

แนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

ธนวัฒน์ สุตจิตรสมโภชน์¹ ญาณินท์ สายหยุด^{1*} และ สัจจินดา อิ่มเงิน²

^{1*}สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

²สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Received: 10 May 2025 / Revised: 20 June 2025 / Accepted: 25 June 2025

บทคัดย่อ

บทความเรื่องแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดและการรับรู้ของธุรกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิด BCG Model และ 3) เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Model สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร รูปแบบวิจัย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และจัดกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี เช่น การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านกลยุทธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลการศึกษาจาก SWOT Analysis และ TOWS Matrix พบว่า ผลลัพธ์ของกลุ่มเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่รักษาสິงแวดล้อม และมีการใช้ทรัพยากรชีวภาพและเทคโนโลยีเพิ่มมูลค่าอย่างเหมาะสม การอบรมช่วยเพิ่มทักษะด้านการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ชุมชนมีความเห็นว่าแนวทางธุรกิจสีเขียวช่วยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดย 97.83% เห็นว่าช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่ และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งที่ไม่ใช้ธุรกิจสีเขียว

คำสำคัญ : แนวคิดเศรษฐกิจ BCG, ธุรกิจสีเขียว, ผลลัพธ์ชุมชน, วิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10

*Corresponding Author: thanawat.su@rmutp.ac.th

The Green Business Implementation Approach Based on the BCG Economy Concept of the Precha 10 Community Enterprise Group, Min Buri District, Bangkok

Thanawat Sudjidsomphote¹ Yanin Saiyood^{1*} and Sujinda Imngoen²

^{1*}Department of Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of
Technology Phranakorn

²Department of Accounting, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of
Technology Phra nakorn

ABSTRACT

This article, titled "The Green Business Implementation Approach Based on the BCG Economy Concept of the Precha 10 Community Enterprise Group, Min Buri District, Bangkok," aims to: 1) explore the concept and perception of green business within the community enterprise group; 2) assess the group's potential based on the BCG (Bio-Circular-Green) Economy Model; and 3) develop a green business implementation approach aligned with the BCG Model for the enterprise. A mixed-methods research was employed, utilizing interviews, questionnaires, and capacity-building activities such as community potential analysis, strategic development workshops, and packaging design training. Based on SWOT Analysis and TOWS Matrix, the study found that the group's products are rooted in local wisdom and environmentally friendly practices, with the use of biological resources and technology to enhance value. The community perceived the green business approach as a means of establishing a positive and environmentally friendly image, improving resource utilization, and supporting environmental sustainability. It's interesting to note that 97.83% of respondents acknowledged that these initiatives assist the business attract new customers and differentiate itself from its non-green competitors.

Keywords: BCG economy model, Green business, Community product, Preecha 10 community enterprise

*Corresponding Author: thanawat.su@rmutp.ac.th

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2578) มีเป้าหมายหลักเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ราชกิจจานุเบกษา, 2561) อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังเผชิญความท้าทายทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการบริหารภาครัฐ อาทิ การขาดนวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไม่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน และการเข้าถึงบริการสาธารณะที่ยังไม่ทั่วถึง อีกทั้งยังต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องมีแผนยุทธศาสตร์ที่รอบคอบเพื่อรองรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต (ฝ่ายสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร (CBC), 2563) ซึ่งประกอบกับ (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) เป็นฉบับแรกที่จัดทำภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยมีบทบาทเป็นกรอบกำหนดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการในช่วง 5 ปีถัดไปท่ามกลางความผันผวนจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ อาทิ ผลกระทบจากโควิด-19 และข้อจำกัดเชิงโครงสร้างในประเทศ แผนฉบับนี้มุ่งยกระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับสังคมที่ทันสมัยและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในและนำประเทศไปสู่เป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติอย่างมั่นคง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

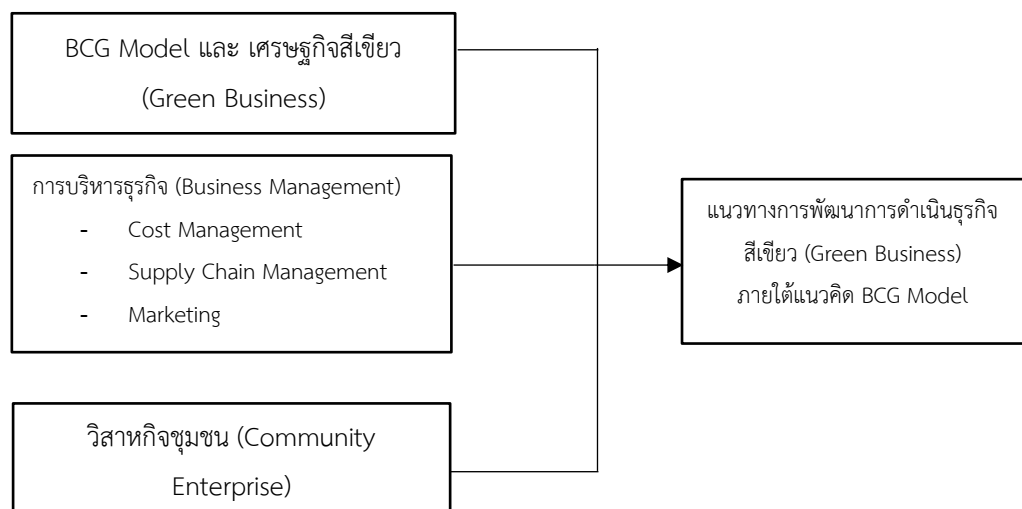
การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับสังคมที่สมานฉันท์และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ได้นำหลัก BCG Economy (Bio-Circular-Green Economy) มาใช้เป็นแนวทางสำคัญ โดยเน้นการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถของ 4 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรและอาหาร พลังงานและวัสดุ สุขภาพและการแพทย์ และการท่องเที่ยว (สำนักพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, ม.ป.ป.) BCG ยังส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การออกแบบที่ลดของเสีย การใช้ซ้ำ และการรีไซเคิล เพื่อลดทรัพยากรและสร้างมูลค่าเพิ่ม แตกต่างจากระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมที่เน้นการใช้แล้วทิ้ง โดย BCG มีมูลค่าทางเศรษฐกิจถึง 3.4 ล้านล้านบาท หรือร้อยละ 21 ของ GDP และมีศักยภาพเพิ่มเป็น 4.4 ล้านล้านบาทใน 5 ปี (สำนักงานสภาพัฒนาการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, ไม่ระบุปี) การพัฒนาแบบบูรณาการทั้ง People-Planet-Profit จะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดในระยะยาว

วิสาหกิจชุมชน (SMCE) ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2562 เป็นกิจการที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชนที่มีวิถีชีวิตร่วมกัน เพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน โดยใช้ทรัพยากร ทุน แรงงาน และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลัก สมาชิกต้องมีตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปและไม่ใช่ครอบครัวเดียวกัน วิสาหกิจชุมชนถือเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548, 2548) อย่างไรก็ตาม ในยุคที่เศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และตอบโต้ตามยุทธศาสตร์ชาติ คณะผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมินบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 ให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด BCG Economy (พรพจน์ ศรีตัน, 2564 และทิชากร เกษรบัว, 2558)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและการรับรู้ของธุรกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิด BCG Model
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Model สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยมีลักษณะเป็นงานวิจัยประยุกต์เชิงพัฒนา (R&D) มุ่งวางแผนทางพัฒนาธุรกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนให้บริหารทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคมและชุมชน ใช้กรอบแนวคิด BCG Model ที่พัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ, เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว เพื่อการเติบโตที่สมดุลและยั่งยืน (ชล บุนนาค, 2559) โดยเน้นศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาการดำเนินธุรกิจสีเขียว บริหารทรัพยากรให้ถูกใช้ไปอย่างคุ้มค่า (ศิริดา นวลประดิษฐ์, 2561) เคียงคู่ไปกับการพยายามรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งให้เกิด

