

แนวทางการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ

The Method of Elderly Income Generation using Community Products in Samut Prakan.

ภัทรา สุขะสุนนท์ (Patra Sukasukont)¹

สุชีลา ศักดิ์เทวิน (Suchila Saktewin)²

ธัญพร ศรีตอกไม้ (Tanyaporn Sridokmai)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นแผนงานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ 2) พัฒนาระบบเว็บไซต์แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ และ 3) ศึกษารูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ และ 4) ศึกษาแนวทางการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ โดยนำผลการศึกษามาตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 ข้อ 2 และข้อ 3 มาทำการสังเคราะห์และใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 4 โดยสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการผู้สูงอายุควรพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบในท้องถิ่นโดยใช้ภูมิปัญญาที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมและกำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายประเภทและหลายระดับราคา การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาต้นทุนประกอบ ภาครัฐควรจัดหาเทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับผลิตและจำหน่าย และจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์ประจำตำบลโดยมีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง 2) ต้นแบบเว็บไซต์แอปพลิเคชันที่พัฒนามีคุณภาพด้านข้อมูล ด้านระบบ และด้านการบริการอยู่ในระดับดีมากที่สุด 3) รูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ขอบข่ายการพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุ องค์ประกอบของเครือข่าย และกระบวนการ/ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย 4) ผู้สูงอายุควรเลือกลูกค้ากลุ่มเป้าหมายวัยทำงานและนักท่องเที่ยว ควรรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายกับผู้ขายแหล่งวัตถุดิบทั้งในชุมชนและนอกชุมชน เพื่อให้มีวัตถุดิบในการผลิตเพียงพอและคุณภาพดี หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันเพื่อสนับสนุนช่วยเหลือผู้สูงอายุให้สามารถสร้างรายได้ โดยเชิญชวนผู้สูงอายุเข้าใช้เว็บไซต์แอปพลิเคชันสำหรับการตลาดออนไลน์และอบรมความรู้การใช้งานให้ผู้สูงอายุ โดยจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือและมีหน่วยงานหลักดูแลและพัฒนาเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง เพื่อสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืนให้แก่ผู้สูงอายุ

คำสำคัญ : การสร้างรายได้ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้สูงอายุ

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

E-mail : patra_sukasukont@yahoo.com

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี E-mail : suchila.s@dru.ac.th

³อาจารย์ ดร.ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี E-mail : tanyaporn.s@dru.ac.th

Abstract

The objectives of this research plan were 1) to develop Samut Prakan elderly group's community product marketing strategies, 2) to develop a web application prototype on a mobile phone for elderly income generation, 3) to study a cooperative network management model to develop the business potential of the elderly in Samut Prakan, and 4) to study the guideline for generating elderly income from community products in Samut Prakan by synthesizing the results of the study according to objectives 1, 2 and 3 and using the data to create an interview form. The result from interviewing 30 people related to community products in Samut Prakan was analyzed using qualitative data as a basis.

The result pointed out that 1) elderly entrepreneurs should develop products from local raw materials by mixing wisdom with culture to specify product positioning. Products should be developed in various types and prices. The price should be set correspondingly with the quality and quantity of the product, considering the production cost together. The government should support by providing up-to-date technology for producing and selling products. A local online product distribution center should be established under the support of a specified agency. 2) web application prototypes were developed with the highest level of quality of data, systems, and services. 3) the cooperation network management model consists of 3 parts: the framework for developing the business potential of the elderly, network elements, and network constructing processes. 4) elderly should focus on working ages and tourists as their target customers. Networks with both local and non-local suppliers of raw materials should be established in order to have enough raw materials for good quality products. Government agencies and private sectors should work together to support the elderly to generate their income by inviting and educating them to use web applications for online marketing. A cooperative network with the responsible sector is also needed to support and strengthen teamwork in order to generate sustainable income for the elderly.

Keywords: Income Generation, Community Products, The Elderly

วันที่รับบทความ : 14 กันยายน 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 17 พฤศจิกายน 2564

วันที่ตอบรับบทความ : 30 พฤศจิกายน 2564

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

โครงสร้างอายุของประชากรไทยมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยประชากรไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น และในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงอายุดระดับสมบูรณ์คือ สังคมที่มีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด(กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562, หน้า 8) มีสาเหตุมาจากการเกิดน้อยลงและคนไทยอายุยืนขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้จะส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ(GDP) รายได้ต่อหัวของประชากร การจ้างงาน ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ เป็นต้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายว่า ควรมีการส่งเสริมการทำงานอย่างต่อเนื่องของแรงงานที่มีอายุมากให้สามารถพึ่งตนเองได้ และส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น (ชมพูนุท พรหมภักดี, 2556, หน้า ก) โดยกำหนดมาตรการส่งเสริมการมีงานทำและมีรายได้ของผู้สูงอายุไว้ในมาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติ เรื่องสังคมผู้สูงอายุ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562, หน้า 32)การสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นแนวทางหนึ่ง เนื่องจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่รัฐบาลนำมาใช้ในการสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น โดยมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาสนับสนุนในเรื่องวิชาการ เทคโนโลยี ช่องทางการตลาด และขยายโอกาสให้ชุมชนเข้าถึงแหล่งทุนเป้าหมาย (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, ม.ป.ป.)

