

โครงการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์แฟชั่นเพื่อธุรกิจทำเล็บ  
Fashion branding for nail salon



ชนิสรา ผลสุทธิชัย  
Chanisara Ponsuttichai

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชานิตศิลป์ ภาควิชานิตศิลป์  
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์      โครงการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์แฟชั่นเพื่อธุรกิจทำเล็บ  
FASHION BRANDING FOR NAIL SALON  
นักศึกษา                      ชนิศรา ผลสุทธิชัย  
รหัสประจำตัว              63020248  
ปริญญา                      ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชา                    นิเทศศิลป์  
พ.ศ.                              2566  
อาจารย์ที่ปรึกษา            อ.พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์



อ.พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์  
อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ 31 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	โครงการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์แฟชั่นเพื่อธุรกิจทำเล็บ
นักศึกษา	ชนิสรา ผลสุทธิชัย
รหัสประจำตัว	63020248
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
พ.ศ.	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	อ.พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์

### บทคัดย่อ

การทำเล็บเป็นวัฒนธรรมสำหรับผู้ที่ใช้เวลาอัปเดตชีวิต ฝึกฝนสีกลิ้งกันและเป็นการสร้าง กระแสความงามที่ใช้บ่งบอกชนชั้นอัตลักษณ์ได้ดีในอดีต ด้วยข้อจำกัดของการสร้างสีทาเล็บทำให้ หญิงสาวที่มีเล็บสีสดใสหลากหลายสีนั้น มักจะเป็นหญิงชนชั้นสูงที่มีทั้งเวลาว่าง มีฐานะหน้าตาทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสภาพแวดล้อมปัจจุบัน ก็มีผู้คนจำนวนมากให้ความสำคัญกับการ ดูแลเล็บและทำเล็บ เนื่องจากพวกเขามองเห็นว่า การดูแลเล็บที่ดีสามารถเสริมบุคลิกภาพ ความ มั่นใจ ความสมบูรณ์แบบ และต่อยอดความสำเร็จได้

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมแฟชั่นวงการเล็บและพฤติกรรมดังกล่าว และการนำเล็บเข้า มาผนวกกับเครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย และความสำคัญของเล็บในวงการผู้จัดเตรียมแฟชั่นลุคข้าง ต้นทำให้ผู้วิจัยมองเห็นช่องทางและโอกาสที่จะสร้างโครงการออกแบบอัตลักษณ์สำหรับธุรกิจทำ เล็บ แบรนด์ NakedNail โดยนำเสนอผ่านการทำเล็บปลอม Collection 'The Misstress' เพื่อ บันดาลใจและสนับสนุนให้ทุกคนมีความมั่นใจในตัวเองและแสดงออกถึงความเป็นตัวตนผ่านการเติม แต่งสี และลวดลายลงบนเล็บให้เหมาะสมตามบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต่อผู้อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าจะขอกล่าวถึงบุคคลทั้งหลายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชีวิต ที่ทำให้ข้าพเจ้ามีความคิด ที่ทำ  
ใ้ไหวหารเหงใจ และการตัดสินใจลงมือทำทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิต ทุก ๆ ช่วงขณะของการเติบโต ถึงแม้ตัว  
ข้าพเจ้าเองจะมีข้อบกพร่องมากมาย แต่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกความสัมพันธ์ยังคงเคียงข้างเสมอ

ข้าพเจ้าขอกล่าวถึงมารดาที่ไม่ได้เป็นผู้ให้กำเนิด แต่ข้าพเจ้าก็รักและเคารพท่านอย่างเต็มใจ  
‘แม่ก้อย’ ผู้ช่วยทำให้ทุกปัญหาในชีวิตผ่านพ้นไปด้วยดี ตั้งแต่ช่วงวัยเด็ก จนปัจจุบันนี้ข้าพเจ้าจบ  
การศึกษาโดยการสนับสนุนจากท่านอย่างเต็มที่ด้วยความเต็มใจเสมอมา

ข้าพเจ้าขอกล่าวถึงกัลยามิตรของข้าพเจ้า เพื่อนกลุ่มใหญ่อันยาวนานกว่า 10 ชีวิต ที่คอยให้  
กำลังใจกันในทุกๆความท้อเมื่องานไม่เป็นดังใจหวัง ร้านอาหารย่านลาดกระบัง ที่ทำให้เหงงกายได้อิ่ม  
พื้นที่พักผ่อนหลังศึกบูรฯ ที่ทำให้คนประเภทเดียวกันหลายคนมาเจอกัน ห้องภาคนิเทศศิลป์ที่มีขนม  
ไหว้กินฟรีๆ ร้านติ่มยามวิกาล ที่คอยให้ไปผ่อนคลาย เดท หรือถกเถียงปัญหา คณะสถาปัตย์0ที่ทำให้  
เห็นโลกแขนงอื่นๆ หอพักเอ็นจอยเพลสชั้น 5 ตึก B ที่ข้าพเจ้าพักอาศัย รวมถึงระแวกใกล้เคียงที่หล่อ  
หลอมให้ข้าพเจ้าเป็นข้าพเจ้าตั้งทุกวันนี้

ข้าพเจ้าขอกล่าวถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่เหมาะสม ทำให้ตัวข้าพเจ้าเอง  
ได้ฝึกซึ่กับศิลปะการถดถภาพ ทำให้หหพเจหได้ตระหนักได้ห้ตัวหหพเจหสามารถเปดคนที่ดีซึ่ได้ใน  
ทุกวัน และข้าพเจ้าขอขอบคุณทุกๆการสนับสนุนที่มากมายจากความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้

ข้าพเจ้าขอกล่าวถึงอาจารย์ทุกท่านในสาขานิเทศศิลป์ที่ส่งต่อความรู้ทุกอย่างมาให้ข้าพเจห  
ได้ลองผิดลองถูกโดยมีคำแนะนำที่มีค่ามารับ

สุดท้ายข้าพเจ้าขอขอบคุณตัวเองที่อดทน แม้ทุกสิ่งที่เกิดขึ้นจะมีความผิดพลาด ความ  
ยากลำบาก และปัญหาอื่นๆอีกมากมาย ในอนาคตข้าพเจ้าจะขอเดินทางตามความฝันที่ข้าพเจ้าได้  
กำหนดไว้อย่างตั้งใจและเต็มที่ สุดท้ายนี้ขหพเจหขอขอบคุณทุกๆท่น ที่มีสบนธรมกับศิลปินพชนซึ่  
ของข้าพเจ้าอย่างสุดหัวใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต่อจากนี้จึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิสรา ผลสุทธิชัย

# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ .....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญรูปภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ .....	8
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	8
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	9
1.3 ขอบเขตของงาน.....	9
1.4 ขั้นตอนของการดำเนินงาน.....	10
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	10
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของการทำเล็บ .....	11
2.2 การทำเล็บในปัจจุบัน .....	12
2.3 บุคคลที่ตกเป็นขู้รัก ในทางจิตวิทยา และความรู้สึกของบุคคล .....	13
บทที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ.....	19
3.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร .....	19
3.2 การออกแบบหนังสือ Look Book.....	20
3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ .....	20
3.4 Mood and Tone.....	20
บทที่ 4 วิธีการดำเนินงาน .....	21
4.1 กลุ่มเป้าหมาย .....	21
4.2 วิธีการเก็บข้อมูล.....	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และตัดก๊ออ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
4.2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ .....	21
4.3 ขอบเขตของเนื้อหา .....	21
4.4 ขอบเขตของชิ้นงาน.....	21
4.5 แนวทางการออกแบบ .....	22
4.5.1 แนวทางที่ 1: Party Hosting .....	22
4.5.2 แนวทางที่ 2: Mystery of you.....	23
บทที่ 5 การดำเนินการออกแบบ.....	24
5.1 การพัฒนาตราสัญลักษณ์หลัก.....	24
5.2 การออกแบบตราสัญลักษณ์รอง.....	25
5.3 การออกแบบภาพประกอบ .....	27
5.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์เล็บปลอมสำเร็จรูป .....	28
5.5 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์.....	32
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ .....	54
6.1 บทสรุป.....	54
6.2 ปัญหาและข้อจำกัด.....	54
6.3 ข้อเสนอแนะ .....	54
บรรณานุกรม .....	52
ประวัติผู้เขียน.....	53

# สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 2.1 การเริ่มต้นทำเล็บของชาวอียิปต์โบราณ .....	12
รูปที่ 2.2 เล็บกลายเป็นเครื่องประดับ .....	13
รูปที่ 4.1 Mood board แนวทางที่ 1 Party Hosting .....	22
รูปที่ 4.2 Mood board แนวทางที่ 2 Mystery of you .....	23
รูปที่ 5.1 แบบร่างโลโก้ .....	25
รูปที่ 5.2 แบบร่างโลโก้ครั้งที่ 2 .....	26
รูปที่ 5.3 โลโก้สำเร็จ .....	26
รูปที่ 5.4 แบบร่างโลโก้รอง .....	25
รูปที่ 5.5 โลโก้สำเร็จแบบหลักและรอง .....	27
รูปที่ 5.6 ภาพประกอบจากโลโก้รอง .....	28
รูปที่ 5.7 ภาพประกอบจากโลโก้รองสำเร็จ .....	29
รูปที่ 5.8 ภาพแบบร่าง The Bandage .....	29
รูปที่ 5.9 ภาพแบบร่าง So Innocent .....	30
รูปที่ 5.10 ภาพแบบร่าง Black Bride .....	30
รูปที่ 5.11 ภาพแบบร่าง Benefits .....	31
รูปที่ 5.12 ภาพแบบร่าง Burn me baby .....	31
รูปที่ 5.13 ภาพแบบร่าง Alien Superstar .....	32
รูปที่ 5.14 ภาพชิ้นงานที่ทดลองทำครั้งแรก .....	32
รูปที่ 5.15 สื่อกราฟฟิก .....	33
รูปที่ 5.16 สื่อกราฟฟิกสำหรับออนไลน์ .....	33
รูปที่ 5.17 แนวทางการถ่ายภาพ .....	34
รูปที่ 5.18 สื่อภาพถ่ายโปรโมทแบรนด์ .....	34
รูปที่ 5.19 ภาพเบื้องหลังการถ่ายภาพเพื่อโปรโมท .....	36
รูปที่ 5.20 ภาพถ่ายสินค้า The Bandage .....	36
รูปที่ 5.21 ภาพถ่ายสินค้า So Innocent .....	37
รูปที่ 5.22 ภาพถ่ายสินค้า Black Bride .....	37
รูปที่ 5.23 ภาพถ่ายสินค้า Benefits .....	37
รูปที่ 5.24 ภาพถ่ายสินค้า Burn me baby .....	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 5.25 ภาพถ่ายสินค้า Alien Superstar.....	29
รูปที่ 5.26 ภาพเบื้องหลังการถ่ายภาพสินค้า .....	38
รูปที่ 5.27 การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ .....	40
รูปที่ 5.28 การออกแบบฝาบรรจุภัณฑ์ .....	40
รูปที่ 5.29 การออกแบบคู่มือการใช้งาน .....	41
รูปที่ 5.30 การออกแบบหนังสือภาพ.....	41
รูปที่ 5.23 ภาพถ่ายสินค้า Benefits.....	37
รูปที่ 5.24 ภาพถ่ายสินค้า Burn me baby .....	37
รูปที่ 5.25 ภาพถ่ายสินค้า Alien Superstar.....	29
รูปที่ 5.26 ภาพเบื้องหลังการถ่ายภาพสินค้า .....	38
รูปที่ 5.27 การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ .....	40
รูปที่ 5.28 การออกแบบฝาบรรจุภัณฑ์ .....	40
รูปที่ 5.29 การออกแบบคู่มือการใช้งาน .....	41
รูปที่ 5.30 การออกแบบหนังสือภาพ.....	41
รูปที่ 6.1 ตราสัญลักษณ์.....	42
รูปที่ 6.2 หน้าปกหนังสือคู่มืออัตตลักษณ์.....	42
รูปที่ 6.3 หน้าสารบัญ.....	43
รูปที่ 6.4 หน้า Brand Background .....	43
รูปที่ 6.5 หน้าพื้นที่รอบตราสัญลักษณ์.....	44
รูปที่ 6.6 โปสเตอร์แบบที่ 1 .....	44
รูปที่ 6.7 โปสเตอร์แบบที่ 2 .....	45
รูปที่ 6.8 โปสเตอร์แบบที่ 3 .....	46
รูปที่ 6.9 ป้ายประชาสัมพันธ์ .....	47
รูปที่ 6.10 การ์ด .....	47
รูปที่ 6.11 เว็บไซต์.....	48
รูปที่ 6.12 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ .....	48
รูปที่ 6.13 อุปกรณ์สำนักงาน.....	49
รูปที่ 6.14 ป้ายไว้นิล.....	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 6.15 หมวก.....	50
รูปที่ 6.16 กระเป่าอุปกรณ์.....	50
รูปที่ 6.17 ป้ายชื่อ.....	51
รูปที่ 6.18 เสื้อ.....	51
รูปที่ 6.19 เข็มกลัด.....	52
รูปที่ 6.20 พรมเช็ดเท้า.....	52
รูปที่ 6.21 ป้ายร้าน.....	52



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และตัดทอนอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำเล็บเป็นศิลปะของชนชั้นสูงในสมัยโบราณ ก่อนจะกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมแฟชั่นบนปลายนิ้วในปัจจุบัน การทำเล็บ หรือภาษาอังกฤษใช้ว่า Manicure มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คำว่า Manus แปลว่า มือ และ Cura แปลว่า การดูแล นำมารวมกันจึงหมายถึง การดูแลมือและเล็บ นั่นเอง

การทำเล็บเป็นวัฒนธรรมสำหรับผู้ที่ใช้เวลาอับเดทชีวิต ผูกฝนสกลกันและเป็นการสร้างกระแสความงามที่ไซ้บ่งบอกชนชั้น อุตสาหกรรมได้เติบโตในอดีต ด้วยข้อจำกัดของการสร้างสีทาเล็บทำให้หญิงสาวที่มีเล็บสีสดใสหลากหลายสีนั้นมักจะเป็นหญิงชนชั้นสูงที่มีทั้งเวลาว่าง มีฐานะหน้าตาทางสังคมที่ดี รวมทั้งเป็นความงามที่น่าปรารถนาในช่วงเวลานั้น หากย้อนไปสัก 6,000 ปีที่แล้ว เริ่มต้นจากสาวชาวอียิปต์และจีนมีการใช้สีทาเล็บทำจากตัวบดขย้อมสีก่อน จากนั้น 4,000 ปีต่อมา ได้พบบันทึกของชาวอียิปต์โบราณ มีการพ่นสีแดงบนพวงแกม รอบดวงตา และทำเฮนน่าในช่วงแขนและฝ่ามือ รวมถึงนำทองคำบริสุทธิ์มาตกแต่งเล็บด้วย พร้อมทั้งพบเครื่องมือทำเล็บในสุสานเป็นหลักฐานยืนยัน โดยเชื่อกันว่า ชาวอียิปต์โบราณไว้เล็บยาวทาสีแดงก็เพื่อเป็นสัญลักษณ์แห่งความอิสระ ไม่ตกเป็นทาสแรงงานใคร ดังนั้นการตกแต่งเล็บจึงเป็นการแสดงสถานะของชนชั้นสูงในสังคมสมัยก่อน สำหรับชาวจีน การทำเล็บและทาเล็บก็ถูกสงวนไว้สำหรับขุนนางและชนชั้นสูงเช่นกัน โดยสมัย 3,000 ปีที่แล้วนั้น ชาวจีนใช้ทองคำ เงิน โลหะ ส่วนผสมของดอกไม้ ยางไม้ หรือขี้ผึ้ง มาทาเคลือบเล็บให้สวยงาม และนิยมทาสีแดงหรือสีดำ อันเป็นสีบ่งบอกสถานะทางสังคม จึงกล่าวได้ว่า อียิปต์ถือเป็นผู้นำเทรนด์ของการทำเล็บเป็นกลุ่มแรกของโลก

จนมาถึงสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 การทำเล็บเริ่มเป็นที่แพร่หลายจากชนชั้นสูงมายังกลุ่มดาราฮอลลีวูด ภาพเฉิดฉายของพวกเธอกับสีสันทาเล็บอันสวยงามได้ปรากฏบนหน้าจอภาพยนตร์ ทำให้ผู้หญิงทั่วโลกต่างหันมาสนใจการทำเล็บและมองหาสีทาเล็บกันเป็นการใหญ่ ส่งผลให้วงการแฟชั่นเกิดความคึกคัก เพราะจากนั้นการทำเล็บและทาเล็บแบบมีออาชีพรักก็ได้เข้ามามีบทบาทหรือเป็นส่วนหนึ่งของนุชย์ นอกเหนือจากเสื้อผ้า หน้าผม และเครื่องประดับอื่นๆ

ในเวลาที่ยาบทับกััน หรือราวปี 1870 นับจากเกิดชาลอนทำเล็บขึ้นที่แรก ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส และไม่นานยังมีช่างเล็บอเมริกันชื่อดังเปิดร้านทำเล็บขึ้นที่แมนแฮตตัน ในกรุงนิวยอร์ก พร้อมๆ กับบริษัทผลิตยาทาเล็บมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องหลายแห่ง ก็ได้สะท้อนให้เห็นว่า พัฒนาการของร้านเล็บ การทำเล็บ และผลิตยาทาเล็บเริ่มต้นและประสบความสำเร็จเคียงคู่กันมาตลอด ทุกวันนี้ทั้งการทำเล็บและยาทาเล็บจึงมีรูปแบบและเฉดสีให้เลือกสรรมากมายพอๆ กัน เมื่อการทำเล็บแพร่หลายไปในกลุ่มผู้หญิงทั่วไป โดยมีบริษัทยาทาเล็บนำเสนอน้ำยาและอุปกรณ์ซ่อมเล็บเข้ามาในท้องตลาดกว้างขึ้น สุภาพสตรีที่ไม่จำเป็นต้องมั่งคั่งก็สามารถซื้อหาเอกรสารเป็นเอกรสารที่สงวนไว้สำหรับช่างเล็บเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อรู้เหตุนี้เห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาใช้ได้ในชีวิตประจำวัน และกลายเป็นที่นิยมมาจนถึงทุกวันนี้ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของสังคมและสภาพแวดล้อมปัจจุบัน ก็มีผู้คนจำนวนมากให้ความสำคัญกับการดูแลเล็บและทำเล็บเช่นกัน เนื่องจากพวกเขามองเห็นว่า การดูแลเล็บที่ดีสามารถสร้างเสริมบุคลิกภาพ ความมั่นใจ ความสมบูรณ์แบบ และต่อยอดความสำเร็จได้ ปัจจุบันที่ไม่มี การแบ่งแยกชนชั้นด้วยสีเล็บ สไตล์เล็บและแพทช์ ใครๆ ก็สามารถทำเล็บและมีความสุขกับเล็บมือ

เล็บเป็นเครื่องประดับยังช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพแสดงให้เห็นถึงรสนิยม ซึ่งสามารถบ่งบอกถึงภาพลักษณ์และสถานภาพทางสังคมของผู้สวมใส่ได้ (พิชามญชุ์ มะลิขาว, 2554 : 1)

กล่าวถึงการทำเล็บในปัจจุบันกับวงการนางแบบหรือนายแบบ จะมีความสำคัญสัมพันธ์กัน เพราะเล็บถูกมองเป็นเหมือนเครื่องประดับตกแต่ง และส่งเสริมให้กับเสื้อผ้าให้มีความน่าสนใจขึ้น

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมแฟชั่นวงการเล็บและพฤติกรรมดังกล่าว และการนำเล็บเข้ามาผนวกกับเครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย และความสำคัญของเล็บในวงการผู้จัดเตรียมแฟชั่นลुक ข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมองเห็นช่องทางและโอกาสที่จะสร้างโครงการออกแบบอัตตลักษณ์สำหรับธุรกิจทำเล็บ เพื่อบันดาลใจและสนับสนุนให้ทุกคนมีความมั่นใจในตัวเอง และ แสดงออกถึงความเป็นตัวตน ผ่านการเติมแต่งสี และลวดลายลงบนเล็บให้เหมาะสมตามบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้วิจัยกำหนด ผู้ที่ทำงานดहनส์โตลิสทOnางแบบ และนายแบบ หรือบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในการสรทงอัตตลักษณ์ตัวเองให้โดดเด่น ได้รู้จักช่องทางสำหรับซื้อ หรือติดต่อ บริษัททำเล็บ เพื่อนำไปใช้ตามประสงค์ของแต่ละบุคคล
2. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบแบรนด์อัตตลักษณ์สำหรับธุรกิจทำเล็บ
3. เพื่อนำความรู้ทางด้านกราฟฟิกมาต่อยอดกับสิ่งที่ผู้วิจัยถนัดและสนใจ

## 1.3 ขอบเขตของงาน

แบ่งเป็น

1. ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายสำคัญ ภายนอก (Demographic) กลุ่มคนที่มีความสนใจในแฟชั่น ทุกเพศ รวมไปถึงเพศทางเลือก ช่วงอายุระหว่าง 18-28 ปี มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป จินตภาพ (Phychographic) เป็นคนที่มีความเข้าใจในศิลปะ มักจะไม่สนใจสายตาคนรอบข้าง ชอบการเป็นจุดสนใจ มักจะชอบติดตามกระแสสังคม ใหม่มีการอัปเดตตลอดเวลา
2. ขอบเขตของเนื้อหา มุ่งเน้นไปยังการพัฒนาตัวแบรนด์ และสร้างจุดแข็งที่สามารถเอาชนะคู่แข่งในตลาด และมีความแตกต่างจากคู่แข่งท่านอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ขอบเขตของชิ้นงาน มีการจัดทำอัตตลักษณ์ของแบรนด์ การสร้างจุดยืนที่แตกต่างของแบรนด์ เล็บปลอมจำนวน 3 หมวดหมู่ หมวดหมู่ละ 3 เซ็ต (จำนวนเซ็ตละ 10 ชิ้น) มีการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วยโฆษณาในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ , ภาพเคลื่อนไหว , ภาพนิ่ง , มีการสร้างโซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มและ Packaging สำหรับใส่ชิ้นงาน มีการจัดทำ Manual book และ Look book
4. ข้อจำกัด (หมวดหมู่ในการกำหนดลวดลาย ยังมีมากเกินไป จำเป็นต้องศึกษาสิ่งใหม่ๆ เพิ่มเติม

#### 1.4 ขั้นตอนของการดำเนินงาน

1. ศึกษาและหาอัตตลักษณ์ของแบรนด์
2. รวบรวมข้อมูลศึกษาและวิเคราะห์คู่แข่งในตลาด
3. เรียบเรียงเนื้อหา
4. กำหนดแนวทางการออกแบบให้สอดคล้องกับข้อมูล และเนื้อหา
5. ดำเนินงานการออกแบบ ถ่ายภาพและถ่ายวิดีโอสำหรับโปรโมท
6. สรุปผลการดำเนินงาน และประโยชน์จากการดำเนินงาน

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างอัตตลักษณ์องค์กร
2. ผู้วิจัยสามารถนำความรู้กราฟฟิกที่ศึกษามา ใช้กับงานอดิเรกที่ข้าพเจ้าสนใจ
3. ในกระบวนการทำงานจะได้ลองใช้เทคนิคใหม่ๆ ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเพิ่มได้ในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของการทำเล็บ

การทำเล็บเป็นศิลปะของชนชั้นสูงในสมัยโบราณ ก่อนจะกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมแฟชั่นบนปลายนิ้วใน การทำเล็บ หรือภาษาอังกฤษใช้ว่า Manicure มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คำว่า Manus แปลว่า มือ และ Cura แปลว่า การดูแล นำมารวมกันจึงหมายถึง การดูแลมือและเล็บ

หากย้อนไปสัก 6,000 ปีที่แล้ว เริ่มต้นจากสาวชาวอียิปต์และจีนมีการใช้สีทาเล็บทำจากดั่งบดย้อมสีก่อน

จากนั้น 4,000 ปีต่อมา ได้พบบันทึกของชาวอียิปต์โบราณ มีการพ่นสีแดงบนพวงแก้ม รอบดวงตา และทำเฮนน่าในช่วงแขนและฝ่ามือ รวมถึงนำทองคำบริสุทธิ์มาตกแต่งเล็บด้วย พร้อมทั้งพบเครื่องมือทำเล็บในสุสานแปดหลักฐานยืนยัน โดยเชื่อกันว่า ชาวอียิปต์โบราณไว้เล็บยาวทาสีแดงก็เพื่อเป็นสัญลักษณ์แห่งความอิสระ ไม่ตกเป็นทาสแรงงานใคร ดังนั้นการตกแต่งเล็บจึงเป็นการแสดงสถานะของชนชั้นสูงในสังคมสมัยก่อนสำหรับชาวจีน การทำเล็บและทาเล็บก็ถูกสงวนไว้สำหรับขุนนางและชนชั้นสูงเช่นกัน โดยสมัย 3,000 ปีที่แล้วนั้น ชาวจีนใช้ทองคำ เงิน โลหะ ส่วนผสมของดอกไม้ 楊ไม้ หรือขี้ผึ้ง มาทาเคลือบเล็บให้สวยงาม และนิยมทาสีแดงหรือสีดำ อันเป็นสีบ่งบอกสถานะทางสังคม จึงกล่าวได้ว่า อียิปต์ถือเป็นผู้นำเทรนด์ของการทำเล็บแปดกลุ่มแรกของโลก จนมาถึงสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 การทำเล็บเริ่มเป็นที่แพร่หลายจากชนชั้นสูงมายังกลุ่มดาราฮอลลีวูด ภาพเนติฉายของพวกเธอกับสีสันของเล็บอันสวยงามได้ปรากฏบนหน้าจอภาพยนตร์ ทำให้ผู้หญิงทั่วโลกต่างหันมาสนใจการทำเล็บและมองหาสีทาเล็บกันเป็การใหญ่ส่งผลให้วงการแฟชั่นเกิดความคึกคัก เพราะจากนั้นการทำเล็บและทาเล็บแบบมีอาชีพก็ได้เข้ามามีบทบาทหรือเป็นส่วนหนึ่งของนุษย์0 นอกเหนือจากเสื้อผ้า หน้าผม และเครื่องประดับอื่นๆ



ภาพที่ 2.1 การเริ่มต้นทำเล็บของชาวอียิปต์โบราณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในเวลาที่ยาเสพติดระบาด หรือราวปี 1870 นับจากเกิดชาลอนทำเล็บขึ้นครั้งแรก ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส และไม่นานยังมีช่างเล็บอเมริกันชื่อดังเปิดร้านทำเล็บขึ้นที่แมนแฮตตัน ในกรุงนิวยอร์ก พร้อมๆ กับบริษัทผลิตยาทาเล็บมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องหลายแห่ง ก็ได้สะท้อนให้เห็นว่า พัฒนาการของร้านเล็บ การทำเล็บ และผลิตยาทาเล็บเริ่มต้นและประสบความสำเร็จเคียงคู่กันมาตลอด ทุกวันนี้ทั้งการทำเล็บและยาทาเล็บจึงมีรูปแบบและเฉดสีให้เลือกสรรมากมายพอๆ กัน เมื่อการทำเล็บแพร่หลายไปในกลุ่มผู้หญิงทั่วไป โดยมีบริษัทยาทาเล็บนำเสนออายาและอุปกรณ์เสริมเล็บเข้ามาในท้องตลาดกว้างขึ้น สุภาพสตรีที่ไม่จำเป็นต้องมั่งคั่งก็สามารถซื้อหามาใช้ได้ในชีวิตประจำวัน และกลายเป็นที่นิยมมาจนถึงทุกวันนี้

