

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การออกแบบตราสัญลักษณ์ รวมถึงการออกแบบฉลาก บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์จากต้นจาก อันได้แก่ ชงดื่มใบชาจาก และทอฟฟี่ลูกจาก เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ผ่านลักษณะเด่น วิถีชุมชนบ้านคลองนาเกลือ ที่สามารถสร้างเรื่องราวคุณค่าให้ตราสินค้าของกลุ่มอาชีพบ้านนาเกลือ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่า โดยใช้การออกแบบเป็นตัวถ่ายทอดเรื่องราว (Design Story) ที่บ่งบอกถึงต้นกำเนิดของตราสินค้า นำมาเป็นเรื่องราวสนับสนุนผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงยิ่งขึ้น ผ่านตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ความต้องการในการบริโภคของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวทางกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสทางการตลาดนำรายได้ให้กับชุมชนบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ ซึ่งได้สรุป อภิปรายผลผลการวิจัย ดังนี้

5.1 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ ผ่านวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชงดื่มใบชาจาก และทอฟฟี่ลูกจาก ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อออกแบบกราฟิกที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ สำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชงดื่มใบชาจาก และฉลากทอฟฟี่ลูกจาก
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชงดื่มใบชาจาก และฉลากทอฟฟี่ลูกจาก

5.2 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ผ่านการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ของชุมชนอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ แบบสอบถามใช้สำหรับก่อนการออกแบบ สำหรับ กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะ เฉพาะพิจารณาจากผู้ที่ประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ในชุมชนบ้านนาเกลือ หมู่ 2 เพื่อสำรวจความต้องการด้านตราสัญลักษณ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากสำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำนวน 25 คน และ แบบประเมินใช้สำหรับหลังการออกแบบสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมวิถีชีวิตของชุมชนทั้งทางเรือ และทางบกในชุมชนบ้านนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ ในช่วงเดือน เมษายน - กรกฎาคม 2560 จำนวน

285 คน ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากร โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง ของ Krejcie and Morgan และลงพื้นที่ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามสำหรับนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เขียนสรุป ออกแบบตราสัญลักษณ์ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ขงต้มใบจาก และทอผ้าฝ้ายจาก และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ในแต่ละประเด็นตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย

5.3 การอภิปรายผล

5.3.1. อัตลักษณ์วิถีชุมชนบ้านคลองนาเกลือ ผ่านวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

พื้นที่ตั้งบ้านเรือนของชุมชนบ้านคลองนาเกลือที่อาศัยอยู่ริมคลองสรรพสามิตอันเป็นคลองที่คงความสมบูรณ์ เป็นทั้งแหล่งทุนทรัพยากรที่หล่อเลี้ยงครัวเรือนกว่าสองร้อยครัวเรือน ทำให้รูปแบบวิถีชีวิตของชาวบ้านจึงแตกต่างจากชุมชนเมือง เป็นชุมชนที่เรียบง่าย เอื้ออารี พึ่งพาอาศัยกัน โดยการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรจากต้นจากมาประกอบอาชีพ แทนการประมง ซึ่งลักษณะของริมคลองสรรพสามิตเหมือนซูปเปอร์มาเก็ตธรรมชาติที่ให้ชุมชนส่วนใหญ่ได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่หลากหลาย โดยเฉพาะต้นจาก ซึ่งชุมชนใช้ประโยชน์จากทุกส่วนของต้นจากทั้งอุปโภคและบริโภคผสมผสานกับภูมิปัญญาตามวิถีชาวบ้าน ผลลัพธ์จากต้นจากจึงนับเป็นผลิตภัณฑ์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญและยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ในชุมชนที่สามารถนำมาสร้างรายได้หลักและสนับสนุนเป็นรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน การนำเสนออัตลักษณ์ผ่านเรื่องราวที่ปรากฏในชุมชนโดยเฉพาะการนำเสนอเรื่องราวที่มา รวมทั้งวิธีการผลิตของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ ให้เกิดขึ้นกับตราสินค้า สอดคล้อง Rolf Jensen ได้กล่าวว่า การสร้างตราสินค้าไม่ได้หยุดเพียงแค่การสร้างชื่อยี่ห้อที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าที่ปักอยู่บนเสื้อของพนักงาน แต่จะต้องถูกเพิ่มมูลค่า (Value Added) โดยใช้การออกแบบเป็นตัวถ่ายทอดเรื่องราว (Design Story) ที่บ่งบอกถึงต้นกำเนิดของตราสินค้านั้น ๆ ด้วย tcdc (2008) เรื่องในพื้นที่ป่าจากของชุมชนบ้านคลองนาเกลือก็เช่นกัน มีเรื่องราวและทรัพยากรอันเป็นเอกลักษณ์เสมือนทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่คู่กับท้องถิ่นมายาวนานสามารถนำมาเป็นเรื่องราวประกอบกับผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงมากยิ่งขึ้น

