

การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนป้ายฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลา ของผู้สูงอายุ

The value-added that appears on the label of Supplements
type fish oil of the elderly.

รัชมงคล ทองหล่อ (Ratchamongkhon Thonglor)^{*}

ธารรัตน์ ปานศรี (Tararat Pansri)^{**}

สมบูรณ์ เหมือนศรีพลี (Somboon Maunsriplee)^{***}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาสำหรับผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาสำหรับผู้สูงอายุและตรวจสอบโดยการถ่ายภาพฉลากสินค้าทั้งหมด 10 ยี่ห้อ ที่มีจำหน่ายในเขตสโลม กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า การสร้างมูลค่าที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาสำหรับผู้สูงอายุมี 11 ประเภท ดังนี้ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุโอเมกา 3 (OMEGA3) 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุจำนวนของแคปซูล 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุเครื่องหมายรับรองมาตรฐานอาหารและยา หรือ (อย.) 4) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเพิ่มรูปภาพประกอบ 5) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุผลการตรวจสอบคุณภาพระดับสูง 6) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุคำแนะนำในการรับประทาน 7) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุถึงวิธีบริโภคอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาในฉลากผลิตภัณฑ์ 8) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุส่วนประกอบที่สำคัญในผลิตภัณฑ์ 9) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการระบุฉลากภาษาอังกฤษ 10) การเพิ่มมูลค่าเพิ่มโดยการระบุวันหมดอายุ 11) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุค่าเตือน

^{*} อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

(Lecturer, Bachelor of Business Administration Program in Exhibition and Event Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University. mr.ratchamongkhon@gmail.com)

^{**} นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

(Student of Bachelor of Business Management and English, Faculty of Management Science, Silpakorn University.)

^{***} นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

(Student of Bachelor of Business Management and English, Faculty of Management Science, Silpakorn University.)

ข้อเสนอแนะจากวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถนำไปเป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและแตกต่างจากคู่แข่งผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับปรุงป้ายฉลากสินค้าให้ระบุข้อมูลต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ของผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ : ป้ายฉลากสินค้า การสร้างมูลค่าเพิ่ม อาหารเสริมประเภทน้ำมันปลา ผู้สูงอายุ

Abstract

This research is a qualitative research used content Analysis. This research is aimed at analyzing the content of the value-added that appears on the label of Supplements vitamin type fish oil of the elderly person. The researcher analyzed the content of the value-added that appears on the label of Supplements vitamin type fish oil of the elderly person, and checked by taking pictures of all 10 brands in See-lom, Bangkok. The research found that the value found on the labels of Supplements vitamin type fish oil of the elderly are 11 types as follows: 1) Increased retail value by indicating that there are Omega 3 2) Value added by indicating how many capsules in a single product. 3) Value Added Identification of Food Standards. 4) Add value by adding an image. 5) Value added on product labels by specifying HIGHT QUALITY. 6) Creating value added by word. Recommended to eat food. 5 masses in a reasonable proportion on a regular basis. 7) Value creation by identifying how fish oil supplements are used in product labels. 8) Value creation by identifying key components in production. 9) Value creation by identifying English. 10) Add value by specifying the date, month, year, and expiration date. 11) Value added by identifying warnings for consumption of fish oil supplements. 12) Elderly behaviors of elderly people who consume dietary supplements. Therefore, the entrepreneur can develop the product. Conclusions and Recommendations from this research. Entrepreneurs can take the concept of product design to a wide range and different from competitors. Operators can update their labels to provide clear, accurate and complete information.

Keywords: Label, Value-add, Supplements vitamin type fish oil, The elderly person.

บทนำ

จำนวนผู้สูงอายุ คือ ประชากรทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้สูงอายุมีความแตกต่างจากวัยอื่น เป็นวัยบั้นปลายของชีวิต ดังนั้นปัญหาของผู้สูงอายุในทุกด้านโดยเฉพาะด้านสาธารณสุขและสังคม จึงแตกต่างจากวัยอื่น โดยพจนานุกรมให้ความสำคัญของคำว่า คนแก่ คือ วัยชรา หรืออยู่ในอายุมากขึ้น และให้ความหมายของคำว่า ชรา คือ แก่ด้วยอายุหมดสภาพ นอกจากนั้นปัจจุบันจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในไทยและทั่วโลกอาจจำกัดความผู้สูงอายุ ตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือจำกัดความตามสภาพของร่างกาย โดยผู้หญิงสูงอายุอยู่ในช่วง 45-55 ปี ส่วนชายสูง อายุ อยู่ในช่วง 55-75 ปี (คุณตาคุณยายเนอร์สซิงโฮม, 2559)

วิธีการป้องกันและดูแลที่สามารถส่งผลต่อการมีชีวิตที่ยาวนานขึ้นของผู้สูงอายุ ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงชีวิตต่อไปได้อีกยาวนานด้วยสุขภาพที่ดีและมีชีวิตชีวา เมื่อวัยเพิ่มขึ้นการทำงานหรือโครงสร้างของเนื้อเยื่อหรืออวัยวะย่อมเสื่อมถอยลงไป ปัญหาสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้แต่สามารถทำความเข้าใจ ป้องกัน และดูแลได้ โรคที่เกิดในผู้สูงอายุส่วนใหญ่ เช่น เบาหวาน ความจำเสื่อม ความดัน สูญเสียความทรงจำ กระดูก นอนไม่หลับ กลั้นถ่ายไม่อยู่ และรวมไปถึงสมรรถนะทางเพศ เป็นต้น ผู้สูงอายุควรดูแลสุขภาพจิตใจของตนเองให้ได้อยู่เสมอ ไม่เครียด ขณะเดียวกันสมาชิกในครอบครัวหรือผู้ดูแลก็มีส่วนอย่างมากต่อการดำรงชีวิตที่มีความสุขของผู้สูงอายุ เพราะการดูแลเอาใจใส่ผู้สูงอายุ และปฏิบัติอย่างอ่อนโยนคือหัวใจของการดูแลผู้สูงอายุอย่างแท้จริง (ลิลลี่ ชัยสมพงษ์, 2558)

อาหารเสริมและวิตามินในปัจจุบันนี้ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อผู้สูงอายุ แต่การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมหรือวิตามินจะต้องเลือกที่มีประสิทธิภาพที่สุด และจำเป็นต้องคำนึงถึงการใช้อาหารเสริมและวิตามินต่าง ๆ เช่น อาหารเสริมไม่สามารถทดแทนคุณค่าอาหารทางธรรมชาติได้ ห้ามใช้อาหารเสริมหรือวิตามินแทนยา เพราะอาหารเสริมหรือวิตามินเป็นสารอาหารเสริมบำรุงร่างกาย การใช้อาหารเสริมหรือวิตามินจำเป็นต้องรู้ว่าตนเองสามารถรับประทานได้หรือไม่ หรือร่างกายของตนเองขาดสารอาหารประเภทใด และหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารเสริมหรือวิตามินในปริมาณมาก เพราะจะส่งผลต่อไตที่ทำงานหนักมากเกินไป (วิเชษฐ์ ลีลามนิตร, 2559)

การเพิ่มมูลค่าสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี คือ บรรจุภัณฑ์ ที่สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมากที่สุด ถ้าบรรจุภัณฑ์ออกแบบได้ดี น่าสนใจ จะเพิ่มความน่าเชื่อถือในสินค้า และการเพิ่มมูลค่าที่ให้สินค้าดูดีแตกต่างจากคู่แข่งนั้น จะยิ่งทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าได้มากยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มโอกาสที่จะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักต่อ ๆ กันไปแบบไม่หยุดนิ่ง ซึ่งการเพิ่มมูลค่านั้นจะต้องมีความสร้างสรรค์ และแปลกใหม่เพื่อดึงดูดผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อ (พรรษากาล ฐะธมนวงศ์, 2560)

ฉลากสินค้า คือ ตัวบ่งบอกถึงตัวรูปแบบสินค้าและรายละเอียดต่าง ๆ ในตัวสินค้า ถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดในผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค และทำหน้าที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนที่แสดงบนฉลากจะแตกต่างกันออกไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์ นอกจากจะช่วยให้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์หรือแสดงสรรพคุณของสินค้าแล้ว ฉลากที่ดีควรออกแบบให้ดูแตกต่าง ดึงดูด และน่าสนใจกว่าคู่แข่ง การให้รายละเอียดที่มีความลึก กระชับ ชัดเจน และต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า (จิรดา นาฤทธิ, 2559) ฉลากสินค้ามี

ความสำคัญเป็นอย่างมากในการโฆษณาขายสินค้าให้ดำเนินการได้ด้วยดี ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคด้วยลวดลายที่สวยงาม ซึ่งรายละเอียดจะระบุไปด้วย วัน เดือน ปีที่หมดอายุ ส่วนประกอบหรือวิธีการใช้งาน ไปจนถึงคำเตือนต่างๆ นอกจากนี้ฉลากที่ปิดอยู่บนบรรจุภัณฑ์ยังเป็นพื้นที่สำหรับพิมพ์โลโก้ ชื่อแบรนด์ และสโลแกนของแบรนด์ได้อีกด้วย (สมบูรณ์ วงศ์สถาปัตย์, 2560)

จากสถานการณ์ดังกล่าวผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญและสนใจ ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทวิตามินน้ำมันปลาของผู้สูงอายุ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบฉลากสินค้า

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาสำหรับผู้สูงอายุ

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง หนังสือ งานวิจัย และเอกสารต่างๆ
2. **ขอบเขตด้านข้อมูล** การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่เพื่อสังเกต สัมภาษณ์ด้วยตนเอง และใช้กล้องถ่ายรูปเพื่อบันทึกภาพเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล
3. **ขอบเขตด้านพื้นที่** ศึกษาร้านค้าที่จำหน่ายอาหารเสริมในพื้นที่เขตสีลม กรุงเทพมหานคร
4. **ขอบเขตด้านระยะเวลา** เก็บรวบรวมข้อมูลในระยะเวลาเดือนเมษายน 2561- พฤษภาคม 2561

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏบนป้ายฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาของผู้สูงอายุ” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ฉลากสินค้า โดยมีแนวคิด ทฤษฎีดังนี้

