

การสร้างอัตลักษณ์ผ่านการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ของชุมชน
อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ
ณัฐกาญจน์ ธีรบรรกุล
คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
2560

การศึกษาอัตลักษณ์วิถีชุมชนบ้านคลองนาเกลือ เพื่อการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ ฉลากและ
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนา
เกลือ ผ่านวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัด
สมุทรปราการ 2) ออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ขงตี๋มใบจาก และทอผ้าฝ้ายจากอันแสดง
ถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ 3) ออกแบบกราฟิกที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนา
เกลือ สำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงตี๋มใบจาก และฉลากทอผ้าฝ้ายจาก และ 4) ศึกษาความพึงพอใจ
ของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงตี๋มใบจาก และฉลากทอผ้าฝ้ายจาก ใช้วิธีวิจัยแบบ
ผสมผสาน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างก่อนการออกแบบ ได้แก่ กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านนาเกลือ
จำนวน 25 คน ซึ่งทำการลงพื้นที่ของกลุ่มฯเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ สอบถาม แบบประเมินความ
ต้องการ รวมทั้งบันทึกภาพวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ และกลุ่มตัวอย่างหลังการออกแบบ ได้แก่
ผู้ที่อาศัยชุมชนหมู่ 2 บ้านคลองนาเกลือ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมวิถีชีวิตของ
ชุมชนทั้งทางเรือ และทางบกในชุมชน ช่วงเดือน เมษายน - กรกฎาคม 2560 จำนวน 285 คน ใช้
แบบประเมินความพึงพอใจ ผลความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มาก (ค่าเฉลี่ย 4.15)
ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์พึงพอใจ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ด้านตราสัญลักษณ์พึงพอใจ มาก (ค่าเฉลี่ย
4.14) ด้านการแสดงผลบนฉลากพึงพอใจ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21) และพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ ขง
ตี๋มแบบที่ 2 มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงตี๋ม ใบจาก
(ค่าเฉลี่ย 4.09) ในส่วนของสีบนบรรจุภัณฑ์ว่า “ส่วนใหญ่ไม่ค่อยพบการใช้สีเข้มบนกล่องของกิน ดู
แล้วมีความแตกต่างจากกล่องใบจากที่เคยพบ จดจำง่าย น่าซื้อ” ในส่วนความพึงพอใจต่อรูปแบบ
ฉลากทอผ้าฝ้ายจาก พบว่าด้านตราสัญลักษณ์มีเอกลักษณ์ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.33) ด้านการแสดงผล
ข้อมูลพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) ด้านภาพประกอบพึงพอใจ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และมีความ
พึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ต่อรูปแบบฉลากทอผ้าฝ้ายจาก

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์จากต้นจาก อัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ
บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากต้นจาก

Identity Development through Packaging Design of Nipa Palm Products of Communities in Phra Samut Chedi District, Samutprakan Province.

Nattakarn Teerabavornrakul

Faculty of Humanities and Social sciences, Dhonburi Rajabhat University

2017

A study on the identity of Ban Klong Naklue community to design and develop logo, labels and graphics on the packaging of Nipa Palm products was aimed to: 1) study the identity of Ban Klong Naklue through the lifestyle of Ban Klong Na Klue Village 2, Tambol Naklue, Phra Samut Chedi District, Samutprakan Province, 2) design the logo for brewing products and candy from Nipa palm which represented the identity of Ban Klong Naklue community, 3) graphic design that reflects the identity of the Ban Klong Naklue community for brewing products and candy from Nipa palm, and 4) investigate consumer satisfaction on the packaging model of brewing products from Nipa palm and the label of nipa palm candy.

Integrated research method was used. The samples were divided into pre-design and post-design groups. Samples for pre-design were 25 people from Ban Na Klue career development group. Data was collected by interview, survey, need evaluation form as well as the record of Ban Klong Naklue lifestyle. Samples for post-design were 285 people from villagers in Moo 2, Baan Klong Naklue and Thai tourists who visited the community from April to July 2017. Data was collected satisfaction assessment form. Overall the satisfaction on packaging structure was at a high level (4.15). The satisfaction on product graphic was at a high level (3.95). The satisfaction on logo was also at a high level (4.14). While the satisfaction on information on label was at the highest level (4.21). The packaging for the second brewing product was also at the highest level of satisfaction (4.23) and most were satisfied with packaging design of brewing product at a high level (4.09). Some opinions on color of packaging were, "Mostly, the use of dark color on food product is rarely seen. Therefore, the box of brewing product looks so different from other brewing box and makes it easy to remember and attractive". The satisfaction on label of nipa palm candy showed that the satisfaction of logo with identity was at the highest level (4.33) as well as the satisfaction on information on label was at the highest level (4.28). While the satisfaction on illustration was at a high level (4.06) and the satisfaction on label of nipa palm candy was at a high level (4.11).

KEYWORDS : Nipa Palm Products, Identity Ban Klong Na Kluea community, Packaging Nipa Palm Products.