## 2.2 การทำเล็บในปัจจุบัน

การเปลี่ยนแปลงของสังคมและสภาพแวดล้อมปัจจุบัน ก็มีผู้คนจำนวนมากให้ความสำคัญกับการดูแลเล็บและทำเล็บเช่นกัน เนื่องจากพวกเขามองเห็นว่า การดูแลเล็บที่ดีสามารถสร้างเสริมบุคลิกภาพ ความมั่นใจ ความสมบูรณ์แบบ และต่อ ยอดความสำเร็จได้

ปัจจุบันที่ไม่มีการแบ่งแยกชนชั้นด้วยสีเล็บ สไตล์เล็บและเพศ ใครๆ ก็สามารถทำเล็บและมีความสุขกับเล็บมือสวยๆ ได้ และยังมีเครื่องมือการทำให้เล็บเป็นเครื่องประดับที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้ผู้สวมใส่ จึงกล่าวถึงการทำให้เล็บในปัจจุบันกับวงการนางแบบหรือนายแบบ จะมีความสำคัญสัมพันธ์กัน เพราะเล็บถูกมองเป็นเหมือนเครื่องประดับตกแต่ง และส่งเสริมให้กับเสื้อผ้าให้มีความน่าสนใจขึ้น จากการเติบโตของอุตสาหกรรมแฟชั่นวงการเล็บและพฤติกรรมมนุษย์ จึงมีการนำเล็บเข้ามาผนวกกับเครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย ในทุกวันนี้



ภาพที่ 2.2 เล็บกลายเป็นเครื่องประดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 บุคคลที่ตกเป็นขี้รัก ในทางจิตวิทยา และความรู้สึกของบุคคล

บทบาทของการเป็นเมียน้อยนั้นถูกสังคมตีตราว่า ‘เป็ดคนไม่ดี’ ไร้ซึ่งยางอาย หากคนรักไม่ได้ แต่สิ่งที่งานวิจัยได้กล่าวอ้างถึงเงื่อนไขสำคัญของการเป็ดขี้รักนั้นคือ ‘ความผูกพันทางอารมณ์’ ที่แสดงออกในลักษณะของความรับผิดชอบ ความเป็นห่วงเป็นใย ความเข้าอกเข้าใจของอีกฝ่าย จนกลายเป็นความผูกพันทางใจนั่นเอง สิ่งที่เมียน้อยจะต้องเจอหลังจากการตัดสินใจเป็นเมียน้อยนั้นคือการไม่ยอมรับจากสังคมรอบตัว วิทยานิพนธ์เรื่อง ‘เมียน้อย’: กระบวนการตัดสินใจและการปรับตัว ของสุภาวดี มนัสปิยะเลิศ อ้างถึงแนวคิดความเบี่ยงเบน (Deviance Perspective) ซึ่งมองว่าบุคคลเบี่ยงเบนเมื่อมีพฤติกรรมที่ละเมิดบรรทัดฐานหรือกฎระเบียบสังคม โดยตัวพฤติกรรมเองไม่ได้แสดงถึงความเบี่ยงเบน แต่ความเบี่ยงเบนเป็นการตอบสนองของสมาชิกในสังคมที่มีต่อพฤติกรรมดังกล่าว

ในสังคมชายเป็นใหญ่ พฤติกรรมและการแสดงออกทางเพศของผู้หญิงถูกควบคุมด้วยบรรทัดฐานทางเพศ เมื่อเมียน้อยมีภาพในละครโทรทัศน์ที่มีความต้องการทางเพศ ทั้งยังมีเพศสัมพันธ์นอกระบบการแต่งงาน เป็นผู้ทำลายครอบครัว ‘เมียน้อย’ จึงกลายเป็น ‘ผู้เบี่ยงเบน’ เนื่องจากสังคมมองว่าพวกเธอกระทำผิดไปจากบรรทัดฐานที่ ‘ผู้หญิงที่ดี’ พึงกระทำ

สุภาวดียังอ้างถึงแนวคิดการประทับตรา (labeling theory) โดยสังคมสร้าง ‘รอยมลทิน’ (stigma) ให้กับบุคคล โดยนิยามว่าเขาเป็นผู้ด้อยศีลธรรม (morally inferior beings) ซึ่งควรถูกปฏิเสธและได้รับการลงโทษจากสังคม จึงไม่น่าแปลกใจที่ละครโทรทัศน์จะซ้ำเติมเมียน้อยด้วยการผลิตซ้ำลักษณะของตัวละครเมียน้อยที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐาน ‘ผู้หญิงที่ดี’ และเพิ่มรอยมลทินให้แก่เมียน้อยในชีวิตจริง โดยไม่ได้นำเสนอมิติอื่นๆ ของเมียน้อย เช่น สาเหตุของการเป็นเมียน้อย

วิทยานิพนธ์ของสุภาวดีสรุปเงื่อนไขสำคัญของเหตุผลในการตัดสินใจเป็นเมียน้อยว่า คือความผูกพันทางอารมณ์ จากปัจจัยเกื้อหนุน เช่น สภาพครอบครัวแตกแยก ความเข้มงวดของการเลี้ยงดูของครอบครัวที่สร้างความกดดันในชีวิต หรือสถานการณ์เปิดโอกาสให้พบเจอกับชายที่สร้างความรู้สึกเข้าอกเข้าใจ ความห่วงใย ฯลฯ เกิดเป็นความผูกพันทางใจ ซึ่งเป็นเหตุผลหลักในการเป็นเมียน้อย ตรงกับที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวไว้ว่าเธออยู่ในสถานะเมียน้อยเพราะ ‘ความรัก’

ค่านิยมสังคมและบรรทัดฐานเรื่องเพศแบบนี้ส่งผลกระทบต่อการศึกษาอัตลักษณ์ ‘เมียน้อย’ ที่ถูกตีตราจากสังคม และยังเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ชายลอยตัว ไม่ถูกตั้งคำถามในสถานการณ์ที่สังคมเอาแต่มองไปที่เมียหลวง-เมียน้อย แม้กระทั่งผู้หญิงที่ตกอยู่ภายใต้อำนาจความเชื่อแบบนี้ก็พร้อมจะโจมตี ‘เมียน้อย’ เนื่องจากรู้สึกว่าคุณเองคือ ‘ผู้หญิงที่ดี’ และคู่ตรงข้ามของผู้หญิงที่ดีก็คือ ‘เมียน้อย’ ผู้ผิดบรรทัดฐานของผู้หญิงที่ดี

สิ่งที่เราควรจะต้องตั้งคำถาม จึงไม่ใช่ทั้ง ‘เมียน้อย’ และ ‘เมียหลวง’ หากแต่เป็นสังคมชายเป็นใหญ่ ที่ครอบงำทัศนคติคนส่วนใหญ่ในสังคม มอบอัตลักษณ์ ‘เมียน้อย’ ให้กับผู้หญิงบางกลุ่ม และทำให้ผู้ชายเป็นผู้ลอยนวลในเรื่องความสัมพันธ์เช่นนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## มานุษยวิทยาเมียน้อยและการมีชู้ (Anthropology of Infidelity)

ความสัมพันธ์นอกการแต่งงาน

การแต่งงานและความสัมพันธ์ที่มีพันธสัญญามาพร้อมกับความคาดหวังของบุคคลที่ต้องแสดงความซื่อสัตย์และความจงรักภักดีต่อความรักและความสัมพันธ์ทางเพศที่มีให้กันและกัน ในมิติสังคมจะพบว่า เมื่อคนสองคนแต่งงานและจดทะเบียนเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว สิ่งที่คุณรักต้องแสดงให้เห็นคือการไม่ทำลายและละเมิดข้อตกลงที่มีต่อกัน รวมทั้งต้องไม่มีความสัมพันธ์กับคนอื่นที่มีได้อยู่ในพันธสัญญา เมื่อใดที่มีการฝ่าฝืนข้อตกลงนี้จะนำไปสู่การไม่ซื่อสัตย์และทำลายการครองคู่ของคนสองคน ผู้ที่มีความสัมพันธ์กับคนอื่นที่มีใช้คนในพันธสัญญาถือว่าเป็น “คนนอกใจ” หรือ “การมีชู้” สังคมจะประณามและไม่ยอมรับพฤติกรรมดังกล่าว การมีชู้ในสังคมสมัยใหม่จึงเปรียบเสมือนเป็นการทำลายสถาบันครอบครัวแบบฟัวเดียวเมียเดียว (Fife, 2016) ในหลายวัฒนธรรมให้ความหมายกับการมีชู้และการนอกใจต่างกัน แต่สาระสำคัญของการมีชู้คือ การไม่มีความซื่อสัตย์ต่อสามีหรือภรรยาถือเป็นพฤติกรรมต้องห้ามที่ทำให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวสั่นคลอน อย่างไรก็ตาม การนอกใจ การมีชู้ และการมีความสัมพันธ์กับคนที่มิใช่สามีภรรยาตามกฎหมายมักจะเริ่มต้นจากการมีความสัมพันธ์ทางเพศหรือความผูกพันทางใจกับคนที่มิใช่สามีและภรรยา เช่น การนัดพบกันในที่ส่วนตัว แอบมีความสัมพันธ์แบบลับ ๆ เป็นต้น

Hertlein, Wetchler, and Piercy (2005) จัดประเภทของการมีชู้ในสังคมสมัยใหม่เป็น 3 รูปแบบ คือ (1) การนอกใจทางร่างกาย (2) การนอกใจทางอารมณ์ และ (3) การนอกใจทางอินเทอร์เน็ต การนอกใจทางร่างกายหมายถึงการที่สามีหรือภรรยาได้มีความสัมพันธ์ทางเพศกับคนอื่นโดยไม่เปิดเผยให้คู่ครองที่ถูกต้องตามกฎหมายรับรู้การนอกใจทางอารมณ์หมายถึงการที่สามีหรือภรรยาที่มีความชื่นชอบหลงใหลและเสน่หาต่อคนอื่น อาจพบได้ในการแสดงความสนิทสนมอย่างใกล้ชิดกับคนบางคนจนกลายเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อชีวิต การนอกใจทางอินเทอร์เน็ตหมายถึงการติดต่อสื่อสารด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ที่ทำให้บุคคลได้พบและพูดคุยกับคนอื่น ทำให้เกิดความผูกพันและพัฒนาจนกลายเป็นความชอบ บางกรณีอาจนำไปสู่การมีความสัมพันธ์ทางเพศผ่านการสื่อสารออนไลน์ เช่น ใช้กล้องสำเร็จความใคร่หรือโชว์เรือนร่างให้อีกฝ่ายหนึ่งเห็นอย่างเปิดเผย รวมไปถึงการดูคลิปวิดีโอโป๊ การแชทและส่งข้อความ การเล่นเกมออนไลน์ การเล่นเกมเป็นต้น (Hertlein & Stevenson, 2010; Maheu & Subotnik, 2001)

การศึกษาของ Mileham (2007) พบว่า การคุยในสื่อสังคมออนไลน์ยุคปัจจุบันคือช่องทางสำคัญที่ทำให้บุคคลค้นพบคนที่ตนเองพอใจ ในกรณีที่คู่สามีภรรยาที่มีความสัมพันธ์ที่ไม่ราบรื่น การเข้าไปคุยกับคนอื่นในอินเทอร์เน็ตจะช่วยระบายความอัดอั้นใจและสร้างจินตนาการให้กับชายหญิง นอกจากนั้น การคุยกับคนแปลกหน้าในโลกออนไลน์ยังเป็นการกระทำแบบลับ ๆ ที่สามารถปกปิดมิให้คนรักของตนเองรู้ ประเด็นสำคัญคือการคุยออนไลน์เป็นการไม่สัมพันธ์เรือนร่าง ทำให้คนจำนวนมากเชื่อว่าสิ่งนี้มิใช่การมีชู้และมีความปลอดภัย

ผลกระทบที่เกิดจากการมีชู้และการนอกใจ มักจะทำให้คู่สามีภรรยาหย่าร้างและยุติความสัมพันธ์ คำสอนของศาสนามักจะตำหนิและไม่ยอมรับพฤติกรรมมีชู้ เช่นในพุทธศาสนาเถรวาทของไทย บัญญัติไว้เป็นข้อห้ามในศีล 5 คือ กามเมสุมิจจาจารา เวระมะณี สิกขาปะทัง สะมาทิยามิ คืองดเว้นจากการประพฤติดินในกาม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมทั้งมีการจำแนกหน้าที่หลักของสามีที่พึงปฏิบัติต่อภรรยา (สุทิน ไชยวัฒน์ และคณะ 2564) จากการสำรวจความคิดของประชาชน 24 ประเทศในสหรัฐอเมริกาและยุโรปพบว่า คนส่วนใหญ่ 80-90 เปอร์เซ็นต์เห็นว่า การมีชูคือสิ่งผิด (Fife, 2016) ในทางตรงกันข้าม แม้ว่าสังคมจะไม่ยอมรับการมีชู แต่ในการปฏิบัติพบว่า ชาวอเมริกันที่นอกใจสามีหรือภรรยามีประมาณ 20-25 เปอร์เซ็นต์ (Atkins, Baucom, & Jacobson, 2001) นอกจากนี้ ในสังคมชายเป็นใหญ่ ผู้ชายมักจะมีการนอกใจภรรยาและมีความสัมพันธ์กับผู้หญิงมากกว่าหนึ่งคน ในขณะที่ผู้หญิงที่นอกใจสามีจะถูกลมองว่าเป็นหญิงชั่ว การศึกษาของ Wiederman (1997) พบว่า ผู้ชายมีเพศสัมพันธ์กับหญิงอื่นที่มีใจภรรยาตนเองสูงกว่าผู้หญิงที่มีเพศสัมพันธ์กับชายอื่นที่มีใจสามี เหตุผลสำคัญที่ทำให้เกิดการมีชูและการนอกใจคนรักคือ ความทุกข์ของการอยู่ด้วยกันของสามีภรรยา เช่น วิธีคิดและการใช้ชีวิตที่เข้ากันไม่ได้ เป็นต้น ทำให้สามีหรือภรรยาหันไปหาคนอื่นที่เป็นที่พึงพอใจ (Fife, 2016)

