

การออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอางแบรนด์แซสซีแลสซี  
CORPORATE GRAPHIC DESIGN FOR SASSY LASSIE COSMETIC



นางสาว ลิตานันท์ ก้นทะเจียว

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขานิเทศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอางแบรนด์แซสซี่แลสซี่  
CORPORATE GRAPHIC DESIGN FOR SASSY LASSIE COSMETIC



นางสาว สิตานันท์ กันทะเจียว  
MISS SITANUN GUNTAKHEW

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชา นิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... ทงศิริ พันธุเสวี ..... วันที่ ๒ มี.ย. ๒๕๖๘

(อาจารย์ ทรงศิริ พันธุเสวี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอางเซสซี่แลสซี่  
CORPORATE GRAPHIC DESIGN FOR SASSY LASSIE COSMETIC

ชื่อ

นางสาวสิตานันท์ กันทะเขียว

สาขาวิชา

นิเทศศิลป์

คณะ

สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา

2557

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ทรงศิริ พันธุเสวี

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของโครงการนี้คือ เพื่อศึกษาการออกแบบ Corporate Identity และนำมาสรุปผล การศึกษาด้วยการทำโครงการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางผสมติ โดยมาในคอนเซปต์ artist is me "การแต่งหน้าคือการทำงานศิลปะอย่างหนึ่ง" ซึ่งไม่ใช่แค่ความสวย อย่างเดียวที่เราใช้แต่งเติมลงบน ใบหน้า แต่การแต่งหน้า ยังบ่งบอกถึงความเอกลักษณ์ของตัวเองอีก ด้วย เหมือนกับการทำงานศิลปะ ที่ต้องใช้ทั้งความสวยงามและความเป็นตัวเองใส่ลงไปในงาน เช่นกัน

แนวคิดในการออกแบบ คือนำภาพวาดผู้หญิงของยุคศิลปะ ที่มีความสวยงามและสไตล์ เด่นชัด 3 ยุค เป็น 3 เซตในการแต่งหน้า ของคอลเลกชั่น artist is me คือ

1. โมนา ลิซ่า ยุคเรเนซองส์ (สวยลึกกลับมีเสน่ห์)
2. แมรี คัสซัส ยุคอิมเพรสชันนิส (สวยหวานใส ประทับใจ)
3. มาริ ลีน มอน โรล ยุคป๊อปอาร์ต (สวยเซ็กซี่ จืดจืด)

ขอบเขตงาน ได้แก่ การออกแบบสัญลักษณ์ สิ่งพิมพ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ ได้แก่ พาเลท เครื่องสำอาง ลิป อายแชโดว์ คอนซิลเลอร์ บู้คเลท

## กิตติกรรมประกาศ

1. ขอบคุณพ่อและแม่สำหรับกำลังใจอันยิ่งใหญ่ที่มีให้กันมาโดยตลอด ทำให้มีแรงฮึดทุกครั้ง ที่ท้อรวมถึงเงินทุกบาททุกสตางค์ที่ส่งให้ ขอบคุณจริงๆค่ะ พ่อแม่ทุ่มทุนให้กับทีลิสหนู เหมือนเป็นงานของตัวเองเลย
2. ขอบคุณครูเน้า อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยแนะนำ และติชม และให้กำลังใจมาโดยตลอด ขอบคุณที่เข้าใจและพยายามผลักดันจนสำเร็จอย่างที่หวังไว้
3. ขอบคุณครูหนึ่ง ที่ให้คำปรึกษาได้ตลอดเวลาเลย ครูหนึ่งให้อิสระในการทำทีลิสกับ นักศึกษามากๆ ดีใจที่ได้อยู่กับครูหนึ่งค่ะ
4. ขอบคุณพิมพา น้องสาวที่น่ารักที่คอยช่วยเหลือตลอดเลย ทีลิสคงไม่สำเร็จถ้าไม่มีพิมพา รู้ว่าเหนื่อยมากๆ ทั้งๆที่ต้องอดหลับอดนอน ขอบคุณที่เหนื่อยเพื่อกันขนาดนี้ ขอบคุณที่ไม่ทิ้งกันไปไหน
5. ขอบคุณเพื่อนๆ นศ.4 ที่ต่อสู้ด้วยกันและเป็นกำลังใจให้กันมาตลอด ขนลุกทุกทีเลยเวลากลับไปนี่ถึงช่วงเวลาที่นั่งทำทีลิสด้วยกัน ทั้งเหนื่อย ทั้งท้อ ทั้งสนุก ปะปนกันไปหมด แต่มันก็เป็นช่วงเวลาหนึ่งที่น่านอนจำมากๆ
6. ขอบคุณตัวเอง ที่สู้จนมาถึงขนาดนี้ เคยคิดมาตลอดเลยว่าเราเลือกทำทีลิสในเรื่องที่ตัวเองไม่ชอบ ไม่ถนัด ไม่อยากทำ แต่พอเราเอาชนะตัวเองได้ รู้สึกภูมิใจตัวเองมากๆ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	จ
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของโครงการ.....	1
กลุ่มเป้าหมาย.....	1
วัตถุประสงค์.....	2
ขอบเขตของโครงการ.....	2
แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
2 ประวัติศาสตร์ศิลป์.....	3
ยุคเรเนซองส์.....	3
ยุคอิมเพรสชันนิส.....	4
ยุคป๊อปอาร์ต.....	7
3 การออกแบบกราฟฟิกบนเครื่องสำอาง.....	8
การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	8
ความสำคัญของการออกแบบ.....	8
หน้าที่ของกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	10
การออกแบบโลโก้ตราสินค้า.....	10
ตัวอย่างแบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	10

	หน้า
4. การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น.....	12
ประวัติเครื่องสำอาง.....	12
การแบ่งชนิดของเครื่องสำอาง.....	13
สรุปขอบเขตงาน .....	16
5. การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง.....	17
แบบร่างตราสัญลักษณ์.....	17
แบบร่างกราฟฟิกประกอบ .....	22
แบบร่างกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	26
6. ผลงานสำเร็จ.....	33
ตราสัญลักษณ์.....	33
บรรจุภัณฑ์.....	35
7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	38
บทสรุป.....	38
ปัญหาที่เกิดขึ้นและข้อเสนอแนะ.....	38
ประโยชน์ที่ได้รับ .....	39
บรรณานุกรม .....	40
ประวัติผู้เขียน .....	41

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	ภาพวาดโมนาลิซ่า ของลีโอนาโดดา วินชี.....	5
2.2	ภาพวาด self portrait.....	6
2.3	ภาพวาดมาริลีนมอนโร ของ แอนดี้วอร์ฮอล.....	7
3.1	ภาพโฆษณาแบรนด์เครื่องสำอางยี่ห้อ ETUD.....	11
5.1	แบบร่าง logo ครั้งที่ 1.....	17
5.2	แบบร่าง logo ครั้งที่ 2.....	18
5.3	แบบร่าง logo ครั้งที่ 3.....	19
5.4	logo แบรินด์ที่นำไปใช้จริง.....	20
5.5	แบบร่าง logo collection ครั้งที่ 1.....	20
5.7	logo collection ที่นำไปใช้จริง.....	21
5.8	แบบร่างภาพประกอบ ครั้งที่ 1.....	22
5.9	แบบร่างภาพประกอบ ครั้งที่ 2.....	23
5.10	แบบร่างภาพประกอบ ครั้งที่ 3.....	24
5.11	ภาพประกอบที่นำไปใช้จริง.....	25
5.12	แบบร่างกราฟฟิคบนกล่องพาสเทลสี ครั้งที่ 1.....	26
5.13	แบบร่างกราฟฟิคบนกล่องพาสเทลสี ครั้งที่ 2.....	27
5.14	กราฟฟิคบนกล่องพาสเทลสีที่นำไปใช้จริง.....	28
5.15	แบบร่างกราฟฟิคบนหลอดสี multi color paint ครั้งที่ 1.....	29
5.16	แบบร่างกราฟฟิคบนหลอดสี multi color paint ครั้งที่ 2.....	29
5.17	กราฟฟิคบนกล่องพาสเทลสีที่นำไปใช้จริง.....	30
5.18	typo logo ของแต่ละชุด.....	30-31
5.19	กล่องใส่หลอดสี multi color paint ของแต่ละเซต.....	32
5.19	กล่องใส่หลอดสี multi color paint ของแต่ละเซต.....	32
6.1	สัญลักษณ์ของแบรนด์.....	33
6.2	สัญลักษณ์คอลเลคชั่นของแบรนด์.....	34

