

โครงการเสนอแนะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กราฟิก และ
ระบบการจัดวางสินค้าเพื่อสุขภาพ ของคลินิกเป็นสุข

PACKAGING, GRAPHIC AND DISPLAY SYSTEM DESIGN
OF HEALTHY PRODUCTS BY PENSOOK CLINIC



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบสันทะสามมิติ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2014

FACULTY OF ARCHITECTURE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้
ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

(ผศ. พิเชฐ โสวิทยสกุล)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์

ผศ.ดร.นภาพรณ สวัสดิชัย กรรมการ

ผศ.พิมพ์ปราโมทย์ อุไรรงค์ กรรมการ

อ.ดนุภพ ไชยศิริ กรรมการ

อ.นীরวรรณ รัตนวิจารณ์ กรรมการ

อ.พงษ์พันธ์ สุริยภัทร กรรมการ

พิมพ์ปราโมทย์

(ผศ.พิมพ์ปราโมทย์ อุไรรงค์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	โครงการเสนอแนะออกแบบบรรจุภัณฑ์ กราฟิก และระบบการจัดวางสินค้าเพื่อสุขภาพของคลินิกเป็นสุขนางสาวทันยา จรรยาพาณิชย์
นักศึกษา	53020270
รหัสประจำตัว	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
ปริญญา	การออกแบบสหเทศสามมิติ
สาขาวิชา	2556 - 2557
ปีการศึกษา	ผศ.พิมพ์ปราโมทย์ อุไรรงค์
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์	

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันนี้คนส่วนใหญ่รับประทานอาหารตามใจปาก โดยเน้นที่รสชาติมากกว่าคุณประโยชน์ที่ได้รับ จึงส่งผลเสียต่อสุขภาพ ทำให้มีผู้ป่วยด้วยโรคเรื้อรังเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

การให้ความรู้ด้านโภชนาการเพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในหลักการบริโภคอาหารที่ถูกต้องและเหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ นับเป็นปัจจัยหลักเบื้องต้นวิธีหนึ่งในการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเพื่อป้องกันการเจ็บป่วยได้

โครงการศิลปนิพนธ์นี้จึงเกิดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการให้ความรู้ด้านอาหารและสุขภาพ เป็นการดูแลสุขภาพด้วยการรับประทานอาหารที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อป้องกันการเจ็บป่วย โดยออกแบบเพื่อให้ความรู้ด้านโภชนาการ ให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจมากขึ้น สามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวัน โดยพัฒนาตราสินค้า ร้านค้า บรรจุภัณฑ์และการจัดวางสินค้า ที่ส่งเสริมการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ และเป็นการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนเป็นที่รู้จักและจดจำของผู้บริโภคมากขึ้นด้วย

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ ได้สอนอะไรหลายอย่างให้กับข้าพเจ้า แม้จะมีช่วงเวลาที่ยึดขัดและท้อแท้ไปบ้าง แต่ก็ยังเป็นบทเรียนที่ดีมากในชีวิตของข้าพเจ้า ตลอดการทำศิลปนิพนธ์ข้าพเจ้าได้รับการช่วยเหลือ คำแนะนำจากหลายๆท่าน ทำให้งานชิ้นนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ในที่สุด จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

ขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน สำหรับคำแนะนำ ความรู้ต่างๆ และการให้คำปรึกษามาตลอด ตั้งแต่เริ่มเข้ามาเรียนจนถึงการทำศิลปนิพนธ์ จนศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้

ขอบพระคุณคุณหมอก้องเกียรติและทุกท่านที่คลินิกและร้านเป็นสุข สำหรับข้อมูลในการทำศิลปนิพนธ์

ขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ สำหรับทุกอย่าง ทั้งความรัก กำลังใจ ความหวังดี รวมถึงการช่วยเหลือในทุกๆด้านและขอบคุณทุกคนในครอบครัว เฮียป๊อบ น้องณัฐ น้องผิง ที่คอยช่วยเหลือ นั่งเล่น เป็นเพื่อน และให้กำลังใจเสมอมา

ขอบคุณเพื่อนๆทุกคนในรุ่นที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมา โดยเฉพาะมิม ที่เข้าใจและคอยช่วยเหลือมาตลอด วิต สำหรับการช่วยเหลือ และคำแนะนำต่างๆ เบล เพลง จ้าว ที่อยู่ด้วยกันมาตลอด คอยให้ระบายและปรึกษาพูดคุยยามเครียดเสมอๆ พลอยกับมิมมั่งที่คอยถามปัญหาและช่วยเหลือมาตลอด ขอขอบคุณทุกคนมาก ดีใจที่พวกเราได้รู้จักและเป็นเพื่อนกัน

ขอบคุณเพื่อนๆค่อ. บอล เจ จ๊ะแอม ที่ขับรถมาส่งและช่วยขนของ

ขอบคุณ น้องเต็น น้องพันธ์ ที่มาช่วยให้งานเสร็จทันเวลา น้องปาน สำหรับชั้นวางโมเดล น้องตูน น้องมาร์คที่คอยถามไถ่เสมอๆ และน้องๆทุกคนในภาคที่ได้มาช่วยเหลือ

ขอบคุณ ไอซ์ (ปาริซ) เรย์ สำหรับการช่วยเหลือในช่วงเริ่มต้นหาหัวข้อ

สุดท้าย ขอขอบคุณทุกคนที่ผ่านเข้ามาพูดคุย ช่วยเหลือ และให้คำปรึกษา ตั้งแต่การเริ่มต้นทำศิลปนิพนธ์จนสำเร็จ ทุกความช่วยเหลือมีความหมายและข้าพเจ้ารู้สึกขอบคุณมากจากใจจริง

วทันยา จรรยาพาณิชย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	I
กิตติกรรมประกาศ	II
สารบัญ	III
สารบัญตาราง	V
สารบัญภาพ	VI
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของศิลปนิพนธ์	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	5
1.3 ความเป็นไปได้ของโครงการ	5
1.4 ขอบเขตของโครงการ	7
1.5 เจาะใจ ความต้องการและแนวทางในการออกแบบ	9
1.6 แนวทางการศึกษาและออกแบบ	19
1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	20
บทที่ 2 การค้นคว้าและการสรุปผล	
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต	21
2.2 ข้อมูลสภาพแวดล้อมทั่วไปทางการตลาด	25
2.3 ข้อมูลคู่แข่งร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในตลาด	31
2.4 วิเคราะห์และสรุปผลคู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ	31
2.5 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค	48
2.6 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	50
2.7 ข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพและโภชนาการบำบัด	52
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ	
3.1 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	67
3.2 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์	73

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กราฟิก และการจัดวางสินค้า	77
3.4 สรุปผลแบบร่างจากแนวทางการออกแบบ	90
บทที่ 4 การนำเสนอการออกแบบขั้นสุดท้าย	
4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	91
4.2 การนำเสนอผลงาน	121
บทที่ 5 บทสรุป	
5.1 สรุปผลงานออกแบบ	122
5.2 สรุปข้อเสนอแนะจากอาจารย์	122
5.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา	123
บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง	124
ประวัติการศึกษา	125

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1.1 ตารางวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด(4P)และแนวทางในการออกแบบ	9
ตารางที่ 1.2 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า Lemon Farm	10
ตารางที่ 1.3 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า ชีวจิตโฮม	11
ตารางที่ 1.4 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า ดอยคำ	11
ตารางที่ 1.5 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า เขาค้อทะเลญ	12
ตารางที่ 1.6 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า สวนเงินมีมา	13
ตารางที่ 1.7 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า สบายใจ	13
ตารางที่ 1.8 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า Aden Organic	14
ตารางที่ 1.9 ตารางวิเคราะห์ปัญหาแนวทางแก้ไขในการออกแบบ	18
ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าเป็นสุขในปัจจุบัน	26
ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติมของตราสินค้า “เป็นสุข”	27
ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง Lemon Farm	33
ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง ชีวจิตโฮม	35
ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง ดอยคำ	37
ตารางที่ 2.6 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง เขาค้อทะเลญ	39
ตารางที่ 2.7 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง สวนเงินมีมา	41
ตารางที่ 2.8 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง สบายใจ	43
ตารางที่ 2.9 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง เอเดน	45
ตารางที่ 2.10 การแปรผลค่าดัชนีมวลกาย	55
ตารางที่ 2.11 ปริมาณโซเดียมในอาหารหมวดต่างๆ	61
ตารางที่ 2.12 ปริมาณโซเดียมในเครื่องปรุงต่างๆ	62
ตารางที่ 3.1 แสดงที่มา วิธีการ และแบบร่างของตราสัญลักษณ์	75
ตารางที่ 3.2 แสดงการเปรียบเทียบและให้คะแนนในเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องในการออกแบบตราสัญลักษณ์	75

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 1.1 แผนภูมิแสดงถึงสาเหตุการเสียชีวิตจากโรคเรื้อรังที่เพิ่มขึ้น	1
ภาพที่ 1.2 แสดงตราสัญลักษณ์ของบริษัทเป็นสุข	2
ภาพที่ 1.3 แสดงร้านค้าและคลินิกของ “เป็นสุข”	3
ภาพที่ 1.4 สินค้าของ “เป็นสุข” ที่จำหน่ายในปัจจุบัน	4
ภาพที่ 1.5 แผนภูมิแสดงภาพลักษณ์ทางการตลาดของคู่แข่ง	15
ภาพที่ 1.6 แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาด	17
ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงตราสินค้าของ “เป็นสุข”	21
ภาพที่ 2.2 แผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการของคลินิก “เป็นสุข”	23
ภาพที่ 2.3 แผนภาพแสดงบุคลิกภาพของตราสินค้า “เป็นสุข”	25
ภาพที่ 2.4 ร้านค้า “เป็นสุข” ที่สุขุมวิท 23	29
ภาพที่ 2.5 คลินิก “เป็นสุข” สาขาโชคชัย 4 และชั้นวางสินค้า	29
ภาพที่ 2.6 คลินิก “เป็นสุข” สาขาภูเก็ตและการจัดวางสินค้า	30
ภาพที่ 2.7 ตัวอย่างภาพการออกร้านนอกสถานที่	30
ภาพที่ 2.8 แผนภูมิแสดงตำแหน่งทางการตลาดของคู่แข่ง	46
ภาพที่ 2.9 แผนภูมิแสดงตำแหน่งการกำหนดช่องว่างทางการตลาด	47
ภาพที่ 2.10 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมายหลักของตราสินค้า	50
ภาพที่ 2.11 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมายรองของตราสินค้า	51
ภาพที่ 3.1 แสดง keywords ของตราสินค้า	68
ภาพที่ 3.2 แสดงอารมณ์แนวคิดทางการออกแบบ	70
ภาพที่ 3.3 แสดงอารมณ์ของภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์	71
ภาพที่ 3.4 แสดงอารมณ์แนวทางการออกแบบ แนวทางที่1	72
ภาพที่ 3.5 แสดงอารมณ์แนวทางการออกแบบ แนวทางที่2	72
ภาพที่ 3.6 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ขั้นแรก (primary sketch)	73

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 3.8 ตราผลิตภัณฑ์ที่นำมาพัฒนาต่อ	76
ภาพที่ 3.9 ตราผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการเลือกสื่อสาร “เป็นสุข” ได้ชัดเจนที่สุด	77
ภาพที่ 3.10 แบบร่างชั้นวางสินค้าในแนวทางที่ 1	78
ภาพที่ 3.11 โมเดลจำลองพื้นที่ภายในร้าน	79
ภาพที่ 3.12 แสดงการออกแบบกราฟิกเพื่อบอกประเภทของสินค้าในร้าน	79
ภาพที่ 3.13 แสดงกราฟิกแนะนำการบริโภคให้สมดุลและวิธีคิดดัชนีมวลกาย	80
ภาพที่ 3.14 แสดงกราฟิกบอกข้อมูลอาหารในกลุ่มอาหารข้าว/แป้ง	81
ภาพที่ 3.15 แสดงกราฟิกบอกข้อมูลอาหารในกลุ่มโปรตีน	81
ภาพที่ 3.16 แสดงกราฟิกบอกข้อมูลอาหาร กลุ่มผัก/ผลไม้	83
ภาพที่ 3.17 แสดงกราฟิกบอกข้อมูลกลุ่มน้ำมันพืชและเครื่องปรุง	84
ภาพที่ 3.18 แสดงกราฟิกสภาพแวดล้อมของร้าน	85
ภาพที่ 3.19 แสดงกราฟิกให้ข้อมูลสินค้าบนบรรจุภัณฑ์	86
ภาพที่ 3.20 แบบร่างชั้นวางสินค้าในแนวทางที่ 2	87
ภาพที่ 3.21 แสดงแบบร่างกราฟิกในแนวทางที่ 2	88
ภาพที่ 3.22 แสดงแบบร่างกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 2	89
ภาพที่ 4.1 หุ่นจำลองแสดงสภาพแวดล้อมโดยรวมของร้าน	91
ภาพที่ 4.2 หุ่นจำลองด้านหน้าร้าน	91
ภาพที่ 4.3 หุ่นจำลองแสดงการจัดสินค้า	92
ภาพที่ 4.4 หุ่นจำลองแสดงป้ายให้ข้อมูลในร้าน	92
ภาพที่ 4.5 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 1	93
ภาพที่ 4.6 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้ากลุ่มผลไม้	94

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 4.6 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 2	95
ภาพที่ 4.7 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้า กลุ่มข้าว / แป้ง	96
ภาพที่ 4.8 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 3	97
ภาพที่ 4.9 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้า กลุ่มผัก	98
ภาพที่ 4.10 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 4	98
ภาพที่ 4.11 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้า กลุ่มโปรตีน	99
ภาพที่ 4.12 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 5	100
ภาพที่ 4.13 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้า กลุ่มน้ำมันพืชและเครื่องปรุง	101
ภาพที่ 4.14 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 6	101
ภาพที่ 4.15 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้า กลุ่มเครื่องดื่มและอาหารว่าง	102
ภาพที่ 4.16 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 6	102
ภาพที่ 4.17 ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง	103
ภาพที่ 4.18 ผลิตภัณฑ์มันฝรั่ง	104
ภาพที่ 4.19 ผลิตภัณฑ์ขนมปัง	104
ภาพที่ 4.20 กราฟิกบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้อง	105
ภาพที่ 4.21 กราฟิกบรรจุภัณฑ์กลุ่มข้าว/แป้งอื่นๆ	106
ภาพที่ 4.22 ผลิตภัณฑ์ผัก	107
ภาพที่ 4.23 กราฟิกบรรจุภัณฑ์กลุ่มผัก (1)	108
ภาพที่ 4.24 กราฟิกบรรจุภัณฑ์กลุ่มผัก (2)	109
ภาพที่ 4.25 ผลิตภัณฑ์ผลไม้	110
ภาพที่ 4.26 กราฟิกบรรจุภัณฑ์กลุ่มผลไม้	111
ภาพที่ 4.27 ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และไข่	112
ภาพที่ 4.28 ผลิตภัณฑ์นม	112
ภาพที่ 4.29 กราฟิกบรรจุภัณฑ์เนื้อสัตว์/ไข่	113
ภาพที่ 4.30 กราฟิกบรรจุภัณฑ์นม	114
ภาพที่ 4.31 ผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช	114

สารบัญภาพ(ต่อ)

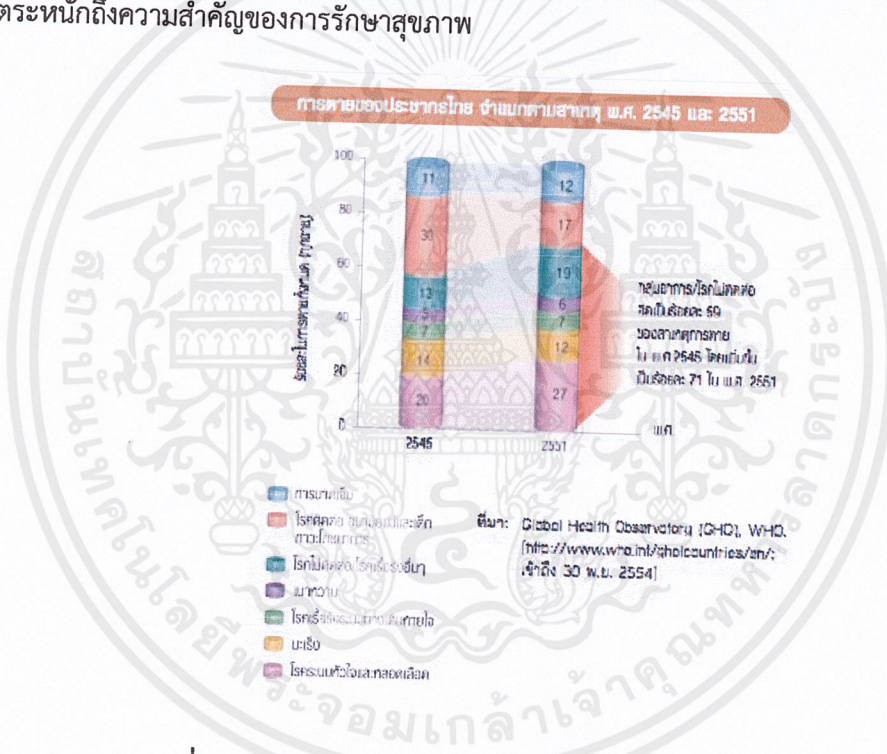
ภาพ	หน้า
ภาพที่ 4.32 กราฟิกบรรจุภัณฑ์น้ำมันพืช	115
ภาพที่ 4.33 ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุง	116
ภาพที่ 4.34 กราฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง (1)	116
ภาพที่ 4.35 กราฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง (2)	117
ภาพที่ 4.36 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและอาหารว่าง	117
ภาพที่ 4.37 กราฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มและอาหารว่าง	118
ภาพที่ 4.38 แผ่นพับส่งเสริมการขาย	119
ภาพที่ 4.39 บัตรสมาชิก	120
ภาพที่ 4.40 แสดงการนำเสนอผลงาน	121

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของวิทยานิพนธ์

"การไม่มีโรคคือลาภอันประเสริฐ" จากคำกล่าวนี้นี้แสดงให้เห็นว่าการไม่มีโรคและมีสุขภาพที่ดีเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตให้มีความสุข เสริมสร้างให้บุคคลประกอบภารกิจของตนอย่างมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาทางด้านจิตใจและอารมณ์ที่ดี สุขภาพดีจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา จุดเริ่มต้นของการที่จะมีสุขภาพที่ดีได้นั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ที่จะต้องเป็นผู้กำหนดเอง ต้องสร้างด้วยพฤติกรรมการบริโภค ใช้ชีวิตอย่างถูกต้อง ให้มีความสำคัญกับ อาหารการกิน จนตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสุขภาพ



ภาพที่ 1.1 แผนภูมิแสดงสาเหตุการเสียชีวิตจากโรคเรื้อรังที่เพิ่มขึ้น

สถานการณ์ด้านปัญหาสุขภาพในปัจจุบันคือ ทุกวันนี้ผู้คนจะละเลยในส่วนของการดูแลและป้องกันสุขภาพจนเกิดอาการเจ็บป่วยก่อนแล้วจึงค่อยสนใจมาพบแพทย์ โลกสมัยใหม่ทำให้คนเราเข้าใจกันว่าสุขภาพและชีวิตที่ดีจำเป็นต้องใช้เงินซื้อหา ผู้คนส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะฝากสุขภาพของตัวเองไว้กับผู้เชี่ยวชาญ [1] จะเห็นได้ว่าผู้คนส่วนมากยังขาดความตระหนักและความเข้าใจ นอกจากนั้น

ที่มา [1] : นงลักษณ์ สุขใจเจริญกิจ. 2556. ง่าย ๆ สดชื่นเมือง. กรุงเทพฯ : สวนเงินมีมา

ทุกวันนี้ในสังคมยังมีสารเคมีและมลพิษต่างๆปะปนอยู่ในชีวิตประจำวันมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้คนมีสุขภาพที่แย่ลง เจ็บป่วยได้ง่ายขึ้น มีภาวะของโรคเรื้อรังในอายุน้อยลงและจะส่งผลเป็นปัญหาระยะยาวในการดำรงชีวิต ซึ่งในอนาคตถ้าไม่มีการเข้ามาดูแลในส่วนของการป้องกันและดูแลสุขภาพ ปัญหาที่จะต้องเจอในอนาคต คือ ความเจ็บป่วยที่มากขึ้น แพทย์และพยาบาลไม่สามารถรองรับทุกคนได้ ขาดการดูแลที่ทั่วถึง

ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมการสร้างสุขภาพที่ดีในระยะยาวให้ผู้คนในสังคมได้เข้าใจและเปลี่ยนทัศนคติในการดูแลสุขภาพ มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดำรงชีวิตให้ดีขึ้น เมื่อพูดถึงการดูแลสุขภาพ เรื่องอาหารการกินจะเป็นเรื่องที่ได้เห็นได้ชัดเจกว่าเรื่องอื่น ดังนั้นการปรับพฤติกรรมการบริโภคให้ถูกต้อง ถูกหลักโภชนาการที่ดี บริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะ บริโภคเป็นเวลา ที่สำคัญคือบริโภคให้พอดีและหลากหลายจะสามารถลดความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยไปได้มากกว่าครึ่งหนึ่งแล้ว จึงเห็นว่าเป็นไปได้ที่จะส่งเสริมแนวคิดของตราสินค้า "เป็นสุข" ควบคู่ไปกับการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์และร้านค้า เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น และสามารถสร้างความเข้าใจด้านสุขภาพ จนนำไปสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนเกิดความสุขจะช่วยป้องกันไม่ให้เจ็บป่วยหรือป่วยน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ เมื่อผู้คนมีความเข้าใจในการดูแลสุขภาพก็就不用ไปถึงขั้นเฝ้าระวังรักษา [2]

1.1.1 ที่มาของโครงการด้านผู้ผลิต



ภาพที่ 1.2 แสดงตราสัญลักษณ์ของบริษัทเป็นสุข

"เป็นสุข" เป็นแบรนด์ภายใต้ บริษัท สุขสาธารณะ จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2554 บริหารโดย นพ.ก้องเกียรติ เกษเพ็ชร และได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ เป็นกิจการเพื่อสังคม (social enterprise) ด้านการดูแลสุขภาพที่นำเอาเทคโนโลยีด้านอาหารวิถีธรรมชาติ และแพทย์แผนปัจจุบันมาผสมผสานกันจนได้เป็นสินค้าและบริการดูแลสุขภาพ พร้อมการสร้างวิถีชีวิตที่ปฏิบัติตามได้ง่าย เป็นสุขแบ่งปันรายได้สู่การทำประโยชน์เพื่อสังคมในการบริการ

ที่มา [2] : สัมภาษณ์ นายแพทย์ก้องเกียรติ เกษเพ็ชร กรรมการ และผู้ก่อตั้ง บริษัท สุขสาธารณะ จำกัด. 11 กันยายน 2556

พยาบาลสำหรับผู้คนที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการสุขภาพระดับทั่วไป โดยมีจุดมุ่งหมายคือ มุ่งหวังให้ทุกคนมีสุขภาพดีกันถ้วนหน้า และต้องการให้เกิดความยั่งยืน 2 ด้าน คือด้านสุขภาพและด้านอาหาร จึงได้เกิดเป็นบริการคลินิกเป็นสุข และ ร้านค้าเป็นสุขขึ้น

คลินิกเป็นสุข เป็นคลินิกอายุรกรรม ที่ให้การรักษาโรคทั่วไป ใช้การผสมผสานระหว่างการแพทย์แผนปัจจุบัน การรักษาโดยอาหารและสมุนไพรธรรมชาติ เน้นการส่งเสริมและป้องกัน เป็นการส่งเสริมและให้ความรู้ในเรื่องการใช้ชีวิต การบริโภคอาหารให้เกิดสมดุล รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อเป็นการป้องกันก่อนที่จะเกิดอาการเจ็บป่วย จะให้ยาเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น แต่จะเน้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ร่วมกับการบริโภคอาหารที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ อันจะเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านค่ายาที่ไม่จำเป็นให้แก่คนไข้ของคลินิกเป็นสุข ติดตามดูแลผลการรักษา



ภาพที่ 1.3 แสดงร้านค้าและคลินิกของ "เป็นสุข"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อีกหนึ่งบริการของ “เป็นสุข” คือร้านค้าออร์แกนิก “เป็นสุข” ให้ความสำคัญกับการสร้างวิถีชีวิตที่ทำให้สุขภาพดีทั้งกายและใจ โดยการบริโภคที่สร้างสมดุลให้แก่ร่างกาย จึงได้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทข้าว ชา และเครื่องดื่มออร์แกนิกคุณภาพดีที่ผลิตโดยชุมชนท้องถิ่นในประเทศไทย ผ่านกรรมวิธีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยังเป็นแรงผลักดันในการช่วยเหลือเกษตรกรและเศรษฐกิจท้องถิ่นภายใต้การทำสัญญาซื้อขายที่เป็นธรรม (Fair Trade) ชักชวนให้หันมาทำเกษตรอินทรีย์ ไม่ใช่สารเคมี เพื่อความยั่งยืนและความสุขทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยมีสินค้าดังต่อไปนี้



สินค้าในหมวดข้าว



สินค้าหมวดเครื่องดื่ม ได้แก่ ชาใบชาและ ธัญพืชขงดื่ม



สินค้าในหมวดของว่าง ได้แก่ ธัญพืชกรอบ มะขามแก้ว

ภาพที่ 1.4 สินค้าของ “เป็นสุข” ที่จำหน่ายในปัจจุบัน

ปัจจุบันเริ่มมีผู้คนหันมาดูแลสุขภาพและเกิดกระแสนักสุขภาพมากขึ้น แต่ยังขาดความเข้าใจและความตระหนักในส่วนของการป้องกันและดูแลวิถีชีวิตที่ถูกต้องว่าต้องทำอะไรจึงจะเหมาะสม จึงเล็งเห็นว่า “เป็นสุข” จึงมีศักยภาพที่จะพัฒนาทั้งในส่วนของคลินิกและร้านค้าให้เกิดการ

บริการด้านสุขภาพที่เชื่อมโยงกัน จึงเป็นที่มาของโครงการศิลปนิพนธ์นี้ อันเป็นโครงการที่พัฒนาต่อยอดในส่วนของร้านค้า ให้เป็นร้านค้าที่นอกจากจะขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแล้ว ยังให้ข้อมูลด้านโภชนาการที่ถูกต้องและเหมาะสมแก่กลุ่มผู้บริโภคอีกด้วย เห็นสมควรที่จะขยายสายผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมให้มีความหลากหลายมากขึ้น รวมถึงบรรจุภัณฑ์และการจัดวางสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจถึงการดูแลสุขภาพที่ยั่งยืน สามารถปฏิบัติตามคำแนะนำได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาวได้

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของสินค้าในร้านเพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในด้านโภชนาการของผลิตภัณฑ์และปริมาณในการบริโภคที่เหมาะสม
- 1.2.2 ออกแบบกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อมและระบบการจัดวางสินค้าในร้าน เพื่อส่งเสริมการให้ ข้อมูลด้านสุขภาพแก่ผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการบริโภคที่ถูกต้อง
- 1.2.3 ออกแบบด้านภาพลักษณ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า เพื่อเป็นที่รู้จักและเป็นที่จดจำของผู้บริโภค

1.3 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.3.1 ด้านการออกแบบ

โครงการออกแบบนี้เปิดโอกาสให้ได้ศึกษาด้านแนวทางการพัฒนา ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเพื่อสื่อสารให้ความรู้ในด้านการดูแลสุขภาพ มีการศึกษาพฤติกรรม ความต้องการและปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงพฤติกรรมมารับประทานที่เหมาะสม โดยได้รับข้อมูลในการดูแลสุขภาพอย่างครบครันและเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงความสวยงาม ความเหมาะสมที่สอดคล้องกับแนวคิดและจุดประสงค์ของตราสินค้าเป็นสุข

1.3.2 ด้านนโยบาย

“เป็นสุข” มีแผนการและโครงการสำคัญ ที่เอื้อประโยชน์ต่อการออกแบบดังนี้

1.3.2.1 เป็นสุขมีจุดมุ่งหมายและหลักการทำงาน 3 ข้อ คือ

1. การสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่า
2. การให้บริการที่แตกต่างและทันสมัย
3. การสร้างความตระหนักรู้เรื่อง การส่งเสริม ป้องกัน รักษาและฟื้นฟูสุขภาพ โครงการนี้จึงได้นำนโยบายขององค์กรมาเป็นแนวคิดของการออกแบบที่สร้างความแตกต่างจากร้านค้าอื่นๆ ให้ผู้

บริโภคเกิดความสนใจ รู้สึกแปลกใหม่ และหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพ

1.3.2.2 “เป็นสุข” ต้องการส่งเสริมให้แนวคิดในการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหารให้เกิดความสมดุล เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกเหนือจากกลุ่มผู้มาใช้บริการ ซึ่งจะเป็นกลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่เพราะคนกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่มีปัญหาสุขภาพในอนาคต จึงต้องการให้หันมาสนใจ เพื่อที่จะได้มีความรู้และสามารถรักษาสุขภาพได้ในระยะยาว

1.3.2.3 “เป็นสุข” มีเป้าหมายที่จะพัฒนาและขยายสินค้าเพื่อให้หลากหลาย ครอบคลุมกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น

1.3.3 ด้านสังคม

ผลจากการสำรวจสุขภาพคนไทยโดยการตรวจร่างกาย พบว่าประชากรไทยมักไม่รู้ตัวว่าเป็นโรคเรื้อรัง หรือกลุ่มที่รู้ว่าเป็นโรคเรื้อรังนั้น ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถควบคุมอาการและดูแลรักษาตนเองได้อย่างถูกต้อง ซึ่งภาวะดังกล่าวมักนำมาซึ่งภาวะทุพพลภาพในที่สุด ทำให้มีภาวะพึ่งพิงในการดำรงชีวิต และต้องการได้รับการดูแลจากบุคคลในครอบครัวหรือสังคมต่อไป โดยโรคเรื้อรังที่คนเป็นกันมากนั้น ได้แก่ โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคความดัน เป็นต้น

ซึ่งเป็นโรคที่ต้องดูแลและใส่ใจกับการบริโภคอาหารเป็นอย่างมาก ส่วนระบบบริการสาธารณสุขในปัจจุบันยังมีปัญหาในเรื่องบุคลากร จำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ [3] จะเห็นได้ว่าเรื่องของสุขภาพนั้นไม่สามารถพึ่งแพทย์และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขได้ทั้งหมด สังคมจึงควรหันมาใส่ใจและตระหนักในด้านของการดูแลสุขภาพและส่งเสริมให้ผู้คนมีพฤติกรรมในการดำรงชีวิตที่ดี

1.3.4 ด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาประเทศได้แก่คุณภาพชีวิตประชากร กล่าวคือประชากรต้องได้รับการตอบสนองความต้องการ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจและสังคม จนก่อให้เกิดสุขภาพกายและจิตที่ดี นำไปสู่การมีศักยภาพทั้งด้านสติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้า แต่ปัจจุบันพบว่าคนไทยประสบปัญหาสุขภาพ มีอัตราการเกิดโรคเรื้อรังที่มีความสัมพันธ์ทางโภชนาการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ประชาชนต้องทำความเข้าใจให้ถูกต้องเกี่ยวกับการบริโภคอาหารว่าบริโภคอย่างไรให้ได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย[4] และในปัจจุบันมีผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจอาหารสุขภาพมากขึ้นเรื่อยๆ ข้อมูลจาก Euromonitor (ปี2011) ได้ เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ.2549-2553 พบว่ามูลค่าของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทยเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เพิ่มขึ้นมากกว่า 5%ทุกปี แสดงว่าอาหารเพื่อสุขภาพเป็นที่ต้องการของ

ที่มา [3] : สำนักวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักประกันสุขภาพไทย. 2552. ปัญหาสุขภาพคนไทยและระบบบริการสุขภาพ. [online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.hisro.or.th/main/?name=knowledge&file=readknowledge&id=19>

ที่มา [4] : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัทธนันท์ ศรีม่วง. 2555. อาหารเพื่อสุขภาพและโภชนาบำบัด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ผู้บริโภครวมถึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้ทางโภชนาการที่ถูกต้อง เข้ากับความต้องการและเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

จากเหตุผลตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นจึงสรุปได้ว่า โครงการเสนอแนะการออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์และระบบการจัดวางสินค้าเพื่อสุขภาพของคลินิกเป็นสุข มีความเป็นไปได้และมีความเหมาะสมที่จะเกิดขึ้น เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมการดูแลสุขภาพให้กับผู้คนที่สนใจและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคลินิกให้ได้รับความสะดวกและความเข้าใจในการสร้างวิถีชีวิต การบริโภคอาหารที่เหมาะสม เพื่อเป็นการดูแลสุขภาพของตนเองให้เกิดความสมดุล

1.4 ขอบเขตของโครงการ

แบ่งเป็นขอบเขตงานด้านคุณภาพและขอบเขตงานด้านปริมาณ

1.4.1 ขอบเขตด้านคุณภาพ

1.4.1.1 การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่ต้องทำหน้าที่ให้ข้อมูลด้านโภชนาการที่ส่งเสริมสุขภาพได้ บอกสรรพคุณและสารอาหารของสินค้า ผู้ป่วยโรคเรื้อรังรู้ว่าควรบริโภคอะไร รวมถึงลูกค้าทั่วไป สร้างความน่าสนใจและน่าเชื่อถือให้ได้แก่ผู้บริโภคได้

1.4.1.2 การออกแบบระบบจัดวางสินค้าและกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการให้ข้อมูลโภชนาการและแนวคิดการส่งเสริมป้องกันสุขภาพ แสดงถึงแนวคิดขององค์กรสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ และเข้าถึงผู้บริโภคได้

1.4.2 ขอบเขตด้านปริมาณ

1.4.2.1 ออกแบบระบบการจัดวางสินค้าและกราฟิกสภาพแวดล้อมภายในร้านค้า

1.4.2.2 ออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์

สินค้าเดิม

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าว (1 โครงสร้าง 5 กราฟิก)

- ข้าวกล้องหอมนิล
- ข้าวกล้องหอมมะลิแดง
- ข้าวกล้องสีเหลือง
- ข้าวกล้องชลสิทธิ์
- ข้าวกล้องญี่ปุ่น

2. กลุ่มเครื่องดื่ม (1 โครงสร้าง 2 กราฟิก)

- ชาใบชา

- ัญพีซงตีม

3. กลุ่มอาหารว่าง (1 โครงสร้าง 1 กราฟิก)

- ัญพีซอบกรอบ

สินค้าใหม่

เสนอแนะการเพิ่มเติมสินค้าโดยเลือกจากอาหารที่ผู้คนมักบริโภคในชีวิตประจำวัน และอาหารที่ควรให้ความสนใจบริโภค ไม่ใช่อาหารเสริม เพราะ “เป็นสุข” เน้นการกินอาหารตามวิถีธรรมชาติเพื่อเพิ่มความหลากหลายของสารอาหารให้ครบทุกหมู่ ดังนี้

1. กลุ่มข้าวแป้ง

- ขนมปังโฮลวีท

- ข้าวโพด

- มันฝรั่ง

2. กลุ่มผัก

- แครอท

- ผักกาดขาว

- ฟักทอง

- ผักกาดแก้ว

- ผักคะน้า

- ผักคอส

- บลอคโคลี่

- กะหล่ำปลี

- เห็ด

3. กลุ่มผลไม้

- สตอเบอร์รี่

- กล้วยหอม

- องุ่นม่วง

- ส้ม

- มังคุด

- ฝรั่ง

- มะละกอ

4. กลุ่มโปรตีน (เนื้อสัตว์,ไข่)

- เนื้อปลา

- เนื้อไก่

- ไข่

5. นม

- นมวัว

- นมถั่วเหลือง

6. น้ำมัน

- น้ำมันรำข้าว

- น้ำมันมะกอก

7. เครื่องปรุง

- ซอสพริก

- ซอสมะเขือเทศ

- ซีอิ๊ว

- ซีอิ๊ว

1.4.2.4 ออกแบบส่วนส่งเสริมการขายและสื่อการประชาสัมพันธ์

1. สื่อสิ่งพิมพ์ส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ (Brochure)
2. ภาพรวมของร้านค้า ถุงใส่สินค้า,ชุดพนักงาน,บัตรสมาชิก
3. สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการสื่อสารกับผู้บริโภค (Customer relation prints) เช่น ให้ความรู้ความเข้าใจได้โภชนาการที่เหมาะสม

1.5 เจือใจ ความต้องการ และแนวทางในการออกแบบ

1.5.1 ด้านการตลาด

1.5.1.1 วิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดและแนวทางในการออกแบบ

ตารางที่ 1.1 ตารางวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด(4P)และแนวทางในการออกแบบ

กลยุทธ์เดิม	กลยุทธ์ใหม่
ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ข้าว ชา คัดสรร ผลิตภัณฑ์คุณภาพเยี่ยมจากผู้ผลิตท้องถิ่น ผ่านกระบวนการการผลิตมาตรฐานสูง มี คุณค่าทางอาหาร ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย	ผลิตภัณฑ์(Product) เพิ่มสินค้าในหมวดต่างๆให้หลากหลาย ครบ ทั้ง 5 หมู่ เพื่อที่จะได้เป็นร้านขายอาหาร สุขภาพที่ครบครัน ให้ความรู้ทางโภชนาการที่ เหมาะสมได้ครบอาหารทุกหมวดหมู่
ราคา (Price) ใช้หลักการค่าที่เป็นธรรมต่อเกษตรกรและผู้ บริโภค ให้เป็นราคาที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภค ได้เพื่อบริโภคได้ทุกวัน ไม่ใช่ราคาสินค้า พรีเมียม	ราคา(Price) คงราคาเดิม
สถานที่จำหน่าย(Place) จำหน่ายที่ร้านเป็นสุข (สุขุมวิท 23) และคลินิกเป็นสุขในกรุงเทพและภูเก็ต	สถานที่จำหน่าย(Place) ขยายร้านเป็นสุขให้พอกับปริมาณสินค้าที่มาก ขึ้นเพิ่มความน่าสนใจให้กับร้านมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

การส่งเสริมการขาย (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์ทาง social media แผ่นพับให้ข้อมูล มีการทำชุดของขวัญสินค้าตามเทศกาลต่าง ร่วมออกงานอาหารสุขภาพต่างๆ	การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพิ่มสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค ให้ความรู้ความเข้าใจทางด้านโภชนาการ
---	---

1.5.1.2 วิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด ภาพลักษณ์และตำแหน่งทางการตลาด
 เป็นการวิเคราะห์เพื่อดูประเภทสินค้า ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และตำแหน่งทางการตลาดของคู่แข่ง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ “เป็นสุข” ให้มีภาพลักษณ์ที่แตกต่างและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ตารางที่ 1.2 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า Lemon Farm

ตราสินค้า	
ประเภทของสินค้า	 สินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพทั้งอุปโภคและบริโภค มีทั้งสินค้า House brand ที่มีตราผลิตภัณฑ์ของ Lemon farm และสินค้าตราผลิตภัณฑ์อื่นๆที่คัดสรรมา
ภาพลักษณ์	"สร้างสรรค์อาหารธรรมชาติ เพื่อสุขภาพที่ดีของทุกท่าน" - เชื่อมโยงผู้บริโภคและเกษตรกรผู้ผลิตในชนบท - เป็นที่รู้จัก เข้าถึงได้ง่าย ผู้บริโภครู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษอาหารธรรมชาติ สุขภาพดี สำหรับผู้บริโภคและสมาชิกโดยยึดหลักชีวิต และ แม่โคโรไบโอติกส์
ช่องทางการจัดจำหน่าย	- ร้าน lemon farm 10 สาขาทั่วกรุงเทพฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.3 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า ชีวจิตโฮม

ตราสินค้า	
ประเภทของสินค้า	ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ สมุนไพร วิตามิน อาหารเสริม ของใช้ในชีวิตประจำวัน และนานาสินค้าเพื่อสุขภาพ
ภาพลักษณ์	"ดูแลอบอุ่นเหมือนครอบครัวเดียวกัน" - เป็นคลินิกแพทย์ทางเลือก ดูแลสุขภาพแบบองค์รวม มีหลักการใช้ชีวิตที่ดีที่เป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า - กลุ่มเป้าหมายจะเป็นคนวัยกลางคน ค่อนข้างมีฐานะ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	- ชีวจิตโฮม ซอยอรุณอมรินทร์39

ตารางที่ 1.4 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า ดอยคำ

ตราสินค้า	
ประเภทของสินค้า	 ขายผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าดอยคำและตราสินค้าอื่นๆที่อยู่ในโครงการหลวง เช่น น้ำผลไม้ ผลไม้อบแห้ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆจากผลไม้ ข้าวกล้องงอก ถั่วเหลือง น้ำผึ้ง และจำหน่าย ผัก ผลไม้ปลอดสารจากโครงการหลวงด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.4 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	- สินค้าโครงการหลวง น่าเชื่อถือ มีคุณภาพ - ช่วยชาวไทยภูเขาและเกษตรกร
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ร้านดอยคำ, ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ

ตารางที่ 1.5 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า เขาค้อทะเลภู

ตราสินค้า	
ประเภทของสินค้า	 สินค้าเกษตรอินทรีย์มีทั้งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ข้าว ธัญพืช ชาสมุนไพร อาหารเสริม เครื่องสำอางค์ ผลิตภัณฑ์สปา แชมพู สบู่ และยาสมุนไพร
ภาพลักษณ์	“บ้านของธรรมชาติและความงามของชีวิต” - เน้นหลักการพึ่งตนเอง แบ่งปันรายได้สู่ภาคเกษตรกร - ให้ความรู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติ - หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี ใช้สารจากธรรมชาติมาทดแทน
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ, ตลาดสินค้าออนไลน์, ร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 1.6 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า สวนเงินมีมา

ตราผลิตภัณฑ์	
ประเภทสินค้า	สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป ทั้งอุปโภคและบริโภค มีสินค้าทดแทนกรรมของใช้จากชาวบ้าน หลายตราสินค้าและตราสินค้าของตนเองด้วย และหนังสือทางเลือกจากสำนักพิมพ์สวนเงินมีมา 
ภาพลักษณ์	- ช่วยขับเคลื่อนสังคมด้านการเกษตรอินทรีย์และความเป็นอยู่แบบวิถีธรรมชาติ - เป็นผู้จัดการงานกรีนแฟร์ นำเชื่อถือ - ธุรกิจทางเลือก ไม่เน้นสินค้าในกระแส
ช่องทางจำหน่าย	ร้านสวนเงินมีมา, ตลาดนัดสีเขียว

ตารางที่ 1.7 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้าสบายใจ

ตราสินค้า	
ประเภทของสินค้า	 สินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ยาแผนโบราณอาหารและเครื่องดื่ม สมุนไพร ความงามทั้ง สินค้า house brand และตราสินค้าอื่นที่คัดสรรมาจำหน่าย
ภาพลักษณ์	"Where people and natural meet" - ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากธรรมชาติปลอดสารพิษ - คัดสรรสินค้าเพื่อมอบสุขภาพดีแก่ผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

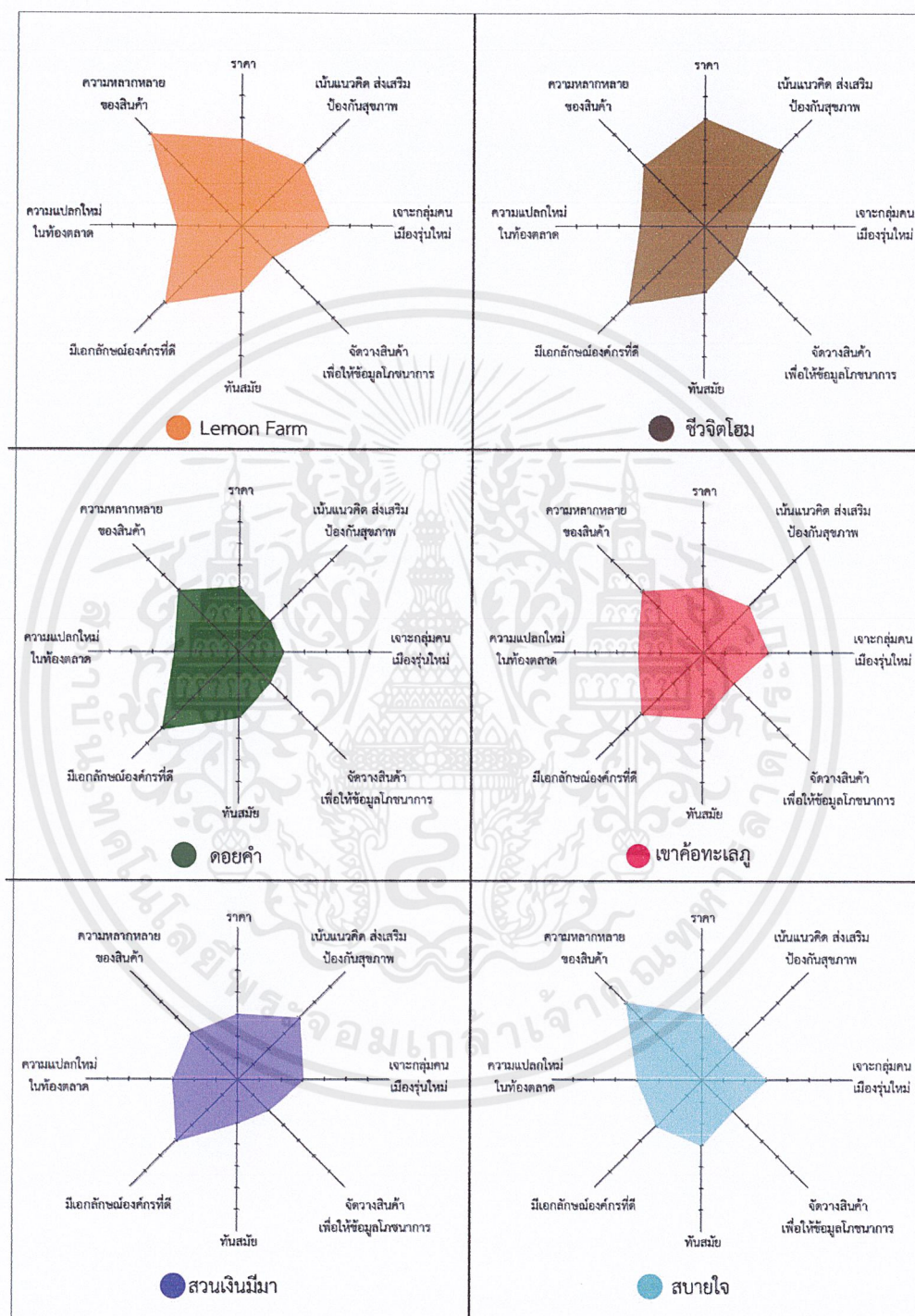
ตารางที่ 1.7 (ต่อ)

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ร้านสบายใจซึ่งตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ,ตลาดสินค้าออนไลน์
----------------------	--

ตารางที่ 1.8 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า Aden Organic

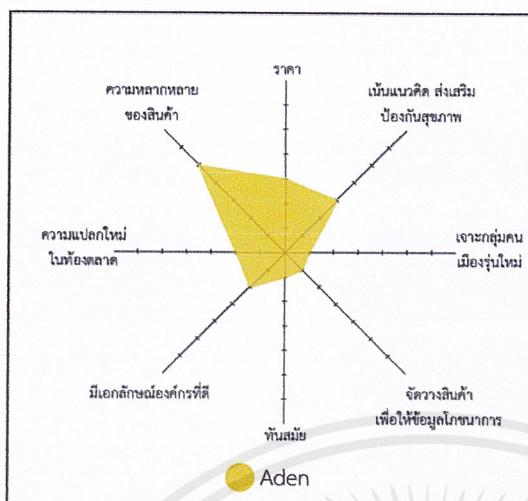
ตราสินค้า	
ประเภทของสินค้า	 ผลิตภัณฑ์ออกแกนิกออร์แกนิกและบริโกล เช่น ผัก ผลไม้สด ข้าว เครื่องดื่ม สินค้า ทำความสะอาด ร่างกาย ผลิตภัณฑ์เสริม อาหาร ทั้งตราสินค้าเอเดน และตราสินค้า อื่นที่คัดสรรมาจำหน่าย
ภาพลักษณ์	“The Food Origin of The Human World” - ก่อตั้งขึ้นจากกลุ่มนักวิทยาศาสตร์ที่เล็งเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพ - ช่วยส่งเสริม สนับสนุน การผลิต และจำหน่ายอาหารไร้สารพิษ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ร้าน Aden ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด,สินค้าออนไลน์

จากคู่แข่งทั้งหมดนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ทางการตลาดได้ดังนี้



ภาพที่ 1.5 แผนภูมิแสดงภาพลักษณ์ทางการตลาดของคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

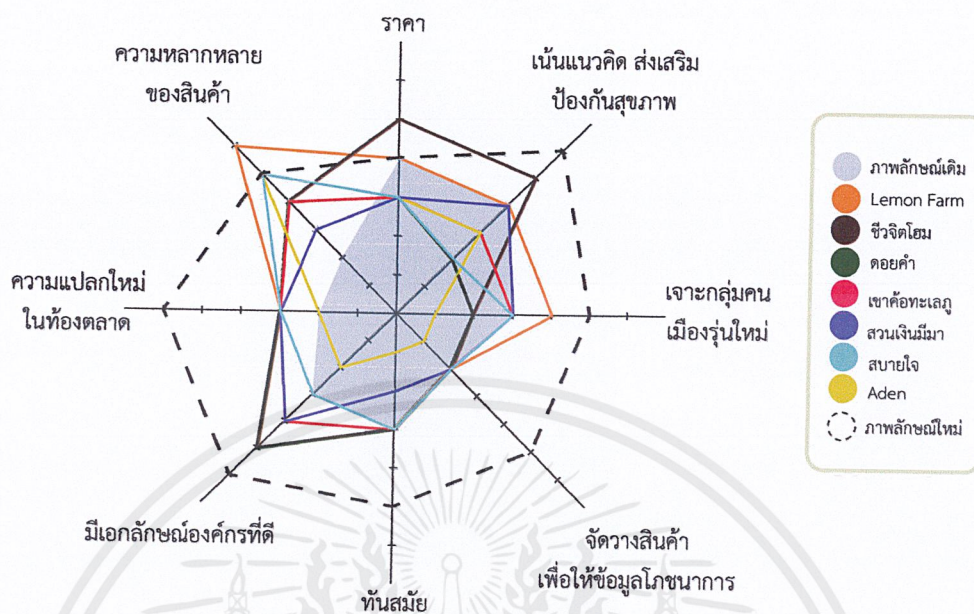


ภาพที่ 1.5 (ต่อ)

การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดและแนวทางการออกแบบ

จากการเปรียบเทียบภาพลักษณ์และตำแหน่งทางการตลาดของคู่แข่ง พบว่าเป็นสุขสามารถพัฒนาแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

1. ด้านการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ร้านค้าเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่แม้จะจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ แต่ยังไม่มียี่ห้อสินค้าใดที่เน้นเรื่องการให้ข้อมูลทางด้านสุขภาพแก่ผู้บริโภค ซึ่งตรงกับแนวคิดของเป็นสุข ที่ต้องการให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมมารับประทาน ที่เหมาะสมกับตนเอง โดยให้ข้อมูลทางโภชนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ส่งเสริมการบริโภคที่ทำให้เกิดความสมดุลกับร่างกาย
2. การจัดวางสินค้า การจัดวางสินค้าที่เชื่อมโยงกับการให้ข้อมูลด้านโภชนาการ รวมถึงสภาพแวดล้อมภายในร้าน เป็นแนวทางในการบริโภคเพื่อสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภค
3. ความหลากหลายของสินค้า เพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้นให้เทียบเท่ากับร้านค้าสุขภาพอื่นๆ โดยเน้นที่ผลิตภัณฑ์อาหารที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพโดยตรง



ภาพที่ 1.6 แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาด

1.5.2 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยการเลือกซื้ออาหารสุขภาพของผู้บริโภคเพื่อช่วยกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่เหมาะสม รวมถึงหาปัญหาด้านการบริโภคอาหารที่ไม่เหมาะสมและข้อมูลทางโภชนาการที่ผู้บริโภคควรให้ความสนใจ

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุขภาพของ คณะอุตสาหกรรม การเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่าสามารถแบ่งผู้บริโภคออกเป็น 5 กลุ่มคือ

- 1.กลุ่มสนใจสุขภาพแบบอิงกระแส(19.4%)
- 2.กลุ่มใช้ชีวิตตามสบายโดยไม่มีการวางแผน (37.4%)
- 3.กลุ่มคำนึงถึงราคาก่อนแม้ใส่ใจสุขภาพ(12.9%)
- 4.กลุ่มป้องกันโรคและบริหารเวลาเพื่อสร้างชีวิตสมดุล (27.7%)
- 5.กลุ่มเคร่งครัดต่อการสร้างสมดุลเพื่อสุขภาพ(2.6%)

ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มที่ตรงกับแนวคิดของเป็นสุขที่ต้องการจะส่งเสริมเรื่องการดูแลสุขภาพและควรให้ความสำคัญคือผู้บริโภคกลุ่มที่ 1 และ 2 ซึ่งผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มนี้มีอยู่ในช่วงอายุ 20-40 ปี เหมือนกันและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพจะซื้อจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด

1.5.3 ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กราฟิก และระบบการจัดวางสินค้า เพื่อสื่อสารข้อมูลแก่ผู้บริโภค และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้ตราสินค้า

ตารางที่ 1.9 ตารางวิเคราะห์ปัญหาแนวทางแก้ไขในการออกแบบ

เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางการออกแบบ
ความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ สื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสรรพคุณและวิธีการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง กราฟิกบนสินค้ายังไม่สามารถสื่อถึงข้อมูลด้านการบริโภค	- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าในแต่ละหมวดหมู่ - กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต้องสร้างความเข้าใจให้ข้อมูลการบริโภคบอกถึงวิธีการและปริมาณที่เหมาะสม - บรรจุภัณฑ์ทั้งหมดต้องมีความเชื่อมโยงกันคงความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร
ปัญหาด้านระบบการจัดวางสินค้า สินค้าขาดความหลากหลายทางโภชนาการ ทำให้ส่วนของสินค้าและการจัดวางขาดความน่าสนใจ ไม่สามารถสร้างความเข้าใจในการบริโภคได้มากเท่าที่ควร	- เพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลาย เนื่องจากต้องการแก้ไขปัญหาวฤตกรรมกรบริโภค ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคอาหารให้เกิดความสมดุล จึงจำเป็นต้องมีสินค้าอาหารที่หลากหลาย มีสรรพคุณและอาหารแตกต่างกัน - มีระบบการจัดวางสินค้า แบ่งหมวดหมู่อาหารที่ชัดเจนเพื่อสร้างความเข้าใจในข้อมูลโภชนาการ เพิ่มความน่าสนใจแก่ผู้บริโภค สร้างความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ให้กับคลินิกเป็นสุข

ตารางที่ 1.9 (ต่อ)

ปัญหาด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เข้าไม่ถึงผู้คนในสังคม ทำให้แนวคิดด้านการ ส่งเสริม ป้องกัน ดูแลสุขภาพ ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย โดยมากจะเป็นที่รู้จักผ่านจากการที่บอกต่อกัน ความเป็นมาและปรัชญาขององค์กรยังไม่สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ง่ายได้	- เนื่องจากต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อปลูกฝังแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพจึงควรเพิ่มช่องทางการขายใหม่ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค - เพิ่มแนวทางการให้ข้อมูลโดยออกแบบสื่อการประชาสัมพันธ์ ให้เข้าใจง่าย มีรูปแบบที่น่าสนใจแสดงถึงปรัชญาขององค์กร สอดคล้องและส่งเสริมภาพลักษณ์ของคลินิกเป็นสุข
--	--

1.6 แนวทางการศึกษาและออกแบบ

1.6.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับองค์กร

- ศึกษาความเป็นมาของกิจการเพื่อสังคมเป็นสุข
- ศึกษาแนวคิดและปรัชญาขององค์กร
- ศึกษากระบวนการทำงานของคลินิกเป็นสุขและร้านค้าเป็นสุข
- นโยบายทางการตลาด

1.6.2 ข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

- ศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ รูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย
- ศึกษาปัญหาด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่เหมาะสม

1.6.3 ข้อมูลทางการตลาดของอาหารสุขภาพ

- ข้อมูลผลิตภัณฑ์และการบริการด้านสุขภาพของคู่แข่งร้านค้าสุขภาพอื่นๆ

1.6.4 ศึกษาข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพ และโภชนาบำบัด

- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสุขภาพและอาหาร
- ข้อมูลแนวทางการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
- ข้อมูลอาหารที่เหมาะสมกับผู้ป่วยเรื้อรัง

1.6.5 ศึกษาแบบบรรจุภัณฑ์และสินค้าต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์
- วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและไม่อันตรายต่อสุขภาพ
- รูปแบบกราฟิกที่เหมาะสมกับองค์กร

1.6.6 วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ

1.6.7 ดำเนินการออกแบบ

- แนวคิดในการออกแบบและสร้างแนวทางในการออกแบบ
- ดำเนินการออกแบบ

1.6.8 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ

- ด้านการใช้งานและการสื่อสารภาพลักษณ์
- ด้านการสร้างเสริมความเข้าใจและให้ความรู้

1.6.9 สรุปผลการออกแบบ

- นำไปทดลองและประเมินผลการออกแบบ
- ปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบ
- นำเสนอผลงานการออกแบบ