ประโยชน์ต่อธุรกิจด้วย มีภาพพจน์ที่เป็นมิตรที่ดีต่อสังคม ชุมชน โดยกระบวนการศึกษาจะอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดตามทฤษฎี BCG Model และการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งจดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ภายใต้รหัส 1-10-10-01/1-0028 ประกอบด้วยสมาชิก 10 คน ประกอบด้วย ประธาน (1 คน) รองประธาน (1 คน) เลขานุการ (1 คน) ผู้ช่วยเลขานุการ (1 คน) เภรณิก (1 คน) ผู้ช่วยเภรณิก (1 คน) ประชาสัมพันธ์ (1 คน) และกรรมการ (3 คน) เพื่อถอดบทเรียนหลังดำเนินกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (นงคราญ ไชยเมือง และสุตาภัทร คงเกิด, 2562) พร้อมติดตามผลการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ตามแนวทาง BCG Economy เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่มอย่างแท้จริง เก็บข้อมูลศักยภาพของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ โดยมีประเด็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา ข้อจำกัด ความต้องการ โครงสร้างกลุ่ม รูปแบบผลิตภัณฑ์ การใช้ฉลาก/ตรา (ฉัตรยาพร เสมอใจ และรัตนันท์ วารวณิช, 2551) เทคโนโลยี นวัตกรรม การจัดการวัตถุดิบ-ขยะ (ปิยาภรณ์ อาสาทรงธรรม, 2554) ต้นทุน-กำไร และการจัดจำหน่ายที่ผ่านมา (จตุพร อภิชาติภูตินันท์ และคณะ, 2561) และถอดบทเรียนหลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจ การนำความรู้ไปใช้ ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และแนวทางการจัดจำหน่ายที่ได้รับการพัฒนาแล้ว (จิรเกียรติ์ อภิบุญโยภาส และปานแก้วตา ลัคนาวาณิช, 2563)

และได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มีการคัดเลือกโดยการเลือกเจาะจง ซึ่งผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดสัดส่วนประชากร (P) เท่ากับ 0.40 ระดับความเชื่อมั่น (Z) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (d) เท่ากับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 369 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview questionnaire) โดยการใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Questionnaire) ตามแนวทางของสุจินต์ สิมารักษ์ และสุเกศินี สุทธิระ (2530) ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับโครงสร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์ รูปแบบการจัดจำหน่าย จุดแข็ง/จุดอ่อน ปัญหา และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา รวมถึงการประเมินผลการนำแนวทางที่ได้ไปปรับใช้ในภายหลัง

2. เครื่องมือการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ (SWOT Analysis and TOWS Matrix) ประกอบด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix โดยวิเคราะห์ศักยภาพภายในของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) รวมถึงศักยภาพภายนอก ได้แก่ โอกาส (Opportunities) และอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threats) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนและกำหนดกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG เพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืน (Promsaka Na Sakolnakorn, 2014)

3. แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งพัฒนาจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจภายในชุมชน ตามแนวคิดของ (Barney, J.,1991) จำนวน

31 ข้อ คำถามวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึงระดับที่ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ผ่านการพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิและแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และทำการเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป จากข้อคำถามทั้งหมด (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561) ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดลอง (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.838 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป โดยรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและการรับรู้ของธุรกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 มีความเข้าใจในแนวคิดธุรกิจสีเขียว (Green Business) ในระดับมาก และนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ เช่น การใช้น้ำมะขามเปียก ดอกอัญชัน และผักขาว เป็นวัตถุดิบหลักในผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายเน้นการลดของเสีย และการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า โดยมีการนำน้ำหมักจากเปลือกผลไม้เหลือใช้มาเป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้า รวมถึงคนในชุมชนกว่า 80% เข้าใจแนวคิดธุรกิจสีเขียว และมองว่าเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของกลุ่ม ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ได้ดี โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

1.1 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลสภาพการดำเนินงานที่แท้จริงเกี่ยวกับปัจจัยทรัพยากรพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน

ด้านกายภาพ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีทำเลเหมาะสม ใช้ทรัพยากรในชุมชนได้อย่างยั่งยืน แต่พบว่า ยังขาดความเชี่ยวชาญและงบประมาณในการใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์มาใช้ในการกระบวนการผลิต แต่มีการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคที่เป็นปัจจัยในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีความรู้ความสามารถ และร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น เมี่ยงคำ โดยใช้วัตถุดิบในชุมชน และจำหน่ายในงานเทศกาล และงานในหน่วยงานภายนอกต่าง ๆ วางจำหน่ายในสวนสาธารณะ เป็นต้น และทุกคนมีความพึงพอใจในบทบาท หน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

ด้านแหล่งทุน พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 เข้าถึงข้อมูลการเงินได้ โปร่งใส มีการระดมทุนและจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิกทุกคนในกลุ่มพร้อมรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และมีการบริหารจัดการเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านความรู้ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 กลุ่มแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ ผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการพัฒนาทักษะฝีมือ และความรู้เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีมหาวิทยาลัยฯ ต่าง ๆ จัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

1.2 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลสภาพการดำเนินงานที่แท้จริงเกี่ยวกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

ด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกลยุทธ์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีการกำหนดกลยุทธ์ทิศทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ และพันธกิจของวิสาหกิจชุมชน มีการสนับสนุน และส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถนำรูปแบบกลยุทธ์ไปปฏิบัติให้เป็นจริงได้

ด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 เปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มช่องทางใหม่ๆ เพื่อความสะดวกในการซื้อ และการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการสร้างความแตกต่างและโดดเด่นในผลิตภัณฑ์บริการ ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมมือกับผู้วิจัย ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สินค้ามีความน่าซื้อ ฉลากสินค้าชัดเจนมากขึ้น

ด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 ยังขาดความชำนาญในการนำเทคโนโลยีมาสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุนกระบวนการบริหารจัดการ เพราะเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถช่วยให้ผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนดีขึ้นได้

1.3 ผลการสัมภาษณ์แนวคิดและรูปแบบของธุรกิจสีเขียว

พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว (Green Business) การบริหารทุกทรัพยากรให้ถูกใช้ไปอย่างคุ้มค่า เคียงคู่ไปกับการพยายามรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ มีภาพพจน์ที่เป็นมิตรที่ดีต่อสังคม ชุมชน สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะได้วัตถุดิบจากธรรมชาตินำมาเป็นส่วนผสมในการทำผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำยาล้างจานสูตรมะขาม ครีมนวดผมจากดอกอัญชัน ครีมนวดผมจากข้าว เป็นต้น

ธุรกิจสีเขียว คือ การดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการต่าง ๆ เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดส่ง และการทำงานในสำนักงาน โดยมุ่งลดมลพิษของเสียและขยะอันตราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 ถือเป็นธุรกิจสีเขียว เนื่องจากใช้วัตถุดิบธรรมชาติในการผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม และสบู่นุ่ม โดยมีส่วนผสมจากมะขามเปียก สับปะรด และผักขาว ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2. เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหมู่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิด BCG Model ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 ด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis และ TOWS Matrix พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ของกลุ่มคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านและส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนจุดอ่อน (Weaknesses) ได้แก่ ความขาดแคลนในด้าน

ทักษะและเทคโนโลยีแปรรูปเพิ่มมูลค่า รวมถึงการขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่ชัดเจน ขณะที่อุปสรรค/ภาวะคุกคาม (Threats) ที่สำคัญคือการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งในตลาด การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ควรมุ่งพัฒนาทรัพยากรและเพิ่มความร่วมมือในองค์กร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 TOWS Matrix ภายใต้การวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10

	Weaknesses	Strengths
Threats	กลยุทธ์เชิงรับ (W+T) การลดต้นทุนการผลิตผ่านเศรษฐกิจหมุนเวียน	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S+T) การสร้างความหลากหลายและความโดดเด่นในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
Opportunities	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W+O) การเสริมทักษะและความรู้ที่ง่ายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	กลยุทธ์เชิงรุก (S+O) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้านและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างโอกาสร่วมมือกับองค์กรภายนอก

ภาพที่ 2 การออกแบบและสร้างกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

จากการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยใช้วิธีวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix คณะผู้วิจัยจึงได้มีการวางแผนดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) คือการนำทรัพยากรชีวภาพและเทคโนโลยีมาช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ในการนี้ ผู้วิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมทักษะและความรู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โดดเด่น และดึงดูดลูกค้า ผ่านการฝึกใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย และการระดมสมองเพื่อสร้างต้นแบบตราสินค้าฉลาก และบรรจุภัณฑ์

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คือการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยสามารถนำของเสียจากกระบวนการผลิตกลับมาใช้ใหม่ได้ ผู้วิจัยร่วมสังเกตการณ์พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 มีการทำน้ำหมักจากเปลือกมะนาวและเปลือกสับปะรดที่เหลือทิ้งจากการขายอาหารในตลาดหน้าหมู่บ้าน โดยนำมาผลิตน้ำยาซักผ้า ซึ่งเป็นการแปรรูปขยะให้เกิดการใช้ซ้ำอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับหลักการ “C” ของเศรษฐกิจหมุนเวียน

เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ โดยการจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ ในกระบวนการผลิตกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 พยายามลดการเกิดของเสียให้มากที่สุด โดยวางแผนการผลิตอย่างรอบคอบ เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในการผลิตน้ำยาทำความสะอาด เช่น น้ำยาล้างจานสูตรมะขามและมะนาว ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Model สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 มีการดำเนินกิจกรรมภายใต้แนวคิด BCG ดังนี้ 1) Bio Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ) มีการอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตรายีนส์ และฉลาก ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีคุณค่าเพิ่ม 2) Circular Economy (เศรษฐกิจหมุนเวียน) มีการนำน้ำหมักจากเปลือกมะนาว/สับปะรดมาใช้ซ้ำในกระบวนการผลิต ลดของเสียในชุมชน และ 3) Green Economy (เศรษฐกิจสีเขียว) มีวางแผนการผลิตด้วยวัตถุดิบธรรมชาติ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เน้นการจัดการของเสียให้เป็นศูนย์ โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจภายในชุมชน

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์	4.04	0.78	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีความปลอดภัยสารปนเปื้อน	4.30	0.58	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น	4.26	0.71	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์มีคุณภาพและทันสมัย	4.06	0.79	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมี กลิ่น สี ที่เหมาะสม	4.35	0.76	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์	4.30	0.76	มาก
รวม	4.22	0.73	มาก

ตารางที่ 2 จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่เหมาะสม เช่น กลิ่นและสีมีค่าเฉลี่ย 4.35 ความปลอดภัยจากสารปนเปื้อนมีค่าเฉลี่ย 4.30 มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 4.30 เอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ย 4.26 และชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ด้านราคา

ด้านราคา	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.20	0.75	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการแสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจน	4.19	0.67	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านมีวิธีการชำระเงินหลากหลาย	4.38	0.67	มาก
สินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านสามารถต่อรองราคาได้	4.24	0.83	มาก
รวม	4.25	0.73	มาก

ตารางที่ 3 จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในด้านราคา พบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีวิธีการชำระเงินหลากหลายมีค่าเฉลี่ย 4.38 สามารถต่อรองราคาได้ 4.24 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 4.20 และมีการแสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจน 4.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งเห็นได้อย่างชัดเจน/หาง่าย	4.25	0.72	มาก
ความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	4.27	0.67	มาก
มีสินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่ายอยู่เสมอ	4.31	0.85	มาก
มีวิธีแสดงการผลิตให้ลูกค้าชม	4.32	0.77	มาก
รวม	4.28	0.75	มาก

ตารางที่ 4 จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวบ้านเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีวิธีแสดงการผลิตให้ลูกค้าชมมีค่าเฉลี่ย 4.32 มีสินค้าพร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ 4.31 ความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ 4.27 และความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่นโปสเตอร์ นิตยสาร สื่อมัลติมีเดีย	4.24	0.81	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.25	0.75	มาก
การให้ส่วนลดจากราคาปกติ	4.30	0.79	มาก
มีการจัดทำโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน	4.22	0.90	มาก
รวม	4.27	0.81	มาก

ตารางที่ 5 จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.27 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การให้ส่วนลดจากราคาปกติมีค่าเฉลี่ย 4.30 ความรวดเร็วในการให้บริการ 4.25 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นโปสเตอร์ นิตยสาร สื่อมัลติมีเดีย 4.24 และการจัดทำโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ด้านกระบวนการผลิต

ด้านกระบวนการผลิต	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
ชุมชนของท่านนำวัสดุดิบจากแหล่งชุมชนหรือใกล้เคียงมาใช้ในการผลิต	4.25	0.77	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านสามารถใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์การผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.25	0.83	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมในชุมชน ทำให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างยั่งยืน	4.26	0.88	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคที่เป็นปัจจัยในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.36	0.72	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านได้มีระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพ	4.28	0.80	มาก
วิสาหกิจชุมชนมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการควบคุม ตรวจสอบ ในทุกขั้นตอน	4.29	0.81	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ด้านกระบวนการผลิต	Mean.	SD.	ระดับความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง	4.26	0.84	มาก
วิสาหกิจชุมชนของท่านได้มีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการบริหารสินค้าคงคลัง ที่มีประสิทธิภาพ	4.27	0.83	มาก
ชาวบ้านในชุมชนของท่านเป็นส่วนหนึ่งของระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพ	4.27	0.84	มาก
รวม	4.29	0.83	มาก

ตารางที่ 6 จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ในด้านกระบวนการผลิต พบว่า โดยรวมแล้วเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคที่เป็นปัจจัยในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.36 วิสาหกิจชุมชนมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการควบคุม ตรวจสอบในทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ย 4.29 วิสาหกิจชุมชนของท่านได้มีระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.28 วิสาหกิจชุมชนของท่านได้มีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ วัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการบริหารสินค้าคงคลัง ที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.27 และชาวบ้านในชุมชนของท่านเป็นส่วนหนึ่งของระบบควบคุมคุณภาพด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ตามลำดับ

3.2 ความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business) สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business)	เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ	ไม่เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ
ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว (Green Business)	296	80.22	73	19.78

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business)	เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ	ไม่เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการบริหารทุกทรัพยากรให้ถูกใช้ไปอย่างคุ้มค่า เคียงคู่ไปกับการพยายามรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจด้วย มีภาพพจน์ที่เป็นมิตรที่ดีต่อสังคม ชุมชน ที่ควรพึงได้รับการจัดการที่ดีขึ้นควบคู่กันไป	363	98.37	6	1.62
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านลดการใช้ (Reduce) ทรัพยากรต่างๆ โดยการใช้ทรัพยากรให้เกิดคุณค่าและใช้อย่างคุ้มค่ากับราคาให้มากที่สุด	359	97.28	10	2.77
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และการนำไปใช้งานด้านอื่นที่ผ่านกระบวนการจัดการใหม่ก่อนนำไปใช้งาน (Recycle)	356	96.47	13	3.53
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการทำให้ทรัพยากรมีใช้อย่างเพียงพอด้วยการฟื้นฟู หรือการหาทางเลือกใหม่ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือมีผลกระทบให้น้อยที่สุด (Replenish)	348	94.30	21	5.70
ท่านคิดว่า Green Business ส่งผลดีกับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่าน	361	97.83	8	2.17

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business)	เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ	ไม่เห็นด้วย/คน	คิดเป็นร้อยละ
Green Business เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในทางบวก เพราะการอนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนสังคม	359	97.28	10	2.71
Green Business ทำให้ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของท่านมีชื่อเสียง ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าใหม่เกิดความศรัทธา ส่วนกลุ่มลูกค้าเดิมก็จะมีความรักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ	361	97.83	8	2.17
Green Business เป็นวิธีการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้มีจำนวน เพิ่มขึ้นในกลุ่มที่มีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม	355	96.20	14	3.80
Green Business สามารถสร้างความโดดเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจคู่แข่งที่ไม่ได้รับการรับรองการเป็นธุรกิจสีเขียว	354	95.93	15	4.07
ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของท่านสามารถเป็นผลิตภัณฑ์ใน Green Business	346	93.76	23	6.24

ตารางที่ 7 จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของชาวบ้านในชุมชนเรื่องธุรกิจสีเขียว (Green Business) สามารถสรุปได้ดังนี้

พบว่า คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว (Green Business) จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 80.22 และไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียวจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.78

พบว่า ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการบริหารจัดการทรัพยากรให้คุ้มค่า พร้อมกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจและสร้างภาพพจน์ที่เป็นมิตรต่อสังคมและชุมชน โดยมีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 98.37 และไม่เห็นด้วยจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.62

พบว่า ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการลดการใช้ทรัพยากร (Reduce) โดยใช้ทรัพยากรให้เกิดคุณค่าและคุ้มค่ากับราคา มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 97.28 และไม่เห็นด้วยจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.77

พบว่า ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และนำไปใช้งานด้านอื่นหลังผ่านกระบวนการจัดการใหม่ (Recycle) มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 96.47 และไม่เห็นด้วยจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.53

พบว่า ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการทำให้ทรัพยากรมีใช้อย่างเพียงพอโดยการฟื้นฟู หรือการหาทางเลือกใหม่ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีผลกระทบให้น้อยที่สุด (Replenish) มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 94.30 และไม่เห็นด้วยจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70

พบว่า Green Business ส่งผลดีกับผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชน มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 97.83 และไม่เห็นด้วยจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.17

พบว่า Green Business เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในทางบวก เพราะการอนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน สังคม มีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 97.28 และไม่เห็นด้วยจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.71

พบว่า Green Business ทำให้ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนมีชื่อเสียง ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าใหม่เกิด ความศรัทธา ส่วนกลุ่มลูกค้าเดิมมีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีคนในชุมชนเห็นด้วยจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 97.83 และไม่เห็นด้วยจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.17

