนธุรกิจต่อกัน

2) จุดอ่อน สรุปว่าการดำเนินธุรกิจเพื่อเข้าสู่การเป็นธุรกิจสีเขียวนี้ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการดำเนินธุรกิจสีเขียวอยู่ จึงไม่สามารถที่จะดำเนินธุรกิจไปตามแนวทางธุรกิจสีเขียวได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และยังคงดำเนินธุรกิจไปตามเงื่อนไขข้อตกลงของแฟรนไชส์เท่านั้น

3) โอกาส สรุปว่าสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงที่สร้างผลงานด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม รักษาความสะอาด ภายในสถานีน้ำมันเชื้อเพลิง และชุมชนใกล้เคียง จะได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงานท้องถิ่น โดยทางหน่วยงานจะมอบใบประกาศเกียรติคุณให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อขึ้นประกาศให้แก่ประชาชนได้รับรู้ถึงสิ่งเหล่านี้ จึงเป็นตัวช่วยให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ของสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อที่จะคอยสามารถดึงดูดลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และยังสร้างมุมมองที่ดีของลูกค้าต่อ

ธุรกิจ ทั้งนี้ยังรวมถึงการได้รับการสนับสนุนธุรกิจจากทางชุมชนใกล้เคียงที่ได้ร่วมสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอย่างสม่ำเสมอ

4) อุปสรรค สรุปว่าสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงได้ยังขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนจากทางภาครัฐโดยตรง เนื่องจากทางภาครัฐยังคงให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของสถานประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงและคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นหลัก จึงยังไม่มีนโยบายและการสนับสนุนโดยตรงต่อการเข้าสู่การเป็นธุรกิจสีเขียว

5.1.2.2 การวางแผนกลยุทธ์โดยเทคนิควิธี TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว โดยแบ่งแนวทางปฏิบัติออกเป็น 4 แนวทาง ดังนี้

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นรูปธรรม โดยดำเนินกิจกรรมหลัก คือ การประชาสัมพันธ์จุดยืนขององค์กรในการดำเนินธุรกิจไปตามแนวทางธุรกิจสีเขียว

2) กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างการเรียนรู้จากองค์กรต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ โดยดำเนินกิจกรรมหลัก คือ การศึกษาดูงานเพื่อเรียนรู้จากองค์กรที่ประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจสีเขียว

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างองค์ความรู้แก่องค์กร โดยดำเนินกิจกรรมหลัก คือ การจัดอบรมเรื่องธุรกิจสีเขียวเพื่อให้เกิดองค์ความรู้แก่บุคลากร

4) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือระยะยาวกับพันธมิตรคู่ค้า โดยดำเนินกิจกรรมหลัก คือ การลดการใช้ถุงพลาสติก และการประหยัดไฟฟ้าและน้ำ

5.1.3 ผลการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความคุ้มค่าของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว

จากการนำแบบประเมินกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียวของธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง โดยใช้มาตราวัดระดับเหมาะสม ประเมินค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และไม่มี ให้ผู้ประเมินทำการกรอกพร้อมแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในแบบประเมินกลยุทธ์ในด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความคุ้มค่า ของกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงรับ กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงแก้ไข ผลการประเมินกลยุทธ์ดังกล่าว จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ราย พบว่า

5.1.3.1 กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การประชาสัมพันธ์วิสัยทัศน์ขององค์กรในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางธุรกิจสีเขียว พบว่า ในด้านความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) ในด้านความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33) และในด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33)

5.1.3.2 กลยุทธ์การสร้างการเรียนรู้จากองค์กรต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การศึกษาดูงาน พบว่า ในด้านความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66)

ในด้านความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) และในด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33)

5.1.3.3 กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือระยะยาวกับพันธมิตรคู่ค้า โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การลดการใช้ถุงพลาสติก พบว่า ในด้านความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) ในด้านความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) และในด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) และกิจกรรมหลักการประหยัดทรัพยากรสิ้นเปลือง อาทิ น้ำประปา ไฟฟ้า เป็นต้น พบว่า ในด้านความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) ในด้านความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) และในด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66)