นักจิตวิทยามักอธิบายว่าการมีชูและการนอกใจคนรักส่งผลให้บุคคลได้รับความทุกข์ทรมานและเจ็บปวดทางจิตใจ การศึกษาในสังคมไทย เช่น สุภาวดี มนัสปิยะเลิศ (2548) อธิบายการตัดสินใจของผู้หญิงเพื่อเป็นเมียน้อย เหตุผลสำคัญคือ ความรู้สึกรักและผูกพัน ทำให้ผู้หญิงต้องการใช้ชีวิตอยู่กับผู้ชายที่มีภรรยาแล้ว ถึงแม้ว่าสังคมไม่ยอมรับ การศึกษาของปวีณา กุดแกลง (2561) อธิบายว่า เมียน้อยหรืออนุภรรยาคือบุคคลที่กฎหมายไม่รับรอง ถึงแม้ว่าในกฎหมายเตียรบาลสมัยอยุธยาจะกล่าวถึง “เมียพระราชทาน” (เมียนาง) หมายถึงกษัตริย์พระราชทานหญิงให้เป็นรางวัลให้กับข้าราชการที่ทำความดีความชอบ เมียประเภทนี้มีฐานะที่สูงกว่าเมียหลวง นอกจากนั้น ยังพบว่า สมัยพระเจ้าอยู่หัวแบ่งภรรยาเป็น 3 ประเภท คือ (1) เมียกลางเมือง หมายถึง เมียหลวง ได้แก่หญิงอันบิดามารดากุมมือให้เป็นเมียชาย (2) เมียกลางนอก หมายถึง เมียน้อย (อนุภรรยา) ซึ่งได้แก่ชายขอหญิงมาเป็นอนุภรรยา หล้นเมียหลวงลงมา (3) เมียกลางทาสี หมายถึง เมียที่เป็นทาส ได้แก่หญิงใดมีทุกข์ยาก ชายช่วยไถ่ได้มา เป็นหมดหน้าเลี้ยงเป็นเมีย รองลงมาจากเมียน้อย (กองบรรณาธิการศิลปวัฒนธรรม, 2566)

สุภาวดี มนัสปิยะเลิศ (2548) กล่าวว่า ความคาดหวังของเมียน้อยต่อผู้ชายที่เธอรักคือผู้ชายควรมีเวลาอยู่กับเธอ แต่เธอจะไม่แสดงความเป็นเจ้าของต่อผู้ชายคนนั้น อย่างไรก็ตาม สังคมไทยมักจะตีตราและมองเมียน้อยเป็นคนที่หวังในทรัพย์สินเงินทองของผู้ชาย เห็นได้จากกรณีที่ผู้ชายที่ร่ำรวยมักจะมีเมียน้อยเป็นหญิงสาวและสงเสียดู ภาพลักษณ์นี้ปรากฏอยู่ในสื่อนิยาย ภาพยนตร์ และละครโทรทัศน์ ในการศึกษาของ Pazhoochi (2022) อธิบายว่า ความหมายของการนอกใจสัมพันธ์กับแบบแผนทางวัฒนธรรมและค่านิยมทางสังคม การนำบรรทัดฐานและอุดมการณ์ของสังคมหนึ่งไปตัดสินความสัมพันธ์นอกการสมรสของวัฒนธรรมอื่น อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดและเป็นการประณามพฤติกรรมของบุคคล ดังนั้น การทำความเข้าใจความสัมพันธ์แบบคบชูหรือความพอใจคนอื่นนอกเหนือจากคนรักตนเองแล้วจำเป็นต้องอธิบายความหลากหลายของความรู้สึก

### การมีชูในมิติมานุษยวิทยา

การศึกษาทางมานุษยวิทยาชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการมีชูกับระบบที่ให้สิทธิกับผู้ชาย ทำให้การมีเมียมากกว่าหนึ่งคนมิใช่สิ่งที่แปลกและเป็นสิ่งที่สังคมรับรู้ได้ เพราะผู้ชายเชื่อว่าผู้หญิงคือทรัพย์สินสมบัติ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนตัว และมีการควบคุมผู้หญิงให้อยู่ในภาวะเปียบที่ผู้ชายกำหนดขึ้น เช่น ค่านิยมเรื่องพรหมจารี การทำหน้าทีแม่บ้านและเลี้ยงลูก ห้ามผู้หญิงเกี่ยวข้องกับงานของผู้ชาย เป็นต้น (Bourdieu, 2001; Smuts, 1992) ในหลายสังคม ความสัมพันธ์นอกการแต่งงานมักจะเป็นสิ่งต้องห้าม (Harrell, 1997) ในเขตวัฒนธรรมเมดิเตอร์เรเนียน เช่น อิตาลี พบว่าศักดิ์ศรีของผู้ชายมีความสำคัญมาก สิ่งที่ทำให้ผู้ชายมีความภูมิใจคือการเป็นผู้นำครอบครัวและการดูแลปกป้องภรรยา ลูก และญาติพี่น้อง ถ้าภรรยาออกใจสามีจะถือว่าผู้ชายคนนั้นทำหน้าที่ล้มเหลวและเป็นการเสียศักดิ์ศรี (Brandes, 1980) ในสังคมดังกล่าว ผู้หญิงจึงเปรียบเสมือนเป็นตัวบ่งชี้ว่าผู้ชายทำหน้าที่ทางสังคมสมบูรณ์หรือไม่ ถ้าผู้หญิงมีความสัมพันธ์กับชายอื่นที่มีใช้สามีของตนจะถือว่าเป็นความอัปยศของครอบครัว (Goddard, 1987) สังคมเมดิเตอร์เรเนียนมองความสัมพันธ์ของสามีภรรยาในฐานะเป็นศักดิ์ศรีทางสังคม การจัดระเบียบผู้หญิงจึงมีความสำคัญต่อครอบครัว แต่นักสิทธิสตรีสมัยใหม่มองว่าสังคมดังกล่าวมองผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ และไม่สนใจความรู้สึที่ผู้หญิงมีต่อตนเองและคนรอบข้าง (Rehman, 1999)

Bourdieu (2001) อธิบายว่า สังคมที่ให้อำนาจผู้ชาย ภาวะเปียบที่ใช้ควบคุมผู้หญิงจะเป็นสัญลักษณ์ของความรุนแรงทางสังคม ทำให้ผู้ชายเคยชินกับการบงการและควบคุมผู้หญิง โดยเฉพาะการสอดส่องและคุมเข้มมิให้ภรรยาไปมีความสัมพันธ์กับชายอื่น จะเห็นว่า สังคมที่ผู้ชายมีอำนาจ การมีคู่ของผู้หญิงจะถูกดำเนินอย่างรุนแรง อย่างไรก็ตาม ความพยายามที่ชายและหญิงจะสอดส่องตรวจตราคู่สามีและภรรยาของตนมิให้ไปมีความสัมพันธ์กับคนอื่นพบได้ในหลายสังคม การครองคู่แบบสามีภรรยาหรือระบบผัวเดียวเมียเดียวให้ความสำคัญกับเอกภาพและความมั่นคงของการอยู่ด้วยกันแบบสองคน (dyadic bond) ความสัมพันธ์รูปแบบนี้วางอยู่บนการแบ่งแยกคู่ตรงข้ามระหว่างเพศชายและหญิง ขณะเดียวกันก็ยึดถือการแลกเปลี่ยนระหว่างคนสองคนทั้งเรื่องงานและเซ็ก (de Munk & Korotoyev, 2000) การครองคู่แบบผัวเดียวเมียเดียวยังทำให้เกิดการควบคุมซึ่งกันและกัน หากคนใดคนหนึ่งทำให้การครองคู่คลอนและล่มสลาย คนนั้นจะถูกดำเนิน ดังนั้น วัฒนธรรมที่เน้นการครองคู่แบบผัวเดียวเมียเดียว ความตึงเครียดจากการนอกใจและการมีคู่จะเป็นเรื่องที่รุนแรง ความซื่อสัตย์ต่อกันจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการครองคู่ดังกล่าว

การศึกษาของ Caughey (1977) พบว่า คนเผ่า Faanakka ในหมู่เกาะไมโครนีเซีย มหาสมุทรแปซิฟิก เมื่อภรรยาพบว่าสามีของตนมีความสัมพันธ์กับหญิงอื่น เธอจะใช้กำลังตบตีและตีงมของผู้หญิงที่มีคู่กับสามีของเธอ และบางครั้งภรรยาจะทำร้ายหญิงอื่นว่าอวัยวะเพศของเธอใหญ่กว่า โดยการเปิดผ้าถุงให้เห็นอวัยวะเพศ ในวัฒนธรรมของชนอาปาเช่ในทวีปอเมริกาเหนือ เมื่อภรรยารู้ว่าสามีของตนมีผู้หญิงอื่น เธอจะเรียกสามีมาคุยและสั่งให้เขาหยุดความสัมพันธ์กับผู้หญิงที่เป็นคู่ ถ้าสามีไม่ยอมหยุด เธอจะใช้ก้อนหินขว้างทำร้าย หรือใช้มีดฟันสามี เธอจะสั่งให้สามีหยุดไปดื่มสังสรรค์กับญาติพี่น้อง ถ้าภรรยาจับได้ว่าสามีแอบไปดื่ม เธอจะเข้าทำร้ายร่างกายและถอดเสื้อผ้าสามีออก การทำเช่นนี้ถือเป็นการลงโทษสามีที่ไม่ซื่อสัตย์กับเธอ ในทางกลับกัน ถ้าสามีจับได้ว่าภรรยาของตนมีชายอื่น สามีจะทุบตีภรรยาเป็นการลงโทษ ในบางกรณี สามีอาจฆ่าภรรยาและคู่ไปพร้อมกัน บางครั้งภรรยาจะถูกตัดจมูกจนเสียโฉม แต่การใช้ความรุนแรงแบบนี้พบเห็นได้น้อยมาก (Goodwin, 1969)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Scelza (2014) พบว่า ในสังคมชนเผ่าขนาดเล็ก เช่น ชนเผ่าอิมบาในประเทศนามิเบีย ทวีปแอฟริกา ชายหญิงจะรู้สึกทุกข์ทรมานใจถ้าสามีหรือภรรยาของตนเองมีชู้ หากเปรียบเทียบความทุกข์ของสามีกับภรรยา จะพบว่าสามีที่รู้ว่าภรรยามีชายอื่นค่อนข้างเจ็บปวดมากกว่า ในขณะที่ผู้หญิงคิดว่าเมื่อสามีนอกใจและมีความสัมพันธ์กับหญิงอื่น เธอจะรู้สึกขาดความมั่นคงและวิตกกังวลว่าจะขาดผู้ดูแลครอบครัว ในการศึกษาข้ามวัฒนธรรมเพื่อทำความเข้าใจความรู้สึกของหญิงชายต่อการมีชู้ พบว่าทั้งหญิงและชายเกือบทุกวัฒนธรรมทั้งในสังคมเมืองและสังคมชนเผ่ารู้สึกไม่พอใจเมื่อพบว่าคนรักของตนมีความสัมพันธ์กับคนอื่น

การศึกษาของ Jankowiak, Nell, and Buckmaste (2002) พบว่า ผู้หญิงไทยส่วนใหญ่ไม่อยากจะรู้ว่าสามีของตนไปเที่ยวหญิงขายบริการ ขณะเดียวกันผู้หญิงก็พยายามบอกให้สามีตนเองอย่าไปลุ่มหลงและเลี้ยงดูหญิงขายบริการ ในประเทศไนจีเรีย ผู้หญิงที่รู้ว่าสามีไปมีสัมพันธ์กับหญิงอื่น เธอจะให้สามีดื่มยาสมุนไพรบางชนิดที่ทำให้ห้องคชาตของเขาแข็งตลอดเวลา หากสามียินยอมที่จะเลิกสัมพันธ์กับหญิงอื่น เธอจะยอมให้ยาเพื่อช่วยบรรเทาอาการแข็งตัวขององคชาต ผู้หญิงในมาเลเซียเมื่อพบว่า สามีของตนไปมีความสัมพันธ์กับหญิงอื่น เธอจะติดตามเขาไปเพื่อดูพฤติกรรมของสามีที่หลบซ่อนกับหญิงอื่นเมื่อเห็นคานั่งคาเขา เธอจะทำให้สามีเกิดความอับอายต่อสาธารณะ เช่น แก้วก้างง เช่นเดียวกับผู้หญิงในบราซิล เมื่อรู้ว่าสามีมีหญิงอื่น

ในหลายสังคมพบว่า ผู้หญิงสามารถจัดการกับปัญหาที่สามีตนเองมีชู้หรือมีความสัมพันธ์กับหญิงอื่น โดยพวกเธอจะใช้วิธีที่ตนเองทำได้เพื่อให้สามีเลิกพฤติกรรมนอกใจ ความพยายามดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าอำนาจของผู้ชายมิได้ทำให้ผู้หญิงตกเป็นเบี้ยล่างหรือเป็นผู้เชื่อฟังสามีเสมอไป แต่ภรรยาสามารถตอบโต้และทำให้สามีรู้สึกหวาดระแวงและขาดความมั่นใจในการแสดงความสัมพันธ์กับหญิงอื่น จะเห็นว่า ความสัมพันธ์นอกการแต่งงานเป็นพฤติกรรมเชิงสังคมมากกว่าเป็นเรื่องส่วนตัว เพราะการตรวจสอบ การควบคุม และการทำลายความสัมพันธ์ที่ชายหญิงมีกับคนที่มิได้เป็นสามีภรรยาของตนเองล้วนแสดงออกในพื้นที่สาธารณะ มีการรับรู้จากญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงและคนในชุมชน การขัดขวางและต่อต้านความสัมพันธ์นอกการแต่งงานอาจถือเป็นการจัดการความสัมพันธ์ประเภทหนึ่งในสังคมสมัยใหม่ การแก้ปัญหาการมีชู้ของสามีและภรรยา อาจใช้ศาลเป็นผู้ตัดสิน ในกรณีที่ผู้หญิงฟ้องหย่าสามีที่มีเมียชู้ เธอคาดหวังว่าสามีจะต้องรับผิดชอบส่งเสียเลี้ยงดูลูกตามหน้าที่ของพ่อ (Jankowiak, Nell, & Buckmaste, 2002)

