



ฉากทัศน์การพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านน้อย  
ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

Scenery of coconut glass development of Ban Noi Community Enterprise Group Chiang Khan Subdistrict,  
Chiang Khan District, Loei Province

วรัญญา สิงห์สถิตย์<sup>1</sup> พลสยาม สุนทรสนิ<sup>2</sup> วิริยา เพ็ญไทย<sup>3</sup>

Sb6440307103@lru.ac.th

โทรศัพท์: 0809959930

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ต.เชียงคาน อ.เชียงคาน จ.เลย เพื่อศึกษาฉากทัศน์การพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านน้อย เพื่อไม่ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงเริ่มต้นด้วยการแบ่งผู้เข้าร่วมเป็นกลุ่มย่อยแล้วให้แต่ละกลุ่มอภิปรายบริบทสภาพแวดล้อมและปัจจัยต่างๆในอดีตที่ส่งผลกระทบต่อแวดวงพลังงานตลอดช่วงระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา โดยผู้ควบคุมการประชุมอาจใช้รูปภาพ สื่อวีดิทัศน์ หรือประเด็นคำถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลแบบสอบถามจำนวน 400 จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อคนด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) มีจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 เป็นเพศชาย มีจำนวน 180 คิดเป็นร้อยละ 45.00 ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ตระหนักถึงจัดกิจกรรมพิเศษในโอกาสต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ มีการจัดป้ายโฆษณาหน้าร้าน, การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และการจัดทำเอกสารส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาในโอกาสต่างๆโดยส่วนมากใช้วิธีการโฆษณาเหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง

**คำสำคัญ:** ฉากทัศน์การพัฒนา มะพร้าวแก้ว วิสาหกิจชุมชน

**Abstract**

This research The objective is to study the coconut development of community enterprises. Ban Noi, Chiang Khan Subdistrict, Chiang Khan District, Loei Province To study the scenery of the development of coconut glass of Ban Noi Community Enterprise Group. In order not to allow community enterprises, we began by dividing participants into smaller groups and then allowing each group to discuss the context, environment, and past factors that have impacted the energy industry over the past 20 years. The moderator may use images, video materials, or question points using statistical software packages to process 400 questionnaires from a sample of determined personal factors of coconut glass consumers of community enterprises. Gender, age, occupation, education level, and average income per person by determining frequency and percentage were 220 people. 55.00% are male. 180 or 45.00% of this is due to the consumption of glass coconut by community enterprises. Ban Noi, Chiang Khan Subdistrict, Chiang Khan District, Loei Province recognizes special events on various occasions such as New Year's Festival first, followed by advertising billboards in front of stores, advertising through various media such as media, television, internet, and promotional activities such as discount on various occasions.

**Keywords:** Development Scene Coconut Glass Community Enterprise

- ค <sup>1</sup> นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยภุณญเลย  
<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ สาขาวิชาพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยภุณญเลย

### ความเป็นมาของปัญหา

มะพร้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่คนไทยรู้จักและยึดเป็นอาชีพเพาะปลูกมานานนับร้อยปี จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (ประภาพร กิตติเสนาชัย, 2561) พบว่าพื้นที่การผลิตมะพร้าวและปริมาณผลผลิตมะพร้าวลดลงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุจากภัยแล้งและแมลงศัตรูพืชระบาด อีกทั้งราคามะพร้าวตกต่ำจึงไม่จูงใจให้เกษตรกรขยายพื้นที่เพาะปลูก การปลูกมะพร้าวใช้เวลานานกว่าจะเก็บเกี่ยวได้ แต่มะพร้าวเป็นพืชอาหารที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคมาช้านาน ทุกครอบครัวมีการนำมะพร้าวมาแปรรูป ทำเป็นอาหารคาวและอาหารหวานหลากหลายชนิด (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561) นอกจากนี้การบริโภคมะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวของประเทศทั่วโลกในภาพรวม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2555 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ประภาพร กิตติเสนาชัย, 2561) โดยเฉพาะประเทศกลุ่มอาเซียนมีการบริโภคมะพร้าวมากที่สุดจำนวน 6.59 ล้านตันในปี พ.ศ. 2555 และปัจจุบันตลาดโลกเริ่มให้ความสนใจบริโภคมะพร้าว แปรรูปกันมากขึ้นมะพร้าวแก้วบ้านน้อยเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อย เป็นกลุ่มผลิตกลุ่มแรกที่รวมตัวกันจากกลุ่มแม่บ้าน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และได้มีการก่อตั้งจดทะเบียนขึ้นในวันที่ 28 มิถุนายน 2554 เลขที่ตั้ง 27/2 หมู่ 4 ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และได้จัดตั้งชื่อว่า "วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อย (ดวงใจ บุตรตา, 2561) ฉากทัศน์หรือการมองอนาคต เป็นกระบวนการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคตอย่างเป็นระบบมีความน่าเชื่อถือ โดยคำนึงถึงปัจจัยรอบด้าน เช่น ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี การเมือง และปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อการส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งใช้วิธีการที่หลากหลายตามทฤษฎีต่างๆ เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความกล้าที่จะคิดนอกกรอบ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการคาดการณ์ในอนาคตในการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย  
การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง  
ขอบเขตด้านประชากร  
2.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากร  
1) ผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย จำนวน 400 คน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล  
การสร้างเครื่องมือ การสร้างเครื่องมือในการวิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้  
3.1 ทำการศึกษารวบรวมข้อมูล  
3.2 ประกอบการจัดทำแบบสอบถาม