น้ำมันปลา คือ เป็นน้ำมันที่สกัดจากส่วนของเนื้อ หัว และหางของปลาทะเลน้ำลึกโดยเฉพาะปลาในเขตหนาว ในน้ำมันปลามีกรดไขมันหลายชนิด แต่ที่สำคัญและมีการนำมาใช้ทางการแพทย์ คือ กรดไขมันกลุ่มโอเมก้า 3 และกรดไขมันกลุ่มโอเมก้า 6 เป็นกรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงซ้อน กรดไขมันกลุ่มโอเมก้า 3 ที่สำคัญ 2 ชนิด คือ กรดไอโคซาเพนตาอีนิก EPA (Eicosapentaenoic acid) และกรดโดโคซาเฮกซาอีนิก DHA (Docosahexaenoic acid) เป็นกรดไขมันที่จำเป็นต่อร่างกาย เพราะร่างกายไม่สามารถสร้างขึ้นเองได้ ต้องได้รับจากอาหารเท่านั้น สำหรับกรดไขมันกลุ่มโอเมก้า 6 เป็นกรดไขมันที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งซึ่งมีผลในการลดไขมันในเลือด พบมากในน้ำมันพืชหลายชนิด เช่น น้ำมันดอกทานตะวัน น้ำมันข้าวโพด น้ำมันดอกคำฝอย น้ำมันถั่วเหลือง เป็นต้น (สุนิสา ศรีสุข, 2559)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ซึ่งการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้น สามารถค้นหาคุณค่าของธุรกิจด้วย 4 วิธี ดังนี้

1. ภูมิปัญญา คือ ความคิดริเริ่มและการพัฒนาที่จะช่วยสร้างความแตกต่างและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้

2. การสร้างเรื่องราว คือ การสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีที่มา บางเรื่องราวบางอย่างสามารถสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าสินค้าได้

3. ความคิดสร้างสรรค์ คือ การมีความคิดที่ดี สร้างผลงานที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความคิด สร้างสรรค์ แปลกใหม่

4. การพัฒนานวัตกรรม คือ การพัฒนากระบวนการในการผลิต การสร้างความแตกต่างการพัฒนาสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นสิ่งเหล่านี้จะเป็นการช่วยยกระดับสินค้า (พิรงค์ จาตุรงค์กุล , 2560)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับฉลากสินค้า

การทำฉลากสินค้ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้บริโภคจำเป็นต้องอ่านรายละเอียดทุกครั้ง เพื่อทราบถึงรายละเอียดของสินค้า เช่น ปริมาณ คุณภาพ ส่วนประกอบต่าง ๆ เป็นต้น อธิบายได้ถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์และประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ สามารถนำไปเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ ได้เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังช่วยแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ ช่วยในการส่งเสริมการตลาดของสินค้า ให้ข้อมูลที่กฎหมายบังคับได้ชัดเจน (พรธากาล ฐธมนวงศ์, 2560)

ป้ายฉลาก (Labeling) หมายถึง ตั้งแต่ป้ายธรรมดา ๆ ที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงกราฟฟิกที่ซับซ้อนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลากทำหน้าที่หลายอย่าง ได้แก่

1. ทำให้ระบุ (identifies) ผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์ได้

2. อธิบาย (describe) สิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ วันเดือนปีที่ผลิต สถานที่ผลิต ผู้ผลิต น้ำหนักสุทธิ วิธีใช้ และคำเตือนในการรับประทาน

3. ส่งเสริม (promote) ความดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากป้ายฉลากอาจทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดหรือไม่อธิบายถึงส่วนประกอบที่สำคัญ หรือไม่มีคำเตือนที่จำเป็นเพื่อความปลอดภัย ด้วยเหตุนี้จึงมีกฎหมายบังคับการทำป้ายฉลากให้ระบุสิ่งที่จำเป็นต้องมีบนป้ายฉลากให้มีมาตรฐานในการบรรจุภัณฑ์ (จิรดา นาคฤทธิ์, 2559)

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ใช้ประโยชน์จากสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการโดยตรงของบุคคลนั้น ผลที่ได้รับจากการบริโภค คือ รรถประโยชน์หรือความพอใจ ผู้บริโภคอาจจะเป็นตัวบุคคล กลุ่มบุคคลครัวเรือน และอาจหมายถึงรัฐบาลด้วยก็ได้ ประเด็นสำคัญอยู่ที่ว่าการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นจะต้องไม่ใช่เป็นการนำไปผลิตหรือขายต่อ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ โดยแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคลเกี่ยวกับการซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ดังนั้นจึงทำการวิจัยก่อนที่จะผลิตสินค้าเพื่อป้องกันการล้มเหลวเมื่อได้วางขายสินค้าออกไป การจะประสบความสำเร็จจึงจะต้องยึดพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นหลัก (ชุมสิน ลีลาบุรณพงศ์, 2558)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิง ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความแตกต่างจากอายุนั้น เป็นอายุบั้นปลายของชีวิต ดังนั้นปัญหาของผู้สูงอายุมักจะมีเพิ่มขึ้น เช่น สุขภาพ สังคม อารมณ์ เป็นต้น และปัจจุบันผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั่วโลก ซึ่งผู้สูงอายุควรได้รับการดูแลเป็นอย่างดีทั้งร่างกายและจิตใจ สุขภาพของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ในปัจจุบันเป็นบุคคลที่ต้องพึ่งพา เนื่องจากมีปัญหาจากการเสื่อมโทรมของร่างกายซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติตามวัยที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการมีโรคเรื้อรังต่าง ๆ ที่เข้ามารุมเร้าเกิดในช่วงสูงวัย เช่น เบาหวาน ความดัน โลหิตสูง จากการขาดการเคลื่อนไหวและการออกกำลังกาย จากปัญหาสุขภาพ การมีรายได้ลดลงหรือไม่มีรายได้ และมีปัญหาสุขภาพจิต เพราะเป็นวัยแห่งการพลัดพรากสูญเสีย ดังนั้นจึงเป็นวัยที่ต้องมีการดูแลเฉพาะแตกต่างจากวัยอื่น เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถดูแลตนเองได้พอสมควรกับวัย มีสุขภาพแข็งแรงทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เพื่อลดปัญหาของผู้สูงอายุเอง ของครอบครัว และของสังคม (คุณตาคุณยายเนอร์สซิงโฮม, 2559)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารเสริมของผู้สูงอายุ

