

แนวทางการสร้างนวัตกรรมฉลากสินค้าเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของ
ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย
Innovative Labels Creation to Creating Competitive
Advantage of Fast-Moving Consumer Goods Industry
for Elder in Thailand

นรินทร์ ชูลิขสิทธิ์¹ นิภา นีรุตติกุล²
Narin Chulikhasit, Nipa Niruttikul

บทคัดย่อ (Abstract)

สถานการณ์จำนวนประชากรผู้สูงอายุของไทยมีแนวโน้มสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 ประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์เนื่องจากมีประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งในปัจจุบันพบว่าผู้สูงอายุในประเทศไทยเป็นจำนวนไม่น้อยที่ประสบสถานการณ์ที่ยากลำบากในการใช้ชีวิตในหลายมิติ ทั้งมิติทางเศรษฐกิจ ไม่มีเงินเก็บเงินออมในยามเกษียณอายุทำให้เป็นภาระที่สังคมจะต้องช่วยเหลือ, มิติทางด้านสภาพแวดล้อมและที่อยู่อาศัย คือไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองหรือถ้ามีก็มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ, มิติสังคม เช่น ผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 1 ที่ไม่มีครอบครัว ครอบครัวเป็นโสดอยู่คนเดียว และมีมิติทางด้านสุขภาพ ผู้สูงอายุประสบความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย ร่างกายทรุดโทรมลงตามวัย ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ซึ่งจากมิติด้านต่างๆ ที่ทำให้เกิดความยากลำบากในการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุนั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงปัจจัยในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ฉลากสินค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในชีวิตประจำวันต่อการเลือกใช้สินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุ บทความวิชาการฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอให้ผู้ผลิตนำนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการพิมพ์ฉลากมาปรับใช้ ในขั้นตอนการออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุมากที่สุด ทั้งในแง่การใช้งาน การสื่อสารข้อมูล และการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ (Keywords): ฉลากสินค้าอุปโภคบริโภค; ผู้สูงอายุ; นวัตกรรม

Received: 2022-11-28 Revised: 2022-12-14 Accepted: 2022-12-18

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา Department of Industrial Administration and Development Faculty of Management Sciences/Kasetsart University Sriracha Campus. Corresponding author e-mail: narinchul@gmail.com; nipa.ni@ku.th

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา Department of Industrial Administration and Development Faculty of Management Sciences/Kasetsart University Sriracha Campus. e-mail: narinchul@gmail.com; nipa.ni@ku.th

Abstract

The situation of the elderly population in Thailand tends to increase steadily. In 2022, Thailand will enter a fully aging society as the population aged 60 years and over accounts for 20% of the total number of populations at present, it is found that there are quite a number of elderly people in Thailand who face difficult situations in living in many dimensions. Economic dimensions - lack of savings in retirement makes it a burden for society to take care of, environmental dimensions and housing - is that they do not have their own home or if there is an environment that is conducive to the living of the elderly, social dimensions - such as about 1% of the elderly who do not have a family single and health dimensions - elderly people they are facing physical changes, the body deteriorates with age and unable to help themselves. From various dimensions that cause difficulties in living the life of the elderly, factors need to be improved in various fields to facilitate the elderly to have better life quality. Product labels are one of the factors that are important in everyday life in choosing healthy consumer products for the elderly. This academic paper is prepared to present to the manufacturers to apply innovations in the label printing industry in the design process to be most suitable for the elderly customers. Both in terms of use data communication and perception of the product.

Keywords: Fast-Moving Consumer Goods Labels; Elderly; Innovation

บทนำ (Introduction)

จากการที่ประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างต่อเนื่องทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงความก้าวหน้าทางด้านวิชาการทางการแพทย์ที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ช่วยรักษาอาการเจ็บป่วยจากโรคร้ายแรงที่ไม่สามารถรักษาได้ในอดีตเช่น โรคมะเร็ง ทำให้ปัจจุบันผู้คนได้รับการรักษาและมีอายุที่ยืนยาวมากขึ้น อีกทั้งกระแสการรักสุขภาพของประชากรในสังคมไทยที่ผู้คนใส่ใจในเรื่องการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น เช่น ผู้คนนิยมออกกำลังกาย , ทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และทานอาหารเสริมเพื่อดูแลตัวเอง ทำให้ปัจจุบันอายุโดยเฉลี่ยของประชากรเพิ่มขึ้น โดยเพศชายเฉลี่ยอยู่ที่ 71.3 ปี และ เพศหญิงอยู่ที่ 78.2 ปี จากการที่ค่าเฉลี่ยอายุของประชากรที่สูงขึ้นทำให้อัตราการเสียชีวิตของผู้สูงอายุลดลงด้วยเช่นกัน นอกจากนี้การที่สภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่เอื้อต่อการมีบุตรของประชากร ทำให้หลายๆ ครอบครัวมีการวางแผนคุมกำเนิด มีบุตรเพียง 1-2 คนต่อครอบครัว หรือมีความคิดที่วางแผนที่จะไม่มีบุตรมากขึ้น เป็นต้น รวมถึงยังมีบางกลุ่มอยากมีอิสระ ครอบครัวยุคใหม่เป็นโสด ทำให้อัตราการเกิดของประชากรต่ำ สัดส่วนจำนวนผู้สูงอายุต่อประชากรในประเทศไทยจึงเพิ่มสูงขึ้นโดยปริยาย ส่งผลให้สังคมไทยกลายเป็น “สังคมผู้สูงอายุ” (Aging Society) ในปัจจุบัน โดยในโครงสร้างประชากรในปัจจุบัน

สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ประชากรวัยเด็ก (อายุน้อยกว่า 15 ปี) วัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) และวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป)

โดยล่าสุดในปี พ.ศ.2565 สถิติผู้สูงอายุไทย มีตัวเลขรวมเป็นจำนวนที่สูงถึง 12,116,199 คน โดยแบ่งเป็นผู้สูงอายุชาย 5,339,610 คน และผู้สูงอายุหญิง 6,776,589 คน หรือคิดเป็นจำนวน 18.3% ของจำนวนประชากรไทยทั้งประเทศในปี พ.ศ.2565 (66,165,261 คน) โดยเมื่อแบ่งจำนวนผู้สูงอายุตามช่วงอายุมีจำนวนดังนี้

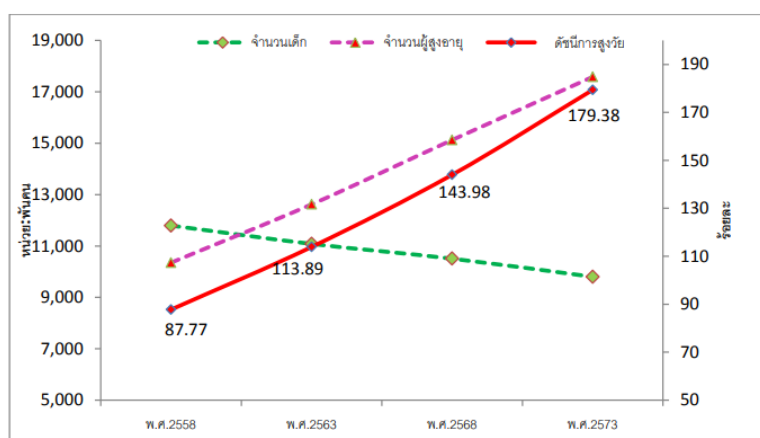
ตารางที่ 1 ข้อมูลสถิติผู้สูงอายุสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน มกราคม 2565

ช่วงอายุ	จำนวนผู้สูงอายุ (คน)	ร้อยละ	ชาย (คน)	หญิง (คน)
60 – 69 ปี	6,843,300	56.5%	3,123,517	3,719,783
70 – 79 ปี	3,522,778	29.1%	1,533,642	1,989,136
80 ปีขึ้นไป	1,750,121	14.4%	682,451	1,067,670

ที่มา : กรมกิจการผู้สูงอายุ (2565)

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้สูงอายุไทยจะอยู่ในกลุ่มช่วงอายุ 60 – 69 ปี มากที่สุด ถึงร้อยละ 56.5% ของจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด และเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

จากข้อมูลการคาดการณ์ประชากรของประเทศไทยปี 2558 – 2573 จะเห็นได้ว่าภาพรวมประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในไม่ช้า



ภาพที่ 1 การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2022)

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในสังคมไทยทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนเห็นความสำคัญถึงการวางแผน และกำหนดนโยบายต่างๆ ทั้งในด้านอุตสาหกรรม ด้านการลงทุน และด้านสวัสดิการสังคมที่มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรที่กำลังเกิดขึ้น ตลอดจนการรองรับสวัสดิการสังคมด้านผู้สูงอายุ เช่น แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ ยุทธศาสตร์และมาตรการของแผน และปฏิญญาผู้สูงอายุไทย การกำหนดนโยบายและแผนเหล่านี้เป็นพื้นฐานเบื้องต้น โดยจะมีการปรับเปลี่ยนแก้ไขให้สอดคล้องกับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุให้ได้มากที่สุด เพื่อความเท่าเทียม เป็นธรรม และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุในสังคมได้

การที่ผู้สูงวัยต้องเผชิญกับปัญหาการเสื่อมสมรรถภาพทางกาย อาทิ ปัญหาเกี่ยวกับสายตา ได้แก่ โรคต้อกระจก ที่มีอาการแสบตามีสีขาวขุ่นเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้แสงผ่านได้น้อยลงจึงมีอาการตามัวมองเห็นไม่ชัดเจน โรคต้อหิน ที่เกิดจากภาวะความดันในลูกตาสูงกว่าปกติทำให้ตาบอดได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว และโรคสายตาวาย ที่เกิดจากเลนส์ตามีความแข็งขึ้นจนไม่สามารถปรับการมองเห็นให้ชัดเจนได้ (ปราโมทย์ประสาทรกุล, ม.ป.ป.,ออนไลน์; โรคที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ,2018,ออนไลน์) ซึ่งอาการดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาในการใช้อ่านฉลากสินค้าของผู้สูงอายุ นอกจากนั้นยังพบว่า การที่ผู้สูงวัยให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพเป็นพิเศษ ตัวอักษรที่มีขนาดเล็กและข้อความที่อัดแน่นบนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก จะสร้างความยากลำบากในการอ่านให้แก่ผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก จึงเป็นอีกปัญหาหนึ่งของผู้สูงอายุที่ให้ความสนใจในคุณค่าของสินค้า (พิมพ์ปราโมทย์อุไรวงศ์, 2005)

จากปัญหาที่กล่าวข้างต้น ในบทความนี้จึงนำเสนอแนวทางการออกแบบฉลากสินค้าให้เหมาะสมกับผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีจำนวนมากขึ้นในประเทศไทย โดยฉลากที่ได้นั้นจะต้องสามารถสื่อความหมายและให้ข้อมูลกับผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน ซึ่งการออกแบบฉลากของกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคโดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุนั้นเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากถ้าฉลากออกแบบมาไม่เอื้อต่อการอ่านของผู้สูงอายุ จะทำให้เกิดการเข้าใจความหมายที่ผิดและอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อตัวผู้บริโภคในการใช้สินค้านั้นๆได้ โดยจะต้องมีปัจจัยเฉพาะที่ผู้ออกแบบฉลากควรจะต้องคำนึงถึงในขั้นตอนการออกแบบและผลิต เพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุที่ใช้ผลิตภัณฑ์สามารถรับรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้นั่นเอง

แนวทางการสร้างนวัตกรรมฉลากสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุอยู่มากมายหลายทฤษฎี ซึ่งอาจจะสรุปทฤษฎีที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุได้เป็น 3 ทฤษฎีใหญ่ๆ คือทฤษฎีทางชีววิทยา ทฤษฎีทางจิตวิทยา และทฤษฎีทางสังคมวิทยา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ทฤษฎีทางชีววิทยา (Biological Theory) ประกอบด้วย 9 ทฤษฎีย่อย คือ

1.1 ทฤษฎีว่าด้วยคอลลาเจน (Collagen Theory) ทฤษฎีนี้จะเชื่อว่าเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ สารที่เป็นส่วนประกอบของคอลลาเจน (Collagen) และไฟบรัสโปรตีน (Fibrous Protein) จะมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นและจะเกิดการจับตัวกัน ทำให้เส้นใยหดสั้นเข้า ปรากฏเป็นรอยย่นเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนบริเวณของผิวหนัง กระดูก เอ็น กล้ามเนื้อ หลอดเลือดและหัวใจ

1.2 ทฤษฎีว่าด้วยภูมิคุ้มกัน (Immunological Theory) ทฤษฎีนี้จะเชื่อว่าเมื่อมีอายุมากขึ้น ร่างกายจะสร้างภูมิคุ้มกันน้อยลง พร้อมๆกันกับการสร้างภูมิคุ้มกันหลายชนิดที่ทำลายตัวเองมากขึ้น ทำให้ร่างกายต่อสู้กับเชื้อโรคได้ไม่ดี

1.3 ทฤษฎีว่าด้วยยีน (Genetic Theory) ทฤษฎีนี้จะเชื่อว่า การสูงอายุเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นตามกรรมพันธุ์ มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอวัยวะบางส่วนที่มีความคล้ายคลึงกันหลายชั่วคน เช่น ผมหงอกเร็ว ศีรษะล้าน เป็นต้น

1.4 ทฤษฎีว่าด้วยความเปลี่ยนแปลงและความผิดพลาดของเซลล์ร่างกาย (Somatic Mutation and Error Theories) ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงกล่าวถึงภาวะการแบ่งตัวผิดปกติ ส่วนทฤษฎีความผิดพลาดจะเชื่อว่า เมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของ DNA และถูกส่งต่อไปยัง RNA และเอนไซม์ที่เร่งสังเคราะห์ใหม่

1.5 ทฤษฎีว่าด้วยเรื่องการเสื่อมและถดถอย (Wear and Tear Theory) ทฤษฎีนี้จะเปรียบสิ่งมีชีวิตทั้งหลายเหมือนเครื่องจักร เชื่อว่าร่างกายเมื่อผ่านการใช้งานมาอย่างยาวนานครั้งแล้วครั้งเล่า ย่อมมีการสึกหรอของเนื้อเยื่อ บางชนิดเช่นผิวหนัง เยื่อบุทางเดินอาหาร เป็นต้น

1.6 ทฤษฎีที่ว่าด้วยการอดซึมที่บกพร่อง (Deprivation Theory) เมื่อคนอายุมากขึ้นจะมีการเปลี่ยนแปลงของระบบต่างๆในร่างกาย ส่งผลให้การดูดซึมและการส่งผ่านออกซิเจนและสารอาหารในเลือดไปสู่เซลล์ของอวัยวะต่างๆไม่เพียงพอ ทำให้อวัยวะต่างๆเริ่มเสื่อมลง

1.7 ทฤษฎีว่าด้วยการสะสม (Accumulation Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่าในน้ำเหลืองของคนที่สูงอายุจะมีการสะสมของสารบางอย่าง มีผลให้มีการหยุดการเจริญเติบโตของเซลล์ และในปัจจุบันยังไม่สามารถแยกสกัดสารนี้ออกจากน้ำเหลืองได้

1.8 ทฤษฎีว่าด้วยสารที่เกิดจากการเผาผลาญ (Free Radical Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึง การให้ออกซิเจนของเซลล์ และการเผาผลาญของโปรตีนคาร์โบไฮเดรตและอื่นๆ ทำให้เกิดการเรดิคัลอิสระ (Free Radical) อันเป็นสารที่ทำลายผนังเซลล์ให้เสื่อมสลายลง

1.9 ทฤษฎีว่าด้วยความเครียดและการปรับตัว (Stress – Adaptation Theory) ทฤษฎีนี้จะกล่าวว่าความเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน มีผลทำให้เซลล์ตายได้ บุคคลที่ต้องเผชิญกับความเครียดบ่อยๆจะทำให้บุคคลนั้นเข้าสู่วัยสูงอายุได้รวดเร็ว

2. ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychological Theory) ประกอบด้วย 2 ทฤษฎี คือ

2.1) ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ทฤษฎีนี้จะกล่าวว่าผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือทุกข์ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและการพัฒนาจิตใจของบุคคลคนนั้น ถ้าผู้สูงอายุคนนั้นเติบโตมาอย่าง

อบอุ่น มีความรัก ก็มักจะเป็นผู้สูงอายุที่มีความสุขสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นหรือลูกหลานได้ แต่ในทางกลับกันถ้าเป็นผู้สูงอายุที่เติบโตมาในครอบครัวที่ไม่อบอุ่น มีจิตใจคับแคบ และไม่เคยช่วยเหลือผู้ใด ผู้สูงอายุคนนั้นก็มีความโน้มที่จะกลายเป็นผู้สูงอายุที่ไม่มีความสุขในบ้านปลายได้

2.2) ทฤษฎีความปราดเปรื่อง (Intelligence Theory) เป็นทฤษฎีที่เชื่อว่าผู้สูงอายุที่ยังมีความปราดเปรื่องและคงความเป็นนักปราชญ์อยู่ได้ ก็เพราะเป็นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆ อยู่เสมอ และพยายามเรียนรู้สิ่งต่างๆ ผู้ที่จะมีลักษณะนี้ได้ต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีและฐานะทางเศรษฐกิจดีที่พอเป็นเครื่องเกื้อหนุน

