

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

Product Development of the Elderly Group at Kham Konta Community,
Sai Mun District, Yasothon Province in Order
to Increase Creative Economic Competence

รัตนภรณ์ แซ่ลี^{1*} โชตมกามาต พลศรี² ศุภกัญญา เกษมสุข³

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Rattanaporn Saelee^{1*} Chottagamart Polsri² Supakanya Kasamsuk³

^{1,2,3}Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: Rattanaporn.s@ubru.ac.th

(Received: October 11, 2020; Accepted: November 10, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของผู้กลุ่มสูงอายุชุมชนคำครตา ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร และผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การอภิปรายกลุ่มจากกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา จำนวน 25 ราย และแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มทดลองที่เป็นผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จำนวน 100 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย 1) ศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูลจังหวัดยโสธร พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนมีศักยภาพค่อนข้างสูง เนื่องจากมีความเข้มแข็งในการรวมกลุ่ม และมีการทำกิจกรรมในชุมชนร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย และเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจอาชีพต่าง ๆ อีกด้วย โดยกลุ่มมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นอาหารจากปลาสด 2) ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา พบว่ากลุ่มต้องการพัฒนาเป็นปลาสดสมุนไพรทรงเครื่องแบบปลาสดฟู เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าแบบอื่น และเป็นการใช้เนื้อปลาอย่างคุ้มค่า และทางกลุ่มมีความสามารถในการผลิตได้ 3) การศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อหากสินค้ามีวางจำหน่าย

เพราะสะดวกต่อการรับประทาน โดยการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากรายด้านจากระดับมากไปหาน้อย 4 ลำดับดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มผู้สูงอายุ

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the product development needs of the elderly group of Kham Konta Community, Sai Mun District, Yasothon Province 2) develop products of the elderly group of Kham Konta Community, Sai Mun District, Yasothon Province, in order to increase creative economic competence. The population in this research was the elderly group of Kham Konta Community, Sai Mun District, Yasothon Province, and consumers in Ubon Ratchathani Municipality. The research instrument was a group discussion from 25 elderly people in Kham Konta community and a questionnaire. Data were collected from 100 consumers in Ubon Ratchathani Municipality and the statistics used for data analysis were descriptive analysis.

Research results show that 1) Potential and needs for product development of the elderly group of Kham Konta Community, Sai Mun District, Yasothon Province, found that due to the intensity of the shin in the group, there are activities together on a regularly basis, it also has the ability to pursue a wide range of careers, it was also a member of various professional enterprise groups, these lead the elderly in the community to had a high potential. Moreover, the group has a need to develop products processed into food from the fish by designating it as a pickled fish. 2) Results of product development of the elderly group of Kham Konta Community found that the group wanted to develop into pickled fish with Thai herbal because of this product has a lower production cost than other types and it is a worthwhile use of fish meat. The study of consumer acceptance of new products to the products of the elderly found that if there were a product for sale, they will buy because it is convenient to

eat. 3) The acceptance of the new products as a whole is at a high level, including distribution channels aspect, product aspect and marketing promotion, respectively.

Keywords: Product Development, Creative Economic Competence, Elderly Group

บทนำ

ในปัจจุบันประเทศไทยจัดอยู่ในภาวะสูงวัยของประชากรเป็นอันดับสองของอาเซียน รองมาจากประเทศสิงคโปร์ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุที่แท้จริง ในปี 2564 โดยจากการสำรวจพบว่าประชากรผู้สูงอายุไทย ในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ ตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป 7.6 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ของประชากรทั้งหมด และการคาดประมาณประชากรของประเทศไทยอีกประมาณ 15 ปี ข้างหน้า หรือในปี พ.ศ. 2568 จำนวนผู้สูงอายุ จะเพิ่มขึ้นเป็น 14.9 ล้านคนหรือคิดเป็น 2 เท่าของ ประชากรสูงอายุและในปี พ.ศ. 2573 จะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 17.8 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 25 (ประมาณ 1 ใน 4) ของประชากรไทยทั่วประเทศ (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2561) ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศที่มีกลุ่มผู้สูงอายุคือ เมื่อสูงวัยขึ้นจะมีรายได้น้อยลง และไม่มีเงินออมเพียงพอต่อการดำรงชีวิต ซึ่งการสำรวจล่าสุดจากสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าประถมศึกษา มีมากถึงร้อยละ 68.7 ทำให้ขาดความรู้ด้านการบริหารการเงินและการลงทุน ซึ่งส่งผลทำให้ผู้สูงอายุไทยมีปัญหาด้านการเงิน ในบั้นปลาย โดยในปัจจุบันรัฐบาลให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือผู้สูงอายุ โดยมีการจัดตั้งศูนย์จัดหา งานให้กับผู้สูงอายุ การงดเว้นภาษีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีประมาณร้อยละ 2.9 ของผู้สูงอายุทั้งประเทศ ซึ่งเป็นการช่วยเหลือแรงงานเฉพาะ กลุ่มที่มีรายได้น้อย แต่ไม่ได้สนับสนุนให้มีการนำเอาประสบการณ์และทักษะต่าง ๆ ของผู้สูงอายุมา ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (เวทย์ นุชเจริญ, 2561) จึงเป็นปัญหาที่ท้าทายอย่างมาก จะทำอย่างไรให้ ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถพึ่งพาตัวเองได้ ไม่เป็นภาระให้ครอบครัวหรือสังคม