สำหรับผู้สูงอายุนั้นความต้องการทางด้านโภชนาการจะค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล แต่โดยทั่วไปแล้ว ผู้ที่มีอายุมากกว่า 65 ปี ร่างกายจะต้องการวิตามินและแร่ธาตุเสริม โดยเฉพาะแคลเซียมและแมกนีเซียม และวิตามินบีรวม และวิตามินซี วิตามินอี ในวัยนี้ควรรับประทานอาหารที่มีกากใยอาหาร เพื่อช่วยลดปัญหาเรื่องท้องผูกที่พบเจอบ่อย ๆ แต่สำหรับผู้ที่มีการเคี้ยวเป็นปัญหานั้น อาหารที่มีเส้นใยสูงสามารถนำมาบดเป็นชิ้นเล็กให้เหนียวได้ โดยไม่ลดประสิทธิภาพของไขมันแต่อย่างใด และผู้สูงอายุควรงดของหวานเพื่อหลีกเลี่ยงเบาหวานด้วย

อาหารเสริมประเภทเป็นส่วนช่วยบำรุงสุขภาพและสร้างภูมิคุ้มกัน แต่วิตามินไม่ใช่ยาไม่สามารถที่จะรักษาโรคให้หายขาดได้ (อุทัย สุขวิวัฒน์ศิริกุล, 2558)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง”การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนป้ายฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาของผู้สูงอายุ”เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธี ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา มี 3 รูปแบบ คือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ สืบค้นข้อมูลออนไลน์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มบนอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาของผู้สูงอายุ 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับฉลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ 3) พฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ 4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ 5) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารเสริมของผู้สูงอายุ เพื่อกำหนดขอบเขตในการทำวิจัยการวิเคราะห์ป้ายฉลากสินค้าในกรณีศึกษา คือ ผู้วิจัย

ได้ทำการสำรวจและบันทึกภาพผลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาของผู้สูงอายุในพื้นที่เขตสลิม กรุงเทพมหานคร

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้องมากที่สุด ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แหล่งข้อมูล 1) แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสื่อสิ่งพิมพ์อินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยของผู้วิจัย 2) ผู้วิจัยได้สำรวจหาข้อมูลและบันทึกภาพป้ายผลากสินค้าตามร้านๆค่าต่างๆที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทวิตามินน้ำมันปลาของผู้สูงอายุในพื้นที่เขตสลิม กรุงเทพมหานคร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบ่งเป็น 2 ประเภท

3.1 ตัวผู้วิจัย สังเกตและวิเคราะห์ผลากสินค้าเกี่ยวกับข้อมูลทางโภชนาการ คำเตือน ข้อแนะนำ และการออกแบบผลากสินค้า สอบถามข้อมูลเชิงลึกจากผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง

3.2 กล้องถ่ายรูปเพื่อถ่ายผลากสินค้า ผู้วิจัยได้สำรวจและบันทึกภาพป้ายผลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาทั้งหมด 10 ยี่ห้อในพื้นที่เขตสลิม กรุงเทพมหานคร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล จากการรวบรวมข้อมูลขั้นต้นโดยการค้นคว้าข้อมูลภาคเอกสารและข้อมูลจากผู้วิจัยได้จากการวิเคราะห์เพื่อใช้ในการกำหนดการออกแบบผลากสินค้าต่อไป โดยแบ่งข้อมูลที่สรุป ได้แก่

4.1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้สูงอายุ เพื่อกำหนดขอบเขตและนิยามในการวิเคราะห์

4.2 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารและสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ 2 วิธีการศึกษา ได้แก่

4.2.1 ค้นคว้าข้อมูลจาก เอกสารต่างๆ บทความวิชาการและเว็บไซต์

4.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีในการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์องค์ประกอบของผลากสินค้า

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ขั้นตอนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลผู้วิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้การตรวจสอบแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้านผู้วิจัย เป็นการวิเคราะห์และเชื่อในสิ่งที่ปรากฏการณ์นิยมและทำความเข้าใจแบบเป็นองค์รวม ผู้วิจัยตรวจสอบทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ทั้งด้านเอกสารและข้อสรุปของผู้วิจัยว่ามีความหมายไปในทิศทางเดียวกันแสดงว่าข้อมูลของผู้วิจัยเหมาะสม (โยธินแสงดี, 2558)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มที่กฎอยู่บนป้ายผลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาของผู้สูงอายุสามารถระบุการสร้างมูลค่าเพิ่มได้ 12 รูปแบบดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุโอเมก้า 3 (OMEGA3)

จากการวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุโอเมก้า 3 (OMEGA3) พบว่า โอเมก้า 3 (OMEGA3) คือ กลุ่มของกรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงเดี่ยวชนิดหนึ่ง ซึ่งจำเป็นต่อระบบการทำงานต่าง ๆ ภายในร่างกาย จัดเป็นกรดไขมันจำเป็นที่ร่างกายสร้างเองไม่ได้ ต้องได้รับการรับประทานอาหารอื่น ๆ เช่น ปลา น้ำมันพืช ถั่ว เมล็ดพืชต่าง ๆ หรือผักใบเขียว การระบุโอเมก้า 3 เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคทราบว่าในน้ำมันปลามีคุณประโยชน์ของโอ

เมก้า 3 เพื่อระบุประโยชน์ของวิตามิน เช่น ป้องกันมะเร็ง โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคสมองเสื่อม โรคจอประสาทตาเสื่อม เป็นต้น และนอกจากนี้ เมื่อผู้บริโภคเห็นการระบุถึงโอเมก้า 3 ส่งผลให้ผู้บริโภคสนใจมากขึ้น ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา



รูปภาพที่ 1 น้ำมันปลาตรา BIOGROW NATURAL

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์โดยการระบุจำนวนของแคปซูล

จากการวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุจำนวนของแคปซูลในบรรจุภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์ต่างๆ ระบุจำนวนแคปซูลหรือจำนวนเม็ดอาหารเสริม เพื่อระบุจำนวนที่อยู่ด้านในผลิตภัณฑ์ เป็นการช่วยในการตัดสินใจและส่งเสริมการรับจำนวนที่แน่นอนอยู่ด้านในผลิตภัณฑ์



รูปภาพที่ 2 ระบุจำนวน 60 แคปซูล น้ำมันปลาตรา VISTRA

จากการวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุจำนวนในบรรจุภัณฑ์ 200 แคปซูล พบว่า เป็นจำนวนที่คุ้มค่าสำหรับผู้ที่ต้องการรับประทานอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาเหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ในการเลือกซื้อแต่ต้องการรับประทานอย่างต่อเนื่อง โดยการระบุจำนวนของแคปซูลสร้างความแตกต่างให้กับแต่ละผลิตภัณฑ์เพราะผู้ที่ต้องการรับประทานอาหารเสริมน้ำมันปลามีความหลากหลายและแตกต่างกัน พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา

3. สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุเครื่องหมายรับรองมาตรฐานอาหารและยา หรือ (อย.)

จากการวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุเครื่องหมายรับรองมาตรฐานอาหารและยา หรือ (อย.) พบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมน้ำมันปลาเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ต้องมีคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยสัญลักษณ์อาหารและยา (อย.) ที่อยู่บนฉลากของผลิตภัณฑ์ เป็นการส่งเสริมพฤติกรรมผู้บริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลที่มีหลักฐานและน่าเชื่อถือ เพราะต้องผ่านขั้นตอนการตรวจสอบที่เหมาะสมในแต่ละขั้นตอนสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาได้เป็นอย่างดี พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา



รูปภาพที่ 3 น้ำมันปลาตรา BOOTS

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการเพิ่มรูปภาพประกอบ

จากการวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทน้ำมันปลาโดยใช้รูปภาพประกอบ พบว่า ทำให้ผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นผลิตภัณฑ์ได้ง่ายเพราะอาหารเสริมแต่ละบรรจุภัณฑ์มีความคล้ายกัน การใช้ภาพบนฉลากสินค้าจึงทำให้ผู้ที่ต้องการบริโภคสังเกตเห็นได้ง่ายมากขึ้น พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา



รูปภาพที่ 4 น้ำมันปลาตรา BLACKMORES

5. การสร้างมูลค่าเพิ่มบนฉลากสินค้าโดยการระบุ HIGH QUALITY

จากการวิเคราะห์การเพิ่มมูลค่าบนฉลากสินค้าโดยการระบุ HIGH QUALITY พบว่า เป็นการสร้างความเชื่อมั่นว่ามีการตรวจสอบคุณภาพของการกระบวนการผลิตว่าได้คุณภาพที่ดีและสูงสุดในตัวผลิตภัณฑ์ พบฉลากสินค้าที่ระบุ HIGH QUALITY พบได้ใน 5 ผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา ได้แก่ น้ำมันปลาตรา VISTRA น้ำมันปลาตรา NUTRAKAL น้ำมันปลาตรา BOOTS น้ำมันปลาตรา BLACKMORES น้ำมันปลาตรา BIOGROW NATURAL



รูปภาพที่ 6 น้ำมันปลาตรา NUTRAKAL

6. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุคำแนะนำในการรับประทาน

จากการวิเคราะห์การเพิ่มมูลค่าเพิ่มโดยการระบุคำแนะนำในการรับประทาน เช่น ควรรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ในสัดส่วนที่เหมาะสมอย่างเป็นประจำ เป็นต้น พบว่า ทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงการรับประทานอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลา หากรับประทานเพียงแต่อาหารเสริมอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในร่างกาย ดังนั้นควรรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์