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาได้แนะนำตนเองอธิบายวัตถุประสงค์ในการศึกษาและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจากผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

2. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชาชนที่มาซื้อมะพร้าวแก้ว และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

การคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภคที่มีผลต่อการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### ผลการวิจัย

ให้แสดงผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่ผู้อ่านดูแล้วเข้าใจ

1. ระดับการคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภคที่มีผลต่อมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.06$ , S.D.=0.78) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x}=4.11$ , S.D.=0.77) เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x}=4.08$ , S.D.=0.80) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{x}=4.06$ , S.D.=0.75) และด้านราคา ( $\bar{x}=4.00$ , S.D.=0.80) ตามลำดับ

2. การคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภคที่มีผลต่อมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.00$ , S.D.=0.80) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ราคาของผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ( $\bar{x}=4.08$ , S.D.=0.72) เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วแสดงราคาอย่างชัดเจน ( $\bar{x}=4.00$ , S.D.=0.78) มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ ( $\bar{x}=3.98$ , S.D.=0.79) และราคาของผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วมีความเหมาะสม ( $\bar{x}=3.94$ , S.D.=0.89)

#### อภิปรายผล

อภิปรายผลให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ของผลการศึกษา สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความเพื่อเน้นความสำคัญของงานให้เข้าใจง่ายที่สุด

การศึกษาเรื่อง ฉากทัศน์การพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้ศึกษาขออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้(1) เพื่อศึกษาการคาดการณ์ในอนาคตในการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

#### สรุปผลการวิจัย

ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัยความยาวไม่เกิน 150 คำ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21-30 ปี มีการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และมีรายได้ 15,001-25,000 บาท

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริม เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปปรับใช้ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อยสามารถใช้ผลการวิจัยการคาดการณ์ในอนาคตในการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

2.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมั่นคง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภคที่มีผลต่อมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม หรือ การทำ Focus Group เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเจาะจงมากยิ่งขึ้น

2. . ควรนำปัจจัยอิสระด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการคาดการณ์ในอนาคตในการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มาเป็นปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อยสามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553). การโฆษณาเบื้องต้น.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ดวงใจ บุตรดา. (2561). มะพร้าวแก้วเชียงคาน. สืบค้น 25 สิงหาคม 2566,

จาก [https://oer.learn.in.th/search\\_detail/result/91047](https://oer.learn.in.th/search_detail/result/91047)

ธนกฤต วันตะเมธ. (2554). หลักการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปณิศา มีจินดา. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์ธรรมสาร.

ประภาพร กิตติเสนาชัย. (2561). ศักยภาพในการแข่งขันของมะพร้าวไทย.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2566, จากเว็บไซต์:

<http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/1064-img.pdf>.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่

(Marketing management) ฉบับปรับปรุงใหม่ ปี 2552. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศิริรัตน์ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2551). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่6). กรุงเทพฯ: พี.เอ.อีฟวิง.

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สวนพล. (2552). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร.



หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรมท้องถิ่นจังหวัดเลย. (2564).

ชุมชนบ้านน้อย. สืบค้น 25 สิงหาคม 2566,

จาก <https://culturalenvi.onep.go.th/site/detail/2230>

Coates, S., & Person, E. S. (1985). Extreme boyhood femininity: Isolated

behavior or pervasive disorder? *Journal of the American Academy of Child Psychiatry*, 24(6), 702–709.

[https://doi.org/10.1016/S0002-7138\(10\)60113-](https://doi.org/10.1016/S0002-7138(10)60113-)

**\*หมายเหตุ** จำนวนหน้าของบทความ 10 หน้า