

การออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับสปาจากผักผลไม้  
ที่เหมาะสมกับหมู่เลือด

CORPORATE GRAPHIC DESIGN FOR A SPA BLOOD GROUPS AROMA



นางสาวชัชชดา สุภลักษณ์วรกุล

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขานิตศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับสปาจากผักผลไม้ที่เหมาะสมกับหมู่เลือด  
CORPORATE GRAPHIC DESIGN FOR A SPA BLOOD GROUPS AROMA



นางสาวชัชชดา สุภลักษณ์วรกุล  
Miss CHATCHUDA SUPARAKWOLAKUL

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชา นิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่ ๒ มี.ค. ๕๘  
(อาจารย์พีรพงศ์ พงศ์ประภาพันธ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์สปาจากผักผลไม้ที่เหมาะสมกับหมู่เลือด CORPORATE GRAPHIC DESIGN FOR A SPA BLOOD GROUPS AROMA
ชื่อ	นางสาวชัชชดา ศุภลักษณ์วรกุล
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2557
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์พีรพงศ์ พงศ์ประภาพันธ์

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของโครงการนี้คือเพื่อศึกษาการออกแบบ Corporate Identity และนำมาสรุปผลการศึกษาดูการทำโครงการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์จากผักผลไม้ที่เหมาะสมกับหมู่เลือด โดยผลไม้ที่เลือกคือแต่ละชนิดที่นำมาใช้ในผลิตภัณฑ์จะแตกต่างกันเนื่องจากกลิ่นของแต่ละชนิดจะต้องบังคับตามกรุ๊ปเลือดด้วยกลิ่นของมันทำให้คนที่สูดดมเข้าไปรู้สึกเกิดการผ่อนคลายรู้สึกดีขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เลือกทำจะแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์สปาเพื่อสุขภาพสำหรับใช้ผลิตภัณฑ์กลิ่นในการบำบัด

แนวคิดในการออกแบบ คือเอกลักษณ์ของผลไม้แต่ละชนิดมาใช้ กิ่ง ก้าน ใบ ดอก ผล เน้นลายเส้นมาสร้างเป็นภาพประกอบที่มีความน่าสนใจ มีความแปลกใหม่ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือคนที่รักสุขภาพ รักและชื่นชอบสปา

ขอบเขตงาน ได้แก่ การออกแบบสัญลักษณ์ สิ่งพิมพ์ ได้แก่ นามบัตร โปสเตอร์ บรรจุภัณฑ์ ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิว น้ำมันหอมระเหย เทียนหอม สบู่ ถูหอม สครับขัดผิว ถูกระดาษ

## กิตติกรรมประกาศ

การทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้จะประสบความสำเร็จไม่ได้ หากปราศจากความช่วยเหลือจากบุคคลเหล่านี้

- อาจารย์ที่ปรึกษา ได้แก่อาจารย์ และคณะอาจารย์สาขาวิชาศิลปะ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และคำวิจารณ์อันมีคุณค่า ตลอดระยะเวลาการทำศิลปนิพนธ์
- เพื่อนๆที่คอยให้คำแนะนำในด้านเทคนิค การทำกล่องบรรจุภัณฑ์
- ร้านภูตะวัน สำหรับข้อมูลเรื่องผลิตภัณฑ์สปา เป็นข้อมูลที่สำคัญและแรงบันดาลใจในการทำผลิตภัณฑ์ สปาในครั้งนี้ ข้อมูลข้างกล่องฉลากต่างๆ
- ร้าน DHL PACKAGE สำหรับบรรจุภัณฑ์ และ ข้อมูลเครื่องหอมต่างๆ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	ข
สารบัญ .....	ค
สารบัญภาพประกอบ .....	จ
บทที่	
1 บทนำ .....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ .....	1
1.2 กลุ่มเป้าหมาย .....	1
1.3 วัตถุประสงค์ .....	2
1.4 ขอบเขตของโครงการ .....	2
1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย .....	2
2 สารสกัดกลั่นจากผักผลไม้ที่มีผลต่อกรู๊ปเลือด .....	3
2.1 การสกัดกลั่น .....	4
2.2 จุดเด่นของกลั่นที่นำมาบำบัดแต่ละกรู๊ปเลือด .....	4
3 การออกแบบกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์สปา .....	5
3.1 การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ .....	5
3.2 ความสำคัญของการออกแบบ .....	6
3.3 หน้าที่ของกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ .....	7
3.4 การออกแบบโลโก้ตราสินค้า .....	7
3.5 ตัวอย่างแบรนด์ผลิตภัณฑ์สปา .....	8

	หน้า
4 แนวทางภาพประกอบที่ใช้อ้างอิง.....	11
4.1 เอกลักษณ์ของเลือดแต่ละกรุป.....	11
4.2 สรุปรูปของเขตงาน.....	13
4.3 แนวทางการออกแบบ.....	14
5 การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง.....	15
5.1 แบบร่างตราสัญลักษณ์.....	15
5.2 แบบร่างกราฟิกประกอบ.....	19
5.3 แบบร่างฉลากบรรจุภัณฑ์.....	23
6 ผลงานสำเร็จ.....	33
6.1 ตราสัญลักษณ์.....	33
6.2 สิ่งพิมพ์.....	34
6.3 บรรจุภัณฑ์.....	35
7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	40
7.1 บทสรุป.....	40
7.2 ปัญหาที่เกิดขึ้นและข้อเสนอแนะ.....	40
7.3 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	41
บรรณานุกรม.....	42
ประวัติผู้เขียน.....	43

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
3.1 ภาพผลิตภัณฑ์ของร้าน ERB.....	8
3.2 ภาพผลิตภัณฑ์ของร้าน ERB.....	8
3.3 ภาพผลิตภัณฑ์ของร้าน HARNN .....	9
3.4 บรรยากาศภายในร้าน HARNN .....	9
3.5 ภาพผลิตภัณฑ์ของร้าน Karmakamet.....	10
3.6 น้ำมันหอมระเหย ร้าน Karmakamet.....	10
5.1 แบบร่างตั้งชื่อครั้งแรก .....	15
5.2 แบบร่างตราสัญลักษณ์ ชุดที่ 1.....	16
5.3 แบบร่างตราสัญลักษณ์ ชุดที่ 2 .....	17
5.4 แบบร่างตราสัญลักษณ์ ชุดที่ 3 .....	17
5.5 พัฒนาแบบร่างตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 1 .....	18
5.6 แบบร่างลักษณะครั้งสุดท้ายที่นำไปใช้จริง .....	18
5.7 แบบร่างกราฟฟิกอย่างหยาบ .....	19
5.8 แบบร่างกราฟฟิกแบบที่ 1.....	20
5.9 แบบร่างกราฟฟิกแบบที่ 2.....	20
5.10 แบบร่างกราฟฟิกแบบที่ 3.....	21
5.11 แบบร่างกราฟฟิกแบบที่ 4.....	21
5.12 กราฟฟิกผลไม้ที่ใช้จริง .....	22
5.13 แบบร่าง typo กราฟฟิกที่ ขวด.....	22
5.14 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องน้ำมันหอมระเหย .....	23
5.15 การจัดวางเลย์เอาต์ในฉลากพันรอบขวดน้ำมันหอมระเหย.....	24
5.16 การจัดวางเลย์เอาต์ในหลังกล่องน้ำมันหอมระเหยชนิดขวดที่มีไม้เสียบ .....	25
5.17 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุป B .....	26
5.18 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุป AB .....	26
5.19 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุป O .....	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.20	การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียบหอม กรุ๊ป A.....	27
5.21	ตัวปิดเทียบหอมในกระปุก.....	28
5.22	การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียบหอม กรุ๊ป B.....	28
5.23	การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียบหอม กรุ๊ป A.....	28
5.24	การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียบหอม กรุ๊ป O.....	29
5.25	การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียบหอม กรุ๊ป AB.....	29
5.26	การจัดวางเลย์เอาต์ฝากระปุกสกรับ กรุ๊ป B.....	30
5.27	การจัดวางเลย์เอาต์ฝากระปุกสกรับ กรุ๊ป A.....	30
5.28	การจัดวางเลย์เอาต์ฝากระปุกสกรับ กรุ๊ป O.....	31
5.29	การจัดวางเลย์เอาต์ฝากระปุกสกรับ กรุ๊ป AB.....	31
5.30	การจัดวางเลย์เอาต์โลชั่นบำรุงผิว กลิ่น เซอร์รี่.....	32
5.31	การจัดวางเลย์เอาต์ครีมบำรุงมือ กลิ่น ทับทิม.....	32
6.1	สัญลักษณ์ของร้าน.....	33
6.2	โปสเตอร์ร้าน.....	34
6.3	รูปรวมภาพสินค้าภายในร้าน.....	35
6.4	รูปรวมภาพสินค้ากรุ๊ป A.....	36
6.5	รูปรวมภาพสินค้ากรุ๊ป AB.....	37
6.6	รูปรวมภาพสินค้ากรุ๊ป B.....	38
6.7	รูปรวมภาพสินค้ากรุ๊ป O.....	39

