

การออกแบบอัตลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องหอมไทย

(ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการจักสานไทย)

CORPORATE IDENTITY AND PACKAGING FOR THAI INCENSE BRAND



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิตศิลป์

ภาควิชานิตศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบอัตลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องหอม
(ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการจักสานไทย)

CORPORATE IDENTITY AND PACKAGING FOR THAI INCENSE BRAND



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... *Wit* วันที่ 12/6/60

(อาจารย์มนวดี ศิริเปรมฤดี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบอัตลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องหอมไทย (ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการจักสานไทย)

CORPORATE IDENTITY AND PACKAGING FOR THAI INCENSE BRAND

ชื่อ นางสาวแพรวพลอย สันติวิริยผดุง

สาขาวิชา นิเทศศิลป์

ภาควิชา นิเทศศิลป์

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์มนวดี ศิริเปรมฤดี

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นการศึกษา วิเคราะห์ ทดลอง และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคการจักสานไทย ในหลายรูปแบบเพื่อใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องหอมไทยเอกลักษณ์ และลวดลายที่เกิดจากการผสมวัสดุเข้ากับการจักสาน ช่วยส่งเสริมคุณสมบัติรวมไปถึงการใช้งานของเครื่องหอม ได้เป็นอย่างดีและยังสามารถนำลวดลายไปต่อยอดได้อีกหลายรูปแบบ

ได้มีศึกษาการออกแบบ Corporate Identity เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบตามขอบเขตงานที่ตั้งเอาไว้ ได้แก่ สัญลักษณ์ของแบรนด์, Stationery (นามบัตร), Packaging (บรรจุภัณฑ์สินค้าเครื่องหอม, ถุงบรรจุภัณฑ์สินค้า), การแสดงสินค้าในร้าน และ POSM, สื่อประชาสัมพันธ์ (Poster และ Catalog), รูปแบบกลิ่นของผลิตภัณฑ์, Display โดยการออกแบบได้สื่อสารภาพลักษณ์รวมถึงการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ให้สะท้อนถึงความผ่อนคลาย และธรรมชาติซึ่งเป็นไปตามลักษณะของรูปแบบ เทคนิคและแรงบันดาลใจที่ได้มาจากการจักสานไทย อีกทั้งได้ออกแบบส่วนต่างๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

กิตติกรรมประกาศ

ก่อนอื่นเลยขอขอบพระคุณ คุณครูทุกท่านที่อนุญาติให้ทำหัวข้อนี้ โดยเฉพาะอาจารย์โบที่ปรึกษาที่
ให้สนับสนุนไอเดียของเราจนเกิดเป็นศิลปินพจน์ขึ้นนี้ และเพราะเป็นหัวข้อที่ชอบทำให้ระหว่างทำเจอ
แต่เรื่องสนุกและความสามารถใหม่อีกด้วย

ขอบคุณสมาชิกในครอบครัวสำหรับการสนับสนุนในทุกทางและเพื่อนๆ ที่รวมตัวกันทุกวันช่วง
ทำศิลปินพจน์ รู้สึกอบอุ่นมากกว่าปีไหนๆ เพราะทุกคนอยู่กันอย่างพร้อมหน้า และเต็มใจช่วยเหลือกัน
บางคนถึงไม่ได้ช่วยด้วยแรงแต่ก็ให้กำลังใจในการทำศิลปินพจน์นี้จนจบด้วยดี ขอบคุณที่ทุกคนอดทน
และพูดคุยกับเรามาว่ามันดีแล้ว ศิลปินพจน์ผ่านไปด้วยดีแล้วนะคะทุกคนขอบคุณมากที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและแจ้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
2 การจักสานไทย.....	3
2.1 ความหมายของการจักสาน.....	3
2.2 การสานและผู้ใช้.....	8
3 การออกแบบอัตลักษณ์.....	12
3.1 ความหมายของอัตลักษณ์.....	12
3.2 องค์ประกอบของอัตลักษณ์.....	12
3.3 การสร้างอัตลักษณ์.....	12
3.4 สัญลักษณ์.....	13
3.5 การออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมาย.....	14
3.6 กรณีศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ที่เคยมีมา.....	14
4 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น.....	17
4.1 แบรินด์เครื่องหอมไทย หอมหวาน.....	17
4.2 ลักษณะเด่น แรงบันดาลใจในการออกแบบ.....	17
4.3 กลุ่มเป้าหมาย.....	18
4.4 แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอม.....	19

บทที่	หน้า
5 การออกแบบ.....	23
5.1 แนวทางการออกแบบ.....	23
5.2 แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟิกประกอบ.....	26
5.3 สรุบบนร่าง.....	47
6 ผลงานสำเร็จ.....	54
6.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์.....	56
6.2 Stationery.....	57
6.3 บรรจุภัณฑ์.....	58
6.4 สื่อประชาสัมพันธ์ร้าน.....	65
6.5 ออกแบบ Display วางสินค้า.....	67
7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	68
7.1 บทสรุป.....	68
7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา.....	68
7.3 ข้อเสนอแนะ.....	68
7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	69
บรรณานุกรม.....	70
ประวัติผู้วิจัย.....	71

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	การใช้วัสดุจากธรรมชาติ..... 3
2.2	ลายดอกพิกุล..... 6
2.3	ลายดาวล้อมเดือน..... 6
2.4	ลายตะแกรง..... 6
2.5	ตัวอย่างลายขัดในภาชนะเพิ่มความแข็งแรง..... 7
2.6	การย้อมโดยใช้สีย้อมผ้า..... 7
2.7	พัดจากการสานไม้ไผ่ที่เกิดขึ้นจากสภาพอากาศร้อนของเมืองไทย..... 8
2.8	กระเป๋าจากกลุ่มส่งเสริมการจักสาน จากพันธนิคมที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น..... 9
2.9	ลำโพงจากกระต๊อบข้าวเหนียวโดยนักออกแบบรุ่นใหม่..... 9
2.10	ตะกร้า Zulu ของชาวแอฟริกาใต้ 10
2.11	ลูกบอลประดับต้นคริสต์มาสจากการสานกระดาษ..... 11
3.1	สัญลักษณ์ของ Karmakamet..... 14
3.2	สัญลักษณ์ของ Thann..... 15
3.3	สัญลักษณ์ของ Harnn..... 15
3.4	สัญลักษณ์ของ Bangkoksmiths..... 15
3.5	สัญลักษณ์ของ Pandora..... 15
3.6	สัญลักษณ์ของร้านอาหาร Wang Thai..... 15
3.7	สัญลักษณ์ของร้านอาหารไทย Thai Orchid..... 15
3.8	สัญลักษณ์ของร้านอาหาร Newy Thai Kitchen..... 16
3.9	สัญลักษณ์ของสายการบินไทย..... 16
4.1	การสานดอกแนวขนาน..... 17
4.2	การสานดอกแนวเฉียง..... 18
4.3	รูปแบบของชะลอมในขนาดที่แตกต่างกัน..... 18
4.4	ตัวอย่างรูปแบบการสานชะลอมที่นำมาใช้ในการออกแบบ..... 20
4.5	ภาพบรรจุภัณฑ์ใส่เครื่องหอมจากการสานชะลอม 21
4.6	ต้นสะเดาก่อนนำไปต้ม..... 21
4.7	ตัวอย่างมอดในไผ่..... 22
4.8	ไผ่..... 22
5.1	แพทเทิร์นการจักสาน..... 24
5.2	ลักษณะเส้นที่เคลื่อนไหวสื่อถึงฤดูกาล 24
5.3	ลักษณะของทิวทัศน์ธรรมชาติ สื่อถึงฤดูกาล..... 24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและแจ้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

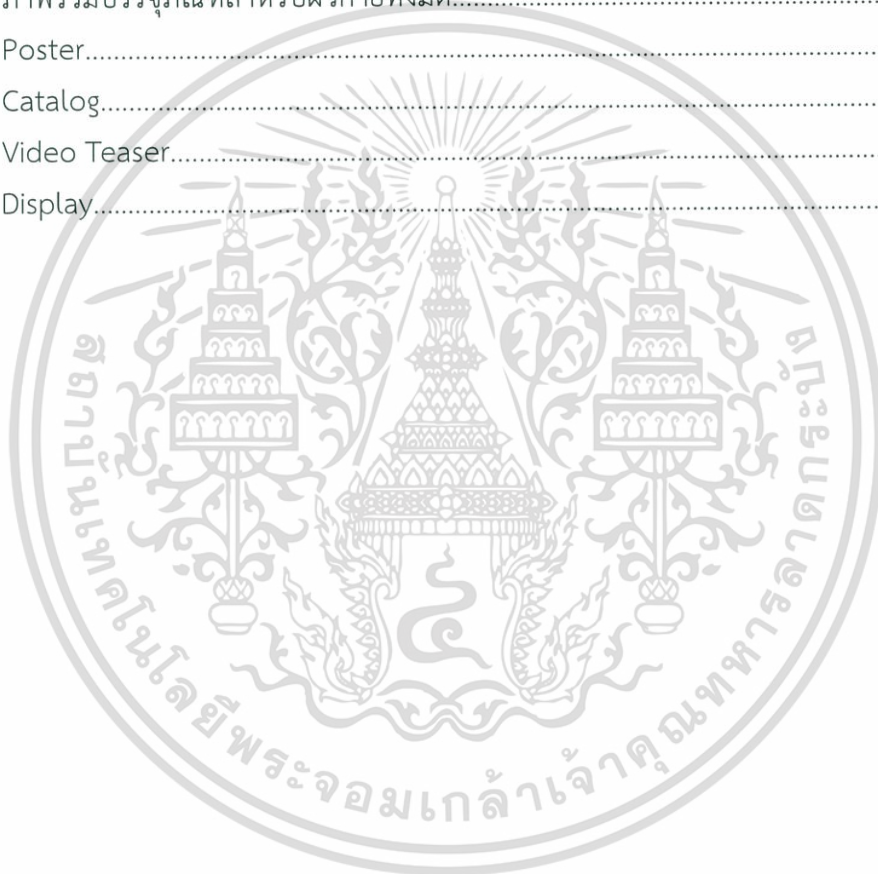
ภาพที่	หน้า
5.4 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2.1.....	25
5.5 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2.1.....	25
5.6 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2.2.....	25
5.7 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2.2.....	26
5.8 ภาพแบบร่างโดยใช้ลักษณะเด่นของแพทเทิร์นเครื่องจักสาน.....	26
5.9 ลักษณะเส้นที่เคลื่อนไหวสื่อถึงฤดูกาล.....	27
5.10 ภาพแบบร่างจากลักษณะของลวดลายหน้าต่าง.....	28
5.11 คอนเซ็ปต์แนวทางที่ 1 ครั้งที่ 1.....	29
5.12 คอนเซ็ปต์แนวทางที่ 1 ครั้งที่ 1.....	29
5.13 แบบร่างรูปแบบการสานและการใช้สีตามแนวที่ 1 ครั้งที่ 2.....	30
5.14 แบบร่างรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ตามแนวทางที่ 1 ครั้งที่ 2.....	31
5.15 แบบร่างรูปแบบการสานและการใช้สีตามแนวทางที่ 2 ครั้งที่ 2.....	32
5.16 แบบร่างรูปแบบการใช้งานบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางที่ 2 ครั้งที่ 2.....	33
5.17 แบบร่างทิศทางรูปทรงอันสัมพันธ์ภายใต้แนวทางที่ 2 เสนอครั้งที่ 2.....	34
5.18 แบบร่างสัญลักษณ์ครั้งที่ 3 แบบที่ 1.....	34
5.19 แบบร่างรูปแบบการใช้งานบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 3 แบบที่ 1.....	35
5.20 แบบร่างลายจากกริดจากชะลอมครั้งที่ 3 แบบที่ 1.....	35
5.21 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกายครั้งที่ 3 แบบที่ 1.....	36
5.22 แบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 3 แบบที่ 1.....	36
5.23 แบบร่างลายจากกริดจากชะลอมครั้งที่ 4 แบบที่ 1.....	37
5.24 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 4 รายการ 3 ชุด ครั้งที่ 4 แบบที่ 1.....	38
5.25 แบบร่าง Graphic Element ครั้งที่ 4 แบบที่ 1.....	38
5.26 แบบร่างคลีบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 4 รายการชุด 1 ครั้งที่ 4 แบบที่ 1.....	39
5.27 แบบร่างคลีบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 4 รายการชุด 2 ครั้งที่ 4 แบบที่ 1.....	39
5.28 แบบร่างคลีบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 4 รายการชุด 3 ครั้งที่ 4 แบบที่ 1.....	40
5.29 แบบร่างลักษณะของ Tag เครื่องหอมแขวน ครั้งที่ 4 แบบที่ 1.....	40
5.30 แบบร่างนามบัตร ในการนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 5 แบบที่ 1.....	41
5.31 แบบร่างถุงบรรจุสินค้า ในการนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 5 แบบที่ 1.....	41
5.32 แบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 5 แบบที่ 1.....	42
5.33 แบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 5 แบบที่ 2.....	42
5.34 แบบร่างแคตตาล็อกออนไลน์ครั้งที่ 5 แบบที่ 1.....	43
5.35 แบบร่างวิดีโอที่เซอร์ครั้งที่ 5 แบบที่ 1.....	43
5.36 แบบร่างคลีบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 5 รายการชุด 1 ครั้งที่ 5 แบบที่ 1.....	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
5.37 แบบร่างศิลป์บรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 5 รายการชุด 2 ครั้งที่ 5 แบบที่ 1.....	45
5.38 แบบร่างศิลป์บรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 5 รายการชุด 3 ครั้งที่ 5 แบบที่ 1.....	46
5.39 แบบร่าง Logo ที่ร่างด้วยมือแบบที่เลือกมาพัฒนาต่อ.....	47
5.40 แบบร่าง Logo ที่ทำในคอมพิวเตอร์.....	47
5.41 แบบร่าง Logo on Grid.....	48
5.42 แบบร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแฉวนครั้งแรก.....	48
5.43 แบบร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแฉวนครั้งแรก.....	49
5.44 แบบร่างรูปแบบลายบนชะลอมครั้งแรก.....	50
5.45 แบบร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแฉวน ที่ปรับแบบแล้ว	51
5.46 ลายปักบนชะลอม สำหรับต่อยอดในคอลเลคชั่นอื่นๆ ที่ปรับแล้ว.....	51
5.47 ลายปักบนชะลอม สำหรับทรงกลม.....	52
5.48 ลายปักบนชะลอม สำหรับทรงสามเหลี่ยม.....	52
5.49 ลายปักบนชะลอม สำหรับทรงสี่เหลี่ยม.....	52
5.50 แบบร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผิวกายจากทั้ง 5 แบบ	53
5.51 รูปแบบ Tag ขวดครีมอาบน้ำผิวกายจากทั้ง 3 ชุด.....	53
5.52 รูปแบบ Tag ขวดโลชั่นผิวกายจากทั้ง 3 ชุด.....	54
5.53 รูปแบบ Tag สเปรย์ดับอากาศจากทั้ง 3 ชุด.....	54
5.54 รูปแบบ Tag น้ำมันอาโรมาทั้ง 3 ชุด.....	55
5.55 รูปแบบ Tag สบู่สำหรับผิวกายจากทั้ง 3 ชุด.....	55
5.56 รูปแบบ Tag ขวดโลชั่นผิวกายจากทั้ง 3 แบบ.....	55
6.1 Logo.....	56
6.2 Logo on Grid.....	56
6.3 Black and White Logo.....	57
6.4 นามบัตรเมื่อนำไปประกอบกับถุงใส่ผลิตภัณฑ์.....	57
6.5 ภาพรวมนามบัตรและถุงบรรจุผลิตภัณฑ์.....	58
6.6 Tag ข้อมูลบรรจุภัณฑ์เครื่องแฉวน.....	58
6.7 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแฉวน แบบที่ 1 (ฤดูฝน)	59
6.8 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแฉวน แบบที่ 2 (หน้าร้อน)	59
6.9 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแฉวน แบบที่ 2 (หน้าร้อน)	59
6.10 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์ครีมอาบน้ำ.....	60
6.11 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์ครีมอาบน้ำ.....	60
6.12 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์โลชั่นผิวกาย	61
6.13 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์โลชั่นผิวกาย	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและข้อมูลอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
6.14 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์สเปรย์ปรับอากาศ.....	62
6.15 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์สเปรย์ปรับอากาศ.....	63
6.16 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์น้ำมันอโรมา.....	63
6.17 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์น้ำมันอโรมา.....	63
6.18 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์สบู่อุบัติภาพ.....	64
6.19 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์สบู่อุบัติภาพ.....	64
6.20 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์สำหรับอุบัติภาพทั้งหมด.....	64
6.21 Poster.....	65
6.22 Catalog.....	66
6.23 Video Teaser.....	67
6.24 Display.....	67



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและตั้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

เครื่องหอมเป็นของฝากยอดนิยมอีกชิ้นหนึ่งของไทย แม้จะมีแบรนด์เครื่องหอมมากมายในตลาด แต่ก็ยังมีเพียงจำนวนหนึ่งที่ได้โดดเด่นจนเป็นที่รู้จัก เนื่องจากแบรนด์เครื่องหอมไทยส่วนใหญ่มักมีกลิ่นอายไทยโบราณ หรืออีกรูปแบบหนึ่งคือ โมเดิร์นซึ่งทำให้รูปแบบไปเข้ากับแบรนด์เครื่องหอมประเทศอื่นๆ

การจักสานเป็นบรรพบุรุษดั้งเดิมของไทยที่มีมาแต่โบราณจนถึงปัจจุบัน จึงทำให้สามารถสื่อเอกลักษณ์ถึงความเป็นไทยโดยยังคงความทันสมัยไว้ได้ นอกจากนี้ช่วยส่งเสริมในเรื่องของดีไซน์ คุณสมบัติในเรื่องความแข็งแรง ความหาง่ายของวัสดุ และลวดลายที่หลากหลายก็ยิ่งช่วยสนับสนุนการใช้งานร่วมกับผลิตภัณฑ์เครื่องหอมได้เป็นอย่างดีที่มักมีบรรพบุรุษจากขวดแก้วซึ่งหยิบจับยาก และคุณสมบัติในการสร้างกลิ่นหอมแต่ต้องการความสวยงามในเวลาเดียวกัน

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาและวิเคราะห์เอกลักษณ์การจักสานไทย และเทคนิคที่ใช้ในชิ้นรูปเครื่องสานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ
2. ศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ และบรรพบุรุษสำหรับแบรนด์เครื่องหอมไทย
3. ออกแบบอัตลักษณ์และบรรพบุรุษที่เกิดจากเทคนิคและลวดลายการจักสานไทยให้โดดเด่น

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1. สัญลักษณ์ของแบรนด์
2. Stationery ได้แก่ นามบัตร (ใช้ร่วมเป็น Tag บนถุงสินค้า)
3. บรรพบุรุษ

3.1 บรรพบุรุษสำหรับบรรจุเครื่องหอมแบบแยกแต่ละรายการ

- ครีมอาบน้ำสำหรับผิวกาย (ประกอบด้วย ครีมอาบน้ำสำหรับผิวกาย 3 กลิ่น)
- โลชั่นสำหรับผิวกาย (ประกอบด้วย โลชั่นสำหรับผิวกาย 3 กลิ่น)
- สเปรย์ปรับอากาศ (ประกอบด้วย สเปรย์ปรับอากาศ 3 กลิ่น)
- น้ำมันโรมา (ประกอบด้วย น้ำหอมในรูปแบบออยล์ 3 กลิ่น)
- สบู่สำหรับผิวกาย (ประกอบด้วย สบู่สำหรับผิวกาย 3 กลิ่น)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 งบประมาณสินค้า

- งบประมาณสำหรับบรรจุสินค้าทุกชนิด

4. สื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้า ได้แก่ Poster, Catalog และ Teaser
5. ออกแบบการจัด Display ภายในร้าน

1.4 แนวทางการบรรจุเป้าหมาย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล
 - 1.1 การจักสานไทย และรูปแบบเครื่องหอม
 - 1.2 กลุ่มเป้าหมายเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติวัยทำงานเงินเดือน 15,000 บาท ขึ้นไป
 - 1.3 การออกแบบ CI
 - 1.4 รวบรวมแบรนด์เครื่องหอมเทียบเคียง
2. วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น
 - 2.1 Concept ของแบรนด์
 - 2.2 กลุ่มเป้าหมาย
 - 2.3 เอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์
 - 2.4 บรรจุภัณฑ์ และคุณสมบัติของสินค้า
 - 2.5 วางแนวทางการออกแบบ
3. การออกแบบ และพัฒนาแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การจักสานไทย

เครื่องจักสานในประเทศไทย มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์เป็นไปได้ว่าเริ่มต้นมาตั้งแต่ยุคหินเนื่องจากการพบหลักฐานสำคัญ ณ ตำบลลาดหญ้า อำเภอเมือง จ.กาญจนบุรี ซึ่งเป็นลักษณะของการขัดสายด้วยไม้ไผ่สองเส้น และยังเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมาถึงปัจจุบันได้เกือบครบถ้วนแม้ในช่วงแรกจะไม่มี การบันทึกไว้เป็นตำราอย่างจริงจัง แต่มีการถ่ายทอดด้วยการบอกเล่าและกลายเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทยในฐานะบรรพบุรุษที่เรื่อยมา ในปัจจุบันบทบาทได้ถูกลดความสำคัญลงไปเป็นเพียงภาชนะในการประดับตกแต่งมากกว่าเพื่อดำรงชีวิต แต่ที่ยังคงอยู่นั้นคือเอกลักษณ์สำคัญของการจักสานไทยอันเกิดจากแรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวถ่ายทอดออกมาในรูปแบบศิลปะ ตามความเชื่อและขนบธรรมเนียมประเพณีออกมาเป็นความงามที่สะท้อนความนึกคิดและค่านิยมของคนไทยในแต่ละยุคสมัย

2.1 ความหมายของการจักสาน

การจักสาน เกิดจากที่มนุษย์นำวัสดุธรรมชาติมาได้ง่ายมาก่อให้เกิดประโยชน์เกิดเป็นความปราณีต และรูปแบบที่หลากหลายขึ้นในยุคต่อๆ มา ซึ่งการ “จักสาน” นั้นจะก่อให้เกิดเครื่องจักสานอย่างสมบูรณ์ก็ได้ด้วยการผ่านกระบวนการ จัก และ สานเป็นสำคัญ

2.1.1 การจัก คือการนำวัสดุแต่ละชนิดมาทำให้เป็นเส้น หรือริ้วซึ่งกรรมวิธีก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ละวัสดุโดยเรียกว่า “ดอก” ซึ่งมีมากมายหลายชนิดแล้วแต่รูปแบบที่จะนำไปใช้งาน



ภาพที่ 2.1 การจักโดยใช้วัสดุธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. วัสดุในการทำดอก มักจะเกิดจากวัสดุธรรมชาติที่หาได้ตามท้องถิ่นๆ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการประยุกต์ใช้เข้ากับวัสดุสังเคราะห์เพื่ออายุการใช้งานที่นานขึ้นถึงแม้จะเกิดจากวัตถุดิบเดียวกันแต่ก็สามารถทำดอกให้แตกต่างกันไปได้ เช่น ดอกแบนมีลักษณะบางแบน ดอกแข็งมีความแข็งแรงมากกว่า มักมีด้านนอกที่นูนเล็กน้อย

1.1 ไม้ไผ่ ไม้ที่ใช้ทำเครื่องจักสานหลายชนิดเป็นข้อมีสีหลากหลายแต่ส่วนที่มักนำมามีใช้จะเป็นไม้ไผ่แก่สีเหลืองในส่วนลำต้นและนำมาทำเป็นเส้นดอกได้แคบกว่าชนิดอื่น

1.2 แห้ง มีลักษณะคล้ายไม้ไผ่แต่อ่อนนุ่มกว่า ไม่มีข้อ มีลักษณะแข็งกว่าหวาย และทนกว่ากก นิยมมาใช้เป็นฝาบ้าน

1.3 หวาย นิยมใช้เป็นอย่างมากในการสาน ใบเป็นแผงใหญ่ แต่การทำดอกจำเป็นต้องใช้ใบอ่อนมาผ่านเป็นเส้นเล็กบางๆ

1.4 ก้านมะพร้าว ก้านของต้นมะพร้าวโดยการเหลาใบออก แล้วนำมาสานส่วนมากมักทำเป็นกระจาดผลไม้เล็กๆ

1.5 กระจูด เป็นพันธุ์ไม้ตระกูลเดียวกับกก ก่อนสานต้องนำลำต้นมาผึ่งแดดแล้วทุบให้แบนเป็นดอกก่อนจึงสานได้

1.6 เตยทะเล เป็นต้นไม้ใบคล้ายสับปะรดมีหนาม ต้องนำหนามออกก่อนแล้วย่างไฟ แขน้ำจิ้งจะสามารถนำมาทำเป็นเส้นดอกได้

1.7 ลำเจียก หรือป่านัน เป็นต้นไม้ประเภทเดียวกับเตยมีกลิ่นหอม

1.8 คล้า มีผิวเหนียว คล้ายต้นข้าวใช้สำหรับสานภาชนะ

1.9 ผักกระเฉด เส้นเหนียวหาง่ายได้ทุกพื้นที่ของประเทศไทย ที่ใกล้กับแหล่งน้ำถูกนำมาประยุกต์ใช้เป็นวัสดุในการสานเนื่องจากผักกระเฉดมีจำนวนมากเกินไป

1.10 ใบลาน ใบใหญ่และยาวอยู่ในตระกูลปาล์ม ทำให้เป็นที่นิยมใช้ในการเขียนอักษรในอดีต

1.11 พลาสติกโพลีเอสเตอร์ เส้นพลาสติกที่ถูกนำมารีดเป็นเส้นแบบให้มีลักษณะเท่าดอก แข็งแรงทนทานมีสีให้เลือกหลากหลาย แต่ย่อยสลายได้ยาก

1.12 กระจาดย กระดาษที่ถูกตัดเป็นเส้นความกว้างประมาณ 1 เซนติเมตรมีสีหลากหลายมักถูกนำไปใช้สานในงานฝีมือชั่วคราวเพราะสามารถย่อยสลายง่าย แต่ทำลวดลายได้หลากหลาย

2. เครื่องมือในการทำดอก

2.1 มีด เครื่องมือสำหรับแปรรูปวัตถุดิบธรรมชาติใช้สำหรับผ่าและตัดผ้าวัสดุก่อนที่จะนำไปเหลาจักเป็นดอกเส้นต่อไป

2.2 มีดดอก มีดปลายมีลักษณะโค้งเหมือนเสี้ยวพระจันทร์ปลายกลม การใช้จะใช้ด้ามสอดเข้าไประหว่างแขนกับลำตัวเพื่อใช้จักหรือเหลาดอก ซึ่งมีดชนิดนี้จะสามารถใช้เจาะหรือคว้านได้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 เหล็กหมาดปลายหอก เป็นเหล็กแบนเหมือนอย่างปลายหอกไข่มุขไม่เป็นรู หรือสามารถใช้เจาะรู
เครื่องสานเมื่อต้องการผูกหวายเสริมโครงสร้าง

2.4 คีม เป็นเครื่องมือจำเป็นเป็นรูปร่างเหมือนคีมทั่วไปสามารถใช้แทนเป็นเข็มในการไขเครื่องสาน

2.1.2 การสาน คือการนำตอกมาสอดขัด ขด ถักหรือ สอดขัดกันด้วยเส้นทแยงจากวัสดุมากกว่า
1 เส้นจนเกิดเป็นลวดลายหรือรูปทรงบรรจุกฎเกณฑ์โดยรูปทรงต่างๆ จะต้องมีแม่แบบไม่เป็นตัวกำหนด
รูปทรง ซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่ละเงื่อนไขและความต้องการด้านประโยชน์ของในแต่ละท้องถิ่นๆ แต่ด้วย
ข้อจำกัดของการจักสานทำให้บางครั้งลวดลายและรูปทรงออกมามีความคล้ายคลึงกันแม้พื้นที่วัฒนธรรม
จะห่างไกลและแตกต่างกันมากโดยแบ่งออกเป็นสองประเภทคือการสานเพื่อขึ้นรูปทรง และการสาน
เพื่อสร้างลวดลายโดยอาจจะสานรูปทรงขึ้นไปพร้อมลวดลาย หรือขึ้นรูปทรงแล้วสร้างลวดลายที่หลัง
ก็สามารถทำได้

ตารางเปรียบเทียบการสานรูปแบบพื้นฐาน

ชื่อ	ลักษณะ	ความยาก 1-10	ความยืดหยุ่น 1-10	การระบาย 1-10
ลายขัด		1	3	2
ลายเฉลว		5	8	10
ลายหัวสุม		7	3	10
ลายกันหอย		7	0	7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แม้การสานจะมีรูปแบบมากมายจนไม่อาจบันทึกไว้ได้หมด แต่ก็มีลวดลายสานบางส่วนที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติที่ยกตัวอย่างเช่น ลายชั้ดดอกพิกุล มาจากการร่วงของดอกพิกุล ลายชั้ดได้อธิพลมาจากงานทอมือภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยและลายอื่นๆ อีกมากมาย ที่เป็นที่นิยมเช่น ลายแม่บท ลายรวงข้าว ลายชั้ด ลายมัดย้อม ลายน้ําไหล ลายดอกไม้ ลายพวงองุ่น ลายเส้นพันเม็ดแตง ลายชั้ด ลายรังผึ้ง ลายพันเกลียว ลายเกลียวผูก ลายประสู ลายตะแกรง ลายเกล็ดเต่า ลายดาวล้อมเดือน เป็นต้น ซึ่งการใช้งานก็จะแตกต่างกันไปบางลายใช้เพื่อโชว์ความละเอียดละเอียดอ่อนของภูมิปัญญา แต่บางลายเกิดขึ้นเพื่อเสริมความแข็งแรงของรูปทรงการใช้งาน

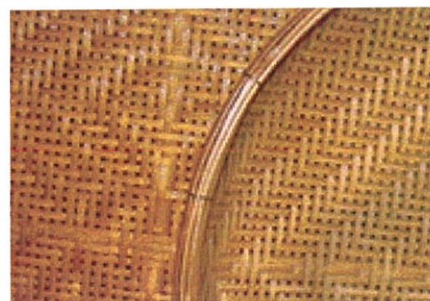


ภาพที่ 2.2 ลายดอกพิกุล



ภาพที่ 2.3 ลายดาวล้อมเดือน

ที่มา : <http://www.sookjai.com>



ภาพที่ 2.4 ลายตะแกรง

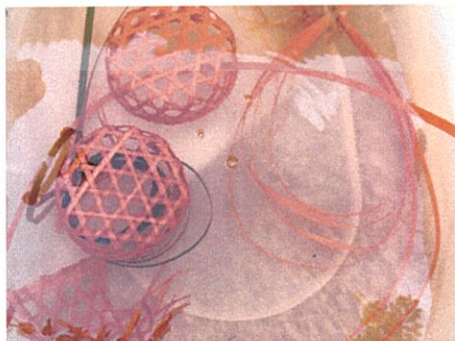
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างลายขัดในภาชนะเพิ่มความแข็งแรง

2.1.3 เทคนิคอื่นๆ คือกรรมวิธีที่ช่วยเสริมคุณสมบัติของการจักสานให้ใช้งานได้ยาวนานยิ่งขึ้น เนื่องจากวัสดุธรรมชาติจะพบปัญหามาก เช่น เรื่องมอด เชื้อรา และความอ่อนตัวของวัสดุ

1. รมควัน การนำเครื่องจักสานที่เสร็จแล้วไปรมควันโดยใช้ฟางข้าวที่ไม่ใช่แล้วเป็นเชื้อเพลิงเพื่อเพิ่มความเหนียวและป้องกันมอด
2. การแช่น้ำ การนำตอกไปแช่น้ำเพื่อให้อ่อนตัวง่ายต่อการสานและลดการแตกเวลาสานขัดและบิดเพื่อสร้างรูปร่าง
3. การต้มน้ำสะอาด การต้มน้ำสะอาดเป็นภูมิปัญญาไทยอย่างหนึ่งในการช่วยกำจัดมอดบนวัสดุธรรมชาติ ที่ยังไม่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายมากนักเนื่องจากกรรมวิธียุ่งยาก
4. ตากแดด เชื้อราบนวัสดุธรรมชาติเกิดขึ้นจากความชื้นเมื่อน้ำตอกที่ผานแล้วไปตากแดดจะช่วยแก้ปัญหาในเรื่องเชื้อราและทำให้สีเปลี่ยนไปน้อยลง
5. การถัก เป็นการเก็บขอบวัสดุเครื่องจักสานต่างๆ ให้เรียบร้อย เพิ่มความแข็งแรงก่อนนำไปใช้
6. การย้อมตอก ใช้สำหรับเปลี่ยนสีตอกให้หลากหลายก่อนนำไปสาน ปัจจุบันนิยมใช้สีย้อมผ้า เพราะได้สีที่สดใสกว่าการย้อมธรรมชาติ



ภาพที่ 2.6 การย้อมโดยใช้สีย้อมผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 การจักสานและผู้ใช้

2.2.1 การจักสานในการดำรงชีวิต เนื่องจากการดำรงชีวิตใช้บางครั้งต้องการเครื่องมือเพื่อมาใช้อำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิต และความสะดวกสบายในการทำงาน ซึ่งมักแตกต่างกันไปตามภูมิศาสตร์ธรรมชาติ พิธีกรรมตามขนบธรรมเนียมบริเวณพื้นที่นั้นโดยเฉพาะผู้มีอาชีพเกษตรกรรมสามารถจำแนกได้เป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

เครื่องสานในการบริโภค ได้แก่ กระจับปี่ แอบข้าว ข้าวหวด กล่องข้าว กระจอน กระจัง เครื่องสานใช้เป็นภาชนะ ได้แก่ กระจับปี่ กระจาด กระจบาย ชะลอม เครื่องจักสานใช้เป็นเครื่องตวง ได้แก่ กระจ้อม กระจู กระจับปี่ สัต เครื่องสานที่ใช้เป็นเครื่องเรือนและเครื่องปูลาด ได้แก่ เสื่อประเภทต่างๆ เครื่องสานที่ใช้ในการดักจับสัตว์ ได้แก่ ลอบ ไช อีจู้ ชะนาง จัน เครื่องจักสานที่ใช้กับความเชื่อ ประเพณีและศาสนา ได้แก่ กล่องข้าวขวัญ ข้าวสำหรับใส่พาน



ภาพที่ 2.7. พัดจากการสานไม้ไผ่ที่เกิดขึ้นจากสภาพอากาศร้อนของเมืองไทย

2.2.2 การจักสานในปัจจุบันภายในประเทศ แม้การเปลี่ยนแปลงในเรื่องการใช้งานจะมีบทบาทน้อยลงไปแต่ลักษณะการใช้งานก็ยังไม่ถือว่าเปลี่ยนไปจากอดีตมากนัก เพียงแต่มีการประยุกต์ใช้ในรูปแบบของการประดับมากขึ้นนอกเหนือจากการเป็นบรรจุภัณฑ์ เช่น กำไล กระจ่างใส่ต้นไม้หรือแม้กระทั่งกระเป๋าที่หลุดจากความเป็นพื้นบ้านไปสู่เครื่องประดับหรูหราราคาแพง สร้างรายได้ให้แก่คนไทยเป็นจำนวนมากเพราะลวดลายจักสานไทยมีความละเอียดปราณีตเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้เป็นที่นิยมในหมู่ชาวต่างชาติโดยเฉพาะในประเทศญี่ปุ่น

ดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ ก็ได้มีการหันมาระลึกถึงความสำคัญของการจักสานมากขึ้น ทำให้ถูกนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบที่ดังไปเฉพาะเอกลักษณ์ของลวดลายแต่ฟังก์ชันการใช้งานในแง่บรรจุภัณฑ์ได้ถูกเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงจึงนับว่าการจักสานนั้นสามารถสะท้อนถึงยุคสมัยของไทยที่เปลี่ยนไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างแหล่งชุมชนเครื่องจักสานรายใหญ่ในประเทศไทย เช่น หมู่บ้านทับลาน กลุ่มส่งเสริมฝีมือการจักสานพนัสนิคม เป็นต้น



ภาพที่ 2.8 กระเป๋าจากกลุ่มส่งเสริมการจักสาน จากพนัสนิคมที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น



ภาพที่ 2.9 ลำโพงจากกระต๊อบข้าวเหนียวโดยนักออกแบบรุ่นใหม่
ที่มา : <https://www.dek-d.com/nugirl/29484/>

2.2.3 การจักสานในปัจจุบันภายนอกประเทศ หากไม่นับการจักสานส่งออกจากไทยไปยังต่างประเทศแล้วประเทศอื่นๆ ก็มีวัฒนธรรมแห่งการจักสานอยู่เช่นกันแต่ในลักษณะที่แตกต่างออกไปตัวอย่างที่เราสามารถเห็นได้ชัดคือ เทศกาลคริสต์มาสฝั่งยุโรปมักมีการสานลูกตกแต่งต้นคริสต์มาสจากการสานกระดาษ เนื่องจากกระดาษมีสีสันสดใสและน้ำหนักเบาทั้งยังสามารถบิดรูปทรงได้มากกว่าวัสดุธรรมชาติ หรือไม่ว่าจะในแถบแอฟริกาที่มีวัตถุธรรมชาติจำนวนมากก็มีรูปแบบตะกร้าในการใช้งานเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองจนเป็นที่นิยมในแถบประเทศอื่นเช่นกัน เล็งให้เห็นว่านอกจากวัสดุธรรมชาติที่คนไทยใช้อย่างเป็นประจำแล้ว การจักสานยังสามารถพัฒนาไปได้อีกหลายรูปแบบ ซึ่งอาจเกิดจากการผสมของวัฒนธรรม หรือวัสดุที่ถูกทดลองขึ้นมาใหม่ก็เป็นไปได้ทั้งนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สมทวงไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.10 ตะกร้า Zulu ของชาวแอฟริกาใต้

ที่มา : <https://www.binoandfino.com/blog/2015/3/26/basket-weaving-in-different-african-countries>



ภาพที่ 2.11 ลูกบอลประดับต้นคริสต์มาสจากการสานกระดาษ

การจักสานนั้นได้อยู่คู่กับคนไทยตั้งแต่ในสมัยยุคหินเนื่องจากมีมูลเหตุที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และยังคงถูกใช้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบันผ่านการสอนปากต่อปาก

นอกเหนือจากการใช้งานในการดำรงชีวิตแล้วการจักสานยังสะท้อนถึงความเปลี่ยนแปลงไปของ ค่านิยม วัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยในการสังเกต และวิเคราะห์สิ่งรอบตัวจนเกิดออกมาเป็นลวดลายที่มีความซับซ้อน รวมไปถึงการแก้ปัญหาจากการทดลองอันเกิดจากประสบการณ์ในท้องที่แม้ในอดีตจะไม่มีเทคโนโลยีเป็นตัวช่วยเฉกเช่นปัจจุบัน

การจักสานไม่ได้ถูกพบแต่เพียงในประเทศไทยเท่านั้นแต่มีในทุกพื้นที่ที่แม้ในต่างประเทศแต่จุดเด่น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของการจักสานไทยนั้นคือความปราณีต และลวดลายที่ซับซ้อนจนเป็นที่ยอมรับในหมู่ชาวต่างชาติทำให้
แม้บทบาทความสำคัญจะเปลี่ยนไปจากอดีตแต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าการจักสานนั้นยังคงมีความสำคัญไม่ทาง
ใดก็ทางหนึ่งต่อชาวไทยในการสร้างรายได้โดยเฉพาะเกษตรกร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การออกแบบอัตลักษณ์

การสร้างอัตลักษณ์ต่อองค์กรหรือแบรนด์ สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งคือ การออกแบบอัตลักษณ์เพื่อให้ภาพลักษณ์ที่ตั้งไว้ขององค์กรหรือแบรนด์เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

3.1 ความหมายของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ คือ คุณลักษณะเฉพาะตัว ที่จะบ่งชี้ตัวตน การออกแบบอัตลักษณ์ จึงเหมือนการสรุปลักษณะเฉพาะของแบรนด์ เพื่อจะสื่อสารออกไปได้อย่างชัดเจน หนักแน่น และเข้าใจง่าย

3.2 องค์ประกอบของอัตลักษณ์

1. การใช้สัญลักษณ์ เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของแบรนด์ ควรใช้อย่างเป็นระบบทั้งชื่อ สัญลักษณ์ สีสรรวมถึงการออกแบบอื่นๆ เพื่อแสดงให้เห็นคุณค่าและภาพลักษณ์ของแบรนด์
2. การสื่อสาร เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร การรับรู้ของแบรนด์แก่ผู้บริโภคไม่ว่าจะด้วยการโฆษณาหรือส่งเสริมการขาย เป็นต้น
3. พฤติกรรมขององค์กร เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่แสดงภาพลักษณ์แบรนด์ เพราะพฤติกรรมองค์กรมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือแบรนด์แก่ผู้บริโภคด้วย เช่น การทำ Corporate Social Responsibility เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร เป็นต้น

การสร้างอัตลักษณ์องค์กรควรมีการกำหนดก่อนว่าอะไรคืออัตลักษณ์หลักที่จะเป็นแก่นแท้ของแบรนด์ สะท้อนตัวตนและลักษณะเฉพาะของแบรนด์นั้น แล้วมีอะไรที่เป็นอัตลักษณ์ส่วนขยายที่จะช่วยส่งเสริมความเป็นตัวตนของแบรนด์มากยิ่งขึ้น

3.3 การสร้างอัตลักษณ์

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์สามารถทำได้ ดังนี้

1. ดำเนินการเก็บข้อมูล เพื่อให้เกิดความชัดเจนของภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อ อาจได้จากการสังเกตการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริง และใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ต่อไป
2. การกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจน เป็นขั้นการสังเคราะห์ข้อมูลให้ได้ความกระจ่างในความเป็นตัวตนที่แท้จริงของแบรนด์ แล้วจึงนำมากำหนดวางตำแหน่งให้แบรนด์แตกต่างจากคู่แข่ง หรือสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์เพื่อใช้สื่อสารกับผู้บริโภคต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การออกแบบอัตลักษณ์ ควรจะมีความชัดเจน หนักแน่น เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับภาพลักษณ์หลักของแบรนด์ เป็นขั้นตอนที่จะแสดงภาพลักษณ์ของแบรนด์ออกมาเป็นรูปธรรมได้

4. ประเมินผลการออกแบบแบรนด์ โดยวิธีที่ดีที่สุดคือการสอบถามกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง

5. การสร้างจุดสัมผัส เป็นขั้นตอนการตรวจสอบการออกแบบ ทดสอบว่าสิ่งที่ออกแบบนั้นใช้ได้กับทุกงานหรือไม่ และสอดคล้องเป็นรูปธรรมตามภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ตั้งไว้หรือไม่ เพื่อจะได้ปรับแก้ให้การออกแบบตอบสนองต่อความต้องการของแบรนด์

6. การจัดการคุณค่าของแบรนด์ กำหนดสิ่งแวดล้อมให้กับแบรนด์ และติดตามประเมินผลเพื่อควบคุมให้งานออกแบบอัตลักษณ์ถูกใช้อย่างต่อเนื่อง และถูกต้อง

3.4 สัญลักษณ์

“สัญลักษณ์ หมายถึง ลักษณะของสิ่งใดๆ ที่กำหนดนิยามกันขึ้นมาเองให้ใช้หมายความแทนอีกสิ่งหนึ่ง” จากพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525

The Oxford English Dictionary (เดเลน (Allen), 1990) ให้ความหมายของคำว่าสัญลักษณ์ไว้ 2 ความหมาย ดังนี้

1. สิ่งที่เป็นตัวแทนของสิ่งอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุหรือสิ่งที่เป็นนามธรรม

2. ตัวอักษรที่เขียนขึ้นหรือเครื่องหมาย (Mark) ที่ใช้เป็นตัวแทนบางสิ่งบางอย่าง เช่น ตัวอักษรรูปร่าง หรือเครื่องหมายแทนวัตถุกระบวนการบางอย่าง เป็นต้น

วิรุณ ตั้งเจริญ (2526) กล่าวว่าสัญลักษณ์คือ สื่อความหมายที่แสดงนัยหรือเสนอไขความคิด เพื่อเป็นการบอกให้ทราบถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีผลทางด้านการรับรู้ความคิดหรือทัศนคติ

ฉะนั้นอาจสรุปได้ว่าสัญลักษณ์ คือ สิ่งที่ใช้เป็นตัวแทนของสิ่งหนึ่งเพื่อให้เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม แม้สิ่งนั้นจะเป็นเพียงนามธรรม

ตราสัญลักษณ์ (Logo) ราชบัณฑิตยสถาน (2530) ให้ความหมายของคำว่า “ตราสัญลักษณ์” ไว้ว่า คำว่า Logo ตัดทอนมาจาก Logotype หมายถึง เครื่องหมาย ตรา สัญลักษณ์ ซึ่งสื่อความหมาย เฉพาะถึงส่วนราชการ มูลนิธิสมาคม บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ อาจจะเป็นตัวอักษรหรือรูปภาพ หรือทั้งสองอย่างประกอบกัน รูปภาพนั้นมักจะเป็นลักษณะเรขศิลป์ (Graphic Art)”

เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) หมายความว่า “เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้ หรือจะใช้เป็นที่หมาย หรือเกี่ยวข้องกับสินค้า หรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรองรับเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือลักษณะใดๆ ของสินค้านั้นหรือรองรับเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น” (ทองเจือ เขียดทอง, 2548 ,65)

3.5 การออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมาย

1. หลักในการออกแบบตราสัญลักษณ์

- 1.1 การใช้ตารางกริด
- 1.2 คำนึงถึงสัดส่วนที่จะนำไปใช้เป็นสำคัญ
- 1.3 มีเอกภาพ การจัดวางควรจัดวางให้มีความกลมกลืน มีการนำองค์ประกอบในการออกแบบมาใช้อย่างเหมาะสม
- 1.4 มีความโดดเด่น สื่อความหมายชัดเจน
- 1.5 มีความร่วมสมัยเข้าถึงคนสมัยนั้นๆ ได้
- 1.6 มีความเรียบง่าย จะช่วยให้ เข้าใจได้ง่ายว่าสื่อความหมายถึงอะไร

2. แนวทางการออกแบบ

- 2.1 ออกแบบโดยใช้เส้น
- 2.2 ออกแบบโดยใช้รูปร่างเรขาคณิต
- 2.3 ออกแบบโดยใช้เงา
- 2.4 ออกแบบโดยใช้ Figure and Ground
- 2.5 ออกแบบโดยใช้เทคนิคการออกแบบ
 1. การตัดทอน
 2. การบังหรือการซ้อน
 3. ออกแบบให้เกิดการเคลื่อนไหว
 4. มีความต่อเนื่องกัน
 5. มองได้จากหลายด้าน
- 2.6 ออกแบบโดยวิธีบวกหรือเพิ่ม คือการแทรกภาพลงในตัวอักษรหรือแทรกตัวอักษรลงในภาพ
- 2.7 ออกแบบโดยใช้ตัวอักษร

3.6 กรณีศึกษาการออกแบบสัญลักษณ์ที่เคยมีมา

1. สัญลักษณ์แบรนด์เครื่องดื่มทั่วไป



KARMAKAMET

SECRET WORLD

ภาพที่ 3.1 สัญลักษณ์ของ Karmakamet

ที่มา : <http://www.jobdic.com/company/view,368.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2 สัญลักษณ์ของ Thann

ที่มา : <http://dalybeauty.ca/thann-shiso-mask-for-amazingly-beautiful-silky-hair/>



HARNN

ภาพที่ 3.3 สัญลักษณ์ของ Harnn

ที่มา : <http://corporate.sanook.com/th/news/1449/>



ภาพที่ 3.4 สัญลักษณ์ของ Bangkoksmiths

ที่มา : <https://www.facebook.com/Bangkoksmiths-183362125034850/photos>

PANDORA

ภาพที่ 3.5 สัญลักษณ์ของ Pandora

ที่มา : <http://logonoid.com/images/pandora-logo.png>

2. สัญลักษณ์ที่ใส่ความเป็นไทยเข้าไป



ภาพที่ 3.6 สัญลักษณ์ของร้านอาหาร Wang Thai

ที่มา : <https://www.pinterest.com/esterpartners/thai-logo/>



Thai Orchid

FRESH THAI CUISINE

ภาพที่ 3.7 สัญลักษณ์ของร้านอาหารไทย Thai Orchid

ที่มา : <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.8 สัญลักษณ์ของร้านอาหาร Newy Thai Kitchen
ที่มา : <https://www.behance.net/gallery/228167/Newy-Thai-Kitchen>



ภาพที่ 3.9 สัญลักษณ์ของสายการบินไทย
ที่มา : http://www.thaiairways.com/en_NO/index.page

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

4.1 แบรินด์เครื่องหอมไทย หอมหวน

แบรินด์เครื่องหอมไทยที่เลือกนำมาออกแบบเป็นแบรินด์ใหม่ต้องตั้งชื่อแบรินด์ โดยใช้ชื่อว่า หอมหวน โดย “หอม” มีที่มาจากกลิ่นหอมต่างๆของเครื่องหอม “หวน” เป็นการเล่นคำระหว่างคำว่า กลิ่นหวน และ หวนถึง มีความหมายถึงการหวนถึงฤดูกาลอันมีผลต่อความทรงจำความรู้สึกที่ผ่านเข้ามาในชีวิตของผู้ใช้

แนวทางการออกแบบจึงเป็นการดึงความโดดเด่นของธรรมชาติในแต่ละฤดู ร่วมกับวัสดุการจักสาน ซึ่งเป็นเทคนิคหลักในการออกแบบตัวบรรจุภัณฑ์ให้สื่อสารภาพลักษณ์ของแบรินด์ออกมาได้ และตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

4.2 ลักษณะเด่น แรงบันดาลใจในการออกแบบ

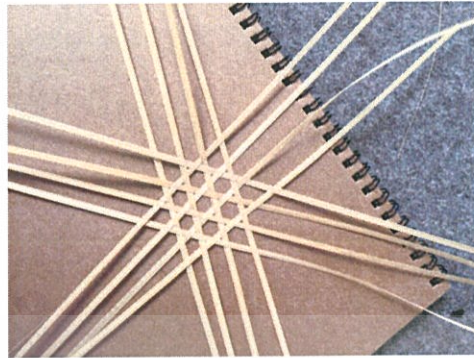
1. ลักษณะของการจักสาน โดยสรุปอย่างง่ายคือ มักถูกนำไปใช้เป็นภาชนะ บรรจุภัณฑ์ มีรูปแบบ ลวดลายเฉพาะตัว โดยทิศทางการสานตอกสามารถแยกเป็นสองแนวทางหลัก เส้นแนวขนาน และ เส้นแนวเฉียง ซึ่งแต่ละแบบก็มีคุณสมบัติการใช้งานแตกต่างกัน โดยรูปแบบลวดลายที่ถูกเลือกนำมาใช้ คือ ซะลอมสาน ภายในมีช่องระบายอากาศเป็นหกเหลี่ยม สานเส้นตอกเป็นแนวเฉียงเนื่องจากสามารถผลิตได้รวดเร็ว และใช้ตอกน้อยกว่ารูปแบบอื่นจึงเหมาะกับการผลิตเป็นจำนวนมาก ช่องที่กว้างทำให้สามารถระบายกลิ่นหอมได้ดี



ภาพที่ 4.1 การสานตอกเส้นแนวขนาน

ที่มา : <http://www.taxclinicthailand.com/product.php?id=28>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 การสานตอกแนวเฉียง



ภาพที่ 4.3 รูปแบบของชะลอมในขนาดที่แตกต่างกัน

2. ธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละยุคสมัย ที่มีความแตกต่างกัน และสามารถสร้างเป็นลวดลายได้มากมาย ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย มีผลต่อความรู้สึกของมนุษย์ เช่น เพลงเศร้ามักทำให้นึกถึงฤดูฝน เพลงสนุกสนานมักทำให้นึกถึงฤดูร้อน

4.3 กลุ่มเป้าหมาย

ได้มีการวางแผนสำรวจคือ การสอบถามและศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความนิยมของเครื่องจักสานในกลุ่มชาวต่างชาติ คนไทยวัยทำงานที่มีอายุ 23 - 50 ปีมีรายได้ 15,000 ขึ้นไป รวมไปถึงการศึกษาจากผู้ผลิตการจักสานและแบรนด์เครื่องหอมอื่นๆ ในปัจจุบันเพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมของเครื่องจักสานในขณะนี้ ทั้งไทยและนอก ความต้องการ รูปแบบพฤติกรรมการใช้งาน รสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการจักสาน รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมและข้อเสนอแนะอื่นๆ

จากการศึกษาข้อมูล (ของผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์) มีการวางแผนการสำรวจวิจัยได้ข้อมูลสรุปผลออกมาว่าเครื่องหอมไทยได้รับความนิยมในการซื้อเป็นของขวัญฝากชาวต่างชาติเพราะกลิ่นหลากหลาย และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามส่งผลอย่างมากในการตัดสินใจ ทั้งนี้ในปัจจุบันเครื่องหอมยังมีความนิยมมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกลุ่มคนไทย โดยมักเป็นประเภทใช้สำหรับ ห้องน้ำ รถยนต์ โดยกลุ่มเป้าหมายที่ซื้อเครื่องหอมมักมีจุดประสงค์เพื่อต้องการความผ่อนคลาย และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นเดียวกันกับกลุ่มชาวต่างชาติ

เมื่อถามถึงการรวมระหว่างเครื่องจักสาน และเครื่องหอมเข้าด้วยกันกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เกิดความสนใจเพราะนอกจากจะให้กลิ่นหอมผ่อนคลายแล้วยังสามารถใช้ประดับบ้านหรือรถยนต์ได้อีกด้วย

1. ชาวไทย/ชาวต่างชาติ ว่างทำงาน (อายุ 23 - 30 ปี) เงินเดือน 15,000 บาทขึ้นไป
2. มีพฤติกรรมการใช้เครื่องหอม
3. กำลังมองหาของฝากสำหรับชาวต่างชาติ หรือเพื่อนที่ไม่ได้อยู่ในกรุงเทพฯ


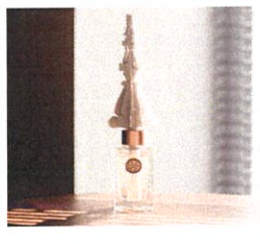
4.4 แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอม

ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมได้ออกแบบให้มีความเฉพาะตัวในรูปแบบที่ยังสามารถสื่อถึงความ เป็นไทยไว้แต่ยังคงความทันสมัยน่าใช้ในเวลาเดียวกันเนื่องจากจากการค้นคว้าตลาดเครื่องหอมไทย มีการแข่งขันสูงมาก ทำให้แบรนด์ที่โดดเด่นมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับสัดส่วนที่มีในตลาดเนื่องจากแบรนด์ ส่วนมากยังขาดเอกลักษณ์ที่ทำให้ผู้ซื้อจดจำเพราะมีความคล้ายคลึงกันในการออกแบบหรือผลิตภัณฑ์ อันมีที่มาจากคล้ายกัน

เปรียบเทียบแบรนด์เครื่องหอมที่โดดเด่นในตลาด

สัญลักษณ์แบรนด์ เครื่องหอมไทย	คอนเซปต์	กลุ่มเป้าหมาย	ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น
	คิดถึง วันวาน	กลาง - สูง	
	อิมเอิบ	กลาง - สูง	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	โลฟส์ไต้ล ชาวเอเชีย	กลาง - สูง	
---	------------------------	------------	--

ที่มา : <http://www.jobdic.com/company/view,368.html>

<http://dalybeauty.ca/thann-shiso-mask-for-amazingly-beautiful-silky-hair/>

<http://corporate.sanook.com/th/news/1449/>

จากตารางการเปรียบเทียบเราจะเห็นได้ชัดว่าบรรดาแบรนด์เครื่องหอมไทยที่มีความโดดเด่นระดับกลาง-สูง ทุกแบรนด์จะมีการออกแบบคอนเซ็ปต์ที่แตกต่างชัดเจน และส่วนสำคัญคือผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เด่นอย่างน้อยหนึ่งตัวเป็นตัวชูโรงสำคัญในจดจำภาพลักษณ์ให้เป็นที่ไปตามคอนเซ็ปต์ที่วางไว้ ผู้ออกแบบจึงได้ทำการสร้างอัตลักษณ์บรรจุภัณฑ์ใหม่ให้แก่แบรนด์ หอมหวาน โดยนำการจักสานเข้ามาเป็นส่วนหลักของการออกแบบ

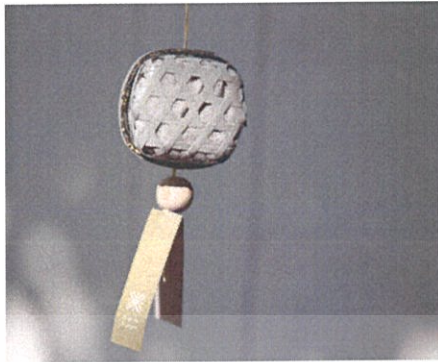
4.4.1 ลักษณะ ประเภทของบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่ากลุ่มเป้าหมายชาวไทยนิยมผลิตภัณฑ์เครื่องหอมสำหรับสร้างกลิ่นภายในบ้านและรถยนต์เป็นที่มาของเครื่องหอมรูปแบบแขวนที่สามารถสื่อถึงความเป็นไทยปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งของการประดับบ้านและรถยนต์ไปด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมีรูปทรงหลากหลายใช้สอยได้ในทุกพื้นที่เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของหอมหวาน และประยุกต์เทคนิคจักสานเข้ากับผลิตภัณฑ์อื่นๆในการสนับสนุนการใช้งาน ผู้ออกแบบเลือกใช้การจักสานชะลอมเนื่องจากสามารถผลิตได้รวดเร็ว ยืดหยุ่นสูงและราคาซื้อขายต่ำกว่าการสานรูปแบบอื่น ออกแบบให้ชิ้นเล็ก พริ้วตามลม ให้ความรู้สึกกลมกลืนกับธรรมชาติ



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างรูปแบบการสานชะลอมที่นำมาใช้ในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.5 ภาพบรรจุภัณฑ์ใส่เครื่องหอมจากการสานชะลอม

4.4.2 วัสดุ

ผู้ออกแบบได้เลือกวัสดุธรรมชาติประเภทไม้เข้ามาใช้ หลังจากการทดลองในหลายวัสดุ เช่นกระดาษ ไบลังาน พบว่าไม้ สามารถย่อยสลายแต่ระยะการใช้งานยาวนาน สามารถสื่อถึงความเป็นธรรมชาติแม้ ไม้มักเกิดปัญหาเรื่องมอดเชื้อราเวลาสัมผัสกับน้ำเป็นเวลานานอาจทำให้เกิดผลเสียเมื่อนำไปใช้ในห้องน้ำ หรือขนส่งเพราะประเทศไทยเป็นพื้นที่ร้อนชื้น ผู้ออกแบบได้ศึกษาเพิ่มเติมและพบว่าแนวทางแก้ไขปัญหา เรื่องมอดคือการนำดอกไปต้มน้ำสะเดา และตากแดดในที่ร่มจนตอกแห้งสนิทช่วยลดการเกิดของมอด เชื้อราได้ดี ซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยมีมาอย่างยาวนานมักถูกใช้กับกระเป๋าสานราคาแพงส่งออกจาก พนัสนิคม แต่ยังไม่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายมากนักเนื่องจากใช้เวลา มีความยุ่งยากกว่าการสานดอก โดยไม่ใช้น้ำสะเดา



ภาพที่ 4.6 ต้นสะเดาก่อนนำไปต้ม

ที่มา : <https://health.mthai.com/howto/thai-medicine/10099.html>



ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างมอดในไม้

ที่มา : <http://www.unicorgroup.com/15764091/%E0%B8%A1%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B9%81%E0%B8%9B%E0%B9%89%E0%B8%87>



ภาพที่ 4.8 ไม้

ที่มา : <https://www.palangkaset.com/>

แนวทางการออกแบบได้กล่าวถึงที่มาของความคิดการริเริ่มและผลกระทบก่อนเริ่มต้นออกแบบ ภาพลักษณ์ความสวยงาม โดยนอกจากผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงความสวยงามแล้ว กลุ่มเป้าหมาย สภาพอากาศ วัสดุ ปัญหาและแนวทางแก้ไขยังส่งผลอย่างมากต่อการออกแบบในขั้นต่อไป

บทที่ 5

การออกแบบ

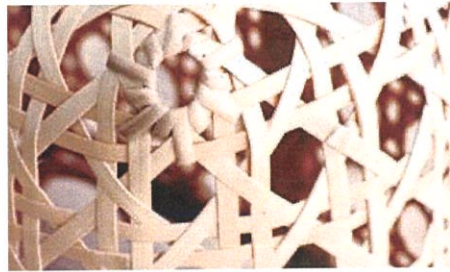
5.1 แนวทางการออกแบบ

จากการสำรวจของผู้ออกแบบบรรจุกฎบัตรเครื่องหอมเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องหอม ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการจักสาน ความนิยมในแบรนด์เครื่องหอม และข้อเสนอแนะอื่นๆ ผลที่ออกมาสามารถนำมาใช้ในการวางแนวทางการออกแบบได้คือ ผลการสอบถามเรื่องความนิยมของเครื่องจักสานในหมู่ชาวต่างชาติพบว่าเป็นที่นิยมอย่างมากโดยเฉพาะการใช้งานตกแต่งภายในบ้าน ในด้านพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายพบว่า กลุ่มผู้ซื้อเมื่อซื้อเครื่องหอมฝากผู้อื่นเครื่องหอมที่มีบรรจุกฎบัตรสวยงามส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องหอมพอๆ กับกลิ่นและมีความสนใจที่จะนำการจักสานเข้ามาผสมในการออกแบบเนื่องจากยังไม่เป็นที่พบเห็นมากนัก จากการศึกษาระดับการแข่งขันในตลาดเครื่องหอมไทย พบว่าการดีไซน์คอนเซ็ปต์ที่แตกต่าง บรรจุกฎบัตรอันเป็นเอกลักษณ์อย่างน้อยหนึ่งชิ้นขึ้นไปจะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้ง่ายขึ้น

โดยทั้งนี้ลักษณะกลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์คือ กลุ่มวัยทำงาน (อายุ 23-30 ปี) เงินเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ที่มีพฤติกรรมการใช้เครื่องหอม ผู้ที่กำลังมองหาของฝากสำหรับชาวต่างชาติต่างถิ่น และชอบผลงานดีไซน์แปลกใหม่

เหตุนี้จึงทำให้มีการวางแนวทางการออกแบบโดนจะเน้นไปใช้เอกลักษณ์ของเครื่องจักสานไทย 80% ทันสมัย 20% เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของความเป็นธรรมชาติ ความเป็นไทยด้วยภาพลักษณ์ที่เข้ากับยุคปัจจุบันมากขึ้นโดยกำหนดแนวทางการออกแบบไว้ดังนี้

1. แนวทางการออกแบบ Logo 3 แนวทาง ได้แก่
 - 1.1 ลักษณะเด่นของแพทเทิร์นเครื่องจักสาน
 - 1.2 ลักษณะเส้นที่เคลื่อนไหวสื่อถึงฤดูกาล
 - 1.3 ลักษณะของทิวทัศน์ธรรมชาติ



ภาพที่ 5.1 แพทเทิร์นการจักสาน
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

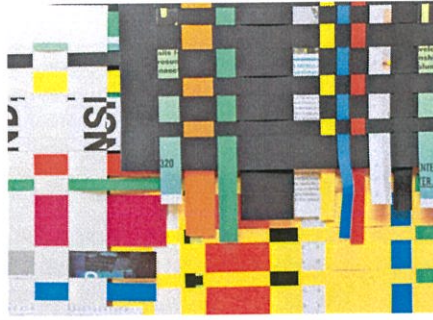


ภาพที่ 5.2 ลักษณะเส้นที่เคลื่อนไหวสื่อถึงฤดูกาล
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

ภาพที่ 5.3 ลักษณะของทิวทัศน์ธรรมชาติ สื่อถึงฤดูกาล
ที่มา : <http://www.pinterest.com>

2. แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ Graphic Element 2 แนวทาง ได้แก่
 - 2.1 การจักสานลายตะแกรงดั่งสี รูปทรงจากธรรมชาติโดยใช้วัสดุจากกระดาษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.4 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2.1

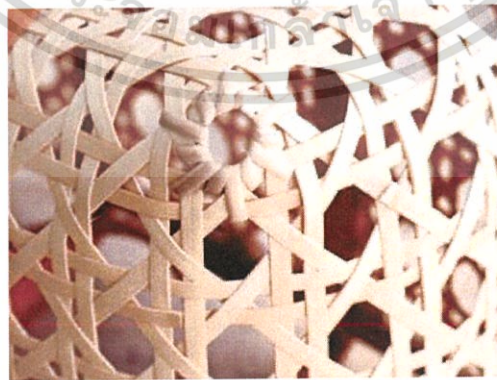
ที่มา : <http://babbledabledo.com/art-for-kids-paper-weaving/>



ภาพที่ 5.5 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2.1

ที่มา : <https://simple.wikipedia.org/wiki/Season>

2.2 นำเสนอเอกลักษณ์ การจักสานชะลอม ประยุกต์เทคนิคการสานลวดลายไทย



ภาพที่ 5.6 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2.2

ที่มา : <http://www.pinterest.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 ภาพประกอบแนวทางการออกแบบที่ 2.2

5.2 แบบร่างสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์และกราฟิกประกอบ

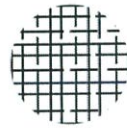
1. Logo ได้เริ่มออกแบบ ทำแบบร่างตามแนวทางที่วางไว้ ดังนี้

1.1 ลักษณะเด่นของแพทเทิร์นเครื่องจักสาน



ภาพที่ 5.8 ภาพแบบร่างโดยใช้ลักษณะเด่นของแพทเทิร์นเครื่องจักสาน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

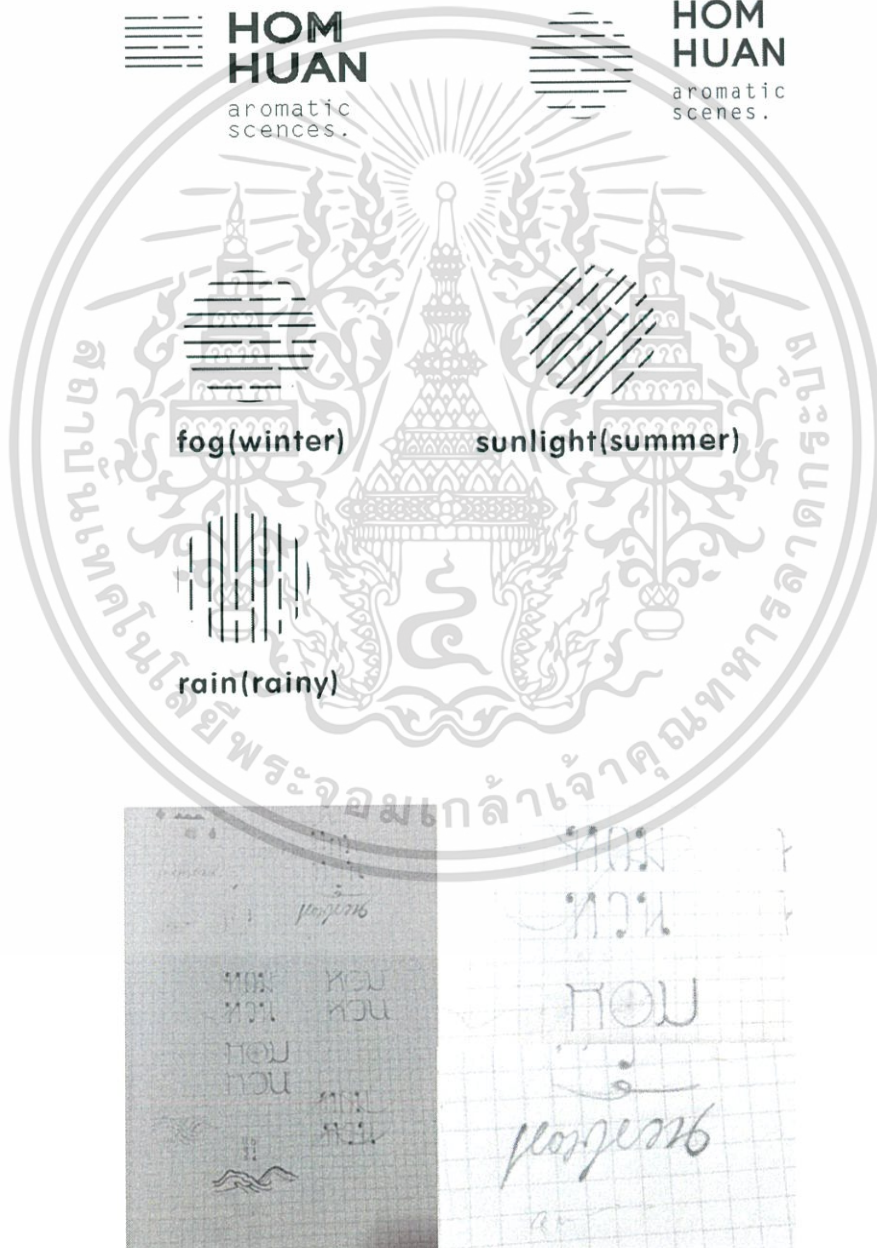
1.2 ลักษณะเส้นที่เคลื่อนไหวสื่อถึงฤดูกาล



**HOM
HUAN**
aromatic
scences.



**HOM
HUAN**
aromatic
scences.



ภาพที่ 5.9 ลักษณะเส้นที่เคลื่อนไหวสื่อถึงฤดูกาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ลักษณะของทิวทัศน์ธรรมชาติ



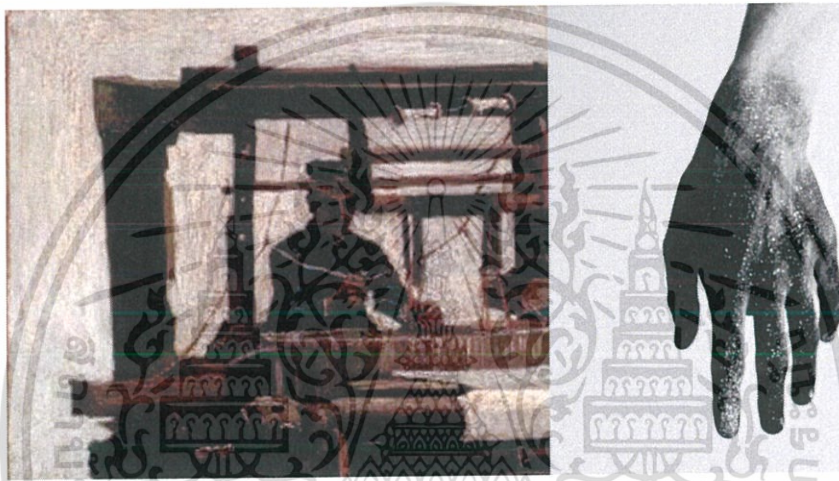
ภาพที่ 5.10 ภาพแบบร่างจากลักษณะของลวดลายหน้าตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. บรรจุภัณฑ์ และ Graphic Element ได้ทำแบบร่าง (โดยเรียงตามการนำเสนอแบบร่างครั้งต่างๆ) ดังนี้

การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 1 มีการนำเสนอคอนเซ็ปต์เป็น 2 แนวทาง ได้แก่

1. Weaving Your Own Scents คอนเซ็ปต์แรกต้องการสื่อถึงการสานเรื่องราวในแบบของตัวเอง โดยการใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติ เข้ามาผสมมีภาพลักษณะแบบ loft กับ factory ให้ความรู้สึกเหมือนกำลังอยู่ในเวิร์คชอปงานมือ



ภาพที่ 5.11 คอนเซ็ปต์แนวทางที่ 1 ครั้งที่ 1
ที่มา : www.pinterest.com

เป็นการนำเสนอโดยยึดหลักความชอบส่วนตัวของแต่ละคนที่แตกต่างกัน

2. Aromatic scenes (ฉากฤดูอันมีผลต่อความรู้สึก) สื่อถึงฤดูกาลที่ส่งผลต่อความรู้สึก โดยยึดเอกลักษณ์ของธรรมชาติในแต่ละฤดูกาลมาสร้างกลิ่นให้ผู้ใช้รู้สึกร่วมและนึกถึงช่วงเวลาที่ผ่านมา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาให้กับการเข้านเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญตให้เนาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.12 คอนเซ็ปต์แนวทางที่ 1 ครั้งที่ 1

ที่มา : www.pinterest.com

การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 2 ได้พัฒนาจากคอนเซ็ปต์เฉพาะแนวทางที่ 2 เพราะตรงกับกลุ่มเป้าหมายสื่อถึงความผ่อนคลาย ธรรมชาติได้ดีกว่า ผลจึงออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแขวนและGraphic Element อีก 2 แนวทางได้แก่

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยประยุกต์จักสานลวดลายตะแกรง และดึงสี รูปทรง จากธรรมชาติ โดยใช้วัสดุจากกระดาษ



ภาพที่ 5.13 แบบร่างรูปแบบการสานและการใช้สีตามแนวทางที่ 1 ครั้งที่ 2

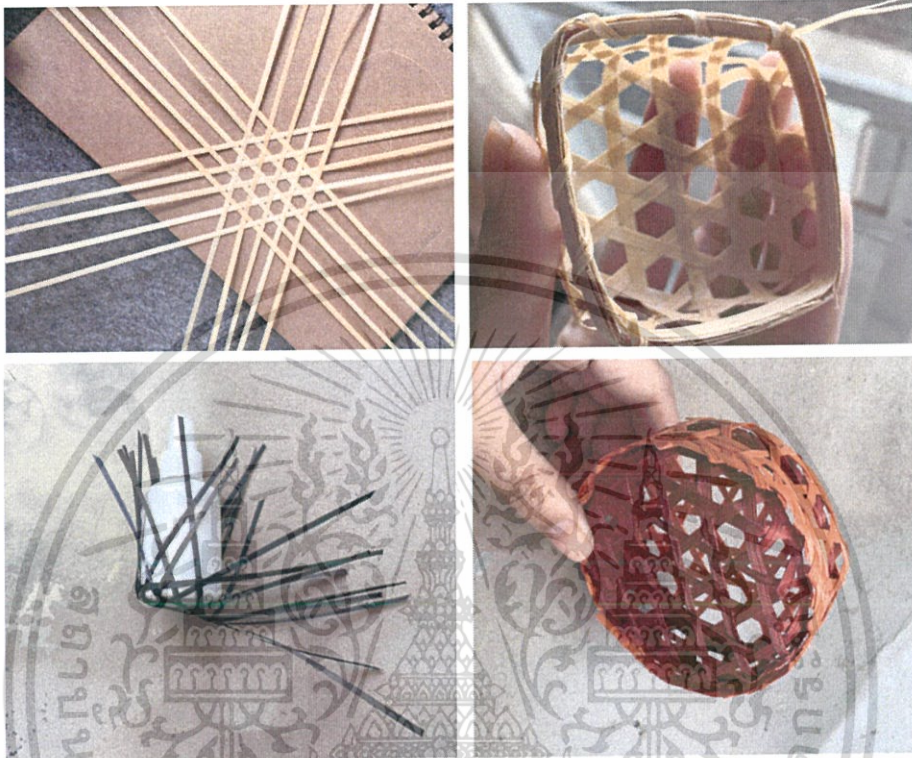
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.14 แบบร่างรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ตามแนวทางที่ 1 ครั้งที่ 2

โดยมีข้อดีคือวัสดุจากกระดาษมีหลากหลายสีหาง่าย สามารถทำลวดลายได้หลากหลายแต่ข้อเสียคือ ไม่มีความแข็งแรง เปื่อยยุ่ยง่ายกว่าวัสดุประเภทอื่น รูปทรงที่ออกแบบต้องใช้ความชำนาญสูง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแขวนโดยนำเสนอเอกลักษณ์ การจักสานชะลอม
 ประยุกต์เทคนิคการสานลวดลายไทยดั้งเดิมอันได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ



ภาพที่ 5.15 แบบร่างรูปแบบการสานและการใช้สีตามแนวทางที่ 2 ครั้งที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

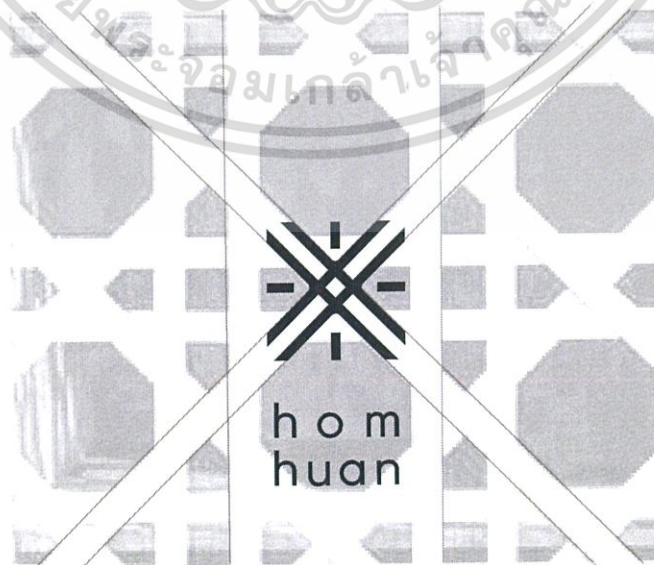


ภาพที่ 5.17 แบบร่างทิศทางรูปทรงอันสัมพันธ์ภายใต้แนวทางที่ 2 เสนอครั้งที่ 2

ในแบบร่างที่ 2 ผู้ออกแบบสามารถเห็นแนวโน้มต่อไปได้อย่างชัดเจนตั้งแต่การเสนอครั้งที่ 2 จึงออกแบบลักษณะการใช้งาน กำหนดรูปทรงของบรรณจุณฑ์ให้สัมพันธ์ไปตามคอลเลคชันที่ตั้งขึ้นมาใหม่ได้แก่ ฤดูฝน หน้าร้อน บ้านเกิด ภายใต้แนวความคิด aromatic scenes (ซึ่งฤดูอันมีผลต่อความรู้สึก)

การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 3 ผู้ออกได้พัฒนาแบบร่าง รูปทรงของบรรณจุณฑ์เฉพาะแนวทางที่ 2 คือ แบบนำเสนอเอกลักษณ์ การจัดสานชะลอม ประยุกต์เทคนิคการสานลวดลายไทยให้ชัดเจนขึ้น เพราะเล็งเห็นว่าเป็นแนวทางที่สามารถนำไปต่อยอดกับผลิตภัณฑ์อื่นได้ และประยุกต์ใช้จริงเป็นผลน่าพอใจ ในการนำเสนอแบบร่างครั้งนี้ได้ทำการกำหนดสัญลักษณ์แบรนด์เพื่อเป็นตัวกำหนดแนวทางกริดของ Graphic Element ต่อไป

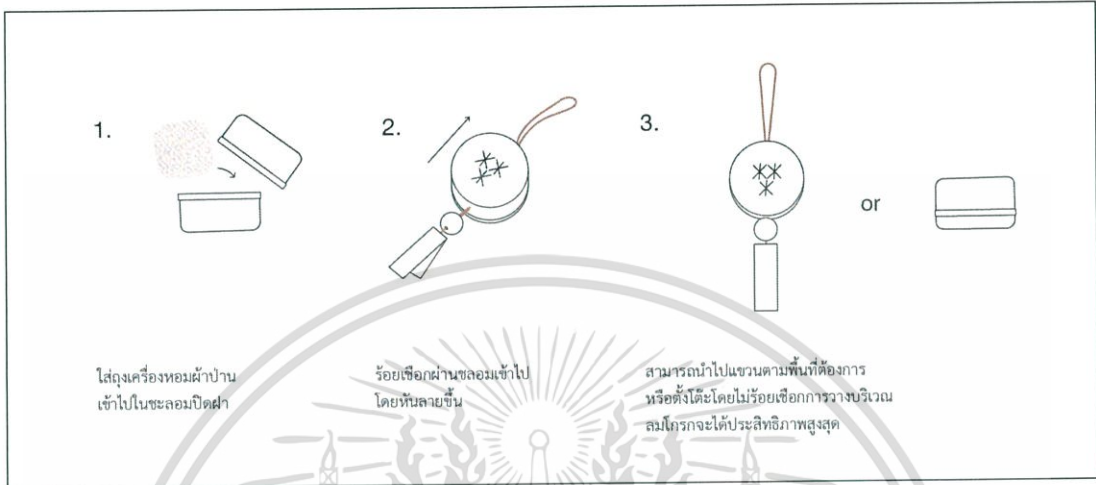
เทคนิคการสร้างลวดลายใหม่บนชะลอมจากการทดลองผสมวัสดุ้ายญี่ปุ่นเข้ากับดอกไม้ให้สัมพันธ์กับรูปทรงในแบบร่างครั้งที่ 2 มีการออกแบบอัตลักษณ์บรรณจุณฑ์สำหรับผิวกายเพิ่มเติมจากการนำเสนอครั้งก่อนๆ และพัฒนาแบบร่างจากคอลเลคชันเดิมที่วางไว้ให้ดูหลากหลายมากขึ้นให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ในหลายด้าน ส่งเสริมความสมบูรณ์ในภาพรวม



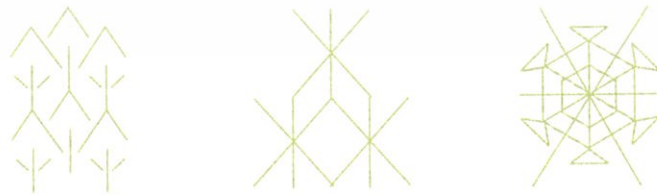
ภาพที่ 5.18 แบบร่างสัญลักษณ์ครั้งที่ 3 แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

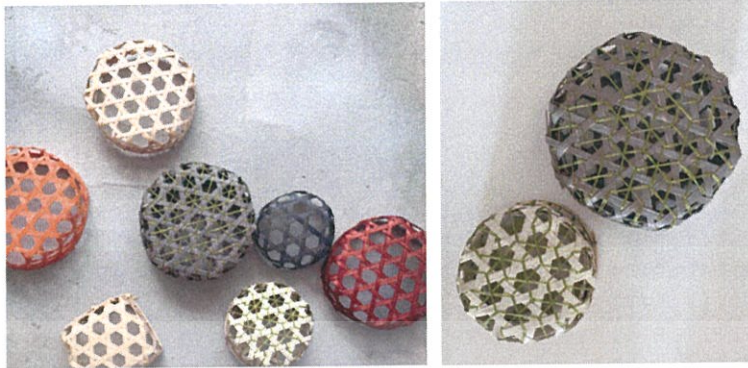
ทำการเลือกสัญลักษณ์ในภาพที่ 5.16 เพราะภาพรวมโดดเด่นจากความลงตัวและสามารถสื่อสารได้อย่างครบถ้วนทั้งในเรื่องการสาน เครื่องหอม ความเป็นธรรมชาติ



ภาพที่ 5.19 แบบร่างรูปแบบการใช้งานบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 3 แบบที่ 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญเตเห็นแบบเชิญประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.20 แบบร่างสายจากกริดจากชะลอมครั้งที่ 3 แบบที่ 1



ภาพที่ 5.21 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกายครั้งที่ 3 แบบที่ 1

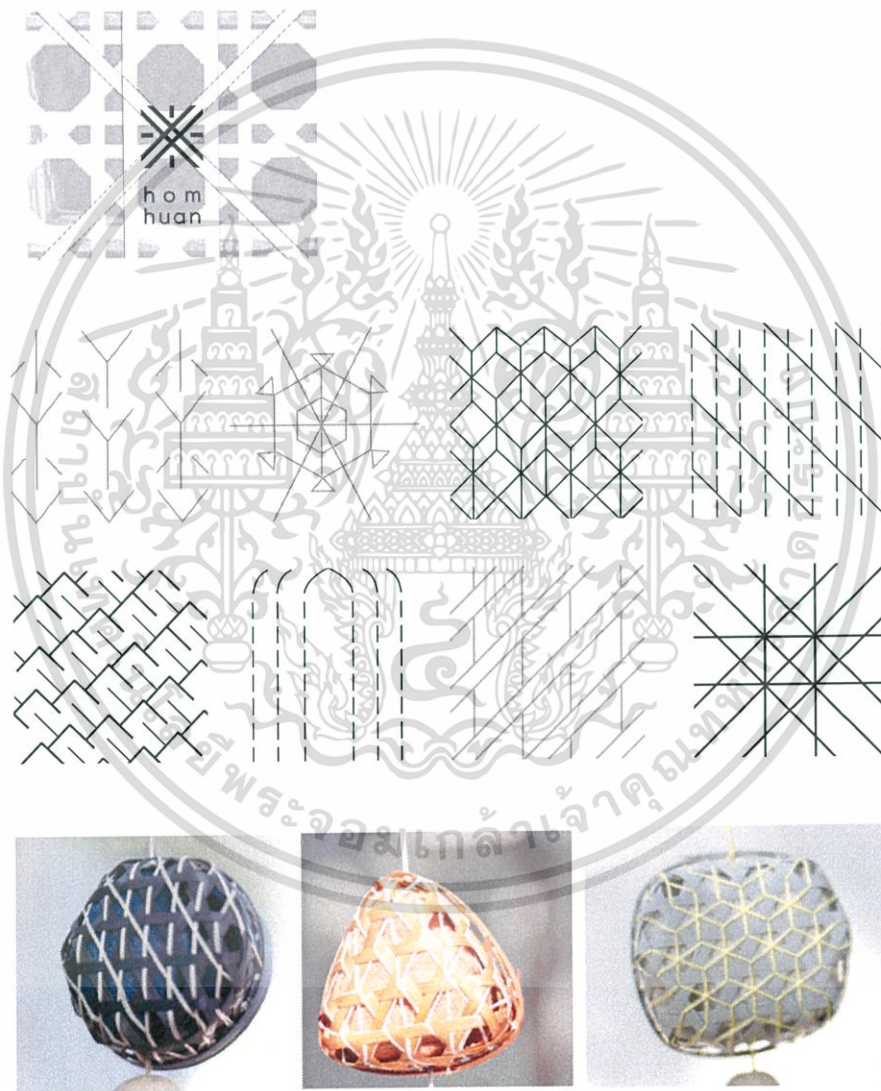
ภาพที่ 5.22 แบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 3 แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 4

ทำการแก้ไขเรื่องลายรวมถึงประเภทสีและวัสดุบนชะลอมเนื่องจากเดิมลวดลายยังไม่เป็นที่พอใจ โดยทำการเปลี่ยนวัสดุจากด้ายญี่ปุ่นเป็นด้ายเคลือบแว็กซ์ญี่ปุ่นเพื่อลดการหลุดลุ่ยทั้งยังสามารถใช้งานได้นานขึ้น

มีการพัฒนาการออกแบบ tag สินค้าและจัดประเภทให้แก่บรรจุภัณฑ์ผิวภายนอกเพิ่มเติมจากการนำเสนอแบบร่างครั้งก่อนโดยใช้โทนสีของไฟที่เปลี่ยนไปตามฤดูเข้ามาสร้างลูกเล่น

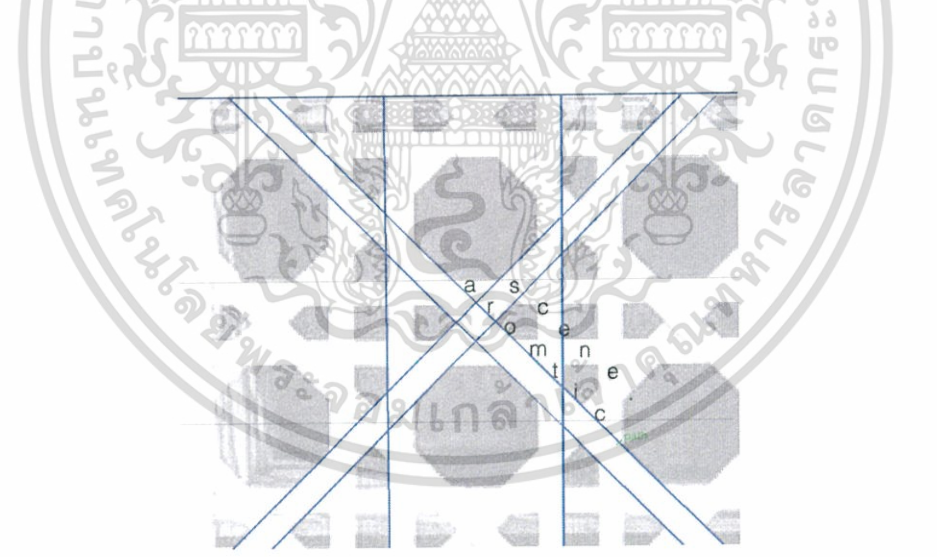


ภาพที่ 5.23 แบบร่างลายจากกริดจากชะลอมครั้งที่ 4 แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.24 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 4 รายการ 3 ชุด ครั้งที่ 4 แบบที่ 1



s u n c e n t i m e n t i n g .
 r a i n d r o p .
 h o m e t o w n .

ภาพที่ 5.25 แบบร่าง Graphic Element ครั้งที่ 4 แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.26 แบบร่างศิลป์บรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 4 รายการชุด 1 ครั้งที่ 4 แบบที่ 1



ภาพที่ 5.27 แบบร่างศิลป์บรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 4 รายการชุด 2 ครั้งที่ 4 แบบที่ 1 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.28 แบบร่างศิลป์บรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 4 รายการชุด 3 ครั้งที่ 4 แบบที่ 1



ภาพที่ 5.29 แบบร่างลักษณะของ Tag เครื่องหอมแขวน ครั้งที่ 4 แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 5 ได้ทดลองทำนามบัตร ถุงบรรจุสินค้า โปสเตอร์ แคตตาล็อก และ วิตโอมาเพิ่มเติม ในส่วนของ Tag สินค้าผิวภายใต้แก้ไขสีให้ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น และเพิ่มบรรจุภัณฑ์สปู อีก 3 ชุด

ในส่วนของบัตรนั้นได้รวมเข้ากับ Tag ถุงบรรจุสินค้า โดยใช้เทคนิคการสาน



ภาพที่ 5.30 แบบรายนามบัตร ในการนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 5 แบบที่ 1



ภาพที่ 5.31 แบบร่างถุงบรรจุสินค้า ในการนำเสนอแบบร่างครั้งที่ 5 แบบที่ 1
(เป็นแบบประกอบสำเร็จด้านซ้าย เป็นวิธีประกอบด้านขวา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.33 แบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 5 แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.34 แบบร่างแคตตาล็อกออนไลน์ครั้งที่ 5 แบบที่ 1



ภาพที่ 5.35 แบบร่างวิดีโอทีเซอร์ครั้งที่ 5 แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.36 แบบร่างคลีบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 5 รายการชุด 1 ครั้งที่ 5 แบบที่ 1

สำหรับ ครีมอาบน้ำ, โลชั่น, สเปรย์ดับกลิ่น, น้ำมันอาโรมา, สบู่ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.37 แบบร่างคลีบรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 5 รายการชุด 2 ครั้งที่ 5 แบบที่ 1
 สำหรับ ครีมอาบน้ำ, โลชั่น, สเปรย์ดับกลิ่น, น้ำมันอาโรมา,ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

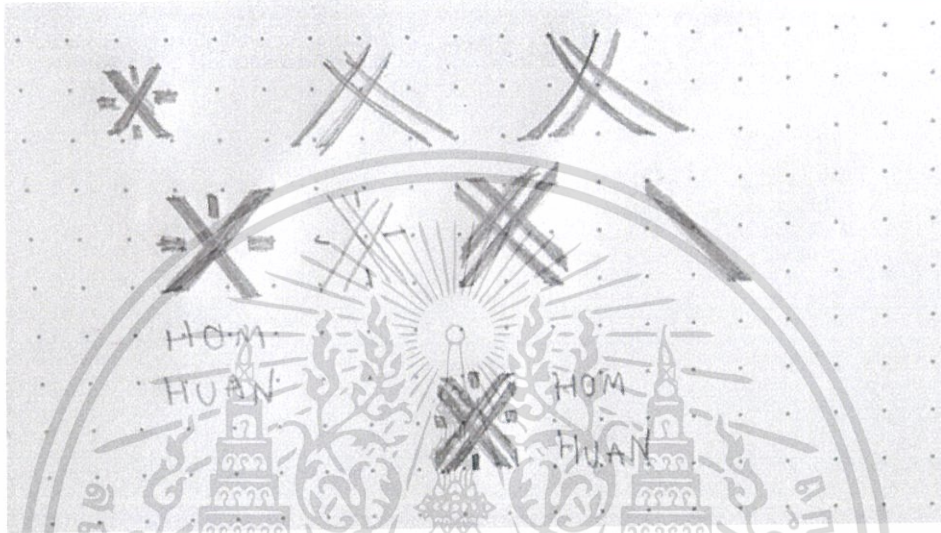


ภาพที่ 5.38 แบบร่างศิลป์บรรจุภัณฑ์ประเภทผิวกาย 5 รายการชุด 3 ครั้งที่ 5 แบบที่ 1 สำหรับ ครีมนวดน้ำ, โลชั่น, สเปรย์ดับกลิ่น, น้ำมันอาโรมา,ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 สรุปแบบร่าง

แบบร่าง Logo ในขั้นตอนการทำแบบร่างได้เริ่มจากการลงวาดด้วยมือก่อนตามแนวทางที่วางเอาไว้ จากนั้นจึงค่อยลงทำในคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ได้ Logo ที่ได้สัดส่วนด้วยการกำหนด Grid ของ Logo

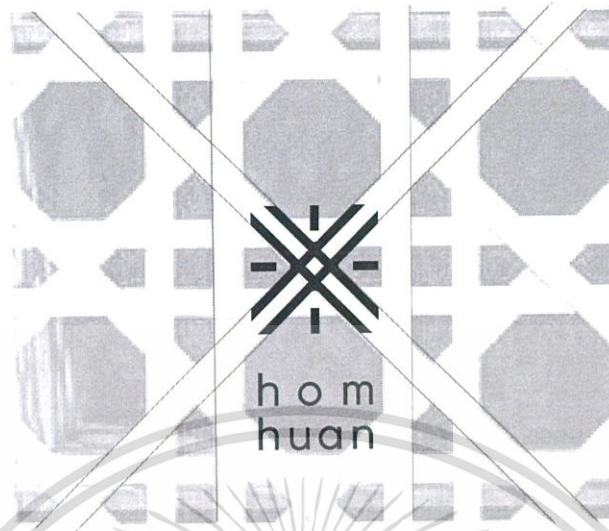


ภาพที่ 5.39 แบบร่าง Logo ที่ร่างด้วยมือแบบที่เลือกมาพัฒนาต่อ



ภาพที่ 5.40 แบบร่าง Logo ที่ทำในคอมพิวเตอร์

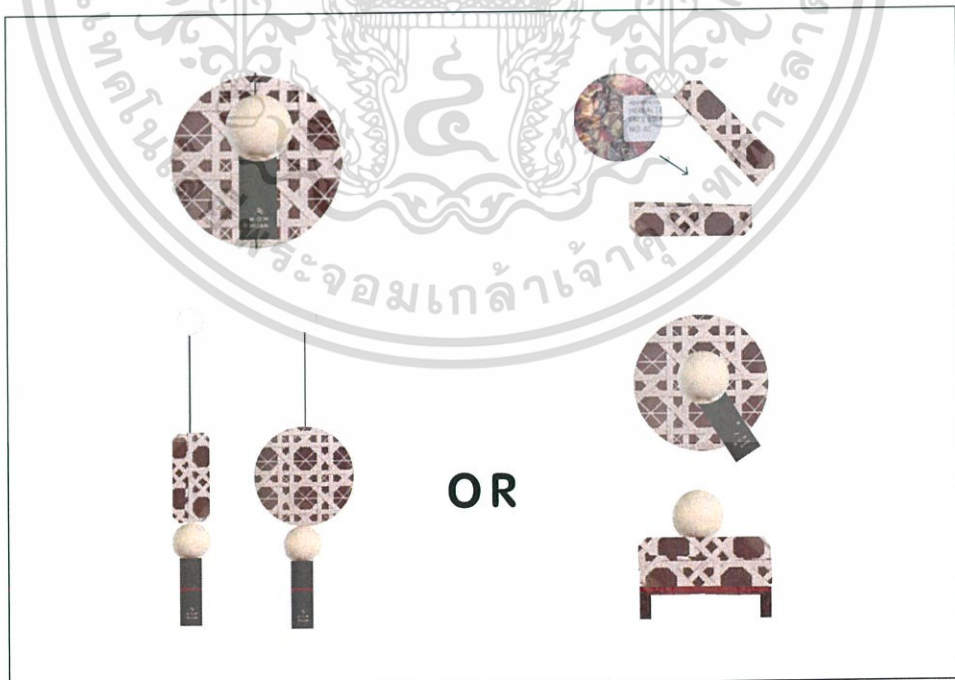
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.41 แบบร่าง Logo on Grid

แบบร่างบรรจุภัณฑ์ ตอนที่ 1 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ ได้กำหนดรูปแบบและขนาดของบรรจุภัณฑ์ก่อนที่จะสานและคิดลวดลายให้มีขนาดเหมาะสม

บรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องแขวน



ภาพที่ 5.42 แบบร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแขวนครั้งแรก

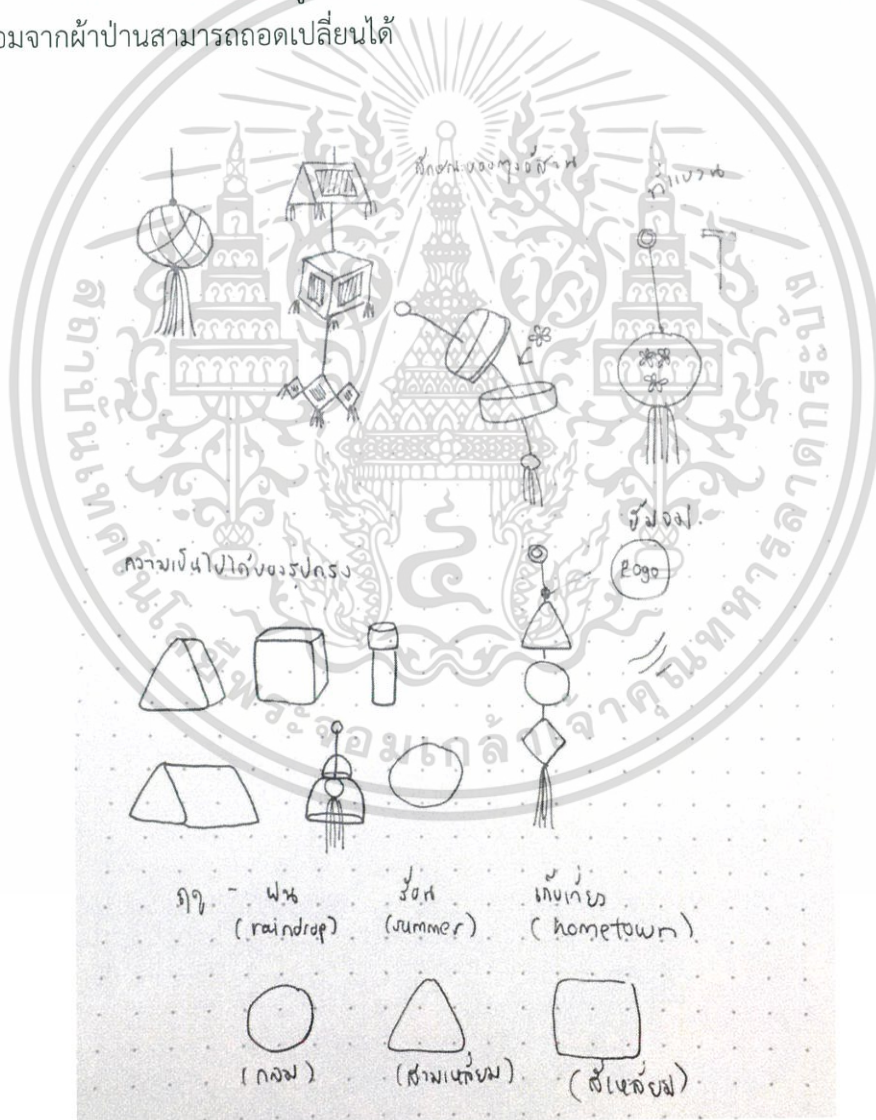
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์บรรจุเครื่องหอมแขวนมี 3 คอลเลกชันได้แก่

1. ชุดลอมทรงกลม สำหรับคอลเลชันฤดูฝน มีฝาเปิดทำจากไม้ ฟันสีเคลือบและเชือกปักลายรวมถึงสำหรับแขวน พู่ ลี้อคตัวฝา ก้นฝา เข้าด้านกันทำจากเชือกปักญี่ปุ่น ภายในมีถุงเครื่องหอมจากผ้าป่านสามารถถอดเปลี่ยนได้

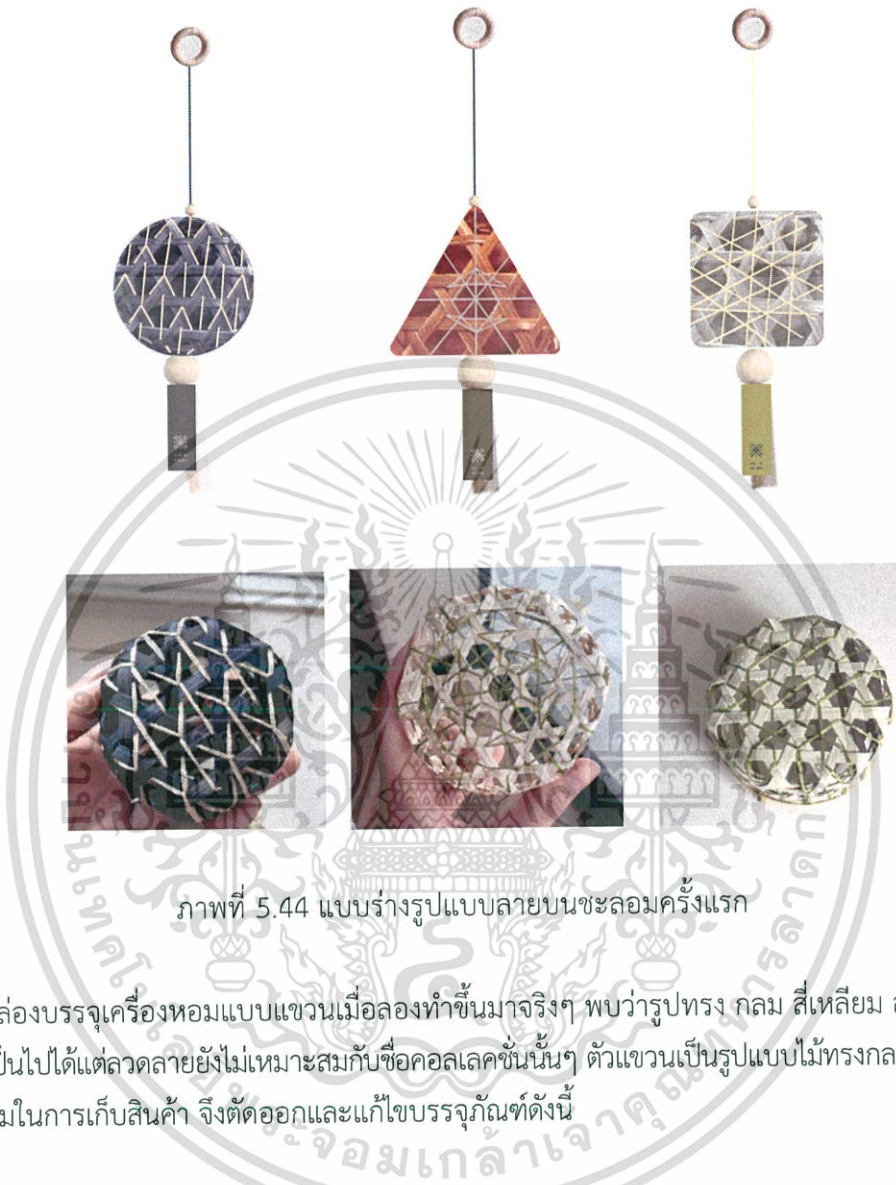
2. ชุดลอมทรงสามเหลี่ยม สำหรับคอลเลชันหน้าร้อน มีฝาเปิดทำจากไม้ ฟันสีเคลือบและเชือกปักลายรวมถึงสำหรับแขวน พู่ ลี้อคตัวฝา ก้นฝา เข้าด้านกันทำจากเชือกปักญี่ปุ่น ภายในมีถุงเครื่องหอมจากผ้าป่านสามารถถอดเปลี่ยนได้

3. ชุดลอมทรงสี่เหลี่ยม สำหรับคอลเลชันบ้านเกิด มีฝาเปิดทำจากไม้ ฟันสีเคลือบและเชือกปักลายรวมถึงสำหรับแขวน พู่ ลี้อคตัวฝา ก้นฝา เข้าด้านกันทำจากเชือกปักญี่ปุ่น ภายในมีถุงเครื่องหอมจากผ้าป่านสามารถถอดเปลี่ยนได้



ภาพที่ 5.43 แบบร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแขวนครั้งแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.44 แบบร่างรูปแบบลายบนชะลอมครั้งแรก

กล่องบรรจุเครื่องหอมแบบแขวนเมื่อลองทำขึ้นมาจริงๆ พบว่ารูปทรง กลม สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม มีความเป็นไปได้แต่ลวดลายยังไม่เหมาะสมกับชื่อคอลเลคชันนั้นๆ ตัวแขวนเป็นรูปแบบไม้ทรงกลม ฟูประดับไม้ส่งเสริมในการเก็บสินค้า จึงตัดออกและแก้ไขบรรจุภัณฑ์ดังนี้

- ชะลอมทรงกลม (ยังคงมีขนาดเท่าเดิม) ออกแบบให้สามารถใส่ถุงเครื่องหอมแล้วแขวนได้โดยไม่ต้องใช้ห่วงไม้ เปลี่ยนสีพื้นเป็นสีขี้เฒ่า เปลี่ยนประเภทด้ายปักญี่ปุ่นเป็นด้ายเคลือบแว็กซ์กันการลู่ย ปรับลวดลาย ตัดฟูออก

- ชะลอมทรงสามเหลี่ยม (ยังคงมีขนาดเท่าเดิม) ออกแบบให้สามารถใส่ถุงเครื่องหอมแล้วแขวนได้โดยไม่ต้องใช้ห่วงไม้ เปลี่ยนสีพื้นเป็นสีขี้เฒ่า เปลี่ยนประเภทด้ายปักญี่ปุ่นเป็นด้ายเคลือบแว็กซ์กันการลู่ย ปรับลวดลาย ตัดฟูออก

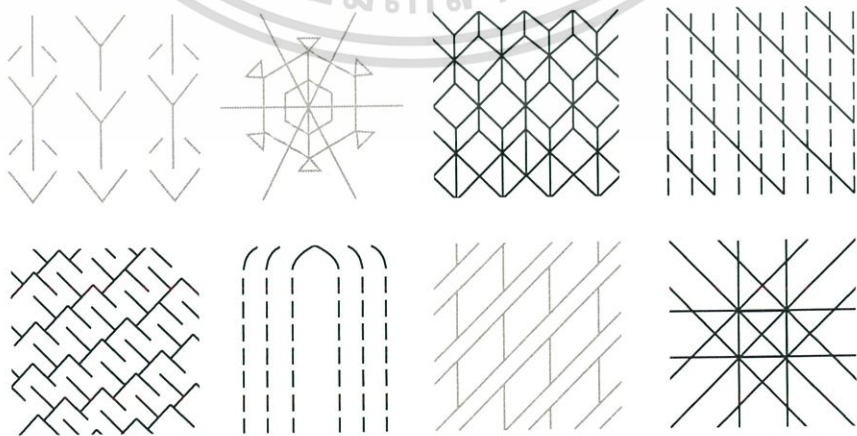
- ชะลอมทรงสี่เหลี่ยม (ยังคงมีขนาดเท่าเดิม) ออกแบบให้สามารถใส่ถุงเครื่องหอมแล้วแขวนได้โดยไม่ต้องใช้ห่วงไม้ เปลี่ยนสีพื้นเป็นสีขี้เฒ่า เปลี่ยนประเภทด้ายปักญี่ปุ่นเป็นด้ายเคลือบแว็กซ์กันการลู่ย ใช้ลวดลายเดิม ตัดฟูออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



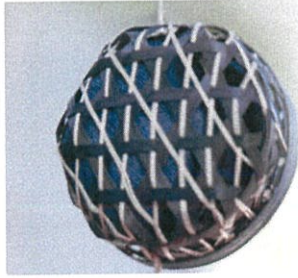
ภาพที่ 5.45 แบบร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแขวน ที่ปรับแบบแล้ว

ลวดลายของชะลอม หลังจาก que ปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ก็ได้ปรับลวดลายเพื่อใช้จริงไว้ ดังนี้

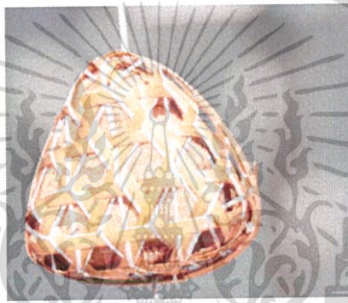


ภาพที่ 5.46 ลายปักบนชะลอม สำหรับต่อยอดในคอลเลกชันอื่นๆ ที่ปรับแล้ว

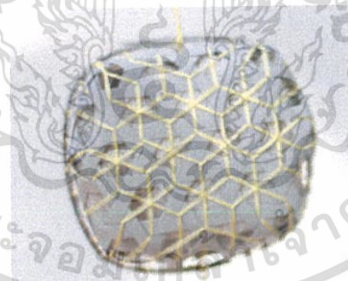
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.47 ลายปักบนชะลอม สำหรับทรงกลม



ภาพที่ 5.48 ลายปักบนชะลอม สำหรับทรงสามเหลี่ยม



ภาพที่ 5.49 ลายปักบนชะลอม สำหรับทรงสี่เหลี่ยม

แบบร่างบรรจุภัณฑ์สำหรับผิวกาย เนื่องจากบรรจุภัณฑ์แบบแขวนได้ใช้ลวดลายที่ออกแบบ โดยได้รับแรงบันดาลใจและเทคนิคจากลักษณะการจักสานชะลอมสุดท้ายแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จึงได้แก้ไขให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

บรรจุภัณฑ์สำหรับผิวกาย มี 5 ประเภท 3 คอลเลคชั่นได้แก่

1. ครีมอาบน้ำ เนื่องจากใช้ในห้องน้ำออกแบบให้สินค้า Tag มีการปั๊มูนเป็นลายชะลอม เพื่อสนับสนุนการใช้งานในเรื่องการหยิบจับสิ่งของง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โลชั่นผิวกาย ออกแบบให้มีการसानชะลอมขึ้นมาครอบขวดและ Tag สินค้าเพื่อสนับสนุนการใช้งานลดการตกลงเมื่อวางบนโต๊ะและหยิบจับ

3. สบู่ผิวกาย ออกแบบให้มี Tag พันรอบสบู่ โดยใช้ไฟที่เหลือจากการสานประเภทอื่นช่วยลดปริมาณกาวที่สัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์

4. สเปรย์ดับกลิ่น ออกแบบให้ในค้ำ Tag มีการปั๊มनुนเป็นลายชะลอมเพื่อสนับสนุนการใช้งานในเรื่องการหยิบจับลื่นมือง่าย

5. น้ำมันอโรมาสำหรับผิวหน้า เนื่องจากเป็นขวดแก้วออกแบบให้มีการसानชะลอมขึ้นมาครอบขวดและ Tag สินค้าเพื่อสนับสนุนการใช้งานลดการตกลงเมื่อวางบนโต๊ะและหยิบจับ



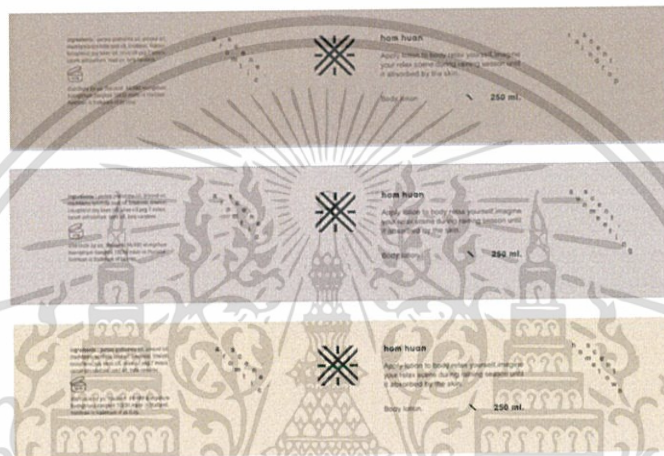
ภาพที่ 5.50 แบบร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผิวกายจากทั้ง 5 แบบ



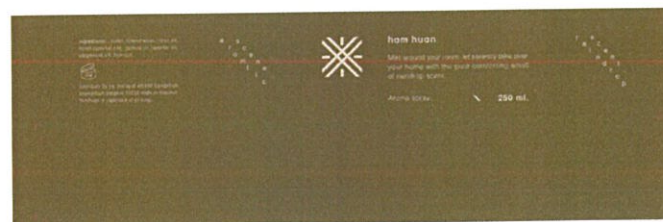
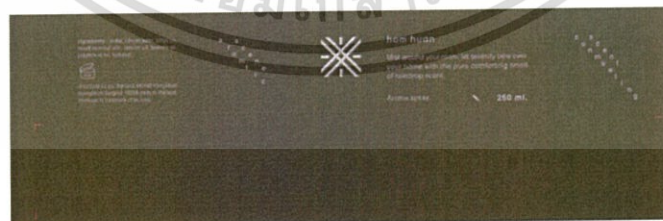
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.51 รูปแบบ Tag ขวดครีมอาบน้ำฝอยกายจากทั้ง 3 ชุด

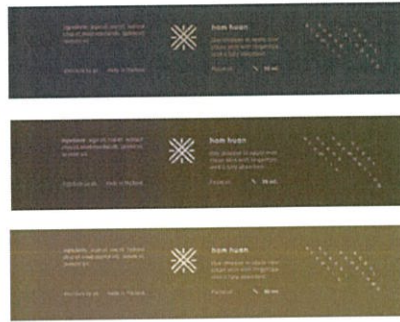


ภาพที่ 5.52 รูปแบบ Tag ขวดโลชั่นฝอยกายจากทั้ง 3 ชุด



ภาพที่ 5.53 รูปแบบ Tag สเปรย์ดับอากาศจากทั้ง 3 ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

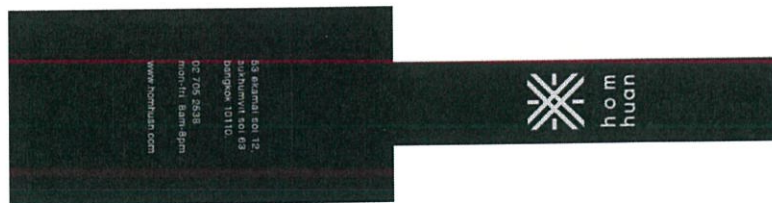


ภาพที่ 5.54 รูปแบบ Tag น้ำมันอาร์มาทั้ง 3 ชุด



ภาพที่ 5.55 รูปแบบ Tag สบู่สำหรับผิวกายจากทั้ง 3 ชุด

แบบร่างนามบัตรติดถุงใส่บรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องหอมได้ใช้ ลวดลายที่ออกแบบโดยได้รับแรงบันดาลใจจากลักษณะเทคนิคการจักสานชะลอมสุดท้ายแบบร่างนามบัตร ติดบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จึงได้แก้ไขให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน



ภาพที่ 5.56 รูปแบบ Tag ขวดโลชั่นผิวกายจากทั้ง 3 แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

ผลงานสำเร็จ

การออกแบบกราฟิกสำหรับแบรนด์เครื่องหอมไทยที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเทคนิคการจักสานไทย สำเร็จและบรรลุเป้าหมายตามขอบเขตงาน ดังนี้

6.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์



ภาพที่ 6.1 Logo

ภาพที่ 6.2 Logo on Grid

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



h o m
h u a n



h o m
h u a n

ภาพที่ 6.3 Black and White Logo

6.2 Stationery

นามบัตรและถุงใส่ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 6.4 นามบัตรเมื่อนำไปประกอบกับถุงใส่ผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.5 ภาพรวมนามบัตรและถุงบรรจุผลิตภัณฑ์

6.3 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแบบแขวน

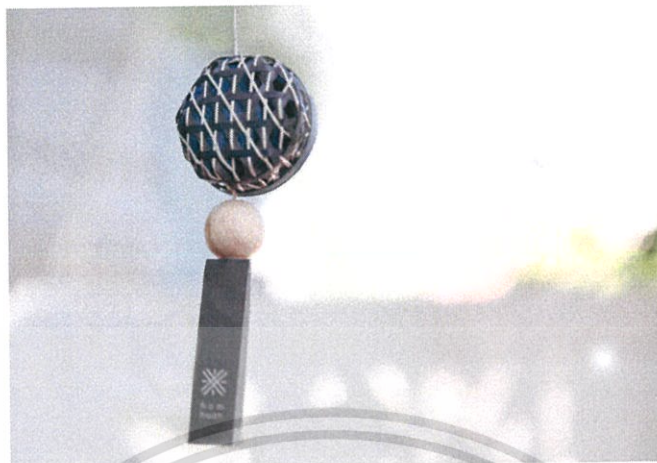


FRONT

BACK

ภาพที่ 6.6 Tag ข้อมูลบรรจุภัณฑ์เครื่องแขวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.7 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแขวน แบบที่ 1 (ฤดูฝน)



ภาพที่ 6.8 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแขวน แบบที่ 2 (หน้าร้อน)



ภาพที่ 6.9 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมแขวน แบบที่ 2 (บ้านเกิด)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผิวกาย (สำหรับครีมอาบน้ำ, โลชั่นผิวกาย, สเปรย์ปรับอากาศ, น้ำมันโรมา, สบู่ผิวกาย)



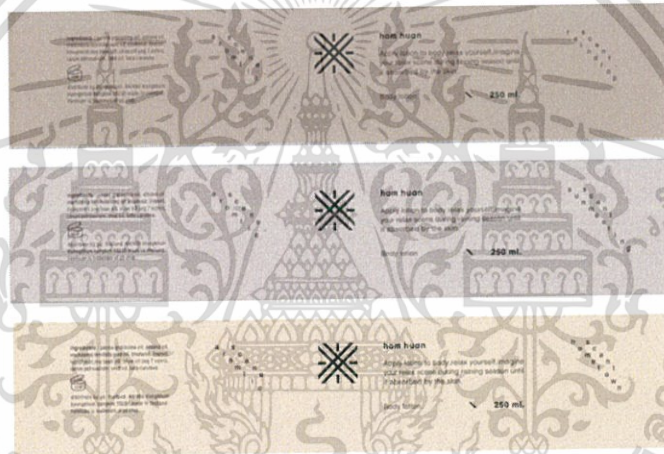
ภาพที่ 6.10 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์ครีมอาบน้ำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.11 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์ครีมอาบน้ำ



ภาพที่ 6.12 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์โลชั่นผิวกาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



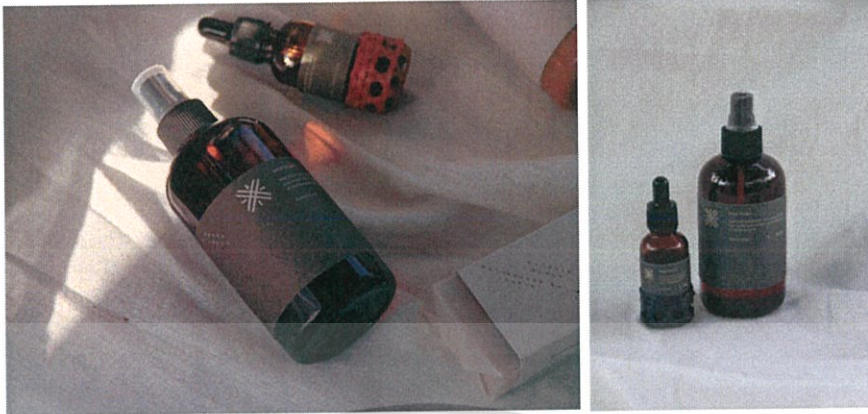
ภาพที่ 6.13 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์โลชั่นผิวกาย



ภาพที่ 6.14 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์สเปรย์ปรับอากาศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น เมื่อนุญตเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.15 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์สเปรย์ปรับอากาศ

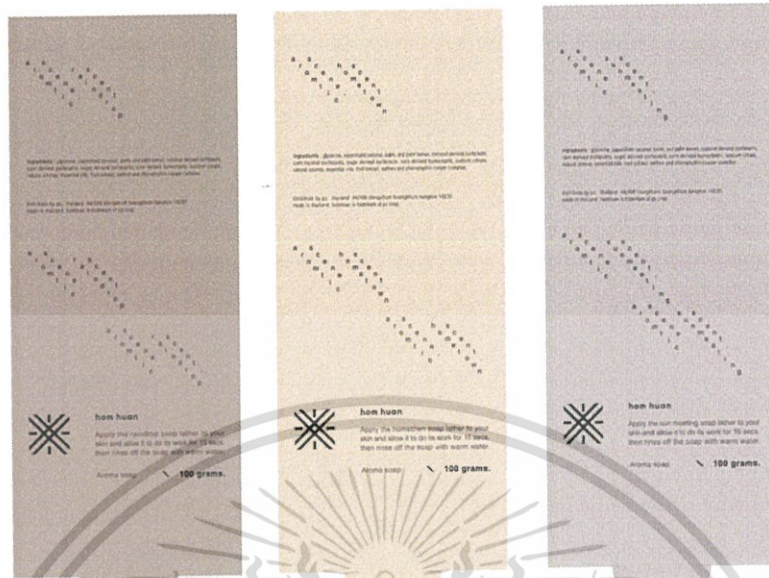


ภาพที่ 6.16 สายบน Tag บรรจุภัณฑ์น้ำมันอโรมา



ภาพที่ 6.17 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์น้ำมันอโรมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.18 ลายบน Tag บรรจุภัณฑ์สบู่ผิวกาย



ภาพที่ 6.19 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์สบู่ผิวกาย



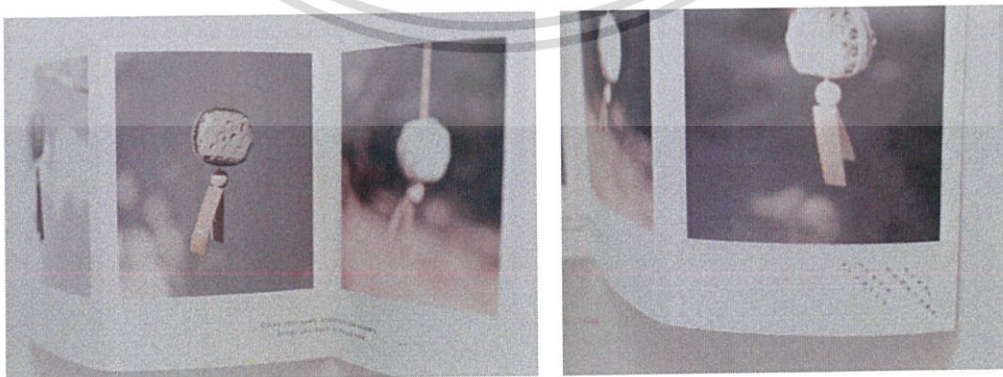
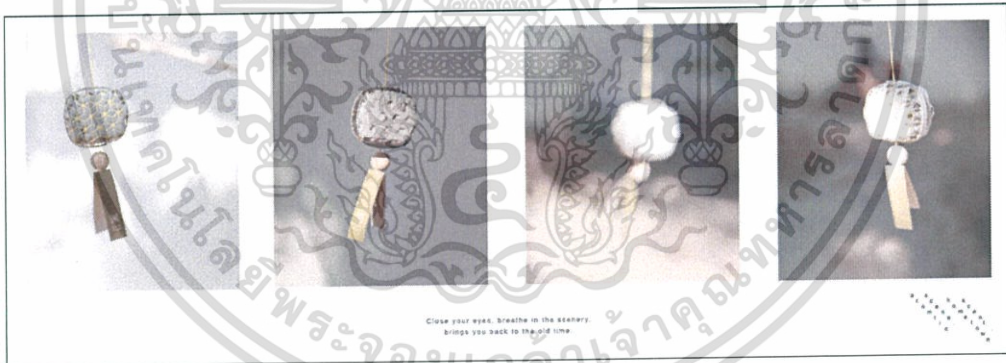
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.20 ภาพรวมบรรจุภัณฑ์สำหรับผิวกายทั้งหมด

6.4 สื่อประชาสัมพันธ์ร้าน

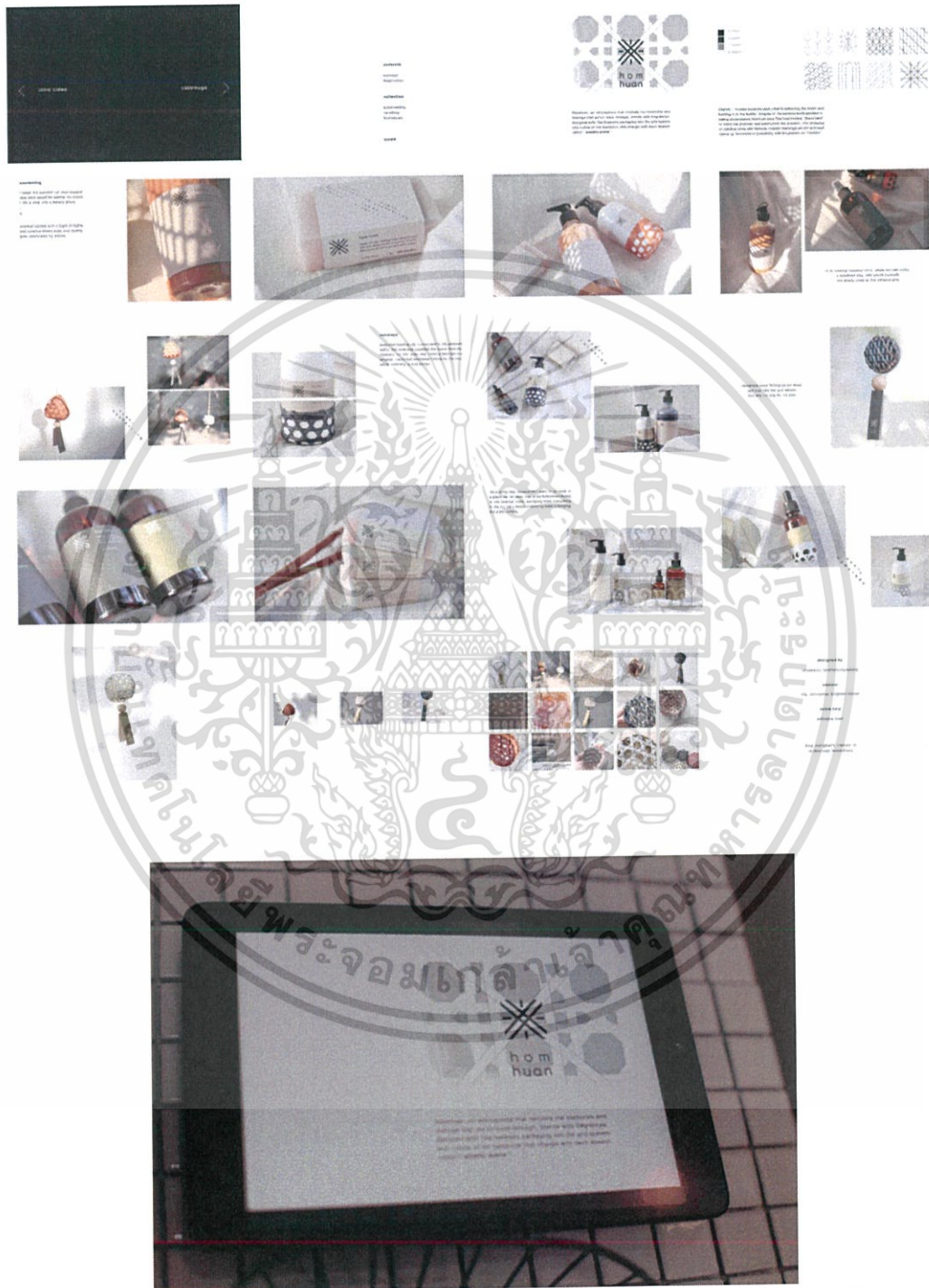
Poster



ภาพที่ 6.21 Poster

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Catalog



ภาพที่ 6.22 Catalog

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.23 Video Teaser

6.5 ออกแบบ Display วางสินค้า Display



ภาพที่ 6.24 Display

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

การออกแบบกราฟิกสำหรับแบรนด์เครื่องหอมไทยที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเทคนิคและลวดลายการจักสานไทย สำเร็จและบรรลุเป้าหมายตอบสนองการใช้งานที่ได้ตั้งเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องภาพลักษณ์หรือ กลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ก็ตาม แม้ในบางส่วนของงานจะยังบกพร่อง ไม่ได้แก้ไขมากเท่าที่ควรแต่โดยรวมแล้วก็สามารถแสดงภาพลักษณ์รวมถึงการประยุกต์ใช้การจักสานในรูปแบบใหม่ๆ เสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้โดดเด่นในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้

7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

ในการทำกราฟิกให้กับแบรนด์เครื่องหอมไทยที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเทคนิคและลวดลายการจักสานไทยเกิดปัญหาและพบข้อจำกัดในการศึกษา ดังนี้

1. ในตอนเริ่มต้นงานยังมีความสับสนเนื่องจากผู้ออกแบบไม่เคยจักสานมาก่อน การออกแบบในครั้งแรกจึงไม่สามารถทำได้จริง แต่หลังจากการเข้าไปศึกษากับกลุ่มแม่บ้านที่ พนสนิมก็ได้พบว่าการสานชะลอมนั้นเหมาะสมกับการทำบรรจุภัณฑ์สุดเนื่องจาก ผลิตง่าย เร็ว ต้นทุนต่ำกว่ารูปแบบอื่น จึงนำการสานชะลอมไปพัฒนาต่อ

2. เนื่องจากเทคนิคการปักลายบนชะลอมเป็นเทคนิคที่ผู้ออกแบบคิดขึ้นมาเอง จึงพบข้อผิดพลาดระหว่างทำมากเนื่องจากลายตกร่อง จึงได้วิเคราะห์ถึงปัญหาและพบว่าต้องสร้างลายจากกริดแบบใหม่ จึงจะสามารถปักลายเห็นได้อย่างครบถ้วน

3. ขาดความรู้แท้จริงในเรื่องวัสดุ จึงทำให้เกิดความสับสนในผลลัพธ์ความเป็นไปได้ส่งผลให้ตารางงานล่าช้าทำออกมาได้จำนวนน้อยกว่าที่วางแผนไว้ในตอนแรก แต่สามารถจบงานได้อย่างสมบูรณ์

4. ไม่ใช่แบรนด์เครื่องหอมที่มีอยู่แล้วจึงเหมือนเป็นการเริ่มต้นแบรนด์จากศูนย์ ตั้งแต่การตั้งชื่อจนถึงการผลิตผลิตภัณฑ์เอง

5. ในขั้นตอนการผลิตจริงเช่น การย้อมสีไหม ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนทำให้สีเพี้ยนและไม่ติดจนได้ลองเปลี่ยนประเภทสีในภายหลังเป็นสีย้อมผ้าจึงติด

7.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานอย่างละเอียด และทำความเข้าใจให้ถ่องแท้ก่อน

ออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การสำรวจตลาด หากจุดเด่นของแบรนด์ที่อยู่บนสุดของตลาดช่วยได้มากในเรื่องการแก้ไขข้อบกพร่องเป็นแบบอย่างและนำจุดเด่นมาปรับใช้
3. การวางแผนกำหนดขั้นตอนรวมไปถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล ทำแบบร่าง และทำงานจริง ควรทำอย่างละเอียด หากเป็นไปได้ให้กำหนดว่าในแต่ละสัปดาห์งานต้องเสร็จลุล่วงเท่าไร เพื่อจะได้เผื่อเวลาเอาไว้แก้ไขงาน หรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำงานได้ทันเวลา
4. ขั้นตอน กระบวนการ หรือวิธีการผลิต เป็นสิ่งที่ต้องศึกษาอย่างถี่ถ้วน ตั้งแต่การเตรียมไฟล์ ไปจนถึงการพิมพ์ผลิตผลงานจริง เป็นส่วนที่ต้องระมัดระวังอย่างมาก

7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้พบปัญหาในการทำงาน และรู้จักตัวเองมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาเรื่องการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนงาน
2. ประเด็นในการศึกษา หรือโครงการที่ศึกษาที่จะต้องหาข้อมูลมากมาย ทำให้มีความรู้เรื่องที่ศึกษามากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

Website

5 แบรินต์อโรมากรีนหอมให้ชวนหลง เข้าถึงได้จาก <http://www.beautyhunter.co.th/>
 การจักสานจากภูมิปัญญาไทย เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/karcakrsancakphumipayyathiy/prayochn-thi-di-rab>

เครื่องจักสาน ความหมาย กำเนิด วิวัฒนาการ เข้าถึงได้จาก <http://www.sookjai.com>

ความเป็นมาเครื่องจักสานไทย เข้าถึงได้จาก <http://rattan.raicyber.com>

Japan Bamboo Basket Making เข้าถึงได้จาก <http://japanesetextileworkshops.blogspot.com/>



