

ชื่อเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่ามะม่วงอกร่องทอง หมู่บ้าน
เสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี

ชื่อผู้วิจัย จิตติมา สิงหธรรม และฤดีวรรณ ยิ่งยง

หน่วยงาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ปีงบประมาณ 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่เน้นความเป็นอัตลักษณ์ของบ้านเสม็ดงาม สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงอกร่องทองในหมู่บ้านเสม็ดงาม 2) เพื่อทดสอบการรับรู้ในการใช้บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่เหมาะสมต่อการนำมาใช้สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงอกร่องทองในหมู่บ้านเสม็ดงาม และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ออกแบบและพัฒนาการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงอกร่องทอง ในพื้นที่หมู่ 10 และ หมู่ 11 บ้านเสม็ดงาม ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จันทบุรี การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ระยะที่หนึ่ง เป็นการศึกษาการออกแบบตราสินค้า และระยะที่สอง ศึกษาเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะม่วงอกร่อง ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น โดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง และการสนทนากลุ่มจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อแบบร่างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มะม่วงอกร่อง

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีความต้องการตราสินค้า เพื่อนำมาใช้บ่งบอกที่มาของมะม่วงอกร่องที่เพาะปลูกในพื้นที่บ้านเสม็ดงาม เนื่องจากแต่เดิมจะเรียกมะม่วงที่จำหน่ายว่า “มะม่วงอกร่องเสม็ดงาม” ในการซื้อขาย ทำให้เกษตรกรมีความต้องการด้านตราสินค้าเพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ของมะม่วงที่จำหน่าย โดยใช้คำว่า “มะม่วงอกร่อง” และ “บ้านเสม็ดงาม” ซึ่งรู้จักกันดีในกลุ่มผู้บริโภค และระบุแหล่งที่มาของสินค้า ด้านสัญลักษณ์ มีรูปมะม่วงอกร่องสุกสีเหลือง และสามารถสื่อภาพลักษณ์ของตราสินค้าได้ รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และจากการแสดงความคิดเห็นในการสนทนากลุ่ม ได้มีการเสนอความคิดเห็นต่อชื่อตราสินค้า แบบอักษรที่ใช้ สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง สีของตราสินค้า รวมทั้งภาพรวมของแบบร่างตราสินค้า ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ได้ผ่านกระบวนการออกแบบและกลุ่มมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าและร่างแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงอกร่องบ้านเสม็ดงาม

คำสำคัญ : การออกแบบตราสัญลักษณ์, บรรจุภัณฑ์มะม่วงอกร่อง, การสร้างคุณค่า, มะม่วงอกร่องบ้านเสม็ดงาม, หมู่บ้านเสม็ดงามจันทบุรี

Title	Packaging and Brand Design for Increased Added Value of Mango Oak-Rong-Thong in Samet-ngam Village, Chantaburi
Researchers	Jittima Singhatam and Rudeewan Yingyong
Organization	Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University
Year	2022

Abstract

The objectives of this study were 1). to create packaging and branding that accentuate the distinct identity of "Ban Samet Ngam" for Oak Rong Thong mango cultivators in Samet Ngam Village 2) to gauge the perception of suitable packaging and branding among Oak Rong Thong mango growers within Samet Ngam Village and 3) to evaluate satisfaction levels regarding the design and development of packaging and branding. This qualitative study focused on the population of Oak Rong Thong mango growers in Moo 10 and Moo 11 of Ban Samet Ngam, Nong Bua Subdistrict, Mueang District, Chantaburi. The research encompassed two phases: Phase 1 involved brand design study, while Phase 2 centered on the development of Oak Rong mango packaging.

Findings demonstrated a farmer demand for a brand that signifies the origin of Oak Rong mangoes cultivated in the Ban Samet Ngam region. The term "Oak Rong Mango" paired with "Ban Samed Ngam" effectively conveyed the product's origin and gained recognition among consumers. The representation of a ripe yellow mango served as a potent image for the brand, encompassing the brand's symbol, packaging design, and graphic elements. During the study group discussions, factors such as logo name, cultivation area, mango shape, typography, and color were deemed pivotal to the brand's significance. The draft logos and packaging underwent modifications based on extensive group discussions, leading to the successful design and finalization of new logos. The proposed brand name received constructive feedback and suggestions during group discussions. Similarly, the packaging underwent iterative design processes, ultimately garnering the group's satisfaction. Respondents exhibited significant support

and approval for both the logos and packaging design, deeming them suitable for commercial use.

Keywords : Logo Design, Oak Rong Mango Packaging, Value Creation, Ban Samed Ngam Oak Rong Mango, Ban Samed Ngam Chanthaburi



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี