

รูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านนาเกต

อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี*

Environmentally Friendly Product Management Model of Ban Na Ket Farm

Women Community Enterprise, Khok Pho District Pattani Province

สุธิดา เลขาวิจิตร

Suthida Lakhavijit

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Business Administration, Yala Rajabhat University, Thailand.

Corresponding Author's Email. swattanayuenyong@gmail.com.



บทคัดย่อ

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี 2) ศึกษากระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี 3) ศึกษาการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี และ 4) วิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 103 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีจำนวน 11 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (โดยรวม) พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, $SD. = 0.36$) 2) กระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (โดยรวม) พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, $SD. = 0.36$) 3) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการที่มีผลต่อกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (จำแนกตามการวิเคราะห์ SWOT) โดยภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ยังคงต้องมีการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมทางตลาด เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อ

*Received March 4, 2021; Revised March 29, 2022; Accepted April 19, 2022



วิสาหกิจในการขยายช่องทางการทำธุรกิจ อีกทั้งกระบวนการจัดการการวิเคราะห์ SWOT และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจยังต้องมีการอาศัยการพัฒนาการเรียนรู้จากภายนอกเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ; ผลกระทบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม; วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to investigate the management context of eco-friendly products of community enterprise by Ban Na Ket Farming Women Group, Khok Pho District, Pattani Province; 2) to explore the management process of eco-friendly products of community enterprise by Ban Na Ket Farming Women Group, Khok Pho District, Pattani Province; 3) to investigate the management affecting the management process of eco-friendly products of community enterprise by Ban Na Ket Farming Women Group, Khok Pho District, Pattani Province; and 4) to analyze the guidelines for developing the management model of eco-friendly products of community enterprise by Ban Na Ket Farming Women Group, Khok Pho District, Pattani Province. The study used a mixed-methods research approach, with quantitative data obtained from 103 persons via questionnaires and qualitative data collected from 11 key informants via in-depth interviews.

From the study, it is found as follows: 1) The management of eco-friendly products is overall at a high level ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.36). The study according to the second objective found that the management process of eco-friendly products is overall at a high level ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.36). 2) The results of a management factor analysis that affects the management process of eco-friendly products classified by SWOT analysis are generally divergent. When each aspect is considered, all aspects are different with a statistical significance of 0.05 level. 3) The guidelines for developing the management model of eco-friendly products of community enterprise by Ban Na Ket Farming Women Group, Khok Pho District, Pattani Province include the following: product development, distribution channels, and marketing promotion. All of these factors affect the enterprise in expanding business channels. The management process, SWOT analysis, and business environment still need development from external learning.

Keywords: Management; Eco-Friendly Products; Community Enterprise of Ban Na Ket Farming Women Group