รูปภาพที่ 7 น้ำมันปลาตรา VITAMATE

7. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุถึงวิธีบริโภคอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาในป้ายฉลากผลิตภัณฑ์

จากการวิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุวิธีบริโภคอาหารเสริม พบว่า ทำให้ผู้บริโภครับประทานได้อย่างถูกวิธีและปลอดภัยเนื่องจากแต่ละผลิตภัณฑ์มีวิธีการที่แตกต่างกันไปเพราะแต่ละผลิตภัณฑ์มีกระบวนการผลิตไม่เหมือนกัน ซึ่งจำเป็นต้องมีอยู่ โดยการระบุว่าการบริโภคก็แคบซูล และในช่วงเวลาใด เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา



รายละเอียด

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นิทริไลต์ น้ำมันปลา ให้กรดไขมันกลุ่ม โอเมก้า-3 ได้แก่ อีพีเอ และดีเอชเอ

ส่วนประกอบสำคัญใน 1 แคปซูล:

- น้ำมันจากปลาแซลมอนและปลาอื่นๆ 525 มก. (69.62%) ซึ่งประกอบด้วยกรดไขมันโอเมก้าหลายตัวดังนี้
 - กรดโอ โอซาเพนทอยีนิก (อีพีเอ) 80 มก.
 - กรด โอ โอซาเฮกซาอีโนอิก (ดีเอชเอ) 60 มก.
 - กรดโอโอเมก้า 0 มก.
 - วิตามินอี 12 หน่วยสากล

ไม่เจือสี ไม่ใช้วัตถุแต่งกลิ่นรสและไม่ใช้วัตถุกันเสีย

ประกาศนียบัตรผลิตภัณฑ์จาก IFANCA วารสารเอเชียเพิ่มเติมคลิกที่นี่

วิธีใช้

วิธีบริโภค: รับประทานวันละ 1-2 แคปซูล พร้อมอาหาร

คำเตือน: อ่านคำเตือนในฉลากก่อนบริโภค ไม่มีผลในการป้องกันหรือรักษาโรค

เลขสารบบอาหาร: 10-3-00745-1-0006

ทอ. 2828/2559

รูปภาพที่ 8 น้ำมันปลาตราNUTRILITE AMWAY (Amway, 2557)

8. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุส่วนประกอบที่สำคัญในผลิตภัณฑ์

จากการวิเคราะห์การเพิ่มมูลค่าเพิ่มโดยการระบุส่วนประกอบที่สำคัญ พบว่า ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงส่วนประกอบในอาหารเสริมเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานได้เหมาะสมกับตัวผู้บริโภคเองมากที่สุด พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา



รูปภาพที่ 9 น้ำมันปลาตราGIFFARINE (GIFFARINE, 2559)

9. การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการระบุภาษาอังกฤษ

จากการวิเคราะห์การเพิ่มมูลค่าด้วยการระบุภาษาอังกฤษลงบนฉลากสินค้า พบว่า เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองของทุกประเทศ เพื่อให้สามารถอ่านและเข้าใจได้อย่างทั่วถึงทุกประเทศ พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา



รูปภาพที่ 10 น้ำมันปลาตราAMSEL (AMSEL, 2560)

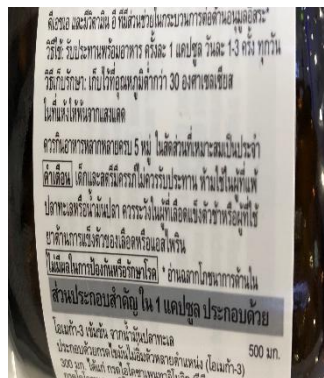
10. การเพิ่มมูลค่าเพิ่มโดยการระบุวันเดือนปีที่ผลิตและวันเดือนปีที่หมดอายุ
จากการวิเคราะห์ พบว่า การระบุวันเดือนปีที่ผลิตและวันเดือนปีที่หมดอายุ พบว่า เป็นการให้
ผู้บริโภคมีการสังเกตวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุของผลิตภัณฑ์ ซึ่งพบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา



รูปที่ 10 น้ำมันปลาตราAMSEL (AMSEL,2560)

11. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุถึงคำเตือนการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทน้ำมัน
ปลา

จากการวิจัยพบว่า การระบุถึงคำเตือน ข้อควรระวังในการใช้ว่าควรระวังในเรื่องใดบ้าง เพื่อให้
ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้อย่างถูกวิธี เช่น เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรรับประทาน ห้ามใช้ในผู้ที่แพ้ปลาทะเลหรือ
น้ำมันปลาเป็นต้น เพื่อการหลีกเลี่ยงอันตราย พบได้ในทุกผลิตภัณฑ์น้ำมันปลา



รูปที่ 11 น้ำมันปลาตรา BLACKMORES

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนป้ายฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมัน
ปลาของผู้สูงอายุ” พบว่าผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาบางผลิตภัณฑ์ มีรูปภาพประกอบ คือ ปลาเพื่อ
ให้ผู้บริโภคเข้าใจง่ายและรับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์นั้นผลิตมาจากปลา โดยใช้ภาพ สี และภาพวาดเป็นส่วนประกอบ พบทุก
ป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์มีรูปภาพของส่วนผสม วิธีใช้ คำเตือน ระบุไว้บนฉลากผลิตภัณฑ์