จากทฤษฎีทางจิตวิทยาที่กล่าวมา จะพบว่ามีสาเหตุต่างๆหลายประการที่ทำให้ผู้สูงอายุมีบุคลิกภาพและความปราดเปรื่องที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ภูมิหลัง สภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนปัญหาทางด้านสุขภาพ จึงจำเป็นที่ผู้สูงอายุจะต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่จากครอบครัว ลูกหลาน หรือผู้ใกล้ชิดเพื่อที่ผู้สูงอายุจะได้มีความสุขในบ้านปลาย

3. ทฤษฎีทางสังคมวิทยา (Sociological Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายวิถีทางการปรับตัวของผู้สูงอายุในช่วงสุดท้ายในบ้านปลายชีวิต ทำการวิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุ มีสถานภาพทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปและการปรับตัวต่อสถานภาพนั้นๆ ประกอบด้วย 2 ทฤษฎี ได้แก่

3.1 ทฤษฎีกิจกรรมทางสังคม (Activity Theory) ให้ความสำคัญทางกิจกรรมทางสังคมว่าเป็นหลักของชีวิตของบุคคล กล่าวคือ การปรับตัวของบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับกิจกรรมทางสังคม ยิ่งมีกิจกรรมมากเท่าไรก็จะสามารถปรับตัวมากขึ้นได้เท่านั้น ตามทฤษฎีนี้ผู้สูงอายุพยายามจะรักษาทัศนคติและกิจกรรมในวัยกลางคนไว้ให้ได้มากที่สุด แบะพยายามจะทดแทนกิจกรรมเหล่านั้นด้วยกิจกรรมใหม่ๆ และมีแนวโน้มว่าบุคคลที่มีความกระตือรือร้นทางสังคม จะเป็นคนที่มีความคิดในทางบวก มีส่วนร่วมในสังคมและมีความพึงพอใจในชีวิต เป็นผู้ที่ยอมรับความชราภาพของตนเองเป็นอย่างดี

3.2 ทฤษฎีถอยจากสังคม (Disengagement Theory) ทฤษฎีนี้อธิบายว่าบุคคลจะลดบทบาททางสังคมไปตามอายุ ซึ่งจะอยู่ในลักษณะการสมยอมทั้งสองฝ่ายได้แก่ฝ่ายตัวบุคคลและฝ่ายสังคม ผู้สูงอายุจะลดความขัดแย้งจากสถานภาพโดยที่มีการยอมรับบทบาทของตนตามที่สังคมต้องการ ซึ่งกระบวนการถอยจากสังคมจะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล โดยตามแนวความคิดนี้บุคคลจะค่อยๆลด ความผูกพันต่อสังคมลงไปตามลำดับ

สรุปได้ว่าตามทฤษฎีกิจกรรมทางสังคม ผู้สูงวัยยังคงมีความคล้ายกับบุคคลในวัยกลางคน โดยเฉพาะในด้านจิตใจและสังคม การลดบทบาททางสังคมจึงเป็นการคัดค้านกับความต้องการ จึงพยายามต่อต้านหรือหาหนทางอื่นๆมาชดเชยบทบาทที่บุคคลเหล่านั้นสูญเสียไป

การออกแบบฉลากสินค้า

การทำฉลากสินค้ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้บริโภคจำเป็นต้องอ่านรายละเอียดทุกครั้ง เพื่อทราบถึงรายละเอียดของสินค้า เช่น ปริมาณ คุณภาพ ส่วนประกอบต่าง ๆ เป็นต้น อธิบายได้ถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์และประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ สามารถนำไปเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ ได้เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นช่วยแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ ช่วยในการส่งเสริมการตลาดของสินค้า ให้ข้อมูลที่กฎหมายบังคับได้ชัดเจน (พระราชกฤษฎีกา 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 เนื่องจากป้ายฉลากอาจทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดหรือไม่ อธิบายถึงส่วนประกอบที่สำคัญ หรือไม่มีคำเตือนที่จำเป็นเพื่อความปลอดภัย ด้วยเหตุนี้จึงมีกฎหมายบังคับการทำป้ายฉลากให้ระบุสิ่งที่จำเป็นต้องมีบนป้ายฉลากให้มีมาตรฐานในการบรรจุภัณฑ์ (จิรดา นาคฤทธิ์, 2559)

ฉลากสินค้าเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับสินค้าทุกชนิด โดยเฉพาะสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ จำเป็นต้องติดฉลากเพื่อบอกหน้าตาและรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยการพิมพ์ฉลากต้องคมชัด, โดดเด่น, สะดุดตา เห็นแล้วน่าซื้อสินค้า สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ซึ่งถ้าออกแบบฉลากได้ดี อาจมีผลต่อยอดขายสินค้าได้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงการออกแบบฉลากสินค้าประกอบด้วย (ปาพจน์ 2553)

1. ตราสินค้า (brand) คือ การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ แสดงด้วยตัวอักษร และหรือสัญลักษณ์ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม จดจำง่าย

2. ผลิตภัณฑ์ (product) คือ การนำเสนอข้อมูล ให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน คือ อะไร ควรเน้นข้อดีที่พิเศษของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากตราสินค้าชนิดอื่น

3. เป้าหมาย (target) หมายถึง กลุ่มคนที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือใคร พิจารณาจากเพศ วัย การศึกษาการทำงานแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ การออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิก ซึ่งจะต้องคิดพร้อมๆ กัน แต่ในทางปฏิบัติต้องออกแบบโครงสร้างก่อน อีกรูปแบบหนึ่งของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือฉลาก หน้าที่หนึ่งของฉลากคือ ทำหน้าที่เป็นจุดขายสินค้า

4. องค์ประกอบของฉลาก ประกอบด้วย

1) ภาพประกอบ คือ ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิกจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือลวดลายต่างๆที่ปรากฏบนฉลาก เพื่อสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ และดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

2) สี คือสิ่งที่เกิดจากการหักเหของแสง เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่ช่วยสื่อความหมายและเรียกร้องความสนใจให้กับวัตถุ

3) ตัวอักษร คือข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏบนฉลากสินค้า มีหน้าที่สื่อสารถึงผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค บอกถึงข้อมูลที่จำเป็นต่อการรับรู้ เช่นชื่อสินค้า ที่อยู่ ผู้ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ส่วนประกอบและสรรพคุณ เป็นต้น

ฉลากอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพต้องมีข้อมูลอะไรบ้าง

ฉลากอาหาร ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 194 เรื่องฉลากอาหาร พ.ศ.2543 ให้คำนิยามของฉลากอาหาร รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใดๆ ที่แสดงไว้ที่อาหาร ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร (รวมถึงแผ่นพับและฉลากคอขวด) โดยกำหนดให้อาหารทุกชนิดที่ผู้ผลิตไม่ได้เป็นผู้ขายอาหารนั้นให้กับผู้บริโภคโดยตรงต้องแสดงฉลากบนภาชนะบรรจุ ข้อมูลที่แสดงบนฉลากอาหารนั้นสามารถจำแนกตามวัตถุประสงค์ได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. ข้อมูลความปลอดภัย ประกอบด้วย วันที่ผลิต/หมดอายุ วิธีการเก็บรักษา วิธีปรุง คำเตือนต่างๆ (กรณีที่ถูกกฎหมายกำหนด)
2. ข้อมูลความคุ้มค่า ประกอบด้วย ชื่อ/ประเภทของอาหาร ส่วนประกอบซึ่งเรียงลำดับตามปริมาณที่ใช้จากมากไปน้อย และปริมาณอาหาร (น้ำหนัก หรือปริมาตร) ในภาชนะบรรจุ
3. ข้อมูลเพื่อการโฆษณา ได้แก่ รูปภาพและข้อความกล่าวอ้างต่างๆ
4. ข้อมูลเพื่อแสดงความเชื่อมั่น ได้แก่ ยี่ห้ออาหาร ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายหรือผู้นำเข้า เครื่องหมาย ออ. (กรณีที่กฎหมายกำหนด) และตราสัญลักษณ์ต่างๆ

แนวทางในการแสดงฉลากอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพ

1. การแสดงฉลากอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค ของอาหารกลุ่ม 1, กลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 ต้องแสดงข้อความที่เป็นภาษาไทยจะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ และต้องแสดงรายละเอียด

1.1 ชื่ออาหาร ชื่ออาหารภาษาไทยต้องมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกัน สีเดียวกัน ถ้าแสดงบรรทัดเดียวได้ไม่หมดก็แยกเป็นหลายบรรทัดก็ได้ และชื่ออาหารภาษาไทยจะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าชื่ออาหารภาษาต่างประเทศ

1.2 เลขสารบบอาหาร ในเครื่องหมาย ด้วยตัวเลขที่มีสีติดกับสีพื้นของกรอบ และมีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร สีของกรอบติดกับสีพื้นของฉลาก

1.3 ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุ เพื่อจำหน่าย แล้วแต่กรณี โดยมีคำว่า “ผลิตโดย” หรือ “ผลิต-แบ่งบรรจุโดย” กำกับ สำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศอาจแสดงสำนักงานใหญ่ของ ผู้ผลิตหรือของผู้แบ่งบรรจุก็ได้ ในกรณีที่เป็นอาหารนำเข้าให้แสดงชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและประเทศผู้ผลิตด้วย

1.4 ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก ถ้าเป็นอาหารผงหรือแห้งหรือก้อนให้แสดงน้ำหนักสุทธิ ถ้าอาหารเป็นของเหลวให้แสดงเป็นปริมาตรสุทธิ ในกรณีที่เป็นอาหารในภาชนะบรรจุที่เปิดสนิท ถ้าแยกเนื้ออาหารออกจากริ่ได้ให้แสดงน้ำหนักเนื้ออาหารด้วย

1.5 ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ โดยแสดงจากปริมาณมากไปหาน้อย กรณีที่เป็นอาหารที่ต้องเจือจางหรือทำละลายก่อนบริโภค ให้แสดงส่วนประกอบที่สำคัญของอาหารเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเมื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้ในฉลาก

1.6 ข้อความว่า “ใช้วัตถุดิบเสีย” ถ้ามีการใช้

1.7 ข้อความว่า “เจือสีธรรมชาติ” หรือ “เจือสีสังเคราะห์” แล้วแต่กรณีที่มีการใช้

1.8 ข้อความว่า “..... เป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร” (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชนิดของวัตถุปรุงแต่งที่ใช้) เช่น กรณีที่เป็นโมโนโซเดียมกลูตาเมตให้แสดงข้อความว่า “ใช้โมโนโซเดียมกลูตาเมต เป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร”

1.9 ข้อความว่า “ใช้ เป็นวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล” (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชนิดของวัตถุที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลที่ใช้) ด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร สีของตัวอักษรตัดกับสีพื้นของฉลาก เช่น กรณีที่เป็นแอสปาร์แตม (aspartame) ให้แสดงข้อความว่า “ใช้แอสปาร์แตมเป็นวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล”

1.10 ข้อความว่า “แต่งกลิ่นธรรมชาติ” , “แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ” , “แต่งกลิ่นสังเคราะห์” , “แต่งรสธรรมชาติ” หรือ “แต่งรสเลียนธรรมชาติ” แล้วแต่กรณีถ้ามีการใช้

1.11 แสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุการใช้ หรือควรบริโภคก่อน โดยมีคำว่า “ผลิต” หรือ “หมดอายุ” หรือ “ควรบริโภคก่อน” กำกับ แล้วแต่กรณีดังต่อไปนี้

ก. อาหารที่เก็บได้ไม่เกิน 90 วัน ให้แสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

ข. อาหารที่เก็บได้เกิน 90 วัน ให้แสดงเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุ หรือวันเดือนปีที่ควรบริโภคก่อน

ค. อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้แสดงวันเดือนปีที่หมดอายุเช่นนมเปรี้ยว นมพาสเจอร์ไรส์ ขนมปัง ผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์

1.12 คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

1.13 วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

1.14 วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กก่อนหรือบุคคลกลุ่มใดใช้โดยเฉพาะ

1.15 ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด สำหรับอาหารกลุ่ม 4 อย่างน้อยต้องแสดงข้อความ 1.ชื่ออาหาร 2.ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุเพื่อจำหน่ายแล้วแต่กรณี โดยมีคำว่า “ผลิตโดย” หรือ “ผลิต-แบ่งบรรจุโดย” กำกับสำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศ อาจแสดงสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิตหรือของผู้แบ่งบรรจุก็ได้ ในกรณีที่เป็นอาหารนำเข้าให้แสดง

ประเทศผู้ผลิตด้วย 3.ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก 4.วันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุการใช้ หรือควรบริโภคก่อน โดยมีคำว่า “ผลิต” หรือ “หมดอายุ” หรือ “ควรบริโภคก่อน” กำกับ

2. การแสดงฉลากที่มีได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่จำหน่ายให้กับผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหาร ให้แสดงเหมือนกับฉลากที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค เว้นแต่กรณีมีคู่มือหรือเอกสารประกอบที่แสดง รายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหาร คำแนะนำในการเก็บรักษา วิธีปรุงเพื่อรับประทาน วิธีการใช้ และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กอ่อนหรือบุคคลกลุ่มใดใช้เฉพาะ การใช้วัตถุกันเสีย วัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล เจือสี แต่งกลิ่น การใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหารอยู่แล้ว จะแสดงฉลากเพียงชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุ ปริมาณสุทธิ เลขสารบบอาหาร และวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุการใช้ หรือควรบริโภคก่อนก็ได้

3. การแสดงฉลากของอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก จะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

3.1 ประเทศผู้ผลิต

3.2 เลขสารบบอาหาร (ถ้ามี)

3.3 การแสดงฉลากจะต้องเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องฉลาก

ทั้งนี้ข้อมูลสำคัญบนฉลากอาหารที่ผู้บริโภคควรให้ความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารให้ปลอดภัย คือวันที่ผลิต/หมดอายุ และเครื่องหมาย ออย. ซึ่งประกอบด้วยเลข ออย. หรือเลขสารบบอาหาร ที่เปรียบเสมือนลายนิ้วมือของผลิตภัณฑ์อาหาร เลขสารบบอาหารประกอบด้วยตัวเลข 13 หลัก

นวัตกรรมฉลากสินค้าในปัจจุบัน

ในปัจจุบันมีนวัตกรรมที่ถูกคิดค้นในอุตสาหกรรมฉลากสินค้าอย่างมากมาย และนี่คือตัวอย่างบางส่วนของนวัตกรรมเกี่ยวกับฉลากในขณะนี้

1. Variable Image – เป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบอาร์ตเวิร์คของฉลากที่หลากหลายตามใจผู้บริโภคโดยไม่ต้องทำการผลิตแม่พิมพ์ใหม่



ภาพที่ 2 Variable Image

ที่มา : Starlett (2022)

2. Thermochromic Label – ฉลากจะมีเฉดสีที่เปลี่ยนไปตามอุณหภูมิภายนอก โดยเมื่อมีอุณหภูมิที่ร้อนหรือเย็นจะส่งผลให้หมึกพิมพ์มีการเปลี่ยนแปลงของสี ใช้เป็นลูกเล่นในการออกแบบฉลากใหม่ๆ



ภาพที่ 3 Thermochromic Labels

ที่มา : Technologystudent (2022)

3. Glow-in-the-dark เป็นฉลากที่ใช้หมึกเรืองแสง เมื่ออยู่ในความมืดสามารถมองเห็นลวดลายของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4 Glow-in-the-dark

ที่มา : mcclabel (2022)

4. Scent Label เป็นฉลากที่เมื่อมีการขูดถูพื้นผิวของฉลาก จะทำให้ฉลากนั้นๆมีกลิ่นหอมแตกต่างกันไปตามส่วนผสม ซึ่งสามารถทำให้ผู้บริโภคแยกแยะสินค้าได้จากกลิ่น



ภาพที่ 5 Scent Label

ที่มา : SFXC (2022)

5. Glitter เป็นอีก Application ที่สามารถเพิ่มมูลค่าของตัวฉลากได้ ทำให้พื้นผิวฉลากมีความระยิบระยับ เป็นที่ดึงดูดใจแก่ผู้ซื้อและทำให้สินค้าดูพรีเมียมขึ้น



ภาพที่ 6 Glitter

ที่มา : standoutstickers (2022)

ในกระบวนการออกแบบฉลากสินค้าสำหรับผู้สูงอายุอาจนำเอานวัตกรรมการทำฉลากต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น มาปรับใช้ในการออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ เช่น อาจออกแบบฉลาก Thermochromic Label สำหรับติดขวดเครื่องดื่ม เมื่อตัวภาชนะเครื่องดื่มมีความร้อนสีของฉลากก็จะเป็นสีแดง แต่หากอุณหภูมิที่ตัวภาชนะเย็นลงสีของฉลากก็จะปรับเปลี่ยนเป็นสีฟ้า ซึ่งเมื่อนำหลักการแบบนี้มาใช้ ผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดในการอ่านตัวหนังสือขนาดเล็กลำบากจะสามารถแยกแยะจากฉลากซึ่งสามารถเห็นได้ชัดเจนกว่า ทำให้รู้ว่าเครื่องดื่มในภาชนะนั้นร้อนหรือเย็น เพื่อความปลอดภัยของผู้สูงอายุในการบริโภคสินค้านั้น , หรืออีกในกรณีเราอาจนำเทคนิค Glow-in-the-dark มาใช้ เมื่อผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตา อยู่ในพื้นที่ที่มีแสงน้อย ก็สามารถมองเห็นฉลากหรือตัวผลิตภัณฑ์ได้จากเนื้อสีที่มีความเรืองแสง เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

“นวัตกรรม” มีที่มาจากรากศัพท์ innovare ในภาษาละติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา ความสามารถในการใช้ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่กระบวนการผลิตใหม่หรือบริการใหม่ซึ่งตอบสนองความต้องการของตลาด (ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาาระบบราชการไทย, 2551: ระบบออนไลน์) ซึ่งยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ หลายท่าน ดังนี้

Evan (1966) – นวัตกรรมเป็นกระบวนการของการพัฒนาแนวคิดใหม่

Utterback (2004) – นวัตกรรมเป็นสิ่งต่อยอดของสิ่งประดิษฐ์ให้เข้าถึงและเป็นที่ยอมรับของตลาดในลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเป็นกระบวนการใหม่ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้เป็นครั้งแรกและทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ

Drucker (1993) – นวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจ และความมั่งคั่งโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่หรือจากการสร้างขึ้นมาใหม่ รวมทั้งจากการพัฒนาขึ้นจากความรู้ใหม่

Tushman and Nadler (1986) - นวัตกรรมคือการสร้างผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการที่เป็นของใหม่

Rogers (1995) - นวัตกรรมคือการคิด การปฏิบัติหรือสิ่งของที่เป็นสิ่งใหม่ที่บุคคลพัฒนาขึ้นมาและเป็นที่ยอมรับของคนในองค์กร

Freeman and Soete (1977) – นวัตกรรมคือ ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกระบวนการใหม่ หรือที่ได้ทำการปรับปรุงแล้วมาใช้เชิงพาณิชย์เป็นครั้งแรก

Betje (1988) – นวัตกรรมคือสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการผลิต การจัดจำหน่าย และไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการ

Schilling (2008) – นวัตกรรมเป็นเรื่องของการนำความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้ได้สิ่งใหม่หรือกระบวนการใหม่

จากนิยามความหมายของนวัตกรรมข้างต้นอาจกล่าวได้ว่านวัตกรรมคือสิ่งที่เป็นแนวคิดหรือการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อจุดประสงค์ในการพัฒนากระบวนการ, ผลิตภัณฑ์และบริการให้เกิดสิ่งที่ดีขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและสร้างประโยชน์ให้แก่องค์กร

ประเภทของนวัตกรรม

ประเภทของนวัตกรรมสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) , นวัตกรรมการผลิตหรือการดำเนินงาน (Process Innovation) และนวัตกรรมธุรกิจ (Business Innovation)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนดีไซน์ของสินค้า การปรับปรุงวัตถุดิบที่ใช้ผลิต และการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ของสินค้า เป็นต้น

นวัตกรรมการผลิตหรือการดำเนินงาน (Process Innovation) คือนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงวิธีดำเนินงาน การดำเนินงานในรูปแบบใหม่ หรือวิธีการผลิตสินค้าที่มีวิธีการแตกต่างออกไปจากเดิม

นวัตกรรมธุรกิจ (Business Innovation) คือนวัตกรรมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นกับองค์กร ได้แก่ การปรับวิธีการดำเนินงานขององค์กร รวมไปถึงการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ให้กับธุรกิจ ซึ่งนวัตกรรมทางธุรกิจคือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ภายในองค์กร

โดยประโยชน์และเป้าหมายในทางธุรกิจของนวัตกรรม (Innovation) มีประเด็นอยู่บนพื้นฐานต่อไปนี้

1. การพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ
2. การลดต้นทุนการผลิต
3. พัฒนาขั้นตอนการผลิตและการดำเนินงาน
4. การขยายขอบเขตทางธุรกิจ ด้วยการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อขยายตลาด

แนวทางการพัฒนานวัตกรรม

ในกระบวนการพัฒนานวัตกรรมการศึกษา เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนที่ผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานจนเกิด เป็นนวัตกรรมการเรียนรู้ขึ้น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2549) ได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา โดยได้กำหนดรูปแบบแนวทางในการพัฒนาไว้ดังนี้

1. ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการ โดยสำรวจและวิเคราะห์สภาพของปัญหา จุดด้อย จุดเด่น และความต้องการ
2. ออกแบบนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้
 - 2.1 คิดจินตนาการ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขตามปัญหา

- 2.2 จัดลำดับความคิด สามารถสรุปความคิด ที่สามารถนำมาพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาให้ตรงจุด
- 2.3 รวบรวมความคิด และกำหนดขั้นตอนในการพัฒนานวัตกรรม
3. สร้างและพัฒนานวัตกรรม
- 3.1 จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และงบประมาณในการพัฒนานวัตกรรม
- 3.2 ดำเนินการพัฒนานวัตกรรม
- 3.3 ตรวจสอบนวัตกรรมที่ได้พัฒนาขึ้น
- 3.4 ทำการวิเคราะห์ และปรับปรุงพัฒนานวัตกรรม สร้างเกณฑ์และทำการประเมินผลงานการพัฒนานวัตกรรม
4. นำนวัตกรรมที่ได้พัฒนาแล้วนำไปทดลองใช้ แล้วประเมินผล ทำการปรับปรุงแก้ไขนวัตกรรม
5. สรุปและรายงานผลการพัฒนานวัตกรรม และนำนวัตกรรมไปเผยแพร่
- มนสิข สิริสมบุญ (2550) ได้อธิบายไว้ว่า ขั้นตอนในการพัฒนานวัตกรรมนั้นเริ่มต้น ด้วยการออกแบบนวัตกรรมหรือการพัฒนานวัตกรรม คือการสร้างนวัตกรรมใหม่ขึ้นมาหรือการพัฒนา
นวัตกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น จากนั้นนำนวัตกรรมที่พัฒนาเสร็จแล้วไปทดลองใช้เพื่อรับรองผลที่ได้เพื่อยืนยันการทดสอบ และขั้นตอนสุดท้ายคือการประเมินผลนวัตกรรมที่สร้างหรือพัฒนาขึ้นว่ามีประโยชน์ คุณค่า สามารถนำไปใช้ได้

บทสรุป (Conclusion)

นวัตกรรมคือการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในวงการอุตสาหกรรม ทุกองค์การจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง หากองค์กรไหนขาดการพัฒนาหรือสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดแล้ว องค์กรนั้นก็เลยไม่สามารถยืนระยะหรือสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งในธุรกิจเดียวกันได้ ยิ่งในสถานการณ์โลกในปัจจุบันแต่ละประเทศมีแนวโน้มเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นรวมถึงในประเทศไทยด้วย จึงเป็นโอกาสที่องค์กรในอุตสาหกรรมจะหาช่องทางใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์กับลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น โดยอุตสาหกรรมการพิมพ์ฉลากสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภคเป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่น่าสนใจในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อผู้สูงอายุ เนื่องจากมีการใช้สินค้าอุปโภคบริโภคในทุกๆ วัน การที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการพิมพ์ฉลากสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภคจะเลือกใช้กลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรมและดำเนินการตามขั้นตอนการสร้างและพัฒนานวัตกรรมอย่างเป็นระบบ แบบแผน และมีความร่วมมือกันในการสรรค์สร้างนวัตกรรมทั้งองค์กร จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและเป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้สูงอายุในอนาคต

ในส่วนของแนวทางในการออกแบบฉลากสินค้าสำหรับผู้สูงอายุนั้น ผู้ผลิตสามารถนำนวัตกรรมที่ทำการคิดค้นใหม่หรือเทคนิคที่มีการคิดค้นมาแล้วในอุตสาหกรรมการพิมพ์ฉลากมาปรับใช้

ในขั้นตอนการออกแบบโดยต้องคำนึงถึงปัจจัยในการใช้งานหลากหลายสินค้าของผู้สูงอายุ เช่น ข้อมูลรายละเอียดและส่วนประกอบสำคัญต้องครบถ้วนและถูกต้อง สามารถมองเห็นได้ชัดเจน, หลากที่ออกแบบจะต้องสามารถแยกแยะประเภทของผลิตภัณฑ์ได้, ฉอตส์ต้องเลือกโทนที่ดูแล้วสบายตา, ขนาดตัวอักษรใหญ่พอที่จะสามารถอ่านได้สะดวก, อาจใช้กราฟิกรูปภาพประกอบเพื่อสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่ายกว่าตัวอักษร และการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม ซึ่งเกณฑ์การออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการออกแบบจะต้องทำการศึกษา ทดลอง และสรุปเป็นมาตรฐานในการออกแบบหลากหลายสินค้าต่อไป

ข้อเสนอแนะ (Suggestion)

การทบทวนวรรณกรรมและการรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากบทความหรือกรณีศึกษาต่างๆ ของต่างประเทศ (ซึ่งอาจจะมีแนวคิดหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่แตกต่างจากการศึกษาในประเทศไทย) จะช่วยสร้างแนวคิดที่แตกต่างหรือสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมในองค์การของเราได้ในอนาคต โดยการพัฒนานวัตกรรมหลากหลายสินค้าอาจนำมาเชื่อมโยงกับนวัตกรรมที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในปัจจุบัน เช่น หาแนวทางการออกแบบหลากหลายสินค้าอัจฉริยะที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) เพื่อเสริมให้หลากหลายสื่อสารข้อมูลให้เข้าใจง่ายมากขึ้นผ่านภาพกราฟิกเสมือน หรือจะเป็นปรับปรุงหลากหลายให้เป็น Smart Labels ตามกระแส “Intelligence of Things” เสริมสร้างให้หลากหลายสินค้าเป็นมากกว่าหลากหลาย สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคและเชื่อมโยงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ เป็นต้น ซึ่งแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเหล่านี้ยังสามารถต่อยอดและนำไปปรับใช้กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการผลิตหลากหลายสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ ได้ในอนาคตอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง (References)

- ชนิษฐา สระทองพร้อม. (2563). ผลของหลากหลายรูปภาพต่อพฤติกรรมการใช้ยาในผู้สูงอายุโรคความดันโลหิตสูงที่ไม่สามารถ ควบคุมความดันโลหิตได้ ในพื้นที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองรี ตำบลบ้านเล็ก อำเภอนพรัตน์ จังหวัดราชบุรี. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองรี, วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดสุพรรณบุรี.
- จารุกิตติ์ ชินนะราช. (2563). การพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมด้วยการจัดการเรียนรู้แบบวิถีจักรการเรียนรู้7 ขึ้นร่วมกับแนวคิดสะเต็มศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิรพรรณ จันทรวีเชียร. (2559). นวัตกรรมจัดการ (Innovation Management). หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปการจัดการ สถาบันรัชต์ภาคย์.
- ปิยศักดิ์ ถิธาสนา. (2561) การพัฒนาหลากหลายผลิตภัณฑ์อัจฉริยะเพื่อส่งเสริมการเพิ่มรายได้ โดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

- พิมพ์นารา จิรานิสนนท์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ FMCG. โครงการวิทยานิพนธ์โท หลักสูตรวิทยานิพนธ์โททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชมงคล ทองหล่อ. (2561). การสร้างมูลค่าเพิ่มที่ปรากฏอยู่บนป้ายฉลากสินค้าอาหารเสริมประเภทน้ำมันปลาของผู้สูงอายุ. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สิวารีย์ ศรีสวัสดิ์. (2563). การพัฒนาสัญลักษณ์ภาพในฉลากยาสำหรับผู้ป่วยสูงอายุโรคเรื้อรัง โรงพยาบาลเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Wimalin Rimpeekool. (2558). ความยากลำบากและอุปสรรคต่อการเข้าใจข้อมูลฉลากโภชนาการในกลุ่มผู้บริโภคไทย. Research School of Population Health, Australian National University.