การศึกษาของ Scelza (2014) พบว่า ในสังคมที่ผู้ชายมีอำนาจ ความรู้สึกของสามีต่อการมีชู้ของภรรยาค่อนข้างรุนแรง เช่นเดียวกับสังคมที่ผู้หญิงต้องพึ่งพาผู้ชาย ภรรยาจะรู้สึกทุกข์ใจมากเมื่อรู้ว่าสามีมีหญิงอื่น นอกจากนั้น การซุบซิบนินทาถือกลไกในการจัดการกับพฤติกรรมนอกใจ โดยเฉพาะผู้ชายจะรู้สึกหงุดหงิดถ้าผู้หญิงนำเรื่องการนอกใจของสามีไปพูดนินทากับคนอื่น สามีรู้สึกว่าการสัมพันธ์ของผิวเมียไม่ควรนำไปพูดกับคนอื่นเพราะการเปิดเผยว่าภรรยามีชู้อาจสะท้อนว่าสามีไม่มีความสามารถที่จะดูแลภรรยาได้ ผู้ชายจะรู้สึกอายและเสียเกียรติ (Jankowiak, Nell, & Buckmaste, 2002) ในสังคมที่หญิงและชายมีฐานะเท่าเทียมกัน เช่น สังคมอุตสาหกรรม บุคคลจะมีอิสระที่จะเลือกคู่ครองและคนรักของตัวเอง ในสถานการณ์นี้จะพบว่า เมื่อคนรักแสดงการนอกใจหรือมีความสัมพันธ์กับคนอื่น บุคคลจะรู้สึกเจ็บปวดและวุ่นวายใจ (Scelza, 2014) ความปวดร้าวใจจากการทรยศ หักหลังและไม่ซื่อสัตย์ต่อความรักจะมีนัยว่า ความสัมพันธ์แบบรักเดียวใจเดียว เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นสิ่งที่ปัจเจกบุคคลโยหยา ขณะเดียวกันก็ทำให้เห็นว่าลัทธิปัจเจกนิยม ทำให้บุคคลเลือกวิธีการที่จะทำให้ตนเองพบความสุข ถ้าครองคู่ไม่ได้ก็จะยกเลิกความสัมพันธ์ได้ทันที

การศึกษาของ Keefe (2015, 2019) ช่วยแสดงให้เห็นว่า แม้ในสังคมที่ผู้ชายสามารถมีภรรยาได้หลายคน กลุ่มผู้หญิงที่กลายเป็นภรรยาคนที่สอง พวกเธอก็มีได้ชื่นชอบระบบที่เป็นอยู่ ผู้หญิงคิดว่าความรักเดียวใจเดียวมีความสำคัญมากกว่า ถ้าคนรักมีความสัมพันธ์กับคนอื่น ผู้หญิงมักจะเลือกยุติความสัมพันธ์และใช้ชีวิตที่เป็นอิสระ การหย่าร้างจึงเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับสังคมของชาวสวาฮีลี ในสถานการณ์โลกที่อุดมการณ์ความรักโรแมนติกและความสัมพันธ์แบบผัวเดียวเมียเดียวเป็นบรรทัดฐานสังคม เราจะพบว่าผู้หญิงยอมสละทั้งความรักที่ล้มเหลวและตัดใจจากผู้ชายที่ไม่ซื่อสัตย์ (Cole & Thomas, 2009)

กล่าวคือในปัจจุบันจะมีทั้งบุคคลที่ยินยอมเป็นคู่รักด้วยความเต็มใจ และบุคคลที่ไม่ได้ยินยอม ไม่มีส่วนรู้เห็น ซึ่งสภาพแวดล้อม และความคิดเป็นส่วนสำคัญที่จะหล่อหลอมให้มนุษย์มีพฤติกรรมการจัดการและรับมือแตกต่างกันไป แต่ประเด็นทุกวันนี้ยังคงเป็นเรื่องของการยินยอมเป็นคู่รัก โดยมองเป็นเรื่องของพลังที่เหนือกว่าคนอื่น ตนเองมีความแข็งแกร่งกว่าบุคคลอื่นๆ จนทำให้มีการเบียดเบียน และเป็นพฤติกรรมที่เป็นภัยต่อสังคมทั้งทางตรง และทางอ้อมอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

# ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

### 3.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

การออกแบบหน้าตาให้กับองค์กร แบนด์ไลน์หรือบริการ เพื่อให้แบรนด์“มีตัวตน” ที่โดดเด่นและแตกต่าง เพื่อให้เราทำความรู้จักและสานต่อมิตรภาพได้เหมือนกับเป็นคนอื่นๆ หนึ่งและคนอื่นๆ การออกแบบ CI จึงเป็เครื่องมือสำคัญในการบอกเล่าคุณค่าตัวตน รวมถึงสถานะของแบรนด์0โดยการออกแบบอิงมาจากกลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้จัดทำได้กำหนดไว้

#### 1. โลโก้ (Logo)

ตราสัญลักษณ์0หรือ เครื่องหมายการค้า (Trademark) ที่เป็นตัวแทนของแบรนด์หรือองค์กร บรรจุความหมายที่สื่อถึงคุณค่าหลักบางประการ ในสไตล์ที่ต่อบุคลิกและสถานะของแบรนด์ โดยแสดงถึงพลังอำนาจและความลึกซึ้งซับซ้อน จากผู้คนหลากหลายคาแรคเตอร์ ตามแนวคิดที่กำหนด

#### 2. ฟอนต์ / การจัดวางตัวอักษร (Font / Typography)

การเลือก แบบตัวอักษร (Typeface) ที่ใช้พิมพ์ข้อความทุกชนิด มาช่วยสร้งบุคลิกและน้ำเสียงเฉพาะตัวของแบรนด์

#### 3. ภาพ (Imagery)

การกำหนดรูปแบบ (Style) ของ ภาพทุกชนิด ที่จะนำมาใช้ในสื่อต่างๆ เช่นภาพถ่าย ภาพประกอบ ไอคอน ภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ รวมถึง กราฟิกตกแต่ง ที่เข้ามาช่วยในการสื่อสาร เช่น แพทเทิร์น ลายเส้น แบนคราวด0 ฯลฯ โดยเลือกให้เหมาะกับบุคลิกแบรนด์และต่อบประโยชน์การใช้งานในแต่ละโอกาส

#### 4. สี (Color Scheme)

องค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้คนจดจำแบรนด์ได้มากกว่า 80% การกำหนด ชุดสี และ รหัสค่าสี ต่างๆ เป็นไปเพื่อความเที่ยงตรง แม่นยำในการใช้งาน เช่น คบ CMYK ที่ใช้กับงานสิ่งพิมพ์ ค่า RGB ที่ใช้บนจอ หรือคบ Pantone ที่ใช้กับงานสิ่งพิมพ์รวมทั้งงานประเภทอื่นๆ โดยใช้เป็นสีหลักและรองดังนี้

สีแดง RGB 236/28/36 CMYK 1/99/97/0

สีดำ RGB 0/0/0 CMYK 75/68/67/90

สีเทา RGB 226/221/218 CMYK 10/11/11/0

สีขาว RGB 255/255/255 CMYK 0/0/0/0

#### 5. คู่มืออัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Manual)

CI Manual หรือ Design Guideline / Brand Guideline เป็คู่มือ ที่ใช้กำกับดูแลอัตลักษณ์องค์กร ใหหสามารถสื่อสารตัวตนได้อย่างถูกต้อง เป็นระบบ และมีความสม่ำเสมอ โดยบอกแนวทางการจัดการกับ องค์ประกอบเชิงภาพทั้ง 4 : โลโก้ฟอนต์ภาพ และ สี ที่จะปรากฏอยู่ในงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์0 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมถึงวัตถุประสงค์ของต่างๆ ขององค์กร ภายในเล่มจะมีการระบุ กฎเกณฑ์ / วิธีใช้งาน ของทุกองค์ประกอบอย่างละเอียด ในรูปแบบของ ระบบกริดและเลย์เอาท์ของแต่ละองค์กร หรือแบรนด์ จะมีจำนวนชิ้นงานของ Corporate Items ที่แตกต่างกันตามเงื่อนไขความต้องการและความจำเป็นในการใช้งาน การออกแบบอัตลักษณ์ (Identity Design) หมายถึง การวางแผน การวิเคราะห์ข้อมูล การแก้ปัญหา การถ่ายทอดความคิดและมโนทัศน์เพื่อแสดงออกถึงภาพลักษณ์ให้ปรากฏเป็นที่จดจำและแตกต่าง สามารถสะท้อนให้เห็นถึงแก่นหรือเนื้อหาขององค์กร ผลิตภัณฑ์ และบริการ

### 3.2 การออกแบบหนังสือ Look Book

ออกแบบโดยสอดคล้องกับแนวคิดของอัตลักษณ์แบรนด์0เพื่อเห็นถึงภาพรวมของผลิตภัณฑ์ที่ปลอมที่ทางองค์กรมได้สรทงขึ้นมา โดยจะเน้นที่ภาพถ่ายเพื่อไห้กลุ่มลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกขมสินค้าของทางแบรนด์0 โดยตัวสินค้าคือ เล็บปลอมสำเร็จรูป ในคอลเล็กชั่นที่ 1 The Misstress

### 3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

วัสดุมีความสำคัญในแง่ของความแข็งแรงในการขนส่ง สร้างภาพลักษณ์0ผลิตภัณฑ์ปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย ดังนั้นวัสดุจึงมีความสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ บรรจุภัณฑ์0อย่างมาก ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมทุกๆด้านที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของเรา โดยออกแบบให้สอดคล้องกับแนวคิดขององค์กรตามที่มีจัดทำกำหนดไว้

### 3.4 Mood and Tone

Mood & Tone หมายถึง อารมณ์ ความรู้สึก ของลูกค้าเมื่อได้สัมผัสกับแบรนด์ ซึ่งมาจากการพยายามสื่อสารตัวตน แนวคิด จุดเด่น บุคลิกภาพของแบรนด์ที่เราต้องการสื่อให้ไปถึงลูกค้า โดยอาจนำเสนอผ่านการออกแบบต่าง ๆ ที่แบรนด์เลือกใช้ อาทิ ภาพถ่ายสินค้า รูปภาพประกอบคอนเทนต์0 ภาพกราฟิกโทนสีและลวดลายที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยสรุปคือการนำ Brand CI ทั้ง 6 องค์ประกอบข้างต้น มาออกแบบเป็น Mock-up หรือแบบจำลองตัวอย่างงานจริงที่จะนำมาใช้กับแบรนด์หรือธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการนำชุดตัวอักษร นำคู่มือ นำลายกราฟิกประจำแบรนด์ เอามาใช้ออกแบบเพื่อให้เห็นภาพการนำไปใช้งานจริง ๆ ว่าควรจะต้องกำหนดขนาดเท่าไร มีการจัดวางเลย์เอาท์ (Layout) ของแต่ละชิ้นงานอย่างไร เพื่อให้มีความสวยงามและสื่อสารแบรนด์ได้ดีที่สุดสำหรับ Mock-up งานดีไซน์แนะนำให้ทำไปพร้อมกับการออกแบบ Brand CI เพราะได้นำไปใช้งานจริง ได้แก่ Presentation Template , Social Media Template สำหรับการ ทำคอนเทนต์ ทำเพจ ผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ เช่น ภาพหน้าปก Facebook Cover, Template สำหรับโพสต่อโซเชียลในรูปแบบต่ง ๆ ทั้งแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า สี่เหลี่ยมจัตุรัส แบบแกลอรี แบบแบนเนอร์ ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

# วิธีการดำเนินงาน

### 4.1 กลุ่มเป้าหมาย

1. กายภาพ (Demographic) กลุ่มคนที่มีความสนใจในแฟชั่น ทุกเพศ รวมไปถึงเพศทางเลือก ช่วงอายุระหว่าง 18-28 ปี มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป

2. จินตภาพ (Psychographic) เป็นคนที่มีความเข้าใจในศิลปะ มักจะไม่สนใจสายตาคอนรอบข้าง ชอบการเป็นจุดสนใจ มักจะชอบติดตามกระแสสังคม ใหม่มีการอัปเดตตลอดเวลา

### 4.2 วิธีการเก็บข้อมูล

สัมภาษณ์เชิงลึกช่างทำเล็บที่มีกลุ่มเป้าหมายในลักษณะใกล้เคียงกัน โดยสัมภาษณ์ทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 3 คน ดังกล่าวคือร้าน @Rosemaryselect @Clawdone @9nails.inch

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

คุณภัคศรีรัตน์ สมิตธิรารัตน์ เจ้าของร้าน Rosemaryselect ประสบการณ์ 5-6 ปี

คุณยุมิโกะ เจ้าของร้าน Clawdone ประสบการณ์ 3 ปี

คุณณทศพร มุระดา เจ้าของร้าน 9 inch.studio ประสบการณ์ 7 ปี

### 4.3 ขอบเขตของเนื้อหา

มุ่งเน้นไปยังการพัฒนาตัวแบรนด์ และสร้างจุดแข็งที่สามารถเอาชนะคู่แข่งในตลาด และมีความแตกต่างจากคู่แข่งท่านอื่นๆ โดยวิเคราะห์จากแบรนด์คู่แข่งในตลาด และวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ในการทำเล็บ

