

การศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม

นิริรัตน์ จินจะโป๊ะ / สหภาพ กสิบลำเจียก

สาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

บทคัดย่อ

ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นศูนย์กลางในการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อหารายได้ให้คนในชุมชนได้มีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ผลิตไม่ว่าจะเป็น ผัก ผลไม้ ขนมหวาน ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตร มีลักษณะเป็นตลาดน้ำผสมผสานกับตลาดบนบก ซึ่งจะมีร้านค้าที่ขายสินค้าอยู่บนเรือและภายในอาคาร สินค้าส่วนใหญ่จะเป็น อาหารหวาน และสินค้าทางการเกษตร เช่น พืชผักผลไม้ ปลอดสารพิษจากชาวบ้านในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีภาพลักษณ์ที่มีความเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่มีความสำคัญ สามารถนำจุดเด่นมาใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม จะสามารถเป็นเครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งที่สามารถนำไปใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแวะชมตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้ โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม 2. เพื่อหาแนวทางการนำอัตลักษณ์ไปใช้ในการทำสื่อส่งเสริมการขายต่าง ๆ ของตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยการดำเนินงานวิจัยโดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยทำการสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน ด้วยการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามความต้องการ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักกลุ่มตัวอย่างเป็นพ่อค้าแม่ค้า ที่ขายของอยู่ในตลาดน้ำคลองลัดมะยมเพื่อหาเครื่องมือทางการออกแบบที่เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ โดยได้ผลการวิจัยเป็นเครื่องมือในการออกแบบคือ 1.การใช้ตัวอักษรรูปแบบตัวพิมพ์มีหัว 2.การใช้สีโทนเย็น 3.การใช้ภาพประกอบแบบภาพถ่ายเส้นดิจิทัล 4.การใช้ตราสัญลักษณ์แบบเอมเบลม (Emblem)

ความสำคัญ : ออกแบบ, อัตลักษณ์, อัตลักษณ์องค์กร, ตลาดน้ำ, คลองลัดมะยม

Corporate identity design for Klongladmayom floating market

Mr.Nitirat Jeenjapoe / Mr. Sahapop Gleblumjeak

Printing and Packaging design Faculty of Industrial Technology. SSRU

ABSTRACT

Klongladmayom floating market is the one of market center for community, the product such as vegetables, fruits, desserts etc. Klongladmayom floating Market is a place for trading agricultural products from local people in communities and nearby areas. This floating Market has a some unique image that can be bring the strength of this to be used in Identity design for create the image of Klongladmayom floating market. Moreover, those can be use for a marketing tool design that can be used to attract tourists who come to visit Klongladmayom floating market. The purpose of this research is 1.To study Klongladmayom floating market identity. 2. To finding promotion media design by corporate identity guideline. The research tool is questionnaire for 50 people who are the target group. The research participants are the merchant in this floating market. The research results are design tool for design 1.Serif type 2.Cold color tone 3.Digital illustration style 4.Emblem logo type

Keywords : Design, Identity, Corporate identity, Floating market, Klongladmayom

บทนำ

ตลาดน้ำคลองลัดมะยมเริ่มเปิดอย่างเป็นทางการในเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ โดยความร่วมมือของชาวชุมชนริมคลองลัดมะยม ผู้ก่อตั้งคือคุณชวน ชูจันทร์ ปัจจุบันอายุ 60 ปี เขามีเลือดความเป็นเกษตรกรเต็มตัว เพราะเกิดและเติบโตมากับท้องนา ด้วยความมานะจึงทำให้เขาต้องเรียนและทำนาไปด้วยในเวลาเดียวกัน จนกระทั่งจบการศึกษาด้าน นิติ ศ า ส ต ร์ แ ล ะ ร ัฐ ศ า ส ต ร์ จ า ก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ต่อมาเมื่อประเทศมีความเจริญมากขึ้น สังคมเปลี่ยน ประชากรเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ เกิดความแออัด ความเจริญยืดยาวที่หลายแห่งที่เคยทำเกษตรกรรมไปสร้างเป็นโรงงานอุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย สิ่งตามมาคือปัญหาปริมาณขยะและมลพิษ จนทำให้พื้นที่ในเขตเมืองหลวงหลายแห่งเกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาความคาดหวังและความพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปสู่การออกแบบตราสัญลักษณ์ นำไปพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการและชาวชุมชนคลองลัดมะยมมีรายได้จากนักท่องเที่ยว รวมถึง ชาวสวน ชาวไร่ มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ไม่ทิ้งสวนไปทำอาชีพอื่น และ เป็นการอนุรักษ์ความเป็นชาวสวนแบบดั้งเดิม