	หน้า
6.3 เครื่องสำอางชุด sweet mary .....	38
6.4 เครื่องสำอางชุด mystery monalisa.....	39
6.5 เครื่องสำอางชุด sexy marrilyn.....	40



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาของโครงการ

เครื่องสำอางในปัจจุบัน ล้วนมีให้เลือกมากมายหลายแบบ หลายยี่ห้อ หลายเฉดสี จนนับไม่ถ้วน จนทำให้ เครื่องสำอาง ถือว่าเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของผู้หญิงส่วนใหญ่

ผู้หญิงทุกคน มีความเป็นตัวของตัวเองซ่อนอยู่ มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน บางคนเป็นสาวหวาน บางคนเป็นสาวเปรี้ยว เครื่องสำอาง จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ตอบโจทย์ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เข้ากับตัวเองมากขึ้น การเลือกเฉดสีเครื่องสำอางหรือการเลือก mood & tone ในการแต่งหน้าให้เข้ากับตัวเองจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างหนึ่ง เราจึงต้องตามหาเฉดสีที่ใช่ ที่เหมาะกับเราจริงๆ

ดังนั้น จึงได้ออกแบบเครื่องสำอางที่ตอบโจทย์ผู้หญิงในปัจจุบัน เป็นเครื่องสำอางที่ผสมสีกันได้ แล้วได้สีใหม่ตรงใจผู้บริโภค หลอดสีเดียวทาได้ทั้ง ตา แก้ม และปาก เพื่อสะดวกในการใช้ โดยมาในคอนเซปต์ artist is me "การแต่งหน้าคือการทำงานศิลปะอย่างหนึ่ง" ซึ่งไม่ใช่แค่ความสวยงามอย่างเดียวที่เราจะแต่งเติมลงบนใบหน้า แต่การแต่งหน้า ยังบ่งบอกถึงความเป็นตัวเองอีกด้วย ก็เหมือนกับการทำงานศิลปะ ที่ต้องใช้ทั้งความสวยงามและของตัวเองใส่ลงไปในงานเช่นกัน

- ยุคศิลปะที่สามารถนำมาเล่าเรื่องในคอลเลกชันนี้ได้
- การออกแบบกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

#### 1.2 กลุ่มเป้าหมาย

- ผู้หญิงวัยรุ่นอายุ 17-22 ปี ที่รักการแต่งหน้า รักสวยรักงาม
- ผู้หญิงทั่วไปที่รักสนุกในการแต่งหน้า

### 1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อให้ความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ศิลปะ
- เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่ใช้เครื่องสำอาง
- เพื่อศึกษาอายุของศิลปะเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบสินค้า
- เพื่อศึกษาและรวบรวมปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อเครื่องสำอางของผู้หญิง

### 1.4 ขอบเขตของโครงการ

- สัญลักษณ์ของร้าน (Logo)
- ผลิตภัณฑ์มี 3 ชุด ในแต่ละชุด มีดังนี้
  - พาเลทสี
  - ลิป
  - อายเชโดว์
  - นู้คเลท

### 1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

#### 1.5.1 รวบรวมข้อมูล

- ยุคศิลปะที่สามารถนำมาเล่าเรื่องในคอลเลกชันนี้ได้
- การออกแบบกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 1.5.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

- สรุปขอบเขตงาน
- กำหนดแนวทางการออกแบบ
- วิธีการเล่าเรื่องยุคศิลปะให้อยู่บนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.5.3 ทำแบบร่างแก้ไขและพัฒนาแบบร่าง

### 1.5.4 ผลิตงานจริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### ประวัติศาสตร์ศิลปะ

#### 2.1 โมนา丽莎 ยุครเนซองส์

ด้วยฝีมือประจักษ์แจ้งเนรมิตรความมหัศจรรย์ได้เกือบเทียบเทียมธรรมชาติ และสัดส่วนรูปทรงที่ถ่ายถอดได้อย่างไร้ที่ติ โมนาเลียซาจึงได้รับคำชื่นชมและมีคนรู้จักมากที่สุดในโลก เธอหน้าค้นหาและซ่อนเร้น โมนาเลียซาดูทึบที่บราวกับเป็นกระจกสะท้อนความรู้สึกนึกคิดอันยากหยั่งถึง ดวงหน้าและแววตาดูร้อนรุ่มและสงบนิ่งในเวลาเดียวกัน รอยยิ้มของเธอมีเสน่ห์ยากจะเข้าใจ จนทำให้ภาพนี้ได้รับคำชื่นชมว่า “เหมือนนางฟ้ามากกว่ามนุษย์” ความงามสมบูรณ์แบบเช่นนี้ เป็นบทพิสูจน์สำคัญว่าเลโอนาร์โด คือ ยอดอัจฉริยะศิลปินตัวจริงของโลก

#### ยุครเนซองส์

ในยุคนี้มีศูนย์กลางอยู่ที่อิตาลี เป็นการนำศิลปะของกรีก และโรมันมาปิดฝุ่นใหม่ อีกทั้งยังมีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับวิชาการด้านอื่นๆทุกแขนง ด้วยความเชื่อที่ว่า มนุษย์คือศูนย์กลางของจักรวาล เป็นผู้ควบคุมธรรมชาติ ยึดมั่นในเหตุผล และถือว่าคุณค่าของมนุษย์อยู่ที่ความรู้ ความคิด ความสามารถของตนเอง สถาปัตยกรรมนำเอาหลังคาโค้ง เสาแบบต่าง ๆ ของกรีกมาปรับปรุง ทำให้มีลักษณะเฉพาะขึ้น ประติมากรรมก็เช่นเดียวกัน และมักสร้างขึ้นประกอบสถาปัตยกรรม จิตรกรรมสมัยนี้เน้นเรื่องราวของชีวิตและสิ่งแวดล้อม ภาพคนจะมีความโดดเด่นเป็นประธานของภาพ ด้านหลังอาจจะเป็นภาพภายในตัวอาคาร หรือไม่กี่ภูมิภาค มีการใช้แสงเงาที่เหมือนจริง เก็บรายละเอียดของพื้นผิวต่าง ๆ ประณีตงดงาม

ศิลปินที่มีชื่อเสียงได้แก่ Davinci , Michelangelo , Raphael เรียกว่า เป็นสามยอดอัจฉริยะบุคคลที่เกิดมาร่วมเมืองร่วมสมัยเดียวกัน



ภาพที่ 2.1 ภาพวาดโมนาลิซ่า ของลีโอนาโดดา วินชี

## 2.2 แมรี คัสซาตต์ ยุคอิมเพรสชันนิส

แมรี สตีเวนสัน คัสซาตต์ (อังกฤษ: Mary Stevenson Cassatt; 22 พฤษภาคม ค.ศ. 1844 - 14 มิถุนายน ค.ศ. 1926) เป็นจิตรกรสมัยอิมเพรสชันนิสมีบุคคลสำคัญของสหรัฐอเมริกาในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ถึง 20 มีความเชี่ยวชาญทางการเขียนภาพสีน้ำมัน และการทำภาพพิมพ์ มักจะวาดภาพชีวิตทั้งทางการสังคมและการส่วนตัวของผู้หญิง โดยเน้นความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งระหว่างแม่และลูก แมรี คัสซาตต์ใช้เวลาส่วนใหญ่ในประเทศฝรั่งเศส และเมื่อย้ายไปอยู่ปารีสแมรีก็ทำความรู้จักกับแอดการ์ เดอกา ผู้มีอิทธิพลต่องานเขียนของคัสซาตต์ ต่อมาแมรีก็ได้แสดงผลงานร่วมกับจิตรกรอิมเพรสชันนิสมีคนอื่น ๆ

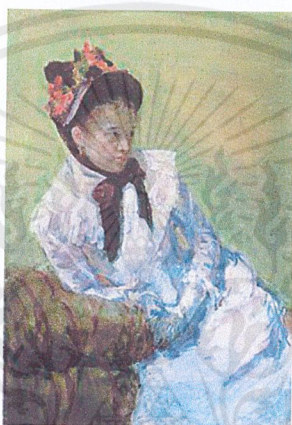
### ยุคอิมเพรสชันนิส

ลักษณะของภาพวาดแบบลัทธิประทับใจคือการใช้พู่กันวาดสีอย่างเข้ม ๆ ใช้สีสว่าง ๆ มีส่วนประกอบของภาพที่ไม่ถูกบีบ เน้นไปยังคุณภาพที่แปรผันของแสง (มักจะเน้นไปยังผลลัพธ์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเวลา) เนื้อหาของภาพเป็นเรื่องธรรมดา ๆ และมีมุมมองที่พิเศษ

จิตรกรแนวประทับใจได้นิกรอกรวาดที่มำตั้งแต่อดีต พวกเขาจึงได้ชื่อว่าเป็นพวกขบถ พวกเขาได้วาดภาพจากสิ่งที่อยู่ตรงหน้าในปัจจุบัน ให้ดูประหลาดและไม่สิ้นสุดสำหรับสาธารณชนที่มาดูงานของพวกเขานักวาดแนวนี้ปฏิเสธที่จะนำเสนอความงามในอุดมคติ และมองไปยังความงามที่เกิดจากสิ่งสามัญแทน พวกเขามักจะวาดภาพกลางแจ้ง มากกว่าในห้องสตูดิโอ อย่างที่ศิลปินทั่วไปนิยมกัน เพื่อที่จะลอกเลียนแสงที่แปรเปลี่ยนอยู่เสมอในมุมมองต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพวาดแบบลัทธิประทับใจ ประกอบด้วยการวาดพู่กันแบบเป็นเส้นสั้น ๆ ของสีซึ่งไม่ได้ผสมหรือแยกเป็นสีใดสีหนึ่ง ซึ่งได้ให้ภาพที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและมีชีวิตชีวา พื้นผิวของภาพวาดนั้นมักจะเกิดจากการระบายสีแบบหนา ๆ ซึ่งทำให้พวกเขาแตกต่างจากนักเขียนยุคเก่าที่จะเน้นการผสมผสานสีอย่างกลมกลืนเพื่อให้ผู้อื่นคิดว่ากำลังมองภาพวาดบนแผ่นแฟรมให้น้อยที่สุด องค์ประกอบของลัทธิประทับใจยังถูกทำให้ง่ายและแปลกใหม่ และจะเน้นไปยังมุมมองแบบกว้าง ๆ มากกว่ารายละเอียด



ภาพที่ 2.2 ภาพวาด self portrait

### 2.3 มาริลีน มอนโรล ยุคป๊อปอาร์ต

มาริลีน มอนโร คำว่ามาริลีนมาจากชื่อของดาราละครเพลงยุค 20 คือ มาริลีน มิลเลอร์ ส่วนมอนมาจากนามสกุลเดิมของคุณยายของเธอ จิน นอร์แมน คือชื่อที่มาริลีน ใช้ขณะเป็นนางแบบ

มาริลีน มีมารดาเป็นโรคทางประสาท บิดาสาบสูญ เป็นเหตุให้ชีวิตช่วงวัยเด็กต้องอาศัยอยู่ตามสถานเลี้ยงเด็กกำพร้า เมื่อตอนอายุ 12 ปีเธอค้นพบว่าตัวเองมีแรงดึงดูดทางเพศอย่างรุนแรงเป็นครั้งแรก เมื่อครั้งที่เธอสวมสเวตเตอร์พร้อมกับทาลิปสติกเป็นครั้งแรกไปโรงเรียน เธอเล่าว่าเมื่อเธอเดินเข้าไปในโรงเรียน นักเรียนชายต่างก็มองเธอเป็นตาเดียว บางคนก็ผิวปาก และบางคนก็เข้ามาหาเธอก็มี ในขณะที่นักเรียนหญิงต่างก็มองเธอด้วยความสนใจ และอิจฉาเธอ

เมื่ออายุ 16 ปี จึงเริ่มอาชีพนางแบบ ต่อมาก็เริ่มแสดงภาพยนตร์ซึ่งล้มลุกคลุกคลานมาเรื่อย ภาพยนตร์เรื่อง Gentleman Prefer Blondes (1953) เธอได้ค่าตัวอาทิตย์ละ 500 เหรียญ ในขณะที่ เจน รัสเซล ดารานำอีกคนได้ 200,000 เหรียญสำหรับภาพยนตร์ 1 เรื่อง แต่ตัวหนังทำเงินถล่มทลายและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาริลีนกลายเป็นคาราแดงไปในทันที ในฉากที่เธอร้องเพลง Diamonds Are A Girls's Bestfriend ที่ต่อมาถูกมาดอนน่านำมาทำเลียนแบบในมิวสิกวิดีโอเพลง Material Girl ก็นำมาจากภาพยนตร์เรื่องนี้ ภาพยนตร์เรื่อง The Seven Year Itch (1955) มีฉากที่เป็นอมตะของเธอที่ถูกลมพัดจนกระโปรงขึ้นมา จากฉากนี้เป็นเรื่องราวทำให้เธอหย่ากับสามี (โจ ดิแมกจิโอ นักเบสบอลชื่อดัง)

### ยุคป๊อปอาร์ต

ศิลปะป๊อปอาร์ต เป็นแบบอย่างของศิลปะที่สร้างความตื่นเต้นพุ่งขึ้นมาทันทีทันใดแก่ผู้พบเห็น อันมีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับคนทั่วไป เป็นเรื่องราวที่แสดงความเป็นอยู่ปัจจุบัน ไม่ใช่เรื่องเกี่ยวกับ ศาสนา ความเชื่อ หรือ โบราณนิยายอย่างแต่ก่อนๆ ใช้เทคนิคตามแบบอย่างศิลปะแอบสแตรก และเอ็กซ์เพรสชันนิสม์ ศิลปินกลุ่มนี้ล้วนเป็นศิลปินรุ่นหนุ่ม ล้วนมีความคิดแปลกใหม่ ก้าวหน้า มีความเชื่อเกี่ยวกับศิลปะว่า ศิลปะ “สร้างขึ้นมาจากสภาพแห่งของชีวิตปัจจุบัน ในช่วงระยะหนึ่ง เวลาหนึ่ง ซึ่งสะท้อนความรู้พื้นฐานธรรมดา ที่ศิลปินมีส่วนร่วมอยู่ด้วย” ทางด้านเทคนิคใช้เทคนิคทุกอย่างของแอบสแตรก เช่น วิธีหยด สลัก ป้าย เส้นรอบนอกคม ตามที่ศิลปินต้องการ ทางด้านเรื่องราวก็พยายามเน้นรูปวัตถุให้คมชัดแจ่มแจ้งขึ้น และบางทีก็มีความหมายเสียดสีสังคม สะท้อนสังคมยุคปัจจุบันด้วย



ภาพที่ 2.3 ภาพวาดมาริลีนมอนโร ของ แอนดี้วอร์ฮอล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

#### การออกแบบกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

##### 3.1 การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาดที่สามารถจับที่ สามารถจับต้องได้ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสารต่อผู้อ่านให้สามารถรับรู้ความหมายและแปลความได้ ทางสายตาโดยการจัดสื่อกลางต่างๆเช่นตัวอักษรเครื่องหมายสัญลักษณ์รูปภาพและอื่นๆรวมกัน ด้วยกรรมวิธีของการขีดเขียนการพิมพ์ตลอดจนเทคนิคการสร้างภาพต่างๆทางเครื่องมือ เครื่องจักรกลให้เกิดเป็นรูปเป็นร่างที่ประณีตเรียบร้อยสวยงามเหมาะสมกับการติดต่อสื่อสารและ โน้มน้ำใจจิตใจของกลุ่มเป้าหมายและเป็นการสร้างเอกลักษณ์องค์กรในด้านการตลาด

การออกแบบสร้างเอกลักษณ์ให้กับองค์กรหรือแบรนด์การออกแบบโลโก้ในด้านการตลาด เอกลักษณ์องค์กรหรือเอกลักษณ์กลุ่มบริษัทเป็นรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงานหรือองค์กร ซึ่งถูกออกแบบให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจซึ่งแสดงออกมาทางในรูปแบบของแบ-รนต์และ การใช้งานเครื่องหมายการค้า

แม้ว่าเรื่องของเอกลักษณ์จะไม่ใช่อะไรที่เกี่ยวกับแบรนด์แต่เรื่องของแบรนด์กับเอกลักษณ์ เป็นเรื่องที่ต้องเกิดขึ้นควบคู่กันอยู่เสมอเราสามารถสร้างแบรนด์ให้โดดเด่นได้ด้วยงานสร้าง เอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ซึ่งสามารถสื่อสารออกมาได้ 3 ส่วนด้วยกันคือการสร้างเอกลักษณ์ผ่านทาง ภาพการสร้างเอกลักษณ์ผ่านทางพฤติกรรมและการสร้างเอกลักษณ์ผ่านการพูดจากนั้นจึงพัฒนาต่อ ในเรื่องระบบการใช้โลโก้การใช้ตัวอักษรสีการใช้ภาพและอื่นๆที่จะทำให้ภาพลักษณ์ออกมาครบ สมบูรณ์แบบ

### 3.2 ความสำคัญของการออกแบบ

การออกแบบกราฟฟิคสำหรับงานบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญต่อการค้าและบริการสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อแสดงตัวผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
3. ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน
4. แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์และวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ โดยการออกแบบอาศัยตัวอักษรและภาพเป็นสื่อ โฆษณาสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็นความแตกต่างไปจากคู่แข่งทั้งด้านคุณภาพปริมาณราคาพร้อมทั้งมีข้อมูลวิธีการใช้ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหารข้อแนะนำและข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
5. สามารถแสดงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ การออกแบบกราฟฟิคมีบทบาทและหน้าที่แสดงถึงบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะ ให้เกิดความเด่นชัดกว่าคู่แข่ง
6. รักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดหรือเครือของผู้ผลิตเดียวกันกรณีผู้ผลิตผลิตสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกซื้อหลายชนิดหลายขนาดหลายรสหลายกลิ่นควรออกแบบกราฟฟิคให้มีลักษณะคล้ายกันทั้งหมดโดยกำหนดตำแหน่งองค์ประกอบต่างๆ ไว้ในตำแหน่งเดียวกัน จะแตกต่างกันก็ตรงชื่อของผลิตภัณฑ์ภาพและสีของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความแตกต่างของสินค้าชนิดเดียวกันเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ถูกต้อง
7. เพื่อความโดดเด่นเมื่อวางจำหน่ายสินค้าควรออกแบบกราฟฟิคให้ลวดลายบนกล่องหนึ่งสัมพันธ์กับลวดลายอีกกล่องหนึ่งที่วางเคียงข้างกันตราสินค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในสถานะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงความอยู่รอดของผู้ผลิตอยู่ที่การจำหน่ายสินค้าซึ่งเกิดจากการตัดสินใจของผู้บริโภคจึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ผู้บริโภคใช้และบอกต่อกันเพื่อให้หันมาใช้สินค้าหรือบริโภคสินค้าตัวนั้น
8. การออกแบบบรรจุภัณฑ์กับการโฆษณาให้สามารถใช้กับงานโฆษณาได้สะดวกจดจำง่ายรวดเร็วจากผลการวิจัยพบว่างานกราฟฟิคที่มีลักษณะตรงไปตรงมาใช้ภาพชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 หน้าทีของกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์นอกจากจะบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แล้ว จำเป็นต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ต้องการสื่อให้ผู้บริโภคเห็นอีกด้วย

### 3.4 การออกแบบโลโก้ตราสินค้า

ตราสินค้า(Brand) หมายถึงชื่อข้อความสัญลักษณ์หรือรูปแบบหรือสิ่งเหล่านี้รวมกันเพื่อป้องกันให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขายที่แสดงความแตกต่างและมีความเด่นกว่าของผู้แข่งขันตราสินค้าจะประกอบด้วยองค์ประกอบของหลายอย่างรวมกันคือ

1. ชื่อตรา (Brand name) ส่วนของตราที่เป็นชื่อหรือคำพูดหรือข้อความซึ่งออกเสียงได้เช่น ชัน โยเปฮาตารี
2. เครื่องหมายตราสินค้า (Brand mark) ส่วนหนึ่งของตราซึ่งสามารถจดจำได้แต่ออกเสียงไม่ได้ได้แก่สัญลักษณ์รูปภาพหรือสีสันในเครื่องหมาย
3. เครื่องหมายการค้า (Trademark) ส่วนหนึ่งของตราหรือตราที่ได้จดทะเบียนการเพื่อป้องกันสิทธิตามกฎหมายแต่เพียงผู้เดียว
4. ลิขสิทธิ์ (Copyright) สิทธิตามกฎหมายในสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ
5. โลโก้ (Logo) เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์ของกิจการหรือองค์กรหนึ่ง

### 3.5 ตัวอย่างแบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

เครื่องสำอางในปัจจุบันมีให้เลือกมากมายหลายแบรนด์ แต่ละแบรนด์ก็จะมีเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไป

#### ETUDE HOUSE

ได้รับการออกแบบตกแต่งภายใต้ คอนเซ็ปต์บ้านเจ้าหญิง ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากบ้านของเจ้าหญิงในเทพนิยาย ซึ่งเป็นความฝันของผู้หญิงทุกคน โดยเน้นโทนสีชมพูเป็นหลัก วัสดุทุกชิ้นที่นำมาตกแต่งในร้าน และ ทีมช่างที่มาดูแลการตกแต่ง บินตรงมาจากประเทศเกาหลีทั้งสิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.1 ภาพโฆษณาแบรนด์เครื่องสำอางยี่ห้อ ETUDE HOUSE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

#### 4.1 ประวัติเครื่องสำอาง

การใช้เครื่องสำอางจัดเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่มีมาแต่สมัยโบราณ มีการค้นพบว่า มีการใช้เครื่องสำอางมาตั้งแต่สมัยอียิปต์โบราณ จีน อินเดีย และต่อมาจนถึงปัจจุบัน โดยชาวกรีกเป็นชาติแรกที่มีการแยกการแพทย์และเครื่องสำอางออกจากกิจการทางศาสนา และยังถือว่าการใช้เครื่องสำอางเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องปฏิบัติต่อร่างกายให้ถูกต้องสม่ำเสมอจนเป็นกิจวัตรประจำวัน

ศิลปะการใช้เครื่องสำอางและเครื่องหอมได้ถึงขีดสุดในระหว่าง 2 ศตวรรษแรกแห่งจักรวรรดิโรมัน แล้วค่อยๆ เสื่อมลง และเมื่อจักรวรรดิโรมันตะวันตกล่มสลายลงในคริสต์ศตวรรษที่ 5 ศิลปะการใช้เครื่องสำอางจึงแพร่หลายเข้าสู่ทวีปยุโรป นอกจากนี้ ชาวอาหรับก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในการผลิตเครื่องสำอาง โดยได้มีการคิดแปลง แก้ไขส่วนผสมต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีคุณภาพดีขึ้น เช่น การใช้กรรมวิธีการกลั่นเพื่อให้มีความบริสุทธิ์สูง การใช้แอลกอฮอล์เป็นตัวทำละลาย เป็นต้น

เมื่อศิลปะการใช้เครื่องสำอางได้แพร่หลายเข้าสู่ในประเทศฝรั่งเศสมากขึ้น เจ้าหน้าที่ชาวฝรั่งเศสได้พยายามเสนอให้มีการแยกกิจการด้านเครื่องสำอางไว้เฉพาะ โดยให้แยกออกจากกิจการด้านการแพทย์ เนื่องจากกิจการด้านการแพทย์และเครื่องสำอางต้องอยู่ในการควบคุมของกฎหมาย ในระหว่างปี ค.ศ. 1400 – ค.ศ. 1500 และความพยายามก็ประสบความสำเร็จในปี ค.ศ. 1600 ศิลปะการใช้เครื่องสำอางได้แยกออกมาจากกิจการด้านการแพทย์อย่างชัดเจน ต่อมาในปี ค.ศ. 1800 ได้มีการรวบรวมและแยกแยะความรู้ในด้านศิลปะการใช้เครื่องสำอางออกเป็นหลายๆ ประเภท เช่น เกสซ์กร ช่างเสริมสวย นักเล่นแร่แปรธาตุ ซึ่งต้องใช้ความรู้ที่ได้มาจากเกสซ์กรรมและเครื่องสำอางมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละอาชีพ

การผลิตเครื่องสำอางในช่วงแรกๆ นั้น ยังมีกรรมวิธีการผลิตที่ไม่แน่นอน เครื่องสำอางบางประเภทมีขายในร้านขายยา การผลิตเป็นความรู้ส่วนบุคคลที่ได้รับสืบทอดมาหรือได้จากการศึกษาค้นคว้า ลองผิดลองถูก จนถึงปลายศตวรรษที่ 19 ได้มีผู้นำวิธีการทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่เข้ามาช่วยในการผลิตแทนวิธีเก่า และเมื่อผลิตเครื่องสำอางแต่ละชนิดจะมีเครื่องหมายการค้าชัดเจน และมีกรรมวิธีการผลิตที่แน่นอน ทำให้เครื่องสำอางที่ผลิตขึ้นมีคุณภาพ สามารถเพิ่มรายได้ให้กับผู้ผลิต ทำให้มีการเพิ่มการผลิต และพยายามปรับปรุงคุณภาพของเครื่องสำอางให้มีคุณภาพสูงขึ้น