อย่างไรก็ดี การแก้ไขปัญหาที่น่าจะได้ผลคือ การกระตุ้นให้ผู้สูงอายุมีการนำเอาประสบการณ์ และทักษะต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้นิยามเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ว่าเป็น “การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิด สร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) ซึ่งหากผู้สูงอายุสามารถที่จะ

ใช้ความรู้และทักษะต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ ก็จะทำให้สามารถลดปัญหาเรื่องการไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งการพัฒนาอาชีพผู้สูงอายุนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเช่น ด้านจิตใจ ความสัมพันธ์ทางสังคม การที่สังคมให้คุณค่าในความรู้ความสามารถของผู้สูงอายุ ดังนั้นการพัฒนา กลุ่มอาชีพผู้สูงอายุ จึงจำเป็นจะต้องเลือกกลุ่มต้นแบบที่มีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มผู้สูงอายุชุมชน คำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร ถือเป็นกลุ่มที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมที่จะสามารถพัฒนาให้ เป็นกลุ่มอาชีพได้ เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ สะท้อนเรื่องความ เข้มแข็งของกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีฐานความรู้และประสบการณ์ที่หลากหลาย รวมไปถึงได้รับการ สนับสนุนจากชุมชนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกให้กลุ่มผู้สูงอายุชุมชน คำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ อีกทั้งบริบทของชุมชน มีผลิตภัณฑ์ที่ หลากหลายที่สามารถต่อยอดเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นจะส่งผลต่อการตลาด และยอดขายที่ดีขึ้น ส่งผลต่อด้านเศรษฐกิจของชุมชนและผู้สูงอายุได้ (Ernst, Hoyer & Rubsaamen, 2010) จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชน คำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชน คำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชน คำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชน คำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร

กรอบแนวคิดการวิจัย

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของ Booz, Allen & Hamilton (1982) ทั้งหมด 7 ขั้นตอน สามารถสรุปได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 การกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นขั้นตอน การเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับเป้าประสงค์ขององค์กร โดยจะเป็นขั้นตอน การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะกำหนดการคัดเลือก แนวความคิดที่ตรงกับที่องค์กรตั้งไว้

ขั้นที่ 2 การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เป็นขั้นตอนในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมไปถึงการระดมความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อค้นหาความคิดเห็นที่สอดคล้องกับเป้าประสงค์ขององค์กร

ขั้นที่ 3 การคัดเลือกแนวความคิดที่เป็นไปได้ เป็นกระบวนการคัดเลือกแนวความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความสามารถและศักยภาพขององค์กร โดยขั้นตอนนี้จะมีการกำหนดเกณฑ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างชัดเจน เพื่อคัดเลือกแนวความคิดที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดใน การทำการตลาด

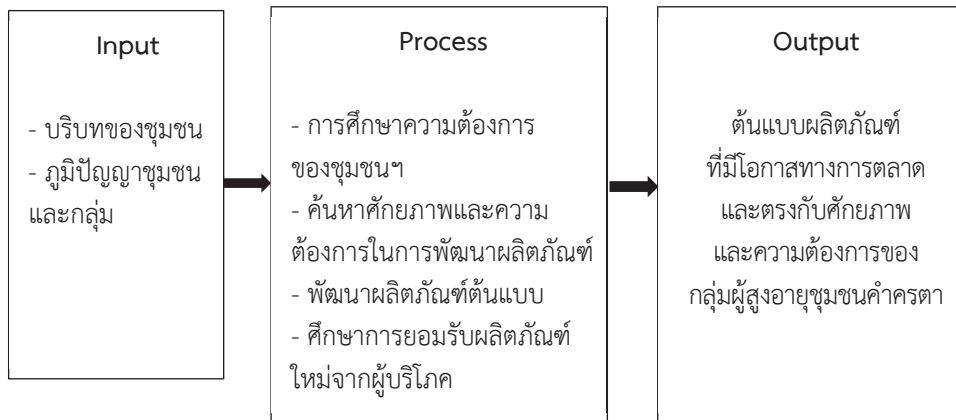
ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ โดยมีการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและความสามารถในการเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยจะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความคุ้มค่าในการลงทุน เช่น กำไรที่คาดว่าจะได้รับ ความคุ้มค่าในการลงทุน

ขั้นที่ 5 ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เป็นกระบวนการแปลงจากความคิดสู่สิ่งที่สามารถจับต้องได้ โดยออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เสมือนจริงเพื่อใช้ในการทดลองตลาดในขั้นต่อไป

ขั้นที่ 6 การทดสอบตลาด เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย เพื่อวัดการยอมรับในสินค้าใหม่ และวัดทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดก่อนนำสู่ตลาดจริง ซึ่งจะสามารถลดความเสี่ยงของการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้

ขั้นที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมเพื่อเตรียมนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด

จากขั้นตอนดังกล่าว ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ Booz, Allen & Hamilton (1982) เพื่อให้เข้ากับบริบทของกลุ่มผู้สูงอายุโดยใช้ข้อมูลพื้นฐาน บริบทของชุมชน บริบทภูมิปัญญาของชุมชนและกลุ่ม เพื่อศึกษาความต้องการของชุมชน วิเคราะห์ศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำไปสู่กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และทดสอบตลาดโดยศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การศึกษาศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุประชากรจำนวน 833 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลดงมะไฟ, 2562) กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยายมูล จังหวัดยโสธร โดยวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากอาสาสมัครเข้าร่วมกลุ่ม จำนวน 25 ราย

2. การศึกษายอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี กำหนดขนาดกลุ่มทดลองจำนวน 100 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สำหรับใช้ในการอภิปรายกลุ่มเพื่อศึกษาศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มผู้สูงอายุและชุมชน

2. แบบสอบถามการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยายมูล จังหวัดยโสธร โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยายมูล จังหวัดยโสธร ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ซึ่งแบบสอบถามผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อหาค่า IOC อยู่ระหว่าง .74 - .93 และนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุดได้ค่า Cronbach อยู่ระหว่าง .78 - .85 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ (Nunnally & Bernstein, 1994)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อค้นหาศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดยโสธร และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดยโสธร โดยการสนทนากลุ่มนั้น จะเป็นการใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง โดยถามคำถามเพื่อให้อาสาสมัครของกลุ่มจำนวน 25 คน แสดงความคิดเห็น และร่วมกันหาข้อสรุป โดยใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมงในการอภิปรายกลุ่ม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (แก่นฟ้า แสนเมือง, 2556 อ้างจาก Glaser & Strauss, 1967)

2. แบบสอบถามเพื่อศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดยโสธร โดยเก็บจากผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้สถิติ ได้แก่ 1) ร้อยละ (Percentage) 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดยโสธร สามารถนำเสนอผลดังนี้

พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนคำครตา มีการรวมกลุ่มในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะกิจกรรมทางสังคม หรือกิจกรรมจิตอาสาเพื่อส่วนรวม ทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็งสูง อีกทั้งในชุมชนคำครตานี้มีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ทั้งทำการเกษตร เช่น การทำนา ทำไร่ ปลูกยางพารา การเลี้ยงสัตว์ เช่น โคขุน เลี้ยงไก่ เลี้ยงปลาตะเพียน รวมไปถึงการทำหัตถกรรม เช่น การจักสาน ซึ่งมีการถ่ายทอดความรู้ส่งต่อภายในชุมชน ทำให้สมาชิกกลุ่มมีความสามารถในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย โดยด้านความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่าในชุมชนนั้นมีวิสาหกิจ 2 แห่ง คือ วิสาหกิจการเลี้ยงและแปรรูปปลาตะเพียนอินทรีย์ และวิสาหกิจการเลี้ยงโคขุน ซึ่งทั้ง 2 วิสาหกิจนั้นได้มีสมาชิกของกลุ่มผู้สูงอายุเข้าร่วมด้วย จากการสอบถามความต้องการพบว่า ส่วนมากต้องการแปรรูปสินค้าที่มาจากปลาสด เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนคำครตาผู้เลี้ยงและแปรรูปปลาตะเพียน และผลิตปลาสดเป็นที่รู้จักในวงกว้าง สินค้าที่พัฒนาจากกลุ่มนี้น่าจะสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่าย