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม
2. เพื่อหาแนวทางการนำอัตลักษณ์ไปใช้ในการทำสื่อส่งเสริมการขายต่างๆของตลาดน้ำคลองลัดมะยม

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ พ่อค้าแม่ค้า ที่ขายของอยู่ในตลาดน้ำคลองลัดมะยม
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้คือกลุ่มเป้าหมายเป็นพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของอยู่ในตลาดน้ำคลอง ลัดมะยม จำนวน 50 คน ทั้งเพศชาย/หญิง อายุ 25-35 ปี
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
 - 2.1 แบบสอบถามจำนวน 50 ชุดโดยเก็บข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านวรรณกรรมทางการออกแบบ โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างคือพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของอยู่ในตลาดน้ำคลองลัดมะยมจำนวน 50 คน ทั้งเพศชาย/หญิง อายุ 25-35 ปี
3. ประเภทข้อมูล

3.1 ข้อมูลภาค ปฐมภูมิจากการตอบสนอง
แบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเกตพฤติกรรม
และสัมภาษณ์โดยตรงกับกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก
ทฤษฎีการออกแบบที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ศึกษา
จากวรรณกรรมการออกแบบต่าง ๆ มาเป็นแนวทาง
ในการทำตัวอย่างงานออกแบบเพื่อนำไปทำ
แบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบ
แบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้
ต่อเดือน

4.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังในการ
ออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม และ
ระดับความเห็นในการออกแบบวิเคราะห์ข้อมูล
ประเมินโดยใช้ค่าเฉลี่ย

5. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

5.1 ค่าร้อยละ

5.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลของการวิจัย

1. ได้รูปแบบประเภทของตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสม
กับการนำมาทำเป็นอัตลักษณ์องค์กร
2. ได้รูปแบบตัวอักษรภาษาไทยในการนำมาใช้
ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
3. ได้รูปแบบตัวอักษรภาษาอังกฤษในการนำมาใช้
ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
4. ได้รูปแบบการใช้สีในการนำมาใช้ในการ
ออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
5. ได้รูปแบบการใช้ภาพประกอบในการนำมาใช้
ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำ
คลองลัดมะยม สรุปผลและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัด
มะยม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
ต้องการให้การออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำ
คลองลัดมะยม โดยใช้ โครงสีโทนเย็น
2. การออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัด
มะยม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
ต้องการให้การออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำ
คลองลัดมะยม โดยใช้ตัวอักษรตัวพิมพ์แบบ
มีหัว

3. การออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยใช้ภาพประกอบเป็นภาพลายเส้นและภาพดิจิทัล
4. การออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การออกแบบอัตลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยใช้ ประเภทของตราสัญลักษณ์คือ Emblem

การแสดงถึงผลลัพธ์จากการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ตลาดน้ำคลองลัดมะยม



ภาพที่ 1 งานออกแบบนามบัตร



ภาพที่ 2 งานออกแบบบัตรพนักงาน



ภาพที่ 3 งานออกแบบบัตรจอดรถ



ภาพที่ 4 งานออกแบบแผ่นพับ



ภาพที่ 5 งานออกแบบถุงผ้า



ภาพที่ 7 งานออกแบบขวดน้ำ



ภาพที่ 6 งานออกแบบถุงกระดาษ



ภาพที่ 8 งานออกแบบแก้วน้ำ



ภาพที่ 8 งานออกแบบจานสำหรับร้านค้า



ภาพที่ 9 งานออกแบบผ้ากันเปื้อน



ภาพที่ 10 งานออกแบบธงญี่ปุ่น

เอกสารอ้างอิง

เกรียงไกร รุ่งลักขมิศรี. ทฤษฎีสีสำหรับงานออกแบบ

[online] (เมษายน. 3, 2555)

กรัณชรัตน์ พงษ์สถิตย์ . การออกแบบอัตลักษณ์

[online]. (กรกฎาคม. 10, 2555)

วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. ความรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพประกอบ

[online]. (สิงหาคม 16.2544)

ปาพจน์ หนูนักดี, 2553, **Graphic design principles,**

พิมพ์ครั้งที่ 1, สำนักพิมพ์ไอดีซีฯ, นนทบุรี.

ประวัติตลาดน้ำคลองลัดมะยม [online].

<http://klonglatmayom.wordpress.com>

(กันยายน. 21, 2559)

สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547, การออกแบบอัตลักษณ์, พิมพ์ครั้งที่

ที่ 2, สำนักพิมพ์ core function, นนทบุรี.

ข้อเสนอแนะ

1. การวางองค์ประกอบควรมีการจัดวาง
ไปในทิศทางเดียวกัน
2. รายละเอียดของภาพควรมีการจัดวาง
อย่างลงตัว ตัวอักษรไม่เล็กและไม่ใหญ่
จนเกินไป