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

สภาพทางเลือกของคนรักสุขภาพและความงาม สุขภาพ ไม่สามารถซื้อหาได้ แต่จะต้องปฏิบัติด้วยตัวเองเพราะสุขภาพเกี่ยวข้องกับร่างกายและจิตใจของแต่ละบุคคล แต่ละคนมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ทั้งสถานที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน และการเดินทาง ส่งผลถึงสุขภาพร่างกายจิตใจ ของผู้คนในสังคมเมืองอย่างมาก ซึ่งแต่ละคนก็พยายามแสวงหาวิธีการบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพร่างกายจิตใจของตนเอง

ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้มีความต้องการ การผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อเติมพลังชีวิตให้ฟื้นกลับมากระปรี้กระเปร่าพร้อมที่จะต่อสู้กับภารกิจในวันต่อไปได้ และในปัจจุบันนี้ ได้มีบริการแบบใหม่ที่ผสมผสานเรื่องของสุขภาพกับความงามไว้ด้วยกันกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เรียกกันว่าสปา สปาไม่ได้เป็นสถานที่เฉพาะทำให้ร่างกายมีสุขภาพดีเพียงอย่างเดียว แต่รวมไปถึงเรื่องของความสวยความงาม บางแห่งจะเน้นภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ประจำร้านแตกต่างกันออกไป บางแห่งจะเน้นกลิ่นอยากเดียว เข้าไปแล้วทำให้รู้สึกดี บางแห่งก็จะเน้นการนวด จึงทำให้สปาในทุกๆที่แทบจะมีความคล้ายคลึงกันไปหมด

ดังนั้น โครงการออกแบบกราฟิกสำหรับสปา จึงอยากนำการผสมผสานระหว่างศาสตร์และศิลป์แห่งการบำบัดร่างกายและจิตใจ เน้นความเป็นธรรมชาติ นำผักผลไม้มาเป็นตัวดึงดูดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้ สปามักจะรวมประสาธ สัมผัสทั้งห้าไว้ด้วยกัน รูป รส กลิ่น เสียง การสัมผัส เน้นความเป็นธรรมชาติคำนึงถึงการบำบัดหลัก

### 1.2 กลุ่มเป้าหมาย

- คนที่รักสุขภาพ โดยตรง อายุ 25 ปีขึ้นไป คนรักสุขภาพก็จะมองไปถึงอาหารการกินสิ่งต่างๆที่ส่งผลต่อสุขภาพไม่ว่าจะเป็นอาหาร สภาวะแวดล้อม กลิ่นที่สดหรือดมเข้าไป
- บุคคลทั่วไปและคนที่สนใจชอบกลิ่นของผักผลไม้ชนิดต่างๆ

### 1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อให้ความรู้เรื่องกลิ่นจากผักผลไม้ว่าสามารถบำบัดได้ตามกรุปเลือด
- เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสุขภาพ
- เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ นำมาใช้ในการออกแบบสินค้า
- เพื่อศึกษาและรวบรวมปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความเครียดของมนุษย์

### 1.4 ขอบเขตของโครงการ

- สัญลักษณ์ของร้าน ( Logo )
- ผลิตภัณฑ์ในแต่ละกรุปเลือด ทั้งหมด 4 กรุป มีดังนี้
  - น้ำมันหอมระเหย
  - เทียนหอม
  - น้ำมันนวด
  - ที่ขัดผิว

### 1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

#### 1.5.1 รวบรวมข้อมูล

- ผักผลไม้แต่ละชนิดที่มีกลิ่นสำหรับบำบัดตามกรุปเลือดได้
- การออกแบบกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์สปา
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 1.5.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

- สรุปขอบเขตงาน
- กำหนดแนวทางการออกแบบ
- ประเภทของผักผลไม้ที่จะนำมาใช้

#### 1.5.3 ทำแบบร่างแก้ไขและพัฒนาแบบร่าง

#### 1.5.4 ผลิตงานจริง

## บทที่ 2

### สารสกัดกลิ่นจากผักผลไม้ที่มีผลต่อกรู๊ปเลือด

#### 2.1 การสกัดกลิ่น

ประเทศไทยมีผักผลไม้หลากหลายชนิดที่อาจนำมาสกัดสารหอมเพื่อใช้ในธุรกิจซึ่งกลิ่นหอมจากผักผลไม้ที่เป็นของแท้จากธรรมชาติยังมีน้อยมากในท้องตลาดส่วนใหญ่มักจะเป็นสารสังเคราะห์ที่นำมาปรุงแต่งให้มีกลิ่นคล้ายธรรมชาติ ดังนั้นจึงเห็นว่าการวิจัยเพื่อศึกษาเทคนิคเพื่อพัฒนาวิธีการสกัดสารหอมจากผักผลไม้มีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อเป็นการลดการนำเข้าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาและเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าภายในประเทศ โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสกัดที่ถูกต้องและเหมาะสมในการสกัดสารหอมจากผักผลไม้และ เพื่อส่งเสริมให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ และพืชเศรษฐกิจใหม่ๆ ของประเทศ

เรื่องของกลิ่นยากที่จะกำหนด หรือจำแนก เป็นประเภทต่างๆ ให้ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับตรงกัน ในการขยายความเรื่องของกลิ่นหอม นั้น มีใช้กันหลายคำได้แก่ หอมเย็น หอมหวาน หอมฉุน หอมแรง หอมอ่อนๆ หอมเอียน หอมละมุน หอมฟุ้ง เป็นต้น

กลิ่นหอมที่ได้จากพืชผักผลไม้ นั้น เกิดมาจากน้ำมันหอมระเหย (essential oil หรือ volatile oil) ซึ่งเป็นผลพลอยได้ จากกระบวนการสร้างและสลายในเซลล์ของพืช แล้วเก็บไว้ในเซลล์ หรือปล่อยออกมาจากเซลล์ สะสมอยู่ในช่องว่างที่ขยายขนาดขึ้น มีลักษณะเป็นดอ้มที่ส่วนต่างๆ ของพืช น้ำมันหอมระเหยนี้บางกรณีไม่อยู่ตัวจะเปลี่ยนไปตามกระบวนการเคมีได้ เป็นสารประกอบที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น สารที่ได้ใหม่นี้ มักจะรวมตัวกับน้ำมันหอมระเหย ที่ยังเหลืออยู่ แล้วถูกทำลายจากที่สร้าง ไปยังส่วนอื่นๆ ของพืช อาจจะเป็นใบ ดอก ผล เมล็ด เหง้า ราก ต้น ที่ใดที่หนึ่ง หรือทุกส่วน แล้วแต่นชนิดของพืช นอกจากนั้น พืชบางชนิดปกติไม่สร้างน้ำมันหอมระเหย แต่ ถ้าถูกระตุ้น โดยมีเชื้อราเข้าไปตามแผล ก็จะเกิดกระบวนการสร้างน้ำมันหอมระเหยขึ้น ได้ ดังนั้น กลิ่นหอมในธรรมชาติจริงๆ จึงมักจะมาจากผลไม้ แต่กลิ่นหอมจากใบหรือส่วนอื่นๆ

ของพีชมันท์จะต้องทำให้เกิดขึ้น โดยผ่านกรรมวิธีต่างๆ และที่สะดวกที่สุดคือ ใช้วิธีทำให้ใบช้ำหรือช้ำ ถ้าเป็นต้น ราก เมล็ด ใช้วิธีบด ต้ม หรือเผา

## 2.2 จุดเด่นของกลืนที่มาบำบัดแต่ละกรุปเลือด

กลืนต่างๆ ไม่ว่าจะกลืนของสมุนไพร ดอกไม้ หรือผลไม้ มีประโยชน์ในเรื่องของอารมณ์ ระบบไหลเวียนเลือด และช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันได้ด้วย คนเรานั้นมีกรุปเลือดที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเลือกกลืนบำบัดที่เหมาะสมกับกรุปเลือดของตัวเองก็จะสามารถช่วยเสริมสุขภาพสร้างสมดุลแห่งชีวิตได้อีกทางหนึ่ง มนุษย์เรามีกลืนกายที่ธรรมชาติให้มาอยู่แล้ว กลืนกายของคนเรานั้นมาจาก เลือด เป็นองค์ประกอบหลักซึ่ง มีกลืนเฉพาะตัวของแต่ละคน แต่ละกรุปเลือด จะมีตัวพลาสมา เป็นส่วนประกอบที่มีปริมาณถึง 55 % ของเลือด มีลักษณะเป็นของเหลวสีเหลืองทำหน้าที่ช่วยให้เม็ดเลือดไหลเวียนไปทั่วทุกส่วนของร่างกาย ส่วนเม็ดเลือดมีอยู่ 3 ชนิด แกร็ดเลือด ช่วยให้เลือดจับตัว เป็นลิ่มปิดที่ปากบาดแผล เม็ดเลือดขาว ช่วยกำจัดแบคทีเรีย เชื้อไวรัส และศัตรูต่างๆ ของร่างกาย เป็นภูมิคุ้มกันที่บทบาทสำคัญต่อสุขภาพ เม็ดเลือดแดง

