

บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผล

สรุปผล

การศึกษาครั้งนี้ เน้นการออกแบบตราสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับมะม่วงอกร่อง ที่ตอบสนองลักษณะเฉพาะและความต้องการในการจัดจำหน่ายสินค้า การวิจัยมีส่วนช่วยในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภค

ผลการศึกษาเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่ามะม่วงอกร่องทอง บ้านเสมีดงาม จังหวัดจันทบุรี

1. สรุปผลการวิจัยการพัฒนาตราสินค้ามะม่วงอกร่อง บ้านเสมีดงาม ตำบลหนองบัว อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี

1.1 ด้านอัตลักษณ์ มีคำว่า มะม่วงอกร่อง และ เสมีดงาม ในตราสัญลักษณ์ เพื่อระบุแหล่งที่มาของมะม่วงอกร่อง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มผู้บริโภค หรือลูกค้าที่เจาะจงซื้อเฉพาะมะม่วงอกร่อง บ้านเสมีดงาม อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี

1.2 ด้านการออกแบบตัวอักษรจดจำได้ง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะ ง่ายต่อการจดจำ

1.3 ด้านสีของตราสินค้า เน้นสีเหลืองอมเขียว และสีเขียวสื่อความเป็นธรรมชาติ สีเหลืองสื่อถึงสีของมะม่วงอกร่อง ผลไม้สุกพร้อมรับประทาน มีคุณสมบัติด้านความหวาน

1.4 ด้านสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ได้จากนตราสัญลักษณ์ จะสามารถกระตุ้นอารมณ์และสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับผู้บริโภค สื่อสารคุณค่าและบุคลิกภาพของสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพผ่านองค์ประกอบการออกแบบ

2. สรุปผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะม่วงอกร่อง บ้านเสมีดงาม ตำบลหนองบัว อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี

3. ด้านขนาด รูปร่าง น้ำหนัก ความไวต่อการเกิดรอยขีด ของมะม่วงอกร่อง พบว่าขนาดและน้ำหนักที่จำหน่ายได้มากที่สุดจากการบรรจุถึงจำหน่ายแก่ลูกค้าและการใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดิมในการซื้อของลูกค้าแต่ละครั้ง แบบคละขนาด คือ ปริมาณ 2 กิโลกรัม ดังนั้นการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องที่เหมาะสม ได้แก่ขนาด 8-9 ลูก ต่อ 2 กิโลกรัม

4. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการบรรจุมะม่วงที่มีผิวไวต่อสภาพอากาศ การสัมผัสและการเกิดรอยขีดข่วน เป็นกล่องกระดาษลูกฟูก ใต้คัทหูหิ้ว ขนาดกล่องวัดภายนอก กว้าง 20 x ยาว 30 x สูง 25 เซนติเมตร เกรดกระดาษ 170KS/150KA กระดาษสีน้ำตาล ด้านนอก/กระดาษสีน้ำตาลเหลืองทองด้านใน ความหนา 3 ชั้น ลอน B มีรูระบายอากาศด้านหน้า

5. ด้านการสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์ ระบุข้อความ “มะม่วงอกร่องบ้านเสม็ดงาม จันทบุรี” และในส่วนด้านข้างกล่องที่ระบุคำหรือวลีที่เกี่ยวข้องกับมะม่วงอกร่องเสม็ดงาม และเน้นความสำคัญของลูกค้า ความเด่น สะดุดตาของสีเหลืองแสดงถึงเนื้อมะม่วงอกร่องสุกที่มีสีเหลือง สื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าผลไม้สุกพร้อมรับประทาน และสื่อถึงคุณสมบัติความหวาน ดีต่อสุขภาพ เมื่อผู้บริโภคเห็นสีเหลืองบนบรรจุภัณฑ์ผลไม้ มักจะเชื่อว่าผลไม้ที่มีความสดและเหมาะกับการรับประทาน

6. ด้านความสะดวกในการใช้งาน สำหรับผู้บริโภคสามารถถือ หิ้ว วางซ้อนกล่องได้ และสะดวกต่อผู้จำหน่ายในด้านการขนส่งเพราะสามารถพับฝาก่อง และซ้อนกล่องได้

