



ฉากทัศน์การพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านน้อย

ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

Coconut Glass Development Scene of Ban Noi Community Enterprise Group

Chiang Khan Subdistrict, Chiang Khan District, Loei Province

วรัญญา สิงห์สถิตย์¹ พลสยาม สุนทรสนิท² วิริยา เพียงไทย³

Sb6440307103@lru.ac.th

โทรศัพท์: 0809959930

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาฉากทัศน์การพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มะพร้าวแก้วบ้านน้อยเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อย เป็นกลุ่มผลิตกลุ่มแรกที่รวมตัวกันจากกลุ่มแม่บ้าน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และได้มีการก่อตั้งจดทะเบียนขึ้นในวันที่ 28 มิถุนายน 2554 เลขที่ตั้ง 27/2 หมู่ 4 ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และได้จัดตั้งชื่อว่า "วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อย" โดยการใช้วิธีเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน สุ่มไว้จำนวน 15 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างและวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และ ค่าเบี่ยงเบน และอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาประชาชน

คำสำคัญ: ฉากทัศน์การพัฒนา มะพร้าวแก้ว วิสาหกิจชุมชน

ABSTRACT

This research The objective is to study the coconut development scene of community enterprises. Ban Noi, Chiang Khan Subdistrict, Chiang Khan District, Loei Province Coconut Kaew Ban Noi is a community enterprise, the Coconut Kaew Ban Noi Women's Group is the first production group to be gathered from a group of housewives. Ban Noi, Chiang Khan Subdistrict, Chiang Khan District, Loei Province and was established on June 28, 2011 at 27/2 Moo 4, Chiang Khan Subdistrict. It was established as "Coconut Kaew Ban Noi Women's Community Enterprise by using quantitative methods. The population used in this study was coconut glass consumers of community enterprises, with a sample size of 385 people, 15 people in reserve, for a total sample size of 400 people.

Keywords: Development Scene Coconut Glass Community Enterprise

- ค ¹ นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาสาขาวิชาพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

มะพร้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่คนไทยรู้จักและยึดเป็นอาชีพเพาะปลูกมานานนับร้อยปี จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (ประภาพร กิตติเสนาชัย, 2561) พบว่าพื้นที่การผลิตมะพร้าวและปริมาณผลผลิตมะพร้าวลดลงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุจากภัยแล้งและแมลงศัตรูพืชระบาด อีกทั้งราคามะพร้าวตกต่ำจึงไม่จูงใจให้เกษตรกรขยายพื้นที่เพาะปลูก การปลูกมะพร้าวใช้เวลาเนิ่นกว่าจะเก็บเกี่ยวได้ แต่มะพร้าวเป็นพืชอาหารที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคมาช้านาน ทุกครอบครัวมีการนำมะพร้าวมาแปรรูปทำเป็นอาหารคาวและอาหารหวานหลากหลายชนิด (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561) นอกจากนี้การบริโภคมะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวของประเทศทั่วโลกในภาพรวม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2555 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ประภาพร กิตติเสนาชัย, 2561) โดยเฉพาะประเทศกลุ่มอาเซียนมีการบริโภคมะพร้าวมากที่สุดจำนวน 6.59 ล้านตันในปี พ.ศ. 2555 และปัจจุบันตลาดโลกเริ่มให้ความสนใจบริโภคมะพร้าว แปรรูปกันมากขึ้นมะพร้าวแก้วบ้านน้อยเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อยเป็นกลุ่มผลิตกลุ่มแรกที่รวมตัวกันจากกลุ่มแม่บ้าน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และได้มีการก่อตั้งจดทะเบียนขึ้นในวันที่ 28 มิถุนายน 2554 เลขที่ตั้ง 27/2 หมู่ 4 ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และได้จัดตั้งชื่อว่า "วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีมะพร้าวแก้วบ้านน้อย (ดวงใจ บุตรดา, 2561) ฉากทัศน์หรือการมองอนาคต เป็นกระบวนการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคตอย่างเป็นระบบมีความน่าเชื่อถือ โดยคำนึงถึงปัจจัยรอบด้าน เช่น ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี การเมือง และปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกัน เพื่อการส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งใช้วิธีการที่หลากหลายตามทฤษฎี ต่างๆ เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความกล้าที่จะคิดนอกกรอบ (นิติบดี สุขเจริญ, 2562)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1 เพื่อศึกษาการคาดการณ์ในอนาคตในการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร

2.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากร

- 1) ผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 ทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประเด็นสนับสนุนการมีรายได้ของผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้ว

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 3 ส่วนส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อคน ส่วนที่ 2 ข้อมูลการคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภคที่มีผล

ต่อการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ประกอบด้วย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลแบบปฐมนิเทศผู้ศึกษาได้แนะนำตนเองอธิบายวัตถุประสงค์ในการศึกษาและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 2 เมื่อกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคน อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย ยินดีเป็นกลุ่มตัวอย่างเก็บแบบสอบถามและอธิบายหัวข้อในแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการตอบคำถามจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาลงรหัสเพื่อเป็นข้อมูลในรูปแบบสัญลักษณ์โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณ จากนั้นจึงนำข้อมูลไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์จนได้ข้อมูลทั้งหมดเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ฉากทัศน์การพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคน อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย

ระดับการคาดการณ์ในอนาคต	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	0.80	มาก	2
2. ด้านราคา	4.00	0.80	มาก	4
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.06	0.75	มาก	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11	0.77	มาก	1
รวม	4.06	0.78	มาก	

จากตารางที่ 1 6 พบว่า ระดับการคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภคที่มีผลต่อมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคน อำเภอเชียงคน 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

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เรื่อง ฉากทัศน์การพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคน อำเภอเชียงคน จังหวัดเลยอภิปรายผลให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ของผลการศึกษา สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความเพื่อเน้นความสำคัญของงานให้เข้าใจง่ายที่สุดปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคน อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21-30 ปี มีการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และมีรายได้ 15,001-25,000 บาท โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งทิwa คุชฎีเชษฐากุล (2552 : บทคัดย่อ)

ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 20,000 บาททั้งนี้เป็นเพราะผู้บริโภคมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ตระหนักถึงวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วมีคุณภาพดี เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วให้เลือกตามโอกาสและเทศกาล, บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วมีความทันสมัยเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และมีผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วที่มีความหลากหลายครบทุกประเภทตรงกับความต้องการ

สรุปผลการวิจัย

ระดับการคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภคที่มีผลต่อมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริม เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า วัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วมีคุณภาพดี เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วให้เลือกตามโอกาสและเทศกาล, บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วมีความทันสมัยเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และมีผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วที่มีความหลากหลายครบทุกประเภทตรงกับความต้องการ ตามลำดับด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ราคาของผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยเป็นอันดับแรก รองลงมา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

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

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการคาดการณ์ในอนาคตของผู้บริโภคที่มีผลต่อมะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม หรือ การทำ Focus Group เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น
2. ควรนำปัจจัยอิสระด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการคาดการณ์ในอนาคตในการพัฒนามะพร้าวแก้วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มาเป็นปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านน้อย สามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยากร วรกุลลัญฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553). การโฆษณาเบื้องต้น.

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

จาก https://oer.learn.in.th/search_detail/result/91047

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. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: พี.เอ.อี.พี.วี.

สุวัฒน์ ศิริรินทร์ และภาวนา สอนพลู. (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