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลลัพธ์เพื่อสุขภาพที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารให้ข้อมูล วิธีการบริโภค ปริมาณที่เหมาะสม เพื่อสร้างความเข้าใจต่อผู้บริโภค รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่าง เพิ่มความน่าสนใจให้กับตราสินค้า

1.7.2 รูปแบบการจัดวางสินค้าและสภาพแวดล้อมในร้านที่ส่งเสริมการให้ข้อมูลด้านสุขภาพกับการบริโภคอาหาร สร้างความน่าสนใจ ความแปลกใหม่ให้กับร้านค้า

1.7.3 สามารถสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาตระหนักและให้ความสนใจในแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพด้วยการบริโภคอาหารให้สมดุลกันมากขึ้น

บทที่ 2

การค้นคว้าและการสรุปข้อมูล

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติและความเป็นมา



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงตราสินค้าของ "เป็นสุข"

“เป็นสุข” เป็นแบรนด์ภายใต้ บริษัท สุขสาธารณะ จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2554 โดยได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิสาธารณะสุขแห่งชาติ เป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ด้านการดูแลสุขภาพที่นำเอาเทคโนโลยี อาหาร วิถีธรรมชาติ และแพทย์แผนปัจจุบันผสมผสานกัน พร้อมการสร้างวิถีชีวิตที่ปฏิบัติตามได้ง่ายเพื่อทำให้มีความสุขและสุขภาพดี เป็นสุข ยังมีการแบ่งปันรายได้สู่การทำประโยชน์เพื่อสังคมในการให้บริการพยาบาล สำหรับผู้ที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการสุขภาพสาธารณะทั่วไป ภายใต้หัวใจหลักว่า “เรามุ่งหวังให้ทุกคน สุขภาพดีถ้วนหน้า”[4]

จุดเริ่มต้นเกิดจาก ผู้ก่อตั้งคือ นายแพทย์ก้องเกียรติ เกษเพ็ชร์ อดีตผู้บริหารโรงพยาบาลกรุงเทพ ภูเก็ต เห็นปัญหาทางด้านสุขภาพ จากการที่คนหมอบเป็นหนึ่งในการพัฒนาโปรแกรมที่ใช้ในการบริหาร โรงพยาบาลขนาดเล็ก จึงได้เห็นข้อมูลว่า ตลอดในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ผู้คนต้องเผชิญหน้ากับโรคเรื้อรังเพิ่มขึ้น เป็นโรคยอดนิยมน้อย เบาหวาน ความดัน ไขมันในเลือดสูง ในช่วงอายุน้อยลงทุกปี สุขภาพแย่ลง แกร่เร็ว ถ้าการรักษาตัวตอนเป็นโรคแล้วก็จะสายเกินที่จะรักษาได้ จึงเป็นสาเหตุให้คุณหมอมองหาวิธีทำให้ผู้คนมาดูแลสุขภาพในวันที่ชีวิตยังปกติสุข เพื่อยืดอายุสุขภาพดีให้นานขึ้น โดยมองเห็นว่าสาเหตุสำคัญของปัญหาสุขภาพมาจากการบริโภค จึงนำการป้องกันรักษามารวมกับด้านอาหารเกิดเป็นคลินิกและร้านค้าสุขภาพเป็นสุข

ที่มา [4] : PENSOOK. 2554. [online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.pensook.in.th/>

คลินิกเป็นสุข เป็น คลินิกรักษาโรคทั่วไปที่ไม่เน้นการจ่ายยา แต่หาวิธีส่งเสริมทำความเข้าใจให้ผู้คนลูกมาดูแลสุขภาพ เปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสร้างวิถีชีวิตที่ห่างไกลโรคด้วยตัวเอง ให้คำแนะนำทางด้านการตรวจสุขภาพ พร้อมแนะนำการใช้ชีวิต อาหารที่เหมาะสม พร้อมบริการที่เอาใจใส่ เจาะจงเป็นรายบุคคล ดูแล ติดตามผล ให้คำปรึกษาทั้ง ก่อน ระหว่าง และหลังการรักษา

ในส่วนของร้านค้านั้น เป็นร้านค้าออร์แกนิก จำหน่ายผลิตภัณฑ์ซึ่งทำมาจากข้าว เนื่องจากคุณหมอบพบว่าปัญหาสุขภาพล้วนเกิดจาก คาร์โบไฮเดรตหรือแป้งมากเกินไป โดยเมื่อแป้งกลายเป็นน้ำตาล ก็จะทำให้ระดับน้ำตาลในเลือดสูงขึ้น คนไทยบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก ซึ่งข้าวหอมมะลินั้นจะให้น้ำตาลในปริมาณที่สูงมาก ร้านเป็นสุขจึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ด้วยการเริ่มจากหาเกษตรกรที่สนใจจะผลิตข้าวแบบอินทรีย์ คือ ไม่ใส่สารเคมี ยาฆ่าแมลงและเลือกพันธุ์ข้าวหลากหลายที่มีคุณสมบัติตอบโจทย์ สามารถแก้ปัญหาการเพิ่มระดับน้ำตาลได้ เมื่อได้ผลผลิตแล้วก็หาช่องทางจัดจำหน่าย พอมีรายได้ก็กลับไปลงทุนซ้ำ ทำให้ขวนามีรายได้ที่มากขึ้นและยั่งยืน ผู้บริโภคก็ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์ปัญหาด้านสุขภาพในอนาคตนอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่แก้ปัญหาให้เกษตรกรและสุขภาพผู้คน ยังมองการขยายบริการต่างๆ ด้วยระบบบริการข้อมูลด้านสุขภาพที่เชื่อมโยงถึงกันได้ โดยสิ่งที่ทำไปต้องวัดผลได้ ผู้คนต้องได้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้จริง

2.1.2 ปรัชญาและแนวคิดขององค์กร

แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนของคลินิกและร้านค้า

2.1.2.1 ปรัชญาและหลักการทำงานของคลินิก เป็นสุข

1. การสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่า (Create better experience)

ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ดี เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการดูแลสุขภาพใกล้บ้านและเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการรักษา การดูแลการป้องกันโรค ที่อยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องตามหลักวิชา ผ่านการให้บริการอย่างเป็นมิตรและเอาใจใส่จากบุคคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่หน้าร้าน ที่ผ่านการคัดสรร และอบรมให้เข้าใจถึงแก่นการทำงานของเป็นสุข

2. การให้บริการที่แตกต่างทันสมัย (Differentiate by service designed)

ใช้โปรแกรมสำหรับการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะเป็นการเก็บข้อมูลทั้งเรื่องอาหารที่รับประทาน น้ำหนัก ส่วนสูง ความดันเลือด เป็นต้น พร้อมทั้งมีผู้ดูแลสุขภาพส่วนตัว (personal health manager) ซึ่งจะให้คำแนะนำเกี่ยวกับประเด็นในเรื่องสุขภาพต่างๆ และเป็นผู้คอยติดตามหลังรับการรักษากับทางคลินิก และมีส่วนเปิดเพื่อให้ซื้อสินค้าได้

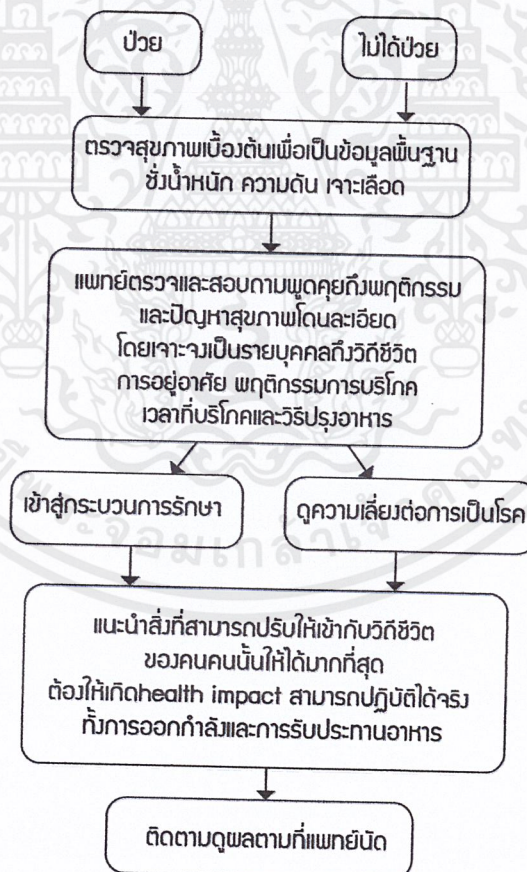
3. การสร้างความตระหนักรู้เรื่องการส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟู
(Build brand on core value)

“เป็นสุข” จะเน้นการสะท้อนภาพของหน่วยบริการเพื่อเกื้อหนุนให้สุขภาพดี (Health Enrich) ภายใต้องค์ประกอบ “ส่งเสริม ป้องกัน รักษา ฟื้นฟู” ที่มีมาตรฐานร่วมกันในทุกคลินิก เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะเข้าใจแนวคิดการสร้างสุขภาพดี

4. ส่งเสริม ป้องกัน รักษา ฟื้นฟูโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Advance technology for health promotion, prevention treatment and rehabilitation)

ในทุกขั้นตอนของการบริการ แนวทางการรักษาคนไข้และการสื่อสารต่างๆจะต้องสะท้อนภาพลักษณ์ (Brand image) นี้ให้ครบถ้วน เพื่อต่อยอดให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคจากการให้เจ็บป่วยแล้วมาจึงรักษา ไปสู่การมุ่งส่งเสริมป้องกัน

ขั้นตอนการให้บริการรักษาของคลินิกมีดังนี้



ภาพที่ 2.2 แผนผังแสดงขั้นตอนการให้บริการของคลินิก “เป็นสุข”

2.1.2.2 ปรัชญาและหลักการทำงานของร้านค้า เป็นสุข

1. Healthy mind and Healthy lifestyles

สินค้าและบริการของ “เป็นสุข” ผ่านการวิจัยทางวิทยาศาสตร์เพื่อค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองสุขภาพกายและใจที่แข็งแรง และผ่านขั้นตอนการผลิตที่คงคุณค่าสารอาหารครบถ้วน เพื่อเสริมสร้างวิถีชีวิตสุขภาพดีสำหรับคนทุกเพศทุกวัย

2. Organic and Environmental friendly

ให้ความสำคัญกับเกษตรอินทรีย์ที่ทำการเกษตรแบบปราศจากสารเคมี และให้การส่งเสริมทางเทคโนโลยีการเกษตรผ่านเครือข่ายนวัตกรรม ชาวบ้าน จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจทางสุขภาพของผู้ซื้อและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงความสมบูรณ์มากที่สุด

3. Sustain the local community through Fair Trade

ผู้ผลิตของเป็นสุขทุกรายได้รับสัญญาและราคาการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade)

4. Modern Technology to enhance your wellbeing

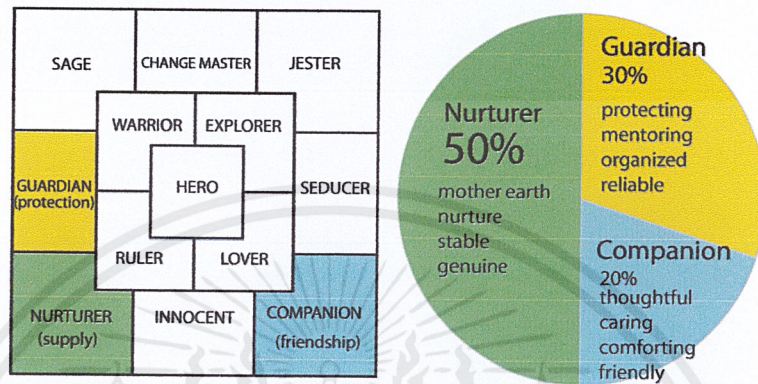
ผสมผสานการใช้เทคโนโลยีทั้งด้านการผลิต IT การเก็บข้อมูล การแพทย์และการออกแบบเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด มีความทันสมัย เข้าใจง่าย และสะดวกสบายต่อการปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

5. Personalized programs that fits every individual lifestyle

ทุกคนต่างดำเนินชีวิตในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เป็นสุขจึงให้ความสำคัญกับการสอดแทรกความมีสุขภาพดี ทั้งด้านการให้คำปรึกษา และการจัดสรรบริการที่เหมาะสมในรูปแบบเฉพาะตัวเพื่อให้คุณได้รับบริการทางสุขภาพคุณภาพสูง สามารถปฏิบัติตามได้ง่าย

2.2 ข้อมูลสภาพแวดล้อมทั่วไปทางการตลาด

2.2.1 วิเคราะห์บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของตราสินค้า



ภาพที่ 2.3 แผนภาพแสดงบุคลิกภาพของตราสินค้า “เป็นสุข”

2.2.2.1 บุคลิกภาพแบบ Nurturer 50 %

ภาพลักษณ์แบบมารดา มีความกังวลเป็นห่วงต่อสุขภาพของคนในสังคม และต้องการที่จะดูแล จึงเกิดเป็นบริการและผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจในสุขภาพ ปลอดภัยพิช มีความจริงใจต่อผู้บริโภค เน้นวิถีความเป็นธรรมชาติหลักการบริโภคที่ก่อให้เกิดความสมดุล

2.2.2.2 บุคลิกภาพแบบ Guardian 30%

“เป็นสุข” มีภาพลักษณ์ของความเป็นหมอที่รักษาและดูแล แนะนำแนวทางดูแลสุขภาพ มีแนวคิดการปกป้องดูแลสุขภาพ การบริการแนะนำการบริโภคอาหารที่เหมาะสม เปลี่ยนพฤติกรรม การใช้ชีวิตเพื่อสุขภาพที่ดีขึ้นและผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ คำนึงถึงสุขภาพของผู้บริโภค

2.2.2.3 บุคลิกภาพแบบ Companion 20%

เป็นสุขมีภาพลักษณ์แบบเป็นกันเอง สามารถเข้าถึงง่าย เอาใจใส่ผู้บริโภค สนับสนุนการดูแลสุขภาพต้องการให้มีสังคมของคนรักสุขภาพ

2.2.2 ส่วนประสมทางการตลาด (4p)

ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการขาย (Promotion)

2.2.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ของร้านค้าเป็นสุขในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 3 หมวดดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า “เป็นสุข” ในปัจจุบัน

ข้าว 	- ประกอบไปด้วย ข้าวกล้องหอมนิล, ข้าวกล้องหอมมะลิแดง, ข้าวกล้องสีนเหล็ก, ข้าวกล้องชลสิทธิ์, ข้าวกล้องญี่ปุ่น ซึ่งข้าวทั้งหมดมีดัชนีน้ำตาลต่ำ ช่วยลดระดับน้ำตาลและคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด - บรรจุภัณฑ์ข้าวทั้ง 5 ชนิด มีรูปแบบเดียวกัน คือเป็นสุญญากาศ เพื่อป้องกันแมลง ชนิดละ 3 ขนาด 300 กรัม 1 กิโลกรัม และ 2 กิโลกรัม บนบรรจุภัณฑ์มีข้อมูลบอกประโยชน์ของข้าวไว้
เครื่องดื่ม 	- ประกอบไปด้วย ชาใบข้าว ช่วยผ่อนคลาย มีโปรตีนสูง มีสารแอนติออกซิแดนซ์ช่วยยับยั้งและป้องกันมะเร็ง - ธัญพืชขงดื่ม แคลอรี่ต่ำ มีไฟเบอร์สูงช่วยในการลดน้ำหนัก มีวิตามิน เอ บี12 บำรุงสมองและสายตา - มีสาร GABA ป้องกันอัลไซเมอร์ ช่วยลดความดัน - บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องและมีช่องข้างใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ขนมขบเคี้ยว 	เป็นของว่างแคลอรีต่ำ - ประกอบไปด้วย ธัญพืชกรอบมี 3 รส ได้แก่ รสช็อคโกแลต, รสเงาะและรสชาเขียวบรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกมีซิปล็อก - มะขาม เป็นสุขมี 3 ชนิดคือ มะขามแก้ว มะขามหวาน มะขาม 3 รส บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องพลาสติก
--	---

จากสินค้าที่มีนั้นยังไม่มากพอที่จะแนะนำด้านโภชนาการได้ครบถ้วน จึงควรเพิ่มหมวดหมู่ของอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ เพื่อสารอาหารที่ครบถ้วนและหลากหลายให้ผู้บริโภคสามารถได้รับความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับ การบริโภคอาหารที่เหมาะสมได้ครบทุกด้านและสามารถปฏิบัติตามได้มากยิ่งขึ้น จึงเพิ่มสินค้าเพื่อเป็นการเสนอแนะดังนี้

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติมของตราสินค้า “เป็นสุข”

1. ข้าว/แป้ง	เพิ่มสินค้าประเภทแป้งอย่างอื่นนอกจากข้าว ได้แก่ - ขนมปังโฮลวีต - ข้าวโพด - มันฝรั่ง
2. โปรตีน (เนื้อสัตว์,นม)	เพิ่มสินค้าประเภทแป้งอย่างอื่นนอกจากข้าว ได้แก่ - ขนมปังโฮลวีต - ข้าวโพด - มันฝรั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

3. ผัก	เพิ่มผักให้หลากหลายประเทศ โดยนำเสนอเรื่องของผักแต่ละสี เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้สารอาหารจากผักที่หลากหลาย ดังนี้ - ผักสีส้ม/เหลือง ได้แก่ แครอท, ฟักทอง - ผักสีแดง ได้แก่ มะเขือเทศ - ผักสีเขียว ได้แก่ คื่นห่าน, บลอคโคลี่, ผักกาดขาว
4. ผลไม้	เพิ่มสินค้าให้หลากหลายสีเช่นเดียวกับผัก เพื่อจะได้รับสารอาหารหลากหลาย และไม่ได้รับน้ำตาลมากเกินไปจากการกินชนิดเดียวซ้ำๆ ผลไม้สีแดง ได้แก่ สตรอเบอร์รี่, ชมพู ผลไม้สีม่วง ได้แก่ มังคุด, องุ่น ผลไม้สีเหลือง/ส้ม ได้แก่ กล้วยหอม, ส้ม, มะละกอ ผลไม้สีเขียว ได้แก่ ฝรั่ง
5. ไขมัน	น้ำมันปรุงอาหาร ได้แก่ - น้ำมันรำข้าว - น้ำมันมะกอก
6. เครื่องปรุง	แนะนำปริมาณโซเดียมที่ควรจำกัดในแต่ละเครื่องปรุง - ซีอิ๊ว - น้ำปลา - ซอสพริก - ซอสมะเขือเทศ
7. เครื่องดื่ม + ของว่าง	เครื่องดื่ม ได้แก่ ชาข้าว, ธัญพืชขงดื่ม ขนม ได้แก่ ธัญพืชอบกรอบ

2.2.2.2 ราคา (Price)

ใช้หลักการค้าที่เป็นธรรมต่อเกษตรกรและผู้บริโภค คำนวนให้เป็นราคาที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ ซื้อเพื่อบริโภคได้ทุกวัน ไม่ใช่ราคาสินค้าพรีเมียม

2.2.2.3 สถานที่จำหน่าย (Place)

ปัจจุบัน “เป็นสุข” มีร้านค้าขายสินค้าหลักอยู่ที่สุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร) กรุงเทพฯ และที่คลินิก ปัจจุบันมี 2 สาขา คือสาขาเจ้าฟ้าตะวันตก จ.ภูเก็ต , สาขาโชคชัย 4 กรุงเทพฯ และกำลังดำเนินการสร้างสาขาที่เชียงใหม่อยู่ในขณะนี้ มีการออกร้านตามงานสินค้าออร์แกนิกเป็นประจำ ทุกเดือน เช่นที่ K village, งาน Green Market ที่โรงพยาบาลปิยะเวท เป็นประจำทุกเดือน การออกร้านจะพิจารณาสถานที่จากกลุ่มลูกค้าของสถานที่จัดงาน ในโรงพยาบาลนั้นต้องมีผู้สนใจเรื่องสุขภาพแน่นอน ส่วนตาม community mall นั้นลูกค้าส่วนใหญ่มีความรู้ ใส่ใจดูแลร่างกาย สนใจผลิตภัณฑ์สุขภาพและมีกำลังซื้อ



ภาพที่ 2.4 ร้านค้าเป็นสุข ที่สุขุมวิท 23



ภาพที่ 2.5 คลินิกเป็นสุขสาขาโชคชัย 4 และชั้นวางสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.6 คลินิกสุขภาพเกิดและการจัดวางสินค้า



ภาพที่ 2.7 ตัวอย่างภาพการออกร้านนอกสถานที่

2.2.2.4 การส่งเสริมการขาย (Promotional)

มีการส่งเสริมการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ ทาง social media แพลตฟอร์มให้ข้อมูล ช่องทางสั่งสินค้าออนไลน์ผ่าน เว็บไซต์และ facebook มีการทำชุดของขวัญสินค้าตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันแม่ และปีใหม่ มีการเพิ่มสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆเข้าไปเพื่อสร้างความเข้าใจในการดูแลสุขภาพด้านการบริโภคอาหารมากขึ้น บอกวิธีบริโภคที่สมดุล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

ลักษณะของผู้บริโภคจะแบ่งเป็น 2 แบบคือ ผู้บริโภคที่มาจากคนไข้ที่คลินิก และ ลูกค้าทั่วไป

2.2.3.1 ลูกค้าจากคลินิก

จะเป็นวัยกลางคนถึงวัยชรา เป็นผู้ที่มีการเจ็บป่วยจึงมาใช้บริการ แต่เมื่อได้คุยกับแพทย์ ทำให้รู้ถึงแนวทางการรักษาสุขภาพ เมื่อลองซื้อผลิตภัณฑ์ไปบริโภคแล้วดีขึ้นจึงเกิดความสนใจและบอกต่อไปยังผู้อื่น โดยมากจะเป็นผู้ป่วยโรคเรื้อรัง เช่น เบาหวาน หัวใจ ความดัน จึงต้องดูแลและใส่ใจอาหารการกินเป็นพิเศษ อาหารที่ผู้ป่วยเรื้อรังต้องดูแลมีดังต่อไปนี้

2.2.2.2 กลุ่มลูกค้าทั่วไป

เป็นกลุ่มที่สนใจผลิตภัณฑ์สุขภาพมาจากการซื้อสินค้าที่งานสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีลักษณะดังนี้

- อายุประมาณ 35 ปีขึ้นไป เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย
- ค่อนข้างมีการศึกษา
- ฐานะปานกลางขึ้นไป
- มีครอบครัวแล้วหรืออาศัยอยู่กับครอบครัว
- ส่วนใหญ่ซื้อไปเพื่อบริโภคในครอบครัว
- ใส่ใจสุขภาพ

จากลักษณะของผู้บริโภคในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าเป็นเพียงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม คือกลุ่มที่สนใจสุขภาพ โดยมากเป็นวัยกลางคนขึ้นไป ซึ่งทางนโยบายของเป็นสุข ต้องการส่งเสริมด้านการ ป้องกัน และดูแลสุขภาพในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ให้มีการใส่ใจสุขภาพตั้งแต่อายุยังน้อย เพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพที่จะตามมาในอนาคต จึงควรมีการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของตราสินค้า

2.3 ข้อมูลของคู่แข่งร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในตลาด

วิเคราะห์ ภาพลักษณ์ และ ตำแหน่งทางการตลาดของคู่แข่ง เพื่อนำมาพิจารณาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยเลือกคู่แข่งมา 7 ตราสินค้า ได้แก่

2.3.1 Lemon Farm

บริษัท สักคมสุขภาพ จำกัด ถูกตั้งขึ้นเพื่อบริหารจัดการร้านเลมอนฟาร์ม ร้านค้าในปั๊มน้ำมัน บางจากที่นำผลิตภัณฑ์จากชุมชนมาขาย เพื่อสร้างตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชน โดยเริ่มทดลองเปิด ดำเนินการแห่งแรก ณ สถานีน้ำมันบางจาก ถนนประชาชื่น เป็นร้านสุขภาพโดยเป็นตลาดรับสินค้า ธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ สินค้าเกษตรแปรรูปจากชุมชนท้องถิ่น มาจำหน่ายตามแนวทาง เศรษฐกิจพอเพียง และเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยรองรับปัญหาการว่างงาน

ร้านเลมอนฟาร์มเป็นตลาดทางเลือกในการให้บริการและกระตุ้นการผลิตอาหาร และผลิตภัณฑ์ ที่ปลอดภัยจากสารเคมีเป็นพิษ โดยเฉพาะเกษตรธรรมชาติ มุ่งคัดสรรผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษคุณภาพ สูงเพื่อเป็นทางเลือกสุขภาพดีสำหรับผู้บริโภค โดยยึดหลักชีวิตและแม่โครโบโอดิกส์ (Macrobiotics) อาหาร Macrobiotics เป็นอาหารธรรมชาติที่มีผู้เรียกขานว่าเป็นอาหารต้านโรคร้าย โดยเฉพาะโรคมะเร็ง แท้ที่จริงแล้ว Macrobiotics เป็นวิถีสุขภาพทางเลือกที่พาเรากลับไปสู่การใช้ ชีวิตที่สมดุล สอดคล้องกับธรรมชาติ ซึ่งจะทำให้สุขภาพดีมีความสุขและมีชีวิตที่ยืนยาว ปรมาจารย์ ชาวญี่ปุ่น George Ohsawa เป็นผู้คิดค้นวิถี Macrobiotic ขึ้นจากรากฐานของอาหารธรรมชาติใน ศาสนาพุทธนิกายเซน

Macrobiotics เน้นเป็นพิเศษในเรื่องอาหาร ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพกายและใจของมนุษย์ โดย แนวคิดของ Macrobiotics จะพยายามคิดค้นวิธีพัฒนาอาหารเพื่อให้ได้คุณค่าสำหรับฟื้นฟูเซลล์ใน ร่างกายและไม่ยัดยัดให้อาหารสร้างภาระแก่ร่างกาย หรือทำร้ายจนร่างกายเราเหี่ยวรุนแรงออกจาก ความสมดุล

ผักผลไม้เกษตรอินทรีย์หรือออร์แกนิก ของร้านเลมอนฟาร์มมีหลากหลายชนิด เพราะทำกัน อย่างจริงจังจึงเรียกว่ามา “เลมอนฟาร์ม” เพียงร้านเดียวก็ได้ผักและผลไม้ไปครบตามใจอยาก ไม่ว่าจะเป็น มันฝรั่ง หอมหัวใหญ่กล้วยนานาชนิด บัทรูด มะเขียวม่วง หัวไชเท้า แดงกวา ต้นหอมญี่ปุ่น กะหล่ำปลี แครอท ปวยเล้ง ฯลฯ นอกจากผักผลไม้แล้ว ยังมีถั่วและธัญพืชต่างๆ ขนม เครื่องดื่มเพื่อ สุขภาพ สินค้าอุปโภคในชีวิตประจำวัน เครื่องสำอางและงานหัตถกรรมจากชาวบ้าน เป็นการสร้าง สุขภาพที่ดีแก่ผู้บริโภค และเกษตรกรผู้ผลิตก็มีชีวิตที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม สืบสานวัฒนธรรม การเกษตรแบบปลอดสารพิษ

ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง Lemon Farm

ตราผลิตภัณฑ์	
ประเภทสินค้า	
ภาพลักษณ์	ผัก,ผลไม้สด ข้าว ไข่ อาหารแห้ง เครื่องปรุง เครื่องดื่ม ขนม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย เครื่องสำอางค์ และสินค้า หัตถกรรม เครื่องครัวที่ใช้ในบ้าน - ร้านสุขภาพของคนเมือง เข้าถึงง่าย เป็นร้านสุขภาพของครอบครัว - มีสินค้ามีหลากหลาย มาจากธรรมชาติ ปลอดภัย - ช่วยเหลือเกษตรกร และ ชุมชน - ยึดหลัก ธรรมชาติ และ แมคโครไบโอติกส์ (Macrobiotic)
ช่องทางจำหน่าย	ร้านเลมอนฟาร์ม 10 สาขาทั่วกรุงเทพฯ
ข้อดี	- เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียงในด้านเกษตรอินทรีย์ - มีสินค้าหลากหลายให้เลือกสรร ทั้งสินค้าจากเกษตรกร ตราผลิตภัณฑ์อื่น และ - สินค้า house brand ตราของ lemon farm เอง - มีการจัดกิจกรรมด้านสุขภาพต่างๆให้กับสมาชิก
ข้อเสีย	- มีจำหน่ายที่เลมอนฟาร์มเท่านั้น - นอกจากการจัดกิจกรรม ตัวร้านยังไม่ได้ให้ข้อมูลเชิงโภชนาการมากนัก

2.3.2 ชีวจิตโฮม

เริ่มมาจาก ดร.สาทิส อินทรกำแหง ต้องการริเริ่มโครงการเกี่ยวกับสุขภาพโดยเห็นว่าคนไทยขาดความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะเรื่องอาหาร ทำให้สุขภาพโดยรวมย่ำแย่ลง และเนื่องจาก ดร.สาทิสเป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน Clinical Nutrition เคยรักษาตัวเองให้หายจากโรคมะเร็ง ด้วยวิถีชีวจิตจึงมีความตั้งใจที่จะนำความรู้ ความชำนาญในแนวทางชีวจิตเผยแพร่ต่อคนไทย เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุของปัญหาสุขภาพและทางแก้ไข พึ่งตัวเองได้ มีหลักคิด 5 ประการคือ

1. ใช้ชีวิตเรียบง่ายและพอดี
2. ใช้ชีวิตใกล้ชิดธรรมชาติ
3. ใช้ชีวิตเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่
4. สร้างความเป็นเลิศทางสุขภาพ
5. ไม่เอาไรต์เอาเปรียบซึ่งกันและกัน

ต่อมาอาจารย์ได้เพิ่มเติมหลักการให้ละเอียดชัดเจนมากขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักปฏิบัติตามแนวทางของชีวจิตอีก 5 ประการ เรียกว่า "ปัญจกิจ" ซึ่งเราต้องจัดการทุกข้อให้สมดุล นั่นคือ

1. ออกกำลังกาย
2. การกิน
3. การนอน
4. การทำงาน
5. การพักผ่อน

การดำเนินงานของชีวจิตโฮมจึงดำเนินงานในรูปแบบ คลินิกและศูนย์การเรียนรู้สำหรับ บำบัด ฟิ้นฟู ให้ได้มีทางเลือกในการดูแลสุขภาพ และมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้ทุกคนมีความรู้ และสามารถเยียวยาอาการเจ็บป่วยได้ด้วยตนเอง โดยมีทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญกำกับดูแลและทีมพี่เลี้ยงที่สร้างความอบอุ่นเสมือนเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง ชีวจิตโฮม

ตราผลิตภัณฑ์	
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ สมุนไพร วิตามิน อาหารเสริม ของใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าในการรักษาแบบชีวจิต เช่น ชุด detox อุปกรณ์ออกกำลังกาย มีทั้งผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของตนเองและตราสินค้าอื่นๆ
ภาพลักษณ์	- แพทย์ทางเลือก มีแนวคิดที่เป็นเอกลักษณ์ - วิถีธรรมชาติ - เป็นผู้เชี่ยวชาญ - อบอุ่น
ช่องทางจำหน่าย	ชีวจิตโฮม ซอย อรุณอมรินทร์39
ข้อดี	- การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ตั้งแต่การรักษา วิถีชีวิต การกิน - มีจัดกิจกรรมแนะนำการดูแลสุขภาพเป็นประจำ
ข้อเสีย	- เป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่ม - ร้านค้าไม่ได้ให้ข้อมูลโภชนาการเหมือนคลินิก

2.3.3 ดอยคำ

ราวปีพุทธศักราช 2507 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ทรงใช้เวลาในช่วงฤดูหนาวเสด็จแปรพระราชฐานไปจังหวัดเชียงใหม่ ทอดพระเนตรชีวิตของชาวบ้านบนดอยชาวไทยภูเขาในภาคเหนือประกอบอาชีพปลูกข้าวเพื่อบริโภคควบคู่กับการปลูกฝิ่น ซึ่งสร้างปัญหาการทำลายป่าไม่จากการทำไร่เลื่อนลอย และที่สำคัญคือปัญหาเสพติดที่แพร่หลายจากชุมชนชนบทไปสู่เมือง และกลายเป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศในยุคนั้น จากพระราชดำริที่ว่า “ถ้าจะให้ชาวเขาเลิกปลูกฝิ่นก็ต้องหาพืชอื่นที่ขายได้ราคาดีกว่า และมีความเหมาะสมจะปลูกในที่สูง มาให้ชาวเขาปลูกทดแทน” จึงเป็นที่มาในการริเริ่ม “โครงการหลวงพระบรมราชานุเคราะห์ชาวเขา” ในปี 2512 โดยทรงมอบหมายให้หม่อมเจ้าภีศเดชรชนีประธานอำนวยการโครงการหลวงฯ

การดำเนินการในระยะแรกของโครงการหลวงฯ นั้นได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งให้ความช่วยเหลือในเรื่องการศึกษาวิจัยหาพืชที่เหมาะสมต่อสภาพอากาศในพื้นที่ นอกจากนั้นยังมีหน่วยงานราชการอื่นๆ อีกหลายแห่งที่เต็มใจเข้าร่วมถวายงานอย่างไม่ย่อท้อ รวมถึงความร่วมมือจากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) ที่ให้เงินสนับสนุนโครงการหลวงฯ ตั้งแต่ปี 2516 จนถึงปัจจุบัน

ในปี 2535 โครงการหลวงได้เปลี่ยนสถานภาพจดทะเบียนเป็น “มูลนิธิโครงการหลวง” เพื่อให้เป็นองค์กรนิติบุคคล โดยมีหม่อมเจ้าภีศเดชรชนีดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการดำเนินการเพื่อสาธารณประโยชน์ และจัดตั้งบริษัทดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด เป็นนิติบุคคล ในปี 2537 มีสำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์และมูลนิธิโครงการหลวงเป็นผู้ถือหุ้น เปิดดำเนินการกิจการในเชิงธุรกิจ เพื่อรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากมูลนิธิฯ และเกษตรกรในพื้นที่ ด้วยราคาที่เป็นธรรมนำมาผลิตและจัดจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปภายใต้ตราสัญลักษณ์ “ดอยคำ” ในช่วงแรกนี้ บริษัทฯ เป็นผู้ริเริ่มและบุกเบิกตลาดข้าวโพดฝักอ่อนของไทยในต่างประเทศและรายได้จากการส่งออกผักผลไม้แปรรูปถือเป็นรายได้ที่สำคัญของบริษัทฯ

ต่อมาในปี 2543 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา จึงส่งผลให้ต้องปิดกิจการโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ 4 จังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยเป็นแหล่งที่มีพืชเพาะปลูกเข้าโรงงานน้อย และมีการผลิตน้อยที่สุด ปัจจุบันจึงมีโรงงานหลวงฯ ดำเนินกิจการเพียง 3 แห่งเท่านั้น ปี 2545 บริษัทฯ ปรับปรุงภาพลักษณ์ของสินค้าใหม่ปรับเปลี่ยนตราสินค้าให้ทันสมัย โดยคงสัญลักษณ์พระราชทานไว้ด้านบนตัวอักษรดอยคำ นอกจากนี้มีการปรับปรุงเครื่องจักรแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยมากขึ้นและขยายตลาดภายในประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้คนไทยได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและยึดมั่นในพระราชปณิธานที่ต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทยให้ดีขึ้น

ปัจจุบันผลผลิตภายใต้ตรา “ดอยคำ” เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคจำนวนมาก จึงมีการก่อตั้งร้านดอยคำเพื่อกระจายสินค้าให้ไปสู่มือผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและจำหน่ายในราคาที่เป็นธรรมกับผู้บริโภค

ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง ดอยคำ

ตราผลิตภัณฑ์	
ประเภทสินค้า	
ภาพลักษณ์	ขายผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าดอยคำและตราสินค้าอื่นๆที่อยู่ในโครงการหลวง เช่น น้ำผลไม้ ผลไม้อบแห้ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆจากผลไม้ ข้าวกล้องงอก ถั่วเหลือง น้ำผึ้ง และจำหน่าย ผัก ผลไม้ปลอดสารจากโครงการหลวงด้วย - เป็นสินค้าโครงการหลวง - ทำให้ผู้บริโภคศรัทธาและเชื่อถือ - สินค้าแปรรูปจากผลไม้ภาคเหนือ - ช่วยชาวไทยภูเขาและเกษตรกร
ช่องทางจำหน่าย	ร้านดอยคำหลายสาขาทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด, ซูเปอร์มาร์เก็ตในชั้นนำ
ข้อดี	- มีเอกลักษณ์องค์กรที่ดีและชัดเจน - มีสินค้าหลากหลาย
ข้อเสีย	- ไม่ได้เน้นการให้ข้อมูลทางด้านสุขภาพและโภชนาการ

2.3.4 เขาค้อทะเลภู

เมื่อตัดสินใจเบนเข็มจากธุรกิจก่อสร้างที่ทำมากว่า 10 ปี หลังจากประสบความสำเร็จระดับหนึ่ง สันธิ์ ชมดี ผู้บุกเบิกและสรรค์สร้าง “เขาค้อทะเลภู” ก็ตั้งคำถามกับตัวเองว่าทำอะไรเราจะอยู่ภายใต้ธรรมชาติหรือการเกิดแก่เจ็บตายซึ่งเป็นสัจธรรมของชีวิตได้อย่างมีความสุข คำตอบที่ได้คืออาหารเป็นเรื่องที่จับต้องได้ง่ายที่สุด เพราะเราสัมผัสได้อย่างเป็นรูปธรรมที่สุด ดังนั้นสิ่งที่ต้องทำคือการเกษตรซึ่งเป็นพื้นฐานของอาหารและความเป็นเด็กบ้านนอกและเห็นว่าความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและภูมิปัญญาที่ไม่ขาดตอน จึงเห็นว่าเกษตรธรรมชาติเป็นสุดยอดของเกษตรอินทรีย์ และลงมือทำนับจากนั้น ด้วยการเปลี่ยนแปลงผืนดินขนาด 200 ไร่ที่เต็มไปด้วยหญ้าคาและเกษตรเคมีที่เขาค้อในจังหวัดเพชรบูรณ์ ให้กลายเป็นพื้นที่ซึ่งอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพรรณไม้อันหลากหลายทางชีวภาพ และมุ่งสร้างสมดุลในระบบนิเวศให้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยไม่คิดจะทำเกษตรเชิงเดี่ยวซึ่งตอบโจทย์ตลาดใหญ่เพราะสวนทางกับวิถีธรรมชาติ

โดยมีหลักการ “5 ไม่ 3 ต้อง” คือ 1.ไม่ใช้สารเคมีทุกขั้นตอน 2.ไม่ปลูกพืชชนิดเดียว 3.ไม่เผาหรือตากดิน 4.ไม่ถือพืชและสัตว์เป็นศัตรู และ 5.ไม่ไถพรวนดินคือเป้าหมาย กับ 1.ต้องหลากหลายใกล้เคียงธรรมชาติเดิม 2.ต้องคลุมดิน และ 3.ต้องปลูกพืชมีกลืนแซม เพื่อดูแลสิ่งแวดล้อมเพราะธรรมชาติกับมนุษย์เป็นสิ่งเดียวกัน ต้องให้มากกว่าใช้ อย่างที่มหาตมาคานธี ปราชญ์และนักต่อสู้ของโลกพูดไว้ว่าทรัพยากรในโลกนี้มีเพียงพอสำหรับมนุษยชาติ แต่ไม่เพียงพอสำหรับมนุษย์คนเดียวที่ละโมภ

จากพืชพันธุ์ไม้หลายร้อยชนิดของที่นี่ ปัจจุบันมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์กว่า 300 รายการ โดยเน้นไปที่กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม

ตารางที่ 2.6 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง เขาค้อทะเลภู

ตราผลิตภัณฑ์	
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูป ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา และยาสมุนไพร 
ภาพลักษณ์	- มีชื่อเสียงทางด้านผลิตภัณฑ์ความงามและสปา - ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ - แนวคิดแบบธรรมชาติใช้วิถีการพึ่งพาตนเอง - สื่อถึงความเป็นไทย
ช่องทางจำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ ร้านสินค้าเฉพาะทาง
ข้อดี	- มีบริการหลากหลาย ทั้งรีสอร์ท ที่พัก อาหาร และสปา - มีเอกลักษณ์องค์กรที่ดี - บรรจุภัณฑ์ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
ข้อเสีย	ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกจากผลิตภัณฑ์ด้านสปา

2.3.5 ร้านกรีนสวนเงินมีมา

บริษัท สวนเงินมีมา จำกัด ผู้ประกอบการสังคมเป็นองค์กรธุรกิจอย่างใหม่ ประกอบด้วยองค์กรพัฒนาสังคมและนักธุรกิจที่ตระหนักถึงปัญหาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อมและศักยภาพด้านในของมนุษย์ จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินงานทั้งด้านธุรกิจและสังคมโดยมิได้หวังผลกำไรเป็นที่ตั้ง และผลกำไรที่ได้จะนำกลับไปส่งเสริมสนับสนุนองค์กรพัฒนาสังคมและชุมชนเป็นสำคัญ เป็นการตลาดเพื่อสังคมที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันถึงคุณค่าอย่างใหม่ในการดำเนินชีวิต โดยเชื่อว่าพลังของผู้บริโภคและจิตสำนึกเพื่อรับผิดชอบต่อของผู้ผลิตสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นต่อสังคมได้ การดำเนินงานของบริษัทมีหลายรูปแบบดังนี้

1. สำนักพิมพ์สวนเงินมีมา ผลิตหนังสือแนว “กระบวนทัศน์ใหม่” หรือ “หนังสือทางเลือก” ด้านการศึกษาของครุวมและวิทยาศาสตร์ใหม่ ศาสนธรรมและจิตวิญญาณ ชุมชนท้องถิ่นและชีวิตเมือง ที่สร้างสรรค์ ทางเลือกจากบริบทนิยมและการรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์
2. ร้านสวนเงินมีมา ร้านกรีนเล็กๆ บนย่านเมืองเก่า ที่นำเสนอความหลากหลายของชีวิต ทั้งวิถีการกิน การอยู่ และคุณค่าด้านจิตใจ ให้ผู้คนสัมผัสซึมซับผ่านอาหารใจ ที่นำเสนองานหัตถกรรมพื้นบ้านผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติที่โดดเด่นด้วย ภูมิปัญญาชาวบ้านและเครื่องศาสนพิธีจากชุมชนชาวธิเบตและประเทศภูฐาน ผ่านอาหารสมองจากหนังสือหลากหลายประเภท ที่เสริมสร้างความรู้และสร้างสรรค์แรงบันดาลใจ เพื่อสนับสนุนการวางรากฐานด้านวัฒนธรรมการอ่านผ่านอาหารกาย ที่ปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคด้วยมุมนิสัยคำสี่เหลี่ยม ที่คัดสรรจากผู้ผลิตรายย่อยและชุมชน พร้อมนำเสนอเมนูสุขภาพที่พิถีพิถันกับการคัดสรรวัตถุดิบที่สะอาดปลอดภัย
3. เครือข่ายตลาดสี่เหลี่ยมเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยง และขยายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคทั้งยังทำหน้าที่กระตุ้นจิตสำนึกและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจต่อการบริโภคที่ยั่งยืน มีการจัดตลาดนัดสี่เหลี่ยมในพื้นที่โรงพยาบาล อาทิ โรงพยาบาลปทุมธานี โรงพยาบาลมิชชั่น โรงพยาบาลบางโพ ศูนย์สุขภาพศาสตร์โรงพยาบาลธรรมศาสตร์ รังสิต โรงพยาบาลกรุงธน 1 และจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ งานสนทนาเกษตรอินทรีย์ พร้อมประชุมกรรมการและสมาชิกเครือข่ายตลาดสี่เหลี่ยม การเยี่ยมชมฟาร์มผู้ผลิต วารสารตลาดสี่เหลี่ยม และงานกรีนแฟร์ในช่วงปลายปี เป็นต้น
4. สำนักอิสระเพื่อศึกษาและวิจัยเรื่องความเป็นอยู่ที่ดี สืบเนื่องจากโครงการการเคลื่อนไหวเรื่องความสุขมวลรวมประชาชาติ (GNH Movement Project) ซึ่งได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2549 ด้วยเครือข่ายทั้งในและนอกประเทศ ได้ร่วมกับคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มูลนิธิเสรียอร์กเทศ-นาคะประทีป ศูนย์ภูฐานศึกษา ประเทศภูฐาน ได้ก่อตั้งสำนักอิสระเพื่อการศึกษาและวิจัยเรื่องความเป็นอยู่ที่ดี (School for wellbeing) ขึ้นเมื่อสิงหาคม 2552 โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ขบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงสู่สังคม ที่ยั่งยืน

ตารางที่ 2.7 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง สวนเงินมีมา

ตราผลิตภัณฑ์	
ประเภทสินค้า	สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป ทั้งอุปโภคและบริโภค มีสินค้าทดแทนกรรมของใช้จากชาวบ้านหลายตราสินค้าและตราสินค้าของตนเองด้วย และหนังสือทางเลือกจากสำนักพิมพ์สวนเงินมีมา 
ภาพลักษณ์	- ช่วยขับเคลื่อนสังคมด้านการเกษตรอินทรีย์และความเป็นอยู่แบบวิถีธรรมชาติ - เป็นผู้จัดการงานกรีนแฟร์ - อาหารสมอง อาหารใจ อาหารกาย - ธุรกิจทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่สนใจ - นำเชื่อถือ ผลิตภัณฑ์อาหารสะอาดปลอดภัย
ช่องทางจำหน่าย	ร้านสวนเงินมีมา ตลาดนัดสีเขียว
ข้อดี	มีเอกลักษณ์องค์กรที่ดี เป็นร้านหนังสือ ที่มีอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ เกษตรอินทรีย์จำหน่าย
ข้อเสีย	เป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่มเพราะค่อนข้างเป็นสินค้าทางเลือก นอกกระแส ไม่เป็นที่รู้จักทางด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

2.3.6 ร้านสบายใจ

ร้านสบายใจ จึงมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ส่งมอบสุขภาพดี ผ่านสินค้าจากธรรมชาติปลอดสารพิษ ส่งเสริมวิถีเศรษฐกิจพอเพียง สนับสนุนสินค้ากลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชน เป็นตัวกลางจากผู้ผลิต ส่งตรงถึงมือผู้รักสุขภาพอย่างแท้จริงจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพแบบครบวงจร ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค เปิดดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปี ในชื่อ "กรีนไลน์" ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายอาหารชีววิถีภายในศูนย์การค้าเสรีเซ็นเตอร์ โดย "กรีนไลน์" ได้มีการเปลี่ยนชื่อร้านเป็น "สบายใจ" ตั้งแต่ปี 2551 โดยถือได้ว่าเป็นความมุ่งมั่นสัญญาให้ลูกค้าของเราสบายใจได้ในคุณภาพของสินค้าทุกชิ้นที่เราได้เลือกสรรมาให้คุณ

"ร้านสบายใจ" เป็นร้านจำหน่ายสินค้าสุขภาพแนวใหม่ บริหารงานภายใต้บริษัทธรรมชาติเพื่อสุขภาพ จำกัด เกิดขึ้นด้วยความตั้งใจที่จะให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้สินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพจากธรรมชาติ ปลอดสารพิษ ซึ่งทุกผลิตภัณฑ์ล้วนผ่านการคัดสรรจากทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ ตามมาตรฐานคือ "มาจากธรรมชาติ เพื่อสุขภาพ ปลอดสารพิษ ถูกสุขอนามัย และมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค" ด้วยแนวคิดนี้จึงพยายามแสวงหา คัดสรร รวบรวม และนำเสนอสินค้าคุณภาพชนิดใหม่ๆ จากผู้ผลิตที่น่าเชื่อถือ (มากกว่า 500 ราย) จึงมีสินค้าให้เลือกสรรมากกว่า 5,000 รายการ อาทิ ผลิตภัณฑ์จากโครงการหลวง โครงการดอยน้ำซับ โครงการดอยคำ สมุนไพรปัญจะศรี โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และผลิตภัณฑ์จากสวนจิตรลดา เป็นต้น

นอกจากนี้ ทางร้านยังจำหน่ายสินค้า House-Brand ตราสบายใจ ที่ผ่านการผลิตและควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอนจากทีมนักโภชนาการด้านอาหาร อาทิ น้ำสมุนไพรธรรมชาติบรรจุขวด สมุนไพรอบแห้งปลอดสารพิษ รวมทั้งซูปเพื่อสุขภาพหลากหลายชนิด ได้แก่ ซุปงาดำ ซุปฟักทอง ซุปลูกเดือย ผสมสมุนไพรจีน ซุปถั่วงอก ซุปข้าวโพด เป็นต้น โดยสถานที่ผลิตได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP คุณจึงมั่นใจได้ในคุณภาพการผลิต

ตารางที่ 2.8 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง สบายใจ

ตราผลิตภัณฑ์	
ประเภทสินค้า	
ภาพลักษณ์	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาหารและเครื่องดื่ม ยาแผนโบราณ สมุนไพร ความงาม ของใช้ในบ้าน ทั้งตราสินค้าของตนเองและตราสินค้าอื่น - เข้าถึงง่าย สะดวก - เป็นร้านค้าที่ใส่ใจสุขภาพ
ช่องทางจำหน่าย	ร้านสบายใจตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ
ข้อดี	- มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย - มีโปรโมชั่นและส่วนลดสำหรับสมาชิก
ข้อเสีย	เป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่ม เอกลักษณ์องค์กรไม่ชัดเจน ทำให้ไม่โดดเด่นจากร้านค้าสุขภาพอื่น

2.3.7 ร้านเอเดน

เอเดน ได้ก่อตั้งขึ้นด้วยกลุ่มนักวิทยาศาสตร์การอาหารที่เล็งเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพ ในช่วงต้นปี 2542 โดย มีวัตถุประสงค์ช่วยในการส่งเสริมสนับสนุนและสนุนการผลิต จำหน่ายอาหารไร้สารพิษส่งเสริมและสนับสนุนการบริโภคอาหารไร้สารพิษภายในประเทศ ทั้งยังส่งเสริมทางการแพทย์ทางเลือกเพื่อการดูแลสุขภาพในแบบดูแลป้องกันสุขภาพก่อนเจ็บป่วย

ผลิตภัณฑ์อาหารทุกชนิดในเอเดน ผลิตขึ้นมาด้วยความตั้งใจและคำนึงถึงการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเป็นสำคัญโดยตั้งมั่นตามนโยบายหลักคือ ไม่ฉวยรังสี ไม่ใส่สารกันบูด ไม่ใส่ผงชูรส ไม่ใช้น้ำตาล ฟอกขาว ไม่มีฟอร์มาลิน ไม่เป็น GMO ไม่มีสารเคมี

ร้านเอเดน ได้มาตรฐานตามหลักออร์แกนิกดังนี้

- ผักผลไม้สดมาจาก 2 แหล่งปลูก คือ สวนโบทานิคฮัท ปลูกบนพื้นที่ 45 ไร่ อ.บางกรวย จ.นนทบุรี เป็นแหล่งปลูกพืชผักกว่า 40 ชนิด ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยสำนักงานเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย (มกท.)และที่ไร่ภูแสนดาว บนพื้นที่ 420 ไร่ ใน อ.สีคิ้ว จ.นครราชสีมา เนื่องจากสูงกว่าระดับน้ำทะเล 750 เมตร จึงเป็นแหล่งปลูกผักสลัดที่ดี รับรองโดย มกท. เช่นเดียวกัน

- ข้าวหอมมะลิไทยทั้งข้าวกล้อง ข้าวขาว และข้าวแดง ข้าวหอมนิล ปลูกบนพื้นที่ 13,000 ไร่ (2,000 เฮกเตอร์) โครงการ Aden Organic Jasmine Rice แหล่งปลูก ต.น้ำอ้อม อ.ดงแคนใหญ่ จ. ยโสธร ผ่านการรับรองการผลิตมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ "ปีซีเอส" นอกจากนี้ยังได้รับรองมาตรฐาน Fair Trade ด้วย

- องค์กร เอเดน อินเตอร์เนชั่นแนล ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกข้าว เลขที่ ข.322 และได้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกมาตรฐาน "ข้าวหอมมะลิไทย" เลขที่ ผค. 2140 จากกรมการค้าต่างประเทศ (กระทรวงพาณิชย์) จึงส่งออกข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ได้ทั่วโลกในมาตรฐาน "ปีซีเอส" อีกทั้ง บริษัท เอเดน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้รับเกียรติเป็นสมาชิกสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM)

ตารางที่ 2.9 ตารางแสดงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง เอเดน

ตราสินค้า	
ประเภทของสินค้า	ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอุปโภคและบริโภค เช่น ผัก ผลไม้สด ข้าว เครื่องดื่ม สินค้าทำความสะอาดร่างกาย ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทั้งตราสินค้า เอเดนและตราสินค้าอื่นที่คิดสรรมาจำหน่าย 
ภาพลักษณ์	- รักสุขภาพ เป็นกันเอง - ช่วยส่งเสริม สนับสนุน การผลิต และจำหน่ายอาหารไร้สารพิษ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ร้าน Aden ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด สินค้าออนไลน์
ข้อดี	มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ได้มาตรฐานออร์แกนิก มีร้านค้าหลายสาขา
ข้อเสีย	แม้จะมีหลายสาขาแต่เอกลักษณ์องค์กรไม่ชัดเจนทำให้ไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ได้บอกข้อมูลทางโภชนาการแก่ผู้บริโภค

2.4 วิเคราะห์และสรุปผลคู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ

จากคู่แข่งทั้งหมด นำมาวิเคราะห์ตำแหน่งทางตลาดได้ดังนี้



ภาพที่ 2.8 แผนภูมิแสดงตำแหน่งทางการตลาดของคู่แข่ง

จากแผนภูมิที่ 2.8 สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาร้านค้าและผลิตภัณฑ์ของเป็นสุขได้ดังนี้

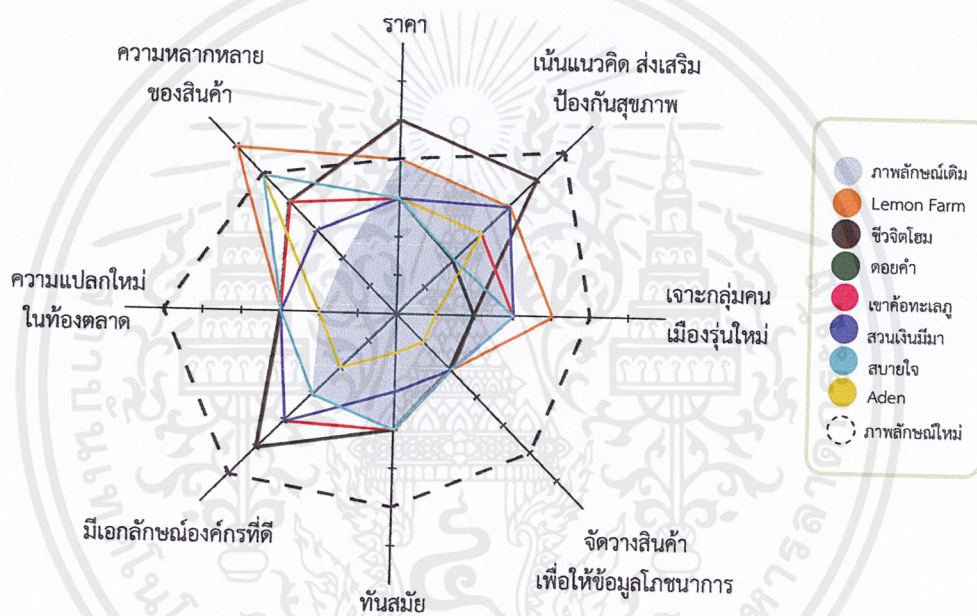
- 2.4.1 ด้านตำแหน่งทางการตลาด คู่แข่งในตลาดส่วนใหญ่จะเป็นร้านสินค้าเฉพาะทาง ทำให้เป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่มผู้ที่สนใจดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของทุกตราสินค้า แต่ควรหาแนวทางผลักดันสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพให้เข้าไปในตลาดมวลชนมากขึ้น สร้างความแตกต่างและดึงดูดความสนใจจากกลุ่มคนเมืองรุ่นใหม่โดยการแสดงออกให้เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพผ่านบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้ผู้บริโภครับรู้คิดแนวคิดของตราสินค้า
- 2.4.2 ด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้า จากแผนภูมิร้านค้าเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่จะสื่อสารเรื่องราวที่มาของสินค้าและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้าน คู่แข่งที่มีภาพลักษณ์ร่วมสมัยจะน้อยกว่ามีช่องว่าง

ทาง

การตลาดมากกว่า ยังสามารถสร้างความแตกต่างทางการตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้

2.4.3 ด้านแนวคิดของตราสินค้า ตราสินค้าอื่นๆจะเน้นด้านที่มาของสินค้า ที่มาจากธรรมชาติ การผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ “เป็นสุข” สามารถสร้างความแตกต่างได้จากแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพ ผลิตภัณฑ์และร้านค้าที่ให้ความเข้าใจทางด้านโภชนาการ บอกคุณค่าของสินค้าต่อสุขภาพร่างกาย ให้เข้าถึงคนสังคมเมืองที่ใช้ชีวิตรีบเร่งให้หันมาสนใจสุขภาพ

จึงนำข้อมูลวิเคราะห์และกำหนดช่องทางการวางตลาดใหม่ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.9 แผนภูมิแสดงตำแหน่งการกำหนดช่องว่างทางการตลาด

- ให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ผู้บริโภค
- มีเอกลักษณ์องค์กรที่ดี
- มีความแปลกใหม่
- ทันสมัย
- เข้าถึงกลุ่มคนเมืองรุ่นใหม่
- ความหลากหลายของสินค้า

2.5 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

2.5.1 ข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค

ทำการสอบถามผู้บริโภคถึงปัจจัยและพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารสุขภาพจำนวน 42 คน พบว่า

- ผู้บริโภค 39 คน จาก 42 คน เคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ
- อาหารที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมีดังนี้ ผักและผลไม้ 97% เครื่องดื่ม 42.96%,
ขนม/ของว่าง 38% อาหารเสริม 38% อาหารปรุงสำเร็จ 16% อาหารกึ่งสำเร็จรูป 11%
- สถานที่ที่มักซื้ออาหารเพื่อสุขภาพคือ ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ 85% ร้านสินค้าเฉพาะทาง 59%
- งานกรีนแฟร์ 36% สั่งสินค้าออนไลน์ 7% อื่นๆอีก 2%
- สาเหตุที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพคือ เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง 95%
ต้องการลดน้ำหนัก 40 % บริโภคอาหารมังสวิรัตเป็นประจำ 5%
- สาเหตุที่ไม่อยากบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพคือ หายาก 38% ราคาแพง 35%
ไม่อร่อย 21% ไม่มีข้อมูล ไม่รู้ว่าคืออะไร 19%

2.5.2 ข้อมูลวิจัยที่มีผลต่อการออกแบบ

2.5.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุขภาพ

จากงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุขภาพเพื่อสร้างกลยุทธ์สำหรับธุรกิจอาหารออร์แกนิกของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยสำรวจผู้บริโภคในเขตเมืองจำนวน 200 คน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมี 7 ปัจจัย คือ ลดความเสี่ยงปัญหาสุขภาพคุณภาพชีวิต, ออร์แกนิก, รสชาติ, ราคา, สิ่งแวดล้อม และการให้ข้อมูล และทำการวิเคราะห์กลุ่ม ผู้บริโภคพบว่าแบ่งได้ 5 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มสนใจสุขภาพแบบอิงกระแส (19.4%) (Health Concern as Trend)

กลุ่มนี้ไม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลดความเสี่ยงปัญหาสุขภาพและปัจจัยด้านการให้ข้อมูล มีช่วงอายุ 20-29 ปี ยังอยู่ในวัยเรียนและเริ่มทำงาน มีกำลังซื้อต่ำ รายได้เฉลี่ยประมาณ 10,000 - 15,000 บาท อาหารสุขภาพที่รับประทานเป็นประจำ มักจะอยู่ในกระแสที่มีการโฆษณา เช่น ไขมันต่ำ และมีแคลอรีต่ำ

2. กลุ่มใช้ชีวิตตามสบายโดยไม่มีการวางแผน (37.4%) (Easy Life without Plan)

กลุ่มนี้ไม่ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต มีช่วงอายุกว้าง ตั้งแต่ 20-49 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป รายได้เฉลี่ย 30,000-40,000 บาท อาหารสุขภาพที่บริโภคเป็นประจำ คล้ายกลุ่มแรก คือ อาหารไขมันต่ำและแคลอรีต่ำ นอกจากนี้ยังมีอาหารมังสวิรัตและอาหารชีวจิต

3. กลุ่มคำนึงถึงราคาก่อนแม้ใส่ใจสุขภาพ (12.9%) (Health Concern with Price Sensitive)

กลุ่มนี้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา แต่ไม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยด้านขอบออร์แกนิก ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี มีรายได้เฉลี่ยที่ 30,000-40,000 บาท อาหารสุขภาพที่บริโภคเป็นประจำจะเน้นผักผลไม้ รวมถึงอาหารสมุนไพรและอาหารมังสวิรัต

4. กลุ่มป้องกันโรคและบริหารเวลาเพื่อสร้างสมดุลชีวิต (27.7%) (Prevention Disease with Balance Life)

กลุ่มนี้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยด้านลดความเสี่ยง ปัญหาสุขภาพ กลุ่มนี้มีทั้งเพศหญิงและเพศชายโดยมีเพศชายมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ มีช่วงอายุกว้างกว่ากลุ่มอื่นๆคือ ตั้งแต่ 20-59 ปีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีกำลังซื้อสูงตามช่วงวัยและอาชีพอาหารสุขภาพที่บริโภคเป็นประจำคืออาหารที่มีไขมันต่ำและแคลอรีต่ำ

5. กลุ่มเคร่งครัดต่อการสร้างสมดุลเพื่อสุขภาพ (2.6%) (Strictly Discipline for Healthy Balance)

กลุ่มนี้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต ปัจจัยด้านออร์แกนิกและปัจจัยด้านการให้ข้อมูล แต่ไม่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านลดความเสี่ยงปัญหาสุขภาพและปัจจัยด้านรสชาติ จะเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาหารสุขภาพที่บริโภคเป็นประจำคืออาหารที่มีไขมันต่ำและมังสวิรัต

2.5.3 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการออกแบบ

จากการสำรวจทำให้พบว่า กลุ่มบริโภคส่วนใหญ่มีความเป็นห่วงสุขภาพของตนเองและสนใจในเรื่องของอาหารเพื่อสุขภาพแต่ไม่มีข้อมูลและขาดสื่อที่เข้าถึง ทำให้ไม่รู้ว่าจะเริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างไร ในกลุ่มคนรุ่นใหม่จะสนใจอาหารเสริม อาหารสำเร็จรูป ที่เป็นอาหารที่ผ่านการแปรรูปต่างๆ แต่จะไม่ได้ซื้อวัตถุดิบไปทำอาหารเอง ผู้บริโภคจำนวนมากบอกลถึงเหตุผลที่ไม่บริโภคอาหารเพื่อ

สุขภาพว่าหาร้านค้ายาก ไม่รู้แหล่งซื้ออาหารสุขภาพเพราะโดยมากจะซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ หรือร้านค้าสุขภาพที่อยู่ให้ห่างสรรพสินค้า

กลุ่มผู้บริโภคที่ตรงกับแนวคิดส่งเสริมป้องกัน ดูแลสุขภาพ ของเป็นสุขคือผู้บริโภคกลุ่มสนใจสุขภาพแบบอิงกระแสและกลุ่มใช้ชีวิตตามสบายโดยไม่วางแผน โดยเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเรียนถึงวัยทำงานตอนต้นเพราะ 2 กลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่ไม่ได้ซื้ออาหารสุขภาพเป็นประจำและยังคงบริโภคอาหารโดยไม่ได้นึกถึงโภชนาการและความเสี่ยงต่อการเกิดโรค ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจอาหารสุขภาพคือสื่อต่างๆ กลุ่มผู้บริโภคนี้ไม่ได้สนใจอาหารสุขภาพด้วยตนเองแต่เกิดจากสื่อและสิ่งแวดล้อมภายนอกต่างๆ จึงควรรหาช่องทางการขายใหม่ๆ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดและสามารถเข้าถึงกลุ่มคนเหล่านี้ได้ง่ายขึ้น

2.6 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

จากลักษณะของผู้บริโภคในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าเป็นเพียงกลุ่มที่สนใจสุขภาพตั้งแต่วัยกลางคนขึ้นไปเท่านั้น ซึ่งทางนโยบายของ “เป็นสุข” ต้องการส่งเสริมด้านการ ป้องกัน และดูแลสุขภาพในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ให้มีการใส่ใจ สุขภาพตั้งแต่อายุน้อย เพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพที่จะตามมาในอนาคต จึงต้องขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของตราผลิตภัณฑ์ดังนี้

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่สนใจเรื่องของสุขภาพ และเริ่มหันมาใส่ใจกับอาหารเพื่อสุขภาพแต่ยังขาดความรู้ด้านสินค้าและข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ ทำให้เกิดแนวทางขยายกลุ่มเป้าหมายให้ถึงกลุ่มบริโภคกลุ่มนี้มากขึ้น

2.6.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.10 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมายหลักของตราสินค้า

- อายุ 35 ปี ขึ้นไป อยู่ในวัยทำงาน สร้างฐานะ
- การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
- ฐานะปานกลาง-ดี รายได้ 18,000 บาทขึ้นไป
- มีความรู้และห่วงใยสุขภาพ
- มีชีวิตในสังคมเมือง ทันสมัย เปิดรับสิ่งใหม่ๆ
- เลือกสรรคุณภาพของสิ่งที่บริโภค

2.6.2 กลุ่มเป้าหมายรอง



ภาพที่ 2.11 ภาพแสดงกลุ่มเป้าหมายรองของตราสินค้า

- อายุ 20-30 ปี
- กำลังศึกษา หรือ วัยทำงานตอนต้น
- อาศัยอยู่ในสังคมเมือง
- มีความคิดที่อยากจะดูแลสุขภาพ
- ชอบความแปลกใหม่ ไม่ปิดกั้นตัวเอง
- ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์
- ทันสมัย ติดตามกระแสสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพและโภชนาการบำบัด

ศึกษาข้อมูลทางด้านโภชนาการที่เหมาะสมกับคนไทย เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และใช้ในการออกแบบการแนะนำข้อมูลให้กับผู้บริโภค

2.7.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสุขภาพและอาหาร

2.7.1.1 ความหมายของสุขภาพ

องค์การอนามัยโลก (2591) ให้ความหมายของ สุขภาพ หมายถึง ภาวะความสมบูรณ์ ของร่างกาย จิตใจ และการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมด้วยดี ไม่ใช่เพียงแต่ปราศจากโรค หรือทุพพล ภาพเท่านั้น (Health is defined as a state complete physical mental and social well-being and merely the absence of infirmity)

“Spiritual Well-being” หรือ สุขภาวะทางจิตวิญญาณเข้าไปในคำจำกัดความของสุขภาพ ดังนั้น สุขภาพหมายถึง ภาวะของการดำรงชีวิตที่มีความสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ รวมทั้งการอยู่ร่วมกันในสังคมได้ด้วยดี อยู่บนพื้นฐาน คุณธรรม และการใช้สติปัญญา

สุขภาพองค์รวม (Holistic Health) หมายถึงความสมดุลทั้งทางร่างกายจิตใจสังคมและจิตวิญญาณ ไม่เพียงแต่ไม่เจ็บป่วยหรือไม่มีโรค ยังครอบคลุมถึงการดำเนินชีวิตที่ยืนยาวและมีความสุขของทุกคนด้วย

2.7.1.2 ความหมายของอาหาร

อาหารและโภชนาการ เป็นปัจจัยหนึ่งในการดำรงชีวิต สิ่งมีชีวิตทุกชนิดต้องได้รับอาหารเพื่อบำบัดความหิว ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของร่างกายแต่สำหรับมนุษย์ อาหารยังเพิ่มความสุขในการดำรงชีวิตมากขึ้นซึ่งทางโภชนศาสตร์ได้ให้ความหมายของอาหารดังนี้

อาหาร (food) ในความหมายทั่วไปหมายถึง สิ่งที่บริโภคแล้วได้ประโยชน์กับร่างกาย นอกจากนี้ยังมีผู้แสดงทัศนะให้ความหมายของอาหารไว้แตกต่างกันดังนี้ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ได้กำหนด ความหมายของคำว่า อาหาร หมายถึง ของกินหรือสิ่งที่จำเป็นชีวิต

จากความหมายที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ไว้แล้ว สรุปได้ว่า อาหาร หมายถึง สิ่งที่น่าเข้าสู่ร่างกายแล้วมีประโยชน์ต่อร่างกาย อาหารที่ดีเมื่อบริโภคแล้วต้องให้พลังงานและสารที่จำเป็นต่อการ

ดำรงชีวิต การได้รับอาหารที่สมดุลในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอกับความต้องการของร่างกาย จะมีผลทำให้มีสุขภาพกายและจิตที่สมบูรณ์ ซึ่งในประเทศไทยได้มีการจัดแบ่งอาหารออกเป็น 5 หมู่

2.7.1.3 อาหารหลัก 5 หมู่

เนื่องจากไม่มีอาหารใดเพียงชนิดเดียวที่สามารถให้สารอาหารแก่ร่างกายได้อย่างครบถ้วน ดังนั้นนักโภชนาการจึงได้แนะนำให้รับประทานอาหารหลากหลายชนิดในแต่ละมื้อเพื่อที่ร่างกายจะได้รับสารอาหารครบทุกชนิด โดยจำแนกออกเป็น 5 หมู่ดังนี้

1. อาหารหมู่ที่ 1 ได้แก่ เนื้อสัตว์ต่างๆ นมไข่ และถั่วเมล็ดแห้งชนิดต่างๆ อาหารหมู่ที่ 1 ให้สารอาหารโปรตีนแก่ร่างกาย ทำให้ร่างกายเจริญเติบโตแข็งแรง ช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอและสร้างภูมิคุ้มกันโรคในร่างกาย
2. อาหารหมู่ที่ 2 ได้แก่ ข้าว แป้ง น้ำตาล ผัก ผลไม้ และอาหารต่างๆ ที่ทำจาก ข้าวหรือ แป้ง อาหารในหมู่นี้ให้สารอาหารคาร์โบไฮเดรตเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นอาหารที่ให้พลังงานงานที่สำคัญของร่างกาย
3. อาหารหมู่ที่ 3 ได้แก่ ผักต่าง ๆ ผัก คือ ส่วนของพืชที่สามารถนำมารับประทานได้ อย่างปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการของผัก พบว่าผักเป็นแหล่งของวิตามินและเกลือแร่ที่สำคัญ ได้แก่ วิตามินเอ หรือ เบตาแคโรทีน วิตามินซี แคลเซียม ฟอสฟอรัสและเหล็ก ผักเป็น อาหารที่มีไขมันในปริมาณต่ำมาก ผักที่กินรากและหัวเป็นแหล่งสะสมคาร์โบไฮเดรตพวกแป้ง นอกจากสารอาหารต่างๆ แล้วผักยังมีเส้นใยอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อการขับถ่ายอุจจาระ
4. อาหารหมู่ที่ 4 ได้แก่ ผลไม้ชนิดต่าง ๆ ผลไม้เป็นอาหารที่มีความสำคัญต่อสุขภาพ เพราะเป็นแหล่งสำคัญของสารอาหารในกลุ่มวิตามิน เกลือแร่และใยอาหาร
5. อาหารในหมู่ที่ 5 ได้แก่ ไขมัน และน้ำมันทั้งที่ได้จากพืช และสัตว์ ไขมันหรือน้ำมัน เป็นอาหารที่ให้พลังงานสูงสุด ในปริมาณน้ำหนักที่เท่ากันไขมันให้พลังงานสูงกว่าคาร์โบไฮเดรตและโปรตีนถึง 2 เท่า โดย ไขมัน 1 กรัม ให้พลังงานแก่ร่างกาย 9 กิโลแคลอรี ไขมันจะช่วยดูดซับอาหาร และทำให้อาหารมีลักษณะนุ่มได้ ประโยชน์ของไขมันนอกจากเป็นแหล่งพลังงานแล้ว ไขมันยังทำหน้าที่เป็นตัวทำละลายวิตามินที่ละลายในไขมัน ไขมันเป็นสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย แต่การบริโภคอาหารที่มีไขมันสูงจะ เสี่ยงต่อการเป็นโรคอ้วน ภาวะผนังหลอดเลือดแดงแข็ง โรคหัวใจและมะเร็งบางชนิดได้ ดังนั้น กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขแนะนำให้คนไทยควรได้รับไขมันจากอาหาร ไม่เกินร้อยละ 30 ของพลังงานที่ได้รับทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อให้มีสุขภาพที่ดีจึงต้องบริโภคอาหารให้มีปริมาณและมีคุณค่าทางโภชนาการที่เพียงพอกับความต้องการของร่างกาย โดยจะต้องได้รับสารอาหารและพลังงานในปริมาณที่ สมดุลไม่มากหรือน้อยเกินไปเพื่อ ไม่ให้เป็นโรคขาดสารอาหาร (under nutrition) หรือเป็นผู้ที่มี ภาวะโภชนาการเกิน (over nutrition) ดังนั้น ในประเทศไทยจึงมีการแนะนำให้ประชาชนกินอาหาร ให้ครบ 5 หมู่

2.7.1.4 ข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย

ข้อปฏิบัติการกินอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทย (food based dietary guidelines for Thai : FBDG) หรือโภชนบัญญัติ 9 ประการนี้ จัดทำโดยคณะกรรมการจัดทำข้อปฏิบัติการกิน อาหาร เพื่อสุขภาพที่ดี ของคนไทย ซึ่งมาจากกองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และ สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดลร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านอาหารและ โภชนาการเล็งเห็นว่าปัญหาโภชนาการของ คนไทยดังกล่าวนั้นเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุ แต่หนึ่งใน สาเหตุที่สำคัญคือ คนไทยส่วนมากยังไม่ได้รับการส่งเสริมให้มีพฤติกรรมการกินอาหารที่ถูกต้อง จึงทำ ให้ขาดความรู้และมีความเข้าใจในเรื่องการรับประทานอาหารที่ถูกต้อง เพื่อการมีภาวะ โภชนาการ และสุขอนามัยที่ดี จึงได้จัดทำข้อ ปฏิบัติการกินอาหารเพื่อ สุขภาพที่ดีของคนไทย หรือ โภชนบัญญัติ 9 ประการ ขึ้นโดยมีเนื้อหาที่สำคัญมีดังนี้

1. กินอาหารครบ 5 หมู่แต่ละหมู่ให้หลากหลายและหมั่นดื่มน้ำหนักตัว

เพื่อสุขภาพที่ดี ควรบริโภคอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ แต่ละหมู่ให้หลากหลาย คือ การกินอาหาร หลายๆ ชนิด เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารต่างๆ ครบในปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการ ถ้ากิน อาหารไม่ครบ ทั้ง 5 หมู่ หรือกินอาหารซ้ำซากเพียงบางชนิดทุกวัน อาจทำให้ได้รับสารอาหารบาง ประเภทไม่ เพียงพอหรือมากเกินไป ซึ่งอาหารในแต่ละชนิดจะประกอบด้วยสารอาหารต่างๆ ใน ปริมาณที่มากน้อยต่างกัน โดยไม่มีอาหารชนิดใดชนิดหนึ่งที่จะมีสารอาหารต่างๆ ครบในปริมาณที่ เพียงพอกับความต้องการของร่างกาย ดังนั้นในวันหนึ่งๆ เราต้องกินอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ ใน ปริมาณที่พอเหมาะ และในแต่ละหมู่ควรเลือกกินให้หลากหลายเพื่อให้ได้สารอาหารต่างๆ ครบ ตาม ความต้องการของร่างกาย อันจะนำไปสู่การกินดีมีผลให้เกิด “ภาวะโภชนาการดี”

น้ำหนักตัว เป็นเครื่องบ่งบอกถึงภาวะสุขภาพของคนเราว่าดีหรือไม่ เพราะแต่ละคน จะต้องมึน้ำ หนักตัวที่เหมาะสมตามวัยและได้สัดส่วนกับความสูงของตัวเอง ดังนั้นการรักษา น้ำหนักตัวให้อยู่ใน เกณฑ์มาตรฐาน โดยการกินอาหารให้เหมาะสมควบคู่ไปกับการออกกำลังกายที่เหมาะสมอย่างสม่ำเสมอจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง การมีน้ำหนักตัวที่ต่ำกว่าเกณฑ์จะทำให้ร่างกายอ่อนแอ เจ็บป่วยง่าย ทำให้ประสิทธิภาพการเรียน และการทำงาน ด้อยลงกว่าปกติ ในทางตรงกันข้าม หากมีน้ำหนักตัวที่มากกว่าปกติจะมีความเสี่ยงต่อ การเกิดโรคหัวใจ ภาวะไขมันในเลือดสูง โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูงและ โรคเมร็งบางชนิด เป็นต้น

ในการประเมินน้ำหนักตัวว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติหรือไม่นั้นสามารถทำได้หลายวิธี แต่วิธีที่ง่ายและที่นิยมมากที่สุด คือ การใช้ ดัชนีมวลกาย (body mass index) ในการ ประเมินภาวะโภชนาการของผู้ใหญ่ทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป วิธีการคำนวณ ดัชนีมวลกายสามารถคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$\text{ดัชนีมวลกาย} = \frac{\text{น้ำหนักตัว (กิโลกรัม)}}{\text{ส่วนสูง}^2 \text{ (เมตร)}}$$

ตารางที่2.10 การแปลผลค่าดัชนีมวลกาย

ค่าดัชนีมวลกายที่คำนวณได้	ภาวะโภชนาการ
น้อยกว่า 18.5	น้ำหนักน้อย หรือ ภาวะขาดสารอาหาร
ค่าระหว่าง 18.5 – 22.9	น้ำหนักปกติ หรือ ภาวะโภชนาการปกติ
ค่าระหว่าง 23 – 29.9	ภาวะโภชนาการเกิน
มากกว่า 30	โรคอ้วน

2. กินข้าวเป็นอาหารหลักสลับกับอาหารประเภทแป้งเป็นบางมื้อ

ข้าวเป็นอาหารหลักของคนไทยเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญที่ให้พลังงานสารอาหารที่มีมากในข้าว ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต และโปรตีน เราควรบริโภคข้าวกล้อง หรือข้าวซ้อมมือ ซึ่งเป็นข้าวที่ขัดสีแต่น้อย จะมีโปรตีน ไขมัน ไยอาหาร แร่ธาตุ และวิตามินใน ปริมาณที่สูงกว่าข้าวขัดขาว นอกจากข้าว ผลิตภัณฑ์จากข้าวและธัญพืชอื่นๆ ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน บะหมี่ วุ้นเส้น ตลอดจนขนมปังต่างๆ ให้พลังงานเช่นเดียวกับข้าว สามารถเลือกบริโภคได้ การบริโภค อาหารประเภทข้าวและแป้งในแต่ละวัน ควรคำนึงถึงปริมาณที่รับประทาน เพราะถ้าร่างกาย ได้รับมากเกินไปความต้องการแล้วจะสามารถเปลี่ยนเป็นไขมันเก็บไว้ตามส่วนต่างๆ ของ ร่างกาย เมื่อสะสมมากขึ้นจะทำให้เกิดโรคอ้วนได้ ควรกินข้าวเป็นอาหารหลักสลับกับอาหาร ประเภทแป้งเป็นบางมื้อพร้อมด้วยอาหารอื่นที่หลากหลายครบ 5 หมู่ ในสัดส่วนเหมาะสม และ ปริมาณที่เพียงพอ

3. กินพืชผักให้มากและกินผลไม้เป็นประจำ

พืชผักและผลไม้ เป็นแหล่งสำคัญของวิตามินและแร่ธาตุ รวมทั้งสารอื่นๆ ซึ่ง ล้วนแต่มีความจำเป็นต่อร่างกายที่จะนำไปสู่สุขภาพที่ดี เช่น โยอาหารช่วยในการขับถ่ายและนำโคเลสเตอรอลและสารพิษที่ก่อโรค มะเร็งบางชนิดออกจากร่างกาย ทำให้ลดการสะสมสาร เหล่านั้น นอกจากนี้ พืช ผัก ผลไม้หลายอย่างให้พลังงานต่ำ ดังนั้นหากกินให้หลากหลายเป็นประจำจะไม่ก่อให้เกิดโรค อ้วน สำหรับผู้ที่มีภาวะโภชนาการเกิน ควรจำกัด ปริมาณการกินผลไม้ที่มีรสหวานจัด เช่น ทุเรียน ละครุด ลำไย และขนุน เพราะมี น้ำตาลสูง เพื่อให้มีสุขภาพที่สมบูรณ์ และแข็งแรงจึงควรกินพืชผัก ทุกมื้อให้หลากหลายชนิด สลับกันไปเพราะการบริโภคผักที่หลากหลายจะทำให้ผู้บริโภคได้รับสาร อาหารอาหารต่างๆ ครบ เช่น ผักหรือผลไม้ที่มีสีน้ำเงิน ม่วง จะมีสารสำคัญชื่อแอนโธไซยานิน (anthocyanin) สาร กลุ่มนี้เป็นสารต้านอนุมูลอิสระช่วยชะลอความเสื่อมของเซลล์ ลดอัตราเสี่ยงของ การเกิด โรคหัวใจ ผักในกลุ่มนี้ได้แก่ กะหล่ำปลีม่วง มันสีม่วง ข้าวแดง ถั่วแดง มะเขือม่วง ลูกโหนด ลูกพรุน ราสเบอร์รี่ เป็นต้น ผักหรือผลไม้สีเขียว ให้สารที่สำคัญคือ คลอโรฟิลล์ และสารอื่นๆ เช่น แคโรทีนอยด์กลุ่ม ลูทีน (eutein) และซีแซนทีน (zeaxanthine) อินโดล (indoles) เป็นต้น ซึ่งเป็น สารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยป้องกันการเกิดโรคต่อกระเจก ผักในกลุ่มนี้ได้แก่ ผักคะน้า ผักโขม ผักปวยเล้ง ผักกาดหอม แตงกวาทั้งเปลือก ถั่วแขก ถั่วลันเตา เป็นต้น ผักหรือผลไม้สีแดง มีสาระสำคัญคือ ไลโคปีน (lycopene) ซึ่งเป็นแคโรทีนอยด์ที่ให้สีแดงพืชผักต่างๆ เช่น มะเขือเทศ พริกแดง แตงโม กระเจี๊ยบ มะละกอ หัวบีทรูท เซอร์รี่ โดยไลโคปีนเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยป้องกันการเกิดมะเร็งต่อมลูกหมาก ช่วยชะลอความเสื่อมของเซลล์ต่างๆ ในร่างกาย โดยเฉพาะผิวหนัง

สำหรับผลไม้ควรกินเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ เพราะเป็นแหล่งของวิตามิน เกลือแร่ และ โยอาหาร การบริโภคผลไม้ นอกจากจะจัดไว้บริโภคหลังอาหารแต่ละมื้อแล้ว ยังสามารถ จัดเป็น อาหารว่างได้ด้วย

4. กินปลา เนื้อสัตว์ไม่ติดมัน ไข่ ถั่วเมล็ดแห้งเป็นประจำ

ปลา เนื้อสัตว์ไม่ติดมัน ไข่ และถั่วเมล็ดแห้งเป็นแหล่งโปรตีนที่ดีโปรตีนเป็น สารอาหารที่จำเป็น ต้องได้รับในปริมาณที่พอเพียงทั้งคุณภาพและปริมาณ หน้าที่สำคัญของ โปรตีนคือเสริมสร้างร่างกาย ให้เจริญเติบโตแข็งแรง และซ่อมแซมเนื้อเยื่อซึ่งเสื่อมสลายให้อยู่ใน สภาพปกติ เป็นส่วนประกอบของ สารสร้างภูมิคุ้มกันโรคและให้พลังงานแก่ร่างกาย แหล่ง อาหารที่ให้โปรตีนที่สำคัญ ได้แก่

- ปลา เป็นแหล่งอาหารโปรตีนที่ดี ย่อยง่าย มีไขมันต่ำ ในเนื้อปลามี ฟอสฟอรัสสูง และถ้ากิน ปลาเล็กปลาน้อยรวมทั้งปลากระป๋องจะได้แคลเซียม ซึ่งทำให้กระดูก และฟันแข็งแรง นอกจากนี้ใน ปลาทะเลทุกชนิดมีสารไอโอดีนป้องกันไม่ให้เป็นโรคขาดไอโอดีน

- เนื้อสัตว์ไม่ติดมัน การเลือกบริโภคเนื้อสัตว์ที่ไขมันน้อย จะช่วยลดปริมาณ ไขมันที่ร่างกายได้รับจากอาหารมีผลนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดี เนื้อสัตว์ที่มีไขมันต่ำเช่นปลา ชนิดต่างๆ (ปลากะพงขาว ปลาทู ปลาทรายแดง ปลาเนื้ออ่อน ปลาอินทรี ปลาใบขนุน เป็นต้น) ลูกชิ้นปลา เนื้อสันในไก่ ไก่อ่อน เนื้อน่องไก่ที่ไม่มีหนัง เป็นต้น

- เป็นอาหารอีกชนิดหนึ่งที่มีโปรตีนสูง มีแร่ธาตุ และวิตามินที่จำเป็นและ เป็นประโยชน์ต่อร่างกายมากมายหลายชนิด ไข่เป็นอาหารโปรตีนที่มีราคาถูก หาซื้อได้ง่าย สามารถนำมาปรุงประกอบเป็นอาหารได้หลายชนิดทั้งอาหารคาวและหวาน การรับประทานไข่ต้องเหมาะสมกับวัย และไข่ที่รับประทานต้องปรุงให้สุก ไม่มีข้อกำหนดว่าควรกิน ไข่วันละเท่าไร มีเพียงข้อแนะนำการบริโภคไข่ให้พิจารณาเป็นรายๆ ไป โดยในเด็กและวัยรุ่น สามารถแนะนำให้กินไข่ได้วันละ 1-2 ฟอง วัยผู้ใหญ่กลางคนไม่ควรบริโภคไข่เกินสัปดาห์ละ 3 ฟอง ผู้สูงอายุควรหลีกเลี่ยงการบริโภคไข่แดง สำหรับผู้ป่วยโรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง ไม่ควรรับประทานไข่เกินสัปดาห์ละ 2 ฟอง

- ถั่วเมล็ดแห้ง เป็นแหล่งอาหารโปรตีนที่ดี หาง่าย ราคาถูก และมี หลากหลายชนิด ได้แก่ ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ถั่วดำ ถั่วลิสง เป็นต้น

5. ดื่มนมให้เหมาะสมตามวัย

นํ้ามนเป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ ประกอบไปด้วยแร่ธาตุที่สำคัญคือ แคลเซียมและฟอสฟอรัส ซึ่งช่วยให้กระดูกและฟันแข็งแรง นอกจากนี้ยังมีโปรตีน น้ำตาลแล็กโทส และวิตามินต่างๆ โดยเฉพาะวิตามินบีสอง ซึ่งช่วยให้ร่างกายแข็งแรง และทำให้ เนื้อเยื่อต่างๆ ทำหน้าที่ปกติ นํ้านมมีหลากหลาย ชนิดทั้งรสจืดและนํ้านมปรุงรสชนิดต่างๆ ซึ่งให้ คุณค่าทางอาหารใกล้เคียงกัน หญิงตั้งครรภ์ เด็กวัยเรียน ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุควรดื่มนมวันละ 1-2 แก้ว ควบคู่กับการออกกำลังกาย จะทำให้กระดูกแข็งแรง และชะลอการเสื่อมสลายของกระดูก

ในผู้ใหญ่บางคนที่ไม่ สามารถดื่มนมได้เนื่องจากเมื่อดื่มแล้วเกิดปัญหาท้องเดินหรือท้องอืด เพราะร่างกายไม่สามารถ ย่อยน้ำตาลแล็กโทสในนํ้านมได้ หรือเปลี่ยนเป็นการกินโยเกิร์ตชนิดครีม ซึ่งจัดเป็นนมเปรี้ยวชนิดหนึ่งในนมเปรี้ยวจะมีจุลินทรีย์ที่ สามารถย่อยน้ำตาลแล็กโทสในนํ้านมซึ่งช่วยลดปัญหาท้องเดินหรือท้องอืดดังกล่าวได้

6. กินอาหารที่มีไขมันแต่พอควร

ไขมัน เป็นอาหารที่จำเป็นต่อสุขภาพให้พลังงาน และความอบอุ่น อาหารแทบ ทุกชนิดมีไขมันเป็นส่วนประกอบมากแต่จะมีปริมาณมากน้อยต่างกันไปได้มีการแนะนำให้จำกัด พลังงานที่ได้จากไขมันในอาหาร แต่ละวัน โดยให้กินไขมันไม่เกินร้อยละ 30 ของพลังงานที่ได้รับ จากอาหารทั้งหมด ไขมันในอาหารมีทั้งประเภทไขมันอิ่มตัว ส่วนใหญ่ได้จากเนื้อสัตว์ หนังสัตว์ และไขมันไม่อิ่มตัวได้จากน้ำมันพืช

7. หลีกเลี่ยงการกินอาหารรสหวานจัดและเค็มจัด

ปัจจุบันคนไทยกินอาหารรสจัดและใช้เครื่องปรุงรสกันมาก เมื่อเทียบกับการกินอาหารของคนชาติอื่นๆ เครื่องปรุงรสทำให้อาหารมีรสชาติอร่อยเกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค แต่ถ้ากินอาหารรสจัดมากจนเกินไปจนเป็นนิสัยจะทำให้เกิดโทษต่อร่างกายได้ รสชาติอาหารที่ มักเป็นปัญหาและก่อให้เกิดโทษต่อร่างกายมาก คือ รสหวานจัดและเค็มจัด

คนทั่วไปชอบกินรสหวานจึงควรระมัดระวังการกินน้ำตาล โดยควรจำกัดพลังงานที่ได้จากน้ำตาล ในแต่ละวันอย่างมากที่สุดไม่เกินร้อยละ 10 ของพลังงานที่ได้รับจากอาหารทั้งหมด และไม่ควรงินน้ำตาลเกินวันละ 40-55 กรัมหรือมากกว่า 4 ช้อนโต๊ะต่อวันเพราะพลังงานที่ได้จากน้ำตาล ส่วนเกินจะไปเก็บสะสมไว้ในร่างกายหากได้รับเป็นประจำมีแนวโน้มว่าจะเป็นโรคอ้วนได้ รสเค็มในอาหารไทยได้จากการเติมเกลือแกง น้ำปลา ซีอิ๊ว เต้าเจี้ยวและยังได้ จากอาหาร หมักดอง เช่น ผักดอง ผลไม้ดอง ไข่เค็ม ปลาร้า ปลาเค็ม เป็นต้น นอกจากนี้ยังแฝง มากับอาหารอื่นเช่น อาหารประเภทขบเคี้ยว ขนมอบกรอบ การกินอาหารรสเค็มที่ได้เกลือแกง มากกว่า 6 กรัมต่อวันหรือมากกว่า 1 ช้อนชาขึ้นไป จะมีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคความดันโลหิตสูงและทำให้เกิดอาการบวมน้ำได้ จากข้อกำหนดสารอาหารที่ควรได้รับของคนไทยแนะนำ ว่าใน 1 วัน ไม่ควรได้รับโซเดียมเกิน 2,400 มิลลิกรัม

8. กินอาหารที่สะอาดปราศจากสารปนเปื้อน

พฤติกรรมเปลี่ยนจากการปรุงประกอบอาหารในครัวเรือนมาเป็นการซื้ออาหารปรุงสำเร็จ อาหารพร้อมบริโภค หรือซื้ออาหารที่ปรุงสำเร็จที่มีการจัดเตรียมส่วนประกอบมาปรุงในครัวเรือน อาหารเหล่านี้มักจะมีการปนเปื้อนและไม่สะอาด เป็นสาเหตุของอาหารเป็นพิษและเกิดอาการเจ็บป่วยด้วยโรคระบบทางเดินอาหาร หลักในการเลือกซื้ออาหารที่สะอาดปราศจากการปนเปื้อน ได้แก่ เลือกกินอาหารที่สดสะอาด ผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ มีกลิ่น รส และสีสันตามธรรมชาติ เลือกอาหารที่ ผ่านกระบวนการปรุง ประกอบให้สุกโดยใช้ความร้อน โดยเฉพาะอาหารประเภทเนื้อสัตว์ สำหรับ ผักและผลไม้ควรเลือกกินเฉพาะที่ผ่านการล้างให้สะอาดเท่านั้น สำหรับการเลือกซื้ออาหารที่ปรุง สำเร็จ อาหารบรรจุถุงสำเร็จ ควรเลือกซื้อจากร้านที่จำหน่ายอาหาร หรือ แผงลอยที่ถูกสุขลักษณะ หรือเลือกอาหารปรุงสำเร็จที่ปรุงสุกใหม่ มีการปกปิดกันแมลงวันหรือบรรจุในภาชนะ ที่สะอาด ปลอดภัย และมีการใช้อุปกรณ์หยิบจับอาหารหรือตักอาหารแทนการใช้มือ ในกรณี อาหาร พร้อมปรุง อาหารกระป๋องควรสังเกตจากฉลากเป็นสำคัญโดยฉลากจะต้องระบุชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหาร สถานที่ผลิต วันเวลาที่ผลิต หรือวันหมดอายุที่ชัดเจน

9. จดหรือลดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ปัจจุบันคนไทยมีแนวโน้มการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพิ่มสูงขึ้น พร้อมกับการเพิ่มการสูญเสียชีวิต และความพิการจากการขับขีพาทะขณะที่มีเมามา เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เป็นที่รู้จักกันดี ได้แก่ สุรา เบียร์ ไวน์ บรั่นดี สาโท และกระแช่ เป็นต้น การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เหล่านี้ในปริมาณเล็กน้อย ไม่เกิน 2 แก้ว (แก้วละ 5 ออนซ์) จะช่วยกระตุ้นความอยากกระตุ้นแต่การดื่มในปริมาณมากและเป็นประจำ ก่อให้เกิดโรคพิษสุราเรื้อรัง โรคตับแข็ง มะเร็งตับ มะเร็งทางเดินอาหาร แอลกอฮอล์จะมีฤทธิ์ต่อระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้ไม่สามารถควบคุมสติได้ ทำให้เสียการทรงตัว ประสิทธิภาพการทำงานลดลง เกิดความประมาท ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน และทำให้เกิดการ เสียชีวิตและพิการ

2.7.1.5 วิเคราะห์สรุปข้อมูลเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพทั่วไป

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า พื้นฐานของการมีสุขภาพที่ดี คือต้องรับประทานอาหารให้ครบ ทั้ง 5 หมู่ โดยแต่ละหมู่จะให้สารอาหารที่แตกต่างกันออกไป ผู้บริโภคจึงควรรับประทานอาหารแต่ละหมู่ ในปริมาณที่เหมาะสม ควรให้ข้อมูลผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการรับประทานอาหารในแต่ละหมู่ ให้ได้รับสารอาหารที่มีความหลากหลายและครบถ้วน รวมถึงควรเพิ่มปริมาณสินค้าในร้าน ให้ครบทั้ง 5 หมู่ นอกจากรับประทานครบ 5 หมู่แล้ว ควรให้ข้อมูลเรื่องการรับประทานให้สมดุลกับร่างกายตนเอง

2.7.2 แนวทางบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

2.7.2.1 แนวทางการบริโภคผัก ผลไม้

ควรบริโภคหลากหลายชนิด เพราะผักผลไม้ต่างๆให้คุณค่าที่แตกต่างกันไป การบริโภค ผักผลไม้ให้ครบ 5 สี ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ได้ประโยชน์ที่หลากหลาย ดังนี้

1. ผัก ผลไม้ สีเขียว - ผักผลไม้สีเขียวนี้มีสารที่ชื่อว่า คลอโรฟิลล์ (Chlorophyll) อุดมไปด้วยสารต่อต้านการ เกิดมะเร็งได้เป็นอย่างดี ทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่งสดใส ช่วยยับยั้งการเกิดริ้วรอย นอกจากนี้การทานผักผลไม้สีเขียวเป็นประจำจะช่วยให้การทำงานของระบบการขับถ่ายเนื่องจากมีกากใยมาก

2. ผัก ผลไม้ สีแดง - ผักผลไม้สีแดงเหล่านี้ มีสารที่ชื่อว่า ไลโคปีน (Cycopene) และ เบตาไซซีน (Betacycin) ซึ่งเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยป้องกันการเกิดมะเร็ง มีสารต่อต้านการเป็นมะเร็งต่อมลูกหมาก ช่วยลดปริมาณไขมันแอลดีแอลในเลือด นอกจากนี้ยังช่วยดูแลสุขภาพหัวใจ หลอดเลือดและระบบทางเดินปัสสาวะ

3. ผัก ผลไม้ สีเหลือง / ส้ม - มีสารต้านอนุมูลอิสระหลาย เช่น เบต้า-แคโรทีน ฟลาโวนอยด์ มีวิตามินซี ซึ่งช่วย ดูแลรักษาสุขภาพหัวใจ หลอดเลือด และระบบภูมิคุ้มกันในร่างกาย ลดโอกาสการเกิดมะเร็ง ช่วยกระตุ้นการกำจัดเซลล์มะเร็งของร่างกาย

4. ผัก ผลไม้ สีม่วง - มีสาร แอนโทไซยานิน (Anthocyanin) มีคุณสมบัติทำลายสารที่ก่อให้เกิดมะเร็ง ช่วยขยายหลอดเลือด ชะลอการอุดตันในเส้นเลือด ลดความเสี่ยงในการเป็นโรคหัวใจ และการเกิดอัมพาต

5. ผัก ผลไม้ สีขาว - ช่วย ชะลอความเสียหายของเซลล์และอวัยวะในร่างกาย มีฤทธิ์ต้านการอักเสบ ช่วยดูแลความดันเลือด และป้องกันโรคหัวใจหลอดเลือดอุดตัน

2.7.2.2 แนวทางการเลือกใช้น้ำมันในการปรุงอาหาร

น้ำมันสำหรับใช้ประกอบอาหาร เป็นส่วนหนึ่งของสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย ซึ่งจัดอยู่ในหมวดของไขมัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าน้ำมันจะมีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่หากไม่รู้วิธีใช้ และบริโภค น้ำมันเกินกว่าที่ ร่างกายต้องการ ก็อาจก่อให้เกิดโรคตามมาได้หลายโรค ยิ่งปัจจุบันมีน้ำมันวางขายมากมาย หลายชนิดหลายประเภท การเลือกซื้อเลือกใช้น้ำมันเพื่อบริโภค ก็ยังจำเป็นจะต้องศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดถี่ถ้วน

ประเภทของกรดไขมัน ในน้ำมันพืชทุกชนิดมีกรดอยู่ 3 ประเภท คือ

1. กรดไขมันอิ่มตัว(SFA) เป็นกรดไขมันที่เกาะตัวกันอย่างสมบูรณ์ เป็นต้นเหตุของการเกิดโรคหัวใจและโรคเส้นเลือดตีบได้ง่าย เช่น น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว
2. กรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงซ้อน(UFA) เป็นกรดที่ลดคอเลสเตอรอลที่ดีและไม่ดี เสี่ยงทำให้เกิดโรคหัวใจและโรคเส้นเลือดตีบได้ง่าย เช่น น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันข้าวโพด น้ำมันทานตะวัน
3. กรดไขมันไม่อิ่มตัวตำแหน่ง เดียว(MUFA) ช่วยลดคอเลสเตอรอลที่ไม่ดี(LDL-C) โดยเพิ่มคอเลสเตอรอลที่ดี(HDL-C) มีมากสุดในน้ำมันมะกอก รองลงมาคือน้ำมันคาโนลา และน้ำมันรำข้าว ตามลำดับ *น้ำมันพืชทุก ชนิดไม่มีคอเลสเตอรอล เพราะน้ำมันพืชไม่สามารถสร้างคอเลสเตอรอลเองได้

วิธีเลือกใช้น้ำมันในการปรุงอาหาร

การใช้น้ำมันปรุงอาหารจะต้องคำนึงถึงความร้อนที่ใช้ประกอบอาหารเป็นหลัก เพราะนอกจากจะทำให้อาหารเหล่านั้นมีรสชาติที่เท่ากันแล้ว การเลือกใช้น้ำมันให้เหมาะสมกับชนิดและประเภทของการปรุง อาหารจะทำให้เกิด ประโยชน์ต่อร่างกาย

- การผัด ซึ่งใช้น้ำมันเพียงเล็กน้อยหรือชุกชกจะใช้ น้ำมันชนิดใดก็ได้ เช่น น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันทานตะวัน น้ำมันข้าวโพด น้ำมันรำข้าว น้ำมันเมล็ดฝ้าย น้ำมันมะกอก หรือน้ำมันปาล์มโละอื่น

- การทอด อาหารที่ใช้ไขมันมาก และใช้ความร้อนสูงในการประกอบอาหาร ไม่ควรใช้มันพืชที่มีกรดไขมันไม่อิ่มตัวสูง เพราะจะทำให้เกิดควันได้ง่าย ไขมันเหม็นหืน และทำให้เกิดความหนืด เนื่องจากมีสาร "โพลีเมอร์" เกิดขึ้น ไขมันที่เหมาะสมสำหรับการทอดอาหารในลักษณะนี้ คือน้ำมันชนิดที่มีกรดไขมันอิ่มตัวสูง เช่น น้ำมันปาล์มหรือน้ำมันหมู เพราะนอกจากจะปลอดภัยจากสารพิษที่จะเกิดขึ้นจากการใช้น้ำมันผิดประเภทแล้วยังได้อาหารที่มีรสชาติดี

- ทำน้ำสลัด การทำน้ำสลัดประเภทต่างๆต้องใช้น้ำมันพืชที่ไม่แข็งตัวในอุณหภูมิต่ำ เป็นน้ำมันที่มีกรดไขมันไม่อิ่มตัวสูง เช่น น้ำมันข้าวโพด น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันมะกอก น้ำมันงา

2.7.2.3 แนวทางการบริโภคโซเดียม

โซเดียม คือ เกลือแร่ชนิดหนึ่งมีหน้าที่ควบคุมสมดุลของเหลวในร่างกาย โดยปกติไตสามารถขับโซเดียมส่วนเกินออกทางปัสสาวะ หากร่างกายได้รับปริมาณโซเดียมเกินอาจมีผลทำให้ความดันโลหิตสูง มีภาวะน้ำเกิน บวม น้ำท่วมปอด และอาจเกิดภาวะหัวใจล้มเหลวได้ ในผู้ป่วยโรคไตควรจำกัดปริมาณ โซเดียมไม่เกินวันละ 2,000 มิลลิกรัม ผู้ป่วยควรหลีกเลี่ยงอาหารและเครื่องปรุงที่มีปริมาณโซเดียมสูง ทั้งที่มีรสเค็มและไม่เค็ม โซเดียมในอาหารสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับดังนี้

1. อาหารโซเดียมต่ำ คืออาหารที่มีปริมาณโซเดียมตั้งแต่ 6-60 มิลลิกรัมต่อหนึ่งส่วนอาหารแลกเปลี่ยนหรือหนึ่งหน่วยบริโภค ใช้สัญลักษณ์เป็นสีเขียว
2. อาหารโซเดียมปานกลาง คืออาหารที่มีปริมาณโซเดียมตั้งแต่ 61-120 มิลลิกรัมต่อหนึ่งส่วนอาหารแลกเปลี่ยนหรือหนึ่งหน่วยบริโภค ใช้สัญลักษณ์เป็นสีเหลือง
3. อาหารโซเดียมสูง คืออาหารที่มีปริมาณโซเดียมมากกว่า 120 มิลลิกรัมต่อหนึ่งส่วนอาหารแลกเปลี่ยนหรือหนึ่งหน่วยบริโภค ใช้สัญลักษณ์เป็นสีแดง

ตารางที่ 2.11 ปริมาณโซเดียมในอาหารหมวดต่างๆ

หมวดอาหาร	ปริมาณโซเดียม (มิลลิกรัม) ต่ออาหารหนึ่งส่วน
หมวดผัก	15
หมวดเนื้อสัตว์	25
หมวดไขมัน	55

ตารางที่ 2.11 (ต่อ)

หมวดผลไม้	61-120
หมวดข้าวแป้ง	80
หมวดนมและผลิตภัณฑ์จากนม	80
หมวดเครื่องปรุง	250

ตารางที่ 2.12 ปริมาณโซเดียมในเครื่องปรุงต่างๆ

ชนิด	ปริมาณ	โซเดียม (มิลลิกรัม)
เกลือ	1 ช้อนชา	2,000
น้ำปลา	1 ช้อนชา	500
ผงปรุงรส	1 ช้อนชา	500
ผงชูรส	1 ช้อนชา	490
ซีอิ๊วขาว	1 ช้อนชา	400
ซอสปรุงรส	1 ช้อนชา	400
ผงฟู	1 ช้อนชา	340
ซอสหอยนางรม	1 ช้อนโต๊ะ	450
น้ำจิ้มสุกี้	1 ช้อนโต๊ะ	280
ซอสพริก	1 ช้อนโต๊ะ	220
น้ำจิ้มไก่	1 ช้อนโต๊ะ	210
ซอสมะเขือเทศ	1 ช้อนโต๊ะ	140

2.7.4 อาหารที่เหมาะสมกับผู้ป่วยโรคเรื้อรัง

จากการสัมภาษณ์นายแพทย์ผู้ก่อตั้งเป็นสุข พบว่าโรคเรื้อรังที่พบมากที่สุดได้แก่ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูงและโรคหัวใจ จึงคำนึงถึงอาหารที่เหมาะสมกับผู้ป่วยกลุ่มนี้เป็นพิเศษ

2.7.4.1 แนวทางการรับประทานอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน

โรคเบาหวาน คือ ภาวะที่ร่างกายมีระดับน้ำตาลในกระแสเลือดสูงกว่าปกติ เนื่องจากการขาดฮอร์โมนอินซูลินหรือมีภาวะดื้อต่ออินซูลิน เบาหวานเป็นโรคเรื้อรังที่มีผลต่อสุขภาพผู้ป่วยระยะยาว การควบคุมอาหาร เป็นวิธีการหนึ่งในการการรักษาและป้องกันโรคเบาหวานที่ดีที่สุด

อาหารผู้ป่วยเบาหวาน อาจได้แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 อาหารห้ามรับประทาน

อาหารที่มีน้ำตาลสูง น้ำตาลในที่นี้หมายถึง น้ำตาลที่เป็นคาร์โบไฮเดรตทุกชนิดที่มีรสหวาน ได้แก่ น้ำตาลโมเลกุลเดี่ยว (monosaccharide) น้ำตาลกลูโคส น้ำตาลฟรักโทส และน้ำตาลโมเลกุลคู่ (disaccharide) น้ำตาลซูโครส หรือที่เรารู้จักกันว่าน้ำตาลทราย

- อาหารที่มีน้ำตาลสูง เช่น ลูกกวาด ลูกอม ไอศกรีม ขนมเค้ก คุกกี้ ช็อกโกแลต นมข้นหวาน และนมหวานต่างๆ เช่น นมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง สังขยา รวมทั้งขนม น้ำแข็งไสที่ใส่น้ำกะทิ และน้ำเชื่อม เช่น ลอดช่อง ผลไม้เชื่อม ผลไม้กวน แยม เยลลี่ เป็นต้น

- ผลไม้ที่มีรสหวาน เช่น เงาะ ลำไย ทูเรียน มะม่วงสุก

- เครื่องดื่มที่มีน้ำตาลสูง เช่น น้ำอัดลม เครื่องชูกำลัง น้ำเกลือแร่ น้ำผลไม้ส่วนใหญ่ เช่น น้ำส้ม น้ำอุน่ น้ำแอปเปิ้ล ซึ่งมีน้ำตาลประมาณ 8-15% ยกเว้นน้ำมะเขือเทศ มีน้ำตาลประมาณ 1%

- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (alcoholic beverage) เช่น ไวน์ เบียร์

- นมรสหวาน นมเปรี้ยว นมถั่วเหลือง ครีมเทียม

ประเภทที่ 2 รับประทานได้ไม่จำกัดจำนวน ได้แก่

อาหารที่ให้พลังงานต่ำ และมีเส้นใยอาหาร (dietary fiber) มาก ซึ่งมีผลดีคือ ทำให้การดูดซึม น้ำตาลช้าลง ได้แก่ ผักใบเขียวทุกชนิด ผัก เช่น ผักคะน้า ถั่วฝักยาว ผักบุ้งจีน ถั่วงอก และเมล็ดแมงลัก ผักต่างๆ นำมารับประทานสด เป็นผักสลัด ยำ หรือนำมาปรุงอาหารเช่น เช่น แกงเลียง แกงจืด ผัดผัก เป็นต้น

ประเภทที่ 3 รับประทานได้แต่จำกัดจำนวน ได้แก่

คาร์โบไฮเดรตประเภทพอลิแซ็กคาไรด์ประเภทแป้ง ได้แก่ ข้าว ขนมจีน ก๋วยเตี๋ยว มักโรนี และสปาเกตตี้ การรับประทานอาหารคาร์โบไฮเดรตสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน มีปัจจัยที่ต้องพิจารณา 2 ประการคือ

1. ปริมาณเส้นใยอาหาร (dietary fiber) เช่น เมล็ดธัญพืช (cereal grain) ที่ไม่ขัดขาว เช่น ข้าวกล้อง ขนம்பังโฮลวีท และถั่วเมล็ดแห้ง

2. ไกลซีมิกอินเดกซ์ (glycemic index) ไกล ซีมิกอินเดกซ์ เป็นการวัดการดูดซึมของอาหารเปรียบเทียบกับอาหารมาตรฐาน ถ้าไกลซีมิกอินเดกซ์ เท่ากับ 100 แสดงว่าดูดซึมได้รวดเร็วเท่าอาหารมาตรฐาน ถ้าไกลซีมิกอินเดกซ์ต่ำกว่า 100 แสดงว่าดูดซึมได้ช้า ถ้าไกลซีมิกอินเดกซ์สูงกว่า 100 แสดงว่าดูดซึมได้มากกว่าอาหารมาตรฐาน อาหารที่ควรรับประทานในผู้ป่วยเบาหวาน คืออาหารที่มีไกลซีมิกอินเดกซ์ค่อนข้างต่ำ อาหารที่มีเส้นใยอาหาร ทำให้การดูดซึมอาหารช้าลง จึงควรรับประทานอาหารคาร์โบไฮเดรตประเภทที่มีเส้นใยอาหารสูง ควรได้รับเส้นใยอาหารทั้งหมดอย่างน้อย 40 กรัม/วัน

2.7.4.2 แนวทางการรับประทานอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง

หลีกเลี่ยงอาหารที่มีโซเดียมสูง ในคนที่มีสุขภาพดีจะได้รับคำแนะนำให้รับประทานโซเดียมไม่เกิน 2,400 มิลลิกรัมต่อวัน เพื่อป้องกันและควบคุมความดันโลหิต แต่สำหรับผู้ป่วยโรคความดันเลือดสูงจะได้ รับคำแนะนำให้รับประทานโซเดียมไม่เกิน 2,000 มิลลิกรัมต่อวัน โดยการลดอาหารเหล่านี้ซึ่งมีโซเดียมอยู่ในปริมาณสูง

- เครื่องปรุงที่มีรสเค็ม อาทิ เกลือป่น เกลือเม็ด น้ำปลา น้ำบูดู น้ำปลาร้า ซอสปรุงรส ซีอิ๊ว เต้าเจี้ยว เต้าหู้ยี้

- อาหารที่ผ่านการถนอมอาหาร อาทิ ปูเค็ม ปลาเค็ม เนื้อเค็ม ไข่เค็ม ผักดอง อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง หมูแฮม หมูแผ่น หมูหยอง กุนเชียง หมูยอ เบคอน

- สารปรุงแต่งอาหาร อาทิ ผงชูรส สารกันบูด สารฟอสเฟต หลีกเลี่ยงอาหารที่มีไขมันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาหารที่มีไขมันอิ่มตัวและคอเลสเตอรอลสูง เช่น ไขมันจากสัตว์ เพราะไขมันชนิดนี้จะไปอุดตันหลอดเลือด เป็นผลให้หัวใจบีบตัวแรงขึ้น ซึ่งจะทำให้ความดันโลหิตสูงขึ้นตามไปด้วย โดยหากจะรับประทานเนื้อสัตว์ให้เลือกเฉพาะส่วนที่ไม่ติดมัน และไม่รับประทานหนังสัตว์ หากเป็นไปได้ให้รับประทานเนื้อสัตว์ที่เป็นเนื้อขาว เช่น เนื้อปลา หรือเนื้อไก่ เป็นต้น เพราะมีคอเลสเตอรอลน้อยกว่าเนื้อแดง นอกจากนั้นให้เลือกกินปลาทะเลน้ำลึก ซึ่งมีกรดไขมันโอเมก้า 3 ที่มีประโยชน์และสามารถลดความดันโลหิตลงได้ นอกจากนั้นเนื่องจากช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือดได้ด้วย

- บริโภคผักและผลไม้สดมากขึ้นนอกจากจะมีโซเดียมในปริมาณต่ำแล้ว ยังมีใยอาหารที่ช่วย

ขัดขวางและชะลอการดูดซึมน้ำตาล ไขมัน และคอเลสเตอรอล จึงช่วยป้องกันการเกิดโรคความดันโลหิตสูงได้โดยควรบริโภคผักสดอย่างน้อยวันละ 3 ถ้วยตวง (หรืออย่างน้อย 1.5 ถ้วยตวงสำหรับผักสุก) (ควรเลือกผักผลไม้ให้ครบทุกสี เพื่อจะได้สารต้านอนุมูลอิสระครบทุกกลุ่ม)

2.7.4.3 แนวทางการรับประทานอาหารสำหรับผู้ป่วยโรคหัวใจ

ผู้ป่วยโรคหัวใจ โดยเฉพาะโรคเส้นเลือดหัวใจตีบตัน ควรได้รับการดูแลเอาใจใส่ในเรื่องการบริโภคอาหารอย่างเหมาะสม เพื่อมิให้โรคหัวใจลุกลามเป็นมากขึ้น ดังนี้

1. จำกัดการบริโภคอาหารที่มีไขมันที่เป็นอันตรายและโคเลสเตอรอล

ควรดื่มน้ำบริโภคอาหารประเภท เนย, มาการีนชนิดที่เป็น hydrogenated, สารที่ทำให้แป้งกรอบ, หลีกเลี่ยงการรับประทาน ครีม, เกรวี่ รวมทั้งในการประกอบอาหารก็ควรลดการใช้น้ำมันหมู น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว แต่เลือกใช้น้ำมันพืชชนิดที่มีไขมันไม่อิ่มตัวแทน เช่น น้ำมันมะกอก, น้ำมันข้าวโพด, น้ำมันถั่วเหลือง เป็นต้น

2. เลือกบริโภคอาหารโปรตีนประเภทที่มีไขมันต่ำ

อาหารหลายประเภทเช่น เนื้อสัตว์, เป็ดไก่, ปลา, นม, ไข่ เป็นแหล่งอาหารสำคัญที่ให้โปรตีน แต่บางชนิดจะมีปริมาณ ไขมันอิ่มตัวและโคเลสเตอรอลสูง ดังนั้นการเลือกบริโภคอาหารโปรตีน ควรเลือกในกลุ่มที่มีปริมาณ ไขมันต่ำ โดยเฉพาะไขมันอิ่มตัว และโคเลสเตอรอล ตัวอย่างเช่น ถ้าจะรับประทาน นมก็ควรเลือกนมพร่องมันเนย, นมสูตรไขมันต่ำ (low fat) มากกว่าที่จะทานนมสด, การรับประทาน เนื้อสัตว์ก็ควรเลือกรับประทานใน ส่วนที่ไม่ติดมัน, งดรับประทานในส่วนที่เป็นหนัง, งดการรับประทานเครื่องในสัตว์ เพราะมีปริมาณ โคเลสเตอรอลสูง การรับประทานไข่ก็ควรเลือกเฉพาะไข่ขาว งดรับประทานไข่แดงเนื่องจากมีปริมาณโคเลสเตอรอลสูง นอกจากนี้อาจเลือกรับประทานแหล่งอาหารที่เป็นโปรตีนที่ได้จากพืช เช่น อาหารประเภทถั่ว, ถั่วเหลือง, การรับประทานปลาโดยเฉพาะ ปลาทะเล เช่น ปลาแซลมอน นอกจากจะเป็นแหล่งโปรตีนที่สำคัญแล้ว ยังมีไขมันชนิดโอเมก้า-3 ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยลดไขมันไตรกลีเซอไรด์ในเลือด และป้องกันภาวะหัวใจวายได้ด้วย

3. รับประทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น

ผักและผลไม้ เป็นอาหารที่ให้พลังงานต่ำ แต่เป็นแหล่งของวิตามิน, แร่ธาตุ และเส้นใยอาหาร นอกจากนี้ยังมีสารที่เรียกว่า phytochemicals ซึ่งพบในพืช และช่วยป้องกันโรคหัวใจได้

4. เลือกรับประทานข้าวหรือผลิตภัณฑ์จากข้าวที่ไม่ได้ขัดสีเอารำออก (whole grain)

จะเป็นแหล่งสำคัญของเส้นใยอาหาร และยังมีวิตามินเกลือแร่หลายชนิด

5. บริโภคอาหารในปริมาณที่เหมาะสมกับการใช้พลังงานในแต่ละวัน

การบริโภคที่ไม่มากเกินไป ให้พอเหมาะและสมดุลกับการใช้พลังงานในแต่ละวัน จะช่วยป้องกันการเก็บพลังงานที่เกินพอในรูปของไขมัน อันจะทำให้เกิดโรคอ้วน ที่เป็นอันตรายทำให้เกิดโรคหัวใจตามมาได้

2.7.5 วิเคราะห์ข้อมูลทางโภชนาการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการออกแบบ

จากข้อมูลด้านสุขภาพและโภชนาการ นำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้

2.7.5.1 ด้านการส่งเสริม ให้ข้อมูลผู้บริโภค นำข้อมูลเรื่องข้อปฏิบัติการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ดีของคนไทยมาเป็นแนวทางในการแนะนำผู้บริโภคถึงสารอาหารที่เหมาะสม รวมถึงแนวทางในการบริโภคอาหารสำหรับผู้ป่วยเรื้อรัง

2.7.5.2 ด้านการพัฒนาตราสินค้า ใช้เป็นแนวทางในการเลือกผลิตภัณฑ์ภายในร้านเพิ่ม ให้ครบสารอาหาร 5 หมู่ และมีความหลากหลายทางโภชนาการมากขึ้น บอกข้อมูลด้านปริมาณของสารอาหารที่ควรได้รับเพื่อให้เกิดความสมดุล แก้ปัญหาการขาดสารอาหาร และการบริโภคที่เกินพอดี



บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการในบทที่ผ่านมา ได้นำเอาผลของการวิเคราะห์นั้นมาสร้างแนวความคิดทางการออกแบบ ทั้งแนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และกราฟิก ดังนี้

3.1.1 ที่มาของโครงการ

เกิดจากการที่ผู้ก่อตั้งตราสินค้าต้องการที่จะส่งเสริมเรื่องการดูแลสุขภาพ จึงเล็งเห็นว่าปัญหาสุขภาพส่วนใหญ่เกิดจากพฤติกรรมการบริโภค จึงต้องการแนะนำแนวทางการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ให้ผู้บริโภคได้เข้าใจ เห็นความสำคัญของการบริโภคอาหารให้เกิดความสมดุลและสามารถปฏิบัติตามได้

ปัจจุบัน “เป็นสุข” ให้การบริการด้านการดูแลสุขภาพที่นำเอาอาหาร วิถีธรรมชาติและแพทย์แผนปัจจุบันมาผสมผสานกัน เกิดเป็นร้านค้าและคลินิกเป็นสุข จึงเป็นที่มาของโครงการเสนอแนะออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์และระบบจัดวางสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยเห็นว่า “เป็นสุข” มีศักยภาพที่จะขยายร้านค้าให้มีสินค้าที่หลากหลาย สามารถให้ข้อมูลได้ครบทุกด้านและตัวร้านค้ามีความสำคัญในการให้ข้อมูลด้านการบริโภคอาหาร เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานของคลินิกเป็นสุข ส่งเสริมแนวความคิดป้องกัน ดูแลสุขภาพก่อนที่จะป่วย ให้ความสำคัญกับการซื้ออาหาร และเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับร้านค้าเป็นสุขให้แตกต่างและเป็นที่ยึดจำ

3.1.2 แนวความคิดของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Concept)

“Healthy Mind and Healthy Lifestyle” สินค้าและบริการของเป็นสุขผ่านการวิจัยเพื่อค้นคว้าพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองสุขภาพกายและใจที่แข็งแรง และผ่านขั้นตอนการผลิตที่คงคุณค่าสารอาหารครบถ้วน เพื่อเสริมสร้างวิถีชีวิตสุขภาพดีสำหรับคนทุกเพศทุกวัย



ภาพที่ 3.1 แสดง keywords ของตราสินค้า

3.1.3 แนวความคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Concept)

“Health Impact” สินค้าที่จำหน่ายต้องเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค เป็นอาหารที่อยู่ในชีวิตประจำวัน สินค้าที่ไม่ใช่อาหารเสริม ทุกคนสามารถรับประทานได้

3.1.4 เจาะใจความต้องการในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่างๆทำให้สรุปเจาะใจความต้องการ โดยแบ่งเป็น ด้านการให้ ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์และด้านการจัดวางสินค้ากับสภาพแวดล้อมภายในร้าน

3.1.4.1 ด้านการให้ข้อมูล

- บอกข้อมูลว่าบริโภคอย่างไรให้สมดุล
- ใน 1 วันควรบริโภคอะไรบ้าง
- บอกประโยชน์และคุณค่าของสินค้า
- ปริมาณอาหารต่อส่วนเพื่อเป็นแนวทางในการบริโภคอาหาร
- ปริมาณบริโภคที่เหมาะสม
- ผู้ป่วยจากคลินิก มีแนวทางในการรับบริโภคอาหาร รู้ว่าอะไรที่ควรบริโภคและไม่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.4.2 ด้านบรรจุภัณฑ์

- บอกประโยชน์และคุณค่าของสินค้า
- บอกปริมาณอาหารต่อส่วนเพื่อเป็นแนวทางในการบริโภค
- ไม่ over packaging
- สินค้ามีเอกลักษณ์ร่วมกัน
- เข้ากับหลักการ 2P2C คือ

1. ตอบสนองด้านการคุ้มครอง (Protection)

สามารถป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ทั้งด้านกายภาพและชีวภาพตลอดการใช้งานและไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย

2. ตอบสนองด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Promotion)

การสื่อสารให้ข้อมูลโภชนาการของผลิตภัณฑ์นั้นๆ บอกประโยชน์และสรรพคุณต่อสุขภาพ

3. ตอบสนองด้านการบรรจุ (Containment)

ขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับขนาดบรรจุไม่ฟุ่มเฟือย สามารถบรรจุสินค้าได้ดีตลอดการใช้งาน

4. ตอบสนองด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

คำนึงถึงลักษณะการใช้งาน ความสะดวกในการให้ข้อมูลโภชนาการและปริมาณที่เหมาะสม

3.1.4.3 ด้านการจัดวางสินค้าและสภาพแวดล้อมภายในร้าน

- จัดหมวดหมู่สินค้าและชั้นวางให้ง่ายต่อการหา ทุกคนสามารถเข้าใจได้ง่าย
- คำนึงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งผู้บริโภคทั่วไปและผู้บริโภคที่เป็นผู้ป่วย
- สภาพแวดล้อมของร้านส่งเสริมการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ มีภาพประกอบและกราฟิกเพื่อช่วยในการสื่อสารให้เข้าใจง่ายและเพิ่มความน่าสนใจ
- บรรยากาศในร้านสบายตา ดูผ่อนคลาย เป็นมิตร

3.1.5 แนวความคิดในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผ่านมาสามารถสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบเพื่อนำไปสู่การสร้าง
แนวทางการออกแบบได้ดังนี้

Design Concept : “ Healing Food Store”



ภาพที่ 3.2 แสดงอารมณ์แนวคิดทางการออกแบบ

นำเอาหลักโภชนาการรวมกับแนวทางการออกแบบให้เป็นร้านขายอาหารเพื่อสุขภาพ บรรเทา
อาการเจ็บป่วย ให้ข้อมูลกับผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารที่ช่วยส่งเสริมและรักษาสุขภาพ วิธีบริโภคที่ทำให้
มีสุขภาพแข็งแรง บริโภคเพื่อป้องกันโรคก่อนเกิดโรคและบริโภคอาหารให้สมดุลเหมาะสมกับตัวเอง
ลดความถี่ในการไปพบแพทย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Brand Character :

เอาใจใส่ มั่นคง น่าไว้วางใจ อ่อนโยน เป็นมิตร

- Nurturer : ภาพลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค คือ เอาใจใส่ ดูแล เป็นห่วง
- Guardian : วิธีการสื่อสารให้ข้อมูล มีความน่าเชื่อถือ เป็นผู้เชี่ยวชาญ
- Companion : ให้ความรู้สึกเหมือนเป็นเพื่อน ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย เป็นกันเอง



ภาพที่ 3.3 แสดงอารมณ์ของภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์

เป็นการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ โดยดึงเอาเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์เดิมมาใช้ในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับการออกแบบ โดยตราผลิตภัณฑ์ต้องสามารถสื่อสารถึงความหมายของ “เป็นสุข” ได้

3.2.1 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Sketch Logo)

การออกแบบขั้นแรกนี้ เน้นการสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารถึงชื่อ เป็นสุข สุขภาพที่ดี อาหารและธรรมชาติ



ภาพที่ 3.6 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ขั้นแรก (primary sketch)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2.1 วิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 3.7 ตราผลิตภัณฑ์เดิมของเป็นสุข

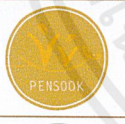
จากการวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์เดิมในภาพที่ 3.7 นั้น จะเห็นได้ว่าการใช้องค์ประกอบดังนี้ คือ ชื่อตราผลิตภัณฑ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็นเหมือนต้นไม้ปลูกเพาะความเป็นสุข ด้านล่างเป็นเหมือนดินที่รองรับต้นไม้ ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ สุขภาพดี เนื่องจากยังคงต้องการคงเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเดิมจดจำได้ จึงเห็นว่าตราผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น สร้างความแตกต่างจากร้านอาหารสุขภาพอื่นๆ และสร้างเอกลักษณ์ร่วมของตราผลิตภัณฑ์ จึงทำการออกแบบเพื่อนำมาวิเคราะห์เลือกแบบที่เหมาะสม โดยใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้

- สื่อถึงแนวคิดองค์กร
- ให้ความรู้สึกสุขภาพดี
- จดจำง่าย
- นำไปใช้งานได้ดี
- สื่อถึงภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์
- ดูสดใสมากขึ้น

ตารางที่ 3.1 แสดงที่มา วิธีการ และแบบร่างของตราสัญลักษณ์

ที่มา	SKETCH			
สุขภาพดี มีความสุข + ธรรมชาติ	1 	2 	3 	
อาหาร + ธรรมชาติ	4 	5 		
ธรรมชาติ + สมดุล	6 	7 	8 	9 

ตารางที่ 3.2 แสดงการเปรียบเทียบและให้คะแนนในเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องในการออกแบบตราสัญลักษณ์

ตราสัญลักษณ์	สื่อแนว คิดองค์กร	จดจำง่าย	ภาพลักษณ์ ผลิตภัณฑ์	สุขภาพดี	นำไปใช้ งานได้ดี	ดูสดใส มากขึ้น	รวม
	4	3	3	3	3	3	19
	4	4	3	3	3	4	21
	4	4	4	3	5	3	23
	2	3	2	2	1	4	14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

	2	2	1	1	1	3	10
	3	4	4	3	4	2	20
	4	3	3	4	3	2	19
	3	5	4	4	5	2	23

สรุป : แบบที่ถูกเลือกในครั้งที่ 1 คือ แบบที่ 3 และ แบบที่ 9 ซึ่งทั้งสองแบบนำเอกลักษณ์จากตราผลิตภัณฑ์เดิมมาใช้ ให้ดูแปลกใหม่และเป็นที่จดจำได้ง่ายมากขึ้นจึงนำแบบทั้งสองมาพัฒนาในครั้งต่อไป

3.2.1 การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ขึ้นพัฒนาการออกแบบ (Develop Sketch Logo)

ทำการพัฒนาแบบจากภาพร่างที่ถูกเลือกในครั้งที่ 1 โดยนำเอกลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์เดิมมาเพิ่มสีสันเปลี่ยนรูปแบบให้น่าสนใจ มีความสดใสมากขึ้น และแตกต่างไปจากตราผลิตภัณฑ์ของร้านค้าเพื่อ สุขภาพอื่นๆ เพื่อเลือกแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ดังภาพที่ 3.8



ภาพที่ 3.8 ตราผลิตภัณฑ์ที่นำมาพัฒนาต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- วิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ลำดับที่ 2 มีความลงตัวมากที่สุด สามารถสื่อสารถึงอาหารที่มาจากธรรมชาติได้ชัดเจนน่าจดจำมากกว่าแบบอื่นๆดังในภาพที่ 3.9



ภาพที่ 3.9 ตราผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการเลือกสื่อสาร “เป็นสุข” ได้ชัดเจนที่สุด

3.3 การพัฒนาแนวคิดการออกแบบการจัดวางสินค้า บรรจุภัณฑ์และกราฟิก

3.3.1 แนวทางการออกแบบที่ 1 (Route 1) : Your Nutritionist Friend

ใช้หลักโภชนาการที่เข้าใจได้ง่ายในการสื่อสารให้ข้อมูล ให้ความรู้สึกเหมือนมีเพื่อนที่คอยแนะนำให้มีสุขภาพที่ดี จัดร้านโดยแบ่งสินค้าตามหมู่อาหารให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ง่าย

3.3.1.1 ด้านการออกแบบการจัดวางสินค้า

พัฒนาชั้นวางสินค้าและสภาพแวดล้อมภายในร้าน เนื่องจากร้านเดิมมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด การเพิ่มสินค้าจึงต้องทำการจัดพื้นที่ร้านใหม่เพื่อให้พื้นที่เพียงพอต่อการจัดชั้นวางสินค้าและการให้ข้อมูล



ภาพที่ 3.12 (ต่อ)

- ส่วนแรกคือ กราฟิกรบอกข้อมูลวิธีการบริโภคให้สมดุล คือปริมาณพลังงานของอาหารที่บริโภคให้ สมดุลกับพลังงานที่ต้องใช้ในแต่ละวัน แต่ต้องหมั่นวัดน้ำหนักตัวให้เหมาะสมโดยวัดจากค่าดัชนีมวลกายหรือ BMI

อ้วนหรือยังนะ
วิธีได้อาหารหนักน้อยจนเกินไป (Body Mass Index)

BMI = น้ำหนัก (กิโลกรัม) / ส่วนสูง² (เมตร)

BMI	ภาวะน้ำหนัก
ต่ำกว่า 18.5	น้ำหนักน้อย
ระหว่าง 18.5-22.9	ปกติ
ระหว่าง 23-29.9	น้ำหนักเกิน
มากกว่า 30	อ้วน

ถ้าอยู่ในเกณฑ์ปกติแสดงว่าอาหารสมดุลกับพลังงานที่ใช้ไป

กินอย่างไรในแต่ละวัน
สมดุลกับพลังงานที่ใช้ไป

พลังงานที่ได้รับในแต่ละวัน

เพศชาย	เพศหญิง
(1.0 x น้ำหนักตัว) + (6.25 x ส่วนสูง) - (5 x อายุ) + 5	(1.0 x น้ำหนักตัว) + (6.25 x ส่วนสูง) - (5 x อายุ) - 161
พลังงานที่ได้รับ	พลังงานที่ได้รับ

ปัจจัยที่มีผลต่อพลังงานที่ใช้ไป Activity factor

x 1.2	ท่านไม่ทำอะไรเลยทั้งวัน
x 1.375	ท่านทำอะไรเล็กน้อย เช่น เดิน 1-3 ชม
x 1.55	ท่านทำอะไรปานกลาง เช่น เดิน 3-5 ชม
x 1.725	ท่านทำอะไรหนัก เช่น เดิน 5-7 ชม
x 1.900	ท่านทำอะไรหนักมาก เช่น เดิน 7-9 ชม

ภาพที่ 3.13 แสดงกราฟิกแนะนำการบริโภคให้สมดุลและวิธีการคิดดัชนีมวลกาย

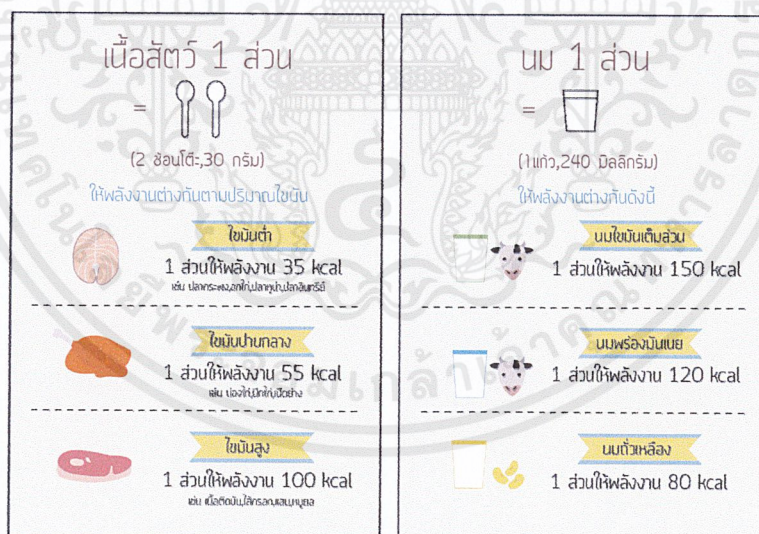
- กลุ่มอาหารประเภทข้าวและแป้ง กราฟิกรบอกวิธีการเลือกบริโภคคาร์โบไฮเดรตที่ดีและบอกพลังงานของอาหารแต่ละชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



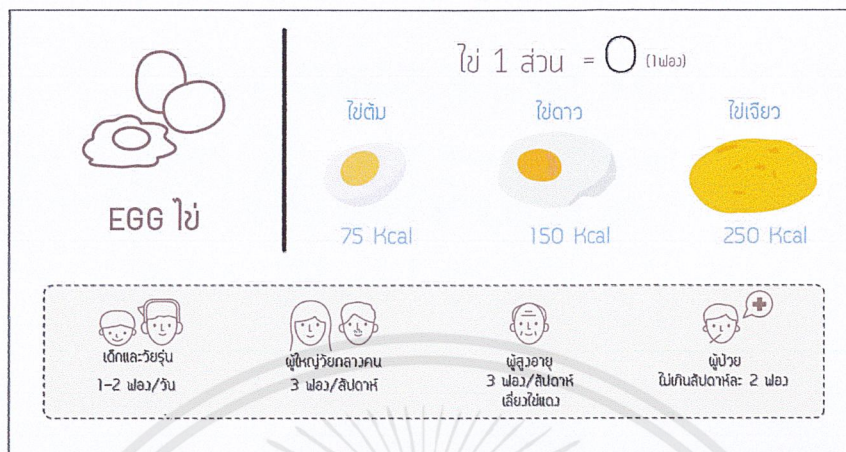
ภาพที่ 3.14 แสดงกราฟิกบอกข้อมูลอาหารในกลุ่มอาหารข้าว/แป้ง

- กลุ่มของอาหารประเภทโปรตีนแบ่งเป็น เนื้อสัตว์ นม และ ไข่ บอกพลังงานของอาหารแต่ละประเภทเพื่อแนะวิธีการกินให้สมดุลและจะได้เลือกบริโภคให้เหมาะสม



ภาพที่ 3.15 แสดงกราฟิกบอกอาหารข้อมูลในกลุ่มโปรตีน

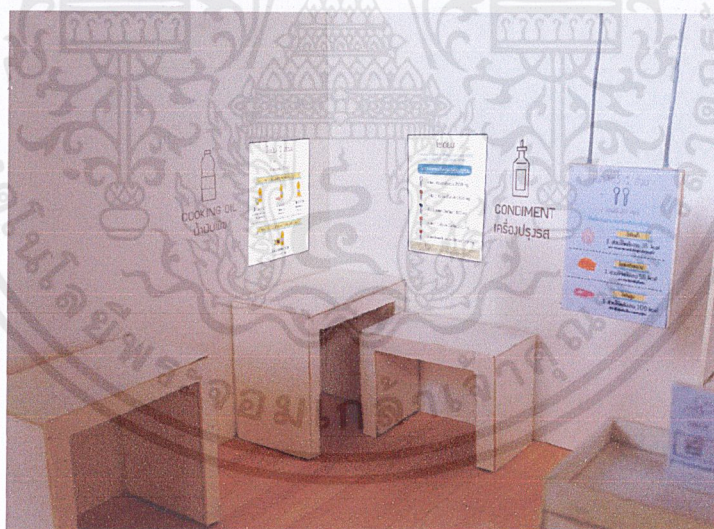
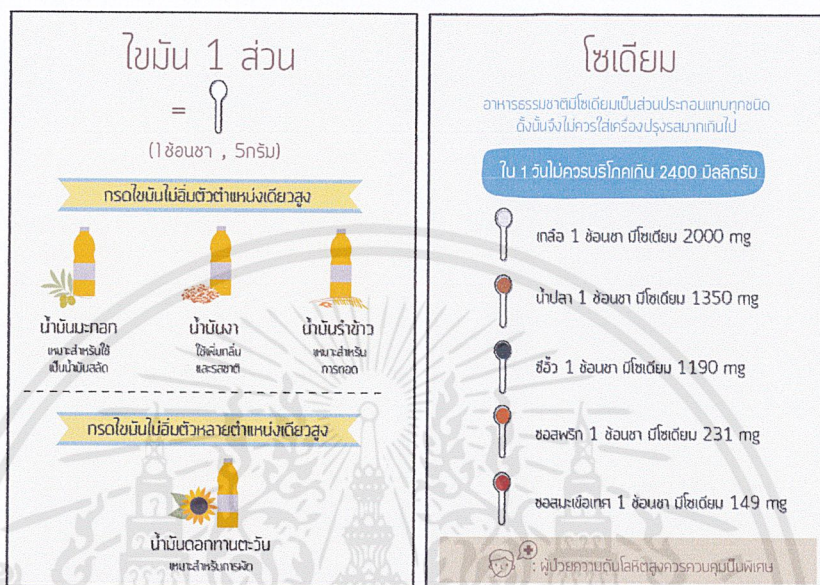
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.15 (ต่อ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กลุ่มไขมัน สีนํ้าคือ น้ำมันพืชที่ใช้ปรุงอาหาร แนะนำปริมาณพลังงานจากน้ำมันแต่ละประเภท และให้ข้อมูลว่าเหมาะกับการปรุงอาหารแบบใด และกลุ่มเครื่องปรุง แนะนำปริมาณโซเดียมที่เหมาะสม



ภาพที่ 3.17 แสดงกราฟิกบอกข้อมูลอาหาร กลุ่มน้ำมันพืชและเครื่องปรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.18 แสดงกราฟิกสภาพแวดล้อมของร้าน

3.3.1.3 ด้านบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

สื่อสารบอกข้อมูลทางโภชนาการโดยการออกแบบกราฟิกบน label ของสินค้าโดยบอก
ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดและปริมาณพลังงานต่ออาหารหนึ่งส่วนให้เชื่อมโยงกับข้อมูลที่บอก
ในร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

[illegible]

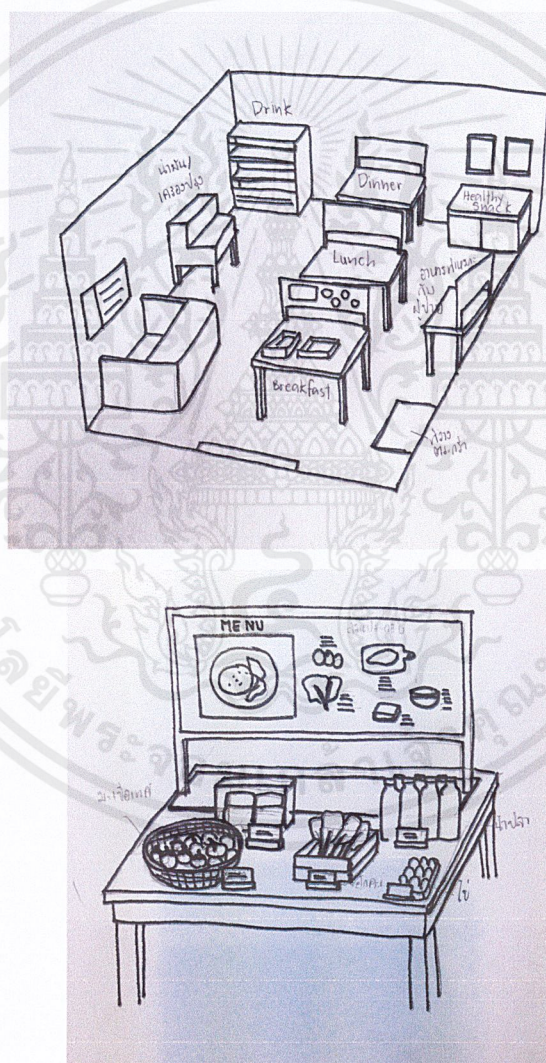
ภาพที่ 3.19 แสดงกราฟิกให้ข้อมูลสินค้าบนบรรจุภัณฑ์

3.3.2 แนวทางการออกแบบที่ 2 (Route 2) : Healthy Food & Life style

life style ที่ส่งเสริมการมีสุขภาพที่ดี ป้องกันการเจ็บป่วย แนะนำอาหารสุขภาพประจำวัน ให้เห็นว่าบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพเป็นเรื่องง่าย

3.3.2.1. ด้านการออกแบบการจัดวางสินค้า

การจัดพื้นที่ชั้นวางสินค้าภายในร้าน แบ่งกลุ่มอาหารเพื่อเป็นแนวทางบริโภคอาหารในชีวิตประจำวันแนะนำเมนูอาหารเพื่อสุขภาพและวัตถุดิบในการปรุงอาหาร แบ่งเป็น อาหารเช้า อาหารกลางวัน อาหารเย็น เครื่องดื่ม เครื่องปรุง อาหารว่าง และอาหารสำหรับผู้ป่วยโดยเฉพาะ



ภาพที่ 3.20 แบบร่างชั้นวางสินค้าในแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.2. ด้านการออกแบบกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อม (Environmental Graphic)

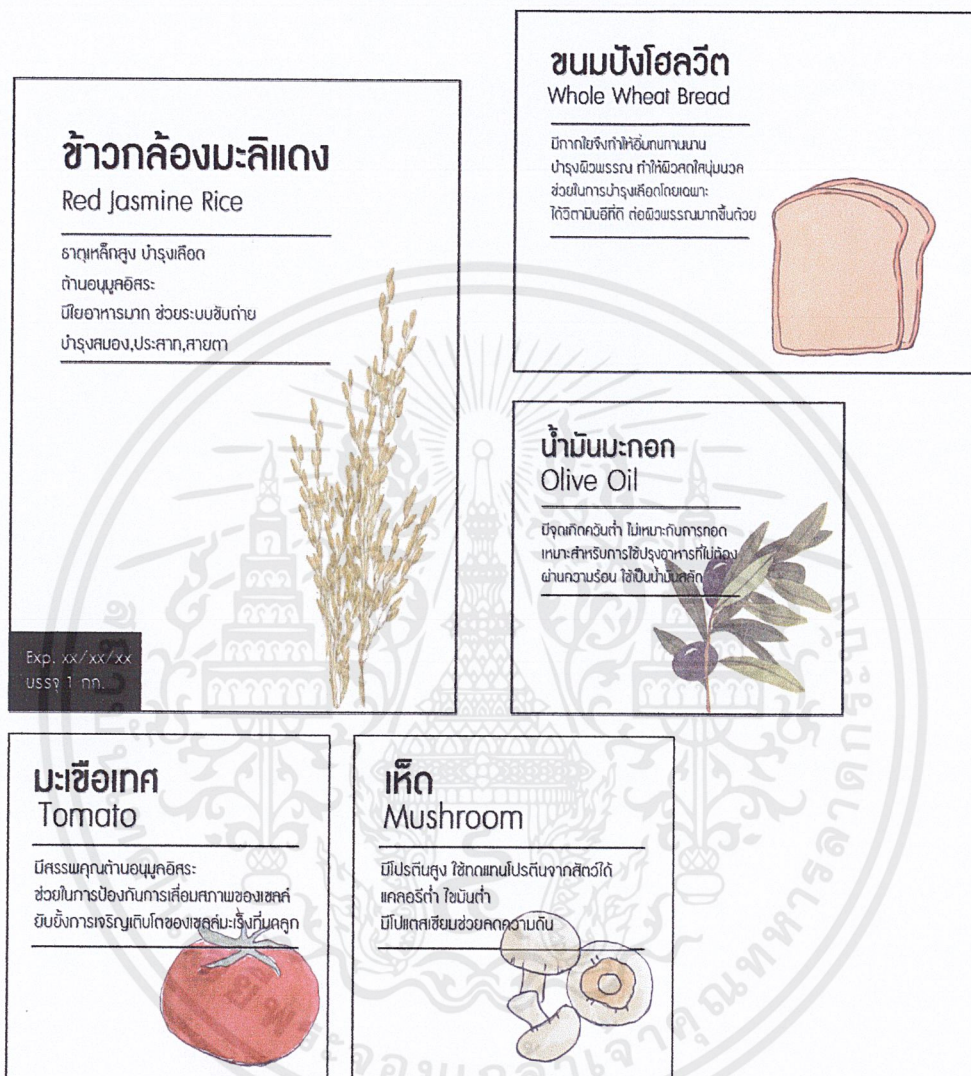
ส่วนของกราฟิกสภาพแวดล้อมภายในร้านใช้กราฟิกภาพประกอบ (illustration) เป็นลายเส้นและลงสีน้ำ



ภาพที่ 3.21 แสดงแบบร่างกราฟิกในแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2.3 ด้านบรรจุภัณฑ์และกราฟิก บอกประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ใช้ภาพวาดสีน้ำแสดงบอกชนิดของสินค้า



ภาพที่ 3.22 แสดงแบบร่างกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 สรุปผลแบบร่างจากแนวทางการออกแบบ

3.4.1 การออกแบบการจัดวางสินค้า

- จากแบบร่างพื้นที่ของร้านทั้ง 2 แนวทาง ที่ทำการขยายร้านและกำหนดพื้นที่ชั้นใหม่นั้นยังไม่เหมาะสมกับการออกแบบ ควรจะศึกษาพื้นที่และสภาพแวดล้อมของร้านเดิมและแก้ไขพัฒนาโดยอ้างอิงจากพื้นที่เดิมของร้าน

- ส่วนของการจัดวางสินค้านั้น จัดตามหมู่อาหารเหมือนแนวทางที่1 เพราะเป็นหลักการที่ผู้บริโภครู้สึกเข้าใจง่าย การแนะนำอาหารสำหรับผู้ป่วย ไม่ได้จัดวางสินค้าสำหรับผู้ป่วยโดยเฉพาะ แต่แทรกข้อมูลไปในชั้นวางสินค้าทั่วไป เพื่อให้ผู้ป่วยและผู้บริโภคทั่วไปรู้สึกแปลกแยก และนำเอาแนวคิดเรื่องการแนะนำเมนูอาหารจากแนวทางที่2 มาใช้ในการจัดวางสินค้าด้วย เป็นการแนะนำเมนูสุขภาพให้กับลูกค้า

3.4.2 การออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมภายในร้าน (Environmental Graphic)

- ยังไม่สามารถสร้างความเข้าใจด้านการบริโภคได้มากพอ กราฟิกควรออกแบบให้เข้าใจได้ง่าย เห็นได้ชัดเจนควรมีการแนะนำว่าอาหารประเภทใดที่เหมาะสมกับผู้ป่วย โดยใช้ออกแบบภาพสัญลักษณ์ (Icon) บอกข้อมูลสรรพคุณของอาหารเพื่อให้เข้าใจได้ง่าย มีเอกลักษณ์ของตราสินค้าที่เชื่อมโยงกับกราฟิกของบรรจุภัณฑ์

3.4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

- นำเอา label จากแนวทางที่1 มาแก้ไข โดยให้กราฟิกของสินค้าแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์ร่วมกัน ข้อมูลที่ให้อย่างไม่น่าสนใจและเข้าใจได้ยาก ควรแก้ไขให้มีกราฟิกบอกถึงสรรพคุณของอาหารต่อร่างกายที่ชัดเจนและเรียบง่าย ใช้ภาพสัญลักษณ์ (Icon) บอกประโยชน์ของสินค้าและมีความเชื่อมโยงกับกราฟิกสภาพแวดล้อม

บทที่ 4

การนำเสนอการออกแบบขั้นสุดท้าย

4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

4.1.1 กราฟิกสภาพแวดล้อมภายในร้าน



ภาพที่ 4.1 หุ่นจำลองแสดงสภาพแวดล้อมโดยรวมของร้าน



ภาพที่ 4.2 หุ่นจำลองด้านหน้าร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 แนะนำสินค้าและเมนูอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกซื้อสินค้า และบอกข้อมูลวิธีการบริโภคอาหารที่เหมาะสม โดยใช้หลักการ Plate method



ภาพที่ 4.3 หุ่นจำลองแสดงการจัดสินค้า

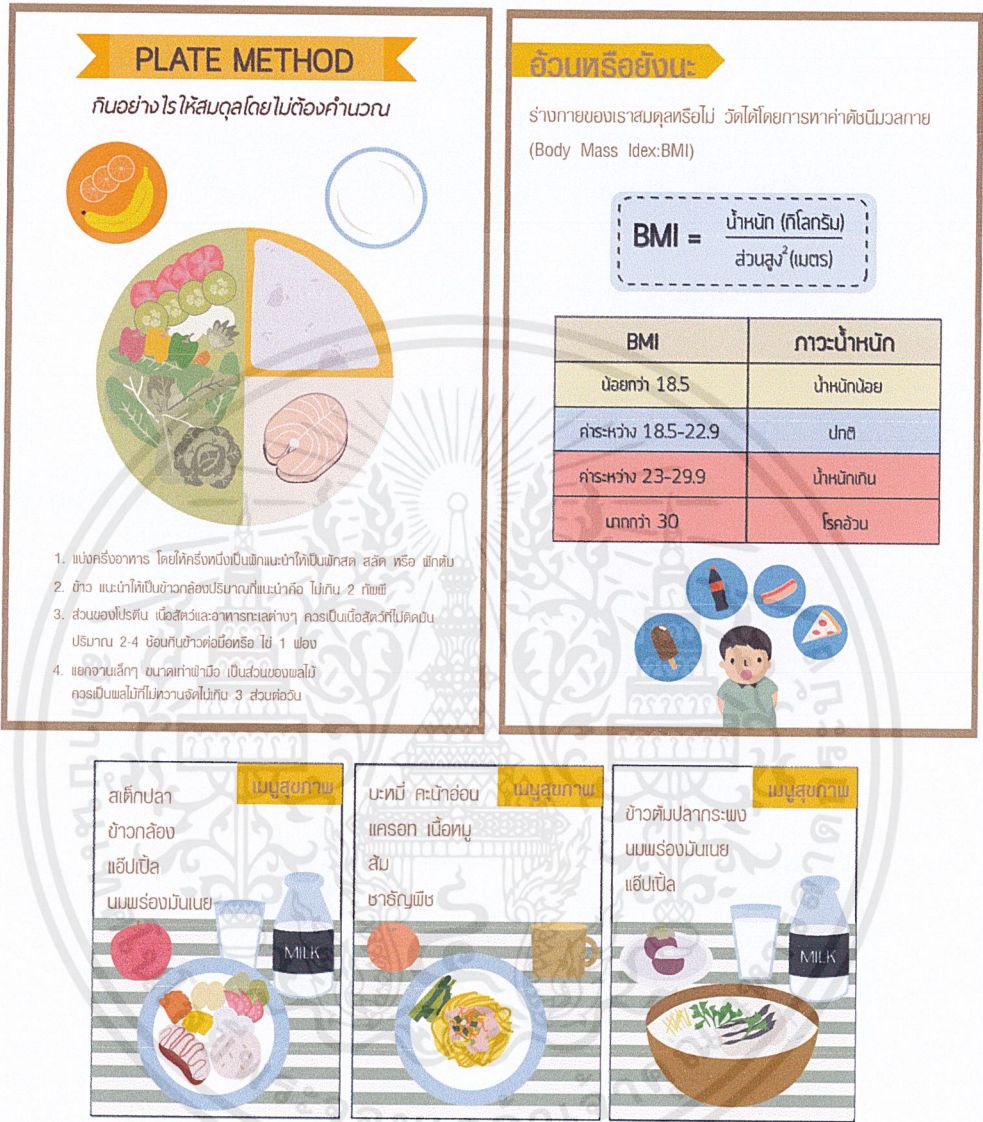
ข้อมูลด้านหลัง ให้ข้อมูลดัชนีมวลกายว่าอ้วนไป ผอมไป หรืออยู่ในเกณฑ์ปกติ เพื่อปรับการบริโภคให้เหมาะสม



ภาพที่ 4.4 หุ่นจำลองแสดงป้ายให้ข้อมูลในร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดของกราฟิกในส่วนที่ 1



ภาพที่ 4.5 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 กลุ่มผลไม้ กราฟิกแนะนำแนวทางการบริโภคผลไม้ ให้ข้อมูลสรรพคุณของผลไม้แต่ละสี เพื่อสนับสนุนให้กินผลไม้ให้หลากหลาย และจำกัดการบริโภคผลไม้ที่มีน้ำตาลมาก



ภาพที่ 4.6 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้ากลุ่มผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดกราฟิกส่วนที่ 2



ภาพที่ 4.6 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 กลุ่มข้าว / แป้ง กราฟิกแนะนำให้บริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก สลับกับอาหารประเภท
แป้งชนิดอื่นๆ ป้ายบนชั้นวางสินค้าบอกสรรพคุณที่โดดเด่นของข้าวกล้องแต่ละชนิด



ภาพที่ 4.7 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้า กลุ่มข้าว / แป้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดกราฟิกส่วนที่ 3



ภาพที่ 4.8 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

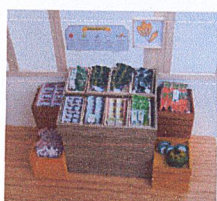
ส่วนที่ 4 กลุ่มผัก กราฟิกแนะนำให้บริโภคผักให้หลากหลาย โดยแนะนำสรรพคุณของสารแต่ละสีในผักแต่ละชนิด



ภาพที่ 4.9 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้ากลุ่มผัก

รายละเอียดกราฟิกส่วนที่ 4

ผัก



กินผักผลไม้หลากหลายสี				
แดง	เขียว	ม่วง	ขาว	ส้ม/เหลือง
ไลโคปีน เพิ่มการ เผาผลาญไขมัน ป้องกันมะเร็ง	โพลีฟีนอล, ลูทีน ป้องกันความดันโลหิตสูง ช่วยเพิ่มภูมิต้านทานโรค กำจัดสารก่อมะเร็ง	แอนโทไซยานิน ต้านอนุมูลอิสระ ช่วยลดความเสี่ยง จากโรคหัวใจ	อัลลิซิน ป้องกันความดันโลหิตสูง ลดคอเลสเตอรอล ป้องกันโรคหัวใจ	แคโรทีนอยด์ ต้านอนุมูลอิสระ บำรุงสายตา ป้องกันมะเร็ง

ภาพที่ 4.10 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 5 กลุ่มโปรตีน บอกประโยชน์ของอาหารแต่ละชนิดในกลุ่มโปรตีน และแนะนำแนวทางการบริโภค



ภาพที่ 4.11 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้ากลุ่มโปรตีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลายละเอียดกราฟิกส่วนที่ 5

เนื้อสัตว์/ไข่



ภาพที่ 4.12 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 6 กลุ่มไขมันและเครื่องปรุง แนะนำวิธีการเลือกใช้น้ำมันในการปรุงอาหารให้เหมาะสม และให้ข้อมูลปริมาณโซเดียมที่ควรจำกัด



ภาพที่ 4.13 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้ากลุ่มน้ำมันพืชและเครื่องปรุง

รายละเอียดกราฟิกส่วนที่ 5

เครื่องปรุง

และ
น้ำมัน



เลือกไขมันที่ดีเพื่อดูแลสุขภาพ

ใช้น้ำมันที่มีกรดไขมันไม่อิ่มตัว

น้ำมันมะกอก

น้ำมันรำข้าว

ใช้ทำน้ำมันสลัด

เหมาะสำหรับ

และผัดอาหาร

การทอด

โซเดียมไม่เกิน 2400. มิลลิกรัมต่อวัน

ซีอิ๊ว	1	ช้อนชา	มีโซเดียม	1190 mg	
น้ำปลา	1	ช้อนชา	มีโซเดียม	1350 mg	
ซอสพริก	1	ช้อนชา	มีโซเดียม	231 mg	
ซอสมะเขือเทศ	1	ช้อนชา	มีโซเดียม	149 mg	

ภาพที่ 4.14 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 7 กลุ่มของว่างและเครื่องดื่ม เป็นการบอกคุณประโยชน์ของสินค้า ควรเลือกเครื่องดื่มประจำวันที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ



ภาพที่ 4.15 หุ่นจำลองแสดงชั้นวางสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มและอาหารว่าง

รายละเอียดกราฟิกส่วนที่ 7

เครื่องดื่ม



เพื่อนคลายอารมณ์ให้แจ่มใส

โป ส ตู สูง ปั่นฟูร่างกาย

ดื่ม ร้อนๆ รักษา ภูมิแพ้

ป้องกัน และ ยับยั้งมะเร็งสูง

ดีต่อร่างกาย และ ผิวพรรณ

ภาพที่ 4.16 แสดงกราฟิกในส่วนที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 บรรจุภัณฑ์และกราฟิก

4.1.2.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์คาร์โบไฮเดรต (ข้าว/แป้ง)



ภาพที่ 4.17 ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง



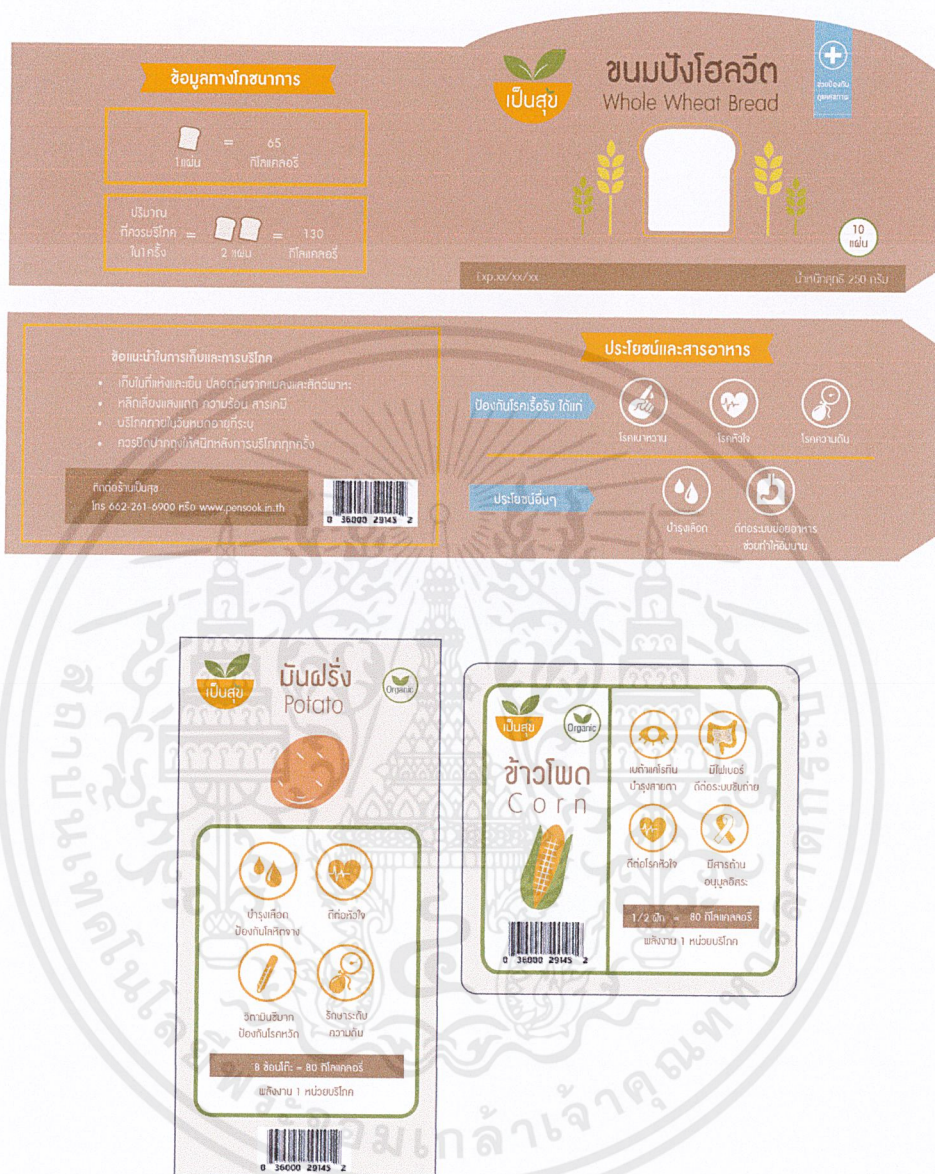
ภาพที่ 4.18 ผลิตภัณฑ์มันฝรั่ง



ภาพที่ 4.19 ผลิตภัณฑ์ขนมปัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มข้าว/แป้ง



ภาพที่ 4.21 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มข้าว/แป้งอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผัก



ภาพที่ 4.22 ผลิตภัณฑ์ผัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.23 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มผัก (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลายละเอียดกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มผัก



ภาพที่ 4.24 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มผัก (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

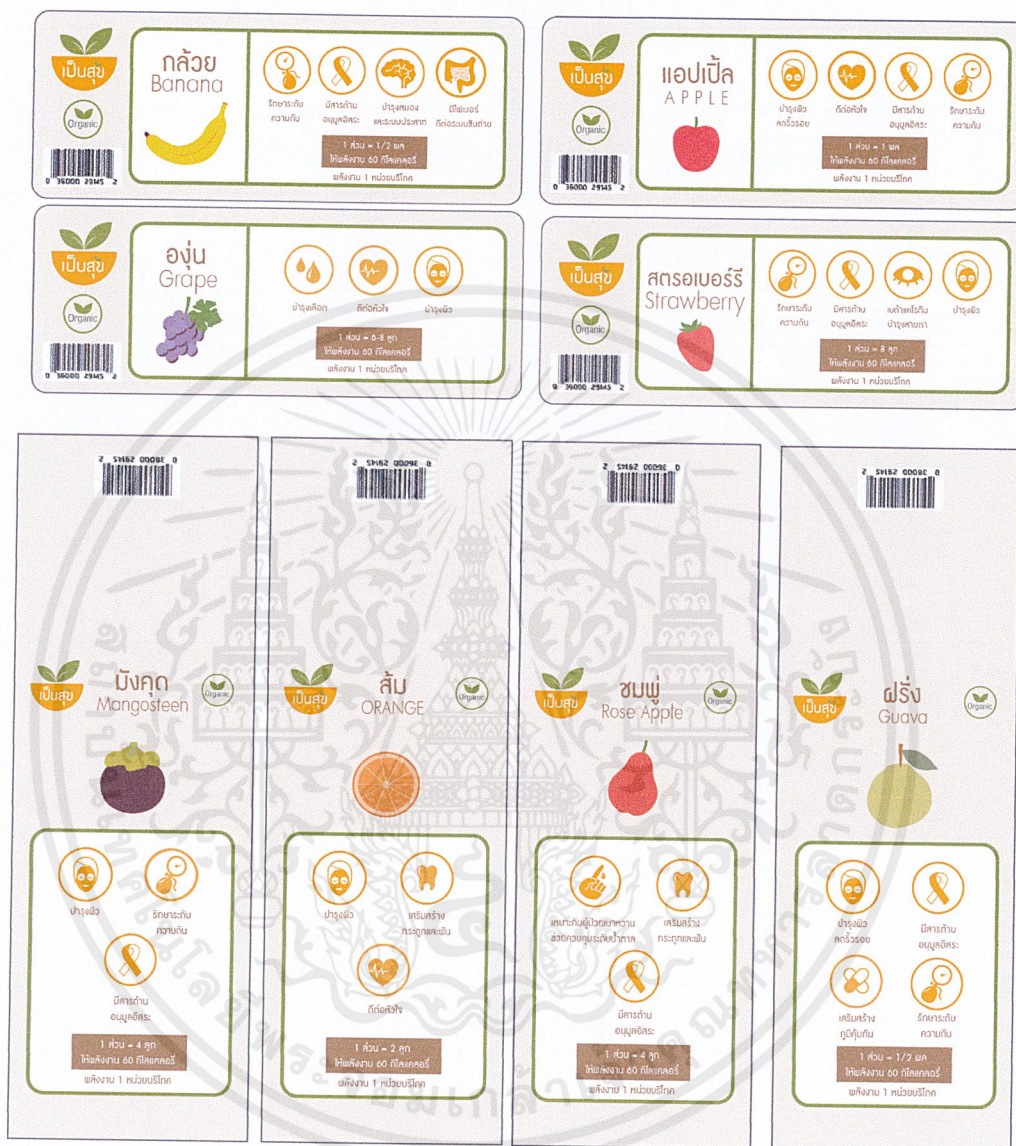
4.1.2.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้



ภาพที่ 4.25 ผลิตภัณฑ์ผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลายละเอียดกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลไม้



ภาพที่ 4.26 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์โปรตีน



ภาพที่ 4.27 ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์และไข่



ภาพที่ 4.28 ผลิตภัณฑ์นม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มโปรตีน



ภาพที่ 4.29 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์/ไข่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.30 กราฟิคอนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์นม

4.1.2.5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ไขมัน



ภาพที่ 4.31 ผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช



ภาพที่ 4.32 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำมันพืช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4.6 กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปรุง



ภาพที่ 4.33 ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุง

รายละเอียดกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุง



ภาพที่ 4.34 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุง 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.35 กราฟิบบนบรรจุกัณฑ์ผลิถักณ์เครื่องปรุง 2

2.1.4.7 กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและอาหารว่าง



ภาพที่ 4.36 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและอาหารว่าง

ลายละเอียดกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและอาหารว่าง



ภาพที่ 4.37 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและอาหารว่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.39 บัตรสมาชิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การนำเสนอผลงาน



ภาพที่ 4.40 แสดงการนำเสนอผลงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุป

5.1 สรุปผลการออกแบบ

5.1.1 บรรจุภัณฑ์และสภาพแวดล้อมของร้านมีเอกลักษณ์ร่วมกัน สื่อสารถึงภาพลักษณ์ของ “เป็นสุข” ได้และมีความแตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาด

5.1.2 กราฟิกสภาพแวดล้อมและการจัดวางสินค้าเพื่อให้ความรู้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถทำความเข้าใจข้อมูลและกลุ่มของสินค้าที่จัดวางได้ง่าย

5.2 สรุปข้อเสนอแนะจากอาจารย์

5.2.1 กราฟิกของบรรจุภัณฑ์บางกลุ่ม เช่น เนื้อไก่ และของว่าง ควรให้ข้อมูลเหมือนกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยใช้หลักการคิดแบบเดียวกันทั้งหมด

5.2.2 กราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อม มีรูปแบบที่ธรรมดาและเรียบง่ายเกินไป ไม่ทำให้เกิดความน่าสนใจเท่าที่ควร ควรใช้ประโยชน์จากผนังและเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ให้ดีกว่านี้ การจัดวาง composition ไม่ค่อยน่าสนใจนัก การจัดร้านควรเกิด flow ที่สบายตา

5.2.3 กราฟิกบนพื้น ควรเชื่อมโยงกับการออกแบบอื่นๆ ควรมีจุดนำสายตาเพื่อให้ความชัดเจนในการให้ข้อมูล และตอบโต้กับแนวคิดของตราผลิตภัณฑ์

5.2.4 ควรมีสื่อที่เชื่อมโยงกับแพทย์จากทางคลินิก โดยให้ความรู้ แนะนำปรัชญาร้านค้า และวิถีการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง

5.3 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

5.3.1 ควรทำแบบร่างให้ได้มากกว่านี้ เพื่อที่จะได้มีโอกาสดูพิจารณาเลือกแบบที่ดีที่สุดได้มากขึ้น และตอบโต้มากที่สุด

5.3.2 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสภาพแวดล้อม สามารถพัฒนาให้ดีขึ้นได้อีก โดยให้สื่อสารเนื้อหาอย่างไม่ซับซ้อนและให้มีความน่าสนใจ รวมทั้งมีความโดดเด่นจากคู่แข่งได้มากขึ้น

5.3.3 การออกแบบด้านภาพลักษณ์และเอกลักษณ์องค์กร ยังสามารถพัฒนาให้สมบูรณ์ได้ยิ่งขึ้นอีก

5.3.4 การทำงานศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้ เปรียบเสมือนเป็นการที่รวบรวมสิ่งที่เรียนรู้ทั้งหมดตลอด 4 ปีมาเพื่อมาประกอบกันเป็นผลงานชิ้นนี้ ศิลปนิพนธ์เป็นงานในระยะยาว ทำให้ต้องรู้จักวางแผน ต้องใช้ความอดทนในการทำงาน เอาชนะจิตใจของตัวเอง แม้งานสุดท้ายที่ออกมาอาจจะมี ความผิดพลาดไปบ้าง เนื่องจากความไม่ชัดเจนในการวางแผนงาน จึงทำให้เกิดความสับสนไม่ได้ อย่างที่ตั้งใจไว้ทั้งหมด แต่ก็เป็นการสอนให้รู้จักเผชิญกับปัญหาและรู้จักแก้ปัญหาจึงถือว่าเป็นประสบการณ์ที่ดี ทำให้เกิดการพัฒนาตัวเองให้มากขึ้น เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการเริ่มต้นทำงานจริงในอนาคตต่อไป



บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพมหานคร. 2555. น้ำมันเลือกใช้ให้ปลอดภัย. [Online]. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.food4change.in.th/index.php/.html>.
- เครือข่ายคนไทยไร้พุง. 2556. เคล็ดลับ 'กินอย่างฉลาด' ปราศจากโรค. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.raipoong.com/content/detail.php?section=10&category=34&id=245>.
- ชมรมนักกำหนดอาหารแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2556. เมื่อวานป้าทานอะไร. กรุงเทพฯ : มติชน.
- นางลักขณ์ สุขใจเจริญกิจ และเพ็ญพร ลาภคล้ายมา. 2556. ง่ายๆสไตส์คนเมือง. กรุงเทพฯ : สวนเงินมีมา.
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัทธนันท์ ศรีม่วง. 2555. อาหารเพื่อสุขภาพและโภชนาบำบัด. กรุงเทพฯ : เอ็ม แอนด์ เอ็ม เลเซอร์พริ้นต์.
- ศัลยา คงสมบูรณ์เวช. 2551. อาหารบำบัดโรค. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ : อมรินทร์สุขภาพ.
- Siamhealth. 2555. อาหารสุขภาพ. [Online]. เข้าถึงได้จาก :
http://www.siamhealth.net/public_html/Health/good_health_living/diet/diet_index.htm.

ประวัติการศึกษา

ชื่อ	นางสาว วทันยา จรรยาพาณิชย์
ระดับการศึกษา	
ประถมศึกษา	โรงเรียนเซนต์โยเซฟ บางนา
มัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนเซนต์โยเซฟ บางนา
มัธยมศึกษาตอนปลาย	โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ
อุดมศึกษา	สาขาวิชาการออกแบบสันทนเทศสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่อยู่ปัจจุบัน	7/248 หมู่บ้านชายสมุทร ซอย 2/2 ถ.ศรีนครินทร์ ต.บางเมือง อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270