5.1.3.4 กลยุทธ์การสร้างองค์ความรู้แก่องค์กร โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการค้าเงินธุรกิจสีเขียวแก่บุคลากรในองค์กร พบว่า ในด้านความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00) ในด้านความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00) และในด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00)

5.1.3.5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ จากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

1) กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์องค์กรธุรกิจสีเขียว และการดำเนินธุรกิจสีเขียวให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยเริ่มต้นจากการสร้างภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการ และหากเพิ่มเติมการเปิดพื้นที่ภายในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อให้เกษตรกรเข้ามาจำหน่ายสินค้าชุมชนปลอดภัย โดยไม่เก็บค่าเช่าพื้นที่ และให้เกษตรกรปฏิบัติตามมาตรการรักษาความสะอาดร่วมกัน จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2) กลยุทธ์การสร้างการเรียนรู้จากองค์กรต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน ควรเปลี่ยนจากการดูงานตามพื้นที่ เป็นศึกษาจากสื่อต่าง ๆ แทน เพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพของบุคลากรในองค์กร

3) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือระยะยาวกับพันธมิตรคู่ค้า กิจกรรมดังกล่าวควรให้ทางองค์กรนำเสนอ ให้ความรู้แก่ประชาชนในประเด็นสิ่งแวดล้อม ผ่านสื่อขององค์กร เช่น การสร้างเว็บไซต์ หรือการสร้างสื่อในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ขององค์กร และให้องค์กรเป็นศูนย์กลางในการแยกขยะเพื่อทำการรีไซเคิล หรือส่งต่อขยะรีไซเคิล เป็นต้น

4) กลยุทธ์การสร้างองค์ความรู้แก่องค์กร นอกจากการจัดอบรม ควรให้ความสำคัญต่อภาคปฏิบัติของบุคลากรอย่างจริงจัง เช่น สร้างกิจกรรมการประกวดภายในองค์กร พร้อมมอบรางวัลให้แก่บุคลากร เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเป็นต้นแบบบุคลากรสีเขียวขององค์กร

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 การดำเนินธุรกิจสีเขียว

5.2.1.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจสีเขียว

รูปแบบการดำเนินธุรกิจสีเขียว ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสีเขียวภายในธุรกิจทั้งหมด และผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงยังคงทำตามเงื่อนไขข้อตกลงของแฟรนไชส์หลักอยู่ ซึ่งนอกเหนือจากเงื่อนไขข้อตกลงดังกล่าวนั้นจะขึ้นกับการดำเนินการของผู้ประกอบการเท่านั้นที่จะสามารถดำเนินการเพิ่มเติมได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุชกร คำโฮม (2556) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าการเข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวนั้นมีอุปสรรคในเรื่องการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐไม่เพียงพอ บุคลากรขาดความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสีเขียว งานวิจัยของ ณิชพร ยวงศ์ไพบุลย์ (2563) ได้ทำเรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการอุตสาหกรรมเหล็กไทยสู่การเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวอย่างยั่งยืน พบว่า บุคลากรในองค์กรยังขาดความรู้ความเข้าใจ และผลประโยชน์ในการเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวอย่างแท้จริง การปรับตัวเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวใช้ทุนสูงในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งปัจจัยนี้ทำให้องค์กรในหลายองค์กรเลือกที่จะไม่ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงหากผู้บริหารไม่ได้ลงมือทำด้วยตนเอง ทำให้บุคลากรไม่เกิดการตื่นตัวและไม่สามัคคีในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