บทนำ

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมนับได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญและส่งผลกระทบต่อในระดับโลกจนถึงระดับพื้นที่ โดยเฉพาะปัญหาสิ่งแวดล้อมเมือง เช่น ขยะล้นเมือง มลพิษทางอากาศและน้ำ การขาดแคลนพื้นที่สีเขียวและความหลากหลายทางชีวภาพในเมือง ซึ่งแนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เน้นความสมดุลและบูรณาการ 3 เสาหลัก ได้แก่ สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมได้มีการยอมรับในเวทีประชาคมโลกและสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations : ASEAN) ได้ให้การสนับสนุนต่อแนวทางดังกล่าว โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์อาเซียนและปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมืออาเซียน รวมทั้งแผนงานการจัดตั้งประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community Blueprint) ซึ่งประกอบด้วยความร่วมมือหลักใน 6 ด้าน ทั้งนี้ สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในฐานะหน่วยงานประสานงานกลาง (Nation Focal Point) ของประเทศไทยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเมืองที่ยั่งยืน และปฏิบัติงานร่วมกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนในคณะทำงานอาเซียนด้านสิ่งแวดล้อมเมืองที่ยั่งยืน (ASEAN Working Group on Environmentally Sustainable Cities in ASEAN Region) เกี่ยวข้องโดยตรงกับแผนงานการจัดตั้งประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASCC Blueprint) ในส่วนของ D5 ด้านการส่งเสริมคุณภาพมาตรฐานการดำรงชีวิตในเมืองต่าง ๆ ของอาเซียนและเขตเมือง ซึ่งปัจจุบันได้ขยายงานให้ครอบคลุมข้อริเริ่มอาเซียนว่าด้วยเมืองที่มีลักษณะที่มีสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ทั้งในด้านการจัดการน้ำ เมืองสีเขียว ความหลากหลายทางชีวภาพของเขตเมือง การจัดการของเสียแบบ 3R การควบคุมมลภาวะในอากาศ โดยมี “รางวัลอาเซียนด้านสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน” (ASEAN Environmentally Sustainable Cities Awards) เป็นเครื่องมือในการจูงใจให้ประเทศสมาชิกอาเซียนมีการดำเนินงานตามกรอบความร่วมมือที่กำหนด รวมถึงการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่ข้อริเริ่มต่าง ๆ เช่น “สังคมคาร์บอน” “เมืองเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” (Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning, 2014) ทั้งนี้ Polonsky (1994) พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์หรือประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Elkington, 1994) และมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากร และปกป้องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Chen, 2008; Ottman, 1998) เช่นการซื้อสินค้าหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การลดการใช้ขยะ หรือการประหยัดน้ำมัน เป็นต้นปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลต่อวิถีการดำรงชีวิตของผู้บริโภคเป็นวิถีชีวิตแนวใหม่ที่เข้าสู่ยุคบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สินค้าที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองกับวิถีชีวิตการบริโภคในแนวทางดังกล่าว เรียกว่า “สินค้าสิ่งแวดล้อม” (Green Product)

ดังนั้น การผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะต้องประกอบด้วย หลักการ 4R คือการลดของเสีย (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำมาปรับใช้ใหม่ (Recycle) และ การซ่อมบำรุง (Repair) (Amonchai, 2009) และในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) หรือ CSR ปลูกกระแสแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green economy) ทำให้ภาคธุรกิจตระหนักถึงความเชื่อมโยงระหว่างต้นทุนการผลิตกับต้นทุนสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการใช้ทรัพยากรและพลังงานไม่มีประสิทธิภาพรวมถึงการเกิดของเสียและมลพิษก็จะเกิดต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นจากการใช้วัตถุดิบ พลังงาน และการบำบัดของเสีย ทำให้กระบวนการผลิตที่ยั่งยืนต้องเน้นการผลิต

สินค้าที่มีคุณภาพและเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดโดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ นั่นคือ การใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุดลดการเกิดของเสีย รวมถึงหาแนวทางแปรรูปของเสียเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มุ่งกระจายทรัพยากรและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึงโดยมุ่งความสมดุล 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต้องสร้างจิตสำนึกให้พนักงานและคู่ค้าธุรกิจที่มีส่วนได้ส่วนเสียตระหนักถึงภาวะโลกร้อนและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโลก ซึ่งเป็นแนวคิดบูรณาการทั้งภายในองค์กรกับคู่ค้าธุรกิจ รวมถึงแนวโน้มหลักที่มุ่งสู่ความเป็นองค์กรสีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะการใช้พลังงานหมุนเวียนและพลังงานทางเลือกที่ไม่ได้มาจากแหล่งสร้างมลภาวะและก๊าซเรือนกระจก เช่น พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ เซลล์เชื้อเพลิงเหลว รวมทั้งการบริหารทรัพยากรน้ำที่มุ่งการใช้ซ้ำและรีไซเคิลเพื่อประหยัดน้ำที่ใช้ในการอุปโภคบริโภคมากที่สุด

ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่จังหวัดปัตตานีก่อให้เกิดผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลาย จากนโยบายการตลาดนำการผลิตของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งที่ผ่านมาสำนักงานเกษตรจังหวัดปัตตานี ร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายส่งเสริมสถาบันเกษตรกรที่ประกอบด้วย กลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร กลุ่มแปลงใหญ่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปคุณภาพสู่ตลาดทั้งด้านพืช ปศุสัตว์ และประมง เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างรายได้ที่เกื้อหนุนให้เศรษฐกิจปัตตานีเฟื่องฟูตามนโยบายของผู้ว่าราชการจังหวัดปัตตานี อีกทั้ง เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตร ส่งเสริมเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรที่มีความรู้ทักษะการผลิตเชื่อมโยงการตลาด และให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสซื้อผลผลิตและผลิตภัณฑ์การเกษตรคุณภาพจากผู้ผลิตโดยตรง กลุ่มและประชาชนให้มีคุณภาพตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงภายใต้เป้าประสงค์ (Pattani Province Development Plan, 2015) ดังนี้ ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชนเข้มแข็ง และพึ่งพาตนเองได้ ประชาชนได้รับการศึกษา และกระบวนการเรียนรู้อย่างทั่วถึง และมีสุขภาพดี ประชาชนมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ครอบครัวเข้มแข็ง ภาครัฐมีระบบการจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและการบริการที่ได้มาตรฐาน มีเครือข่ายชุมชนครอบคลุมทุกหมู่บ้าน ระบบข้อมูลสารสนเทศ และเทคโนโลยีได้รับการพัฒนา (Pattani Province Development Plan, 2015)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี เพื่อวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้น เพื่อส่งเสริมรายได้จากการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้นำกลับมาบูรณาการให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยมีการส่งเสริมรูปแบบกระบวนการบริหารจัดการที่เป็นประโยชน์สู่การปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ยังต้องศึกษาบริบทของการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจ รูปแบบกระบวนการ และแนวทางการพัฒนาเพื่อส่งผลให้กับกลุ่มวิสาหกิจมีความตระหนักถึงผลประโยชน์และวิธีการสร้างมูลค่าให้เป็นแรงบันดาลใจในการประกอบอาชีพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
3. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อกระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
4. เพื่อวิเคราะห์นำเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

วิธีการดำเนินวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี จำนวน 103 คน ใช้กลุ่มตัวอย่าง ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้มาโดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมดเต็มจำนวนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ซึ่งมีจำนวน 103 คน

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ที่นำมาใช้ในการศึกษาวิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่นำมาใช้ในการศึกษา ได้แก่ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านวิสาหกิจมาแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปีและอยู่ในกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีจำนวน 11 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of item-objective congruence : IOC = 0.82) และนำเครื่องมือในการวิจัยที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (try out = 0.802) กับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (\bar{X} , S.D) โดยช่วงระยะจะเท่ากับ 0.8 จึงสามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม และค่า F-test (One way ANOVA) ชนิดทางเดียว และการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยการวิเคราะห์ SWOT จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์วิเคราะห์ไปพร้อม

ๆ กับการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึก การถอดเทปบันทึกเสียง มาแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ พิจารณาว่าข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์เพียงพอหรือไม่และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอกอโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัย พบว่า การจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (โดยรวม) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, $SD. = 0.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านบุคลากรมากที่สุด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, $SD. = 0.44$) และด้านผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, $SD. = 0.39$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษากระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอกอโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (โดยรวม) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, $SD. = 0.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, $SD. = 0.21$) สภาพแวดล้อมปัจจัยภายในน้อยที่สุด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, $S.D. = 0.51$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอกอโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัย พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการที่มีผลต่อกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (จำแนกตามการวิเคราะห์ SWOT) โดยภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการที่มีผลต่อกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (จำแนกตามวิเคราะห์สภาพแวดล้อม) โดยภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อนำเสนอวิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกต อำเภอกอโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์บ้านนาเกตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่สามารถนำมาเป็น Group Model ให้กับกลุ่มอื่นได้ โดยเน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักของบ้านนาเกต คือ ข้าวแต่น โดยบรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐานรองรับ ผ่านกระบวนการ Reuse ลักษณะเป็นถุงพรอย สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ แต่ในความเป็นจริงไม่มีผู้บริโภคกลับมาใช้ใหม่ ทำให้ไม่ตอบโจทย์ในการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ถ้าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้จะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่า อาจทำจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่น ส่วนกระบวนการผลิตคือ ผู้ประกอบการทอดโดยการใช้น้ำมันที่ไม่ซ้ำมาก ถ้าใช้น้ำมันเริ่ม

คล้ายๆก็จะเปลี่ยนน้ำมัน จึงเสนอการทำควบคุมเทคโนโลยีความร้อน over cooking น้ำมันจะไม่หืน เติมน้ำมันลงไปใหม่ได้ตลอด โดยไม่ต้องเทน้ำมันทิ้ง ควบคุมอุณหภูมิในการทอด จะทำให้ลดต้นทุนลงระดับหนึ่ง ซึ่งการทำ Group Model ต้องต่อยอดต่อไปได้ เช่น ผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่าได้มากขึ้น เปิดตลาดใหม่ๆได้มากขึ้น เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เน้นการเป็น SME หรือเป็นนิติบุคคล เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจการ เช่น การลดหย่อนภาษี อย.ประจำปีไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นต้น

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง 1. ผลิตภัณฑ์มีความสดใหม่ สะอาด 2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค 3. มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย 4. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่จับต้องได้ง่าย และ 5. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติหรือวัตถุดิบในท้องถิ่น

จุดอ่อน 1. กลุ่มผู้บริโภคมีความสนใจเฉพาะผลิตภัณฑ์เดียว (ข้าวแต๋น) 2. สมาชิกขาดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์ 3. ขาดเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมในการผลิต 4. รูปแบบการผลิตยังไม่ตอบสนอง 5. ขาดทายาททางธุรกิจที่จะสานต่อธุรกิจ และ 6. ขาดการบริหารจัดการและการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างระบบ

โอกาส 1. นโยบายภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการ 2. เครือข่ายผู้ประกอบการในพื้นที่ ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน 3. เครือข่ายผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งและเชื่อมโยง ในการพัฒนาสร้างผลิตภัณฑ์และตลาดสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผู้ประกอบการ