ต่อมาได้มีการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ เข้ามาปรับปรุงคุณภาพของเครื่องสำอาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิชาเคมี ได้มีส่วนเข้ามาช่วยในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ให้มีคุณภาพสูง ในการผลิตแต่ละครั้งต้องมีส่วนประกอบที่คงที่ ได้ผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกัน มีหลักการเลือกใช้วัตถุดิบที่ได้มาตรฐานในการผลิต และมีการตรวจสอบคุณสมบัติ ตลอดจนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ในปี ค.ศ. 1895 ได้มีการเปิดสอนวิชาการเครื่องสำอาง เมืองชิคาโก รัฐอิลลินอยส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นครั้งแรก ทำให้นักศึกษาได้รู้จักวิธีการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆ ในการรักษาผิวหนังและเส้นผม ต่อมาการศึกษาวิชานี้ได้แพร่หลายไปอย่างรวดเร็ว

#### 4.2 การแบ่งชนิดของเครื่องสำอาง

เครื่องสำอาง หมายความว่า

1. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำ ด้วยวิธีอื่นใดต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและรวมตลอดทั้งเครื่องประดับผิวต่างๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ
3. วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอางชนิดของเครื่องสำอาง เช่น ฟ้านามัมย์ ฟ้ายื่น แป้งโรยตัว เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าข่ายเครื่องสำอาง ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดประสงค์เพื่อความสะอาด หรือเพื่อความสวยงาม ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีจุดประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อบำ บัด บรรเทา รักษา หรือมีส่วนประกอบทางเคมีที่เป็นตัวยา หรือใช้รับประทาน จะไม่จัดเป็นเครื่องสำอาง

### การแบ่งประเภทเครื่องสำอางตามวัตถุประสงค์

ตามความหมายที่ 1 เราจึงแบ่งเครื่องสำอางตามวัตถุประสงค์การใช้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. เครื่องสำอางทำความสะอาด (cleansing cosmetic) ได้แก่ สบู่ แชมพู ครีมนวดผม ยาสีฟัน แอลกอฮอล์ เจล เจลล้างหน้า ครีม โคนหนวด ครีมอาบน้ำ น้ำยาทำความสะอาดจุดซ่อนเร้น น้ำมันล้างหน้า
2. เครื่องสำอางบำรุงผิว ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิว ครีมกันแดด ซิรั่มบำรุงผม ลิปปาล์มที่ไม่มีสี
3. เครื่องสำอางสำหรับตกแต่ง (Make up) ครีมรองพื้น ลิปกอส อายแชโดว์ บลัชออน

แต่ทั้งนี้เครื่องสำอางบางชนิด มีวัตถุประสงค์การใช้ 2 ประเภท ขึ้นไป เช่น สครับขัดผิว เป็นเครื่องสำอางทำความสะอาดและบำรุงผิว ลิปปาล์มที่มีสีเป็นเครื่องสำอางบำรุงผิวและเครื่องสำอางสำหรับตกแต่ง เป็นต้น ทั้งนี้การจัดประเภทเครื่องสำอางสามารถดูข้อมูล data dictionary ของกลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง อ.ย. ได้

### การแบ่งประเภทเครื่องสำอางตามรูปแบบผลิตภัณฑ์

รูปแบบผลิตภัณฑ์ในที่นี้ หมายถึงลักษณะเนื้อของผลิตภัณฑ์ ซึ่งแบ่งได้หลายประเภทมาก ดังนี้ขอยกตัวอย่างมาดังนี้

1. น้ำมัน มีลักษณะเหลว แต่หนืด มัน ลื่น ไม่มีส่วนประกอบของวัฏภาคน้ำ
2. โลชั่น/ซิรั่ม ค่อนข้างเหลว มีความหนืด มีวัฏภาคน้ำกับน้ำมันผสมกัน อาจเป็น o/w หรือ w/o แต่ส่วนใหญ่เป็น w/o ทำให้เป็นเนื้อเดียวกันด้วยตัวทำอิมัลชัน ถ้ามีสีขุ่นเรียกว่า โลชั่น ถ้าสีใสเรียกว่าซิรั่ม แต่ทาง อ.ย. จะใช้คำว่าโลชั่นเนื่องจากป้องกันการสับสนกับคำว่าซิรั่ม ในทางการแพทย์
3. โทนิค เป็นของเหลวที่มีองค์ประกอบหลักเป็นแอลกอฮอล์
4. ผง/เกล็ด เป็นของแข็งที่อาจเป็นผง หรือ เกล็ด
5. เจล เป็นของเหลวที่มีลักษณะภายนอกคล้ายของแข็ง มีลักษณะยืดหยุ่น แต่ความเป็นของแข็งไม่คงตัว หากน้ำระเหยไปจะเสียนสภาพได้ ประกอบด้วยวัฏภาคน้ำและสารเพิ่มความหนืด ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น เจลอาบน้ำ เจลแอลกอฮอล์

6. ครีม คล้ายกับโลชั่น แต่มีความหนืดสูงกว่า มักมีวัตถุดิบน้ำและน้ำมันในอัตราส่วนมวลใกล้เคียงกัน
7. สบู่ก้อน (Bar soap) เกิดจากไขมันหรือน้ำมันทำปฏิกิริยากับด่าง เกิดเป็นไขมันที่เป็นของแข็ง เมื่อจับสบู่แล้วจะรู้สึกเหนียว และเมื่อโดนน้ำจะรู้สึกเรียบลื่น อยู่ในลักษณะที่เป็นก้อน มีรูปร่างตามแต่พิมพ์ที่ใช้หล่อสบู่
8. สบู่เหลว (Liquid soap) คล้ายกับข้อ 7 แต่เป็นของเหลวที่อุณหภูมิห้อง
9. สารละลาย เป็นของเหลว ประกอบด้วยวัตถุดิบที่มีของแข็งละลายอยู่ ผสมรวมเป็นเนื้อเดียวกัน
10. โฟม เป็นลักษณะมีรูพรุนของอากาศในของแข็งหรือของเหลว แต่ในเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นแก๊สในของเหลว เช่น โฟมล้างหน้า
11. มูส เป็นแก๊สในของเหลวที่มีความคงตัวมากกว่าโฟม เช่น มูสล้างหน้า มูสแต่งผม เป็นต้น
12. สเปรย์ เป็นของเหลวในแก๊ส
13. แอโรซอล คือลักษณะที่เป็นละออง เป็นของแข็งหรือของเหลวในก๊าซ ในที่นี้ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ในขวดสเปรย์ที่มีแรงอัดอากาศจากหัว ฟันและสปริง
14. บาล์ม สำหรับในเรื่องความหนืดไม่ปรากฏแน่ชัด แต่เราเรียกผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับทา ภู นวด และเป็นตัวให้กลิ่น (aroma) ว่าบาล์ม เช่น ลิปปาล์ม บาล์มขัดผิว เป็นต้น
15. ขี้ผึ้ง (Wax/Ointment) ประกอบด้วยสารจำพวกไขมันแข็ง (wax) เป็นส่วนใหญ่ โดย ointment นั้นจะมีลักษณะที่เป็นอิมัลชันคือประกอบด้วยวัตถุดิบน้ำและน้ำมันแต่มีวัตถุดิบน้ำมันเป็นส่วนใหญ่คือ 80% ขึ้นไป
16. เพสต์ มีลักษณะเป็นเนื้อแข็งผสมอยู่ เช่นเป็นครีมเหลว หรือเป็นก้อนแข็ง เป็นต้น

#### การแบ่งประเภทของส่วนตามร่างกายที่ใช้

1. เส้นผม (hair care) เช่น แชมพู
2. ช่องปาก (oral care) เช่น น้ำยาฟันปาก ยาสีฟัน
3. ใบหน้า (face) จัดอยู่ในกลุ่ม SKIN CARE เช่น ผลิตภัณฑ์ make-up ครีมบำรุงผิวหน้า
4. รอบดวงตา (eye) จัดอยู่ในกลุ่ม SKIN CARE เช่น eye cream
5. ริมฝีปาก (lip care) จัดอยู่ในกลุ่ม SKIN CARE เช่น ลิปปาล์ม ลิปกLOSS
6. ร่างกาย (body care) หรือผิวหนังโดยทั่วไป ได้แก่ skin care เช่นครีมบำรุงผิวกาย โลชั่นกันแดด และกลุ่มน้ำหอมระงับกลิ่นกาย
7. มือ (hand) จัดอยู่ในกลุ่ม skin care เช่น hand cream, alcohol hand gel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. เล็บ (nail care) เช่น ยาทาเล็บ น้ำยาล้างเล็บ
9. ทรวงอก (breast) จัดอยู่ในกลุ่ม skin care เช่น ผลิตภัณฑ์พอกผิวทรวงอก
10. จุดซ่อนเร้น (vagina) จัดอยู่ในกลุ่ม skin care เช่น น้ำยาทำความสะอาดจุดซ่อนเร้น
11. เท้า (foot care) จัดอยู่ในกลุ่ม skin care เช่น foot cream, foot lotion

#### 4.3 สรุปขอบเขตงาน

- ออกแบบตราสัญลักษณ์ของร้าน Logo

- บรรจุภัณฑ์มีดังนี้ ผลิตภัณฑ์มี 3 ชุด ดังนี้

##### 1. MYSTERY MONALISA SET (ยุคเรเนซองส์)

- multi color paint (พาสเทลสี)

- sfumato eye shadow

- book let

##### 2. SWEET MARY SET (ยุคอิมเพรสชันนิส)

- multi color paint (พาสเทลสี)

- impasto concealer

- book let

##### 3. SEXY MARILYN SET (ยุคป๊อปอาร์ต)

- multi color paint (พาสเทลสี)

- benday dot lip liner

- book let

#### 4.4 แนวทางการออกแบบ

1. นำศิลปะ 3 ยุค ที่มีเอกลักษณ์เด่นชัด และแตกต่างกัน มาเป็น mood & tone ของการแต่งหน้า เป็นผู้หญิง 3 แบบ 3 สไตล์
2. ออกแบบ typo ของแต่ละเซตให้เข้ากับ mood & tone ของยุคนั้น
3. โครงสีโดยรวม เน้นสีตามยุคศิลปะที่เลือกมา แบ่งเป็น 3 ชุดสี
4. การออกแบบต้องให้ภาพรวมดูเป็นแบรนด์เดียวกัน แต่ต้องสร้างความแตกต่างระหว่างกลุ่มหรือประเภทของผลิตภัณฑ์ด้วย เพื่อให้ผู้ซื้อเลือกได้ถูกต้อง ไม่สับสน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### การออกแบบและพัฒนาแบรนด์

#### 5.1 แบบร่างตราสัญลักษณ์

ตั้งชื่อแบรนด์ โดยการหาคำให้ตรงกับเอกลักษณ์ของแบรนด์



ภาพที่ 5.1 แบบร่าง logo ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.2 แบบร่าง logo ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.3 แบบร่าง logo ครั้งที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4Λ44Y  
LΛ44IE

ภาพที่ 5.4 : logo แบนด์ที่นำไปใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ARTIST IT'S ME

ภาพที่ 5.5 แบบร่าง logo collection ครั้งที่ 1

Artist  
พลอย

ภาพที่ 5.7 : logo collection ที่นำไปใช้จริง

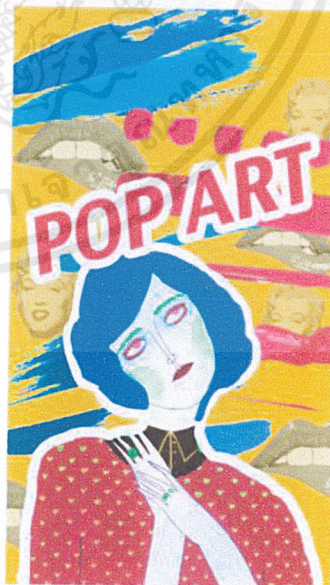
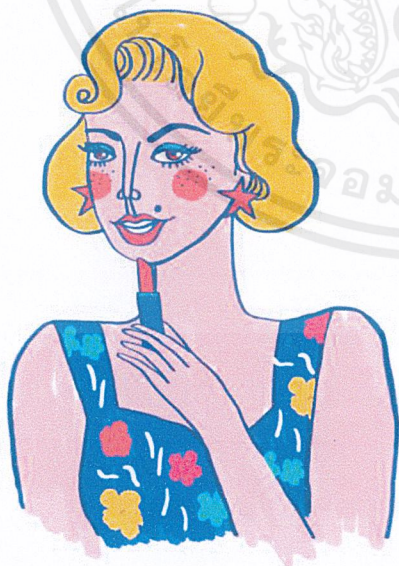
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.2 แบบร่างกราฟฟิกประกอบ

แนวคิดในการออกแบบ ใช้ภาพประกอบให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