### 4.4 ขอบเขตของชิ้นงาน

1. CI manual book คู่มือกำหนดทิศทางการออกแบบสำหรับแบรนด์
2. หนังสือภาพถ่าย Look book 40 หน้า
3. Logo นวนอนและแนวตั้ง

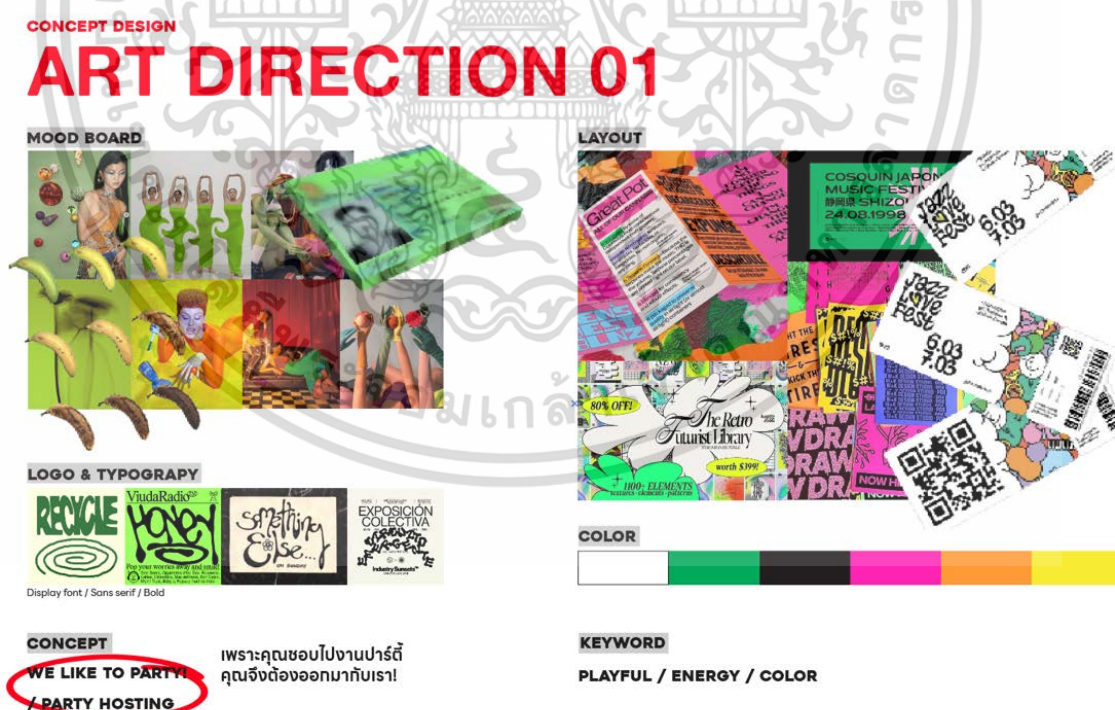
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. Print ads / Online media / Offline media
5. Promotional เสื้อพนักงาน / ป้ายนอกสถานที่ / การ์ด / เนมแท็ก / แบล็คดรอปรูปอุปกรณ์สำนักงาน/ หมวก/ พรหมเช็ดเท้า / กระเป๋าอุปกรณ์ / เข็มกลัด
6. สื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คลิป
7. สินค้าเล็บบลอมจำนวน 6 ชุด ชุดละ 10 ชิ้น
8. สื่อประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ 3 แผ่น
9. บรรจุภัณฑ์จำนวน 6 ชิ้น

## 4.5 แนวทางการออกแบบ

### 4.5.1 แนวทางที่ 1: Party Hosting

ที่ไหนมีปาร์ตี้ ที่นั่นต้องมีเรา! งานปาร์ตี้คือกิจกรรมที่รวบรวมคนหลากหลายคาแรคเตอร์ไว้รวมกัน มีทั้งความสนุกสนาน โอกาสที่จะได้พบปะพูดคุย หรือการได้รับโอกาสใหม่ๆในชีวิต แต่จะอย่างไรให้คุณดูโดดเด่นสนุกสนานมากที่สุดในหมู่ฝูงชนจำนวนมาก กราฟฟิกจะเปี่ยมอารมณ์สนุกสนาน เน้นสีสัน และองค์ประกอบที่หลากหลาย



ภาพที่ 4.1 Mood board แนวทางที่ 1 Party Hosting

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 5

### การดำเนินการออกแบบ

#### 5.1 การพัฒนาตราสัญลักษณ์หลัก

ในการออกตราสัญลักษณ์ได้นำแนวทางที่ 2 Mystery of you มาต่อยอด และมีการนำแนวคิดเรื่องความหลากหลายของคาแรคเตอร์บุคคลจากแนวทางที่ 1 มาต่อยอดร่วมกัน ตราสัญลักษณ์สามารถนำมาทำเป็นรูปแบบอื่นตามการนำไปใช้งานกับสื่อต่างๆอย่างเหมาะสม



ภาพที่ 5.1 แบบร่างโลโก้

สรุปการเลือกแบบ ข้าพเจ้าเลือกตราสัญลักษณ์อันแรก ที่มีการผสมรวมกับฟอนต์สคริปตณาพัฒนาต่อ เนื่องจากมีลักษณะที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ และสอดคล้องกับมู้ดโทนของเรื่องราว และได้พัฒนาแบบร่างดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

NAKED NAIL *NAKED NAIL*

ภาพที่ 5.2 แบบร่างโลโก้ครั้งที่ 2

สรุปการเลือกแบบ เลือกแบบที่ 2 เนื่องจากมีความสอดคล้องกับเรื่องราวและความหลากหลายของคาแรคเตอร์บุคคล จึงนำมาพัฒนาต่อให้มีความลงตัวมากขึ้น

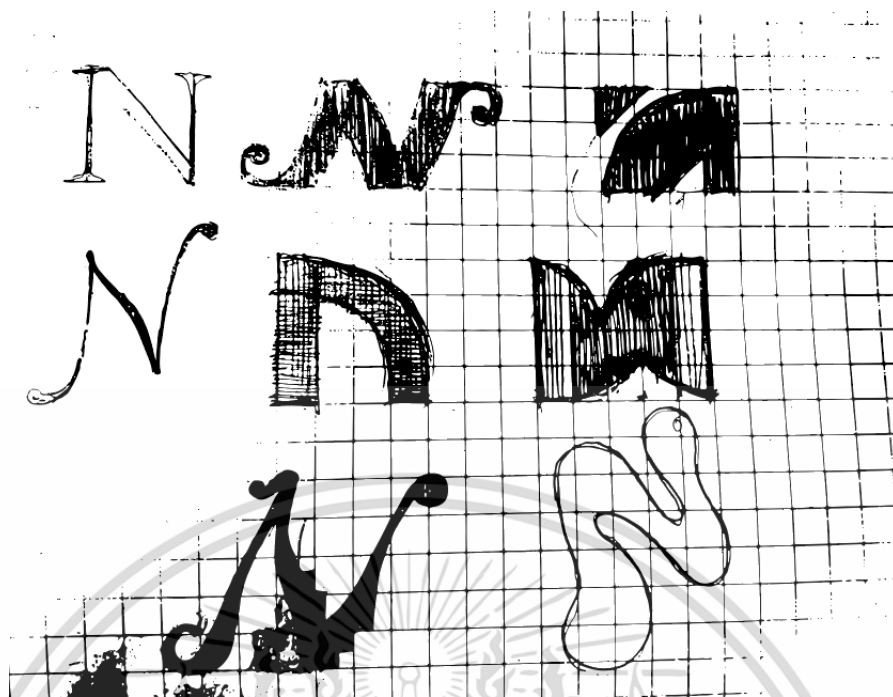


ภาพที่ 5.3 โลโก้สำเร็จ

## 5.2 การออกแบบตราสัญลักษณ์รอง

ในการออกแบบตราสัญลักษณ์รองได้นำแนวทางที่ 2 Mystery of you มาต่อยอด และมีการนำแนวคิดเรื่องความหลากหลายของคาแรคเตอร์บุคคลจากแนวทางที่ 1 มาต่อยอดร่วมกัน ตราสัญลักษณ์สามารถนำมาทำเป็นรูปแบบอื่นตามการนำไปใช้งานกับสื่อต่างๆอย่างเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.4 แบบร่างโลโก้

สรุปการเลือกแบบ ขฟพเจทเลือกตราสัญลักษณ์แถวที่3 คอลัมน์ที่2 ที่มีการผสมรวมกับจากตัวโลโก้หลักมาพัฒนาต่อ เนื่องจากมีลักษณะที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ และสอดคล้องกับมุดโทนของเรื่องราว และได้พัฒนาแบบร่างดังนี้



ภาพที่ 5.5 โลโก้สำเร็จทั้งแบบหลังและรอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 การออกแบบภาพประกอบ

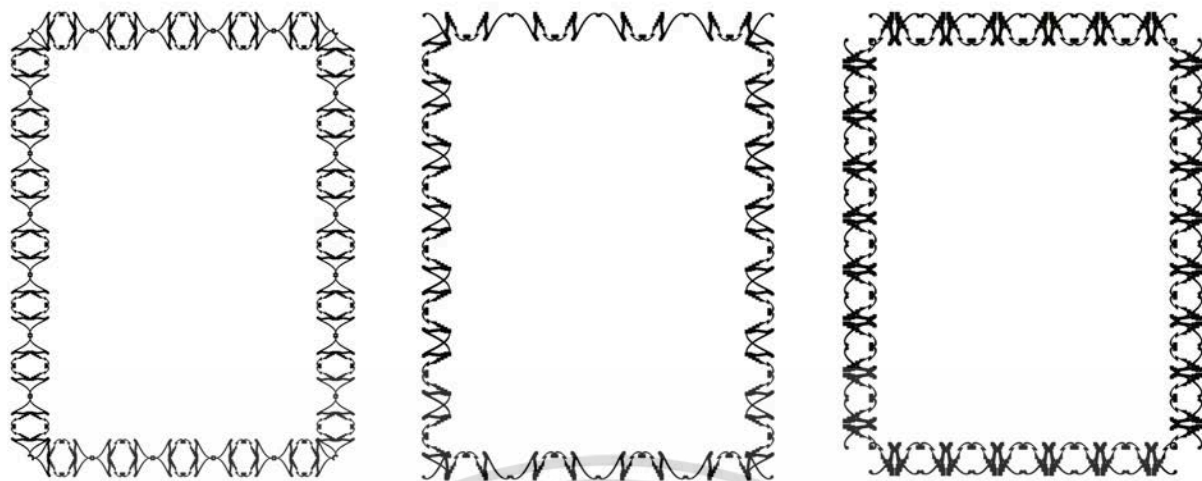
ใช้ภาพประกอบทางกราฟิกโดยต่อยอดจากตัวตราสัญลักษณ์รอง และนำมาต่อกันเป็แพทเทิร์น เพื่อนำไปประกอบกับการจัดเรียงเลย์เอ๊าท์กราฟิก



ภาพที่ 5.6 ภาพประกอบที่นำมาจากตราสัญลักษณ์รอง

ใช้ภาพประกอบทางกราฟิกโดยต่อยอดจากตัวตราสัญลักษณ์รอง และนำมาต่อกันเป็แพทเทิร์น เพื่อนำไปประกอบกับการจัดเรียงเลย์เอ๊าท์กราฟิก และได้นำมาหมุนด้วยองศาต่างๆ ได้ออกมาแตกต่างกันจำนวน 3 รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



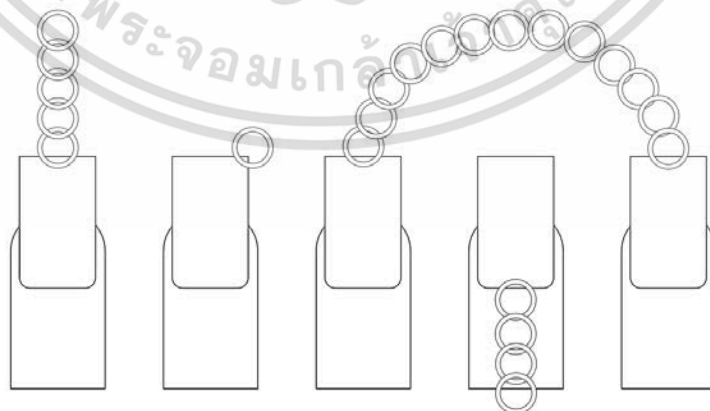
ภาพที่ 5.7 ภาพประกอบที่นำมาจากตราสัญลักษณ์ธงแบบสำเร็จ

#### 5.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์เล็บปลอมสำเร็จรูป

โดยไซแนวคิดคอนเซ็ปต์เรื่องชู้ตักในความสัมพันธ์โดยอิงจากบุคคลที่มีพฤติกรรมในการแปชชู้ตักที่ยินยอม และไม่ได้คิดถึงผลเสีย ส่งผลให้เบียดเบียนผู้อื่น และกระทบให้เกิดปัญหาในทางตรงและทางอ้อม

1. The Bandage การถูกยินยอมตกในพันธนาการ โดยออกแบบเล็บให้เหมือนมีโซ่ล่าม ทำอะไรก็ลำบาก เหมือนการตกอยู่ในความสัมพันธ์ที่ต้องระแวงระวังจนไม่มีความสุขในชีวิต

*The Bandage*  
การถูกยินยอมพันธนาการโดยรู้ตัวทำให้ทุกอย่างยากลำบาก แต่เต็มใจ

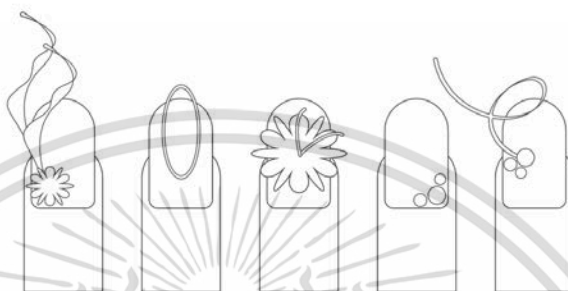


ภาพที่ 5.8 แบบร่าง The Bandage

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. So innocent การเลือกบิดบังตัวตน โดยทำสิ่งอื่นที่มีคุณค่า ไร่ล้มทินมัวหมองเพื่อปรุงแต่งให้ตนเอง รู้สึกสบายใจ ขณะเดียวกันที่ตนเองนั้นกำลังเลือกทำบางสิ่งไม่ถูกต้อง

