

องค์ประกอบทางการตลาด และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีต่อความสำเร็จในการ
ดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงอายุในประเทศไทย

Marketing elements and operator characteristics on the success of the business
operation of the elderly in Thailand

รุจาภา แพ่งเกษร¹

Rujapa Paengkesorn¹

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Assistant Professor of Marketing Department, Faculty of Business Administration,

Rangsit University, Thailand,

Tel. 08-1705-6585 E-mail: rujapa@rsu.ac.th

(Received: January 8, 2021 ; Revised: February 10, 2021 ; Accepted: March 12, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการตลาด และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงอายุในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงอายุในกลุ่มสินค้าต่างๆสำหรับผู้สูงอายุทั้ง 5 กลุ่ม จำนวน 400 คน โดยใช้การแจกแบบสอบถาม และนำสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์แบบสอบถาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 – 39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาของธุรกิจที่เปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบัน ส่วนใหญ่ มีอายุ 5 – 10 ปี ประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการส่วนใหญ่เป็นประเภทเจ้าของคนเดียว จำนวนพนักงานในธุรกิจ น้อยกว่า 20 คน รายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1 ล้านบาท

ปัจจัยองค์ประกอบทางการตลาดที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงอายุ สรุปได้ดังนี้ ปัจจัยในทุกด้านขององค์ประกอบทางการตลาดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านสินค้า ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ มีแหล่งที่มาของสินค้าระบุชัดเจน ด้านราคา ได้แก่ โดยเฉพาะราคาสินค้าเหมาะสมกับระดับคุณภาพสินค้า มีความเห็นระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ในช่องทางจัดจำหน่ายมีพนักงานให้ข้อมูลกับผู้ซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การใช้พนักงานแนะนำที่มีความรู้เรื่องสินค้า

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัย สรุปได้คือ ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยด้านความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ การมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจที่เกิดจากปัญหาในงานด้านการมีไอเดียสร้างนวัตกรรม ได้แก่ การมีความคิดในการนำสินค้าใหม่มาจำหน่าย ด้านการยอมรับความเสี่ยง ได้แก่ การรับทราบว่ามีความเสี่ยงในการทำธุรกิจ ด้านความสามารถในการจัดการ ได้แก่ การรับฟังความคิดเห็น ของทุกคนในกิจการ ด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน ได้แก่ การสำรวจความต้องการของลูกค้าและผู้ร่วมค้าอยู่เสมอ

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัย สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้ความสำคัญในการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ และการนำสินค้าสภาพใหม่ไม่หมดอายุมาจำหน่าย ด้านการมีส่วนร่วมจากพนักงาน เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนางาน ด้านการตอบสนองความต้องการให้ลูกค้า เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเสมอ ด้านการส่งเสริมสิ่งใหม่และความคิดสร้างสรรค์ เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ การกำหนดนโยบายเป้าหมายชัดเจนในการเพิ่มยอดขาย และด้านความสำเร็จทางการเงิน เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ธุรกิจมีปรับลดค่าใช้จ่ายในงานได้ในปีที่ผ่านมา

คำสำคัญ: องค์ประกอบทางการตลาด, คุณลักษณะของผู้ประกอบการ, ความสำเร็จ, สินค้าผู้สูงวัย

Abstract

This research aims to study the marketing's components and characteristics of entrepreneurs toward the success of senior product entrepreneurs' business operation in Thailand. The sample group in this research was 400 entrepreneurs of elderly products in various groups by using questionnaires. The statistics were used in questionnaire analysis: mean, percentage, standard deviation and hypothesis analysis.

The research results found that most of the respondents were female, aged between 30 to 39 years old with a bachelor's degree. The period of business operation was usually 5 to 10 years with less than 20 employees and operated with single-owner type of business. Additionally, an average monthly business income was less than 1 million baht.

Marketing elements which affected the success of the elderly products' business operation were summarized as follows. All of the marketing components were ranked at high level in every aspect. For the 'Product,' reliability of product's quality with clearly identified sources was ranked at high level. Meanwhile, for the 'Price,' appropriateness of product's price and quality was ranked at the highest level. Moreover, for the 'Distribution Channels,' information provided by employees through distribution channels was ranked at high level. Lastly, for the 'Promotion,' staffs with plenty of product's knowledge was ranked at high level.

Entrepreneurs' traits on the success of senior product entrepreneurs' business operation in Thailand can be summarized as follows. All of the entrepreneurs' traits were ranked at high level in every aspect. For the 'Creativity,' finding opportunities among the business' problems was ranked at high level. Moreover, for the 'Innovation Creativity,' having ideas to sell new products was ranked at high level while for the 'Risk Acceptance,' acknowledgement of business operation was also ranked at high level. For the 'Management Capabilities,' listening to all internal employees' opinions was ranked at high level, along with a survey of customers' and partners' needs for 'Business Determination' was also ranked at high level.

Factors of business operation's success of senior product entrepreneurs in Thailand were summarized as follows. The selection of quality products and distribution of new products which are not close to an expiration date were ranked at the highest level by the participants for 'Building quality products and services' aspect. For 'Employees' Participation,' approval of employees' participation in developing the business was ranked at high level. In addition, for 'Responding to customers' needs,' listening to customers' opinions was ranked at high level. Meanwhile, for 'Creativity and Innovation,' setting a clear target to increase sales volume was ranked at high level, while reduction in business expenditures in the previous year was also ranked at high level for the aspect of 'Financial success.'

Keywords: *Marketing elements, Entrepreneurs' traits, Success of the business, Elderly*

บทนำ

ในอดีตที่ผ่านมาจำนวนประชากรมีแนวโน้มขยายเพิ่มมากขึ้น จึงมีการวางแผนในการควบคุมอัตราการเกิดของประชากรมีการวางแผนครอบครัวให้ครอบครัวมีสมาชิกในครอบครัวที่เหมาะสมส่งผลทำให้จำนวนประชากรมีอัตราการเกิดปรับตัวลดลง ขนาดครอบครัวขนาดเล็กกลงในเวลาต่อมาในครอบครัวที่เป็นคนรุ่นใหม่เริ่มมีการควบคุมการเกิดและมีการวางแผนเรื่องการมีบุตรหรือไม่มีบุตร ในขณะที่เดียวกันประชากรไทยเริ่มมีผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น โดยตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 จำนวนประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปมีร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด และมีการเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต การเพิ่มจำนวนผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อสังคมที่ต้องมีการวางแผนในเรื่องการใช้ชีวิต การดูแลและสร้างความสุขในผู้สูงอายุเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับครอบครัวและสังคม โดยต้องมีการวางแผนในทุกภาคส่วนทั้งภาคการผลิต และธุรกิจการค้า ที่ต้องตอบสนองสินค้าและบริการที่เหมาะสมให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ และจากข้อมูลงานสัมมนาวันนวัตกรรมและเครือข่ายการพัฒนาอาหารสุขภาพเพื่อสังคมผู้สูงอายุ จัดโดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ(สวทช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อสร้างนวัตกรรมอาหารที่เอื้อต่อการรองรับสังคมผู้สูงอายุของคนไทยที่สมบูรณ์แบบในปี พ.ศ.2564 สินค้าที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยรวมแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. **อาหารแปรรูป** เพื่อสุขภาพ ในช่วงปี 2559 และ 2560 ที่ผ่านมา อาหารแปรรูปชนิดนี้มีการเติบโตอย่างชัดเจน แนวโน้มจะมีผู้รักสุขภาพเพิ่มสูงขึ้น ทั้งที่ร่างกายเริ่มเสื่อมสภาพจะพยายามดูแลสุขภาพสุขภาพให้ดีขึ้น และสำหรับผู้ที่จะกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะมีการวางแผนรักษาสุขภาพยิ่งขึ้น
2. **เฟอร์นิเจอร์** เครื่องใช้ภายในบ้าน เช่น เก้าอี้ที่นั่งสบาย ที่นอนทำจากยางพาราบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ และมีความสูงเหมาะสม อุปกรณ์ของใช้ที่ป้องกันไม่ลื่นไหลง่าย หมอนสุขภาพรองรับระดับต้นคอได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น
3. **สินค้าไลฟ์สไตล์** โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผลิตมาจากธรรมชาติ ออแกนิก หรือสมุนไพร นำมาเป็นส่วนประกอบของสินค้า เช่น เครื่องสำอาง มาจากธรรมชาติมีความปลอดภัยกว่าการใช้สารเคมี โดยเฉพาะหากเป็นสมุนไพรท้องถิ่นและภูมิปัญญาไทย แทนการใช้กระบวนการผลิตทางวิทยาศาสตร์และมีส่วนผสมจากสารเคมี จะทำให้นำมาสร้างเป็นจุดขายสำคัญในสินค้าได้
4. **เครื่องมือทางการแพทย์** การขยายธุรกิจการผลิตและการใช้เครื่องมือทางการแพทย์กับกลุ่มผู้สูงอายุ ตอบสนองความต้องการในการรักษาพยาบาลผู้สูงอายุในคลินิก และในโรงพยาบาลที่เปิดเพิ่มขึ้น โดยความต้องการเครื่องมือทางการแพทย์เป็นที่ต้องการทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และผู้สูงอายุก็มีอยู่ในทุกประเทศ

5. วัสดุก่อสร้างสำหรับผู้สูงวัย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการสร้างและตกแต่งบ้านสำหรับบ้านที่มีผู้สูงวัยพักอาศัย ต้องมีความปลอดภัยในการใช้ชีวิต เช่น ก๊อกน้ำ เป็นแบบหางปลาใช้งานได้สะดวกกว่าแบบหมุนหรือแบบกด ลูกบิดประตูแบบมีร่องจับแล้วไม่ลื่น (อ้างอิงจาก asean thai.net)

อย่างไรก็ตามสินค้าและบริการที่เหมาะสมสำหรับตอบสนองผู้สูงวัยในตลาดยังมีไม่มากนัก และยังไม่ได้รับการออกแบบและพัฒนาให้เหมาะสมกับการใช้งาน อาจด้วยข้อมูลสถานการณ์การเข้าสู่สังคมกลุ่มสูงวัยนี้ยังไม่ครอบคลุม ในขณะที่การใช้สินค้าดังกล่าวเริ่มมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าสำหรับผู้สูงวัย ยังไม่มีทิศทางดำเนินการธุรกิจและช่องทางทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง

จากข้อมูลและปัญหาข้างต้นที่กล่าวมาแล้วนี้ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบทางการตลาด และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย เพื่อนำไปพัฒนากิจการและเป็นข้อมูลในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าผู้สูงวัยในกลุ่มต่างๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

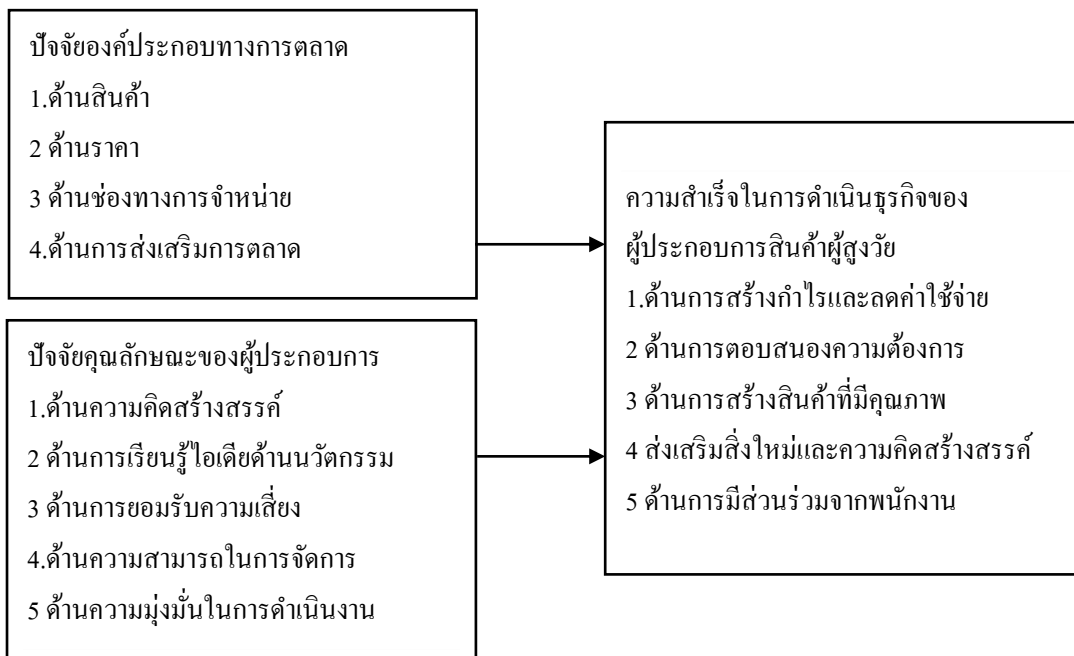
เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบทางการตลาดและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยองค์ประกอบทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้หรือมีไอเดียในการสร้างนวัตกรรม การยอมรับความเสี่ยง ความสามารถในการจัดการ ความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัย ประกอบด้วย การสร้างกำไรและลดค่าใช้จ่าย การตอบสนองความต้องการ การสร้างสินค้าที่มีคุณภาพ การส่งเสริมสิ่งใหม่และความคิดสร้างสรรค์ และการมีส่วนร่วมจากพนักงาน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



การทบทวนเอกสาร

ผู้วิจัยได้มีการศึกษาค้นคว้า โดยการนำทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์ แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์เป็นการศึกษาถึง รายละเอียดส่วนบุคคล หลายด้านเช่น เพศ อายุ รายได้การศึกษา สถานภาพ ฯลฯ

โดยสรุป แนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์แสดงให้เห็นความแตกต่างของบุคคล ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิด ความภักดีต่อสินค้าที่แตกต่างกัน จึงได้นำมาใช้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ใช้มาเป็นแนวทางสำหรับการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

2. แนวคิดองค์ประกอบทางการตลาด

การประกอบธุรกิจสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัยควรให้ความสำคัญกับหลักการเพื่อดำเนินธุรกิจให้ตรงกับความต้องการ การนำเอาส่วนประสมทางการตลาดทั้งด้านสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มาเป็นกลยุทธ์ให้ผู้สูงวัยเกิดความสนใจและพึงพอใจในการใช้สินค้า ถือเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Frese (2000) ให้แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่ดำเนินธุรกิจ และความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ

ประเมินได้จาก คุณลักษณะต่างๆ คือ ความเป็นตัวของตัวเอง มีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าว ในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและไฟใจในการเรียนรู้ และความไฟใจในความสำเร็จ ซึ่งแนวคิดดังกล่าว นี้เป็นลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญที่ควรนำมาวิเคราะห์ในงานวิจัย

4. แนวคิดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั่วไปรวมถึงผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัย มี สิ่งที่ควรพิจารณาในด้านต่างๆ คือ ด้านความสำเร็จทางการเงิน ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้าน การสร้างสินค้าที่มีคุณภาพ ด้านการส่งเสริมสิ่งใหม่และคิดสร้างสรรค์ และด้านการมีส่วนร่วมจาก พนักงาน ถือเป็นส่วนประกอบในการทำธุรกิจที่สำคัญที่ควรนำมาพิจารณานี้มาพิจารณา เพราะการทำ ธุรกิจต้องมีตัวชี้วัดความสำเร็จทางการเงิน โดยได้มาจากการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่สามารถตอบสนอง ความต้องการได้ ด้วยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของผู้บริหารในการนำสินค้าเข้ามา จำหน่าย โดยต้องได้รับความร่วมมือและการทำงานเป็นทีม

วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน คือ นำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าผู้สูงวัยในร้านค้า ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมในกิจกรรมทาง การตลาดเกี่ยวกับสุขภาพ อาหาร เครื่องใช้ และสินค้าไลฟ์สไตล์ ตลอดจนร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์สินค้า ผู้สูงวัยที่ตั้งอยู่ในชุมชนต่างๆ ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีสินค้าผู้สูงวัย จำหน่ายในร้านค้า โดยแบ่งผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยจากใน 5 กลุ่มสินค้าข้างต้น รวม 400 ตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามประเภทสินค้า

กลุ่มที่	ผู้ประกอบการประเภทสินค้า	จำนวนตัวอย่าง
1	อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพ	80
2	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ภายในบ้าน	80
3	สินค้าไลฟ์สไตล์ ผลิตภัณฑ์ผลิตมาจากธรรมชาติ	80
4	เครื่องมือทางการแพทย์	80
5	วัสดุก่อสร้างสำหรับผู้สูงวัย	80

โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะของคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวและเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงาน รายได้ของธุรกิจ สถิติหาค่าจำนวน (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยองค์ประกอบทางการตลาดแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Interval Scale) ให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด สถิติโดยการหาค่าเฉลี่ย ระดับความมากน้อยโดยใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนัก 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Interval Scale) โดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการเรียนรู้โอเดีย ด้านนวัตกรรม ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความสามารถในการจัดการ ด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน สถิติโดยการหาค่าเฉลี่ย ระดับความมากน้อยโดยใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนัก 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัย แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Interval Scale) โดยให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ การสร้างกำไร และลดค่าใช้จ่าย การตอบสนองความต้องการให้ลูกค้า การสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ การส่งเสริมสิ่งใหม่และความคิดสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมจากพนักงาน โดยการหาค่าเฉลี่ย ระดับความมากน้อยโดยใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนัก 5 ระดับ

ผลการศึกษา

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 ระยะเวลาของธุรกิจที่เปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบัน ส่วนใหญ่ มีอายุ 5 – 10 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 ประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการส่วนใหญ่เป็นประเภทเจ้าของคนเดียว จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 จำนวนพนักงานในธุรกิจ มีพนักงานน้อยกว่า 20 คน จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 รายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อเดือนมีรายได้ของธุรกิจเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2

ปัจจัยองค์ประกอบทางการตลาดที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
สินค้าผู้สูงวัย สรุปได้ดังในตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นในปัจจัยองค์ประกอบทาง
การตลาด

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นในปัจจัยองค์ประกอบทางการตลาด

ปัจจัยองค์ประกอบทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านสินค้า								
1. รูปแบบสินค้าที่เหมาะสมและตรงความต้องการกับผู้สูงวัย	116 (29.0)	195 (48.8)	75 (18.8)	8 (2.0)	6 (1.5)	4.02	.833	เห็นด้วยมาก
2. มีการระบุตราสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมายชัดเจน	95 (23.8)	230 (57.5)	63 (15.8)	8 (2.0)	4 (1.0)	4.01	.753	เห็นด้วยมาก
3. สินค้าที่จำหน่ายมีคุณสมบัติเฉพาะและมีจุดขาย	110 (27.5)	230 (57.5)	53 (13.3)	6 (1.5)	1 (0.3)	4.11	.693	เห็นด้วยมาก
4. สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ มีแหล่งที่มาของสินค้าระบุชัดเจน	123 (30.8)	232 (58.0)	41 (10.3)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.18	.656	เห็นด้วยมาก
5. สินค้าที่จำหน่ายมีบรรจุภัณฑ์ เปิด-ปิด และดูแลรักษาง่าย	118 (29.5)	229 (57.3)	49 (12.3)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.15	.670	เห็นด้วยมาก
รวม						4.09	.721	เห็นด้วยมาก
ด้านราคา								
6. ราคาสินค้าที่จำหน่ายหลากหลายมีต่างระดับราคา	125 (31.3)	188 (47.0)	75 (18.8)	7 (1.8)	5 (1.3)	4.05	.825	เห็นด้วยมาก
7. ราคาสินค้าเหมาะสมกับระดับคุณภาพสินค้า	153 (38.3)	193 (48.3)	43 (10.8)	10 (2.5)	1 (0.3)	4.22	.753	เห็นด้วยมากที่สุด
8. ราคาขายของสินค้าพิจารณาจากต้นทุนบวกกำไร	89 (22.3)	204 (51.0)	100 (25.0)	6 (1.5)	1 (0.3)	3.94	.743	เห็นด้วยมาก
9. ราคาสินค้าที่จำหน่ายมาจากการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	77 (19.3)	238 (59.5)	75 (18.8)	7 (1.8)	3 (0.8)	3.95	.718	เห็นด้วยมาก

10. ราคาสินค้าจากความสามารถในการจ่ายของผู้ซื้อ	86 (21.5)	240 (60.0)	70 (17.5)	2 (0.5)	2 (0.5)	4.02	.675	เห็นด้วยมาก
รวม						4.04	.743	เห็นด้วยมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
11. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าอยู่ในพื้นที่ติดต่อสะดวก จอดรถได้	107 (26.8)	190 (47.5)	83 (20.8)	17 (4.3)	3 (0.8)	3.95	.844	เห็นด้วยมาก
12. สถานที่จัดจำหน่ายนำเชื่อกี้อมีขนาดพื้นที่เหมาะสม	92 (23.0)	228 (57.0)	73 (18.3)	5 (1.3)	2 (0.5)	4.01	.713	เห็นด้วยมาก
13. ในช่องทางจัดจำหน่ายมีพนักงานให้ข้อมูลกับผู้ซื้อ	110 (27.5)	232 (58.0)	49 (12.3)	4 (1.0)	5 (1.3)	4.10	.736	เห็นด้วยมาก
14. ช่องทางจัดจำหน่ายใช้ระบบออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค, ไลน์, เว็บไซต์ เป็นต้น	94 (23.5)	158 (39.5)	102 (25.5)	28 (7.0)	18 (4.5)	3.70	1.044	เห็นด้วยมาก
15. ช่องทางจัดจำหน่ายมีช่องทางตรงรับสั่งและส่งสินค้าทางไปรษณีย์	130 (32.5)	110 (27.5)	112 (28.0)	29 (7.3)	19 (4.8)	3.76	1.126	เห็นด้วยมาก
รวม						3.90	.893	เห็นด้วยมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
16. การโฆษณาใช้สื่อสิ่งพิมพ์, แผ่นป้าย, ใบปลิว, สื่อออนไลน์	66 (16.5)	187 (46.8)	124 (31.0)	14 (3.5)	9 (2.3)	3.72	.860	เห็นด้วยมาก
17. การใช้พนักงานแนะนำที่มีความรู้เรื่องสินค้า	110 (27.5)	195 (48.8)	72 (18.0)	9 (2.3)	14 (3.5)	3.95	.927	เห็นด้วยมาก
18. การส่งเสริมการขายที่ใช้รูปแบบ ส่วนลด ของแถม	65 (16.3)	186 (46.5)	120 (30.0)	14 (3.5)	15 (3.8)	3.68	.916	เห็นด้วยมาก
19. การประชาสัมพันธ์โดยใช้สปอนเซอร์งานต่างๆ ในชุมชน	40 (10.00)	80 (20.0)	159 (39.8)	71 (17.8)	50 (12.5)	2.97	1.131	เห็นด้วยปานกลาง
20. การทำกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น ออกบูทงานที่เกี่ยวกับสุขภาพ	47 (11.8)	63 (15.8)	151 (37.8)	89 (22.3)	50 (12.5)	2.92	1.161	เห็นด้วยปานกลาง
รวม						3.45	.999	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.09 ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ มีแหล่งที่มาของสินค้าระบุชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ สินค้าที่จำหน่ายมีบรรจุภัณฑ์ เปิด-ปิด และดูแลรักษาง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.15 สินค้าที่จำหน่ายมีคุณสมบัติเฉพาะและมีจุดขาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 รูปแบบสินค้าที่เหมาะสมและตรงความต้องการกับผู้สูงวัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 และมีการระบุตราสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมายชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04 ได้แก่ ราคาสินค้าเหมาะสมกับระดับคุณภาพสินค้า มีความเห็นด้วยระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ราคาสินค้าที่จำหน่ายหลากหลายมีต่างระดับราคา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.05 ราคาสินค้าดูจากความสามารถในการจ่ายของผู้ซื้อ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 ราคาสินค้าที่จำหน่ายมาจากการเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 ราคาขายของสินค้าพิจารณาจากต้นทุนบวกกำไร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90 ได้แก่ ในช่องทางจัดจำหน่ายมีพนักงานให้ข้อมูลกับผู้ซื้อ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.10 สถานที่จัดจำหน่ายน่าเชื่อถือมีขนาดพื้นที่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าอยู่ในพื้นที่ติดต่อสะดวก จอดรถได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 ช่องทางจัดจำหน่ายมีช่องทางตรงรับสั่งและส่งสินค้าทางไปรษณีย์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76 และช่องทางจัดจำหน่ายใช้ระบบออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค, ไลน์, เว็บไซต์ เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 ได้แก่ การใช้พนักงานแนะนำที่มีความรู้เรื่องสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 การโฆษณาใช้สื่อสิ่งพิมพ์, แผ่นป้าย, ใบปลิว, สื่อออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 การส่งเสริมการขายที่ใช้รูปแบบส่วนลด ของแถม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สปอนเซอร์งานต่างๆ ในชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.97 และการทำกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น ออกบูทงานที่เกี่ยวกับสุขภาพ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.92 ตามลำดับ

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
สินค้าผู้สูงวัย สรุปได้ดังในตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ปัจจัยคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านความคิดสร้างสรรค์								
1. การทำธุรกิจแบบมีแนวความคิดต่างจากเดิมเสมอ	43 (10.8)	75 (18.8)	254 (63.5)	25 (6.3)	3 (0.8)	3.33	.778	สำคัญ ปานกลาง
2. ความสนใจเทคโนโลยีใหม่เสมอ	53 (13.3)	96 (24.0)	217 (54.3)	31 (7.8)	3 (0.8)	3.41	.842	สำคัญมาก
3. การมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจที่เกิดจากปัญหาในงาน	58 (14.5)	197 (49.3)	120 (30.0)	23 (5.8)	2 (0.5)	3.72	.800	สำคัญมาก
4. ความสนใจนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านที่ธุรกิจเกี่ยวข้อง	55 (13.8)	181 (45.3)	128 (32.0)	34 (8.5)	2 (0.5)	3.63	.842	สำคัญมาก
รวม						3.52	.816	สำคัญมาก
ด้านการมีไอเดียสร้างนวัตกรรม								
5. การมีความคิดในการนำสินค้าใหม่มาจำหน่าย	58 (14.5)	255 (63.8)	70 (17.5)	15 (3.8)	2 (0.5)	3.88	.708	สำคัญมาก
6. การมีความสนใจนำข้อมูลใหม่ๆ มาใช้ในงาน	57 (14.3)	199 (49.8)	115 (28.8)	27 (6.8)	2 (0.5)	3.70	.812	สำคัญมาก
7. การทดลองทำงานในสิ่งแปลกใหม่เสมอ	47 (11.8)	111 (27.8)	166 (41.5)	74 (18.5)	2 (0.5)	3.32	.924	สำคัญ ปานกลาง
8. การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในงานอยู่เสมอ	47 (11.8)	126 (31.5)	187 (46.8)	37 (9.3)	3 (0.8)	3.44	.845	สำคัญมาก
รวม						3.59	.822	สำคัญมาก
ด้านการยอมรับความเสี่ยง								
9. การรับทราบว่ามีความเสี่ยงในการทำธุรกิจ	43 (10.8)	286 (71.5)	56 (14.0)	13 (3.3)	2 (0.5)	3.89	.641	สำคัญมาก
10. ความพร้อมทำงานที่ท้าทายและมีอุปสรรค	41 (10.3)	191 (47.8)	129 (32.3)	38 (9.5)	1 (0.3)	3.58	.809	สำคัญมาก

11. การสนใจทำธุรกิจที่ความเสี่ยงสูงแต่ได้รับผลตอบแทนสูง	44 (11.0)	118 (29.5)	200 (50.0)	35 (8.8)	3 (0.8)	3.41	.827	สำคัญมาก
12. ความเข้าใจในธุรกิจมีทั้งความสำเร็จและล้มเหลว	71 (17.8)	198 (49.5)	120 (30.0)	10 (2.5)	1 (0.3)	3.82	.754	สำคัญมาก
รวม						3.68	.758	สำคัญมาก
ด้านความสามารถในการจัดการ								
13. การวางแผนการทำงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว	43 (10.8)	195 (48.8)	146 (36.5)	15 (3.8)	1 (0.3)	3.66	.729	สำคัญมาก
14. การปฏิบัติตามแผนและประเมินงานสม่ำเสมอ	36 (9)	214 (53.5)	138 (34.5)	11 (2.8)	1 (0.3)	3.68	.684	สำคัญมาก
15. การยินดีปรับเปลี่ยนการทำงานให้เกิดประโยชน์	60 (15.0)	221 (55.3)	116 (29.0)	3 (0.8)	0 (0.0)	3.85	.669	สำคัญมาก
16. การรับฟังความคิดเห็นของทุกคนในกิจการ	67 (16.8)	235 (58.8)	94 (23.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	3.91	.660	สำคัญมาก
รวม						3.78	.686	สำคัญมาก
ด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน								
17. การติดตามข้อมูลสถานการณ์ที่ส่งผลต่อธุรกิจ	63 (15.8)	210 (52.5)	121 (30.0)	6 (1.5)	0 (0.0)	3.83	.700	สำคัญมาก
18. การสำรวจความต้องการของลูกค้าและผู้ร่วมค้าเสมอ	68 (17.0)	207 (51.8)	121 (30.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	3.85	.700	สำคัญมาก
19. การหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง	55 (13.8)	203 (50.8)	137 (34.3)	5 (1.3)	0 (0.0)	3.77	.692	สำคัญมาก
20. การวางแผนนำความรู้และประสบการณ์มาใช้กับกิจการ	60 (15.0)	219 (54.8)	111 (27.8)	10 (2.5)	0 (0.0)	3.82	.705	สำคัญมาก
รวม						3.82	.699	สำคัญมาก

จากในตารางที่ 3 ด้านความคิดสร้างสรรค์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 ได้แก่ การมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจที่เกิดจากปัญหาในงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ ความสนใจนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านที่ธุรกิจเกี่ยวข้อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 ความสนใจเทคโนโลยีใหม่เสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 และการทำธุรกิจแบบมีแนวความคิดต่างจากเดิมเสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ด้านการมีไอเดียสร้างนวัตกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 ได้แก่ การมีความคิดในการนำสินค้าใหม่มาจำหน่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88 การมีความสนใจนำข้อมูลใหม่ๆ มาใช้ในงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.70 การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในงานอยู่เสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 และการทดลองทำงานในสิ่งแปลกใหม่เสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

ด้านการยอมรับความเสี่ยง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 ได้แก่ การรับทราบว่ามีความเสี่ยงในการทำธุรกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.89 ความเข้าใจในธุรกิจมีทั้งความสำเร็จและล้มเหลว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 ความพร้อมทำงานที่ท้าทายและมีอุปสรรค คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.58 และการสนใจทำธุรกิจที่ความเสี่ยงสูงแต่ได้รับผลตอบแทนสูง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ด้านความสามารถในการจัดการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.78 ได้แก่ การรับฟังความคิดเห็นของทุกคนในกิจการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาคือ การยินดีปรับเปลี่ยนการทำงานให้เกิดประโยชน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 การปฏิบัติงานตามแผนและประเมินงานสม่ำเสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68 และการวางแผนการทำงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 ได้แก่ การสำรวจความต้องการของลูกค้าและผู้ร่วมค้าเสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาคือ การติดตามข้อมูลสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 การวางแผนนำความรู้และประสบการณ์มาใช้กับกิจการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 และการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัย สามารถสรุปได้ดังในตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD.	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านความสำเร็จทางการเงิน								
1. ธุรกิจมียอดขายเพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	38 (9.5)	128 (32.0)	212 (53.0)	18 (4.5)	4 (1.0)	3.44	.767	เห็นด้วยมาก
2. ธุรกิจมีผลกำไรตามที่ตั้งเป้าไว้	30 (7.5)	138 (34.5)	215 (53.8)	15 (3.8)	2 (0.5)	3.45	.710	เห็นด้วยมาก

3. ธุรกิจมีปรับลดค่าใช้จ่ายในงานได้ในปีที่ผ่านมา	26 (6.5)	210 (52.5)	147 (36.8)	15 (3.8)	2 (0.5)	3.61	.689	เห็นด้วยมาก
4. เมื่อเปรียบเทียบรายได้กับรายจ่าย ผลงานเป็นที่น่าพอใจ	36 (9.0)	132 (33.0)	211 (52.8)	18 (4.5)	3 (0.8)	3.45	.751	เห็นด้วยมาก
รวม						3.49	.729	เห็นด้วยมาก
ด้านการตอบสนองความต้องการให้ลูกค้า								
5. การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเสมอ	104 (26.0)	267 (66.8)	27 (6.8)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.18	.561	เห็นด้วยมาก
6. การจำหน่ายสินค้าที่ลูกค้าส่วนมากต้องการและพึงพอใจ	91 (22.8)	271 (67.8)	34 (8.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	4.12	.582	เห็นด้วยมาก
7. การมีลูกค้าแบบประจำเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง	57 (14.3)	182 (45.5)	134 (33.5)	24 (6.0)	3 (0.8)	3.66	.821	เห็นด้วยมาก
8. ลูกค้ามีความคิดเห็นด้านบวกกับบริษัทและพนักงาน	54 (13.5)	236 (59.0)	94 (23.5)	16 (4.0)	0 (0.0)	3.82	.706	เห็นด้วยมาก
รวม						3.95	.668	เห็นด้วยมาก
ด้านสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ								
9. การให้ความสำคัญในกรคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ	216 (54.0)	152 (38.0)	22 (5.5)	9 (2.3)	1 (0.3)	4.43	.722	เห็นด้วยมากที่สุด
10. สินค้าและบริการเป็นที่ยอมรับในตลาด	153 (38.3)	212 (53.0)	31 (7.8)	4 (1.0)	0 (0.0)	4.29	.648	เห็นด้วยมากที่สุด
11. สินค้าที่จำหน่ายมีรูปแบบและคุณภาพตรงกับที่ลูกค้าต้องการ	153 (38.3)	211 (52.8)	32 (8)	4 (1.0)	0 (0.0)	4.28	.651	เห็นด้วยมากที่สุด
12. การนำสินค้าสภาพใหม่ไม่หมดอายุมาจำหน่าย	217 (54.3)	149 (37.3)	25 (6.3)	5 (1.3)	4 (1.0)	4.43	.752	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม						4.36	.693	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการส่งเสริมสิ่งใหม่และความคิดสร้างสรรค์								
13. การมีวิธีการใหม่ๆ มาใช้ในธุรกิจต่อเนื่อง	64 (16.0)	202 (50.5)	121 (30.3)	11 (2.8)	2 (0.5)	3.79	.757	เห็นด้วยมาก
14. การติดตามคู่แข่งขั้นและมี การปรับตัวก่อนเสมอ	64 (16.0)	202 (50.5)	121 (30.3)	11 (2.8)	2 (0.5)	3.79	.757	เห็นด้วยมาก
15. การมีแนวคิดให้ธุรกิจเติบโตก้าวหน้า	68 (17.0)	221 (55.3)	102 (25.5)	6 (1.5)	3 (0.8)	3.86	.731	เห็นด้วยมาก

16. การกำหนดนโยบาย เป้าหมายชัดเจนในการเพิ่ม ยอดขาย	61 (15.3)	236 (59.0)	97 (24.3)	3 (0.8)	3 (0.8)	3.87	.691	เห็นด้วยมาก
รวม						3.83	.734	เห็นด้วยมาก
ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน								
17. การรับฟังความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะจากพนักงาน	80 (20.0)	275 (68.8)	40 (10.0)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.07	.598	เห็นด้วยมาก
18. การให้พนักงานมีส่วนร่วม ในการพัฒนางาน	129 (32.3)	212 (53.0)	53 (13.3)	5 (1.3)	1 (0.3)	4.16	.710	เห็นด้วยมาก
19. พนักงานให้ความร่วมมือใน การทำงาน	67 (16.8)	276 (69.0)	53 (13.3)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.01	.594	เห็นด้วยมาก
20. การบริหารด้านบุคลากร พนักงานส่วนมากทำงานด้วย ความสุข	70 (17.5)	268 (67.0)	58 (14.5)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.01	.611	เห็นด้วยมาก
รวม						4.06	.628	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4 ด้านสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.36 ได้แก่ การให้ความสำคัญในการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ และการนำสินค้าสภาพใหม่ไม่หมดอายุมาจำหน่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.43 เท่ากัน รองลงมาคือ สินค้าและบริการเป็นที่ยอมรับในตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29 และสินค้าที่จำหน่ายมีรูปแบบและคุณภาพตรงกับที่ลูกค้าต้องการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.28 ตามลำดับ

ด้านการมีส่วนร่วมจากพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 ได้แก่ การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนางาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 พนักงานให้ความร่วมมือในการทำงาน และการบริหารด้านบุคลากร พนักงานส่วนมากทำงานด้วยความสุข คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 เท่ากันตามลำดับ

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยรวมในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95 ได้แก่ การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาคือ การจำหน่ายสินค้าที่ลูกค้าส่วนมากต้องการและพึงพอใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.12 ลูกค้ามีความคิดเห็นด้านบวกกับบริษัทและพนักงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 และการมีลูกค้าแบบประจำเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมสิ่งใหม่และความคิดสร้างสรรค์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย โดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 ได้แก่ การกำหนดนโยบายเป้าหมายชัดเจนในการเพิ่มยอดขายคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ การมีแนวคิดให้ธุรกิจเติบโตก้าวหน้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 การมีวิธีการใหม่ๆ มาใช้ในธุรกิจต่อเนื่อง และการติดตามคู่แข่งขั้นและมีการปรับตัวก่อนเสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 เท่ากัน ตามลำดับ

ด้านความสำเร็จทางการเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย โดยรวมในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 ได้แก่ ธุรกิจมีปรับลดค่าใช้จ่ายในงานได้ในปีที่ผ่านมา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมาคือ ธุรกิจมีผลกำไรตามที่ตั้งเป้าไว้และเมื่อเปรียบเทียบรายได้กับรายจ่าย ผลงานเป็นที่น่าพอใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 เท่ากัน ธุรกิจมียอดขายเพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยองค์ประกอบทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย ด้านสินค้า พบว่า รูปแบบสินค้าที่เหมาะสมและตรงความต้องการกับผู้สูงวัย ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 10.4 และพบว่า ด้านความสำเร็จทางการเงิน คือ ธุรกิจมีปรับลดค่าใช้จ่ายในงานได้ในปีที่ผ่านมา ด้านการส่งเสริมสิ่งใหม่และความคิดสร้างสรรค์ คือ การมีแนวคิดให้ธุรกิจเติบโตก้าวหน้า ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านราคาพบว่า ราคาสินค้าที่จำหน่ายหลากหลาย มีต่างระดับราคา ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 2.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับระดับคุณภาพสินค้า ราคาขายของสินค้าพิจารณาจากต้นทุนบวกกำไร ราคาสินค้าที่จำหน่ายมาจากการเปรียบเทียบกับคู่แข่งขั้น และราคาสินค้าจากความสามารถในการจ่ายของผู้ซื้อ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 0.4 , -0.01 , -0.1 และร้อยละ -0.01

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าอยู่ในพื้นที่ติดต่อสะดวกจอดรถได้ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายน่าเชื่อถือมีขนาดพื้นที่เหมาะสม ช่องทางจัดจำหน่ายมีพนักงานให้ข้อมูลกับผู้ซื้อ ช่องทางจัดจำหน่ายใช้ระบบออนไลน์ เช่น

เฟสบุค, ไลน์ เว็บไซต์ ช่องทางจัดจำหน่ายมีช่องทางตรวจรับสั่งและส่งสินค้าทางไปรษณีย์ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 6.8 ,1.8 , 7.1 ,-0.4, และร้อยละ 5.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า การโฆษณาใช้สื่อสิ่งพิมพ์, แผ่นป้าย, โบปลิว, สื่อออนไลน์ การใช้พนักงานแนะนำที่มีความรู้เรื่องสินค้า การส่งเสริมการขายที่ใช้รูปแบบ ส่วนลด ของแถม ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 0.09 , 0.9 และร้อยละ 8.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่การประชาสัมพันธ์โดยเป็นสปอนเซอร์งานต่างๆ ในชุมชน การทำกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น ออกบูทงานเกี่ยวกับสุขภาพ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ-0.02 และร้อยละ-0.03

สมมติฐานที่ 2

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการเรียนรู้หรือมีไอเดียในการสร้างนวัตกรรม การยอมรับความเสี่ยง ความสามารถในการจัดการ ความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย

โดยรวม พบว่า ด้านความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ การทำธุรกิจแบบมีแนวความคิดต่างจากเดิมเสมอ ความสนใจเทคโนโลยีใหม่เสมอ การมองเห็น โอกาสในการทำธุรกิจที่เกิดจากปัญหาในงาน ความสนใจนวัตกรรมใหม่ๆด้านที่ธุรกิจเกี่ยวข้อง ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 2.1 ,5.9 ,5.9 และร้อยละ 5.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการเรียนรู้หรือมีไอเดียในการสร้างนวัตกรรม ได้แก่ ความคิดในการนำสินค้าใหม่มาจำหน่าย ความสนใจนำข้อมูลใหม่ๆ มาใช้ในงาน การทดลองทำงานในสิ่งแปลกใหม่เสมอ การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในงานอยู่เสมอ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 2.7 , 6.4 , 4.0 และร้อยละ 4.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการยอมรับความเสี่ยง ได้แก่ การรับทราบความเสี่ยงในการทำงาน ความพร้อมทำงานที่ท้าทายและมีอุปสรรค ความสนใจทำธุรกิจที่ความเสี่ยงสูงแต่ก็ได้รับผลตอบแทนสูง ความเข้าใจในธุรกิจมีทั้งความสำเร็จและล้มเหลว ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 2.0 , 13.0 , 1.8 และร้อยละ 3.5อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านความสามารถในการจัดการ ได้แก่ การวางแผนการทำงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว การปฏิบัติงานตามแผนและประเมินงานสม่ำเสมอ การยินดีปรับเปลี่ยนการทำงานให้เกิดประโยชน์ การ

รับฟังความคิดเห็นของทุกคนในกิจการส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 9.1 , 10.6 ,5.4 และร้อยละ 5.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน ได้แก่ การติดตามข้อมูลสถานการณ์ที่ส่งผลต่อธุรกิจ การสำรวจความต้องการของลูกค้าและผู้ร่วมค้าเสมอ การหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง การวางแผนนำความรู้และประสบการณ์มาใช้กับกิจการ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 5.4 , 7.3 , 19.0 และร้อยละ 32.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

จากงานวิจัยนี้องค์ประกอบทางการตลาด ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการเรียนรู้หรือมีไอเดียในการสร้างนวัตกรรม การยอมรับความเสี่ยง ความสามารถในการจัดการความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิจัยและนักวิชาการหลายท่าน ได้แก่ 1) Fry et al.1998 referred in Katetien, 2013 ได้กล่าวถึงความเป็นไปทางการเงิน สิ่งที่เป็นเครื่องบ่งชี้ที่ดีที่สุดคือกำไร คือ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะดำเนินการลดค่าใช้จ่ายให้เหลือน้อยที่สุด ในขณะที่ลูกค้ายังได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และการมีความคิดสร้างสรรค์ การสร้างนวัตกรรมหากไม่สามารถทำให้สำเร็จธุรกิจนั้นก็จะอยู่ได้ไม่นาน 2) Jaijune, 2016 วิจัยพบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ได้แก่ ชื่อตราสินค้า เครื่องหมายตราสินค้า เครื่องหมายรับรองคุณภาพ ประเทศผู้ผลิตสินค้า และปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า ได้แก่ สิ่งเร็ว อวัยวะรับสัมผัส ประสบการณ์เดิม ทักษะคิดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 3) Striviboon, 2011 กล่าวถึงในการสร้างตราสินค้าผู้ประกอบการในยุคนี้ต้องให้ความสำคัญการทำให้ตราเป็นที่รู้จักจดจำได้จะเพิ่มมูลค่ายอดขาย และช่องทางจำหน่าย สร้างกำไรและความมั่นคงในที่สุด ดังนั้น การสร้างตราสินค้ากับการสื่อสารตราสินค้าออกไปให้เป็นที่รู้จักและจดจำได้จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จ 4) Chaisena, 2018 วิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโลจิสติกส์ กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้านรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ การอำนวยความสะดวกและส่งเสริมการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ควรเปิด - ปิดได้สะดวกและมีรูปทรงสวยงามเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจซื้อ 5) Ratchakrit, 2019 กล่าวถึง การตั้งเป้าหมายที่ดีมีทิศทางในการทำงานชัดเจน มีวิธีการปฏิบัติงานที่เป็นระบบครบทุกขั้นตอนสามารถช่วยทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้

6) Tangpradit, 2017 วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น ศึกษากรณี ตำบลอุทัยเก่า อำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี ผลพบว่า การรับฟังความคิดเห็นของบุคคล ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น

สำหรับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการเรียนรู้หรือมีไอเดียในการสร้างนวัตกรรม การยอมรับความเสี่ยง ความสามารถในการจัดการ ความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ 1) Kongrat, 2017 พบว่าปัจจัยด้านการจัดการไอเดียความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของบุคลากร และสมรรถนะของบุคลากรส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรม ตามลำดับ 2) Kittiwutthikrai, Chaiwaneeyakorn, 2015 พบว่า การบริหารความเสี่ยงในด้านการระบุ เหตุการณ์ความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านการตอบสนองความเสี่ยง และด้านการติดตาม ประเมินผลและรายงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงาน 3) Hong Mai Her, 2014 พบคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งออกมันสำปะหลังไทยไปจีน มีด้านความมั่นใจ ในตนเอง ด้านความเสี่ยง ด้านความอดทน ด้านความคิดสร้างสรรค์และด้านความรับผิดชอบส่งผลต่อ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ 4) Karsawai, Pooncharoen and Jamommarn, 2012 พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการโรงแรม มาจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความมุ่งมั่นอดทน ด้านความคิด สร้างสรรค์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่าง ทันที่ทันใจ และด้านความรับผิดชอบ

จึงเห็นได้ว่าข้อสรุปของงานวิจัยนี้มีความน่าสนใจด้วยมีงานวิจัยหลายชิ้นที่ได้ดำเนินการใน ประเด็นที่ใกล้เคียงแต่อาจแตกต่างกันในกลุ่มสินค้าหรือบริการ แต่ก็ยังมีผลของการทดสอบที่ยืนยันผล ของประเด็นต่างๆที่ได้กล่าวมาข้างต้นซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญประเด็นดังกล่าวในการ ดำเนินงานต่อไป

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ด้านธุรกิจ ผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัยสามารถพิจารณาประเด็นที่ส่งผลต่อความสำเร็จใน การดำเนินธุรกิจและนำไปพัฒนาเพิ่มเติมในการประกอบธุรกิจในอนาคต และประเด็นที่น่าสนใจใน การให้ความสำคัญที่สุด คือ ด้านรูปแบบสินค้าที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการกับผู้สูงวัย เป็น เรื่องสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ โดยผู้ประกอบการควรมีการสำรวจความต้องการสินค้า จากกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นผู้สูงวัยและผู้ที่มีอำนาจการซื้อสินค้าให้ผู้สูงวัย เพื่อคัดเลือกรายการสินค้า ชนิดต่างๆที่มีรูปแบบเหมาะสมและตรงความต้องการเข้ามาจำหน่ายในร้านค้า ในขณะที่ด้านราคา ควร

ให้เหมาะสมกับคุณภาพและมีหลายระดับราคาให้ลูกค้าเลือกซื้อ ตลอดจนไม่สูงกว่าร้านอื่นๆ ผู้ประกอบการจึงควรทำการทบทวนการตั้งราคาใช้หลักการบวกกำไรจากต้นทุน เมื่อได้ตัวเลขราคาแล้วให้นำไปเปรียบเทียบกับราคาร้านค้าอื่นๆ ด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดให้มีที่จอดรถหรือสะดวก และควรมีพนักงานให้ข้อมูลเพื่ออธิบายสร้างความน่าเชื่อถือและควรเป็นพนักงานที่มีความรู้จริง หากมีการจัดส่งทางไปรษณีย์ให้ลูกค้าถ้าสั่งซื้อผ่านช่องทางต่างๆ จะสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะพฤติกรรมคนปัจจุบันนิยมการสั่งซื้อทางช่องทางหลากหลาย นอกจากนั้น การส่งเสริมการตลาดที่สำคัญควรมีการใช้พนักงานขายโน้มน้าวประกอบกับการใช้สื่อต่างๆ และการส่งเสริมการขาย การออกบูทร่วมด้วย หรือใช้การบูรณาการเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดแบบผสมผสาน

2. ด้านวิชาการ สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้พิจารณาองค์ประกอบทางการตลาด และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ประกอบการสินค้าผู้สูงวัย ซึ่งในอนาคตนักวิชาการหรือนักวิจัยที่สนใจประเด็นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจควรขยายต่อยอดในปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยแวดล้อมมหภาคที่สำคัญ ปัจจัยด้านสังคมไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมายข้อบังคับเกี่ยวกับสินค้า และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นต้น

REFERENCES

- Sriviboon, C. et al., (2011). *Building a trademark of Samut Songkarm province*. Suan Sunandha Rajabhat University.
- Fry et al., (1998) referred in Katetien, W (2013). *Characteristics of entrepreneur that affects the success of medium size business in the south of northeast region*. Rajamangala University of Technology Isan Campus.
- Karsawai, F., Pooncharoen, N. and Jamornmarn, W (2012). *The study of successful entrepreneurs' characteristics who are successful in managing hotel business in the south of northern Thailand*.
- Hong Mai Her (2014). *Characteristics of entrepreneur and the success of exported Cassava business from Thailand to China of SMEs*.
- Kittiwutthikrai, M. and Chaiwaneeyakorn, M (2015). *The effects of risk management that affect the success of SMEs in Mukdaharn*. Ubon Ratchathani University.
- Jaijune, N (2016). *Brand image and brand value that affects the decision making process in purchasing food supplement products of customers in Bangkok area*. Bangkok University.
- Chaisena, N (2018). *The development of logistics products on handicraft earthenware in Koh Kret*. Nonthaburi.
- Paengkesorn, R (2008). *The use of direct marketing media to enhance hotel business in Thailand*.
- Kongrat, T (2017). *Factors of creativity management and personal ability which lead to the organization's innovation: the case study of large car tires manufacturer in Thailand*.
- Ratchakrit, T (2019). *The use of SMART concept to set clear and effective goals for the organization*.
<https://th.hrnote.asia/orgdevelopment>
- Tangpradit, W (2017). *Factors that affect the success in self-management of local community: the case study of Uthaikao, Nong Chang, Uthaitхани province*.
<http://www.asean thai.net>