ดังนั้นเพื่อสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีงานทำ มีรายได้ ผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้สูงอายุจะต้องมีความน่าสนใจ มีความคุ้มค่า และก่อให้เกิดความต้องการซื้อแก่ผู้บริโภค ดังนั้นการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงมีความสำคัญ ที่จะช่วยสร้างความสามารถในการ

การแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในท้องตลาดได้ และไทยโพสต์ (2561) ได้กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ว่า ยอดใช้จ่ายออนไลน์ของคนไทยจากปีพ.ศ. 2558 ถึง 2559 เติบโตถึงร้อยละ 16 และคาดการณ์ว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องไปอีก เนื่องจากผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบาย ประหยัดเงินและประหยัดเวลาได้มากกว่า การซื้อสินค้าที่ร้านค้า ดังนั้นการพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ จะเป็นช่องทางการขายที่สำคัญ เนื่องจากเว็บแอปพลิเคชันคือโปรแกรมที่ออกแบบมาสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ ที่จะเป็นตัวให้ผู้ซื้อเปิดเข้าเว็บไซต์ของผู้ขายได้รวดเร็วขึ้น(เอ็ม ดี ซอฟต์, ม.ป.ป.) ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีความสะดวกในการใช้งาน อย่างไรก็ตามการเพิ่มยอดขายให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนและสร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุนั้น จะต้องได้รับความร่วมมือจากบุคคลในชุมชนและหน่วยงานภาครัฐและเอกชน แต่พบว่าการขับเคลื่อนงานด้านผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นการทำงานแบบแยกส่วน ขาดการบูรณาการ มีความซ้ำซ้อนในเชิงประเด็นและพื้นที่ ดังนั้นทุกภาคส่วนจึงต้องทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ เพื่อนำนโยบายด้านผู้สูงอายุไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง(กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562, หน้า 9) รูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุ จะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินงานและประสานงานกันอย่างเป็นระบบ

สมุทรปราการเป็นจังหวัดที่มีผู้สูงอายุในสัดส่วนร้อยละ 15.07 จากประชากรในจังหวัดสมุทรปราการทั้งหมด(กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563, หน้า 1) ซึ่งจัดว่ากำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและเพื่อสนับสนุนการพัฒนาผู้สูงอายุตามนโยบายของรัฐบาล ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

1.2.2 เพื่อพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ

1.2.3 เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

1.2.4 เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดสมุทรปราการ

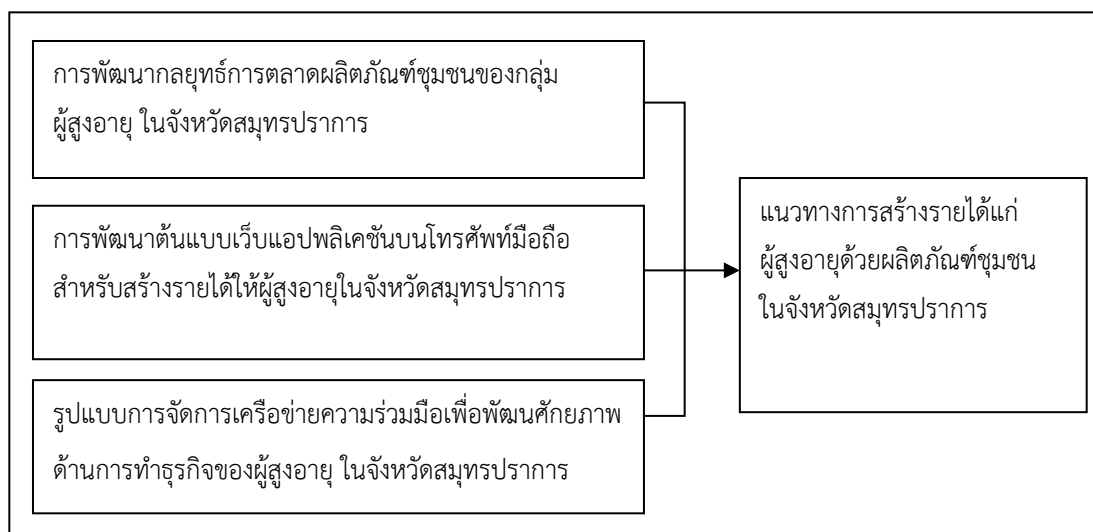
1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้กำหนดขอบเขตในการศึกษาดังนี้

1.3.1 ด้านสถานที่ ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

1.3.2 ด้านเนื้อหา มีขอบเขตเกี่ยวกับการสร้างรายได้ ผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนากลยุทธ์การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อออนไลน์ การพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ รูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือ

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยได้พัฒนาจากมาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติที่มุ่งส่งเสริมการมีงานทำและมีรายได้ของผู้สูงอายุ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562, หน้า 32) รายได้ หมายถึง ผลตอบแทนที่ธุรกิจได้รับจากการขายสินค้า

1.3.3 ด้านประชากร ประกอบด้วย

1) ผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-75 ปี ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและจำหน่าย แต่ยังไม่ได้ลงทะเบียนเป็นสินค้า OTOP อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

2) ผู้บริโภคที่มาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน และแหล่งชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ

3) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ

4) ผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

5) บุคคลทั่วไปที่ใช้ใช้งานเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

หรือบริการให้แก่ลูกค้า (เขาวลัย พงศ์ผาติโรจน์ วรศักดิ์ ทุมมนนท์ และเกรียงไกร บุญเลิศอุทัย, 2559, หน้า 39) และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมจะสามารถจูงใจลูกค้าให้ซื้อสินค้าและบริการได้ (Kotler and Armstrong, 2016, p.48)

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ชุมชนจะสามารถขายได้ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ(กลุ่มงานส่งเสริมผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน, 2563, หน้า 13-14) อย่างไรก็ตามการดำเนินงานพัฒนาผู้สูงอายุที่ผ่านมา ยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีความซ้ำซ้อนในเชิงประเด็นและพื้นที่(กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562, หน้า 9) ผู้วิจัยจึงนำหลักการดังกล่าว มาใช้เป็นแนวทางการศึกษาการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ

2. แนวคิดทฤษฎี

รายได้ หมายถึง ผลตอบแทนที่ธุรกิจได้รับจากการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า (เขาวลัย พงศ์ผาติโรจน์ วรศักดิ์ ทุมมนนท์ และเกรียงไกร บุญเลิศอุทัย, 2559, หน้า 39) การสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุ สามารถนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผู้สูงอายุผลิต มาสร้างมูลค่าโดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ก็จะสามารถจูงใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อได้ (Kotler and Armstrong, 2016, p. 48)

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่น(สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, ม.ป.ป.) ที่ผู้ผลิตและขายผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นคนในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ แต่ยังพบปัญหา การจัดการ การตลาด การผลิต การเงินและแหล่งเงินทุนต่ำ เทคโนโลยี การมีเครือข่ายวิสาหกิจ และขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง (ธัญมัย เจียรกุล, 2557, หน้า 177-191)

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีกระบวนการเริ่มต้นจากการศึกษา วิเคราะห์ ตรวจสอบ และประเมินสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยการSWOT analysis หากวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมแล้วพบว่าเอื้อต่อการดำเนินงานแก่องค์กร ถือว่าเป็นOpportunities(โอกาส) แต่ถ้า

สิ่งแวดล้อมนั้นเป็นข้อจำกัดต่อการดำเนินงานขององค์กร ถือว่าเป็นThreats(อุปสรรค) ส่วนสิ่งแวดล้อมที่องค์กรสร้างขึ้นและสามารถควบคุมได้ หากพบว่าเป็นข้อดีที่องค์กรมี ถือว่าเป็น Strengths (จุดแข็ง) แต่ถ้าเป็นข้อเสียหรือข้อบกพร่องขององค์กร ถือว่าเป็น Weaknesses (จุดอ่อน)ต่อจากนั้นนำผลมาจัดทำTOWS matrix โดยนำสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรคที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ มาจับคู่กับสิ่งแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร เพื่อสร้างสรรคกลยุทธ์การตลาดที่มีความเป็นไปได้ต่อไป(พิบูล ธิปะปาล และ ธนวัฒน์ ธิปะปาล, 2559, หน้า 11)

การนำผลิตภัณฑ์ชุมชนขายไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะต้องมีเครื่องมือที่สามารถเข้าถึงลูกค้าเพื่อติดต่อสื่อสารซื้อขายกับลูกค้าได้อย่างสะดวก ซึ่งปัจจุบันช่องทางการขายที่กำลังเป็นที่นิยมคือ โมบายคอมเมอร์ซ (Mobile Commerce) ซึ่งเป็นการทำธุรกิจซื้อขายออนไลน์ผ่านทางสมาร์ตโฟนหรือผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงการทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมการเงิน (Ungkanawin, 2020, pp. 87-99) โดยใช้เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) คือ แอปพลิเคชันที่ถูกเขียนขึ้นมาเพื่อเป็นเบราว์เซอร์ (Browser) สำหรับการใช้งานเว็บเพจ (Webpage) ต่าง ๆ ที่ถูกปรับแต่งให้แสดงผลแต่ส่วนที่จำเป็น เพื่อเป็นการลดทรัพยากรในการประมวลผลของตัวเครื่องสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต ทำให้โหลดหน้าเว็บไซต์ได้เร็วขึ้นและสามารถใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำได้ (เอ็ม ดี ซอฟต์, ม.ป.ป.)