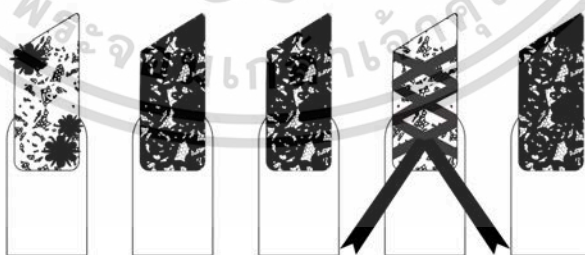
So innocent  
การเลือกบิดบังตัวตนโดยทำสิ่งที่ทำให้ตัวเองดูมีคุณค่า ไร่ล้มทินมัวหมอง



ภาพที่ 5.9 แบบร่าง So innocent

3. Black Bride การตกอยู่ในภาวะอารมณ์ที่ต้องเสียใจและผิดหวังอยู่เสมอ แต่ก็ยินยอม เปรียบเสมือน เจ้าสาวที่ใส่ชุดสีดำไว้ทุกข์ ไม่สามารถมีความรักอย่างบริสุทธิ์ตามที่ต้องการ

Black Bride  
ต้องเตรียมใจสำหรับไว้ทุกข์ให้ตัวเองเสมอ

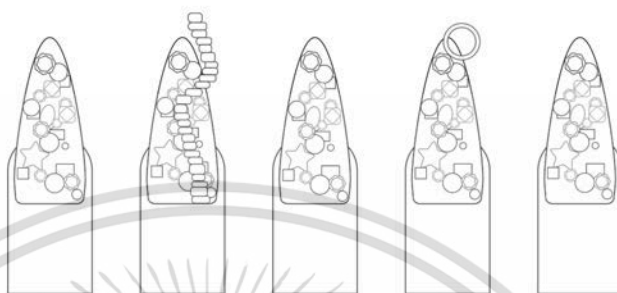


ภาพที่ 5.10 แบบร่าง Black Bride

4. Benefits การเลือกเขมมาในความสัมพันธ์โดยมีข้อแลกเปลี่ยนที่แตกต่างกันออกไป ไม่บดจะเพศ อำนาจ เงินทอง โดยมีการยินยอมหรือตกลงทำสิ่งที่ไม่ถูกต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Benefits  
สิ่งที่คาดว่าจะได้รับ

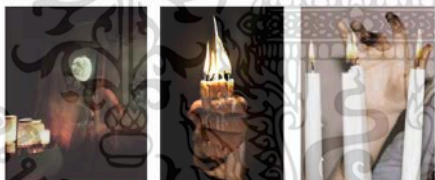


ภาพที่ 5.11 แบบร่าง Benefits

5. Burn me baby เป็นการพูดถึงการทำผิดบาปในทางศาสนา ที่บุคคลที่เปราะบางจะต้องลงนรก และในทางความเปราะบางจริงหากไม่ได้ตกนรก แต่ก็เหมือนโดนแผดเผาทั้งเปราะ เมื่อต้องตกอยู่ในสถานการณ์ 0 ดังกล่าว

Burn me baby

ถึงแม้จะยอมอยู่ในความสัมพันธ์แบบนี้ แต่ก็ไม่เคยได้หยดน้ำหมันใจ  
ทั้งที่แค่เพียงยอมดับเทียน

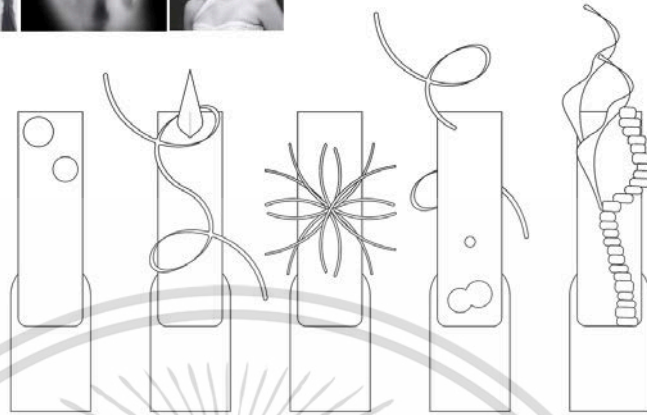


ภาพที่ 5.12 แบบร่าง Burn me baby

6. Alien Superstar การยอมรับในสิ่งที่ตัวเองกระทำ ถึงแม้อะไรก็ผิดขนบธรรมเนียม เดือดร้อนผู้อื่น และตัวเองก็ตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

*Alien superstar*  
ยอมรับสิ่งที่ตัวเองทำ ถึงแม้จะประหลาดจากคนอื่น



ภาพที่ 5.13 แบบร่าง Alien Superstar



ภาพที่ 5.14 ภาพชิ้นงานที่ทดลองทำครั้งแรก

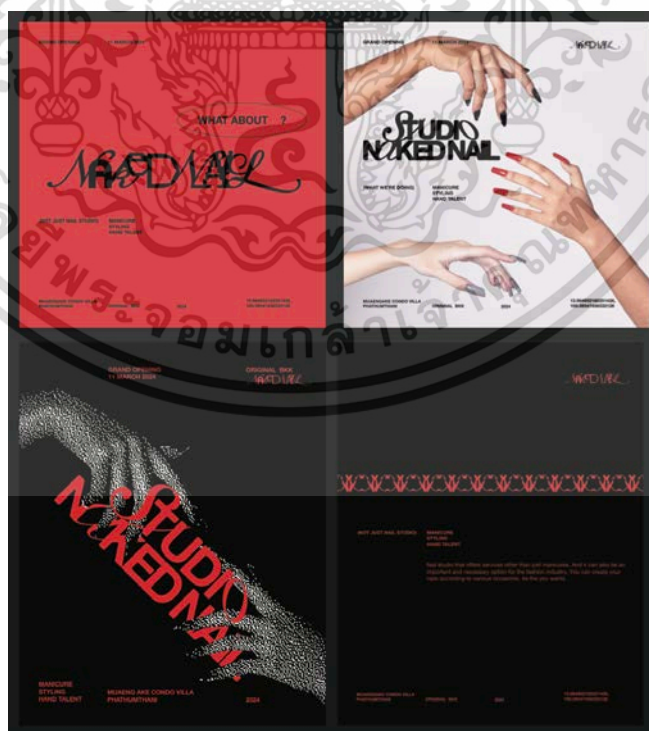
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.5 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

### 5.5.1 การออกแบบสื่อกราฟฟิก



ภาพที่ 5.15 สื่อกราฟฟิก



ภาพที่ 5.16 สื่อกราฟฟิกสำหรับออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.5.2 การออกแบบสื่อภาพถ่าย

Mood Board แนวทางการถ่ายภาพ ที่ต้องการจะใหญ่ปดูมีความลึกกลับ และชวนสงสัย แนวทางนี้ครอบคลุมทั้งการถ่ายเพื่อเป็นสื่อสำหรับโปรโมท และผลิตภัณฑ์ของแบรนด์



ภาพที่ 5.17 แนวทางการถ่ายภาพ



ภาพที่ 5.18 สื่อภาพถ่ายโปรโมทแบรนด์0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.19 ภาพเบื้องหลังการถ่ายภาพสำหรับโปรโมท

### 5.5.3 การออกแบบสื่อภาพถ่ายผลิตภัณฑ์

ภาพถ่ายจากแนวทางการถ่ายภาพที่กำหนดเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของแบรนด์

1. The Bandage การถูกขียนยอมตกในพันธนาการ โดยออกแบบเล็บให้เหมือนมีโซลตม ทำอะไรก็ลำบาก เหมือนการตกอยู่ในความสัมพันธ์ที่ต้องระแวงระวังจนไม่มีความสุขในชีวิต



ภาพที่ 5.20 การถ่ายภาพสำหรับสินค้า The Bandage

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพถ่ายจากแนวทางการถ่ายภาพที่กำหนดเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของแบรนด์

2. So innocent การเลือกปิดบังตัวตน โดยทำสิ่งอื่นที่มีคุณค่า ไร่มลทินมัวหมองเพื่อปรุงแต่งให้ตนเองรู้สึกสบายใจ ขณะเดียวกันที่ตนเองนั้นกำลังเลือกทำบางสิ่งไม่ถูกต้อง



ภาพที่ 5.21 การถ่ายภาพสำหรับสินค้า So innocent

ภาพถ่ายจากแนวทางการถ่ายภาพที่กำหนดเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของแบรนด์

3. Black Bride การตกอยู่ในภาวะอารมณ์ที่ต้องเสียใจและผิดหวังอยู่เสมอ แต่ก็ยินยอม เปรียบเสมือนเจ้าสาวที่ใส่ชุดสีดำไว้ทุกข์ ไม่สามารถมีความรักอย่างบริสุทธิ์ตามที่ต้องการ



ภาพที่ 5.22 การถ่ายภาพสำหรับสินค้า Black Bride

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพถ่ายจากแนวทางการถ่ายภาพที่กำหนดเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของแบรนด์

4. Benefits การเลือกเข้ามาในความสัมพันธ์ โดยมีข้อแลกเปลี่ยนที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเพศ อำนาจ เงินทอง โดยมีการยินยอมหรือตกลงทำสิ่งที่ไม่ถูกต้อง



ภาพที่ 5.23 การถ่ายภาพสำหรับสินค้า Benefits

ภาพถ่ายจากแนวทางการถ่ายภาพที่กำหนดเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของแบรนด์

5. Burn me baby เปิดการพูดถึงการทำผิดบาปในทางศาสนา ที่บุคคลที่เป่ชชู้รักจะต้องลงนรก และในทางความเป่ชจริงหากไม่ได้ทนรก แต่ก็เหมือนโดนแผดเผาทั้งเป่ช เมื่อต้องตกอยู่ในสถานการณ์ดังกล่าว



ภาพที่ 5.24 การถ่ายภาพสำหรับสินค้า Burn me baby

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพถ่ายจากแนวทางการถ่ายภาพที่กำหนดเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของแบรนด์

6. Alien Superstar การยอมรับในสิ่งที่ตัวเองกระทำ ถึงแม้อะไรก็ผิดขนบธรรมเนียม เดือดร้อนผู้อื่น และตัวเองก็ตาม



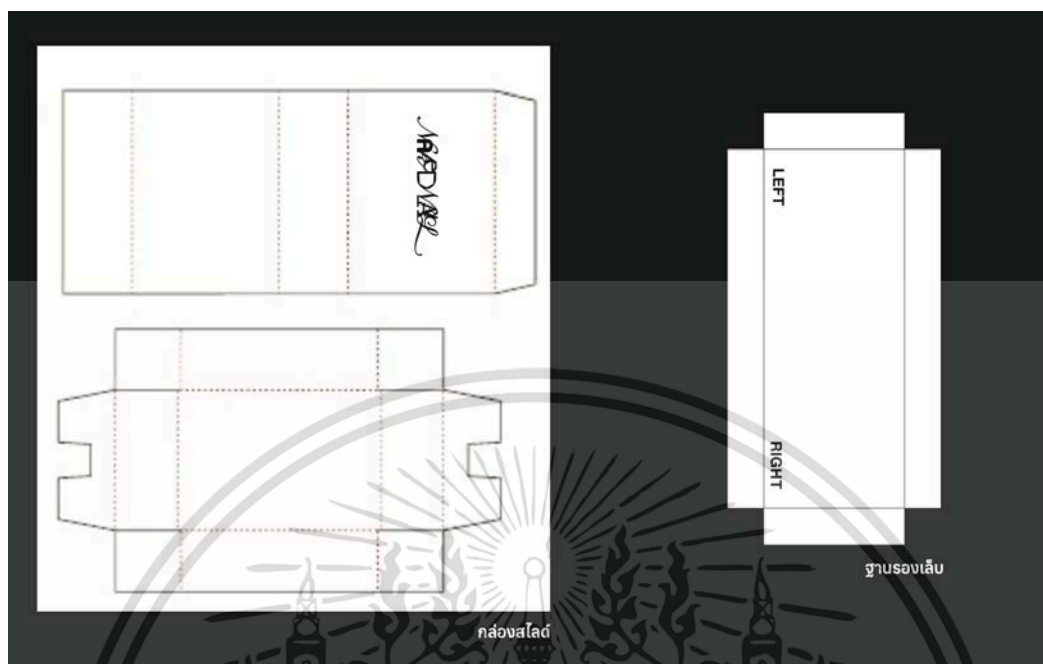
ภาพที่ 5.25 การถ่ายภาพสำหรับสินค้า Alien Superstar