เลือดแต่ละกรุปมีสารเคมีในเลือดต่างกัน ในเม็ดเลือดแดง จะมีโปรตีนสำคัญชนิดหนึ่งที่เรียกว่า Antigen (แอนติเจน) เป็นตัวกระตุ้นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย ซึ่งอาหารทุกชนิดล้วนมีโปรตีนซึ่งเป็นอนุโมลอิสระ มีคุณสมบัติเหนียว และจับเกาะติดเลือดเรียกว่า เล็ลคติน ถ้าการกินอาหารที่มีเล็ลคตินไม่เหมาะสมกับเลือดเรา เล็ลคตินเหล่านั้นยังเข้าไปรบกวนการทำงานของระบบย่อยอาหาร การสร้างอินซูลิน การเผาผลาญอาหาร และความสมดุลของฮอร์โมน เช่นเดียวกับการบำบัดด้วยกลืนที่เหมาะสมตามกรุปเลือดไม่ว่าจะเป็น การนวดโรมา หรือการบำบัดด้วยกลืน การผสมใช้ในเครื่องสำอางล้วนส่งผลต่อระบบไหลเวียนของเลือด ช่วยปรับสมดุลฟื้นฟูสุขภาพกาย ใจ และช่วยเสริมสร้างแอนติบอดีภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกายเป็นอย่างดี เมื่อร่างกายได้รับกลืนบำบัดที่เหมาะสมกับตัวเรา ไม่ว่าจะเป็นทางจมูก หรือทางผิวหนัง สมองจะทำงานเกี่ยวกับอารมณ์ต่างๆ ความรัก ความเศร้า ความโกรธ รวมไปถึงความจำ ดังนั้นปฏิกิริยาของร่างกายที่ได้รับกลืนบำบัดที่เหมาะสมกับกรุปเลือดจะส่งผลให้ เซลล์ทุกเซลล์ กระแสเลือด อวัยวะทุกระบบ ระบบประสาททุกเส้นถูกกระตุ้นส่งสัญญาณเคมีไปที่ระบบต่อมไร้ท่อ ซึ่งผลิตฮอร์โมนที่สำคัญๆ และจำเป็นของร่างกายได้แก่ ช่วยควบคุมพลังงาน การเจริญเติบโตและระบบสืบพันธุ์ของร่างกาย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### การออกแบบกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์สถาปัตยกรรม

#### 3.1 การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาดที่สามารถจับที่ สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสารต่อผู้อ่านให้สามารถรับรู้ความหมาย และแปลความ ได้ ทางสายตา โดยการจัดสื่อกลางต่างๆ เช่น ตัวอักษร เครื่องหมายสัญลักษณ์ รูปภาพและอื่นๆรวมกัน ด้วยกรรมวิธีของการขีด เขียน การพิมพ์ ตลอดจนเทคนิคการสร้างภาพต่างๆ ทางเครื่องมือ เครื่องจักรกล ให้เกิดเป็นรูปเป็นร่างที่ประณีตเรียบร้อยสวยงาม เหมาะสมกับการติดต่อสื่อสารและ โน้มน้ำวจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย และเป็นการสร้างเอกลักษณ์องค์กร ในด้านการตลาด

การออกแบบสร้างเอกลักษณ์ให้กับองค์กรหรือแบรนด์ การออกแบบ โลโก้ ในด้าน การตลาดเอกลักษณ์องค์กรหรือเอกลักษณ์กลุ่มบริษัทเป็นรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงาน หรือองค์กรซึ่งถูกออกแบบ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่งแสดงออกมาทางในรูปแบบของ แบนด์และการใช้งานเครื่องหมายการค้า

แม้ว่าเรื่องของเอกลักษณ์จะไม่ใช่สิ่งเดียวกับเกี่ยวกับแบรนด์ แต่เรื่องของแบรนด์กับเอกลักษณ์ เป็นเรื่องที่ต้องเกิดขึ้นควบคู่กันอยู่เสมอ เราสามารถสร้างแบรนด์ให้โดดเด่นได้ด้วยการสร้าง เอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ ซึ่งสามารถสื่อสารออกมาได้ 3 ส่วนด้วยกัน คือ การสร้างเอกลักษณ์ผ่าน ทางภาพ การสร้างเอกลักษณ์ผ่านทางพฤติกรรม และการสร้างเอกลักษณ์ผ่านการพูด จากนั้นจึง พัฒนาต่อในเรื่องระบบการใช้โลโก้ การใช้ตัวอักษร สี การใช้ภาพ และอื่นๆ ที่จะทำให้ภาพลักษณ์ ออกมาครบสมบูรณ์แบบ

### 3.2 ความสำคัญของการออกแบบ

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับงานบรรจุภัณฑ์ มีบทบาทสำคัญต่อการค้าและบริการ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อแสดงตัวผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
3. ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน
4. แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์และวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภค

ตัดสินใจเลือกซื้อ โดยการออกแบบอาศัยตัวอักษร และภาพ เป็นสื่อโฆษณาสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็นความแตกต่างไปจากคู่แข่ง ทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ ราคา พร้อมทั้งมีข้อมูลวิธีการใช้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร ชื่อแนะนำและข้อมูลรายละเอียด เกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

5. สามารถแสดงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ การออกแบบกราฟฟิกมีบทบาทและหน้าที่แสดงถึงบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะ ให้เกิดความเด่นชัดกว่าคู่แข่ง
6. รักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดหรือเครื่องของผู้ผลิตเดียวกัน กรณีผู้ผลิต ผลิตสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกซื้อหลายชนิด หลายขนาด หลายรส หลายกลิ่น ควรออกแบบกราฟฟิกให้มีลักษณะคล้ายกันทั้งหมด โดยกำหนดตำแหน่งองค์ประกอบต่างๆ ไว้ในตำแหน่งเดียวกันจะแตกต่างกันก็ตรงชื่อของผลิตภัณฑ์ ภาพ และสีของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความแตกต่างของสินค้าชนิดเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ถูกต้อง

7. เพื่อความโดดเด่นเมื่อวางจำหน่ายสินค้า ควรออกแบบกราฟฟิกให้ลวดลายบนกล่องหนึ่งสัมพันธ์กับลวดลายอีกกล่องหนึ่งที่วางเคียงข้างกัน ตราสินค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในสถานะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง ความอยู่รอดของผู้ผลิต อยู่ที่การจำหน่ายสินค้าซึ่งเกิดจากการตัดสินใจของผู้บริโภค จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ผู้บริโภคใช้และบอกต่อกัน เพื่อให้หันมาใช้สินค้า หรือบริโภคสินค้าตัวนั้น

8. การออกแบบบรรจุภัณฑ์กับการ โฆษณา ให้สามารถใช้กับงาน โฆษณาได้สะดวก จดจำง่าย รวดเร็ว จากผลการวิจัยพบว่า งานกราฟฟิกที่มีลักษณะตรงไปตรงมาใช้ภาพชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 หน้าทีของกราฟฟิคมบรจกัณท์

การออกแบบกราฟฟิคมบรจกัณท์ นอกจากจะบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แล้ว จำเป็นต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ต้องการสื่อให้ผู้บริ โภคเห็นอีกด้วย

### 3.4 การออกแบบโลโก้ ตราสินค้า

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อ ชื่อความ สัญลักษณ์หรือรูปแบบหรือสิ่งเหล่านี้รวมกัน เพื่อบ่งชี้ให้เห็นถึงสินค้า หรือบริการของผู้ขาย ที่แสดงความแตกต่างและมีความเด่นกว่าของกลุ่มแข่ง ตราสินค้าจะประกอบด้วยองค์ประกอบของหลายอย่างรวมกัน คือ

1. ชื่อตรา ( Brandname) ส่วนของตราที่เป็นชื่อหรือคำพูดหรือข้อความซึ่งออกเสียงได้ เช่น ชันโย เปา ฮาตารี
2. เครื่องหมายตราสินค้า (Brandmark) ส่วนหนึ่งของตราซึ่งสามารถจดจำได้แต่ออกเสียงไม่ได้ ได้แก่ สัญลักษณ์ รูปภาพ หรือสีต้นในเครื่องหมาย
3. เครื่องหมายการค้า (Trademark) ส่วนหนึ่งของตราหรือตราที่ได้จดทะเบียนการเพื่อ ป้องกันสิทธิตามกฎหมายแต่เพียงผู้เดียว
4. ลิขสิทธิ์ (Copyright) สิทธิตามกฎหมายในสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ
5. โลโก้ (Logo) เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์ของกิจการหรือองค์กรหนึ่ง

### 3.5 ตัวอย่างแบรนด์ผลิตภัณฑ์สปา

ในปัจจุบัน กระแสรักสุขภาพกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับคนไทยจึงมีแบรนด์ ผลิตภัณฑ์สปาเกิดขึ้นมากมายในท้องตลาด

สียภายในงาน จะเป็นแนว เอิร์ธ โทน ช่วยทำให้ผ่อนคลาย สีนํ้าตาลอ่อน สีครีม หรือสีเขียว

## ERB

แบรนด์เอิบ ชื่อที่แสดงความเป็นไทยแท้ ภาพลักษณ์โดยรวมสื่อถึงความเป็นธรรมชาติใน  
อารมณ์แบบไทยๆ สินค้ามีราคาค่อนข้างสูง มีชื่อเสียงในระดับสากล