อุปสรรค 1. ราคาวัตถุดิบเป็นไปตามกลไกตลาด 2. สถานการณ์โควิด 19

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

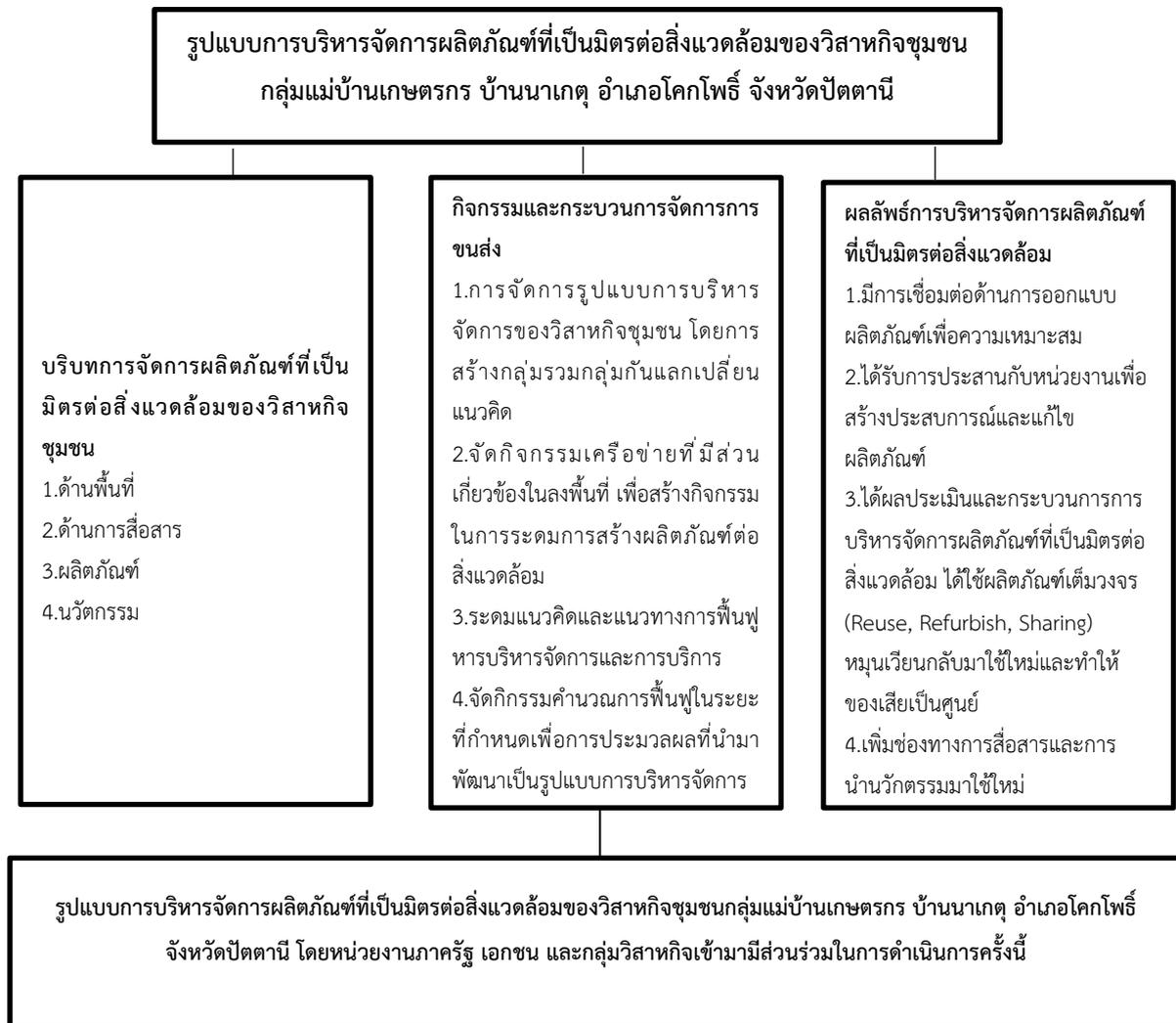
สภาพแวดล้อมภายใน จากสภาพแวดล้อมภายใน ด้านกลุ่มผู้ประกอบการยังต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้จริง ทำการจัดการบริหารในด้านต่างๆกระบวนการผลิตให้เป็นระบบ เพราะสมาชิกขาดการมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าไม่ได้ ปัญหาทุกอย่างจึงตกไปที่ประธานของธุรกิจเพียงคนเดียว ซึ่งอาจจะมีการป้จจัยจากการไม่มีทายาทมาสานต่อธุรกิจด้วย

สภาพแวดล้อมภายนอก จากสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเป็นผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจ สิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ราคาวัตถุดิบที่เป็นไปตามกลไกของตลาด วัตถุดิบอาจจะมีราคาที่สูงๆลงๆบ้าง และสถานการณ์ที่ระบาดในขณะนี้ คือ สถานการณ์ covid-19 ที่ส่งกระทบต่อการขายเป็นอย่างมาก

องค์ความรู้ใหม่

รูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี จากการศึกษาพบว่า การบริหารของกลุ่มวิสาหกิจมีกระบวนการและช่องทางที่สามารถจัดกระบวนการเพื่อหารูปแบบใหม่ ๆ ในการพัฒนาจากการสังเคราะห์ของ SWOT

และได้อาศัยความรู้ด้านการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ พร้อมทั้งการสื่อสารเพื่อเพิ่มความเป็นดิจิทัลมากยิ่งขึ้น รวมถึงกระบวนการบริหารที่แตกต่างไปจากเดิม ดังสรุปไปเป็นองค์ความรู้ใหม่ ดังภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า การจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (โดยรวม) พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, $SD. = 0.36$) ดังนั้น ด้านบุคลากรมากที่สุด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, $SD. = 0.44$) และด้านผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, $SD. = 0.39$) ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ด้านบุคลากรในวิสาหกิจชุมชนมีความการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจและมีกิจกรรมที่สม่ำเสมอจึงทำให้บุคลากรมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตามด้านผลิตภัณฑ์ยังให้ความสนใจที่พัฒนาในระดับที่ยังน้อย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นต่อสิ่งแวดล้อมต้องมีการศึกษาและเพิ่มความชำนาญในการผลิตเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการในทางการตลาด สอดคล้องกับ Poonying (2019)

ซึ่งพบว่า การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายไคของ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นบ้านหาดผาชน ตำบลเมืองจิ่ง อำเภอกู่เพียง จังหวัดน่าน ทั้ง 4 ด้าน ส่วนใหญ่มีการบริหารจัดการที่ดี สามารถก่อให้เกิดโอกาสที่ดีต่อองค์กร ในปัจจัยด้าน การวางแผน การจัดการองค์กร การสั่งการ การควบคุม ด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความเป็นไปได้ทางการตลาด ลักษณะเกณฑ์เฉพาะผลิตภัณฑ์แต่ยังมีบางปัจจัยที่ยังคงเป็นอุปสรรคในปัจจัยเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชน เรื่องราวหรือตำนานผลิตภัณฑ์สภาพความพร้อมในการดำเนินงานและการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ยังพบว่าแนวทางในการแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายไคของ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นบ้านหาดผาชน ตำบลเมืองจิ่ง อำเภอกู่เพียง จังหวัดน่าน มีดังนี้ 1) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อเกิดความสามัคคีและรักในชุมชน 2) การหาผู้สืบทอดและถ่ายทอด เรื่องราวของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นอยู่กับชุมชนต่อไป

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า กระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อมของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอกู่เพียง จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (โดยรวม) พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, $SD. = 0.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กระบวนการจัดการต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจเพื่อให้องค์กรวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้นำมาพัฒนาในการบริหารจัดการ ซึ่งมีการคำนึงถึงทั้งปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อสร้างวิสาหกิจชุมชนในมีการพัฒนามากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัย Kesorn Bua (2018) ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถกำหนดกลยุทธ์การทำตลาดสำหรับผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม เบญจบุรพาได้ 6 กลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 ต้องสร้างสินค้าและผลิตสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์หรือมีคุณ ลักษณะเฉพาะแต่ละท้องถิ่นและมีความเป็นสากล กลยุทธ์ที่ 2 การเน้นตลาดเป้าหมาย เจาะจงที่ตลาดเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ กลยุทธ์ที่ 3 ให้ความรู้เรื่องของการทำการค้าขายแดนไทย-กัมพูชา กลยุทธ์ที่ 4 จัดทำตราสินค้าแสดงให้เห็นความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และท้องถิ่นที่เป็นสากล กลยุทธ์ที่ 5 สร้าง พันธมิตรร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ให้เป็นที่รู้จัก กลยุทธ์ที่ 6 จับคู่ พันธมิตรทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ OTOP

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการที่มีผลต่อกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (จำแนกตามการวิเคราะห์ SWOT) โดยภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการที่มีผลต่อกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (จำแนกตามวิเคราะห์สภาพแวดล้อม) โดยภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ปัจจัยด้านการจัดการของแต่ละกลุ่มบุคคลแม่บ้านเกษตรกรมีความแตกต่างในด้านของกระบวนการจัดการซึ่งโดยส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับกรอบนโยบายของแผนการดำเนินงานที่ทำไว้ ซึ่งทั้งนี้อาจมีความแสดงความคิดเห็นหรือการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kantabutra (2011) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพทำงานในหน่วยงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัดนครราชสีมา และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อ พบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Lasiang (2016) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์นวัตกรรมสีเขียวของธุรกิจใญ่อุตสาหกรรมการผลิตของไทยกับการทดสอบ เชิงประจักษ์ของตัวแปรสาเหตุและผลลัพธ์ผลการศึกษาปรากฏว่า การมุ่งเน้นตลาดและแรงกดดันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อกลยุทธ์ นวัตกรรมสีเขียวทั้ง 3 ด้าน คือ 1) การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สีเขียวการพัฒนากระบวนการเพื่อสิ่งแวดล้อม และ รูปแบบการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมสีเขียวเพียง 2 ด้าน คือ ด้านการพัฒนา กระบวนการเพื่อสิ่งแวดล้อมและด้านรูปแบบการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพ ความสัมพันธ์กับลูกค้าและประสิทธิภาพในการแข่งขัน ยกเว้น ด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สีเขียวซึ่งไม่ส่งผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่า แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ยังคงต้องมีการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมทางตลาด เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจในการขยายช่องทางการทำธุรกิจ อีกทั้งกระบวนการจัดการการวิเคราะห์ SWOT และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจยังต้องมีการอาศัยการพัฒนาการเรียนรู้จากภายนอกเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความรู้ความเข้าใจในด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมยังไม่ค่อยได้รับการพัฒนาจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเท่าที่ควร ทั้งนี้ควรมีหน่วยงานเข้ามีส่วนร่วมในการดำเนินงานครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ngampromsakul (2016) การจัดการเพื่อส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของ เทศบาลในจังหวัดสมุทรสาครผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาเกี่ยวกับ การจัดการที่สำคัญคือ เทศบาลดำเนินการเพื่อลดมลภาวะทางกลิ่นไปในทิศทางที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม หรือประชาชนรวมทั้งขาดตัวแบบการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมของเทศบาลในจังหวัดสมุทรสาคร ตามแนวคิดการบริหารจัดการที่ยั่งยืนทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) เศรษฐกิจ (2) เทคโนโลยี (3) สังคมหรือคุณภาพชีวิต (4) ความสมดุล และ (5) เครือข่าย นอกจากนี้ การทดสอบทางสถิติที่ระดับการมีนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การบริหารจัดการเพื่อ ส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมของเทศบาลในจังหวัดสมุทรสาครตามแนวคิดการบริหารจัดการที่ยั่งยืนทั้ง 5 ด้าน ล้วนเป็น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ มนุษย์ (Man) การบริหารจัดการวัสดุ อุปกรณ์ (Material) การให้บริการประชาชน (Market) การบริหารจัดการข่าวสารหรือข้อมูลข่าวสาร (Message) การประสานงานหรือการประนีประนอม (Mediation) และการวัดผลหรือการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Measurement) ทั้งนี้ ผลการศึกษาเชิงคุณภาพยังสนับสนุนแนวคิดในการพัฒนาตัวแบบการบริหารจัดการของเทศบาลว่า ควรนำตัวแบบการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามแนวคิดการบริหารจัดการที่ยั่งยืน 5 ด้านไปประยุกต์ใช้เป็นตัวแบบ การบริหารจัดการหรือเป็นกลุ่มตัวชี้วัดสำคัญสำหรับการปฏิบัติงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

สรุป

รูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี จากการศึกษาในครั้งนี้ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรควรมีการศึกษาจากต้นน้ำ ในด้านของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อสร้างกิจกรรมและการแลกเปลี่ยนแนวคิดกับองค์กรเครือข่าย อีกทั้งยังต้องมีการวิเคราะห์สภาพปัญหาขององค์กรหรือธุรกิจวิสาหกิจชุมชนที่ได้ดำเนินการทั้งภายในและภายนอกเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การศึกษาบริบทการจัดการของวิสาหกิจยังมีความต้องการในด้านของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจด้านผลิตภัณฑ์ที่นำมาเสนอขายสู่ภายนอก ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้า นั้น ๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ เอกชน หรือผู้ประกอบการควรมีการแนะนำหรือชี้แนะแนวทางการดำเนินการและพัฒนาสินค้าเพื่อการต่อยอดอาชีพต่อไป