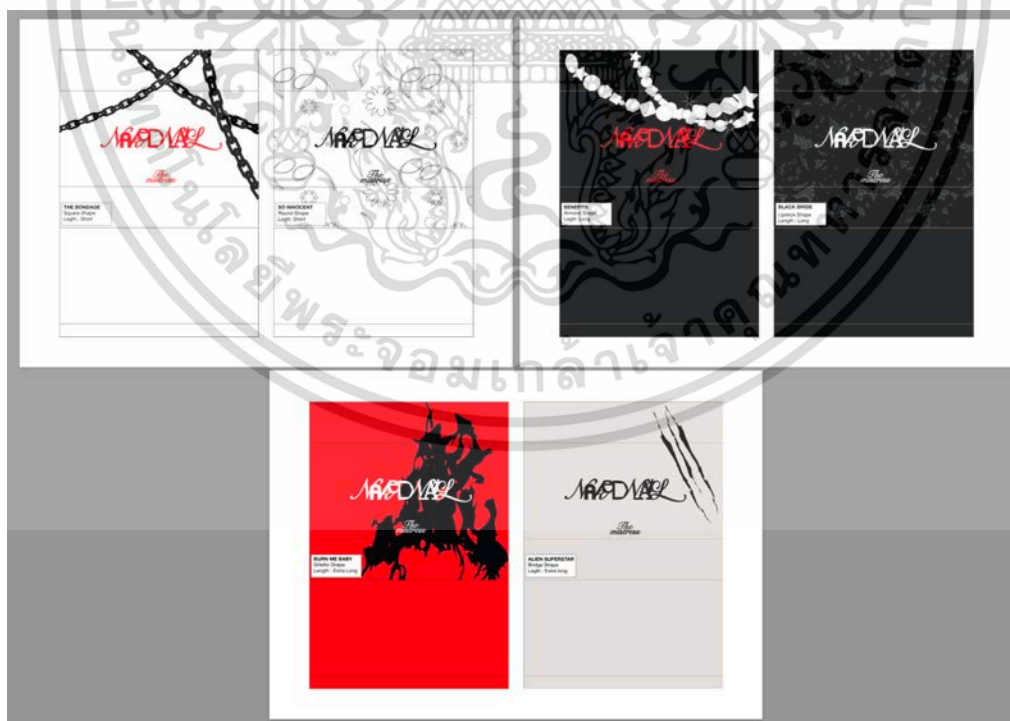
ภาพที่ 5.26 ภาพเบื้องหลังการถ่ายภาพสำหรับสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.6 การออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 5.27 การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 5.28 การออกแบบฝาบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.29 การออกแบบคู่มือการใช้งาน

5.7 การออกแบบหนังสือภาพ (Look book)



ภาพที่ 5.30 การออกแบบหนังสือภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6 ผลงานสำเร็จ

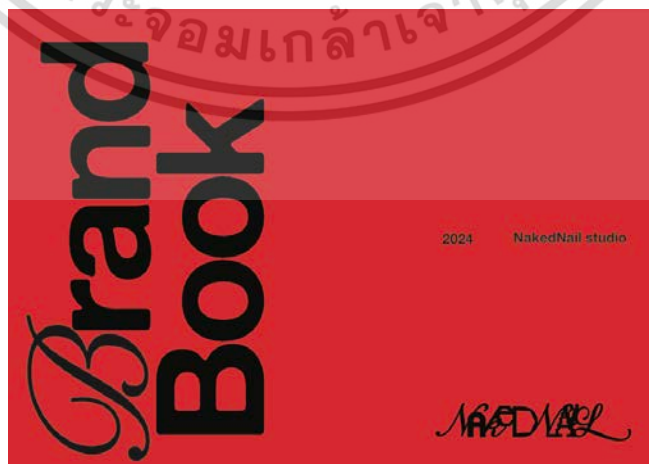
### 6.1 ตราสัญลักษณ์

ในการออกตราสัญลักษณ์จึงได้นำแนวทางที่ 2 Mystery of you มาต่อยอด และมีการนำแนวคิดเรื่องความหลากหลายของคาแรคเตอร์บุคคลจากแนวทางที่ 1 มาต่อยอดร่วมกัน ตราสัญลักษณ์สามารถนำมาทำเป็นรูปแบบอื่นตามการนำไปใช้งานกับสื่อต่างๆอย่างเหมาะสม



ภาพที่ 6.1 ตราสัญลักษณ์

### 6.2 หนังสือคู่มืออัตลักษณ์



ภาพที่ 6.2 หน้าปกหนังสือคู่มืออัตลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเชิงในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นหน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2.1 หน้าสารบัญ



ภาพที่ 6.3 หน้าสารบัญ

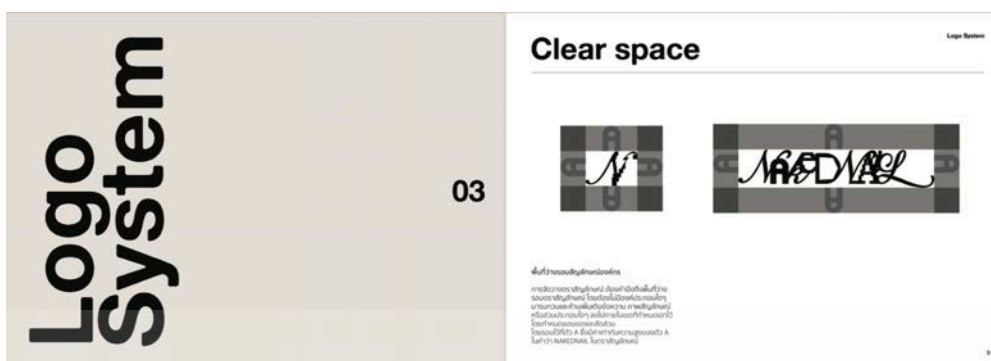
6.2.2 หน้า Brand Background



ภาพที่ 6.4 หน้า Brand Background

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.2.3 หน้าพื้นที่รอบตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 6.5 หน้าพื้นที่รอบตราสัญลักษณ์

## 6.3 สื่อประชาสัมพันธ์

### 6.3.1 โปสเตอร์

ภาพโปสเตอร์ที่ใช้ในการโปรโมทแบรนด์



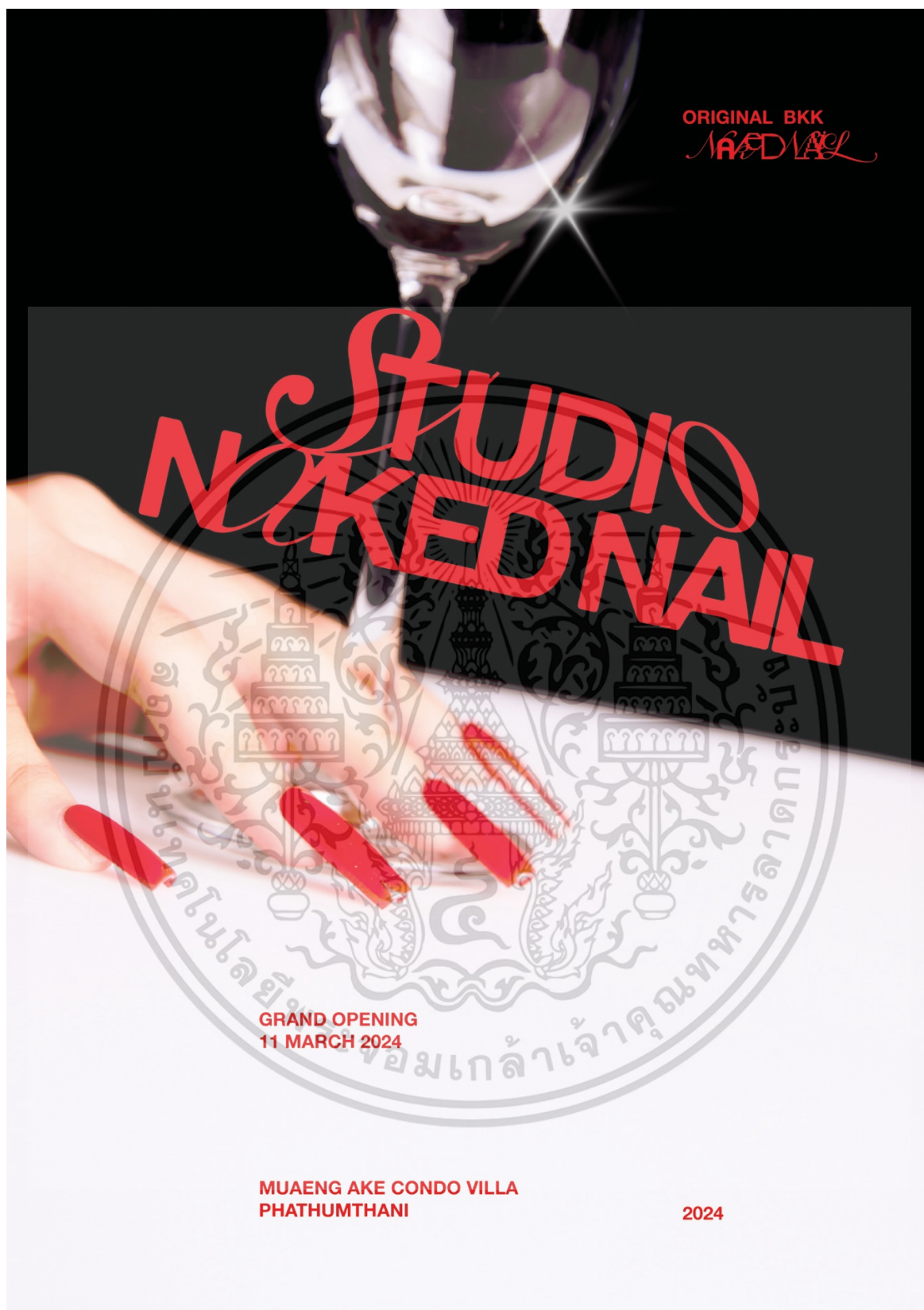
ภาพที่ 6.6 โปสเตอร์แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.7 โปสเตอร์แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.8 โปสเตอร์แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 6.3.2 ป้ายประชาสัมพันธ์

ป้ายประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการโปรโมทแบรนด์



ภาพที่ 6.9 ป้ายประชาสัมพันธ์

### 6.3.3 การ์ด



ภาพที่ 6.10 การ์ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 6.3.4 เว็บไซต์



ภาพที่ 6.11 เว็บไซต์

### 6.3.5 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์



ภาพที่ 6.12 สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 6.3.6 อุปกรณ์สำนักงาน



ภาพที่ 6.13 อุปกรณ์สำนักงาน

### 6.3.7 ป้ายไวเนล



ภาพที่ 6.14 ป้ายไวเนล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.4 สิ่งอื่นๆ

### 6.4.1 หมวก



ภาพที่ 6.15 หมวก

### 6.4.2 กระเป๋าอุปกรณ์



ภาพที่ 6.16 กระเป๋าอุปกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 6.4.3 ป้ายชื่อ



ภาพที่ 6.17 ป้ายชื่อ

### 6.4.4 เสื้อ

ภาพที่ 6.18 เสื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.4.5 เข็มกลัด



ภาพที่ 6.19 เข็มกลัด

## 6.4.6 พรอมเซ็ดเท้า



ภาพที่ 6.20 พรอมเซ็ดเท้า

## 6.4.7 ป้ายร้าน



ภาพที่ 6.21 ป้ายร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 บทสรุป

การสร้างอัตลักษณ์สำหรับธุรกิจทำเล็บแบรนด์ NakedNail ได้สำเร็จลุล่วงดลยดี ผู้จัดทำได้เรียนรู้ และฝึกฝนในสิ่งที่ตัวข้าพเจ้าได้สนใจที่สุดในชีวิต ข้าพเจ้าได้ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการมีอัตลักษณ์แบรนด์ ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าหรือบริการนั้นๆเป็นอย่างดี ข้าพเจ้าหวังว่าโครงการศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้จะเป็ประโยชน์กับผู้สนใจในการทำเล็บ หรือการโซผลิตภัณฑเล็บปลอมสำเร็จรูปอย่งดี และขทพเจทจะนำความรู้ทั้งทางด้านกราฟฟิก และการพัฒนาการทำเล็บเพื่อให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ในอนาคตต่อไป

#### 7.2 ปัญหาและข้อจำกัด

ปัญหาคือ ประเด็นศึกษาที่นำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์เล็บปลอมค่อนข้างละเอียดอ่อนในการพูดถึง และไม่ค่อยมีใครเห็นด้วย จึงทำให้ต้องมีการค้นคว้าเพิ่มนำประเด็นที่ทุกคนเข้าใจมาใช้งาน

ข้อจำกัดที่มี อุปกรณ์ต่างๆในการนำมาทำเล็บมีราคาสูง รวมถึงการเตรียมการสำหรับถ่ายภาพ และวิดีโอค่อนข้างใช้เวลานาน และใช้กำลังคนในการช่วยเหลือ จวบจนถึงต้องมีการวางแผนเวลาอย่างดี เพราะค่อนข้างจำกัด รวมถึงอุปกรณ์ถ่ายภาพต่างๆไม่ครบ จึงเกิดปัญหาในการถ่ายภาพหลายอย่าง

#### 7.3 ข้อเสนอแนะ

งานชิ้นนี้จะถูกนำไปต่อยอดกับอาชีพในอนาคตที่ผู้จัดทำสนใจ คืออาชีพสไตลิสต์ ในอนาคตจะมีการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายให้หลากหลายมากกว่าเดิม และจะมีการนำเสนอให้มีความหลากหลาย

## บรรณานุกรม

(2565)เปิดงานวิจัย ทำไมผู้หญิงเลือกเป็น ‘เมียน้อย’ แลกมากับอะไร และต้องเจออะไรบ้าง

<https://thestandard.co/mistress-reason-research/>

(2541)Causes of Having Mistresses in 20 Thai Men

<https://www.psychiatry.or.th/JOURNAL/v4331.html>

(2564) “รักควรมีสองคน” แต่ทำไม ผู้ชายมีเมียน้อย

<https://www.komchadluek.net/kom-lifestyle/479725>

(2567)มานุษยวิทยาเมียน้อยและการมีคู่ (Anthropology of Infidelity)

<https://www.komchadluek.net/kom-lifestyle/479725>

(2564)การทำเล็บก็มีที่มา ไปดูกันว่ามาจากที่ใด

<https://www.sereechaibeauty.com/blog/nail-salon-history>

(2020)ประวัติศาสตร์ฉบับกระชับของ ‘ลืทาเล็บ’ เรื่องไม่เลืกระหว่าง ‘เล็บ’ กับ ‘ลื’

<https://becommon.co/culture/fashion-nail-polish-history/>

(2022)Manicure & Nail Art: A Short History

<https://www.exoticquixotic.com/stories/nail-art>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ชนิสรา ผลสุทธิชัย
วันเดือนปีเกิด	18 ตุลาคม 2544
ที่อยู่	ภาควิชาศิลปะ ศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และ การออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
การติดต่อ	อีเมล: Chnsrcp@gmail.com
ประวัติการศึกษา	2566 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2551 เบญจมราชรังสฤษฎ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้