

การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องสำอาง “ไวต์เนส”  
PACKAGING DESIGN FOR COSMETICS BRAND “WILDNESS”

นางสาวสุพัสชา เคน้ำอ่าง

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปะ ศิลป์ ภาควิชาศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องสำอาง “ไวด์เนส”  
PACKAGING DESIGN FOR COSMETICS BRAND “WILDNESS”

นางสาวสุพัชชา เคน้ำอ่าง  
Miss SUPHATCHA KAENAMANG

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชานิตศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....  ..... วันที่ 12/6/61  
(อาจารย์มนวดี ศิริเปรมฤดี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องสำอาง “ไวด์เนส”
	PACKAGING DESIGN FOR COSMETICS BRAND “WILDNESS”
ชื่อ	นางสาวสุพัชชา เคน้ำอ่าง
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2560
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์มนวดี ศิริเปรมฤดี

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันเครื่องสำอางได้เข้ามามีบทบาทต่อผู้หญิงในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เครื่องสำอางไม่เพียงช่วยเสริมความงามให้แก่ใบหน้าเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงสร้างความมั่นใจและเสริมสร้างบุคลิกที่ดีให้แก่ตัวผู้ใช้ และในทุกวันนี้ได้มีเครื่องสำอางเกิดขึ้นมากมายหลายยี่ห้อ ซึ่งแต่ละยี่ห้อก็จะมีจุดเด่นและจุดขายแตกต่างกันไป แต่เมื่อพิจารณาแล้วเครื่องสำอางเกือบทุกยี่ห้อจะออกคอลเลกชันตามเทศกาล ฤดูกาลหรือสิ่งที่กำลังเป็นกระแสในขณะนั้นเท่านั้น โดยส่วนใหญ่แบรนด์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นจะกำหนดภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดูน่ารัก อ่อนหวาน และตามเทรนด์ไปในทิศทางเดียวกันจนขาดความหลากหลาย

ดังนั้นข้าพเจ้าจึงเกิดแนวคิดที่จะนำเสนอเครื่องสำอางในแบรนด์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตนเอง และกล้าที่จะลองสิ่งใหม่ๆ ที่ต่างไปจากเดิม เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้นในตลาดเครื่องสำอาง โดยการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ภายใต้ชื่อแบรนด์ว่า “Wildness” ซึ่งเป็นการนำเอาความโดดเด่นของพฤติกรรม และลักษณะพิเศษของสัตว์มาเป็นคอนเซ็ปต์ของแบรนด์ โดยได้ออกคอลเลกชัน Wicked ซึ่งมีสัตว์ 3 ชนิด คือ แมงป่อง แมงมุมแม่ม่ายดำ และต๊กแตน เพื่อสื่อถึงความเป็นนักล่าในตัวของผู้หญิงสาว โดยมีกระบวนการออกแบบที่จะนำเสนอผ่านบรรจุภัณฑ์ได้แก่ สัญลักษณ์แบรนด์ กล่องบรรจุภัณฑ์ โดยจะแบ่งเป็น 3 เซ็ต ในแต่ละเซ็ตจะประกอบด้วย ตลับอายแชโดว์ ตลับบลัชออน กล่องและลิปสติก คุชชั่น แปรงแต่งตา แปรงปิดแก้ม อายไลเนอร์ ดินสอเขียนคิ้ว มาสคาร่า และน้ำยาทาเล็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	ง
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ.....	1
1.2 กลุ่มเป้าหมาย.....	1
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.4 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	3
1.6 ขั้นตอนการทำงาน.....	3
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง.....	4
2.1 ความหมายของเครื่องสำอาง.....	4
2.2 ประวัติเครื่องสำอาง.....	5
2.3 คุณลักษณะเครื่องสำอาง.....	6
2.4 ประโยชน์ของเครื่องสำอาง.....	6
2.5 ประเภทของเครื่องสำอาง.....	6
3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของแมลง.....	8
3.1 แมลงนักล่า.....	8
4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	14
4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์.....	14
4.2 วัสดุ.....	14
4.3 การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์.....	16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่	หน้า
5	การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น..... 19
	5.1 concept brand..... 19
	5.2 แนวทางการออกแบบ..... 44
	5.3 ขอบเขตของงาน..... 21
6	วิเคราะห์แบรนด์คู่แข่ง..... 23
7	การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง..... 27
	7.1 การออกแบบ..... 27
	7.2 Logo..... 27
	7.3 การจัดเซตภายในกล่อง..... 30
	7.4 การจัดคู่สี และเทคนิคของแต่ละเซต..... 31
	7.5 กราฟฟิก..... 33
8	ผลงานจริง..... 38
	8.1 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์..... 38
	8.2 ผลงานจริง..... 49
9	บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... 52
บรรณานุกรม..... 53	
ประวัติผู้วิจัย..... 54	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
3.1	ภาพแมงป่องข้าง	8
3.2	ภาพแมงป่องใต้ Black light	10
3.3	ภาพแมงมุมแม่ม้ายดำ	11
3.4	ภาพตุ๊กแตน	12
5.1	ภาพแนวทางการออกแบบที่ 1	19
5.2	ภาพแนวทางการออกแบบที่ 2	20
5.3	ภาพแนวทางการออกแบบที่ 3	21
6.1	ภาพแผนภาพแสดง Positioning Map	24
6.2	ภาพแบรนด์ Skinfood	24
6.3	ภาพแบรนด์ Etude House	25
6.4	ภาพแบรนด์ Oriental Princess	25
6.5	ภาพแบรนด์ Cutepress	26
7.1	ภาพ Sketch Brand Logo แนวทางที่ 1	28
7.2	ภาพ Sketch Brand Logo แนวทางที่ 2	28
7.3	ภาพ Sketch Brand Logo แนวทางที่ 3	29
7.4	ภาพ Sketch Brand Logo ที่เลือกใช้	29
7.5	ภาพ Sketch Collection Logo	29
7.6	ภาพการจัดเซตภายในกล่อง ครั้งที่ 1 แนวทางที่ 1	30
7.7	ภาพการจัดเซตภายในกล่อง ครั้งที่ 1 แนวทางที่ 2	30
7.8	ภาพการจัดเซตภายในกล่อง ครั้งที่ 2	31
7.9	ภาพการจัดคู่มือ และเทคนิคของเซตแมงป่อง	31
7.10	ภาพการจัดคู่มือ และเทคนิคของเซตแมงมุมแม่ม้ายดำ	32
7.11	ภาพการจัดคู่มือ และเทคนิคของเซตตุ๊กแตน	32
7.12	ภาพแบบร่างกล่องภายนอก เซตแมงป่องครั้งที่ 1	33
7.13	ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตแมงป่องครั้งที่ 1	33
7.14	ภาพแบบร่างกล่องภายนอก เซตแมงมุมแม่ม้ายดำครั้งที่ 1	34
7.15	ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตแมงมุมแม่ม้ายดำครั้งที่ 1	34
7.16	ภาพแบบร่างกล่องภายนอก เซตตุ๊กแตนครั้งที่ 1	35
7.17	ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตตุ๊กแตนครั้งที่ 1	35
7.18	ภาพแบบร่างกราฟิกบนตัวกล่องชั้นครั้งที่ 2	36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า	
7.19	ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตแมงป่องครั้งที่ 2	36
7.20	ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตแมงมุมแม่ม้ายำดำครั้งที่ 2	37
7.21	ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตตุ๊กแตนครั้งที่ 2	37
8.1	ภาพสัญลักษณ์แบรนด์	38
8.2	ตัวกล่องภายนอกเซตแมงป่อง	39
8.3	ตัวกล่องภายนอกเซตแมงมุมแม่ม้ายำดำ	39
8.4	ตัวกล่องภายนอกเซตตุ๊กแตน	40
8.5	แผ่น Inspiration เซตแมงป่องหน้า-หลัง	40
8.6	แผ่น Inspiration เซตแมงป่องหน้า-หลัง	41
8.7	แผ่น Inspiration เซตแมงป่องหน้า-หลัง	41
8.8	ตลับคุชชั่นเซตแมงป่องหน้า-หลัง	42
8.9	ตลับคุชชั่นเซตแมงมุมแม่ม้ายำดำหน้า-หลัง	42
8.10	ตลับคุชชั่นเซตตุ๊กแตนหน้า-หลัง	42
8.11	พาลेतอยแฮ็คโดว์เซตแมงป่อง	43
8.12	พาลेतอยแฮ็คโดว์เซตแมงมุมแม่ม้ายำดำ	43
8.13	พาลेतอยแฮ็คโดว์เซตตุ๊กแตน	43
8.14	พาลेतบลิ้ซออนเซตแมงป่อง	44
8.15	พาลेतบลิ้ซออนเซตแมงมุมแม่ม้ายำดำ	44
8.16	พาลेतบลิ้ซออนเซตตุ๊กแตน	44
8.17	กล่องลิปสติกเซตแมงป่อง	45
8.18	กล่องลิปสติกเซตแมงมุมแม่ม้ายำดำ	45
8.19	กล่องลิปสติกเซตตุ๊กแตน	45
8.20	ฉลากมาศคาร่าเซตแมงป่อง	46
8.21	ฉลากมาศคาร่าเซตแมงมุมม้ายำดำ	46
8.22	ฉลากมาศคาร่าเซตตุ๊กแตน	46
8.23	ฉลากดินสอเขียนคิ้ว และอายไลเนอร์เซตแมงป่อง	46
8.24	ฉลากดินสอเขียนคิ้ว และอายไลเนอร์เซตแมงมุมแม่ม้ายำดำ	47
8.25	ฉลากดินสอเขียนคิ้ว และอายไลเนอร์เซตตุ๊กแตน	47
8.26	ฉลากสติ๊กเกอร์มาศคาร่า	48
8.27	ฉลากสติ๊กเกอร์ลิปสติก แ่งลิปสติก + กล่อง	48
8.28	ฉลากสติ๊กเกอร์น้ำยาทาเล็บ	48
8.29	ภาพ Font ที่เลือกใช้	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
8.30 ภาพผลงานจริง	49
8.31 ภาพผลงานจริง	50
8.32 ภาพผลงานจริง	51
8.33 ภาพผลงานจริง	51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณพ่อและแม่ที่คอยสนับสนุนในทุกๆ ด้าน ขอขอบคุณทุกคำปรึกษาจากอาจารย์ทุกท่าน ขอขอบคุณป้าป๊าที่มาช่วยพ่นสีจนมีตุ้มตุ้ม ขอขอบคุณมา น้ำเพชร ปลื้ม และพี่ชัยตุน และเพื่อนๆ อีกหลายคนที่คอยให้คำปรึกษาระหว่างทำโปรเจ็ค และให้ยืมของมาทำงาน และขอบคุณแป้งที่มาช่วยทำงานในวันที่ทำไม่ทัน และสุดท้ายขอขอบคุณแองจี้ที่อดทนอยู่ด้วยกันมาจนถึงตอนนี้ไม่รีบด่วนฟังไปซะก่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนกับสัญลักษณ์ภาพและตัวอักษรที่ใช้แทนชื่อสินค้าหรือชื่อแบรนด์ ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่บอกข้อมูลเบื้องต้นว่าสินค้านั้นๆ มีลักษณะแบบไหน แต่บรรจุภัณฑ์ยังทำหน้าที่หลักในการสร้างความผูกพันและความทรงจำกับผู้บริโภค ด้วยความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครของผลิตภัณฑ์ถือเป็นสิ่งเร้าอันดับแรกที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้เป็นอย่างดี

ในทุกวันนี้ได้มีเครื่องสำอางเกิดขึ้นมากมายหลายแบรนด์ ซึ่งแต่ละแบรนด์ก็จะมีจุดเด่น และจุดขายแตกต่างกันไป แต่เมื่อพิจารณาแล้วเครื่องสำอางเกือบทุกแบรนด์จะออกคอลเลกชันตามเทศกาล, ฤดูกาลหรือสิ่งที่กำลังเป็นกระแสในขณะนั้นเท่านั้น โดยส่วนใหญ่แบรนด์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น จะกำหนดภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดูน่ารัก อ่อนหวาน และตามเทรนด์ไปในทิศทางเดียวกันจนขาดความหลากหลาย และคล้ายคลึงกันไปหมด

ดังนั้นข้าพเจ้าจึงเกิดแนวคิดที่จะนำเสนอเครื่องสำอางในแบรนด์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตนเอง และกล้าที่จะลองสิ่งใหม่ๆ ที่ต่างไปจากเดิม เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้นในตลาดเครื่องสำอาง

#### 1.2 กลุ่มเป้าหมาย

- 1.2.1 นักศึกษา ถึงวัยเริ่มต้นทำงาน (อายุระหว่าง 18-25 ปี)
- 1.2.2 ผู้หญิงที่ชื่นชอบการแต่งหน้า กล้าลองสิ่งใหม่ๆ มีความมั่นใจในตัวเอง
- 1.2.3 มีรายได้ 5,000 - 28,000 บาท/เดือน

#### 1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการสร้างคาแรคเตอร์เพื่อให้เกิดการจดจำและดึงดูดสมบัติของสินค้า เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบกราฟฟิก
- 1.2.2 เพื่อศึกษา และพัฒนาทักษะทางด้าน Graphic Design เกี่ยวกับการออกแบบอัตลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องสำอาง
- 1.2.3 เพื่อเพิ่มทางเลือก และความหลากหลายของแบรนด์เครื่องสำอางในกลุ่มเป้าหมาย ผู้หญิงวัยนักศึกษาถึงวัยเริ่มทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.4 ขอบเขตของโครงการ

### 1.4.1 สัญลักษณ์แบรนด์

### 1.4.2 กล่อง Packaging โดยจะแบ่งเป็น 3 เซ็ต

#### 1 เซตแมงป่อง (Black Scorpion Set) ประกอบด้วย

- 1.1 ตลับอายแชโดว์
- 1.2 ตลับบลัชออน
- 1.3 กล่องและฉลากลิปสติก 2 แท่ง
- 1.4 कुซัน
- 1.5 อายไลเนอร์
- 1.6 ดินสอเขียนคิ้ว
- 1.7 มาสคาร่า
- 1.8 น้ำยาทาเล็บ 2 ขวด
- 1.9 แปรงปิดแก้ม
- 1.10 แปรงแต่งตา

#### 2 เซตแมงมุมแม่ม่ายดำ (Black Widow Spider Set) ประกอบด้วย

- 2.1 ตลับอายแชโดว์
- 2.2 ตลับบลัชออน
- 2.3 กล่องและฉลากลิปสติก 2 แท่ง
- 2.4 कुซัน
- 2.5 อายไลเนอร์
- 2.6 ดินสอเขียนคิ้ว
- 2.7 มาสคาร่า
- 2.8 น้ำยาทาเล็บ 2 ขวด
- 2.9 แปรงปิดแก้ม
- 2.10 แปรงแต่งตา

