

ศิลปะไคเนติก : การออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์

Kinetic Art Method: Songkarn Window Display Design

รวีกร ฤทธิญาตี (Rawikorn Thawinyat)^{1*} ดร.ศุภรา อรุณศรีมรกต (Dr.Supara Aroonsrimorakot)**

ดร.พกามาศ สุวรรณนิภา (Dr.Pakamas Suwannipa)**

(Received: September 12, 2024; Revised: February 27, 2025; Accepted: March 3, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสุนทรียภาพในการรับรู้ของคนในสังคมปัจจุบัน ภาพลักษณ์ของเทศกาลสงกรานต์ การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ และกรณีศึกษาแบรนด์สินค้าเพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ ของแบรนด์ ของเทศกาลสงกรานต์ และของความเป็นไทยที่สื่อสารผ่านการออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์ด้วยแนวทางศิลปะร่วมสมัย เพื่อสร้างสรรค์เรขศิลป์และวินโดว์ดิสเพลย์ที่ผสมผสานศิลปะไคเนติกสำหรับเทศกาลสงกรานต์ ตลอดจนเสริมแนวทางในการสร้างสำนึกไทยในบริบทใหม่ และเพื่อประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าจากการเยี่ยมชมวินโดว์ดิสเพลย์ โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านอัตลักษณ์เทศกาลสงกรานต์ไทย ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ผ่านผลงานการออกแบบตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์ด้วยแนวทางศิลปะไคเนติก พบว่า การออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์ด้วยลวดลาย สัญลักษณ์ที่ได้จากอัตลักษณ์เทศกาลสงกรานต์ไทย การใช้ลายเส้นลักษณะเส้นประแบ่ง สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์สงกรานต์ไทยได้ดี ในการถ่ายทอดเรื่องราวกิจกรรมสำคัญต่างๆ การนำอัตลักษณ์ของภาพลักษณ์ของแบรนด์แว่นที่อบเจริญ อย่างตราสัญลักษณ์ของแบรนด์มาออกแบบสร้างตัวละคร (Character) ใส่ความเป็นตัวตนของแบรนด์ที่แสดงถึงความเป็นไทย อารมณ์ความสนุก ขี้เล่น ความทันสมัย เพื่อสื่อถึงเรื่องราวเทศกาลสงกรานต์ผ่านแบรนด์แว่นที่อบเจริญ ที่นำเสนอด้วยแนวทางศิลปะไคเนติก ทำให้ผลงานตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์มีความเคลื่อนไหวด้วยมิติการมองเห็นสี (Color Vision) เกิดการรับรู้ทางสายตา ด้วยการมองเห็นผลงานด้วยตาเปล่า และมองเห็นผ่านเลนส์ หรือฟิล์มสีฟ้าและสีแดง ทำให้มองเห็นสีสั่นลวดลายสีผ่านเรื่องราวกิจกรรมเทศกาลสงกรานต์ได้แตกต่างกัน ส่งผลให้ในการชมผลงานรูปแบบแปลกใหม่ สร้างความสนใจ สะดุดตาให้บุคคลทั่วไปได้ โดยสิ่งสำคัญที่ได้รับจากการจัดวินโดว์ดิสเพลย์นี้ คือ การสร้างภาพจำ เอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ และสร้างการมีส่วนร่วมบริบททางสังคมต่อไป

ABSTRACT

This research aims to study the aesthetics perception in contemporary society with focus on the imagery of the Songkran festival, window display design, and case studies of brands identity, the identity of the Songkran festival, and the identity of Thainess communicated through contemporary art-based of window display design. The research seeks to create with window displays kinetic art and of that blended contemporary art for the Songkran festival, as well as to promote a new approach to creating a sense of Thai identity and to evaluate customer satisfaction from visiting the window display.

¹ Corresponding author: rawikorn_t@hotmail.com

*นักศึกษ าลัทธิศาสตร์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

**Students, Master of Fine and Applied Arts Program, Faculty of Fine and Applied Arts, Burapha University

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

**Assistant Professor, Faculty of Fine and Applied Arts, Burapha University

By employing a mixed-methods approach, including surveys and interviews with participants, the study analyzed data on the identity of Thai Songkran festival, its brand image, along with window display design. Drawing upon theories of semiotics and cultural studies, the findings revealed that window display designs incorporating patterns and symbols from Thai Songkran festival identity, using a line style similar to powder hands imprint, effectively convey the image of Songkran in communicating the stories of various important activities during Songkran festival. The incorporation of Kinetic art and the brand identity of Top Charoen Optical, such as the brand logo, into the design of characters that embody the brand's identity, which represents sense of Thainess, fun, playfulness, and modernity. The story of the Songkran festival through the Top Charoen Optical brand with a resulted in a window display with movement through visual Color vision dimensions, creating a visual perception when viewing the work with the bared eye and through blue and red lenses or with films, which allow for different viewing of the colors and patterns that communicate the story of the festival activities. This resulted in a novel form of artwork that attracted attention and captivated the general public. Importantly, this has an impact on brand recall, identity, and creates social context engagement.

คำสำคัญ: วินโดว์ดิสเพลย์ ซิลูเอทสงกรานต์ไทย ศิลปะไคเนติก

Keywords: Window Display, Silhouette Songkarn Thai, Kinetic Art

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ประเทศไทยได้รับผลกระทบในหลายด้าน เช่น ด้านพฤติกรรมของมนุษย์ การปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวันตามรูปแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) คือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่คลี่คลายขึ้น ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนออกไปทำกิจกรรมต่างๆ นอกบ้านมากขึ้น รวมถึงการกลับไปซื้อสินค้าผ่านช่องทางหน้าร้าน (Physical Store) ความคุ้นเคยจากการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผ่านมา ทำให้การซื้อขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ยังคงอยู่ และเป็นหนึ่งในพฤติกรรม New Normal ต่อไป [1] ด้านเศรษฐกิจ กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจค้าปลีก ตั้งแต่ผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยเฉพาะศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า รวมถึงกลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อยต่างๆ เช่น เครื่องแต่งกาย กระเป๋า แว่นตา เครื่องประดับ เป็นต้น เกิดการปรับรูปแบบในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรม เช่น การขายสินค้าทางช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) การทำการตลาดแบบ Omni-Channel หรือการเชื่อมแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน [2] ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้า ตลอดจนร้านค้าปลีกต่างๆ ให้การมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า หรือการเดินทางออกมาจากที่พักอาศัยเพื่อมาเลือกชมหรือซื้อสินค้า ได้แก่ การจัดตกแต่งบรรยากาศของห้างสรรพสินค้า และการตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์ของร้านค้าต่างๆ

การจัดตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์ (Window Display) ต้องอาศัยความรู้ทางด้านศาสตร์และศิลป์ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบตลอดจนความเข้าใจในแบรนด์และสินค้า ถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญสำหรับกล

ยุทธศาสตร์สื่อสารการตลาด เพื่อที่จะสร้างสรรค์สื่อที่มีเรื่องราว ความสวยงามและสร้างความน่าสนใจ การสร้างการรับรู้ สื่อสารให้ข้อมูล และสร้างความแตกต่างระหว่างแบรนด์ ด้วยการนำเสนอสินค้าที่หลากหลาย [3]

ธีม (Theme) ที่นิยมนำมาสร้างสรรค์งานตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์ในประเทศไทย จะนิยมนำเทศกาลคริสต์มาส (Christmas) เทศกาลปีใหม่ (New Year) มาสร้างสรรค์จัดตกแต่งในแบบสไตล์ยุโรป [4] แต่การนำธีมตามเทศกาลของไทย ยังไม่เป็นที่นิยม เช่น เทศกาลสงกรานต์ (Songkran Festival) ที่เป็นเทศกาลปีใหม่ของคนไทย มีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นที่รู้จักในระดับโลกมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจและเข้าร่วมทำกิจกรรมในเทศกาลนี้

รูปแบบการนำเสนองานตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์ (Window Display) โดยมากในประเทศไทยที่ผ่านมาจะมีลักษณะเป็นแบบนิ่ง การสร้างปฏิสัมพันธ์ของงานออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์ มีวิธีและกระบวนการที่หลากหลายในปัจจุบัน เช่น การใช้สื่อเทคโนโลยี การใช้ระบบดั้งเดิม (Manual) หรือการใช้รูปแบบเชิงศิลปะที่มีความสอดคล้อง ซึ่งในปัจจุบันพบว่า คนในสังคมเริ่มเกิดการอึดอัดกับการตามสิ่งที่ล้ำสมัยตลอดเวลา แต่กลับมองหาสิ่งที่เป็นตนเอง ดังนั้น ความธรรมดาของมนุษย์ที่ปราศจากการปรุงแต่งจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ยังบอกความเป็นตนเองได้มากที่สุด ดังนั้น การใช้ระบบดั้งเดิม (Manual) ในการออกแบบจะเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบสัมผัส และช่วยกระตุ้นอารมณ์ การรับรู้ของคนในสังคมปัจจุบันได้มากกว่ารูปแบบที่สำเร็จรูปทางเทคโนโลยี ซึ่งเมื่อพิจารณาในรูปแบบศิลปะและการ ออกแบบแล้ว แนวทางศิลปะไคเนติก (Kinetic Art) ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของแสง สี รูปทรง [5] สามารถทำให้เกิดแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะแบบใหม่ สนับสนุนการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายและผู้ ที่สนใจต่อวินโดว์ดิสเพลย์ ตลอดจนการรับรู้ที่แตกต่างออกไปจากวินโดว์ดิสเพลย์รูปแบบเดิม

แบรนด์กรณีศึกษาร้านแว่นท็อปเจริญแฟล็กชิปสโตร์ สาขาสยามสแควร์ ซอย 7 ตั้งอยู่บนพื้นที่อาคาร 4 ชั้น รวมเนื้อที่กว่า 448 ตารางเมตร โดยแฟล็กชิปสโตร์แห่งนี้ ได้ถูกพลิกโฉมให้มีดีไซน์หรูหราทันสมัยและแสงสีสุดอลังการ ถือเป็นศูนย์รวมแว่นตาและเลนส์ขนาดใหญ่ที่สุดของไทย มีสินค้าแว่นตา เลนส์สายตา คอนแทคเลนส์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ดวงตาจากแบรนด์ชั้นนำ ผ่านคอนเซ็ปต์ “Simple Fashion & Smart Vision” ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์แฟชั่น และได้ตรวจวัดสายตากับหมอสายตา (นักทัศนมาตร) ผู้เชี่ยวชาญในการประกอบแว่น ถือเป็นศูนย์บริการครบวงจร



ภาพที่ 1 ร้านแว่นตาท็อปเจริญ Flagship Store สาขา Flagship Store สยามสแควร์

ผู้วิจัยได้นำแบรนด์ร้านแว่นท็อปเจริญแฟล็กชิปสโตร์ สาขาสยามสแควร์ ซอย 7 มาเป็นกรณีศึกษา ซึ่งมีความโดดเด่นจากภาพลักษณ์ของร้านค้าในรูปแบบอาคารพาณิชย์ทาสีฟ้าขาวนั้น เนื่องจากมีการปรับแฟล็กชิปสโตร์ ให้มีความสอดคล้องกับคอนเซ็ปต์ของพื้นที่ย่านสยามสแควร์ โดยได้มีการปรับภาพลักษณ์ให้มีความหรูหราทันสมัย เพื่อให้เป็นแบรนด์แว่นตาที่อยู่ในใจลูกค้า และความเชี่ยวชาญด้านสายตาชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งนอกจากจะปรับปรุงแบบดีไซน์ร้านแล้วยังรวมไปถึงการออกแบบการจัดเรียงสินค้าที่เน้นให้สินค้าดูโดดเด่น และมีสินค้าแบรนด์ลัคซ์วีรียากหลายมากขึ้น [6]

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ปัจจุบันนี้กระแสนิยมจากต่างประเทศเข้ามามีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อการรับรู้และการใช้ชีวิตในสังคมของคนไทยมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้เอกลักษณ์ความเป็นไทยเลือนหายไป และยังไม่มีการกระตุ้นอย่างจริงจังเพื่อก่อให้เกิดสำนึกคุณค่าของความเป็นไทยจากสิ่งรอบตัว ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษา

การออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์ของประเทศไทยด้วยแนวทางศิลปะโคเนติกที่มีความสอดคล้องกับการสร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานกับผู้ชม เพื่อแสดงให้เห็นถึงแนวทางการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค โอกาสในการสร้างยอดขายให้กับร้านค้า และสามารถถ่ายทอดคุณค่าของประเพณีไทยให้กับคนในสังคมไทยและนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสุนทรียภาพการรับรู้ของคนในสังคมปัจจุบันของการประแป้งช่วงสงกรานต์ ภาพลักษณ์ของเทศกาลสงกรานต์การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ และกรณีศึกษาแบรนด์สินค้า
2. เพื่อสร้างสรรค์เรขศิลป์และวินโดว์ ดิสเพลย์ ที่ผสมผสานศิลปะโคเนติกสำหรับเทศกาลสงกรานต์
3. เพื่อวัดผลความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าร้านวนที่อปเจริญจากการเยี่ยมชมวินโดว์ดิสเพลย์

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงานด้านการออกแบบ โดยผู้วิจัยกำหนดข้อมูลการวิจัยไว้ 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ ที่มีการสัมภาษณ์ และแบบการสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและลูกค้าของแบรนด์ และข้อมูลทุติยภูมิด้วยการศึกษาจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาทั้งหมดจะนำมาวิเคราะห์ นำไปสู่แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ และแนวทางการออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์ โดยมีวิธีการดังนี้

1. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์เทศกาลสงกรานต์ไทย ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกับบุคคลทั่วไป และผู้ใช้บริการแบรนด์ ประชากรวัยรุ่น อายุ 20 -29 ปี และกลุ่มประชากรวัยทำงาน อายุ 30 - 45 ปี วิเคราะห์ด้านพื้นที่โดยแบ่งเป็น 3 พื้นที่ คือ 1) พื้นที่ร้านเป็นอาคารพาณิชย์ วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว มีมุมมองแบบโปร่ง ซึ่งสามารถมองเห็นสินค้าได้ทั้งจากภายในและภายนอกได้ ลักษณะพื้นที่ของวินโดว์ดิสเพลย์มีพื้นที่จากผนังกระจกมีความลึกเพียงเล็กน้อย มีแท่นโชว์สินค้าวางแบบยึดติดพื้นถาวร ซึ่งวางในตำแหน่งชิดกระจกไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ 2) พื้นที่โดยรอบของร้านค้า รูปแบบเปิด มีมุมมองแบบโปร่ง ผู้คนเดินผ่านสัญจรไปมา และสัญจรผ่านโดยรถยนต์ตลอดทั้งวัน 3) พื้นที่อื่นทางเข้าร้าน ภายในร้านค้า เพื่อเชื่อมต่อเรื่องราวการตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์

2. ออกแบบลวดลายใหม่ด้วยแนวทางศิลปะโคเนติก โดยออกแบบภาพร่างผ่านกระบวนการทางคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรม Illustrator เพื่อวาดด้วยลายเส้นแบบเส้นอิสระ ให้เกิดลวดลายซิวเอทสงกรานต์ไทย รูปร่าง รูปทรงจากการประแป้ง และมีความเหมาะสมกับการนำไปสร้างสรรค์ผลงานได้จริง

3. นำการออกแบบภาพร่าง ใช้ในการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญถึงเรื่องข้อมูลมุมมองแนวคิด ความเหมาะสม เพื่อนำหลักสำคัญมาใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงาน แนะนำในการพัฒนาต่อไป

4. นำลวดลายกราฟิกที่ได้จากมาวิเคราะห์ลักษณะลวดลาย และศึกษาทฤษฎีศิลป์ องค์ประกอบศิลป์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับกระบวนการออกแบบลวดลาย และวิธีการแสดงออกอย่างมีสุนทรียภาพ เพื่อสร้างสรรค์ลวดลายใหม่

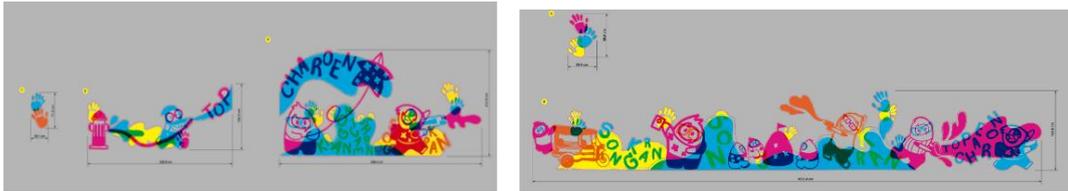
5. วิเคราะห์ด้านวัสดุผลิตที่เหมาะสมสำหรับตกแต่งที่ผนังกระจกวินโดว์ ดิสเพลย์ แท่นวางโชว์สินค้า และวัสดุสำหรับอุปกรณ์ช่วยโชว์สินค้า (Props.)

6. สร้างสรรค์ผลงานศิลปะโคเนติก : การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์ ประกอบด้วย 3 ผลงาน รวมถึงพื้นที่โดยรอบ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงของพื้นที่ของร้านค้า ได้แก่

6.1 วินโดว์ดิสเพลย์ จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้าน A ขนาด 780 เซนติเมตร x 260 เซนติเมตร และด้าน B ขนาด 1,060 เซนติเมตร x 260 เซนติเมตร



ภาพที่ 2 พื้นที่ของวินโดว์ ดิสเพลย์ด้าน A และด้าน B



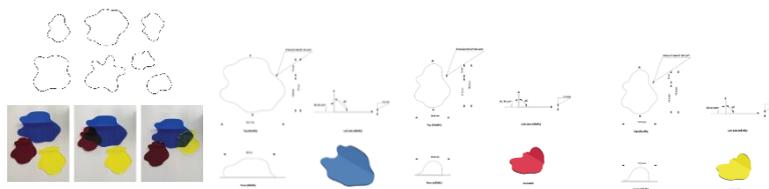
ภาพที่ 3 การออกแบบลวดลายวินโดว์ดิสเพลย์ด้าน A ด้าน B

6.2 แท่นดิสเพลย์ (Pedestal) จำนวน 3 แท่น ได้แก่ 1) ขนาด 40 x 40 x 114 เซนติเมตร 2) ขนาด 40 x 40 x 128 เซนติเมตร 3) ขนาด 40 x 40 x 145 เซนติเมตร



ภาพที่ 4 แท่นโชว์สินค้า (Pedestal) และการออกแบบลวดลายแท่นโชว์สินค้า (Pedestal) บริเวณทางเข้าของร้าน

6.3 อุปกรณ์ช่วยโชว์สินค้า (Props.) จำนวน 1 ชุด ชั้นที่ 1 ขนาด 24.7 เซนติเมตร x 21 เซนติเมตร ชั้นที่ 2 ขนาด 12.8 เซนติเมตร x 16.2 เซนติเมตร ชั้นที่ 3 ขนาด 12.8 เซนติเมตร x 16.2 เซนติเมตร

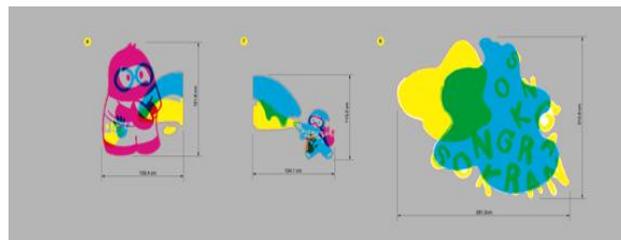


ภาพที่ 5 การออกแบบอุปกรณ์ช่วยโชว์สินค้า (Props.)



ภาพที่ 6 ภาพผลงานอุปกรณ์ช่วยโชว์ (Props.) ที่จัดวางกับสินค้า บนแท่นโชว์สินค้า

6.4 ภาพรวมการจัดการพื้นที่โดยรอบ รวมถึงพื้นที่เชื่อมต่อของร้าน ได้แก่ ประตูทางเข้าของร้านรวมถึงพื้นที่ทางเข้าร้าน และบริเวณพื้นที่วางแท่นディスプレイภาพ ผลงานออกแบบพื้นที่ประตูกระจกทางเข้าของร้าน และบริเวณพื้นที่ทางเข้าร้าน



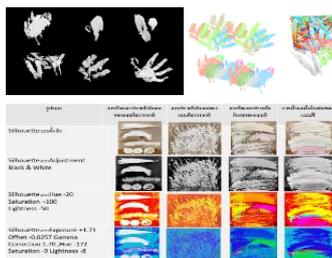
ภาพที่ 7 การออกแบบลวดลายตกแต่งพื้นที่โดยรอบร้าน

ผลการวิจัย

1. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์เทศกาลสงกรานต์ไทย พบว่า ลวดลายที่สามารถสื่อถึงเทศกาลสงกรานต์ไทย สร้างความสวยงาม สะดุดตาให้บุคคลทั่วไป และสื่อถึงกิจกรรมสำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ โดยการสื่อสารผ่านแบรนด์โดยใช้สัญลักษณ์ของเทศกาลสงกรานต์ เช่น ปืนฉีดน้ำ สาดน้ำ ประแป้ง เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อภาพจำของบุคคลทั่วไปเป็นอย่างมาก

2. วิเคราะห์ด้านพื้นที่ โดยแบ่งเป็น 2 พื้นที่ คือ 1) พื้นที่ร้านเป็นอาคารพาณิชย์ วินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยวมีมุมมองแบบโปร่ง สามารถมองเห็นสินค้าได้ทั้งจากภายในและภายนอกได้ ลักษณะพื้นที่ของวินโดว์ ดิสเพลย์มีความลึกเพียงเล็กน้อย มีแท่นโชว์สินค้าวางแบบยึดติดพื้นถาวร ซึ่งวางในตำแหน่งซิดกระจากไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ 2) พื้นที่โดยรอบของร้านค้า รูปแบบเปิด มีผู้คนเดินผ่านสัญจรไปมา และสัญจรผ่านโดยรถยนต์ ตลอดทั้งวัน

3. ผลการออกแบบลวดลายใหม่ด้วยแนวทางศิลปะโคเนติก โดยออกแบบภาพร่าง โดยใช้แรงบันดาลใจจากการประแป้งถ่ายทอดเทศกาลสงกรานต์ วาดด้วยลายเส้น แบบเส้นอิสระที่เป็นลักษณะลายเส้นของการประแป้ง



ภาพที่ 8 รูปแบบลายเส้นของการประแป้ง

ให้เกิดลวดลายซึ่วเอทสงกรานต์ไทย นำภาพลักษณ์ของแบนด์แวนท์ที่อปเจริญมาสร้างสรรค์ผ่านการออกแบบตัวละคร (Character) โดยนำตราสัญลักษณ์แบนด์มาลดทอน เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ของแบนด์ ผ่านกิจกรรมต่างๆ ของวันสงกรานต์ได้ต่อเนื่อง สนุกสนาน สวยงาม โดดเด่น ส่งผลให้ผู้ชมอยากจะเข้าชมสินค้าภายในร้านอีกด้วย โทนสีใช้เทคนิคแนวทางศิลปะโคเนติก การทับซ้อนของภาพสีทำให้เกิดสีเพิ่มเติม จึงทำให้เกิดการมองผลงานด้วยตาเปล่าที่เห็นลวดลายโทนสีสดใสโดดเด่นสวยงาม และเมื่อมองผลงานผ่านเลนส์หรือฟิล์ม สีแดงหรือสีฟ้า ก็สามารถเห็นภาพลวดลายที่แตกต่างจากการมองด้วยตาเปล่า และแตกต่างจากการมองผลงานผ่านเลนส์แต่ละสีอีกด้วย จึงส่งผลให้ผู้ชมผลงานรู้สึกประทับใจ มีส่วนร่วม ได้รับประสบการณ์ใหม่จากการรับชมผลงาน ซึ่งเป็นไปตามจุดประสงค์หลักของการสร้างผลงานชิ้นนี้ ลำดับต่อมาการประเมินด้านการตลาด และการสื่อสาร

ผลจากการนำการออกแบบภาพร่าง (รูปภาพแบบร่าง) โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะ

- มุมมองแนวคิดเรื่องรูปแบบของแบนด์แวนท์ที่อปเจริญ คำนึงถึงความเป็นไทยในรูปแบบการสื่อสารต่างๆ การนำเสนอข้อมูลของแบนด์ที่ส่งต่อกลุ่มลูกค้าแบบตรงไปตรงมา มีรูปแบบสนุก ชี้เล่น รวมถึงแบนด์มีการปรับตัวอย่างให้ทันสมัยขึ้น

- เรื่องรูปแบบของผลงานออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์มีความเหมาะสมกับแบนด์แวนท์ที่อปเจริญ โดยผลงานสร้างสรรค์ออกแบบการนำตัวละคร (Character) ของแบนด์ มาใช้สื่อสารเรื่องราวเทศกาลสงกรานต์ได้อย่างลงตัว เป็นการสื่อสารที่มีความเคลื่อนไหว (Movement) สนุก ลื่นไหล ไม่หยุดนิ่ง ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงอารมณ์ (Mood) บรรยากาศของเทศกาลสงกรานต์ได้อย่างชัดเจนด้วยแนวทางศิลปะโคเนติก

4. ผลจากการศึกษา วิเคราะห์อัตลักษณ์ของแบนด์แวนท์ที่อปเจริญ พบว่า อัตลักษณ์ที่สื่อถึงแบนด์ ลำดับที่ 1 คือ แวนท์ รองลงมาคือ ตราสัญลักษณ์สีฟ้า ผู้วิจัยจึงนำเอาตราสัญลักษณ์ของแบนด์ที่อปเจริญมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ โดยดึงเอกลักษณ์ที่ปลายแหลมตรงปลายตราสัญลักษณ์แวนท์ที่อปเจริญมาใช้ในตัวละครให้เป็นที่จดจำได้ง่าย ออกแบบให้มีเส้นความกลมโค้งมน เพื่อให้ดูเข้าถึงได้ง่าย และดูเป็นมิตร

5. ผลจากการนำลวดลายกราฟิกที่ได้จากการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ ผู้วิจัยได้สร้างผลงานจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำมาพิจารณาคัดเลือกในขั้นตอนการสร้างผลงานจึงทำให้ตัวผลงานมีความถูกต้องและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

- วิเคราะห์ด้านวัสดุผลิต ผู้วิจัยเลือกสติ๊กเกอร์รูปแบบใส พิมพ์ผลงานด้วยการพิมพ์ลงบนพื้นหลังสีขาว 80% จากนั้นพิมพ์สีลงทับ เพื่อให้ผลงานติดบนผนังกระจกใส ณ สถานที่จริงสามารถมองเห็นได้จากในร้าน โดยเมื่อมองจากภายในร้านแสงสามารถลอดผ่านสติ๊กเกอร์ได้ ทำให้ในร้านไม่ทึบ มองเห็นลวดลายและสี แต่สีที่มองจากด้านภายนอกมีสีสด ความเข้มของสี ชัดเจน และหากมองผ่านเลนส์สีแดงและสีฟ้ายังสามารถมองเห็นลวดลายได้อย่างชัดเจนในระดับที่เหมาะสม

- วัสดุที่เหมาะสมสำหรับอุปกรณ์ช่วยโชว์สินค้า (Props.) ผู้วิจัยเลือกใช้อะคริลิกสีแบบใส เพื่อสร้างการมองเห็นสีด้วยการซ้อนสีของอะคริลิกสี เนื่องจากพื้นที่บนแท่นโชว์สินค้ามีพื้นที่น้อย ผู้วิจัยจึงออกแบบให้อุปกรณ์ช่วยโชว์สินค้ามีมิติการมองเห็นสี ด้วยการพับอะคริลิกสีเป็นแนวตั้งฉากเพื่อสร้างลูกเล่นในการวางเสมือนเป็นน้ำที่ไหล โดยทำแนวพับของอะคริลิกให้ตั้งฉากเพื่อทำให้เกิดโฟกัสในมองตัวสินค้าที่วาง และใช้วัสดุเป็นอะคริลิกสีแบบใสมองทะลุผ่านได้ ทำให้อุปกรณ์ทับซ้อนกันเกิดเป็นสีใหม่ เพื่อสื่อสารมุมมองทางสายตา ตามแนวคิดของเรื่องราวเทศกาลสงกรานต์

สรุปและอภิปรายผล

ผลงานสร้างสรรค์ศิลปะไคเนติก: การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์ ได้ใช้วิธีการถอดถอดลักษณะจากเทศกาลสงกรานต์ อัตลักษณ์ความเป็นไทย ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และแนวทางเทคนิคของศิลปะไคเนติก เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ แบบหน้าต่างเดี่ยว สามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังนี้

3. ด้านเนื้อหา

เรื่องเทศกาลสงกรานต์

- กิจกรรมที่มีความสำคัญในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ที่นิยมเฉลิมฉลอง รวมตัวกันในบรรยากาศที่มีความสุข สนุกสนาน และมีกิจกรรมที่นิยมในช่วงเทศกาล เช่น การเล่นน้ำ ประแป้ง รดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ ก่อเจดีย์ทราย เป็นต้น
- สีที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลสงกรานต์ คือ สีของน้ำในเทศกาลสงกรานต์ สีฟ้าและสีโปร่งใส สีเสื้อของผู้คนที่ออกมาเล่นน้ำ มักเป็นสีสดใส มักเห็นสีเหลือง สีเขียว สีส้ม สีแดง สีม่วง เป็นต้น
- สัญลักษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลสงกรานต์ ที่เป็นรูปธรรมหรือนามธรรมที่สื่อสารถึงเทศกาลสงกรานต์ เช่น น้ำ ปืนฉีดน้ำ ชันน้ำ แป้ง เจดีย์ทราย รอยประแป้ง เสื้อลายดอกขบา เป็นต้น

เรื่องความเป็นไทย

- ลวดลายที่เกิดจากการออกแบบของคนไทยในสมัยก่อนที่มีความกลมกลืนในพุทธศาสนาที่มีมาอย่างยาวนาน โดยได้แรงบันดาลใจมาจาก ดอกบัว ควันธูป และเปลวเทียน นำเอามาสร้างเป็นลวดลายต่างๆ เช่น ลายกระจัง ลายประจายาม ลายกระหนก เป็นต้น
- สัญลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมหรือนามธรรม เช่น รถตุ๊กตุ๊ก ช้าง ปลาตะเพียนสาน พวงมาลัย เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น
- การละเล่นและประเพณี ขนบธรรมเนียม พฤติกรรมและแนวปฏิบัติที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนานของประเทศไทยทั้งในปัจจุบันและในอดีต เช่น ลอยกระทง สงกรานต์ การละเล่นว่าวจุฬา เป็นต้น

เรื่องศิลปะไคเนติก

ผู้วิจัยได้นำแนวทางศิลปะไคเนติก โดยนำการเคลื่อนไหวด้วยปฏิริยาการมองเห็น จากการทับซ้อนของสีในผลงานออกแบบ ทำให้เกิดการรับรู้ทางสายตา ด้วยการมองผลงานด้วยตาเปล่า และมองผ่านเลนส์ หรือฟิล์มสีฟ้าและสีแดง ที่มองเห็นสีอันลวดลาย สื่อผ่านกิจกรรมในเทศกาลสงกรานต์ได้แตกต่างกัน ส่งผลทำให้ผลงานสร้างสรรค์ศิลปะไคเนติก: การออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์ ทำให้การสื่อสารผ่านแบรนด์สินค้าเกิดความแปลกใหม่ ด้วยการนำเสนอของผลงานตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์มีความเคลื่อนไหวด้วยมิติการมองเห็นสี (Color Vision)

ข้อมูลแบรนด์แวนที่ออปเจริญ เป็นแบรนด์กรณีศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลนั้น พบว่าแบรนด์แวนที่ออปเจริญ เป็นแบรนด์ที่มีการบริการด้านสายตาแบบครบวงจร ศูนย์จำหน่ายรวมแว่นตาแบรนด์ดังระดับโลก และมีสาขาให้บริการลูกค้ามากที่สุดทั่วประเทศไทย มีการพัฒนาแบรนด์ด้านการให้บริการ การนำเทคโนโลยี นวัตกรรมต่างๆ มาใช้ ทำให้แบรนด์มีความทันสมัย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย ผู้วิจัยได้นำสัญลักษณ์แบรนด์มาออกแบบสร้างตัวละคร (Character) เพื่อเป็นเสมือนตัวแทนเล่าเรื่องราว กิจกรรมต่างๆ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ในรูปแบบที่ทันสมัย สนุกสนาน เข้าถึงง่าย

จากข้อมูลที่ได้ศึกษาในการสร้างสรรค์ศิลปะไคเนติก : การออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์ บรรลุเป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสุนทรียภาพการรับรู้ของคนในสังคมปัจจุบันของการประแป้งช่วงสงกรานต์ ภาพลักษณ์ของเทศกาลสงกรานต์การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ และกรณีศึกษาแบรนด์สินค้า 2) เพื่อสร้างสรรค์เรขศิลป์

และวินโดว์ ดิสเพลย์ ที่ผสมผสานศิลปะโคเนติกสำหรับเทศกาลสงกรานต์ 3) เพื่อวัดผลความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าร้าน
แว่นที่อุปเจริญจากการเยี่ยมชมวินโดว์ดิสเพลย์

2. ด้านการรับรู้

การรับรู้ในเรื่องเทศกาลสงกรานต์ไทย

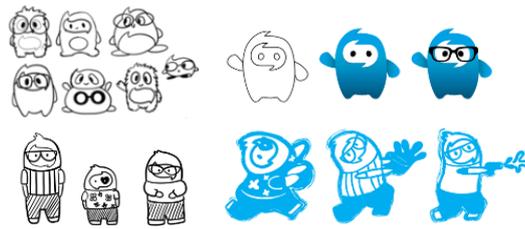
ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ถึงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงเทศกาลสงกรานต์มาออกแบบองค์ประกอบทั้งหมด โดย
กำหนดออกมาเป็นรูปแบบของการทำกิจกรรมต่างๆ ให้รับรู้ในรูปแบบเชิงสัญลักษณ์ เช่น การเล่นน้ำด้วยปืนฉีดน้ำ การ
สาดน้ำด้วยขัน การประแป้ง การก่อเจดีย์ทราย ผ่านการสื่อสาร ด้วยลักษณะลายเส้นการประแป้ง ใส่ลายเส้นและสี และ
องค์ประกอบเสริมต่างๆ เช่น รอยมือประแป้ง รอยน้ำ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้ผลงานสื่อสารได้ถึงความสุขสนุกสนานและ
สอดคล้องกับแนวคิดซิลูเอทสงกรานต์ไทยในการออกแบบองค์ประกอบแต่ละกิจกรรม

การรับรู้ในเรื่องความเป็นไทย

นำสัญลักษณ์ความเป็นไทยทั้งรูปธรรมหรือนามธรรมมาออกแบบร่วมกัน เช่น การละเล่นว่าจูฬา ลาย
กระจิง รถตุ๊กตุ๊ก เป็นต้น มาออกแบบในลวดลายผลงาน เพื่อให้ผลงานสื่อสารถึงความเป็นไทยในเทศกาลสงกรานต์

การรับรู้เรื่องแบรนด์

วินโดว์ดิสเพลย์ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถบอกเล่าตัวตนของแบรนด์ได้ โดยผู้วิจัยได้นำสัญลักษณ์ของแบ
รด์มาสร้างสรรค์เป็นตัวละคร (Character) ในรูปแบบสไตล์โมเดิร์น สนุกสนาน มีความขี้เล่นอย่างทันสมัย



ภาพที่ 9 แบบร่างตัวละคร (Character)

เพื่อสื่อถึงการปรับตัวของแบรนด์แว่นที่อุปเจริญไปตามยุคสมัย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้
สร้างการรับรู้ให้แบรนด์มีส่วนร่วมกับการบริบททางสังคมที่ดีในเทศกาลสงกรานต์ไทย ในแนวทางการสร้างสำนึกไทยในบริบท
ใหม่ ที่ส่งผลต่อลูกค้าในการเพิ่มความน่าสนใจ และดึงดูดให้ลูกค้าอยากเข้ามาชมสินค้า

การรับรู้เรื่องศิลปะโคเนติก

ผู้วิจัยได้นำแนวทางศิลปะโคเนติก โดยนำการเคลื่อนไหวด้วยปฏิริยาการมองเห็น จากการทับซ้อนของสีใน
ผลงานออกแบบ ทำให้เกิดการรับรู้ทางสายตา ด้วยการมองผลงานด้วยตาเปล่า และมองผ่านเลนส์หรือฟิล์ม สีฟ้าหรือสี
แดง โดยมองเห็นสีลวดลายสื่อผ่านเรื่องราวกิจกรรมเทศกาลสงกรานต์ได้แตกต่างกัน ทำให้ผลงานสร้างสรรค์ศิลปะโค
เนติก : การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์ เกิดสื่อสารผ่านแบรนด์สินค้าได้เกิดความแปลกใหม่ ให้การ
นำเสนอของผลงานตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์มีความเคลื่อนไหวด้วยมิติการมองเห็นสี (Color Vision)

3. ด้านการออกแบบ

จากแนวคิดการสร้างสรรคผลงานออกแบบศิลปะโคเนติก: การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์
ผู้วิจัยได้นำแนวทางซิลูเอทสงกรานต์ไทย รูปร่างลวดลาย ที่สะท้อนถึงสีสันความสุข ความสนุกการละเล่น ความเป็น
กันเอง สร้างสรรคผ่านแบรนด์แว่นที่อุปเจริญที่ต้องการให้คนไทยมีความสุขในการมองเห็นแบบยุค Y2K ผู้วิจัยได้คัดเลือก
นำเอาองค์ประกอบต่างๆ จากอัตลักษณ์สงกรานต์ อัตลักษณ์ความเป็นไทย สัญลักษณ์แบรนด์มาออกแบบ ได้แก่ กิจกรรม

ประแบ่ง รอยประแบ่ง น้ำ สี สีสันสดใส มาออกแบบสร้างเรื่องราวในการสื่อสาร เพื่อเชื่อมโยงระหว่างเทศกาลสงกรานต์ และอัตลักษณ์ความเป็นไทยภายใต้แบรนด์แวนที่อปเจริญ ผ่านการเล่าเรื่องโดยมีตัวกลางเป็นตัวละคร (Character) เพื่อสื่อสารให้เข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย และผลงานสอดคล้องไปกับการรับรู้ทางสายตาด้วยแนวทางศิลปะโคเนติก ด้วยการจัดวางองค์ประกอบและสีให้มีความหลากหลาย ที่สามารถมองผ่านเลนส์สีแดงหรือสีฟ้า รวมถึงการมองผลงานด้วยตาเปล่าได้อย่างชัดเจนเพื่อสร้างความสนุกสนาน และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับลูกค้าหรือผู้ชมผลงาน โดยจัดวางออกแบบให้องค์ประกอบกิจกรรมหลักที่ต้องการเน้น และกิจกรรมเสริม โดยใช้เลือกใช้รอยประแบ่งมาเป็นลายเส้นที่มีลักษณะรูปร่างเฉพาะตัว มีมิติ มีความเป็นอิสระที่ใช้ในผลงาน เพื่อสื่อให้ได้ซิลลูเอทสงกรานต์ไทย รูปร่างลวดลายของการประแบ่ง ที่สะท้อนถึงสีสันความสุข ความสนุกสนาน ความน่าสนใจให้งานมากขึ้น จากการวิเคราะห์เรื่องสี ด้วยเทศกาลสงกรานต์เป็นเทศกาลแห่งสีสันที่มีความรื่นเริง สนุกสนาน จึงเลือกใช้ชุดสีที่สื่อถึงความสนุกสนาน คือความเป็นสีสันสดใสโดยผู้วิจัยได้มีการทดลองชุดสีที่เป็นแม่สีสำหรับงานพิมพ์ (CMY) และสีผสมมาใช้ในผลงาน เพื่อให้ได้สีที่มีความสดเฉพาะตัว สามารถนำสีมาทับซ้อนกันทำให้เกิดเป็นสีเพิ่มขึ้นใหม่ และเกิดมิติการมองเห็นสี (Color Vision) ได้ ตอบโจทย์ความสนุกสนานที่เกิดขึ้นจากการได้สีใหม่และความแปลกใหม่ ทันสมัย สร้างความสนใจให้กับสินค้า ทำให้ดึงดูดสายตา สร้างประสบการณ์ใหม่ให้ลูกค้า และผู้ชมผลงาน



ภาพที่ 10 แสดงการออกแบบ Mood Board และการใช้โทนสี



ภาพที่ 11 ผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ด้าน A ที่มองด้วยตาเปล่า การมองผ่านเลนส์สีฟ้า และเลนส์สีแดง



ภาพที่ 12 ผลงานการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ ด้าน B ที่มองด้วยตาเปล่า การมองผ่านเลนส์สีฟ้า และเลนส์สีแดง

ผลงานสร้างสรรค์ศิลปะโคเนติก: การออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์เทศกาลสงกรานต์ จำนวน 1 ชุด มีองค์ประกอบลวดลายที่สามารถแยก หรือประกอบเข้าด้วยกันได้ โดยใช้หลักการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อจัดวางลวดลายให้ที่ต้องการเน้นให้มีขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจนกว่ากิจกรรมอื่นๆ โดยจัดทิศทางการวางน้ำให้ดูมีความเคลื่อนไหวแบบศิลปะโคเนติก เป็นจุดนำสายตาช่วยส่งเสริมไปด้วยกันกับแท่นวางสินค้า นอกจากนี้ยังจัดวางแบบไล่ระดับสร้างพื้นที่ว่างตรงบริเวณแท่นวางสินค้าเพื่อไม่ให้บดบังสินค้า และใช้ตัวอักษร (Typo) ในการช่วยสื่อสารแบบเฉพาะตัวได้ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผลงานวินโดว์ ดิสเพลย์นี้ สามารถจัดวางองค์ประกอบลวดลายได้หลากหลายตามลักษณะของพื้นที่นั้นๆ ผลงานการออกแบบที่ใช้วิธีการถอดอัตลักษณ์จากเทศกาลสงกรานต์ อัตลักษณ์ความเป็นไทย ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และแนวทางเทคนิคของศิลปะโคเนติก จนได้รูปแบบลักษณะที่เป็นจุดเด่นของทั้ง 2 ด้าน จากนั้นจึงนำมาออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานเรขศิลป์และวินโดว์ ดิสเพลย์ ที่ผสมผสานศิลปะโคเนติกสำหรับเทศกาลสงกรานต์ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งทางด้านรายละเอียดและด้านความสวยงามสื่อผ่านแบรนด์แวนที่ออปเจริยูตามแบบแผนและจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการออกแบบขององค์ประกอบศิลปะในการสร้างสรรค์ผลงาน และการออกแบบวินโดว์ ดิสเพลย์ จนได้ผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และแนวคิดในการออกแบบเป็นมุมมองผ่านเลนส์ที่สะท้อนลวดลายให้เกิดการรับรู้ทางสายตาจากสี ด้วยเทคนิคการทับซ้อนของลวดลายด้วยแนวทางศิลปะโคเนติกให้มีความเชื่อมโยง สร้างจุดสนใจ มิติในการชมสินค้า โดยผู้วิจัยได้ออกแบบตกแต่งวินโดว์ ดิสเพลย์ให้มินิวัดกรรมใหม่ผสมผสานกับผลงานออกแบบทางด้านศิลปะ และพัฒนางานออกแบบวินโดว์ดิสเพลย์รูปแบบใหม่ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 13 ภาพผลงานการออกแบบตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์ อุปกรณ์ช่วยโชว์สินค้า (Props.) และแท่นดิสเพลย์

4. ด้านวัสดุ

- วัสดุที่เหมาะสมในการตกแต่งวินโดว์ดิสเพลย์ ผู้วิจัยเลือกสติกเกอร์รูปแบบใส พิมพ์ผลงานด้วยการพิมพ์ลงรองพื้นหลังสีขาว 80%



ภาพที่ 14 ผลงานที่พิมพ์บนวัสดุสติกเกอร์แบบใสด้วยการลงรองพื้นหลังสีขาว 80% (ด้านหน้าและด้านหลัง)

จากนั้นพิมพ์สีลงทับ เพื่อให้ผลงานเมื่อใช้ติดผนังกระจกใสที่สถานที่จริงสามารถมองเห็นได้จากในร้าน โดยมุมมองเมื่อมองจากภายในร้านแสงสามารถลอดผ่านสติ๊กเกอร์ได้ทำให้ในร้านไม่ทึบ มองเห็นลวดลาย สีได้ แต่สีที่มองจากด้านภายนอกมีสีสด ความเข้มของสี ชัดเจน และหากมองผ่านเลนส์สีแดงและสีฟ้ายังสามารถมองเห็นลวดลายได้อย่างชัดเจนในระดับที่เหมาะสม

- วัสดุที่เหมาะสมสำหรับอุปกรณ์ช่วยโซว์สินค้า (Props.) ผู้วิจัยเลือกใช้อะคริลิกสีแบบใส เพื่อสร้างการมองเห็นเรื่องสีได้โปร่งใส การเห็นสีด้วยการซ้อนสีของอะคริลิกสี เนื่องจากพื้นที่บนแท่นโซว์สินค้ามีพื้นที่การวางน้อย ผู้วิจัยจึงออกแบบให้อุปกรณ์ช่วยโซว์สินค้ามีมิติการมองเห็นสี ด้วยการพับอะคริลิกสีเป็นแนวตั้งฉากเพื่อสร้างลูกเล่นในการวางเสมือนเป็นน้ำที่ไหลโดยทำแนวพับของอะคริลิกให้ตั้งฉากเพื่อทำให้เกิดโฟกัสในมองตัวสินค้าที่วาง และใช้วัสดุเป็นอะคริลิกสีแบบใส มองทะลุผ่านได้ เพื่อให้เมื่อวางทับซ้อนกันเกิดเป็นสีใหม่จากที่ได้มีการทดลองวัสดุอะคริลิกสีแบบใสมาทดสอบ โดยทดลองนำแผ่นอะคริลิกสีมาซ้อนกัน ทำให้ได้สีใหม่ เพื่อสื่อสารมุมมองทางสายตา ตามแนวคิดของเรื่องราวเทศกาลสงกรานต์



ภาพที่ 15 แสดงการผลิตสติ๊กเกอร์ตกแต่งวินโดว์ดีสเพลย์ และอุปกรณ์ช่วยโซว์สินค้า (Props.)

5. ด้านการตลาด

ผลงานสร้างสรรค์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์แบรนด์แวนตาที่อปเจริญ ด้วยการนำเอาเอกลักษณ์ของแบรนด์นำมาออกแบบสื่อผ่านตัวละคร (Character) ทำให้เล่าเรื่องกิจกรรมต่างๆ ของวันสงกรานต์ได้ต่อเนื่อง สนุกสนานสะท้อนผ่านทาง แบนด์แวนตาที่อปเจริญที่เป็นแบรนด์ของไทยได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย ด้วยการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานมีความโดดเด่นส่งผลให้ลูกค้าสะดุดตา ช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้า อยากรจะเข้ามาชมสินค้าภายในร้าน เป็นช่องทางหนึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการมองเห็นสินค้ามากขึ้น

6. ด้านความพึงพอใจ

ผลสรุปการประเมินด้านความพึงพอใจจากแบบสอบถาม พบว่า ได้ระดับพึงพอใจในระดับดีมาก เรื่องซิลลูเอท สงกรานต์ไทย รูปร่างลวดลาย สามารถสื่อถึงเทศกาลสงกรานต์ไทยจากผู้เข้าร่วมโครงการประเมินจำนวนทั้งหมด 25 คน มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 92 พึงพอใจกับผลงานสร้างสรรค์สามารถสร้างความสวยงาม สะดุดตาให้บุคคลทั่วไปได้ สามารถสื่อถึงเรื่องราวกิจกรรมสำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์สื่อสารผ่านแบนด์แวนตาที่อปเจริญ โดยสามารถรับรู้การประชันผ่านการวาดด้วยลายเส้นที่มีรูปแบบลักษณะเหมือนการประชันมาถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ของสงกรานต์ไทย โทนสี การใช้เทคนิคแนวทางศิลปะโคเนติก สื่อสารมุมมองทางสายตา การทับซ้อนของสีทำให้เกิดสีใหม่ รวมถึงการมองผลงานด้วยตาเปล่าที่เห็นลวดลายโทนสีสดใสโดดเด่นสวยงาม การมองผลงานผ่านเลนส์หรือฟิล์ม สีแดงหรือสีฟ้า ก็สามารถมองเห็นภาพลวดลายที่แตกต่างจากการมองด้วยตาเปล่า และแตกต่างจากการมองผลงานผ่านเลนส์แต่ละสี จึงส่งผลให้ผู้ชมผลงานรู้สึกประทับใจ มีส่วนร่วม ได้รับประสบการณ์ใหม่จากการรับชมผลงาน ซึ่งเป็นไปตามจุดประสงค์หลักของการสร้างผลงานชิ้นนี้ ลำดับต่อมา การประเมินด้านการตลาด และการสื่อสาร ได้รับระดับความพึงพอใจระดับดีมาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ผลงานสามารถสื่อถึงภาพลักษณ์แบรนด์แวนตาที่อปเจริญ ด้วยการนำเอาเอกลักษณ์ของแบรนด์ออกมาออกแบบสื่อผ่านตัวละคร ทำให้เล่าเรื่องกิจกรรมต่างๆ ของวันสงกรานต์ได้ต่อเนื่อง สนุกสนาน

สะท้อนผ่านทางแบรนด์แวนท์ท็อปเจริญที่เป็นแบรนด์ของไทยได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทันสมัย การออกแบบสร้างสรรค์ ผลงานส่งผลให้ผู้ชมอยากเข้าชมสินค้าภายในร้านอีกด้วย การประเมินผลงานภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจระดับดีมาก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 88 สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเทศกาลสงกรานต์ไทยผ่านแบรนด์แวนท์ท็อปเจริญในรูปแบบแนวทางศิลปะโคเนติกได้ในการนำเสนอเทศกาลสงกรานต์เพื่อส่งเสริมแนวทางในการสร้างสำนักไทยในบริบทใหม่ ได้ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างผลงานจากการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ และนำมาพิจารณาคัดเลือกในขั้นตอนการสร้างผลงานจึงทำให้ตัวผลงานมีความถูกต้องและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว



ภาพที่ 16 บรรยากาศการสนทนาขอคำแนะนำกับผู้เชี่ยวชาญ

เอกสารอ้างอิง

1. Krungsri Research. Research intelligence 2021 [updated Aug 28; cited 2024 Nov 1]. Available from: https://www.krungsri.com/getmedia/ef0ac785-e947-4403-afe2-107dcd49ded7/RI_Social_Commerce_210928_TH_EX.pdf.aspx.
2. Kasikorn Research Center. Econ Analysis November 2022 [updated December 2; cited 2024 Nov 1]. Available from: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/B2C-FB-02-12-2022.aspx>.
3. Littiporn Littiphanich. Display Design Monsane of attraction. 1st ed. Bangkok: O.S.Printing House; 2004. p. 47-49
4. Manager Online. Christmas is a hugely popular holiday in filled with happiness and cheer 2011 [updated Dec 22; cited 2024 Nov 1]. Available from: <https://mgronline.com/live/detail/9540000162864>
5. Sitthimongkolchai N. Graphic design for window display to present personality by Kinetic arts [MSc thesis] Bangkok: Chulalongkorn University; 2006. Thai.
6. Ruam Charoen Pattana Public Company Limited. Powering All Visions 2022 [cited 2024 Nov 1]. Available from: <https://www.topcharoen.co.th/en/milestones>.