การใช้ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ เป็นการระบุถึงแหล่งผลิตหรือแหล่งนำเข้าของผลิตภัณฑ์ ภาษาอังกฤษมีปรากฏอยู่บนฉลากผลิตภัณฑ์ทุกชนิด เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองของโลก และทุกเชื้อชาติส่วนใหญ่ล้วนต้องใช้ภาษาอังกฤษเข้ามาในชีวิตประจำวัน ดังนั้นการระบุข้อมูลผลิตภัณฑ์ ระบุส่วนผสม ภาษาอังกฤษไว้เพื่อให้ผู้บริโภคทุกเชื้อชาติสามารถรับรู้ถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้ และมีภาษาไทยประกอบควบคู่ไปด้วย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตในประเทศไทยและต้องการให้คนไทยเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์นั้นๆด้วย

การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการระบุโอเมก้า 3 (OMEGA3) พบว่า โอเมก้า 3 (OMEGA3) คือ กลุ่มของกรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงเดี่ยวชนิดหนึ่ง ซึ่งจำเป็นต่อระบบการทำงานต่าง ๆ ภายในร่างกาย จัดเป็นกรดไขมันจำเป็นที่ร่างกายสร้างเองไม่ได้ ต้องได้รับจากการรับประทานอาหารอื่น ๆ เช่น ปลา น้ำมันพืช ถั่ว เมล็ดพืชต่าง ๆ หรือผักใบเขียว การระบุโอเมก้า 3 เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคทราบว่าในน้ำมันปลามีคุณประโยชน์ของโอเมก้า 3 ที่ช่วยในเรื่องต่างๆได้ดี เช่น ป้องกันมะเร็ง โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคสมองเสื่อม โรคจอประสาทตาเสื่อม เป็นต้น และนอกจากนี้ ผู้บริโภคที่บริโภคปลาหรืออาหารทะเลมักเสี่ยงเป็นโรคเรื้อรังหลายโรคน้อยลง ซึ่งการระบุโอเมก้า 3 เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงวิตามินต่างๆที่อยู่ในตัวผลิตภัณฑ์ เมื่อผู้บริโภคเห็นการระบุถึงโอเมก้า 3 จะทำให้ผู้บริโภคสนใจมากขึ้นและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

การระบุจำนวนของแคปซูลที่อยู่บนป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์ เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคทราบถึงจำนวนวิตามินน้ำมันปลาที่บรรจุอยู่ในผลิตภัณฑ์และเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อในจำนวนแคปซูลที่ต้องการ พบว่าบางผลิตภัณฑ์บรรจุ 60 แคปซูล และบางผลิตภัณฑ์บรรจุ 200 แคปซูล ซึ่งมีการบรรจุจำนวนที่แตกต่างกันออกไป บางผลิตภัณฑ์มีการระบุถึง High Quality เป็นการสร้างความเชื่อมั่นว่ามีการตรวจสอบคุณภาพของการกระบวนการผลิตว่าได้คุณภาพที่ดี ทุกผลิตภัณฑ์มีการระบุมาตรฐานอาหารและยา หรือ ออย. ซึ่งทุกผลิตภัณฑ์ต้องผ่านมาตรฐานนี้เพื่อความปลอดภัยและถูกกฎหมายในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การใช้ภาพประกอบในการสื่อสารทำให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย หรือเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นภาพส่วนผสม ผลิตภัณฑ์หลัก แสดงให้ผู้บริโภครับรู้ถึงวิธีใช้ผลิตภัณฑ์โดยใช้รูปภาพประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย การระบุส่วนผสมที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงส่วนผสมที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ว่าประกอบด้วยอะไรบ้าง ทราบถึงคุณประโยชน์ของส่วนผสมแต่ละชนิดว่ามีคุณประโยชน์อย่างไร หากมีส่วนผสมที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็ว การระบุวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุพบทุกผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นส่วนที่จำเป็นต้องระบุทุกผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคทราบ ผู้บริโภคที่เหมาะสมแก่การบริโภคอาหารเสริมประเภทวิตามินน้ำมันปลา คือ ผู้สูงอายุ เนื่องจากสรรพคุณที่ผลิตภัณฑ์มี มักช่วยในเรื่องของโรคผู้สูงอายุ เช่น ความจำเสื่อม ความดัน กระดูกเบาหวาน นอนไม่หลับ เป็นต้น ผู้สูงอายุจะมีพฤติกรรมตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันปลาจากการอ่านป้ายฉลากสินค้าโดยละเอียด เพื่อได้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงและตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตนเอง

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปพัฒนาได้ โดยการนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ต้องการจะเพิ่มยอดขาย โดยการใช้การดึงดูดผู้บริโภคจากฉลากสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้บริโภคจะพิจารณาสินค้าจากฉลากสินค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงการวางแผนและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

1. ธุรกิจของผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาของผู้สูงอายุ ควรออกแบบให้มีความหลากหลายและแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ประกอบการควรที่จะวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยฉลากสินค้า ศึกษาเกี่ยวกับการตลาดอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาในเชิงลึก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำการตลาดและเป็นสื่อที่ดีที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น การสร้างตราสัญลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญผู้ประกอบการต้องสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่จดจำได้

2. ธุรกิจของผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาของผู้สูงอายุ ควรมีการปรับปรุงด้านปัจจัยฉลากสินค้า เพื่อให้ระบุข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้น การใส่วันเดือนปีที่หมดอายุควรระบุให้ชัดเจน ควรมีการระบุราคาที่ถูกต้องไว้บนฉลาก เพื่อป้องกันการปรับเปลี่ยนของราคาและการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้ ควรบอกถึงคำเตือนให้ครบถ้วนเพื่อป้องกันพบกระทบต่อผู้บริโภคและชื่อเสียงของผู้ประกอบการหากเกิดผลเสียกับผู้บริโภค ผู้ประกอบการจะต้องรับผิดชอบ สร้างสโลแกนและตราสินค้าที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาประเด็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาประเด็นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มที่แตกต่างจากคู่แข่ง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- คุณตาคุณยายเนอร์สซิงโฮม.(2559).นิยามผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.kuntakunyay.com/content/9125/%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B8>
- ลิลลี่ ชัยสมพงษ์.(2558).ผู้สูงอายุกับปัญหาสุขภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.bumrungrad.com/th/Better-Health/2558/living-longer-better-geriatric-health-care/degenerative-disorders-symptoms-treatment>
- พรรษากาล ธรรมนวงศ์.(2560).ความสำคัญของฉลากสินค้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.n2nprintwork.com/whylabelisimportant/>
- วิเชษฐ์ สีสานนิตย์.(2559).การใช้วิตามินและอาหารเสริมในผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก<http://www.pharmacy.mahidol.ac.th/knowledge/files/0253.pdf>
- จิรดา นาคฤทธิ์.(2559).ฉลากสินค้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://jiradabbc.wordpress.com/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AA%E0%B8%AD%E0%B8%99/>
- สุนิสา ศรีสุข.(2559).”น้ำมันปลา” บำรุงสมอง ป้องกันโรคหัวใจ. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Home/ViewNews.aspx?NewsID=9590000056925>
- พีรพงศ์ จาตุรงค์กุล.(2560).4วิธีเพิ่มมูลค่าสินค้าให้ยอดขายพุ่ง. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.smartsme.co.th/content/72542>
- ชุมสิน สีสานบุญพงศ์.(2558). พฤติกรรมผู้บริโภค ทางการตลาดหมายถึงอะไร. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.im2market.com/2015/10/13/1916>
- อุทัย สุขวิวัฒน์ศิริกุล.(2558).วิตามินสำหรับผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/DIVING/2015/10/13/entry-1>
- โยธิน แสงดี.(2558).การวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.spu.ac.th/research/files/2015/03/5.%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%AB%E0%B8%B2.pdf>
- พิทักษ์ ศิริวงศ์,ปารยา พาณิษย์วัฒนานุกุล,พศิน จันทรศิริกรมล.(2558).การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนสินค้าประเภทน้ำปลา.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก http://www.info.ms.su.ac.th/sums01/PDF01/559_20150609_p_63.pdf

- พิทักษ์ ศิริวงศ์,ศุจินันท์ เจนจิตศิริ,สรินยา น้อยพิทักษ์.(2558).การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนสินค้าประเภท น้ำดื่มบรรจุขวด.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก http://www.info.ms.su.ac.th/sums01/PDF01/561_20150609_p_65.pdf
- Thaibio. (2559).อย. คืออะไร. สืบค้นข้อมูลเมื่อ 27 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaibio.com/index.php?route=information/contact>
- อลัน ไรอัน.(2559).ประโยชน์ของกรดไขมันโอเมก้า3. สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.ihealthyplusshop.com/article/6/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B9%8C%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%94%E0%B9%84%E0%B8%82%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2-3-omega-3>
- Amway.(2557).ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม. สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.amwayshopping.com/amwayshoppingfrontend/shopping/contentPage?pageKey=amway.product.brand&productId=5>
- GIFFARINE.(2559).น้ำมันปลาพิฟารีน Fish Oil มีโอเมก้า3 บำรุงสมอง. สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://welovegiffarine.com/%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%9F%E0%B8%9F%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%99-fishoil%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B9%82%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B9%89%E0%B8%B2-3%E0%B8%9A%E0%B8%B3%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%AD%E0%B8%87/>
- AMSEL.(2560).แอมเซล น้ำมันปลา. สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2561.เข้าถึงได้จาก <https://www.amselnutraceutical.com/product/amsel-fish-oil/>
- ดำรง พินธุณ.(2559).การตลาด คลาสสิก,(1), 20-23
- สมบูรณ์ วงศ์สถาปัตย์.(2560).ฉลากสินค้าบนผลิตภัณฑ์ สำคัญอย่างไรต่อผู้บริโภค. สืบค้นข้อมูลเมื่อ วันที่ 19 กันยายน 2561 . เข้าถึงได้จาก <https://tomco.co.th/2017/12/29/%E0%B8%89%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2-%E0%B8%9A%E0%B8%99%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%A0%E0%B8%B1%E0%B8%93%E0%B8%91%E0%B9%8C/>