ภาพที่ 3.1 ผลิตภัณฑ์ของร้าน ERB



ภาพที่ 3.2 ผลิตภัณฑ์ของร้าน ERB

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## HARNN

สินค้าสปาไทยที่มีสาขามากที่สุดในโลก ปีนที่จดจำในฐานะ สินค้าจากธรรมชาติ ที่สามารถ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างสวยงาม และสามารถขยายสาขาไปทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วทำให้ใน วันนี้ HARNN กลายเป็นสินค้าสปาไทยที่มีสาขามากที่สุดในโลก



ภาพที่ 3.3 ผลิตภัณฑ์ของร้าน HARNN



ภาพที่ 3.4 บรรยากาศภายในร้าน HARNN

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Karmakamet

Karmakamet เป็นเพียงร้านเครื่องหอมเล็กๆ Karmakamet นอกจากจะมีน้ำมันหอมระเหยเป็นสินค้าหลักแล้ว ยังมีผลิตภัณฑ์เครื่องหอมชนิดอื่นๆ เป็นต้นว่าเทียนหอม, ถุงหอม, น้ำมันนวด, สบู่และเจลอาบน้ำ, โลชั่น, แชมพูสระผม, ยาหม่อง ฯลฯ โดยมีทั้งกลิ่นที่เกิดจากดอกไม้ธรรมชาติล้วนๆ และกลิ่นพิเศษที่ทางร้านผสม (Blend) ขึ้นเอง แต่ที่น่าสนใจกว่านั้นคือที่นี่ยังรับ “สร้างกลิ่น” ให้กับสินค้า บริษัท โรงแรม และผู้ที่สนใจสร้างสรรค์กลิ่นหอมใหม่ๆ เพื่อเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วย



ภาพที่ 3.5 ผลิตภัณฑ์จากร้าน Karmakamet



ภาพที่ 3.6 น้ำมันหอมระเหย ร้าน Karmakamet

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

#### 4.1 เอกลักษณะของเลือดแต่ละกรุ๊ป

##### กรุ๊ป O

เป็นกรุ๊ปที่ย่อยอาหารเนื้อสัตว์ได้ดี เพราะเป็นกรุ๊ปเลือดที่เก่าแก่ที่สุด โดยมาจากมนุษย์กลุ่มแรกของโลก ดำรงชีวิตด้วยการล่าสัตว์และกินเนื้อสัตว์เป็นอาหาร น้ำย่อยในกระเพาะอาหารของคนกรุ๊ป O มีความเป็นกรดสูงอยู่แล้ว จึงต้องหลีกเลี่ยงกลีนาบับัด หรือน้ำมันหอมระเหยตระกูลส้ม มะนาว มะกรูด เกรปฟรุต

กลีนาเหมาะกับคนกรุ๊ป O จึงเน้นไปที่กลีนาใกล้เคียงกับสิ่งมีชีวิตที่ต้องอาศัยอยู่บนดินเป็นหลัก เช่น กลีนาของต้น ไทม์ ราสเบอร์รี่ ชีดาร์วูด แฟรงคินเซนส์ เปปเปอร์มินท์ กำยานไทย โศศ กระดุก

##### กรุ๊ป A

เมื่อหมดยุคล่าสัตว์ ก็เริ่มต้นตั้งถิ่นฐาน และรู้จักการเพาะปลูกพืช กินผัก ผลไม้ เป็นอาหารหลักแทนเนื้อสัตว์ น้ำย่อยในกระเพาะอาหารจะมีความเป็นกรดต่ำ หากกินอาหารประเภทเนื้อสัตว์เข้าไปมากๆ จะทำให้ย่อยยาก ระบบการย่อยไม่ค่อยดี การนวดตัวด้วยน้ำมันจากตระกูลธัญพืช โดยเฉพาะน้ำมันงาม่อน ซึ่งเป็นแหล่งโปรตีนที่ร่างกายสามารถดูดซึมชดเชยโปรตีนจากเนื้อสัตว์ได้เป็นอย่างดี คนกรุ๊ปนี้จะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อความเครียดสูงมาก เนื่องจากร่างกายผลิตฮอร์โมนคอร์ติซอลออกมาในปริมาณสูง แต่ฮอร์โมนดังกล่าวสามารถลดลงถ้าได้รับกลีนาบับัดที่เหมาะสมในการผ่อนคลายทางกายและใจ ควรหลีกเลี่ยง กลีนากระดังงา มะลิ หรือกลีนาโทนต่ำ เพราะจะกดระบบประสาทและการไหลเวียนของเลือด

กลิ่นที่เหมาะสมกับคนกรุ๊ป A กลิ่นเลือดของคนกรุ๊ป A จะมีกลิ่นธรรมชาติของสีเขียวกคล้ายกับกลิ่นสดชื่นของสมุนไพร กลิ่นที่เหมาะสมก็คือกลิ่นของต้นไม้อินสวน ชาเขียว ใบมะเขือเทศ ใบโหระพา และยี่ห่วย

### กรุ๊ป B

หลังจากมนุษย์ได้ตั้งถิ่นฐานและเพาะปลูกแล้ว ก็เริ่มเลี้ยงสัตว์เอง กินเนื้อและนมของสัตว์ที่เลี้ยงไว้ ร่างกายได้มีวิวัฒนาการมากขึ้น คนเลือดกรุ๊ปนี้สามารถกินอาหารได้หลากหลาย หากคนกรุ๊ปเลือด B ร่างกายอยู่ในสภาวะสมดุล ก็จะสามารถขจัดความเครียด และความวิตกกังวลได้ แต่เมื่อใดขาดสมดุลระดับฮอร์โมนคอร์ติซอลจะเพิ่มสูงขึ้น เมื่อขาดสมดุลก็มีปัญหาเกี่ยวกับภูมิคุ้มกันบกพร่องและไวรัส จะเกิดอาการเหนื่อยล้าง่าย จิตใจมัวหมอง สิ่งที่ต้องทำคือ ขจัดความเครียดเพื่อลดฮอร์โมนคอร์ติซอลที่ร่างกายหลั่งออกมาเพื่อตอบสนองต่อสภาวะเครียด ควรหลีกเลี่ยง โทนิกกลิ่นต่ำเช่นเดียวกับกรุ๊ปเอ แต่กลิ่นเหล่านี้เมื่อมีการผสมปรุงแต่งกลิ่นให้หอมสดชื่นก็สามารถใช้ได้ดี

กลิ่นที่เหมาะสมกับคนเลือดกรุ๊ป B กลิ่นธรรมชาติของคนกรุ๊ปนี้ จะเป็นธาตุไม้ กลิ่นที่เหมาะสมคือ กลิ่นร้อนแรงของเนื้อไม้ กลิ่นเผ็ดร้อน ขิง เปปเปอร์มินต์ โสม ชาเขียว ชาดำ แอปเปิ้ลแดง เซอร์รีดำ ทับทิม พริกไทย

### กรุ๊ป AB

เป็นกลุ่มที่มีวิวัฒนาการซับซ้อนมากขึ้น ค้นพบเมื่อประมาณ 1,000 - 1,500 ปีมานี้เอง กรุ๊ปนี้เป็นการผสมผสานระหว่างกรุ๊ปเลือด A กับ B รวมกัน ดังนั้นวิธีการกินที่เหมาะสมกับคนกรุ๊ปนี้เป็นการผสมผสานการกินมังสวิรัติน้อยๆ กับการกินแบบกรุ๊ป B นิดๆ คนที่มีเลือดกรุ๊ปนี้มีจุดอ่อนเรื่องสุขภาพอยู่ที่ระบบภูมิคุ้มกันอ่อนแอ และกรดในกระเพาะต่ำ โปรตีนกรุ๊ป AB จะมีกลิ่นใกล้เคียงกับสารเคมีที่ประกอบกันขึ้นมาจากส่วนต่างๆ ของพืช จึงออกสีเงิน

กลิ่นบำบัดที่เหมาะสมกับคนกรุ๊ป AB จะมีกลิ่นที่เป็นส่วนประกอบของแร่หลากหลายชนิดมา รวมกัน เช่น แอลดีไฮด์ (ยูคาลิปตัส มะนาว ตะไคร้ ใบส้ม เกรปฟรุ้ต และซีดาร์วู้ด) อะลูมิเนียม หินชนวน ก้อนกรวด และน้ำ

## 4.2 รูปของเขตงาน

- ออกแบบตราสัญลักษณ์ของร้าน Logo

- บรรจุภัณฑ์ มีดังนี้

ผลิตภัณฑ์ในแต่ละกรุ๊ปเลือด ทั้งหมด 4 กรุ๊ป มีดังนี้ กรุ๊ป A B O AB

- น้ำมันหอมระเหย

- เทียนหอม

- โลชั่น

- ครีมบำรุงมือ

- สครับขัดผิว

- ถุงกระดาษ 2 ขนาด

- น้ำมันหอมระเหย

A ชาเขียว

B แอปเปิ้ล ทับทิม

O ราสเบอร์รี่

AB ตะไคร้ มะนาว

- เทียนหอม

A เปปเปอร์มินท์

B เซอร์รี่

O โหระพา

AB มะนาว

- สครับขัดผิว

A ชาเขียว

B ทับทิม

O แครอท

AB มะนาว

### 4.3 แนวทางการออกแบบ

1. ดึงจุดเด่นของผักผลไม้แต่ละชนิด บางชนิดจะมีลวดลายที่ใบสวยงาม มีจุดเด่นตรงผลของมัน ตามแต่ละชนิดออกไป
2. เน้น typo เป็นหลัก เพราะจะได้เป็นจุดดึงดูดสายตาของผู้ที่จะเลือกซื้อได้อย่างชัดเจน เพราะในแต่ละกรู๊ปนั้นมี typo ที่ต่างกันอยู่แล้ว
3. โครงสีโดยรวม เน้นสีตามแต่ละชนิดของผลไม้ แต่จะมีแบ่งตามสีของแต่ละกรู๊ปด้วย สีแต่ละกรู๊ปก็จะมาจากกรู๊ปนั้นมีสีอะไรที่โดดเด่นบ้าง ก็จะนำสีตรงนั้นมาใช้
4. การออกแบบต้องให้ภาพรวมดูเป็นแบรนด์เดียวกัน แต่ต้องสร้างความแตกต่างระหว่างกลุ่มหรือประเภทของผลิตภัณฑ์ด้วย เพื่อให้ผู้ซื้อเลือกได้ถูกต้อง ไม่สับสน