อย่างไรก็ตามการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุนั้นมีความจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานหลายภาคส่วนที่เป็นเครือข่ายความร่วมมือกัน ซึ่งหมายถึง บุคคลหรือองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งสนใจในสิ่งเดียวกัน และปฏิบัติร่วมกันเพื่อไปสู่จุดหมายเดียวกัน (จินตนา ชุมหมุกดา มั่นหนา บัณฑิต และพนัส พลฤกษ์สุนันท์, 2553, หน้า 15) ดังนั้นการมีรูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือที่ดีจะเป็นส่วนช่วยขับเคลื่อนให้การสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุประสบความสำเร็จ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการนำผลงานวิจัยจากโครงการย่อยในแผนการวิจัยจำนวน 3 เรื่อง คือ 1.การพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ(ภัทรา สุขะสุนธร, 2563) 2. การพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ(ธัญพร ศรีดอกไม้, 2563) และ 3.รูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ(สุชีลา ศักดิ์เทวิน, 2563) มาสังเคราะห์แล้วสร้างประเด็นคำถามเพื่อศึกษาแนวทางการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ส่วนที่ 2 การใช้เว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

ส่วนที่ 3 การจัดการเครือข่ายโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความถูกต้องเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ แล้วปรับปรุงตามคำแนะนำ ต่อจากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาชีพผู้สูงอายุ ได้แก่ บุคลากรจากสำนักงานเกษตร/องค์การบริหารส่วนตำบล/องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นจากทุกอำเภอในจังหวัดสมุทรปราการ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากอำเภอละ 5 คน รวมจำนวน 30 คน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2554, หน้า 248-256) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

4. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังนี้

4.1 สรุปแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

1) พัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบในท้องถิ่น โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์

2) จัดตั้งเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ผสานกับช่องทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการโดยภาครัฐและเอกชนร่วมมือกัน

3) ผลิตผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน โดยภาครัฐร่วมมือกับภาคธุรกิจจัดหาให้ผู้ประกอบการผู้สูงอายุเข้าใช้ในการดำเนินงาน

4) จำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะประเภทอาหารในรูปแบบใหม่ๆ เช่น เฟรนไชส์ ออนไลน์ เป็นต้น

5) อบรมความรู้และทักษะการประกอบการธุรกิจ และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการผู้สูงอายุโดยภาครัฐและภาคเอกชน

6) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายประเภทและหลากหลายระดับราคา

7) จัดตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผู้สูงอายุและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับค้าปลีกในจังหวัด เพื่อใช้เป็นช่องทางการจัดจำหน่าย พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

8) ตั้งศูนย์จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์ประจำอำเภอหรือตำบล โดยมีผู้ประสานงาน(Admin)กับภายนอกให้ผู้ประกอบการสูงอายุ

9) หาแนวทางการเก็บรักษาคุณภาพวัตถุดิบสำหรับใช้นอกฤดูกาล

4.2 สรุปการพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ

ผลการทดสอบการใช้งานระบบเว็บแอปพลิเคชัน โดยผู้พบว่า ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อมีความพึงพอใจในภาพรวม และรายด้านคือด้านคุณภาพของข้อมูล ด้านคุณภาพของระบบ และด้านคุณภาพของการบริการ ในระดับมากที่สุด

4.3 สรุปรูปแบบเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ 1) ขอบข่ายการพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุ

2) องค์ประกอบของเครือข่าย 3) กระบวนการ/ขั้นตอนการ
สร้างเครือข่าย

4.4 สรุปแนวทางการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุด้วย
ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ

1) กลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน
ควรเลือกลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวัยทำงาน เนื่องจาก
มีกำลังซื้อ รองลงมาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์และราคา การผลิตควรใช้วัตถุดิบ
ในท้องถิ่น โดยมีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับ
วัตถุดิบในแต่ละช่วงฤดูกาล และให้ความรู้ในการจัดทำ
ปฏิทินการปลูกพืชแก่เกษตรกรผู้ปลูกวัตถุดิบ เพื่อให้มี
จำนวนเพียงพอใช้ตลอดปีและมีคุณภาพดี ควรสร้าง
เครือข่ายกับผู้ขายแหล่งวัตถุดิบ มีการจัดตั้งศูนย์
ประสานงานหาผู้ประกอบการเอกชนที่มีเทคโนโลยี
สมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าของผู้สูงอายุ แล้ว
ขอใช้หรือแบ่งปันประโยชน์ร่วมกัน สถาบันทางการศึกษา
ให้บริการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ ส่วนการกำหนด
ราคาต้องสอดคล้องกับคุณภาพและปริมาณของ
ผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาต้นทุนการผลิตในทุกขั้นตอนของ
กระบวนการผลิต

ด้านการจัดจำหน่าย ควรสร้างเครือข่ายการขาย
สินค้าทั้งในและนอกชุมชน ภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริม
ให้แต่ละหน่วยงานร่วมหาหรือแนวทางการจัดตั้งศูนย์
จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์ประจำตำบล โดยเริ่มจาก
ผู้นำในชุมชนประชาสัมพันธ์เชิญชวนและรวบรวมจำนวน
ผู้สูงอายุที่สนใจเข้าร่วมจำหน่าย พร้อมทั้งขอความ
ร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อนำผลิตภัณฑ์เข้าจำหน่าย

ด้านการสื่อสารการตลาด ภาครัฐและภาคเอกชน
ควรร่วมมือกันสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของ
ผู้สูงอายุที่น่าสนใจ โดยดึงดูดเด่นของผลิตภัณฑ์ออกมา
นำเสนอ มีเรื่องราวที่น่าสนใจให้เป็นที่ยึดใจในสื่อโซเชียล
ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ จัดรายการส่งเสริม
การขายเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ซื้อ อบรมความรู้ให้
ผู้สูงอายุ ออกแบบการจำหน่ายสินค้าในออนไลน์ การทำ
ตลาดออนไลน์ ฝึกปฏิบัติการขายเบื้องต้นให้แก่ผู้สูงอายุ

ให้คำปรึกษาด้านการพัฒนารายได้ นอกจากนี้ควรสร้าง
กลุ่มสมาชิกสายเลือดใหม่เพื่อเป็นทายาทของชุมชน ทั้งนี้
กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และ
พัฒนาชุมชนควรเป็นศูนย์กลางในการสร้างความร่วมมือ
พัฒนา

2) การใช้เว็บแอปพลิเคชัน

ควรเชิญชวนผู้สูงอายุใช้เทคโนโลยีใหม่ในการขาย
เช่น เว็บแอปพลิเคชัน เพื่อลดต้นทุนการขายและ
ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าในวงกว้าง
สร้างแรงจูงใจโดยแสดงให้เห็นถึงข้อดีและความจำเป็น
ของการใช้แอปพลิเคชันและอุปกรณ์ต่างๆ ทำให้เห็นว่า
แอปพลิเคชันสามารถช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าขึ้นๆ ได้
นอกจากนี้ภาครัฐอาจสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้
อุปกรณ์สำหรับใช้เว็บแอปพลิเคชัน โดยกำหนด
หน่วยงานหลักเป็นแม่ข่ายในการดำเนินกิจกรรม
โครงการ และประสานกับหลายๆ หน่วยงาน เพื่อหา
เครือข่ายอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุ

ควรสร้างแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย ๆ ให้กับ
ผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุต้องมีมือถือที่สามารถใช้แอปพลิเคชัน
และใช้อินเทอร์เน็ต สร้างแรงจูงใจในการใช้แอปพลิเคชัน
ฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติวิธีการใช้กับผู้สูงอายุแบบตัวต่อตัว

3) การจัดการเครือข่าย

การจัดการเครือข่ายควรประกอบด้วยหลายๆ
หน่วยงาน ภาครัฐสนับสนุนแหล่งความรู้ในด้านวิชาการ
ทฤษฎี การปฏิบัติ ปัจจัยการผลิต ภาคเอกชนสนับสนุน
ปัจจัยการผลิต การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ
วิทยากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่ประสบความสำเร็จ ควรจัดตั้ง
คณะทำงานแบบบูรณาการทุกภาคส่วน โดยมีระบบและ
กลไกการสร้างและพัฒนาเครือข่าย เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม
และทำงานเป็นทีมร่วมกัน ใช้หลักการมีส่วนร่วมใน
การทำงาน มีกิจกรรมสม่ำเสมอและมากพอที่จะทำให้
สมาชิกได้ทำงานร่วมกัน เป็นกิจกรรมที่ต้องแน่ใจว่าทำได้
และกระจายงานได้ทั่วถึง ควรเลือกกิจกรรมที่ง่ายและมี
แนวโน้มประสบความสำเร็จ เน้นการช่วยเหลือกลุ่มสมาชิก
ที่ยังอ่อนแอให้สามารถช่วยตนเองได้ จัดกิจกรรมให้

สมาชิกใหม่ของเครือข่าย เพื่อเชื่อมต่อคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดความเป็นเครือข่าย เพื่อสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

สรุปแนวทางการสร้างรายได้ของผู้สูงอายุโดยผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการนั้น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันเพื่อสนับสนุนช่วยเหลือผู้สูงอายุให้สามารถสร้างรายได้โดย จัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือและควรมีผู้นำหรือหน่วยงานหลัก เพื่อดูแลและพัฒนาเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง มีวัตถุประสงค์สำหรับใช้ในการผลิตเพียงพอและมีคุณภาพ ตั้งราคาสินค้าที่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ มีเครือข่ายทางช่องทางการจัดจำหน่าย และสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้เทคโนโลยีเพื่อขายสินค้าทางออนไลน์ผ่านเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ที่มีรูปแบบการใช้งานง่าย โดยการฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุ

5. อภิปรายผล

5.1 การอภิปรายการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบในท้องถิ่น และใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาเป็นพี่เลี้ยง สอดคล้องกับผลการวิจัยของนุริยาน สาละ (2558, หน้า 5-6) เรื่องกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนราธิวาส กล่าวว่าควรสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากความเป็นมุสลิมและฮาลาล ซึ่งเป็นการเน้นเอาวัฒนธรรมมาประสานกับผลิตภัณฑ์ และใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของกฤษณะ ดาราเรือง (2560, หน้า 131-140) เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ ที่กล่าวว่าด้วยผู้ประกอบการเป็นคน

ในท้องถิ่นมีความรู้ด้านธุรกิจและเงินลงทุนน้อย หน่วยงานของรัฐจึงต้องเข้ามาช่วยเหลือ

5.2 การอภิปรายการพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ

ผู้ใช้งานเว็บแอปพลิเคชันมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพของข้อมูล ด้านคุณภาพของระบบ และด้านคุณภาพของการบริการ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภูริวิชิตษ์ ผาสุขพันธ์(2555, หน้า ก)เรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพิมลอร ต้นหัน (2559, หน้า 55-62) เรื่องแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุมีความสามารถเคลื่อนไหวทางสายตา มือ และความคิดช้ากว่าวัยเด็ก แอปพลิเคชันที่มีคุณภาพดีจะช่วยให้ผู้สูงอายุใช้งานง่ายและชื่นชอบ

5.3 การอภิปรายรูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

รูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ขอบข่ายการพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจ ด้านที่ 2 องค์ประกอบของเครือข่ายความร่วมมือ ด้านที่ 3 กระบวนการ/ขั้นตอนการสร้างเครือข่าย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพรรณจิตา เหล่าพวงศักดิ์ และลุย วีระนาวัน(2559, หน้า 264) เรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันตก เนื่องจากการทำธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริหารจัดการ และเครือข่ายจะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลนั้นจะต้องมีโครงสร้างและกระบวนการในการดำเนินงาน

5.4 การอภิปรายแนวทางการสร้างรายได้ของผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดสมุทรปราการ

1) กลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิตผลิตภัณฑ์ ควรมีการรวมกลุ่มและ

สร้างเครือข่ายกับผู้ขายแหล่งวัตถุดิบ โดยภาครัฐและภาคเอกชนให้ความช่วยเหลือด้านการให้ความรู้และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต จัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์ประจำตำบล และสร้างกลุ่มสมาชิกสายเลือดใหม่เพื่อเป็นทายาทของชุมชน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของกฤษณะ ดาราเรือง (2560, หน้า 131-140) เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ ที่กล่าวว่า ควรแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด Modern trade และพัฒนาการดำเนินงานด้วยการตลาด 4.0 ผ่าน Social media และ Digital marketing สร้าง Brand online ผ่าน Social branding สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปานศิริ พูนพล และทิพวรรณ พรหมลาย (2560, หน้า 31) เรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (ระดับ 1-5 ดาว) ในจังหวัดขอนแก่น ที่กล่าวว่าควรเน้นด้านการจัดการอบรมเพิ่มทักษะความรู้แก่ผู้ประกอบการ ด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ด้านการบริหารต้นทุนการผลิต จัดหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนเพื่อการผลิตและการขยายกิจการจากหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน และภาคสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนให้มีหน่วยงานเข้ามาสนับสนุนผู้ประกอบการด้านสื่อเครือข่ายทางสังคม (Social network) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kamarudin (2018, p. VII) เรื่อง แผนหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) สำหรับ B40: ผู้ประกอบการด้านสื่อเครือข่ายทางสังคม (Social network) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิมพงา เพ็ญนาเรนทร์ (2560, หน้า 1) เรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ของผู้สูงอายุ ที่พบว่าภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมีโครงสร้างและระบบการจัดการที่เชื่อมโยงกันกับการสร้างอาชีพเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม

พร้อม ความเหมาะสม และวัตถุดิบมีคุณภาพ มีการสนับสนุนเทคโนโลยี และนำระบบการตลาดสมัยใหม่มาใช้

2) การใช้เว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือถือครองครองผู้สูงอายุใช้เทคโนโลยีใหม่ในการขาย เช่น เว็บแอปพลิเคชัน โดยภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกันสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้อุปกรณ์สำหรับใช้เว็บแอปพลิเคชัน และจัดระบบสำหรับการขายสินค้าออนไลน์ โดยมีหน่วยงานหลักเป็นแม่ข่ายในการดำเนินการ ควรสร้างแอปพลิเคชันที่เข้าใจใช้งานง่าย ๆ ให้กับผู้สูงอายุ ฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติวิธีการใช้แก่ผู้สูงอายุแบบตัวต่อตัว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อาร์แยนติ, วาดายา, คุกกี และ เฮนดรี (Aryanti, Wardaya, Cooky and Hendry, 2018, p.47) เรื่อง กลยุทธ์การจัดการอุตสาหกรรมที่ยั่งยืนของโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ด้วยวิธี RAP-FIOVOP ที่กล่าวว่า ควรมีการสื่อสารกับหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมสนับสนุนสถาบันพัฒนา (OVOP) และการลงทุนเทคโนโลยีเพื่อสังคม เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อขายของลูกค้าให้ความสนใจการซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มขึ้น