5.2.1.2 การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์

การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการลดการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด โดยจะคำนึงถึงความสำคัญถึงการใช้ทรัพยากรภายในองค์กรอย่างประหยัดให้ได้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถลดค่าใช้จ่าย หรือลดต้นทุนในองค์กร ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากอยู่ทุกวัน เช่น ไฟฟ้า ที่เป็นพันเพื่อก่อตัวสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพราะหากไม่มีไฟฟ้า การดำเนินธุรกิจบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจะหยุดชะงักทันที จนอาจจะส่งผลเสียต่อธุรกิจได้ จึงเป็นส่วนสำคัญที่ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าจำนวนมาก จึงต้องพยายามลดการใช้ในส่วนนี้ให้เหมาะสม เพื่อลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักษณะวดี บุญยะศิรินันท์ (2558) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อเข้าสู่ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ที่พบว่า องค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนให้ความสำคัญการคิดก่อนใช้ (Rethink) การลดการใช้ (Reduce) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) การนำไปผ่านกระบวนการเพื่อมาใช้ใหม่ (Recycle) การสร้างทดแทน (Return) อยู่ในระดับมาก

5.2.1.3 การสร้างภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจ โดยการนำแนวคิดตามแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวเข้ามาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ เพื่อให้ธุรกิจสามารถสร้างแรงจูงใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการธุรกิจ เช่น การลดมลพิษภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงออกไปสู่ชุมชนใกล้เคียง การรักษาความสะอาด การสร้างบรรยากาศที่ดีภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และรวมถึงการนำคัดแยกขยะที่สามารถรีไซเคิลได้ไปแจกจ่ายให้แก่ผู้คนที่อยู่ในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ ทั้งนี้เนื่องจากมีชุมชนติดอยู่บริเวณใกล้เคียงสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จึงต้องให้ความสำคัญกับประชากรในชุมชนนี้เป็นอย่างมาก ในด้านการช่วยเหลือ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชากรในชุมชนเหล่านี้ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์โดยการสร้างมิตร

สัมพันธ์ระหว่างองค์กรและชุมชน เพราะประชากรเหล่านี้จะเป็นลูกค้าประจำขององค์กรธุรกิจในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร วัฒนพันธ์ (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การสร้างภาพลักษณ์องค์กรสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษาซูเปอร์เซ็นเตอร์ในประเทศไทย ที่พบว่า การสร้างภาพลักษณ์ในธุรกิจมีองค์ประกอบในด้านหลักมี 7 ด้าน คือการสร้างภาพลักษณ์โดยการทำกิจกรรมเพื่อสังคม สร้างภาพลักษณ์ด้านพนักงาน สร้างภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ การสร้างภาพลักษณ์ในด้านการสื่อสารทางการตลาด การสร้างภาพลักษณ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ การสร้างภาพลักษณ์ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และการสร้างภาพลักษณ์ด้านอุปกรณ์ที่ทันสมัย ส่วนองค์ประกอบในด้านรองลงมานั้นประกอบไปด้วย 2 ด้าน คือ ด้านการดำเนินงานในธุรกิจและด้านผู้บริหาร

5.2.1.4 การพัฒนากระบวนการธุรกิจสีเขียว

การพัฒนากระบวนการธุรกิจสีเขียว ผลการศึกษาพบว่า สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจะมีการพัฒนากระบวนการธุรกิจสีเขียวโดยการนำโซลาร์เซลล์มาใช้สร้างเป็นพลังงานไฟฟ้าทดแทน เพื่อใช้ภายในสถานีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และพยายามนำนวัตกรรมการนำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ได้เข้ามาใช้ในธุรกิจ เพื่อช่วยลดต้นทุนจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งนี้ยังรวมถึงการคอยให้ความสำคัญถึงสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรและชุมชนใกล้เคียงอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากสถานีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางธุรกิจสีเขียว การให้ความสำคัญกับใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เหมาะสมภายในธุรกิจเป็นถือเรื่องหลักที่ควรจะต้องดำเนินเป็นลำดับต้น ๆ จึงต้องพัฒนากระบวนการของธุรกิจ โดยการนำนวัตกรรมเหล่านี้จะช่วยลดต้นทุนจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในสถานีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงให้น้อยลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรีย์พร นิพิฐวิทยา (2557) ได้ทำการวิจัย เรื่อง แบบจำลองสโตร์ปลอดคาร์บอนที่มุ่งสู่ธุรกิจสีเขียว ที่พบว่า การแข่งขันทางเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันทำให้หลายองค์กรต้องออกแบบธุรกิจและระบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรม ความเชื่อและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค ในยุคแห่งการตื่นตัวทางด้านสิ่งแวดล้อมทำให้ภาคธุรกิจเกิดการพัฒนาแนวคิดในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การทำธุรกิจในเรื่องของการแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชนโดยหนึ่งนโยบายที่ได้ขับเคลื่อนให้กับชุมชนที่ให้บริการคือ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุดและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพให้มากที่สุด นอกจากนี้เป็นประโยชน์ในแง่ของการควบคุมต้นทุนการผลิตขององค์กรแล้ว ยังเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการเรียนรู้ต่อการรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการพัฒนา

5.3.1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบสถานีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงยังคงขาดความรู้ความเข้าใจ และไม่สามารถดำเนินธุรกิจไปตามแนวทางธุรกิจสีเขียวได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่พบแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวภายในธุรกิจสถานีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างเป็นรูปธรรมมากนัก จากผลการวิจัยดังกล่าวทางผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจ โดยการเริ่มเข้าศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการรักษาสิ่งแวดล้อม และการควบคุมการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด จากแฟรนไชส์ธุรกิจสถานีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เช่น การจัดการทรัพยากรน้ำด้วย

หลัก 3Rs (Reduce, Recycle, Reuse) โดยระบบ Eco Industrial ซึ่งจะดึงน้ำที่ผ่านการบำบัดแล้วกลับมาเป็นน้ำที่สามารถใช้ได้ใหม่อีกครั้ง การนำน้ำมันดีเซลกำมะถันต่ำ (เฉลี่ย 10 ppm) เข้ามาจำหน่ายในสถานีเพื่อช่วยลดปริมาณฝุ่น PM2.5 ได้ถึงร้อยละ 19-21 และการกำจัดของเสียโดยวิธีฝังกลบ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้ผู้ประกอบการสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ตามการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ของธุรกิจแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งจะมีแนวทางการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป แต่จะอยู่ในกรอบของธุรกิจสีเขียว

5.3.1.2 จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางให้องค์กรธุรกิจแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ให้ความสำคัญแก่การสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขข้อตกลงของแฟรนไชส์ ให้ศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เป็นไปตามแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียว โดยการคำนึงถึงเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม และการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจากผู้ประกอบการบางส่วนยังคงขาดความรู้ความเข้าใจถึงธุรกิจสีเขียวพอสมควร หากดำเนินการตามข้อเสนอแนะของผู้วิจัยอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจไปตามแนวทางของธุรกิจแฟรนไชส์หลักได้ดีมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังรวมถึงเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ควรสร้างเงื่อนไขข้อตกลงโดยให้มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าว เพื่อจะส่งผลให้ผู้ประกอบการนำพาองค์กรให้ริเริ่มดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามแนวทางธุรกิจสีเขียว พร้อมกับสามารถเรียนรู้ถึงการเป็นธุรกิจสีเขียวได้มากขึ้น

5.3.1.3 จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางให้แก่หน่วยงานภาครัฐให้มีมุมมองการให้ความสำคัญให้มากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว เนื่องจากธุรกิจที่คำนึงถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มที่จะเป็นที่นิยม หรือให้ความสำคัญมากขึ้นจากกลุ่มผู้บริโภคและผู้ประกอบการในอนาคต จึงเสนอแนะให้ทางภาครัฐสร้าง ปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนานโยบายเพื่อสนับสนุนให้แก่ธุรกิจที่สนใจดำเนินธุรกิจตามแนวทางธุรกิจสีเขียวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ทั้งนี้ทางภาครัฐยังสามารถนำแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรของทางภาครัฐให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ โดยการนำไปพัฒนาแผนการพัฒนาระบบบริหารงานภาครัฐ หรือแผนการสร้างและพัฒนาบุคลากรภาครัฐ เป็นต้น