

อัตลักษณ์องค์กร

นายณัฐพงษ์ อเนกศักดิ์อมร

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารสารสนเทศทางธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

พ.ศ. 2561

Corporate Identity

Mr. Nathapong Aneksak-amorn

Co-operative Education Project in Partial Fulfillment of the Requirement

For the Bachelor's Degree of Business Administration

Department of Business Information System


Faculty of Business Administration

Rajamangala University of Technology Srivijaya

2018

ชื่อโครงการสหกิจศึกษา : อัตลักษณ์องค์กร
ผู้สอน : นายณัฐพงศ์ อเนกศักดิ์อมร
ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา : อาจารย์พลอยกนก ขุนชำนาญ
สาขาวิชา : ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ
การศึกษา : 2561

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อนุมัติให้โครงการสหกิจศึกษาฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต


.....คณบดี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุพาภรณ์ อุไรรัตน์)

คณะกรรมการสอบโครงการสหกิจศึกษา

.....ประธานกรรมการ

(นายจตุพร แซ่โล่ห์)


.....กรรมการ

(อาจารย์พลอยกนก ขุนชำนาญ)

Project Title : Corporate Identity
Project Advisor : Mr. Nathapong Aneksak
Project Advisor : Miss. Ploykanok kunchamnan
Major Field : Business Information System
Academic Year : 2017

Accepted by the Faculty of Business Administration Rajamangala University Of
Technology Srivijaya in Partial Fulfillment of the Requirements for the Bachelor's Degree.

Yupaporn Urairat

.....Dean of Business Administration

(Asst. Prof. Dr. Yupaporn Urairat)

Project Committee

.....Chairperson

(Mr. Jatuporn saelo)

k. ploykanok

.....Member

(Miss. Ploykanok kunchamnan)

หัวข้อโครงการสหกิจศึกษา : อัตลักษณ์องค์กร
โดย : นายณัฐพงศ์ อเนกศักดิ์อมร
ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา : อาจารย์พลอยกนก ขุนชำนาญ
สาขาวิชา : ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ
ปีการศึกษา : 2561

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์องค์กร ของบริษัท สตอมส์ เทคโนโลยี มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเอกลักษณ์ของบริษัท เพื่อใช้อ้างอิงและเป็นประโยชน์ในการออกแบบอัตลักษณ์ให้กับองค์กร อัตลักษณ์ขององค์กรเปรียบเสมือนความประทับใจแรกที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร เพราะอัตลักษณ์เป็นการแสดงถึงตัวตน ที่จะส่งผลถึงการรับรู้ภาพลักษณ์ให้เกิดไว้วางใจ และมีความจงรักภักดีกับองค์กรเพิ่มสูงขึ้น อัตลักษณ์องค์กรมีการเชื่อมต่อกับตรา สินค้าขององค์กรเสมอที่สามารถส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี และยังเป็นสินทรัพย์ที่มีค่า สำหรับทุกองค์กร

ในการดำเนินงานได้ศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์กรทั้งข้อมูลเก่า และข้อมูลในปัจจุบัน เพื่อออกแบบ และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับองค์กรให้เป็นที่จดจำได้ง่าย ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรดังนี้ Adobe Photoshop cc2019, Adobe Dimension cc, Adobe illustrator cc2019 และ SketchUp 2017

Project Title : Corporate Identity
By : Mr. Nathapong Aneksak-amorn
Project Advisor : Miss. Ploykanok kunchamnan
Major Field : Business Information System
Academic Year : 2018

Abstract

Research The corporate identity of Stomping Technology is intended to study and collect corporate identity information. For reference, it is useful to design identities for organizations. Corporate identity is the first impression. Can make a difference to the organization because the identity represents the identity. This will result in recognition of the image of trust. And with increased loyalty to the organization. Corporate identity is connected to the badge. The product of the organization can always result in loyalty. It is also a valuable asset. For all organizations.

The study was conducted. And collect data, including corporate data, old data. And current information to design. Create a unique identity for your organization. The tools used to develop corporate identity are as follows: Adobe Photoshop cc2019, Adobe Dimension cc, Adobe Illustrator cc2019, and SketchUp 2017.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการสหกิจศึกษาเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่ายที่ให้คำปรึกษา และช่วยชี้แนะแนวทาง ทำให้สามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ผู้จัดทำขอขอบพระคุณอาจารย์พลอยกนก ขุนชำนาญ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ติดตามผล ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนโครงการ สหกิจศึกษาเล่มนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้จัดทำรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ประจำสาขาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยทุกท่าน ที่ให้วิชาความรู้แก่ผู้จัดทำ ซึ่งผู้จัดทำได้นำความรู้เหล่านั้นมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาและจัดทำโครงการสหกิจศึกษา

ขอขอบคุณบริษัท สตอมส์ เทคโนโลยี และพีทุก ๆ ท่าน ที่คอยให้คำแนะนำให้ข้อมูลความรู้ พร้อมทั้งสนับสนุนการสร้างอัตลักษณ์องค์กรในครั้งนี้

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ สาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจทุกท่าน ที่คอยให้กำลังใจเรื่อยมาและให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน

ท้ายนี้ผู้จัดทำใคร่ขอขอบพระคุณครอบครัวที่ให้ความรักให้กำลังใจ ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือทุก ๆ ด้านตลอดมา คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ที่เป็นผลจากที่ทำโครงการสหกิจศึกษานี้ ผู้จัดทำขอมอบแต่ บิดา-มารดา อาจารย์ ทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง

ณัฐพงษ์ อเนกศักดิ์อมร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามศัพท์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท สตอมส์ เทคโนโลยี จำกัด	3
2.2 ความสำคัญของเอกลักษณ์ขององค์กร	4
2.3 แนวคิดการสร้างสรรค้งานเอกลักษณ์ขององค์กร	6
2.4 หลักการออกแบบ	8
การสร้างความหลากหลาย (Variety)	8
การสร้างความกลมกลืน (Harmony)	8
การสร้างความลดหลั่น (Gradation)	10

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
การสร้าจ้งหะและความเคลือ่นไหวหรือการลึ่นไหล	10
การสร้าความสมดุล (Balance)	11
2.5 หลัคของความสมดุลท่างการมอเงเห็น (Visual Balance)	11
2.6 ประเกทของของความสมดุลในท่างทัศนศิลป์	13
ความสมดุลแบบสองข้างเท่กััน (Symmetry Balance)	13
ความสมดุล แบบสองข้างไม่เท่กััน (Asymmetry Balance)	16
แนวท่างการสร้าความสมดุลแบบสองข้างไม่เท่กััน	17
ความสมดุลโดยสี (Balance by Color)	18
ความสมดุลโดยค่าน้ำหนัก (Balance by Value)	19
ความสมดุลโดยรายละเอียด (Balance by Detail)	20
ความสมดุลโดยพื้นผิว (Balance by Texture)	21
ความสมดุลโดยทิศท่างสายตา (Balance by Eye Direction)	21
ความสมดุลโดยทิศท่าง (Balance by Direction)	22
2.7 การสร้าความเป็นเอกภาพ (Unity)	22
แนวท่างสร้าเอกภาพในการออกแบบทัศนศิลป์	23
เอกภาพท่างด้ำนรูปแบบแนวคิด	32
2.8 การใ้ส้ดส่วน (Proportion)	34
2.9 การใ้สี (Coloring)	34
คุณลักษณะของสี	34

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
แม่สี (PRIMARIES)	35
วงจสี (Colour Circle)	35
วรรณะของสี	36
สีตรงข้าม	36
การจับคู่สี	37
จิตวิทยาของสี (Colour psychology)	38
2.10 การใช้ความแตกต่าง (Contrast)	39
แนวทางสร้างความแตกต่างในการออกแบบทัศนศิลป์	41
2.11 การใช้การรวมตัว (Combine)	46
2.12 การใช้รูปทรง (Form)	47
2.13 เครื่องมือที่เกี่ยวข้อง	49
2.14 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑการให้บริการหลักขององค์กร	52
3.2 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงาน	52
3.3 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	53
3.4 ชื่อ สกุลและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	53
3.5 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	53
3.6 ขั้นตอน และวิธีการดำเนินงาน	53

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.7 อุปกรณ์ เครื่องมือ และโปรแกรมที่ใช้	54
บทที่ 4 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	
4.1 ขั้นตอนการออกแบบออฟฟิศ	56
4.2 ขั้นตอนการออกแบบ Banner	60
4.3 ขั้นตอนการออกแบบ Mockup	63
ผลงานออกแบบ	67
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินงาน	
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน	73
5.2 ปัญหาและอุปสรรคระหว่างการดำเนินงาน	73
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาต่อ	73
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. วิธีการติดตั้ง SketchUp 2017	75
ภาคผนวก ข. วิธีการติดตั้ง Adobe Photoshop CC 2019	80
ภาคผนวก ค. วิธีการติดตั้ง Adobe illustrator CC 2019	87
ภาคผนวก ง. วิธีการติดตั้ง Adobe Dimision CC	94
ประวัติผู้จัดทำ	101

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2-1 การสร้างความกลมกลืน	9
2-2 ความสมดุลตามเส้นแกนสมมุติตามแนวตั้ง	12
2-3 ภาพมีเส้นแกนสมมุติทั้งแนวตั้ง และเส้นแกนสมมุติแนวนอน	12
2-4 Raphael's "School of Athens"	13
2-5 Jan Van Eyck's Arnolfini Newlyweds, or Wedding Portrait, 1434	14
2-6 ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากันชนิดกลับข้าง	15
2-7 ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากันชนิดมีสองแกน	15
2-8 ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากันชนิดเป็นรัศมีโดยรอบ	16
2-9 ความสมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากัน	16
2-10 ความสมดุลโดยรูปร่าง	17
2-11 ความสมดุลโดยตำแหน่ง	17
2-12 Degas, Edgar. Dancers Practicing at the Bar. 1877	18
2-13 ความสมดุลโดยสี	19
2-14 ความสมดุลโดยค่าน้ำหนัก	19
2-15 Honore Daumier Rue Transmonain April 15 1834-1834	20
2-16 ความสมดุลโดยรายละเอียด	20
2-17 ความสมดุลโดยพื้นผิว	21
2-18 ความสมดุลโดยทิศทางสายตา	22
2-19 ความสมดุลโดยทิศทาง	22

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2-20 การรวมกลุ่ม	23
2-21 การวางอยู่ในตำแหน่งที่ดูแล้วรวมเป็นกลุ่ม	24
2-22 เส้นตั้งทั้ง 4 เส้น มองแล้วแยกออกเป็น 2 กลุ่ม	24
2-23 หลักการของการรวมกลุ่ม	25
2-24 แสดงลักษณะเอกภาพของการซ้ำ หรือ ความเหมือน ของรูปร่าง และ น้ำหนัก	26
2-25 รูปร่างเดิมแต่น้ำหนักเปลี่ยนไป เกิดเอกภาพของเส้นแนวตั้งและแนวนอน	26
2-26 แสดงลักษณะเอกภาพของการซ้ำ หรือ ความเหมือนของเส้น แม้มีขนาดและ ช่วงจังหวะ ของระยะความห่างไม่เท่ากัน	26
2-27 Theo Van Desberg's Painting	27
2-28 เอกภาพจากความเหมือนของรูปร่าง แม้จะมีขนาดต่างกัน	27
2-29 เอกภาพจากความเหมือนของลวดลาย (Pattern)	27
2-30 เอกภาพจากความเหมือนของรูปร่าง และจังหวะการซ้ำ	27
2-31 เอกภาพจากความประสานกันของของเส้น รูปทรง พื้นผิวและวัสดุ	28
2-32 เอกภาพจากความเรียบง่าย (Simplicity) ของรูปร่าง และการใช้สี	28
2-33 ความใกล้ชิดที่ทำให้เกิดภาพติดตา	28
2-34 ภาพติดตาที่เกิดจากใกล้ชิดปิดมุม	29
2-35 ความต่อเนื่อง	30
2-36 Edgar Degas. The Tub. 1886	31
2-37 เอกภาพทางด้านรูปร่างแบบแนวคิด	32

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า	
2-38	เอกภาพทางด้านรูปร่างในแต่ละยุคสมัย	32
2-39	จิตรกรรมลัทธิ คิวบิซึม (Cubism) มีเอกภาพของรูปร่าง แบบเรขาคณิต	33
2-40	จิตรกรรมลัทธิ อิมเพรสชันนิสต์ (Impressionism) มีเอกภาพของการใช้สี ที่สดใส และวิธีการเขียนที่รวดเร็ว เกิดรอยฝีแปรง (Stroke) ที่ชัดเจน	33
2-41	เอกภาพ อาจหมายถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว ของผลงานแต่ละบุคคล	33
2-42	สีตรงข้าม	36
2-43	ตัวอย่างการจับคู่สี	37
2-44	จิตวิทยาของสี (Colour psychology)	38
2-45	หยิน หยาง (Yin Yang) ปรัชญาของความแตกต่างของขาวตะวันออก	39
2-46	ตัวอย่างของการสร้างความแตกต่าง ในงานทัศนศิลป์	43
2-47	การสร้างความแตกต่างด้วยพื้นผิว	43
2-48	การสร้างความแตกต่างด้วยค่าน้ำหนักอ่อนแก่ระหว่าง รูปและพื้น	44
2-49	การสร้างความแตกต่างด้วยขนาด	44
2-50	การสร้างความแตกต่างของด้วยทิศทาง	44
2-51	การสร้างความแตกต่างด้วยค่าน้ำหนักของสี	44
2-52	การสร้างความแตกต่างของด้วยรูปร่าง	45
3-1	รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงาน	52
3-2	ตารางแสดงขั้นตอน และวิธีการดำเนินงาน	53
4-1	หาแนวทางการออกแบบจากอินเทอร์เน็ต	55

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4-2 ทำการเปิดโปรแกรม	56
4-3 วาดโครงสร้างของออฟฟิศ	56
4-4 ตกแต่งออฟฟิศด้วยการนำเฟอร์นิเจอร์มาจัดเรียงภายใน	57
4-5 ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยการเติมสีให้กับวัตถุ	57
4-6 ทำการใส่แสงโดยใช้เครื่องมือ Sphere Lights	58
4-7 ปรับลักษณะของผิววัตถุโดยตั้งค่าใน Asset Editor	58
4-8 ตั้งค่าการ Render ภาพในแท็บเมนูรูปพื้นเพื่อง	59
4-9 คลิก Render ภาพ และรอโปรแกรมทำการประมวลผล	59
4-10 เพิ่มโลโก้ และตกแต่งภาพเพิ่มเติม	60
4-11 รวบรวมข้อมูลของบริษัทที่จะนำมาใช้	60
4-12 หาแนวทางการออกแบบจากอินเทอร์เน็ต	61
4-13 เรียบเรียงข้อความที่จะนำมาใส่ใน Banner	61
4-14 จัดรูปแบบการจัดวางข้อความ	62
4-15 ตกแต่งเพิ่มเติม	62
4-16 เลือก Model ภายในโปรแกรม หรือหาดาวโหลดเพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ต	63
4-17 สร้างส่วนพื้นรองวัตถุ และทำการขยาย	63
4-18 นำภาพโลโก้จากภาพนอกฉากเข้าโปรแกรม	64
4-19 ปรับรูปแบบแสง และเงาโดยคลิกแถบ Light	64
4-20 ปรับมุมของภาพที่ต้องการ	65

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า	
4-21	คลิกแถบเมนู Render และทำการตั้งค่าการ Render ตามต้องการ	65
4-22	คลิกปุ่ม Render	66
4-23	รอโปรแกรมทำการ Render จนเสร็จเป็นอันเสร็จสิ้น	66
4-24	ภาพแสดงการออกแบบออฟฟิศ	67
4-25	ภาพแสดงการออกแบบ Banner โฆษณา	68
4-26	ภาพแสดงการออกแบบอุปกรณ์สำนักงาน	69
4-27	ภาพแสดงการออกแบบชุดยูนิฟอร์ม	70
4-28	ภาพแสดงการออกหน้าเว็บไซต์	71
4-29	ภาพแสดงการออกแบบบูธอีเว้นท์ Stoms	72
ก-1	ไอคอน SketUpPro-en.exe	76
ก-2	หน้าจอเริ่มต้นการติดตั้งโปรแกรม	76
ก-3	คลิกปุ่ม Install	76
ก-4	โปรแกรมทำการ Run ติดตั้ง	77
ก-5	คลิกปุ่ม Next	77
ก-6	เลือกที่ติดตั้งโปรแกรม และกด Next	78
ก-7	รอโปรแกรมทำการติดตั้ง	78
ก-8	คลิกปุ่ม Finish	79
ข-1	ไอคอน Adobe Creative Cloud	81
ข-2	หน้าจอเริ่มต้นของโปรแกรม ทำการ login หรือเลือกทำการสมัคร	81

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ข-3 ทำการคลิกปุ่ม Start Installing	82
ข-4 โปรแกรมทำการ Run ติดตั้ง	83
ข-5 รอโปรแกรมทำการติดตั้ง	84
ข-6 คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม	85
ข-7 ทำการเข้าโปรแกรม Adobe Photoshop CC 2019	86
ค-1 ไอคอน Adobe Creative Cloud	88
ค-2 หน้าจอเริ่มต้นของโปรแกรม ทำการ login หรือเลือกทำการสมัคร	88
ค-3 ทำการคลิกปุ่ม Start Installing	89
ค-4 โปรแกรมทำการ Run ติดตั้ง	90
ค-5 รอโปรแกรมทำการติดตั้ง	91
ค-6 คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม	92
ค-7 ทำการเข้าโปรแกรม Adobe Illustator CC 2019	93
ง-1 ไอคอน Adobe Creative Cloud	95
ง-2 หน้าจอเริ่มต้นของโปรแกรม ทำการ login หรือเลือกทำการสมัคร	95
ง-3 ทำการคลิกปุ่ม Start Installing	96
ง-4 โปรแกรมทำการ Run ติดตั้ง	97
ง-5 รอโปรแกรมทำการติดตั้ง	98
ง-6 คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม	99
ง-7 ทำการเข้าโปรแกรม Adobe Dimension	100

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท สตอร์ม เทคโนโลยี ตั้งอยู่ที่ 32/1 ถนน ราษฎร์อุทิศ ซอย 7 ตำบล หาดใหญ่ อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัด สงขลา 90110 เป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการจัดทำเว็บไซต์ที่หลากหลาย แก่องค์กร ธุรกิจต่างๆ ตั้งแต่แบบธุรกิจเริ่มต้นไปจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ มหาชน อีกทั้งยังออกแบบเว็บไซต์ ให้กับ ลูกค้าทั่วประเทศ ทั้งเอกชนชื่อดังและองค์กรราชการหลายแห่ง นอกจากนี้ทางบริษัทจะรับทำเว็บไซต์ หรือ รับออกแบบเว็บไซต์ ทางบริษัทยัง รับเขียนระบบโปรแกรมบนเว็บไซต์ (web application) รับทำแอป มือถือ (Mobile Applicaiton) รวมถึงรับออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ อัตลักษณ์องค์กร (Corporate identity) เช่น การออกแบบโลโก้, นามบัตร(Business Card) และรับทำชุด Stationery ต่าง ๆ กระดาษหัวจดหมาย(letterhead), ซองจดหมาย (Business Envelopes), โบรชัวร์ (Brochures), แผ่นพับ, ใบปลิว (leaflets/flyers), แค็ตตาล็อก (Catalogue), แฟ้มเอกสาร(Folder), ป้ายโฆษณา(Signage), โปสเตอร์ (Poster) เป็นต้น

อัตลักษณ์ขององค์กรเปรียบเสมือนความประทับใจแรกที สามารถสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร เพราะอัตลักษณ์เป็นการแสดงถึงตัวตน ที่จะส่งผลถึงการรับรู้ภาพลักษณ์ให้เกิดไว้วางใจ และมีความจงรักภักดีกับองค์กรเพิ่มสูงขึ้น อัตลักษณ์องค์กรมีการเชื่อมต่อกับตรา สินค้าขององค์กรเสมอที่สามารถส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี และยังเป็นสินทรัพย์ที่มีค่า สำหรับทุกองค์กร สามารถลดต้นทุนขององค์กร ในด้านค่าใช้จ่ายของการสรรหาลูกค้าใหม่เนื่องจากค่าใช้จ่ายสำหรับการการ โฆษณาประชาสัมพันธ์จะค่อนข้างสูงซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกำไรของ ขององค์กร และยังเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดที่สำคัญที่ใช้ในการวัดความสำเร็จของกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร

จากสถานการณ์ปัญหาดังกล่าวที่กล่าวมาข้างต้น ทางบริษัท สตอร์ม เทคโนโลยี จึงได้สร้างความแตกต่างที่โดดเด่น เพื่อปรับปรุงพัฒนาอัตลักษณ์ขององค์กร รวมถึงการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง

มากยิ่งขึ้นของงานทางด้านไอทีที่มีความสำคัญในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงต้องการทำการศึกษาและพัฒนาอัตลักษณ์ขององค์กรเพื่อสื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของบริษัทที่ชัดเจน และเป็นที่ยึดจำของลูกค้า

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่น เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร

1.2.2 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ขององค์กรที่แตกต่าง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นถึงอัตลักษณ์ของบริษัทสตอมส์ เทคโนโลยี เพื่อการออกแบบที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของบริษัท

1.4 นิยามศัพท์

กราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะของงานออกแบบบนพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลาง ในการสื่อความหมาย ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ข้อความ และอารมณ์ ผ่านประสาทสัมผัสตา ให้ เกิดการรับรู้และเข้าใจในการสื่อความหมายนั้น

อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายดังนี้ คำว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัด-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัด (อัด-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่าอัตลักษณ์ตรงกับภาษาอังกฤษคำว่า Identity หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ได้ผลงานการออกแบบสามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของบริษัทสตอมส์ เทคโนโลยี

1.5.2 ได้แนวทางการออกแบบที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ของบริษัทสตอมส์ เทคโนโลยี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรของบริษัท สตอมส์ เทคโนโลยี จำกัด ทางคณะผู้จัดทำจำเป็นต้องศึกษาทฤษฎีที่สำคัญและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงขออธิบายตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับของบริษัท สตอมส์ เทคโนโลยี จำกัด
- 2.2 ความสำคัญของเอกลักษณ์ขององค์กร
- 2.3 แนวคิดการสร้างสรรค้งานเอกลักษณ์ขององค์กร
- 2.4 หลักการออกแบบ
- 2.5 เครื่องมือที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท สตอมส์ เทคโนโลยี จำกัด

STOMS WEB เป็นบริการหนึ่งของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด สตอมส์ เทคโนโลยี เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2552 ด้วยการรวมตัวของทีมงานและที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์กว่า 10 ปี ในเริ่มแรกนั้นบริษัทให้บริการออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้เข้ากับเทคโนโลยีและโลกไซเบอร์ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ต่อมาในปีเดียวกันบริษัทได้เข้าร่วมและผ่านการรับรองให้เป็นผู้ประกอบการภายใต้ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งทำให้เพิ่มเครือข่ายทางการธุรกิจและช่วยส่งเสริมในแง่ของความน่าเชื่อถือของบริษัท ปัจจุบันบริษัทได้ขยายธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อครอบคลุมและสอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน ประกอบด้วยบริการดังนี้

1. รับทำ SEO และ Adword : ช่วยให้ธุรกิจ SME และ องค์กรเข้าถึงลูกค้า โดยทำการตลาดออนไลน์
2. Opensource และ Cloud : บริการให้คำปรึกษา Opensource และ Cloud
3. Software Development : บริการพัฒนาซอฟต์แวร์ Visual Basic .NET แอปพลิเคชัน

4. จดโดเมน และ โฮสติ้ง : บริการ Web Hosting , Mail Server , Cloud Hosting และ จด Domain Name

2.2 ความสำคัญของเอกลักษณ์ขององค์กร

แม้ว่าองค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ดีเพียงใด แต่ถ้าภาพลักษณ์นั้นไม่ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชนหรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ภาพลักษณ์ที่ดีย่อมไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรเท่าที่ควรด้วยเหตุนี้องค์การที่ประสบความสำเร็จหลายอย่าง จึงได้กำหนดให้มีแผนสำหรับเอกลักษณ์องค์กรรวมอยู่ในแผนบริการงานขององค์กร ด้วยการเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรนั้น มิได้เกิดขึ้นจากการบริหารงานภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายนอก อาทิ สภาพการณ์ทางการตลาด คู่แข่ง เป็นต้น การมีแผนสำหรับเอกลักษณ์องค์กรนั้นมักมีเหตุมาจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นใหม่และมีคู่แข่งในธุรกิจนั้นเป็นจำนวนมากจึงต้องการสร้างเอกลักษณ์องค์กรเฉพาะตัวสำหรับองค์กรนั้น

2. องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งมานานพอสมควร และเห็นว่าจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนารูปแบบเอกลักษณ์องค์กรเสียใหม่ ซึ่งระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์องค์กรนั้นขึ้นอยู่กับ

2.1. ลักษณะธุรกิจแต่ละประเภท เช่น ถ้าเป็นธุรกิจเกี่ยวกับแฟชั่น เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง ฯลฯ อาจมีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กรบ่อยครั้งกว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงินเช่น ธนาคาร เป็นต้น

2.2. แผนการตลาดองค์กรต่าง ๆ ควรมีแผนการบริหารงานระยะยาว ซึ่งรวมเอกลักษณ์องค์กรอยู่ในแผนนั้นด้วยเพื่อให้การสร้างเอกลักษณ์องค์กรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีทิศทางที่ชัดเจน

เหตุผลในการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กรไม่ว่าจะมีที่มาจากที่ “สัญลักษณ์” ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นที่สำคัญที่สุดในการสร้างเอกลักษณ์องค์กรนั้นได้ใช้งานมานานพอสมควรแล้ว หรือเกิดจากความต้องการของฝ่ายบริการก็ตาม สิ่งที่องค์กรควรตั้งคำถามถามตัวเองให้ชัดเจนเสียก่อนก็คือ องค์กรจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร จะคาดหวังว่าจะได้อะไร จากการเปลี่ยนแปลงนั้น เพราะคำตอบที่ได้จะเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดแนวทางให้การปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กร

กระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จจะเป็นกระบวนการที่ดำเนินไปอย่างช้า ๆ ค่อยเป็นค่อยไป รวมทั้งต้องมีการวางแผนที่ดีและต่อเนื่อง เพราะการกระทำใด ๆ ที่ก่อให้เกิดความผิดพลาด อาจนำองค์กรไปสู่ความหายนะด้วยเหตุนี้องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนและรอบคอบอาจจะกล่าวได้ว่าสิ่งที่จะเป็นดัชนีบ่งชี้ให้เห็นถึงเวลาที่ควรจะมีการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กรขององค์กรนั้นมีดังนี้

1. ชื่อและสัญลักษณ์ที่ล้ำสมัยเมื่อสัญลักษณ์ขององค์กรมีการใช้งานเป็นระยะเวลาานพอสมควรก็มีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความทันสมัย และเหมาะสมยิ่งขึ้น สิ่งที่องค์กรพึงระวัง คือพยายามหลีกเลี่ยงความสับสนที่จะเกิดแก่ผู้บริโภคด้วยการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจถึงการปรับเปลี่ยนสัญลักษณ์นั้น ๆ

2. การขยายองค์การจะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้ดำเนินธุรกิจและมีผลกำไรเกิดขึ้นจึงเกิดการขยายองค์การเป็นบริษัทสาขา หรืออาจเกิดการขยายตัวไปสู่ธุรกิจประเภทอื่น ซึ่งทำให้ต้องการสัญลักษณ์ที่สามารถแสดงหรือครอบคลุมขอบเขตของธุรกิจนั้น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

3. การเลิกดำเนินธุรกิจบางส่วน การปรับเปลี่ยนโครงสร้าง หรือเปลี่ยนแปลงการบริหารงานในองค์กรซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการบริหาร และผลกระทบต่อภาพรวมขององค์กร

4. ตลาดธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลง เช่น มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น หรือมีการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดของอุตสาหกรรมนั้น ๆ

5. เมื่อสินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จักและจดจำได้มากกว่าสัญลักษณ์ขององค์กร ตัวอย่างเช่น นีเวีย เป็นผลิตภัณฑ์ที่คนทั่วไปรู้จักมากกว่าชื่อบริษัท เปียร์สคอร์ฟ ซึ่งเป็นผู้ผลิต เป็นต้น

6. ผลประกอบการลดลง สัดส่วนของผลกำไรหรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลงล้วนเป็นดัชนีบ่งชี้ที่ชัดเจนที่องค์กรจะต้องรีบหันมาพัฒนาตนเองอย่างรีบด่วนองค์กรที่สาธารณชนเป็นผู้กำหนดในการซื้อสินค้าหรือบริการมักจะอาศัยภาพลักษณ์องค์กรเป็นส่วนสำคัญ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นทางบวกทางลบส่วนใหญ่สืบเนื่องจากความรู้สึกที่เกิดขึ้นไม่เฉพาะผู้บริโภค แต่รวมถึงผู้ลงทุนและลูกค้าในอนาคตอีกด้วย การมีเอกลักษณ์ที่ดีจะมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไร และช่วยให้องค์กรนั้นสามารถดำรงอยู่ในตลาดต่อไป

7. เมื่อบริษัทลูกที่อยู่ภายใต้บริษัทแม่ที่มีชื่อเสียงต้องการสร้างภาพลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนและประสบความสำเร็จเทียบเท่าบริษัทแม่

8. เกิดปัญหาในเรื่องการสรรหาบุคคลเพื่อมาทำงานในองค์กร หรือเกิดการพิจารณาเพื่อปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กร ซึ่งอาจมีประเด็นอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้นขึ้นอยู่กับขนาดและความซับซ้อนในการบริการงานขององค์กรนั้น ๆ

อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์องค์กรแต่เพียงอย่างเดียวไม่ได้ทำให้ภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น หรือทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำให้กลับมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นได้ จำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างนักออกแบบ ผู้บริหารองค์กร นักการตลาด ฯลฯ จึงจะทำให้เกิดระบบเอกลักษณ์องค์กรที่มีประสิทธิภาพ

โดยทั่วไปแล้วการสร้างเอกลักษณ์ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ส่วน คือ ชื่อและเครื่องหมายการค้า แต่ในการวางระบบเอกลักษณ์ในสมบูรณ์นั้นยังมีองค์ประกอบอื่นที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าชื่อและเครื่องหมาย ได้แก่ ตัวอักษร (Typography) สีเอกลักษณ์ (Color Signature) ข้อความประกอบ (Tag line) รวมถึงรูปแบบเพื่อสร้างเอกลักษณ์ (Signature Pattern) ซึ่งองค์ประกอบนี้ทั้งหมดอาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าองค์ประกอบหลัก (Main Identity) หรือองค์ประกอบพื้นฐาน (Core Identity) ในการสร้างเอกลักษณ์

2.3 แนวคิดการสร้างสรรคงานเอกลักษณ์ขององค์กร

โดยทั่วไปแล้วการเอ่ยถึงการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กร (อัตลักษณ์กลุ่มบริษัท) เป็นโฆษณาในเชิงกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมายที่บริษัทต้องการ นั่นคือโฆษณาสถาบันสามารถเป็นเครื่องมือที่จะสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชนได้ตามความต้องการของบริษัท หรือสถาบันนั้นๆ ดังนั้นเมื่อการสร้าง

อัตลักษณ์ขององค์กรเป็นกลยุทธ์การสร้างภาพพจน์สถาบันที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชนแล้วจะก่อให้เกิดอะไรขึ้นบ้าง ผู้บริหารระดับสูง (Chief Executive Officer) จะเป็นผู้มีบทบาทในการรับผิดชอบของส่วนองค์กร ซึ่งจะต้องมีการระบุจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการสร้างภาพพจน์โดยสืบเนื่องมาจากจุดประสงค์หลักขององค์กร (Corporate's purpose/goal) ที่ตั้งขึ้นมารวมทั้งภาระหน้าที่ที่องค์กรต้องทำต่อไปยาวไกลถึงอนาคต แต่โดยวัตถุประสงค์เบื้องต้นของการทำอัตลักษณ์ขององค์กรแล้วคือการขยายภาพพจน์ขององค์กรให้กว้างออกไปเป็นการประกาศถึงชื่อบริษัท (Corporate

name) สัญลักษณ์ (Logo) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอันได้แก่กลุ่มลูกค้า (Consumers) ผู้จะมาเป็นผู้ซื้อ (Prospects) ได้ทราบถึงความสามารถและศักยภาพในการไปสู่ความสำเร็จของบริษัท เพื่อเป็นการกำหนดการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชน (Publics) ในกรณีที่ร้านเพิ่งตั้งขึ้นมาใหม่และต้องการสร้างความรู้จัก, การจดจำชื่อใหม่ (New Name) สัญลักษณ์ (Logo) โดยการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) ที่ใหม่และเหมาะสมไปสู่กลุ่มมหาชนโดยความสำเร็จของการรณรงค์โฆษณาสถาบันจะมาจากการที่ผู้บริหารระดับสูงนิยามจุดประสงค์หลักขององค์กรได้เหมาะสมและถูกรับ (percepted) ในเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่าง (Separate Identity) ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ตามมามากมาย โฆษณาสถาบันกับการวางตำแหน่งทางการตลาด เป็นการสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) และการยอมรับ (Acceptance) ให้เกิดขึ้น มีการใช้การโฆษณาสถาบันเพื่อเปลี่ยนการรับรู้ (Perception) ของมหาชนและสร้างการตระหนักรู้ที่เป็นจริง (Realistics Awareness) ของสถาบันในการตลาดธุรกิจขึ้นมาแทนอาจมีผลที่ต่างไปจากนี้แต่ผลที่ต้องการได้รับคล้ายคลึงกันคือ การให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) เกี่ยวกับบริษัทที่ดีเพื่อจะนำไปสู่ความเข้าใจที่ยังผลทันยิ่งใหม่คือ การยอมรับในบริษัทสินค้าและนโยบายของบริษัทด้วย ในการสร้างตำแหน่งทางการตลาดของสถาบันก็เหมือนการสร้างบุคลิกพิเศษเฉพาะตัว (Unique Personality) ของสถาบันขึ้นมาเป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่มั่นคง (Strong Identity) แล้วทำการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยต้องคำนึงว่าเป็นบุคลิกที่เป็นหนึ่งเดียว (A Single Personality) ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เลือกสรรแล้ว และบุคลิกนั้นต้องเป็นบุคลิกที่เป็นจริงสามารถสร้างความเชื่อถือ โดยที่การยอมรับในตลาดธุรกิจของสถาบันที่สร้างขึ้นมา ต้องสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนว่าองค์กรถูกจัดสร้างขึ้นมาเพื่อภารกิจหน้าที่ใด อะไรคือวัตถุประสงค์ที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายและมีนโยบายในการทำงานอย่างไร ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการรณรงค์โฆษณาสถาบันที่บ่งบอกคุณลักษณะ (Character) ของบริษัทจะประกอบด้วย

1. ไม่ซับซ้อน (Simplicity) ไม่ซับซ้อนเน้นแนวคิดเพียงบางแนวคิดเดียว ซึ่งสามารถจะพัฒนาเป็นแนวคิดสร้างสรรค์ได้หลากหลายในเวลาต่อไป
2. การมีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) การมีลักษณะเฉพาะตัวโดยแนวคิดหลักที่เลือกมา ต้องมีความแตกต่างไปจากคู่แข่งเช่น ถ้าเสนอลักษณะเฉพาะตัวในเรื่องของเทคโนโลยี ก็ต้องพูดถึงความชำนาญและเทคโนโลยีสมัยใหม่

3. ความเหมาะสม (Appropriateness) ความเหมาะสมที่โฆษณาสถาบันจะต้องดึงความสนใจของคนมาสู่คุณลักษณะของตัวบริษัท โฆษณาสถาบันที่ประสบความสำเร็จต้องสอดคล้องกับคุณลักษณะหรือวัตถุประสงค์ของบริษัท

4. การมีความสัมพันธ์กัน (Relevance) การมีความสัมพันธ์กัน โฆษณาสถาบันที่ดีจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่คัดสรรไว้แต่แรก

5. การมีสายตายาวไกล (Foresight) การมีสายตายาวไกลโดยวัตถุประสงค์หลักของโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์คือการเข้าถึงผู้รับก่อนที่เขาจะมีทัศนคติกับบริษัทในเชิงลบเพราะฉะนั้นการโฆษณาประเภทนี้จะเข้าไปปรับมุมมองของผู้รับที่มีกับบริษัทในทางที่ถูกต้อง

6. ความต่อเนื่อง (Continuity) ความต่อเนื่องเป็นปัจจัยของการโฆษณาสถาบันที่ประสบความสำเร็จเพราะการโฆษณาประเภทนี้ต้องการให้การพบเห็นติดต่อกันอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือ การโฆษณาสถาบันแม้จะวางแผนอย่างดีหรือเงินทุนดี แต่จะไม่ประสบความสำเร็จถ้าไม่อ้างอิงเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นจริง

2.4 หลักการออกแบบ

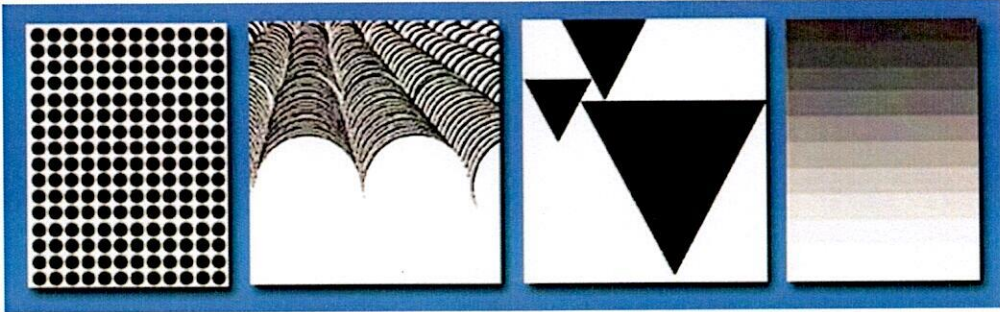
หลักการออกแบบ (Principles of Design) ได้มีการรวบรวมองค์ความรู้และนำเสนอการออกแบบไว้ดังนี้

การสร้างความหลากหลาย (Variety)

เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ผลงานการออกแบบมีรูปลักษณะที่ไม่จำเจ อาจทำได้โดยการนำองค์ประกอบของการออกแบบหลายประเภทมาจัดวางอย่างเหมาะสม เช่น การใช้ทั้งเส้น จุด รูปร่างทรง และสีมาประสานกัน โดยให้องค์ประกอบมีความเด่น และสัมพันธ์กับบางส่วนที่ด้อยกว่า

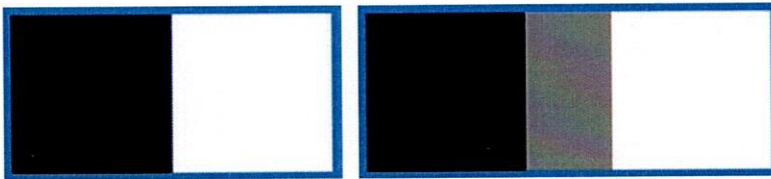
การสร้างความกลมกลืน (Harmony)

โดยทั่วไป หมายถึงการประสานเข้าสนิทกัน กลมกลืน ประองดอง สามัคคี ลงรอย ในทางทัศนศิลป์ ความกลมกลืน หมายถึง การรวมกันของ หน่วยย่อยต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ส่วนประกอบมูลฐาน ของศิลปะ คือ ได้แก่ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี พื้นผิว น้ำหนัก อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง และการจัดวางองค์ประกอบ

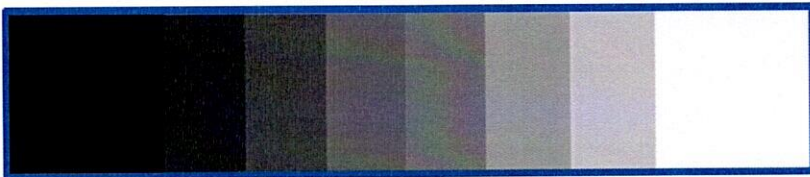


ภาพที่ 2-1 การสร้างความกลมกลืน

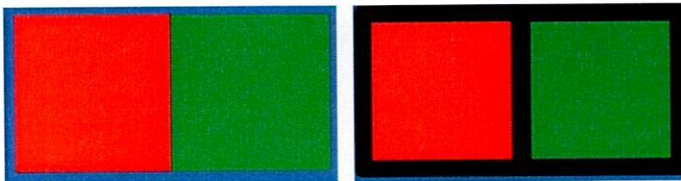
ทำให้เกิดเป็นการประสานเข้า กันได้อย่างสนิท โดยไม่มีความขัดแย้ง ทำให้ผลงานการออกแบบทัศนศิลป์ มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือความมีเอกภาพ แต่อย่างไรก็ตาม ความกลมกลืนถ้ามีมากเกินไป ก็อาจจะ ทำให้ผลงานนั้นอาจดูน่าเบื่อได้ จึงต้องมีการ เพิ่มการขัดแย้ง หรือ ความแตกต่าง (Contrast) เข้าไปร่วมบ้างเพียงเล็กน้อย ก็จะให้ผลที่น่าสนใจขึ้น



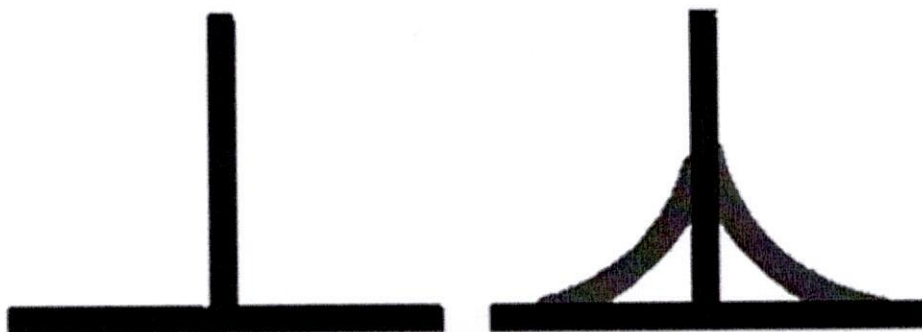
การใช้สีทึบ (ดำ) เป็นตัวประสานให้สีดำน้อย (ขาว) ลดความขัดแย้งลง



หากเพิ่มค่าน้ำหนักตัวประสาน (สีเทา) ให้มีหลายค่า มากขึ้น ความกลมกลืนก็จะยิ่งเด่นชัดขึ้น



สีแดงและสีเขียว เป็นสีที่ตัดกันอย่างแท้จริง (True Contrast) มีความแตกต่าง กันอย่างรุนแรง (ซ้าย) หากเพิ่มน้ำหนักสีดำ (ขวา) เข้าไปเป็นตัวประสาน ทำให้ความรุนแรงนั้น ลดลง มีความกลมกลืน เกิดขึ้น



เส้นตั้งและเส้นนอนที่วางตั้งฉากกัน (ซ้าย) เป็นทิศทางของเส้นที่ขัดแย้งกัน อย่างรุนแรง หากเพิ่มเส้นโค้งเข้าไปเป็นตัวประสาน (ขวา) ทำให้ความขัดแย้ง ลดลง เกิดความกลมกลืนขึ้นมาทันที

การสร้างความลดหลั่น (Gradation)

คือ วิธีการออกแบบที่ไล่ประโยชน์จากขนาดเล็กใหญ่ของจุด รูปร่าง หรือรูปทรง ความสั้นยาวของเส้น ความหม่นหรือความสว่างของสีความอ่อนเข้มของสีเดียวกันหรืออื่นในทำนองเดียวกันที่จัดวาง หรือใช้อย่างมีขั้นตอน หรืออย่างมีระบบ เช่น การจัดวางจุดลักษณะเดียวกันตั้งแต่ขนาดใหญ่ไปจนถึงขนาดเล็กตามลำดับ การใช้สีเดียวกันแต่ไล่ค่าน้ำหนักจากน้ำหนักที่เข้มไปสู่น้ำหนักอ่อน

การสร้างจังหวะและความเคลื่อนไหวหรือการลื่นไหล

การสร้างจังหวะในการออกแบบ คือ การออกแบบให้องค์ประกอบภายในผลงานอยู่ในตำแหน่ง และมีช่องว่างอย่างมีระบบ ซึ่งการสร้างจังหวะนี้ต่างจากวิธีสร้างความลดหลั่น(Gradation)ตรงที่การสร้างจังหวะ จะเน้นความสม่ำเสมอ และความเท่ากันของช่องว่างระหว่างองค์ประกอบ18และพื้นที่ว่าง (Space) ที่กำหนดไว้แต่แรกสวนการสร้างความลดหลั่นนั้น เน้นที่การใช้ความแตกต่างที่นำมาประสานกันให้เป็นไปอย่างมีระบบ เช่น การเรียงรูปทรงขนาดใหญ่ไปสู่ขนาดเล็กโดยตลอด

การสร้างความสมดุล (Balance)

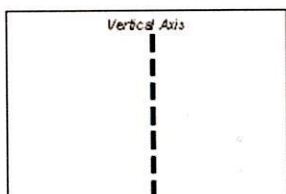
ความสมดุล คือ องค์ประกอบ ในงานออกแบบทัศนศิลป์ ที่เกี่ยวข้องกับการ มองเห็น (Visual Balance) สิ่งต่าง ๆ ที่จัดวางภายในงานออกแบบนั้น ว่า “อะไร” อยู่ “ตรงไหน”(“What“ is “Where”) เมื่อมองแล้วให้ความรู้สึกไปสองทาง คือ รู้สึกว่ามีความเท่ากันทั้งสองข้าง (Symmetry) และรู้สึกว่าหนักไปข้างใดข้างหนึ่ง (Asymmetry)

ความสมดุล เป็นสิ่งที่มนุษย์สัมผัส อยู่ตลอดเวลา เป็นสิ่งหนึ่ง ที่มนุษย์คุ้นเคย นักจิตวิทยากล่าวไว้ว่า ที่เป็นดังนี้ เพราะร่างกายของมนุษย์ มีความสมดุลเท่ากันเป็นปกติ (Formal Balance) ความสมดุลเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต เช่น การทรงตัว ของร่างกายไม่ให้ล้ม เวลานั่ง ยืน เดิน หรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งธรรมชาติ ได้พยายามสร้างการทรงตัว ให้อยู่ได้โดยอัตโนมัติ นอกจาก นี้มนุษย์จะมีร่างกายสมบูรณ์ได้ ดำรงตนอยู่ได้ นอกจากจะ ต้องมีความสมดุล ทางกายภาพ จากสภาพภายนอกที่มองเห็นแล้ว ก็ต้องมีความ สมดุลของธาตุทั้งสี่ คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ ด้วย

ในการสร้างงานออกแบบทัศนศิลป์ก็เช่นเดียวกับการที่จะทำให้ งานออกแบบ นั้น ไม่ว่าจะเป็น 2 มิติ และ 3 มิติ มีความมั่นคง ดำรงอยู่ได้ มีความสมบูรณ์ จะต้องมีความสมดุลของทัศนธาตุ (Element) และองค์ประกอบ (Composition) หรือหลักการ (Principles) ที่เกี่ยวข้อง เพราะความรู้สึกสมดุลนี้ เป็นความรู้สึกที่มีอยู่ติดตัวมนุษย์ทุกคน เวลาที่ได้สัมผัสผลงานทัศนศิลป์ ก็ต้องการให้ผลงานนั้น มีความสมดุลตลอดเวลา บางครั้ง งานออกแบบบางชิ้น เมื่อดูเผิน ๆ อาจดูเหมือนไม่มีความสมดุล แต่เมื่อพิจารณาโดยละเอียดแล้ว ก็ยังมีความสมดุล มั่นคง แผงอยู่ในองค์ประกอบเหล่านั้น

2.5 หลักของความสมดุลทางการมองเห็น (Visual Balance)

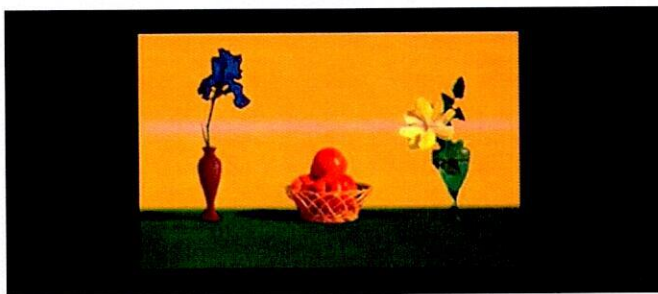
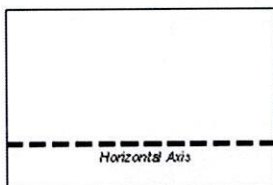
หลักของการเกิดความสมดุลทางการมองเห็น ก็คือ จะมีเส้นแกนสมมุติ (Axis) ที่ไม่มีตัวตน แต่มนุษย์ สามารถสัมผัสได้ โดยยึดไว้เป็นแกนกลาง แล้วสมมุติสิ่งอื่น ๆ ที่ประกอบ ให้อยู่โดยรอบของเส้นแกนสมมุตินั้น ถ้าดูแล้วรู้สึกว่าไม่หนัก ไปข้างใดข้างหนึ่ง นั่นก็คือมีความสมดุลเกิดขึ้นแล้ว



ภาพที่ 2-2 ความสมดุลตามเส้นแกนสมมุติตามแนวตั้ง (Vertical Axis)

เป็นความสมดุลที่ให้ความรู้สึกได้ในทันทีและให้พลังของความสมดุลชัดเจน

แต่ความสมดุล แบบสองข้างเท่ากัน ไม่ได้ หมายถึง ความเท่ากัน ซ้าย ขวา ตามเส้นแกน สมมุติแนวตั้ง (Vertical Axis) เท่านั้น ยังหมายถึงความสมดุล เท่ากัน ทางด้านบน และด้านล่างของภาพ ตามเส้นแกนสมมุติแนวนอน (Horizontal Axis) ด้วยเช่นเดียวกัน แต่ความสมดุล ตามเส้นแกนแนวนอนนี้ให้พลังและ ความรู้สึก น้อยกว่าความสมดุล ตามเส้นแกน แนวตั้ง และความเคยชินของมนุษย์ ต่อความสมดุล ตามเส้นแกนแนวนอนนี้ก็คือ ต้องการเห็นส่วนด้านล่างของภาพมีน้ำหนักหรือมีองค์ประกอบมากกว่าด้านบน ภาพจึงจะมีความสมดุล มั่นคง



ภาพที่ 2-3 ลักษณะภาพที่ให้ความรู้สึกว่ามีเส้นแกนสมมุติทั้งแนวตั้ง (Vertical Axis)

และเส้นแกนสมมุติแนวนอน (Horizontal Axis)

2.6 ประเภทของของความสมดุลในทางทัศนศิลป์

ความสมดุลในทางทัศนศิลป์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากัน (Symmetry Balance)

ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากันหมายถึง ภาพที่มีสองข้าง เหมือนกัน เช่นเดียวกับนำภาพข้างหนึ่งไปวางข้างกระจกเงาและเห็น ภาพอีกข้าง หนึ่งเหมือนกัน (Mirror Image) โดยมีเส้นแบ่งครึ่งตามแนวตั้งเป็นเส้นแกนกลาง (Central Axis) ความสมดุลลักษณะนี้ สร้างความสนใจ และความเข้าใจได้ง่าย ที่สุด ดังกล่าวมาแล้วว่า มนุษย์ทุกคนคุ้นเคยกับ ความเท่ากัน ทั้งสองข้าง เป็นอย่างดี ในธรรมชาติเช่นร่างกายมนุษย์ มีสองตา สองหู สองแขน ฯลฯ โดยมี สิ่งที่มีเพียงหนึ่งเดียว อยู่ตรงแกนกลาง เช่น ตา ปาก และมนุษย์ก็ได้พบเห็นธรรมชาติต่าง ๆ รอบตัว จะพบว่า ส่วนใหญ่ จะมีลักษณะสองข้างเท่ากัน

ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากัน เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ความสมดุล แบบเป็นปกติหรือ แบบเป็นทางการ (Formal Balance) เพราะ ความสมดุลแบบนี้ มีกฎเกณฑ์ (Formula) ที่แน่นอน คือจะมีเส้นแกนสมมุติแนวตั้งหรือ แกนแนวนอนอยู่ตรงกลาง และสิ่งอื่น จะมีอยู่เท่ากัน สองด้าน ของแกนกลางเสมอ เช่นเดียวกับ ตาชั่ง ซึ่งจะทำให้งานออกแบบนั้น มีเอกภาพของความมั่นคง เป็นระเบียบ แน่นนอน เป็นทางการ น่าเชื่อถือ ศิลปินหรือ ผู้ออกแบบทัศนศิลป์ ต้องพิจารณาเลือกใช้ให้เหมาะกับ จุดประสงค์

ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากัน เป็นการเน้น และเป็นการ สร้างความสนใจ ให้ผู้ชม มุ่งเข้าสู่แกนกลาง ได้อย่างรวดเร็วเป็นการสร้างความรู้สึกสมดุล ได้โดยง่าย



ภาพที่ 2-4 Raphael's "School of Athens"

ชนิดของความสมดุลแบบสองข้างเท่ากัน

ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากัน คือความ เหมือนทั้งสองข้าง เช่นเดียว กับภาพในกระจกเงา ในงาน ออกแบบทัศนศิลป์ ที่เป็นวิจิตรศิลป์ เช่นจิตรกรรม ประติมากรรม จะไม่ค่อยพบเห็นความสมดุลลักษณะนี้ มากนัก เพราะเป็นการ บังคับอยู่ในกรอบ (Form) จนเกินไป ศิลปินไม่สามารถ แสดงออกได้เต็มที่ แต่จะพบความสมดุลลักษณะนี้มาก ในงานออกแบบ ทัศนศิลป์ ประเภทสถาปัตยกรรม และศิลปะประยุกต์ เช่น การออกแบบพาณิชยศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ เป็นต้น ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากันหรือความสมดุล อย่างเป็นทางการนี้ สามารถจำแนกออก ได้ 3 ลักษณะ คือ

1. ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากันชนิดใกล้เคียงกัน(Near Symmetry)

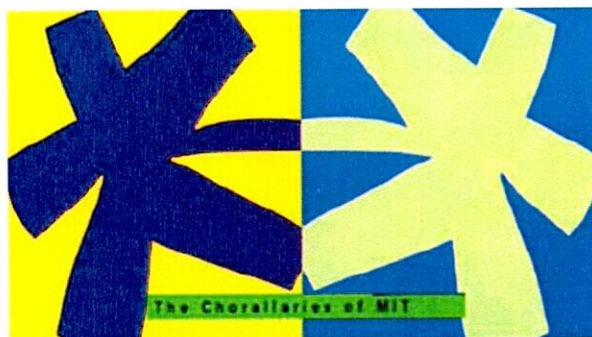
ความสมดุลแบบนี้ หมายถึง สิ่งที่อยู่สองข้างของเส้น แกนกลาง จะไม่เหมือน หรือเท่ากันทั้งหมด เหมือนกับ กระจกสะท้อนในกระจกเงา แต่จะมีความใกล้เคียงกัน มีผิดแปลกได้บ้าง แต่ดูโดยรวมแล้ว ยังรู้สึกได้ว่าทั้งสองข้างเท่ากัน



ภาพที่ 2-5 Jan Van Eyck's Arnolfini Newlyweds, or Wedding Portrait, 1434

2. ความสมดุลงแบบสองข้างเท่ากันชนิดกลับข้าง (Invert Symmetry)

ความสมดุลงแบบนี้ หมายถึง สิ่งที่อยู่สองข้างของเส้น แกนสมมุติ จะกลับค่า เป็นภาพ ตรงกันข้าม เช่นเดียวกับภาพในไฟ หรือกลับค่าน้ำหนัก ทำให้ ภาพมีความหลากหลาย น่าสนใจ แต่บางครั้งทำให้ดูน่าเบื่อ เพราะมีความ ซ้ำมากเกินไป



ภาพที่ 2-6 ความสมดุลงแบบสองข้างเท่ากันชนิดกลับข้าง

3. ความสมดุลงแบบสองข้างเท่ากันชนิดมีสองแกน (Biaxial Symmetry)

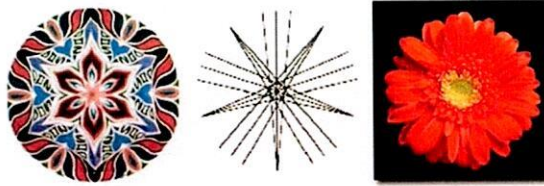
ความสมดุลงแบบนี้ หมายถึงความสมดุล ที่มีทั้งแกน แนวตั้ง และ แกนตามแนวนอน และส่วนอื่น ๆ ที่อยู่ซ้าย ขวา ของแกนแนวตั้ง และอยู่บน ล่าง ของแกนแนวนอน ส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดจะเหมือนกัน บางครั้ง ความสมดุลลักษณะนี้ อาจมีเส้นแกน มากกว่าสองแกน เช่น ลายของเกร็ดหิมะ (Snowflex) และ จากกล้องคาไลโดสโคป (Kaleidoscope) ที่มี 4 และ 3 แกน



ภาพที่ 2-7 ความสมดุลงแบบสองข้างเท่ากันชนิดมีสองแกน

4. ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากันชนิดเป็นรัศมีโดยรอบ (Radial Symmetry)

ความสมดุลแบบนี้ คล้ายกับชนิดมีสองแกน และ สามแกนแต่ชนิดนี้ มีแกนมากกว่า จนกลายเป็น แกน ที่พุ่งเป็นรัศมี โดยรอบออกจากศูนย์กลาง บางครั้งเรียกความสมดุล แบบนี้ ว่าความสมดุลแบบ กระจายออกจาก แกนกลาง หรือ ความสมดุล แบบรัศมี (Radius Balance)



ภาพที่ 2-8 ความสมดุลแบบสองข้างเท่ากันชนิดเป็นรัศมีโดยรอบ

ความสมดุล แบบสองข้างไม่เท่ากัน (Asymmetry Balance)

หมายถึงการจัดวางส่วนประกอบมูลฐานของ ศิลปะ ลงในสองข้าง ของแกนสมมุติ ทั้งทางแนวตั้ง หรือแนวนอน ได้อย่างอิสระโดย ไม่ต้องคำนึงถึงความเท่ากันทั้งสองข้าง ในด้านสัดส่วน มวล หรือปริมาตร แต่ในการจัดวางนั้น เมื่อดูโดยรวมแล้ว มีความสมดุลในความรู้สึกเกิดขึ้น ไม่หนักไปข้างใดข้างหนึ่ง

ความสมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากันนี้ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ความสมดุลแบบ ไม่เป็นทางการ (Informal Balance) เพราะ การออกแบบสร้างสรรค์ ไม่มีกฎเกณฑ์ (Informula) ที่แน่นอน ในการจัดวางวัตถุตามแกนแนวตั้ง และแนวนอน ว่าไม่จำเป็นจะต้องมีความเท่ากันอยู่สองข้างของ แกนกลางเสมอ แต่ความสมดุลที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากความรู้สึกของผู้ชม ความสมดุลในลักษณะนี้ จะให้อารมณ์ความรู้สึก เคลื่อนไหว น่าสนใจ เป็นความรู้สึก ตรงกันข้ามกับความสมดุลแบบ สองข้างเท่ากัน



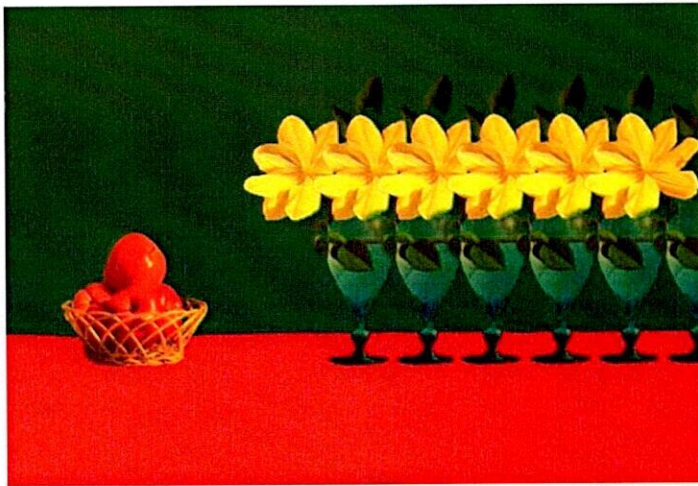
ภาพที่ 2-9 ความสมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากัน

แนวทางการสร้างความสมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากัน

ความสมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากันแม้จะไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน (Infomula) ในการ จัดวาง ออกแบบ แต่ก็มีแนวทาง สร้างสรรค์ให้ งานออกแบบนั้นบรรลุถึงความสมดุลได้ ดังต่อไปนี้

1. ความสมดุลโดยรูปร่าง (Balance by Shape)

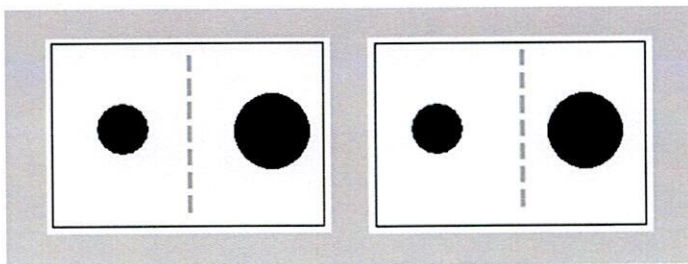
รูปร่างที่แปลก แม้มีขนาดเล็กกว่า ก็สามารถสร้างความสมดุลได้



ภาพที่ 2-10 ความสมดุลโดยรูปร่าง

2. ความสมดุลโดยตำแหน่ง (Balance by Position)

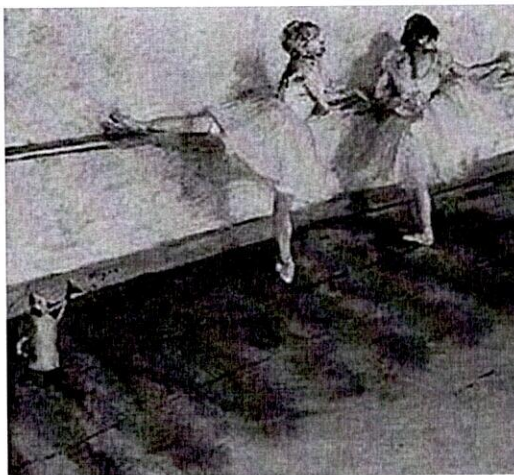
รูปร่างที่มีขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ถ้าจัดวางตำแหน่ง อยู่สองข้าง ของแกนสมมุติ โดยมีระยะห่าง เท่ากันแล้ว จะทำให้รู้สึกหนักไปใน ด้านรูปร่างขนาดใหญ่ การสร้าง ความสมดุลให้เกิดขึ้นได้ คือเลื่อน รูปร่าง ขนาดใหญ่ เข้าไปใกล้กับเส้นแกนสมมุติ หรือเลื่อนเส้นแกนสมมุติ เข้าไปใกล้กับ รูปร่าง ขนาดใหญ่



ภาพที่ 2-11 ความสมดุลโดยตำแหน่ง

ความสมดุลโดยตำแหน่งอีกลักษณะหนึ่ง คือ

ตำแหน่งของวัตถุ ที่พุ่งเข้าหาศูนย์กลาง (Center Point) จะมีน้ำหนักมากกว่า ตำแหน่งของ วัตถุ ที่พุ่งออกจากศูนย์กลาง แม้ว่าจะมีองค์ประกอบ อื่น ๆ น้อยกว่าก็ตาม ดังตัวอย่าง ตำแหน่งของ ราวทรงตัว และเส้นขอบพื้น พุ่งเข้าหาศูนย์กลาง สามารถถ่วงดุลกับ นักเต้นบัลเล่ต์สองคน ทางด้านขวา ของ แขนกกลางได้ ความสมดุลโดยตำแหน่งนี้ สามารถช่วยให้วัตถุขนาดเล็ก ถ่วงดุลกับวัตถุ ขนาดใหญ่ได้



ภาพที่ 2-12 Degas, Edgar. Dancers Practicing at the Bar. 1877

จากภาพตัวอย่าง ให้สังเกตุดำที่น้ำ เล็ก ๆ ด้านซ้ายมือสามารถ ถ่วงน้ำหนักกับนักบัลเล่ต์สองคนได้

ความสมดุลโดยสี (Balance by Color)

โดยจิตวิทยาของสี สิ่งที่มีสีสดใส หรือมีน้ำหนักเข้ม จะมีพลังดึงดูด สายตาคนเราให้พุ่งเข้าหา มากกว่า สีที่ไม่สดใส หรือสีที่มีน้ำหนักอ่อนกว่า ฉะนั้น แม้พื้นที่เล็ก ๆ หากมีสีสดใส สามารถสร้างความรู้สึก สมดุลกับวัตถุขนาดใหญ่ ที่มีสีไม่สดใสได้



ภาพที่ 2-13 ความสมดุลโดยสี

จากตัวอย่างสีแดงสดใสบนผ้านุ่งของคน ด้านซ้ายที่มีขนาดเล็กกว่าเสื้อผ้าที่มีสีชมพูไม่สดใสด้านขวา และพื้นที่ขนาดใหญ่กว่า แต่ดูแล้ว สามารถถ่วงดุลกันได้ (Gauguin, Paul. Two Women on a Beach. 1891)

ความสมดุลโดยค่าน้ำหนัก (Balance by Value)

ค่าน้ำหนักหมายถึง ค่าความอ่อนแก่ เริ่มจากสีดำ จะมีน้ำหนักแก่ที่สุด สีขาว จะมีน้ำหนัก อ่อนที่สุด และระหว่าง สีดำและสีขาว จะมีน้ำหนักสีเทา ลดหลั่นกันไป



ภาพที่ 2-14 ความสมดุลโดยค่าน้ำหนัก

ในด้านความสมดุล สีดำ จะมีน้ำหนักมากกว่าสีเทา และสีเทา จะมีน้ำหนักมากกว่าสีขาว ในขนาดที่เท่ากัน



ภาพที่ 2-15 Honore Daumier Rue Transmonain April 15 1834-1834
จากภาพตัวอย่าง พื้นที่สีเข้มจะต้องมีขนาด ใหญ่กว่าพื้นที่สีอ่อนจึงจะถ่วงดุลกันได้

ความสมดุลโดยรายละเอียด (Balance by Detail)

วัตถุที่มีรายละเอียด มีความชัดเจน แม้มีขนาดเล็ก สามารถสร้าง ความสมดุลกับวัตถุ ขนาด ใหญ่ที่
มีความพร่ามัว ไม่มีรายละเอียด ชัดเจนได้ ดังภาพตัวอย่าง

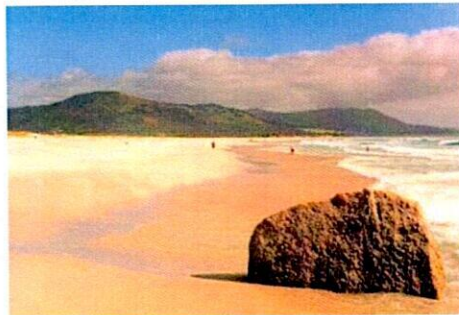


ภาพที่ 2-16 ความสมดุลโดยรายละเอียด

รูปต้นหญ้า ที่อยู่ด้านหน้า มีรายละเอียด (Detail) และเรื่องราว แม้มิขนาด พื้นที่เล็กกว่าส่วนพื้นหลัง (Back ground) ที่ใหญ่กว่า แต่มีรายละเอียด และเรื่อรายน้อยกว่า ทำให้สามารถถ่วง น้ำหนักให้เกิดความสมดุล

ความสมดุลโดยพื้นผิว (Balance by Texture)

พื้นผิวที่ให้ความรู้สึกว่ามีน้ำหนักมากคือพื้นผิวหยาบ เพราะเป็นพื้นผิว ที่มีน้ำหนัก ของแสงและเงาที่เด่นชัด และพื้นผิวที่มีความมัน มีการสะท้อนแสง เหลื่อมพราย เปล่งประกาย ละเอียดระยับ สามารถสร้างความถ่วงดุล กับบริเวณใหญ่ ๆ ที่มีผิวเรียบ นุ่มนวลเหมือนกับไม่มีพื้นผิวได้



ภาพที่ 2-17 ความสมดุลโดยพื้นผิว

พื้นที่ว่างด้านขวาของภาพแม้มิมีเรื่องราวหรือเนื้อหา แต่สามารถถ่วงดุลกับ อีกด้านหนึ่งที่มีเนื้อหา มากกว่าได้เพราะมีพื้นผิวหยาบหนักแน่น

ความสมดุลโดยทิศทางสายตา (Balance by Eye Direction)

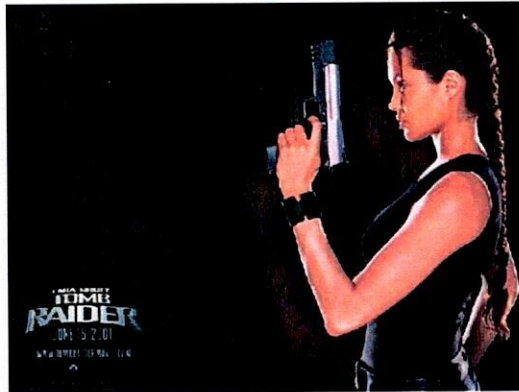
เมื่อมองภาพ สายตาคนเราจะมุ่งไปสู่ สิ่งที่ต้องการตามความพอใจ แต่บางครั้ง อาจจะถูกบังคับ ให้มุ่งไปจุดใด จุดหนึ่งโดย องค์ประกอบของภาพเป็นผู้กำหนด โดยเฉพาะทิศทางสายตาของตัวละคร ในภาพจะเป็นตัวชี้นำที่มีอิทธิพลมาก เช่น ถ้าตัวละคร ในภาพพุ่งสายตาไปในทิศทางใดแล้ว จะทำให้ สายตาผู้ชม คล้อยตามไปทางนั้น ซึ่งทิศทางของ สายตานี้ เมื่อมองไปยังด้านใดแล้ว จะเพิ่ม ค่าน้ำหนัก ให้ด้านนั้น มีความสมดุลเกิดขึ้น ทั้ง ๆ ที่อาจจะมียองค์ประกอบอื่น ๆ น้อยกว่า ดังภาพตัวอย่าง



ภาพที่ 2-18 ความสมดุลโดยทิศทางสายตา

ความสมดุลโดยทิศทาง (Balance by Direction)

ความสมดุลลักษณะนี้ คล้ายกับ ความสมดุลโดย ทิศทางสายตา แต่เปลี่ยน จากสายตา มาเป็น ทิศทางของวัตถุ หรือ กิริยาอาการ ของตัวละครที่พุ่ง ไปยังอีกด้านหนึ่ง ของ เส้นแกนสมมุติ สามารถจะ ถ่วงดุล กับมวลของวัตถุที่มี มากกว่าได้ ความสมดุลโดยทิศทางและทิศทางสายตานี้ นิยมใช้ในงาน ออกแบบนิเทศศิลป์ ประเภทภาพยนตร์



ภาพที่ 2-19 ความสมดุลโดยทิศทาง

2.7 การสร้างความเป็นเอกภาพ (Unity)

เอกภาพ (Unity) ในความหมายโดยทั่วไป คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือ ความกลมกลืนกลมเกลียวเข้ากันได้ ความกลมกลืนและ ความเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกัน ที่เกิดจาก การเชื่อมโยง สัมพันธ์กันของส่วน

ในทางศิลปะ เอกภาพ คือ การรวมกันของส่วนประกอบย่อยต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ส่วน ประกอบชั้นมูลฐานของศิลปะ เช่น รูปร่าง รูปทรง มาจัดเข้าด้วยกันให้แต่ละหน่วย ให้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและ

กัน มีความประสานกลมเกลียวอันหนึ่งอันเดียวกัน เกิดเป็น ผลรวมที่ไม่อาจ แบ่งแยกได้ เอกภาพ นับได้ว่ามีความสำคัญต่อกระบวนการ สร้างสรรค์ งานศิลปะทุกสาขา โดยเฉพาะ ทัศนศิลป์ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นเบื้องต้นที่ผู้สร้างสรรค์ จะต้องสร้างการประสานหรือการจัดระเบียบ ของส่วนต่าง ๆ เพื่อผลรวมเป็นหนึ่งที่ไม่อาจแบ่งแยกได้ ให้มีความรู้สึก เป็นหนึ่งเดียว (Oneness) เกิดขึ้นในมโนภาพ (Visual Image) มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการสร้างสรรค์

แนวทางสร้างเอกภาพในการออกแบบทัศนศิลป์

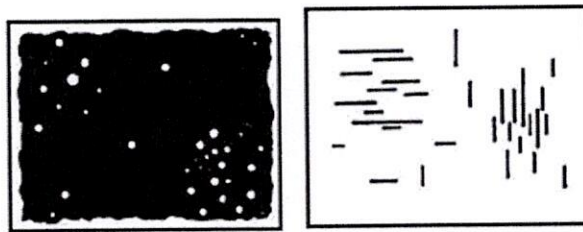
เอกภาพในทางทัศนศิลป์ จำแนกออกได้ใน 2 แนวทางคือ

1. เอกภาพทางด้านโครงสร้าง
2. เอกภาพทางด้านรูปแบบและความคิด

เอกภาพทางด้านโครงสร้าง หมายถึงการรวมตัว เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของผลงาน ที่ปรากฏ ที่เกิดจากของส่วนประกอบขั้นมูลฐาน องค์ประกอบ หรือวัสดุ ซึ่งเป็นเอกภาพที่เกิดจากความมีระเบียบในลักษณะ ดังต่อไปนี้ คือ

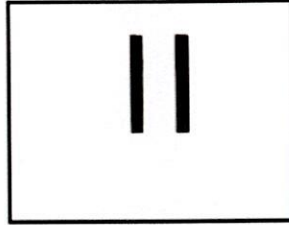
1. การรวมกลุ่ม (Proximity or Contiguity)

สิ่งที่อยู่ใกล้ ๆ กัน เป็นสภาพเบื้องต้น ของการรวมกลุ่ม ตัวอย่างเช่น เราได้ยินคำพูด และสามารถเข้าใจความหมายได้ ก็เพราะเสียง เหล่านั้น มีการรวมกลุ่มกัน ตามโครงสร้างของเสียง ทำให้ฟังออกเป็นคำ เป็นประโยค



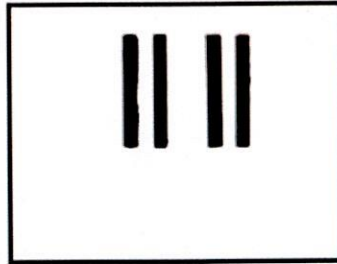
ภาพที่ 2-20 การรวมกลุ่ม

เราอ่านตัวหนังสือและ เข้าใจความหมายได้ เพราะตัวอักษรเหล่านั้น รวมกลุ่มกันเป็นคำ จะอยู่ใกล้ชิดกัน และแต่ละประโยคก็จะมีการเว้นวรรค แบ่งแยกออกเป็นกลุ่ม ทำให้ตาของเราอ่านเข้าใจได้ ไม่สับสน เราแยกแยะ ชื่อดาวต่าง ๆ บนท้องฟ้าได้เพราะมันอยู่ใกล้ชิด รวมกลุ่มกันเป็นรูปต่าง ๆ



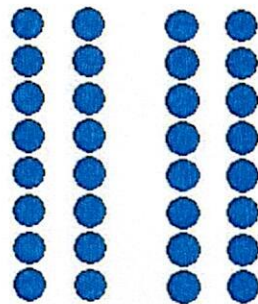
ภาพที่ 2-21 การวางอยู่ในตำแหน่งที่ดูแล้วรวมเป็นกลุ่ม

เส้นตั้งสองเส้น วางอยู่ในตำแหน่งที่ดูแล้วรวมเป็นกลุ่ม เพราะ ระยะห่างของทั้งสองเส้น อยู่ใกล้ชิดกันมากกว่าที่ว่างรอบตัว หรือ ระยะห่างจากพื้นที่ว่างภายในกรอบ



ภาพที่ 2-22 เส้นตั้งทั้ง 4 เส้น มองแล้วแยกออกเป็น 2 กลุ่ม

เส้นตั้งทั้ง 4 เส้น มองแล้วแยกออกเป็น 2 กลุ่ม เพราะ ความใกล้ชิดภายในของเส้นแต่ละคู่ มีมากกว่าระยะภายนอก



ภาพที่ 2-23 หลักการของการรวมกลุ่ม

หลักการของการรวมกลุ่ม (Proximity) ก็คือวัตถุเมื่ออยู่ใกล้กันจะดูเป็นส่วนหนึ่งซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการรวมกลุ่มขึ้น

1. เราเห็นรูปร่างกลมเรียงซ้อนกันตามแนวตั้ง 4 แถว

เพราะวงกลมแต่ละแถว จัดเรียงใกล้ชิดกัน

2. จากรูปร่างกลม 4 แถว เราเห็น เป็นแถวคู่ 2 แถว ซ้าย ขวา

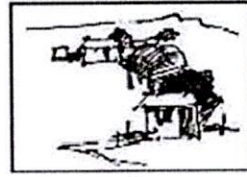
เพราะระยะห่างของแต่ละแถวอยู่ใกล้ชิดกัน มากกว่าระยะห่างของแต่ละคู่



1



2



3

(ภาพที่ 1) มีการรวมกลุ่มกัน 2 กลุ่ม เกิดจากตำแหน่งที่ใกล้ชิดกัน คือ

กลุ่มที่ 1 ภาพบ้าน 2 หลังและแนวภูเขา

กลุ่มที่ 2 ภาพบ้าน 1 หลัง ต้นไม้ และพื้นสนาม

(ภาพที่ 2) มีการเพิ่มแนวถนนเชื่อมระหว่าง 2 กลุ่ม ทำให้มีความใกล้ชิดกัน

เกิดการรวมเป็นกลุ่มเดียว

(ภาพที่ 3) มีการเพิ่มต้นไม้เข้าไป เพื่อความใกล้ชิดยิ่งขึ้น

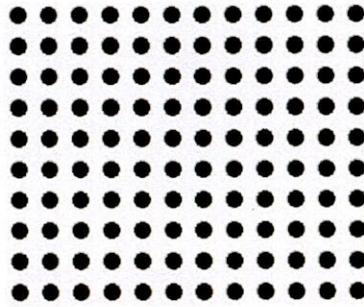
เกิดเอกภาพ จากการรวมกลุ่ม (Proximity)

2. ความเหมือนหรือความเท่าเทียมกัน (Similarity ,Equality)

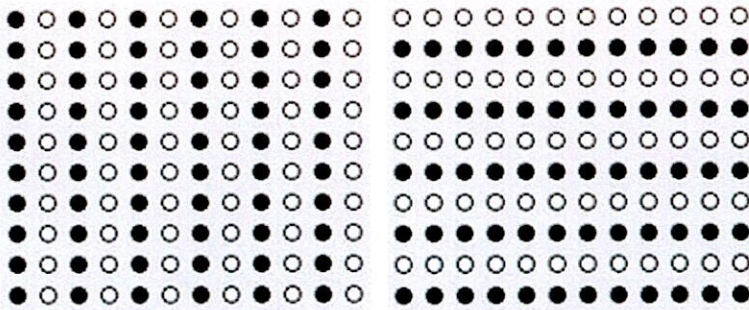
การสร้างเอกภาพในการออกแบบทัศนศิลป์ นอกจาก จะเกิดจากการรวมกลุ่ม (Proximity) ของ ส่วนประกอบมูลฐาน และองค์ประกอบดังกล่าวมาแล้ว เอกภาพ ยังเกิดจากความเหมือน (Similarity) หรือมีความเท่ากันของ ส่วนประกอบมูลฐาน เช่นเส้น ขนาด รูปร่าง ทิศทาง สี น้ำหนัก พื้นผิว เป็นต้น

นอกจากนี้ความใกล้ชิด (Proximity)และความเหมือนกัน (Similarity) เป็นองค์ประกอบ ที่ ก่อให้เกิดเอกภาพ (Unity) จะมีความเกี่ยวข้อง ซึ่งกันและกันตลอด กล่าวคือ เอกภาพที่เกิด จาก การรวมกลุ่ม (Proximity) ก็มาจากความเหมือน (Similarity) ของ ส่วนประกอบ มูลฐานเดียวกัน กับระยะ

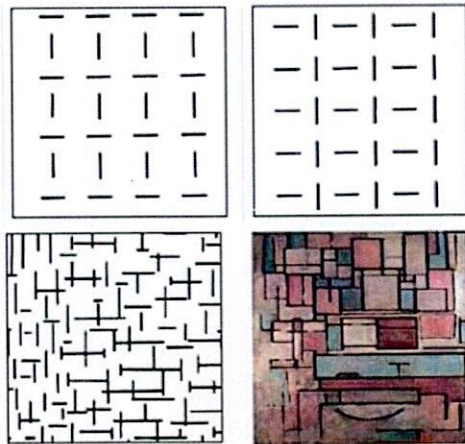
ความห่างภายใน ส่วน เอกภาพที่เกิดจาก ความเหมือน(Similarity) ก็เกิดจากระยะ ความใกล้ชิด หรือการรวมกลุ่ม (Proximity) ภายนอก ของแต่ละส่วน ประกอบมูลฐาน



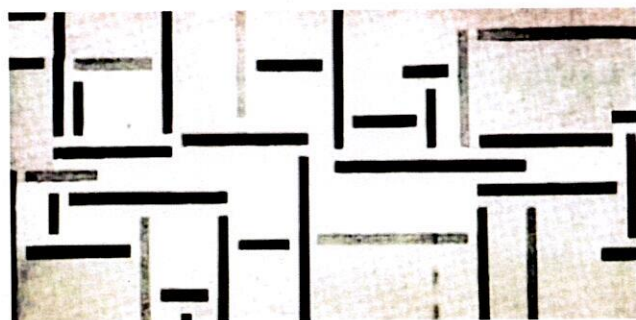
ภาพที่ 2-24 แสดงลักษณะเอกภาพของการซ้ำ หรือ ความเหมือน ของรูปร่าง และ น้ำหนัก



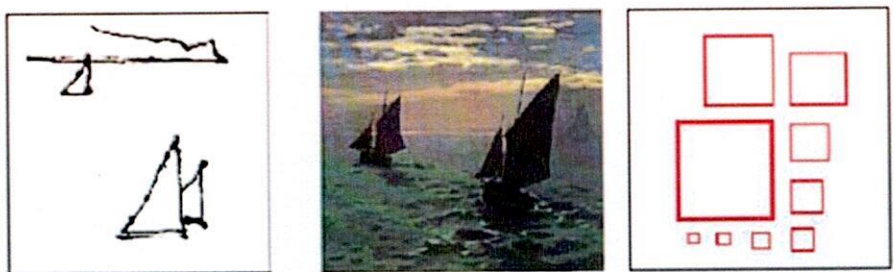
ภาพที่ 2-25 รูปร่างเดิมแต่น้ำหนักเปลี่ยนไป เกิดเอกภาพของเส้นแนวตั้งและแนวนอน



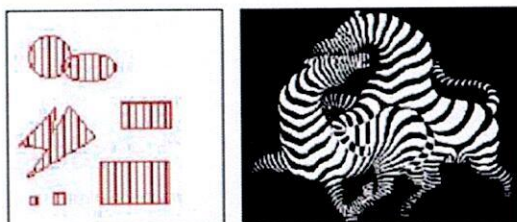
ภาพที่ 2-26 แสดงลักษณะเอกภาพของการซ้ำ หรือ ความเหมือนของเส้น แม้มีขนาดและช่วงจังหวะ ของระยะความห่างไม่เท่ากัน



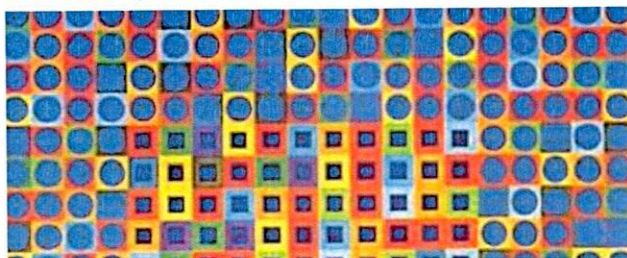
ภาพที่ 2-27 Theo Van Desberg's Painting



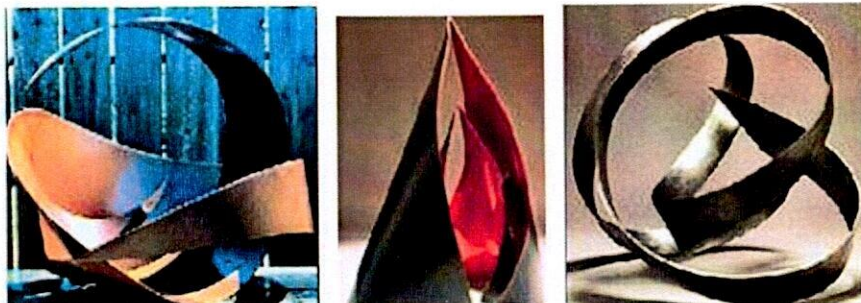
ภาพที่ 2-28 เอกภาพจากความเหมือนของรูปร่าง แม้จะมีขนาดต่างกัน



ภาพที่ 2-29 เอกภาพจากความเหมือนของลวดลาย (Pattern)



ภาพที่ 2-30 เอกภาพจากความเหมือนของรูปร่าง และจังหวะการซ้ำ



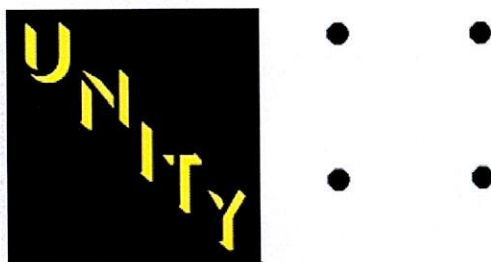
ภาพที่ 2-31 เอกภาพจากความประสานกันของของเส้น รูปทรง พื้นผิวและวัสดุ



ภาพที่ 2-32 ออกภาพจากความเรียบง่าย (Simplicity) ของรูปร่าง และการใช้สี

3. ความใกล้ชิด (Closure)

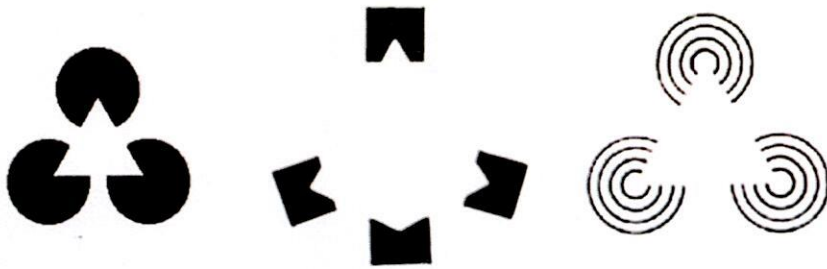
การสร้างเอกภาพในการออกแบบทัศนศิลป์วิธีนี้ เกิดจากการเห็น ภาพลวงตา จากรูปร่างหลายรูปที่วางใน ตำแหน่งใกล้กันในมุมที่ปิด เข้าหากัน (Closure) ทำให้เกิด รูปร่างใหม่ขึ้น ทั้ง ๆ ที่ไม่มีภาพนั้นเลย



ภาพที่ 2-33 ความใกล้ชิดที่ทำให้เกิดภาพติดตา

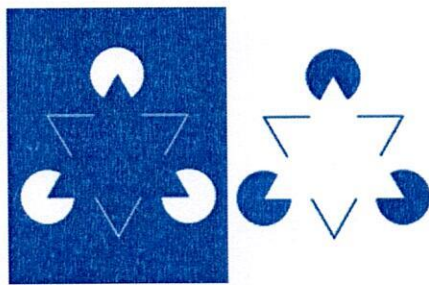
เรียกภาพที่เกิดขึ้นนี้ว่า ภาพติดตา (After Image) และรูปร่างนั้น ก็จะทำหน้าที่เชื่อมโยงรูปร่างดังกล่าวเข้าด้วยกัน เกิดการรวมกลุ่ม มีเอกภาพขึ้น

พื้นที่ปิดที่เกิดขึ้นจากภาพติดตานิ สามารถเปลี่ยนแปลง ได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับ จุด เส้น รูปร่าง น้ำหนัก สี ฯลฯ ที่จะมาปิดมุม โดยอยู่ในตำแหน่งที่ไม่ห่างกันมากนัก และ ต้องมีลักษณะแบนเป็น 2 มิติ รูปร่างติดตานิที่เกิดขึ้นใหม่ นี้เป็นรูปร่างเปิด ที่ไร้ขอบเขต จะดูเป็น 2 มิติ หรือ 3 มิติก็ได้ ผลที่เกิดขึ้นของ ภาพใกล้ชิดติดตานิ (Closure) นี้ จะสังเกต ได้ชัดเจน และมีผลต่อการออกแบบมากกว่าความใกล้ชิด (Nearest) และความเหมือน (Similarity) ทั้ง ๆ ที่มาจาก พื้นฐานโครงสร้างเดียวกัน



ภาพที่ 2-34 ภาพติดตานิที่เกิดจากใกล้ชิดปิดมุม

ภาพติดตานิที่เกิดจากใกล้ชิดปิดมุม (Closure) มีพื้นฐานมาจากกฎแห่ง ความใกล้ชิด (Law of Proximity) ของรูปร่าง 2 มิติ ที่มาจากกฎแห่งความเหมือน (Law of Similarity) เกิดเป็นรูปร่าง 2 มิติ และ 3 มิติ ที่ไม่มีตัวตน เชื่อมโยงรูปร่างเดิมเข้าด้วยกัน เกิดเอกภาพขึ้นมา



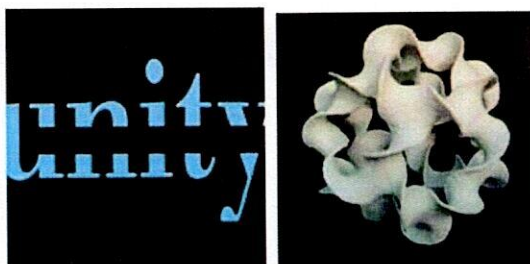
รูปร่างวงกลมที่มีบางส่วนขาดหาย 3 รูป และเส้นทำมุมแหลม 3 รูป จัดวางทำมุมกัน ภาพลวงตาที่เกิดขึ้น คือ

1. รูปสามเหลี่ยม 2 รูป ?
2. รูปสามเหลี่ยม 6 รูป ?

3. รูปสามเหลี่ยม 8 รูป ? หรือไม่มีรูปสามเหลี่ยม ?

4. ความต่อเนื่อง (Continuation)

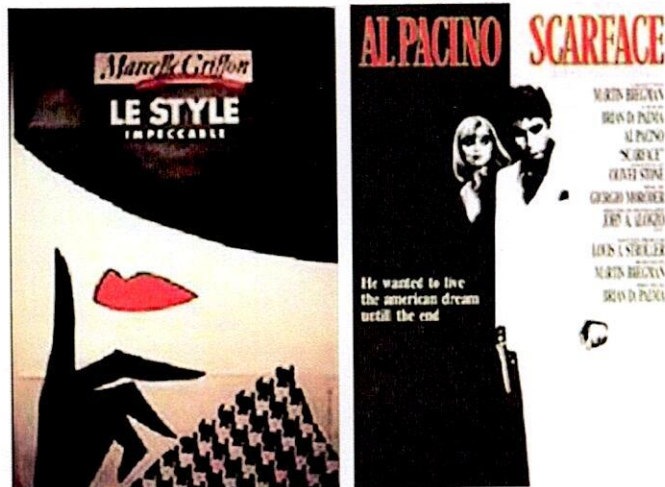
ความต่อเนื่องหรือความสืบเนื่องในทางทัศนศิลป์ คือ การเคลื่อนสายตา ติดตามส่วนประกอบ ของภาพ เช่น เส้น สี รูปร่าง ไปในทิศทางใด ทิศทางหนึ่ง บางครั้ง ส่วนหนึ่งส่วนใดในส่วนประกอบขาดหายไป ไม่สมบูรณ์ แต่ผู้ชมก็สามารถ ติดตามความต่อเนื่องได้ จนเห็นเป็นภาพสมบูรณ์ ความสืบเนื่อง แตกต่างกับความใกล้ชิด คือ ความต่อเนื่องนั้น สิ่งที่ขาดหายไปนั้นมีอยู่จริง แต่ความใกล้ชิด นั้น เป็นภาพลวงตาที่ไม่มีตัวตน



ภาพที่ 2-35 ความต่อเนื่อง

เอกภาพที่เกิดจากความต่อเนื่องก็คือ เมื่อส่วนประกอบมูลฐาน ของทัศนศิลป์ใด ๆ มีการเคลื่อนไหวต่อเนื่องไป เช่น องค์ประกอบของเส้น จะมีพลังเคลื่อนไหว ในตัวเอง และการ เคลื่อนไหวนั้น จะให้ความรู้สึก คล้ายกับ ความรู้สึกพื้นฐานของเส้น เช่น องค์ประกอบของเส้นตรง ก็มีการ เคลื่อนไหวที่มั่นคง แข็งกระด้าง เหมือนเส้นตรง องค์ประกอบของเส้นโค้ง ก็มี การเคลื่อนไหวที่นุ่มนวล เหมือนเส้นโค้ง เส้นลูกคลื่นก็ดูมีการ เคลื่อนไหวช้า ๆ กัน เป็นการเกิดของจังหวะ เมื่อกลุ่มของเส้น มีการเคลื่อนไหวต่อเนื่องไป ในทางใดทางหนึ่งก็จะมีพลัง ดึงดูดส่วนประกอบอื่น ๆ ที่หลากหลาย เข้าด้วยกัน และ ในที่สุดก็สามารถสร้าง ความเป็นหนึ่งเป็นกลุ่มเป็นก้อน หรือมีเอกภาพเกิดขึ้น เปรียบพายุหมุนก็จะเป็นการรวมสิ่งต่าง ๆ ที่พัดผ่าน รวมเข้าสู่ศูนย์กลาง เป็นต้น

กฎของความสืบเนื่อง (Law of Continuation) นี้จะเป็นส่วนหนึ่ง ของหลักการ เปลี่ยนแปรรูป (Gradation) โดยสายตาจะติดตามรูปร่าง น้ำหนัก สี ที่มีการเปลี่ยนแปรต่อเนื่อง ไป สู่จุดมุ่งหมายตามต้องการ



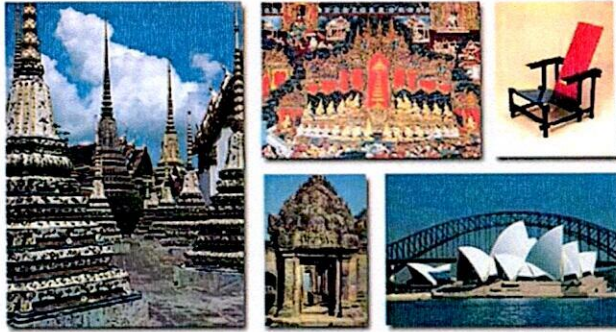
ภาพที่ 2-36 Edgar Degas. The Tub. 1886

ภาพตัวอย่างนี้ มีส่วนประกอบของความต่อเนื่อง คือ

1. แนวส่วนโค้งของ หญิงสาว มีความโค้งต่อเนื่องกับ ส่วนโค้งของอ่างอาบน้ำ (Tub) ที่วางอยู่บน
2. ด้ามของแปรงผม ที่ยื่นออกมาจากขอบโต๊ะ เป็นการนำสายตา ไปสู่วัตถุอื่น ๆ ที่วางอยู่บนโต๊ะ เป็นแนวโค้งต่อเนื่องกับส่วนโค้งของ หญิงสาว และอ่าง ทำให้ภาพนี้มีความสมบูรณ์ เป็นเอกภาพที่เกิดจาก กลุ่มของเส้นโค้ง วงกลม (Edgar Degas. The Tub. 1886)

เอกภาพทางด้านรูปแบบแนวคิด

เอกภาพในด้านรูปแบบและแนวคิด (Style & Concept) คือเอกภาพ ของสิ่งที่เป็นนามธรรม ที่ผู้ สัมผัส งานศิลปะนั้น มีความเข้าใจ เกิดอารมณ์ คล้อยตามแนวคิด (Concept) จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ เช่น รู้สึกมีความสุข มีความเศร้าสะเทือนใจ หรืองานศิลปะนั้นมี เอกภาพของรูปแบบ (Style) ประจำยุคสมัย เชื้อชาติ เป็นต้น เอกภาพในทางด้านรูปแบบ และแนวคิด นี้ อาจเกิดมาจาก เอกภาพของโครงสร้างแต่ ละแบบ ดังกล่าวมาแล้ว และอาจจะเกิดจากองค์ประกอบที่หลากหลาย (Variety) แต่มีการ ควบคุม ให้ เกิดเอกภาพ ความเป็นหนึ่ง จากด้านรูปแบบและแนวคิด ที่กำหนดไว้ ร่วมกับ เอกภาพ ของโครงสร้าง



ภาพที่ 2-37 เอกภาพทางด้านรูปร่างแบบแนวคิด

การกำหนดเอกภาพของแนวคิด แล้วถ่ายทอดออกมาผ่าน เส้น รูปทรง พื้นผิวและวัสดุ ที่ประสาน สอดคล้อง เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทำให้เกิดเอกภาพของรูปแบบ และเนื้อหา ที่แตกต่างกัน ของแต่ละ เชื้อชาติและแต่ละยุคสมัย

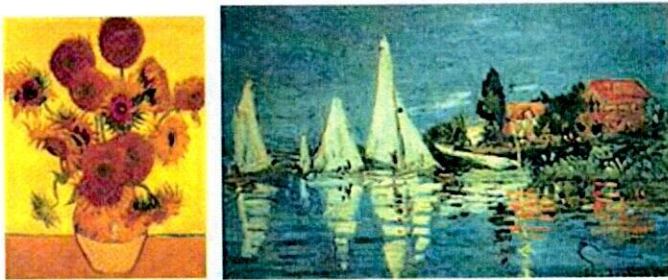


ภาพที่ 2-38 เอกภาพทางด้านรูปร่างในแต่ละยุคสมัย

การกำหนดแนวคิดให้ของงานออกแบบให้ออกมา เป็นแนวทางใด แนวทางหนึ่ง คือการสร้าง
เอกภาพทางความคิด ก่อนที่จะถ่ายทอดออกมา



ภาพที่ 2-39 จิตรกรรมลัทธิ คิวบิซึม (Cubism) มีเอกภาพของรูปร่าง แบบเรขาคณิต



ภาพที่ 2-40 จิตรกรรมลัทธิ อิมเพรสชันนิสต์ (Impressionism) มีเอกภาพของการใช้สี ที่สดใส
และวิธีการเขียนที่รวดเร็ว เกิดรอยฝีแปรง (Stroke) ที่ชัดเจน



ภาพที่ 2-41 เอกภาพ อาจหมายถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว ของผลงานแต่ละบุคคล แต่ละเชื้อชาติ

การใช้สัดส่วน (Proportion)

คือ วิธีการใช้ขนาด (Size) ขององค์ประกอบหนึ่ง ๆ ให้สัมพันธ์กับพื้นที่ว่าง เช่น การนำรูปทรงขนาดใหญ่มาจัดวาง ให้สัมพันธ์กับพื้นที่ว่างบนผลงานการออกแบบนั้น วิธีการนี้สามารถทำให้เกิดความสมดุลทางความรู้สึก (Asymmetrical Balance) หรือเกิดจังหวะ (Rhythm) ที่ช่วยให้อารมณ์ความรู้สึกเกิดความจำเจในการออกแบบ

การใช้สี (Coloring)

หมายถึง ลักษณะกระทบต่อสายตาให้เห็นเป็นสีมีผลถึงจิตวิทยา คือมีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกได้ การที่ได้เห็นสีจากสายตาสายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมองทำให้เกิดความรู้สึก ต่างๆตามอิทธิพลของสี เช่น สดชื่น ร้อน ตื่นเต้น เศร้า สีมีความหมายอย่างมากเพราะศิลปินต้องการใช้สีเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงานของศิลปะและสะท้อนความประทับใจนั้นให้บังเกิดแก่ผู้ดูมนุษย์เกี่ยวข้องกับสีต่างๆ อยู่ตลอดเวลาเพราะทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวนั้นล้วนแต่มีสีแตกต่างกันมากมาย สีเป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อประโยชน์กับตนเองและ ผู้สร้างงานจิตรกรรมเพราะ เรื่องราวของสีนั้นมีหลักวิชาเป็นวิทยาศาสตร์จึงควรทำความเข้าใจวิทยาศาสตร์ ของสีจะบรรลุผลสำเร็จในงานมากขึ้น ถ้าไม่เข้าใจเรื่องสีดีพอสมควร ถ้าได้ศึกษาเรื่องสีดีพอแล้ว งานศิลปะก็จะประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

คุณลักษณะของสี

สีแท้ (HUE) คือ สีที่ไม่ถูกสีอื่นเข้าผสม เป็นลักษณะของสีแท้ที่มีความสะอาด เช่น แดง เหลือง ฟ้า

สีอ่อนหรือสีจาง (TINT) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีขาว เช่น สีเทา, สีชมพู

สีแก่ (SHADE) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีดำ เช่น สีน้ำตาล

สีสามารถแยกออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. สีธรรมชาติ
2. สีที่มนุษย์สร้างขึ้น

สีธรรมชาติ เป็นสีที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ เช่น สีของแสงอาทิตย์ สีของท้องฟ้ายามเช้า เย็น สีของรุ่งกีนน้ำ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ ตลอดจนถึงของ ดอกไม้ ต้นไม้ พื้นดิน ท้องฟ้า น้ำทะเล

สีที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือได้สังเคราะห์ขึ้น เช่น สีวิทยาศาสตร์ มนุษย์ได้ทดลองจากแสงต่างๆ เช่น ไฟฟ้า นำมาผสมโดยการทอแสงประสานกัน นำมาใช้ประโยชน์ในด้านการละคร การจัดฉากเวที โทรทัศน์ การตกแต่งสถานที่

แม่สี (PRIMARIES)

สีต่างๆนั้นมีอยู่มากมายแหล่งกำเนิดของสีและวิธีการผสมของสีตลอดจนรู้สึกที่มีต่อสีของมนุษย์แต่ละกลุ่มย่อมไม่เหมือนกัน สีต่างๆที่ปรากฏนั้นย่อมเกิดขึ้นจากแม่สีในลักษณะที่แตกต่างกันตามชนิดและประเภทของสีนั้น

แม่สี คือ สีที่นำมาผสมกันแล้วทำให้เกิดสีใหม่ ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสีเดิมที่มีอยู่ 2 ชนิด คือ

1. แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสี ซึ่งเป็นพลังงานชนิดเดียวที่มีคุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ ในการถ่ายภาพ ภาพโทรทัศน์ การจัดแสงสีในการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น (ดูเรื่อง แสงสี)

2. แม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติ และจากการสังเคราะห์โดยกระบวนการทางเคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน แม่สีวัตถุธาตุเป็นแม่สีที่นำมาใช้งานกันอย่างกว้างขวาง ในวงการศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯ แม่สีวัตถุธาตุ เมื่อนำมาผสมกันตามหลักเกณฑ์ จะทำให้เกิด วงจรสี ซึ่งเป็นวงสีธรรมชาติ เกิดจากการผสมกันของแม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีหลักที่ใช้งานกันทั่วไป ในวงจรสี จะแสดงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

วงจรสี (Colour Circle)

สีขั้นที่ 1 คือ แม่สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน

สีขั้นที่ 2 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 หรือแม่สีผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากัน ทำให้เกิดสีใหม่ 3 สี ได้แก่

สีแดง ผสมกับสีเหลือง ได้สี ส้ม

สีแดง ผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีม่วง

สีเหลือง ผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีเขียว

สีขั้นที่ 3 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 ผสมกับสีขั้นที่ 2 ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะได้สีอื่น ๆ อีก 6 สี คือ

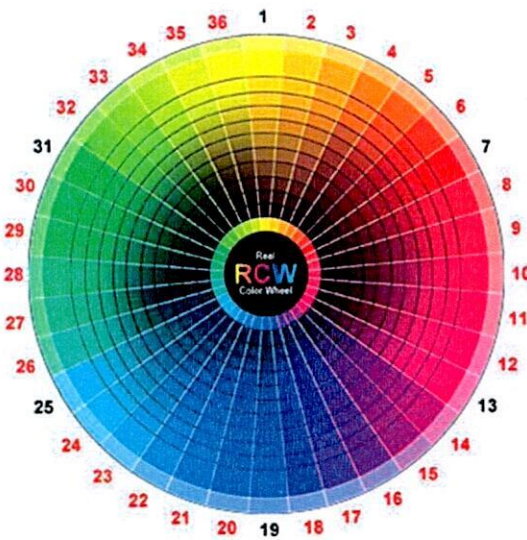
สีแดง ผสมกับสีส้ม ได้สี ส้มแดง

สีแดง ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงแดง
 สีเหลือง ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวเหลือง
 สีน้ำเงิน ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวน้ำเงิน
 สีน้ำเงิน ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงน้ำเงิน
 สีเหลือง ผสมกับสีส้ม ได้สีส้มเหลือง

วรรณะของสี คือสีที่ให้ความรู้สึกร้อน-เย็น ในวงจรสีจะมีสีร้อน 7 สี และสีเย็น 7 สี ซึ่งแบ่งที่ สีม่วงกับสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้งสองวรรณะ

สีตรงข้าม หรือสีตัดกัน หรือสีคู่ปฏิปักษ์ เป็นสีที่มีค่าความเข้มของสี ตัดกันอย่างรุนแรง ในทางปฏิบัติไม่นิยมนำมาใช้ร่วมกัน เพราะจะทำให้แต่ละสีไม่สดใสเท่าที่ควร การนำสีตรงข้ามกันมาใช้ร่วมกัน อาจกระทำไดดังนี้

1. มีพื้นที่ของสีหนึ่งมาก อีกสีหนึ่งน้อย
2. ผสมสีอื่นๆ ลงไปสีใดสีหนึ่ง หรือทั้งสองสี
3. ผสมสีตรงข้ามลงไปสีทั้งสองสี



ภาพที่ 2-42 สีตรงข้าม

การจับคู่สี

สีเดี่ยวไล่น้ำหนัก (MONOTONE) คือ การใช้คู่สีที่เป็นเฉดเดียวกัน แต่มีความเข้มอ่อนต่างกัน เช่น สีน้ำเงินเข้ม คู่กับ สีน้ำเงินอ่อน เป็นต้น

สีใกล้เคียงกัน (HARMONY) คือ การใช้คู่สีที่มีเฉดใกล้เคียงกัน เช่น สีน้ำเงิน คู่ สีเขียวอมน้ำเงิน และสีเขียว เป็นต้น

สามสีเอียงกันเป็นตัว Y (TRIADS) คือ การใช้คู่สี 3 เฉด ที่เป็นคู่สีแยกตรงข้าม (เป็นสีที่อยู่แยกไปทางซ้ายและขวาของสีตรงข้ามเป็นรูปตัว Y) เช่น สีส้มอมแดง/สีน้ำเงิน/สีเขียว เป็นต้น

สีตรงกันข้าม (CONTRAST) คือ จับคู่โดยใช้สีเฉดที่อยู่ตรงข้ามกัน เช่น สีเขียวอมเหลือง คู่ สีม่วงอม



ภาพที่ 2-43 ตัวอย่างการจับคู่สี

จิตวิทยาของสี (colour psychology)

จิตวิทยาของสี คือการที่สีมีอิทธิพลต่อจิตใจของมนุษย์ สัมพันธ์กับความรู้สึก

สีแดง สีแห่งการโฆษณาชวนเชื่อ ตื่นเต้น ไร่ใจ

สีแดงอ่อน ความประณีต ความเยือกเย็น ความหวาน ความสุข

สีแดงเข้ม มีอุดมคติสูง ยิ่งใหญ่ สมบูรณ์

สีชมพู สีแห่งความเป็นหนุ่มสาว สีแห่งความรัก ความมั่นใจ

สีน้ำเงิน สีแห่งความเชื่อมั่น หนักแน่น สุขภาพ ถ่อมตน

สีฟ้าอ่อน สีที่่าบรื่น ร่มเย็น

สีเหลือง สว่างสดใส ไร่ใจ รู้สึกมีรสเปรี้ยว

สีแสด ตื่นตัวไร่ใจ สนุกสนาน

สีม่วง สีแห่งความผิดหวัง ไม่เชื่อมั่น ไม่แน่นอน เศร้า

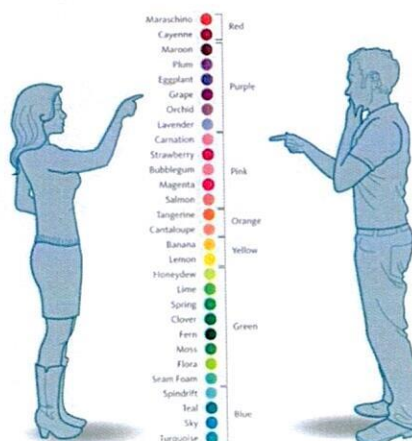
สีเขียวอ่อน สดชื่น ไร่ใจ เบิกบาน

สีเขียวแก่ เศร้า ขร่า เบื่อหน่าย

สีดำ ทุกข์ เสียใจ

สีน้ำตาล อับทึบ

สีเทา เจียบสงัด ขรึม สุขภาพ

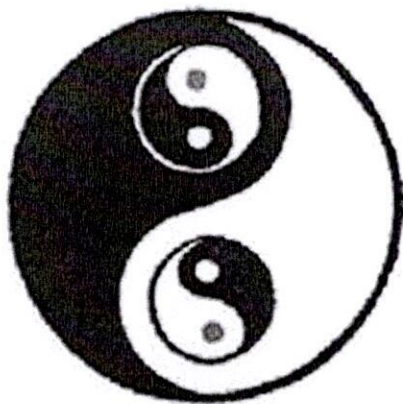


ภาพที่ 2-44 จิตวิทยาของสี (colour psychology)

การใช้ความแตกต่าง (Contrast)

ความแตกต่างเป็นสิ่งที่พบเห็นได้โดยทั่วไป เป็นสิ่งปกติในธรรมชาติ เช่น ความสว่างและความมืด ความใหญ่และเล็ก ความหนาและบาง เป็นต้น.

แต่ในทางทัศนศิลป์ ความแตกต่าง หมายถึง ความขัดแย้ง (Opposition) ของ ส่วนประกอบมูลฐานที่อยู่ร่วมกัน (Juxtaposition) เช่น ขนาดใหญ่ / เล็ก, รูปร่างเหลี่ยม / มน, พื้นผิวหยาบ / ละเอียต , น้ำหนักอ่อน / แก่ , ทิศทางของเส้นตั้ง / นอน , สีที่แตกต่างในวงล้อสี เช่น เขียว / แดง , น้ำเงิน / ส้ม เป็นต้น รวมทั้งความแตกต่างระหว่างส่วนประกอบมูลฐาน กับหลักการทัศนศิลป์ เพื่อสร้างให้ผลงานนั้น มีความงามเด่นชัด ช่วยเน้นสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในจุดสำคัญของการ ออกแบบ ให้เป็นจุดสนใจขึ้น ทำให้ งานออกแบบนั้นมองดูไม่น่าเบื่อ ไม่ซ้ำซาก ไม่จำเจทำให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้างานออกแบบนั้น ขาดความแตกต่าง หรือ มีความกลมกลืนกันมากเกินไป ก็จะทำให้การออกแบบนั้นน่าเบื่อ ซ้ำซากจืดชืด ไม่น่าสนใจ แต่ก็มีข้อควรระวังในการ สร้างความแตกต่างก็คือ หากในงานทัศนศิลป์นั้น มีความแตกต่างมาก และอยู่อย่าง กระจัดกระจายแล้ว จะเป็นการทำลาย เอกภาพของงานศิลปะนั้น ฉะนั้น การสร้างความแตกต่าง ย่อมอยู่ภายใต้ กฎเกณฑ์ของ เอกภาพ (Unity) ด้วย

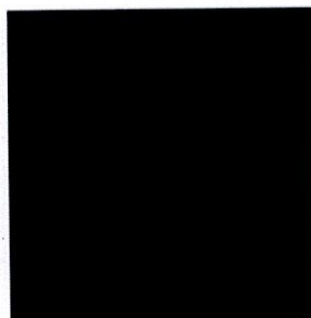
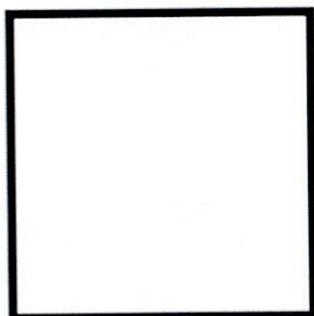


A. Clarity, integrity, proportion.

ภาพที่ 2-45 หยิน หยาง (Yin Yang) ปรัชญาของความแตกต่างของชาวตะวันออก



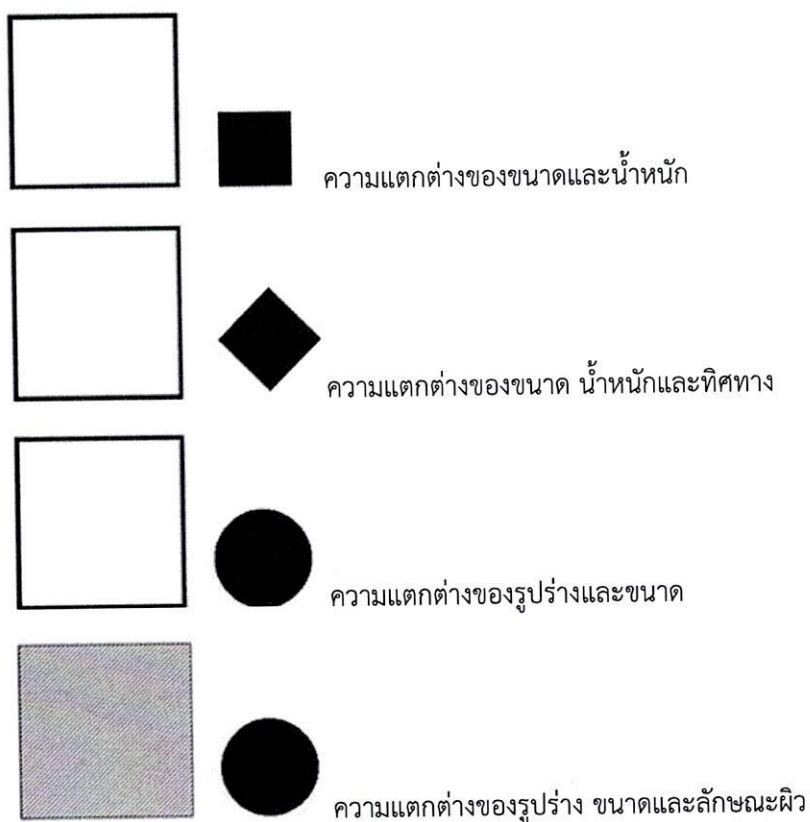
ในธรรมชาติทุกสิ่งย่อมมี 2 ฝ่าย เป็นของคู่กันเสมอ เช่น กลางวัน กับกลางคืน ชายกับหญิง เป็นความแตกต่าง ที่ก่อให้เกิดความเคลื่อนไหว มีชีวิตเพราะในความแตกต่าง หรือความขัดแย้งของธรรมชาติ นั้น มีความสมดุล ลงตัว เพราะเป็นความขัดแย้งที่เหมาะสมพอดี

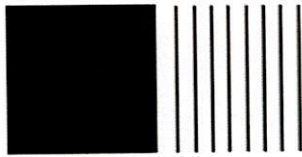


ในทางทัศนศิลป์ น้ำหนักที่แตกต่างกัน เช่นดำกับขาว เป็นหลักขั้นพื้นฐาน ของความแตกต่าง ที่สัมผัสได้ง่ายและชัดเจนที่สุด เช่นเดียวกับ ความสว่าง และความมืด ในธรรมชาติ

แนวทางสร้างความแตกต่างในการออกแบบทัศนศิลป์

ในงานออกแบบทัศนศิลป์ มักจะสร้างความแตกต่าง ในตำแหน่ง ที่เป็นจุดสนใจในภาพ (Center of Interest) การสร้างความแตกต่าง กระจายทั่ว ๆ ไป จะเป็นการทำลาย เอกภาพของงานนั้น และทำให้เกิดความสับสน ดูไม่รู้เรื่อง นอกเสียจากว่าจะมีจุดมุ่งหมายที่ ต้องการสร้างความสับสน และความน่าฉงน ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ศิลปิน หรือนักออกแบบ จะต้องพิจารณาว่าต้องการสร้างความแตกต่าง ให้เกิดขึ้น ตรงไหน แคไหน อย่างไร การสร้างความแตกต่างหรือความขัดแย้ง ในงานทัศนศิลป์ที่สำคัญ มีแนวทาง ดังต่อไปนี้





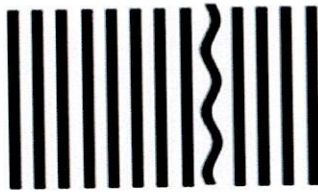
ความแตกต่างของเส้น และน้ำหนัก



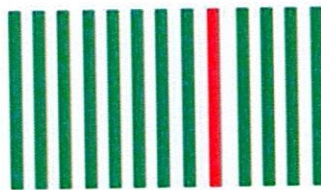
ความแตกต่างของลักษณะผิว



ความแตกต่างของรูปร่าง ลักษณะผิวและสี

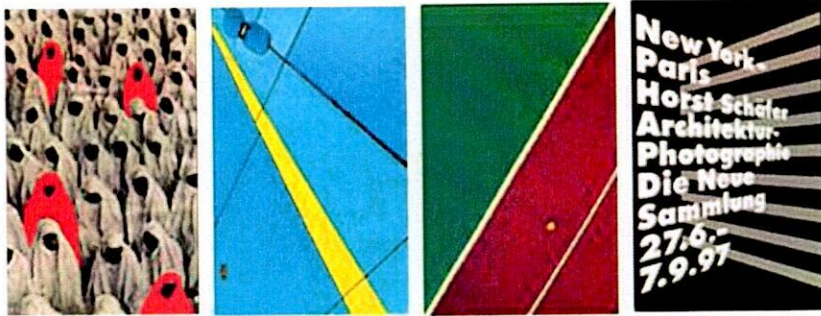


ความแตกต่างของลักษณะเส้น

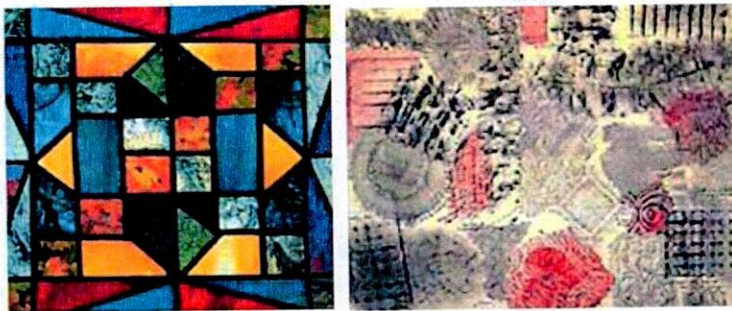


ความแตกต่างของสี

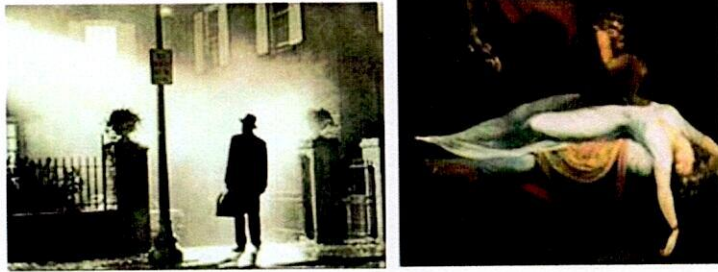
ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างของการสร้างความแตกต่าง ในงานทัศนศิลป์ ซึ่งบางภาพอาจมีความแตกต่างของ ส่วนประกอบมูลฐานหลายส่วน แต่จะมีจุดเด่นหรือความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเพียงจุดเดียวเท่านั้น แนวทางเหล่านี้ สามารถปรับเปลี่ยนได้และ แต่ละแนวทาง สามารถใช้ผสมกันเป็น แนวทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอีกมากมาย ไม่มีที่สิ้นสุด ขึ้นอยู่กับ จุดมุ่งหมายและประสบการณ์ของศิลปิน และนักออกแบบ



ภาพที่ 2-46 ตัวอย่างของการสร้างความแตกต่าง ในงานทัศนศิลป์
 (ซ้าย) จิตรกรรมโดย Joan Miro, ชื่อ L'Espoir , 1927
 (ขวา) จิตรกรรมโดย Paul Klee ชื่อ Fire in the Evening, 1929



ภาพที่ 2-47 การสร้างความแตกต่างด้วยพื้นผิว



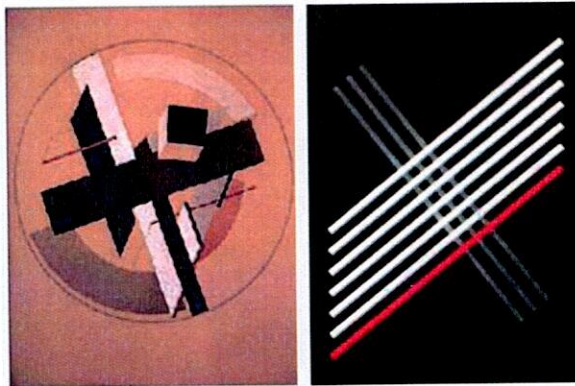
ภาพที่ 2-48 การสร้างความแตกต่างด้วยค่าน้ำหนักก่อนแกระหว่าง รูปและพื้น

(ซ้าย) ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง The Exorcist

(ขวา) จิตรกรรมโดย John Henry Fuseli ชื่อ The Nightmare ,1781

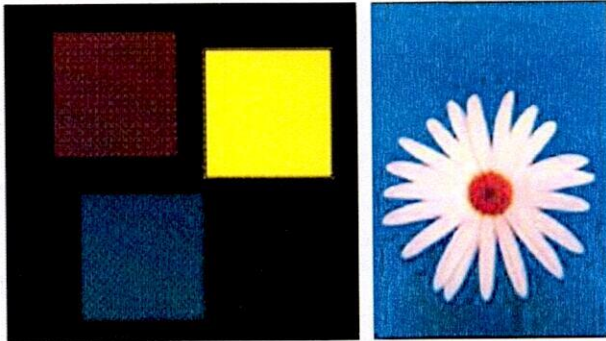


ภาพที่ 2-49 การสร้างความแตกต่างด้วยขนาด

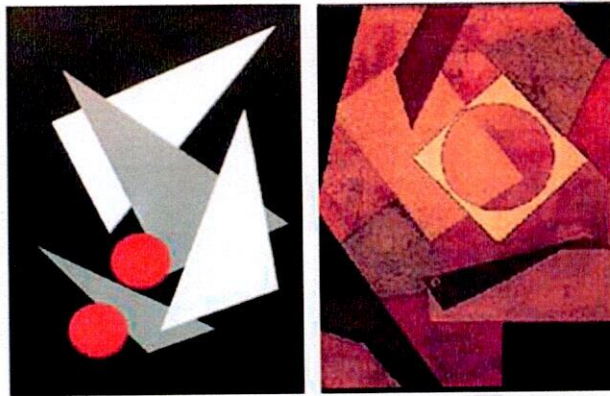


ภาพที่ 2-50 การสร้างความแตกต่างของด้วยทิศทาง

(ซ้าย) จิตรกรรมโดย El Lissitzky, ชื่อ Proun All , 1947

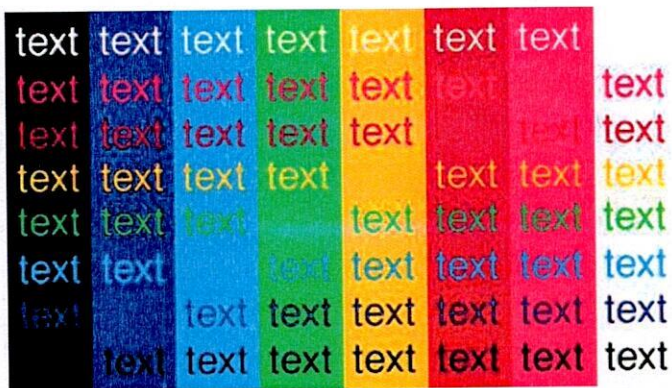


ภาพที่ 2-51 การสร้างความแตกต่างด้วยค่าน้ำหนักของสี



ภาพที่ 2-52 การสร้างความแตกต่างของด้วยรูปร่าง

(ขวา) จิตรกรรมโดย Kurt Schwitters ชื่อ Construction of Space, 1921



ความแตกต่างที่เกิดจากสีและน้ำหนัก ของรูป (Figure) กับพื้นหลัง (Background) ทำให้
ประสิทธิภาพของการอ่านแตกต่างกัน



ความแตกต่างที่เกิดจากค่าน้ำหนักระหว่างพื้นหน้า (Foreground) และพื้นหลัง (Background)

การใช้การรวมตัว (Combine)

คือ วิธีการจัดรวมสวนประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย และคุณค่าทางความงามควบคู่กันไป วิธีการดังกล่าวนี้ เปรียบเหมือนวิธีการที่สร้างความรู้สึกต่าง ๆ ให้แฝงไว้ในผลงาน โดยการใช้องค์ประกอบของการออกแบบ มาจัดรวมกันอย่างเหมาะสม ความรู้สึกที่แฝงในผลงานการออกแบบ มี 3 ลักษณะ ดังนี้

ความรู้สึกด้านทิศทาง (Feeling from Direction) คือ การออกแบบที่ใช้องค์ประกอบทางการออกแบบ เช่น จุด รูปทรง เส้น มาจัดวางให้ประสานกัน จนผลงานนั้นให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวภายในผลงานการออกแบบนั้น และการเคลื่อนไหวดังกล่าวคือการสร้างทิศทางให้เกิดภายในผลงานนั่นเอง ทั้งนี้วิธีการดังกล่าวเกิดจากแนวคิด เรื่องแรงดึงดูดของโลก (Gravity) เช่น หลักการที่ว่า สิ่งที่อยู่ด้านบน จะถูกดึงดูดลงสู่ด้านล่างในแนวตั้ง หรือสิ่งที่อยู่ในแนวเฉียงก็กำลังจะถูกดึงดูดไหลลง เมื่อนักออกแบบใช้เส้น จุด หรือรูปทรงมาจัดวาง เช่น การใช้เส้นเฉียงลากจากมุมกลางด้านซ้ายไปสู่มุมบนด้านขวา โดยมีจุดและรูปทรงขนาดเล็กเรียงอยู่บนเส้นเฉียงนั้น ความรู้สึกที่เกิดขึ้น คือจุด และรูปทรงที่เห็น ดูเหมือนกำลังไหลลงมาจากที่สูงตามเส้นเฉียงที่รองรับนั่นเอง เป็นต้น

ความรู้สึกทางดำนสีและลักษณะผิว (Feeling from Color and Texture) ความรู้สึกดำน “สี” จะเกิดจากการสัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทางตาด้วยการมองที่ภายนอกของวัตถุสว่น “ลักษณะผิว” จะเกิดความรู้สึกได้จากการสัมผัสทางกายเมื่อใช้สีในโทนเย็น เช่น เขียวอ่อน จะทำให้เกิดความรู้สึกผอนคลาย ในทางตรงขาม หากใช้สีในโทนร้อน หรือโทนอุ่น ก็จะทำให้รู้สึกตื่นเตนพาทายเปนต์นนอกจากนี้ เมื่อนักออกแบบเลือกลักษณะผิวที่แตกต่างบนผลงานการออกแบบจะทำให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การเลือกใช้ผิวเรียบมัน บนผลงานการออกแบบเช่น เครื่องเขียน ก็จะทำให้รู้สึกถึงความหรูหรา มีมูลค่าสูง เปนต์นและเมื่อนักออกแบบมีการเลือกใช้สีและลักษณะพื้นผิวที่ผสมกลมกลืนกัน ก็จะทำให้ผลงานการออกแบบนั้น แผงความรู้สึกได้มากขึ้น

ความรู้สึกทางดำนขนาด (Feeling from Size) ความรู้สึกดังกล่าวในที่นี้เกิดจากการใช้องค์ประกอบ 3 ประเภท คือ จุด รูปทรง และพื้นที่ว่าง (Point, Form and Space) มาประกอบกัน และให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ความรู้สึกที่เกิดจากการใช้ “จุดและรูปทรง” เมื่อมีการออกแบบโดยใช้จุด หรือรูปทรงในขนาดเล็กก็อาจจะทำให้เกิดความรู้สึกเหมือนการล่องลอย โปรงเบา ไมเครงเครียดสนุกสนาน แต่วัตถุนั้นอาจไม่คงทน เปนต์น และหากออกแบบให้จุด หรือรูปทรงมีขนาดใหญ่ ก็อาจทำให้เกิดรู้สึกเหมือนการดิ่งถวลงสู่สว่นล่าง หรือมีฐานที่มั่นคง การมีน้ำหนักความแข็งแรงคงทน เปนต์น การสร้างความรู้สึกดำนขนาดอีกประการหนึ่งคือ การใช้ “พื้นที่ว่าง” ในการออกแบบที่ผสมผสานกับการใช้จุดและรูปทรง เช่น เมื่อออกแบบให้ผลงานนั้นมีพื้นที่ว่างน้อยก็ทำให้รู้สึกคับแคบอึดอัด เปนต์น

การใช้รูปทรง (Form)

วิธีการนี้ทำได้โดยการออกแบบรูปทรงแบบต่าง ๆ ดังนี้

การออกแบบรูปทรงธรรมชาติ (Natural Form) ด้วยวิธีการ 2 วิธีคือ การออกแบบให้เรียบง่าย (Simple Form Design) โดยการตัดทอน (Distortion) รายละเอียดที่เห็นจริงในธรรมชาติบางส่วนและเหลือไว้เฉพาะสว่นที่นักออกแบบคิดว่า สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับผลงานการออกแบบนั้น วิธีที่สอง คือ การประดิษฐ์ตกแต่ง (Decoration) ทำโดยการแต่งเติมลวดลาย เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของรูปทรงธรรมชาติ

การออกแบบรูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) การออกแบบรูปทรงประเภทนี้ทำได้โดยวิธีการเดียวกับการออกแบบรูปทรงธรรมชาติในส่วนที่ตัดทอนรายละเอียด (Distortion) แตต่างกันที่เมื่อ

ตัดทอนรายละเอียดแล้วจะนำเสนอรูปทรงแบบเรขาคณิตที่มีความเป็นเหลี่ยมมุม หรือเป็นวงกลม ที่อวงรี เซน รูปทรงกรวยรูปทรงกระบอกรูปทรงทรงแห้เหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงรีวงกลมสามเหลี่ยม เป็นต้น ทั้งนี้ต้องออกแบบรูปทรงโดยยึดหลักแห่งความกลมกลืนการสร้างจุดสนใจและการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันระหว่างรูปทรง และพื้นที่ว่างด้วย อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน มีการออกแบบรูปทรงประเภทนี้มาก เนื่องจากรูปทรงประเภทนี้สื่อถึงความประณีต เรียบ ความเป็นระเบียบ ความเรียบง่าย ความสง่างาม เป็นต้น

การออกแบบรูปทรงอิสระ (Free Form) โดยการสร้างสรรค์รูปทรงให้ต่างจากรูปทรงที่มีอยู่จริงในธรรมชาติหรือให้มีบางส่วนคล้ายคลึงธรรมชาติทั้งนี้การใช้รูปทรงอิสระในการออกแบบนั้นผู้ออกแบบต้องคิดสร้างสรรค์ขึ้นเองโดยยึดหลักความกลมกลืน ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงและพื้นที่ว่างและการสร้างจุดสนใจเช่นเดียวกับการออกแบบรูปทรงเรขาคณิต

การออกแบบรูปทรงบริสุทธิ์ (Pure Form) รูปทรงประเภทนี้มีความเป็นนามธรรมสูงเนื่องจากไม่ได้แฝงลักษณะของสิ่งที่เป็นจริงในธรรมชาติให้สามารถเข้าใจความหมายของรูปทรงนั้นได้ดังนั้นผู้ออกแบบจึงมีอิสระในการออกแบบอย่างยิ่ง รูปทรงดังกล่าวจะมีลักษณะแบบใดก็ได้ตามจินตนาการของผู้ออกแบบ ดังนั้น รูปทรงที่ออกแบบนั้นจึงไม่มุ่งที่ความเข้าใจในความหมายแต่มุ่งสร้างจินตนาการให้ปรากฏบนผลงานการออกแบบนั้นมากกว่า อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีอิสระในการออกแบบรูปทรงแต่นักออกแบบก็ยังคงคำนึงถึงหลักความกลมกลืน ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงและพื้นที่ว่างและการสร้างจุดสนใจเช่นเดียวกัน

2.5 เครื่องมือที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 โปรแกรม Adobe Photoshop CC2019

เป็นโปรแกรมในตระกูล Adobe ที่ใช้สำหรับตกแต่งภาพถ่ายและภาพกราฟิก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และงานด้านมัลติมีเดีย อีกทั้งยังสามารถ retouching ตกแต่งภาพและสร้างภาพ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมสูงมากในขณะนี้ เราสามารถนำโปรแกรม Photoshop ในการแต่งภาพ การใส่ Effect ต่าง ๆ ให้กับภาพและตัวหนังสือ การทำภาพขาวดำและการทำภาพถ่ายเป็นภาพเขียน การนำภาพต่างๆ มารวมกัน การ Retouch ตกแต่งภาพ เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว โปรแกรม Photoshop ยังเป็นโปรแกรมสร้างและแก้ไขรูปภาพอย่างมืออาชีพโดยเฉพาะนักออกแบบในทุกวงการยอมรับจักโปรแกรมตัวนี้ดี โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่มีเครื่องมือมากมายเพื่อสนับสนุนการสร้างงานสิ่งพิมพ์ งานวิดิทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจนงานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ในชุดโปรแกรม Adobe Photoshop

2.5.2 โปรแกรม Adobe Illustrator CC2019

เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการวาดภาพ โดยจะสร้างภาพที่มีลักษณะเป็นลายเส้น หรือที่เรียกว่า Vector Graphic จัดเป็นโปรแกรมระดับมืออาชีพที่ใช้กันเป็นมาตรฐานในการออกแบบระดับสากลสามารถทำงานออกแบบต่างๆ ได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ เว็บ และภาพเคลื่อนไหวตลอดจนการสร้างภาพเพื่อใช้เป็นภาพประกอบในการทำงานอื่นๆ เช่น การ์ตูน ภาพประกอบหนังสือ เป็นต้น

2.5.3 โปรแกรม Adobe Dimension CC

เป็นโปรแกรมในกลุ่มของ Adobe เหมือน Adobe Photoshop และ Adobe Illustrator ที่เรารู้จักกันดี โปรแกรมนี้ทำให้เรื่องการสร้างแบบจำลอง (โมเดล) สามมิติ (3D) ประเภทงานบรรจุภัณฑ์ อาทิ กล่อง ขวด ถังกระดาษ ไปจนถึงงานสร้างสรรค์ Abstract Art ที่ผสมผสานระหว่างภาพ 2 มิติ และ 3 มิติ เป็นเรื่องง่ายและสนุก ผู้ใช้งานสามารถลากโลโก้ หรือลวดลายต่างๆ ที่ออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้วจาก Photoshop หรือ Illustrator มาลงในโมเดล 3D ได้เลย เพียงแค่ลากไฟล์มาใส่บนโมเดลที่เลือกไว้ก็สามารถขยับปรับตำแหน่งผลงานของเราได้อย่างอิสระ ตัวโปรแกรม

มีโมเดลรูปทรงต่างๆไว้ให้เราเลือกใช้งานค่อนข้างหลากหลาย เพียงแค่ในส่วนที่มีให้ใช้ฟรีก็มีมากมายแล้ว หากสนใจโมเดลรูปแบบพิเศษก็สามารถซื้อเพิ่มเติมได้ นอกจากนี้ยังสามารถจัดวางองค์ประกอบ ใส่ฉากหลัง เปลี่ยนสี และ ลักษณะพื้นผิว แล้วยังจัดแสงให้ดูสมจริงได้อีกด้วย ขั้นตอนต่าง ๆ ในโปรแกรมนี้ง่ายกว่าการใช้โปรแกรม 3D อื่น ๆ ที่อาศัยการเรียนรู้นานและมีความชำนาญเป็นอย่างมาก แลเมื่อกำหนดเสร็จแล้ว ยังสามารถ export มาเป็น PSD (ไฟล์ของ Adobe Photoshop) นำไปจัดนูนนี้เพิ่มเติมพร้อมฟรีเซนต์ได้เลย

2.5.4 โปรแกรม Sketchup 2017

เป็นโปรแกรมที่สร้างขึ้นภายใต้แนวคิดในการรวมเอาข้อดีจากการสร้างต้นแบบด้วยการดินสอเขียนลงบนกระดาษ และใช้สื่อดิจิทัลผสมผสานการใช้งานเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการทำงาน มีระบบ an intelligent guidance ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากจุด, เส้น, พื้นผิวเพื่อใช้อ้างอิงในการสร้างโมเดล ทำให้การสร้างงานเป็นไปอย่าง สั้นไหลและสนุก อีกทั้งยังมีอินเตอร์เฟซที่ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน โมเดล 3D ที่สร้างขึ้นใน SketchUp มีลักษณะเป็น surface model คือขึ้นรูป 3 มิติ แบบพื้นผิว ทำให้ภายในโมเดลกลวง ต่างจากการสร้างโมเดล 3D แบบ Solid คือ มีลักษณะคล้าย การปั้นดิน ทำให้ภายในโมเดลตัน อีกทั้งลักษณะเส้นโค้งใน SketchUp เกิดจากการประกอบด้วย ส่วนของเส้นตรงเล็กๆ เข้าด้วยกัน พื้นผิวที่โค้งมนก็เป็นการประกอบส่วนของพื้นผิวแบนเล็กๆ เข้าด้วยกัน โมเดลที่สร้างขึ้นจึงไม่เนียนเท่าการสร้างโมเดลจากเส้นโค้งที่เป็นเส้นโค้งจริง แต่ผลดี ก็คือทำให้ใช้ทรัพยากรของเครื่องน้อย ขนาดไฟล์ไม่ใหญ่ และประมวลผลเร็ว

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาวพรพิมล ศักดา (2558) การวิจัยเรื่อง การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่น สำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบ แผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา และรวบรวมข้อมูลเอกลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดนนทบุรี เพื่อใช้ในการอ้างอิงและเป็น ประโยชน์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบล บางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี และ เพื่อออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิต กล้วยอบ แผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

นายรชต ปาสวรรณ (2557) โครงการศึกษาขั้นตอนและวิธีการใช้โปรแกรมAIเพื่อออกแบบสื่อสิ่ง พิมพ์เพื่อการโฆษณาซึ่งมีแนวทางคือลงมือปฏิบัติงานจริงด้านการออกแบบเพื่อทำการศึกษาค้นคว้าหาที่ ของเครื่องมือในโปรแกรมอย่างเข้าใจองแทโครงการสามารถเข้าใจถึงวิธีการใช้โปรแกรมเพื่อออกแบบ กราฟงานที่ได้ออกมาถูกใจลูกค้าผลสำเร็จที่ได้ออกมาทำให้บริษัทมีความพึงพอใจในการทำงานของช่างตกแต่ง ภาพกราฟิก

นายธรรมธร ศรีสุรีย์ไพศาล (2555) การวิจัยเพื่อสืบค้นอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสาครเพื่อ นำไปใช้ในการออกแบบเลขศิลป์ ให้สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีได้อย่าง ชัดเจน ซึ่งจะ ช่วยส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสาครเกิดความชัดเจนขึ้น มีความเป็นเอกภาพ ทั้งนี้เพราะที่ ผ่านมาอิทธิพลทางวัฒนธรรมพม่าจากแรงงานต่างด้าวที่มีจำนวนมากถึงหนึ่งเท่าตัวของ ประชากรท้องถิ่น ส่งผลต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นอย่างมาก

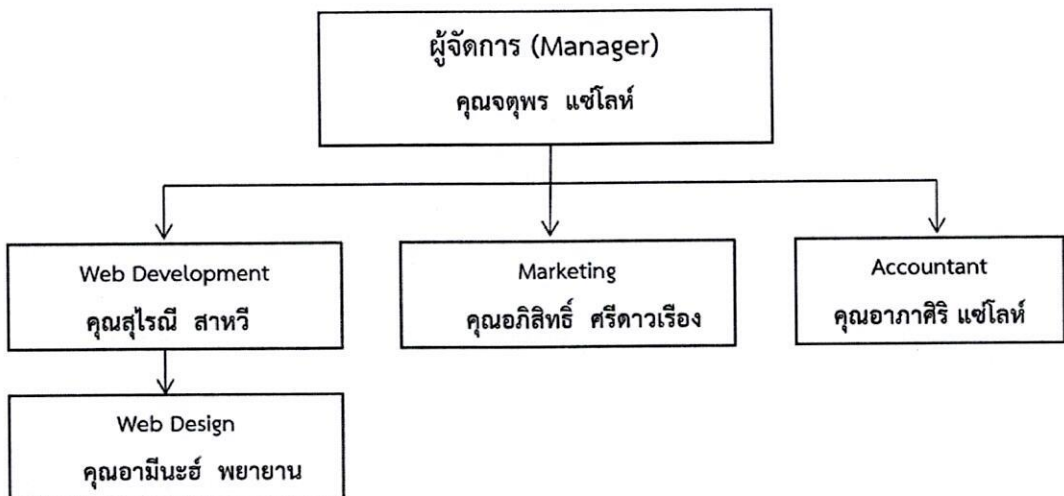
บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท สตอร์ม เทคโนโลยี เป็นบริษัทที่ให้บริการด้านการจัดทำเว็บไซต์ที่หลากหลาย ตั้งแต่แบบธุรกิจเริ่มต้นไปจนถึงระดับองค์กรขนาดใหญ่ มหาชน อีกทั้งยังออกแบบเว็บไซต์ ให้กับลูกค้าทั่วประเทศ ทั้งเอกชนชื่อดังและองค์กรราชการหลายแห่ง นอกจากนี้ทางบริษัทจะรับทำเว็บไซต์ หรือ รับออกแบบเว็บไซต์ ทางบริษัทยัง รับเขียนระบบโปรแกรมบนเว็บไซต์ (web application) รับทำแอปมือถือ (Mobile Application) รวมถึงรับออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ อัตลักษณ์องค์กร (Corporate identity) เช่น การออกแบบโลโก้, นามบัตร(Business Card) และรับทำชุด Stationery ต่าง ๆ กระดาษหัวจดหมาย (letterhead),ซองจดหมาย (Business Envelopes), โบรชัวร์ (Brochures), แผ่นพับ, ใบปลิว (leaflets/flyers), แค็ตตาล็อก (Catalogue), แฟ้มเอกสาร(Folder), ป้ายโฆษณา(Signage), โปสเตอร์ (Poster) เป็นต้น

3.2 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงาน



ภาพที่ 3-1 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงาน

3.3 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.3.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

- นายณัฐพงศ์ อเนกศักดิ์อมร ตำแหน่งนักศึกษาฝึกงานฝ่ายกราฟิก และเว็บไซต์

3.3.1 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

- ออกแบบหน้าเว็บไซต์ และแบนเนอร์ภายในเว็บไซต์
- งานกราฟิกทั่วไป

3.4 ชื่อ สกุลและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

3.4.1 ชื่อ สกุลพนักงานที่ปรึกษา คุณจตุพร แซ่โล่ห์

3.4.2 ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา ผู้จัดการ

3.5 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.5.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน ระหว่างวันที่ 25 มิถุนายน ถึง วันที่ 25 ตุลาคม 2561

3.5.2 วันเวลาในการปฏิบัติการสหกิจ วันจันทร์ ถึง วันศุกร์ เวลา 08.00 น. – 17.00 น.

3.6 ขั้นตอน และวิธีการดำเนินงาน

กิจกรรม	มิ.ย.60	ก.ค.60	ส.ค.60	ก.ย.60	ต.ค.60
	1. รวบรวมข้อมูลสถานประกอบการ	←→			
2. พุจฉุ่ย และกำหนดหัวข้อของโครงการ	←→				
3. ศึกษาข้อมูล และขั้นตอนการปฏิบัติงาน		←→			
4. ปฏิบัติ และหาข้อมูลเพิ่มเติม			←→		
5. เรียนรู้ และสอบถามเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับเปลี่ยน				←→	
6. ตรวจสอบและแก้ไข		←→			←→
7. สรุป และส่งโครงการ					←→

ภาพที่ 3-2 ตารางแสดงขั้นตอน และวิธีการดำเนินงาน

3.7 อุปกรณ์ เครื่องมือ และโปรแกรมที่ใช้

3.7.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์ (Hardware)

- Computer notebook Intel core i7-8550U, 1.8 GHz

Processor : Intel(R) core(TM) i7-8550U CPU @ 1.8 GHz 1.99GHz

Memory : RAM 8 GB

Display : 15" HD (LED)

Hard disk : 800 GB

3.7.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์ (Software)

- ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows 10
- Microsoft Word 2010 ใช้ในการจัดการเอกสาร
- Sketchup 2017
- Adobe Photoshop CC 2019
- Adobe Illustator CC 2019
- Dimension CC

บทที่ 4

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

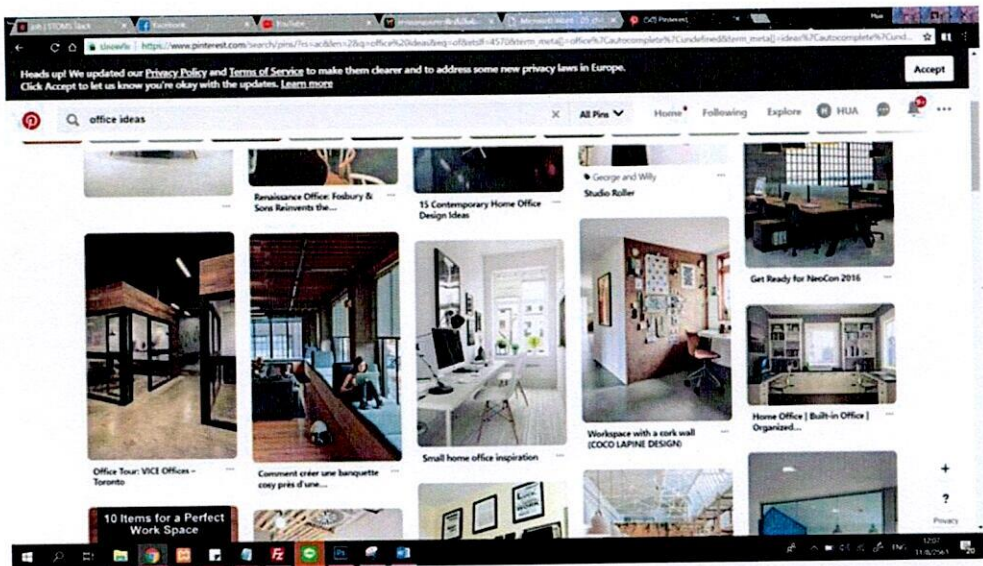
รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทสตาร์ทอัพเทคโนโลยี ทำการวิเคราะห์บริษัทเพื่อใช้ในการออกแบบ
อัตลักษณ์ที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรได้อย่างชัดเจน และทำการศึกษาขั้นตอนในการปฏิบัติงาน
รวมถึงลักษณะของการออกแบบโดยมีขั้นตอนปฏิบัติงานดังต่อไปนี้

4.1 ขั้นตอนการออกแบบออฟฟิศ

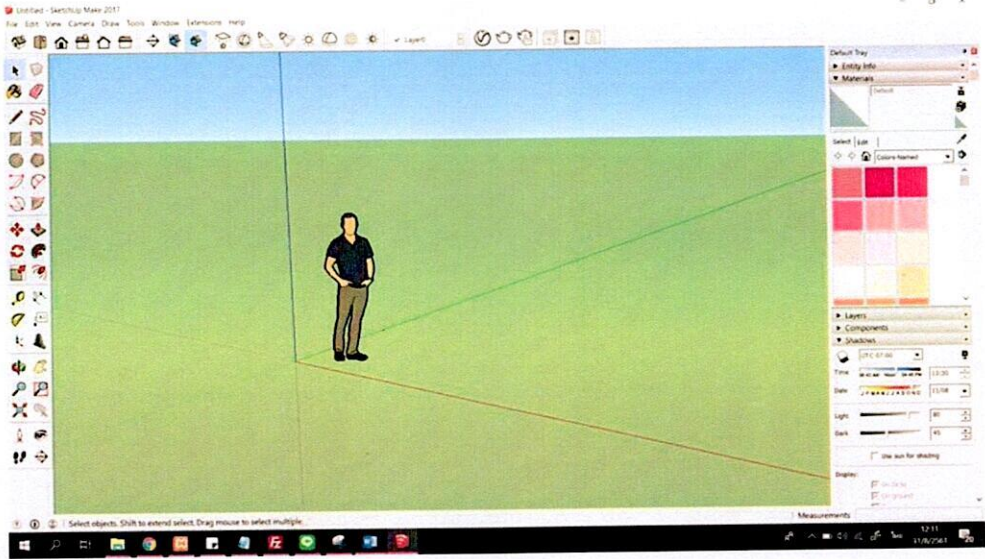
4.1.1 ค้นคว้าหาแนวทางออกแบบออฟฟิศจากอินเทอร์เน็ต

4.1.2 วัดขนาดของตัวออฟฟิศเดิม เพื่อใช้ในการร่างโครงสร้างของออฟฟิศเบื้องต้น

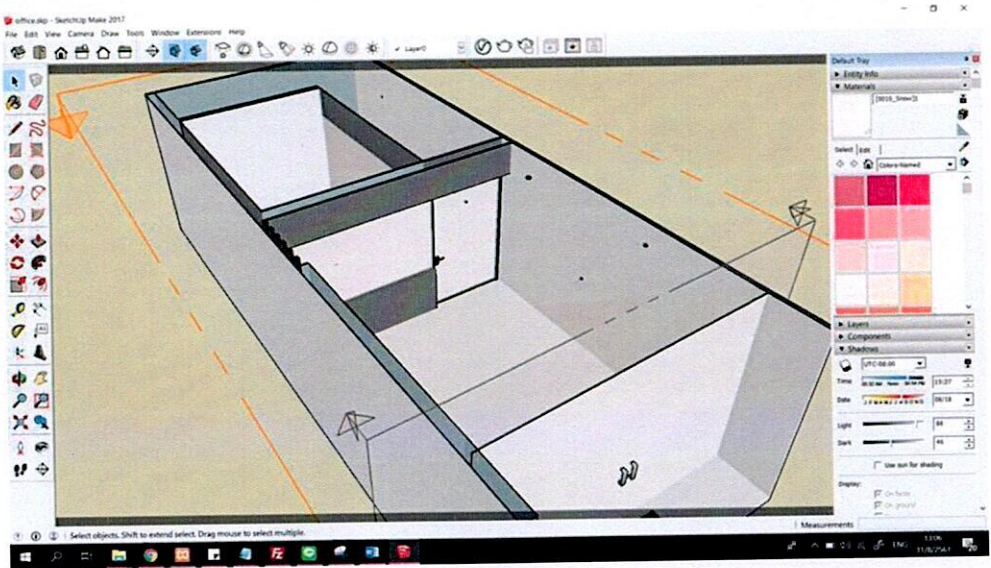
4.1.3 ทำการสร้างออฟฟิศจำลองโดยใช้โปรแกรม Sketchup 2017 และ Adobe Photoshop
CC 2019 ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้



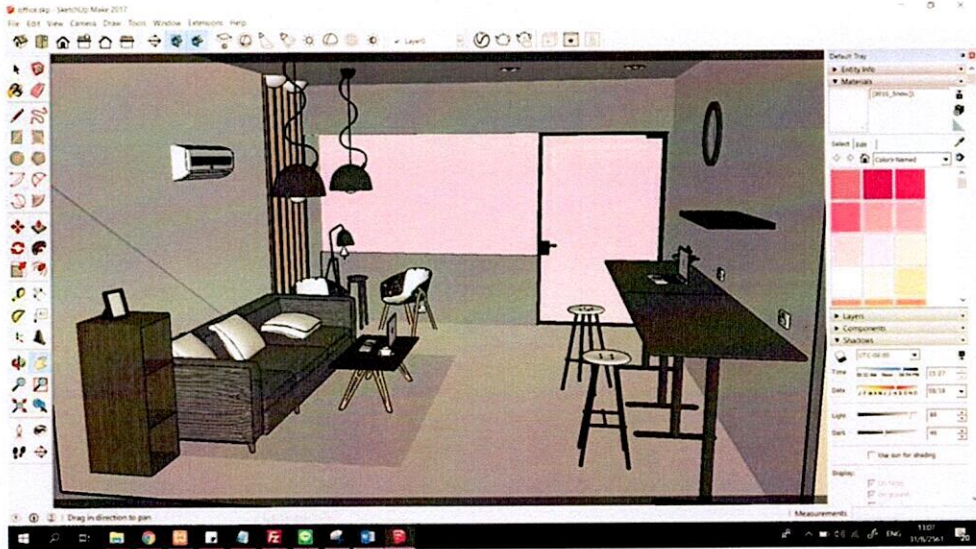
ภาพที่ 4-1 หาแนวทางการออกแบบจากอินเทอร์เน็ต



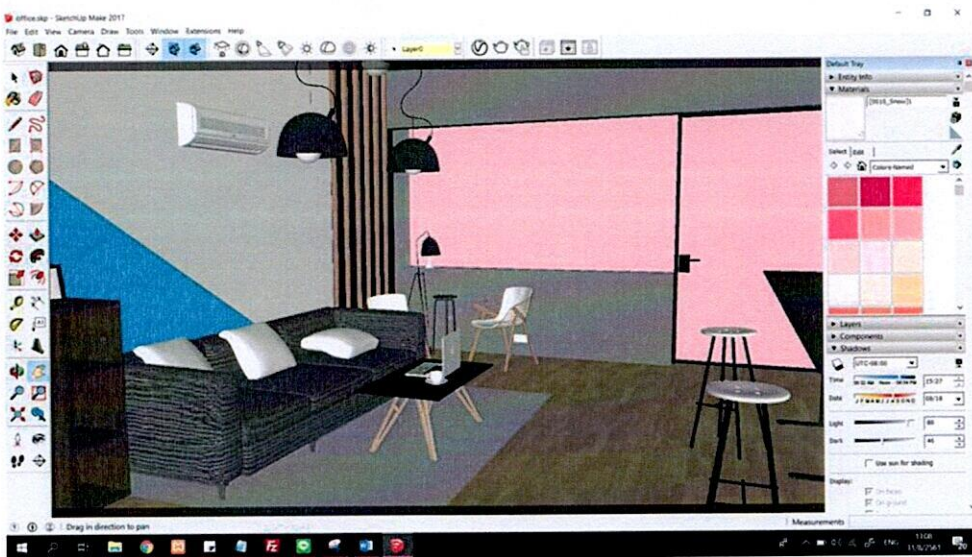
ภาพที่ 4-2 ทำการเปิดโปรแกรม



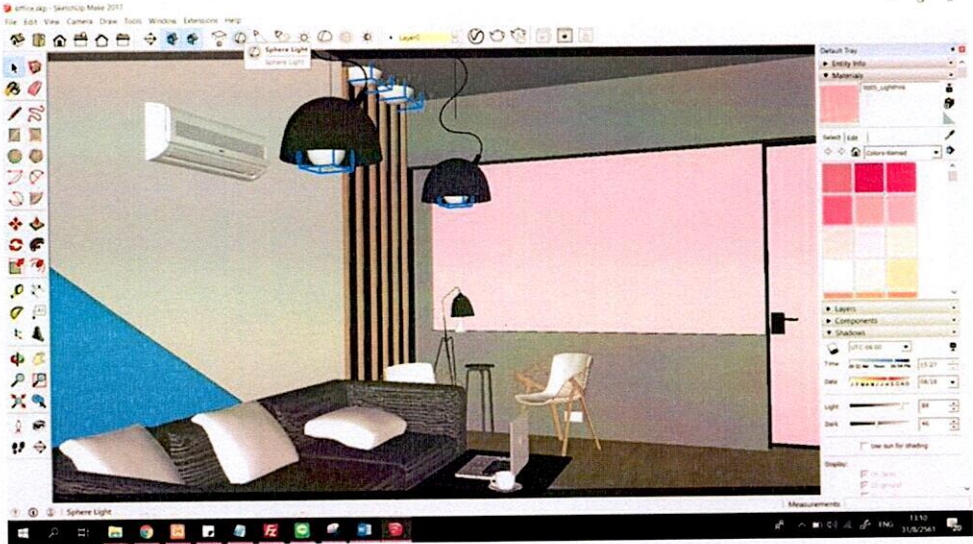
ภาพที่ 4-3 วาดโครงสร้างของออฟฟิศ



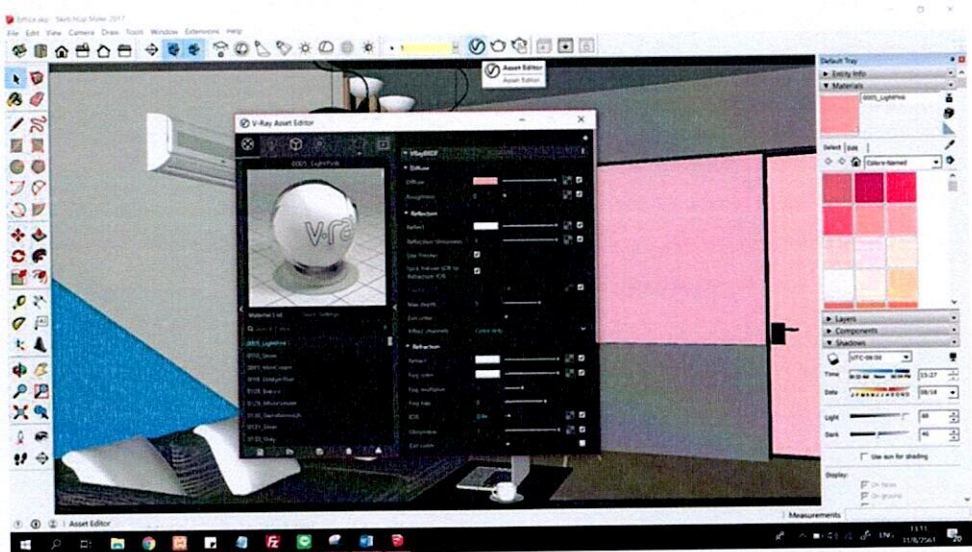
ภาพที่ 4-4 ตกแต่งออฟฟิศด้วยการนำเฟอร์นิเจอร์มาจัดเรียงภายใน



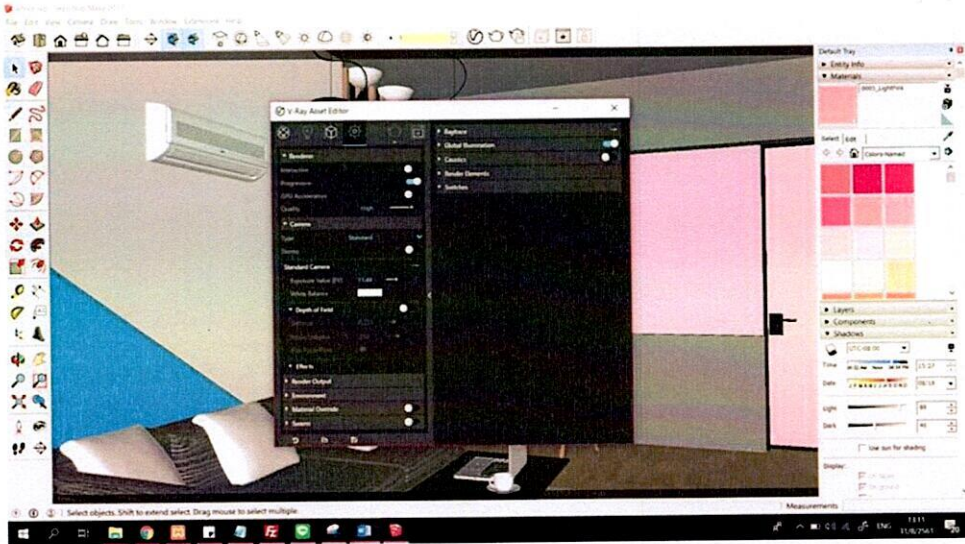
ภาพที่ 4-5 ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยการเติมสีให้กับวัตถุ



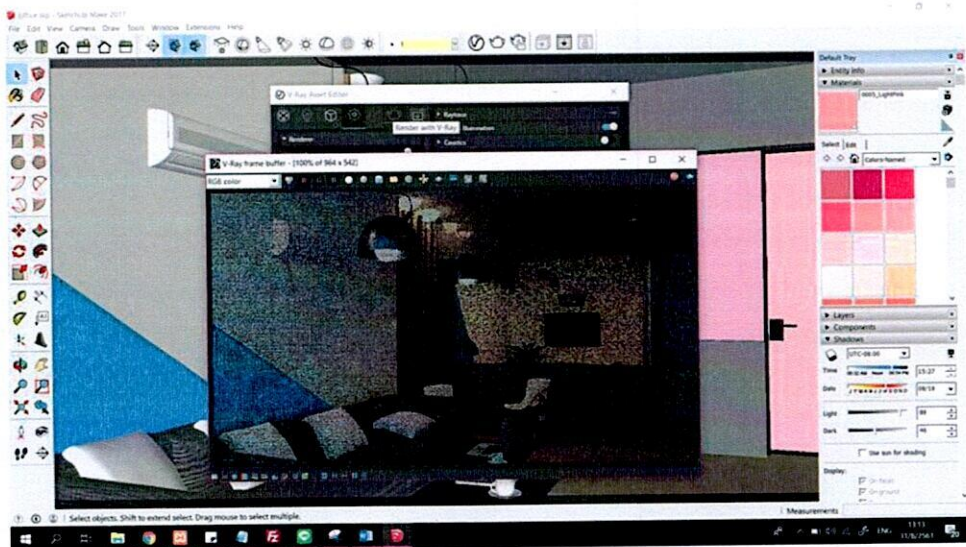
ภาพที่ 4-6 ทำการใส่แสงโดยใช้เครื่องมือ Sphere Lights



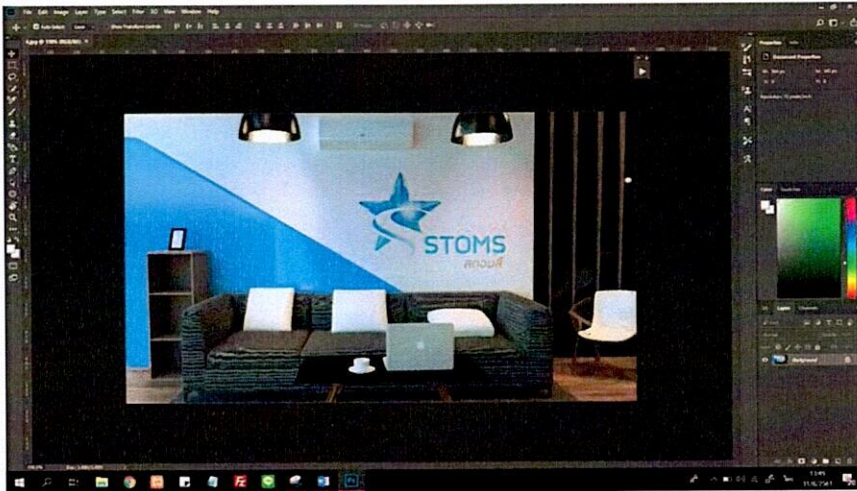
ภาพที่ 4-7 ปรับลักษณะของผิววัตถุโดยตั้งค่าใน Asset Editor



ภาพที่ 4-8 ตั้งค่าการ Render ภาพในแท็บเมนูรูปพื้นเพื่อง



ภาพที่ 4-9 คลิก Render ภาพ และรอโปรแกรมทำการประมวลผล



ภาพที่ 4-10 เพิ่มโลโก้ และตกแต่งภาพเพิ่มเติมโดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CC 2019

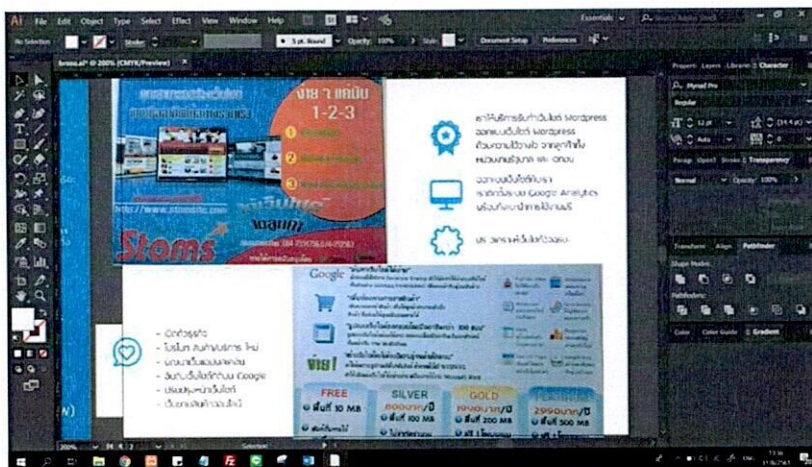
4.2 ขั้นตอนการออกแบบ Banner

4.2.1 ศึกษาข้อมูลของบริษัทเพื่อหาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการทำ Banner

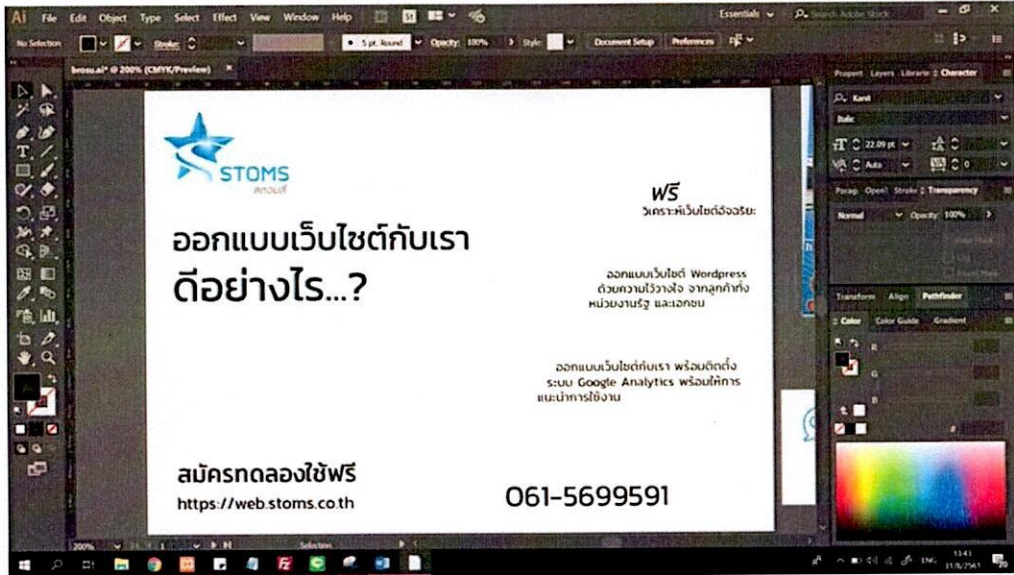
4.2.2 ค้นคว้าหาแนวทางออกแบบ Banner โฆษณาต่างๆ จากอินเทอร์เน็ต

4.2.3 ทำการออกแบบ Banner โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2019

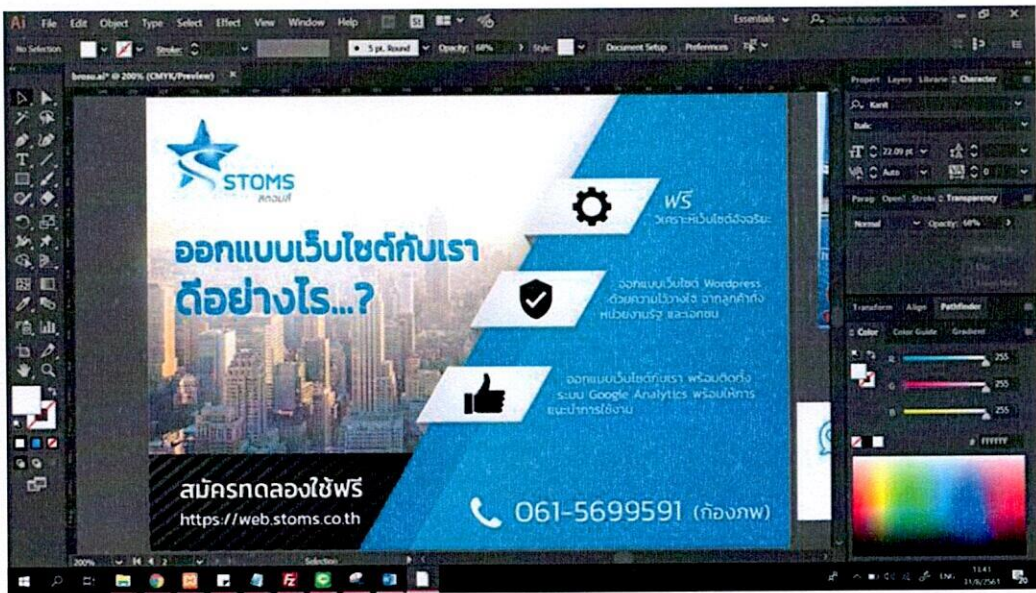
ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 4-11 รวบรวมข้อมูลของบริษัทที่จะนำมาใช้



ภาพที่ 4-14 จัดรูปแบบการจัดวางข้อความ

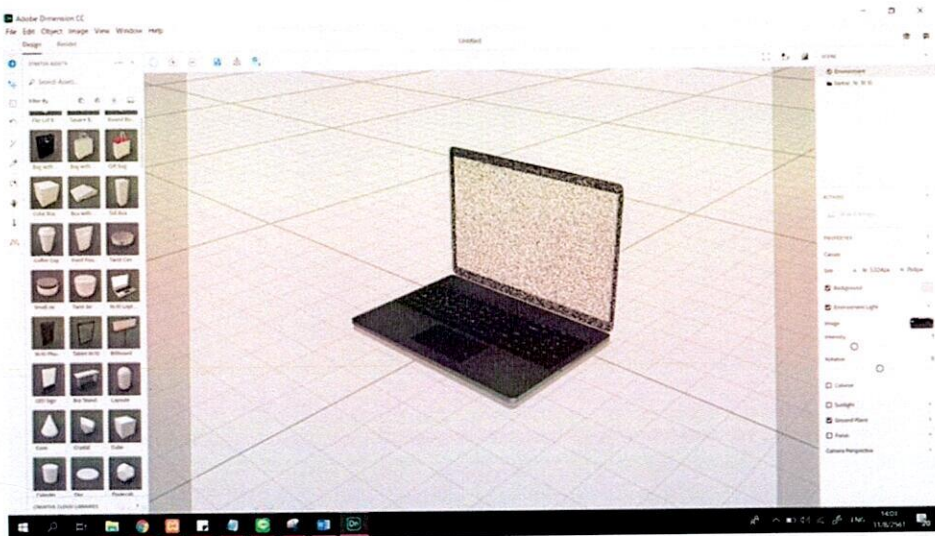


ภาพที่ 4-15 ตกแต่งเพิ่มเติม

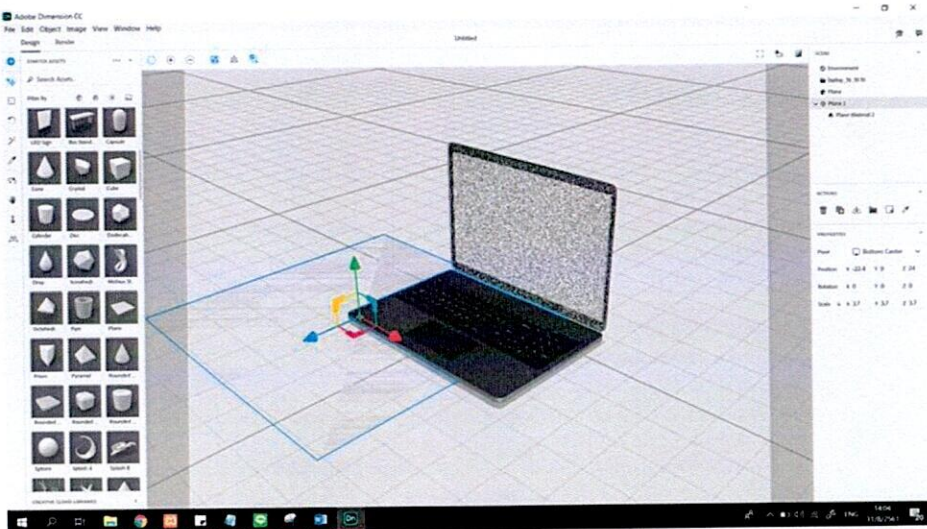
4.3 ขั้นตอนการออกแบบ Mockup

4.2.1 ค้นคว้าหาแนวทางออกแบบ Mockup จากอินเทอร์เน็ต

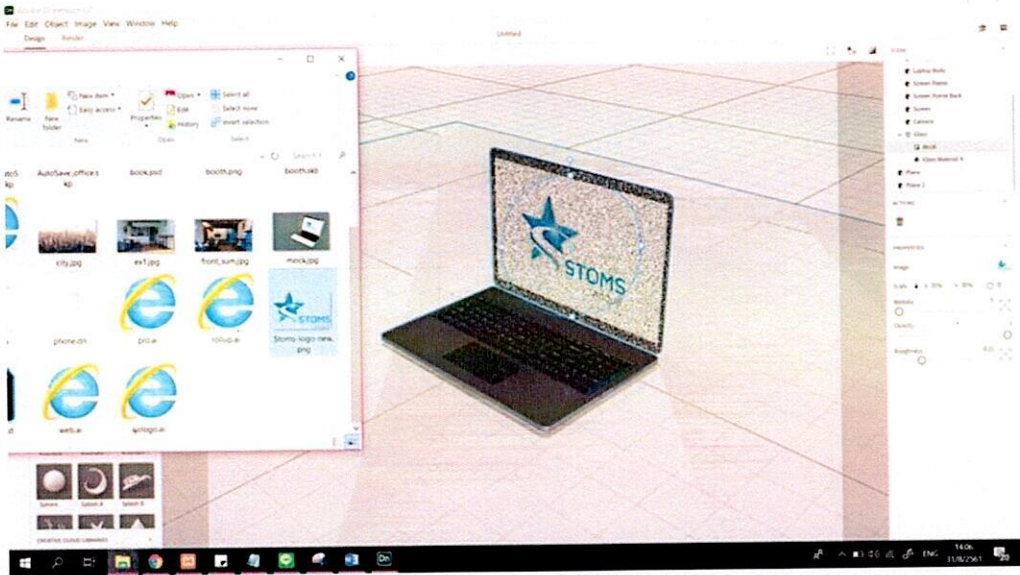
4.2.3 ทำการออกแบบ Banner โดยใช้โปรแกรม Dimension CC ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้



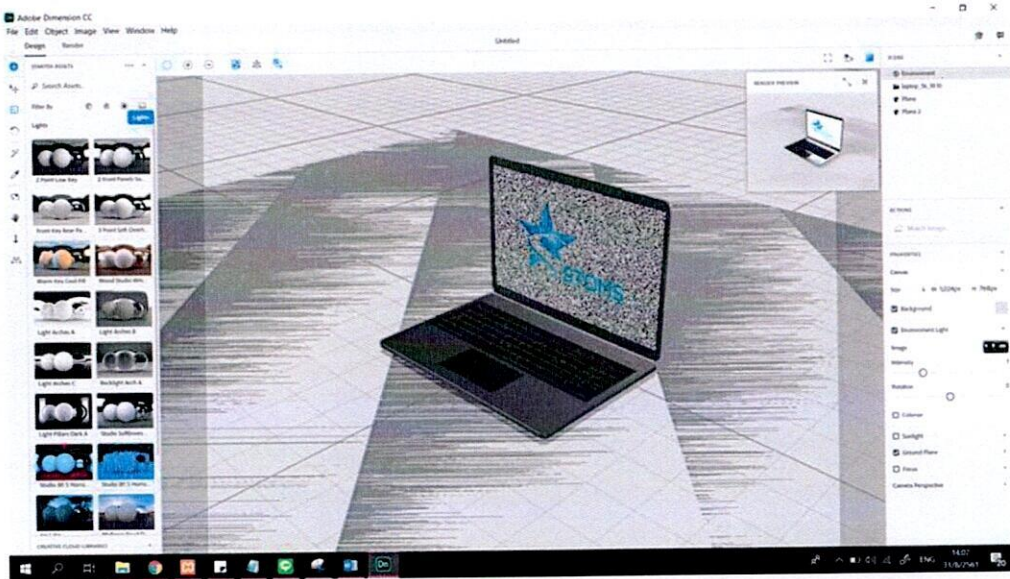
ภาพที่ 4-16 เลือก Model ภายในโปรแกรม หรือหาตัวโมเดลเพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 4-17 สร้างส่วนพื้นรองรับวัตถุ และทำการขยาย



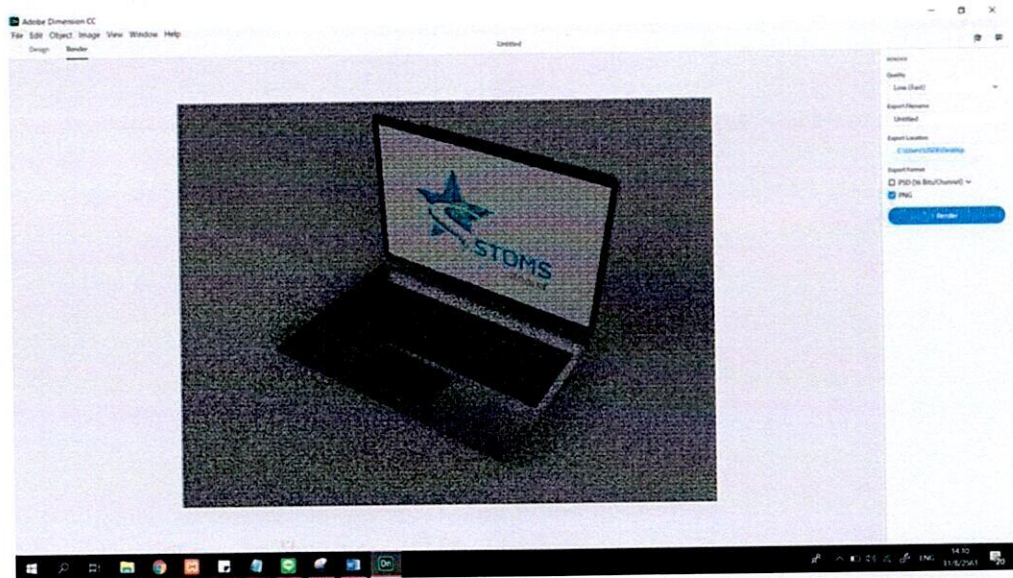
ภาพที่ 4-18 นำภาพโลโก้จากภาพนอกฉากเข้าโปรแกรม



ภาพที่ 4-19 ปรับรูปแบบแสง และเงาโดยคลิกแถบ Light



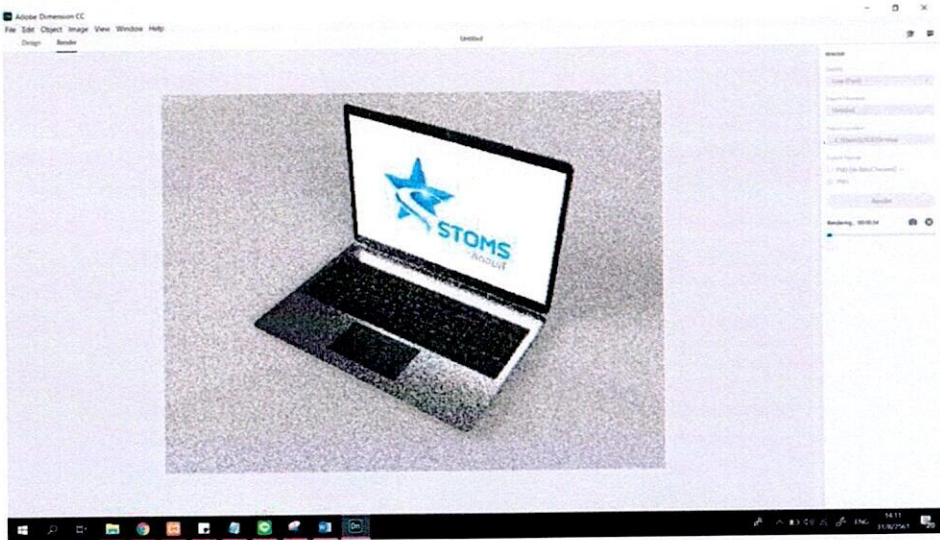
ภาพที่ 4-20 ปรับมุมมองของภาพที่ต้องการ



ภาพที่ 4-21 คลิกแถบเมนู Render และทำการตั้งค่าการ Render ตามต้องการ



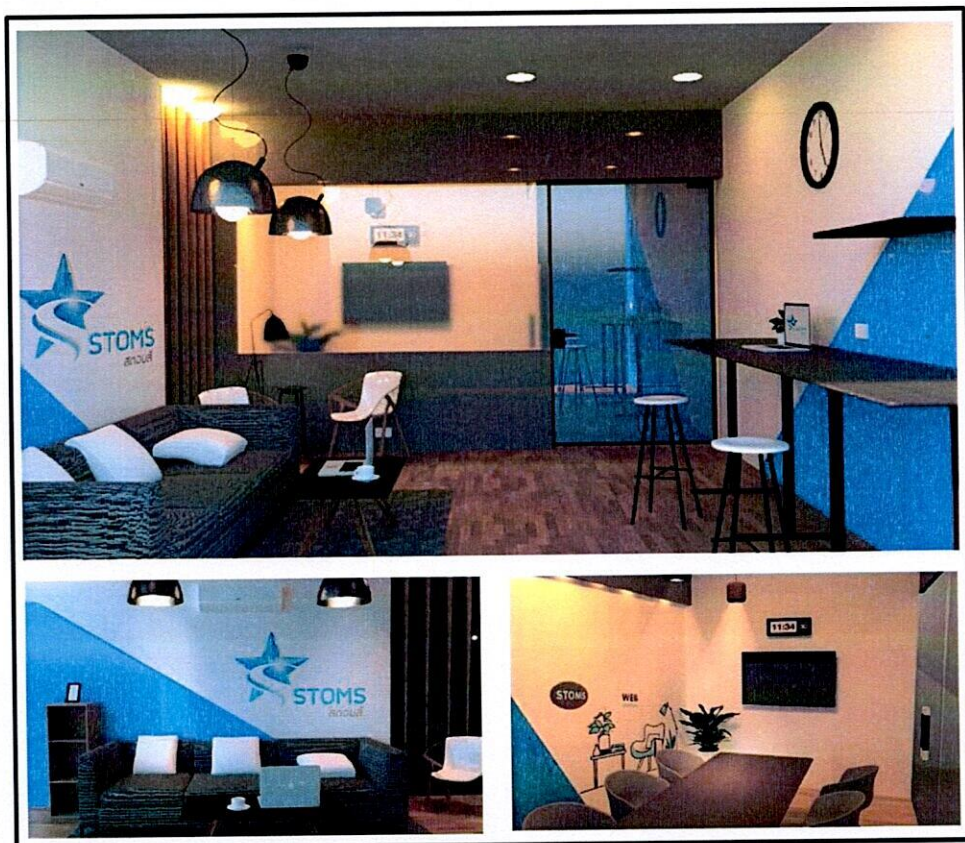
ภาพที่ 4-22 คลิกปุ่ม Render



ภาพที่ 4-23 รอโปรแกรมทำการ Render จนเสร็จเป็นอันเสร็จสิ้น

ผลงานออกแบบ

ในส่วนนี้เป็นการออกแบบเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของบริษัท สตอมส์ เทคโนโลยี ได้แก่ การออกแบบออฟฟิศ Bannerโฆษณา นามบัตร และชุดยูนิฟอร์ม เพื่อนำไปให้ผู้จัดการได้ทำการประเมินผลงานการออกแบบ เพื่อนำผลการประเมินนั้นมาใช้เป็นทิศทางในการพัฒนาอัตลักษณ์ต่อไป



ภาพที่ 4-24 ภาพแสดงการออกแบบออฟฟิศ



ภาพที่ 4-25 ภาพแสดงการออกแบบ Banner โฆษณา

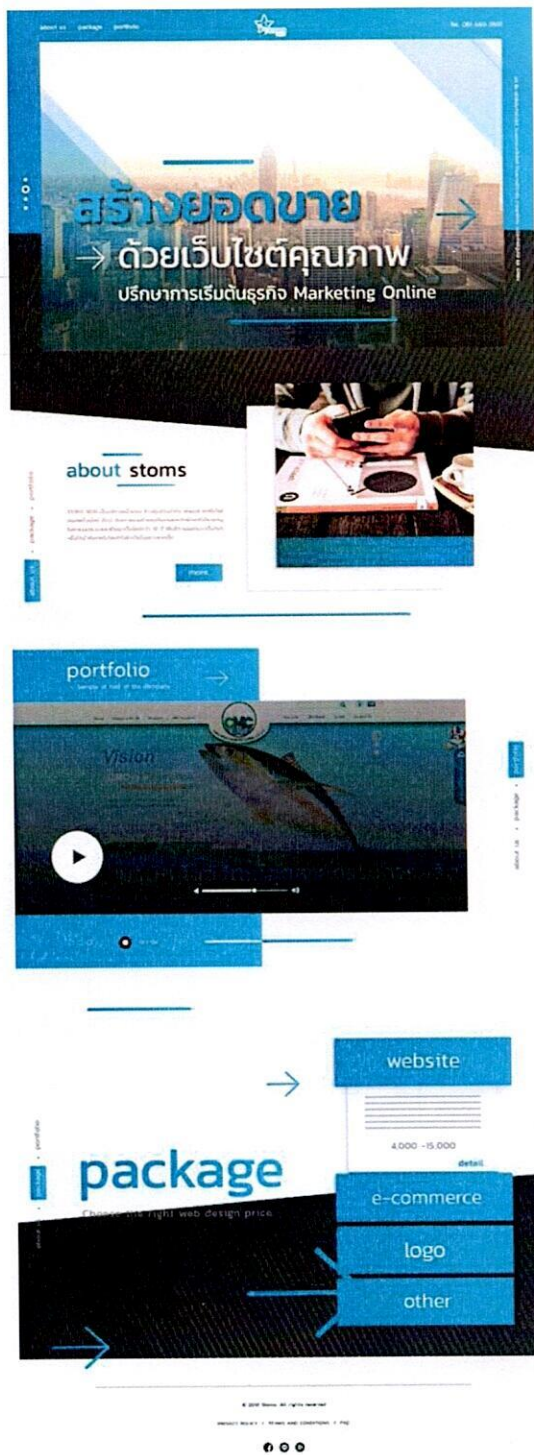


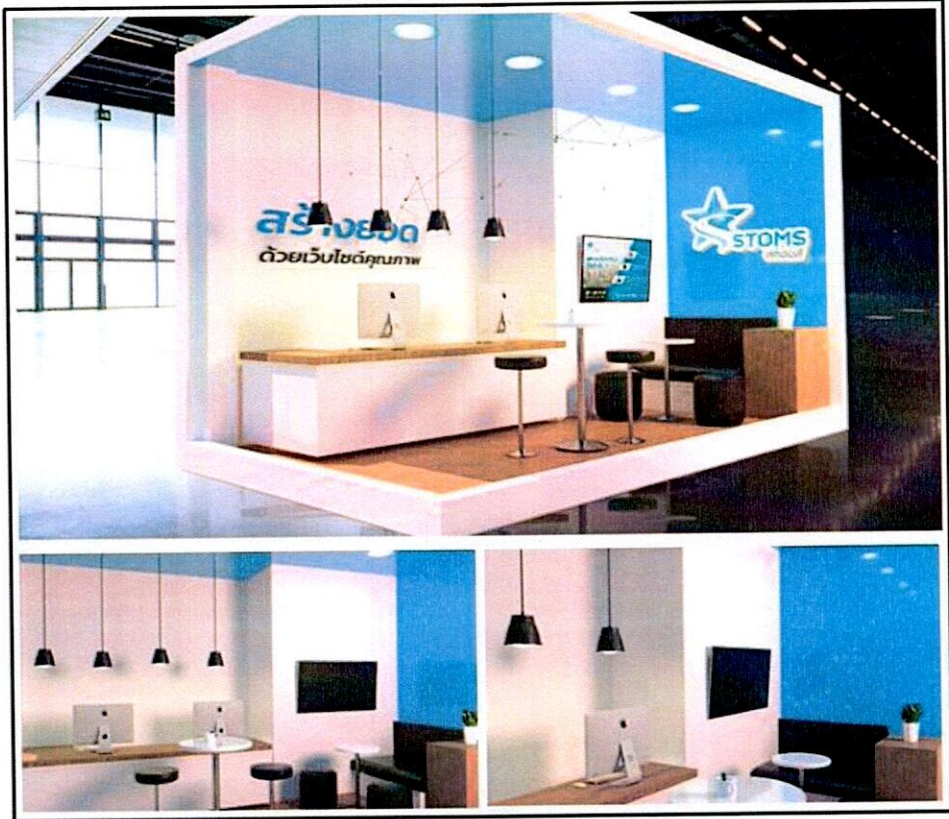
ภาพที่ 4-26 ภาพแสดงการออกแบบอุปกรณ์สำนักงาน



ภาพที่ 4-27 ภาพแสดงการออกแบบชุดยูนิฟอร์ม

ภาพที่ 4-28 ภาพแสดงการออกหน้าเว็บไซต์





ภาพที่ 4-29 ภาพแสดงการออกแบบบูธอีเว้นท์ Stoms

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินงาน

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรของบริษัท สตอร์ม เทคโนโลยี ซึ่งเป็นโครงการที่มีการศึกษาค้นคว้า ด้านอัตลักษณ์ของบริษัท โดยที่ผ่านมาการใช้อัตลักษณ์ขององค์กร ยังขาดความเป็นเอกภาพ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งส่งผลให้อัตลักษณ์ของ บริษัท สตอร์ม เทคโนโลยี ไม่ชัดเจนด้วยเหตุผลนี้การศึกษาและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม

ผู้วิจัยมีแนวทางการวิจัยโดยเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลเดิมขององค์กร ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาข้อมูลการออกแบบเอกลักษณ์องค์กร และข้อมูลพื้นฐาน เพื่อหาแนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของบริษัทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากผลการวิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นตัวอย่างผลงานการออกแบบ คือ

- 5.1.1 รูปแบบการออกแบบออฟฟิศ
- 5.1.2 รูปแบบแบนเนอร์ประชาสัมพันธ์
- 5.1.3 รูปแบบอุปกรณ์สำนักงาน
- 5.1.4 รูปแบบชุดยูนิฟอร์ม
- 5.1.5 ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์
- 5.1.6 รูปแบบการออกแบบบูธอีเว้นท์

5.2 ปัญหาและอุปสรรคระหว่างการทำงาน

เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงานมีข้อจำกัดทำให้ประสิทธิภาพในการประมวลผลการทำงาน เป็นไปอย่างล่าช้า

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาต่อ

สามารถนำไปพัฒนาต่อ และใช้งานวิจัยชิ้นนี้เป็นรูปแบบในการสร้างอัตลักษณ์ของ บริษัท สตอมส์ เทคโนโลยี ให้เป็นรูปธรรมขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] สุมิตรา ศรีวิบูลย์. การออกแบบอัตลักษณ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Core Function, 2546.
- [2] มาโนช กงกะนันท์. ศิลปะการออกแบบ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2538.
- [3] การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ (ออนไลน์) สามารถเข้าถึงได้จาก
<http://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/391/Fulltext.pdf>
- [4] การออกแบบเลขนศิลป์ที่แสดงอัตลักษณ์ (ออนไลน์) สามารถเข้าถึงได้จาก
<http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/thapra/fulltext.pdf>
- [5] การออกแบบกราฟิกสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณา (ออนไลน์) สามารถเข้าถึงได้จาก
<http://www.research-system.siam.edu/co-operative/966-2015-06-01-04-53-50>
- [6] หลักการออกแบบ (ออนไลน์) สามารถเข้าถึงได้จาก
<http://www4.eduzones.com/67321>
- [7] ความเป็นเอกภาพ (ออนไลน์) สามารถเข้าถึงได้จาก
<https://sites.google.com/site/bosscomaz/khwam-pen-xekphaph>
- [8] ความหมายและพลังของสีแต่ละสี (ออนไลน์) สามารถเข้าถึงได้จาก
<http://www.beger.co.th>
- [9] การจับคู่สี (ออนไลน์) สามารถเข้าถึงได้จาก
<https://www.fa.rmutt.ac.th/?p=1133>
- [10] เทคนิคการจัดแสง vray (ออนไลน์) สามารถเข้าถึงได้จาก
<http://www.maart3d.com/index.php/2016/02/18/vraysketchup/>

ภาคผนวก ก. วิธีการติดตั้ง SketchUp 2017

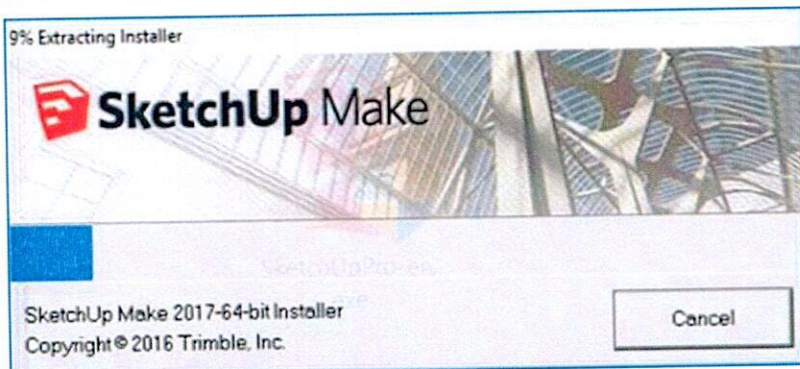
ขั้นตอนการติดตั้ง SketchUp 2017

1. หลังจาก Download SketchUp 2017 มาแล้ว เริ่มจากเข้าไปยังโฟลเดอร์ที่ทำการดาวน์โหลดตัวโปรแกรมมา และคลิกเปิดไฟล์ SketUpPro-en.exe



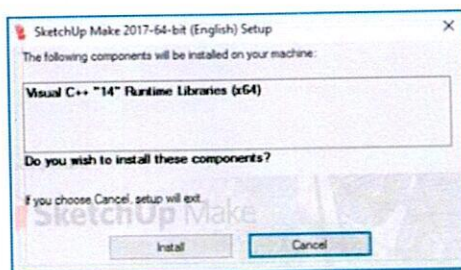
ภาพที่ ก-1 ไอคอน SketUpPro-en.exe

2. เข้าสู่กระบวนการเริ่มต้นสำหรับการติดตั้งโปรแกรม



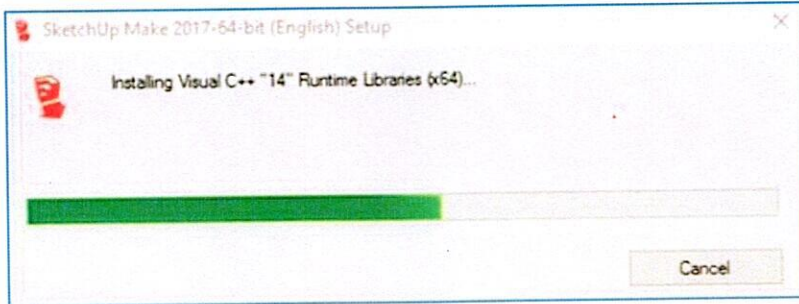
ภาพที่ ก-2 หน้าจอเริ่มต้นการติดตั้งโปรแกรม

3. คลิกที่ปุ่ม Install



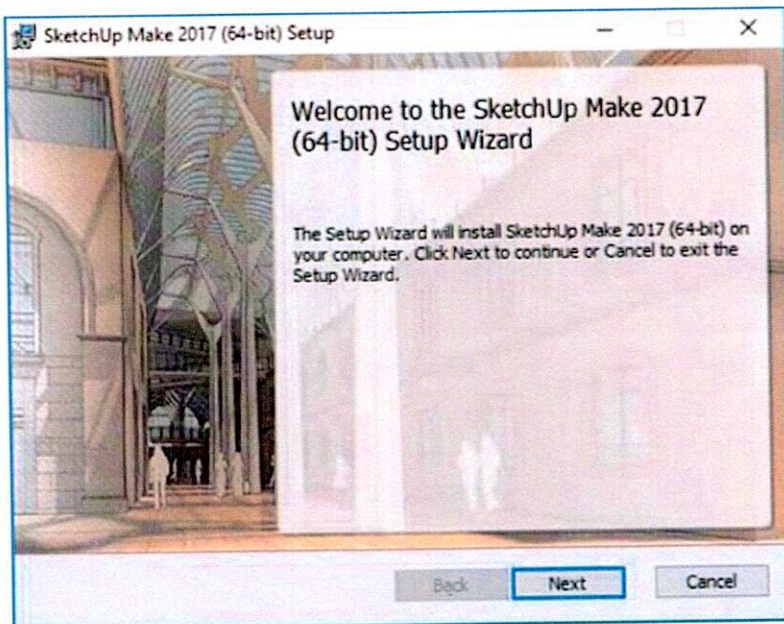
ภาพที่ ก-3 คลิกปุ่ม Install

4. รอโปรแกรมทำการติดตั้ง



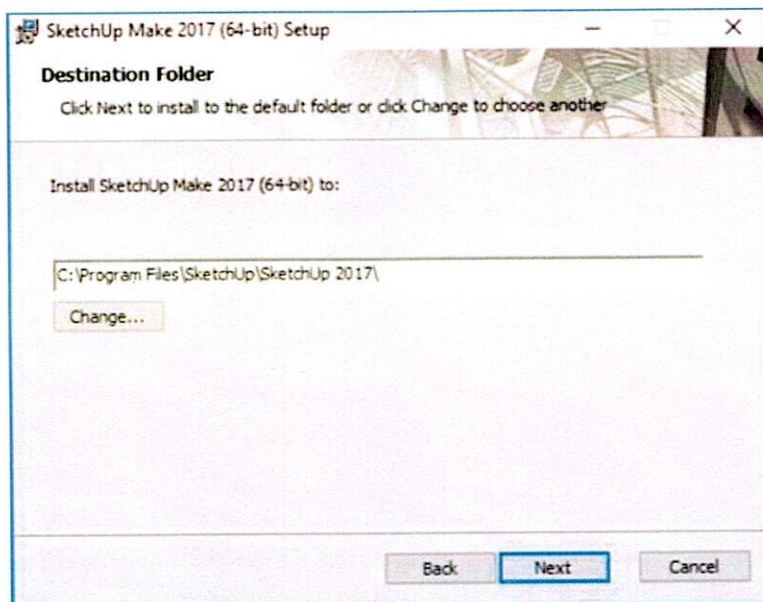
ภาพที่ ก-4 โปรแกรมทำการ Run ติดตั้ง

5. คลิกปุ่ม Next



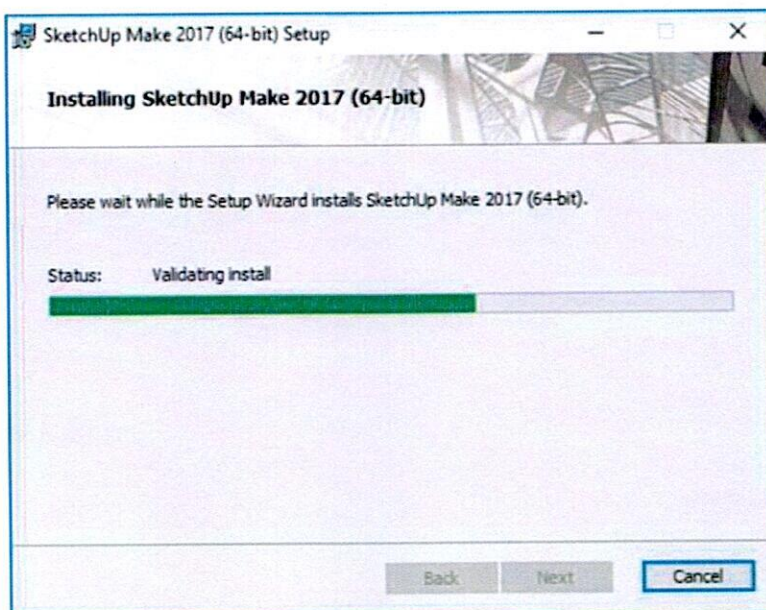
ภาพที่ ก-5 คลิกปุ่ม Next

6. เลือกโฟลเดอร์ที่ต้องการติดตั้งโปรแกรม และกด Next

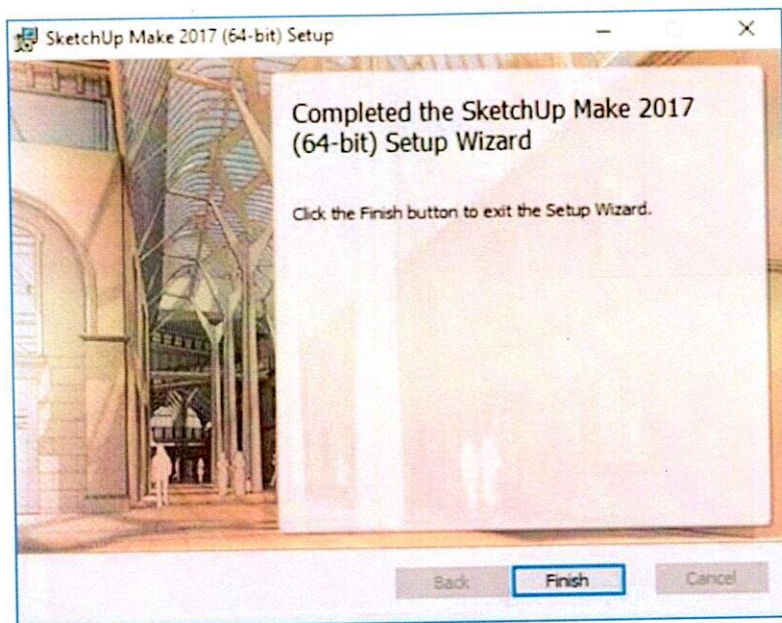


ภาพที่ ก-6 เลือกที่ติดตั้งโปรแกรม และกด Next

7. รอโปรแกรมทำการติดตั้ง



ภาพที่ ก-7 รอโปรแกรมทำการติดตั้ง



ภาพที่ ก-8 คลิกปุ่ม Finish

ภาคผนวก ข. วิธีการติดตั้ง Adobe Photoshop CC 2019

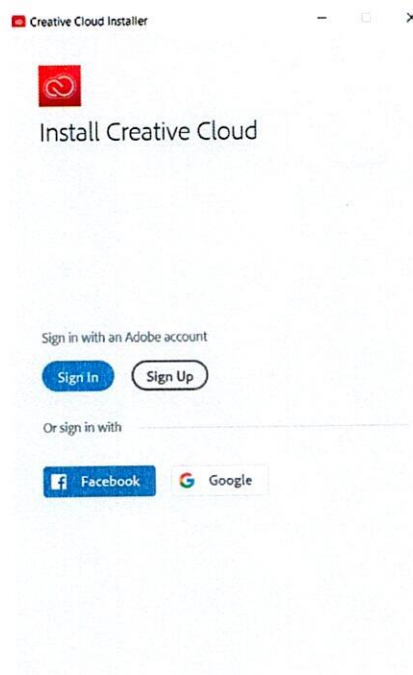
ขั้นตอนการติดตั้ง Adobe Photoshop CC 2019

1. หลังจาก Download Adobe Creative Cloud มาแล้วทำการคลิกเปิดไฟล์โปรแกรม



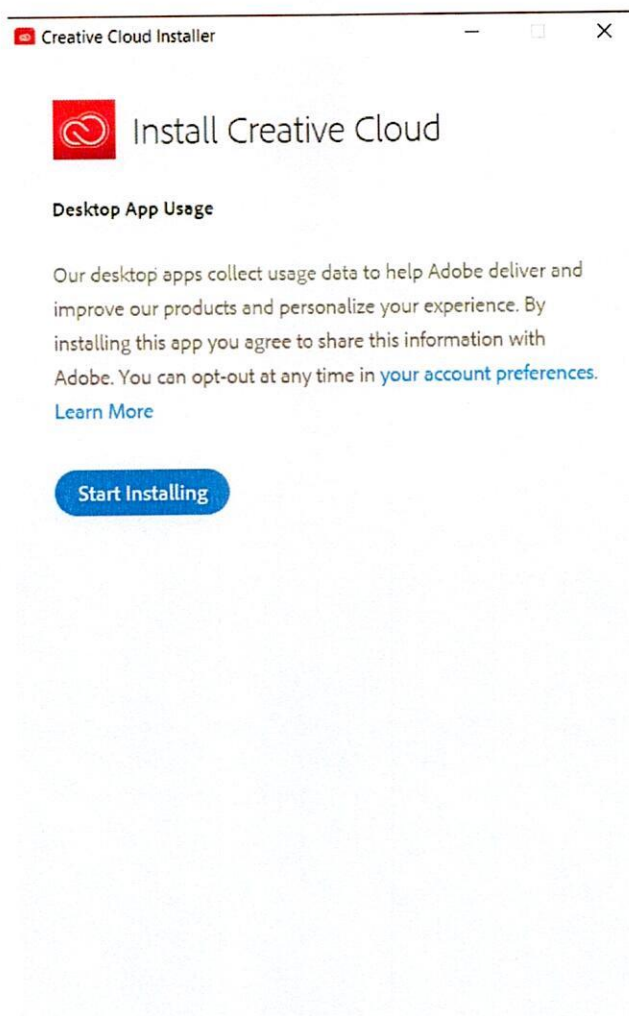
ภาพที่ ข-1 ไอคอน Adobe Creative Cloud

2. เข้าสู่หน้าโปรแกรม Adobe Creative Cloud



ภาพที่ ข-2 หน้าจอเริ่มต้นของโปรแกรม ทำการ login หรือเลือกทำการสมัคร

3. เมื่อเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้ว ทำการคลิกปุ่ม Start Installing



ภาพที่ ข-3 ทำการคลิกปุ่ม Start Installing

4. รอโปรแกรมทำการติดตั้ง

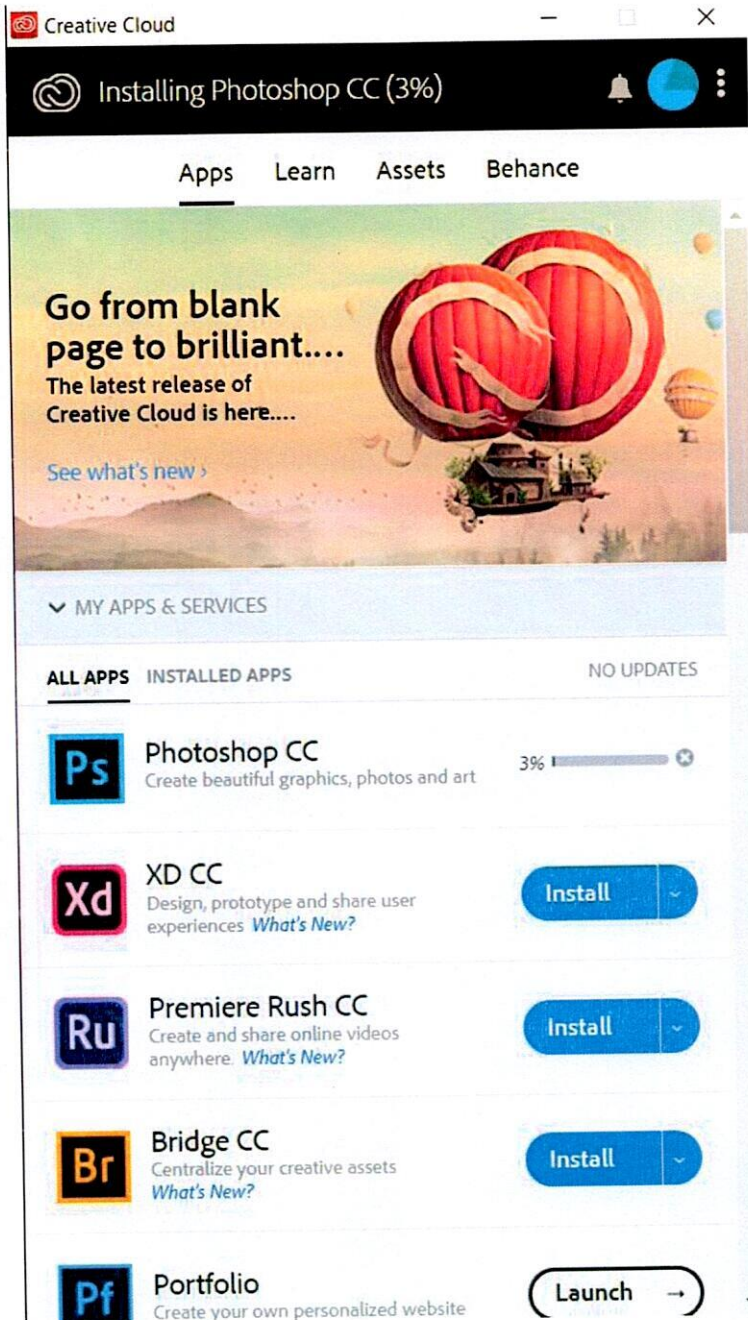


Installation in progress

Do not close this window until installation is complete.

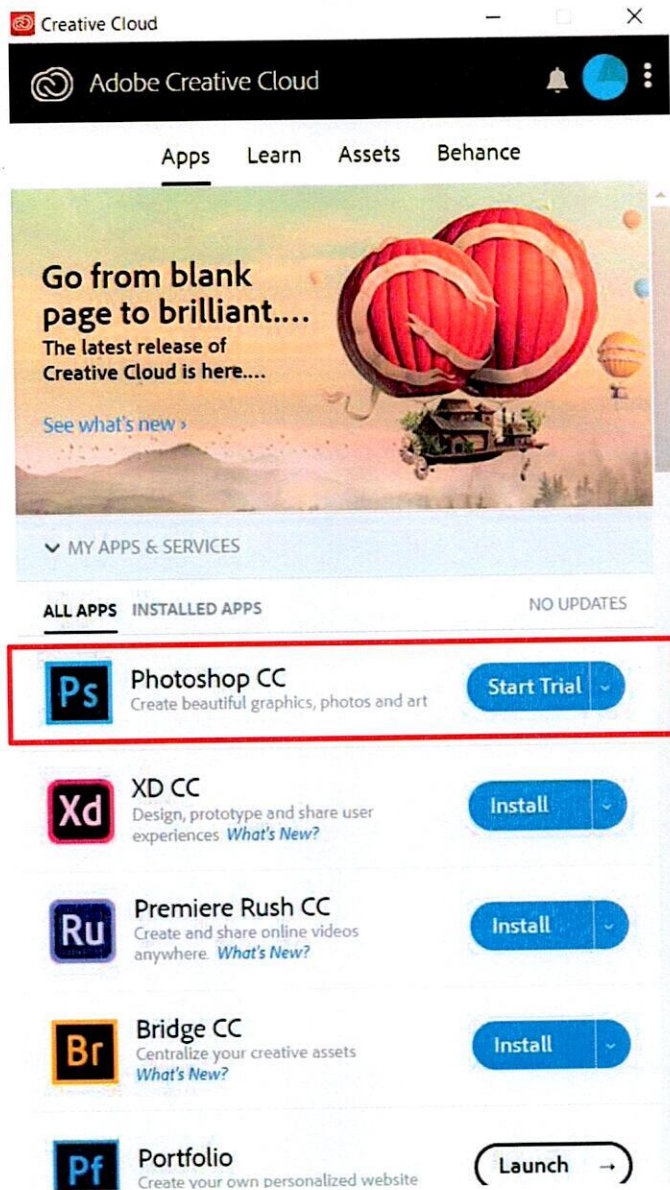
ภาพที่ ข-4 โปรแกรมทำการ Run ติดตั้ง

5. คลิกปุ่ม Install โปรแกรม Photoshop CC และรอโปรแกรมทำการติดตั้ง



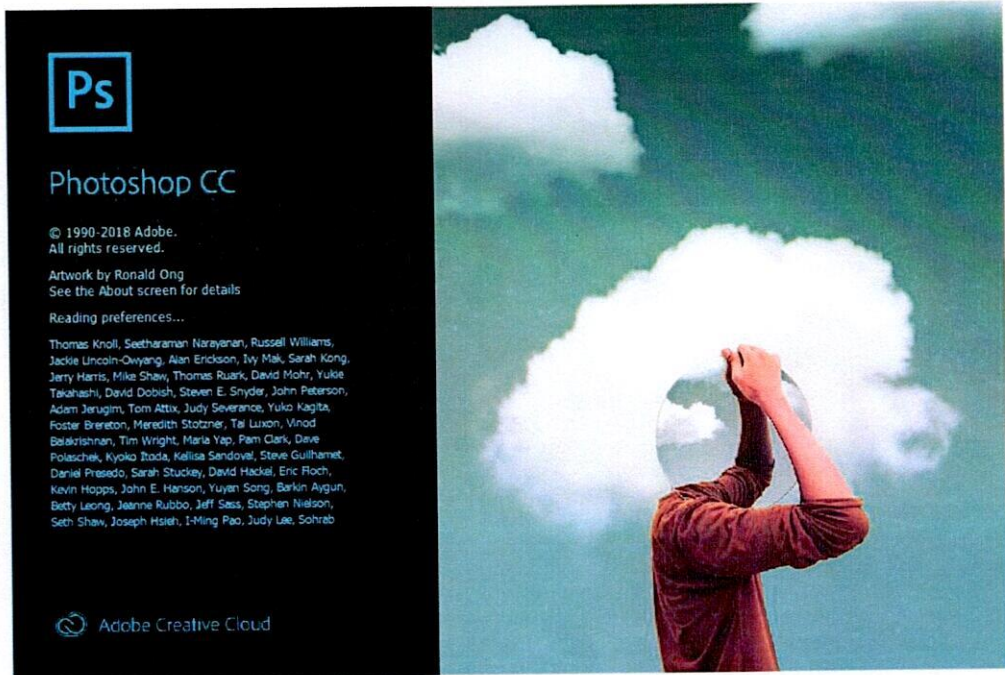
ภาพที่ ข-5 รอโปรแกรมทำการติดตั้ง

6. คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม



ภาพที่ ข-6 คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม

7. เสร็จสิ้นการติดตั้งโปรแกรม Adobe Photoshop CC 2019



ภาพที่ ข-7 ทำการเข้าโปรแกรม Adobe Photoshop CC 2019

ภาคผนวก ค. วิธีการติดตั้ง Adobe Illustrator CC 2019

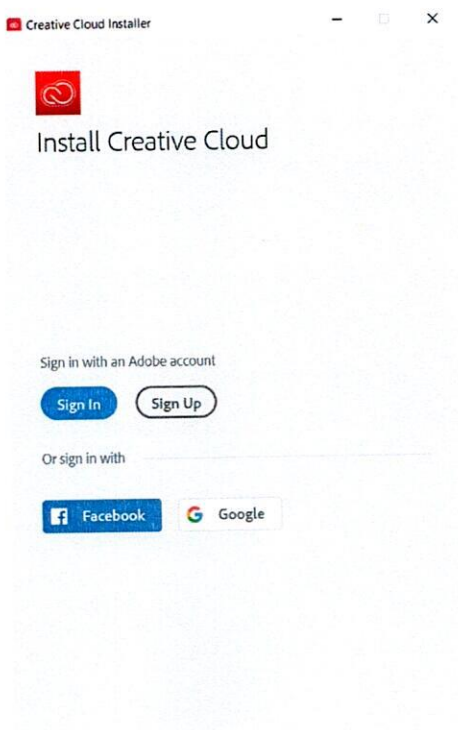
ขั้นตอนการติดตั้ง Adobe Illustrator CC 2019

1. หลังจาก Download Adobe Creative Cloud มาแล้วทำการคลิกเปิดไฟล์โปรแกรม



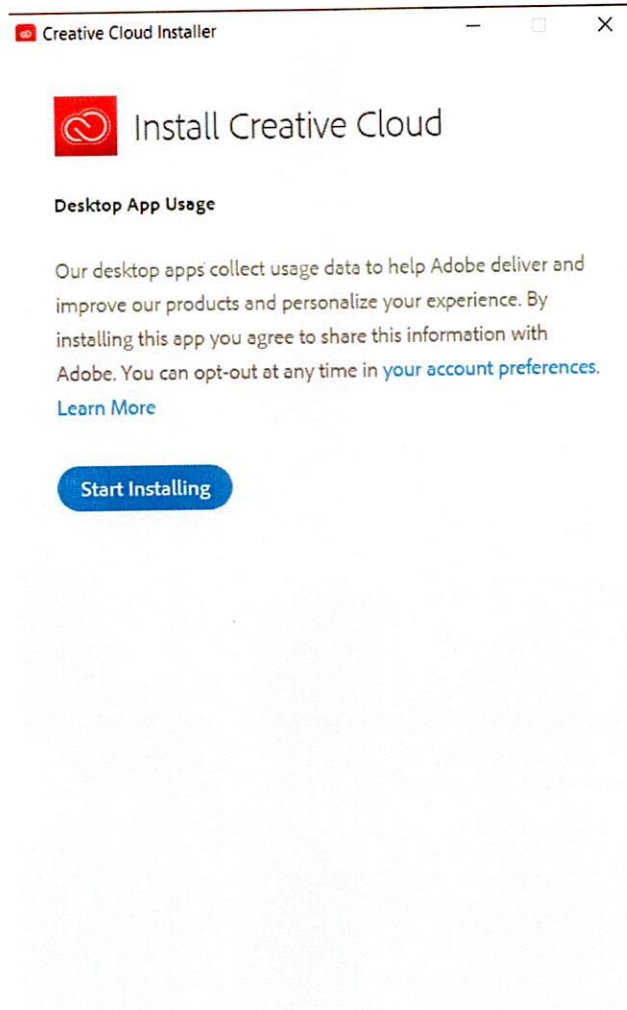
ภาพที่ ค-1 ไอคอน Adobe Creative Cloud

2. เข้าสู่หน้าโปรแกรม Adobe Creative Cloud



ภาพที่ ค-2 หน้าจอเริ่มต้นของโปรแกรม ทำการ login หรือเลือกทำการสมัคร

3. เมื่อเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้ว ทำการคลิกปุ่ม Start Installing



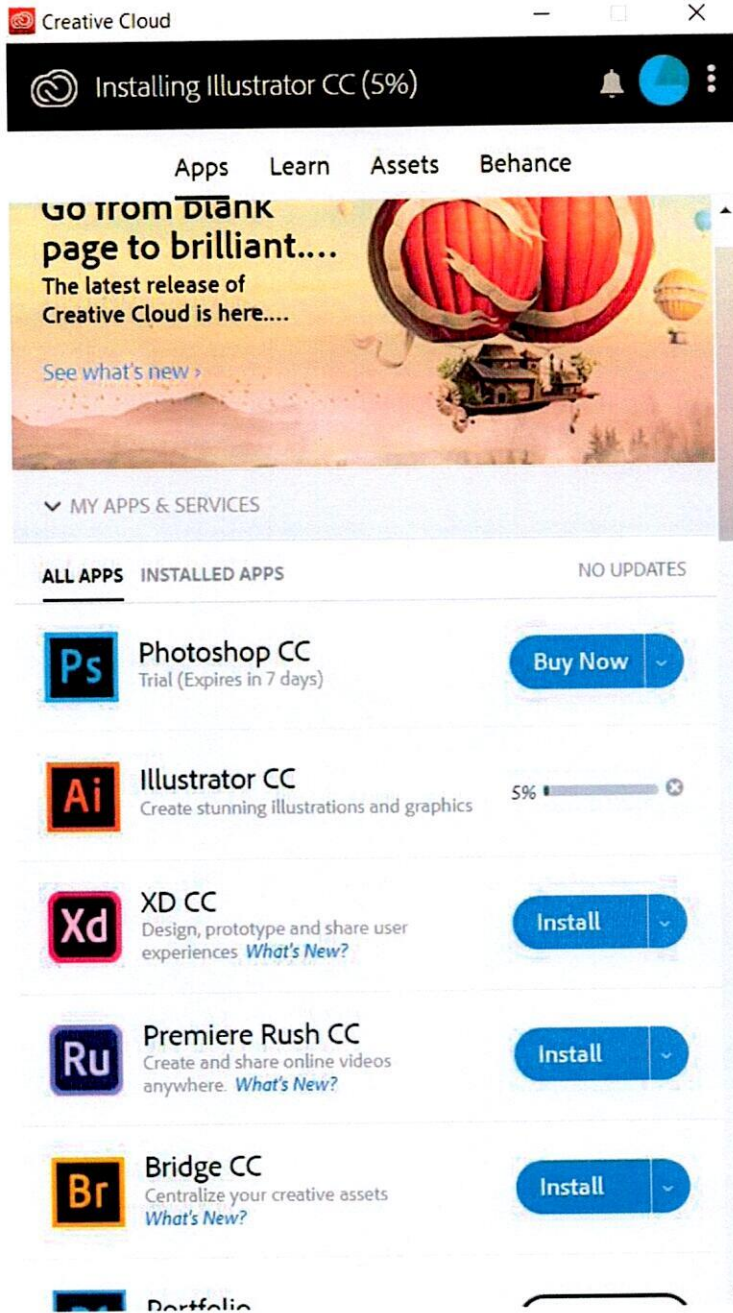
ภาพที่ ค-3 ทำการคลิกปุ่ม Start Installing

4. รอโปรแกรมทำการติดตั้ง



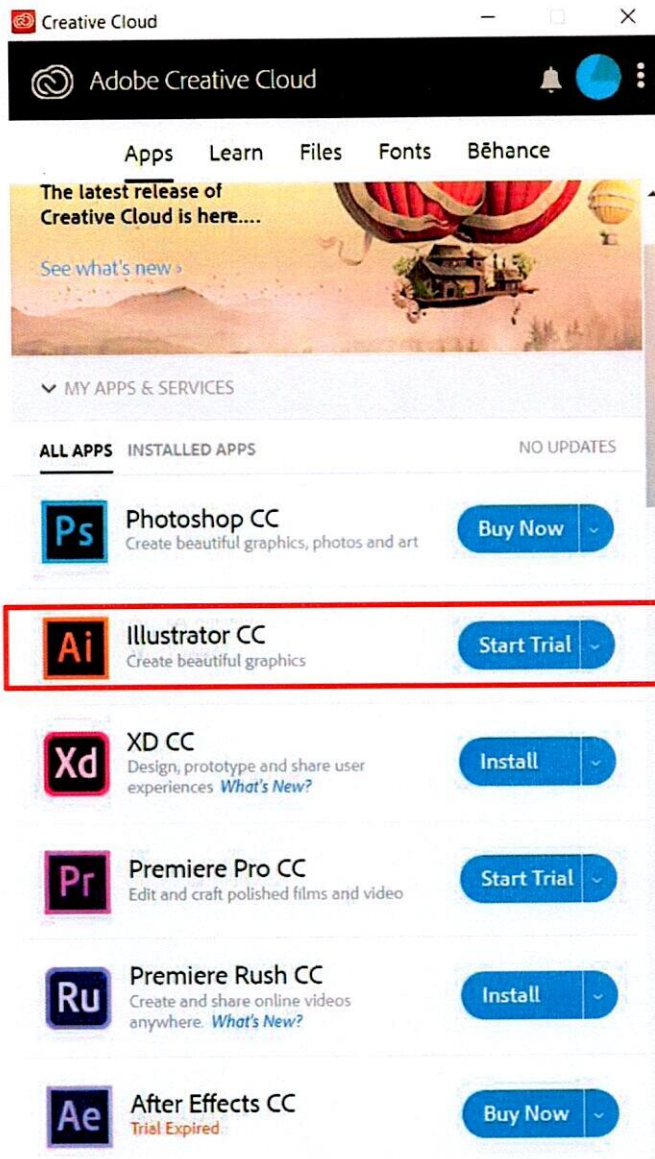
ภาพที่ ค-4 โปรแกรมทำการ Run ติดตั้ง

5. คลิกปุ่ม Install โปรแกรม Illustrator CC และรอโปรแกรมทำการติดตั้ง



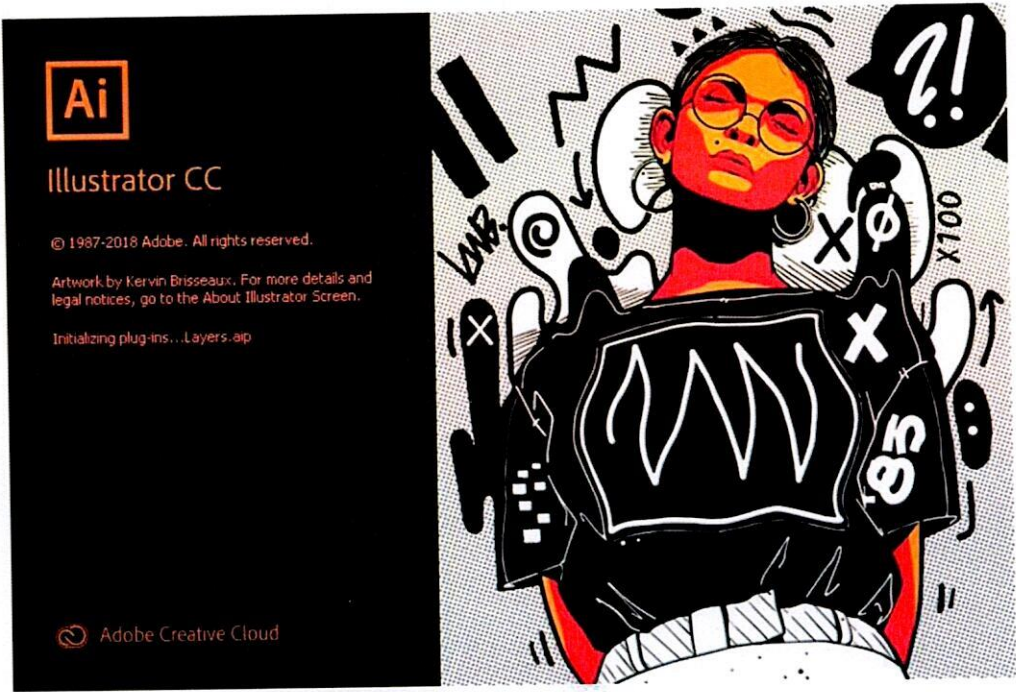
ภาพที่ ค-5 รอโปรแกรมทำการติดตั้ง

6. คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม



ภาพที่ ค-6 คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม

7. เสร็จสิ้นการติดตั้งโปรแกรม Adobe Illustrator CC 2019



ภาพที่ ค-7 ทำการเข้าโปรแกรม Adobe Illustrator CC 2019

ภาคผนวก ง. วิธีการติดตั้ง Adobe Dimension

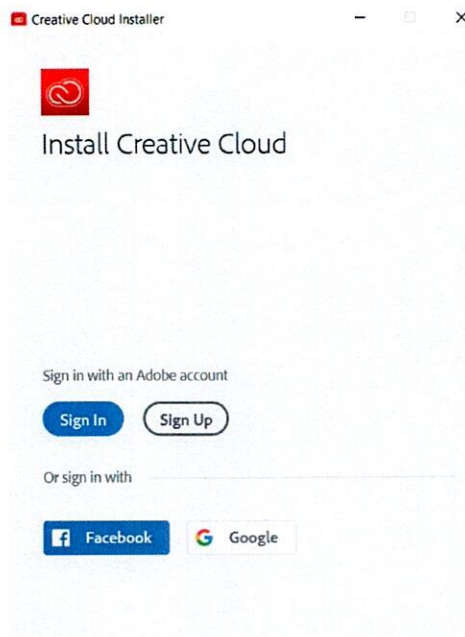
ขั้นตอนการติดตั้ง Adobe Dimension

1. หลังจาก Download Adobe Creative Cloud มาแล้วทำการคลิกเปิดไฟล์โปรแกรม



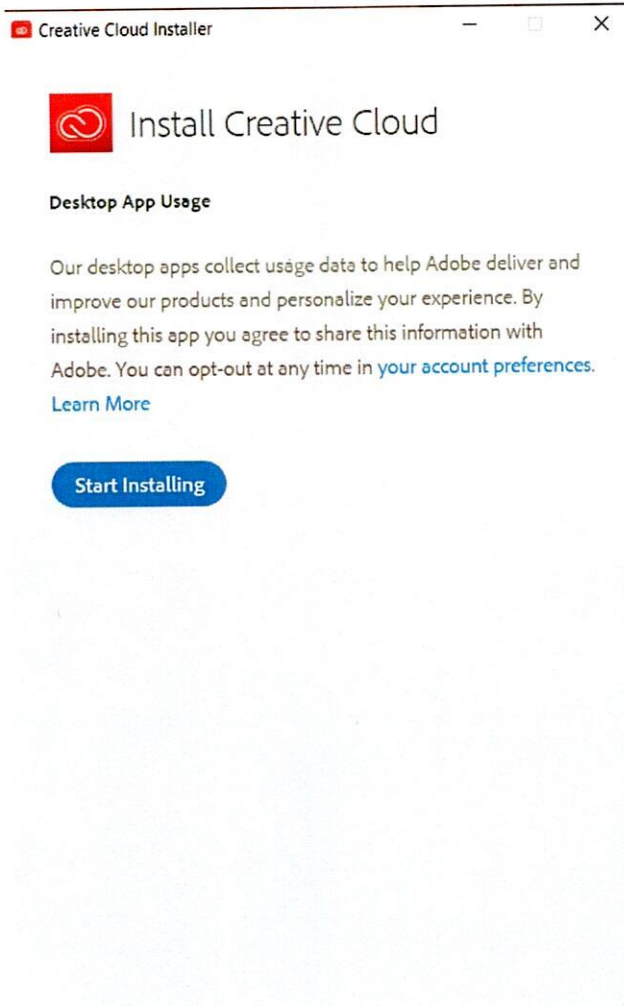
ภาพที่ ง-1 ไอคอน Adobe Creative Cloud

2. เข้าสู่หน้าโปรแกรม Adobe Creative Cloud



ภาพที่ ง-2 หน้าจอเริ่มต้นของโปรแกรม ทำการ login หรือเลือกทำการสมัคร

3. เมื่อเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้ว ทำการคลิกปุ่ม Start Installing



ภาพที่ ง-3 ทำการคลิกปุ่ม Start Installing

4. รอโปรแกรมทำการติดตั้ง

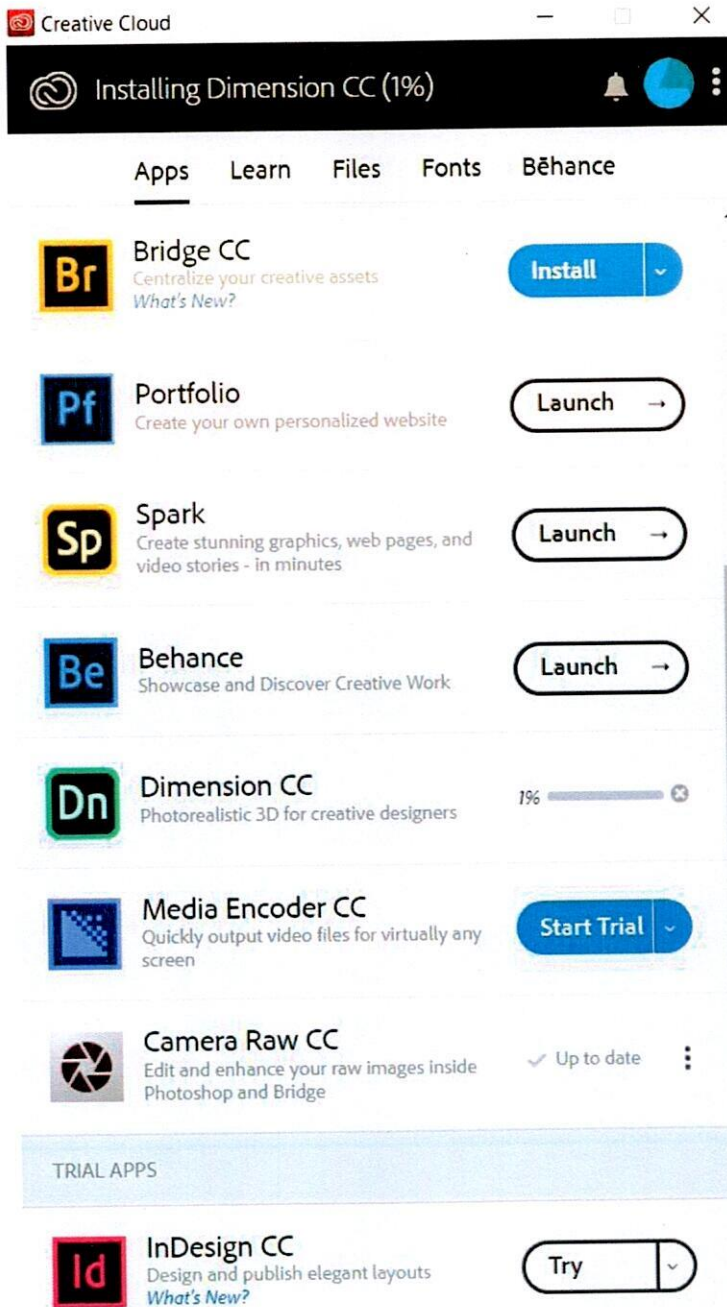


Installation in progress

Do not close this window until installation is complete.

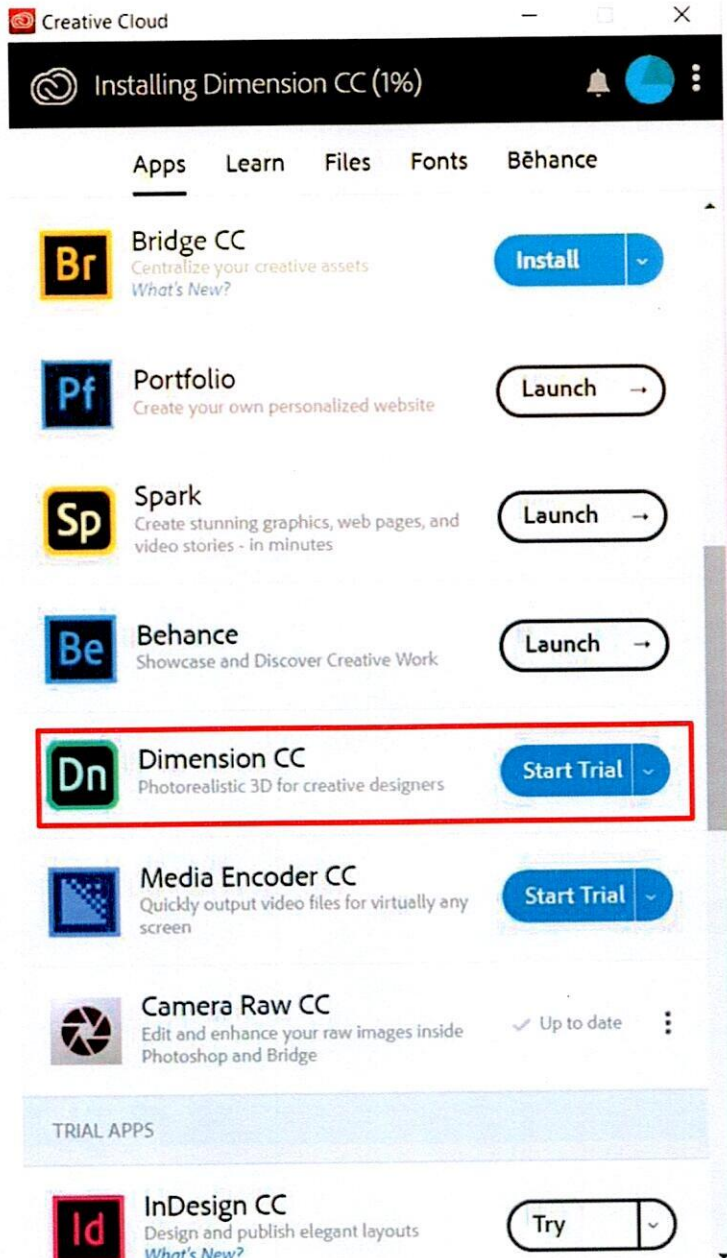
ภาพที่ ง-4 โปรแกรมทำการ Run ติดตั้ง

5. คลิกปุ่ม Install โปรแกรม Dimensionv CC และรอโปรแกรมทำการติดตั้ง



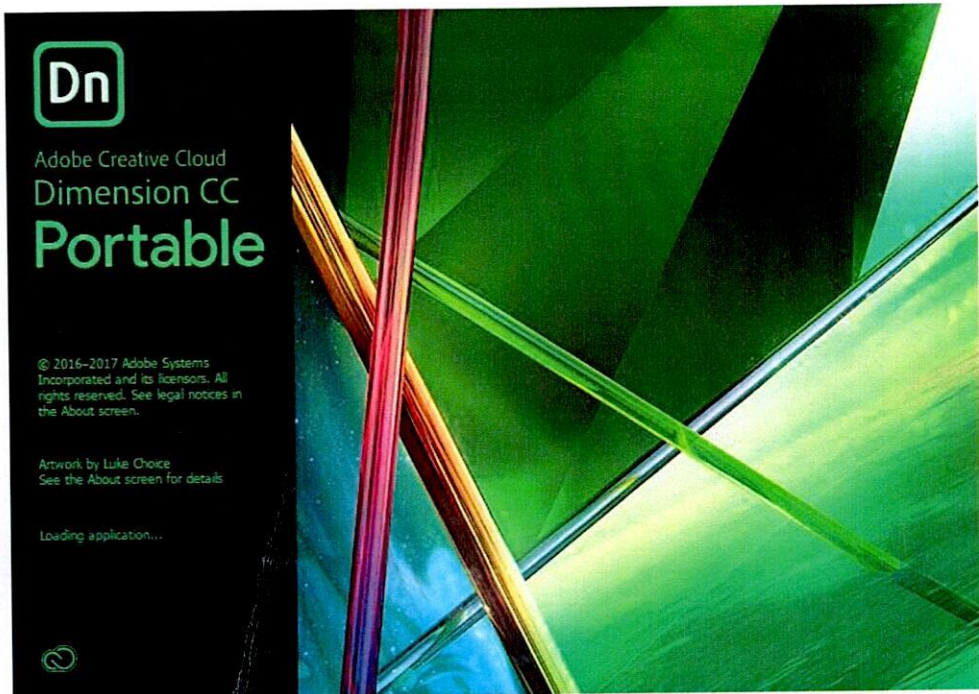
ภาพที่ ง-5 รอโปรแกรมทำการติดตั้ง

6. คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม



ภาพที่ ง-6 คลิกปุ่ม Start Trial เพื่อเข้าสู่โปรแกรม

7. เสร็จสิ้นการติดตั้งโปรแกรม Adobe Dimension



ภาพที่ ง-7 ทำการเข้าโปรแกรม Adobe Dimension

ประวัติผู้จัดทำโครงการงานสหกิจศึกษา



ชื่อ-สกุล	นายณัฐพงษ์ อเนกศักดิ์อมร
วัน/เดือน/ปีเกิด	26 สิงหาคม 2539
ภูมิลำเนา	405 ถนนประชาอุทิศ ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา 90110
ที่อยู่ปัจจุบัน	357 ถนนประชาอุทิศ ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัด สงขลา 90110
เบอร์โทรศัพท์	095-7374788
Email	bossnathapong@gmail.com
ประวัติการศึกษา	
ปวช.	วิทยาลัยเทคโนโลยีอุดมศึกษาณิชยการ สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สาขา ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