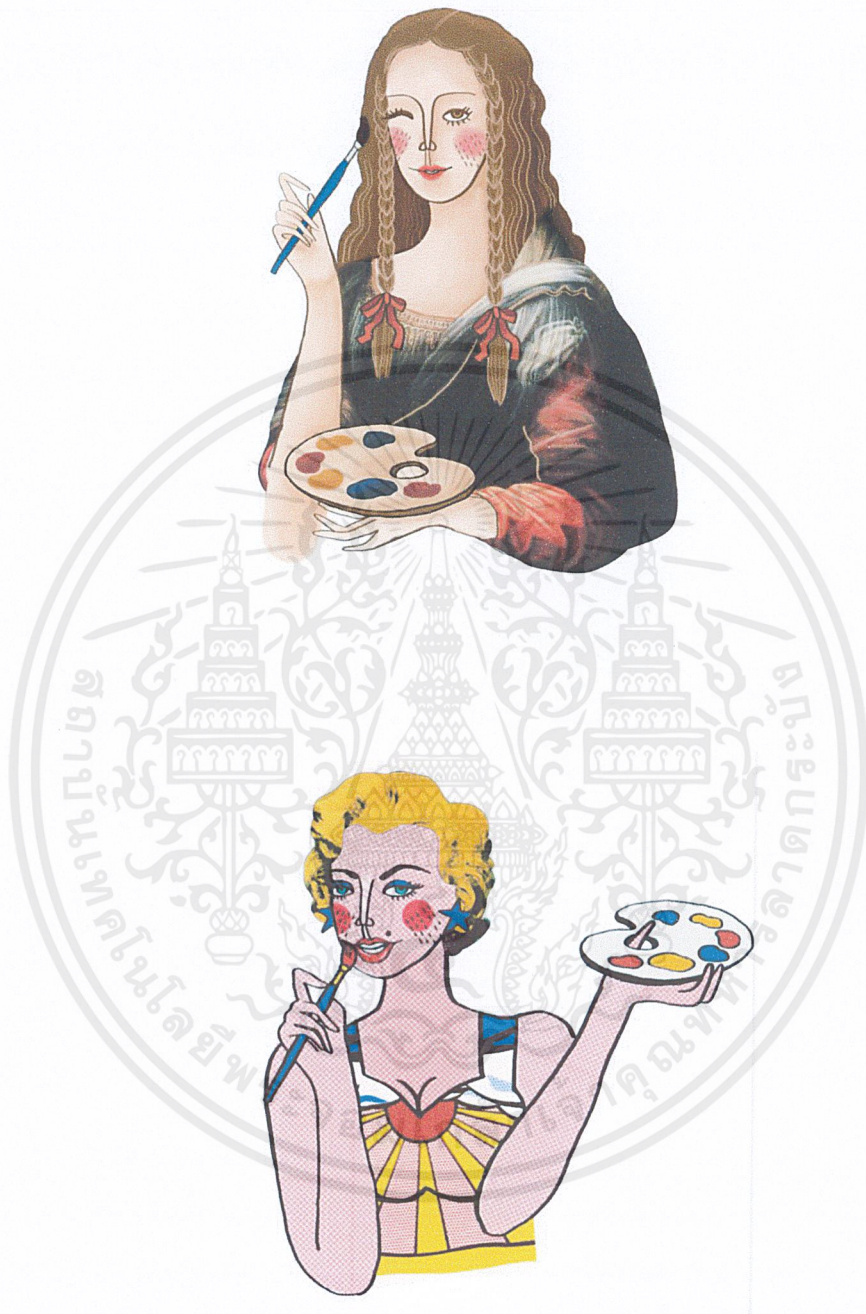


**POP ART**



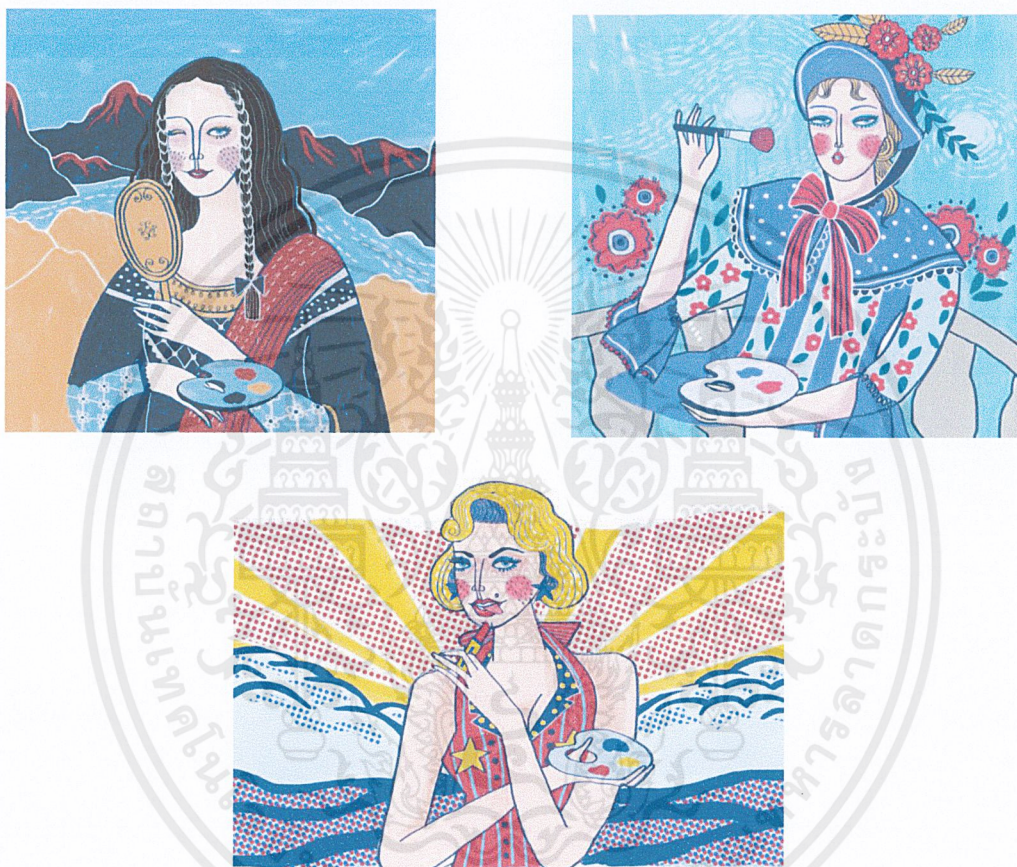
ภาพที่ 5.8 แบบร่างภาพประกอบ ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.9 แบบร่างภาพประกอบ ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.10 แบบร่างภาพประกอบ ครั้งที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

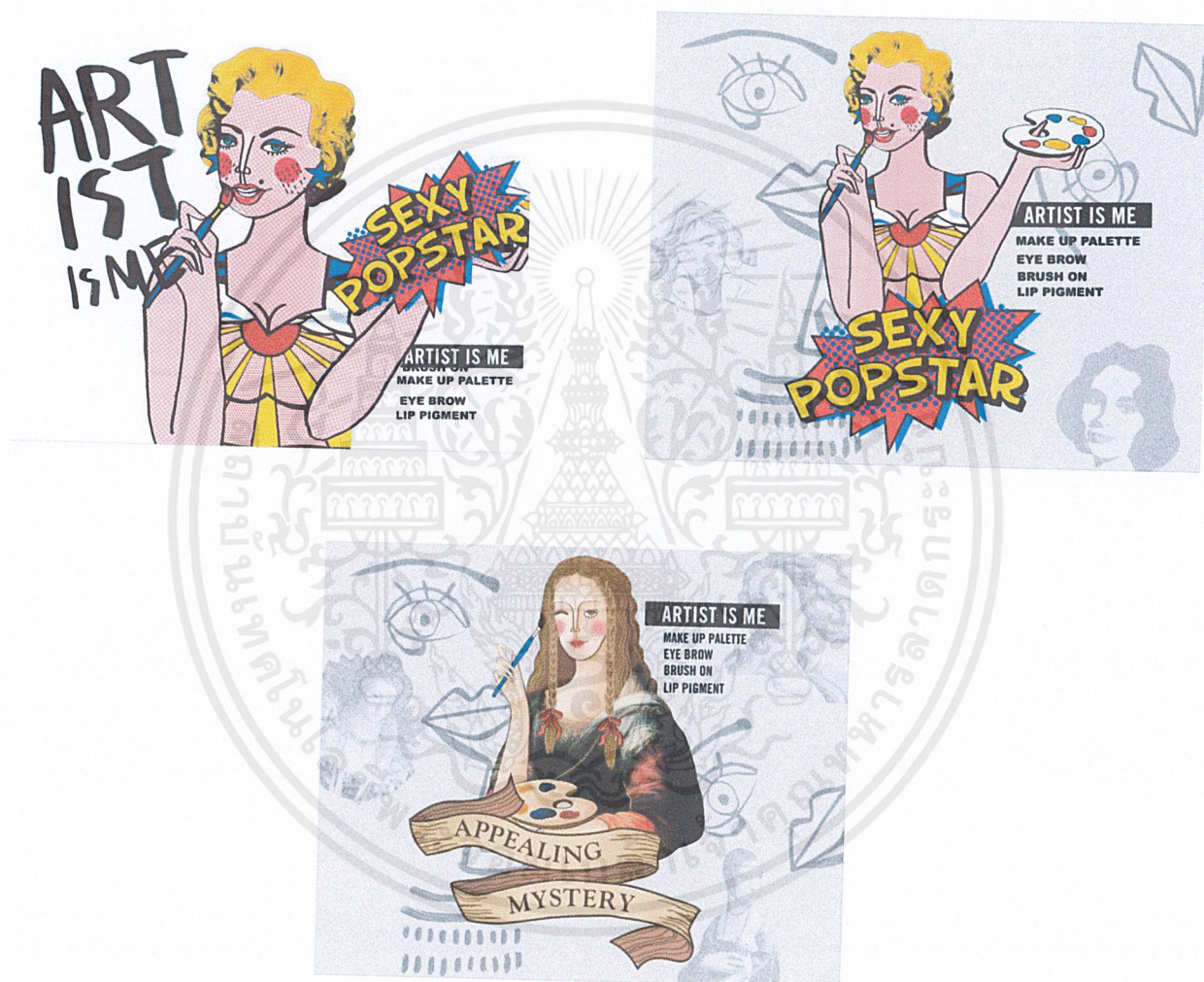


ภาพที่ 5.11 ภาพประกอบที่นำไปใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

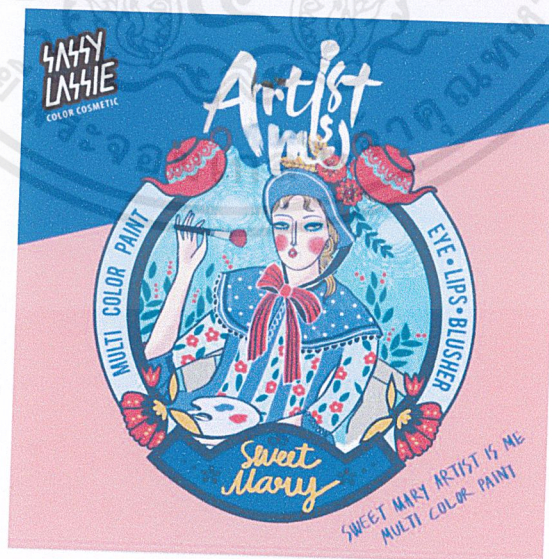
### 5.3 แบบร่างกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

เน้นสีส้มและภาพประกอบให้เด่นชัด



ภาพที่ 5.12 แบบร่างกราฟฟิกบนกล่องพาเลทสี ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.13 แบบร่างกราฟฟิกบนกล่องพาสเทลสี ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.14 กราฟฟิกบนกล่องพาสเทลที่นำไปใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.15 แบบร่างกราฟฟิกบนหลอดสี multi-color paint ครั้งที่ 1

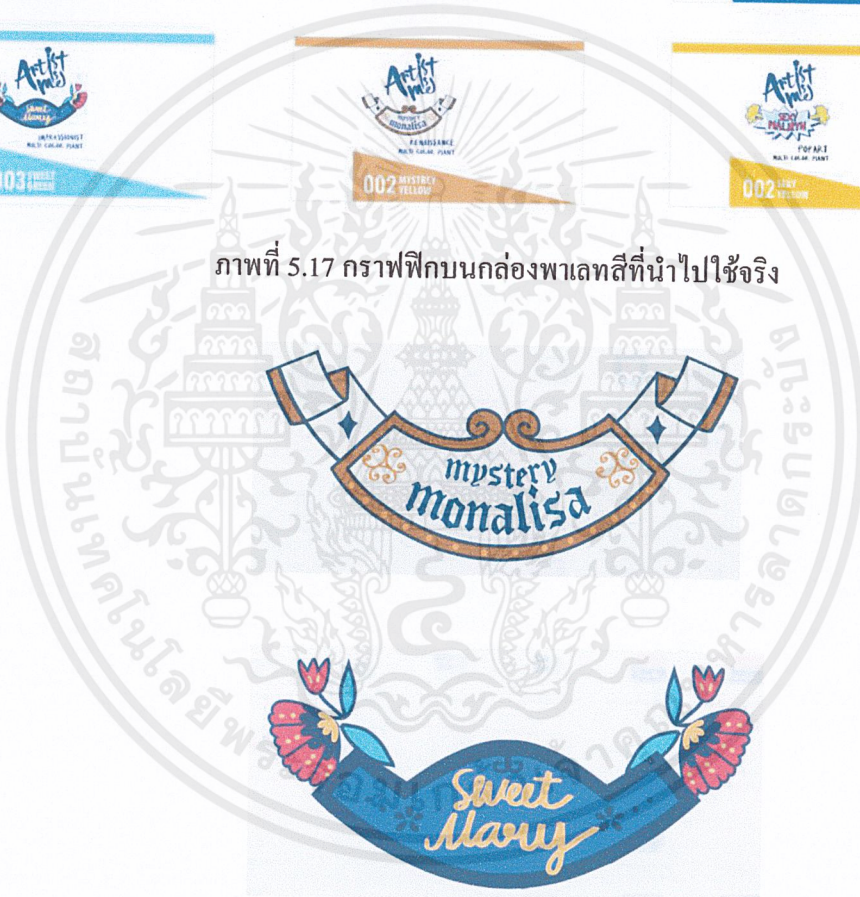


ภาพที่ 5.16 แบบร่างกราฟฟิกบนหลอดสี multi-color paint ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.17 กราฟฟิกบนกล่องพาเลทสีที่นำไปใช้จริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



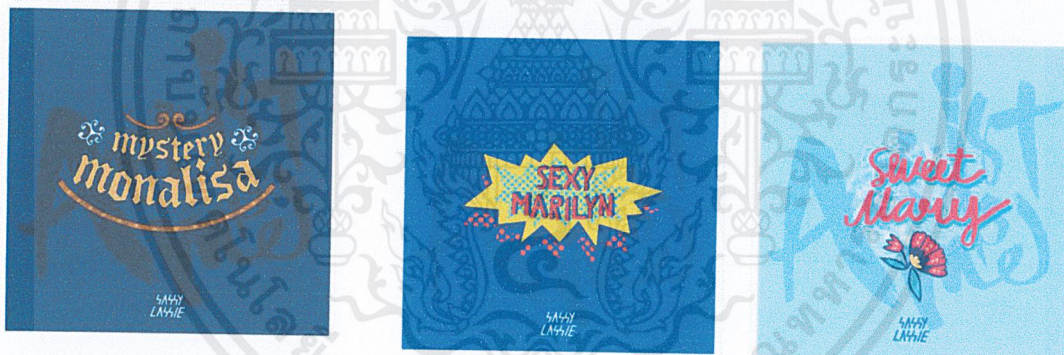
ภาพที่ 5.18 typo logo ของแต่ละชุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.19 กล่องใส่หลอดสี multi color paint ของแต่ละเซต



ภาพที่ 5.20 กราฟฟิกบนพาเลทหลอดสี multi color paint ของแต่ละชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### ผลงานสำเร็จ

#### 6.1 ตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 6.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Artist  
ศิลปิน

ภาพที่ 6.2 สัญลักษณ์คอลเลจรีนของแบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.2 บรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6.3 เครื่องสำอางชุด sweet mary

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.4 เครื่องสำอางชุด mystery monalisa

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.5 เครื่องสำอางชุด sexy marrilyn

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 บทสรุป

การออกแบบกราฟฟิกดิจิทัลสำหรับเครื่องสำอางนี้ สามารถตอบจุดประสงค์ในการออกแบบได้ในระดับหนึ่ง ทำให้เกิดภาพลักษณ์สินค้าใหม่ๆ แก่สินค้าประเภทนี้โดยอาศัยความรู้ทางด้านการออกแบบ และความรู้ทางด้านองค์ประกอบศิลป์สร้างผลงานจำลองขึ้นมาซึ่งในอนาคตสามารถต่อยอดโครงการนี้ ทำให้ผลิตภัณฑ์สินค้าขึ้นมาได้จริงๆ และใส่เรื่องราวเข้าไปในคอลเลกชัน ทำให้เกิดการดึงดูดและน่าสนใจยิ่งขึ้น

#### 7.2 ปัญหาที่เกิดขึ้นและข้อเสนอแนะ

7.2.1 เนื่องจากยุคศิลปะทั้ง 3 ยุค มีความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นศิลปะที่แตกต่างกันมาก ไม่ว่าจะ mood & tone ของสี แนวทางของภาพวาด จึงทำให้ ยากในการออกแบบที่จะทำให้เป็นเซ็ทเดียวกัน ในหนึ่งคอลเลกชัน

7.2.2 วางแผนการทำงานยังไม่ถูกระบบ ทำให้กระบวนการทำงานไม่ราบรื่นอย่างที่คิด ในการแก้ปัญหา จึงควรจัดลำดับความคิดและการทำงานให้ดี เพื่อการทำงานที่ราบรื่นในทุกขั้นตอน

7.2.3 เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย จึงควบคุมภาพรวมกราฟฟิกให้ดี ไม่ให้แตกต่างกันเกินไป และไม่ดูให้ซ้ำซากเกินไป เพื่อสินค้าจะได้มีความโดดเด่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.2.4 ไม่ควรเพิ่มดีไซน์แนวทางใหม่ๆตลอดเวลาการทำงาน เพราะทำให้ตัดสินใจเลือกยาก และต้องคอยกลับไปแก้งานที่ทำสำเร็จแล้วอยู่บ่อยครั้ง อาจจะทำให้งานล่าช้า

7.2.5 การมอคัพตัวบรรจุภัณฑ์ ต้องกะขนาดกับตัวขวดให้ดี ไม่งั้นจะมีการคลาดเคลื่อน ทำให้กล่องไม่ออกมาตามแบบที่ต้องการ

### 7.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

7.3.1 ได้เรียนรู้การทำงานอย่างเป็นระบบ ขั้นตอน เพื่อเป็นทักษะในการทำงานจริงในอนาคต

7.3.2 ได้ฝึกกระบวนการทางด้านความคิดทางด้านการออกแบบสินค้า

7.3.3 เมื่อได้ทดลองทำงานจริงจัง ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นมากมาย ทำให้เรียนรู้เป็นประสบการณ์ และเรียนรู้วิธีป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดขึ้นอีกสามารถต่อยอดไอเดียไปสู่การทำธุรกิจในอนาคตได้

### บรรณานุกรม

Thai sculpture. 2556 history of art/ ประวัติศาสตร์ศิลป์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
<http://www.prc.ac.th/newart/webart/history0.html>. ประวัติศาสตร์ศิลป์. 22 มกราคม 2558

blogspot. 2557. อารยธรรมโลก (World Civilization). (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
<http://worldcivil14.blogspot.com/2014/02/pop-art.html>. 9 กุมภาพันธ์ 2558

บ้านจอมยุทธ. 2555. ประเภทของเครื่องสำอาง เครื่องสำอาง สารละลายเกี่ยวกับสุขภาพ. (ออนไลน์).  
 แหล่งที่มา : [http://www.baanjommyut.com/library\\_2/extension-1/cosmetics/04.html](http://www.baanjommyut.com/library_2/extension-1/cosmetics/04.html). 9 กุมภาพันธ์  
 2558

netra.lpru. 2552. หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://j-b->  
<http://netra.lpru.ac.th/~weta/ch-2/>. 14 กุมภาพันธ์ 2558

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาว ลิตานันท์ ก้นทะเจียว
ที่อยู่	53 หมู่ 2 อำเภอ เทิง จังหวัดเชียงราย 57160
ติดต่อ	pampompampom@gmail.com
เบอร์โทรศัพท์	0876696555
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539 – 2547	ระดับปฐมวัย – ระดับประถมศึกษา โรงเรียนปียมิตรวิทยา
พ.ศ. 2548 – 2553	ระดับมัธยมศึกษา แผนการเรียนวิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม
พ.ศ. 2554 – 2557	ระดับอุดมศึกษา ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้