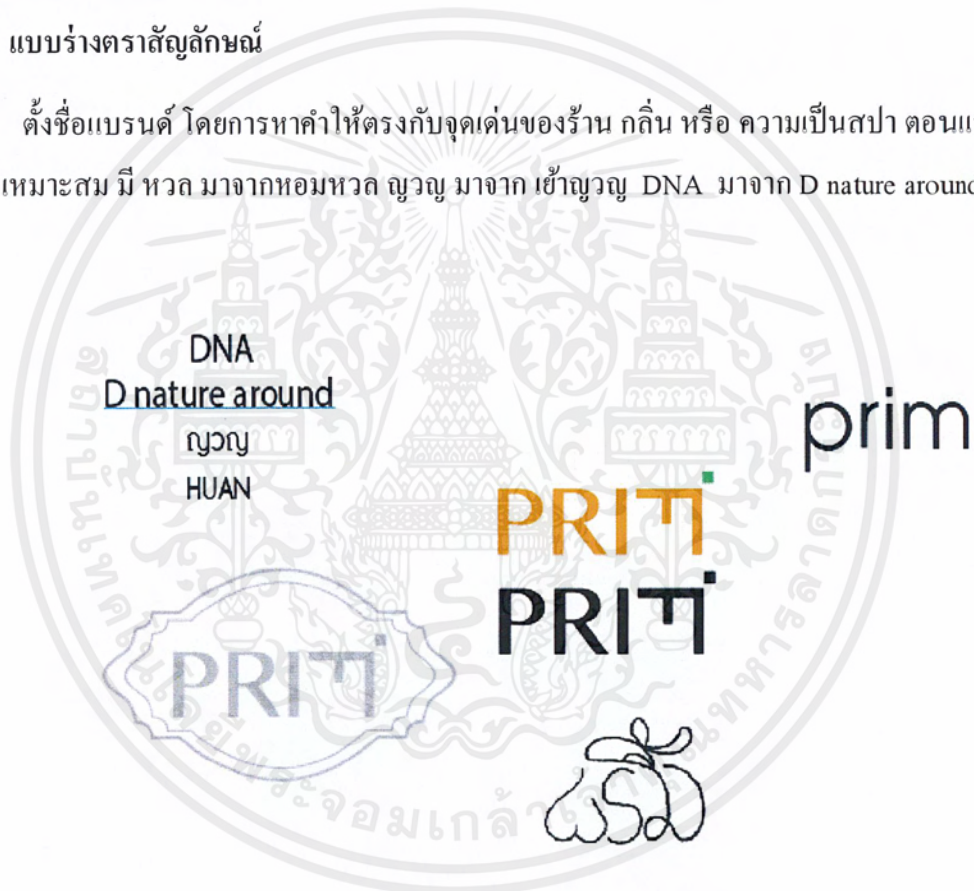


## บทที่ 5

### การออกแบบและพัฒนาแบรนด์

#### 5.1 แบบร่างตราสัญลักษณ์

ตั้งชื่อแบรนด์ โดยการหาคำให้ตรงกับจุดเด่นของร้าน กลิ่น หรือ ความเป็นสปา ตอนแรกหาคำที่เหมาะสม มี หลว มาจากหอม หลว ญวญ มาจาก เข้าญวญ DNA มาจาก D nature around



ภาพร่างที่ 5.1 แบบร่างตั้งชื่อครั้งแรก

ร่างแบบตราสัญลักษณ์ โดยทดลองร่างจากหลากหลายชื่อที่ตั้งไว้ เพื่อดูภาพรวมและความน่าสนใจ



ภาพที่ 5.2 แบบร่างตราสัญลักษณ์ ชุดที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.3 แบบร่างตราสัญลักษณ์ชุดที่ 2

พัฒนาแบบร่าง โดยเลือกแบบร่างชุดที่ 3 เลือกใช้ชื่อแบรนด์ว่า หอมหวล เพราะดูตรงกับจุดเด่นของร้าน จดจำง่าย ดูสื่อถึงกลิ่นของสปาได้ดี



ภาพที่ 5.4 แบบร่างตราสัญลักษณ์ชุดที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Hom  
Huan



ภาพที่ 5.5 พัฒนาแบบร่างตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 1

แบบร่างครั้งสุดท้าย ตราสัญลักษณ์ที่ได้หลังจากการพัฒนาแบบร่างที่ยังไม่ลงตัว เมื่อปรับแก้ไขตามแบบต่างๆ ได้ออกมาเป็นฉบับสมบูรณ์



ภาพที่ 5.6 แบบร่างลักษณ์ครั้งสุดท้ายที่นำไปใช้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.2 แบบร่างกราฟฟิกประกอบ

แนวคิดในการออกแบบ ตั้งความเป็นธรรมชาติของผลไม้มาใช้

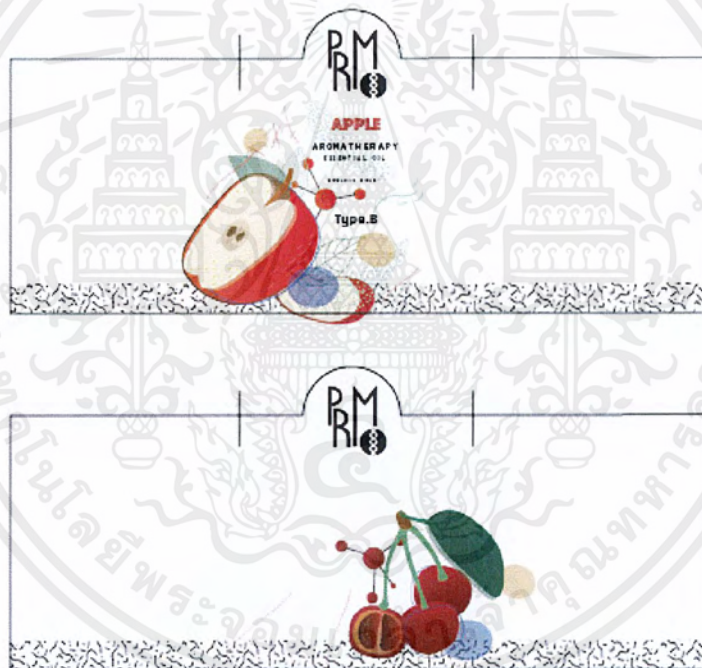


ภาพที่ 5.7 แบบร่างกราฟฟิกอย่างหยาบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

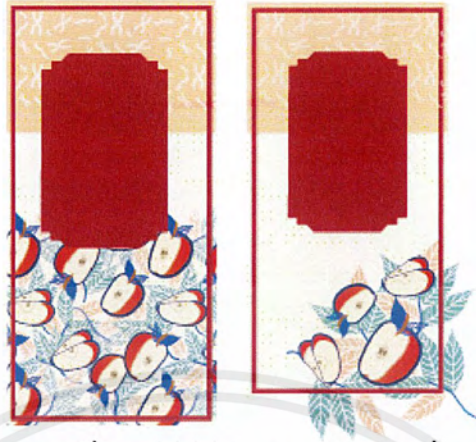


ภาพที่ 5.8 แบบร่างกราฟฟิกแบบที่ 1



ภาพที่ 5.9 แบบร่างกราฟฟิกแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.10 แบบร่างกราฟฟิกแบบที่ 3



ภาพที่ 5.11 แบบร่างกราฟฟิกแบบที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแนวทางกราฟิก เลือกเทคนิคแบบ brush photoshop มาใช้ในการทำ โดยภาพรวมในการ ออกแบบ จะเน้นให้ดูเรียบง่าย ใช้เส้นและสีตามความจริง



ภาพที่ 5.12 กราฟฟิกผลไม้ที่ใช้จริง

กราฟฟิกอื่นๆ ที่ใช้ประกอบจะเป็น typo ของแต่ละกรุปเลือด

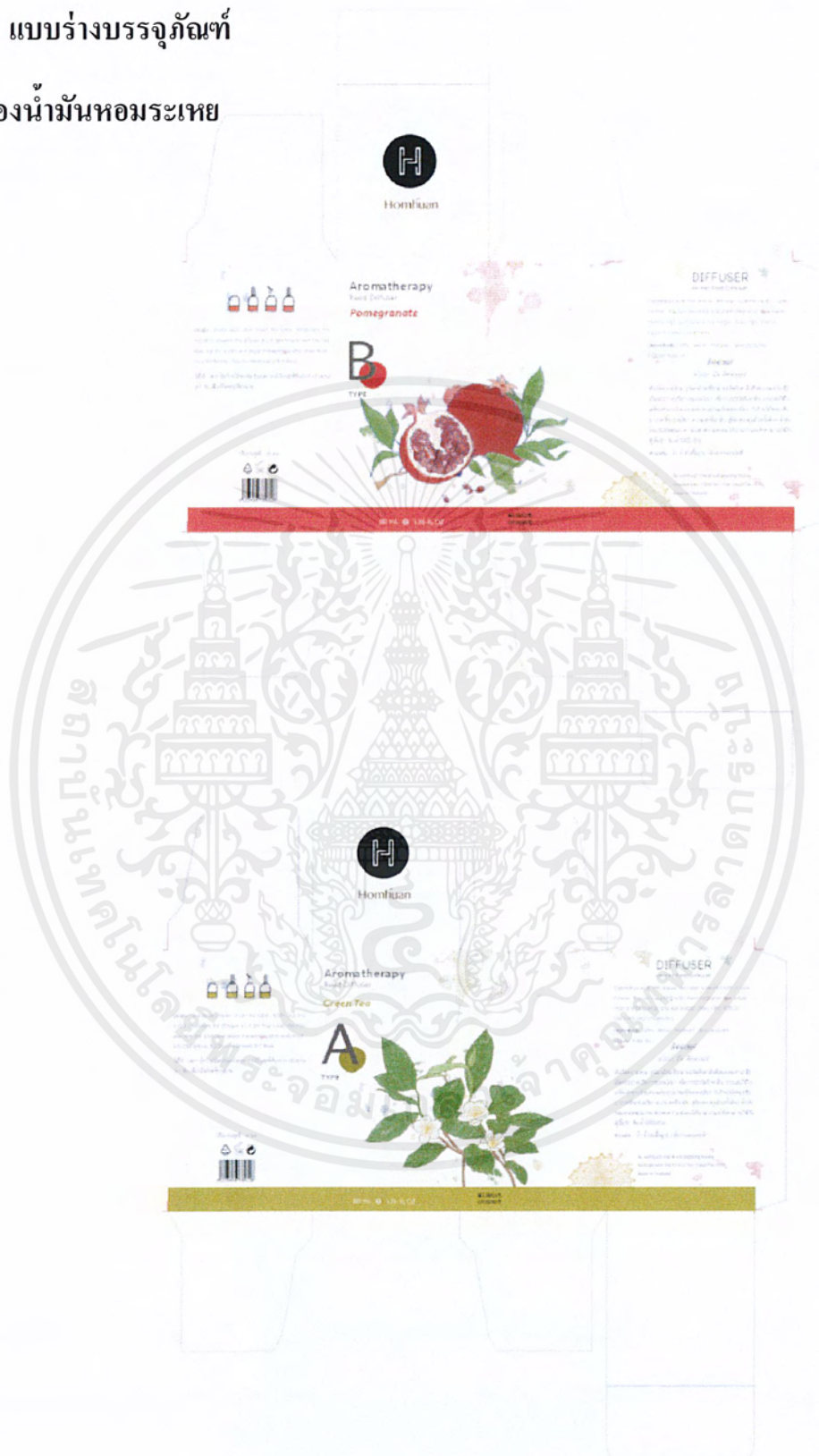


ภาพที่ 5.13 แบบร่าง typo กราฟฟิกที่ ขวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 แบบร่างบรรจุภัณฑ์

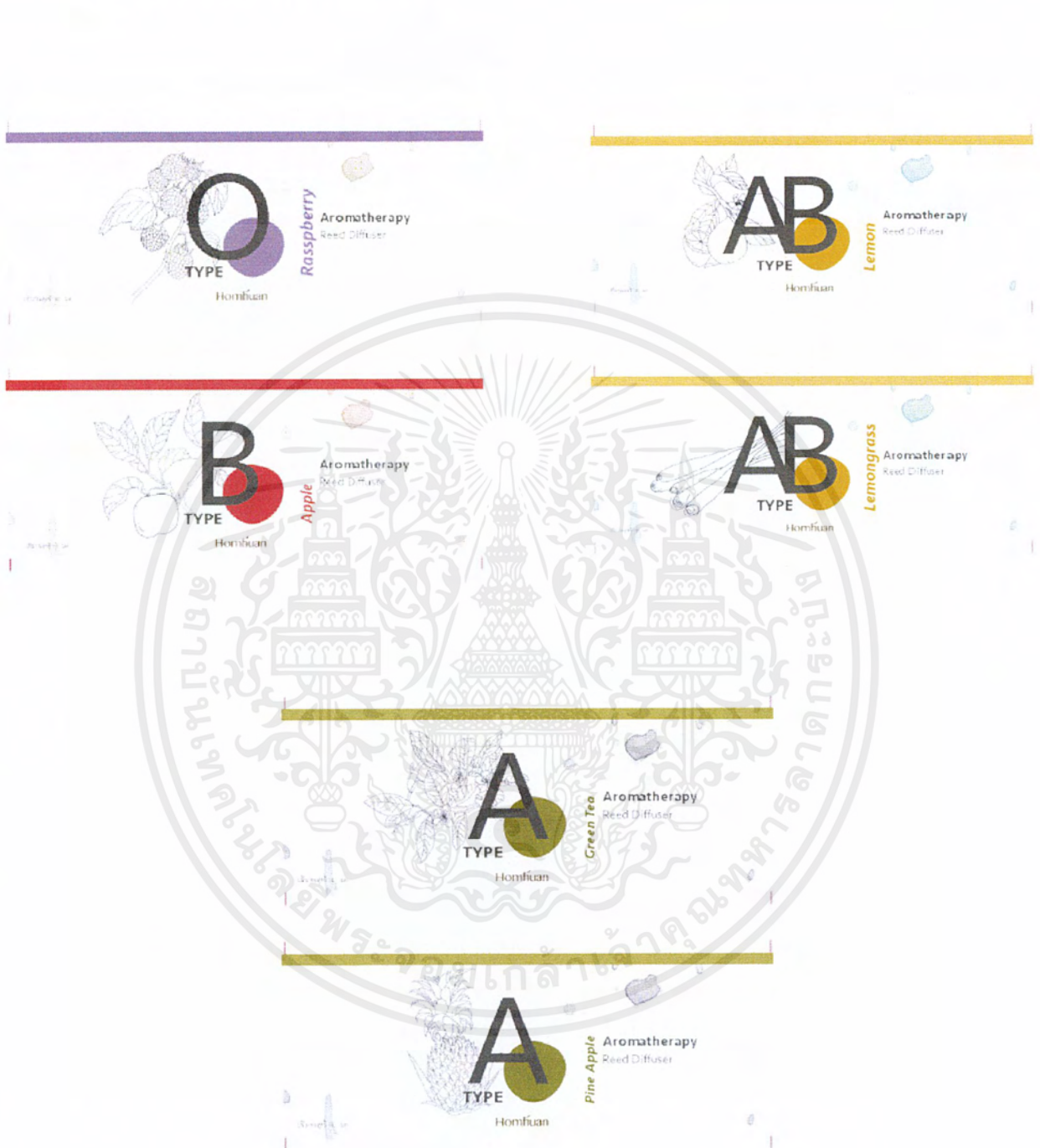
#### กล่องน้ำมันหอมระเหย



ภาพที่ 5.14 การจัดวางเลย์เอ๊าท์ในกล่องน้ำมันหอมระเหย

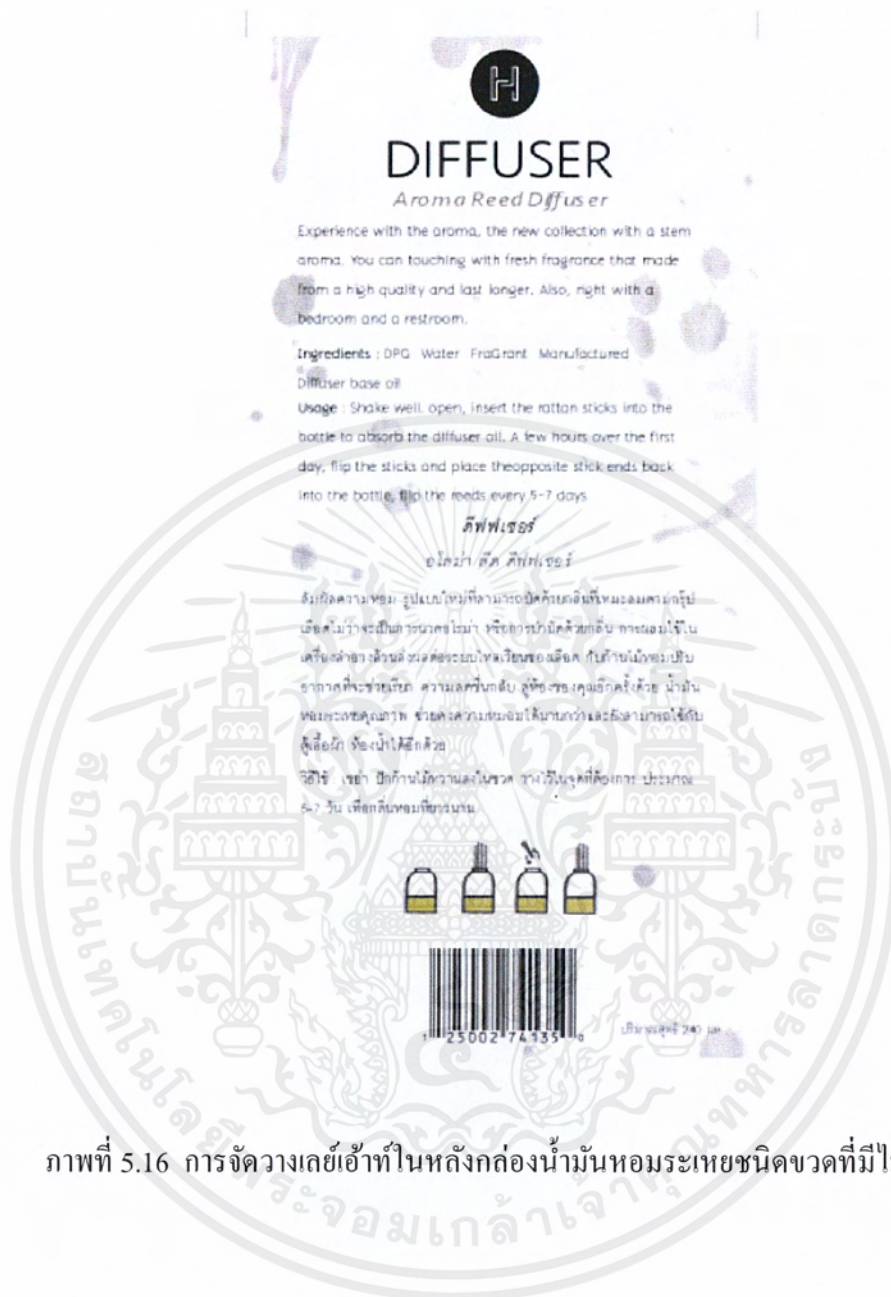
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ฉลากข้างขวดน้ำมันหอมระเหย



ภาพที่ 5.15 การจัดวางเลย์เอ๊าท์ในฉลากพันรอบขวดน้ำมันหอมระเหย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.16 การจัดวางเลย์เอาต์ในหลักก่องน้ำมันหอมระเหยชนิดขวดที่มีไม้เสียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

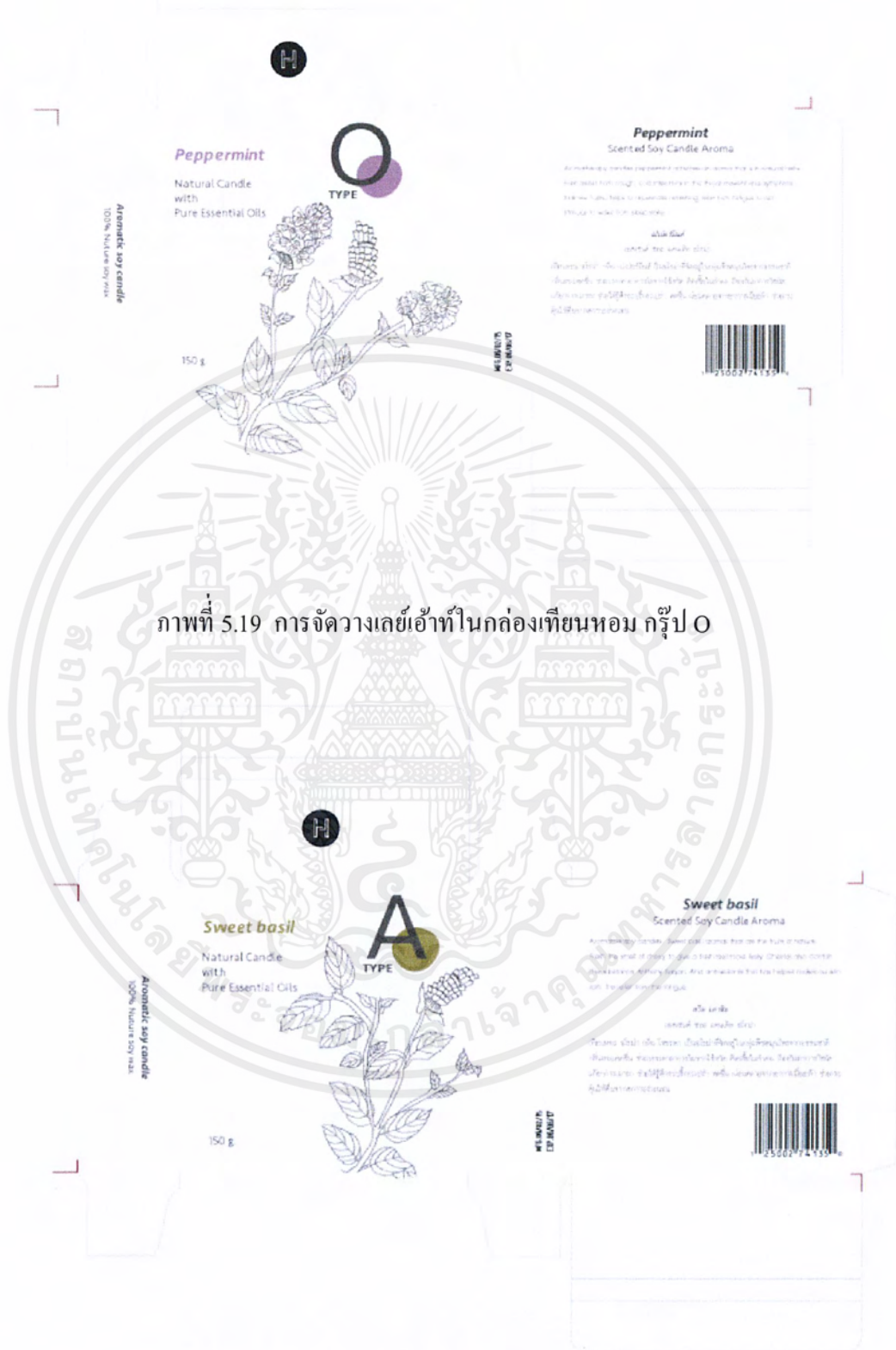
# เทียนหอม



ภาพที่ 5.17 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุ๊ป B

ภาพที่ 5.18 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุ๊ป AB

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



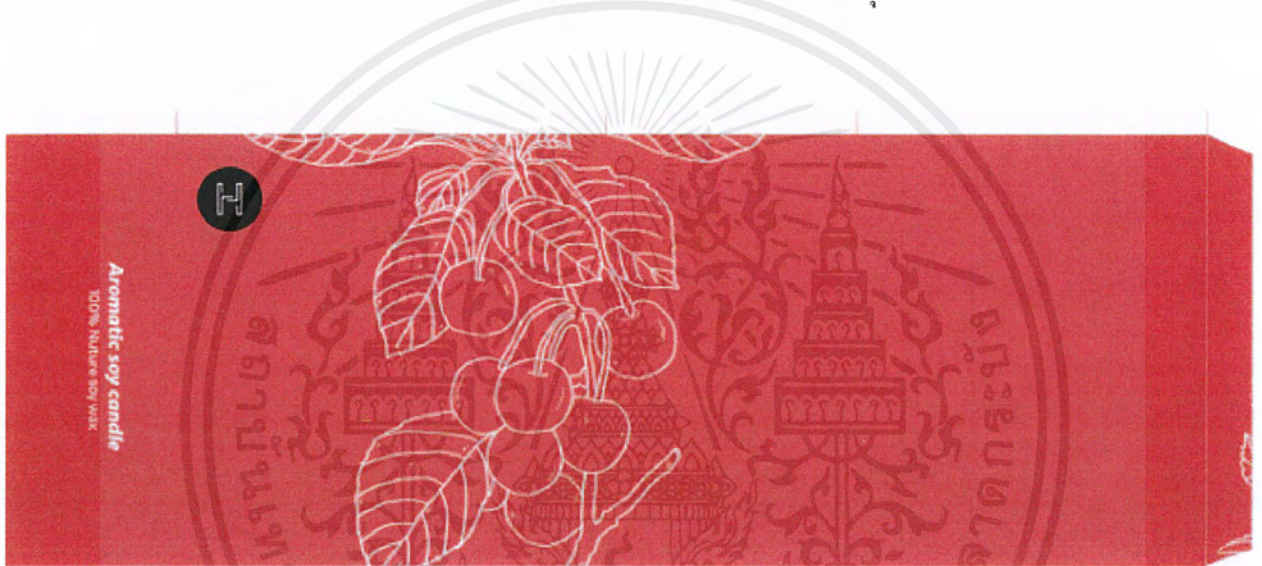
ภาพที่ 5.19 การจัดวางเลย์เอ้าท์ในกล่องเทียนหอม กรุ๊ป O

ภาพที่ 5.20 การจัดวางเลย์เอ้าท์ในกล่องเทียนหอม กรุ๊ป A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.21 ตัวปิดเทียนหอมในกระปุก



ภาพที่ 5.22 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุ๊ป B



ภาพที่ 5.23 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุ๊ป A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.24 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุป O



ภาพที่ 5.25 การจัดวางเลย์เอาต์ในกล่องเทียนหอม กรุป AB

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สกรับขัดผิว



ภาพที่ 5.26 การจัดวางเลย์เอ๊าท์ฝากระปุกสกรับ กรุป B



ภาพที่ 5.27 การจัดวางเลย์เอ๊าท์ฝากระปุกสกรับ กรุป A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.28 การจัดวางเลขีเอ้าท์ฝักระปลูกสกรับ กรุป O

ภาพที่ 5.29 การจัดวางเลขีเอ้าท์ฝักระปลูกสกรับ กรุป AB

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 6

### ผลงานสำเร็จ

#### 6.1 ตราสัญลักษณ์

ร้านชื่อว่า หอมหวาน มาจากผลิตภัณฑ์ที่เน้นทางเครื่องหอมเป็นหลักจึงใช้ชื่อนี้ให้เหมาะกับร้านที่กลิ่นสามารถบำบัดตามกริปเลือดได้

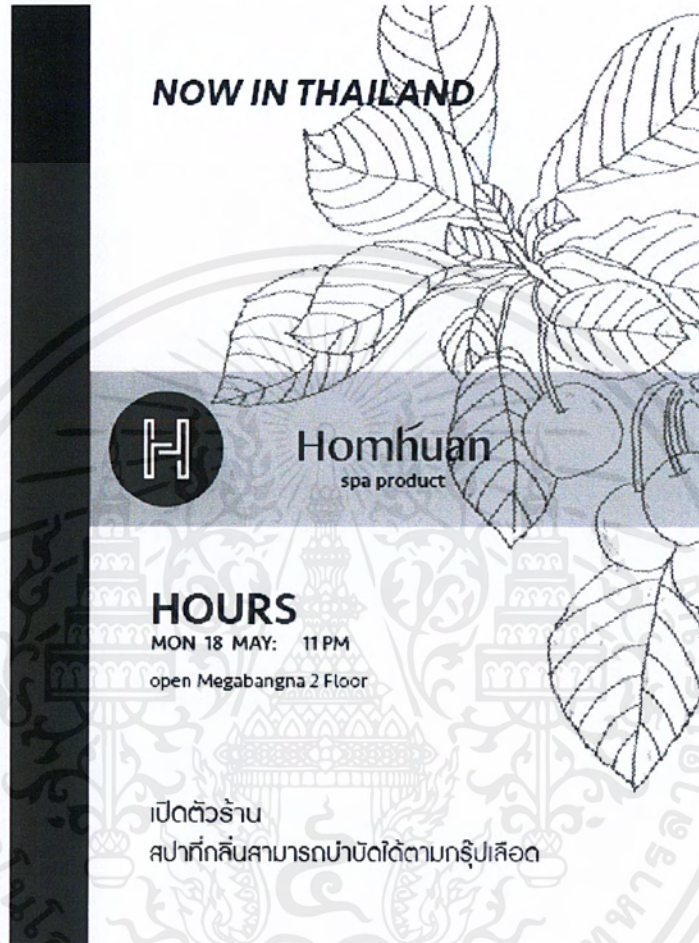


# Homhuan

ภาพที่ 6.1 สัญลักษณ์ของร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.2 สิ่งพิมพ์



ภาพที่ 6.2 โปสเตอร์ร้าน

### 6.3 บรรณทัศน์

ผลิตภัณฑ์ในแต่ละกรุ๊ปเลือด ทั้งหมด 4 กรุ๊ป มีดังนี้

- น้ำมันหอมระเหย
- เทียนหอม
- น้ำมันนวด
- ที่ขัดผิว



ภาพที่ 6.3 รูปรวมภาพสินค้าภายในร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กรุป A

สินค้าหลักๆที่เป็นกรุป A

- เทียนหอม
- น้ำมันหอมระเหย 2 กลิ่น แบบชนิดเติม
- สกรับขัดผิว
- ขวดปักไม้หอม



ภาพที่ 6.4 รุปรวมภาพสินค้ากรุป A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กรุป AB

สินค้าหลักๆที่เป็นกรุป A B

- เทียนหอม
- น้ำมันหอมระเหย 2 กลิ่น แบบชนิดเติม
- สกรับขัดผิว
- ขวดปักไม้หอม
- สบู่ขัดผิว



ภาพที่ 6.5 รูปรวมภาพสินค้ากรุป AB

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กรุป B

สินค้าหลักๆที่เป็นกรุป B

- เทียนหอม
- น้ำมันหอมระเหย 1 กลิ่น แบบชนิดเติม
- สกริปขัดผิว
- ขวดปักไม้หอม
- สบู่ขัดผิว
- ครีมบำรุงมือ



ภาพที่ 6.6 รุปรวมภาพสินค้ากรุป B

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กรุป 0

สินค้าหลักๆที่เป็นกรุป 0

- เทียนหอม
- น้ำมันหอมระเหย 1 กลิ่น แบบชนิดเติม
- สกรับขัดผิว
- ขวดบีบไม้หอม



ภาพที่ 6.7 รุปรวมภาพสินค้ากรุป 0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 บทสรุป

การออกแบบกราฟฟิกธุรกิจสำหรับสปกจากผักผลไม้ที่เหมาะสมกับหมู่เลือดนี้ สามารถตอบจุดประสงค์ในการออกแบบได้ในระดับหนึ่ง ทำให้เกิดภาพลักษณ์สินค้าใหม่ๆ แก่สินค้าประเภทนี้โดยอาศัยความรู้ทางด้านการออกแบบ และความรู้ทางด้านองค์ประกอบศิลป์สร้างผลงานจำลองขึ้นมาซึ่งในอนาคตสามารถต่อยอดโครงการนี้ ทำให้ผลิตภัณฑ์สินค้าขึ้นมาได้จริงๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์สปกในปัจจุบันมีความคล้ายคลึงกันมากเกินไป เน้นไปทางกลิ่นหอมต่างๆไป แต่ผลิตภัณฑ์ของเรามีจุดเด่นน่าจะต่อยอดได้

#### 7.2 ปัญหาที่เกิดขึ้นและข้อเสนอแนะ

7.2.1 วางแผนการทำงานยังไม่ถูกระบบ ทำให้กระบวนการทำงานไม่ราบรื่นอย่างที่คิด ในการแก้ปัญหา จึงควรจัดลำดับความคิดและการทำงานให้ดี เพื่อการทำงานที่ราบรื่นในทุกขั้นตอน

7.2.2 เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย จึงควบคุมภาพรวมกราฟฟิกให้ดี ไม่ให้แตกต่างกันเกินไป และไม่ดูให้ซ้ำซากเกินไป เพื่อสินค้าจะได้มีความโดดเด่น

7.2.3 ในการออกแบบฉลากสินค้า ควร print test บนกระดาษหลายๆแบบ เพื่อดูขนาดตัวหนังสือ และโครงสี เพราะภาพที่มองผ่านจอคอม อาจจะไม่เป็นตามที่ตาเห็นเสมอไป เมื่ออยู่บนกระดาษจริง

7.2.4 ไม่ควรเพิ่มดีไซน์แนวทางใหม่ๆตลอดเวลาการทำงาน เพราะทำให้ตัดสินใจเลือกยาก และต้องคอยกลับไปแก้งานที่ทำสำเร็จแล้วอยู่บ่อยครั้ง อาจจะทำให้งานล่าช้า

7.2.5 การมอคอัพตัวบรรจุภัณฑ์ ต้องกะขนาดกับตัวขวดให้ดี ไม่งั้นจะมีการคลาดเคลื่อน ทำให้กล่องไม่ออกมาตามแบบที่ต้องการ

### 7.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 7.3.1 ได้เรียนรู้การทำงานอย่างเป็นระบบ ขั้นตอน เพื่อเป็นทักษะในการทำงานจริงในอนาคต
- 7.3.2 ได้ฝึกกระบวนการทางด้านความคิดทางด้านการออกแบบสินค้า
- 7.3.3 เมื่อได้ทดลองทำงานจริงจึง ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นมากมาย ทำให้เรียนรู้เป็นประสบการณ์ และเรียนรู้วิธีป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดขึ้นอีก
- 7.3.4 สามารถต่อยอดไอเดียไปสู่การทำธุรกิจในอนาคตได้



## บรรณานุกรม

<http://health.spokedark.tv/2013/02/28/aromaterapy/>

<https://www.pinterest.com/>

<https://sites.google.com/site/bloodsabo/about/2-2bloods> ข้อมูลกรู๊ปเลือด

<http://women.sanook.com/15274/> ข้อมูลเกี่ยวกับกรู๊ปเลือด

<http://www.phutawanthaiherbalcosmetics.com/> ข้อมูลหลากหลายบางส่วน



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล

นางสาว ชัชชดา ศุภลักษณ์วรกุล

ที่อยู่

199 ม 9 ซ.ทองสุข ถ. สุขุมวิท ต. เทพารักษ์

อ. เมือง จ สมุทรปราการ 10270

E-mail nuk\_deqx@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2538 เตรียมอนุบาล นุชymas

พ.ศ. 2539-2552 โรงเรียนเซนต์โยเซฟพิพัต

พ.ศ. 2554-2557 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง