

กรุณา ตริยานนท์ : การออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารกลิ่นหอมประเภทต่างๆ. (GRAPHIC DESIGN TO COMMUNICATE VARIOUS SCENTS) อ. ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอื้อเอ็นดู ดิคุกุล ณ อยุธยา, 359 หน้า. ISBN 974-53-2548-1

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้เพื่อหาแนวทางการใช้องค์ประกอบและหลักการจัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์เพื่อสื่อสารบุคลิกภาพของกลิ่นหอมประเภทต่างๆ โดยอาศัยแนวคิด ตลอดจนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งประเภทกลิ่นหอม ทฤษฎีบุคลิกภาพ และหลักการเกี่ยวกับองค์ประกอบและหลักการจัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์ โดยหวังประโยชน์ให้เกิดหลักการที่ใช้ได้จริงของกระบวนการสร้างสรรค์ทางด้านการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสารกลิ่นหอมประเภทต่างๆอย่างกว้างขวาง และเป็นหลักการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ในโอกาสอื่นๆต่อไป

การวิจัยเชิงแนวคิดในเรื่อง และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งประเภทกลิ่นหอมที่ได้รับการยอมรับโดยสากลและได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านกลิ่นหอม เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 ทฤษฎี จากนั้นนำประเภทกลิ่นหอมที่อยู่ในขอบเขตของการวิจัยไปวิเคราะห์หาลักษณะบุคลิกภาพจากทฤษฎีบุคลิกภาพของดอกเตอร์เจนนีเฟอร์ แอล เอเคอร์ (Jennifer L. Aaker) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะของบุคลิกภาพทั้งหมด 73 บุคลิกภาพ จัดทำเป็นแบบสอบถาม โดยสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านกลิ่นหอมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน แล้วจึงวิเคราะห์หาแนวทางในการใช้องค์ประกอบและหลักการจัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสารลักษณะบุคลิกภาพของกลิ่นหอมประเภทต่างๆได้ โดยรวบรวมองค์ประกอบทางเรขศิลป์จากหนังสือทางวิชาการ จำนวน 7 เล่ม และหลักการจัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์ โดยอ้างอิงจากหนังสือทางวิชาการ จำนวน 12 เล่ม จัดทำเป็นแบบสอบถาม โดยสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านเรขศิลป์เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 ท่านอีกครั้งหนึ่ง และตลอดทั้งกระบวนการดำเนินการวิจัยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ประเมิน ตรวจสอบแบบสอบถามและคำแปลประกอบเครื่องมือในการวิจัยทุกขั้นตอน

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การออกแบบเรขศิลป์ โดยใช้องค์ประกอบและหลักการจัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่เหมาะสม สามารถสื่อสารถึงกลิ่นหอมประเภทต่างๆได้ โดยมีความหลากหลายในการเลือกใช้องค์ประกอบและหลักการจัดองค์ประกอบที่แตกต่างกัน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ อย่างหลากหลายในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง อาทิ การออกแบบภายใน ในประเภทธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งวิธีดำเนินการวิจัยยังมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการหาแนวทางการออกแบบเพื่อสื่อสารกลิ่นหอมประเภทอื่นๆนอกเหนือจากขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้ได้ต่อไป

An objective of this research was to find the use of elements and principles of graphic design to communicate the personalities of various scents, by using concepts and theories of various scents categorizations, personality theory and elements and principles of graphic design. The results aimed to establish principles that are able for actual use in the process of graphic design creativity to communicate various scents and are able to be applied in other design opportunities widely.

This research depended on 5 concepts and theories of various scents categorizations used worldwide and were chosen by experts (perfumers). This was used to select scent categories for the research to analyze personalities of each scent on the concept of personality categorization by Dr. Jennifer L. Aaker which consists of 73 types of personalities. These 2 concepts were used to prepare the questionnaires for 5 experts (perfumers). Then, analyze the method of using elements and principles of graphic design to communicate personalities of various scents by collecting elements of graphic design from 7 academic books and principles of graphic design from 12 academic books. These concepts were, again, used to prepare questionnaires for 5 experts (graphic designers). In the whole procedures of this research, there were qualified experts who had helped evaluating questionnaires and translations of the research aid before being used.

The result of research demonstrated that by using suitable elements and principles of graphic design, various scents can be presented while various graphic design elements and principles can be chosen and used occasionally. Which means the principles found in this research can be applied to other relevant sciences, such as, interior and product design. Moreover, the methodology is also beneficial to interested individual by guiding them to find an innovative way of design to communicate some other scents outside the scope of the research in the future.