2. ผลการวิเคราะห์ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ สามารถนำเสนอผลได้ดังนี้

โดยสินค้าที่สามารถพัฒนาได้จากศักยภาพ และทักษะของกลุ่มผู้สูงอายุคือ ปลาต้มสมุนไพรเครื่อง เนื่องจากเป็นสิ่งที่ต้องการของตลาดแต่กลุ่มยังมีข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยต้นทุนการผลิตปลาต้มสมุนไพรเครื่องแบบหั่นเต๋า มีต้นทุนการผลิตโดยคิดเฉพาะค่าวัตถุดิบอยู่ที่ 43.90 บาทต่อปริมาณ 100 กรัม และปลาต้มสมุนไพรเครื่องแบบปลาต้มฟู มีต้นทุนสินค้าโดยคิดเฉพาะค่าวัตถุดิบอยู่ที่ 39.90 บาทต่อปริมาณ 100 กรัม ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบสามารถแสดงให้เห็นในภาพที่ 2 และ ภาพที่ 3



ภาพที่ 2 ปลาต้มสมุนไพรเครื่อง
(ปลาต้มฟู)



ภาพที่ 3 ปลาต้มสมุนไพรเครื่อง
(ปลาต้มหั่นเต๋า)

กลุ่มฯ ตกลงที่จะพัฒนาเป็นปลาต้มสมุนไพรเครื่อง (ปลาต้มฟู) เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำกว่า และสามารถใช้เนื้อปลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผลการศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถแสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	41	41.00
1.2 หญิง	59	59.00
2. อายุ		
2.1 อายุไม่เกิน 25 ปี	26	26.00
2.2 อายุ 25 – 40 ปี	47	47.00
2.3 อายุ 41 – 55 ปี	18	18.00
2.4 อายุ 55 ปี ขึ้นไป	9	9.00
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	43	43.00
3.2 สมรส	32	32.00
3.3 ม่าย/หย่าร้าง	25	25.00
3.4 อื่น ๆ		
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	28.00
4.2 ปริญญาตรี	57	57.00
4.3 สูงกว่าปริญญาตรี	15	15.00
5. อาชีพ		
5.1 นักเรียน/นักศึกษา	24	24.00
5.2 พนักงานบริษัทเอกชน	18	18.00
5.3 เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	21	21.00
5.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	26	26.00
5.5 อื่น ๆ	11	11.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	25	25.00
6.2 10,000 - 20,000 บาท	33	33.00
6.3 20,001 - 30,000 บาท	22	22.00
6.4 30,001 บาท ขึ้นไป	20	20.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนทั้งหมด 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.00 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 41.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 40 ปี ร้อยละ 47.00

รองลงมา อายุไม่เกิน 25 ปี ร้อยละ 26.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 43.00 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 32.00 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.00 รองลงมามีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 28.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ ร้อยละ 26.00 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 24.00 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 33.00 รองลงมามีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 25.00

จากการวิเคราะห์ด้านทัศนคติและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละด้านทัศนคติ และความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านชอบผลิตภัณฑ์ปลาสามสมุนไพรงานจริงหรือไม่		
1.1 ชอบ	77	77.00
1.2 ไม่ชอบ	14	14.00
1.3 เฉยๆ	9	9.00
2. หากมีผลิตภัณฑ์ปลาสามสมุนไพรงานจริงท่านจะซื้อหรือไม่		
2.1 ซื้อ	77	77.00
2.2 อาจซื้อ	13	13.00
2.3 ไม่ซื้อ	10	10.00
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับผลิตภัณฑ์ปลาสามสมุนไพรงานจริง		
3.1 มีความแปลกใหม่	28	28.00
3.2 สะดวกต่อการรับประทาน	36	36.00
3.3 เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ	17	17.00
3.4 เป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า	19	19.00

ผลการทดสอบด้านทัศนคติและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ปลาสามสมุนไพรงานจริงร้อยละ 77 และถ้าหากมีผลิตภัณฑ์ปลาสามสมุนไพรงานจริงวางขายมีแนวโน้มจะซื้อสินค้าร้อยละ 77 โดยส่วนมากมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลาสามสมุนไพรงานจริงในด้านการสะดวกต่อการรับประทานร้อยละ 36

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภค ด้านการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 รสชาติอร่อย	4.40	.85	มาก
1.2 ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์	4.34	.71	มาก
1.3 สีสัณน้ำรับประทาน	4.21	.81	มาก
1.4 เนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์	4.35	.83	มาก
1.5 ความชอบโดยรวม	4.47	.74	มาก
รวม	4.35	.76	มาก
2. ด้านราคา (100 กรัม 80 บาท)			
2.1 ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	4.34	.71	มาก
2.2 ราคาใกล้เคียงกับท้องตลาด	4.12	.78	มาก
2.3 ราคาสะท้อนถึงคุณค่า	4.17	.74	มาก
รวม	4.21	.65	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1 ห้างสรรพสินค้า	4.21	.72	มาก
3.2 ร้านขายของฝาก	4.43	.70	มาก
3.3 ร้านค้าสะดวกซื้อ	4.42	.72	มาก
3.4 แหล่งผลิต	4.25	.75	มาก
3.5 มีช่องทางการขายออนไลน์	4.48	.74	มาก
รวม	4.36	.67	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 ลดราคาหากซื้อตามปริมาณที่กำหนด	4.12	.87	มาก
4.2 มีผลิตภัณฑ์ให้ชิมฟรี	4.31	.86	มาก
4.3 มีการแจกของแถมเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด	4.22	.92	มาก
4.4 ส่งฟรีเมื่อมีการสั่งซื้อผ่านออนไลน์	4.59	.95	มากที่สุด
4.5 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามเครือข่ายสังคมออนไลน์	4.47	.86	มาก
รวม	4.34	.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 4 ด้าน	4.32	.80	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ปัจจัยแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.36$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.21$) ตามลำดับ สามารถนำเสนอเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ความชอบโดยรวม ($\bar{X} = 4.47$) รสชาติอร่อย ($\bar{X} = 4.40$) และเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ

ด้านราคา โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ราคามีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.34$) ราคาสะท้อนถึงคุณภาพ ($\bar{X} = 4.17$) และราคาใกล้เคียงกับท้องตลาด ($\bar{X} = 4.12$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีช่องทางการขายออนไลน์ ($\bar{X} = 4.48$) ร้านขายของฝาก ($\bar{X} = 4.43$) และร้านค้าสะดวกซื้อ ($\bar{X} = 4.42$)

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ส่งฟรีเมื่อมีการสั่งซื้อผ่านออนไลน์ ($\bar{X} = 4.59$) มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.47$) และมีผลิตภัณฑ์ให้ชิมฟรี ($\bar{X} = 4.31$)

สรุปการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยายมุล จังหวัดยโสธร

1.1 ผลการศึกษาศักยภาพของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยายมุลจังหวัดยโสธร พบว่า กลุ่มมีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง และร่วมกันในการทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ สมาชิกที่อยู่ในกลุ่มยังมีความสามารถในการทำหาเงินที่หลากหลาย และมีการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุบ้านคำครตาเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีศักยภาพที่สามารถพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้สร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนได้

1.2 ผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอยายมุล จังหวัดยโสธร พบว่า ชุมชนมีวิสาหกิจที่มีศักยภาพ และมีผู้สูงอายุบางคนเป็นสมาชิก คือ กลุ่มผู้เลี้ยงโคขุน และกลุ่มเพาะเลี้ยงและแปรรูปปลาตะเพียนอินทรีย์เป็นปลาสาม ซึ่งทางกลุ่มเลือกจะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปลาสาม เนื่องจากปลาสามของชุมชนเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ส่วนวิสาหกิจผู้เลี้ยง

โคขุน เน้นขายเป็นตัวมากกว่าชำแหละ ทำให้การแปรรูปทำได้ยาก โดยสินค้าที่กลุ่มมีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาและถ่ายทอดความรู้ต่อได้คือ ปลาสามสมุนไพรงวงเครื่อง

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

2.1. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร พบว่าสามารถพัฒนาปลาสามสมุนไพรงวงเครื่องได้ 2 แบบคือ ปลาสามหันเต้า และปลาสามฟู โดย ปลาสามสมุนไพรงวงเครื่องแบบหันเต้า มีต้นทุนการผลิตโดยคิดเฉพาะค่าวัตถุดิบอยู่ที่ 43.90 บาท ต่อปริมาณ 100 กรัม และปลาสามสมุนไพรงวงเครื่องแบบปลาสามฟู มีต้นทุนสินค้าโดยคิดเฉพาะค่าวัตถุดิบอยู่ที่ 39.90 บาทต่อปริมาณ 100 กรัม

2.2. ผลการตัดสินใจเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร โดยทางกลุ่มตัดสินใจเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบคือ ปลาสามสมุนไพรงวงเครื่องแบบปลาสามฟู เนื่องจากสามารถใช้เนื้อปลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ต้นทุนต่ำ ทำให้สามารถสร้างโอกาสทางการตลาดได้ง่ายกว่า

3. ผลการศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท

3.2 การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ปลาสามสมุนไพรงวงเครื่อง โดยหากมีวางขายจะซื้อ โดยมีความคิดเห็นส่วนมากมองว่า ปลาสามสมุนไพรงวงเครื่องมีความสะดวกต่อการรับประทาน มีความแปลกใหม่ เป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า รวมถึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

ผลการศึกษาศักยภาพและความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร พบว่า กลุ่มมีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง และร่วมกันในการทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่าง

สม่ำเสมอ นอกจากนี้ สมาชิกที่อยู่ในกลุ่มยังมีความสามารถในการทำมาหากินที่หลากหลาย และมีการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุบ้านคำครตาเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีศักยภาพที่สามารถพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้สร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2544) ได้จัดทำ “โครงการศึกษา วิเคราะห์ปัจจัยที่สนับสนุนให้ชุมชนเข้มแข็ง” ขึ้น โดยสำนักงานฯ ได้สำรวจข้อมูลและความคิดเห็นจากตัวอย่างชุมชนทุกภาคของประเทศรวมทั้งสิ้น 23 ชุมชน พบว่าปัจจัยภายนอกที่ส่งผลทำให้กลุ่มหรือชุมชนมีความเข้มแข็งคือ 1) ผู้นำหรือคณะกรรมการต้องมีความเสียสละ ซื่อสัตย์ รับฟังความคิดเห็นของสมาชิก เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน และเน้นการมีส่วนร่วม ยึดถือผลประโยชน์ของกลุ่มเป็นหลัก และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่สมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถจัดหาเงินทุนและตลาดรองรับผลผลิตของชุมชน มีการบริหารจัดการที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้และความยุติธรรม 2) สมาชิกกลุ่มหรือคนในชุมชน มีความสามัคคีและให้ความร่วมมือในการร่วมคิด ร่วมทำ ในกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย มีจิตสำนึกที่ดีต่อกลุ่มในการร่วมกันพัฒนาและร่วมทำกิจกรรมในชุมชน ตลอดจนการมีพื้นฐานการนับถือศาสนาและวัฒนธรรมที่เหมือนกัน ซึ่งจะทำให้คนในชุมชนมีความผูกพันและมีความเอื้อเฟื้อต่อกันยิ่งขึ้น 3) การมีทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นที่เอื้ออำนวยต่อการผลิต โดยการนำปัญหาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น พัฒนาให้เป็นสินค้า ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ สยาม อรุณศรีมรกต และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษารูปแบบและปัจจัยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนด้วยศักยภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สามอันดับแรกคือ การร่วมมือของคนในชุมชน บทบาทผู้นำชุมชน และความสามัคคีในชุมชน

ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธรมีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปลาหมึก เป็นปลาหมึกสมุนไพรทรงเครื่องได้ 2 แบบคือ ปลาหมึกหันเต้า และปลาหมึกฟู โดย ปลาหมึกสมุนไพรทรงเครื่องแบบหันเต้า มีต้นทุนการผลิตโดยคิดเฉพาะค่าวัตถุดิบอยู่ที่ 43.90 บาทต่อปริมาณ 100 กรัม และปลาหมึกสมุนไพรทรงเครื่องแบบปลาฟู มีต้นทุนสินค้าโดยคิดเฉพาะค่าวัตถุดิบอยู่ที่ 39.90 บาทต่อปริมาณ 100 กรัม โดยเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นแบบ ปลาหมึกสมุนไพรทรงเครื่อง เนื่องจากสามารถใช้เนื้อปลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ต้นทุนต่ำ ทำให้สามารถสร้างโอกาสทางการตลาดได้ง่ายกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลชญา แว่นแก้ว (2559) ได้ศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสม ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตการค้า

ชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า กลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานและพบว่าประสิทธิภาพการดำเนินงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิต ผลอินทร์หอม (2563) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้เครื่องมือบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกิจการในนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย พบว่าหากธุรกิจสามารถควบคุมต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งได้ หรือการเป็นผู้นำด้านต้นทุนจะส่งผลบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกิจการในนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย โดยการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้าน เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานของ ชลธิศ ดาราวงษ์ (2556) ได้รวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ พบว่ากลยุทธ์ด้านการตลาดทั้ง 4 ด้าน มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อออกสู่ตลาด AEC

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการผลการวิจัยพบว่า การเพิ่มเกล็ดขนมปังในปลาหมึกสมุนไพรทรงเครื่องแบบปลาหมึกฟู ทำให้ต้นทุนสินค้าลดลง ซึ่งส่งผลให้ราคาสินค้าถูก ทำให้เพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น
2. จากการผลการวิจัย การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับช่องทางออนไลน์เป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นการพัฒนาด้านกลยุทธ์การตลาดควรเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน และเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการสร้างศักยภาพด้านการผลิตสินค้าอื่น ๆ จากฐานความรู้ของกลุ่มผู้สูงอายุ
2. ควรมีการศึกษาแนวทางส่งเสริมศักยภาพทางด้านธุรกิจออนไลน์ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร และผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่สละเวลาในการเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีที่พิจารณาให้ทุนสนับสนุนในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- แก่นฟ้า แสนเมือง. (2556). การมีส่วนร่วมในการจัดการขยะมูลฝอยเพื่อผลิตก๊าซหุงต้มของชุมชน ศีระช่อโคก จังหวัดศรีสะเกษ. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**, 4(1), 4-20, อ้างจาก Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine.
- กุลชญา แว่นแก้ว. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่เหมาะสมที่มีต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานและรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตการค้าชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. **วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี**, 9(1). 46-94.
- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2556). ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบรับ AEC. **Journal of Business, Economics and Communications**, 8(1), 39-50.
- ชลิต ผลอินทร์หอม. (2563). ผลกระทบของการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อ ความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกิจการในนิคมอุตสาหกรรม ในประเทศไทย. **UMT-POLY Journal**, 17(1), 317-335.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2561). **สถานการณ์ผู้สูงอายุ พ.ศ. 2561**. กรุงเทพฯ: ที่คิวพี.
- เวทย์ นุชเจริญ. (2561). **ปัญหาทางการเงินของผู้สูงอายุไทย**. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2562 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/644351>.
- สยาม อรุณศรีมรกต และคณะ. (2556). รูปแบบและปัจจัยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ด้วยศักยภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน: กรณีศึกษา ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ. **Romphruek Journal**, 31(1), 157-172.
- สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2544). **ปัจจัยที่สนับสนุนให้ “ชุมชนเข้มแข็ง”**. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <https://www.ryt9.com/s/nesd/238500>.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **รายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- องค์การบริหารส่วนตำบลดงมะไฟ. (2562). **สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบลดงมะไฟ**. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2562 จาก <http://www.tambondongmaifai.go.th/index.php/welcome/detail/38/menu>.
- เอกศักดิ์ เฮงสุโข. (2557). ศักยภาพของชุมชนในการสร้างเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกายของสูงอายุ. **Journal of Multidisciplinary in Social Sciences**, 10(3), 129-142.
- Booz, Allen, & Hamilton. (1982). **New Product Management for the 1980's**. New York: Booz, Allen & Hamilton, Inc.
- Ernst, H., Hoyer, W. D. & Rübsaamen, C. (2010). Sales, Marketing, and Research-And-Development Cooperation across New Product Development Stages: Implications for Success. **Journal of Marketing**, 74(5), 80-92.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory**. (3rd ed.). New York: McGrawHil.