พบว่า Green Business เป็นวิธีการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้มีจำนวน เพิ่มขึ้นในกลุ่มที่มีความใส่ใจต่อ สิ่งแวดล้อม เห็นด้วย จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 96.20 ไม่เห็นด้วย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

พบว่า Green Business สามารถสร้างความโดดเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจคู่แข่งที่ไม่ได้ การรับรองการเป็นธุรกิจสีเขียว เห็นด้วย จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 95.93 ไม่เห็นด้วย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.07

พบว่า ผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชน สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ใน Green Business เห็นด้วย จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 93.76 ไม่เห็นด้วย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.24

1.3 ความรู้ความเข้าใจเรื่อง BCG Model สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 ความรู้ความเข้าใจเรื่อง BCG Model ของคนในชุมชน

ความรู้ความเข้าใจเรื่อง BCG Model	เห็นด้วย	คิดเป็นร้อยละ	ไม่เห็นด้วย	คิดเป็นร้อยละ
ท่านคิดว่าธุรกิจ (วิสาหกิจชุมชน) ของท่านอยู่ในมิติของเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) หรือไม่	341	92.41	28	7.59
ท่านคิดว่า BCG Model สามารถสร้างอาชีพให้ชุมชน (วิสาหกิจชุมชน) ของท่าน	357	96.74	12	3.26
ท่านคิดว่า BCG Model เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ (วิสาหกิจชุมชน) ของท่าน	359	97.28	10	2.72

ตารางที่ 8 จากการสำรวจ พบว่า คนในชุมชนเห็นด้วยกับความคิดเห็นว่าธุรกิจ (วิสาหกิจชุมชน) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอยู่ในมิติของเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 92.41 ไม่เห็นด้วย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.59 มีความคิดเห็นด้วยว่า BCG Model สามารถสร้างอาชีพให้ชุมชน (วิสาหกิจชุมชน) ของกลุ่มวิสาหกิจ จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 96.74 ไม่เห็นด้วย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.26 และมีความคิดเห็นด้วยว่า BCG Model เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ (วิสาหกิจชุมชน) ของกลุ่มวิสาหกิจ จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 97.28 ไม่เห็นด้วย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.72

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการพัฒนาธุรกิจสีเขียวตามแนวคิด BCG Economy ของวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 มีความรู้ความเข้าใจในแนวคิด ธุรกิจสีเขียว (Green Business) และสามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการดำเนินธุรกิจ เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น มะขามเปียก ดอกอัญชัน และฝักข้าว มาใช้ผลิตน้ำยาทำความสะอาด ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกต่อผู้บริโภค และมีความคิดเห็นว่าการใช้แนวคิดธุรกิจสีเขียวช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ดึงดูดลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพิ่มความภักดีของลูกค้าเก่า และเสริมสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจ สิ่งนี้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่าง

ยั่งยืนของชุมชน และตอบโจทย์แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียวที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 จากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis และ TOWS Matrix พบว่า กลุ่มมีจุดแข็ง ได้แก่ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นหลัก แต่ยังมีจุดอ่อน เช่น ขาดเทคโนโลยีในการแปรรูปความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โอกาสที่พบคือการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในขณะที่อุปสรรคคือจำนวนคู่แข่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ซึ่งอาจลดความสามารถในการแข่งขัน โดยการวิเคราะห์นี้ช่วยให้กลุ่มสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น การสร้างความหลากหลาย และการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทชุมชน ทั้งนี้สะท้อนถึงความเข้าใจในแนวทางของ BCG Model ที่เน้นการพัฒนาแบบองค์รวม ทั้งในด้านเศรษฐกิจชีวภาพ หมุนเวียน และสีเขียว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การดำเนินกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด BCG Model ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านปรีชา 10 ประกอบด้วย 1) ด้าน Bio Economy มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นการใช้วัตถุดิบชีวภาพเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น น้ำหมักชีวภาพ 2) ด้าน Circular Economy การใช้ของเสียจากกระบวนการผลิต เช่น น้ำหมักจากเปลือกผลไม้ ช่วยลดขยะและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด 3) ด้าน Green Economy การวางแผนการผลิตให้ลดของเสีย เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อชุมชน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ คือ กลุ่มมีความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจมากขึ้น เกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต และวางรากฐานไปสู่การขอรับรองมาตรฐานสินค้าชุมชน แนวทางการพัฒนาดังกล่าวสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และมีศักยภาพในการขยายผลสู่กลุ่มอาชีพอื่นในพื้นที่หรือพื้นที่ใกล้เคียง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. หน่วยงานรัฐในพื้นที่ควรนำแนวคิดเศรษฐกิจ BCG มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยขยายผลในระดับอำเภอและจังหวัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดอบรมให้ความรู้และทักษะ การให้คำปรึกษาภาคสนาม รวมถึงการสนับสนุนด้านโครงการและทุนงบประมาณ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง

2. ควรส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ไปยังกลุ่มอาชีพหรือวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ทั้งในและนอกพื้นที่ โดยการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนด้านอาชีพ การจัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการจัดตลาดนัดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้และขยายการเข้าถึงตลาด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยต่อยอดเพื่อยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ตั้งแต่ระดับต้นน้ำ (Upstream) - กลางน้ำ (Midstream) - ปลายน้ำ (Downstream) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การผลิต การแปรรูป ไปจนถึงการจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพในทุกขั้นตอนของกระบวนการ
2. ควรสนับสนุนการวิจัยต่อยอดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่บ้านปรีชา 10 โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG เพื่อให้สามารถได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น มาตรฐานสินค้า โอท็อป (OTOP) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างความเชื่อมั่น และขยายการรับรู้ในวงกว้างต่อตลาดผู้บริโภค ส่งผลดีต่อความสำเร็จและการเติบโตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ พิพิธกุล. (2561). คุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม : Validity กับ Reliability ในการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 8(2), 104-110.
- จตุพร อภิโชติภูตินันท์และคณะ. (2561). *การใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสมุนไพรในเขตภาคใต้* [รายงานผลการวิจัย]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- จีรเกียรติ อภิบุญโยภาส และ ปานแก้วตา ลัคนาวานิช. (2563). การพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจหมู่บ้านท่ามาค้าขายวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวคุณค่าชาวนาคุณธรรม จังหวัดยโสธร. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*. 12(2). 101-118.
- ฉัตยาพร เสมอใจ, ดร., และรัตนันท์ วารีนิช, ดร. (2551). *หลักการตลาด Principle of Marketing*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชล บุนนาค. (2559). *นิยามของเศรษฐกิจสีเขียว: จุดร่วม จุดต่าง และความหลากหลาย*. เข้าถึงได้จาก <https://progreencenter.org/2016/02/25/นิยามของเศรษฐกิจสีเขียว/> วันที่สืบค้นข้อมูล 22 พฤษภาคม 2565.
- ชุติพงศ์ คงสันเทียะ และชฎาล นาคใหม่. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG: กรณีวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วย ตำบลนาจิว อำเภอสังขม จังหวัดหนองคาย. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 40(1), 130-151.
- ทิชากร เกษรบัว. (2558). แนวทางการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) เพื่อการส่งออกในตลาดอาเซียน. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 30(2), 155-174.
- นงคราญ ไชยเมือง และสุตภาภัก คงเกิด. (2562). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบนฐานเศรษฐกิจเชิงชีวภาพ: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนชีวิติ ตำบลน้ำเกี๋น จังหวัดน่าน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 13(2), 10-25.

ปิยาภรณ์ อาสาทรงธรรม. (2554). การบริหารสินค้าคงคลังเพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์. *วารสารนักบริหาร*, 6, 145-151.

พรพจน์ ศรีตัน. (2564). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการนวัตกรรมทางสังคมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy).

กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. (2548). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ราชกิจจานุเบกษา. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580). สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2566. จากเว็บไซต์ https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF?fbclid=IwAR3PlzqAK5fH03zJD7JoK_I_piMmrPdRgRoPvGvv-SUu4ErQO0PNhKz1NGkA.

ศิรดา นวลประดิษฐ์. (2561). การพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีและการคำนวณต้นทุนทุนผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนข้าวสังข์หยด: กรณีศึกษากันเขากลาง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 35(2), 27-54.

สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2566. จากเว็บไซต์ <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 - 2570)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2566. จากเว็บไซต์ https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20230307173518.pdf

สุจินต์ สิมารักษ์ และ สุเกศินี สุภธีระ. (2530). *การประเมินสภาวะชุมชนแบบเร่งด่วน*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Barney, J. (1991). Firm resource and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.

Promsaka Na Sakolnakorn, T. & Sungkharat, U. (2014). Development guidelines for small and micro community enterprises in Songkhla lake basin. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(1), 97-122.