#### 3 เซตแมงป่อง (Mentis Set) ประกอบด้วย

- 3.1 ตลับอายแชโดว์
- 3.2 ตลับบลัชออน
- 3.3 กล่องและฉลากลิปสติก 2 แท่ง
- 3.4 कुซัน
- 3.5 อายไลเนอร์
- 3.6 ดินสอเขียนคิ้ว
- 3.7 มาสคาร่า
- 3.8 น้ำยาทาเล็บ 2 ขวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.9 แปรงปิดแก้ม

3.10 แปรงแต่งตา

## 1.5 แนวทางการบรรจุเป้าหมาย

### 1.5.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

- 1 การจัดเซ็ท และการออกคอลเลคชั่นเครื่องสำอางในแบรนด์ทีใกล้เคียง
- 2 พฤติกรรมการหาซื้อ และลักษณะเด่นของสัตว์
- 3 การออกแบบ Packaging

### 1.5.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

- 1 รูปแบบและภาพลักษณ์ของแบรนด์
- 2 คอนเซ็ปต์ของคอลเลคชั่น
- 3 วางแนวทางการออกแบบกราฟิก

### 1.5.3 ออกแบบและพัฒนาแบบร่าง

## 1.6 ขั้นตอนการทำงาน

1.6.1 ศึกษาการจัดเซ็ท และการออกคอลเลคชั่นเครื่องสำอางในแบรนด์ทีใกล้เคียง

1.6.2 ศึกษาพฤติกรรมการหาซื้อ และลักษณะเด่นของสัตว์เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบ

1.6.3 ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิก

1.6.4 ศึกษา และวิเคราะห์แบรนด์คู่แข่งในท้องตลาด

1.6.5 นำข้อมูลที่ได้มาออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์

1.6.6 พัฒนาแบบร่าง

1.6.7 เริ่มขั้นตอนการผลิต

1.6.8 ประเมินเพื่อปรับปรุง

1.6.9 สรุปการผลิตผลงาน และนำเสนอผลงาน

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ได้บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ และความสวยงาม

1.7.2 เพิ่มทางเลือก และความหลากหลายของแบรนด์เครื่องสำอางในกลุ่มเป้าหมาย

ผู้หญิงวัยนักศึกษาถึงวัยเริ่มทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

#### 2.1 ความหมายของเครื่องสำอาง

เครื่องสำอาง หมายถึง ผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงเพื่อใช้บนผิวหนัง หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย โดยใช้ทา ถู นวด ฟัน หรือโรย มีจุดประสงค์เพื่อทำความสะอาด หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม หรือเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะ คำว่า Cosmetics มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า Kosmetikos ซึ่งมีความหมายว่าตกแต่งให้สวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้พบเห็น (คำว่า Komos แปลว่า เครื่องประดับ)

คำจำกัดความของเครื่องสำอาง คำจำกัดความของเครื่องสำอาง มีมากมายหลายแบบ ขึ้นอยู่กับผู้ให้ความหมายว่ามีความต้องการสื่อ หรือมีวัตถุประสงค์อย่างไรโดยมีหลักการและพื้นฐานในการให้คำจำกัดความดังต่อไปนี้

2.1.1 Cosmetics Science and Technology โดย Edward Sagarin พิมพ์ครั้งที่ 1 หน้า 4 - Articles intended to be rubbed, pour, sprinkle, or sprayed on, introduced into, or otherwise applied to the human body or any part thereof for cleansing, beautifying promoting attractiveness, or altering the appearance, and Articles intended for use as a component of such any article, except that the term shall not include soap.

2.1.2 หนังสือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก. 152-2518) มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ได้ให้คำจำกัดความเครื่องสำอางว่า เครื่องสำอางหมายถึง : ผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงเพื่อใช้บนผิวหนังหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายมนุษย์ โดยถู ทา ฟัน หรือ โรย เป็นต้น เช่นในการทำความสะอาดป้องกัน แต่งเสริมเพื่อความงาม หรือเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะ สิ่งใดๆ ที่ใช้เป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

2.1.3 หนังสือพิมพ์เภสัชกรรม สมัยสยาม ปีที่สิบห้า เล่มสาม พฤษภาคม ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2505 ได้ให้คำจำกัดความว่า เครื่องสำอาง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่มีความตั้งใจหรือจงใจผลิตขึ้นมาสำหรับใช้กับบุคคลใดโดยตรง เพื่อความมุ่งหมายในการทำความสะอาด หรือการทำให้เกิดความสวยงามโดยเฉพาะ ภายใต้กฎหมายควบคุมอาหาร ยา และเครื่องสำอางของสหรัฐอเมริกา ความหมายรวมไปถึง ยาและสารต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เหล่านี้ด้วย ซึ่งจะต้องถูกควบคุมตามกฎหมาย และในด้านปฏิบัติการหรือเทคนิคต่างๆ ที่จะใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง รวมทั้งวิธีการรักษาและเครื่องมือเครื่องใช้สำหรับการทำความสะอาดร่างกายและการทำให้เกิดความสวยงามที่ใช้ในร้านเสริมสวยด้วย

2.1.4 พระราชบัญญัติ เครื่องสำอาง พ.ศ.2517 เครื่องสำอางหมายถึง

1 วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ ทา ถู นวด ฟัน หยอด ใส่ อบ หรือด้วยอินใด ต่อส่วนหนึ่ง

ส่วนใดของร่างกายเพื่อทำความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม ตลอดจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องประตืนผิวต่างๆ ด้วย

- 2 วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ
- 3 วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

## 2.2 ประวัติเครื่องสำอาง

การใช้เครื่องสำอางจัดเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่มีมาแต่สมัยโบราณ มีการค้นพบว่า มีการใช้เครื่องสำอางมาตั้งแต่สมัยอียิปต์โบราณ จีน อินเดีย และต่อมาจนถึงปัจจุบัน โดยชาวกรีกเป็นชาติแรกที่มีการแยกการแพทย์และเครื่องสำอางออกจากกิจการทางศาสนา และยังถือว่าการใช้เครื่องสำอางเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องปฏิบัติต่อร่างกายให้ถูกต้องสม่ำเสมอ เป็นกิจวัตรประจำวัน ศิลปะการใช้เครื่องสำอางและเครื่องหอมได้ถึงขีดสุดในระหว่าง 2 ศตวรรษแรกแห่งอาณาจักรโรมัน แล้วค่อยๆ เสื่อมลง และเมื่ออาณาจักรโรมันเสื่อมอำนาจลงในศตวรรษที่ 5 ศิลปะการใช้เครื่องสำอางจึงแพร่หลายเข้าสู่ทวีปยุโรป นอกจากนี้ ชาวอาหรับก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในการผลิตเครื่องสำอาง โดยได้มีการดัดแปลง แกะไขส่วนผสมต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีคุณภาพดีขึ้น เช่น การใช้กรรมวิธีการกลั่นเพื่อให้มีความบริสุทธิ์สูง การใช้แอลกอฮอล์เป็นตัวทำละลาย เป็นต้น

เมื่อศิลปะการใช้เครื่องสำอางได้แพร่หลายเข้าสู่ในประเทศฝรั่งเศสมากขึ้น เจ้าหน้าที่ชาวฝรั่งเศสได้พยายามเสนอให้มีการแยกกิจการด้านเครื่องสำอางไว้เฉพาะ โดยให้แยกออกจากกิจการด้านการแพทย์ เนื่องจากกิจการด้านการแพทย์และเครื่องสำอางต้องอยู่ในการควบคุมของกฎหมาย ในระหว่างปี ค.ศ.1400 – 1500 และความพยายามก็ประสบความสำเร็จในปี ค.ศ.1600 ศิลปะการใช้เครื่องสำอางได้แยกออกมาจากกิจการด้านการแพทย์อย่างชัดเจน ต่อมาในปี ค.ศ.1800 ได้มีการรวบรวมและแยกแยะความรู้ในด้านศิลปะการใช้เครื่องสำอางออกเป็นหลายๆ ประเภท เช่น เภสัชกร ช่างเสริมสวย นักเล่นแร่แปรธาตุ ซึ่งต้องใช้ความรู้ที่ได้มาจากเภสัชกรรมและเครื่องสำอางมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละอาชีพการผลิตเครื่องสำอางในช่วงแรกๆ นั้น ยังมีกรรมวิธีการผลิตที่ไม่แน่นอน เครื่องสำอางบางประเภทมีขายในร้านขายยา การผลิตเป็นความรู้ส่วนบุคคลที่ได้รับสืบทอดมาหรือได้จากการศึกษาค้นคว้า ลองผิดลองถูก จนถึงปลายศตวรรษที่ 19 ได้มีผู้นำวิธีการทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่เข้ามาช่วยในการผลิตแทนวิธีเก่า และเมื่อผลิตเครื่องสำอางแต่ละชนิดจะมีเครื่องหมายการค้าชัดเจน และมีกรรมวิธีในการผลิตที่แน่นอน ทำให้เครื่องสำอางที่ผลิตขึ้นมีคุณภาพ สามารถเพิ่มรายได้ให้กับผู้ผลิต ทำให้มีการเพิ่มการผลิต และพยายามปรับปรุงคุณภาพของเครื่องสำอางให้มีคุณภาพสูงขึ้น

ต่อมาได้มีการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ เข้ามาปรับปรุงคุณภาพของเครื่องสำอาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิชาเคมี ได้มีส่วนเข้ามาช่วยในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้มีคุณภาพสูง ในการผลิตแต่ละครั้งต้องมีส่วนประกอบที่คงที่ได้ผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกัน มีหลักการเลือกใช้วัตถุดิบที่ได้มาตรฐานในการผลิต และมีการตรวจสอบคุณสมบัติ ตลอดจนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในปี ค.ศ.1895 ได้มีการเปิดสอนวิชาการเครื่องสำอาง ในเมืองชิคาโก มลรัฐอิลลินอยส์

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นครั้งแรก ทำให้นักศึกษาได้รู้จักวิธีการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆ ในการ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รักษาผิวหน้าและเส้นผม ต่อมาการศึกษาวิชานี้ได้แพร่หลายไปอย่างรวดเร็ว

### 2.3 คุณลักษณะเครื่องสำอาง

ในการผลิตเครื่องสำอาง มีลักษณะการเตรียมหรือการผลิตเหมือนกับการเตรียมหรือการผสมยา แต่ในกรณีของการเตรียมเครื่องสำอางจะมีลักษณะที่เฉพาะเด่นชัดที่แตกต่างจากการผลิตยาอยู่ 3 ประการ คือ

2.3.1 เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมชวนดม

2.3.2 มีลักษณะสวยงาม ทั้งลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบรรจุหีบห่อ

2.3.3 ใช้งานได้ง่าย สะดวกต่อการพกพาเครื่องสำอางโดยทั่วไป จะต้องบอก

คุณลักษณะของเครื่องสำอางนั้นๆ ไว้ ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เช่น ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ วิธีใช้ ข้อควรระวัง ภาชนะและการบรรจุ รวมถึงการทดสอบ การตรวจหาปริมาณ และการวิเคราะห์ต่างๆ

### 2.4 ประโยชน์ของเครื่องสำอาง

2.4.1 ช่วยตกแต่งให้ผิวดูเนียนและผุดผ่องขึ้น เช่น แป้งแต่งหน้า ดินสอเขียนคิ้ว ครีมต่างๆ

2.4.2 ช่วยทำความสะอาดรักษาอนามัยและสุขภาพผิวของปากและฟัน เช่น สบู่และยาสีฟัน

2.4.3 ช่วยกลบเกลื่อนให้แลดูเป็นธรรมชาติ เช่น กลบฝ้าและไฝต่างๆ

2.4.4 ช่วยตกแต่งทรงผมให้อยู่ทรง และสวยงามตามที่ต้องการ

2.4.5 ช่วยทำให้สบายผิว แก้อาการคัน เช่น แป้งฝุ่นโรยตัว

2.4.6 ทำให้จิตใจสดชื่น รู้สึกผ่อนคลาย เนื่องจากกลิ่นหอมของเครื่องสำอาง

### 2.5 ประเภทของเครื่องสำอาง

2.5.1 สามารถแบ่งได้เป็นหลายประเภท แต่โดยทั่วไปมักจะแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

2.5.1.1 เครื่องสำอางที่ไม่ได้ใช้แต่งสีของผิว เครื่องสำอางประเภทนี้ ใช้สำหรับการทำความสะอาดผิวหน้า หรือใช้เพื่อป้องกันผิวหน้าไม่ให้เกิดอันตรายจากสิ่งแวดล้อม เครื่องสำอางประเภทนี้ได้แก่ สบู่ แชมพู ครีมล้างหน้า ครีมกันแดด น้ำยาช่วยกระชับผิวให้ตึง เป็นต้น

2.5.1.2 เครื่องสำอางที่ใช้แต่งสีผิว เครื่องสำอางประเภทนี้ ใช้สำหรับการแต่งสีของผิวให้มีสีสดสวยขึ้นจากผิวธรรมชาติที่เป็นอยู่ เช่น แป้งแต่งผิวหน้า ลิปสติก เป็นต้น

2.5.2 เครื่องสำอางที่พบในท้องตลาดอาจจะแบ่งออกเป็น 10 ประเภท ดังนี้

2.5.2.1 เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า ได้แก่

#### a. ครีมทาผิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- b. ผลิตภัณฑ์ขจัดสิว
  - c. ผลิตภัณฑ์ขจัดสีผิวและขจัดฝ้า
  - d. ผลิตภัณฑ์ระงับเหงื่อและขจัดกลิ่นตัว
  - e. ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด
  - f. ผลิตภัณฑ์ป้องกันแมลงกัดต่อย
- 2.5.2.2 เครื่องสำอางสำหรับผมและขน ได้แก่
- a. แชมพูและครีมนวดผม
  - b. ผลิตภัณฑ์ตกแต่งผม
  - c. ผลิตภัณฑ์สำหรับโกนหนวดและกำจัดขน
- 2.5.2.3 เครื่องสำอางสำหรับแต่งตาและคิ้ว
- 2.5.2.4 เครื่องสำอางสำหรับแต่งใบหน้า
- a. ผลิตภัณฑ์พอกและลอกหน้า
  - b. ผลิตภัณฑ์กลบเกลื่อน
  - c. ผลิตภัณฑ์รองพื้นแต่งหน้า
  - d. แป้งผัดหน้าและแป้งโรยตัว
- 2.5.2.5 เครื่องสำอางสำหรับแต่งแก้ม
- 2.5.2.6 เครื่องสำอางสำหรับแต่งปาก
- 2.5.2.7 เครื่องสำอางสำหรับทำความสะอาดผิวปาก และฟัน
- a. ครีมน้ำลายและครีมล้างมือ
  - b. ยาสีฟันและน้ำยาบ้วนปาก
- 2.5.2.8 เครื่องสำอางสำหรับเล็บ
- 2.5.2.9 เครื่องสำอางสำหรับเด็ก
- 2.5.2.10 ผลิตภัณฑ์น้ำหอม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของแมลง

#### 3.1 แมลงนักล่า

สัตว์ทุกชนิดล้วนมีสัญชาตญาณ และพฤติกรรมในการดำรงชีวิตแตกต่างกันไป ซึ่งมีทั้งส่วนที่คล้ายคลึง และแตกต่างจากมนุษย์ จึงเป็นที่มาของการเลือกศึกษาลักษณะเด่นของแมลง 3 ชนิดเพื่อจะนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบต่อไป ดังนี้

##### 3.1.1 แมงป่องข้าง (Black Scorpion)

ภาพที่ 3.1 ภาพแมงป่องข้าง



ที่มา : <https://d3jkudlc7u70kh.cloudfront.net/little-known-iraq-fact>

จากการจำแนกทางชีววิทยา แมงป่องเป็นสัตว์ที่จัดอยู่ในไฟลัม Arthropoda คลาส Scorpionida เป็นสัตว์พิษที่มีมาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ ยืนยันได้จากการค้นพบฟอสซิลของแมงป่องที่มีอายุถึง 440 ล้านปี เช่น *Archaeobuthus Estephani* หรือ *Protoischnurus Axelrodorum* เป็นต้น

ปัจจุบันทั่วโลกมีแมงป่องประมาณ 1,200 ชนิด (Species) อยู่กระจัดกระจายเกือบทั่วไป ไม่ว่าเป็นเขตทะเลทราย (Desert) เขตร้อนชื้น (Tropic) หรือแม้แต่แถบชายฝั่งทะเล ยกเว้นเพียงเขตขั้วโลกเหนือ (Arctic) และขั้วโลกใต้ (Antarctica) เท่านั้นที่ไม่พบแมงป่อง และพบชนิดที่มีพิษร้ายแรง 50 ชนิด บางชนิดมีพิษรุนแรงมาก เช่น แมงป่องในสกุล *Centruroides* ที่รัฐโอริโซน่า สหรัฐอเมริกา พิษของมันสามารถทำให้เด็กและผู้สูงอายุที่ถูกต่อยเสียชีวิตได้ แมงป่องที่มีพิษรุนแรงสกุลอื่น พบในบราซิล เม็กซิโก และทะเลทรายซาฮารา

ส่วนในประเทศไทย ที่พบบ่อยมากที่สุด คือ แมงป่องในอันดับ Scorpiones (หรือ Scorpionida) วงศ์ Scorpionidae สกุล *Heterometrus* ได้แก่ *H. longimanus* และ *H. laoticus* พบ *H. laoticus* มากที่จังหวัดตะวันออกเฉียงเหนือของไทย แมงป่องในสกุลนี้เป็นแมงป่องที่มีขนาดใหญ่ที่สุดหนึ่งของโลก เอกภพที่ทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย แมงป่องในสกุลนี้เป็นแมงป่องที่มีขนาดใหญ่ที่สุดหนึ่งของโลก ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งสองชนิดมีสีดำสนิท ขนาด 9 - 12 เซนติเมตร น้ำหนักตัว 10 - 12 กรัม มีอายุราว 3 - 5 ปี และจำแนกจากกันได้ง่าย จึงเรียกกันทั่วไปว่า Giant scorpion หรือ Asian forest scorpion หรือ Black scorpion หรือ “แมงป่องข้าง” ในภาษาไทย หรือ “แมงเงา” ในภาษาอีสาน นอกจากนี้ยังมีแมงป่องที่อยู่ในวงศ์ Buthidae สกุล Isometrus พบตามบ้านเรือน มักมีสีน้ำตาลอ่อน แล้วมีลายดำหรือน้ำตาลคาด จึงเรียกว่า Striped scorpion ขนาดไม่เกิน 5 เซนติเมตร เรียกทั่วไปว่า “แมงป่อง” หรือ “แมงงอด” ในภาษาอีสาน

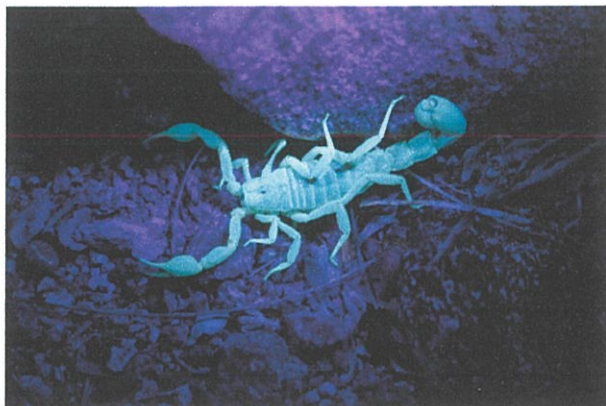
พฤติกรรมส่วนหนึ่งที่ทำให้แมงป่องดุกลับ ก็เพราะมันเป็นสัตว์ที่ไม่ชอบแสงสว่าง มักจะหลบซ่อนตัวอยู่ตามสถานที่มืดและชื้น เช่น ใต้ก้อนหิน ใต้กองไม้ ใต้ใบไม้ หรือซุดโพรงหรือรูอยู่ตามป่าละเมาะ และออกหากินในเวลาากลางคืน จนบางคนตั้งสมญานามว่า “เพชรฆาตยามราตรี”

### ร่างกายแมงป่องข้าง

แมงป่องข้างเป็นสัตว์มีเปลือกแข็งหุ้ม ลำตัวเรียวยาว มีขาจำนวน 4 คู่ อวัยวะที่โดดเด่น คือ “ก้ามใหญ่” (Pedipalps) 1 คู่ที่ดูทรงพลัง มันมีส่วนหัวและหน้าอกอยู่รวมกัน เรียกว่า “โปรโซมา” (Prosoma) แมงป่องข้างมีตาบนหัวหนึ่งคู่ และตาข้างอีก 3 คู่ ตรงปากมี “ก้ามเล็ก” (Chelicera) 1 คู่ ส่วนถัดมาเรียกว่า “มีโซโซมา” (Mesosoma) ประกอบด้วยปล้อง 7 ปล้อง ด้านหน้าท้องมีอวัยวะสำคัญคือ “ช่องสืบพันธุ์” (Genital Operculum) และมีอวัยวะที่เรียกว่า “เพคไทน์” (Pectines) หรือ “เพคเท็น” (Pectens) 1 คู่ มีรูปร่างคล้ายหวี ทำหน้าที่รับความรู้สึกจากการสัมผัสของพื้นดิน ส่วนสุดท้ายคือหางเรียวยาว เรียกว่า “เมตาโซมา” (Metasoma) ประกอบด้วยปล้อง 5 ปล้องกับปล้องสุดท้าย คือ “ปล้องพิษ” มีลักษณะพองกลมปลายเรียวยาวแหลม คล้ายรูปหยดน้ำกลับหัว บรรจุต่อมพิษ มีเข็มที่ใช้ต่อย เรียกว่า “เหล็กไน” (Sting Apparatus) เสมือนเป็นเข็มเพชรฆาต ฉีดพิษเพื่อคร่าชีวิตเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย

แม้ว่าแมงป่องมีตาหลายคู่ แต่มีประสิทธิภาพการมองเห็นต่ำมาก และไม่ไวพอจะรับแสงกระพริบได้ เช่น แสงแฟลชจากกล้องถ่ายรูป และต้องใช้เวลาในการปรับตาให้ตอบสนองต่อแสงสังเกตได้เมื่อมันถูกนำออกจากที่มืด ต้องใช้เวลานานบนที่จึงจะเริ่มเคลื่อนไหว

ข้อด้อยเรื่องสายตาได้ถูกทดแทนด้วยสิ่งอื่น หากสังเกตให้ดีจะพบว่าตัวแมงป่องปกคลุมด้วยเส้นขนนับไม่ถ้วน โดยเฉพาะบริเวณปล้องเพชรฆาต ขนเหล่านี้รับความรู้สึกจากการเคลื่อนไหวของอากาศ ทำให้แมงป่องไวต่อเสียงมาก ดังนั้นจึงไม่แปลกที่แมงป่องจะชูหางขึ้นทันทีที่มีเสียง หรือมีการเคลื่อนไหวของสิ่งต่างๆ รอบตัว เมื่อมีเหยื่อหรือศัตรูเข้ามาใกล้ และสามารถมอบความตายให้กับเหยื่อได้อย่างแม่นยำ



ภาพที่ 3.2 ภาพแมงป่องใต้ Black light

ที่มา : [http://assets.bubblear.com/wp-content/uploads/2017/01/19163439/5988609357\\_dbcd28ebc1\\_b](http://assets.bubblear.com/wp-content/uploads/2017/01/19163439/5988609357_dbcd28ebc1_b)

ลักษณะพิเศษของแมงป่อง (ไม่เฉพาะแมงป่องข้าง) ที่ต่างไปจากสัตว์มีเปลือกแข็งชนิดอื่นๆ เกิดจากสารชนิดหนึ่งซึ่งยังไม่ทราบแน่นอน ฝังตัวอยู่เป็นชั้นบางๆ ในเปลือกของแมงป่อง สารชนิดนี้ทำให้เปลือกแมงป่องเรืองแสงสีเขียวภายใต้แสงอุลตราไวโอเล็ต ถึงแม้แมงป่องตายไปแล้วเป็นเวลานาน คุณสมบัติเรืองแสงนี้ก็ยังคงอยู่ จากฟอสซิลแมงป่องอายุหลายร้อยปีพบว่า แม้ว่าเปลือกจะไม่คงรูปร่างแล้ว แต่สารเรืองแสงยังคงฝังตัวติดกับหินฟอสซิล นอกจากนี้ ตัวอย่างทอง หรือแม้กระทั่งแมงป่องทอดที่มีขายทั่วไปในภาคอีสาน ยังคงมีการเรืองแสงอยู่แทบไม่แตกต่างจากแมงป่องที่มีชีวิต แม้แต่น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.2 แมงมุมแม่ม่ายดำ (Black Widow Spider)



ภาพที่ 3.3 ภาพแมงมุมแม่ม่ายดำ

ที่มา : [http://www.standard.net/image/2017/06/12/800x\\_a16-9\\_b0\\_q81\\_p1/Black-Widow-Spider-Latrodectus-hesperus](http://www.standard.net/image/2017/06/12/800x_a16-9_b0_q81_p1/Black-Widow-Spider-Latrodectus-hesperus)

แมงมุมแม่ม่ายดำ (ชื่อวิทยาศาสตร์: *Latrodectus hesperus*) เป็นแมงมุมพิษในสกุลแมงมุมแม่ม่าย กระจายพันธุ์ในภาคตะวันตกของทวีปอเมริกาเหนือและตะวันตกเฉียงใต้ของออสเตรเลีย ลำตัวของแมงมุมแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนหัวและอกรวมเป็นชิ้นเดียวกัน และส่วนท้อง ซึ่งไม่แบ่งเป็นปล้อง ด้านหน้าของส่วนท้อง ซึ่งเชื่อมต่อกับส่วนหัวและอกรมีลักษณะเป็นก้านเล็กๆ มีเขี้ยวพิษ 1 คู่ ขา 4 คู่ มีอวัยวะที่ใช้หายใจ และอวัยวะสร้างใยอยู่ที่ส่วนท้องลักษณะลำตัวเป็นมัน ตัวเมียขนาด 30-40 มิลลิเมตร ตัวผู้ขนาด 16-20 มิลลิเมตร ลำตัว ท้อง และขา มีสีน้ำตาลดำ หน้าท้องมีลวดลายคล้ายรูปนาฬิกาทรายสีแดงส้มอยู่ด้านใต้ส่วนท้อง มักอาศัยอยู่ในที่มืด ในกองไม้ ตอไม้ รอยแตกของพื้น หากอาศัยอยู่ในบ้าน จะอยู่ในที่มีดอับ เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า

แมงมุมในสกุลแม่ม่าย ภายหลังจากผสมพันธุ์แล้ว ตัวผู้อาจถูกตัวเมียกิน หรือจากไปผสมพันธุ์กับตัวเมียตัวอื่น ตามธรรมชาติแมงมุมแม่ม่ายดำจะกินตัวผู้ซึ่งเป็นคู่ของมันหลังจากผสมพันธุ์เสร็จ บางครั้งมันจะกินคู่ของมันได้ถึง 20 ตัวต่อวันเลยทีเดียว ซึ่งกลายเป็นที่มาของชื่อแมงมุมแม่ม่าย และจะมีเพียงแมงมุมตัวเมียวเท่านั้นที่สามารถกัดมนุษย์ได้ เนื่องจากตัวผู้มีกรามขนาดเล็กเกินกว่าจะกัดผ่านผิวหนังมนุษย์ พิษของแมงมุมสายพันธุ์นี้ส่งผลต่อระบบประสาท ทำให้กล้ามเนื้อเกร็งจนกลายเป็นอัมพาต ซึ่งหากการอัมพาตเกิดกับกระบังลมและหัวใจก็อาจทำให้ถึงแก่ความตายได้ ผู้ถูกกัดมักมีอาการแสดงออกราว 20 นาทีถึง 1 ชั่วโมงภายหลังจากถูกกัด ซึ่งความรุนแรงก็จะขึ้นกับปริมาณสารพิษที่ร่างกายได้รับ นอกจากนี้ยังอาจพบอาการข้างเคียงอื่นๆร่วมด้วย อาทิ ปวดท้องอย่างรุนแรง คลื่นไส้ อาเจียน เหงื่อออกมาก มือสั่น และชัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตึกแตนตำข้าวเป็นแมลงที่มีขั้นตอนการเจริญเติบโตที่ไม่สมบูรณ์ กล่าวคือไม่มีระยะดักแด้ ตึกแตนตำข้าวเมื่อฟักออกจากไข่มีขนาดเล็กมาก รูปร่างคล้ายมด แต่ครั้งที่มีการลอกคราบขนาด และรูปร่างก็จะเปลี่ยนแปลงไปโดยปีกจะยาวขึ้น หลังการลอกคราบครั้งสุดท้าย 2-3 สัปดาห์ ข้ำหรือ เรื้อขึ้นอยู่กับชนิด การผสมพันธุ์อาจใช้เวลานานเป็นวัน หรือแล้วแต่ความพอใจของตึกแตนตำข้าว หลังจากการผสมพันธุ์ประมาณ 1-2 สัปดาห์ ตัวเมียจะเริ่มวางไข่เป็นกลุ่มอัดเรียงกันแน่นเป็นฝักซึ่งจะ วางได้ติดต่อกันไปได้ 3-6 ฝัก ไข่ฟักเป็นตัวอ่อนภายใน 5-6 สัปดาห์