3) การจัดการเครือข่าย เครือข่ายควรประกอบด้วยหลายๆ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสนับสนุนแหล่งความรู้ในด้านวิชาการ ทฤษฎี การปฏิบัติ และปัจจัยการผลิต ควรจัดตั้งคณะทำงานแบบบูรณาการทุกภาคส่วน โดยมีระบบและกลไกการสร้างและพัฒนาเครือข่าย เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิมพงา เพ็ญนาเรนทร์ (2560, หน้า 1) เรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ของผู้สูงอายุ ที่พบว่าภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมีโครงสร้างและระบบการจัดการที่เชื่อมโยงกันกับการสร้างอาชีพเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม

ดังนั้นจึงสามารถอภิปรายได้ว่าแนวทางการสร้างรายได้ของผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการนั้น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควร

ร่วมมือกันเพื่อสนับสนุนช่วยเหลือผู้สูงอายุให้สามารถสร้างรายได้ โดยมีการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือและควรมีผู้นำหรือหน่วยงานหลักเพื่อดูแลและพัฒนาเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง เพื่อช่วยเหลือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพ มีวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิตเพียงพอ ตั้งราคาสินค้าที่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ มีเครือข่ายทางช่องทางการจัดจำหน่าย และสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุใช้เทคโนโลยีเพื่อขายสินค้าทางออนไลน์ผ่านเว็บแอปพลิเคชัน ที่มีรูปแบบการใช้งานง่ายและฝึกอบรมให้ความรู้ในการใช้งานเว็บแอปพลิเคชันแก่ผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการปรับตัวของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามที่ฉันทมัย เจริญกุล (2557, หน้า 177-191) ที่ได้เสนอแนะไว้

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 การพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ควรดำเนินการดังนี้

ด้านผู้ประกอบการผู้สูงอายุ ควรนำความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐาน สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์แบบผสมผสานวัฒนธรรมในท้องถิ่น ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายรูปแบบที่สามารถใช้วัตถุดิบในแต่ละฤดูกาล และกำหนดราคาเชิงธุรกิจ

ด้านภาครัฐ

- 1) ควรให้ความรู้การกำหนดราคาเชิงธุรกิจแก่ผู้ประกอบการผู้สูงอายุ
- 2) ควรสร้างเครือข่ายระหว่างช่องทางการจัดจำหน่ายและจัดตั้งศูนย์บริการการขายสินค้าทางออนไลน์ ให้ความรู้การขายทางออนไลน์แก่ผู้ประกอบการผู้สูงอายุ และสืบสานทายาทผลิตภัณฑ์โดยใช้การขายระบบเฟรนไชส์
- 3) จัดทำเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเฉพาะกลุ่มของผู้สูงอายุแยกแต่ละตำบล และประชาสัมพันธ์แบบเล่าเรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของผลิตภัณฑ์แต่ละชุมชน

6.2 การพัฒนาต้นแบบเว็บแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับสร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุ ควรปรับปรุงดังนี้

- 1) ควรมีระบบมีการรองรับการใช้งานได้หลายภาษา
- 2) ควรมีรูปแบบการชำระเงินที่หลากหลาย
- 3) ควรมีระบบแจ้งเตือนไปยังลูกค้าผ่านทางอีเมล

หรือทางโทรศัพท์มือถือ (SMS)

6.3 รูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ ภาครัฐควรดำเนินการดังนี้

1) ควรมีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการมีงานทำของผู้สูงอายุอย่างเป็นรูปธรรม

2) ควรวางเครือข่าย/จัดตั้งกรรมการที่ชัดเจน และมีการสนับสนุนที่ต่อเนื่อง

3) ควรตั้งหน่วยงานที่ดูแลการทำธุรกิจของผู้สูงอายุโดยตรง

6.4 แนวทางการสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดสมุทรปราการ ควรดำเนินการดังนี้

ด้านผู้ประกอบการผู้สูงอายุ

1) ควรเลือกวัยทำงานและนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2) ควรวางแผนการผลิตและแผนการใช้วัตถุดิบ โดยจัดทำปฏิทินการผลิตวัตถุดิบเพื่อให้มีวัตถุดิบใช้ได้เพียงพอตลอดการผลิต

3) ควรตั้งราคาอย่างสมเหตุสมผลกับคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์ และคำนึงถึงต้นทุนตลอดกระบวนการผลิต