อภิปรายผล

1. ผลการพัฒนาตราสินค้ามะม่วงอกร่อง บ้านเสม็ดงาม ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงอกร่อง บ้านเสม็ดงาม ตำบลหนองบัว จังหวัดจันทบุรี มีความต้องการพัฒนาตราสินค้าเพื่อนำมาใช้เป็นตราที่แสดงถึงมะม่วงอกร่องที่เพาะปลูกในพื้นที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการตลาด การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อประเภทอื่น เช่น บรรจุภัณฑ์ เพื่อการสร้างการรับรู้และจดจำในตราสินค้าเพื่อเชื่อมโยงไปยังคุณภาพที่จดจำรับรู้ชื่อเสียงความมีเอกลักษณ์เฉพาะของมะม่วงอกร่องที่ส่งสมมาในอดีต การออกแบบตราสินค้าจึงเน้น การใช้ชื่อ (Brand name) ยังคงใช้ชื่อที่มีคำว่า “มะม่วงอกร่อง” และ “เสม็ดงาม” จะเพิ่มคำว่า “บ้าน” เพื่อระบุพื้นที่ที่เป็นหมู่บ้าน ซึ่งเป็นที่รับรู้และจดจำได้สำหรับ ประชาชนส่วนใหญ่และผู้ขายผลไม้ของจังหวัดจันทบุรี รวมทั้งลูกค้าที่ชื่นชอบการบริโภคมะม่วงอกร่อง จากบ้านเสม็ดงาม การออกแบบจะเน้นรูปทรงมะม่วงอกร่องให้มีความเด่นชัด และใช้สีเหลืองแสดงสีของมะม่วงอกร่องสุก และมีความเด่นสะดุดตา รวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของบ้านเสม็ดงาม เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงมีความพึงพอใจต่อการออกแบบตราสินค้า ในแบบร่างตราสินค้าทั้ง 6 แบบ จากการประเมินแบบร่างตราสินค้าทั้ง 6 แบบ ได้มีการปรับปรุงตราสินค้าและได้แบบร่างตราสินค้าชุดที่ 2 จำนวน 6 แบบ และได้ตราสัญลักษณ์ที่ปรับปรุงขั้นสุดท้าย 1 แบบ ที่แสดงอัตลักษณ์ด้าน ชื่อตรา สีที่

ใช้ แบบตัวอักษร สัญลักษณ์อื่น และความสามารถในการสื่ออารมณ์ของตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ (อรรฮาวิ เจ๊ะสะแม และ ยอดนภา เกษเมือง (2021: 82) ที่กล่าวว่า สีเส้นของตราสินค้าที่มีความสวยงาม มีความโดดเด่น ทันสมัย เหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ มีความชัดเจน ง่ายต่อการจดจำ

2. ผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มะม่วงอกร่อง บ้านเสม็ดงาม ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี การสนทนากลุ่มเชิงคุณภาพและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทำให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุมเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนา ซึ่งเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ อรรฮาวิ เจ๊ะสะแม และ ยอดนภา เกษเมือง (2021: 82) ที่ใช้วิธีการบวกรวมการมีส่วนร่วมของชุมชน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ฤงพลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์ทั่วไปเป็นฤงพลาสติก มีหูหิ้ว ใช้บรรจุมะม่วงน้ำหนักประมาณ 1-2 กิโลกรัม ซึ่งเป็นปริมาณที่ได้รับความนิยมในการซื้อแต่ละครั้ง บรรจุภัณฑ์ฤงพลาสติกน้ำหนักเบา ราคาต่อหน่วยต่ำ แต่มีข้อจำกัดด้านการรักษาคุณภาพและการสื่อถึงความเป็นมะม่วงพันธุ์อกร่องที่ผลิตจากแหล่งที่มีชื่อเสียง มีรสหวานหอมเป็นเอกลักษณ์กว่าการเพาะปลูกในแหล่งอื่น รวมทั้งการรักษาคุณภาพของมะม่วงที่มีการหายใจระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษา เปลือกบาง มีความไวต่อความเสียหายได้ง่าย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความต้องการหายใจและต้องมีการระบายอากาศเพื่อรักษาความสดของผลิตภัณฑ์ ต้องสามารถป้องกันความเสียหายทางกายภาพระหว่างการจัดจำหน่าย ควรทนทานต่อแรงกดดันจากภายนอก การเรียงซ้อน และการกระแทก ในขณะเดียวกันก็รักษาคุณภาพของผลไม้ด้วย กราฟิกรบรรจุภัณฑ์ควรรวมตราสินค้าและการติดฉลากที่สื่อสารถึงแหล่งที่มาของมะม่วง รวมถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์และโลโก้ที่สะดุดตาสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ อรรฮาวิ เจ๊ะสะแม และ ยอดนภา เกษเมือง (2021: 89) สรุปว่า การค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถนำมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ และทำให้ผู้ซื้อต้องการหาความหมายของตัวสัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ในตราสินค้าและเชื่อมโยงสู่ชุมชน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความต้องการการพัฒนาตราสินค้าสำหรับมะม่วงอกร่อง บ้านเสม็ดงาม ซึ่งเป็นมะม่วงอกร่องที่มีชื่อเสียง จากคุณลักษณะเฉพาะของมะม่วงที่เพาะปลูกในพื้นที่นี้ ทำให้ภาพลักษณ์ของมะม่วงอกร่องที่ปลูกเฉพาะพื้นที่ยากต่อการเลียนแบบ ทำให้ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในราคาสูงกว่า มีความพึงพอใจในซื้อและการบริโภคมากกว่า สิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การเพาะปลูกมะม่วงอกร่องในพื้นที่ยังได้รับความนิยมในการประกอบเป็นอาชีพ และ

ได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐที่จะเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบอาชีพนี้ การมีตราสินค้าเพื่อแสดงที่มาของสินค้า และการสร้างตราสินค้าเพื่อใช้ด้านการตลาด จะเป็นองค์ประกอบส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการประกอบอาชีพนี้ ขอเสนอแนะสำหรับการออกแบบตราสินค้าผลไม้หรือสินค้าที่ผลิตได้เฉพาะพื้นที่ ที่มีชื่อเสียงที่ส่งสมมาจนเป็นที่รู้จัก มีดังนี้ (1) ควรใช้ชื่อที่เรียกกันอยู่แล้ว และระบุที่มาของแหล่งผลิต (2) มีความเรียบง่าย เพื่อง่ายต่อการจดจำ (3) มีการสื่อสารการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ จดจำ ชื่นชอบ จนกระทั่งเกิดความภักดีในตราและสนับสนุนตราสินค้า (4) มีอัตลักษณ์ ควรศึกษาอัตลักษณ์ในมิติต่าง ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงกับคุณภาพหรือสินค้าได้

อย่างไรก็ตาม การออกใช้ตราสินค้าเป็นเพียงการเริ่มต้นเพื่อนำมาใช้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ ให้เกิดการจดจำ เพิ่มเติมจากการเรียกชื่อเพียงอย่างเดียว ในการจะสร้างภาพลักษณ์ต่อมะม่วงอกร่อง ที่เพาะปลูกในบ้านเสม็ดงาม ในด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืน หรือความใส่ใจในการเพาะปลูกเกี่ยวกับผลผลิต จนกระทั่งการจำหน่ายถึงมือผู้บริโภค จะต้องอาศัยการสื่อสารการตลาดการตลาดด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกเพื่อความสะดวกรวดเร็ว ป้องกันตัวผลิตภัณฑ์ และการให้ข้อมูล การสื่อสารด้านอารมณ์ความรู้เพื่อเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงาม การออกแบบควรเป็นไปตามขั้นตอนแต่ละขั้นตอนอย่างรอบคอบ และออกแบบวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การจัดจำหน่ายรวมทั้งสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การออกแบบที่ดีจะช่วยให้ปกป้องผลไม้ที่มีลักษณะทางกายภาพคล้ายคลึงกับมะม่วงอกร่อง ช่วยเพิ่มมูลค่าและความตั้งใจในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าโดยรวม การทำวิจัยต่อไปควรศึกษาผลกระทบของสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ผลไม้สดที่มีต่อการรับรู้ของผู้บริโภค หรือ การวิจัยรูปแบบข้อความต่าง ๆ ที่มีต่อการรับรู้ของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบข้อความบนบรรจุภัณฑ์ให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี