

การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

กุลนภา เต็มดี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

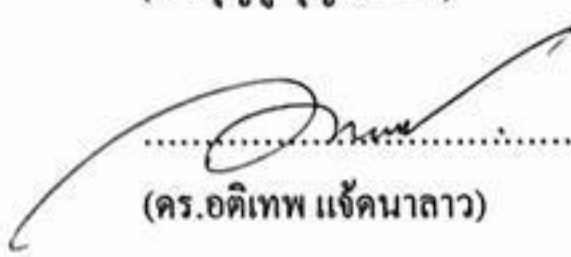
พฤษภาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

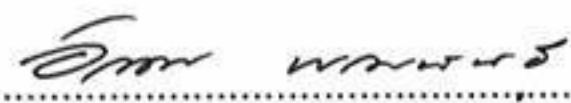
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวกุลณา เต็มดี ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์


..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ)

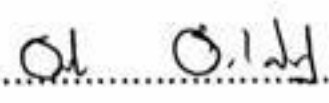

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ดร.อดิเทพ แจ้คนาลาว)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธาน
(ดร.อินทิรา พรหมพันธุ์)


..... กรรมการ
(ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ)


..... กรรมการ
(ดร.อดิเทพ แจ้คนาลาว)


..... กรรมการ
(ดร.รณชัย รัตนเศรษฐ)

คณะศิลปกรรมศาสตร์อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ เทพศักดิ์ ทองนพคุณ)

วันที่ 30 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2558

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ และ ดร.อติเทพ แจ่มนาลาว กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทาง ที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา ทำให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและ สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ในสาขา ต่าง ๆ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรฯ ทุกท่าน และเพื่อน ๆ พี่ ๆ ในสาขาวิชา ที่ได้ให้ ความช่วยเหลือแนะนำและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยจึงขอ กราบขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

คุณค่าและประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ขอมอบแด่บิดา มารดาซึ่งเป็นที่ยรักและเคารพ ตลอดจนครูอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุน จนกระทั่ง วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

กุลนภา เต็มดี

56920635: สาขาวิชา: ทักษะศิลป์และการออกแบบ; ศป.ม. (ทักษะศิลป์และการออกแบบ)

คำสำคัญ: การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์/ เทศกาลคริสต์มาส/ จังหวัดชลบุรี

กฤตภา เต็มดี: การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี (WINDOW DISPLAY DESIGN FOR CHRISTMAS SEASON IN CHONBURI PROVINCE CONTEXT) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: บุญชู บุญลิขิตศิริ, ก.ด., อติเทพ แจ่มนาลาว, Ph.D. 209 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีและเพื่อออกแบบจัดแสดงวินโดว์ดิสเพลย์ในรูปแบบหน้าต่างเดี่ยว สามารถดึงดูดความสนใจต่อภาพลักษณ์ของพื้นที่จังหวัดชลบุรีและนำเสนอแนวทางในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สำหรับช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส และเทศกาลอื่น ๆ ได้ ผลสรุปจากการสัมภาษณ์และการถอดอรรถาธิบายคริสต์มาสและการถอดอรรถาธิบายพื้นที่จังหวัดชลบุรี พบว่าเป็นประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ ด้านอรรถาธิบายคริสต์มาส ได้แก่ สีเขียว ต้นคริสต์มาส ความรัก ชมไฟคริสต์มาส ด้านอรรถาธิบายพื้นที่จังหวัดชลบุรี ได้แก่ พัทธยา เครื่องจักสานพนัสนิคม ศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ เกาะล้าน ประเพณีวิ่งควาย เทศกาลสงกรานต์ อาหารทะเลสด ชมพิพิธภัณฑสถานน้ำ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการออกแบบที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจในอรรถาธิบายที่มีความโดดเด่น มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ เทศกาลคริสต์มาสให้มีความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ของจังหวัดชลบุรี โดยใช้ลักษณะเด่นของสถานที่สำคัญสื่อถึงภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียงของจังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีการประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์รวมทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง

ในการทำแบบสอบถามจากการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือด้านการออกแบบผลงาน ด้านความสวยงาม ด้านการใช้สี และด้านประโยชน์ ซึ่งได้ข้อสรุปดังนี้ ความพึงพอใจในด้านความสวยงาม ค่าเฉลี่ยรวม 4.44 (มาก) ด้านประโยชน์ ค่าเฉลี่ยรวม 4.33 (มาก) ด้านการใช้สี ค่าเฉลี่ยรวม 4.18 (มาก) ด้านการออกแบบผลงาน เฉลี่ยรวม 4.14 (มาก) จัดอยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ยระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการถอดอรรถาธิบายคริสต์มาสและการถอดอรรถาธิบายพื้นที่จังหวัดชลบุรีมาออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ได้รับความพึงพอใจมาก เนื่องจากผลงานการออกแบบเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ความสวยงามดึงดูดความสนใจให้กับจังหวัดชลบุรีและเป็นประโยชน์กับผู้สนใจศึกษานำแนวทางการถอดอรรถาธิบายไปต่อยอดสร้างสรรค์ได้

56920635: MAJOR: VISUAL ARTS AND DESIGN; M.F.A
(VISUAL ARTS AND DESIGN)

KEYWORDS: WINDOW DISPLAY/ DESIGN/ CHRISTMAS/ CHONBURI

KUNNAPHA TEMDEE: WINDOW DISPLAY DESIGN FOR CHRISTMAS
SEASON IN CHONBURI PROVINCE CONTEXT. ADVISORY COMMITTEE: BUNCHOO
BUNLIKHITSIRI, Ph.D., ATITHEP CHAETNALAO, Ph.D. 209 P. 2015

This research aimed at studying window display design during Christmas season in Chonburiprovince , and presenting display through single-window design that attracts the audience to be interested in image of Chonburi province including proposing a display for Christmas season and other festive events. The conclusion from the interviews with sample group and information gained from questionnaire on the decoding of the identity of the Christmas event and identity of Chonburi province. The sample group agreed the most that the identity of Christmas is composed of green color, love and sightseeing Christmas lights whilst the identity of Chonburi province is composed of Pattaya, basketery in PanatNikom, Nacha Sa Thai Chue Shrine, KohLan island, Buffalo racing festival, Water festival, Fresh seafood and Aquarium and Science Museum. All places and events are the identities which were used as an inspiration of window display design for Chirstmas festival in harmony with the context of Chonburi province. The distinctive points of important sites will reflect a good image of this reputable province. This research is composed of the evaluation of the satisfaction of sample group comprising 150 local people of Chonburi and other provinces.

The questionnaire for satisfaction survey towards window display were made to evaluate 4 aspects being design, beauty, color usage and benefit. The conclusion of the average satisfaction rate is 4.44 (high level) for the beauty, 4.33 (high level) for the benefit,4.18 (high level) for the color usage, 4.14 (high level)for the design. All the rates above were considered as a very level of satisfaction. The decoding of province and Chirstmas identities presented by window display gained a very high level of satisfaction as the work is in line with the purpose of the research. It builds a good image with its beauty and it attracts the audience to be interested more in Chonburi province. This also allows those who are interested in further research on decoding identity to creative works.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์	6
องค์ประกอบศิลปะ	17
หลักการตลาด	50
เทศกาลคริสต์มาส	57
พื้นที่จังหวัดชลบุรี	69
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	75
3 วิธีดำเนินการวิจัย	80
ศึกษารวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	80
เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับนำไปวิเคราะห์การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์	81
สร้างต้นแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่ จังหวัดชลบุรี ในรูปแบบหน้าต่างเดี่ยว	101
สร้างชิ้นงานวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่ จังหวัดชลบุรี	101
จัดแสดงผลงาน	101

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
	ประเมินผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ 102
4 ผลการวิจัย	104
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล	104
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์คริสต์มาส	106
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี	110
การนำผลจากตารางสังเคราะห์มาออกแบบ	118
เทคนิคและวิธีการดำเนินงาน	142
ผลงานสำเร็จ	163
5 สรุป และอภิปรายผล	175
สรุปผลการวิจัย	175
อภิปรายผล	176
ปัญหาและแนวทางแก้ไข	177
ข้อเสนอแนะ	177
บรรณานุกรม	179
ภาคผนวก	184
ภาคผนวก ก	185
ภาคผนวก ข	199
ภาคผนวก ค	204
ประวัติย่อของผู้วิจัย	209

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 ผลการประเมินความสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ	98
3-2 การประเมินความสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ	99
4-1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	104
4-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	104
4-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	105
4-4 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์กิจกรรมคริสต์มาส	106
4-5 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์บรรยากาศคริสต์มาส ..	107
4-6 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สีคริสต์มาส	108
4-7 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สัญลักษณ์คริสต์มาส ...	109
4-8 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์ของฝากในจังหวัด ชลบุรี	110
4-9 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์ประเพณีในจังหวัด ชลบุรี	111
4-10 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติในจังหวัดชลบุรี	112
4-11 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมในจังหวัดชลบุรี	113
4-12 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์เทศกาลใน จังหวัดชลบุรี	114
4-13 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์อาหารในจังหวัดชลบุรี	115
4-14 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์กิจกรรมใน จังหวัดชลบุรี	116
4-15 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สถานที่สำคัญใน จังหวัดชลบุรี	117
4-16 สังเคราะห์อัตลักษณ์คริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-17	ประเมินผลงานหลังการจัดแสดง	172

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2-1 การจัด วินโดว์ดิสเพลย์ ตอนรับเทศกาลคริสต์มาส	9
2-2 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว	10
2-3 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างชุด	11
2-4 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ แบบเดี่ยวหรือแบบแบนราบ	12
2-5 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ แบบมุม	12
2-6 จุด	18
2-7 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ จุด	18
2-8 เส้น	19
2-9 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ เส้น	19
2-10 รูปร่าง รูปทรง	20
2-11 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ รูปร่าง รูปทรง	20
2-12 รูปร่าง	21
2-13 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ รูปร่าง	21
2-14 รูปร่างเรขาคณิต	22
2-15 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ดิสเพลย์ รูปร่างเรขาคณิต	23
2-16 รูปสี่เหลี่ยม	23
2-17 ส่วนของการจัดวินโดว์ดิสเพลย์ รูปสี่เหลี่ยม	24
2-18 รูปหลายเหลี่ยม	24
2-19 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ รูปหลายเหลี่ยม	25
2-20 รูปวงกลม	25
2-21 การจัดวินโดว์ดิสเพลย์ รูปวงกลม	26
2-22 รูปร่างอินทรีย์	26
2-23 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ดิสเพลย์ รูปร่างอินทรีย์	27
2-24 รูปร่างอิสระ	28
2-25 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ดิสเพลย์ รูปร่างอิสระ	28
2-26 รูปทรง	29

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2-27 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรง	29
2-28 รูปทรงแนวตรง	30
2-29 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงแนวตรง	30
2-30 รูปทรงโค้ง	31
2-31 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงโค้ง	31
2-32 รูปทรงมาตรฐาน	32
2-33 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงมาตรฐาน	33
2-34 รูปทรงเรขาคณิต	33
2-25 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงเรขาคณิต	34
2-36 รูปทรงอิสระ	35
2-37 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงอิสระ	35
2-38 ลักษณะผิว	36
2-39 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ลักษณะผิว	36
2-40 ส่วนตัด	37
2-41 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ส่วนตัด	37
2-42 สี	38
2-43 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สี	38
2-44 วงสี	40
2-45 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ วงสี	40
2-46 สีวรรณะร้อน	41
2-47 วินโดว์ ดิสเพลย์ สีวรรณะร้อน	41
2-48 สีวรรณะเย็น	42
2-49 วินโดว์ ดิสเพลย์ สีวรรณะเย็น	42
2-50 แสงและเงา	43
2-51 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ แสงและเงา	43
2-52 การซ้ำ	44
2-53 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ การซ้ำ	45

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2-54 ลวดลาย	45
2-55 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ลวดลาย	46
2-56 การลดหลั่น	47
2-57 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ การลดหลั่น	47
2-58 ความกลมกลืน	48
2-59 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ความกลมกลืน	49
2-60 การตัดกัน	50
2-61 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ การตัดกัน	50
2-62 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ซานตาครอส	58
2-63 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ถุงเท้า	59
2-64 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ต้นคริสต์มาส	60
2-65 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ต้นฮอลลี่	60
2-66 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ดอกไม้คริสต์มาส	61
2-67 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ดอกคริสต์มาส	61
2-68 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส เพลงวันคริสต์มาส	62
2-69 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส คำอวยพรวันคริสต์มาส	63
2-70 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส การทำมิสซาเที่ยงคืน	64
2-71 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส เทียนและพวงมาลัย	65
2-72 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ระฆังวันคริสต์มาส	65
2-73 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ดาว	66
2-74 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส เครื่องประดับคริสต์มาส	66
2-75 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ของขวัญวันคริสต์มาส	67
2-76 ตราประจำจังหวัดชลบุรี	69
2-77 ดอกประดู่	70
3-1 เครื่องมือการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาส	83
3-2 เครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี	86

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
3-3 ลำดับการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี	103
4-1 ด้านพื้นที่ด้านหน้า	119
4-2 ด้านพื้นที่ด้านข้าง	120
4-3 ความรัก	121
4-4 แบบร่างความรัก 1	121
4-5 แบบร่างความรัก 2	122
4-6 ภาพผลงานความรัก 3	122
4-7 ภาพผลงานความรัก 4	123
4-8 ภาพผลงานความรัก 5	123
4-9 ภาพผลงานความรัก 6	123
4-10 ภาพผลงานความรัก 7	124
4-11 พัทยา	124
4-12 แบบร่างพัทยา	125
4-13 ภาพผลงานการออกแบบพัทยา 1	126
4-14 ผลงานการออกแบบพัทยา 2	126
4-15 ผลงานการออกแบบพัทยา 3	127
4-16 ผลงานการออกแบบพัทยา 4	127
4-17 ผลงานการออกแบบพัทยา 5	128
4-18 ผลงานการออกแบบพัทยา 6	128
4-19 เครื่องจักรสานพนัสนิคม	129
4-20 แบบร่างเครื่องจักรสานพนัสนิคม	129
4-21 ภาพผลงานการออกแบบเครื่องจักรสานพนัสนิคม 1	130
4-22 ภาพผลงานการออกแบบเครื่องจักรสานพนัสนิคม 2	130
4-23 ภาพผลงานการออกแบบเครื่องจักรสานพนัสนิคม 3	131
4-24 ภาพผลงานการออกแบบเครื่องจักรสานพนัสนิคม 4	131

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4-25 ศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ	132
4-26 แบบร่างศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 2	132
4-27 ศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 3	133
4-28 แบบร่างศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 4	133
4-29 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 5	134
4-30 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 6	135
4-31 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 7	135
4-32 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 8	136
4-33 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 9	136
4-34 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 10	137
4-35 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 11	137
4-36 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ 12	138
4-37 อาหารทะเลสด	138
4-38 ภาพร่างอาหารทะเลสด	139
4-39 ภาพผลงานอาหารทะเลสด 1	140
4-40 ภาพผลงานอาหารทะเลสด 2	140
4-41 ภาพผลงานอาหารทะเลสด 3	141
4-42 ภาพผลงานอาหารทะเลสด 4	141
4-43 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 1	142
4-44 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 2	143
4-45 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 3	143
4-46 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 4	144
4-47 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 5	144
4-48 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 6	145
4-49 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 7	145
4-50 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 8	146
4-51 ภาพเทคนิคและวิธีการสร้างลวดลาย 1	146

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4-52 ภาพเทคนิคและวิธีการสร้างลวดลาย 2	147
4-53 ภาพเทคนิคและวิธีการสร้างลวดลาย 3	147
4-54 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 1	148
4-55 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 2	148
4-56 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 3	149
4-57 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 4	149
4-58 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 5	150
4-59 ภาพการประกอบผลงาน 1	150
4-60 ภาพการประกอบผลงาน 2	151
4-61 ภาพการประกอบผลงาน 3	151
4-62 ภาพการประกอบผลงาน 4	152
4-63 ภาพการประกอบผลงาน 5	152
4-64 ภาพการประกอบผลงาน 6	153
4-65 ภาพการประกอบผลงาน 7	153
4-66 ภาพการประกอบผลงาน 8	154
4-67 ภาพการประกอบผลงาน 9	154
4-68 ภาพการประกอบผลงาน 10	155
4-69 ภาพการประกอบผลงาน 11	155
4-70 ภาพการประกอบผลงาน 12	156
4-71 ภาพการประกอบผลงาน 13	156
4-72 ภาพการประกอบผลงาน 14	157
4-73 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 1	157
4-74 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 2	158
4-75 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 3	158
4-76 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 4	159
4-77 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 5	159
4-78 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 6	160

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4-79 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 7	160
4-80 ภาพการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส 1	161
4-81 ภาพการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส 2	161
4-82 ภาพการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส 3	162
4-83 ภาพการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส 4	162
4-84 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในเวลากลางวัน 1	163
4-85 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในเวลากลางวัน 2	164
4-86 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในเวลากลางวัน 3	164
4-87 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในเวลากลางวัน 4	165
4-88 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 5	165
4-89 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 6	166
4-90 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 7	166
4-91 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 8	167
4-92 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 9.....	167
4-93 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 10	168
4-94 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 11	168

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4-95 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 12	169
4-96 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 13	169
4-97 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 14	170
4-98 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 15	170
4-99 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 16	171
4-100 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 17	171

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นที่รู้จักของนานาประเทศและนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก โดยมีสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา เชื้อชาติ ประเพณีและวัฒนธรรมที่หลากหลาย สร้างความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวที่เด่นชัด ในเรื่องโบราณสถานที่สำคัญและสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีทุกภูมิภาคโดยแต่ละ ภูมิภาคจะมีจังหวัดที่มีเรื่องราวและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ภาคกลางมีเมืองหลวงคือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอาณาบริเวณติดกับภูมิภาคต่าง ๆ ที่สำคัญทั้งภาคเหนือ ภาคตะวันตก ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก ซึ่งมีเศรษฐกิจเป็นอันดับต้น ๆ รองลงมาจาก กรุงเทพมหานคร อันได้แก่ จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกที่เป็นเมืองชายทะเลอยู่ ไม่ห่างไกลจากกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวกและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่เข้ามา เมืองไทยมีความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมืองและการท่องเที่ยว เป็นแหล่งรวมของ ธุรกิจ การค้า การลงทุนในปัจจุบัน มีพื้นที่ตั้งทางทิศตะวันออกของประเทศไทยหรือริมฝั่งทะเล ด้านตะวันออกของอ่าวไทย มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 1,338,656 คน และมีความโดดเด่นใน หลายด้านจากการเป็นเมืองท่าค้าขายคึกคักในอดีต พัฒนามาสู่เมืองเกษตร อุตสาหกรรม และ ท่องเที่ยว มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยร้อยละ 12 ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวจำนวน 441,062 บาท เป็นลำดับ 5 ของประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากที่สุด 8,453,268 คน (ร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย) มีรายได้ 76,553.15 ล้านบาท ส่งผลให้จังหวัดชลบุรีกลายเป็น “เพชรน้ำเอกแห่งบูรพา” (สำนักงานจังหวัด ชลบุรี, 2555)

โดยในส่วนการท่องเที่ยวตามเทศกาลที่หลากหลายในจังหวัดชลบุรี เช่น เทศกาล สงกรานต์ เทศกาลวันขึ้นปีใหม่ และเทศกาลคริสต์มาส ซึ่งเทศกาลคริสต์มาสในจังหวัดชลบุรี ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของบรรยากาศเทศกาลคริสต์มาสช่วงค่ำคืน เพราะเป็นเมืองแห่ง การท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาจำนวนมาก ให้ความสนใจ การเฉลิมฉลอง ถ่ายรูปร่วมกับต้นคริสต์มาสที่ประดับด้วยไฟหลากสีตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ลานอเนกประสงค์ชายหาดพัทยา บริเวณหน้าศูนย์การค้าต่าง ๆ โรงแรม และร้านอาหาร ในช่วง เวลาของเทศกาลคริสต์มาสผู้คนจะใช้วิธีการซื้อของขวัญให้กับคนรักและคนในครอบครัว รวมถึง การเฉลิมฉลองต่าง ๆ การรับประทานอาหารร่วมกันของครอบครัวญาติมิตรได้พบปะพูดคุย

แสดงความใกล้ชิดต่อกัน การแลกเปลี่ยนของขวัญซึ่งกันและกัน ต่างจัดเตรียมการต้อนรับเทศกาลแห่งความสุข บรรยากาศความสนุกสนานรื่นเริงในประเทศ การพบปะสังสรรค์ของทุกคนในครอบครัว การมอบความรักเกื้อกูลกัน มักจะอยู่ในรูปแบบของเทศกาลต่าง ๆ ที่ชาวไทยให้ความสำคัญทั้งสิ้น และเทศกาลคริสต์มาสเป็นเทศกาลหนึ่งที่ได้รับมีความสำคัญ เพราะวันคริสต์มาสเป็นวันแห่งการเฉลิมฉลองของชาวคริสเตียน ซึ่งจะตรงกับวันที่ 25 ธันวาคม ของทุกปี วันที่พระเจ้าทรงรักโลกมนุษย์และทรงทำให้คำพยากรณ์ต่าง ๆ สำเร็จ ทรงรักมนุษย์จนกระทั่งยอมเสียสละพระบุตรคือ พระเยซูคริสต์ เสด็จลงมาบังเกิดเพื่อแก้ไขปัญหาบาปของมนุษย์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยสิ่งที่ชาวคริสต์จะทำในวันคริสต์มาสคือการร้องเพลงคริสต์มาสเพื่ออวยพรไปตามบ้านต่าง ๆ และเจ้าบ้านจะจัดอาหารของว่างมาเลี้ยงต้อนรับมีการอธิฐานอวยพร มอบของขวัญแก่ผู้มาร่วมร้องเพลง ทุกคนจะสนุกสนานตกแต่งบ้านเรือนให้สวยงามด้วย สีแดง สีเขียว และสีขาว อันเป็นสัญลักษณ์ของวันคริสต์มาสและมีการออกไปให้ของขวัญเด็กยากจนด้อยโอกาส และผู้ที่ห่างจากบ้านมาไกลจะได้กลับบ้านในช่วงเทศกาล

ซึ่งคนไทยจำนวนมากก็ให้ความสนใจด้วยเช่นกัน โดยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 94.4 จะรู้จักเทศกาลคริสต์มาส ร้อยละ 44.0 รู้สึกสนุกสนานรื่นเริง ร้อยละ 40.3 มีความสุข ร้อยละ 27.2 รู้สึกถึงบรรยากาศของครอบครัว ความรัก การให้กำลังใจ (นพดล กรรณิกา, 2556) ตัวอย่างเช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกามีวงเงินสะพัดจากเทศกาลคริสต์มาส สูงถึง 200,900 ล้านดอลลาร์ โดยในส่วนของประเทศไทยที่มีเงินสะพัดกว่า 91,000 ล้านบาท ซึ่งให้เห็นว่าเทศกาลคริสต์มาสเป็นเทศกาลหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย (บัญชา ชุมชัยเวทย์, 2556) เมื่อผู้คนออกมาจับจ่ายใช้สอย บรรดาห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่าง ๆ จะมีการจัดแสดงสินค้าใหม่และทำการประดับตกแต่งร้านด้วยการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ บริเวณหน้าร้านทั้งภายในและภายนอก

โดยการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ เป็นการส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ในทางที่ดีและการจดจำภาพลักษณ์ให้กับร้านค้า โดยจะจัดเพื่อต้อนรับเทศกาลต่าง ๆ วันสำคัญและแสดงสินค้าใหม่ โดยห้างสรรพสินค้าและร้านค้าต่าง ๆ ในประเทศไทยต่างก็ให้ความสำคัญนิยมจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ กันอย่างแพร่หลายและยังเป็นการส่งเสริมการขายชั้นเยี่ยม เพราะเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด ณ จุดที่ขายสินค้า ซึ่งลูกค้าจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการจูงใจของการออกแบบจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ในการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ได้ขยายวงกว้างออกไปพร้อมกับมีการพัฒนารูปแบบที่แตกต่างกันของการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ซึ่งเป็นที่นิยมในรูปแบบหน้าต่างเดี่ยวที่มีกระจกใสอยู่เพียงช่องเดียวและแบบหน้าต่างชุด ที่มีหน้าต่างมากกว่าหนึ่งช่อง (ลิตติพร ลิตติพานิช, 2547, หน้า 38-39) และในส่วนหน้าต่างโชว์ สุนิสา จันทรเลขา (2556) ได้

อธิบายอีก 2 รูปแบบ หน้าต่างโชว์แบบเดี่ยวหรือแบบแบนราบ หน้าต่างโชว์แบบมุม เพื่อสร้างโอกาสให้ลูกค้าแวะเวียนเข้ามาในร้านสามารถจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของร้านค้าได้

จากความสำคัญของการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ แสดงให้เห็นว่าการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี สามารถส่งเสริมการจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดชลบุรี ในด้านอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและความหลากหลายของเชื้อชาติ เป็นการกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจในเรื่องของตัวผลงานและวิธีการนำเสนอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยฉบับนี้เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบของเทศกาลคริสต์มาสและเทศกาลอื่น ๆ ส่งผลให้การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี เป็นประโยชน์กับผู้สนใจนำไปศึกษาต่อยอด สร้างสรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อออกแบบและจัดแสดง วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อสร้างความน่าสนใจโดยการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อสร้างแนวทางในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สำหรับช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี และเทศกาลอื่น ๆ
3. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สำหรับช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสให้กับพื้นที่จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ผู้วิจัยออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ในรูปแบบหน้าต่างเดี่ยวตามบริบทของพื้นที่จัดแสดง ณ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ผู้วิจัยเลือกช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสและเลือกพื้นที่จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

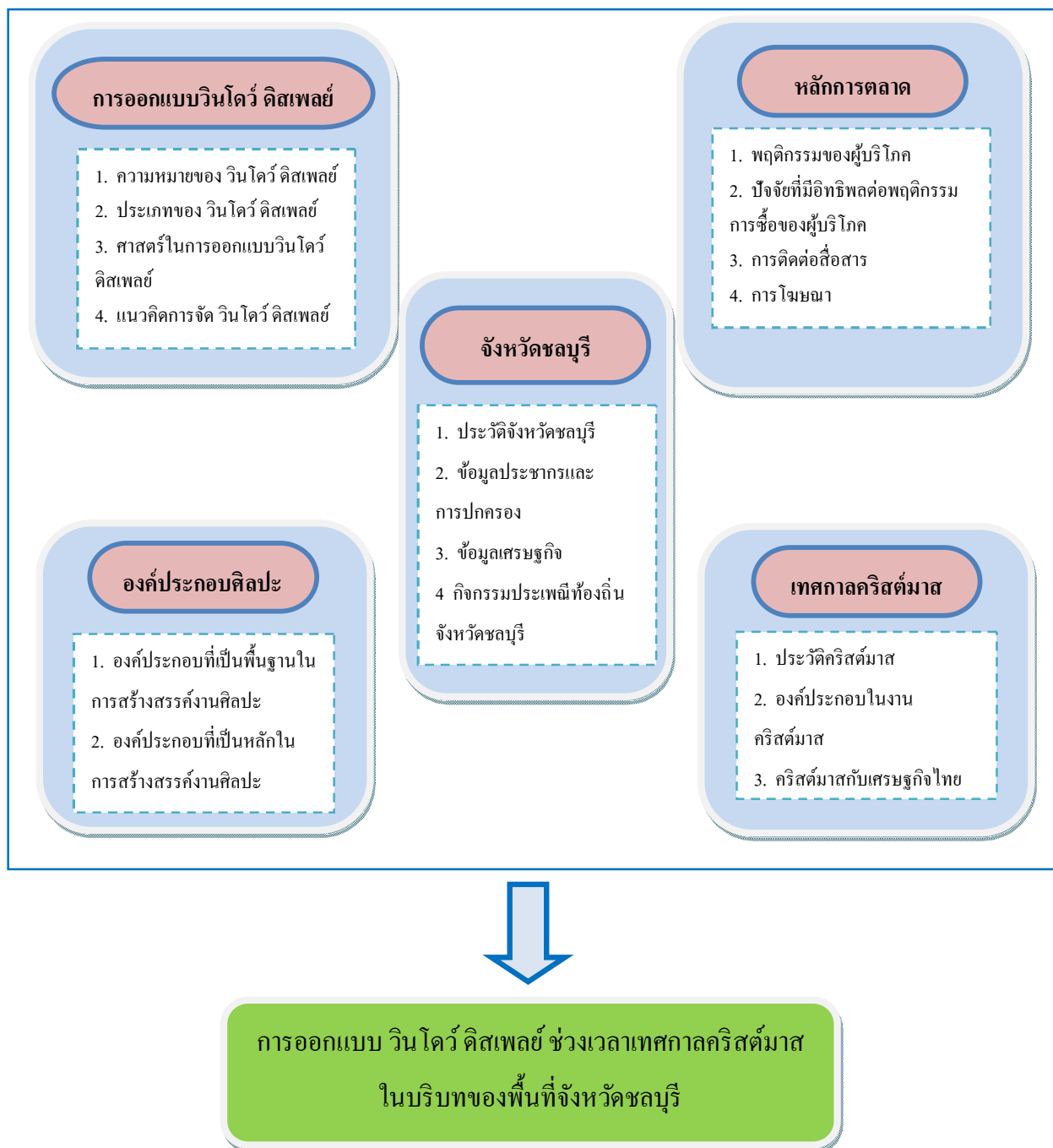
วินโดว์ ดิสเพลย์ หมายถึง การออกแบบจัดแสดงหน้าต่างโซวี่ในช่วงเวลาเทศกาล
คริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ในรูปแบบหน้าต่างเดี่ยว และแบบหน้าต่างชุด

คริสต์มาสในจังหวัดชลบุรี หมายถึง เทศกาลคริสต์มาสที่มีการเฉลิมฉลอง ความสุขของ
หลากหลายเชื้อชาติในจังหวัดชลบุรี

รูปแบบหน้าต่างเดี่ยว หมายถึง การออกแบบนำเสนอเรื่องราวทั้งหมดให้อยู่ในช่อง
กระจกเพียงช่องเดียว

การสร้างภาพลักษณ์ หมายถึง การสื่อสาร โดยใช้สัญลักษณ์สำคัญ เพื่อให้เกิดความสนใจ
และการจดจำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษาได้รวบรวมเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากสถานที่และองค์กรต่าง ๆ โดยทำการคัดเลือกเอกสารและข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ซึ่งแบ่งข้อมูลออกเป็น 6 หัวข้อได้แก่

1. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์
2. องค์ประกอบศิลปะ
3. หลักการตลาด
4. เทศกาลคริสต์มาส
5. พื้นที่จังหวัดชลบุรี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์

วินโดว์ ดิสเพลย์ ถือเป็นดิสเพลย์ชนิดแรกที่เกิดขึ้นบนโลกเมื่อประมาณร้อยปี โดยชาวอเมริกันได้คิดหาวิธีที่จะระบายผงซักฟอกค้างสต็อกออกจากร้าน ได้นำกล่องผงซักฟอกที่ขายไม่ออกเหล่านั้นมาวางเรียงกันไว้ริมหน้าต่างบริเวณด้านหน้าของร้าน เพื่อให้ลูกค้าที่เดินผ่านไปมามองเห็น ซึ่งอาจช่วยให้มีโอกาสขายผงซักฟอกได้บ้าง แต่ผลลัพธ์ที่ได้ดีเกินคาด เพราะกล่องผงซักฟอกสีแดงสดที่วางเรียงกันจนเต็มหน้าต่างร้าน สร้างจุดสนใจใหม่บนถนนผู้คนต่างพากันมามุงดูที่หน้าต่างร้านตั้งแต่ร้านยังไม่เปิด และจึงทำให้สามารถขายผงซักฟอกได้หมดในเวลาไม่นาน

เป็นการเปิดตัวครั้งแรกของ วินโดว์ ดิสเพลย์ ที่สามารถดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ลูกค้าอยากได้สินค้าอย่างรวดเร็วแบบที่ไม่เคยมีสื่อชนิดใดสามารถทำได้มาก่อน ความแพร่หลายในการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ได้ขยายวงกว้างออกไป พร้อม ๆ กับการพัฒนารูปแบบของหน้าต่างร้านให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภทมากขึ้น ร้านค้าต่าง ๆ พากันนำสินค้ามาจัดแสดงไว้ที่หน้าต่างบางรายลงทุนตกแต่งหน้าร้านอย่างสวยงาม เพื่อหวังจะจูงใจให้ลูกค้าที่เดินผ่านมาและเข้ามาซื้อสินค้าในร้าน จากหน้าต่างใส ๆ ที่เคยเป็นแค่ช่องให้มองทำดูผ่าน กลายเป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับแสดงสินค้าซึ่งมีขนาดแตกต่างกันไป ตั้งแต่ช่องกระจกใสคล้ายตู้โชว์ขนาดเล็ก สำหรับ

ร้านขายเครื่องประดับไปจนถึงห้องขนาดใหญ่ที่ใช้กระจกสูงตั้งแต่พื้นจรดเพดาน แบบที่ร้านขายเสื้อผ้านิยมใช้กันในปัจจุบัน (สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2549, หน้า 20-21)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถส่งอิทธิพลต่อคนที่กำลังมองดู สามารถดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีได้ โดยการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ได้ขยายวงกว้างออกไป พร้อม ๆ กับการพัฒนารูปแบบของหน้าต่างร้านให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภทหรือขึ้นอยู่กับพื้นที่ในการจัดแสดงเพื่อนำเสนอรูปแบบผลงาน ร้านค้าต่าง ๆ จึงลงทุนตกแต่งหน้าร้านอย่างสวยงามเป็นจุดเด่น เพื่อหวังจะดึงดูดลูกค้าที่เดินผ่านมาและเข้ามาซื้อสินค้าในร้าน สามารถหยุดสายตาและเรียกร้องความสนใจได้

1. ความหมายของ วินโดว์ ดิสเพลย์

วินโดว์ ดิสเพลย์ คือ หน้าต่างโชว์ การใช้หน้าต่างเป็นที่โชว์สินค้าเป็นที่นิยมนักในยุคปัจจุบัน ซึ่งถือว่าเป็นดวงตาของร้านค้า จากการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่าร้อยละ 32 ของผู้หญิงจะให้ความสนใจมองหน้าต่างร้านค้า ส่วนอีกร้อยละ 40 จะเดินเข้าไปดูใกล้ ๆ เลยทีเดียว ฉะนั้นลักษณะของการจัดแสดงสินค้าและชนิดของสินค้าที่นำมาแสดงจะมีผลทำให้คน เข้าร้านหรือไม่เข้าร้านได้ ร้านค้าแต่ละประเภทจึงมีการจัดหน้าต่างโชว์ในลักษณะต่าง ๆ ตามความเหมาะสม โดยที่ วินโดว์ ดิสเพลย์ หรือที่เรียกว่าหน้าต่างร้านนั้นก็คือช่องกระจกใสที่อยู่บนกำแพงบริเวณหน้าร้าน ซึ่งสามารถมองเห็นเข้าไปให้เห็นสินค้าที่จัดแสดงอยู่ด้านในได้ ถือเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างร้านค้าภายในกับลูกค้าที่เดินไปมาอยู่ภายนอก ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็นปราการด่านแรกที่ทำหน้าที่เชื้อเชิญให้ลูกค้าสนใจและเดินเข้ามาในร้านและ วินโดว์ ดิสเพลย์ จัดไว้เพื่อขาย คือเหมือนกับการค้าขายแบบฮาร์ดเซล หวังให้ลูกค้าสะดุดตาสะดุดใจและขายสินค้าได้ทันที โดยส่วนใหญ่จะนำเสนอสินค้าน่าสนใจ ออกมาตั้งโชว์หน้าร้าน เพื่อยั่วให้ลูกค้าที่เดินผ่านไปผ่านมาเกิดความต้องการสินค้าและตัดสินใจซื้อในทันที การจัดร้านในลักษณะแบบนี้จะนิยมจัดกันในบ้านค้าขนาดเล็กที่ยังไม่มีชื่อเสียง ยังใช้ได้ผลดีกับร้านขายสินค้าประเภทแฟชั่นที่มีการแข่งขันกันสูง เช่น ร้านเสื้อผ้า เครื่องกีฬา โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ส่วนการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์เหมาะสมจะใช้ในห้างสรรพสินค้ามากกว่าและเป็นการจัดแบบที่ไม่ได้หวังจะขายสินค้าในทันทีแต่ต้องการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในภาพลักษณ์ที่ดีของร้าน ทำให้ต้องการย้อนกลับมาอีกครั้งและอาจจะตัดสินใจซื้อในภายหลัง เพราะความเชื่อมั่นในสินค้า ตราชื่อ การจัดบรรยากาศที่สะท้อนภาพลักษณ์ของร้าน (ลิตติพร ลิตติพานิช, 2547, หน้า 18-59) สอดคล้องกับวินโดว์ ดิสเพลย์ หรือหน้าต่างร้านที่มองเห็นได้โดยผ่านกระจกใส ๆ และอาจจะสามารถมองเห็นเข้าไปเห็นสินค้าที่จัดแสดงอยู่ข้างในได้ ซึ่งถือว่าเป็นจุดเชื่อมโยงต่อระหว่างร้านค้าภายในกับลูกค้า

ที่เดินผ่านไปมาอยู่ภายนอก (สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2549, หน้า 21) และหน้าต่างแสดงหมายถึงสังคมที่มีความปรารถนาความฝัน เช่น การแสดงละคร การจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างสามารถสร้างให้เป็นที่รู้จักอยู่ในใจของผู้ชมจนถึงขณะที่มีการซื้อและหน้าต่างร้านจะส่งอิทธิพลต่อคนที่กำลังมองดู โดยการหยุดและสังเกต กระตุ้นนำหลงไหล และอาจกล่าวได้ว่าการแสดงหน้าต่างร้านค้าไม่ได้เป็นการอ้างอิงความงามในภูมิทัศน์เมือง แต่ยังได้รับบทบาทสำคัญในการกำหนดภาพบุคคลของสังคม Dionis Marin (2004, pp. 9-10) โดยการจัดแสดงวินโดว์ ดิสเพลย์ คือแม่เหล็กดึงดูดใจลูกค้า สามารถบอกเรื่องราวของแบรนด์และส่งเสริมให้เสื้อผ้าในตู้โชว์สวยขึ้นแต่ไม่ใช่โดดเด่นเกินเสื้อผ้าที่ขาย (สุนิสา จันทระเลข, 2556) และการจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ คือการจัดหน้าต่างโฆษณาบริเวณพื้นที่สำหรับนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มาจัดวางร่วมกันในรูปแบบที่ก่อให้เกิดความน่าสนใจเพื่อให้ผู้สัญจรไปมาในที่สาธารณะได้เห็นจัดแสดงเพื่อเป็นการเผยแพร่หรือจำหน่ายสินค้า (เจตนิพิฐ แสนสุข, 2550, หน้า 21-22) การจัดแสดงในหน้าต่างโชว์ถือเป็น “ดวงตา” ของร้านที่คอยดึงดูดความสนใจจากลูกค้า หน้าต่างโชว์ที่สวยงาม สะดุดตา สามารถหยุดสายตาและเรียกร้องความสนใจของลูกค้าให้เดินเข้ามาในร้าน เป็นตัวเร่งให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้นและการจัดแสดงสินค้าภายนอกร้านค้ายังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้า

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า วินโดว์ ดิสเพลย์ หมายถึง หน้าต่างโชว์สินค้าหรือช่องกระจกใสแสดงสินค้าของร้าน โดยสามารถส่งอิทธิพลต่อคนที่กำลังมองดู โดยการหยุดและสังเกต เป็นจุดเชื่อมโยงต่อระหว่างร้านค้าภายในกับลูกค้าที่เดินผ่านไปมาอยู่ภายนอก หน้าต่างโชว์ที่สวยงามสร้างความสะดุดตา เป็นจุดเด่นสามารถหยุดสายตาและเรียกร้องความสนใจคอยดึงดูดกระตุ้นลูกค้าให้เดินเข้ามาในร้าน อีกทั้งการจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญเรียกได้ว่าเป็นปราการด่านแรกที่ทำหน้าที่เชิญจูงใจทำให้การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้า หรือการจัด ที่ไม่ได้หวังจะขายสินค้าในทันทีแต่ต้องการให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นประทับใจในภาพลักษณ์ที่ดีของร้าน



ภาพที่ 2-1 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ ต้อนรับเทศกาลคริสต์มาส (กุลนภา เต็มดี, 2557)

2. ประเภทของ วินโดว์ ดิสเพลย์

ลักษณะของการออกแบบหน้าต่างที่ไม่เหมือนกันของ วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว คือวินโดว์ที่มีกระจกใสอยู่เพียงช่องเดียว ตั้งอยู่ด้านข้างของประตูทางเข้า มักใช้ในร้านค้าขนาดเล็กที่มีพื้นที่จำกัด และวินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างชุดคือวินโดว์ที่มีหน้าต่างมากกว่าหนึ่งช่องในร้านเดียว ส่วนจะมีจำนวนมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของร้าน (ลิตติพร ลิตติพานิช, 2547, หน้า 34-39) โดยที่การจัดแสดง วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยวมีกระจกใสอยู่เพียงช่องเดียว ติดกับประตูทางเข้า นิยมใช้กับร้านขนาดเล็กมีพื้นที่จำกัด เปรียบเสมือนการฉายหนังจอเดียวไม่มีสิ่งอื่นใดมารบกวน และวินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างชุดมีหน้าต่างมากกว่าหนึ่งช่องในร้าน เช่น ร้านขนาดกลางมีหน้าต่าง 2 ช่อง ร้านใหญ่อาจมี 4-5 ช่องเรียงต่อกัน จำนวนที่มากกว่า 10 ช่องมักจะเป็นห้างสรรพสินค้า (สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขากรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2549, หน้า 22-23)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ หรือที่เรียกว่าหน้าต่างร้าน ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของการขายให้ตรงใจลูกค้า วินโดว์ ดิสเพลย์ มีความสำคัญสามารถส่งอิทธิพลต่อไปยังผู้บริโภคเพื่อส่งเสริมการตัดสินใจซื้อสินค้า บริการ โดยได้จำแนกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามความเหมาะสมในแต่ละประเภทมีความน่าสนใจขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ให้ได้ประโยชน์สูงสุด เช่น

แบบหน้าต่างเดี่ยว แบบหน้าต่างชุด ในการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ได้ชี้ให้เห็นว่าความนิยมในการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ที่ห้างร้านต่าง ๆ นิยมจัดกัน คือแบบหน้าต่างเดี่ยวและแบบหน้าต่างชุด ซึ่ง วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยวมีข้อดีในเรื่องของการมีหน้าต่างเพียงช่องเดียว สามารถออกแบบได้ง่าย เพราะมีเพียงด้านเดียว ไม่มีสิ่งใดมารบกวนบดบังความสำคัญและวินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างชุด สามารถกำหนดเรื่องราวที่จะบอกเล่าแก่ลูกค้าได้ ต้องคำนึงถึงความสวยงามภายในแต่ละช่อง เพื่อให้ความสอดคล้องกันของหน้าต่างในแต่ละช่อง ทำให้การนำเสนอสิ่งที่อยู่ใน วินโดว์ ดิสเพลย์ มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

จากความหมายได้แบ่ง วินโดว์ ดิสเพลย์ ตามประเภท ดังนี้

1. แบบหน้าต่างเดี่ยว คือวินโดว์ที่มีกระจกใสอยู่เพียงช่องเดียว ตั้งอยู่ด้านข้างของประตูทางเข้า มักใช้ในร้านค้าขนาดเล็กที่มีพื้นที่จำกัด หรือร้านที่ขายสินค้าจำเป็นบางประเภทที่ไม่ต้องโชว์อะไรก็มีคนเดินเข้ามาซื้อของอยู่แล้ว เช่น ร้านขายยา ร้านอุปกรณ์ก่อสร้าง การมีหน้าต่างเพียงช่องเดียว ออกแบบได้ง่ายเพราะมีเพียงด้านเดียว ไม่มีสิ่งใดมารบกวนบดบังความสำคัญ สิ่งที่น่าก่อกวนแบบต้องทำคือออกแบบให้หน้าต่างที่มีเพียงช่องเดียวนั้นมีความสวยงาม สามารถสื่อสารความหมายได้อย่างครบถ้วน (ลิตติพร ลิตติพาณิชย์, 2547, หน้า 38-39)



ภาพที่ 2-2 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว (Ann Martin, 2556)

2. แบบหน้าต่างชุด คือวินโดว์ที่มีหน้าต่างมากกว่าหนึ่งช่องในร้านเดียว ส่วนจะมีจำนวนมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของร้าน แต่จะมีความยุ่งยากในการออกแบบมากกว่า เพราะโดยทั่วไปร้านค้าขนาดกลางจะมีหน้าต่าง 2 ช่อง ขนาบอยู่สองข้างของประตู ร้านใหญ่ขึ้นไปอีกหน่อยอาจมี 4 ถึง 5 ช่องเรียงต่อกัน มากที่สุดจะเป็นห้างสรรพสินค้าโดยอาจจะมีหน้าต่างมากถึง 10 ช่องขึ้นไป การจัดกระจายอยู่ทั่วไปตามทางเข้าในมุมต่าง ๆ การออกแบบหน้าต่างชุดต้องคำนึงถึงความสวยงามภายในแต่ละช่อง ความสอดคล้องกันของหน้าต่างในแต่ละช่อง เพื่อรักษาเอกภาพของสิ่งที่กำลังนำเสนอ ขณะเดียวกันในความเหมือนกันของหน้าต่างแต่ละช่องนั้นต้องระมัดระวังไม่ให้คล้ายกันจนเกินไปจะทำให้ดูเหมือนซ้ำกันได้ ถึงแม้ว่าหน้าต่างแบบชุดจะดูยุ่งยากซับซ้อนในเรื่องของการออกแบบ แต่ผลที่ได้จากการใช้งานก็คุ้มค่า เพราะหน้าต่างแบบชุดที่มีอยู่หลาย ๆ ช่องก็เปรียบเสมือนกลุ่มนักร้องประสานเสียงที่ช่วยกันร้องเรียกลูกค้าโดยมีวาทยากรควบคุม ให้การร้องของแต่ละคนสอดคล้องประสานกันตามทำนองที่ต้องการ จะทำให้เกิดบทเพลงที่ดังและไพเราะ สามารถดึงดูดให้ลูกค้าสนใจและคล้อยตามได้ (สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขากรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2549, หน้า 22-23)



ภาพที่ 2-3 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างชุด (Bookshop Window Displays, 2557)

3. หน้าต่างโชว์แบบเดี่ยวหรือแบบแบนราบ เป็นการจัดแสดงสินค้าไว้ด้านหลังของผนังด้านหน้าของร้านค้าซึ่งเป็นกระจกแบนราบ สามารถมองเห็นได้เพียงด้านหน้าเพียงด้านเดียว



ภาพที่ 2-4 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ แบบเดี่ยวหรือแบบแบนราบ (Andrew Meredith, 2556)

4. หน้าต่างโชว์แบบมุม การจัดแสดงได้ 2 ด้าน เป็นการจัดส่วนมุมด้านหน้าของร้านค้า โดยใช้ผนังด้านหน้าและด้านข้างของร้านทำมุมจัดเป็นหน้าต่างโชว์



ภาพที่ 2-5 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ แบบมุม (Harvey Nichols, 2557)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว แบบหน้าต่างชุด หน้าต่างโชว์แบบมูม หน้าต่างโชว์แบบเดี่ยวหรือแบบแบนราบ สามารถสร้างภาพลักษณ์ ความน่าสนใจมีความสวยงามและสามารถที่จะสื่อสารวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ครบถ้วน ขึ้นอยู่กับ สถานที่ร้านค้าต่าง ๆ ในการนำเสนอผลงานให้มีประสิทธิภาพ

3. ศาสตร์ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์

การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ อาศัยศาสตร์หลายด้านสามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ ดังนี้

1. ความรู้ทางการตลาด

ใช้ในการวางแผนก่อนจะลงมือออกแบบทุกครั้ง นักออกแบบจะต้องทำความเข้าใจกับ สินค้าอย่างละเอียด จนสามารถวิเคราะห์ได้ว่าสินค้าของเรานั้นมีจุดขายอะไรที่เหนือกว่าคู่แข่งบ้าง ตัวอย่างเช่น ร้านไอศกรีมเป็นร้านดีสุดสำหรับคุณผู้ชาย มีจุดขายอยู่ตรงที่สามารถตัดสุกผ้าไหมได้ ประณีตที่สุดในประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

เมื่อได้จุดขายที่โดดเด่นแล้ว ลำดับต่อไปก็จะกำหนด วินโดว์ ดิสเพลย์ ที่ต้องการนั้น จะต้องสื่อสารวัตถุประสงค์ที่สำคัญไปยังลูกค้า จึงจะสามารถสะท้อนจุดขายอันเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะของร้านได้ ตัวอย่างเช่น วินโดว์ ดิสเพลย์ ของร้านไอศกรีม ต้องการแสดงให้เห็น “ความสวยงามของสุกผ้าไหม” หรือ “ความประณีตบรรจงอย่างไทย” เป็นต้น

3. ทักษะทางศิลปะ

เมื่อสามารถกำหนดเรื่องราวที่จะบอกเล่าแก่ลูกค้าได้แล้วนั้น ลำดับต่อไปจะต้องใช้ทักษะ ทางศิลปะเข้ามาช่วยในการเลือกหาสิ่งของ และจัดแต่งองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในตัว วินโดว์ ดิสเพลย์ โดยจะต้องให้สอดคล้องกลมกลืนกันจนเกิดความสวยงามและสามารถที่จะสื่อสาร วัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ครบถ้วน ซึ่งเทคนิคการออกแบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้นก็มี หลากหลาย แตกต่างกันไปตามแต่จินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบแต่ละคน

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าศาสตร์ในการออกแบบ การจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ จำเป็นอาศัย ศาสตร์ความรู้ในหลายด้านในการสื่อสารวัตถุประสงค์ที่สำคัญไปยังลูกค้า จึงจะสามารถสร้าง ความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของการนำเสนอ วินโดว์ ดิสเพลย์ ได้อย่างเหมาะสมและมี ความแตกต่างกันไปตามแต่จินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบ

3.1 หลักการออกแบบ

การออกแบบ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็น ผลงานที่ผู้อื่น สามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน ความสำคัญของการออกแบบ มีอยู่หลายประการ กล่าวคือ

1. ในแง่ของการวางแผนการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนได้อย่างเหมาะสมและประหยัดเวลา ดังนั้น อาจถือว่าการออกแบบคือการวางแผนการทำงานก็ได้

2. ในแง่ของการนำเสนอผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ความสำคัญในด้านนี้คือ เป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน

3. เป็นสิ่งอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน โดยงานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมายซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องและผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

4. แบบจะมีความสำคัญอย่างที่สุด ในกรณีที่นักออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกัน เช่น นักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงาน หรือถ้าจะเปรียบไปแล้วนักออกแบบก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าหลักการออกแบบการจัด วิน โดว์ ดิสเพลย์ มีความสำคัญมาก ช่วยให้การงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเหมาะสมและประหยัดเวลา ในแง่ของการนำเสนอผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจ ระหว่างกันตรงกันอย่างชัดเจน นักออกแบบจึงต้องทำการวางแผนกระบวนการออกแบบตลอดจนระยะเวลาในการสร้างผลงานเพื่อกำหนดเวลาให้เหมาะสมกับช่วงเวลาในการจัดวิน โดว์ ดิสเพลย์

3.2 แบบ

แบบ เป็นผลงานจากการออกแบบ เป็นสิ่งที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และฝีมือของนักออกแบบ ซึ่งแบบมีอยู่หลายลักษณะ ดังนี้

1. เป็นภาพวาดลายเส้น ภาพระบายสี ภาพถ่าย หรือแบบร่าง แบบที่มีรายละเอียด เช่น แบบก่อสร้าง ภาพพิมพ์ ฯลฯ ภาพต่าง ๆ ใช้แสดงรูปลักษณะของงาน หรือแสดงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงาน ที่เป็น 2 มิติ

2. เป็นแบบจำลอง หรือของจริง เป็นแบบอีกประเภทหนึ่งที่ใช้แสดงรายละเอียดของงานได้ชัดเจนกว่าภาพต่าง ๆ เนื่องจากมีลักษณะเป็น 3 มิติ ทำให้สามารถเข้าใจในผลงานได้ดีกว่า นอกจากนี้แบบจำลองบางประเภทยังใช้งานได้เหมือนของจริงอีกด้วยจึงสามารถใช้ในการทดลอง และทดสอบการทำงาน เพื่อหาข้อบกพร่องได้

ในการสร้างสรรค์งานออกแบบ จำเป็นต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบเช่นกัน โดยการจัดสัดส่วนของการออกแบบให้มีความเหมาะสม ซึ่งพิจารณาจาก หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ 7 ประการ คือ

1. การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของตัวผลิตภัณฑ์
2. ความงามในตัวผลิตภัณฑ์
3. ความถูกต้องตามหลักสรีระศาสตร์
4. ความปลอดภัยในการใช้งาน
5. ราคา หรือต้นทุนในการผลิตกับการจำหน่าย
6. ความแข็งแรงทนทานในตัวผลิตภัณฑ์ หรือความแข็งแรงของโครงสร้าง

ผลิตภัณฑ์

7. การดูแลและการบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์จากการใช้งาน
8. วัสดุและการผลิต
9. การขนส่ง

3.3 กระบวนการออกแบบ

ขั้นที่ 1 ติปัญหาเพื่อกำหนดแนวคิด

- ปัญหาเกี่ยวกับความต้องการเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ เช่น ปัญหาผลิตภัณฑ์เดิม ปัญหาต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อม หรือความต้องการใหม่ๆ ของผู้บริโภค

- ปัญหาเกี่ยวกับข้อบังคับหรือกฎเกณฑ์ เช่น ความต้องการของตลาด ซึ่งมีหลักเกณฑ์ประกอบด้วย อายุ รสนิยม รายได้ของผู้บริโภคสินค้า ขนาด รูปร่าง ความปลอดภัย น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ วิชาชีพ การโฆษณา

ขั้นที่ 2 ความคิดเบื้องต้นคือการคิดรูปแบบ ลักษณะ วิธีการเบื้องต้น เพื่อเป็นคำตอบให้กับปัญหาที่คิดมาจากขั้น ที่ 1 ดังนั้นขั้นตอนนี้อาจต้องอาศัยการเขียนภาพร่างมาช่วย เพื่อจะสื่อสิ่งที่เราคิดไว้ออกมาให้เป็นรูปร่างหน้าตาใกล้เคียงมากที่สุด ดังนั้นความคิดนี้อาจไม่ถูกต้อง ไม่ได้เป็นของใหม่ทั้งหมด อาจไม่ได้เป็นความคิดทั้งหมด แต่สามารถนำสิ่งที่คิดว่าใช่ของแต่ละแบบ มาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่ได้

ขั้นที่ 3 การกลั่นกรองการออกแบบหลังจากได้ความคิดเบื้องต้นมาจำนวนมากพอแล้ว จะต้องทำการเลือกแบบที่ใกล้เคียงกับแนวคิดที่ตั้งไว้ให้มากที่สุด ในขั้นตอนนี้จะต้องอาศัยอุปกรณ์ในการเขียนแบบ เพื่อถ่ายทอดงานนั้นออกมา ให้ได้สัดส่วนตามจริงที่สุด แล้วผลิตภัณฑ์ในความคิดจะปรากฏรูปร่างออกมา

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์การออกแบบสิ่งที่นำมาเป็นหลักพิจารณาที่สำคัญใน

การออกแบบ เพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือการสร้างสรรค์สิ่งใด ๆ เพื่อรับใช้มนุษย์ให้ทุกอย่างกลมกลืนและเป็นไปตามธรรมชาติของมนุษย์ที่สุด เพราะการผลิตนี้เพื่อขายแก่คนกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นการตลาดจึงมีความสำคัญที่จะต้อง วิเคราะห์ด้วยเสมอ เช่นแนวโน้มศักยภาพตลาด ช่องทาง

การตลาด ลักษณะดีเด่นเพื่อการขาย มูลเหตุจูงใจในการซื้อ แนวทางการโฆษณาขาย ต้นทุน การจำหน่ายรวมถึงการวิเคราะห์ด้านอื่น ๆ เช่น ผลกระทบข้างเคียง คู่แข่ง ประโยชน์ใช้สอย ผลต่อสิ่งแวดล้อม วิศวกรรม เป็นต้น

ขั้นที่ 5 ตกลงใจในการออกแบบ คือการสรุปและเลือกเอาแบบที่ดีตรงตามแนวคิดมากที่สุดโดยในขั้นตอนนี้จะสามารถผลิตชิ้นงานของจริงขึ้นมาได้ ทั้งนี้เราจะสามารถเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย ของผลิตภัณฑ์ได้โดยพิจารณาจากหน้าที่ใช้สอย ความปลอดภัย ความแข็งแรง ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความสวยงามน่าใช้ ราคา การซ่อมแซมบำรุงรักษา วัสดุ กรรมวิธีการผลิต การขนส่ง เป็นต้น

ขั้นที่ 6 ทำให้เป็นผลสำเร็จ คือการผลิตออกมาเป็นชิ้นงานจริงเพื่อนำมาจำหน่าย (ณิชนันท์ เสริมศรี, 2557)

3.4 วัสดุและวิศวกรรม

เพื่อให้สามารถผลิต วินโดว์ ดิสเพลย์ ออกมาได้ตามที่ออกแบบไว้ นักออกแบบและทีมงานจึงต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการคัดเลือกวัสดุ การออกแบบโดยสร้างขั้นตอนการผลิต และวิธีติดตั้งอย่างเหมาะสมจึงจะสามารถถ่ายทอดภาพในจินตนาการที่กำหนดไว้ให้กลายเป็น วินโดว์ ดิสเพลย์ อย่างสมจริงได้

สิ่งสำคัญที่นักออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ทุกคนพึงกระทำก็คือต้องพยายามนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ให้น่าสมมุติอยู่เสมอเพราะลูกค้ามีความต้องการที่จะเห็นสิ่งแปลกใหม่ ที่จะกระตุ้นความสนใจจากตัวลูกค้าได้ดี เช่น การจัดหุ่นให้มีลักษณะท่าทางห้าวคะเมนดีลังกา คว่าห้าวลงมายังพื้นแทนที่จะให้หุ่นยืนตัวตรง หรือการจำลองเอาปลาพืที่มีขนาดมหึมาใส่ในตู้กระจกหน้าห้างสรรพสินค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้มักจะสร้างความประทับใจและเป็นที่ยึดจำแก่ลูกค้า (ลิตติพร ลิตติพานิช, 2547, หน้า 48-49)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ศาสตร์ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ควรจะต้องทราบว่าสินค้าของเรานั้นมีจุดขายอะไรที่เหนือกว่าคู่แข่ง จะต้องสื่อสารวัตถุประสงค์ที่สำคัญไปยังลูกค้า หรือนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ การเลือกหาสิ่งของและจัดแต่งองค์ประกอบต่าง ๆ ให้สอดคล้องน่าสมมุติอยู่เสมอเพราะลูกค้ามีความต้องการที่จะเห็นสิ่งแปลกใหม่ การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ ที่ไม่ได้หวังจะขายสินค้าในทันทีแต่ต้องการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในภาพลักษณ์ที่ดีของร้าน เป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

4. แนวคิดการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์

เหตุผลที่สำคัญว่าทำไมต้องจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ทันสมัยและดูมีชีวิตชีวา ก็คือมันปรับปรุงรูปแบบของร้านให้ดูทันสมัยอยู่เสมอ ควรดูแลไม่ปล่อยให้เชยหรือเก่า (สำนักพัฒนา

อุตสาหกรรมรายสาขากรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2549, หน้า 68-96) โดยที่การจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ตรงใจลูกค้าให้เกิดความต้องการพึงพอใจ สร้างความสะดุดตาแก่ผู้พบเห็น ร้านค้าต้องเรียก ความสนใจโดยสร้างความสะดุดตาได้รวดเร็วเพียงใดก็จะทำให้ลูกค้าเดินเข้าร้านและซื้อสินค้า ในที่สุด อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงย่านหรือบริเวณที่ทำให้ลูกค้ามุ่งซื้อมากขึ้น ปัจจุบันร้านค้าที่ จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกันมักตั้งอยู่ที่เดียวกัน เช่น ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า นอกจากนั้น ยังสามารถจัดสินค้าได้ตามฤดูกาล โดยจะเปลี่ยนแปลงการจัดแสดงตามเทศกาลต่าง ๆ (ชเนศ เดียวสกุล, 2556) ซึ่งในส่วนของหน้าร้านซึ่งประกอบด้วย วินโดว์ ดิสเพลย์ เป็นส่วนที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยที่สุด เพราะเป็นส่วนที่ลูกค้าเห็นบ่อยจึงเบื่อบ่อยเร็วกว่าส่วนอื่น ๆ ของร้าน ความถี่ในการเปลี่ยนแปลง วินโดว์ ดิสเพลย์ จะขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าหรือทำเลที่ตั้ง หากหน้าร้านอยู่ในย่านที่อยู่อาศัยที่มีลูกค้าผ่านไปมาอยู่เป็นประจำก็จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง รูปแบบของ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้บ่อยกว่าร้านค้าที่อยู่ในย่านธุรกิจให้เข้ากับกระแสนิยมอยู่เสมอ เพื่อต้อนรับเทศกาลสำคัญ เช่น วันคริสต์มาส วันขึ้นปีใหม่ วันวาเลนไทน์ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็น เทศกาลแห่งการจับจ่ายใช้สอยแทบทั้งสิ้น ควรที่จะนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ โดยอย่ายึดติดกับการจัดแบบเดิม ๆ (ลิตติพร ลิตติพานิช, 2547, หน้า 27-28)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ มีข้อคำนึงถึงที่สำคัญซึ่งควรจัดให้ทันสมัย สามารถสร้างความสะดุดตาและพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เดินผ่านไปมา และจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยน เพื่อสร้างความน่าสนใจในเรื่องของการจัดเพื่อต้อนรับตามเทศกาลต่าง ๆ ตามกระแสนิยมเพื่อ นำเสนอสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีได้

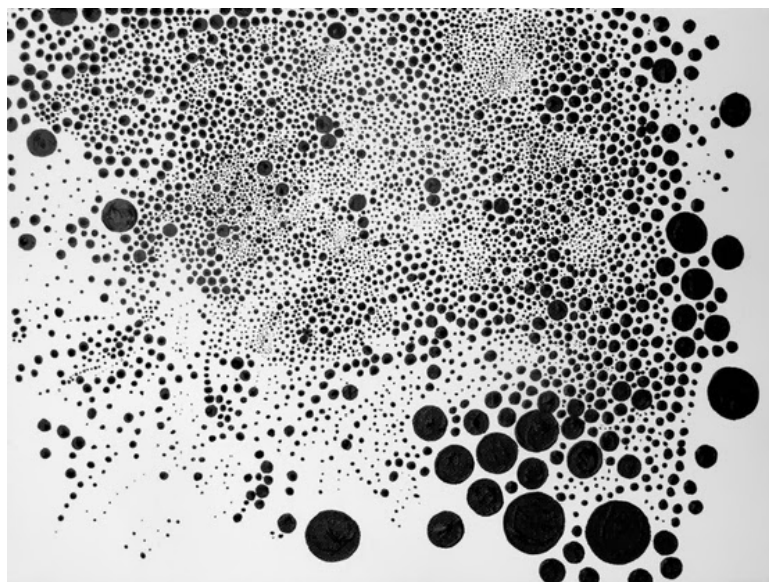
องค์ประกอบศิลปะ

1. องค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ

จุด

จุดเป็นสิ่งที่ปรากฏบนพื้นระนาบที่มีขนาดเล็กที่สุด ไม่มีความกว้าง ความยาว ความสูง ความหนา หรือความลึก (แต่บางครั้งการจุดด้วยอุปกรณ์ที่มีขนาดของหัวสัมผัสใหญ่ เช่น สีมจิก พู่กัน ฯลฯ ก็ทำให้จุดมีขนาดใหญ่และเกิดความกว้างและความยาวขึ้นได้) เราสามารถพบเห็นจุดได้ โดยทั่วไปในธรรมชาติ เช่น ดวงดาวบนท้องฟ้า บนส่วนต่าง ๆ ของผิวพืชและสัตว์ บนก้อนหิน พื้นดิน ฯลฯ จุดจัดเป็นองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานขององค์ประกอบอื่น เช่น จุดทำให้เกิดเส้น รูปร่าง รูปทรง ค่าความอ่อนแก่ แสงเงา เป็นต้น

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรคงานศิลปะจุดมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถสร้างอารมณ์ของแสงเงาเกิดความเป็นมิติในตัวผลงาน ช่วยให้รูปทรงมีความโดดเด่นและสามารถนำเสนอหลากหลายใหม่ ๆ ได้



ภาพที่ 2-6 จุด (Anarchy, 2556)

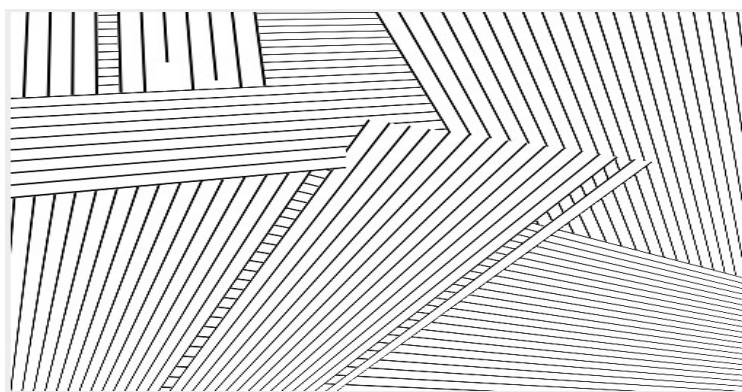


ภาพที่ 2-7 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ จุด (John Lewis, 2556)

เส้น

เส้น หมายถึง รอยขีดเขียนด้วยวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่สร้างให้ปรากฏบนพื้นที่ระนาบ หรือ การนำจุดมาเรียงต่อกันเป็นจำนวนมากโดยมีความยาวและทิศทาง และยังหมายถึงส่วนขอบรอบนอกของวัตถุอีกด้วย

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะเส้น มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถแสดงทิศทางของวัตถุในการนำเสนอ สร้างความน่าสนใจเป็นการนำสายตาไปสู่จุดที่สำคัญที่ต้องการนำเสนอ



ภาพที่ 2-8 เส้น (Zaueqh, 2557)

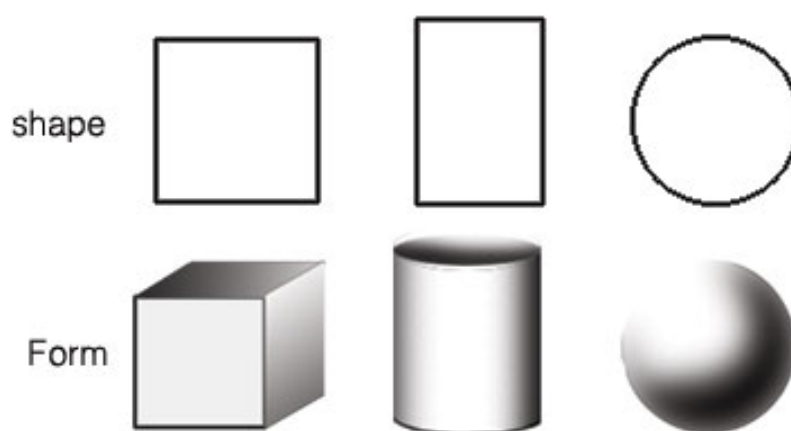


ภาพที่ 2-9 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ เส้น (Josie Natori, 2556)

รูปร่าง รูปทรง

รูปร่าง รูปทรงของรูปต่าง ๆ มีหลากหลายลักษณะ เช่น รูปทรงกลม รูปทรงสามเหลี่ยม หรือรูปทรงอิสระ ที่แสดงเนื้อที่ของผิวที่เป็นระนาบมากกว่าแสดงปริมาตรหรือมวล

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปร่าง รูปทรง มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ เช่น รูปทรงกลม รูปทรงสามเหลี่ยม หรือรูปทรงอิสระ สามารถสร้างความหลากหลาย ความเป็นจุดสนใจ เกิดความเป็นมิติได้



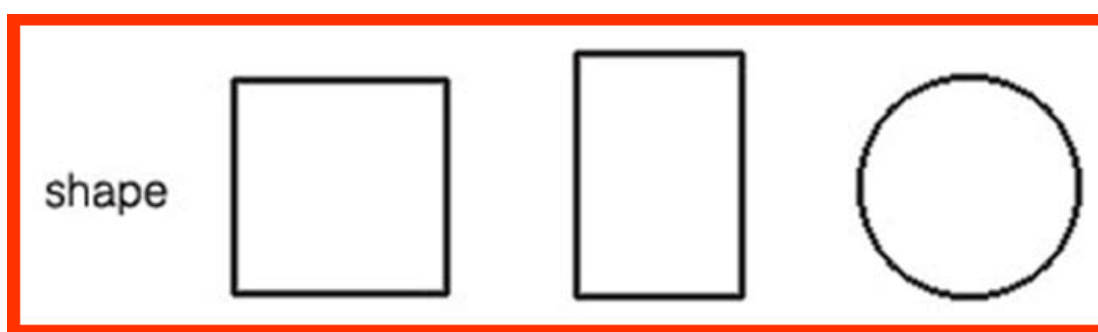
ภาพที่ 2-10 รูปร่าง รูปทรง (วรรณวิทย์ ปวุตตานนท์, 2556)



ภาพที่ 2-11 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ รูปร่าง รูปทรง (Jamniczky Norberty, 2556)

รูปร่าง คือ ส่วนที่เป็นพื้นที่โดยมีเส้นแยกสัดส่วนและมีค่าสี ผิว แตกต่างจากสิ่งแวดล้อมข้างเคียงอย่างชัดเจน มีลักษณะเนื้อหาภายในหรือเนื้อหาภายนอกที่แยกออกมาจากขอบเขต ลากออกมาบรรจบกันเกิดเป็นรูป 2 มิติ คือ ด้านกว้าง ยาว สูง แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ คือ รูปร่างเรขาคณิต รูปร่างอินทรีย์ และรูปทรงอิสระ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะเส้น มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถสร้างความน่าสนใจในการใช้รูปร่างของเรขาคณิต หรือการใช้สีเข้ามามีบทบาท เกิดความสอดคล้องกับพื้นที่จัดแสดงได้เป็นอย่างดี



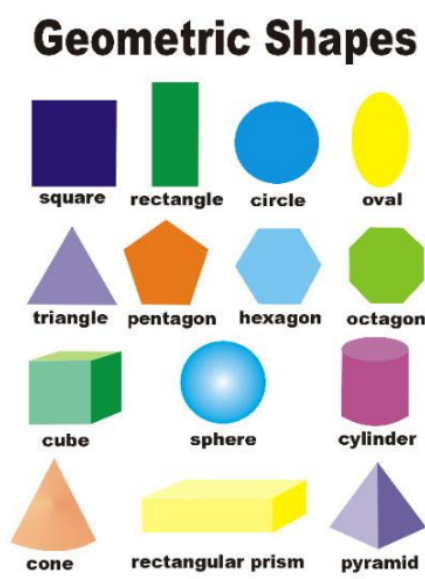
ภาพที่ 2-12 รูปร่าง (องค์ประกอบศิลป์, 2556)



ภาพที่ 2-13 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ รูปร่าง (Issey Miyake, 2556)

1. รูปร่างเรขาคณิต เป็นรูปทรงมาตรฐานที่เกิดจากเส้นตรงมาประกอบกัน มีรูปที่แน่นอนมาตรฐาน สามารถวัดหรือคำนวณได้ มีกฎเกณฑ์เกิดจากการสร้างของมนุษย์ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปวงกลม หรือรูปวงรี ยังรวมถึงรูปทรงของสิ่งที่มีมนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นอย่างมีแบบแผนแน่นอน เช่น รถยนต์ เครื่องจักรกล เครื่องบิน ของใช้ต่าง ๆ ที่ผลิตโดยระบบอุตสาหกรรม ก็จัดเป็นรูปเรขาคณิตเช่นกัน รูปเรขาคณิตเป็นรูปที่ให้โครงสร้างพื้นฐานของรูปต่าง ๆ ในการสร้างรูปอื่น ๆ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปร่างเรขาคณิต มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถให้ความรู้สึกตามลักษณะ โครงสร้างพื้นฐานของรูปต่าง ๆ ความน่าสนใจในการใช้รูปร่างของเรขาคณิตมาจัดวางให้เกิดระดับสูงต่ำเน้นความสำคัญเป็นลำดับได้



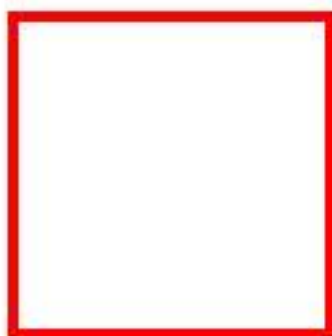
ภาพที่ 2-14 รูปร่างเรขาคณิต (Tracey Yateman-Gater, 2557)



ภาพที่ 2-15 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปร่างเรขาคณิต (Kelly Misa, 2556)

1.1 รูปสี่เหลี่ยม คือ เส้นตรงสี่เส้นมาบรรจบกัน ให้ความรู้สึกที่มั่นคง มีน้ำหนัก อยู่กับที่

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปสี่เหลี่ยมมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะของความแข็งแรง มั่นคง โชว์ความโดดเด่นของแต่ละชิ้นงานได้เป็นอย่างดี



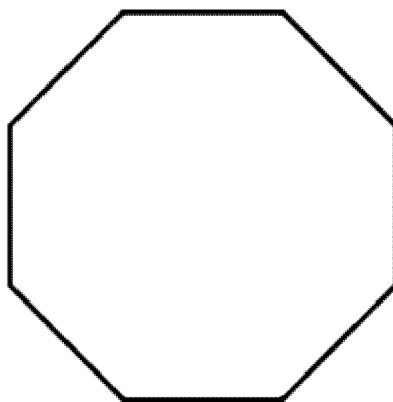
ภาพที่ 2-16 รูปสี่เหลี่ยม (Quadrilateral, 2556)



ภาพที่ 2-17 ส่วนของการจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ รูปสี่เหลี่ยม (กุลนภา เต็มดี, 2558)

1.2 รูปหลายเหลี่ยม คือรูปที่มีมากกว่า 4 มุม 4 ด้าน ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวได้บ้างเล็กน้อย

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะรูปหลายเหลี่ยม มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะของความเคลื่อนไหวแข็งแรง มีความอิสระมากยิ่งขึ้น ไม่เกิดความแข็งจนเกินไป



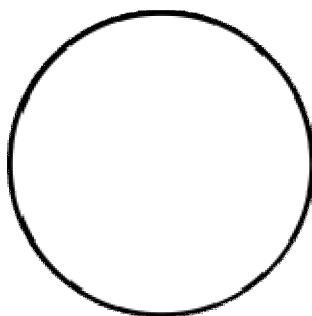
ภาพที่ 2-18 รูปหลายเหลี่ยม (Grunbaum, 2003)



ภาพที่ 2-19 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ รูปหลายเหลี่ยม (Gucci1, 2556)

1.3 รูปวงกลม คือ รูปที่มีเส้นโค้งเส้นเดียวลากมาบรรจบกันเคลื่อนไหวง่าย ไม่หยุดนิ่ง

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปวงกลมมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะอิสระการเคลื่อนไหวง่ายไม่หยุดนิ่ง สร้างความเป็นจุดเด่น



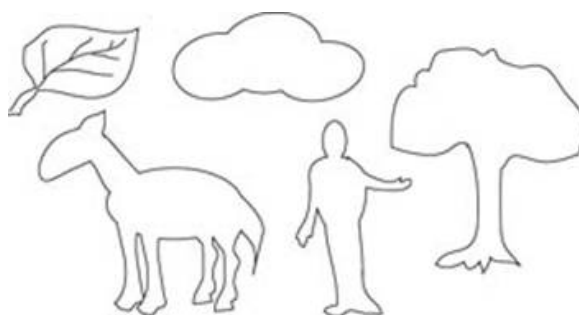
ภาพที่ 2-20 รูปวงกลม (Veselka Dobрева, 2557)



ภาพที่ 2-21 การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ รูปวงกลม (กุลนภา เต็มดี, 2558)

2. รูปร่างอินทรีย์ เป็นรูปของสิ่งมีชีวิตหรือคล้ายสิ่งมีชีวิตที่สามารถเจริญเติบโต เคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงรูปได้ เช่น รูปของคน สัตว์ พืช

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปร่างอินทรีย์มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกลักษณะอิสระ การเคลื่อนไหวง่ายไม่หยุดนิ่งเปลี่ยนแปลงรูปได้ สร้างความโดดเด่นผสมผสานของสิ่งที่ยังคง ความเป็นธรรมชาติและสิ่งที่มีการดัดแปลงทางธรรมชาติได้อย่างน่าสนใจ



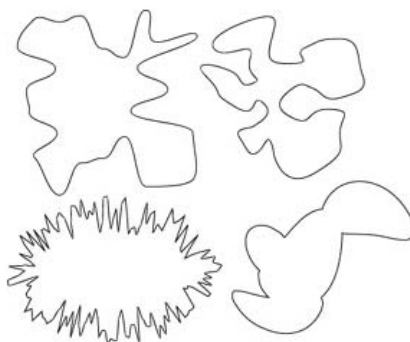
ภาพที่ 2-22 รูปร่างอินทรีย์ (องค์ประกอบศิลป์, 2556)



ภาพที่ 2-23 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปร่างอินทรีย์ (Lisa Mende, 2556)

3. รูปร่างอิสระ เป็นรูปที่ไม่ใช่แบบเรขาคณิตหรือแบบอินทรีย์แต่เกิดขึ้นอย่างอิสระ ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนซึ่งจะเป็นไปตามอิทธิพลและการกระทำของสิ่งแวดล้อม เช่น ก้อนเมฆ ก้อนหิน หยดน้ำ คว้น ซึ่งให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวที่มีพลัง รูปทรงอิสระจะมีลักษณะขัดแย้งกับรูปเรขาคณิต แต่กลมกลืนกันกับรูปทรงอินทรีย์ รูปร่างอิสระอาจเกิดจากรูปเรขาคณิตหรือรูปอินทรีย์ที่ถูกกระทำจนมีรูปลักษณะเปลี่ยนไปจากเดิมจนไม่เหลือสภาพ เช่น รถยนต์ที่ถูกชนยับเยินทั้งคัน เครื่องบินตก ตอไม้ที่ถูกเผาทำลาย หรือซากสัตว์ที่เน่าเปื่อยผุพัง

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปร่างอิสระ มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะอิสระการเคลื่อนไหว มีพลัง เปลี่ยนแปลงรูปได้ เกิดความงามของรูปทรงที่เปลี่ยนแปลงสภาพสร้างความกลมกลืนได้



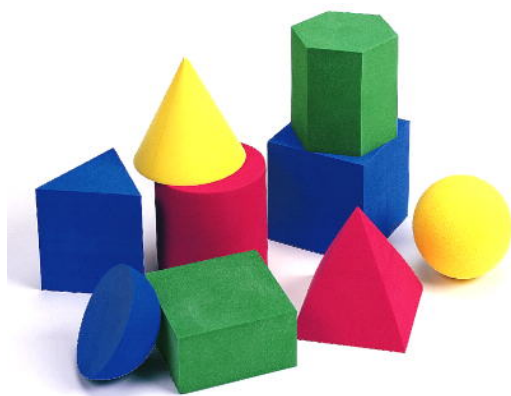
ภาพที่ 2-24 รูปร่างอิสระ (องค์ประกอบศิลป์, 2555)



ภาพที่ 2-25 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปร่างอิสระ (กุลนภา เต็มดี, 2558)

รูปทรง คือรูปที่แสดงลักษณะ 3 มิติ โดยนอกจากจะแสดงความกว้าง ความยาว ยังมีความลึกหรือความหนาด้วย เช่น รูปทรงกลม ทรงสามเหลี่ยม ทรงกระบอก เป็นต้น ให้ความรู้สึกถึงปริมาตรความหนาแน่น มีมวลสารที่เกิดจากการใช้ค่าน้ำหนัก หรือการจัดองค์ประกอบของรูปทรงหลายรูป มีลักษณะเป็น 3 มิติ กว้าง ยาว หนา

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะรูปทรงมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะถึงปริมาณความหนาแน่น เกิดความงามที่มีมิติ กว้าง ขาว ลึก นูนของรูปทรง



ภาพที่ 2-26 รูปทรง (องค์ประกอบศิลป์, 2556)



ภาพที่ 2-27 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรง (Gusani Chirag, 2556)

1. รูปทรงแนวตรง รูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉากเป็นรูปทรงแนวตรงมีความสม่ำเสมอและราบเรียบ จะเห็นได้ในอาคาร รวมถึงอุปกรณ์ สาธารณูปโภค และเครื่องใช้ต่าง ๆ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะรูปทรงแนวตรงมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกลักษณะความเนียบเรียบหรู เมื่อจัดแสดงผลงานจึงเน้นความเด่นชัดได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 2-28 รูปทรงแนวตรง (Rectangle, 2556)



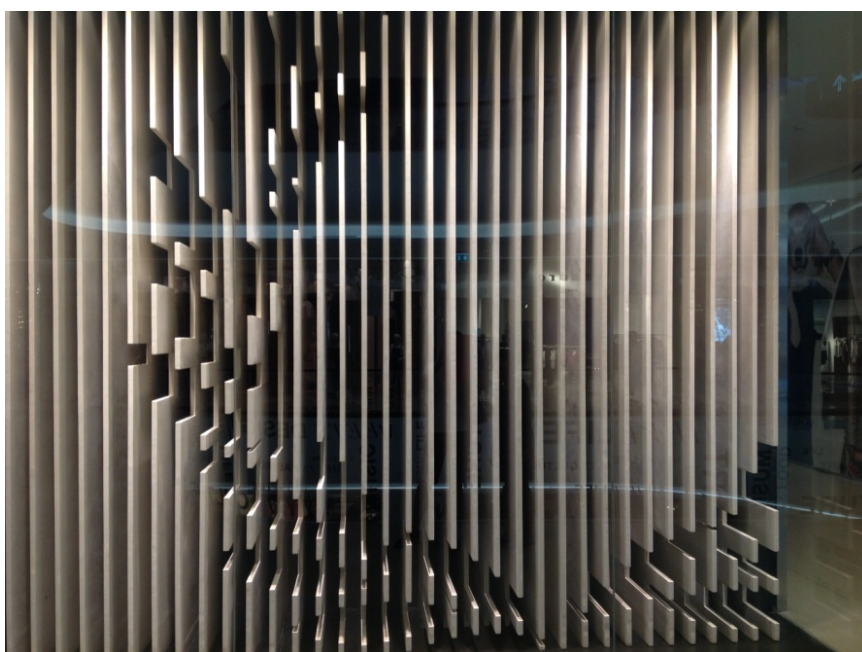
ภาพที่ 2-29 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงแนวตรง
(The Salvatore Ferragamo, 2556)

2. รูปทรงโค้ง เป็นรูปทรงตามปรากฏการณ์ตามธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ ดอกไม้ ก้อนหิน ภูเขา ฯลฯ เมื่อใช้รูปร่างประเภทนี้ผสมกับรูปทรงแนวตรงจะก่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวได้โดยไม่ต้องมีการชักนำ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปทรงโค้งมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะเคลื่อนไหวได้ เน้นความเป็นธรรมชาติ อีสระมีความอ่อนช้อย



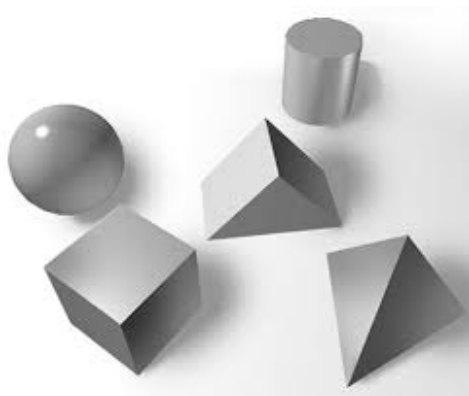
ภาพที่ 2-30 รูปทรงโค้ง (Richard Sweeney, 2558)



ภาพที่ 2-31 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงโค้ง (กุลนภา เต็มดี, 2558)

3. รูปทรงมาตรฐาน หรือรูปทรงเรขาคณิต มีรูปทรงที่แน่นอนมาตรฐานสามารถวัดหรือคำนวณได้ มีกฎเกณฑ์ที่รูปทรงมาตรฐาน หรือรูปทรงเรขาคณิต เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปวงกลม หรือรูปวงรี นอกจากนี้ยังรวมถึงรูปทรงของสิ่งที่มีมนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นอย่างมีแบบแผนแน่นอน เช่น รถยนต์ เครื่องจักรกล เครื่องบิน หรือของใช้ต่าง ๆ ที่ผลิตโดยระบบอุตสาหกรรมก็จัดเป็นรูปทรงเรขาคณิตเช่นกัน ในโครงสร้างพื้นฐานของรูปทรงต่าง ๆ การสร้างรูปทรงอื่น ๆ ควรศึกษารูปทรงเรขาคณิตให้อ่องแท้ รูปทรงมาตรฐานมีรูปลักษณะเหมือนรูปทรงเรขาคณิต แบ่งได้เป็น 5 ชนิด คือ รูปทรงเหลี่ยม รูปกรวยเหลี่ยม รูปทรงกรวยกลม รูปทรงกระบอก และรูปทรงกลม

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปทรงมาตรฐานหรือรูปทรงเรขาคณิต มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกลักษณะสิ่งที่มีมนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นความมั่นคง แข็งแรง ความหนักแน่น กลมกลื่น เคลื่อนไหวได้ มีรูปทรงที่แน่นอนมาตรฐาน



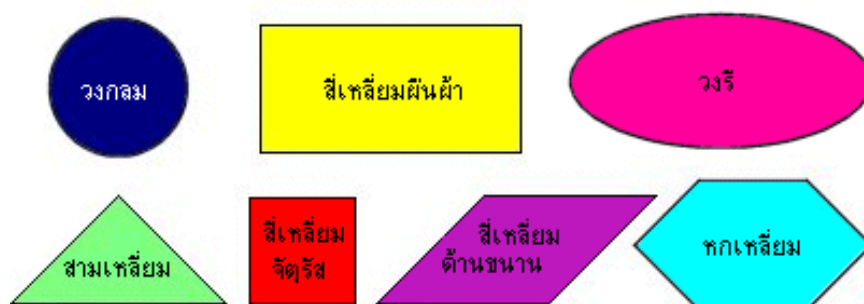
ภาพที่ 2-32 รูปทรงมาตรฐาน (Aragon Gabriel, 2554)



ภาพที่ 2-33 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงมาตรฐาน (กุลนภา เต็มดี, 2558)

4. รูปทรงเรขาคณิต เป็นรูปที่ประกอบด้วย จุด เส้นตรง ส่วนโค้งต่าง ๆ และถ้าอยู่ในระนาบเดียวกัน เรียกว่า รูประนาบ หากเป็นรูปทรงที่มีความหนา ความลึก ความสูง เรียกว่ารูปทรงสามมิติ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปทรงเรขาคณิตมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะ มีความเป็นมิติที่น่าสนใจ เมื่อนำมาออกแบบสร้างงานในแบบรูปร่างเดียวหรือผสมผสานรูปทรง



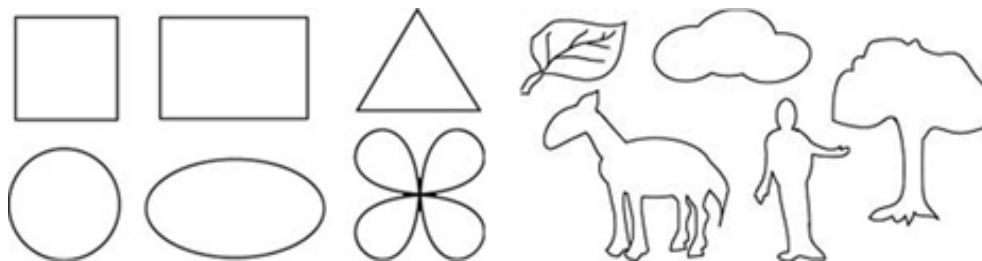
ภาพที่ 2-34 รูปทรงเรขาคณิต (สถาบันพัฒนาคนิตศาสตร์, 2554)



ภาพที่ 2-35 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงเรขาคณิต (กุลนภา เต็มดี, 2558)

5. รูปทรงอิสระ หรือรูปทรงนามธรรม คือลักษณะรูปแบบมาตรฐาน แล้ววิวัฒนาการออกจากเดิมมีลักษณะที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงได้ รูปทรงอิสระประกอบไปด้วย แนวตรงหรือแนวตรงคละกับแนวโค้ง ซึ่งจัดในรูปแบบต่าง ๆ ได้ไม่จำกัดจำนวน ถ้ามองอย่างวิเคราะห์รูปร่างอิสระคือการผสมผสานกับรูปร่างปกติหลาย ๆ รูป รวมเป็นรูปเดียว การรวมรูป เช่นนี้ทำให้ขาดเอกลักษณ์และความมั่นคงของรูป แต่การบรรจุรูปเหลี่ยมใช้เป็นมาตรฐานจะช่วยให้คุณสมบัติเด่นเพิ่มขึ้น (กุลธิดา เหลือบจำริญ, 2553, หน้า 40-45)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รูปทรงอิสระหรือรูปทรงนามธรรมมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะอิสระ เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงได้ สามารถนำมาปรับใช้ได้หลากหลาย



ภาพที่ 2-36 รูปทรงอิสระ (ชาติรี ถนอมวงษ์, 2552)



ภาพที่ 2-37 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ รูปทรงอิสระ (กุลนภา เต็มดี, 2558)

ลักษณะผิว

ลักษณะผิว หมายถึง ลักษณะภายนอกของวัตถุต่าง ๆ ที่สามารถจับต้อง สัมผัส หรือมองเห็นแล้วเกิดความรู้สึกได้ เช่น ผิวที่ขรุขระของคางคก ตุ๊กแก หรือจระเข้ ให้ความรู้สึกขะเขวข่ง น่าเกลียด ไม่อยากจับต้อง ผิวที่มีเปลือกผิวปูดโปน แผลมคมของเม่น ปลาปักเป้าทะเล หรือต้นไม้บางชนิด ให้ความรู้สึกกลัว ไม่ปลอดภัย ผิวที่อ่อนนุ่มของขนลูกไก่ ขนนก หรือขนแกะ ให้ความรู้สึกนุ่มนวลน่าทะนุถนอม

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ลักษณะผิวมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะความเหมือนจริง สร้างความแปลกใหม่สามารถสัมผัสจับต้อง กระตุ้นความรู้สึกผู้คนได้



ภาพที่ 2-38 ลักษณะผิว (หลักการทัศนศิลป์, 2556)



ภาพที่ 2-39 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ลักษณะผิว (กุลนภา เต็มดี, 2558)

ส่วนสัด

ส่วนสัด หมายถึง ความสัมพันธ์กันในเรื่องขนาด รูปทรง เนื้อที่ ความเข้ม ความหนักเบา ของส่วนต่าง ๆ และความสัมพันธ์เมื่อเทียบกับวัตถุอื่นที่อยู่แวดล้อม ให้มีความเหมาะสมกับความเป็นจริงตามธรรมชาติหรือเหมือนต้นแบบ ส่วนสัดเกิดจากผลของการนำเส้นมาประกอบเป็น รูปร่าง รูปทรง ให้เกิดมีระยะและขนาดที่สัมพันธ์กับความจริงหรือต้นแบบ สามารถสื่อสารให้ผู้ดู

เข้าใจได้ง่าย โดยไม่คำนึงถึงส่วนสัดที่เหมือนจริง หรืออาจถ่ายทอดให้มีส่วนสัดที่เหมือนจริงในแต่
ละองค์ประกอบ แต่เมื่อดูงานโดยรวมแล้วอาจมีส่วนสัดที่ไม่เหมือนจริงก็ได้

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ
ส่วนสัดมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะไม่คำนึงถึงส่วนสัด
ที่เหมือนจริง สามารถสื่อสารให้ผู้ดูเข้าใจได้ง่าย กระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจได้



ภาพที่ 2-40 ส่วนสัด (Jovan, 2555)



ภาพที่ 2-41 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ส่วนสัด (Billock, 2558)

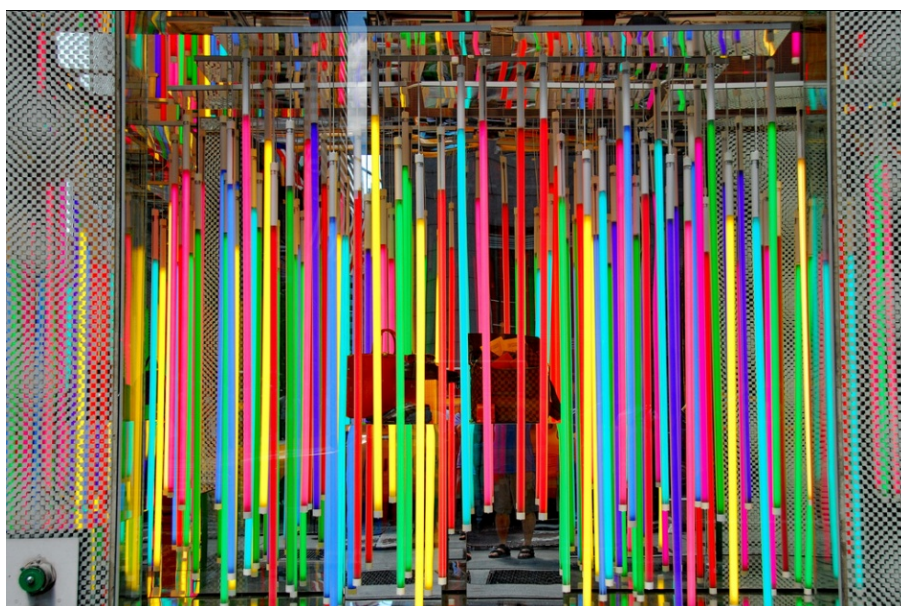
สี

สี หมายถึง ปรากฏการณ์ที่แสงส่องกระทบวัตถุแล้วสะท้อนคลื่นแสงบางส่วนเข้าตา เมื่อระบบประสาทตาประมวลผลซึ่งรับรู้ว่ามีขนาด รูปร่าง ลักษณะ ผิว และสีอย่างไร การที่เราเห็นวัตถุมีสีต่าง ๆ นั้น เกิดจากการที่ผิวของวัตถุมีคุณสมบัติในการดูดกลืนและสะท้อนแสงได้แตกต่างกันออกไป

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ให้ความรู้สึกตามลักษณะเกิดความสวยงามและรูปทรงของวัตถุที่ใช้สีเสมือนจริง หรือการใช้สีที่มีความหลากหลายของโทนสีเพื่อให้เกิดความแตกต่างของอารมณ์ในงาน



ภาพที่ 2-42 สี (Maria Quinn, 2558)



ภาพที่ 2-43 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สี (Digi Hank, 2551)

สี มีอิทธิพลต่อจิตใจมนุษย์ คือมีอำนาจบันดาลให้เกิดอารมณ์และความรู้สึกต่าง ๆ ได้ตามอิทธิพลของสี เช่น สดชื่น ร้อน ตื่นเต้น เศร้า สีมีความสำคัญต่อศิลปะมากเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงานศิลปะและสะท้อนความประทับใจนั้นให้เกิดกับผู้ชม (ฉัตรชัย อรรถปักษ์, 2548, หน้า 73)

อิทธิพลของสี

- สีแดง ทำให้รู้สึกร้อนแรง พลังสนุกสนาน กล้าหาญ และมีอำนาจ
- สีแสดส้ม ทำให้รู้สึกรุนแรง ร้อนแรงกว่าสีแดง แสดงความรุ่งโรจน์สนุกสนาน
- สีชมพู ให้ความรู้สึกถึงความมีเกียรติ หนุ่มสาว อ่อนหวาน ความน่ารัก
- สีม่วง เศร้าโศก เสียใจ ความเจริญเติบโต ความขรา แต่บางครั้งนึกถึงความมีชัยชนะ
- สีน้ำตาล แสดงความหนักแน่นมั่นคง แข็งแรง ฉลาด
- สีดำ ให้ความรู้สึกเย็บเหงา เศร้าใจ หนักแน่น ลึกลับ ความตาย
- สีน้ำเงิน เยือกเย็น สงบนิ่ง วิเวก วังเวง
- สีฟ้า ความรู้สึกสงบ สว่างไสว สบายตา สบายใจ
- สีขาว แสดงความบริสุทธิ์ เกียรติยศ สันติภาพ ความซื่อตรง
- สีเหลืองอ่อน แสดงความอ่อนเปลี้ย
- สีเหลือง กระตุ้นพลังวังชา ความมั่งคั่ง ความรุ่งเรือง
- สีเขียวอ่อน แสดงความเจริญเติบโต สดชื่น สบายใจ ความสุข ความมีชีวิต
- สีขาว เด็ก ๆ (กุลธิดา เหลือบจำเริญ, 2553, หน้า 77-78)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าสีมีอิทธิพลต่อจิตใจมนุษย์ สีที่แสดงถึงความหมายหรือสัญลักษณ์สามารถช่วยส่งเสริมให้การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ เกิดความสวยงามและแสดงอารมณ์ที่หลากหลาย การสื่อความหมายของสีที่ต้องการใช้ให้ตรงกับแนวคิดในการออกแบบและเป็นสื่อแสดงความหมายของการสร้างสรรค์ผลงานได้เป็นอย่างดี

วงสี

วงสีที่นำมาใช้ในการสร้างสร้งงานต่าง ๆ เป็นสีที่เกิดจากเนื้อสีเรียกว่า สีวัตถุธาตุ สามารถแสดงความสัมพันธ์กันได้เป็นวงสีแบ่งออกเป็น 3 ชั้น

สีชั้นที่ 1 เรียกว่าเป็นสีพื้นฐานมี 3 สี คือ น้ำเงิน เหลือง แดง

สีชั้นที่ 2 เกิดจากการผสมกันของสีชั้นที่ 1 จำนวน 2 สีเท่า ๆ กัน ทำให้เกิดสีใหม่

3 สี คือ ส้ม สีม่วง สีเขียว

สีขั้นที่ 3 เกิดจากการผสมกันของสีขั้นที่ 1 กับสีขั้นที่ 2 ที่อยู่ใกล้กันในอัตราส่วนเท่ากัน ทำให้ได้สีใหม่อีก 6 สี คือ สีม่วงน้ำเงิน สีเขียวน้ำเงิน สีเขียวเหลือง สีส้มเหลือง สีส้มแดง และสีม่วงแดง

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะวงสีมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ โดยการสีที่มีความสัมพันธ์กันผสมผสานความหลากหลายของการไล่โทนสีเพื่อให้เกิดมิติความแตกต่างในตัวผลงานและอารมณ์ของงาน



ภาพที่ 2-44 วงสี (London Polymer, 2556)



ภาพที่ 2-45 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ วงสี (Selfridges, 2557)

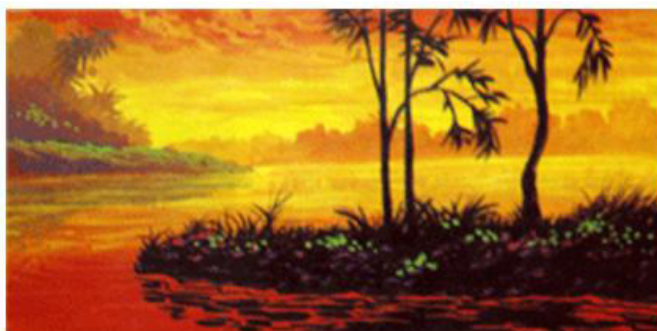
ลักษณะของสี

คือกลุ่มสีที่ให้ความรู้สึกแตกต่างกัน มี 2 กลุ่ม

1. วรรณะร้อน กลุ่มสีที่ให้ความรู้สึกร้อนแรงกระตุ้นประสาทตา

เกิดความกระปรี้กระเปร่า อบอุ่น มีสีแดงเป็นสีหลัก สีร้อนในวงจรสีประกอบไปด้วยสี 6 สี คือ สีเหลือง สีส้มเหลือง สีส้ม สีส้มแดง สีแดง และสีม่วงแดง

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งาน ศิลปะวรรณะร้อนมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ โดยการใช้สีโทนร้อนที่มีความร้อนแรง อบอุ่นกระปรี้กระเปร่า เพื่อกระตุ้นอารมณ์ให้เกิดความน่าสนใจ



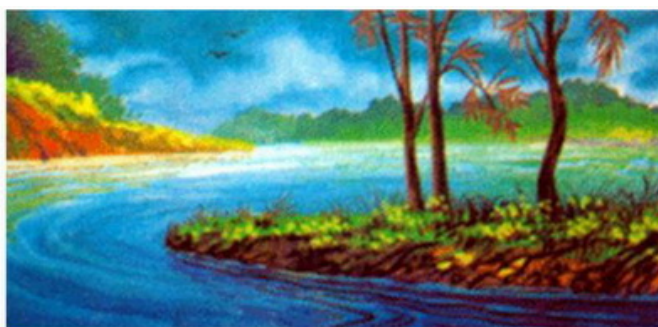
ภาพที่ 2-46 สีวรรณะร้อน (จิราพร แซ่เต้, 2554)



ภาพที่ 2-47 วินโดว์ ดิสเพลย์ สีวรรณะร้อน (กุลนภา เต็มดี, 2558)

2. วรรณะเย็น กลุ่มสีที่ให้ความรู้สึกสงบ เย็นตา ความสดชื่น ความคิดฝัน
เรียบง่าย มีสีน้ำเงินเป็นหลัก สีเย็นในวงสีประกอบด้วยสี 6 สี คือ สีม่วง สีม่วงน้ำเงิน สีน้ำเงิน
สีเขียว น้ำเงิน สีเขียว และสีเขียวเหลือง

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์
งานศิลปะวรรณะเย็นมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ โดยการใช้สีโทนเย็นที่มีความสดชื่น
สงบ เย็นตา เพื่อนั้นความสุขุม ทรุหรามากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2-48 สีวรรณะเย็น (จิราพร แซ่เต๋, 2554)



ภาพที่ 2-49 วินโดว์ ดิสเพลย์ สีวรรณะเย็น (กุลนภา เต็มดี, 2558)

แสงและเงา

แสงและเงา คือความแตกต่างของน้ำหนักของสีที่ปรากฏบนวัตถุ ซึ่งเกิดจากการที่ผิวของวัตถุแต่ละส่วนได้รับแสงไม่เท่ากัน เมื่อแสงส่องกระทบผิววัตถุแล้วสะท้อนคลื่นแสงบางส่วนเข้าตา จึงทำให้เราเห็นสีและรูปทรงของวัตถุได้ บริเวณที่แสงไม่สามารถส่องผ่านได้จะเกิดเป็นเงาดกทอดไปบนผิวส่วนอื่นของวัตถุ หรือบนวัตถุอื่นทำให้เห็นน้ำหนักของสีแตกต่างกัน

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะแสงและเงามาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถจัดรายละเอียดของภาพให้มีความอ่อนแก่ ในการกำหนดแสงและเงา ซึ่งจะทำให้ผลงานสวยงาม เกิดมิติตื้นลึกหรือหนาบาง เกิดระยะใกล้ไกล มีบรรยากาศภาพ ทำให้ภาพมีความสมบูรณ์มากขึ้น



ภาพที่ 2-50 แสงและเงา (Amir Malijai, 2558)



ภาพที่ 2-51 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ แสงและเงา (Mannequin Mall, 2556)

2. องค์ประกอบที่เป็นหลักในการสร้างผลงานศิลปะ

การซ้ำ

เกิดจากองค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไปวางอยู่ในที่ว่าง โดยมีที่ว่างคั่นอยู่ในระหว่างหน่วย องค์ประกอบที่จะนำมาวางซ้ำเหล่านี้ ได้แก่ จุด เส้น น้ำหนัก รูปทรง รูปทรง สี ลักษณะผิว การซ้ำ สามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบดังนี้

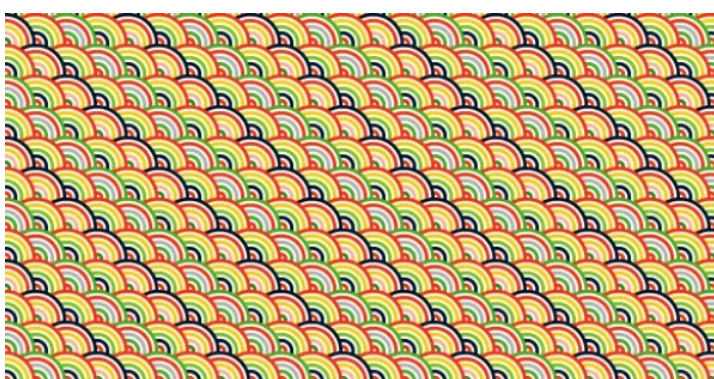
1. การซ้ำแบบเหมือนกัน เป็นการซ้ำขององค์ประกอบที่มีขนาดน้ำหนักหรือลักษณะเดียวกัน เรียงต่อเนื่องกันไป

2. การซ้ำแบบลดหลั่น เป็นการซ้ำขององค์ประกอบที่มีน้ำหนัก ขนาด หรือลักษณะแตกต่างกัน เรียงจากมากไปน้อยหรือจากน้อยไปมาก

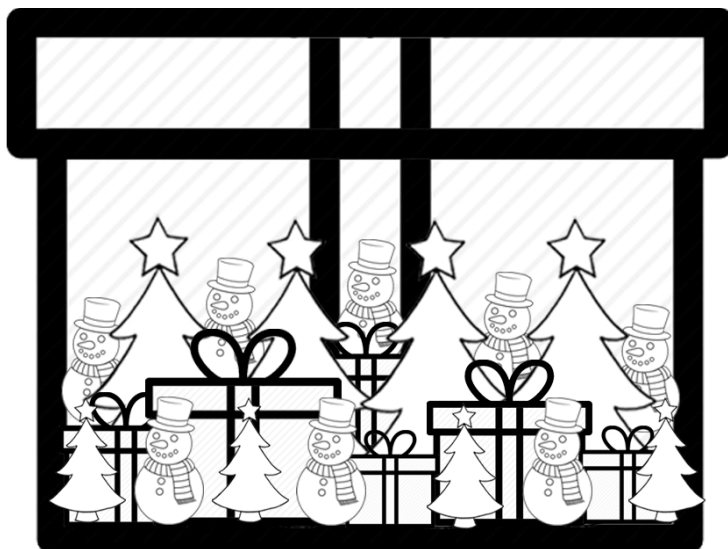
3. การซ้ำเป็นจังหวะ เป็นการซ้ำของชุดองค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันเรียงต่อเนื่องกันไป ภายในชุดองค์ประกอบ 1 ชุด จะประกอบด้วยหน่วยย่อยที่มีขนาด น้ำหนัก หรือลักษณะแตกต่างกัน

4. การซ้ำแบบไม่เป็นจังหวะ เป็นการซ้ำของชุดองค์ประกอบลักษณะหนึ่ง อย่างอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยที่แน่นอน

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นหลักในการสร้างผลงานศิลปะการซ้ำมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ โดยสามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบ ได้แก่ การซ้ำแบบเหมือนกัน การซ้ำแบบลดหลั่น การซ้ำเป็นจังหวะ การซ้ำแบบไม่เป็นจังหวะ ทำให้เกิดจุด เส้น น้ำหนัก รูปทรง รูปทรง สี ลักษณะผิวที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์สวยงาม มีความเป็นมิติมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2-52 การซ้ำ (Jade, 2557)



ภาพที่ 2-53 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ การซ้ำ (กุลนภา เต็มดี, 2558)

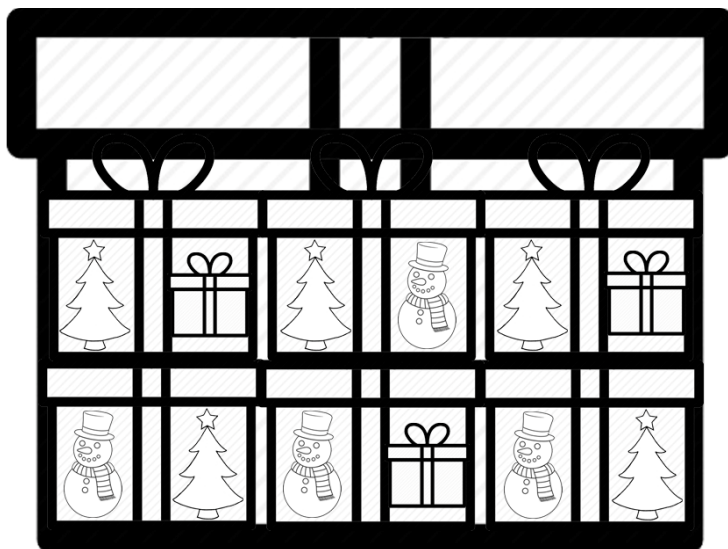
ลวดลาย

คือลักษณะการจัดวางองค์ประกอบซ้ำ ๆ กันอย่างเป็นจังหวะทำให้เกิดลักษณะเฉพาะตัวของงาน ทำให้งานมีเอกภาพกลมกลืน โดยปกติจะถูกนำไปใช้กับงานออกแบบศิลปะประยุกต์เนื่องจากงานศิลปะประยุกต์ต้องการใช้ลวดลายในการตกแต่งผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เช่น ลวดลายในงานอุตสาหกรรมศิลป์ต่าง ๆ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นหลักในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ลวดลายมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถสร้างความสวยงาม เกิดการทับซ้อน ผสมผสานลวดลายใหม่ ทำให้ดูมีมิติได้



ภาพที่ 2-54 ลวดลาย (Pink Studio, 2552)

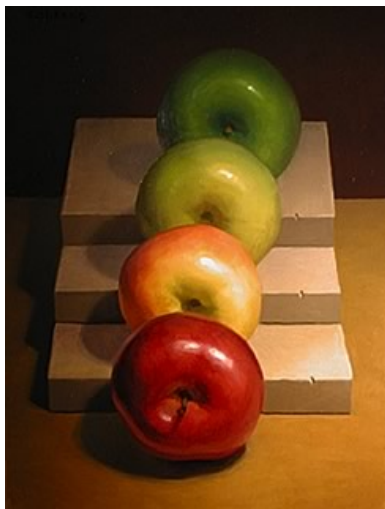


ภาพที่ 2-55 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ลวดลาย (กุลนภา เต็มดี, 2558)

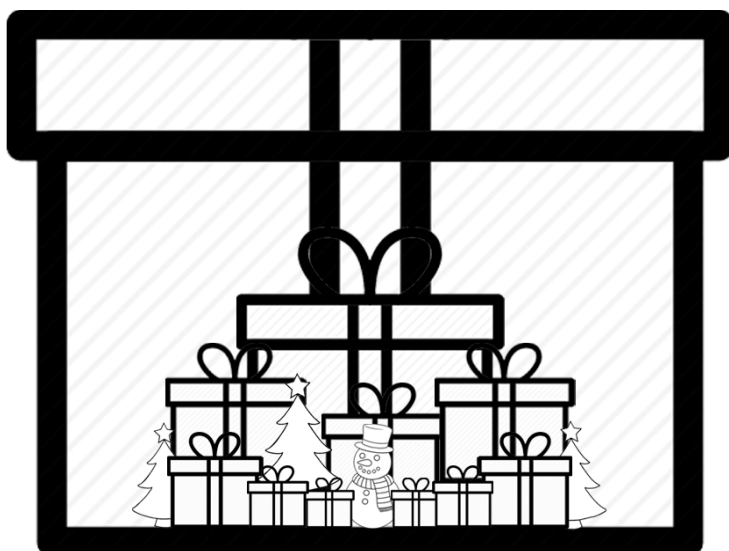
การลดหลั่น

คือการจัดลำดับขององค์ประกอบต่าง ๆ เส้น รูปร่าง รูปทรง สี ลักษณะผิว ฯลฯ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามดับ เช่น ระดับสีอ่อนไปแก่ ลักษณะผิวเรียบไปสู่ขรุขระ รูปทรงเล็กไปหาใหญ่ สามารถทำให้เกิดความรู้สึก ตื้นลึก มีมิติ และเกิดการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไปนำพาสายตาไปสู่จุดเด่น การลดหลั่นแบบไม่เป็นจังหวะอาจทำให้เกิดความรู้สึกตื้นตัน

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นหลักในการสร้างสรรคงานศิลปะ การลดหลั่น มาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ โดยการใช้ เส้น รูปร่าง รูปทรง สี ลักษณะผิว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้สึก ตื้นลึก มีมิติ ดึงดูดสายตาไปสู่จุดเด่น สร้างความรู้สึกตื้นตัน



ภาพที่ 2-56 การลดหลั่น (Lacrossebroseth, 2555)



ภาพที่ 2-57 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ การลดหลั่น (กุลนภา เต็มคิ, 2558)

ความกลมกลืน

ความกลมกลืน หมายถึง การนำองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความคล้ายกันหรือเหมือนกันมาจัดวางอย่างสัมพันธ์กัน เกิดการประสานกันอย่างเหมาะสมและลงตัวในผลงานดูแล้วไม่ขัดตา สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ความกลมกลืนขององค์ประกอบพื้นฐานที่คล้ายกัน เป็นการนำเอาองค์ประกอบพื้นฐานที่คล้ายกัน เช่น รูปร่าง ขนาด ทิศทาง สี ลักษณะผิว มาจัดไว้ด้วยกัน ทำให้เกิดความกลมกลืนเป็นระเบียบ

2. ความกลมกลืนตามธรรมชาติหรือประโยชน์ใช้สอย คือ ความกลมกลืนระหว่างวัตถุต่าง ๆ เช่น ของตกแต่งสวน เครื่องเรือน กับสิ่งที่อยู่แวดล้อม ทั้งในแง่ความสวยงามตามธรรมชาติและประโยชน์ใช้สอย สามารถแบ่งหัวข้อย่อยได้อีก 2 ข้อ ได้แก่

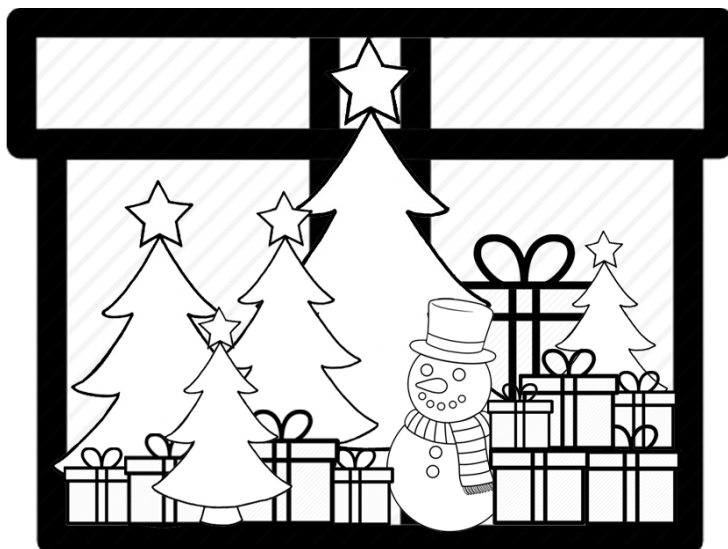
2.1 ความกลมกลืนตามธรรมชาติ เช่น การออกแบบตกแต่งสวน ควรคำนึงถึงรูปทรงต้นไม้และสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ที่มีความคล้ายคลึงกันมาจัดไว้บริเวณใกล้เคียงกัน เกิดความสวยงาม ผสานความกลมกลืนไม่ขัดแย้งซึ่งกันและกัน

2.2 ความกลมกลืนด้านประโยชน์ใช้สอย เช่น บ้านเมืองที่อยู่ในเขตร้อน ควรปลูกบ้านให้มีใต้ถุนสูงหลังคาโปร่งทรงสูง เพื่อให้ถ่ายเทอากาศได้ดี รวมถึงการเลือกสิ่งของเครื่องใช้ให้เข้ากับรูปแบบของบ้าน ทำให้บ้านมีความสวยงาม

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นหลักในการสร้างสรรค์งานศิลปะกลมกลืนมาใช้ในการออกแบบ วิน โดว์ ดิสเพลย์ เกิดความสัมพันธ์กัน ความกลมกลืนเป็นระเบียบสวยงาม ผสานความกลมกลืนไม่ขัดแย้งซึ่งกันและกันมีความสวยงาม ทั้งในแง่ความสวยงามตามธรรมชาติและประโยชน์ใช้สอย



ภาพที่ 2-58 ความกลมกลืน (Sally Lee, 2556)

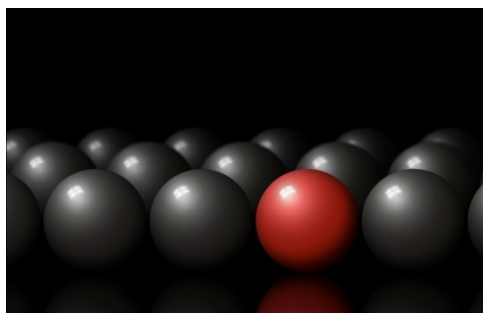


ภาพที่ 2-59 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ความกลมกลืน (กุลณภา เต็มดี, 2558)

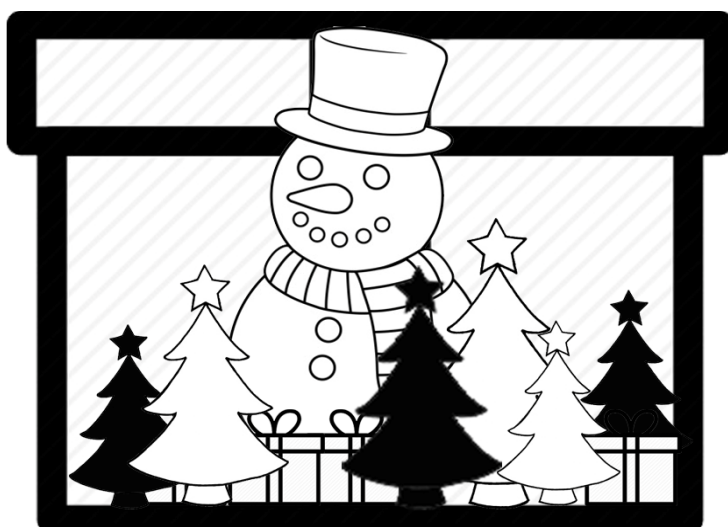
การตัดกัน

การตัดกัน หมายถึง การจัดองค์ประกอบพื้นฐานที่มีคุณสมบัติต่างกันไปไว้ด้วยกัน ความแตกต่างกันนั้นมีหลายระดับ ตั้งแต่เล็กน้อยจนถึงแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ทำให้งานเกิดการขัดแย้งไม่เป็นระเบียบ การตัดกันหากใช้ได้อย่างเหมาะสม จะทำให้เกิดความเด่นปรากฏชัดเจน กลายเป็นจุดรวมของความสนใจ ช่วยลดความกลมกลืนที่มีมากเกินไป หรือถ้าใช้การตัดกันมากเกินไปจะเกิดความไม่เข้ากันหรือการขัดกัน สามารถใช้การตัดกันมาจัดวางได้หลายลักษณะ เช่น การตัดกันของเส้น การตัดกันของรูปร่าง การตัดกันของรูปทรง การตัดกันของขนาด การตัดกันของทิศทาง การตัดกันของน้ำหนัก การตัดกันของสี การตัดกันของลักษณะผิว (ฉัตรชัย อรรถปักษ์, 2548, หน้า 117-137)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำองค์ประกอบที่เป็นหลักในการสร้างสรรคงานศิลปะ การตัดกันมาใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ทำให้งานเกิดการขัดแย้งไม่เป็นระเบียบ การตัดกันหากใช้ได้อย่างเหมาะสมจะกลายเป็นจุดรวมของความสนใจ ช่วยลดความกลมกลืนที่มีมากเกินไป



ภาพที่ 2-60 การตัดกัน (Zecharian, 2558)



ภาพที่ 2-61 การจัดองค์ประกอบ วินโดว์ ดิสเพลย์ การตัดกัน (กุลนภา เต็มดี, 2558)

หลักการตลาด

1. พฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา ซึ่งรวมถึงการใช้สินค้าและบริการจนกระทั่งถึงการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า หรือพฤติกรรมที่แสดงออก ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก (สุนิสา จันทรเลขา, 2556) สอดคล้องกับพฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริโภค และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้าและบริการ โดยที่พฤติกรรมเหล่านี้มิได้หมายถึงกิจกรรมที่แสดงออกทางร่างกายเท่านั้น แต่ยังหมายถึงกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้บริโภคด้วย (นรกฤตวันตะเมธ, 2555, หน้า 86) ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็น

การปฏิบัติของแต่ละบุคคลที่จะเกี่ยวข้อง โดยตรงกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ (วิเชียร วงศ์นิษฐากุล, 2553, หน้า 78)

ดังนั้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและช่วยในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกต่อการกระทำของบุคคล ที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้าที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้บริโภค

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาเกิดจากภายในตัวบุคคลและมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยตรงสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกรับจัดระเบียบและแปลความหมาย ความหมายข้อมูลข่าวสารที่ได้รับออกมาเป็นภาพที่มีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ความเชื่อ ประสิทธิภาพ ความต้องการ อารมณ์และความคาดหวัง โดยมีกระบวนการเลือกสรรการรับรู้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 การเลือกเปิดรับ คือการที่ผู้บริโภคจะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เสนออยู่ทั่วไป หรือไม่

1.2 การเลือกสนใจ เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกมุ่งเน้นความสนใจไปที่สิ่งเร้าหรือ ข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง และในขณะเดียวกันจะไม่สนใจต่อสิ่งเร้าอื่น ๆ ที่เพียงแต่ผ่านหูผ่านตาไป เท่านั้น

1.3 การเลือกตีความเข้าใจ เมื่อผู้บริโภคเลือกสนใจที่จะรับรู้ข่าวสารอย่างใด อย่างหนึ่ง จะแปลความหมายหรือตีความเข้าใจข่าวสาร ที่ได้รับไปตามทัศนคติ ความเชื่อ แรงจูงใจ และประสบการณ์ของตนเองเป็นสำคัญ อาจผิดเพี้ยนไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งข่าวสารก็เป็นได้

1.4 การเลือกจดจำ สิ่งโฆษณาหรือข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้เห็น ได้ยิน และได้อ่านและ ผ่านกระบวนการรับรู้มาถึงขั้นตีความหมาย ทำความเข้าใจไม่ได้หมายความว่า ผู้บริโภคจะสามารถ จดจำข่าวสารได้ทั้งหมด ตรงกันข้ามผู้บริโภคจะจดจำเฉพาะข่าวสารบางอย่าง หรือบางส่วนที่มี ลักษณะเด่นที่ทำให้จดจำได้ หรือข่าวที่ตรงกับความสนใจ (ดารา ทีปะปาล, 2546, หน้า 62-64) โดยการให้ความหมายของการรับรู้เป็นกระบวนการตีความสิ่งเร้าจากการสัมผัสของอวัยวะสัมผัส ต่าง ๆ ต้องอาศัยประสบการณ์เดิมหรือการเรียนรู้และการคิดเป็นกระบวนการซับซ้อน (ไพบุตย์ เทวรักษ์, 2537, หน้า 58) ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย ของการรับรู้ไว้ว่าเป็น กระบวนการที่แต่ละบุคคลจะทำการคัดเลือก จัดระเบียบ แปลความหมายสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพ ที่มีความหมาย ซึ่งการรับรู้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (นรฤต วันตะเมธ, 2555, หน้า 88)

ดังนั้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถส่งเสริมเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคการรับรู้ซึ่งเป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลสามารถทำการเลือกสรร จัดระเบียบและแปลความหมายของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งการจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถทำให้ผู้บริโภคตีความจากสิ่งเร้าที่กระทบประสาทสัมผัสต่างๆ เช่น การได้ยิน การมองเห็น การได้กลิ่น การรับรส และการสัมผัสอาจแตกต่างกันไปตามการรับรู้ของแต่ละบุคคล

2. การจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นภายในบุคคลที่จะกระตุ้นผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตามลำดับขั้นตอน ประกอบด้วย แรงขับ แรงความต้องการหรือความปรารถนาที่เข้ามากระทบต่อบุคคล (ดารา ทิปะปาล, 2546, หน้า 64) สอดคล้องกับพฤติกรรมเป็นผลจากการที่คนเราเลือกปฏิบัติตอบสนองที่เหมาะสมที่สุดมาสนองต่อสิ่งเร้า หรือเรียกกันว่า ภาวะรับการจูงใจ ของพฤติกรรมบางอย่างเกิดจากแรงจูงใจ ที่เห็นกันได้ง่าย ๆ ชัดเจน หรือพฤติกรรมที่มีแรงจูงใจร่วมกัน (กันยา สุวรรณแสง, 2540, หน้า 104) สอดคล้องกับวินโดว์ ดิสเพลย์ ทำหน้าที่ตอบสนองต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ก็คือดึงดูดให้เกิดความสนใจทำให้คนเหลียวมอง ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อ เร่งเร้าให้เกิดความต้องการ สร้างความมั่นใจ เป็นต้น (ลิตติพร ลิตติพานิช, 2547, หน้า 17)

ดังนั้น กล่าวได้ว่า การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ที่สามารถจูงใจพฤติกรรมของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ซึ่งการจูงใจเป็นเรื่องสำคัญมากในการขายสินค้า เป็นสิ่งที่จะกำหนดหรือกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการ ในการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า การจูงใจเปรียบเสมือนหัวใจสำคัญผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายของการตัดสินใจ เร่งเร้าให้เกิดความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจ

3. การเรียนรู้

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวรอันเป็นผลเนื่องมาจากการได้รับประสบการณ์ และประสบการณ์ที่ได้รับนี้ไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นประสบการณ์ที่เกิดจากผลกระทบต่อบุคคลนั้นโดยตรง แต่การเรียนรู้อาจเกิดขึ้นได้จากการสังเกตเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อบุคคลอื่นอีกด้วย นอกจากนี้การเรียนรู้ยังอาจเกิดขึ้นได้ทั้งที่ไม่ได้ตั้งใจ หรือใช้ความพยายามใด ๆ เลยก็อาจเป็นได้ พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนมากเกิดจากการเรียนรู้จากการได้รับประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมเรียกว่า การเรียนรู้จากพฤติกรรมหรือการกระทำและการเรียนรู้จากการคิดอย่างมีเหตุผล สามารถอธิบายได้ ดังนี้

3.1 การเรียนรู้จากพฤติกรรมหรือการกระทำ หมายถึง กระบวนการพัฒนาการตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ โดยอัตโนมัติอันเกิดจากผลการกระทำซ้ำ ๆ เกิดจากปัจจัยตัวแปล 4 อย่างคือ แรงขับ สิ่งเร้า การตอบสนอง และการเสริมแรง

3.2 การเรียนรู้จากการคิดอย่างมีเหตุผล หมายถึง การเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการคิดใคร่ครวญอย่างมีเหตุผลและใช้สติปัญญาเพื่อแก้ปัญหาโดยปราศจากการได้รับประสบการณ์ตรง (ดารา ทีปะปาล, 2546, หน้า 67-69)

ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถสร้างการเรียนรู้ เกิดจากการได้รับประสบการณ์ตรง และประสบการณ์ทางอ้อม การเรียนรู้จากการคิดอย่างที่มีเหตุผลโดยได้จากการสังเกตเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อบุคคลนั้นโดยตรง เช่น ผู้บริโภคสามารถจดจำตราผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิดทั้ง ๆ ที่ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนั้น ๆ การเรียนรู้นี้อาจเกิดขึ้นได้ทั้งที่ไม่ได้ตั้งใจหรือใช้ความหมายใด ๆ หรือการเรียนรู้โดยบังเอิญ โดยมีปัจจัยคือ แรงขับ สิ่งเร้า การตอบสนอง และการเสริมแรง

4. ความเชื่อและทัศนคติ

ความเชื่อ หมายถึง ความคิดเห็นของบุคคลเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง ความเชื่ออาจเป็นส่วนประกอบช่วยเสริมสร้างทัศนคติของบุคคล แต่ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับการชอบหรือไม่ชอบ ความเชื่อของบุคคลหรือผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์

ทัศนคติหรือเจตคติ หมายถึง แนวความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อบางสิ่งบางอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์ สิ่งโฆษณา พนักงานขาย บริษัท หรือ ความคิดเห็น ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม และเป็นการเรียนรู้ที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อที่สัมพันธ์กันหลาย ๆ ความเชื่อ ทัศนคติจะแสดงให้เห็นถึงทิศทางความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ มีทั้งแง่บวกและแง่ลบ และในแง่เป็นกลาง โดยแบ่งองค์ประกอบของทัศนคติของผู้บริโภคออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

4.1 องค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความเชื่อหรือความรู้ที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.2 องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกของผู้บริโภคทั้งในแง่บวกและแง่ลบ อันแสดงถึงระดับความชอบหรือไม่ชอบของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากน้อยเพียงไร บุคคลอาจมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่างกันจากความเชื่อเหมือนกัน

4.3 องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคอันเกิดมาจากความเชื่อและความรู้สึกที่เกิดขึ้น พฤติกรรมหรือการกระทำอาจแสดงในรูปของการซื้อหรือการหลีกเลี่ยงไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ การใช้ผลิตภัณฑ์หรือแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ เป็นต้น เพราะเมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติทางบวกต่อผลิตภัณฑ์มิได้หมายความว่าผู้บริโภคจะรีบออกไปซื้อผลิตภัณฑ์นั้นทันที ผู้บริโภคอาจยังไม่มีความจำเป็นในตอนนั้น อาจจะต้องซื้อสิ่งอื่นก่อนที่มีความสำคัญกว่าหรืออาจจะรอให้สมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวเข้าร่วมพิจารณาด้วย เป็นต้น

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถสร้างความเชื่อและทัศนคติ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคลหรือผู้บริโภคที่มีต่อบางสิ่งบางอย่างซึ่งได้จากการเรียนรู้จาก ประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม สามารถแสดงให้เห็นทิศทางความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่า ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ นอกจากนี้มีทั้งในแง่บวกและแง่ลบ

5. บุคลิกภาพและแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง

บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะทางด้านจิตวิทยาของบุคคลซึ่งแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะของ ตนเองที่แตกต่างกัน อันจะนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบเดียวกันเสมอ เนื่องจาก บุคลิกภาพเป็นลักษณะเฉพาะบุคคลและทำให้คนมีความแตกต่างกัน ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง ผลรวมของความคิดและความรู้สึกทั้งหมด ที่บุคคลมอง ตนเองว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ประกอบด้วยทัศนคติ การรับรู้ ความเชื่อ และการประเมินตนเอง

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า บุคลิกภาพและแนวคิดเกี่ยวกับตนเองมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ที่มีความแตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยทัศนคติ การรับรู้ความเชื่อ การประเมินตนเอง ดังนั้นการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ สามารถ นำไปสู่ การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมมีผลสะท้อนให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปตามแนวคิดนั้นเกิดทัศนคติ การรับรู้ และความเชื่อ

6. แบบการดำเนินชีวิต

แบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบ ของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น การวิเคราะห์แบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค เชิงจิตวิทยาสังคม จะเป็นการวิเคราะห์ว่าผู้บริโภคใช้เวลาและทรัพยากรต่าง ๆ ของเขาแต่ละวัน อย่างไร อะไรที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เขาสนใจและถือว่ามีความสำคัญ และเขาคิดเกี่ยวกับตัวเองและ คิดถึงโลกรอบ ๆ ตัวอย่างไร การวิเคราะห์แบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค การศึกษาแบบ การดำเนินชีวิตตามลักษณะของผู้บริโภคร่วมกับการใช้องค์ประกอบด้านประชากรหรือ ประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฯลฯ ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้หลายกลุ่ม นำไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ วางแผนกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (ดารา ทีปะปาล, 2546, หน้า 67-74)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น โดยใช้การวิเคราะห์แบบการดำเนินชีวิตตามลักษณะและข้อมูล ประชากรศาสตร์ สามารถทราบถึงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคได้จาก เพศ อายุ ระดับการศึกษา เป็นต้น

ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการสื่อสารทางการตลาด และกำหนดแนวคิดหลักของการโฆษณาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

7. การติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้ความคิดของผู้ส่ง ที่ส่งไปยังผู้รับเป็นหนึ่งเดียวกัน (สมวงศ์ พงศ์สภาพร, 2546, หน้า 65) โดยที่การสื่อสารสองทาง ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ข้อความ ช่องทาง และผู้รับสาร (สุชาดา คุณทลบุตร, 2549, หน้า 254) โดยที่การติดต่อสื่อสารที่ให้อะไรกับผู้รับสาร เกี่ยวกับสินค้าและบริการให้ผู้รับมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า ชื่นชมสินค้า มองเห็นว่าสินค้ามีความแตกต่างจากสินค้าของผู้อื่น รู้ว่าจะซื้อสินค้าได้ที่ใดและมีระบบการติดต่อสื่อสาร ที่ลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ตลอดเวลา ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เพื่อการตัดสินใจซื้อ (ลดาวัลย์ ยมจินดา, 2555, หน้า 3) โดยมีหน้าที่หลักสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. เพื่อเป็นการแจ้งบอกหรือให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าได้รับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการวางจำหน่ายในท้องตลาดและผู้บริโภคสามารถหาซื้อไปเพื่อตอบสนองความต้องการ ณ ที่ใดได้บ้าง

2. เพื่อเป็นการชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจลูกค้าให้ซื้อผลิตภัณฑ์ของเรา โดยการแจ้งส่วนดีหรือส่วนเด่นของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าทราบ

3. เพื่อเป็นการจูงใจ สร้างความมั่นใจให้ลูกค้าเพื่อให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (พิบูลย์ ทิปะปาล, 2545, หน้า 259) และเพื่อความต้องการที่จะชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจกลุ่มผู้บริโภคให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมตามที่นักโฆษณาต้องการ การโน้มน้าวใจ คือการคลอให้ใช้เหตุผลสนับสนุนหรือการชี้ถึงเหตุผลให้เชื่อถือให้เกิดทัศนคติ (พรทิพย์ สัมปตตะวนิช, 2546, หน้า 95-96) สอดคล้องกับในปัจจุบันการสื่อสารเป็นสิ่งที่สามารถทำได้หลังจากที่มนุษย์กำเนิดมาแล้ว ทำทาง การเขียน การพูด การอ่านเป็นการพัฒนาลำดับขั้น มนุษย์ได้เรียนรู้พัฒนาความสามารถเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความคิด อธิบายความรู้สึกหรือข้อมูลต่าง ๆ ไปสู่ผู้อื่นได้ถูกต้องจึงเกิดรูปแบบของการสื่อสาร โดยที่การออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นจุด รูปทรง เครื่องหมายสัญลักษณ์และตัวอักษร ถูกพัฒนาควบคู่ไปกับความเจริญทางเทคโนโลยีมีความสำคัญมากในปัจจุบันเพราะมนุษย์ได้รับข่าวสาร ข้อมูลมากมายทั้งสำคัญและไม่สำคัญ ถูกออกแบบไว้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้น การจะให้ข้อมูลข่าวสารจะต้องทำให้ประทับใจหรือกระตุ้นความสนใจแก่ผู้พบเห็นเป็นอันดับแรก บทบาทสำคัญการจัดระบบ ทำอย่างไรจะให้ข้อมูลข่าวสารนี้ถึงผู้รับอย่างถูกเป้าหมาย ทำอย่างไรจะให้สินค้าโดดเด่น ในกลุ่มเดียวกัน ทำอย่างไรจะให้เข้าใจได้ง่ายและเร็วที่สุดของการรับสารนั้น ๆ (วิญญู สถิตวิทยานันท์, 2541, หน้า 90-91) โดยที่แก่นแท้ของการออกแบบไม่ได้อาศัยแค่ความรู้

ทางศิลปะเพื่อให้วินโดว์สวยงาม แต่การออกแบบ คือการสร้างสรรค์สิ่งสวยงามที่จะต้องตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้ด้วย เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าร้านนี้ขายอะไร รูปแบบไหน เหมาะสำหรับใคร หรือจัดโปรโมชั่นพิเศษ อะไรบ้างและที่สำคัญคือการออกแบบจะต้องสามารถก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง บางประการจากลูกค้าได้ เช่น ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ อยากได้หรือเกิดความประทับใจจนจำร้านค้าได้หลังจากมองเห็น วินโดว์ ดิสเพลย์ (ลิลิตพร ลิลิตพานิช, 2547, หน้า 47)

ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้นอาจจะกล่าวได้ว่า กระบวนการสื่อสารมีความสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า และบริษัทให้แก่ผู้บริโภคได้มีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้อง ทราบถึงความแตกต่างของสินค้า เป็นกิจกรรมสื่อสาร ประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร ข้อความ ช่องทาง และผู้รับสาร เพื่อเป็นการแจ้งบอกข้อมูลข่าวสาร ชักชวน และเป็นการจูงใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยประสิทธิผลของการสื่อสารที่ทำให้ขายสินค้าได้อย่างรวดเร็วทำให้ วินโดว์ ดิสเพลย์ กลายเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขาย ที่ผู้ผลิตสินค้าและร้านค้าส่วนใหญ่นิยมใช้

8. การโฆษณา

ในปัจจุบันบทบาทและอิทธิพลของการโฆษณามีความสำคัญที่ช่วยผลักดันให้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ถูกถ่ายทอดสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

การโฆษณา หมายถึง รูปแบบการนำเสนอข่าวสาร หรือแจ้งข่าวสารให้กับบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ทราบเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ (เอกณรงค์ วรสีหะ, 2552, หน้า 2-4) สอดคล้องกับเพื่อเป็นการส่งเสริม เผยแพร่แนวความคิด หรือระบบวิธีการดึงดูดความสนใจจากประชาชนด้วยการให้เข้ามามีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือดึงดูดให้สนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ (ทัศนัย สุนทรวิภาต, 2551, หน้า 1) หรือการนำเสนอ ส่งเสริมสินค้า บริการ ความคิดผ่านสื่อที่มีใช้เป็นการติดต่อส่วนตัว (ลดาวัลย์ ยมจินดา, 2555, หน้า 4) โดยที่การโฆษณา คือการสื่อสารที่ไม่ใช้บุคคลในการนำเสนอ การโฆษณาเป็นการสื่อสารเกี่ยวกับแนวคิดหรือบริการ (Armstrong, 2555) และการโฆษณายังหมายถึงกิจการที่ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยที่การเผยแพร่นั้นกิจการต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อสื่อในการเผยแพร่ เช่น การซื้อหน้าหนังสือพิมพ์เพื่อการโฆษณาหรือซื้อเวลา วิทยุและโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่กิจการนั้น ๆ แบ่งออกเป็น การโฆษณาเพื่อแจ้งข่าว การโฆษณาเพื่อชักจูง การโฆษณาเพื่อเตือนความจำหรือการโฆษณาเพื่อกระตุ้น (สุชาดา กุณทลบุตร, 2549, หน้า 259-262)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การโฆษณาเป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารโดยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เพื่อสามารถโน้มน้าวใจจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อ อีกทั้งยังเป็นวิธีช่วยกระตุ้นผู้บริโภค ชักจูงแจ้งข่าว เตือนความจำ ให้เกิดความสนใจสร้างค่านิยมในการซื้อสินค้าและบริการด้วยเหตุที่

การแข่งขันทางด้านธุรกิจในปัจจุบัน การโฆษณาจึงเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ของการสื่อสารการตลาด

เทศกาลคริสต์มาส

1. ประวัติของเทศกาลคริสต์มาส

คำว่า “คริสต์มาส” เป็นคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษโบราณ ที่แปลว่า “บุญามิสซาของ พระคริสตเจ้า” ซึ่งพบครั้งแรกในเอกสารโบราณที่เป็นภาษาอังกฤษในปี ค.ศ. 1038 ตรงกับวันที่ 25 ธันวาคมของทุกปี เป็นวันประสูติของพระเยซู ศาสดาแห่งศาสนาคริสต์ โดยพระองค์ประสูติที่ เมืองเบธเลเฮมและเติบโตที่เมืองนาซาเรท ซึ่งปัจจุบันคือประเทศอิสราเอล ตามหลักฐานใน พระคัมภีร์ได้บันทึกไว้ว่า พระเยซูเจ้าประสูติในสมัยที่จักรพรรดิซีซาร์ ออกุสตุส แห่งจักรวรรดิ โรมัน ซึ่งทรงสั่งให้จดทะเบียนสำมะโนครัวทั่วทั้งแผ่นดิน โดยฝ่ายคีรีนิอัส เจ้าเมืองซีเรียก็รับ นโยบายไปปฏิบัติให้มีการจดทะเบียนสำมะโนครัวทั่วทั้งอาณาเขต แต่ในพระคัมภีร์ไม่ได้ระบุว่า พระเยซูประสูติวันหรือเดือนอะไร ด้านนักประวัติศาสตร์ก็มีความเห็นที่ต่างออกไปโดยได้วิเคราะห์ ว่า เดิมทีวันที่ 25 ธันวาคม เป็นวันที่จักรพรรดิเอเลเรียนแห่งโรมัน กำหนดให้เป็นวันฉลองวันเกิด ของสุริยเทพ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 274 ชาวโรมันซึ่งส่วนใหญ่นับถือเทพเจ้าวันนี้จึงเสมือนว่า เป็นวันฉลอง ของพระจักรพรรดิไปในตัวด้วย เพราะจักรพรรดิก็เปรียบเสมือนดวงอาทิตย์ ที่ให้ความสว่างแก่ชีวิต มนุษย์ แต่ชาวคริสต์ที่อยู่ในจักรวรรดิโรมันรวมถึงชาวโรมันที่เปลี่ยนไปนับถือคริสต์ก็อด้อใจที่จะ ฉลองวันเกิดของสุริยเทพ จึงหันมาฉลองการบังเกิดของพระเยซูซึ่งเปรียบเสมือนความสว่างของ โลก และเหมือนดวงจันทร์เป็นความสว่างในตอนกลางคืนแทน หลังจากที่ชาวคริสต์ถูกควบคุม เสรีภาพทางศาสนาตั้งแต่ปี ค.ศ. 64-313 จนถึงวันที่ 25 ธันวาคม ปี ค.ศ. 330 ชาวคริสต์จึงเริ่มฉลอง คริสต์มาสอย่างเป็นทางการและเปิดเผย

ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้นอาจจะกล่าวได้ว่า เทศกาลคริสต์มาสจึงเป็นวันแห่ง การเฉลิมฉลองวันประสูติของพระเยซู และเป็นการฉลองความรักที่พระเจ้ามีต่อมนุษย์โลก ถือเป็น วันที่มีความหมายสำคัญชาวคริสต์ทั่วโลก และมีการส่งบัตรอวยพร ให้ของขวัญ แก่กันและกัน รวมทั้งประดับประดา ตกแต่งบ้านเรือน รวมทั้งการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ตามห้างร้าน ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ต้อนรับช่วงเวลาของเทศกาลในบรรยากาศของแสงไฟและต้นคริสต์มาส อย่างสวยงาม

2. องค์ประกอบในงานคริสต์มาส

ซานตาครอสเป็นสิ่งแรก ๆ ที่คนจะนึกถึงในฐานะสัญลักษณ์ของวันคริสต์มาส ซึ่งว่ากันว่าซานตาครอสคนแรก คือ นักบุญ (เซนต์) นิโคลัส ผู้เป็นสังฆราชแห่งเมืองไมรา มีชีวิตอยู่ใน

ศตวรรษที่ 4 และเหตุที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นซานตาคลอสคนแรก มาจากวันหนึ่งที่ท่านปีนขึ้นไปบนหลังคาบ้านของเด็กหญิงยากจนคนหนึ่ง แล้วทิ้งถุงเงินลงไปทางปล่องไฟ บังเอิญถุงเงินหล่นไปทางถุงเท้าที่เด็กหญิงแขวนตากไว้ข้างเตาผิงพอดี

นักบุญนิโคลัส นั้นเป็นนักบุญที่ชาวฮอลแลนด์นับถือว่าเป็นนักบุญผู้อุปถัมภ์ของเด็ก ๆ เมื่อชาวฮอลแลนด์กลุ่มหนึ่งอพยพไปอยู่ในสหรัฐฯ ก็ยังรักษาประเพณีการฉลองนักบุญ นิโคลัส ในวันที่ 5 ธันวาคม เอาไว้ซึ่งหมายถึงนักบุญนี้จะมาเยี่ยมเด็ก ๆ และเอาของขวัญมาให้เด็กอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ลูกหลานของชาวฮอลแลนด์ที่อพยพมา ประเพณีนี้จึงเริ่มเป็นที่รู้จักและแพร่หลายในอเมริกา โดยมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่าง คือชื่อนักบุญนิโคลัสก็เปลี่ยนเป็น ซานตาคลอส และแทนที่จะเป็นสังฆราชก็กลายเป็นชายแก่ที่อ้วนและใส่ชุดสีแดง อาศัยอยู่ที่ขั้วโลกเหนือ มีเลื่อนเป็นยานพาหนะที่มีกวางเรนเดียร์ลาก และจะมาเยี่ยมเด็กทุกคนในโลกนี้ในโอกาสคริสต์มาส โดยลงมาทางปล่องไฟของบ้านเพื่อเอาของขวัญมาให้เด็กเหล่านั้นตามความประพฤติของเขา

ถึงแม้ซานตาคลอสจะเป็นเพียงตำนานที่เกิดขึ้นมาเพื่อเฉลิมฉลองวันคริสต์มาสก็ตาม แต่ก็ยังเป็นสัญลักษณ์ที่รวมเอาวิญญานและความหมายของคริสต์มาสไว้อย่างมากมาย เช่น ความปิติยินดีชื่นชม ความโอบอ้อมอารี ความรัก และความเป็นกันเอง



ภาพที่ 2-62 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ซานตาคลอส (Emily Kokernak, 2558)

ถุงเท้า จากที่นักบุญนิโคลัสได้ปีนขึ้นไปบนปล่องไฟ ของบ้านเด็กหญิงยากจน เพื่อที่จะมอบเหรียญเงินให้เป็นของขวัญ แต่เหรียญนั้นกลับตกไปอยู่ในถุงเท้าที่เด็กหญิงแขวนตากไว้

หน้าเตาผิง พอรุ่งเช้าเด็กหญิงตื่นมาเจอเหรียญเงินในถุงเท้าจึงดีใจมาก และกลายเป็นจุดเริ่มต้นของการที่ผู้คนมากมายต่างพากันแขวนถุงเท้าคริสต์มาสไว้ เพื่อหวังจะได้รับของขวัญเช่นเดียวกันบ้าง



ภาพที่ 2-63 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ถุงเท้า (Mike, 2558)

นอกจากนี้อีกอย่างที่เราคาดไม่ถึงก็คือ ต้นคริสต์มาส ซึ่งต้นคริสต์มาสก็คือต้นสนที่นำมาประดับประดาด้วยลูกแอปเปิลและขนมปังเพื่อระลึกถึงศีลมหาสนิท และก็ได้มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปเรื่อย จนมาถึงการประดับด้วยดวงไฟหลากสีสน ขนม และของขวัญอย่างในทุกวันนี้ การตกแต่งแบบนี้ต้องย้อนไปในศตวรรษที่ 8 เมื่อเซนต์บอนิเฟส มิชชันนารีชาวอังกฤษที่เดินทางไปประกาศเรื่องพระเจ้าในเยอรมนี ได้ช่วยเด็กที่กำลังจะถูกฆ่าเป็นเครื่องสังเวยบูชาที่ได้ต้นไม้ไฉ้ โดยเมื่อโคนต้นไม้ไฉ้ก็ได้ออกต้นสนเล็กๆ ต้นหนึ่งขึ้นอยู่ที่โคนต้นไม้ไฉ้ ท่านจึงขอให้คนที่ร่วมพิธีกรรมเหล่านั้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของชีวิต และตั้งชื่อว่า ต้นกุมารพระคริสต์ต่อมา มาร์ติน ลูเธอร์ ผู้นำคริสตจักรชาวเยอรมัน ตัดต้นสนไปตั้งในบ้านในเดือนธันวาคม ปี ค.ศ. 1540 หลังจากนั้นในศตวรรษที่ 19 ต้นคริสต์มาสจึงเริ่มแพร่ไปสู่ประเทศอังกฤษและทั่วโลก และอีกเหตุผลที่ใช้ต้นสนก็เพราะว่ามันหาง่าย

ในสมัยโบราณนั้นต้นคริสต์มาส หมายถึง ต้นไม้ในสวนสวรรค์ ซึ่งอาดัมและเอวาไปหยิบผลไม้มากิน และทำบาป ไม่เชื่อฟังพระเจ้า โดยตามพระคัมภีร์นั้นได้เปรียบพระเยซูเจ้าเสมือนเป็นต้นไม้แห่งชีวิต ซึ่งเป็นต้นไม้ที่เขียวเสมอในทุกฤดูกาล สื่อถึงนิรันดร์ภาพของพระเยซูเจ้า อีกทั้งความสว่างของพระองค์ยังเหมือนแสงเทียนที่ส่องสว่างในความมืด และรวมถึงความชื่นชมยินดี และความสามัคคี ที่พระเยซูประทานให้ เพราะต้นไม้เป็นจุดศูนย์รวมของครอบครัวในเทศกาลคริสต์มาส



ภาพที่ 2-64 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ต้นคริสต์มาส (Jommans, 2553)

ต้นฮอลลี่ เป็นต้นไม้พุ่มเตี้ย และเป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์ของวันคริสต์มาส เชื่อกันว่า สีเขียวของต้นฮอลลี่มีความหมายถึงการมีชีวิตอยู่ชั่วนิรันดร์ และมีความสัมพันธ์กับพระเยซู โดยผลสีแดงของต้นฮอลลี่นั้นหมายถึงหยดเลือดของพระเยซูที่ไหลลงบนไม้กางเขน ซึ่งเปรียบเสมือน สัญลักษณ์ของความรักที่มีต่อพระเจ้า ใบไม้ที่มีหนามของต้นฮอลลี่เป็นสิ่งที่เตือนพวกเราถึง มงกุฎหนามที่พวกชาวทหารโรมันได้นำมาวางไว้บนศีรษะของพระเยซูคริสต์



ภาพที่ 2-65 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ต้นฮอลลี่ (Irabel8, 2557)

ดอกไม้คริสต์มาสที่กลายมาเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของวันคริสต์มาส มาจากเรื่องราวของเด็กหญิงคน ๆ คนหนึ่ง ที่ต้องการหาของขวัญไปมอบให้พระแม่มาเรียในวันคริสต์มาสอีฟ แต่เนื่องจากเธอไม่มีสิ่งของใด ๆ ติดตัว จึงเดินทางไปตัวเปล่า และระหว่างทางเธอได้พบกับนางฟ้าที่บอกให้เธอเก็บเมล็ดพืชไว้ ต่อมาเมล็ดพืชนั้นก็กลับเจริญเติบโตเปลี่ยนเป็นดอกไม้สีแดงทิวลิปที่สวยงามก็ได้รับความนิยมใช้ประดับประดาบ้านในงานคริสต์มาส



ภาพที่ 2-66 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ดอกไม้คริสต์มาส (Church of Marion, 2556)

ดอกคริสต์มาสโรส มีต้นกำเนิดที่ประเทศอังกฤษ ลักษณะเป็นดอกสีขาวและมักออกดอกในช่วงฤดูหนาว ตำนานของดอกคริสต์มาสนี้มีอยู่ว่า ในช่วงที่พระเยซูประสูติ มีผู้รอบรู้ 3 คนกับคนเลี้ยงแกะเดินทางมาพบพระเยซู ระหว่างทางพวกเขาพบกับ มาเจลลอน เด็กหญิงที่เลี้ยงแกะคนหนึ่ง เมื่อเธอทราบว่าทั้งหมดเดินทางมาเพื่อมอบของขวัญให้พระเยซู มาเจลลอนก็เสียใจที่ไม่มีของขวัญใดไปมอบให้พระเยซูบ้าง ก่อนที่นางฟ้าที่เฝ้ามองเธออยู่จะเกิดความเห็นใจจึงร่ายมนตร์เสกดอกไม้สีขาวน่ารักและมีสีชมพูอยู่ตรงปลายกลีบให้เธอ และดอกไม้ นั่นคือ ดอกคริสต์มาส นั่นเอง



ภาพที่ 2-67 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ดอกคริสต์มาส (Alber, 1993)

เพลงวันคริสต์มาส เริ่มมีขึ้นในศตวรรษที่ 5 แต่งโดยพระสงฆ์และฆราวาส มีเนื้อร้องเป็น ภาษาลาติน ลักษณะของเพลงเป็นแบบสง่า เน้นถึงความหมายของการเสด็จมาของพระเยซูเจ้า แต่ ในศตวรรษที่ 12 ได้มีการแต่งในท่วงทำนองที่ร่าเริงสนุกสนานมากขึ้น เริ่มจากประเทศอิตาลี โดย นักบุญฟรังซิส อัสซีซี และนักบวชคณะฟรังซิสกัน เป็นผู้สนับสนุน ให้มีเพลงคริสต์มาสแบบใหม่ เพลงคริสต์มาสแบบใหม่นี้ เป็นที่ชื่นชอบของชาวบ้าน เพราะมีท่วงทำนองที่ร่าเริงกว่า เน้นถึง ความชื่นชมยินดีในโอกาสคริสต์มาส เพลงเหล่านี้มีทั้งที่เป็นภาษาลาติน และภาษาพื้นเมือง เพลงหนึ่งที่แต่งในสมัยนั้น (แต่งคำร้องในปี ค.ศ. 1274) และยังใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน คือ เพลง Oh Come, All Ye Faithful หรือ Adeste Fideles ในภาษาลาติน เพลงคริสต์มาสที่นิยมร้องมากที่สุด ในปัจจุบันได้แต่งขึ้นในศตวรรษที่ 19 จากประเทศเยอรมัน และประเทศอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ เพลงที่มีชื่อเสียงมากได้แก่ เพลง Silent Night และ Holy Night ความเป็นมาของเพลงนี้มาจาก วันก่อนวันฉลองคริสต์มาสของปี ค.ศ. 1818 คุณพ่อโจเซฟ โมห์ เจ้าอาวาสวัดที่โอเบิร์นดอฟ ประเทศออสเตรีย ได้ข่าวว่าออร์แกนในวัดเสีย ทำให้วงขับร้องไม่สามารถร้องเพลงตามที่ซ้อมไว้ได้ จึงมีการแต่งเพลงคริสต์มาสใหม่ นำไปให้เพื่อนชื่อ ฟรานซ์ กรูเบอร์ ใส่ทำนองในคืนวันที่ 24 ธันวาคม และเล่นเพลง Silent Night เป็นครั้งแรก โดยมีการเล่นกีตาร์ประกอบการขับร้อง ซึ่งกลายเป็นเพลงที่นิยมมากที่สุดทั่วโลก



ภาพที่ 2-68 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส เพลงวันคริสต์มาส (St Luke's, 2557)

คำอวยพรวันคริสต์มาส ในวันคริสต์มาสเรามักจะใช้คำอวยพรให้แก่กันและกันว่า Merry X'mas คำว่า Merry ในภาษาอังกฤษโบราณ แปลว่า “สันติสุขและความสงบทางใจ” คำนี้จึงเป็นคำที่ ใช้อวยพรขอให้เขาได้รับสันติสุขและความสงบทางใจ และได้จัดให้มีการฉลองเพื่อระลึกถึง

การบังเกิดของพระเยซู ที่เขายกย่องเหมือนกษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่แห่งสากลโลก ผู้ทรงเกียรติ ประเพณีนี้ได้เริ่มมาจากรุงโรมในศตวรรษที่ 4 และค่อย ๆ เผยแพร่ไปทุกทวีป



ภาพที่ 2-69 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส คำอวยพรวันคริสต์มาส (วันคริสต์มาส, 2556)

สีประจำวันคริสต์มาส สีที่เกี่ยวข้องในวันคริสต์มาสประกอบด้วย

สีแดง: เป็นสีของผลฮอลลี่ หรือซานตาครอส เป็นสีของเดือนธันวาคม ที่แสดงถึงความตื่นเต้น และหากเป็นสัญลักษณ์ตามศาสนา สีแดงจะหมายถึง ไฟ เลือด และความโอบอ้อมอารี

สีเขียว: เป็นสีของต้นไม้ สัญลักษณ์ของธรรมชาติ หมายถึงความอ่อนเยาว์และความหวังที่จะมีชีวิตเป็นนิรันดร์ เปรียบได้กับว่าเทศกาลคริสต์มาสคือเทศกาล แห่งความหวัง

สีขาว: เป็นสีของหิมะ และเป็นสัญลักษณ์ทางศาสนา คือแสงสว่าง ความบริสุทธิ์ ความสุข และความรุ่งเรือง สีขาวนี้จะปรากฏบนเสื้อคลุมนางฟ้า เกราะ และชายเสื้อของซานตาครอส

สีทอง: เป็นสีของเทียนและดวงดาว เป็นสัญลักษณ์ของแสงอาทิตย์และความสว่างไสว

การทำมิสซาเที่ยงคืน การถวายมิสซานี้เกิดขึ้นหลังจากพระสันตะปาปาจูเลียสที่ 1 ได้ประกาศให้วันที่ 25 ธันวาคมเป็นวันฉลองพระคริสตสมภพ (วันคริสต์มาส) ในปีนั้นเองพระองค์และสัตบุรุษ ได้พากันเดินสวดภาวนา ขับร้องไปยังตำบลเบธเลเฮมไปยังถ้ำที่พระเยซูเจ้าประสูติ เมื่อไปถึงตรงกับเวลาเที่ยงคืนพอดี พระสันตะปาปาทรงถวายบูชามิสซา ณ ที่นั้น เมื่อเดินทางกลับมาที่พักได้เวลาตี 3 พระองค์ก็ถวายมิสซาอีกครั้ง สัตบุรุษเหล่านั้นก็พากันกลับ แต่ยังมีสัตบุรุษหลายคนไม่ได้ร่วมขบวนไปด้วยในตอนแรก พระสันตะปาปาก็ทรงถวายบูชามิสซาอีกครั้งหนึ่งเป็นครั้งที่ 3 เพื่อสัตบุรุษเหล่านั้น ด้วยเหตุนี้เองพระสันตะปาปาจึงทรงอนุญาตให้พระสงฆ์ถวาย

บูชามิสซาได้ 3 ครั้ง ในวันคริสต์มาส เหมือนกับการปฏิบัติของพระองค์ นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจึงมีธรรมเนียมถวายมิสซาเที่ยงคืน ในวันคริสต์มาส และพระสงฆ์ก็สามารถถวายมิสซาได้ 3 มิสซา ในโอกาสวันคริสต์มาส



ภาพที่ 2-70 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส การทำมิสซาเที่ยงคืน (John Jalsevac, 2556)

เทียนและพวงมาลัย พวงมาลัยนั้นเป็นสัญลักษณ์ที่คนสมัยก่อนใช้หมายถึงชัยชนะ แต่สำหรับการแขวนพวงมาลัยในวันคริสต์มาสนั้นหมายถึงการที่พระองค์มาบังเกิดในโลกและทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างครบบริบูรณ์ตามแผนการณ์ของพระเป็นเจ้า ซึ่งธรรมเนียมนี้เกิดจากกลุ่มคริสตชนกลุ่มหนึ่งในประเทศเยอรมันได้เอากิ่งไม้มาประกอบเป็นวงกลมคล้ายพวงมาลัย แล้วเอาเทียน 4 เล่ม วางไว้บนพวงมาลัยนั้น ในตอนกลางคืนของวันอาทิตย์แรกของเทศกาลเพื่อเตรียมรับเสด็จ ทุกคนในครอบครัวจะจุดเทียนหนึ่งเล่ม สวดภาวนา และร้องเพลงคริสต์มาสร่วมกันเป็นเวลา 4 อาทิตย์ก่อนถึงวันคริสต์มาส ประเพณีเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศอเมริกา ต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงโดยนำเทียน 1 เล่มนั้นมาจุดไว้ตรงกลางพวงมาลัยสีเขียว และนำไปแขวนไว้ที่หน้าต่าง เพื่อเป็นการเตือนให้คนที่เดินผ่านไปมาได้ว่าใกล้ถึงวันคริสต์มาสแล้ว ส่วนเหตุผลที่พวงมาลัยมีสีเขียว นั้น เป็นเพราะมีการเชื่อกันว่าสีเขียวจะช่วยป้องกันบ้านเรือนจากพวกพลังอันชั่วร้ายได้



ภาพที่ 2-71 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส เทียนและพวงมาลัย (Jonathan Hinrich, 2015)

ระฆังวันคริสต์มาส เสียงระฆังในวันคริสต์มาสคือการเฉลิมฉลองให้กับการประสูติของพระเยซูเจ้า โดยมีตำนานเล่าว่า มีการตีระฆังช่วงก่อนเวลาเที่ยงคืนของวันคริสต์มาสเพื่อลดพลังความมืด และบ่งบอกถึงความตายของปีศาจ ก่อนที่พระเยซูผู้ที่จะมาช่วยไถ่บาปให้กับมวลมนุษย์จะถือกำเนิดขึ้น ระฆังนี้มีเสียงดังกังวาลนานนับชั่วโมง ก่อนที่ในเวลาเที่ยงคืนเสียงระฆังนี้จะกลับกลายมาเป็นเสียงแห่งความสุข



ภาพที่ 2-72 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ระฆังวันคริสต์มาส (Pam Harbuck, 2557)

ดาว ในความหมายของชาวคริสต์เดียน หมายถึงการแสดงออกที่ดีของพระเยซูคริสต์ ที่บัญญัติไว้ในพระคัมภีร์ไบเบิลว่า “The bright and morning star” มีความหมายพิเศษเหมือนกับว่าดวงดาวเหล่านั้นได้แบ่งที่อยู่กับสรวงสวรรค์ ไม่ว่าจะเป็นกำแพงอะไรขวางกั้นระหว่างพื้นพิภพโลกด้วยก็ตาม



ภาพที่ 2-73 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ดาว (Caveman, 2558)

เครื่องประดับและแอปเปิ้ล ในบางแห่งเชื่อว่า ลำต้นของแอปเปิ้ล มองดูคล้ายกับต้นไม้ ในสรวงสวรรค์ จึงมีการนำเอาแอปเปิ้ลมาประดับตามต้นไม้ในวันคริสต์มาส ส่วนเครื่องประดับชิ้นเล็กๆ ที่ตกแต่งต้นคริสต์มาสนั้นเป็นงานศิลปะที่จำลองจากผลไม้ ที่มีสีสันสดใสเพื่อให้เกิดความรื่นเริงในบ้าน อีกทั้งแสงระยิบระยับที่สะท้อนไปมา ยังดูสวยงามคล้ายแสงเทียนและแสงไฟ



ภาพที่ 2-74 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส เครื่องประดับคริสต์มาส (Daisy, 2554)

ของขวัญวันคริสต์มาส การแลกเปลี่ยนของขวัญในวันคริสต์มาสนั้น เริ่มต้นจากเมือง Saturnalia ในช่วงยุคโรมันต่อมาชาวคริสต์รับประเพณีนี้เข้ามา ด้วยความเชื่อว่าการให้ของขวัญนี้มีความเกี่ยวข้องกับของขวัญประเภททอง ยางสนที่มีกลิ่นหอม ยางไม้หอม ซึ่งพวกนักเวทย์จากตะวันออกที่เดินทางมาเคารพพระเยซูคริสต์ นำมาให้ตอนที่ท่านประสูติ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2550)



ภาพที่ 2-75 องค์ประกอบในงานคริสต์มาส ของขวัญวันคริสต์มาส (วันคริสต์มาส, 2555)

ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้นอาจจะกล่าวได้ว่า องค์ประกอบในงานคริสต์มาส เป็นประเพณีที่รู้จักและแพร่หลายทั่วโลก โดยซานตาคลอสใส่ชุดสีแดงอาศัยอยู่ที่ขั้วโลกเหนือ มีเลื่อนเป็นยานพาหนะที่มีกวางเรนเดียร์ลาก และจะมาเยี่ยมเด็กทุกคนในโลกนี้ในโอกาสคริสต์มาส โดยลงมาทางปล่องไฟของบ้านเพื่อเอาของขวัญมาให้เด็ก ความหมายของคริสต์มาสไว้อย่างมากมาย เช่น ความปิติยินดีชื่นชม ความโอบอ้อมอารี ความรัก และความเป็นกันเอง ล้วนแต่นำไปสู่ที่มาของสัญลักษณ์คริสต์มาสในการสื่อความหมายของการตกแต่งต้อนรับเทศกาลของผู้คนทั่วโลกและเกิดประโยชน์ในการออกแบบตกแต่งห้างร้านด้วยการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาคริสต์มาส เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์และความสำคัญของวันคริสต์มาส

3. คริสต์มาสกับเศรษฐกิจไทย

วันคริสต์มาสเป็นเทศกาลหลัก และวันหยุดราชการในหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่ไม่ใช่คริสต์ บางประเทศเหล่านี้รับคริสต์มาระหว่างถูกปกครองเป็นอาณานิคม เช่น ฮองกง เป็นต้น ส่วนในประเทศอื่นประชากรค่อย ๆ รับเอาการเฉลิมฉลองของคริสตศาสนิกชนกลุ่มน้อยหรืออิทธิพลจากวัฒนธรรมต่างประเทศในหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น และเกาหลี ซึ่งคริสต์มาสเป็นที่นิยมแม้มีคริสตศาสนิกชนน้อยก็ได้รับเอาคริสต์มาสส่วนที่เป็นฆราวาสหลายอย่าง เช่น การให้ของขวัญ การประดับตกแต่งและต้นคริสต์มาส ประเทศที่คริสต์มาสไม่ใช่วันหยุดราชการ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน (ยกเว้นฮ่องกงและมาเก๊า) ญี่ปุ่น ซาอุดีอาระเบีย อัลจีเรีย ไทย เนปาล อิหร่าน ตุรกี และเกาหลีเหนือ

การเฉลิมฉลองคริสต์มาสรอบโลก อาจมีรูปแบบแตกต่างกันชัดเจนมากซึ่งสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละชาติในการเฉลิมฉลอง และยังเป็นที่น่าสนใจเหมือนกันในหลายประเทศมีการผสมผสานแนวคิด ประเพณีสมัยใหม่ที่ได้รับคามนิยมในวันดังกล่าวมีการให้ของขวัญ เพลงคริสต์มาสและเพลงเทศกาล การแลกเปลี่ยนการ์ดอวยพรคริสต์มาส การตกแต่ง

โบสถ์ มื้อพิเศษ และการจัดแสดงการประดับตกแต่งหลายอย่าง รวมทั้งต้นคริสต์มาสแสงไฟ ฉากการประสูติของพระเยซู มัลย์ พวงหรีด มิสเชิลโท และฮอลลี นอกจากนี้บุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ซานตาครอส ฟาเธอร์คริสต์มาส นักบุญนิโคลัส ล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับการให้ของขวัญแก่เด็กในเทศกาลคริสต์มาส ต่างมีประเพณีและตำนานเป็นของตัวเอง เพราะการให้ของขวัญและอีกหลาย ๆ ส่วนของเทศกาลคริสต์มาส เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของเศรษฐกิจที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งในบรรดาคริสต์ศาสนิกชนและผู้ที่ไม่ได้นับถือคริสต์ก็ตาม

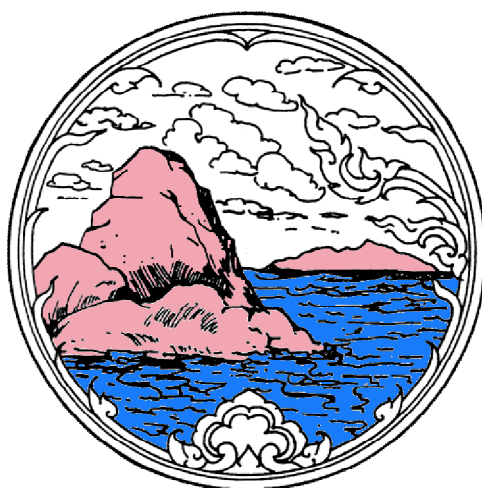
วันคริสต์มาสจึงเป็นเหตุสำคัญและช่วงลดราคาหลักสำหรับผู้ค้าปลีกและธุรกิจ ผลกระทบทางเศรษฐกิจของคริสต์มาสเป็นปัจจัยซึ่งเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดหลายศตวรรษที่ผ่านมา ในหลายภูมิภาคทั่วโลก (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2550) โดยในส่วนของเทศกาลงานฉลองความสุขเกือบ 100 % ที่เป็นสากลทั่วโลก เช่น คริสต์มาสมักจะเป็นตัวชี้วัด และบอกอารมณ์ของผู้คนทั่วโลกได้เป็นอย่างดีกับสถานะเศรษฐกิจในช่วงเทศกาลนี้ ยอดขายสินค้าหลากหลายประเภทของร้านค้าปลีก มักจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีวงเงินสะพัดทั่วประเทศ ในช่วงเทศกาลคริสต์มาส (บัญชา ชุมชัยเวทย์, 2555, หน้า 5) โดยที่การตลาดก็มีส่วนที่ทำให้เทศกาลคริสต์มาสเป็นที่แพร่หลาย บอกได้จากการตกแต่งที่ต้นคริสต์มาสด้วยสีขาว เขียว แดง ได้ถูกประดับตามร้าน ตลอดจนห้างสรรพสินค้า ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต บอกถึงมูลค่าทางธุรกิจในช่วงเทศกาลคริสต์มาสที่เกิดขึ้นในประเทศไทยว่า มีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้เพราะสังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดกว้างมากกว่าเดิม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือห้างร้านที่มีการลดราคาสินค้า โดยใช้ส่วนนี้เป็นแคมเปญ ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกดีมากขึ้น สนุกสนาน และเป็นช่วงเทศกาลคริสต์มาสที่เข้มข้นขึ้น โดยเทศกาลคริสต์มาสกลายเป็นหนึ่งในเทศกาลที่มีความสำคัญในเมืองไทยไม่แพ้วันไหน ๆ แม้จะไม่ถูกประกาศให้เป็นวันหยุดอย่างเป็นทางการก็ตาม คนไทยต่างเฉลิมฉลองอย่างไม่รู้สีกแปลกแยก ด้วยเงื่อนไขของความเป็นคริสต์มาส ทั้งการให้ของขวัญ การตกแต่งประดับประดาไฟรับลมหนาวเป็นต้น ทางด้านของประเพณียังมีเรื่องของความเชื่อที่มีเสน่ห์ ผ่องแผ้วร่วมกับตำนานเรื่องเล่า เหล่านี้ที่ทำให้วันคริสต์มาสกลายเป็นวันหนึ่งที่เด็ก ๆ ใฝ่คอย จากอดีตจนถึงปัจจุบันการเดินทางของวันคริสต์มาสในเมืองไทย ก็มีการแปรเปลี่ยนจากงานพิธีเลี้ยงเด็ก ๆ เฉพาะแต่ในโบสถ์ มาสู่งานรื่นเริงที่หลายคนเริ่มเฉลิมฉลองอีกด้านหนึ่งการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจการตลาดมีผลต่อการดำรงอยู่ของเทศกาลนี้ (ผู้จัดการออนไลน์, 2554)

เศรษฐกิจในประเทศไทยช่วงเทศกาลคริสต์มาสและวันขึ้นปีใหม่ มักจะเป็นเวลาที่ร่ำรวยที่สุดของปีสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นช่วงเวลาวັນหยุดติดต่อกัน และใน

มุมมองเชิงพาณิชย์ที่เห็นได้ชัดเจนในประเทศไทย ผู้ค้าปลีกใช้ประโยชน์จากเทศกาลคริสต์มาสเป็นเครื่องมือทางการตลาดเป็นการโฆษณาอย่างรวดเร็วในช่วงเทศกาลดังกล่าว

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า คริสต์มาสกับเศรษฐกิจไทยช่วงเทศกาลคริสต์มาสเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงควบคู่กันไปกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นช่วงเวลานับวันหยุดติดต่อกัน และในมุมมองเชิงพาณิชย์ที่เห็นได้ชัดเจนในประเทศไทย ผู้ค้าปลีกใช้ประโยชน์จากเทศกาลคริสต์มาสเป็นเครื่องมือทางการตลาดเป็นการโฆษณาอย่างรวดเร็วในช่วงเทศกาลดังกล่าว เห็นได้ชัดจากในช่วงเวลาของเทศกาลคริสต์มาสที่บรรดาผู้คนมีการเฉลิมฉลองกับความสุข การแลกเปลี่ยนของขวัญ อาหารมื้อพิเศษ และการประดับตกแต่งอาคารบ้านเรือนหรือในร้านค้าปลีกรวมทั้งห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงการจับจ่ายใช้สอยของช่วงเวลาแห่งความสุขกับเทศกาลคริสต์มาส ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค ทำให้เกิดวงเงินสะพัดภายในประเทศ เนื่องจากในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสสามารถสร้างแรงกระตุ้น จูงใจในการซื้อได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสร้างจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในการประดับประดา ตกแต่งร้านหรือน้ำร้านให้เกิดความประทับใจ โดยการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ตู้สาธิตกับผู้คนที่ผ่านมา สามารถสร้างภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในเมืองไทย จึงเกิดการกระตุ้นในเรื่องของเศรษฐกิจ

พื้นที่จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2-76 ตราประจำจังหวัดชลบุรี (สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดชลบุรี, 2558)

ตราประจำจังหวัดชลบุรี

ภูเขา หมายถึง เขาสามมุขซึ่งเป็นที่ตั้งศาลเจ้าแม่สามมุขอันศักดิ์สิทธิ์ของชาวชลบุรี ตลอดถึงประชาชนทั่วไปที่เคยเดินทางไปมาแถบนั้น เชื่อว่าศาลเจ้าแม่สามมุขสามารถให้ความคุ้มครองชาวชลบุรี และผู้ที่เคารพกราบไหว้ให้พ้นจากอันตรายต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะการออกไปประกอบอาชีพจับปลาในท้องทะเล เขาสามมุขจึงเป็นสถานที่สำคัญและเป็นสัญลักษณ์ของชลบุรี

คำขวัญประจำจังหวัดชลบุรี “ทะเลงาม ข้าวหลามอร่อย อ้อยหวาน จักสานดี ประเพณีวิ่งควาย”



ภาพที่ 2-77 ดอกประดู่ (ผู้จัดการออนไลน์, 2555)

ดอกไม้ประจำจังหวัดชลบุรี ดอกประดู่ ลำต้นสูง 10-20 เมตร ผลัดใบ เรือนยอดกลมหรือรูปเจดีย์เตี้ย แผ่กว้าง หนาทึบ ใบประกอบขนนก รูปไข่ เรียบหนา ออกดอกเป็นช่อที่ปลายกิ่งมี 5 กลีบสีเหลือง มีกลิ่นหอมอ่อน ๆ ดอกบานแล้วร่วงพร้อม ๆ กัน ออกดอกช่วงเดือน เมษายน-สิงหาคม (ศิริรัตน์ พรหมสิทธิพร, 2551, หน้า 11-12)

1. ประวัติจังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศไทยหรือริมฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอ่าวไทย มีประวัติความเป็นมาค่อนข้างเก่าแก่อยู่ในราวสมัยทวารวดีหรือสมัยขอมนั่นเอง เขตจังหวัดชลบุรีมีเมืองที่เกิดขึ้นในสมัยนั้น 3 เมืองด้วยกัน คือ เมืองพญาแร่ ในเขตอำเภอบ่อทอง เมืองพระรถในเขตอำเภอนันทนิคม และเมืองศรีพโลในเขตอำเภอเมืองชลบุรี เมือง 3 เมืองนี้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน คือ เมืองพญาแร่ติดต่อกับเมืองพระรถโดยคลองหลวง ปัจจุบันคลองยังอยู่และเป็นคลองสายที่สำคัญและยาวที่สุดของจังหวัดชลบุรีการทํานาในอำเภอนันทนิคม และอำเภอบานทอง อาศัยน้ำจากคลองนี้ ซึ่งมีแควหลายแคว แควใหญ่ที่สุด คือ

แนวที่เกิดจากทิวเขาป่าแดงไหลผ่านตลาดอมพูนและเมืองพระรถติดต่อกับเมืองศรีฟโลทางถนน (ปัจจุบันแนวถนนยังมีอยู่) จากการสันนิษฐานโดยอาศัยหลักฐานทางโบราณสถานและลักษณะทางภูมิศาสตร์ประกอบกัน เมืองโบราณทั้งสามเมืองนี้น่าจะเกิดขึ้นก่อนหลังกันไม่นานนักกล่าวคือ เมืองพญาเร่เกิดขึ้นก่อน จากนั้นเมืองพระรถเกิดขึ้นในระยะต่อมา จากนั้นเมืองศรีฟโล ก็เกิดขึ้นตามมาและต่อมาก็กลายเป็นจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีอาณาเขตของเมืองโบราณทั้งสามมารวมกันเป็นพื้นที่ของจังหวัดชลบุรีในปัจจุบัน

ขนาดและที่ตั้ง

จังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศไทยหรือริมฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอ่าวไทย ประมาณเส้นรุ้งที่ 12 องศา 30 ลิปดา ถึง 13 องศา 34 ลิปดาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศา 45 ลิปดา ถึง 101 องศา 45 ลิปดา ตะวันออก มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศตะวันออก ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 สายบางนา-ตราด เป็นระยะทางประมาณ 81 กิโลเมตร และมีเส้นทางหลวงพิเศษ หมายเลข 7 กรุงเทพฯ-ชลบุรี ระยะทาง 79 กิโลเมตร ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเดินทางประมาณ 45 นาที มีพื้นที่ทั้งจังหวัด ประมาณ 4,611.829 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,726,953 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.58 ของพื้นที่ประเทศไทย

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดชลบุรี มีทั้งพื้นที่ที่เป็นภูเขา พื้นที่ราบลุ่มและที่ราบติดชายฝั่งทะเล รวมทั้งเกาะน้อยใหญ่อีกมากมาย ลักษณะภูมิประเทศแบ่งออกได้ดังนี้

1. พื้นที่ส่วนที่เป็นภูเขา จะอยู่เกือบกึ่งกลางของจังหวัดเป็นแนวยาวจากทิศตะวันตกเฉียงเหนือไปยังตะวันออกเฉียงใต้ โดยเขตที่มีความสูงจากระดับน้ำทะเลตั้งแต่ 200 เมตรขึ้นไป จะอยู่ด้านตะวันออกของจังหวัด ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอบ่อทองและอำเภอหนองใหญ่ ในด้านที่ติดกับจังหวัดฉะเชิงเทราและจันทบุรี
2. ส่วนที่เป็นที่ราบลุ่ม จะอยู่ตอนบนของจังหวัดในเขตอำเภอบ้านทอง อำเภอพนัสนิคม และแนวกึ่งกลางของด้านตะวันตก
3. ส่วนที่ติดกับทะเล อยู่ทางด้านทิศตะวันตกตั้งแต่อำเภอเมืองจนถึงอำเภอสัตหีบ ซึ่งมีความยาวประมาณ 160 กิโลเมตร ประกอบด้วยที่ราบตามชายฝั่งทะเลที่มีภูเขาเล็ก ๆ สลับอยู่ บางตอน ชายฝั่งทะเลบางแห่งมีลักษณะเว้าแหว่งและเป็นที่ลุ่มต้ำน้ำทะเลท่วมถึง มีป่าชายเลนหรือโกงกางขึ้นตั้งแต่ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ถัดลงไปเป็นอำเภอศรีราชา อำเภอบางละมุงและอำเภอสัตหีบ มีหาดทรายสวยงามหลายแห่ง ซึ่งถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด
4. ส่วนที่เป็นเกาะ อยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลออกไปประมาณ 10 กิโลเมตร ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่ที่เป็นเกาะเล็กและเกาะใหญ่ประมาณ 46 เกาะ เกาะที่สำคัญที่สุดคือเกาะสีชังและ

มีฐานะเป็นอำเภอ นอกจากนี้ยังมีเกาะเสม็ดสาร เกาะล้าน เกาะครก เกาะสาก และเกาะไผ่ เป็นที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวและพักผ่อน

2. ข้อมูลประชากรและการปกครอง

ปัจจุบันจังหวัดชลบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ 92 ตำบล 687 หมู่บ้าน โดยมีอำเภอต่าง ๆ ดังนี้ อำเภอเมืองชลบุรี อำเภอบ้านบึง อำเภอบางละมุง อำเภอพานทอง อำเภอพนัสนิคม อำเภอศรีราชา อำเภอสัตหีบ อำเภอหนองใหญ่ อำเภอบ่อทอง อำเภอเกาะสีชังและอำเภอเกาะจันทร์

3. ข้อมูลเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดชลบุรี ปี พ.ศ. 2553 จังหวัดชลบุรีมีผลิตภัณฑ์มวลรวม 532,965 ล้านบาท แบ่งเป็นภาคเกษตรกรรม ประกอบด้วยสาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์และการป่าไม้ 22,183 ล้านบาท สาขาประมง 1,068 ล้านบาท นอกภาคเกษตรกรรม 510,713 ล้านบาท ประกอบด้วย สาขาทำเหมืองแร่และขอยหิน 2,591 ล้านบาท สาขาอุตสาหกรรม (การผลิต) 305,605 ล้านบาท สาขาการไฟฟ้า ก๊าซ การประปา 35,397 ล้านบาท สาขาการก่อสร้าง 12,761 ล้านบาท สาขาการค้าส่ง ค้าปลีก 38,043 ล้านบาท สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร 23,904 ล้านบาท สาขาการขนส่งสถานที่เก็บสินค้าและการคมนาคม 55,546 ล้านบาท สาขาตัวกลางทางการเงิน 8,411 ล้านบาท สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ 6,912 ล้านบาท สาขาการบริหารราชการ 8,405 ล้านบาท สาขาการศึกษา 6,912 ล้านบาท สาขาบริการด้านสุขภาพ 4,447 ล้านบาท สาขาให้บริการชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ 1,882 ล้านบาท และสาขาลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล 202 ล้านบาท อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ร้อยละ 12 ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวจำนวน 441,026 บาท เป็นลำดับที่ 5 ของประเทศ รองจากจังหวัดระยอง สมุทรสาคร สมุทรปราการ และพระนครศรีอยุธยา อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยร้อยละ 12

สถานการณ์การท่องเที่ยวและรายได้

(ข้อมูลประมาณการ ปี พ.ศ. 2554) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 8,453,268 คน (ร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย) มีรายได้ 76,553.15 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากที่สุด ตามสัญชาติ ได้แก่ ประเทศรัสเซีย จีน เยอรมัน ใต้หวัน และอินเดีย (สำนักงานจังหวัดชลบุรี, 2555)

จังหวัดชลบุรีเศรษฐกิจโตที่สุดในตะวันออก

การเติบโตทางเศรษฐกิจของชลบุรีใน ปี พ.ศ. 2549 มีมากถึง 47 % ของภาวะการเติบโตโดยรวมทั้งภาคตะวันออก เมื่อเทียบกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่เหลืออีก 7 จังหวัด การเติบโตรวมเพียง 53 % เท่านั้น โดยการขยายที่เร็วแหลมลงเพิ่มอีก 8 ทำทำให้มีเงินรายได้เข้า

จังหวัดจำนวนมหาศาล นายสุรศักดิ์ จงเกื้อตระกูล ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขาศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวถึงสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยในปัจจุบันว่า ยังคงมีการขยายตัวและคาดว่าภาวะการเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงต้นปี พ.ศ. 2550 จะมีอัตราการเติบโตโดยรวมอยู่ที่ 4.5 เท่าของภาวะการเติบโตทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2549 สำหรับ 7 จังหวัดที่เหลือประกอบด้วย ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา สระแก้ว ปราจีนบุรีและสมุทรปราการ มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจรวมกันทั้งหมดเพียง 53 % ซึ่งถือว่าจังหวัดชลบุรีมีการเติบโตสูงสุดโดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรม การก่อสร้างประกอบกับการขยายท่าเรือเพิ่มอีก 8 ท่า จึงทำให้ท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี มีรายได้หมุนเวียนเข้าสู่จังหวัดจำนวนมหาศาล ที่สำคัญอันสืบจากการเปิดใช้ สนามบินสุวรรณภูมิในอนาคตจะทำให้การเติบโตทางการท่องเที่ยวสูงเป็นเงาตามตัว (สำนักงาน จังหวัดชลบุรี, 2549)

4. กิจกรรมประเพณีท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี

วัฒนธรรมพื้นบ้านแบบอย่างวิถีชีวิตของชาวบ้านซึ่งประกอบด้วย วัตถุ อุปกรณ์ วิธีการ แบบอย่างการกระทำ และความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ที่ชาวบ้านยึดถือและร่วมใช้ติดต่อกันมาเป็น ประเพณีที่มีมาก่อนปัจจุบัน และเป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นลักษณะเฉพาะของชุมชนชาวนั้น วัฒนธรรมพื้นบ้านและประเพณีท้องถิ่นจะมีความสำคัญกับวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทย ภาคกลาง ชาวจีน และชาวลาว ประเพณีท้องถิ่นจังหวัดชลบุรีมีทั้งประเพณีของคนไทยส่วนใหญ่ และประเพณีของชนกลุ่มน้อย ในส่วนประเพณีของคนไทยส่วนใหญ่สามารถรวบรวมได้ทั้ง ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต ประเพณีเกี่ยวกับความเชื่อ ประเพณีเกี่ยวกับศาสนา และประเพณีเกี่ยวกับการละเล่น การบันเทิง ส่วนประเพณีของชนกลุ่มน้อย รวบรวมประเพณีของชาวมุสลิม ลาวเวียง ไทยคริสต์ และจีนไต้หวันได้บางประเภทเท่านั้น ดังนี้

1. ประเพณีของคนไทยส่วนใหญ่

1.1 ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต ได้แก่ ประเพณีการเกิด การโกนจุก การบวช การแต่งงาน งานศพ และตั้งชื่อคนตาย

1.2 ประเพณีเกี่ยวกับความเชื่อ ได้แก่ ประเพณีทำบุญข้าวหลาม กองข้าวบวงสรวง ปั่นไอ้แม่หมอกหรือทำบุญกลางบ้าน สงกรานต์ สงกรานต์ แห่ขบวนหรือแห่พญายม ทำขวัญข้าว รับท้องข้าวหรือรับขวัญแม่โพสพ เรียกขวัญแม่โพสพหรือแรกข้าวเข้ายุ้ง ลอยกระทง ไหว้พ่อเฒ่าหลวง แห่นางแมว คาถาปลาช่อน ทำบุญกลางทุ่ง หรือทำบุญกลางวัน ไหว้แม่ย่านางเรือ ไหว้เจ้าปู่ ปัดรังควาน พิธีไหว้ครู ทำบุญบ้าน ทำบุญตลาดบางทราย

1.3 ประเพณีเกี่ยวกับศาสนา ได้แก่ สงกรานต์ ก่อพระเจดีย์ทราย อาบน้ำคนแก่ สักคายนา วันไหลหรือสงกรานต์น้ำไหล ก่อพระทรายข้าวเปลือก ทำบุญสลากภัต เทศมหาชาติ

แห่หลวงพ่อดำ วิชาบูชา เข้าพรรษา ถวายผ้าอาบน้ำฝน สลากภัต สารทไทย ออกพรรษา(ตักบาตร เทโวหรือข้าวต้มหาง) ทอดกฐินและจุลกฐิน

1.4 ประเพณีเกี่ยวกับการละเล่นและการบันเทิง ได้แก่ การเล่นสะบ้า การเล่นห่มหรือเพิ่ม การเล่นมอญซ่อนผ้า การเล่นลูกช่วง การเล่นแม่ศรี การเล่นผีลึง การเล่นผีกระดังหรือผีนางด้ง การเล่นผีกะลา การเล่นผีลอบ การเล่นผีส่วน วังควาย คราดนา หรือวังกวด การเล่นเพลงนางหงส์ หรรษาเทียน หมากรุกคน การเล่นโจ๊ก มวยป่าจาก

2. ประเพณีของชนกลุ่มน้อย

2.1 ประเพณีของชาวมุสลิมตำบลบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี รวบรวมได้ เฉพาะประเพณีเกี่ยวกับชีวิต และประเพณีเกี่ยวกับศาสนา ดังนี้

2.1.1 ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต ได้แก่ ประเพณีโกนผมไฟ ประเพณีตั้งชื่อ การเข้าสู่สู่นัด ประเพณีการแต่งงาน ประเพณีเกี่ยวกับการตาย

2.1.2 ประเพณีเกี่ยวกับศาสนา ได้แก่ ประเพณีการถือศีลอด การทำพิธีฮัจย์ การทำละหมาด

2.2 ประเพณีของชาวลาวเวียงที่ตำบลหัวถนน อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

2.2.1 ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต ได้แก่ ประเพณีโกนผมไฟ ประเพณีการแต่งงาน ประเพณีการบวช ประเพณีเกี่ยวกับการตาย

2.2.2 ประเพณีเกี่ยวกับความเชื่อ ได้แก่ ประเพณีไล่ผี ประเพณีสะเดาะเคราะห์ ต่อชะตา ประเพณีวันสงกรานต์

2.2.3 ประเพณีเกี่ยวกับการละเล่นและการบันเทิง ได้แก่ การเล่นแม่ศรี

2.3 ประเพณีของชาวไทยคริสต์ที่ตำบลโคกขี้หนอน อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี

2.3.1 ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต ได้แก่ ประเพณีล้างบาปทารก ประเพณีสมรส

2.3.2 ประเพณีเกี่ยวกับความเชื่อ ได้แก่ พิธีศีลกำลัง

2.4 ประเพณีชาวจีนซึ่งอาศัยอยู่ทั่วไปทุกอำเภอในจังหวัดชลบุรี

2.4.1 ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต ได้แก่ ประเพณีการแต่งงาน

2.4.2 ประเพณีเกี่ยวกับความเชื่อ ได้แก่ ประเพณีการไหว้พระจันทร์ สาทรจีน กินเจ และเซ็งเม้ง (ไหว้บรรพบุรุษ) (ทัศนีย์ ทานตวนิช, 2525, หน้า 131-132)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า พื้นที่จังหวัดชลบุรีมีความสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีประเพณีที่สำคัญมากมายด้วยความหลากหลายทางเชื้อชาติ ทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาในจังหวัดชลบุรี เห็นได้ชัดจากในช่วงเวลาของเทศกาลต่าง ๆ และเทศกาลคริสต์มาสที่บรรดาผู้คนมีการเฉลิมฉลอง

กับความสุข และการประดับตกแต่งอาคารบ้านเรือน หรือในร้านค้าปลีก รวมทั้งห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มีการจัดหน้าร้านในรูปแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ทำให้ในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสสามารถสร้างแรงกระตุ้น จูงใจในการซื้อได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสร้างจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในการประดับประดา ตกแต่งร้านหรือหน้าร้านให้เกิดความประทับใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ จากแรงบันดาลใจในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ดังต่อไปนี้

นาถนดา ชัชวาลกิจกุล (2554) เรื่อง “ปัจจัยด้านการออกแบบเอกลักษณ์หน้าร้านประเภทร้านค้าเดี่ยว (Stand alone shop) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจร้านขายเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี” เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการออกแบบ เอกลักษณ์หน้าร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ใช้ในการออกแบบหน้าร้านให้มีเอกลักษณ์และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ศึกษาด้วยระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้น 30 คน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการออกแบบ เอกลักษณ์หน้าร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ส่วน นั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยอันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสอง คือด้านราคา อันดับสามคือด้านส่งเสริมทางการตลาด และอันดับสุดท้ายคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ทั้งนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลตระหนักว่ามีการแข่งขันสูงในธุรกิจนำเข้าเครื่องสำอางจากประเทศเกาหลี ซึ่งการใช้งานออกแบบเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า โดยปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นจุดที่สร้างความแตกต่างจากร้านอื่น ๆ สร้างจุดเด่นของร้านค้าให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ได้หันมาสนใจและตัดสินใจเดินเข้ามาเลือกชมและเลือกซื้อสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการที่ต่างกัน

ดังนั้น องค์ประกอบในการออกแบบเอกลักษณ์หน้าร้าน จึงเริ่มตั้งแต่การออกแบบ ตกแต่งภายในร้านค้า เช่น รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ แสง สี เสียง กลิ่น สัมผัส และการจัดวางสินค้า และจัดหมวดหมู่ ไปจนถึงการออกแบบตกแต่งภายนอกภายในร้าน เช่น ป้ายร้านค้า ทางเข้าร้าน หรือ

การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน ล้วนแล้วแต่ทำหน้าที่หลักในการผลักดันให้เอกลักษณ์ของร้านค้ามีความชัดเจนมากขึ้น สิ่งสำคัญของการออกแบบหน้าร้าน จึงจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีความแข็งแกร่งมากขึ้นด้วย

ศักดิ์สุภา คุ่มเมือง (2556) เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาพื้นที่แสดงสินค้าจากเทคนิคภาพเชิงซ้อน โฮโลแกรม 3 มิติ เพื่อการส่งเสริมการขายกรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์หัวโขน บ้านโขนไทย ถนนเจริญนคร แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร” เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและออกแบบ พื้นที่แสดงสินค้าตู้โชว์ดิสเพลย์ เทคนิคภาพเชิงซ้อนโฮโลแกรม 3 มิติ เพื่อพัฒนามูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีภาพเสมือน 3 มิติ โฮโลแกรม สามารถนำมาใช้งานร่วมในการออกแบบเป็นตู้โชว์ วินโดว์ ดิสเพลย์ ได้ซึ่งมีแนวทางในการใช้นำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ ตู้โชว์ ดิสเพลย์ โฮโลแกรม 3 มิติ ประเด็นหลักคือ การออกแบบต้องใช้วิธีการผสมผสานกับเทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ และพัฒนางานออกแบบตู้โชว์ดิสเพลย์ รูปแบบใหม่ ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีเพื่อหาข้อมูลอ้างอิงในการทำแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลหาคุณสมบัติของตู้โชว์ดิสเพลย์การวิเคราะห์ประสิทธิภาพ สำนวจำนิยมโดยการออกแบบ ตู้โชว์ดิสเพลย์ โฮโลแกรม 3 มิติ 4 รูปแบบ และนำผลที่ได้จากการศึกษาทดลอง การเลือกรูปแบบที่มีค่านิยมสูงสุดเป็นต้นแบบสร้างผลิตภัณฑ์ แบบที่ 5 โดยวิธีผสมผสานการใช้เทคโนโลยีภาพเสมือน 3 มิติ โฮโลแกรม เกิดการพัฒนาเป็นนวัตกรรมใหม่ดังกล่าวโดยมีกระบวนการดังนี้

ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ประกอบการผู้ คิดเป็น 100 % จำนวน 50 ชุด เป็นการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อใช้เป็นโจทย์ที่ใกล้กับความเป็นจริงของผู้ที่ใช้ มีความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นชื่นชอบและความพึงพอใจตู้โชว์ ดิสเพลย์โฮโลแกรม 3 มิติ ที่สุด คือแบบที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 60 ด้านหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบและขนาดมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 60 การเลือกวัสดุและงานขึ้นรูปมีความเหมาะสมกับตู้โชว์ดิสเพลย์ คิดเป็นร้อยละ 55 และฟังก์ชันการใช้งานมีความเข้าใจง่าย คิดเป็นร้อยละ 47 การออกแบบมีโครงสร้างที่แข็งแรงมั่นคง ปลอดภัย มากน้อยเพียงใด คิดเป็นร้อยละ 65 ด้านประโยชน์ใช้สอยตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 40 ประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้คนที่ทั่วไปทราบและสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 40 การขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 40 ด้านความสวยงามถ้านำเทคโนโลยีภาพเชิงซ้อนโฮโลแกรม 3 มิติ มาใช้สร้างความน่าสนใจร่วมกับผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 60 ความสวยงามจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 55 มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หัวโขนมากน้อยเพียงใด คิดเป็นร้อยละ 50

ระยะที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของแบบ ครั้งที่ 1 จำนวน 4 รูปแบบ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองพร้อมอธิบายข้อมูลประกอบเมื่อมีคำถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้มีความรู้เรื่องสร้างตู้โชว์ดีสเพลย์ จำนวน 20 คน โดยได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมดครบสมบูรณ์ จำนวน 20 ชุด เพื่อเก็บข้อมูลและเลือกแบบ มีประสิทธิภาพที่ดีที่สุดให้เหลือ 1 แบบ โดยใช้ข้อมูลจากข้อเสนอแนะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 30 % แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 35 % แบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 11 % และแบบที่ 4 มีค่าเฉลี่ย 24 %

ระยะที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจ ของตู้โชว์ดีสเพลย์ไฮโลแกรม 3 มิติ ผู้วิจัยทำการออกแบบตู้โชว์ดีสเพลย์ไฮโลแกรม 3 มิติ ครั้งที่ 2 อีกจำนวน 1 รูปแบบ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมอธิบายข้อมูลประกอบเมื่อมีคำถามจากผู้ตอบแบบสอบถามโดยคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความรู้และประสบการณ์ในการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ มากกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน โดยได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมดครบสมบูรณ์ คิดเป็น 100 % จำนวน 3 ชุด เพื่อเก็บข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของแบบ ตู้โชว์ดีสเพลย์ไฮโลแกรม 3 มิติ โดยรวมมีคะแนนรวมด้านความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ไปในทิศทางเดียวกัน คือ 78 % ผลการวิเคราะห์ค้นแบบตู้โชว์ดีสเพลย์ไฮโลแกรม 3 มิติ ที่ดีที่สุดที่ผู้วิจัยได้ออกแบบมีประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็นที่พึงพอใจผู้บริโภคอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

นวรรตน์ สิทธิมงคลชัย (2549) เรื่อง “การออกแบบเรขศิลป์สำหรับวินโดว์ ดีสเพลย์ ที่สื่อบุคลิกภาพจากแนวทางศิลปะ ไลเนติก” เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาหลักการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวินโดว์ ดีสเพลย์ ที่สื่อบุคลิกภาพจากแนวทางไลเนติกอาร์ต โดยศึกษาบุคลิกภาพไลเนติกอาร์ต และวิเคราะห์หาหลักการการออกแบบเรขศิลป์ที่สื่อบุคลิกภาพ ไลเนติกอาร์ต ประกอบกับการใช้รูปแบบศิลปะไลเนติกเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวินโดว์ ดีสเพลย์

วิธีการวิจัย ผู้วิจัยจะทำการคัดเลือกสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง เป็นผลงานไลเนติกอาร์ตของศิลปินที่มีชื่อเสียง จำนวนทั้งสิ้น 115 ภาพ ของศิลปิน 37 ท่าน จากนั้นจึงให้ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ (Expert) ทำการวิเคราะห์หาบุคลิกภาพไลเนติกอาร์ต วิเคราะห์หาหลักการและรูปแบบไลเนติกอาร์ต วิเคราะห์หาหลักการออกแบบเรขศิลป์และวิเคราะห์หลักการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวินโดว์ดีสเพลย์ โดยผู้วิจัยทำการสรุปผลตามกลุ่มของบุคลิกภาพไลเนติกอาร์ต 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. บุคลิกภาพไลเนติกอาร์ต ตามภาพลักษณ์
2. บุคลิกภาพไลเนติกอาร์ต ตามลักษณะบุคลิกภาพของคน

ทำให้ทราบถึงบุคลิกภาพไคเนติกอาร์ต หลักการและเทคนิคไคเนติกอาร์ต หลักการออกแบบเรขศิลป์และหลักการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวินโดว์ดิสเพลย์ที่มีความเหมาะสมกับบุคลิกภาพไคเนติกอาร์ตในแบบต่าง ๆ โดยจะนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลประกอบในงานออกแบบต่อไป

ผลการวิจัยพบว่า

1. หลักการใช้รูปแบบไคเนติกอาร์ต และหลักการออกแบบเรขศิลป์สามารถสื่อบุคลิกภาพไคเนติกอาร์ตที่แตกต่างกันได้
2. สามารถใช้หลักการออกแบบเรขศิลป์ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ เพื่อสื่อบุคลิกภาพจากแนวทางไคเนติกอาร์ตได้

พัชชา บุศราทิจ (2553) เรื่อง “อัตลักษณ์ของเทศกาลคริสต์มาสรัสเซียกับความเชื่อมโยงทางสังคมและวัฒนธรรม” เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของเทศกาลคริสต์มาสในสหพันธรัฐรัสเซียกับความเชื่อมโยงทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเล็งเห็นว่าการที่จะศึกษาเรียนรู้สังคมและวัฒนธรรมใด ๆ อย่างถ่องแท้แล้วก็ไม่ควรที่จะศึกษาเพียงแต่สิ่งที่ปรากฏภายนอกเท่านั้น หากแต่ควรที่จะสนใจที่จะศึกษารายละเอียดและความสำคัญปลีกย่อยของสังคมแล้ววัฒนธรรมนั้น ๆ ด้วย เพราะจะทำให้เข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมได้ง่ายยิ่งขึ้น เทศกาลคริสต์มาสเป็นหนึ่งในวันหยุดหรือเทศกาลที่สำคัญทางศาสนาของคริสต์ศาสนิกชนทั่วโลกและในรัสเซียเช่นเดียวกัน แต่ธรรมเนียม ประเพณี และความเชื่อ ในการเฉลิมฉลองเทศกาลคริสต์มาสของรัสเซียนั้นก็มีความแตกต่างออกไป จึงกล่าวได้ว่าการนับถือศาสนาใดศาสนาหนึ่งก็ไม่ได้เป็นตัวชี้วัดกรอบหรือเอกลักษณ์ทางสังคมเพียงอย่างเดียว ยังคงมีองค์ประกอบมากมายอย่างเช่น ขนบธรรมเนียมและประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมารวมถึงปัจจัยจากภายนอกที่เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรม การศึกษาในครั้งนี้จะการศึกษาถึงประวัติความเป็นมา ธรรมเนียม ประเพณีที่ปฏิบัติในการเฉลิมฉลองเทศกาลรวมถึงความเชื่อต่าง ๆ ของเทศกาลคริสต์มาสแบบสากลและคริสต์มาสรัสเซีย โดยนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างที่ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการศึกษาถึงอัตลักษณ์หรือความโดดเด่นของเทศกาลคริสต์มาสรัสเซียที่แตกต่างไปจากเทศกาลแบบสากล ทั้งนี้ยังมีศึกษาในเรื่องตัวแทนหรือสัญลักษณ์ของเทศกาลคริสต์มาสอีกด้วย เมื่อทราบถึงอัตลักษณ์ของเทศกาลคริสต์มาสรัสเซียที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดแล้วก็จะนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงของเทศกาลคริสต์มาสที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรมรัสเซีย

การศึกษาและวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงเอกสาร โดยทำการศึกษาด้วยค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสาร ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทยแล้วจึงนำข้อมูลมาที่ได้มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อหาคำตอบในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี มาเป็นแนวคิดในการออกแบบ มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอรูปแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว ซึ่งเป็นแนวทางในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส และเทศกาลอื่น ๆ โดยในส่วนของผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เมื่อนำมาวิเคราะห์ใช้ในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษารวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. เก็บรวบรวมข้อมูลการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีจากเครื่องมือการถอดอรรถลักษณะคริสต์มาสและเครื่องมือการถอดอรรถลักษณะพื้นที่จังหวัดชลบุรี สำหรับนำไปวิเคราะห์
3. สร้างต้นแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในรูปแบบหน้าต่างเดี่ยว
4. สร้างชิ้นงานวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี แบบหน้าต่างเดี่ยว
5. จัดแสดงผลงาน
6. ประเมินผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี
7. สรุปผล

ศึกษารวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากหนังสือและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการประกอบเป็นแนวทางการดำเนินงานวิจัย วิเคราะห์และคัดกรองข้อมูลต่าง ๆ ประเด็นที่ศึกษาประกอบด้วย วิเคราะห์ เนื้อหา รูปแบบ วิธีการ ของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานวิจัยโดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน คือข้อมูลเกี่ยวกับวินโดว์ ดิสเพลย์ ในประเด็นที่ศึกษาได้แก่ ความหมายของวินโดว์ ดิสเพลย์ ประเภทของวินโดว์ ดิสเพลย์ ศาสตร์ในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ แนวคิดการจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ และได้ศึกษาข้อมูลองค์ประกอบศิลปะ ข้อมูลที่ศึกษาได้แก่ องค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานศิลปะ องค์ประกอบที่เป็นหลักในการสร้างสรรค์งานศิลปะประกอบ

กับศึกษาข้อมูลทางการตลาด โดยได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค การติดต่อสื่อสาร การโฆษณา โดยศึกษาข้อมูลเทศกาลคริสต์มาส ประกอบไปด้วยประวัติของเทศกาลคริสต์มาส องค์ประกอบในเทศกาลคริสต์มาส คริสต์มาสกับเศรษฐกิจไทย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบเป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับนำไปวิเคราะห์การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์

ในส่วนของการเก็บข้อมูลภาคสนามของกลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มบุคคลทั่วไปภายในพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทั้งบุคคลทั่วไปที่มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรี และบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรี จำนวน 150 ตัวอย่าง (Best, 1986) และนำไปวิเคราะห์เพื่อการออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของคริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรีโดยจัดทำในรูปแบบของเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์ เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. พัฒนารอบแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์คริสต์มาส

- โดยใช้แนวคิดจากเครื่องมือช่วยในการจัดระบบเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาส
- พัฒนาแบบสัมภาษณ์จากเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาส ผ่านผู้เชี่ยวชาญ โดยนำเสนอข้อมูลแบบสัมภาษณ์

1.1 แนวทาง เครื่องมือการถอดอัตลักษณ์ แบบสอบถามของคริสต์มาส มีกระบวนการดังต่อไปนี้

กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลคริสต์มาส หมายถึง การกระทำสิ่งต่าง ๆ ในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส เพื่อสร้างความสุขและรำลึกถึงศาสนาคริสต์ ก่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ได้แก่ งานเลี้ยงฉลอง พิธีสวดของชาวคริสต์ การซื้อของขวัญมอบให้กัน การส่งการ์ดอวยพร ประดับกล่องของขวัญได้ต้นไม้มงคลพวงพุ่มเกี่ยวกับวันคริสต์มาส ตกแต่งต้นคริสต์มาส แหวนถุงเท้าบนหัวเตียง รับประทานอาหารมื้อพิเศษ ชมไฟคริสต์มาส การตกแต่งโบสถ์วันคริสต์มาส แจกของขวัญ พบปะคนในครอบครัว

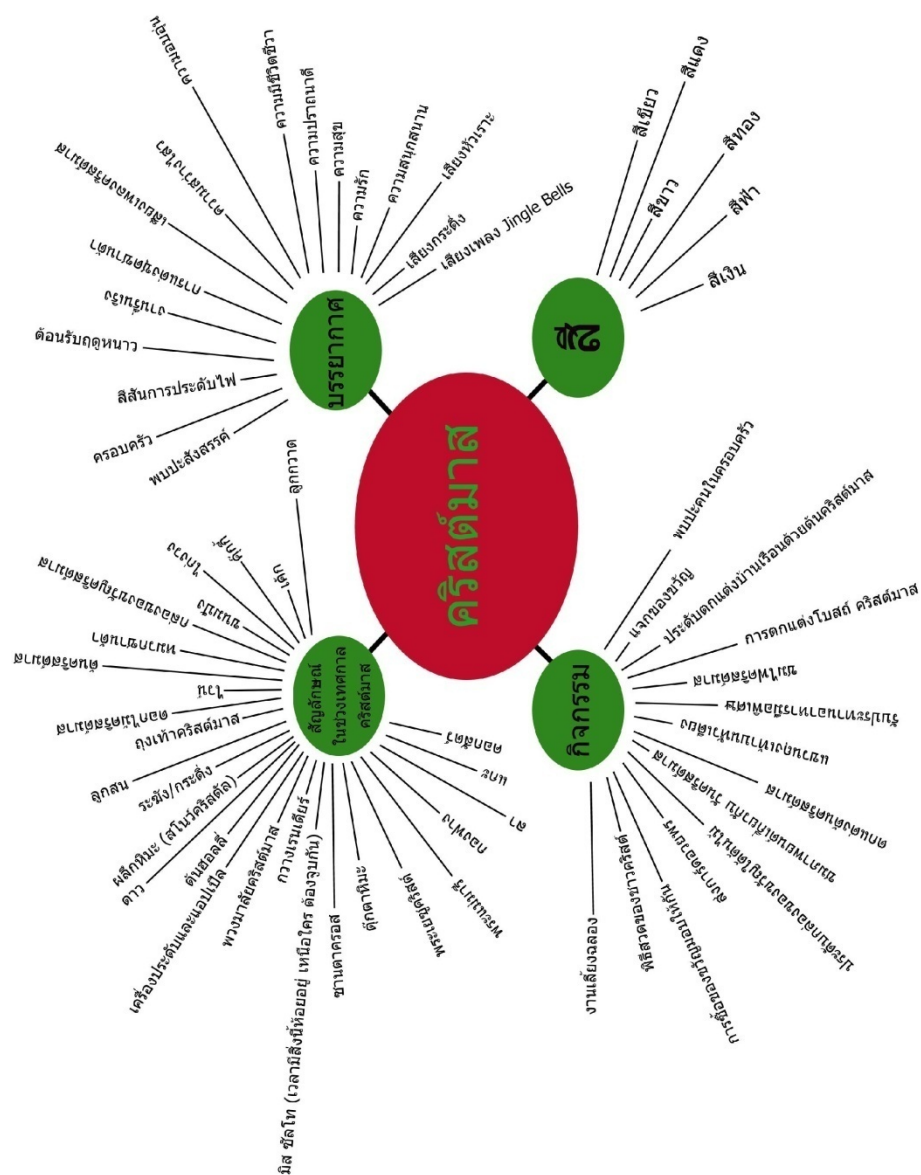
บรรยากาศที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลคริสต์มาส หมายถึง องค์ประกอบหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันความสุขและการเฉลิมฉลอง ได้แก่ ครอบครัว การพบปะสังสรรค์ ดื่มน้ำองุ่นหนาว สีสันการประดับไฟ

งานรื่นเริง การแต่งชุดซานต้า เสียงเพลงคริสต์มาส ความสว่างไสว ความอบอุ่น ความมีชีวิตชีวา
 ความปราณาคี ความสุข ความรัก ความสนุกสนาน เสียงหัวเราะ เสียงกระดิ่ง เสียงเพลง Jingle
 Bells

สีที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลคริสต์มาส หมายถึง สิ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์แห่ง
 เทศกาลคริสต์มาส โดยสามารถสื่อถึงอารมณ์ที่หลากหลายของช่วงเวลาแห่งเทศกาล ได้แก่ สีเขียว
 สีขาว สีแดง สีทอง สีฟ้า

สัญลักษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลคริสต์มาส หมายถึง ตัวแทนที่สื่อถึง
 ความหมายของเทศกาลคริสต์มาส ด้วยวิธีการประดับตกแต่งในช่วงเวลาแห่งเทศกาล ได้แก่ ดอกไม้
 คริสต์มาส ต้นคริสต์มาส หมวกซานต้า กาลังของขวัญคริสต์มาส ถุงเท้าคริสต์มาส ลูกสน ระฆัง
 และกระดิ่ง พลิกหิมะ (สโนว์คริสตัล) เครื่องประดับและแอปเปิล พวงมาลัยคริสต์มาส ซานตาครอส
 ตุ๊กตาหิมะ พระเยซูคริสต์ กวางเรนเดียร์ ลา แกะ คู้กกี้ ลูกกวาด เค้ก ขนมอบัง ไก่กวาง ไวน์ พระแม่มารี
 กองฟาง คอกสัตว์ มิส ซัลโท (เวลามีสิ่งนี้ห้อยอยู่เหนือใคร ต้องจับกัน) ต้นฮอลลี คาว

เครื่องมือการถอดอรรถลักษณะคริสต์มาส



ภาพที่ 3-1 เครื่องมือการถอดอัตรลักษณ์คริสต์มาส

1.2 พัฒนาแบบสัมภาษณ์จากเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาส ผ่านผู้เชี่ยวชาญ โดยนำเสนอข้อมูลแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ อาจารย์โกวิท ทะลิ อาจารย์ประจำสาขานิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับคริสต์มาส นางสาวสุกัญญา โชติไธยสิน นักธุรกิจ/ผู้ประกอบการ Master degree: MBA Hospitality Management City University

2. พัฒนารอบแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี

- โดยใช้แนวคิดจากเครื่องมือช่วยในการจัดระบบเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี

- พัฒนาแบบสัมภาษณ์จากเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี ผ่านผู้เชี่ยวชาญ โดยนำเสนอข้อมูลแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

2.1 แนวทางเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์แบบสอบถามพื้นที่จังหวัดชลบุรี มีกระบวนการดังต่อไปนี้

ของฝากที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดชลบุรี หมายถึง ของที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวจังหวัดชลบุรีนำมาผลิตเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ เครื่องจักสานพบนันสนิม ผลิตภัณฑ์จากทะเล กระจกอ่างศิลา อาหารทะเลแปรรูป ผ้าทออ่างศิลา

ประเพณีที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดชลบุรี หมายถึง งานหรือกิจกรรมที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นเป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดชลบุรี ได้แก่ การทอยโจ๊ก ตีโหม่งหมอก เทศมหาชาติ ประเพณีวิ่งควาย ทำบุญก๋วยเตี๋ยวพระพรหมน้ำไหล แห่พญายม ตักบาตรข้าวต้มหางมวยดับจาก ประเพณีกองข้าวบวงสรวง ทำบุญกลางบ้านพบนันสนิม

สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดชลบุรี หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นหรือกำเนิดขึ้นเองโดยมนุษย์สร้างขึ้น ด้วยความเคารพบูชาและมีความเก่าแก่ เพื่อให้ผู้คนทั้งในจังหวัดชลบุรีหรือจังหวัดอื่น ๆ ได้เข้ามาเยี่ยมชม ได้แก่ พระพุทธรูปแกะสลักเขาชีจรรย์ ศาลเจ้านาจา ไท้จ้อ ศาลเจ้าแม่เขาสามมุก วัดใหญ่อินทาราม

สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดชลบุรี หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นหรือกำเนิดขึ้นเองโดยธรรมชาติเพื่อให้ผู้คนทั้งในจังหวัดชลบุรีหรือจังหวัดอื่น ๆ ได้เข้ามาเยี่ยมชม ได้แก่ ชายหาดบางแสน หาดจอมเทียน สวนเสือศรีราชา สวนนงนุช เกาะสีชัง เกาะล้าน เกาะลอยศรีราชา หาดเตยงาม อ่างเก็บน้ำบางพระ น้ำตกชันตาเถร ป่าชายเลน

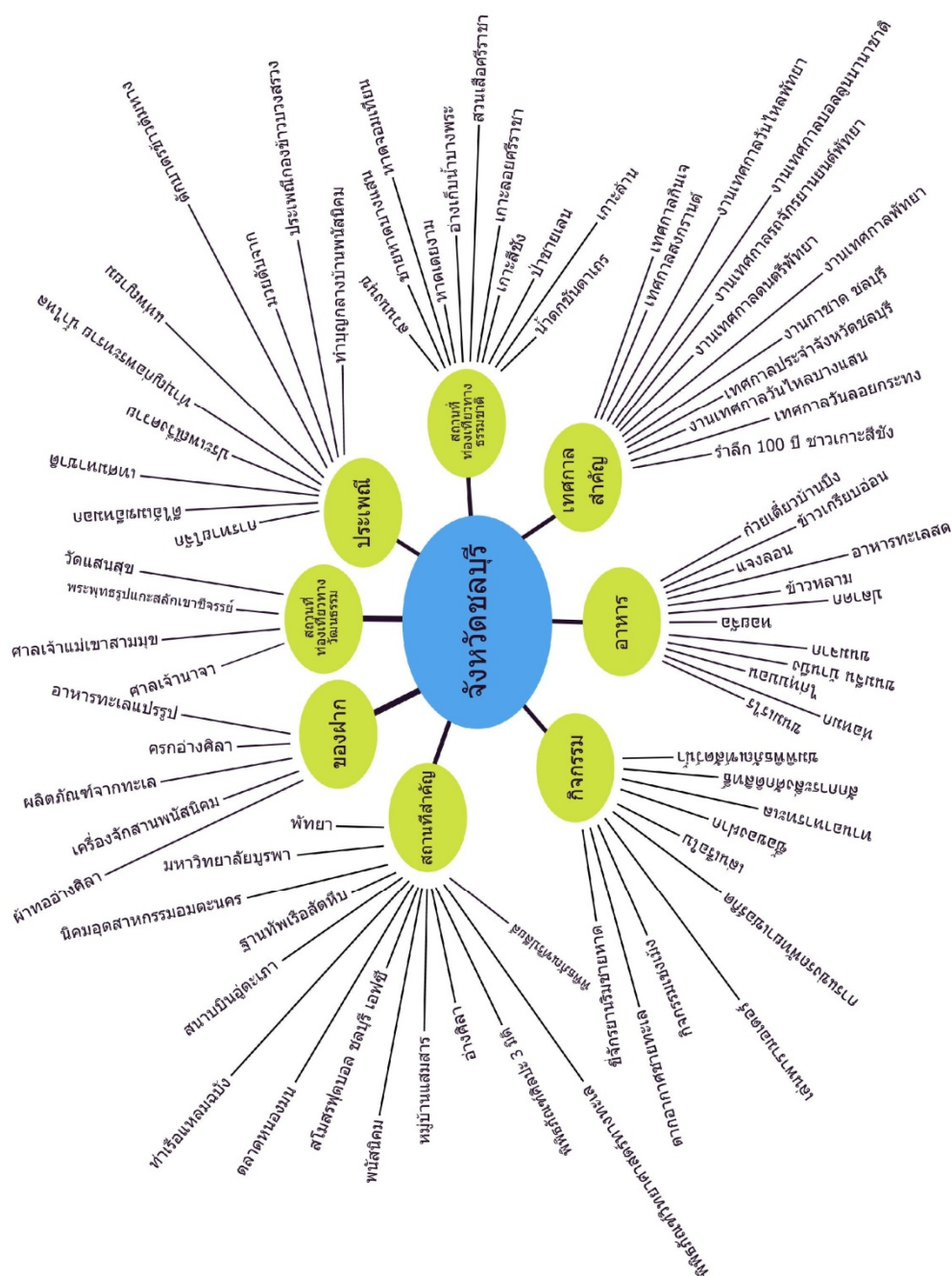
เทศกาลสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดชลบุรี หมายถึง งานที่จัดขึ้นเพื่อความสนุกสนานรื่นเริงหรือเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับจังหวัดชลบุรี ได้แก่ เทศกาลกินเจ เทศกาลสงกรานต์ งานเทศกาลวันไหลพัทยา งานเทศกาลบอลูนานาชาติ งานเทศกาลรถจักรยานยนต์พัทยา งานเทศกาลดนตรีพัทยา งานเทศกาลกีฬา งานกาชาดชลบุรี เทศกาลประจำจังหวัดชลบุรี งานเทศกาลวันไหลบางแสน เทศกาลวันลอยกระทง รำลึก 100 ปีชาวเกาะสีชัง

อาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดชลบุรี หมายถึง สิ่งบริโภคภายในท้องถิ่นของจังหวัดชลบุรีที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยวบ้านบึง ข้าวเกรียบอ่อน แฉะลอน อาหารทะเลสด ข้าวหลาม ปลาตากแห้ง หอยจ๊อ ขนมจาก ขนมจีนบ้านบึง ไก่หุบบอน ห่อหมก ขนมเรไร

กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดชลบุรี หมายถึง การกระทำสิ่งต่าง ๆ ในจังหวัดชลบุรีที่ผู้คนกระทำร่วมกัน ได้แก่ จักรยานริมชายหาด ดากอากาศชายหาด กิจกรรมแข่งแข่งเล่นพารามอเตอร์ การแข่งรถพัทยาเซอร์กิต เล่นเรือใบ ซ็องของฝาก รับประทานอาหารทะเล สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ชมพิพิธภัณฑสถาน

สถานที่สำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดชลบุรี หมายถึง สิ่งปลูกสร้างสำคัญตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันภายในพื้นที่ของจังหวัดชลบุรี ได้แก่ พัทยา อ่างศิลา หมู่บ้านแสนสาร จักสานพนัสนิคม สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ท่าเรือแหลมฉบัง สนามบินอู่ตะเภา ฐานทัพเรือสัตหีบ นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร มหาวิทยาลัยบูรพา พิพิธภัณฑสถาน 3 มิติ พิพิธภัณฑสถานพิพิธภัณฑสถานวิทยาศาสตร์ทางทะเล ตลาดหนองมน

เครื่องมือการถอดอรรถลักษณะพื้นที่จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 3-2 เครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี

2.2 พัฒนาแบบสัมภาษณ์จากเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี ผ่านผู้เชี่ยวชาญ โดยนำเสนอข้อมูลแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ วนิชวัฒนาวุฒิ ประธานสาขา นิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง อาจารย์ประจำ สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่จังหวัดชลบุรี คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รองศาสตราจารย์ ภารดี มหาจันทร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มบุคคลทั่วไปภายในพื้นที่จังหวัดชลบุรี

จากการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยนำเสนอข้อมูลแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 6 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับคริสต์มาส ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่จังหวัดชลบุรี ดังนี้

- พัฒนาแบบสอบถามจากเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี ผ่านผู้เชี่ยวชาญ

- พัฒนาแบบสอบถามประเมินการออกแบบวินโดว ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ผ่านผู้เชี่ยวชาญ

โดยนำเสนอข้อมูลแบบสอบถามจากบุคคลทั่วไปที่มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรีและบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 150 ตัวอย่าง มีอายุระหว่าง 18-60 ปีขึ้นไป

จากข้อมูลในส่วนของเนื้อหาและข้อมูลของเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นแนวทางในการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาสและการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรีแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

1. คำถามเกี่ยวกับสภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของเทศกาลคริสต์มาสและพื้นที่จังหวัดชลบุรี ได้แก่

เครื่องมือการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาส แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ กิจกรรม บรรยากาศ สัญลักษณ์ และเครื่องมือการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี แบ่งออกเป็น 8 ส่วน ได้แก่ กิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานที่สำคัญ ประเพณี เทศกาล อาหาร ของฝาก

4. พัฒนาเครื่องมือตรวจอัตลักษณ์คริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี
 ตรวจแบบสอบถาม IOC และปรับแก้ การหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญโดย จากการให้
 ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย IOC คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่า
 สอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of item objective
 congruence) ปกติแล้วจะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปในการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์
 ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน 0	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน -1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรเกณฑ์ ดังนี้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้

การทดสอบเครื่องมือ เมื่อสร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการวิจัยแล้ว จึงนำ
 แบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity)
 ความเหมาะสมของภาษาและคำดัชนีความสอดคล้อง และพิจารณาคำดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่
 0.5 ขึ้นไป หลังจากนั้นนำแบบทดสอบไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะของเครื่องมือ

เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองทั้งหมด ลักษณะเนื้อหาแบบสอบถามแบ่งเป็น

2 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับสภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ แบบสอบถามเป็นลักษณะแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลในด้านความคิดเห็น

1. แบบสอบถามการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาสและการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัด
 ชลบุรี

2. แบบสอบถามประเมินความเหมาะสมของการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลา
 เทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

แบ่งระดับการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50-4.49	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50-3.49	หมายถึง	พอใช้
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50-2.49	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

(บุญชม ศรีสะอาด, 2535 ข, หน้า 22-25)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้ใช้โปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติเชิงสำรวจ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ เพื่อนำไปใช้ในการนำเสนอข้อมูลแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เสนอเป็นแบบ ร้อยละ

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลในด้านความคิดเห็นที่มีต่ออัตลักษณ์คริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่ จังหวัดชลบุรีในการวิเคราะห์แปลผลตามลำดับของปัญหานั้นเสนอเป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสม
(การถอดอัตลักษณ์คริสต์มาสและการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี)

เรื่อง การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อออกแบบและจัดแสดง วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

นางสาวกุลณา เต็มดี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2558

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาสและการถอดอัตลักษณ์พื้นที่
จังหวัดชลบุรี จากการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่
จังหวัดชลบุรี

การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(Index of item objective congruence: IOC)

คำชี้แจง จะให้คะแนนคำถามแต่ละข้อดังนี้ +1 หรือ 0 หรือ -1

+1 คะแนน แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 คะแนน ไม่แน่ว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

-1 คะแนน แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้ประเมินคุณภาพ.....

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1	เพศ				
2	อายุ				
3	อาชีพ				

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
ตอนที่ 2 ข้อมูลการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาส					
4	ด้านอัตลักษณ์กิจกรรมคริสต์มาส				
5	ด้านอัตลักษณ์บรรยากาศคริสต์มาส				
6	ด้านอัตลักษณ์สัญลักษณ์คริสต์มาส				
7	ด้านอัตลักษณ์สีคริสต์มาส				
ตอนที่ 2 ข้อมูลการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี					
8	ด้านอัตลักษณ์อาหารในจังหวัดชลบุรี				
9	ด้านอัตลักษณ์ประเพณีในจังหวัดชลบุรี				
10	ด้านอัตลักษณ์ของฝากในจังหวัดชลบุรี				
11	ด้านอัตลักษณ์เทศกาลในจังหวัดชลบุรี				
12	ด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดชลบุรี				
13	ด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดชลบุรี				
14	ด้านอัตลักษณ์สถานที่สำคัญในจังหวัดชลบุรี				
15	ด้านอัตลักษณ์กิจกรรมในจังหวัดชลบุรี				

(ลงชื่อ).....ผู้ประเมิน

(.....)

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสม
(การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์)

เรื่อง การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อออกแบบและจัดแสดง วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

นางสาวกุลนภา เต็มดี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2558

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามประเมินการความเหมาะสมออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์
ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(Index of item objective congruence: IOC)

คำชี้แจง จะให้คะแนนคำถามแต่ละข้อดังนี้ +1 หรือ 0 หรือ -1

+1 คะแนน แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 คะแนน ไม่แน่ว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

-1 คะแนน แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้ประเมินคุณภาพ.....

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1	เพศ				
2	อายุ				
3	สถานภาพ				

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
ตอนที่ 2 ข้อมูลความเห็นของผู้ประเมิน					
4	ด้านการออกแบบผลงาน				
	4.1 จากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาคริสต์มาสท่านสามารถรับรู้ เรื่องราวความสอดคล้องของพื้นที่จังหวัด ชลบุรีได้เพียงใด				
	4.2 การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ บ่งบอกถึงความเป็นคริสต์มาสของจังหวัด ชลบุรีได้อย่างชัดเจนเพียงใด				
5	ด้านความสวยงาม				
	5.1 การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้าง ความสวยงาม สะดุดตา ให้กับบุคคล ทั่วไปได้เพียงใด				
	5.2 ความเหมาะสมในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาล คริสต์มาส สามารถกระตุ้นความสนใจ ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้ เพียงใด				

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
6	ด้านการใช้สี				
	6.1 จากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส การใช้สีมี ความเหมาะสมกับจังหวัดชลบุรีมากน้อย เพียงใด				
	6.2 การใช้สีสำหรับการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส แสดงถึงความเป็นจังหวัดชลบุรีได้เพียงใด				
7	ด้านประโยชน์				
	7.1 การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของ พื้นที่จังหวัดชลบุรี เป็นแนวทางใน การสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดชลบุรี ได้เพียงใด				
	7.2 การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถเป็น ต้นแบบการสร้างภาพลักษณ์ให้กับ เทศกาลในจังหวัดอื่น ๆ ได้มากน้อย เพียงใด				

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
	7.3 รูปแบบในการนำเสนอของวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับ การท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้มากน้อย เพียงใด				

(ลงชื่อ).....ผู้ประเมิน
(.....)

จากการนำแบบตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาสและการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี จากการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี จำนวน 14 ข้อ ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องกับจุดประสงค์ การคำนวณ IOC ของผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญได้คะแนน ดังนี้

ตารางที่ 3-1 ผลการประเมินความสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ

ลำดับ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1	เพศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	อายุ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3	อาชีพ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	ด้านอัตลักษณ์กิจกรรมคริสต์มาส	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5	ด้านอัตลักษณ์บรรยากาศคริสต์มาส	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6	ด้านอัตลักษณ์สัญลักษณ์คริสต์มาส	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7	ด้านอัตลักษณ์สีคริสต์มาส	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
8	ด้านอัตลักษณ์อาหารในจังหวัดชลบุรี	+1	0	+1	0.66	ใช้ได้
9	ด้านอัตลักษณ์ประเพณีในจังหวัดชลบุรี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
10	ด้านอัตลักษณ์ของฝากในจังหวัดชลบุรี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
11	ด้านอัตลักษณ์เทศกาลในจังหวัดชลบุรี	+1	0	+1	0.66	ใช้ได้
12	ด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
13	ด้านอัตลักษณ์สถานที่สำคัญในจังหวัดชลบุรี	+1	0	+1	0.66	ใช้ได้
14	ด้านอัตลักษณ์กิจกรรมในจังหวัดชลบุรี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

จากการหาประสิทธิภาพแบบตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาสและการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี จากการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งในแบบประเมินความเหมาะสมการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ สรุปว่าใช้ได้

การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน
 ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 และ 3
 เพิ่มเติมข้อมูลการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรีด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว
 ทางวัฒนธรรมในจังหวัดชลบุรีและด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดชลบุรี
 จากการนำแบบตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามประเมินความเหมาะสม
 การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี จำนวน
 7 ข้อ ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องกับจุดประสงค์ การคำนวณ IOC ของผล
 การประเมินของผู้เชี่ยวชาญได้คะแนน ดังนี้

ตารางที่ 3-2 ผลการประเมินความสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์
 ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ

ลำดับ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1	เพศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2	อายุ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3	สถานภาพ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4	ด้านการออกแบบผลงาน					
	4.1 จากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลา คริสต์มาสท่านสามารถรับรู้ เรื่องราว ความสอดคล้องของพื้นที่จังหวัดชลบุรีได้ เพียงใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4.2 การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ บ่งบอกถึง ความเป็นคริสต์มาส ของจังหวัดชลบุรี ได้อย่าง ชัดเจนเพียงใด	+1	0	+1	0.66	ใช้ได้
5	ด้านความสวยงาม					
	5.1 การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลา เทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างความสวยงาม สะดุดตาให้กับบุคคลทั่วไปได้เพียงใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ 3-2 ผลการประเมินความสอดคล้องกับจุดประสงค์ของการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์
ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

ลำดับ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	สรุปผล
		1	2	3		
	5.2 ความเหมาะสมในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้เพียงใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6	ด้านการใช้สี					
	6.1 จากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส การใช้สีมีความเหมาะสมกับจังหวัดชลบุรีมากน้อยเพียงใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	6.2 การใช้สีสำหรับการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส แสดงถึงความเป็นจังหวัดชลบุรีได้เพียงใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7	ด้านประโยชน์					
	7.1 การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี เป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดชลบุรีได้เพียงใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	7.2 การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถเป็นต้นแบบการสร้างภาพลักษณ์ให้กับเทศกาลในจังหวัดอื่น ๆ ได้มากน้อยเพียงใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	7.3 รูปแบบในการนำเสนอของวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างความน่าสนใจในให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้มากน้อยเพียงใด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

จากการหาประสิทธิภาพ แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสม การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ค่าดัชนี ความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งในแบบประเมินความเหมาะสม การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ สรุปว่าใช้ได้

5. นำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มบุคคลทั่วไปภายในพื้นที่จังหวัดชลบุรี

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทั้งบุคคลทั่วไปที่มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรี และ บุคคลทั่วไปที่ไม่ได้มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรี จำนวน 150 ตัวอย่าง อายุระหว่าง 18-60 ปี ขึ้นไป

6. นำมาสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลการวิจัยเรื่อง การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยใช้ ตารางสังเคราะห์ข้อมูลคริสต์มาสและข้อมูลพื้นที่จังหวัดชลบุรีในการออกแบบ

สร้างต้นแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัด ชลบุรี ในรูปแบบหน้าต่างเดี่ยว

แบบร่างวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี นำเสนอผลงานในรูปแบบหน้าต่างเดี่ยว ณ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

สร้างชิ้นงานวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัด ชลบุรี

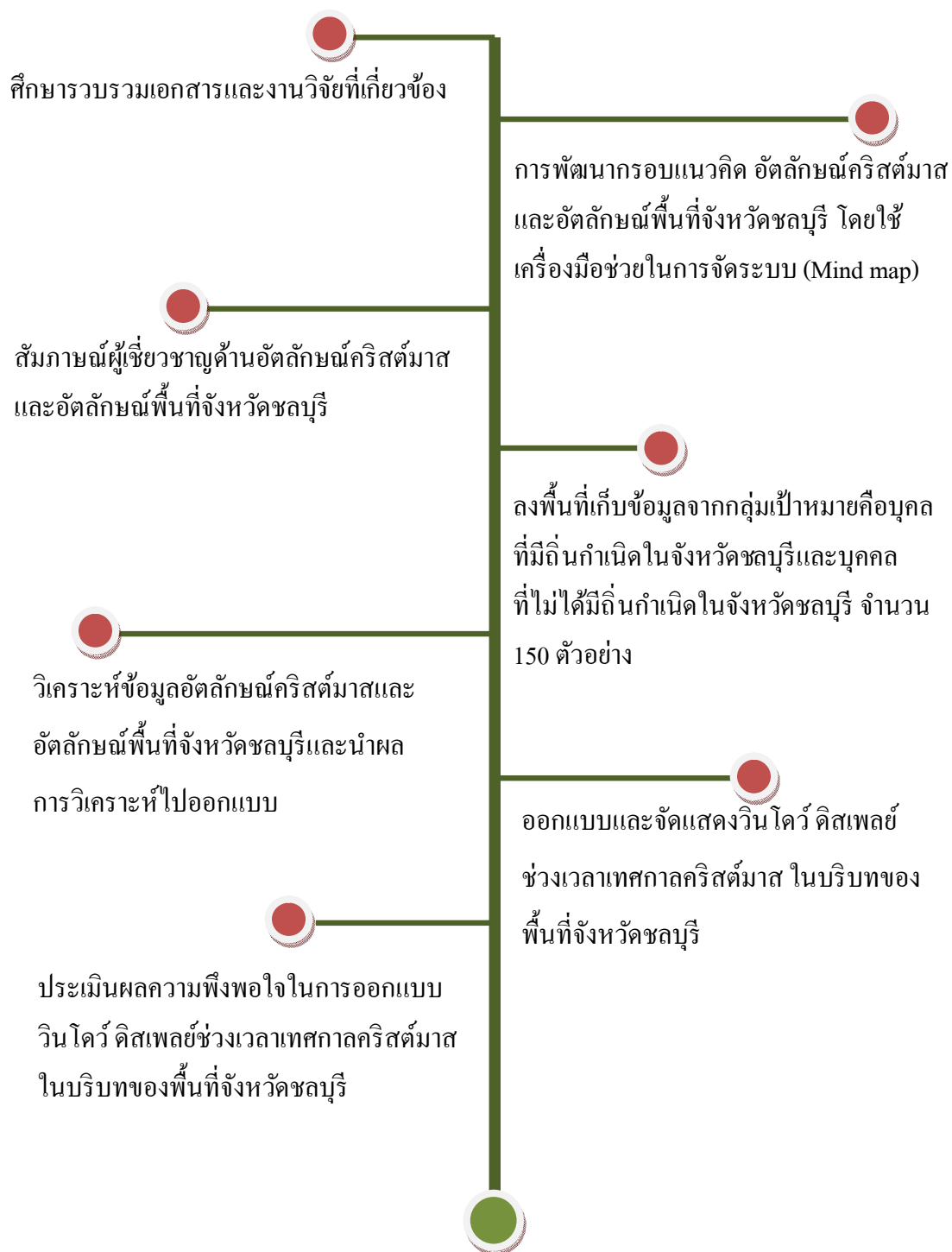
นำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์นำมาออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาล คริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี รูปแบบในการนำเสนอ แบบหน้าต่างเดี่ยว ใช้ระยะเวลา 1 เดือน ในการสร้างสรรค์ผลงาน

จัดแสดงผลงาน

จัดแสดงผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของ พื้นที่จังหวัดชลบุรี แบบหน้าต่างเดี่ยว ณ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ระหว่างวันที่ 29 ตุลาคม - 4 พฤศจิกายน 2558 เวลา 9.30-16.00 น.

ประเมินผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์

ผลการประเมินจากแบบสอบถามการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี นำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรี และบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 150 ตัวอย่าง อายุระหว่าง 18-60 ปีขึ้นไป



ภาพที่ 3-3 ลำดับการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่ จังหวัดชลบุรี

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลการวิจัยเรื่อง การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีจากบุคคลทั่วไปที่มีถิ่นกำเนิดใน จังหวัดชลบุรีและบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้มีถิ่นกำเนิดในจังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (จำนวน 150 ตัวอย่าง) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลในพื้นที่ธุรกิจ เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น มีอายุ ระหว่าง 18-60 ปีขึ้นไป สามารถแสดงข้อมูลในรูปแบบตารางได้ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4-1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ (n=150)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	53	35.3
หญิง	97	64.6
รวม	150	100

จากตารางที่ 4-1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 และเป็นเพศชาย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ (n=150)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-30 ปี	85	56.6
31-40 ปี	46	30.6
41-50 ปี	17	11.3
51-60 ปี	2	1.3
รวม	150	100

จากตารางที่ 4-2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 18-30 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และมีอายุ 51-60 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ (n=150)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	57	38.0
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	39	26.0
พนักงานบริษัทเอกชน	34	22.6
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	20	13.3
รวม	150	100

จากตารางที่ 4-3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนิสิต/ นักศึกษา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาเป็นค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ประกอบอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์คริสต์มาส

ตารางที่ 4-4 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์กิจกรรมคริสต์มาส (n=150)

อัตลักษณ์กิจกรรมคริสต์มาส	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
งานเลี้ยงฉลอง	4.15	0.81	2	มาก
พิธีสวดของชาวคริสต์	3.60	1.09	11	มาก
การซื้อของขวัญมอบให้กัน	3.75	0.91	8	มาก
การส่งการ์ดอวยพร	3.69	0.96	10	มาก
ประดับกล่องของขวัญใต้ต้นไม้ม	4.08	0.92	4	มาก
ชมภาพยนตร์เกี่ยวกับวันคริสต์มาส	3.45	1.12	13	มาก
ตกแต่งต้นคริสต์มาส	4.15	0.85	3	มาก
แขวนถุงเท้าบนหัวเตียง	3.53	1.05	12	มาก
รับประทานอาหารมื้อพิเศษ	3.81	1.03	7	มาก
ชมไฟคริสต์มาส	4.17	0.83	1	มาก
การตกแต่งโบสถ์วันคริสต์มาส	3.70	1.02	9	มาก
แจกของขวัญ	3.83	1.08	6	มาก
พบปะคนในครอบครัว	3.96	0.92	5	มาก

จากตารางที่ 4-4 ด้านอัตลักษณ์กิจกรรมคริสต์มาส ในลำดับต้นผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ความสำคัญ คือกิจกรรมชมไฟคริสต์มาส อาจจะกล่าวได้ว่าการชมไฟประดับในวันคริสต์มาส ถือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในเทศกาลนี้ ถ้าสถานที่ใดขาดการประดับไฟที่สวยงามในวันคริสต์มาส จะทำให้คำคืนที่สำคัญนี้ เปรียบเสมือนวันธรรมดาวันหนึ่ง ลำดับต่อมาคืองานเลี้ยงฉลอง ในวันคริสต์มาสการได้รับประทานอาหารมื้อพิเศษนี้ถือว่าการเลี้ยงฉลองความสุขทุก ๆ คน จะได้อยู่พร้อมหน้ากัน จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหัวข้อนี้ ลำดับที่ 3 กิจกรรมตกแต่งต้นคริสต์มาส อาจจะกล่าวได้ว่าการประดับตกแต่งต้นคริสต์มาสเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับ วันคริสต์มาสมาช้านานและเห็นมาโดยตลอดในทุก ๆ สถานที่ของทุก ๆ ปี จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับหัวข้อนี้

ตารางที่ 4-5 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์บรรยากาศคริสต์มาส
(n=150)

อัตลักษณ์บรรยากาศคริสต์มาส	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
ครอบครัว	4.21	0.75	7	มาก
การพบปะสังสรรค์	4.25	0.77	5	มาก
ต้อนรับฤดูหนาว	4.17	0.75	10	มาก
สีสันการประดับไฟ	4.25	0.69	4	มาก
งานรื่นเริง	4.21	0.72	6	มาก
การแต่งชุดซานต้า	3.99	0.99	16	มาก
เสียงเพลงคริสต์มาส	4.14	0.81	12	มาก
ความสว่างไสว	4.01	0.83	15	มาก
ความอบอุ่น	4.03	0.81	14	มาก
ความมีชีวิตชีวา	4.13	0.78	13	มาก
ความปรารถนาดี	3.96	0.81	17	มาก
ความสุข	4.35	0.71	3	มาก
ความรัก	4.42	0.85	1	มาก
ความสนุกสนาน	4.21	0.76	8	มาก
เสียงหัวเราะ	4.21	0.81	9	มาก
เสียงกระดิ่ง	4.15	0.80	11	มาก
เสียงเพลง Jingle Bells	4.33	0.77	2	มาก

จากตารางที่ 4-5 พบว่า อัตลักษณ์บรรยากาศคริสต์มาส ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหัวข้อความรัก เป็นลำดับที่ 1 อาจจะเป็นเพราะว่าเทศกาลคริสต์มาสถือว่าเป็นเทศกาลแห่งความสุข ทุก ๆ คนในครอบครัวได้พบหน้ากันเกิดเป็นความรักความอบอุ่น จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหัวข้อนี้เป็นลำดับแรก ลำดับต่อมาคือเสียงเพลง Jingle Bells อาจจะกล่าวได้ว่าเสียงเพลง Jingle Bells เป็นเสียงเพลงสัญลักษณ์สำคัญแห่งวันคริสต์มาสทั่วโลก ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญกับหัวข้อนี้ ลำดับที่ 3 ความสุขอาจจะสรุปได้ว่าเมื่อวันคริสต์มาสมาถึงนอกจากความรัก

ในครอบครัวที่เกิดขึ้นเป็นลำดับแรก สิ่งที่จะตามมานั้นคงเป็นเรื่องของความสุข ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญกับหัวข้อนี้เป็นลำดับต้น

ตารางที่ 4-6 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สีคริสต์มาส (n=150)

อัตลักษณ์สีคริสต์มาส	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
สีเขียว	4.55	0.84	1	มาก
สีขาว	4.36	0.79	3	มาก
สีแดง	4.47	0.73	2	มาก
สีทอง	4.23	0.87	4	มาก
สีฟ้า	3.69	1.08	5	มาก

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ด้านอัตลักษณ์สีคริสต์มาส ลำดับที่ 1 สีเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกสีเขียวเป็นลำดับแรก อาจจะกล่าวได้ว่า สีเขียวเป็นสีที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สนุกสนาน และมีความสุข ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญแก่หัวข้อนี้เป็นลำดับแรก ลำดับที่ 2 สีแดง ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือก สีแดง เป็นลำดับต่อมา อาจจะกล่าวได้ว่า สีแดงเป็นสีที่ให้ความรู้สึกสนุก มีพลังและความสุข อบอุ่นเหมือนแสงไฟ และยังเป็นสีแทนชุดของซานตาครอสอีกด้วย ลำดับที่ 3 สีขาว ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือก สีขาว เป็นลำดับที่ 3 อาจจะสรุปได้ว่าสีขาวเป็นสีที่สะอาดบริสุทธิ์ และเป็นสีแทนหิมะที่จะตกในทุก ๆ ปีในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส

ตารางที่ 4-7 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สัญลักษณ์คริสต์มาส
(n=150)

อัตลักษณ์สัญลักษณ์คริสต์มาส	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
ดอกไม้คริสต์มาส	4.24	0.68	7	มาก
ต้นคริสต์มาส	4.53	0.64	1	มากที่สุด
หิมพานต์	4.42	0.65	3	มาก
กล่องของขวัญคริสต์มาส	4.38	0.68	5	มาก
ถุงเท้าคริสต์มาส	4.24	0.79	8	มาก
ลูกสน	3.86	0.98	15	มาก
ระฆัง/ กระดิ่ง	4.11	0.79	11	มาก
พลั๊กหิมะ(สโนว์คริสตัล)	4.11	0.74	10	มาก
เครื่องประดับและแอปเปิล	3.99	0.85	13	มาก
พวงมาลัยคริสต์มาส	3.96	0.83	14	มาก
ซานตาครอส	4.43	0.72	2	มาก
ตุ๊กตาหิมะ	4.37	0.77	6	มาก
พระเยซูคริสต์	4.01	0.94	12	มาก
กวางเรนเดียร์	4.17	0.78	9	มาก
ลา	3.32	1.04	26	มาก
แกะ	3.15	0.99	27	มาก
คุกกี้	3.43	1.00	23	มาก
ลูกกวาด	3.46	0.89	22	มาก
เค้ก	3.56	0.90	19	มาก
ขนมปัง	3.54	0.99	21	มาก
ไถ่หวง	3.85	0.92	16	มาก
ไวน์	3.54	0.97	20	มาก
พระแม่มารี	3.61	0.95	18	มาก
กองฟาง	3.35	1.11	24	มาก
คอกสัตว์	3.01	1.11	28	มาก
มิส ซัลโท	2.87	1.27	29	มาก
ต้นฮอลลี่	3.34	1.16	25	มาก
ดาว	3.85	1.05	17	มาก

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ด้านอัตลักษณ์สัญลักษณ์คริสต์มาส ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกหัวข้อ ต้นคริสต์มาสเป็นลำดับต้น อาจเป็นไปได้ว่า ต้นคริสต์มาสถือเป็นสัญลักษณ์สำคัญในวันคริสต์มาสที่มีมาช้านาน โดยที่ลักษณะของต้นคริสต์มาสจะเป็นแบบสามเหลี่ยม มีสีเขียว ทำให้ดูเข้ากับบรรยากาศวันคริสต์มาสเป็นอย่างมาก ลำดับที่ 2 ชานดาครอส อาจจะกล่าวได้ว่าชานดาครอส เป็นอีกสัญลักษณ์ที่ขาดไม่ได้และมีความสำคัญในช่วงเทศกาลวันคริสต์มาส เปรียบเสมือนผู้ให้ของขวัญในวันแห่งความสุขนี้ ลำดับที่ 3 หมวกซานต้า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหัวข้อนี้ อาจจะเป็นไปได้ว่า การแสดงเชิงสัญลักษณ์ในวันคริสต์มาส คือการได้สวมหมวกซานต้าและทำกิจกรรมกับครอบครัว ถือว่าเป็นการแสดงออกว่ากำลังได้ร่วมเทศกาลคริสต์มาสอย่างเต็มตัว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-8 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์ของฝากในจังหวัดชลบุรี
(n=150)

อัตลักษณ์ของฝากในจังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
เครื่องจักสานพญานาค	4.41	0.72	1	มาก
ผลิตภัณฑ์จากทะเล	4.31	0.74	3	มาก
ครกอ่างศิลา	4.27	0.83	4	มาก
อาหารทะเลแปรรูป	4.31	0.72	2	มาก
ผ้าทออ่างศิลา	4.04	0.98	5	มาก

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ในด้านอัตลักษณ์ของฝากในจังหวัดชลบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เครื่องจักสานพญานาค เป็นลำดับที่ 1 อาจจะกล่าวได้ว่าเครื่องจักสานพญานาคนั้นมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วประเทศ ด้วยความสวยงามและความแข็งแรง จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับหัวข้อนี้เป็นลำดับต้น ลำดับที่ 2 คืออาหารทะเลแปรรูป จังหวัดชลบุรีมีตลาดหนองมนที่โด่งดังการหาซื้อของฝากจำพวกของทะเลแปรรูป สามารถหาซื้อได้ที่ตลาดชื่อดังแห่งนี้ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหัวข้อนี้เป็นลำดับต่อมา ลำดับที่ 3 ผลิตภัณฑ์จากทะเล นอกจาก

อาหารทะเลที่มีชื่อเสียงแล้วผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเปลือกหอย หรือหิน ปะการัง ก็เป็นที่สวยงาม สามารถซื้อเป็นของฝากให้กับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี จึงเป็นเหตุผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหัวข้อนี้

ตารางที่ 4-9 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์ประเพณีในจังหวัดชลบุรี
(n=150)

อัตลักษณ์ประเพณีในจังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
การทอยโจ๊ก	3.62	1.05	9	มาก
ดีไอ้เมฆอีหมอก	3.44	1.03	10	มาก
เทศมหาชาติ	3.63	0.97	8	มาก
ประเพณีวิ่งควาย	4.29	0.81	1	มาก
ทำบุญก่อดพระทราย น้ำไหล	4.19	0.83	2	มาก
แห่พญายม	3.82	0.88	3	มาก
ตักบาตรข้าวต้มหาง	3.79	0.95	4	มาก
มวยดับจาก	3.65	1.02	6	มาก
ประเพณีกองข้าวบวงสรวง	3.68	0.95	5	มาก
ทำบุญกลางบ้านพนัสสนิม	3.65	1.04	7	มาก

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ด้านอัตลักษณ์ประเพณีในจังหวัดชลบุรี ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกประเพณีวิ่งควาย เป็นลำดับที่ 1 อาจจะกล่าวได้ว่าประเพณีวิ่งควายของจังหวัดชลบุรี มีชื่อเสียงโด่งดังและมีประวัติศาสตร์มายาวนาน ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับหัวข้อนี้เป็นลำดับแรก ลำดับที่ 2 คือทำบุญก่อดพระทรายน้ำไหล เป็นงานประเพณีที่จัดขึ้นเฉพาะที่จังหวัดชลบุรี และมีชื่อเสียงอย่างมากทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกหัวข้อนี้เป็นหัวข้อลำดับที่ 2 ที่มีความสำคัญ ลำดับที่ 3 แห่พญายม อาจจะกล่าวได้ว่าจังหวัดชลบุรีนั้นมีประเพณีสำคัญที่มีชื่อเสียงอยู่มาก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือก ประเพณีแห่พญายม เนื่องจากเป็นที่รู้จักดีและควรค่าแก่การอนุรักษ์ประเพณีโบราณนี้

ตารางที่ 4-10 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดชลบุรี (n=150)

อัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในจังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
ชายหาดบางแสน	4.23	0.96	3	มาก
หาดจอมเทียน	4.31	0.75	1	มาก
สวนเลื้อยศรีราชา	4.08	0.82	6	มาก
สวนนงนุช	4.17	0.72	5	มาก
เกาะสีชัง	4.21	0.79	4	มาก
เกาะล้าน	4.31	0.80	2	มาก
เกาะลอยศรีราชา	4.06	0.85	7	มาก
อ่างเก็บน้ำบางพระ	3.83	0.87	8	มาก
น้ำตกชันตาเถร	3.67	1.03	10	มาก
หาดเตยงาม	3.40	1.30	11	มาก
ป่าชายเลน	3.77	1.10	9	มาก

จากตารางที่ 4-10 พบว่า ด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดชลบุรี ในลำดับต้นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับ หาดจอมเทียน อาจจะเป็นเพราะว่าชื่อเสียงของพัทยาและหาดจอมเทียนนั้นโด่งดังในระดับประเทศจึงทำให้เป็นหัวข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุด ลำดับต่อมา เกาะล้าน อาจจะทำให้กล่าวได้ว่าเกาะล้าน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเดินทางสะดวก มีชื่อเสียง ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในลำดับนี้ ลำดับที่ 3 ชายหาดบางแสน อาจจะเป็นไปได้ว่าชื่อเสียงในครั้งอดีตของชายหาดแห่งนี้ยังเป็นที่จดจำสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และในปัจจุบันชายหาดแห่งนี้ได้รับการดูแลและพัฒนาจากทุกภาคส่วน จนทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาให้ความสำคัญอีกครั้ง

ตารางที่ 4-11 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดชลบุรี (n=150)

อัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
ศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ	4.38	0.77	1	มาก
วัดใหญ่อินทาราม	3.95	0.95	4	มาก
พระพุทธรูปแกะสลักเขาชีจรรย์	3.97	0.87	3	มาก
ศาลเจ้าแม่เขาสามมุก	4.35	0.75	2	มาก

จากตารางที่ 4-11 พบว่า ด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดชลบุรี ในลำดับที่ 1 ศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ อาจจะกล่าวได้ว่าผู้ที่ได้มากราบไหว้และชมสถาปัตยกรรมแบบจีนที่ศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อมีความประทับใจในความสวยงามของสถาปัตยกรรม และความศักดิ์สิทธิ์ของเทพเจ้านาจา จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสถานที่แห่งนี้เป็นลำดับต้น ลำดับที่ 2 ศาลเจ้าแม่เขาสามมุก กล่าวได้ว่าศาลเจ้าแม่เขาสามมุก มีชื่อเสียงในเรื่องของความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งผู้ที่ได้มาท่องเที่ยวที่จังหวัดชลบุรี โดยส่วนใหญ่จะต้องขึ้นไปขอพรจากเจ้าแม่เขาสามมุก ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับหัวข้อนี้ ลำดับที่ 3 พระพุทธรูปแกะสลักเขาชีจรรย์ อาจจะสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักชื่อเสียงของพระพุทธรูปแกะสลักเขาชีจรรย์ จึงทำให้เลือกหัวข้อนี้เป็นลำดับต้น

ตารางที่ 4-12 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์เทศกาลในจังหวัดชลบุรี
(n=150)

อัตลักษณ์เทศกาลในจังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
เทศกาลกินเจ	3.83	1.02	10	มาก
เทศกาลสงกรานต์	4.37	0.67	1	มาก
งานเทศกาลวันไหลพัทยา	4.24	0.80	3	มาก
งานเทศกาลบอลูนนานาชาติ	3.93	0.91	6	มาก
งานเทศกาลรถจักรยานยนต์พัทยา	3.90	0.92	8	มาก
งานเทศกาลดนตรีพัทยา	3.97	0.94	5	มาก
งานเทศกาลพัทยา	3.86	0.87	9	มาก
งานกาชาดชลบุรี	3.76	1.05	12	มาก
เทศกาลประจำจังหวัดชลบุรี	3.79	0.94	11	มาก
งานเทศกาลวันไหลบางแสน	4.28	0.78	2	มาก
เทศกาลวันลอยกระทง	4.18	0.83	4	มาก
รำลึก 100 ปีชาวเกาะสีชัง	3.91	0.89	7	มาก

จากตารางที่ 4-12 พบว่า ด้านอัตลักษณ์เทศกาลในจังหวัดชลบุรี ลำดับที่ 1 เทศกาลสงกรานต์ อาจจะกล่าวได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักวันสงกรานต์เป็นอย่างดี และจังหวัดชลบุรีมีการจัดเทศกาลสงกรานต์ที่โด่งดัง เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเลือกเทศกาลสงกรานต์เป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 เทศกาลวันไหลบางแสน อาจจะกล่าวได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเทศกาลนี้เพราะว่า เป็นเทศกาลส่งท้ายในการเล่นน้ำของเทศกาลสงกรานต์ของบางแสน และเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ลำดับที่ 3 งานเทศกาลวันไหลพัทยา อาจจะกล่าวได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากจะ ให้ความสำคัญกับวันไหลบางแสนแล้ว ยังให้ความสำคัญกับเทศกาลวันไหลพัทยาด้วย เพราะมีความโด่งดังและสถานที่อยู่ไม่ไกลจากกันอีกด้วย

ตารางที่ 4-13 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์อาหารในจังหวัดชลบุรี
(n=150)

อัตลักษณ์อาหารในจังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
ก๋วยเตี๋ยวบ้านบึง	3.83	0.98	4	มาก
ข้าวเกรียบอ่อน	3.63	1.02	9	มาก
แจנגลอน	3.71	0.94	7	มาก
อาหารทะเลสด	4.21	0.80	1	มาก
ข้าวหลาม	4.07	1.01	2	มาก
ปลาคก	3.55	1.02	10	มาก
หอยจ๊อ	3.77	1.06	5	มาก
ขนมจาก	3.85	0.96	3	มาก
ขนมจีนบ้านบึง	3.75	1.06	6	มาก
ไก่หุบบอน	3.64	1.14	8	มาก
ห่อหมก	3.55	1.07	11	มาก

จากตารางที่ 4-13 พบว่า ด้านอัตลักษณ์อาหารในจังหวัดชลบุรี ลำดับที่ 1 อาหารทะเลสด อาจจะกล่าวได้ว่าจังหวัดชลบุรีขึ้นชื่อในเรื่องของอาหารทะเลที่สดใหม่ ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถาม จึงให้ความสำคัญกับหัวข้อนี้มากที่สุด ลำดับที่ 2 ข้าวหลาม อาจจะกล่าวได้ว่า ข้าวหลามเป็นของฝากขึ้นชื่อของจังหวัดชลบุรี ด้วยความอร่อย และหาซื้อง่าย ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญในลำดับสอง ลำดับ 3 ขนมจาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับขนมในลำดับสูง อาจจะเป็นเพราะว่า ขนมจากรับประทานง่าย หาซื้อง่าย และเป็นอาหารขึ้นชื่ออีกอย่างของจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-14 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์กิจกรรมในจังหวัดชลบุรี
(n=150)

อัตลักษณ์กิจกรรมในจังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
จี๊จักรยานริมชายหาด	3.89	1.13	5	มาก
ตากอากาศชายหาด	3.96	1.04	4	มาก
กิจกรรมเชิงเม้ง	3.66	1.00	9	มาก
เล่นพารามอเตอร์	3.75	1.02	8	มาก
การแข่งขันรถพื้ยาเซอร์กิต	3.86	0.94	6	มาก
เล่นเรือใบ	3.49	1.15	10	มาก
ซื้อของฝาก	3.76	1.10	7	มาก
รับประทานอาหารทะเล	4.01	0.98	2	มาก
สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์	3.98	0.92	3	มาก
ชมพิพิธภัณฑสถานน้ำ	4.05	0.99	1	มาก

จากตารางที่ 4-14 พบว่า ด้านอัตลักษณ์กิจกรรมในจังหวัดชลบุรี ลำดับที่ได้คะแนนสูงสุด คือ กิจกรรมชมพิพิธภัณฑสถานน้ำ อาจสรุปได้ว่าจังหวัดชลบุรี มีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลอ่าวไทย และมีศูนย์วิทยาศาสตร์ทางทะเลที่มีชื่อเสียงเป็นที่จดจำของผู้ตอบแบบสอบถาม ลำดับที่ 2 กิจกรรมรับประทานอาหารทะเล อาจกล่าวได้ว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามเมื่อมาถึงจังหวัดชลบุรีแล้ว ต้องได้มารับประทานอาหารทะเลสดจากอ่าวไทยที่อุดมสมบูรณ์จะถือว่ามาถึงจังหวัดติดทะเลชื่อดังแห่งนี้ ลำดับที่ 3 กิจกรรมสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อาจกล่าวได้ว่าเป็นกิจกรรมสำคัญของผู้ที่ได้มาจังหวัดชลบุรีเพราะมีที่สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์อยู่หลายที่ จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในลำดับต้น

ตารางที่ 4-15 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตลักษณ์สถานที่สำคัญใน
จังหวัดชลบุรี (n=150)

อัตลักษณ์สถานที่สำคัญในจังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความคิดเห็น
พัทยา	4.46	0.65	1	มาก
อ่างศิลา	4.27	0.72	2	มาก
หมู่บ้านแสนสาร	3.76	0.95	13	มาก
จักสานพนัสนิคม	4.06	0.88	8	มาก
สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี	4.03	0.84	10	มาก
ท่าเรือแหลมฉบัง	4.06	0.84	7	มาก
สวนามบินอู่ตะเภา	4.08	0.82	6	มาก
ฐานทัพเรือสัตหีบ	4.12	0.83	4	มาก
นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร	3.91	0.82	12	มาก
มหาวิทยาลัยบูรพา	4.26	0.75	3	มาก
พิพิธภัณฑสถานศิลปะ 3 มิติ	4.05	0.81	9	มาก
พิพิธภัณฑทวีปัสยัส	4.00	0.87	11	มาก
พิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์ทางทะเล	4.10	0.92	5	มาก

จากตารางที่ 4-15 พบว่า ด้านอัตลักษณ์สถานที่สำคัญในจังหวัดชลบุรี ลำดับที่ 1 พัทยา อาจจะกล่าวได้ว่าพัทยาเป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อหัวข้อนี้เป็นลำดับต้น ลำดับที่ 2 อ่างศิลา อาจจะกล่าวได้ว่าอ่างศิลา มีของฝากที่มีชื่อเสียงคือ ครก โดยเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาจังหวัดชลบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามจึงมีความคิดเห็นว่า อ่างศิลาเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงควรมีความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ ลำดับที่ 3 มหาวิทยาลัยบูรพา อาจจะกล่าวได้ว่ามหาวิทยาลัยบูรพา เป็นสถานที่สำคัญสำหรับนักศึกษาเนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยที่มีความเก่าแก่ มีชื่อเสียงที่สุดในภาคตะวันออกจึงทำให้นักศึกษาจากทั่วประเทศต้องการสอบเข้า เพื่อที่จะเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญกับหัวข้อนี้เป็นลำดับที่ 3

ตารางที่ 4-16 สักระยะหัตถ์ลักษณะคริสต์มาสและหัตถ์ลักษณะพื้นที่จังหวัดชลบุรี

ลำดับ	หัตถ์ลักษณะ	ร้อยละ	หัวข้อ
1	ด้านหัตถ์ลักษณะคริสต์มาส	71.3	สีเขียว
2	ด้านหัตถ์ลักษณะสัญลักษณ์คริสต์มาส	61.3	ต้นคริสต์มาส
3	ด้านหัตถ์ลักษณะบรรยากาศคริสต์มาส	60.0	ความรัก
4	ด้านหัตถ์ลักษณะสถานที่สำคัญในจังหวัดชลบุรี	54.6	พญา
5	ด้านหัตถ์ลักษณะของฝากในจังหวัดชลบุรี	54.0	เครื่องจักสานพื้สนิม
6	ด้านหัตถ์ลักษณะสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดชลบุรี	52.0	ศาลเจ้านาจาซาไ้จ้อ
7	ด้านหัตถ์ลักษณะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดชลบุรี	50.6	เกาะล้าน
8	ด้านหัตถ์ลักษณะประเพณีในจังหวัดชลบุรี	48.6	ประเพณีวิ่งควาย
9	ด้านหัตถ์ลักษณะเทศกาลในจังหวัดชลบุรี	47.3	เทศกาลสงกรานต์
10	ด้านหัตถ์ลักษณะอาหารในจังหวัดชลบุรี	40.6	อาหารทะเลสด
11	ด้านหัตถ์ลักษณะกิจกรรมคริสต์มาส	39.3	ชมไฟคริสต์มาส
12	ด้านหัตถ์ลักษณะกิจกรรมในจังหวัดชลบุรี	39.3	ชมพิพิธภัณฑสถานน้ำ

จากตารางที่ 4-16 ผลคะแนนจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ตัวอย่างโดยทั้งหมดมี 12 ด้าน ผู้วิจัยได้เลือกคะแนนสูงสุดในแต่ละด้านมาสรุปเป็นลักษณะร้อยละ เพื่อนำมาออกแบบให้เหมาะสมกับผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

การนำผลจากตารางสังเคราะห์มาออกแบบ

การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ใช้พื้นที่ในการจัดแสดงผลงาน บริเวณด้านหน้าของห้องแสดงนิทรรศการ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยที่คณะศิลปกรรมศาสตร์มีผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะและการออกแบบ และมีนักศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปะการออกแบบผลงาน

การวิเคราะห์พื้นที่

การวิเคราะห์รูปแบบความเชื่อมโยงในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ และด้านการออกแบบ ดังนี้

1. ด้านพื้นที่

1.1 ความเหมาะสมของพื้นที่ด้านหน้า

ในส่วนพื้นที่ด้านหน้าซึ่งมีความยาวและความสูง เป็นช่องทางต่างเดี่ยวที่โดดเด่น ไม่มีส่วนกำบังรบกวนและมีความเหมาะสมในการติดตั้งผลงาน เนื่องจากผลงานมีรายละเอียด โดยต้องการแบ่งช่วงความสำคัญของแต่ละพื้นที่ในการออกแบบจัดแสดงผลงาน วินโดว์ ดิสเพลย์ มีความยาว 5.6 เมตร และความสูง 2.7 เมตร



ภาพที่ 4-1 ด้านพื้นที่ด้านหน้า

1.2 ความเหมาะสมของพื้นที่ด้านข้าง

ในส่วนพื้นที่ด้านข้าง มีความกว้าง 0.762 เมตร ความสูง 2.7 เมตร ซึ่งด้านหลังเป็นพื้นที่ปิด สามารถเปิดได้เพียงด้านเดียวในการติดตั้งผลงาน จำเป็นต้องเหลือพื้นที่อเนกประสงค์ในการใช้งานติดตั้งปลั๊กไฟและการแก้ไขข้อผิดพลาดในการติดตั้งที่อาจเกิดขึ้นได้



ภาพที่ 4-2 ด้านพื้นที่ด้านข้าง

1.3 ความเหมาะสมของตัวกระจก

ในส่วนตัวกระจก มีลักษณะเป็นสีเขียวสอดคล้องกับสีเขียวของคริสต์มาส ซึ่งเป็นสีที่ได้รับคะแนนสูงสุดจากการตอบแบบสอบถาม และตัวกระจกที่มีลักษณะค่อนข้างใหญ่ เป็นไปตามรูปแบบของ วินโดว์ ดิสเพลย์ ที่เหมาะสม ผู้ออกแบบจึงได้เลือกพื้นที่ในส่วนนี้แสดงผลงาน

2. ด้านการออกแบบ

จากตารางสังเคราะห์อัตลักษณ์ 12 ด้าน ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกมาออกแบบ ได้แก่ ความรัก พัทธยา เครื่องจักสานพนัสนิคม ศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ อาหารทะเลสด เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญ เพื่อให้สอดคล้องกับการคัดเลือกอัตลักษณ์มาออกแบบ โดยนำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาเป็นแนวทางในการออกแบบ ดังนี้

2.1 ผู้เชี่ยวชาญพื้นที่จังหวัดชลบุรี ได้แสดงความคิดเห็นว่าศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ พัทธยาเครื่องจักสานพนัสนิคม อาหารทะเลสด ได้รับการยอมรับจากประชาชนในจังหวัดชลบุรีและนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในเรื่องของความเก่าแก่ ความสวยงาม ความมีชื่อเสียงซึ่งมีความสำคัญของจังหวัดชลบุรี โดยชี้ให้เห็นว่าเครื่องจักสานพนัสนิคมได้รับการยอมรับว่ามีชื่อเสียงและสามารถส่งออกไปค้าขายทั้งในและต่างประเทศ สร้างรายได้ให้กับจังหวัดชลบุรี

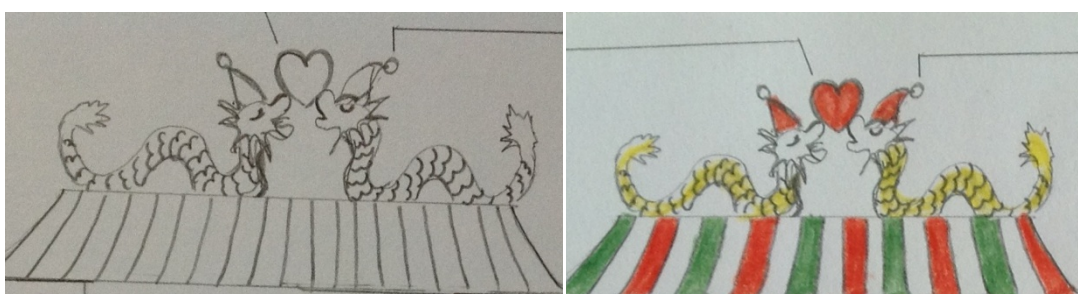
2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านคริสต์มาสได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องของความสุข ความรัก ของครอบครัว การพบปะสังสรรค์ของคนในครอบครัว การได้อยู่พร้อมหน้าพร้อมตาของคนในครอบครัวเกิดความรัก ความอบอุ่นซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สื่อถึงวันคริสต์มาสได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นจากตารางสังเคราะห์ข้อสังเกต 12 ด้าน ผู้วิจัยจึงคัดเลือกเพื่อให้เกิดความเหมาะสมมาใช้ในการออกแบบ ได้แก่ ความรัก พัทธยา เครื่องจักสานพนัสนิคม ศาลเจ้านางาซาไท้จื้อ อาหารทะเลสด

1. ผลงานการออกแบบความรัก

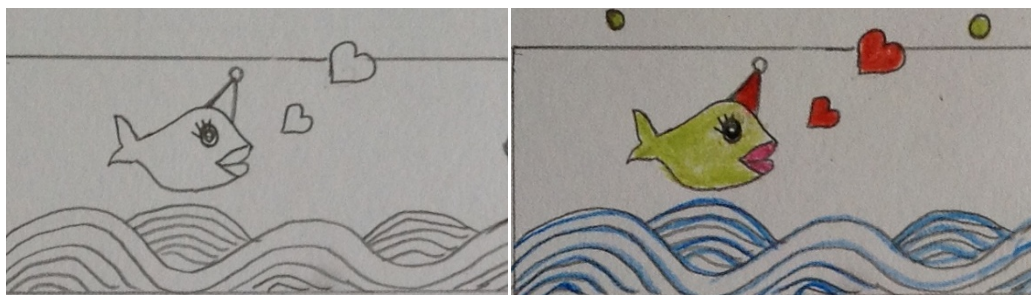


ภาพที่ 4-3 ความรัก (Eileen Hopkins, 2557)



ภาพที่ 4-4 แบบร่างความรัก 1

แนวความคิด: ในการออกแบบเลือกออกแบบลวดลายของสถาปัตยกรรมศาลเจ้านางาซาไท้จื้อ เพื่อสื่อถึงความรัก ความปรารถนาดี ความศรัทธาของผู้คนในจังหวัดชลบุรี
วัสดุ: กระดาษและวัสดุผสม



ภาพที่ 4-5 แบบร่างความรัก 2

แนวความคิด: ในการออกแบบสื่อถึงความรักที่ผู้คนมีต่อทรัพยากรทางทะเลที่มีความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของท้องทะเลจังหวัดชลบุรี

วัสดุ: กระดาษและวัสดุผสม

ในการออกแบบความรัก ผู้วิจัยเลือกศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อและได้ค้นพบประเด็นใหม่ที่มีความสำคัญในการออกแบบเพื่อดึงดูด สร้างความสนใจจากข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สถาปัตยกรรมของศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อ มีความเสมือนจริงจนเกินไป ดังนั้นได้ออกแบบในส่วนต่าง ๆ ของตัวลดลายสถาปัตยกรรมศาลเจ้านาจาซาไท้จื้อและลดลายของทรัพยากรทางทะเลของจังหวัดชลบุรี รูปทรง 2 มิติ ใช้วิธีการตัดฉลุ สร้างความเป็นมิติ ความมีชีวิตชีวา สวยงามเพิ่มเติมสีสันของความสุขสนุกสนานให้เชื่อมโยงกับคริสต์มาส

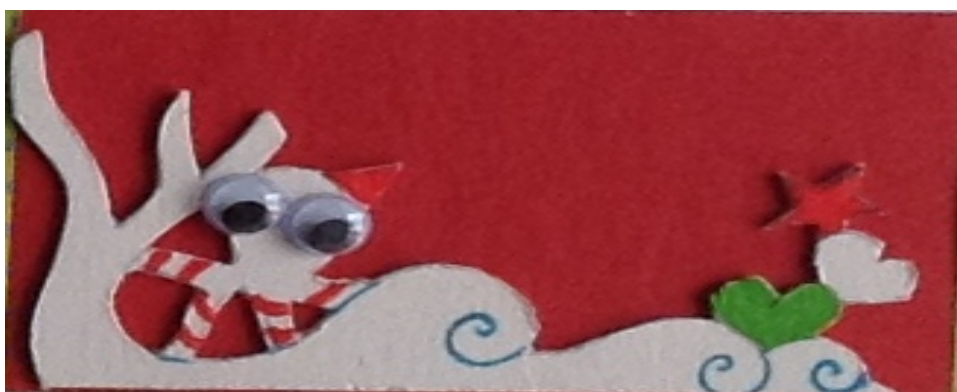
ตัวอย่างผลงานสำเร็จ



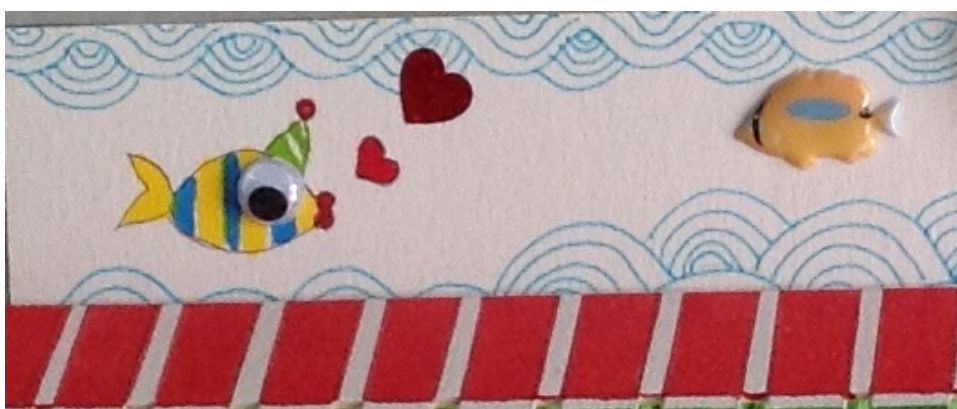
ภาพที่ 4-6 ภาพผลงานความรัก 3



ภาพที่ 4-7 ภาพผลงานความรัก 4



ภาพที่ 4-8 ภาพผลงานความรัก 5



ภาพที่ 4-9 ภาพผลงานความรัก 6

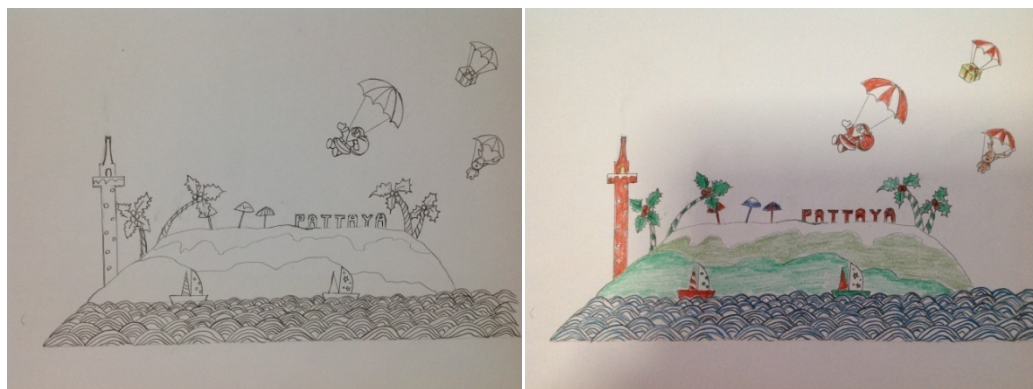


ภาพที่ 4-10 ภาพผลงานความรัก 7

2. ผลงานการออกแบบพัทยา



ภาพที่ 4-11 พัทยา (คริสโตเฟอร์ มิดเดิลตัน, 2554)



ภาพที่ 4-12 แบบร่างพัทยา

แนวความคิด: ในการออกแบบเลือกใช้สัญลักษณ์ภูเขาที่มีตัวอักษรคำว่า “PATTAYA” คลื่นน้ำทะเลสีฟ้าสดใสและห่อประภาคาร ถ่ายทอดกิจกรรมความสนุกสนานของการเล่นเรือใบ เพื่อสื่อให้เห็นถึงบรรยากาศกิจกรรมของจังหวัดชลบุรีในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส

วัสดุ: กระดาษและวัสดุผสม

ในการออกแบบพัทยาผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นใหม่ที่มีความสำคัญในการออกแบบเพื่อดึงดูดความสนใจจากข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คน จึงทำให้การออกแบบนำเสนอผลงานมีการเพิ่มเติมสื่อภาพเคลื่อนไหว กระตุ้นให้เกิดความสนุกสนานความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่างผลงานสำเร็จ



ภาพที่ 4-13 ภาพผลงานการออกแบบพัทยา 1



ภาพที่ 4-14 ผลงานการออกแบบพัทยา 2



ภาพที่ 4-15 ผลงานการออกแบบพัทยา 3



ภาพที่ 4-16 ผลงานการออกแบบพัทยา 4



ภาพที่ 4-17 ผลงานการออกแบบพัทยา 5

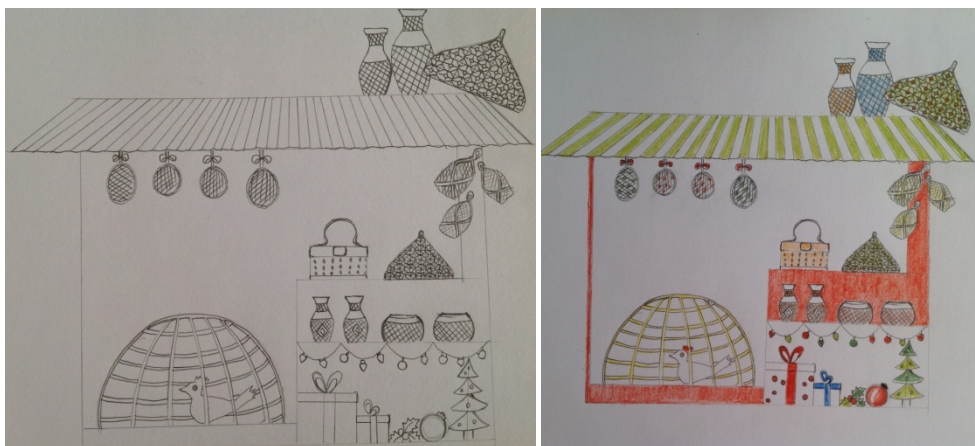


ภาพที่ 4-18 ผลงานการออกแบบพัทยา 6

3. การออกแบบผลงาน เครื่องจักสานพนัสนิคม



ภาพที่ 4-19 เครื่องจักสานพนัสนิคม (พันธกิจสามัคคีธรรม พนัสนิคม, 2557)



ภาพที่ 4-20 แบบร่างเครื่องจักสานพนัสนิคม

แนวความคิด: ในการออกแบบมีความสอดคล้องกับจักสานพนัสนิคม โดยใช้สีและสัญลักษณ์ของคริสต์มาสมาออกแบบลวดลาย แสดงเครื่องจักสานที่หลากหลายโดดเด่นและสวยงาม

วัสดุ: กระดาษและวัสดุผสม

ในการออกแบบเครื่องจักสานพนัสนิคม ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นใหม่ที่มีความสำคัญในการออกแบบรูปแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสนุกสนาน เพื่อดึงดูดความสนใจด้วยลายเส้นผสมกราฟฟิก

ตัวอย่างผลงานสำเร็จ



ภาพที่ 4-21 ภาพผลงานการออกแบบเครื่องจักสานพนัสนิคม 1



ภาพที่ 4-22 ภาพผลงานการออกแบบเครื่องจักสานพนัสนิคม 2



ภาพที่ 4-23 ภาพผลงานการออกแบบเครื่องจักสานพนักสนิม 3



ภาพที่ 4-24 ภาพผลงานการออกแบบเครื่องจักสานพนักสนิม 4

4. ผลงานการออกแบบศาลเจ้านาจาซาไท้จื่อ



ภาพที่ 4-25 ศาลเจ้านาจาซาไท้จื่อ 1 (กุลณภา เต็มดี, 2558)



ภาพที่ 4-26 แบบร่างศาลเจ้านาจาซาไท้จื่อ 2

แนวความคิด: ในการออกแบบสื่อถึงความรัก ความสุข ความศรัทธาของชาวชลบุรีและความศักดิ์สิทธิ์ของศาลเจ้านาจาซาไท้จื่อ โดยสอดแทรกสัญลักษณ์สำคัญของคริสต์มาสในตัวสถาปัตยกรรมและลวดลายท้องทะเลของจังหวัดชลบุรี เพิ่มความสุขสนุกสนาน สีสันคริสต์มาส วัสดุ: กระดาษและวัสดุผสม

ในการออกแบบศาลเจ้านาจาซาไท่จื่อ ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นใหม่ที่มีความสำคัญในการออกแบบลวดลายเน้นรูปแบบได้ทั้งสอดแทรกความอุดมสมบูรณ์ทะเลในจังหวัดชลบุรีบนสถาปัตยกรรม ให้มีรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ



ภาพที่ 4-27 ศาลเจ้านาจาซาไท่จื่อ 3 (กุลนภา เต็มดี, 2558)



ภาพที่ 4-28 แบบร่างศาลเจ้านาจาซาไท่จื่อ 4

แนวความคิด: ในการออกแบบศาลเจ้านาจาซาไท่จื่อ โดยสอดแทรกกลดลายสัญลักษณ์สำคัญของคริสต์มาสในตัวสถาปัตยกรรม เพื่อให้เกิดความสวยงามและความสนุกสนาน
วัสดุ: กระดาษและวัสดุผสม

ในการออกแบบเจ้านาจาซาให้อื้อ ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นใหม่ที่มีความสำคัญในการออกแบบรูปแบบสถาปัตยกรรมโดยเพิ่มเติมผสมผสานลวดลายได้ท่อนทะเลเชื่อมโยงกับเทศกาลคริสต์มาส ทำการฉลุเพื่อให้เกิดมิติ โดยใช้วิธีการจัดระยะ

ตัวอย่างผลงานสำเร็จ



ภาพที่ 4-29 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาให้อื้อ 5



ภาพที่ 4-30 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาให้อื้อ 6



ภาพที่ 4-31 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาให้อื้อ 7



ภาพที่ 4-32 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื่อ 8



ภาพที่ 4-33 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื่อ 9



ภาพที่ 4-34 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื่อ 10



ภาพที่ 4-35 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไท้จื่อ 11

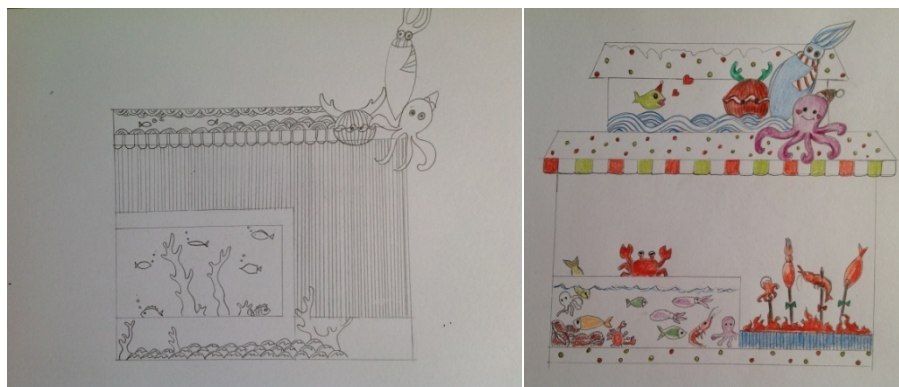


ภาพที่ 4-36 ภาพผลงานศาลเจ้านาจาซาไทจื่อ 12

5. ผลงานการออกแบบอาหารทะเลสด



ภาพที่ 4-37 อาหารทะเลสด (น้ำอ้วน, 2554)



ภาพที่ 4-38 ภาพร่างอาหารทะเลสด

แนวความคิด: ในการออกแบบสื่อถึงจังหวัดชลบุรีที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางทะเล ผสมผสานกับสีและสัญลักษณ์สำคัญของคริสต์มาส

วัสดุ: กระดาษและวัสดุผสม

ในการออกแบบอาหารทะเลสด ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นใหม่ที่มีความสำคัญในการออกแบบจากข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย ทางด้านอาหารทะเลที่สดใหม่และมีชื่อเสียงของจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ออกแบบให้มีได้ทั้งทะเลที่สวยงามในรูปแบบร้านอาหารทะเลและสอดคล้องความอุดมสมบูรณ์ของทะเลในจังหวัดชลบุรี สร้างความสนใจให้กับอาหารทะเลสดจังหวัดชลบุรี

ตัวอย่างผลงานสำเร็จ



ภาพที่ 4-39 ภาพผลงานอาหารทะเลสด 1



ภาพที่ 4-40 ภาพผลงานอาหารทะเลสด 2



ภาพที่ 4-41 ภาพผลงานอาหารทะเลสด 3



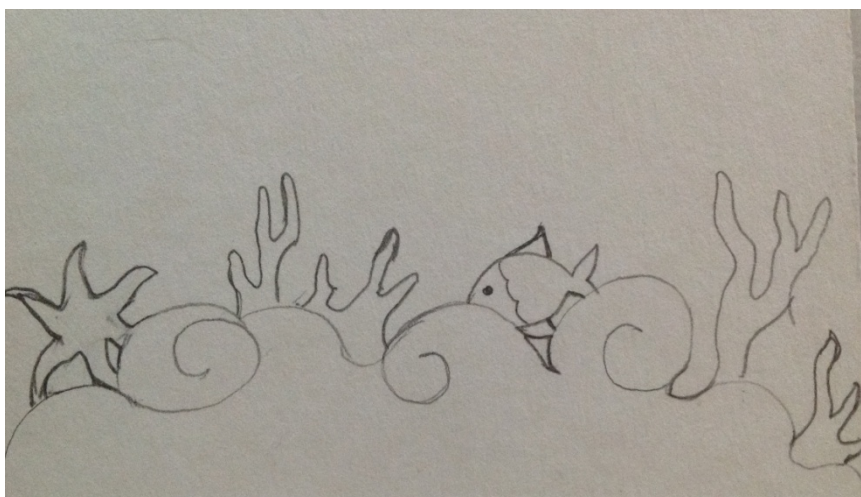
ภาพที่ 4-42 ภาพผลงานอาหารทะเลสด 4

เทคนิคและวิธีการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการดำเนินงานออกเป็น 8 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการร่างแบบ ขั้นตอนการตัดฉลุ ขั้นตอนการสร้างลาคล้าย ขั้นตอนการแบ่งส่วนชิ้นงาน ขั้นตอนการประกอบผลงาน ขั้นตอนเตรียมการติดตั้งผลงาน ขั้นตอนการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส ขั้นตอนการออกแบบชุดสี โดยแต่ละขั้นตอนได้ปรับรูปแบบให้มีความสอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบสอบถามด้านอัตลักษณ์คริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี

1. ขั้นตอนการร่างแบบ

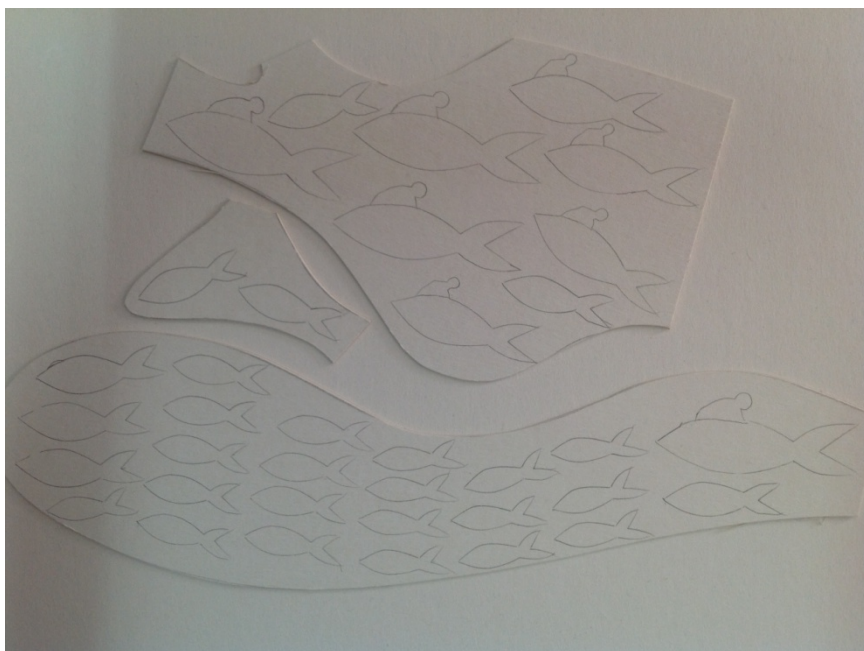
ผู้วิจัยใช้วิธีการร่างแบบด้วยดินสอในส่วนต่าง ๆ ของการออกแบบ



ภาพที่ 4-43 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 1



ภาพที่ 4-44 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 2



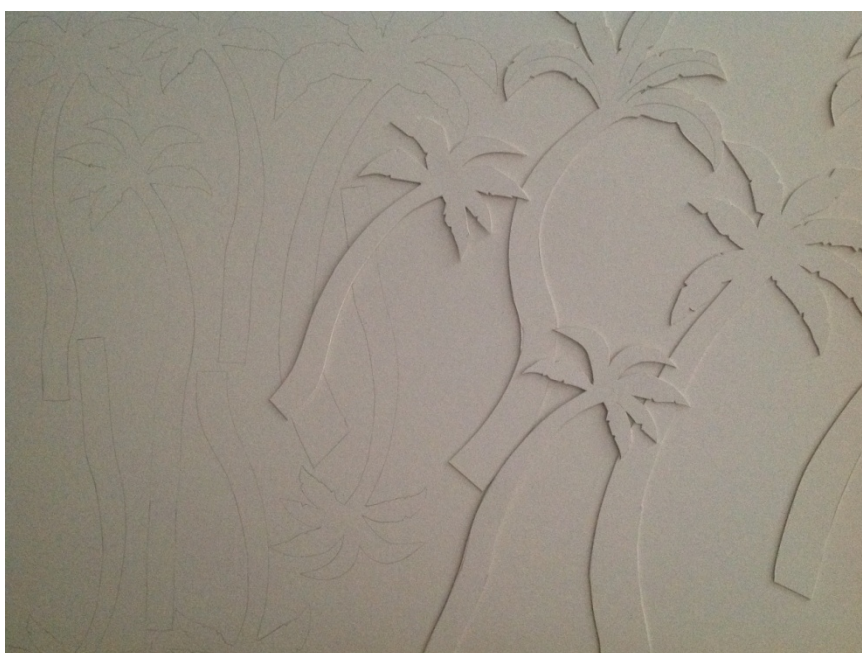
ภาพที่ 4-45 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 3

2. ขั้นตอนการตัดฉลุ

ผู้วิจัยใช้วิธีการตัดฉลุทีละชิ้นในส่วนต่าง ๆ ของการออกแบบ



ภาพที่ 4-46 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 4



ภาพที่ 4-47 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 5



ภาพที่ 4-48 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 6



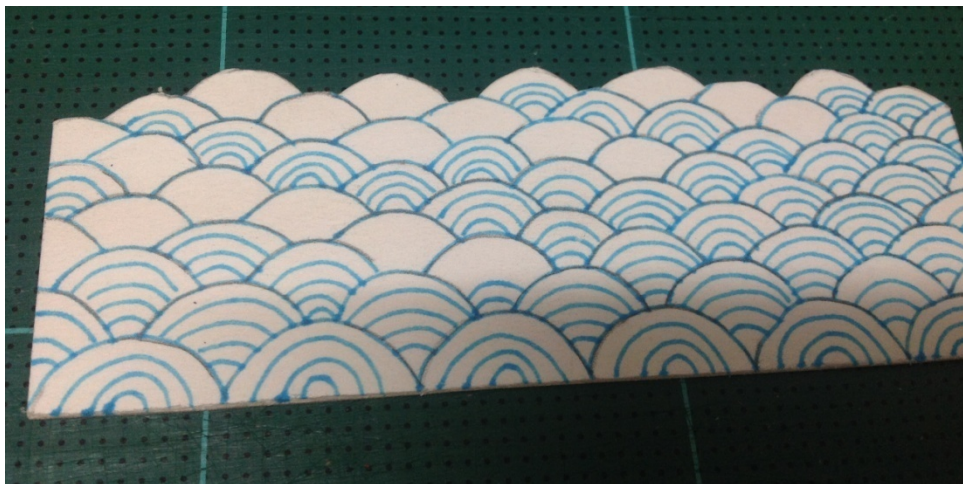
ภาพที่ 4-49 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 7



ภาพที่ 4-50 ภาพเทคนิคและวิธีการดำเนินงาน 8

3. ขั้นตอนการสร้างลาดลาย

ผู้วิจัยได้แบบที่ทำการตัดจล จากนั้นใช้เทคนิควาดลายเส้นผสมกราฟฟิก



ภาพที่ 4-51 ภาพเทคนิคการสร้างลาดลาย 1



ภาพที่ 4-52 ภาพเทคนิคการสร้างลาดลาย 2



ภาพที่ 4-53 ภาพเทคนิคการสร้างลาดลาย 3

4. ขั้นตอนการแบ่งส่วนชิ้นงาน

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการแบ่งส่วนของชิ้นงานต่างๆ ที่ละชิ้นและใช้กระดาษสีตัดปะในส่วนที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้



ภาพที่ 4-54 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 1



ภาพที่ 4-55 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 2



ภาพที่ 4-56 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 3



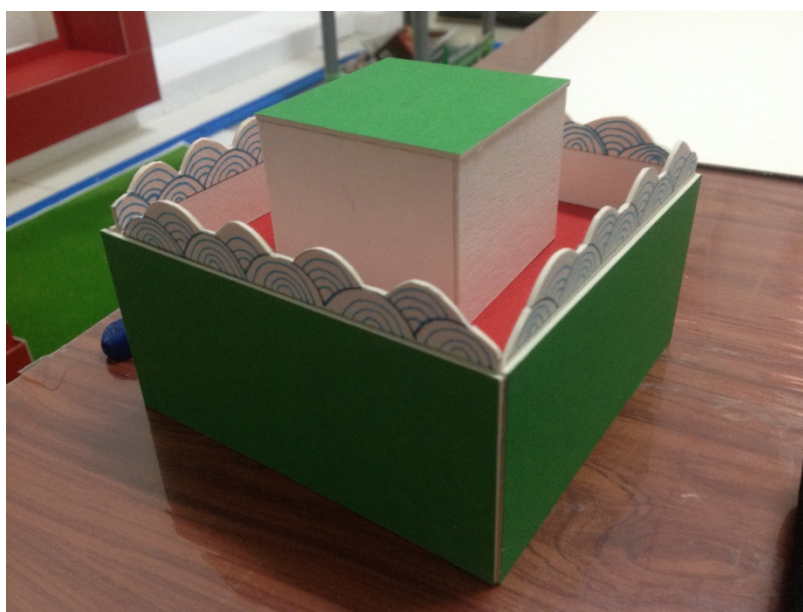
ภาพที่ 4-57 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 4



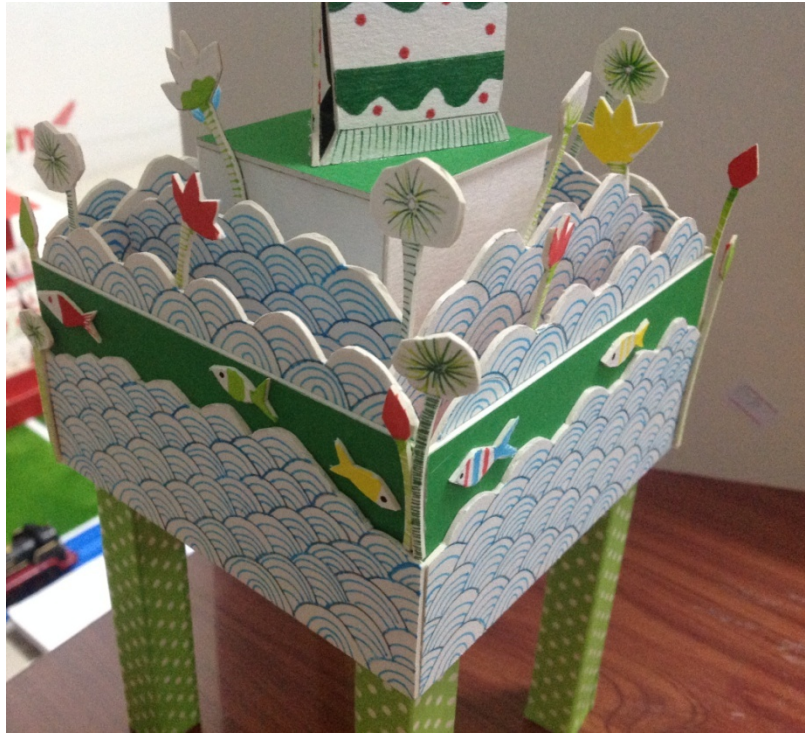
ภาพที่ 4-58 ภาพเทคนิคการแบ่งส่วนชิ้นงาน 5

5. ขั้นตอนการประกอบผลงาน

ผู้วิจัยได้ทำการประกอบผลงานในส่วนต่าง ๆ ของการออกแบบ



ภาพที่ 4-59 ภาพการประกอบผลงาน 1



ภาพที่ 4-60 ภาพการประกอบผลงาน 2



ภาพที่ 4-61 ภาพการประกอบผลงาน 3



ภาพที่ 4-62 ภาพการประกอบผลงาน 4



ภาพที่ 4-63 ภาพการประกอบผลงาน 5



ภาพที่ 4-64 ภาพการประกอบผลงาน 6



ภาพที่ 4-65 ภาพการประกอบผลงาน 7



ภาพที่ 4-66 ภาพการประกอบผลงาน 8



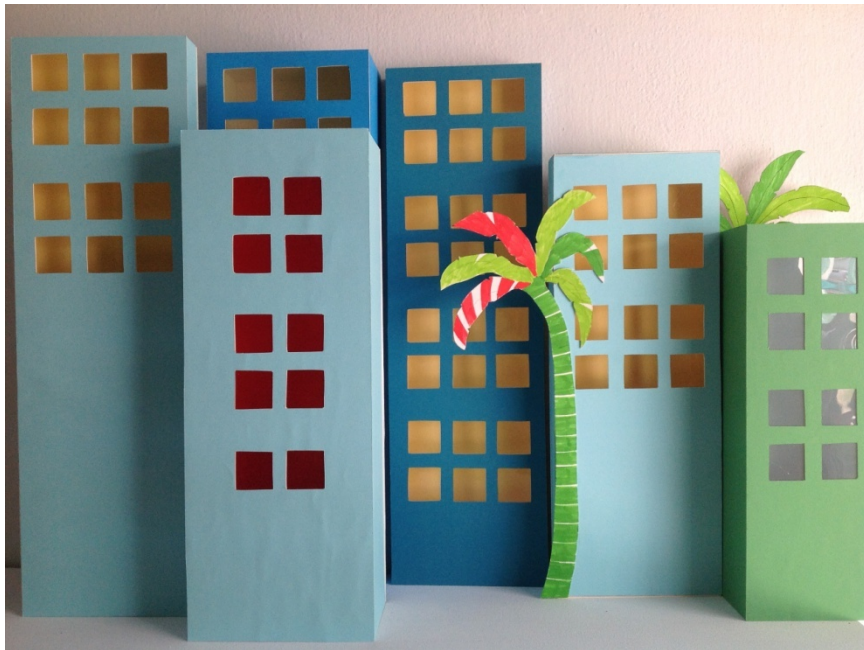
ภาพที่ 4-67 ภาพการประกอบผลงาน 9



ภาพที่ 4-68 ภาพการประกอบผลงาน 10



ภาพที่ 4-69 ภาพการประกอบผลงาน 11



ภาพที่ 4-70 ภาพการประกอบผลงาน 12



ภาพที่ 4-71 ภาพการประกอบผลงาน 13



ภาพที่ 4-72 ภาพการประกอบผลงาน 14

6. ขั้นตอนเตรียมการติดตั้งผลงาน

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบแท่นวางผลงาน วินโดว์ ดิสเพลย์ มีขนาดความกว้าง 0.76 เมตร ความยาว 1.194 เมตร ความสูง 1.15 เมตร จำนวน 3 แท่น และทดลองการจัดระยะในการติดตั้งผลงาน วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว



ภาพที่ 4-73 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 1



ภาพที่ 4-74 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 2



ภาพที่ 4-75 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 3



ภาพที่ 4-76 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 4



ภาพที่ 4-77 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 5



ภาพที่ 4-78 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 6



ภาพที่ 4-79 ภาพการเตรียมการติดตั้งผลงาน 7

7. ขั้นตอนการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส

ผู้วิจัยใช้การประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาสตามข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบสัญลักษณ์คริสต์มาส ได้แก่ เครื่องประดับคริสต์มาส ของขวัญ ต้นคริสต์มาส ซานตาครอส คำอวยพรคริสต์มาส ลูกสน ในบรรยากาศของเทศกาลคริสต์มาส



ภาพที่ 4-80 ภาพการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส 1



ภาพที่ 4-81 ภาพการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส 2



ภาพที่ 4-82 ภาพการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส 3



ภาพที่ 4-83 ภาพการประดับตกแต่งบรรยากาศคริสต์มาส 4

8. ขั้นตอนการออกแบบชุดสี

การออกแบบสีสื่อถึงคริสต์มาสที่สนุกสนาน สดใส ด้วยสีโทนร้อนและสีโทนเย็น ในบรรยากาศที่ให้ความรู้สึกถึงทะเลของจังหวัดชลบุรี การร่วมต้อนรับเทศกาลคริสต์มาส



- สีเขียว - ให้ความรู้สึก สดชื่น สบายตา
 - สีแดง - ให้ความรู้สึก ร้อนแรง พลังสนุกสนาน กล้าหาญ และมีอำนาจ
 - สีขาว - ให้ความรู้สึก แสดงความบริสุทธิ์ เกียรติยศ สันติภาพ ความซื่อตรง
 - สีฟ้า - ให้ความรู้สึกสงบ สว่างไสว สบายตา สบายใจ
 - สีเหลือง - กระตุ้นพลังวังชา ความมั่งคั่ง ความรุ่งเรือง
- (กุลธิดา เหลื่อมจำเริญ, 2553, หน้า 77-78)

ผลงานสำเร็จ

การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี แบบหน้าต่างเดี่ยว ขนาดผลงาน กว้าง 0.76 เมตร ยาว 5.6 เมตร สูง 2.7 เมตร



ภาพที่ 4-84 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในเวลากลางวัน 1



ภาพที่ 4-85 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในเวลากลางวัน 2



ภาพที่ 4-86 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในเวลากลางคืน 3



ภาพที่ 4-87 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีในเวลากลางคืน 4



ภาพที่ 4-88 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 5



ภาพที่ 4-89 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 6



ภาพที่ 4-90 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 7



ภาพที่ 4-91 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 8



ภาพที่ 4-92 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 9



ภาพที่ 4-93 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 10



ภาพที่ 4-94 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 11



ภาพที่ 4-95 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 12



ภาพที่ 4-96 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 13



ภาพที่ 4-97 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 14



ภาพที่ 4-98 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 15



ภาพที่ 4-99 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 16



ภาพที่ 4-100 ภาพผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี 17

การประเมินผลการออกแบบ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้จัดแสดงผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ในขั้นตอนนี้เป็น
การประเมินความพึงพอใจ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบผลงาน
ด้านความสวยงาม ด้านการใช้สี ด้านประโยชน์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4-17 ประเมินผลงานหลังการจัดแสดง (n = 150)

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านการออกแบบผลงาน				
1. จากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาคริสต์มาส ท่านสามารถรับรู้ เรื่องราวความสอดคล้องของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ได้เพียงใด	4.11	0.76	8	มาก
2. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ บ่งบอกถึงความเป็นคริสต์มาส ของจังหวัดชลบุรีได้อย่างชัดเจนเพียงใด	4.14	0.76	6	มาก
ด้านความสวยงาม				
1. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างความสวยงาม สะดุดตา ให้กับบุคคลทั่วไปได้ เพียงใด	4.44	0.63	1	มาก
2. ความเหมาะสมในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลา เทศกาลคริสต์มาส สามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรีได้เพียงใด	4.18	0.72	3	มาก
ด้านการใช้สี				
1. จากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส การใช้สีมีความเหมาะสมกับจังหวัดชลบุรีมากน้อย เพียงใด	4.18	0.75	4	มาก
2. การใช้สีสำหรับการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลา เทศกาลคริสต์มาสแสดงถึงความเป็นจังหวัดชลบุรีได้เพียงใด	4.05	0.76	9	มาก

ตารางที่ 4-17 ประเมินผลงานหลังการจัดแสดง (n = 150) (ต่อ)

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่	ระดับความพึงพอใจ
ด้านประโยชน์				
1. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี เป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดชลบุรีได้เพียงพอ	4.11	0.74	7	มาก
2. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับเทศกาลในจังหวัดอื่น ๆ ได้มากน้อยเพียงพอ	4.15	0.73	5	มาก
3. รูปแบบในการนำเสนอของ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้มากน้อยเพียงพอ	4.33	0.69	2	มาก
เฉลี่ย	4.19	0.73		มาก

จากตารางที่ 4-17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างความสวยงาม สะดุดตา ให้กับบุคคลทั่วไปได้ อาจเป็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในตัวผลงานเพราะความสวยงาม สะดุดตา ความมีรายละเอียดเฉพาะตัวของผลงานซึ่งเป็นไปตามจุดประสงค์หลักของการสร้างผลงานชิ้นนี้ ลำดับต่อมาผู้ที่ทำแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ รูปแบบในการนำเสนอของ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้ อาจกล่าวได้ว่าการจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ ในครั้งนี้ประสบความสำเร็จจากการถอดอัตลักษณ์และ จำลองจากสถานที่สำคัญในจังหวัดชลบุรีไว้เกือบทั้งหมด ทำให้ผู้ที่เห็นผลงานชิ้นนี้ได้เพลิดเพลินกับการชมงานออกแบบผสมผสานกับอัตลักษณ์ของจังหวัดชลบุรี ได้ลงตัว ในลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกหัวข้อความเหมาะสมในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้ สืบเนื่องจากความพึงพอใจในลำดับที่ 2 โดยผู้วิจัยได้ออกแบบตัวผลงานจากการถอดอัตลักษณ์สำคัญของจังหวัดชลบุรี ซึ่งผ่านการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญและบุคคลทั่วไป จึงทำให้สถานที่ที่เลือกมาสร้างผลงานนั้นเป็นที่ถูกใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและส่งผลให้เกิดการกระตุ้นความสนใจได้เป็นอย่างดี ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกหัวข้อจากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส การใช้สีมีความเหมาะสมกับจังหวัดชลบุรี อาจกล่าวได้ว่าผู้วิจัยได้เลือกสีเพื่อนำมาใช้

สร้างผลงานจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ และนำมาพิจารณาคัดเลือกในขั้นตอนการสร้างผลงานจึงทำให้การใช้สีในตัวผลงานมีความถูกต้องและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน

สรุปการประเมินผลการออกแบบ

ผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่ จังหวัดชลบุรี ในด้านประโยชน์ การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับเทศกาลในจังหวัดอื่น ๆ ได้ เป็นหัวข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด นอกจากนี้ยังได้รับคำแนะนำจากผู้เข้าชมผลงานสามารถดึงดูดกระตุ้นความสนใจ ได้แก่ เสียงเพลงคริสต์มาสหลากหลายภาษา รถไฟเคลื่อนไหวได้ ภาพมัลติมีเดียเกี่ยวกับคริสต์มาสเคลื่อนไหวได้ และตัวผลการออกแบบด้านอัตลักษณ์สถานที่สำคัญต่าง ๆ สื่อได้เข้าใจในทิศทางเดียวกัน ด้านการใช้สี มีสีสันสดใสเหมาะสมกับเทศกาลคริสต์มาสและจังหวัดชลบุรี สร้างความสวยงามของห้องทะเลและสถานที่สำคัญให้กับจังหวัดชลบุรีได้

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี มีแนวความคิดที่ต้องการนำเสนอเพื่อเป็นต้นแบบให้กับการจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ ในช่วงเทศกาลคริสต์มาสในจังหวัดชลบุรีและเทศกาลในจังหวัดอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาและพัฒนาสร้าง วินโดว์ ดิสเพลย์ ที่มีความแตกต่างทั้งทางด้านการจัดวางและนำเสนอเรื่องราวเพื่อให้เกิดการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ในมุมมองแบบใหม่ตามหลักวิธีการถอดอัตลักษณ์และใช้องค์ประกอบศิลป์เพื่อการออกแบบ สรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยสามารถสรุปแยกเป็นประเด็นได้ 2 ส่วน คือ

1. ส่วนของการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ได้ผลงานตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดชลบุรี โดยในการออกแบบครั้งนี้ได้ใช้วิธีการถอดอัตลักษณ์จากเทศกาลคริสต์มาสและอัตลักษณ์ของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ผสานกับการวาดเส้นผสมวาดลายกราฟฟิกโดยเป็นลักษณะรูปแบบทรัพยากรทางทะเล เพื่อสร้างผลงานที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีสีสันและความสนุกสนานตามรูปแบบของวันคริสต์มาส
2. ส่วนของการนำเสนอการจัด วินโดว์ ดิสเพลย์ ผู้วิจัยได้กำหนดวัสดุโดยใช้กระดาษเนื้อแข็งและวัสดุผสม สามารถหาได้ทั่วไปมีการผลิตและจัดจำหน่ายในท้องตลาด เพื่อความสะดวกในการสร้างผลงานและเป็นวัตถุดิบที่หาซื้อง่าย จะเป็นประโยชน์กับผู้สนใจอย่างมากโดยกระดาษเนื้อแข็งที่ใช้สร้างผลงาน วินโดว์ ดิสเพลย์ นั้นเป็นกระดาษขานอ้อยซึ่งมีลักษณะบางกับลักษณะหนา โดยทั้ง 2 รูปแบบมีคุณสมบัติดีดกดูได้ง่ายและสามารถวาดลวดลายลงบนเนื้อกระดาษได้เป็นอย่างดี มีความแข็งแรงและเป็นที่นิยมนักในการสร้างผลงานออกแบบได้หลากหลายชนิด

อภิปรายผล

ผลจากการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยวิธีการถอดอัตลักษณ์จากเทศกาลคริสต์มาสและพื้นที่จังหวัดชลบุรี เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว สามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรีเป็นผลงานการออกแบบที่ใช้วิธีการถอดอัตลักษณ์จากเทศกาลคริสต์มาส กับการถอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ในจังหวัดชลบุรี จนได้รูปแบบลักษณะที่เป็นจุดเด่นของทั้ง 2 ด้านจากนั้นจึงนำมาออกแบบและสร้างผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งทางด้านรายละเอียดและความสวยงาม เหมาะสมกับเทศกาลคริสต์มาสในพื้นที่ของจังหวัดชลบุรีตามแบบแผนและจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการออกแบบขององค์ประกอบศิลปะในการสร้างสรรค์งานและการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ จนได้ผลงานที่มีรายละเอียดสวยงามและรูปแบบเฉพาะตน และสอดคล้องอินเทอร์เน็ตแอคทีฟ เช่น แสงไฟ จอภาพวิดีโอเคลื่อนไหว เสียงดนตรีจากลำโพง และรถไฟจำลองเคลื่อนไหวได้โดยจะวิ่งเป็นวงกลมอยู่รอบตัวผลงาน เพื่อกระตุ้นสร้างความน่าสนใจให้กับตัวชิ้นงาน โดยผู้วิจัยได้ออกแบบให้นวัตกรรมใหม่ผสมผสานกับผลงานออกแบบทางด้านศิลปะ ซึ่งผลการศึกษาออกแบบนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์สุภา คุ่มเมือง (2556) ที่ได้ศึกษาการออกแบบพัฒนาพื้นที่แสดงสินค้าจากเทคนิคภาพเชิงซ้อน โฮโลแกรม 3 มิติ เพื่อการส่งเสริมการขายกรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์หัวโขน บ้านโขนไทย ถนนเจริญนคร กรุงเทพมหานคร ซึ่งการออกแบบต้องใช้วิธีการผสมผสานกับเทคโนโลยีอื่น ๆ เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ และพัฒนางานออกแบบหน้าต่างโชว์ดิสเพลย์รูปแบบใหม่ ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี มีจำนวน 1 ชุด ต่อประกอบเข้าด้วยกันโดยใช้หลักการจัดวางทางศิลปะเพื่อจัดแสดงทิศทางของตัวผลงาน ซึ่งผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ จะมีความแตกต่างกันสามารถจัดวางได้หลากหลายตามแต่โอกาสและสถานที่นั้น ๆ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ต่อผู้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 150 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีของ Best (1986) โดยการสอบถามความพึงพอใจแล้วนำไปเปรียบเทียบเป็นค่าเฉลี่ยพบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านจะพบว่า ด้านการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างความสวยงามสะดุดตาให้กับบุคคลทั่วไป มีระดับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านรูปแบบใน

การนำเสนอของ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับ การท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ความเหมาะสมในการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาล คริสต์มาส สามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้ การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับเทศกาลในจังหวัดอื่น ๆ ได้ ตามลำดับ

ปัญหาและแนวทางแก้ไข

1. ขั้นตอนการสร้างผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ พบปัญหาการนำอุปกรณ์การจัดวางเข้าไป ในสถานที่จัดงาน เนื่องจากประตูทางเข้ามีระยะพื้นที่สั้นและเป็นลักษณะแคบ ดังนั้นจึงทำให้ต้อง ออกแบบแท่นวางผลงานใหม่ ให้มีลักษณะเป็นชั้นเล็กสามารถถอดประกอบได้จึงจะทำให้สามารถ จัดวางผลงานในพื้นที่ต่าง ๆ ภายในวินโดว์ ดิสเพลย์ได้
2. ขั้นตอนการจัดแสดงผลงาน เนื่องจากวัสดุที่ใช้ในการสร้างผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ ในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นกระดาษเนื้อแข็ง เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถหาซื้อและนำไปใช้สร้างผลงานได้ ง่าย แต่มีข้อจำกัดในด้านของความทนทานถ้าผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์จะต้องจัดแสดงมากกว่า 7 วัน จะทำให้ตัวผลงานเกิดการงอ ดังนั้นควรจะต้องทำการเสริมความแข็งแรงด้วยวิธีการตาม ให้กับตัว ผลงานด้วยกระดาษแข็งหรือแผ่นโฟมแนวตั้ง โดยการทากาวที่มีคุณภาพ
3. การจัดวินโดว์ ดิสเพลย์ ที่อยู่ในกระจกสีเขียว พบปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสีในตัว ผลงาน แก้ปัญหาโดยสร้างผลงานด้วยสีที่เด่นชัด และเพิ่มไฟส่องผลงานให้ทั่วถึงจะทำให้กระจกสี ไม่สามารถบดบังสีในตัวผลงานได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสในบริบทของ พื้นที่จังหวัดชลบุรี มีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

1. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ที่สร้างภาพลักษณ์สามารถจัดได้หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับสถานที่จัดและรูปแบบในการนำเสนอ
2. ศึกษาการใช้วัสดุอื่น ๆ หรือวัสดุที่เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่น ความเป็นพื้นบ้าน เพิ่มเติมจึงเป็นประโยชน์เพื่อสร้างความหลากหลายในการจัดแสดงผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ เพราะ วัสดุบางชนิดอาจจะมียาคาถูก หาง่ายในท้องถิ่นและมีคุณสมบัติตรงกับการออกแบบผลงาน มากกว่าวัสดุที่ทำจากกระดาษ

3. การพัฒนาต่อยอด อาจต้องเพิ่มเติมในส่วนและเทคโนโลยีในผลงานการจัดวินโดว์
ดิสเพลย์ เช่น ภาพเคลื่อนไหวจากวิดีโอ เทคนิคทางสื่อปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้กระตุ้น และดึงดูด
ความสนใจ จากบุคคลทั่วไปเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กุลธิดา เหลือบจำเริญ. (2553). *องค์ประกอบศิลป์*. ปทุมธานี: สกายบุ๊กส์.
- กันยา สุวรรณแสง. (2540). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: รวมสาส์น (1977) จำกัด.
- คริสโตเฟอร์ มิดเดิลตัน. (2554). *พหุชาติอันดับ 2 ใน 20 ของเมืองท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก www.travel.kapook.com
- จิราพร แซ่เต้. (2554). *วรรณศิลป์*. เข้าถึงได้จาก www.bow7957.blogspot.com
- เจตนิพัฐ แสนสุข. (2550). *การบริหารงานออกแบบนิเทศศิลป์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ฉัตรชัย อรรถปักษ์. (2548). *องค์ประกอบศิลป์*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- ชาติรี ถนอมวงษ์. (2552). *ความหมายของศิลปะ*. เข้าถึงได้จาก www.artchulabhorn.wordpress.com
- ณิชนันท์ เสริมศรี. (2557). *หลักการออกแบบ*. เข้าถึงได้จาก www.teacher.ssru.ac.th/nichanan
- ดารา ทีปะปาล. (2546). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ทัศนีย์ ทานตวนิช. (2525). *สำรวจกิจกรรมประเพณีท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน.
- ทัศนัย สุนทรวิภาต. (2551). *การจัดการโฆษณา* (พิมพ์ครั้งที่ 8). ปทุมธานี: ภาควิชาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนศ เดียวสกุล. (2556). *หลักการจัดวินโดว์ ดิสเพลย์*. เข้าถึงได้จาก www.thanes-artcru.blogspot.com.
- นชกฤต วันตะเมธ. (2555). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นพดล กรรณิกา. (2556). *เอแบคโพลล์ชี้คริสต์มาส-ปีใหม่มืดเงินสะพัด 9 หมื่นล้านบาท*. เข้าถึงได้จาก www.isranews.org/isranews-short-news
- นวรรตน์ สิทธิมงคลชัย. (2549). *การออกแบบเรขศิลป์สำหรับวินโดว์ ดิสเพลย์ ที่สื่อบุคลิกภาพจากแนวทางศิลปะไคเนติก*. วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชานฤมิตศิลป์, คณะศิลปกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาถนดา ชัชวาลกิจกุล. (2554). *ปัจจัยด้านการออกแบบเอกลักษณ์หน้าร้าน ประเภทร้านค้าเดี่ยว (Stand alone shop) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจร้านขายเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- น้ำอ้วน. (2554). *ฟ้าทานอาหารทะเล*. เข้าถึงได้จาก www.hungryfatguy.com

- บุญชม ศรีสะอาด. (2535 ก). *รูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์*. โครงการสถาบันวิจัยและพัฒนาการเรียนการสอน, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- _____. (2535 ข). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาสารคาม: สุริยาสาน.
- ปัญญา ชุมชัยเวทย์. (2556). *Economy of The Bell*. เข้าถึงได้จาก www.thairath.co.th/content
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2546). *แรงจูงใจกับการโฆษณา*. สาขาการโฆษณา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พชชา บุศราทิจ. (2553). *อัตลักษณ์ของเทศกาลคริสต์มาสกับความเชื่อมโยงทางสังคมและวัฒนธรรม*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐศาสตร์ศึกษา, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พันธกิจสามัคคีธรรม พณฺณนิคม. (2557). *ศิลปะประดิษฐ์จากไม้*. เข้าถึงได้จาก <http://www.sacictmember.net>
- พิบูลย์ ทิปะपाल. (2545). *หลักการตลาด: ยุคใหม่ในทศวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิก.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2554). *เศรษฐกิจกับวันคริสต์มาส*. เข้าถึงได้จาก www.manager.co.th
- _____. (2555). *ดอกไม้ประจำชาติอาเซียน*. เข้าถึงได้จาก www.manger.co.th/Travel
- ไพบุลย์ เทวรักษ์. (2537). *จิตวิทยาศึกษาพฤติกรรมรวมภายนอกและภายใน*. กรุงเทพฯ : เอส.ดี.เพรส.
- ลดาวลัย ขมจินดา. (2555). *กลยุทธ์สื่อโฆษณา*. ภาควิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ลิตติพร ลิตติพานิช. (2547). *มนต์เสน่ห์แห่งแรงดึงดูด*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรีเมียมเฮาส์
- วรรณวัฒน์ ปวดตานนท์. (2556). *องค์ประกอบศิลป์*. เข้าถึงได้จาก www.vattaka.com.
- วันคริสต์มาส. (2555). *การให้ของขวัญ*. เข้าถึงได้จาก www.sites.google.com
- _____. (2556). Merry Christmas. เข้าถึงได้จาก www.tlcthai.com
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2550). *คริสต์มาส*. เข้าถึงได้จาก www.th.m.wikipedia.org/wiki
- วิญญู สถิตวิทยานันท์. (2541). *Communication Design*. *วารสารนักบริหาร*, 18(4), 90-94.
- วิเชียร วงศ์นิชชากุล. (2553). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ปทุมธานี: ภาควิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริรัตน์ พรหมลิตทิพร. (2551). *ดอกไม้ประจำจังหวัดชลบุรี*. เข้าถึงได้จาก www.chonburi.go.th

- ศักดิ์สุภา กุ่มเมือง. (2556). *การศึกษาและพัฒนาพื้นที่แสดงสินค้าจากเทคนิคภาพเชิงซ้อน*
โฮโลแกรม 3 มิติ เพื่อการส่งเสริมการขายกรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์หัวโขน บ้านโขนไทย
ถนนเจริญนคร แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร.
 วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมมหาบัณฑิต, สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ, คณะบริหารธุรกิจ,
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถาบันพัฒนาคนิตศาสตร์. (2554). *ความคิดทางเรขาคณิต*. เข้าถึงได้จาก <http://lpsci.nfe.go.th>
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). *การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ:
 Nut Republic.
- สุนิสา จันทรเลข. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. เข้าถึงได้จาก www.skcc.ac.th/elearning
 _____. (2556). *การจัดแสดงวินโดว์ ดิสเพลย์*. เข้าถึงได้จาก www.skcc.ac.th/elearning
- สุชาดา คุณชลบุตร. (2549). *หลักการตลาดสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ:
 โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์ พัฒนา.
- สำนักงานจังหวัดชลบุรี. (2549). *การพัฒนาเศรษฐกิจเสถียรภาพทางเศรษฐกิจชลบุรี*.
 เข้าถึงได้จาก www.chonburi.go.th
 _____. (2555). *สถานการณ์การท่องเที่ยวและรายได้*. เข้าถึงได้จาก
www.chonburi.go.th/default.aspx
- สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสาขา. (2549). *เพื่อดึงดูดความสนใจ*.
 ชลบุรี: สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดชลบุรี. (2558). *ตราและสัญลักษณ์ประจำจังหวัดชลบุรี*.
 เข้าถึงได้จาก www.cbi.onabgo.th
- หลักการทัศนศิลป์. (2556). *พื้นผิวหรือผิวสัมผัส*. เข้าถึงได้จาก www.watkadarin.com
- องค์ประกอบศิลป์. (2555). *รูปร่างอิสระ*. เข้าถึงได้จาก www.prc.ac.th
 _____. (2556). *รูปร่างอินทรีย์*. เข้าถึงได้จาก www.prc.ac.th
 _____. (2556). *รูปทรง*. เข้าถึงได้จาก www.prc.ac.th
- เอกณรงค์ วรสีหะ. (2552). *การวิจัยเพื่อการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการโฆษณา,
 คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Alber. (1993). *Baby safe house plants and cut flowers - A guide to keeping children and plants*
safely under the same roof. Vermont : Storey Communications, Inc.
- Amir, M. (2558). *Light and Shadow*. เข้าถึงได้จาก www.flickr.com

- Anarchy. (2556). *Point*. เข้าถึงได้จาก www.anarchy.blogspot.com
- Andrew, M. (2556). *Blanca Navidad*. เข้าถึงได้จาก www.vishopmag.com
- Ann, M. (2556). *Store Windows - Holiday 2012*. เข้าถึงได้จาก www.allthingspaper.net
- Aragon, G. (2554). *Form*. เข้าถึงได้จาก www.persephone140.blogspot.com
- Armstrong. (2555). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Best, J. W. (1986). *Research in Education* (5th ed.). New Jersey: Allyn & Bacon.
- Billock. (2558). *Harrods in London*. เข้าถึงได้จาก www.imgur.com
- Bookshop window displays. (2557). *Series Window*. เข้าถึงได้จาก www.notesfromapublishingma.wordpress.com
- Caveman. (2558). *Christmas Star Wallpapers*. เข้าถึงได้จาก www.wallpaperscave.com
- Church of Marion. (2556). *Order Your Christmas Poinsettia* เข้าถึงได้จาก www.marionfirstchurch.org
- Daisy. (2554). *Christmas*. เข้าถึงได้จาก www.webboard.com
- Digi, H. (2551). *Digi Hank Colorful Window Display*. เข้าถึงได้จาก www.flickr.com
- Dioni, M. (2004). *Window Display Design*. Page one publishing private Limited.
- Eileen, H. (2557). *Make Christmas Deaf Friendly For Children*. เข้าถึงได้จาก www.ai-wedia.tv
- Emily, K. (2558). *Santa Claus is Coming to Brooklyn*. เข้าถึงได้จาก www.skipkid.com
- Grunbaum. (2003). *Are your polyhedral the same as my polyhedral?*. Retrieved from www.math.washington.edu/grunbaum
- Gucci1. (2556). *Gucci – London 2014*. เข้าถึงได้จาก www.merchandising.gr
- Gusani, C. (2556). *Anthropologie Display 2013*. เข้าถึงได้จาก www.thebwd.com/Anthropologie
- Harvey, N. (2557). *Christmas Windows Display*. เข้าถึงได้จาก www.hewittandbooth.com
- Irabel8. (2557). *Real Image Berries and Leave*. เข้าถึงได้จาก www.dreamstime.com
- Issey, M. (2556). *Window Display*. เข้าถึงได้จาก www.iurban.in.th
- Jade. (2557). *Three Vivid Colors Rainbow*. เข้าถึงได้จาก www.freepdfdown.blogspot.com
- Jamniczky, N. (2556). *Marks & Spencer window displays Autumn 2012*. เข้าถึงได้จาก www.retaildesignblog.net
- John, J. (2556). *For God's Sake, Make Music*. เข้าถึงได้จาก www.crisismagazine.com
- John, L. (2556). *Christmas Window Display on Oxford Street*. เข้าถึงได้จาก www.theguardian.com

- Jommans. (2553). *Christmas Trees Icon*. เข้าถึงได้จาก www.iconarchive.com
- Jonathan, H. (2015). *Corona de Adviento*. เข้าถึงได้จาก www.catholic.or.th
- Josie, N. (2556). *Retail Window*. เข้าถึงได้จาก www.prokhanh.blogspot.com
- Jovan. (2555). *Principles of Design*. เข้าถึงได้จาก www.pinterest.com
- Kelly, M. (2556). *First Forever 21 in the Philippines*. เข้าถึงได้จาก www.spot.ph
- Lacrossebroseth. (2555). *Elements and Principles of Design*. เข้าถึงได้จาก
<https://lacrossebroseth.wordpress.com>
- Lisa, M. (2556). *Fir Ladies*. เข้าถึงได้จาก www.decorlove.com
- London, P. (2556). *Polymer Clay - Colour Theory*. เข้าถึงได้จาก www.pinterest.com
- Maria, Q. (2558). *Craft Art Colours*. เข้าถึงได้จาก www.designingfortheweb.co.uk
- Mannequin Mall. (2556). *Window Display Light and Shade*. เข้าถึงได้จาก www.pinterest.com.
- Mike. (2558). *Christmas Stockings Decorating Ideas*. เข้าถึงได้จาก www.shelterness.com
- Pam, H. (2557). *Christmas Bell*. เข้าถึงได้จาก www.pinterest.com
- Pink, S. (2552). *Damask*. เข้าถึงได้จาก [www.bloggang.com/Pink Studio](http://www.bloggang.com/Pink%20Studio)
- Quadrilateral. (2556). *Four - Sided*. เข้าถึงได้จาก www.thai-language.com
- Rectangle. (2556). *Gold - Rectangle*. เข้าถึงได้จาก www.clker.com/cliparts.com
- Richard, S. (2558). *Above The Fold*. เข้าถึงได้จาก www.viralnova.com
- Sally, L. (2556). *Harmony*. เข้าถึงได้จาก www.leepublishing.net
- Selfridges. (2557). *Bright Young Things 2013*. เข้าถึงได้จาก
www.spaigewyllie1406739.wordpress.com
- St Luke's. (2557). *Christmas Music from Singing Sensations*. เข้าถึงได้จาก
www.stlukes-hospice.co.uk
- The Salvatore Ferragamo. (2556). *Yellow Summer Window Display*. เข้าถึงได้จาก
[www.thebwd.com/Window Display](http://www.thebwd.com/Window%20Display)
- Tracey, Y. (2557). *Geometric Shapes*. เข้าถึงได้จาก www.pinterest.com
- Veselka, D. (2557). *Circle*. เข้าถึงได้จาก www.coronetpublication.net
- Zecharian. (2558). *The Contrast Effect*. เข้าถึงได้จาก www.storylog.com
- Zaueqh. (2557). *Line Art*. เข้าถึงได้จาก www.dailygimpcreations.blogspot.com

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในการถอดอัตลักษณ์คริสต์มาส

วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.....

เวลาที่เริ่มสัมภาษณ์.....สิ้นสุด.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวผู้ให้สัมภาษณ์

- เพศอายุ.....ปี
- ระดับการศึกษา.....
- อาชีพ/ตำแหน่ง.....
- ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน หมู่บ้าน.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
- เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 : ข้อมูลของคริสต์มาส

- ท่านคิดว่า กิจกรรม สำคัญในช่วงเทศกาลคริสต์มาส มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ บรรยากาศ ของเทศกาลคริสต์มาส

.....

.....

.....

- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ สี ที่เป็นอัตลักษณ์ในช่วงเทศกาลคริสต์มาส

.....

.....

.....

- ท่านคิดว่า สัญลักษณ์ ที่สำคัญในช่วงเทศกาลคริสต์มาส ได้แก่อะไรบ้าง

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในการถอดอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี

วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.....

เวลาที่เริ่มสัมภาษณ์.....สิ้นสุด.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวผู้ให้สัมภาษณ์

- เพศอายุ.....ปี
- ระดับการศึกษา.....
- อาชีพ/ตำแหน่ง.....
- ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน หมู่บ้าน.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
- เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 2 : ข้อมูลของจังหวัดชลบุรี

- ท่านคิดว่า กิจกรรม สำคัญของจังหวัดชลบุรี ได้แก่อะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

- บอกชื่อ สถานที่สำคัญ ของจังหวัดชลบุรีที่ท่านทราบ

.....

.....

.....

.....

- สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

- สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

- บอกชื่อ อาหาร มีชื่อเสียงของจังหวัดชลบุรี มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

- ของฝาก ที่น่าสนใจของจังหวัดชลบุรี มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

- ประเพณี ที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

- บอกลำดับเทศกาลสำคัญของจังหวัดชลบุรี ที่ท่านทราบ

.....

.....

.....

แบบสอบถามอัตลักษณ์คริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรี

ในเรื่อง การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

วินโดว์ ดิสเพลย์ หมายถึง หน้าต่างหรือช่องกระจกใสที่มีการจัดแสดงหน้าต่างโชว์ในช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาสของพื้นที่จังหวัดชลบุรี สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ แบบหน้าต่างเดี่ยวและแบบหน้าต่างชุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ระหว่าง 18-30 ปี

☐ ระหว่าง 31-40 ปี

☐ ระหว่าง 41-50 ปี

☐ มากกว่า 51-60 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

☐ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

☐ นิสิต / นักศึกษา

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามอัตลักษณ์คริสต์มาสและอัตลักษณ์พื้นที่จังหวัดชลบุรีในเรื่องการออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี โดยบุคคลทั่วไปของพื้นที่จังหวัดชลบุรี จำนวน 150 ตัวอย่าง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

5=เห็นด้วยมากที่สุด 4=เห็นด้วยมาก 3=เห็นด้วยปานกลาง 2=เห็นด้วยน้อย 1=ไม่เห็นด้วย

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์กิจกรรมคริสต์มาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- งานเลี้ยงฉลอง					
- พิธีสวดของชาวคริสต์					
- การซื้อของขวัญมอบให้กัน					
- การส่งการ์ดอวยพร					
- ประดับกล่องของขวัญได้ต้นไม้					
- ชมภาพยนตร์เกี่ยวกับวันคริสต์มาส					
- ตกแต่งต้นคริสต์มาส					
- แหวนถุงเท้าบนหัวเตียง					
- รับประทานอาหารมื้อพิเศษ					
- ชมไฟคริสต์มาส					
- การตกแต่งโบสถ์วันคริสต์มาส					
- แจกของขวัญ					
- พบปะคนในครอบครัว					

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์บรรยากาศคริสต์มาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- ครอบครัว					
- การพบปะสังสรรค์					
- ดื่มน้ำฤดูหนาว					
- สีสันการประดับไฟ					
- งานรื่นเริง					
- การแต่งชุดซานต้า					
- เล่นเพลงคริสต์มาส					

- ความสว่างไสว					
- ความอบอุ่น					
- ความมีชีวิตชีวา					
- ความปราถนาดี					
- ความสุข					
- ความรัก					
- ความสนุกสนาน					
- เสียงหัวเราะ					
- เสียงกระดิ่ง					
- เสียงเพลง Jingle Bells					

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์สัญลักษณ์คริสต์มาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- ดอกไม้คริสต์มาส					
- ต้นคริสต์มาส					
- หมวกซานต้า					
- กलोंของขวัญคริสต์มาส					
- ถุงเท้าคริสต์มาส					
- ลูกสน					
- ระฆัง/กระดิ่ง					
- ผลึกหิมะ(สโนว์คริสตัล)					
- เครื่องประดับและแอปเปิล					
- พวงมาลัยคริสต์มาส					
- ซานตาครอส					
- ตุ๊กตาหิมะ					

- พระเยซูคริสต์					
- กวางเรนเดียร์					
- ลา					
- แกะ					
- คู๊กกี					
- ลูกกวาด					
- เค้ก					
- ขนมปัง					
- ไก่จวง					
- ไวน์					
- พระแม่มาลี					
- กองฟาง					
- ดอกสัตว์					
- มิส ซัลโท (ห้อยอยู่เหนือใคร ต้องจูบกัน)					
- ต้นฮอลลี่					
- ดาว					

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์สีคริสต์มาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- สีเขียว					
- สีขาว					
- สีแดง					
- สีทอง					
- สีฟ้า					

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์อาหารในจังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- ก๋วยเตี๋ยวบ้านบึง					
- ข้าวเกรียบอ่อน					
- แจงลอน					
- อาหารทะเลสด					
- ข้าวหลาม					
- ปลาตาก					
- หอยจ๊อ					
- ขนมจาก					
- ขนมจีนบ้านบึง					
- ไก่หุบบอน					
- ห่อหมก					

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์ประเพณีในจังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- การทอยโจ๊ก					
- ติโฮ้เมฆอิหมอก					
- เทศมหาราชาดิ					
- ประเพณีวิ่งควาย					
- ทำบุญก่อพระทราย น้ำไหล					
- แห่พญายม					
- ตักบาตรข้าวต้มหาง					
- มวยดับจาก					
- ประเพณีกองข้าวบวงสรวง					

- ทำบุญกลางบ้านพนัสนิคม					
-------------------------	--	--	--	--	--

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์ของฝากในจังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- เครื่องจักสานพนัสนิคม					
- ผลิตภัณฑ์จากทะเล					
- ครกอ่างศิลา					
- อาหารทะเลแปรรูป					
- ผ้าทออ่างศิลา					

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์เทศกาลในจังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- เทศกาลกินเจ					
- เทศกาลสงกรานต์					
- งานเทศกาลวันไหลพัทยา					
- งานเทศกาลบอลูนนานาชาติ					
- งานเทศกาลรถจักรยานยนต์พัทยา					
- งานเทศกาลดนตรีพัทยา					
- งานเทศกาลกีฬา					
- งานกาชาดชลบุรี					
- เทศกาลประจำจังหวัดชลบุรี					
- งานเทศกาลวันไหลบางแสน					
- เทศกาลวันลอยกระทง					
- รำลึก 100 ปีชาวเกาะสีชัง					

รายละเอียดด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว ทางธรรมชาติในจังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- ชายหาดบางแสน					
- หาดจอมเทียน					
- สวนเสือศรีราชา					
- สวนนงนุช					
- เกาะสีชัง					
- เกาะล้าน					
- เกาะลอยศรีราชา					
- อ่างเก็บน้ำบางพระ					
- น้ำตกชันตาเถร					
- หาดเตยงาม					
- ป่าชายเลน					

รายละเอียดด้านอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมในจังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- ศาลเจ้านาจาซาโให้จ้อ					
- วัดใหญ่อินทาราม					
- พระพุทธรูปแกะสลักเขาชีจรรย์					
- ศาลเจ้าแม่เหาะสามมุก					

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์สถานที่สำคัญในจังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- พัทยา					
- อ่างศิลา					

- หมู่บ้านแสมสาร					
- จักสานพนัสนิคม					
- สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี					
- ท่าเรือแหลมฉบัง					
- สนามบินอู่ตะเภา					
- ฐานทัพเรือสัตหีบ					
- นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร					
- มหาวิทยาลัยบูรพา					
- พิพิธภัณฑ์ศิลปะ 3 มิติ					
- พิพิธภัณฑ์ปอปลีย์					
- พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ทางทะเล					

รายละเอียด ด้านอัตลักษณ์กิจกรรมในจังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
- จักรยานริมชายหาด					
- ดากอากาศชายหาด					
- กิจกรรมแข่งเรือ					
- เล่นพารามอเตอร์					
- การแข่งรถพื้ยาเซอร์กิต					
- เล่นเรือใบ					
- ซ็องของฝาก					
- รับประทานอาหารทะเล					
- สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์					
- ชมพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ					

**แบบสอบถามประเมินความเหมาะสมการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส
ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี**

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ประเมิน

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

อายุ.....ปี

สถานภาพ ☐ นิสิต/นักศึกษา ☐ อาจารย์/บุคลากร
☐ บุคคลทั่วไป

ตอนที่ 2 ความเห็นของผู้ประเมิน (5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

หัวข้อประเมิน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านการออกแบบผลงาน					
1. จากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาคริสต์มาสท่านสามารถรับรู้ เรื่องราวความสอดคล้องของพื้นที่จังหวัดชลบุรีได้เพียงใด					
2. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ บ่งบอกถึงความเป็นคริสต์มาส ของจังหวัดชลบุรีได้อย่างชัดเจนเพียงใด					
ด้านความสวยงาม					
1. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างความสวยงามสะดุดตา ให้กับบุคคลทั่วไปได้เพียงใด					
2. ความเหมาะสมในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัด					

ชลบุรีได้เพียงใด					
ด้านการใช้สี					
1. จากการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส การใช้สีมีความเหมาะสมกับจังหวัดชลบุรีมากน้อยเพียงใด					
2. การใช้สีสำหรับการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส แสดงถึงความเป็นจังหวัดชลบุรีได้เพียงใด					
ด้านประโยชน์					
1. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี เป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดชลบุรีได้เพียงใด					
2. การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถเป็นต้นแบบการสร้างภาพลักษณ์ให้กับเทศกาลในจังหวัดอื่นๆได้มากน้อยเพียงใด					
3. รูปแบบในการนำเสนอของวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส สามารถสร้างความน่าสนใจในให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีได้มากน้อยเพียงใด					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....

.....

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
เอกสารในการวิจัย

ที่ ๑๗/๒๕๕๘



เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาเค้าโครงวิทยานิพนธ์

เรื่อง การออกแบบ วินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี

หัวหน้าโครงการวิจัย นางสาวกุลณา เต็มดี

หลักสูตร/สาขาวิชา ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า เค้าโครงวิทยานิพนธ์ดังกล่าวเป็นตามหลักการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัย เคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดภัยอันตรายแก่ ตัวอย่างการวิจัยกลุ่มตัวอย่าง และผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงร่างวิทยานิพนธ์ที่เสนอได้ ตั้งแต่วันที่ออก เอกสารรับรองผลการพิจารณาการวิจัยในมนุษย์ฉบับนี้จนถึงวันที่ ๖ มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๙

ออกให้ ณ วันที่ ๖ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๘

ลงนาม



(ศาสตราจารย์สุชาติ เกาทอง)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานคณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์ โทร. ๒๕๐๔

ที่ ศธ ๖๖๒๐.๑/๖๕๖

วันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ภารดี มหาขันธ์

ด้วย นางสาวกุลนภา เต็มดี นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของ ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้าง เครื่องมือเพื่อการวิจัย(ดังเอกสารแนบ) ในการนี้ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความ เที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิต ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์เทพศักดิ์ ทองนพคุณ)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานคณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์ โทร. ๒๕๐๔

ที่ ศธ ๖๖๒๐.๑/๖๕๖

วันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง

ด้วย นางสาวกุลนภา เต็มดี นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของ ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย(ดังเอกสารแนบ) ในการนี้ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิต ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์เทพศักดิ์ ทองนพคุณ)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานคณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์ โทร. ๒๕๐๔

ที่ ศธ ๖๖๒๐.๑/๖๕๖

วันที่ ๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ วนิชวัฒนาวุฒิ

ด้วย นางสาวกุลภา เต็มดี นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาเทศกาลคริสต์มาส ในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี” ในความควบคุมดูแลของ ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้าง เครื่องมือเพื่อการวิจัย(ดังเอกสารแนบ) ในการนี้ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความ เที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิต ในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์เทพศักดิ์ ทองนพคุณ)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ภาคผนวก ค
ภาพผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์

ภาพแสดงผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ช่วงเวลาคริสต์มาสในบริบทของพื้นที่จังหวัดชลบุรี







ภาพแสดงผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์ บรรยากาศผู้เข้าชมงาน