ด้านภาครัฐ

1) ควรจัดตั้งเครือข่ายในการช่วยขายผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ผู้ประกอบการผู้สูงอายุ และจัดกิจกรรมให้สมาชิกใหม่ของเครือข่าย เพื่อเชื่อมต่อกันรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดความเป็นเครือข่ายต่อไป

2) ควรจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้สูงอายุสนใจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทางออนไลน์ โดยเชิญ

วิทยาการที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในการขายสินค้าทางออนไลน์ มาอบรมให้ความรู้

3) ครอบสอนและฝึกให้ผู้สูงอายุขายสินค้าและใช้อุปกรณ์ และเว็บไซต์แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือแบบตัวต่อตัว และให้ลูกหลานเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือ

4) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์โดยดึงดูดเด่นของสินค้าออกมาแนะนำเสนอ

5) บูรณาการทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและทำงานเป็นทีม โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก และมีเจ้าหน้าที่จากแต่ละหน่วยงานเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนให้การช่วยเหลือผู้สูงอายุ

7. เอกสารอ้างอิง

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562. ค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2563, จาก

<http://www.dop.go.th/th/know>.

_____. (2562). มาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติเรื่องสังคมผู้สูงอายุ (ฉบับปรับปรุง) (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

กลุ่มงานส่งเสริมผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน.

(2563). ฐานข้อมูลหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2564, จาก <https://cep.cdd.go.th/otop-data>.

กฤษณะ ดาราเรือง. (2560, ตุลาคม-ธันวาคม). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์. *สุทธิปริทัศน์*, 31(100), 131-140.

จินตนา ชุมหมุกดา มั่นหนา บั้ววัฒนา และพนัส พฤกษ์สุนันท์. (2553). การศึกษากลไกการบริหารจัดการเครือข่ายพันธมิตรการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคในระดับจังหวัด. *นครปฐม: เพชรเกษมพริ้นติ้ง*.

ชมพู พรมภักดี. (2556). *การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2560, จาก http://library.senate.go.th/document/Ext6078/6078440_0002.PDF

เขาวลัย พงศ์ผาติโรจน์, วรศักดิ์ ทุมมนนท์ และเกรียงไกร บุญเลิศอุทัย. (2559). *หลักการบัญชี* (พิมพ์ครั้งที่ 13) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไทยโพสต์. (2561). *พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่*. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/15886>.

อัญพร ศรีดอกไม้. (2563). *การพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์เพื่อผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

อัญมัย เจียรกุล. (2557, มกราคม-มิถุนายน). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร*, 34(1), 177-191.

นุรีฮาน สาและ. (2558). *กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนราธิวาส*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ปานศิริ พูนพล และทิพวรรณ พรหมลาย. (2560, ตุลาคม). ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP (ระดับ 1-5 ดาว) ในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 7(ฉบับพิเศษ), 23-33.

พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ และ ลุยง วีระนาวัน. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันตก. *วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย*. 12 (1), 275-288.

- พิบูล ทีปะปาล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2559). การจัดการเชิงกลยุทธ์(ปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- พิมพา เพ็ญนาเรนทร์. (2560). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ของผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- พิมลอร ตันหัน. (2559). วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย (ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี), 10(3), 55-62.
- ภูริวิชิต ฝาสุชนันท์. (2555). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ภัทรา สุขะสุนนท์. (2563). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2554). วิจัยวิทยการวิจัยเชิงคุณภาพยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สุชีลา ศักดิ์เทวิน. (2563). รูปแบบการจัดการเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการทำธุรกิจของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (ม.ป.ป.). โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562, จาก <https://cep.cdd.go.th>.
- เอ็มดีซอฟต์แวร์. (ม.ป.ป.)ทำความเข้าใจกับweb application. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2563, จาก <https://mdsoft.co.th>.
- Aryanti, R.A., Wardaya, Puspokusumo, Cooky T., Adhikara, and Hendry, Hartono. (2018). Sustainable industry management strategies in OVOP program with RAP-FIOVOP method: a case study on Tofu/Tahu industrial center in Utankayu -east Jakarta. *Social economics and ecology international journal*. 2(1), p.47-56
- Kotler, P. and Armstrong, Gary. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). England : Pearson Education Limited.
- Khairul, H. and Kamarudin, K. H. (2018). *One village one product(OVOP) plan for B40 “Towards inclusive and sustainable rural development”*. Malaysia: Razak school of UTM of engineering and advanced technology.
- Lamatinulu, P., Santoso, P. B. and Sugiono, S. (2017). Design of strategy to increase the added value and competitiveness of products mini cocoa processing industry based OVOP with using interpretive structural modeling (ISM). *Journal of engineering science & technology review*. 10(5), 98-103. Retrieved from <https://web.bebsohost.com/abstract>.
- Ungkanawin, K. (2020). Advanced SME with M - Commerce System. *Journal of the Association of Researchers*, 24(2), 87–9