จุดนี้เองที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ที่แตกต่างของแต่ละวิถีชุมชน ซึ่งมีความแตกต่างจากที่อื่นสามารถนำมาสร้างเป็นเอกลักษณ์อันแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาในท้องถิ่นของชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพร้อมที่มาที่แตกต่างกันที่สามารถนำมาสร้างตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการใช้งานและความต้องการในการบริโภคของกลุ่มผู้บริโภค

5.3.1.1 รูปแบบบุคลิกภาพวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ

รูปแบบบุคลิกภาพวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ แสดงผ่านความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรต้นจากที่ปรากฏอยู่บริเวณคลองสรรพสามิตอันเป็นคลองที่คงความสมบูรณ์ เป็นทั้งแหล่งทุนทรัพยากรที่หล่อเลี้ยงครัวเรือนกว่า

สองร้อยครัวเรือน ทำให้รูปแบบวิถีชีวิตของชาวบ้านจึงแตกต่างจากชุมชนเมือง เป็นชุมชนที่เรียบง่าย เอื้ออารี พึ่งพาอาศัยกัน

ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกภาพวิถีความเป็นอยู่ของชุมชน จำนวน 100 ภาพจาก จำนวน 138 ภาพ ซึ่งใช้ตารางสูตรของ Krejcie & Morgan มาจัดเรียง โดยนำภาพที่ไม่เข้าเกณฑ์ คุณลักษณะวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับต้นจากออก และให้กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านนาเกลือ 25 คน เลือกที่เข้าเกณฑ์คุณลักษณะที่แสดงคุณค่า และความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมของ William Lipe ผ่านวิถีชีวิตของชุมชนบ้านคลองนาเกลือ พบว่าคุณค่าวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ เป็นลักษณะคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ ที่เข้าสู่ตลาดโดยคุณค่าด้านอัตถประโยชน์ซึ่งเกิดจากความสามารถของทรัพยากรวัฒนธรรมในการตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และสามารถแปรออกมาเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจได้ในลักษณะของภูมิปัญญาจากชุมชน โดยบุคลิกภาพวิถีชีวิตของชุมชนคลองนาเกลือ ซึ่งคัดเลือกภาพที่ได้คะแนนสูงสุด 5 ภาพในแต่ละกลุ่ม จำนวน 20 ภาพจากทั้งหมด 4 กลุ่ม วิเคราะห์ Mood and Tone บุคลิกภาพวิถีชีวิตของชุมชนคลองนาเกลือ ออกมาในลักษณะชุดสี Color palette

5.3.1.2 ชุดสี (Color palette) 20 ชุด มาออกแบบสร้างบุคลิกภาพของตรา

สัญลักษณ์ (logo) ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เรียบเรียงเป็นบุคลิกภาพสีของโคบายาชิ ที่สามารถสื่อสารความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ จำนวน 9 บุคลิกภาพ อันเป็นกลุ่มสีตัวแทนวิถีชุมชนบ้านคลองนาเกลือ

5.3.1.3 Mood and Tone จากวิถีชีวิตของชุมชนบ้านคลองนาเกลือ โดยกลุ่มสี 9

กลุ่ม จาก 15 กลุ่มสี ได้แก่ 1) เป็นธรรมชาติ (Natural) 2) สบายๆ (Casual) สมัยใหม่, หัวสมัยใหม่ (Modern) 3) ดุมีการเคลื่อนไหว (Dynamic) 4) ดูเป็นชนเผ่า, ป่าเถื่อน (Ethnic Wild) 5) ยอดเยี่ยม ได้รับความนิยมนิยม (Classic, Dandy) 6) สะอาดสะอ้ง, สวยแบบผู้ดี (Elegant) 7) สบายๆ (ไม่มีกฎเกณฑ์) (Cool-Casual) 8) เก, เทท, ทันสมัย (Chic) และ 9) สมัยใหม่ (Modern) อันจะนำมาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารีชาติ นัคเรศ (2549) ในกรณีผลของสีบรรจุภัณฑ์ต่อบุคลิกภาพตราสินค้า ทศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ประเภทของสีบรรจุภัณฑ์ที่ต่างกันส่งผลต่อบุคลิกภาพตราสินค้า โดยประเภทของสีบรรจุภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งกลุ่มสีที่เป็นตัวแทนวิถีชีวิตของชุมชนบ้านคลองนาเกลือ ได้แก่ กลุ่มสีธรรมชาติ, ยอดเยี่ยม และเก, เทท, ทันสมัย โดยกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นต่อกลุ่มสีธรรมชาติว่า “...กลุ่มสีนี้สัมพันธ์กับชุมชนบ้านคลองนาเกลือที่เต็มไปด้วยความเรียบง่าย เป็นมิตร อยู่กับป่าจากจากธรรมชาติ ในสองฝั่งคลองสรรพสามิต นั้นเป็นสิ่งที่คนในชุมชนหวงแหน ช่วยกันดูแลเพราะเราใช้ประโยชน์จากทุก ๆ ส่วนจากต้นจากมาแปรรูปสร้างรายได้ให้กับชุมชน” สอดคล้องกับ Eiseman (2000, P. 62) ได้นำเสนอความหมายของสีและผลกระทบต่ออารมณ์และความรู้สึกของกลุ่ม สีเขียว ที่มีความเป็นธรรมชาติ สงบแต่มีชีวิตชีวา โดยจะเชื่อมโยงกลุ่มสีทั้ง 3 กลุ่มให้กลมกลืนโดยใช้สีใกล้เคียง (Analogous Colour) ซึ่งจะใช้สีข้างเคียงกันในวงจรัสสีซึ่งมีลักษณะสีใกล้เคียงกันในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ได้แก่ สีเขียว, เหลือง, น้ำเงิน และน้ำตาล ซึ่งเป็นสภาวะอารมณ์อบอุ่น ภายใต้ชื่อ “ภูมิสมุทร” อันแสดงถึงคุณค่าภูมิปัญญาของชุมชน

5.3.2.ตราสัญลักษณ์ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และฉลากผลิตภัณฑ์จากต้นจาก จากรูปแบบ บุคลิกภาพวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ

5.3.2.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ของกลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านนาเป็นลักษณะ รูปทรงวงกลม สอดคล้องกับโกสุม สายใจ และบำรุง อิศรกุล (2541) ได้เสนอแนวคิดการใช้รูปร่างวงกลมในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ซึ่งทำให้ดูโดยรวมเป็นจุดเนื้อหารายละเอียดที่เพิ่มเติมเขาไป ควรจะสัมพันธ์กับสวนโค้งของวงกลมเพื่อให้ดูกลมกลืนเป็นเอกภาพ โดยเน้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงความเป็นบ้านคลองนาเกลือ อันมีพื้นที่ปรากฏทรัพยากรจากต้นจากที่ขึ้นอยู่หนาแน่นในสองฝั่งคลองสรรพสามิต รวมทั้งรูปแบบวิถีชีวิตชาวบ้านที่เรียบง่าย เอื้ออารี พึ่งพาอาศัยกัน ดังนั้น Mood and Tone เป็นธรรมชาติ (Natural) เป็นตัวแทนวิถีชีวิตของชุมชนบ้านคลองนาเกลือ นำมาใช้ออกแบบตราสัญลักษณ์ ภายใต้ชื่อ “ภูมิสมุทร” โดยใช้สีเพียง 2 สีในกลุ่มสีธรรมชาติ (Natural) ใช้เส้นที่มีขนาดสม่ำเสมอ ลวดทอนองค์ประกอบภาพด้วย Monoline-Illustration ให้ดูสบายตา กลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นในโครงสร้างรูปทรงวงกลม วงรี และสามเหลี่ยมเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงง่าย และสร้างการจดจำ และลวดทอนองค์ประกอบที่ไม่จำเป็นลงเพื่อให้สารที่สื่อสารออกไปสามารถมุ่งตรงไปยังเป้าหมายได้ผลยิ่งขึ้น

5.3.2.2 โครงสร้าง กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงต้มใบจาก

โครงสร้างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงต้มใบจาก 6 สูตร ได้แก่ ขงต้มใบจาก กลิ่นมะลิ (ใบจากอ่อน แก่) ขงต้มใบจากกลิ่นแก้วฮวย(ใบจากอ่อน แก่) และขงต้มใบจากธรรมชาติ (ใบจากอ่อน แก่) โดยบรรจุภัณฑ์ชั้นในบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) ที่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์โดยตรง จะใช้บรรจุภัณฑ์ซองชาเยื่อกระดาษ (teabags) ขงต้มใบจากทั้ง 6 สูตร ขนาด กว้าง 5.5 cm X ยาว 12 cm X สูง 8 cm

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ (secondary packaging) ใช้วัสดุกระดาษอาร์ตการ์ด (Art Card Paper-Premium) (กระดาษกล่องแข็ง) ความหนา 300 แกรม ขึ้นรูปเป็นลักษณะกล่องทรง 4 เหลี่ยมผืนผ้า

กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงต้มใบจากใช้สีในกลุ่มธรรมชาติ (Natural) ยอดเยี่ยมได้รับความนิยม (Classic, Dandy) และเก, เทท, ทันสมัย (Chic) ใช้รูปประกอบจากส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ ได้แก่ดอกแก้วฮวยสีเหลือง, ดอกมะลิ และใบต้นจาก และแนวคิดอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือที่เรียบง่าย เป็นกันเอง เป็นมิตร มาออกแบบลวดทอนองค์ประกอบภาพด้วย Monoline Illustration และใช้สีของบรรจุภัณฑ์ในการบ่งบอกกลิ่น รสชาติที่แตกต่างกัน

5.3.2.3 ฉลากบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ทอพีฟี่ลูกจาก (รสนม) และทอพีฟี่ลูกจาก (รสกะทิ)

ฉลากบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทอพีฟี่ลูกจาก 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทอพีฟี่รสนม และรสกะทิ บรรจุ 100 กรัม ฉลากขนาด กว้าง 3 in X ยาว 7 in และ 250 กรัม ฉลากขนาด กว้าง 3 in X ยาว 9 in โดยบรรจุภัณฑ์ชั้นในผลิตภัณฑ์ทอพีฟี่ลูกจาก ใช้ช่อง OPP เนื้อหุ้ม Matte ความหนา 60

ไมครอน (ทั้ง 2 ด้าน) ขนาด 5.5 x 7.5 cm ซึ่ลปิดปากถุงด้วยเครื่องซีล เพื่อป้องกันอากาศเข้า สอดคล้องกับการเก็บลูกกวาดเนื้อแข็งไร้น้ำตาลสูตรทนอุณหภูมิสูง ของภคมณ ปภาศิริวาทย์ ที่เก็บรักษาในฟิล์มชนิด OPP/MCPP จะมีเสถียรภาพที่ดี และมีอายุการเก็บรักษาอย่างน้อย 3 เดือน ที่อุณหภูมิห้อง (30°C) จะบรรจุในถุงพอลิเอไมด์ (polyamide, PA) ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ ไชมัน และน้ำมัน จึงช่วยยืดอายุเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ดี ญัฐกานู ธีรบรรกุล (2558,น.119)

การออกแบบกราฟิกฉลากทอฟี่ลูกจาก ใช้แนวคิดอัตลักษณ์วิถีชุมชนบ้านคลองนาเกลือเช่นเดียวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขงดื่มใบจาก ที่แสดงความเรียบง่าย เป็นกันเอง เป็นมิตร รวมถึงป่าจากซึ่งเป็นทรัพยากรจากธรรมชาติในสองฝั่งคลองสรรพสามิต ใช้สีในกลุ่มธรรมชาติ (Natural) ยอดเยี่ยมได้รับความนิยม (Classic, Dandy) และเก, เทท, ทันสมัย (Chic) ซึ่งจากบริโศคนิสัยและพฤติกรรมการใช้ฉลากโภชนา พบว่าผู้บริโศคนส่วนใหญ่ไม่เคยอ่านฉลากโภชนาการก่อนซื้อหรือกินเครื่องดื่มชาสูงถึง ร้อยละ 69 (53.07) ในขณะที่อ่านประจำ ร้อยละ 12 (9.23) โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้กำหนดแนวทางมาตรฐานการแสดงฉลากโภชนาการที่เน้นให้ความสำคัญในด้านคุณค่าทางโภชนาการมากกว่ารูปปลั๊กษ์สวยงามของบรรจุภัณฑ์และฉลากอมรรัตน์ นระสนธิ์ และคณะ (2559,น.86, 88) ดังนั้นการออกแบบฉลากทอฟี่ลูกจากจึงเน้นลดทอนองค์ประกอบภาพให้ดูสบายตาด้วย Monoline Illustration เพิ่มการใช้งานออกแบบด้วยไอคอน (Icon) บรรจุภัณฑ์ถัถนม ขวดนม มะพร้าวกะทิที่ปอกเปลือกแทนคำอธิบายรสชาติ เพื่อให้ผู้บริโศคนเข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และลดการใช้ตัวอักษร และปัญหาที่มีข้อความบนฉลากที่เยอะเกินไป

5.3.3.ความพึงพอใจของผู้บริโศคนต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงดื่มใบจาก และฉลากทอฟี่ลูกจาก

การศึกษาอัตลักษณ์วิถีชุมชนบ้านคลองนาเกลือ เพื่อการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ ผ่านวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ หมู่ 2 ตำบลนาเกลือ อำเภพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 2) ออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ขงดื่มใบจาก และทอฟี่ลูกจากอันแสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ 3) ออกแบบกราฟิกที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองนาเกลือ สำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงดื่มใบจาก และฉลากทอฟี่ลูกจาก และ 4) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโศคนต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขงดื่มใบจาก และฉลากทอฟี่ลูกจาก ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างก่อนการออกแบบ ได้แก่ กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านนาเกลือ จำนวน 25 คน ซึ่งทำการลงพื้นที่ของกลุ่มฯเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ สอบถาม แบบประเมินความต้องการ รวมทั้งบันทึกภาพวิถีชีวิตชุมชนบ้านคลองนาเกลือ และกลุ่มตัวอย่างหลังการออกแบบ ได้แก่ ผู้ที่อาศัยชุมชนหมู่ 2 บ้านคลองนาเกลือ และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมวิถีชีวิตของชุมชนทั้งทางเรือ และทางบกในชุมชน ช่วงเดือน เมษายน - กรกฎาคม 2560 จำนวน 285 คน ใช้แบบประเมินความพึงพอใจ ผลความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มาก (ค่าเฉลี่ย 4.15)