## บทที่ 4

### การออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการขั้นตอนหลักในการดึงดูดหรือเรียกความสนใจจากผู้บริโภค โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้าหรือบริการให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer-oriented) บรรจุภัณฑ์หมายถึงวัสดุใดๆ ที่นำมาใช้สำหรับห่อหุ้มป้องกัน ลำเลียง จัดส่ง และนำเสนอสินค้า ตั้งแต่วัตถุดิบถึงสินค้าที่ผ่านการผลิตตั้งแต่ผู้ผลิตถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภคโดยมีวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกัน หรือรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนมีคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด กล่าวโดยสรุปบรรจุภัณฑ์ (Package) มีความหมายถึง ภาชนะ กล่อง หีบ ห่อ ลัง พาเลท (Pallet) หรือสิ่งอื่นใดที่ทำหน้าที่เพื่อการบรรจุวัตถุดิบสินค้าหรือสิ่งของไว้ภายในซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้ระบบโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพและเป็นเครื่องมือในการกระจายสินค้า (Distribution) ไปสู่ผู้ใช้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค (สมพงษ์ เพ็ญอารมณ, 2550) ทั้งนี้สินค้าบรรจุภัณฑ์เป็นกลไกสำคัญให้มีการส่งมอบสินค้าแก่ผู้ที่ต้องการขายไปสู่ผู้ที่ต้องการซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งได้แก่การบ่งชี้ระบุข้อมูลของสินค้าบนกล่อง ลังหรือบรรจุภัณฑ์ รายละเอียดของสินค้า แหล่งที่ผลิตและแหล่งที่สินค้าจะมีการส่งมอบ

#### 4.2 วัสดุ

##### 4.2.1 เยื่อ และกระดาษ

นับได้ว่าเยื่อและกระดาษนำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์มากที่สุด และมีแนวโน้มใช้มากยิ่งขึ้นสืบเนื่องจากการรณรงค์ในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและกระดาษที่ใช้แล้ว สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ง่าย (Recycle) กระดาษเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ได้จากการปลูกป่าทดแทนกระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีหลายประเภทและสามารถพิมพ์ตกแต่งได้ง่ายและสวยงาม ทั้งสามารถเคลือบ หรือประกบติดกับวัสดุชนิดอื่นได้ดี นอกจากนี้ยังสะดวกต่อการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้เนื่องจากพับได้ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จากเยื่อ และกระดาษ ได้แก่ กล่องกระดาษแข็ง กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ เป็นต้น

ภาชนะบรรจุภัณฑ์ทำด้วยกระดาษ มีดังนี้

1 ถุงกระดาษ มี 2 ประเภท

1.1 ใช้กระดาษที่ใช้แล้วได้แก่กระดาษหนังสือพิมพ์มาพับเป็นถุงใช้ทั่วไป เมื่อใช้บรรจุอาหารหมักพิมพ์มีโอกาสปนเปื้อนกับอาหารได้ง่าย

1.2 ถุงกระดาษสีน้ำตาล ทำจากกระดาษเหนียว (Kraft Paper) ผลิตเป็น

อุตสาหกรรมมีหลายชนิดเช่นถุงปูนมีหลายชั้น หรือของสีน้ำตาลบรรจุเอกสารเป็นต้นกระดาษ

ประเภทนี้ถ้าไม่ผ่านการฟอกจะเป็นสีน้ำตาล ถ้าฟอกจะเป็นสีขาว

## 2 กล่องกระดาษแข็ง

2.1 กระดาษไม่เคลือบ

2.2 กระดาษเคลือบ

## 3 กล่องกระดาษลูกฟูก

กล่องกระดาษลูกฟูกเป็นกล่องที่สามารถออกแบบ ให้มีรูปทรงให้เหมาะกับตัวสินค้าได้ง่าย การจัดเก็บ และการขนส่งก็สะดวกสบายเพราะสามารถพับเก็บได้ มีสินค้าหลายชนิดนิยมใช้กล่องประเภทนี้เช่น ลังเปียร์ ลังผลไม้ เป็นต้น

### 4.2.2 พลาสติก

คุณสมบัติของพลาสติก คือ มีน้ำหนักเบาป้องกันการซึมผ่านของอากาศ และก๊าซได้ระดับหนึ่งสามารถต่อต้านการทำลายของแบคทีเรียและเชื้อรา คุณสมบัติหลายอย่างที่สามารถเลือกใช้งานที่เหมาะสม พลาสติกบางชนิดยังเป็นฉนวนกันความร้อนอีกด้วย ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกได้แก่ ฟิล์มพลาสติกรัตรูป ขวด ถาด กล่อง และโพน ภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยพลาสติก

พลาสติกเป็นสารสังเคราะห์จำพวกโพลีเมอร์ มีหลายชนิดและมีคุณสมบัติที่ แตกต่างกันไป เช่นกันการซึมของน้ำ อากาศ ไขมัน ทนต่อความเย็น และความร้อน ทนต่อกรด หรือด่าง ไม่เป็นตัวนำไฟฟ้า และความร้อน มีลักษณะอ่อนและแข็ง และมีหลายรูปทรง

พลาสติกแบ่งตามรูปแบบได้ 2 ประเภทคือ

1. ฟิล์มพลาสติก คือพลาสติกที่เป็นแผ่นบางๆ ใช้ห่อ หรือทำถุง เช่น

1.1 ถุงเย็น ทำมาจากพลาสติกชนิด พอลิเอทิลีน (PE) ชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDPE) ใช้บรรจุของเย็นสามารถบรรจุอาหารแช่แข็งได้

1.2 ถุงร้อน ทำมาจากพลาสติกชนิด พอลิโพรพิลีน (PP) มีลักษณะใสมากหรือ พอลิเอทิลีน (PE) ชนิดความหนาแน่นสูง (HDPE) ก็ได้

1.3 ถุงหิ้ว ทำมาจากพลาสติกชนิด พอลิเอทิลีน (PE) ชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDPE) และเป็นพลาสติกที่ใช้แล้วนำมาหลอมใช้ใหม่

1.4 ถุงซิปล เป็นถุงที่มีปากถุงล๊อคได้ทำมาจากพลาสติกชนิด พอลิเอทิลีน (PE) ชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDPE)

1.5 ถุงพลาสติกหลายชั้นประกบติดกัน บางครั้งเป็นพลาสติกชนิดต่างๆ บางครั้งเป็นพลาสติกกับแผ่นอลูมิเนียม เรียกว่า ลามิเนท (Laminate) ใช้บรรจุอาหารที่สามารถอุ่นด้วยการนำถุงลงต้มในน้ำเดือดได้ ถุงที่สามารถป้องกันไม่ให้อากาศเข้าได้เลย ถุงที่สามารถกันชื้น กันไขมันและกันแสงได้ เป็นต้น

1.6 พลาสติกหดรัตรูป (Shrink Film) ฟิล์มชนิดนี้ จะหดตัวเมื่อได้รับความร้อน ตัวอย่างเช่นพลาสติกหุ้มห่อกล่องนมที่แพคขายคราวละ 6 กล่อง เป็นต้น หรือฉลากที่ใช้ระบบการพิมพ์ลงบนฟิล์มชนิดนี้ เช่น ฉลากของขวดโค้ก เป็นต้น

### 4.3 การออกแบบกราฟฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟฟิกหมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะ ส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (To Communicate) ในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยา ต่อผู้อุปโภค บริโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้โนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต ด้วยการใช้วิธีการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมายและสัญลักษณ์ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

การออกแบบกราฟฟิก บรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่นราบของวัสดุเช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอาบดีบุก หรืออลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัตถุต่างๆ เหล่านี้ประกอบกันเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติก็อาจทำได้ 2 กรณีคือ ทำเป็นแผ่นฉลาก (Label) หรือแผ่นป้าย ที่นำไปติดบนแผ่นบรรจุภัณฑ์ประเภท Rigid Forms ที่ขึ้นรูปมาเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุ รูปทรง 3 มิติโดยตรงก็ได้ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆ เป็นหลัก

การออกแบบกราฟฟิก ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญนอกเหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำให้บรรจุภัณฑ์ ได้มีหน้าที่เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์และสลากรได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

4.3.1 การสร้างทัศนคติที่ตึงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นสลากร ได้ทำหน้าที่ เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ ในอันที่จะเสนอต่อผู้อุปโภค บริโภค แสดงออกถึงคุณงามความดีของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบที่ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยที่ลักษณะทางกราฟฟิก จะสื่อความหมายและปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดทั้งสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพ จนกระทั่งเกิดความศรัทธา เชื่อถือในผู้ผลิตในผลผลิตที่สุดด้วย

4.3.2 การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะกราฟฟิกเพื่อให้สื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัยใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ ในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจความหมายได้เช่นเดียวกับการใช้ภาพ และข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มิให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือ ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ ที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือ หลอดรูปทรงเหมือนกัน ผู้บริโภคก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางอันใดคือยา ทั้งนี้ก็โดยการสังเกตจากกราฟฟิก เช่น ลักษณะตัวอักษรหรือสีที่ใช้ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้ เกิดความรู้สึกผิดแผกจากกัน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3 การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการลักษณะรูปทรงและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ทั้งนี้เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับผู้แข่งขันในตลาดมีมาก ดังที่เห็นได้จากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรง และโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวด เครื่องดื่ม ขวดยา ซองปิดผนึก ( Pouch ) และกล่องกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาตรการบรรจุที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟิก จึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะของตน ( Brand Image ) ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เกิดความชัดเจน ผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตา และเรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำได้ ตลอดจนซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

4.3.4 การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ เป็นการให้ข่าวสารข้อมูลส่วนผสมหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ภายใต้ว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัย การออกแบบการจัดวาง ( Layout ) ภาพประกอบข้อความสั้นๆ ( Slogan ) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรองคุณภาพและอื่นๆ ให้สามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดงบทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบจึงเปรียบเสมือน การสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็น พนักงานขายเงียบ ( The Silent Salesman ) ที่ทำหน้าที่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อ ( Point of Purchase ) นั่นเอง

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อ บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงานพิมพ์ 3 มิติ และมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มีเพียง 2 มิติหรือด้านเดียว

นักออกแบบบางท่าน ได้เปรียบเทียบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ว่าเปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์ เริ่มต้นจากรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ อันได้แก่ ทรงสี่เหลี่ยมของกล่อง ทรงกลมของขวด หรือกระป๋อง เป็นต้น รูปร่างเหล่านี้เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์ เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณของสินค้า การออกแบบทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์จึงเปรียบเสมือนระบบการทำงานของมนุษย์ ในการออกแบบ นักออกแบบจะนำเอาองค์ประกอบต่างๆ อันได้แก่ กลยุทธ์การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และสภาวะคู่แข่ง มาเป็นแนวความคิดในการออกแบบให้สนองกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ด้วยเหตุนี้ ในแง่ของนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบอาจจะเขียน เป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้

$$\text{การออกแบบ} = \text{คำบรรยาย} + \text{สัญลักษณ์} + \text{ภาพพจน์}$$

$$\text{Design} = \text{Words} + \text{Symbols} + \text{Image}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสมการนี้ คำบรรยาย และสัญลักษณ์มีความเข้าใจ ตามความหมายของคำ ส่วนภาพพจน์นั้น ค่อนข้างจะเป็นนามธรรม เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปวาด และรูปถ่าย ผสมผสานกัน ออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่ายๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา

A = Aesthetic มีความสวยงาม ชวนมอง

F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก

E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

## บทที่ 5

### การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

#### 5.1 Concept Brand

แบรนด์เครื่องสำอางที่นำเอาลักษณะเด่น พฤติกรรม และสัญชาตญาณของความเป็นนักล่าของสัตว์มาปรับเป็นคอนเซ็ปต์ มีความสวโยบเฉียวไม่ซ้ำใคร ฉีกกฎภาพลักษณ์แบบเดิมๆ

##### 5.1.1 ภาพลักษณ์ของแบรนด์

ภาพลักษณ์ของแบรนด์ประกอบด้วยคีย์เวิร์ดหลักสามคำคือ Fierce Wild และ Seductive ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้แบรนด์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

##### 5.1.2 กลุ่มเป้าหมาย

ผู้หญิงนักศึกษาถึงวัยเริ่มทำงาน ที่ชื่นชอบการแต่งหน้า มีบุคลิกที่มั่นใจ กล้าลองสิ่งใหม่ๆ

#### 5.2 แนวทางการออกแบบ

##### 5.2.1 แนวทางที่ 1 Feeling

เปรียบพฤติกรรมการออกล่า และการดำรงชีวิตของสัตว์ 3 ชนิดออกมาเป็นความรู้สึก

##### Mysterious



ผีเสื้อกลางคืน (Moth)

##### Elegance



หงส์ขาว (Mute swan)

##### Powerful



ผึ้งนางพญา (Queen bee)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในโครงการออกแบบเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.2.2 แนวทางที่ 2 Hunter (Rainforest)

ดึงเอาลักษณะเด่นและสัญชาตญาณนักล่าของสัตว์จากป่าดงดิบมาเป็นคอนเซ็ปต์ในการออกแบบ



เสือจากรัวร์  
(Jaguar)



อินทรีฮาร์ปี  
(Harpy Eagle)



กบลูกศรพิษ  
(Poison Dart Frog)



งูเหลือมต้นไม้  
(Emerald Tree Boas)



ปลาปิรันย่า  
(Piranha)



ภาพที่ 5.2 ภาพแนวทางการออกแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.2.3 แนวทางที่ 3 Hunter (Female)

ดึงเอาลักษณะเด่นและสัญชาตญาณนักล่าของแมลงตัวเมียที่มีความดุร้าย สื่อได้  
ถึงผู้หญิงที่สวยมีลูกคุดันและมีเสน่ห์



นักล่าแบบคุดัน  
แมงป่องข้าง  
(Black scorpion)



นักล่าเจ้าเล่ห์  
แมงมุมแม่ม่ายดำ  
(Black widow spider)



นักล่าพรางตัว  
ตั๊กแตนตำข้าว  
(Mentis)



ภาพที่ 5.3 ภาพแนวทางการออกแบบที่ 3

จากแนวทางข้างต้น จึงสรุปได้ว่า แนวทางที่ 3 Hunter (Female) คือแนวทางที่ตอบโจทย์  
กับกลุ่มเป้าหมายและ Concept Brand ได้มากที่สุด จึงได้เลือกนำไปพัฒนาต่อไป

## 5.3 ขอบเขตของงาน

### 5.3.1 สัญลักษณ์แบรนด์

### 5.3.2 กล้อง Packaging โดยจะแบ่งเป็น 3 เซ็ต

#### 1 เซตแมงป่อง (Black Scorpion Set) ประกอบด้วย

- 1.1 ตลับอายแชโดว์
- 1.2 ตลับบลัชออน
- 1.3 กล้องและฉลากลิปสติก 2 แท่ง
- 1.4 คุชชั่น