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การศึกษากระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ยังคงต้องการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น จากกระบวนการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการพัฒนา นอกจากนี้กลุ่มแม่บ้านยังต้องแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการเข้ามาขยายโอกาสทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำชุมชน กลุ่มวิสาหกิจ ควรเข้ามาประชุมหรือการระดมแนวคิดเพื่อให้ได้มาซึ่งการพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อกระบวนการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ทั้งมีความแตกต่างกันซึ่งปัจจัยความต้องการและรูปแบบของการบริหารมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เช่น ด้านการส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งกระบวนการและปัจจัยการจัดการมีความต้องการและการเข้ามามีส่วนร่วมแตกต่างกันจึงต้องมีหลากหลายช่องทางในการดำเนินทางธุรกิจ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่ม วิสาหกิจ ชุมชน และเครือข่าย ควรเข้ามาจัดสรรงบประมาณหรือช่องทางขยายโอกาสเพื่อการก้าวเข้าสู่ความเป็นวัฒนธรรมและการสืบเนื่องจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับได้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่า แนวทางการพัฒนารูปแบบกระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านนาเกตุ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ยังต้องมีการรวมกลุ่มเพื่อระดมวิธีการแนวทางการแก้ไขจุดบกพร่องและเพิ่มเติมสิ่งที่ขาดหายไป การ Focus Group กับเครือข่ายถือเป็นการใช้แนวทางในการต่อยอดการดำเนินทางธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันรูปแบบการ

จัดการของวิสาหกิจยังคงต้องมีความชัดเจนและความพร้อมในเรื่องของการรักษาสิ่งแวดล้อมในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ซึ่งวิสาหกิจกลุ่มแม่บ้านยังคงต้องเพิ่มการพัฒนาต่อไป ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทุกกลุ่มทั้งภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการ เครือข่าย ชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งระบบและรูปแบบในการวางแผนการดำเนินการต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านนาเกต อำเภอกอโกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

2.2 ควรศึกษารูปแบบนวัตกรรมสีเขียวในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านนาเกต อำเภอกอโกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

References

- Atcharapon, P. (2019). A study of the business environment of seaweed products of processed community enterprises Local products Ban Hat Pha Khan, Muang Chang Sub-district, Phu Piang District, Nan Province. *Journal of RMUTL Socially of Engaged Scholarship*, 3(3), 30-44.
- Chang, H. H., & Chen, S. W. (2008). The impact of customer interface quality, satisfaction and switching cost on e-loyalty: Internet experience as a moderator. *Computer in Human Behavior*, 24, 2927-2944
- Chanyaphak, L. (2016). Business Green Innovation Strategy in Thai Manufacturing Industry and Testing Empirical of cause and outcome variables. *Journal of BUU Research Science and Cognitive Science*, 14(2), 71-86.
- Department of Agricultural Extension. (2018). *Summary report of community enterprise businesses / community enterprise networks classified by area: Chiang Mai*. Retrieved September 12, 2021, from http://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?Region_id=&province_id=50&hur_id=&key_word.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks – Triple bottom line of 21st century business*. Stoney Creek, CT: New Society Publishers.
- Kalaya, N. (2016). Management to promote sustainable environmental quality of Municipality in Samut Sakhon Province. *Journal of the Association of Researchers*, 21(21), 215-229.
- Kosol, D. (2011). *Doing Good for Society: The Power to Create a New Business*. Bangkok: MGR 360.

- Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning. (2007). *Environmental Quality Management Plan 2007-2011*. Ministry of Natural Resources and Environment.
- Otman, J.A. (1992). *Green Marketing-Challenges & Opportunities for the New Marketing Age*. Chicago: NTC Business Books.
- Pattani Province Development Plan. (2015). *Farmers Area Development Plan, Yala Province*.
- Polonsky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2),1-10.
- Santana, A. (2009). Green products for the environment. Sustainable. *Journal of the Department of Science Service*, 57(179), 29-36.
- Sudarat, K. (2011). *Study of Factors that are It is Important for Consumers to Make Purchasing Decisions for the Environment in Nakhon Ratchasima*. (Master's Thesis). Rajamangala University of Technology Thanyaburi Bangkok. Bangkok.
- Thichakorn, K. (2018). Strategic Development for Entrepreneurship of One Tambon One Product (OTOP) Benjaburapha Group to the Thai-Cambodian border trade (Aranyaprathet Checkpoint) with SWOT analysis. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 13(2), 51-66.