#### 1.5 อายไลเนอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.6 ดินสอเขียนคิ้ว
  - 1.7 มาสคาร่า
  - 1.8 น้ำยาทาเล็บ 2 ขวด
  - 1.9 แปรงปิดแก้ม
  - 1.10 แปรงแต่งตา
- 2 เซตแมงมุมแม่ม่ายดำ (Black widow spider set) ประกอบด้วย
- 2.1 ตลับอายแชโดว์
  - 2.2 ตลับบลัชออน
  - 2.3 กล้องและฉลากลิปสติก 2 แท่ง
  - 2.4 कुซชั่น
  - 2.5 อายไลเนอร์
  - 2.6 ดินสอเขียนคิ้ว
  - 2.7 มาสคาร่า
  - 2.8 น้ำยาทาเล็บ 2 ขวด
  - 2.9 แปรงปิดแก้ม
  - 2.10 แปรงแต่งตา
- 3 เซตแมงป่อง (Mentis set) ประกอบด้วย
- 3.1 ตลับอายแชโดว์
  - 3.2 ตลับบลัชออน
  - 3.3 กล้องและฉลากลิปสติก 2 แท่ง
  - 3.4 कुซชั่น
  - 3.5 อายไลเนอร์
  - 3.6 ดินสอเขียนคิ้ว
  - 3.7 มาสคาร่า
  - 3.8 น้ำยาทาเล็บ 2 ขวด
  - 3.9 แปรงปิดแก้ม
  - 3.10 แปรงแต่งตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### วิเคราะห์แบรนด์คู่แข่ง

ตลาดเครื่องสำอางที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นในประเทศไทย ถ้าแบ่งกลุ่มตามประเทศที่ถือกำเนิดภายในโซนเอเชีย จะแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

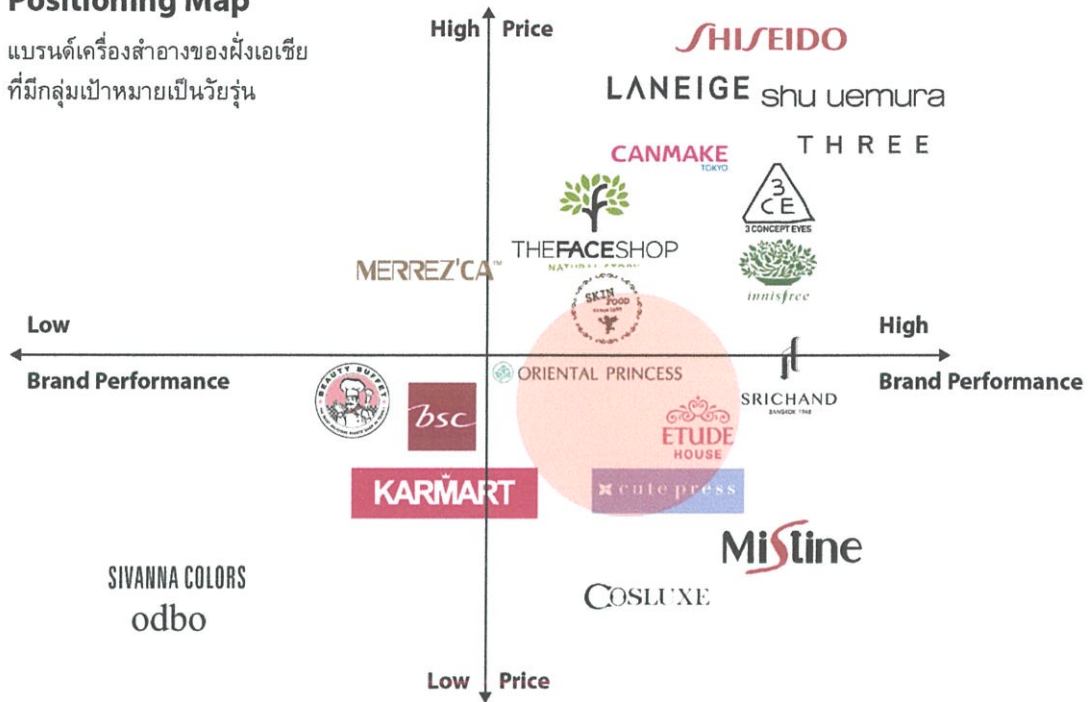
เกาหลี	ญี่ปุ่น	ไทย
3CE	Canmake	Beauty Buffet
Etude House	Shu uemura	Bisous
Holika Holika	Shiseido	BSC
Innisfree	Majolica Majorca	Cosluxe
Laneige	Za	Cute Press
Mille		Giffarine
Missha		Karmart
Peripera		Merrez'ca
Skinfood		Mistine
The Face Shop		Odbo
		Oriental Princess
		Sivanna colors
		Srichand
		Super Mom
		Three

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อนำแบรนด์เครื่องสำอางของทางฝั่งเอเชียที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันมาสรุปเป็น Positioning Map จะได้ดังนี้

**Positioning Map**

แบรนด์เครื่องสำอางของฝั่งเอเชียที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น



ภาพที่ 6.1 ภาพแผนภาพแสดง Positioning Map

จาก Positioning Map สรุปได้ว่ามีแบรนด์เครื่องสำอาง 4 แบรนด์ที่เป็นคู่แข่ง ดังนี้  
1 Skinfood



สกินฟู้ดเป็นแบรนด์เครื่องสำอางสัญชาติเกาหลี ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นที่ความเป็นธรรมชาติ และความเรียบง่าย

ภาพที่ 6.2 ภาพแบรนด์ Skinfood

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ที่มา : [www.skinfoodthailand.com/](http://www.skinfoodthailand.com/)  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2 Etude House

อีทูดีเป็นแบรนด์เครื่องสำอางสัญชาติเกาหลี เน้นไปที่โทนสีพาสเทล สู่ถึงผู้หญิงที่มีความน่ารักสดใส สไตล์เจ้าหญิง



ภาพที่ 6.3 ภาพแบรนด์ Etude House  
ที่มา : <https://www.etudehouse.com/>

## 3 Oriental Princess

โอเรียนทอล พรินเซสเป็นแบรนด์เครื่องสำอางสัญชาติไทย มีเอกลักษณ์ที่ความเรียบหรู และมีสไตล์ เน้นความมั่นใจเป็นตัวของตัวเองของผู้หญิง



ภาพที่ 6.4 ภาพแบรนด์ Oriental Princess  
ที่มา : <https://www.orientalprincess.com/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4 Cute Press

คิวเพรสเป็นแบรนด์เครื่องสำอางสัญชาติไทย ปัจจุบันได้มีการปรับภาพลักษณ์ใหม่ให้น่ารัก และเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้ง่ายขึ้น



ภาพที่ 6.5 ภาพแบรนด์ Cutepress

ที่มา : <https://cutepress.com/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

### การออกแบบและพัฒนาแบบร่าง

#### 7.1 การออกแบบ

จากการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น สรุปได้ว่าจะใช้ Concept “Hunter (Female)” โดยดึงลักษณะเด่นของแมลงทั้ง 3 ชนิดมาดัดแปลง และตัดทอนเป็นกราฟิกอิลลิวชัน

##### ลักษณะเด่นของแมงป่อง

- มักจะหลบซ่อนตัวอยู่ตามสถานที่มืด เช่น ใต้ดิน ตามซอกหิน
- เปลือกของแมงป่อง มีสารที่เรืองแสงภายใต้แสงอุลตราไวโอเล็ต
- ออกหากินตอนกลางคืน

##### ลักษณะเด่นของแมงมุมแม่หมาดำ

- ใช้ใยเป็นที่อยู่อาศัย และได้ใช้ดักจับเหยื่อมาเป็นอาหาร
- มีสัญลักษณ์รูปร่างพิกาทราายสีแดงอยู่ที่ใต้ท้อง

##### ลักษณะเด่นของตั๊กแตน

- เป็นสัตว์นักล่าที่สามารถอำพรางตนให้เหมือนกับสิ่งแวดล้อมได้ เช่น ต้นไม้ ใบไม้
- มีปีกในที่ซ่อนอยู่ภายใต้ปีกหลัก
- มีขาคู่ที่มีใบเลื่อย ไว้สำหรับบอกล่าเหยื่อ

#### 7.2 Logo

เริ่มต้นพัฒนา Logo จากชื่อของแบรนด์โดยเลือกใช้คำที่สื่อความหมายออกมาให้เข้ากับคอนเซ็ปต์ของแบรนด์ที่มีความดูดี และเกี่ยวข้องกับสัตว์และป่า ดังนี้

- 1 Instinct สัญชาตญาณนักล่าที่แฝงอยู่ในตัวของผู้หญิง
- 2 Into The Wild จากคอนเซ็ปต์แบรนด์ที่ตั้งมาจากสัตว์ป่า
- 3 Wildness ความสวยที่แฝงไปด้วยความดุร้าย และเกรี้ยวกราดเหมือนสัตว์นักล่า

จากตัวเลือกด้านบน ได้สรุปว่าเลือก “Wildness” เป็นชื่อแบรนด์ เพราะมีความหมายที่ตรงกันกับคอนเซ็ปต์ของแบรนด์มากที่สุด และความยาวของคำนั้น ไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 7.2.1 Sketch Brand Logo แบ่งออกเป็น 3 แนวทาง

#### แนวทางที่ 1 : Brush / Freehand lettering



ภาพที่ 7.1 ภาพ Sketch Brand Logo แนวทางที่ 1

#### แนวทางที่ 2 : Claw



ภาพที่ 7.2 ภาพ Sketch Brand Logo แนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางที่ 3 : W + Rose Thorn



ภาพที่ 7.3 ภาพ Sketch Brand Logo แนวทางที่ 3

7.2.2 สรุป Logo ที่เลือกใช้



ภาพที่ 7.4 ภาพ Sketch Brand Logo ที่เลือกใช้

7.2.3 Sketch Collection Logo “Wicked Wildlife”

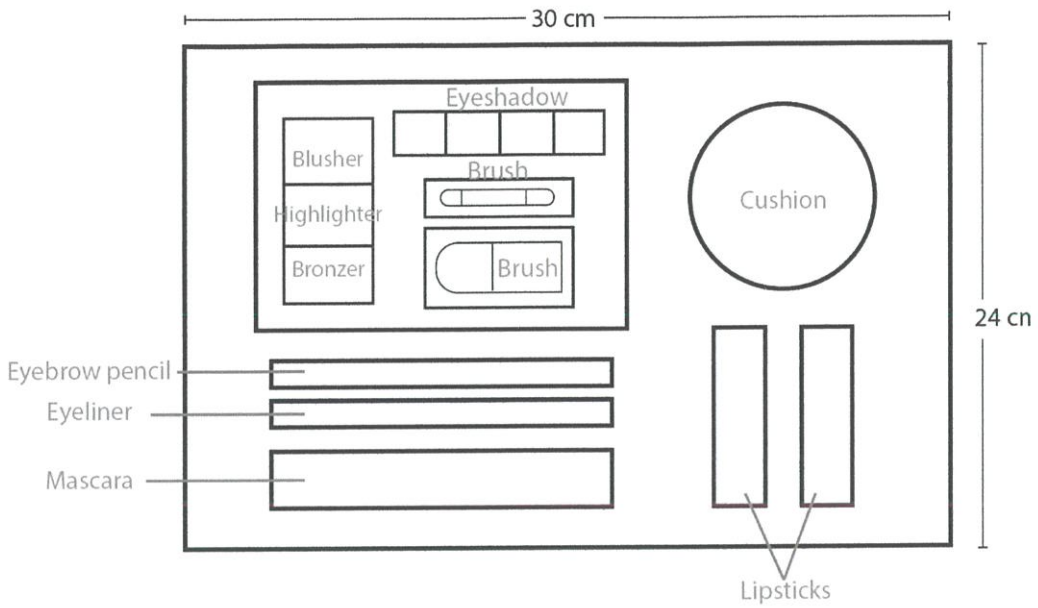


ภาพที่ 7.5 ภาพ Sketch Collection Logo

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

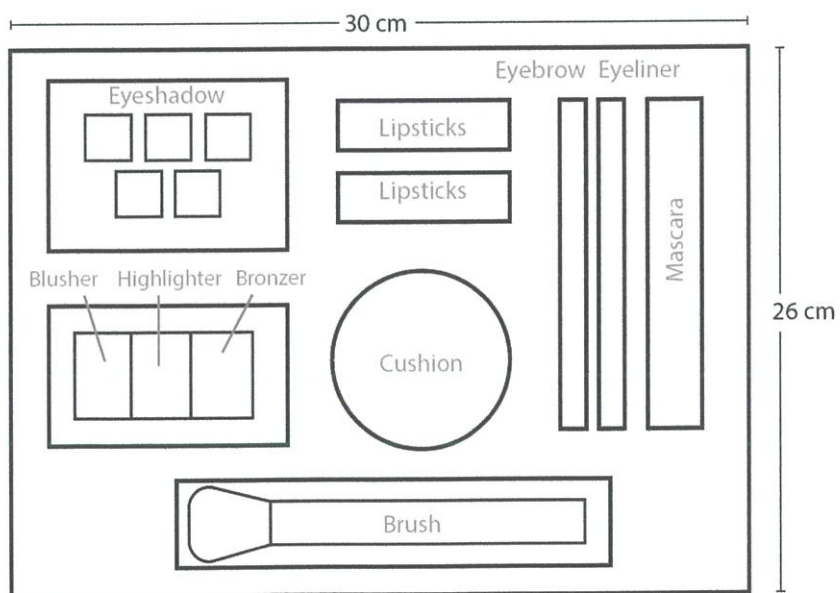
### 7.3 การจัดเซตภายในกล่อง

7.3.1 แนวทางที่ 1 จัดเซตอายุแฮโดว์ และบลัชออนอยู่ในตลับเดียวกัน เพื่อความสะดวกในการพกพา



ภาพที่ 7.6 ภาพการจัดเซตภายในกล่อง ครั้งที่ 1 แนวทางที่ 1

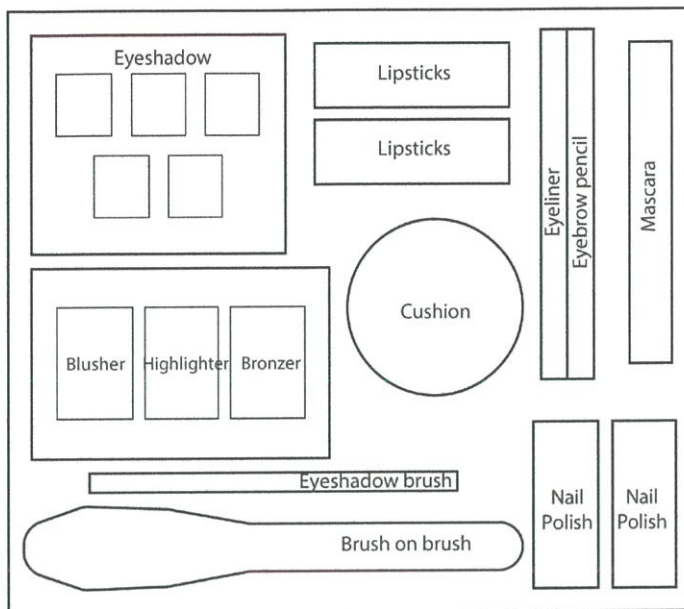
7.3.2 แนวทางที่ 2 จัดเซตแยกกันแต่ละชิ้น เพื่อจะได้โชว์กราฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์ได้มากขึ้น



ภาพที่ 7.7 ภาพการจัดเซตภายในกล่อง ครั้งที่ 1 แนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

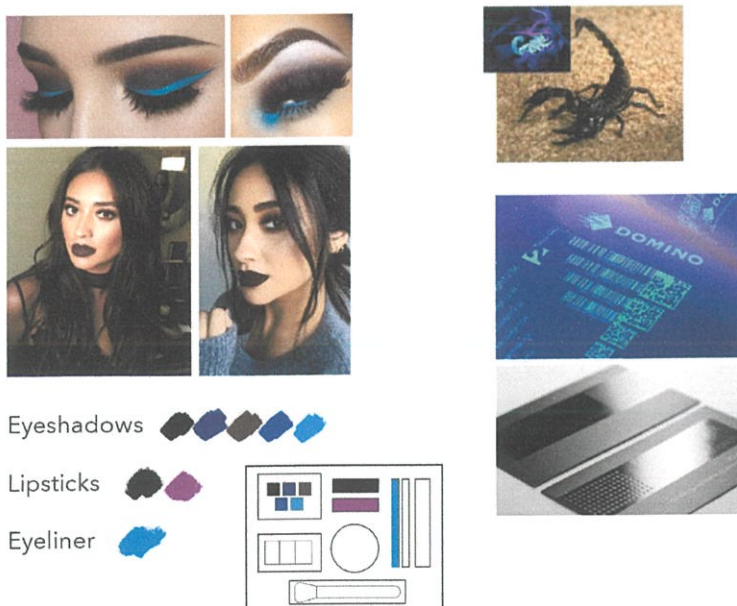
7.3.3 นำแนวทางที่ 2 มาพัฒนาต่อ โดยเพิ่มแปรงสำหรับทาอายแชโดว์ และยาทาเล็บ 2 ขวด และจัดการพื้นที่ว่างภายในกล่องเพื่อลดขนาดกล่องลงไม่ให้เหอะทะเกินไป



ภาพที่ 7.8 ภาพการจัดเซตภายในกล่อง ครั้งที่ 2

### 7.4 การจัดคู่สี และเทคนิคของแต่ละเซต

เซตแมงป่อง ใช้เทคนิค Spot UV และพิมพ์สีเรืองแสง เพราะเปลืองของแมงป่องมีความเงา และสามารถเรืองแสงใต้ไฟแบล็กไลท์ได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ ภาพที่ 7.9 ภาพการจัดคู่สี และเทคนิคของเซตแมงป่อง นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เซตแมงมุมแม่ม่ายดำ ใช้เทคนิคการปั้มนูนให้ได้ลักษณะเหมือนใยแมงมุม



ภาพที่ 7.10 ภาพการจัดคู่สี และเทคนิคของเซตแมงมุมแม่ม่ายดำ

เซตตั๊กแตน ใช้เทคนิคฉลุ เพราะตั๊กแตนเป็นสัตว์นักล่าที่อำพรางตัวกับสิ่งแวดล้อม



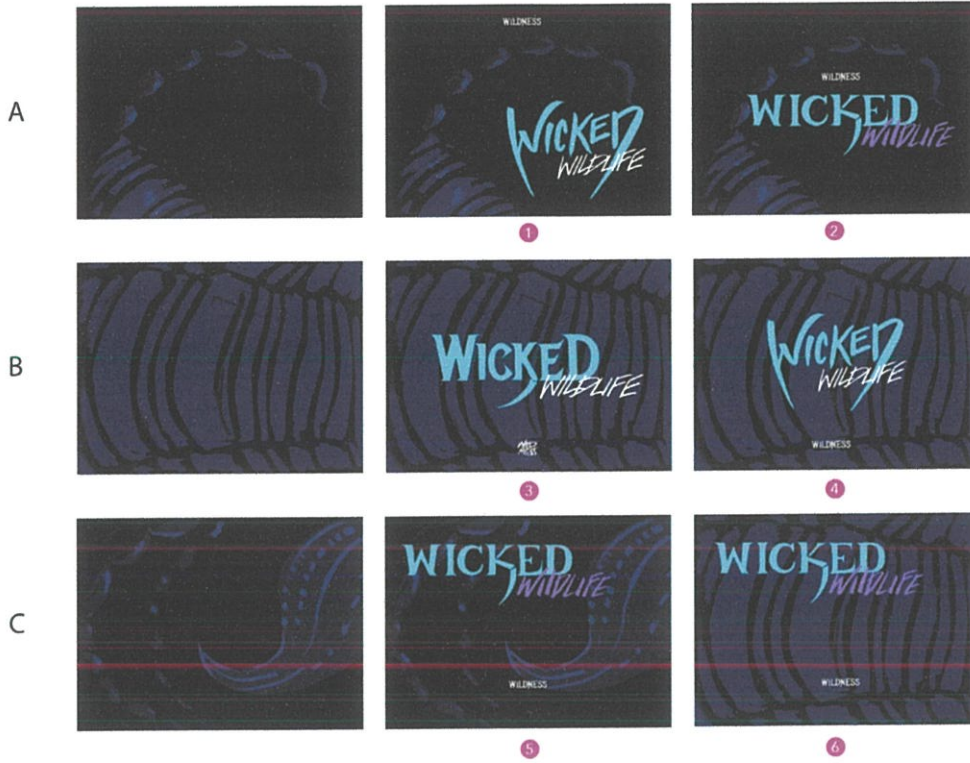
ภาพที่ 7.11 ภาพการจัดคู่สี และเทคนิคของเซตตั๊กแตน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการแข่งขันเพื่อสมัครศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

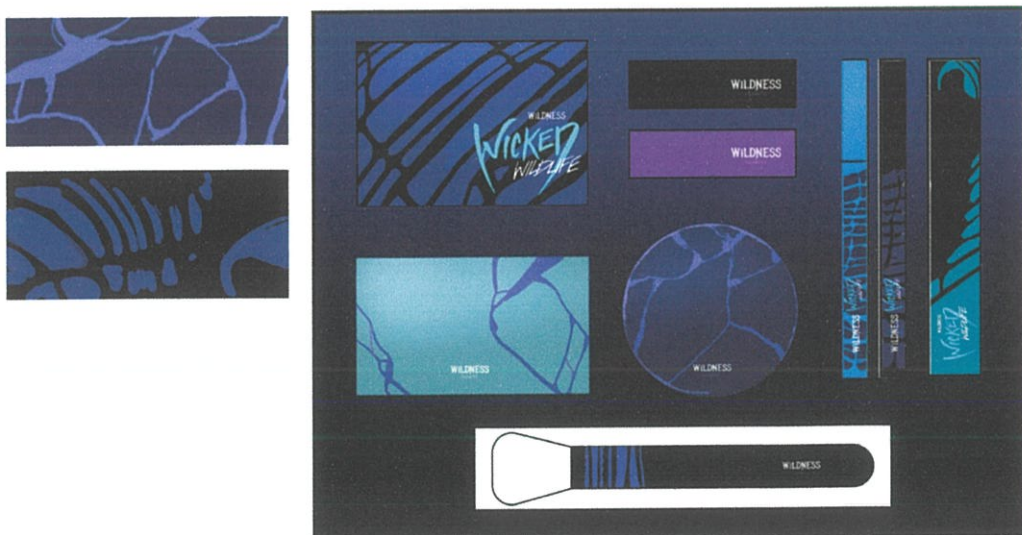
## 7.5 กราฟิก

## แบบร่างครั้งที่ 1

## เซตแมงป่อง



ภาพที่ 7.12 ภาพแบบร่างกล่องภายนอก เซตแมงป่องครั้งที่ 1



ภาพที่ 7.13 ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตแมงป่องครั้งที่ 1

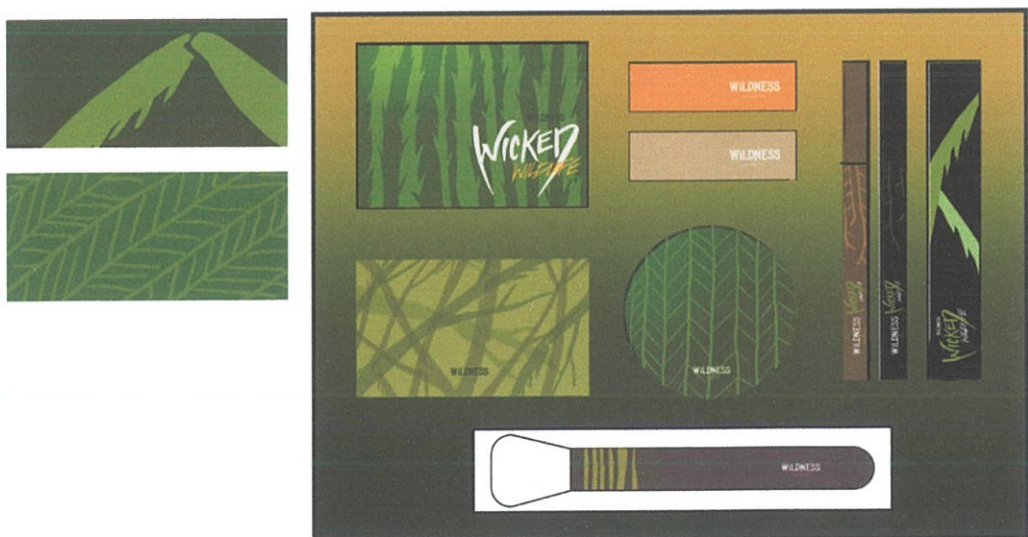
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## เซตตักแตน



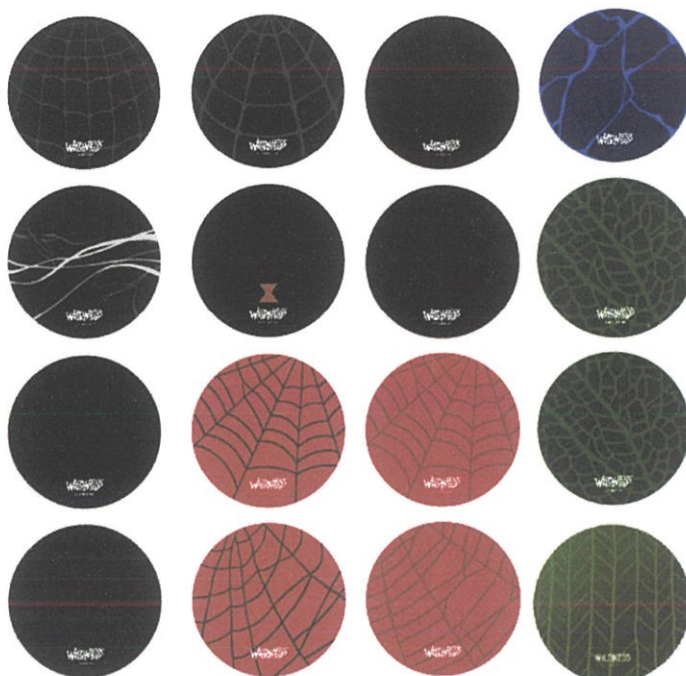
ภาพที่ 7.16 ภาพแบบร่างกล่องภายนอก เซตตักแตนครั้งที่ 1



ภาพที่ 7.17 ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตตักแตนครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 2 สรุปว่าตัดเอาชื่อของคอลเลคชั่นออก เหลือแค่ชื่อแบรนด์บนตัวแพคเกจ



ภาพที่ 7.18 ภาพแบบร่างกราฟิกบนตลับคุชชั่นครั้งที่ 2

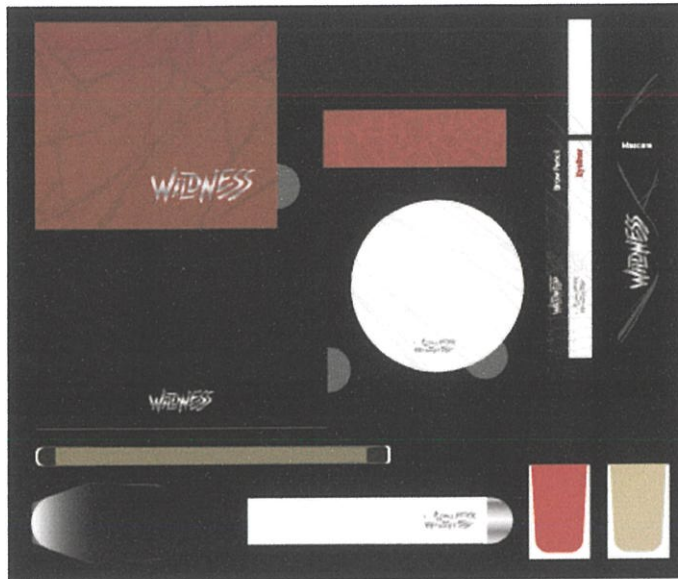
เซตแมงป่อง



ภาพที่ 7.19 ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตแมงป่องครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### เซตแมงมุมแม่ม่ายดำ



ภาพที่ 7.20 ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตแมงมุมแม่ม่ายดำครั้งที่ 2

### เซตตึกแตก



ภาพที่ 7.21 ภาพแบบร่างกล่องภายใน เซตตึกแตกครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 8

## ผลงานจริง

## 8.1 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

## 8.1.1 สัญลักษณ์แบรนด์



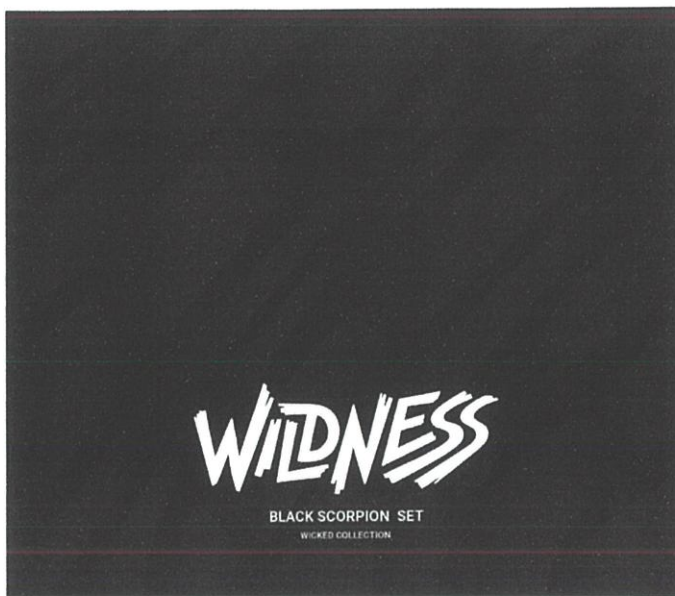
ภาพที่ 8.1 ภาพสัญลักษณ์แบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 8.1.2 Packaging

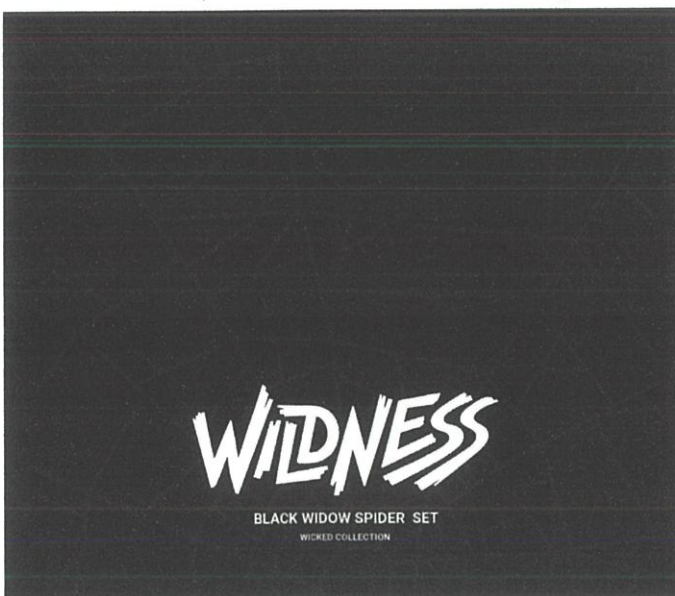
### 8.1.2.1 ตัวกล่องภายนอก 31 x 27 x 5 เซนติเมตร

1 เซตแมงป่อง (เทคนิคพิเศษ : พิมพ์ Spot UV)



ภาพที่ 8.2 ตัวกล่องภายนอกเซตแมงป่อง

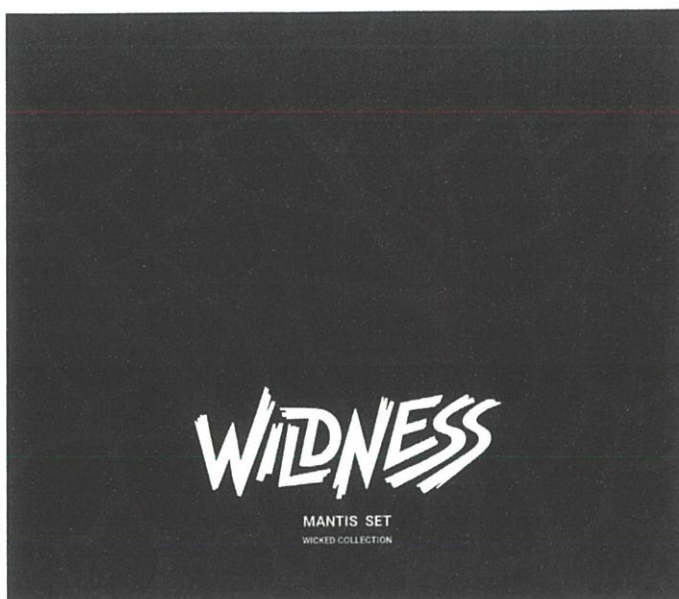
2 เซตแมงมุมแม่ม่ายดำ (เทคนิคพิเศษ : ปั้นนูน)



ภาพที่ 8.3 ตัวกล่องภายนอกเซตแมงมุมแม่ม่ายดำ

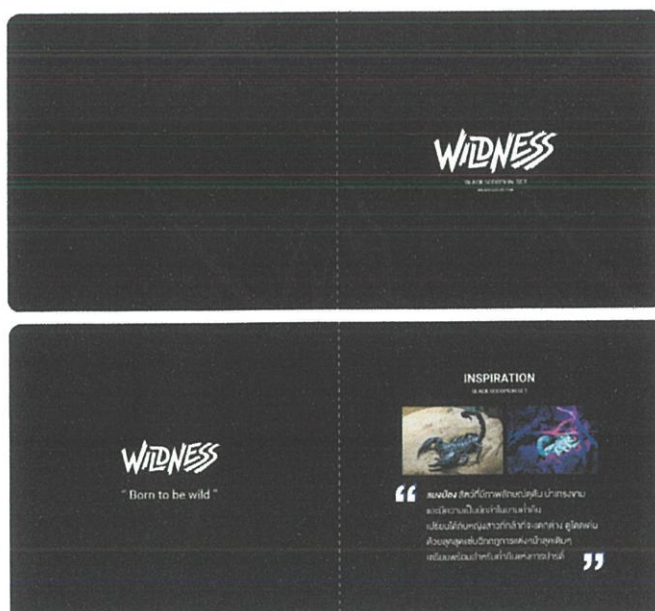
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3 เซตตักแตน (เทคนิคพิเศษ : ฉลุ)



ภาพที่ 8.4 ตัวกล่องภายนอกเซตตักแตน

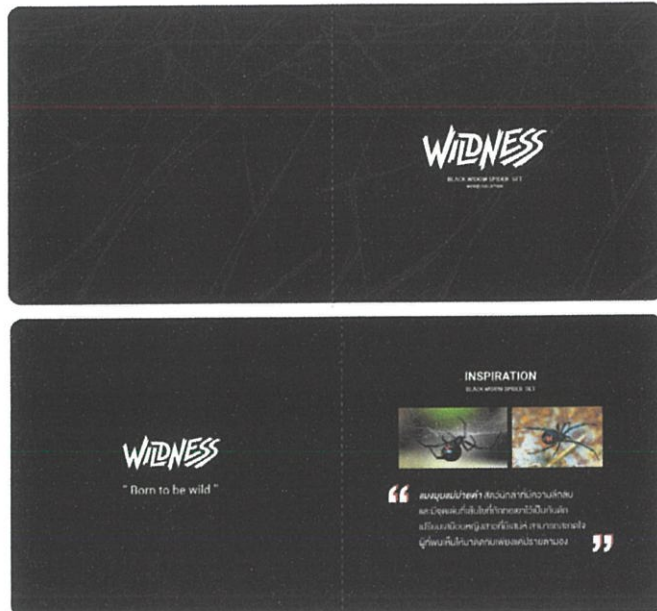
#### 8.1.2.2 แผ่น Inspiration ด้านในกล่อง ขนาดก่อนพับ 22 x 10 เซนติเมตร เซตแมงป่อง



ภาพที่ 8.5 แผ่น Inspiration เซตแมงป่องหน้า-หลัง

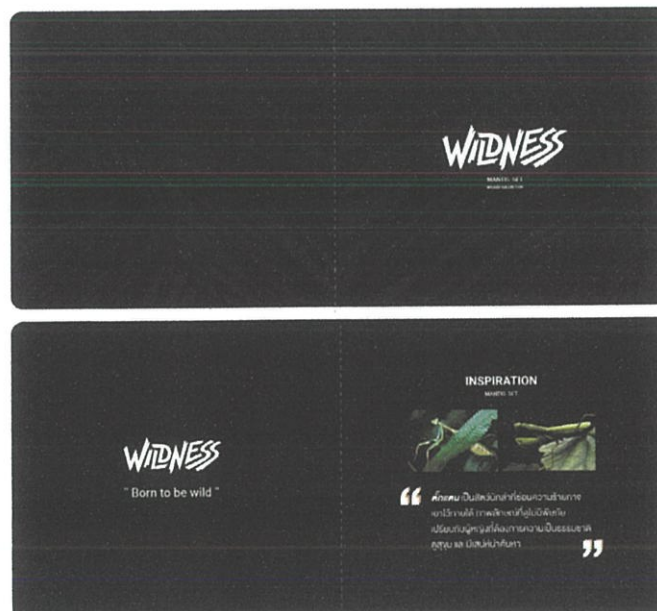
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เซตแมงมุมมายาค้า



ภาพที่ 8.6 แผ่น Inspiration เซตแมงป่องหน้า-หลัง

เซตตุ๊กแตน



ภาพที่ 8.7 แผ่น Inspiration เซตแมงป่องหน้า-หลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 8.1.2.3 ตลับคุชชั่น

- ด้านหน้าเส้นผ่านศูนย์กลาง 7.3 เซนติเมตร
- ด้านหลังเส้นผ่านศูนย์กลาง 5 เซนติเมตร



ภาพที่ 8.8 ตลับคุชชั่นเซตแมงป่องหน้า-หลัง



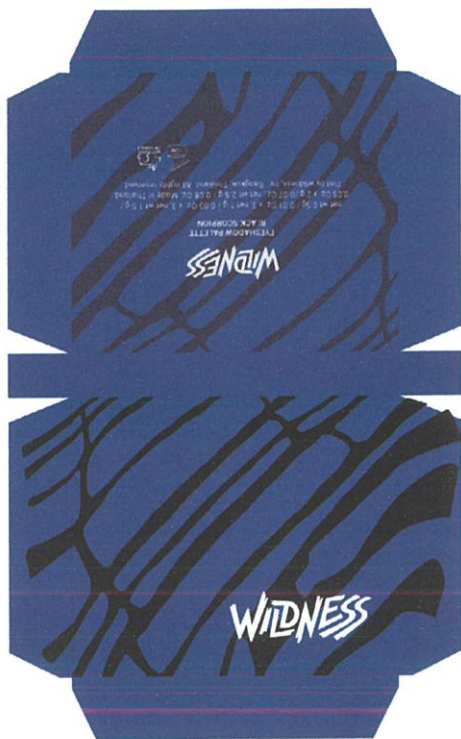
ภาพที่ 8.9 ตลับคุชชั่นเซตแมงมุมแม่ม้ายาดำหน้า-หลัง



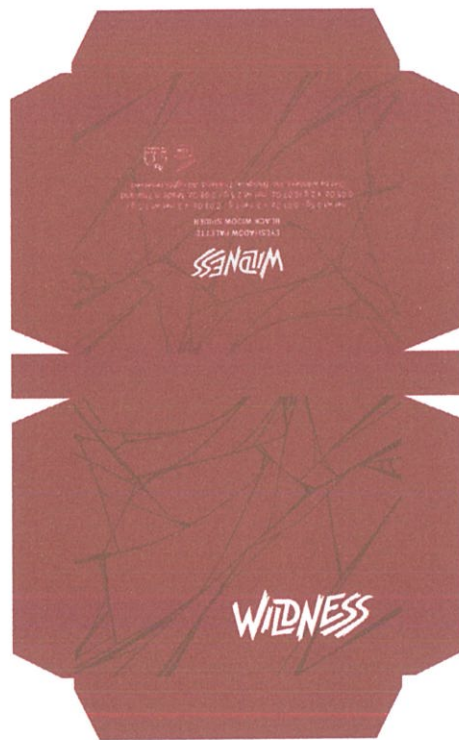
ภาพที่ 8.10 ตลับคุชชั่นเซตตักแทนหน้า-หลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

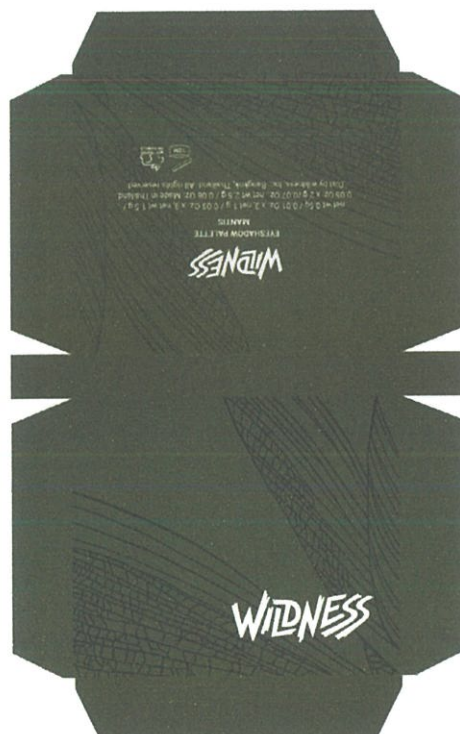
## 8.1.2.4 พาเลทอายุแซโดว์ ขนาด 10.5 x 9 x 1.5 เซนติเมตร



ภาพที่ 8.11 พาเลทอายุแซโดว์  
เซตแมงป่อง

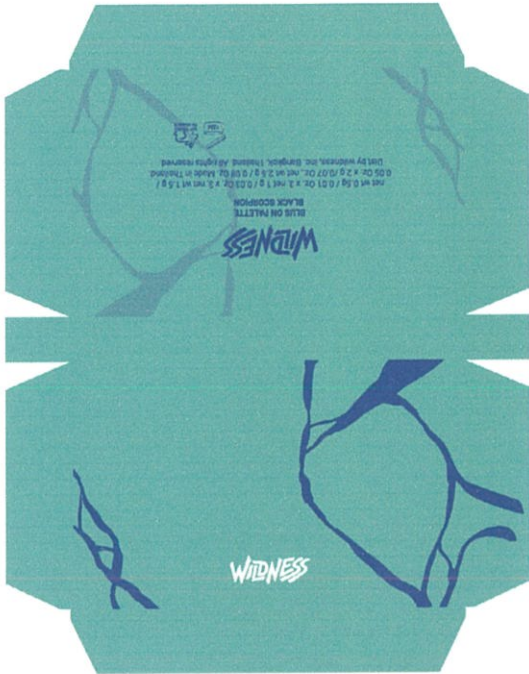


ภาพที่ 8.12 พาเลทอายุแซโดว์  
เซตแมงมุมแม่ม้ายดำ

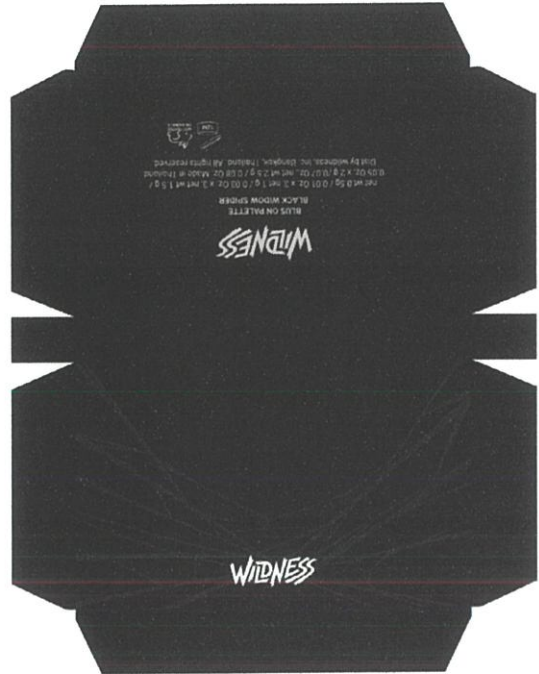


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภาพที่ 8.13 พาเลทอายุแซโดว์เซตตึกแดง ขนาดให้หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 8.1.2.5 พาเลทบล็ชออน ขนาด 12.3 x 7.7 x 1.5 เซนติเมตร



ภาพที่ 8.14 พาเลทบล็ชออน  
เซตแมงป่อง



ภาพที่ 8.15 พาเลทบล็ชออน  
เซตแมงมุมแม่ม่ายดำ



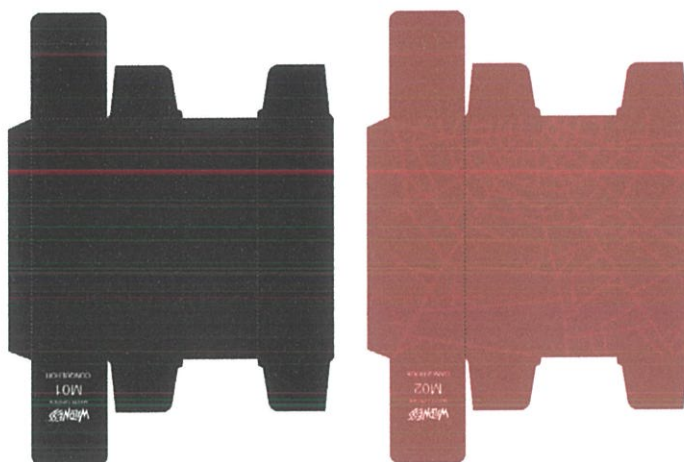
ภาพที่ 8.16 พาเลทบล็ชออนเซตตึกแตน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

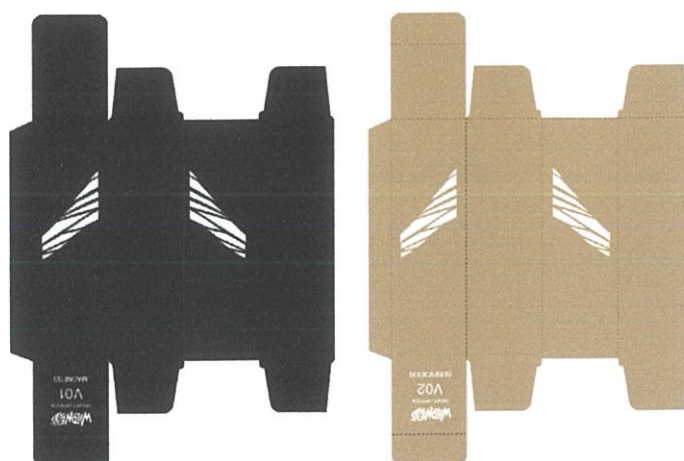
## 8.1.2.6 กล่องลิปстик ขนาด 2.5 x 2.5 x 8 เซนติเมตร



ภาพที่ 8.17 กล่องลิปстикเซตแมงป่อง

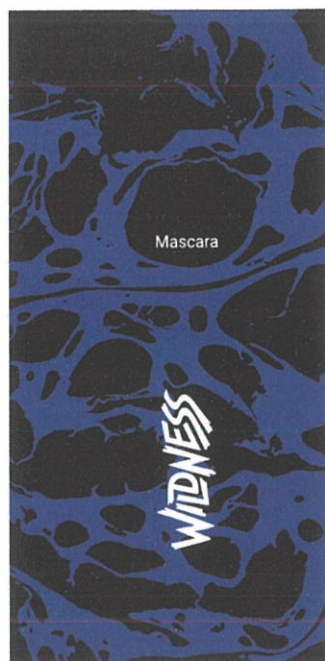


ภาพที่ 8.18 กล่องลิปстикเซตแมงมุมแม่ม้ายดำ

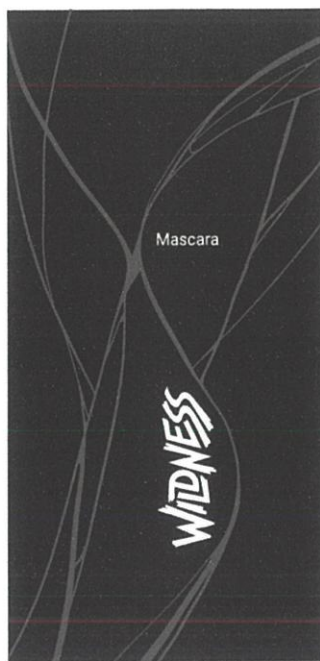


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการจัดทำเอกสารเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

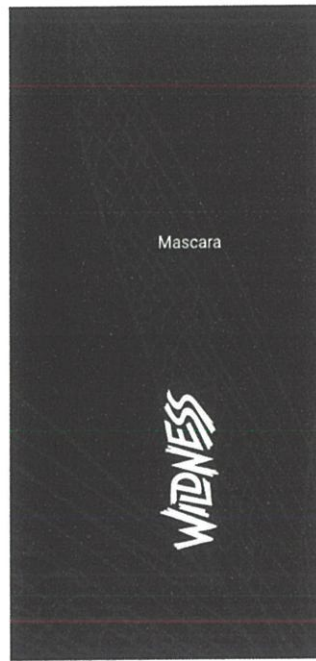
## 8.1.2.7 ฉลากมาสคาร่า ขนาด 6.5 x 13.5 เซนติเมตร



ภาพที่ 8.20 ฉลากมาสคาร่า  
เซตแมงป่อง



ภาพที่ 8.21 ฉลากมาสคาร่า  
เซตแมงมุมม้ายดำ



ภาพที่ 8.22 ฉลากมาสคาร่า  
เซตตึกแตน

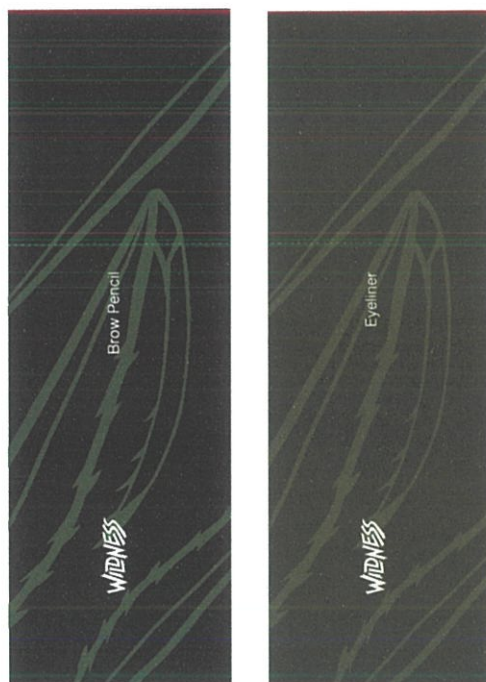
## 8.1.2.8 ฉลากดินสอเขียนคิ้ว และอายไลเนอร์ ขนาด 4.75 x 14.5 เซนติเมตร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ภาพที่ 8.23 ฉลากดินสอเขียนคิ้ว และอายไลเนอร์เซตแมงป่อง  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8.24 ฉลากดินสอเขียนคิ้ว และอายไลเนอร์เซตแมงมุมแม่ม้ายดำ



ภาพที่ 8.25 ฉลากดินสอเขียนคิ้ว และอายไลเนอร์เซตตึกแตน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 8.1.2.9 ฉลากสติ๊กเกอร์



ภาพที่ 8.26 ฉลากสติ๊กเกอร์มาสคาร่า



ภาพที่ 8.27 ฉลากสติ๊กเกอร์ลิปสติก แท่งลิปสติก + กล่อง



ภาพที่ 8.28 ฉลากสติ๊กเกอร์น้ำยาทาเล็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 8.1.3 Font

**ENGLISH****Roboto**

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

## DB HelvethaicaMon X

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

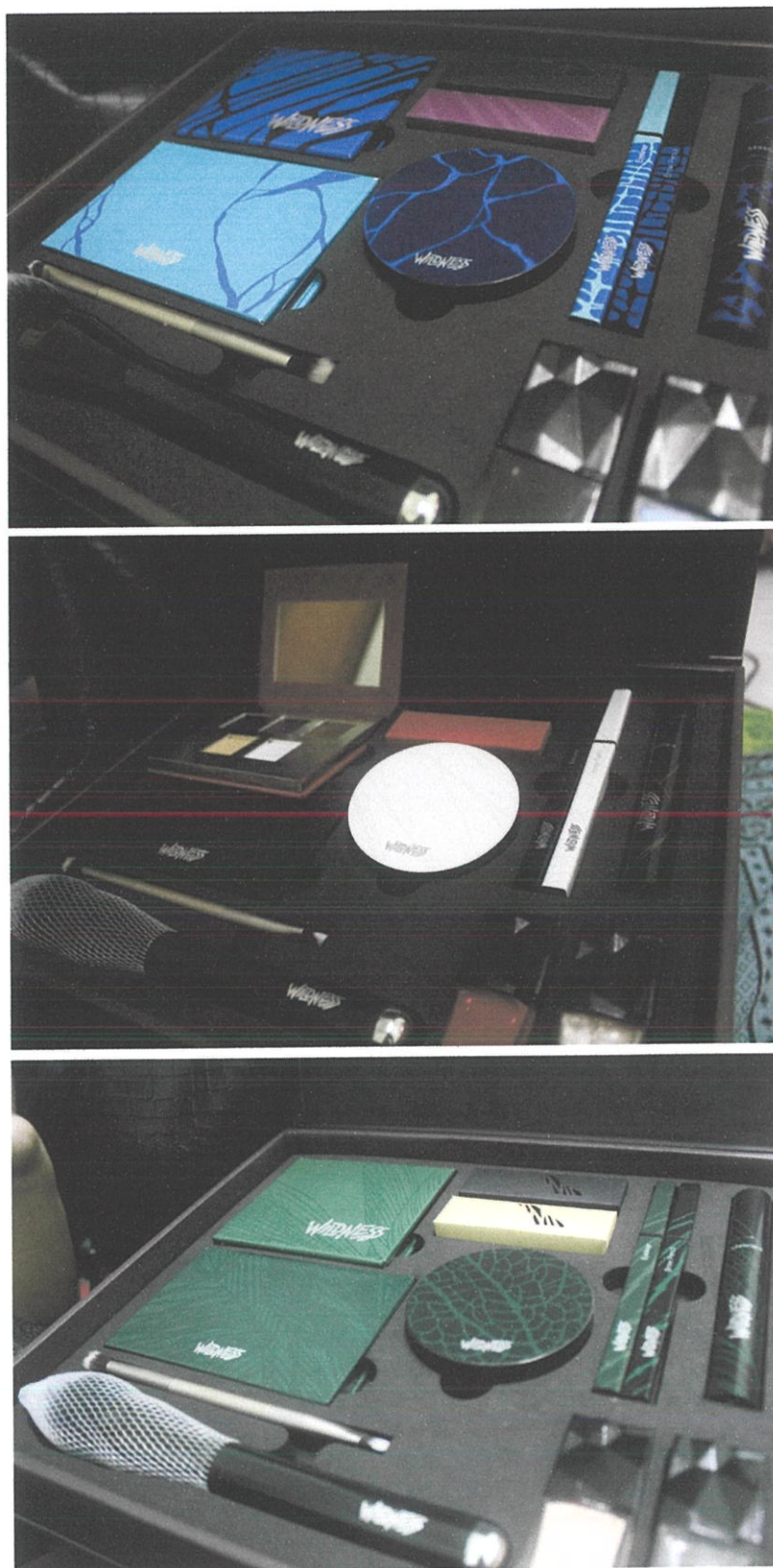
ภาพที่ 8.29 ภาพ Font ที่เลือกใช้

## 8.2 ผลงานจริง



ภาพที่ 8.30 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8.31 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8.32 ภาพผลงานจริง



ภาพที่ 8.33 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 9

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์เครื่องสำอาง “ไวต์เนส” มี ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาระหว่างการทำงานดังนี้

ช่วงแรกควรคำนวณภาระงานตั้งแต่เสนอหัวข้อโครงการ จำกัดขอบเขตของโครงการให้ ดี และคิดคอนเซ็ปต์ทีละขั้น จากแบรนด์ไปสู่ตัวคอลเลคชั่นเพื่อป้องกันการเกิดความสับสน ต่อมาผู้จัดทำได้พบปัญหาระหว่างการทำงานคือ ปัญหาการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีเทคนิคพิเศษ นั้นมีราคาสูง และเหมาะสำหรับผลิตในปริมาณที่มาก จึงไม่สามารถใช้เทคนิคพิเศษกับชิ้นงาน ได้ตามที่คาดไว้ วิธีการแก้ปัญหาคือ วางแผนล่วงหน้า ควรหาโรงพิมพ์และโทรสอบถามเกี่ยวกับการรับพิมพ์ล่วงหน้า ควรเผื่อเวลาสำหรับการสั่งพิมพ์ก่อนวันส่งจริง 2 อาทิตย์ อาทิตย์แรก สำหรับการพิมพ์ และอาทิตย์ที่สองสำหรับการแก้เป็นอย่างน้อย และถ้ามีเทคนิคพิเศษ เช่น พิมพ์ทอง สีพิเศษ หรือพิมพ์นูน ควรเผื่อเวลาเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งอาทิตย์เพื่อให้โรงพิมพ์มีเวลาทำงาน

โดยสรุปแล้ว การดำเนินโครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์ เครื่องสำอาง “ไวต์เนส” สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ มีแค่บางส่วน เท่านั้นที่เป็นปัญหาเล็กน้อย ทำให้ได้งานที่ตอบโจทย์ของผู้จัดทำได้มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

Skinbiotechthai Cosmetic Brand Building. ความหมายของเครื่องสำอาง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.skinbiotechthai.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539369806>. (วันที่ค้นข้อมูล : 8 มิถุนายน 2561).

Sarakadee Magazine. แมงป่องข้าง สัตว์พิษผู้ลึกลับ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.sarakadee.com/2004/01/16/scorpion/>. (วันที่ค้นข้อมูล : 8 มิถุนายน 2561).

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. แมงมุมแม่ม้ายดำ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://th.wikipedia.org/wiki/แมงมุมแม่ม้ายดำ>. (วันที่ค้นข้อมูล : 8 มิถุนายน 2561).

บ้านจอมยุทธ. แมงมุมแม่ม้ายดำ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [https://www.baanjomyut.com/library\\_2/extension-3/black\\_spider/index.html](https://www.baanjomyut.com/library_2/extension-3/black_spider/index.html). (วันที่ค้นข้อมูล : 8 มิถุนายน 2561).

พิสุทธ์ เอกอำนวยการ, คู่มือคนรักแมลง 2 การเลี้ยงด้วง (มีนาคม พ.ศ. 2552) หน้า 250. 255 ธนิต โสรรัตน์. (2554, 12 พฤศจิกายน). ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับโลจิสติกส์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [http://www.logisticcorner.com/index.php?option=com\\_content&view=article/id=1184](http://www.logisticcorner.com/index.php?option=com_content&view=article/id=1184). (วันที่ค้นข้อมูล : 8 มิถุนายน 2561).

ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนภาคกลาง. การเลือกใช้วัสดุที่ทำบรรจุภัณฑ์ ให้เหมาะกับสินค้า. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.crnfe.ac.th/packaging/unit2.htm>. (วันที่ค้นข้อมูล : 8 มิถุนายน 2561).

## ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ - ชื่อสกุล  
ที่อยู่ปัจจุบัน

สุพัชชา เคน้ำอ่าง  
8/320 หมู่บ้านชัยมงคล ถ.กาญจนาภิเษก 008  
แขวงบางแค เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160

การติดต่อ

E - mail : supatcha.palam@gmail.com  
Tel : 088 - 893 - 6041

## ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2550  
ปีการศึกษา 2556  
ปีการศึกษา 2560

ประถมศึกษา โรงเรียนปทุมอนุสรณ์  
มัธยมศึกษา โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้