



โครงการ

การเรียนการสอนเพื่อเสริมประสบการณ์

ชื่อโครงการ ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนบนอินสตาแกรม
Effects of Background Colour and Pose on Earth Tone Clothes Buying
Decision on Instagram

ชื่อนิสิต นางสาวทิวากร แสงสุวรรณ เลขประจำตัว 5932611023
นางสาวธมลวรรณ วชิรพงศ์ เลขประจำตัว 5932612623

ภาควิชา เทคโนโลยีทางภาพและการพิมพ์

ปีการศึกษา 2562

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายละเอียดโครงการการเรียนการสอนเพื่อเสริมประสบการณ์

ปีการศึกษา 2562

ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนบนอินสตาแกรม

Effects of Background Colour and Pose on Earth Tone Clothes Buying Decision on Instagram

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ผศ.ดร. สุจิตรา สื่อประसार

จัดทำโดย

นางสาวทิวากร แสงสุวรรณ เลขประจำตัว 5932611023

นางสาวธมลวรรณ วชิรพงศ์ เลขประจำตัว 5932612623

ภาควิชาเทคโนโลยีทางภาพและการพิมพ์

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2562

เนื่องจากสถานการณ์ระบาดของโรคไวรัส COVID-19
ในช่วงภาคปลายของปีการศึกษา 2562
จึงส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินการได้ครบตามวัตถุประสงค์ของ
โครงการ

หัวข้อ ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนบนอินสตาแกรม

นิสิตผู้ดำเนินโครงการ นางสาวทิวากร แสร้สุวรรณ

นางสาวธมลวรรณ วชิรพงศ์

ภาควิชา เทคโนโลยีทางภาพและการพิมพ์

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ผศ.ดร. สุกิตรา สื่อประสาร

ภาควิชาเทคโนโลยีทางภาพและการพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยอมรับรายงานวิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาตรี

พิชญดา เกตุเมฆ

หัวหน้าภาควิชา

(รศ.ดร. พิชญดา เกตุเมฆ)

สุจิตรา

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

(ผศ.ดร. สุกิตรา สื่อประสาร)

ผู้ดำเนินงาน นางสาวทิวากร แสร้สุวรรณ รหัสนิสิต 593 26110 23
นางสาวธมลวรรณ วชิรพงศ์ รหัสนิสิต 593 26126 23
ชื่อเรื่อง ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนบน
อินสตาแกรม
อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร. สุจิตรา สือประसार

บทคัดย่อ : โครงการนี้ศึกษาผลของสีพื้นหลังและการจัดวางท่าที่ต่างกันของเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนต่อความชอบของผู้สังเกต อันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ทดลองโดยการแสดงรูปตัวอย่างบนอินสตาแกรมและให้ผู้สังเกตตอบแบบสอบถามออนไลน์ เลือกสีพื้นหลังและการวางท่าที่ชอบมากที่สุดและไม่ชอบมากที่สุด ใช้ตัวอย่างเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนจำนวน 4 ชุดที่มีรูปแบบและสีที่ต่างกัน เช่น ชุดกระโปรงสีเดียว ชุดเสื้อกับกางเกงต่างสี แต่ละชุดมีการจัดวางท่าของนางแบบที่ต่างกัน 3 ท่า ได้แก่ ท่าเดิน ท่านั่ง และท่ายืน และสีพื้นหลังที่ต่างกัน 5 สี ได้แก่ สีเขียว สีแดง สีฟ้า สีส้ม และสีเหลือง รวมเป็น 15 รูปต่อชุด มีผู้เข้าร่วมการทดลองทั้งสิ้น 110 คน จากผลการทดลองพบว่า รูปแบบเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนมีผลต่อการจัดวางท่าที่ผู้สังเกตชอบ แต่ไม่มีผลต่อสีพื้นหลังที่ชอบ ผู้สังเกตชอบเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนที่มีพื้นหลังสีเหลืองมากที่สุด เนื่องด้วยทำให้เสื้อผ้ามีความโดดเด่น สะดุดตา น่าดึงดูด

ภาควิชา เทคโนโลยีทางภาพและการพิมพ์
ปีการศึกษา 2562

ลายมือชื่อนิสิตผู้ดำเนินงาน.....ทิวากร แสร้สุวรรณ
.....ธมลวรรณ วชิรพงศ์

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....สุจิตรา

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผศ.ดร.สุจิตรา สื่อประสาร อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่กรุณาให้คำแนะนำ ความรู้ที่มีคุณค่า นอกเหนือจากตำราเรียน ชี้แจงและเสนอแนวทางแก้ไขในจุดที่บกพร่อง ทำให้เกิดผลการทดลองที่ผ่านการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล กราบขอบพระคุณอาจารย์มา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณมารดาของนิสิต ที่ช่วยถ่ายรูปและเซ็ตอุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้งช่วยจำแนกข้อมูลจากแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาเทคโนโลยีทางภาพและการพิมพ์ ที่ให้ความรู้ในด้านต่างๆ ทำให้สามารถนำมาความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้กับโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมอีกด้วย

ขอขอบคุณเพื่อนๆและผู้ที่มีสละเวลามาช่วยทำแบบสอบถาม ทำให้โครงการวิจัยฉบับนี้สามารถดำเนินต่อไปได้ และสำเร็จลุล่วงสมบูรณ์

ทิวากร แสร์สุวรรณ
ธมลวรรณ วชิรพงศ์

21 พฤษภาคม 2563

สารบัญ

สารบัญเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญรูป	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 บทนำ	1
1.2 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหาการวิจัย	1
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีการมองเห็นสีของมนุษย์	4
2.2 ทฤษฎีสี	6
2.3 การใช้สีในงานออกแบบ	11
2.4 การจัดแสงในการถ่ายภาพ	15
2.5 การวิเคราะห์ผลด้วยความแปรปรวน	18
2.6 บทความวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 การทดลอง	
3.1 วัสดุและอุปกรณ์	21
3.2 วิธีการดำเนินงาน	22
บทที่ 4 ผลการทดลองและอภิปรายผล	
4.1 ข้อมูลผู้สังเกต	35
4.2 ผลของสีพื้นหลัง	36
4.3 ผลของการวางท่า	43
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างชุดกั๊บบารวางท่าในพื้นที่หลังสีต่างกัน	50
บทที่ 5 สรุปผลการทดลองและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการทดลอง	55
5.2 ข้อเสนอแนะ	55

สารบัญ (ต่อ)

สารบัญเรื่อง	หน้า
เอกสารอ้างอิง	56
ภาคผนวก ก รูปชุดและการวางท่าที่ต่างกันบนพื้นหลังสีต่าง ๆ	59
ภาคผนวก ข ชุดสีที่ได้จากการจัดโครงสีแบบต่าง ๆ	61
ภาคผนวก ค ตัวอย่างหน้าแบบสอบถามใน Google Form	66

สารบัญตาราง

สารบัญตาราง	หน้า
ตารางที่ 3.1 ชุดสีที่ได้จากการจัดโครงสีแบบต่าง ๆ	26
ตารางที่ 3.2 ค่า hue saturation และ lightness ของพื้นหลังแต่ละสี	29

สารบัญรูป

สารบัญรูป	หน้า
รูปที่ 2.1 คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าช่วงที่มนุษย์มองเห็นได้ (Visible Spectrum/Visible Light)	5
รูปที่ 2.2 ความไวแสงของเซลล์รับแสงรูปกรวยทั้งสามชนิด	6
รูปที่ 2.3 การผสมสีแบบบวก	8
รูปที่ 2.4 การผสมสีแบบลบ	8
รูปที่ 2.5 กลุ่มสีเอิร์ธโทนเป็นกลุ่มสีธรรมชาติ ประกอบไปด้วยเฉดของสีเทา (ดำและขาว) และสีน้ำตาล	9
รูปที่ 2.6 ตัวอย่างสีเอิร์ธโทนที่มีการผสมของสีน้ำตาลและสีจากธรรมชาติ	9
รูปที่ 2.7 แพชั่นสีเอิร์ธโทน	10
รูปที่ 2.8 ตัวอย่างการใช้สีเอกรงค์	12
รูปที่ 2.9 ตัวอย่างการใช้สีใกล้เคียง	12
รูปที่ 2.10 ตัวอย่างการใช้สีคู่ตรงข้าม	13
รูปที่ 2.11 ตัวอย่างการใช้สีตรงกันข้ามเอียง	13
รูปที่ 2.12 ตัวอย่างการใช้สีไตรสมพันธ์	14
รูปที่ 2.13 ตัวอย่างการใช้สีเจตสุสมพันธ์	15
รูปที่ 2.14 รูปแสดงการสะท้อนแสงจากอุปกรณ์แฟลชบนกล้องกับพื้นผิวใกล้เคียง	16
รูปที่ 2.15 ภาพตัวอย่างของการถ่ายแบบ High-speed sync	16
รูปที่ 2.16 ภาพตัวอย่างของการถ่ายแบบ Slow sync	17
รูปที่ 3.1 เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนทั้งหมด 4 ชุด	22
รูปที่ 3.2 นางแบบในเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนทั้งหมด 4 ชุด	22
รูปที่ 3.3 นางแบบที่มีการจัดวางท่าแบบเดิน ยืน และนั่ง ตามลำดับ	23
รูปที่ 3.4 นางแบบในชุดทั้งหมดในการจัดวางท่าแบบเดิน นั่ง และยืน	24
รูปที่ 3.5 ตัวอย่างการแสดงชุดสีตามโครงสีที่กำหนดจากเว็บไซต์ paletton	24
รูปที่ 3.6 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดตัดกันอย่างแท้จริง (Complementary Colors)	25
รูปที่ 3.7 การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Colors)	25
รูปที่ 3.8 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเอียง (Split Complementary Colors)	25
รูปที่ 3.9 การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)	26
รูปที่ 3.10 การปรับขนาดภาพให้มีขนาด 3300x4935 พิกเซล	27
รูปที่ 3.11 ผลการลบรอยบนพื้นหลัง	27
รูปที่ 3.12 วิธีการ duplicate layer	27
รูปที่ 3.13 layer ที่แยกเป็นตัวนางแบบและพื้นหลัง	28
รูปที่ 3.14 พื้นหลังสีเหลืองที่กำหนดโดยค่า Hue Saturation และ Lightness	28

สารบัญรูป (ต่อ)

สารบัญรูป	หน้า
รูปที่ 3.15 สีพื้นหลังที่ต่างกัน 5 สี ได้แก่ เขียว แดง ฟ้ำ ส้ม และเหลือง	29
รูปที่ 3.16 หน้าอินสตาแกรมที่มีรูปภาพทั้งหมด 60 รูป	30
รูปที่ 3.17 หน้าแรกของแบบสอบถามใน Google Form สำหรับให้ผู้สังเกตกรอกข้อมูลส่วนตัว	31
รูปที่ 3.18 หน้าที 2 ของแบบสอบถามใน Google Form	33
รูปที่ 4.1 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ของผู้สังเกตแบ่งตามเพศ	35
รูปที่ 4.2 การแจกแจงช่วงอายุของผู้สังเกตในการทดลอง	35
รูปที่ 4.3 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังของชุดสีน้ำเงิน	36
รูปที่ 4.4 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังของชุดสีเหลือง-เขียว	37
รูปที่ 4.5 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังของชุดสีเหลือง-ชมพู	37
รูปที่ 4.6 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังของชุดสีส้ม-ฟ้า	38
รูปที่ 4.7 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลัง (รวมทุกชุด)	38
รูปที่ 4.8 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบพื้นหลังสีเหลืองแบ่งตามสีชุด	39
รูปที่ 4.9 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองของชุดสีน้ำเงิน	39
รูปที่ 4.10 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองของชุดสีเหลือง-เขียว	40
รูปที่ 4.11 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองของชุดสีเหลือง-ชมพู	40
รูปที่ 4.12 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองของชุดสีส้ม-ฟ้า	41
รูปที่ 4.13 เปอร์เซนต์สีพื้นหลังที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุด (รวมจากทุกชุด)	42
รูปที่ 4.14 เปอร์เซนต์เหตุผลที่ผู้สังเกตไม่ชอบสีพื้นหลัง (รวมจากทุกชุด)	42
รูปที่ 4.15 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบในชุดสีน้ำเงิน	43
รูปที่ 4.16 เปอร์เซนต์เหตุผลของท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดของชุดสีน้ำเงิน	44
รูปที่ 4.17 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบในชุดสีเหลือง-เขียว	44
รูปที่ 4.18 เปอร์เซนต์เหตุผลของท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดของชุดสีเหลือง-เขียว	45
รูปที่ 4.19 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบในชุดสีเหลือง-ชมพู	45
รูปที่ 4.20 เปอร์เซนต์เหตุผลของท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดของชุดสีเหลือง-ชมพู	46
รูปที่ 4.21 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบในชุดสีส้ม-ฟ้า	46
รูปที่ 4.22 เปอร์เซนต์เหตุผลของท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดของชุดสีส้ม-ฟ้า	47
รูปที่ 4. 23 เปอร์เซนต์ความชอบการจัดวางท่าแบบทำนั่งแบ่งตามชุด	48
รูปที่ 4.24 เปอร์เซนต์สีพื้นหลังที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุด (รวมจากทุกชุด)	48
รูปที่ 4.25 เปอร์เซนต์เหตุผลที่ผู้สังเกตไม่ชอบการวางท่าทาง (รวมจากทุกชุด)	49

สารบัญรูป (ต่อ)

สารบัญรูป	หน้า
รูปที่ 4.26 เพอร์เซนต์ผู้สังเกตที่เลือกทำนั่งในแต่ละพื้นหลังของชุดสีน้ำเงิน	50
รูปที่ 4.27 เพอร์เซนต์ผู้สังเกตที่เลือกทำนั่งในแต่ละพื้นหลังของชุดสีเหลือง-เขียว	50
รูปที่ 4.28 เพอร์เซนต์ผู้สังเกตที่เลือกทำนั่งในแต่ละพื้นหลังของชุดสีเหลืองอ่อน-ชมพู	51
รูปที่ 4.29 เพอร์เซนต์ผู้สังเกตที่เลือกทำนั่งในแต่ละพื้นหลังของชุดสีส้ม-ฟ้า	51
รูปที่ 4.30 เพอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่หลังสีเขียว	52
รูปที่ 4.31 เพอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่หลังสีแดง	52
รูปที่ 4.32 เพอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่หลังสีฟ้า	53
รูปที่ 4.33 เพอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่หลังสีส้ม	53
รูปที่ 4.34 เพอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่หลังสีเหลือง	54
รูปที่ ก 1. ชุดและการวางท่าที่ต่างกันบนพื้นหลังสีต่าง ๆ	58
รูปที่ ข.1 การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Color)	60
รูปที่ ข.2 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามแย้ง (Split Complementary Colors)	61
รูปที่ ข.3 การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)	61
รูปที่ ข.4 การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Colors)	61
รูปที่ ข.5 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามแย้ง (Split Complementary Colors)	62
รูปที่ ข.6 การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)	62
รูปที่ ข.7 การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Colors)	63
รูปที่ ข.8 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามแย้ง (Split Complementary Colors)	63
รูปที่ ข.9 การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)	64
รูปที่ ค.1-ค.4 ตัวอย่างหน้าแบบสอบถามใน Google Form	65-68

บทที่ 1

บทนำ

1.1 บทนำ

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีความสนใจเป็นอย่างมากในขณะนี้ เนื่องจากมีกำลังต้นทุนการผลิตค่อนข้างต่ำแต่มีศักยภาพค่อนข้างสูง ทั้งด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ด้านการขายและอื่น ๆ ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นสามารถเชื่อมต่อกันได้แบบไร้พรมแดน การตลาดออนไลน์จึงเป็นทางเลือกที่ช่วยโฆษณา เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมและเข้าถึงได้ง่าย เช่น Instagram, Twitter, Facebook

สีเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภค นักออกแบบสามารถใช้สีเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้า การเลือกใช้สีให้เหมาะสมกับสินค้าจึงมีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสินค้าแฟชั่น ซึ่งสีเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อ

สำหรับแฟชั่นในปัจจุบัน เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทน (Earth tone) เป็นสีที่มีความอึมครึมดำหรือสีฟอกซีด (muted colors) ที่ได้รับความนิยม การนำเสนอของโทนสีนี้ไม่ได้มุ่งเน้นด้านความโดดเด่นจัดจ้าน แต่เป็นการสร้างความสง่างามที่เป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ เอิร์ธโทนจะมีความหลากหลายของสีสันทันในเฉดน้ำตาลซึ่งเป็นเฉดสีของดิน รวมถึงสีที่มีการผสมของสีน้ำตาล และสีจากธรรมชาติจริง สีของท้องฟ้า, ใบไม้, ดวงอาทิตย์ เป็นต้น แม้ว่าสีเอิร์ธโทนจะเป็นสีที่มาจากธรรมชาติ แต่การนำมาใช้งานให้เกิดความสวยงามกลมกลืนจำเป็นต้องประยุกต์เข้ากับหลักของคู่สี โดยหลักแล้วชุดสีใด ๆ จะให้ความรู้สึกเป็นกลุ่มแบบเดียวกัน คือความอบอุ่น, ความสุภาพเรียบร้อย, ความเรียบง่าย, ความกลมกลืน

โครงการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของสีพื้นหลังและการวางท่าของนางแบบสำหรับการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทน โดยมุ่งหวังว่าข้อมูลที่ได้จากโครงการนี้จะประโยชน์ในการจัดวางรูปแบบการถ่ายภาพเสื้อผ้าสำหรับการขายสินค้าแฟชั่นออนไลน์ต่อไป

1.2 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหาการวิจัย

Maryam Mohsin [1] ได้รวบรวมสถิติการตลาดของอินสตาแกรม (Instagram) พบว่าปัจจุบันมีผู้ใช้อินสตาแกรม (Instagram) เป็นประจำประมาณ 1 พันล้านคน แสดงให้เห็นถึงความเป็นที่นิยมอย่างมากของแอปพลิเคชันนี้ การมีส่วนร่วมของอินสตาแกรมนี้อาจเป็นหนึ่งในดัชนีชี้วัดความสำเร็จของงานที่สำคัญที่สุดสำหรับนักการตลาดหลาย ๆ คน สำหรับการตลาดสื่อสังคมออนไลน์นั้นไม่เพียงแต่มีตลาดขนาดใหญ่ แต่ยังมีผู้ชมที่สนใจมากเนื่องจากสามารถเข้าถึงได้โดยไม่ต้องเสียเงินจำนวนมาก โดย 83% ของผู้ใช้อินสตาแกรมกล่าวว่า พวกเขาพบสินค้าและบริการใหม่ ๆ บนอินสตาแกรม และพบว่า 50% ของผู้ใช้อินสตาแกรมติดตามอย่างน้อย 1 ธุรกิจ จากการศึกษาของ Hu, Manikonda and Kambhampati [2] พบว่าอินสตาแกรมเป็น

แอปพลิเคชันแบ่งปันภาพถ่ายที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยนำเสนอวิธีการที่ไม่เหมือนใครในการโพสต์รูปภาพและวิดีโอ สามารถเปลี่ยนรูปลักษณะของภาพและแบ่งปันได้ทันทีบนหลายแพลตฟอร์ม

การตลาดที่มีอิทธิพลมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการตลาดออนไลน์ของอินสตาแกรมมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง จึงต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าโดยการกำหนดสินค้าเฉพาะเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ และการสร้างสื่อที่จะโพสต์ให้มีความน่าสนใจ เช่น การใช้สีพื้นหลังที่เหมาะสมกับตัวสินค้า ซึ่งงานวิจัยของ Bonnardel, Piolat and Le Bigot [3] พบว่าความสัมพันธ์ของสีพื้นหลังเว็บไซต์กับลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและกระบวนการคิดของผู้ใช้งาน

จากงานวิจัยของ ณัฐสุภา เจริญยิ่งวัฒนา [4] พบว่า ผู้บริโภครุ่นใหม่มีแนวโน้มหันมาซื้อเสื้อผ้าผ่านระบบออนไลน์ เนื่องจากรูปแบบการใช้ชีวิตที่เน้นความสะดวก แต่การซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์นั้นผู้ซื้อไม่สามารถลองใส่หรือไม่ได้เห็นสินค้าจริงก่อนซื้อ จึงทำให้ผู้บริโภคบางส่วนไม่นิยมซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การออกแบบแฟชั่นที่สอดคล้องกับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รวมถึงรูปแบบการแต่งกายที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยลดความเสี่ยงให้กับการซื้อเสื้อผ้าผ่านระบบออนไลน์รวมถึงมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการศึกษาของ เอกศทา อัดตนนท์ [5] พบว่า ธุรกิจขายเสื้อผ้ามีการแข่งขันสูงมากในตลาด เนื่องจากมีความหลากหลายของสินค้าประเภทนี้ รวมถึงราคา คุณภาพ การออกแบบ การใช้งาน วัตถุประสงค์ช่องทางที่มีอยู่มากมาย เป็นต้น จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายเพศหญิงที่มีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 25,000 – 35,000 บาทต่อเดือน พบว่าช่องทางการขายทางออนไลน์เป็นช่องทางที่ลูกค้าสะดวกเข้ามาซื้อสินค้ามากที่สุด ผู้ประกอบการจึงต้องลงทุนกับการตลาดทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น เพื่อโอกาสในการเพิ่มยอดขายต่อไป

โครงการนี้จึงวิเคราะห์สีพื้นหลังของเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนและการจัดวางท่า (posing) ของนางแบบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนอินสตาแกรม โดยให้ผู้สังเกตดูรูปภาพตัวอย่างบนอินสตาแกรม ซึ่งแต่ละภาพเป็นภาพนางแบบสวมใส่เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนชุดเดียวกัน แต่มีการวางท่าในการถ่ายภาพไม่เหมือนกัน จำนวน 3 ท่า ได้แก่ ท่ายืน ท่าเดิน และท่านั่ง โดยแต่ละท่าแสดงบนพื้นหลังที่ต่างกัน 5 สี ตามหลักของการจัดโครงสร้างสี (colour scheme) ที่ต่างกัน ทำการทดลองออนไลน์ให้ผู้สังเกตตอบแบบสอบถามสีพื้นหลังที่ชอบและการวางท่าที่ชอบที่สุด

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อวิเคราะห์สีพื้นหลังที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนของผู้บริโภค
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการจัดวางท่าของนางแบบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนของผู้บริโภค

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1. ตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองคือ เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนจำนวน 4 ชุด ได้แก่ ชุดสีน้ำเงิน ชุดสีเหลือง-เขียว ชุดสีเหลือง-ชมพู และชุดสีส้ม-ฟ้า
2. การวางท่าของนางแบบ 3 ท่า คือ ท่าเดิน ท่ายืน และท่านั่ง
3. สีพื้นหลังจำนวน 5 สี ได้แก่ สีส้ม สีเหลือง สีเขียว สีฟ้า และสีแดง ตามหลักของการจัดโครงสร้างสีแบบ Complementary, Analogous, Split complementary และ Monochromatic colours
4. ทำการทดลองออนไลน์ แสดงรูปตัวอย่างบนอินสตาแกรม และแสดงรูปหน้ารวมให้ผู้สังเกตตอบแบบสอบถามใน google form

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รูปแบบความสัมพันธ์ของการจัดวางท่าของนางแบบกับเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนที่คนส่วนใหญ่พึงพอใจและยอมรับ
2. ได้รูปแบบความสัมพันธ์ของสีพื้นหลังกับเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนที่คนส่วนใหญ่พึงพอใจและยอมรับ

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการมองเห็นสีของมนุษย์

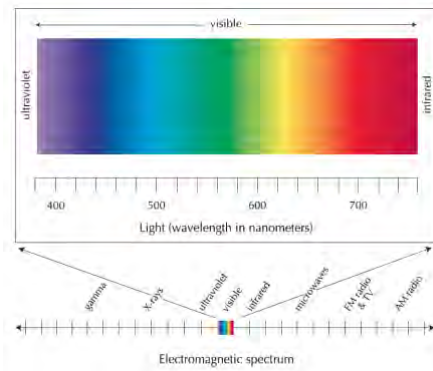
2.1.1 ทฤษฎีแสง

แสง (light) เป็นจุดเริ่มต้นของการมองเห็น มีความสำคัญต่องานออกแบบทัศนศิลป์ เพราะถ้าปราศจาก แสง ก็จะไม่เห็นภาพใด ๆ และถ้าไม่เห็นภาพก็ไม่มีศิลปะที่มองเห็นได้ (Visual Art) ผลของแสงจะทำให้มนุษย์รับรู้สิ่งต่าง ๆ เช่น สี เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก พื้นผิว อันเป็นส่วนประกอบของการออกแบบทัศนศิลป์ (Element of Art) และที่สำคัญที่สุดก็คือแสงเป็นแหล่งกำเนิดของสีที่นำไปสู่ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมากมาย แสงและสีจะมีความสัมพันธ์กันตลอดเวลา การศึกษาเรื่องสีต้องศึกษาเรื่องแสงประกอบด้วย [6]

แสงสีขาว เมื่อเดินทางผ่านปริซึมจะกระจายออกเป็นแสงสีต่าง ๆ คือม่วง น้ำเงิน เขียว เหลือง แสด และแดง แสงสีต่าง ๆ นี้เรียกว่าสเปกตรัม (spectrum) ความแตกต่างระหว่างสีของแสงแต่ละชนิด สามารถพิจารณาจากการกระจายของพลังงาน (energy distribution) ในแต่ละความยาวคลื่น

Electromagnetic Spectrum หรือสเปกตรัมของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ดังแสดงในรูปที่ 2.1 ประกอบด้วย รังสีแกมมา (Gamma Rays) รังสีเอกซ์ (X-Rays) แสงอัลตราไวโอเล็ต (Ultraviolet) แสงสีที่มองเห็นได้ (Visible Color) แสงอินฟราเรด (Infrared) คลื่นไมโครเวฟ (Microwave) และคลื่นวิทยุ (Radio Frequency) โดยแต่ละคลื่นจะมีความยาวคลื่นต่างกัน คลื่นวิทยุมีความยาวมากที่สุด คือตั้งแต่ 1 มิลลิเมตร จนถึง หลายกิโลเมตร และรังสีแกมมา มีความยาวน้อยที่สุด คือมีความยาวน้อยกว่า 0.1 นาโนเมตร (1/10,000,000,000 เมตร) ตาของมนุษย์สามารถรับรู้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าได้ในช่วงแคบ ๆ คือ ช่วงระหว่าง 780-380 นาโนเมตร (nm) ซึ่งช่วงนี้เรียกว่า ช่วงคลื่นที่มองเห็นได้ (Visible Spectrum / Visible Light) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “แสง” (Light) นั่นเอง

แสงที่มนุษย์มองเห็นได้นี้มองเห็นเป็น แสงสีขาว (white light) ซึ่งที่จริงแล้วแสงสีขาวนี้ประกอบไปด้วยแสงสีต่าง ๆ รวมกัน แสงที่มองเห็นเป็นสีต่าง ๆ นี้ เกิดจากความยาวคลื่นที่ต่างกัน โดยความยาวคลื่นเป็นตัวกำหนดสี (hue) เช่น แสงสีม่วง (violet) มีความยาวคลื่นในช่วง 380-450 nm แสงสีแดง (red) มีความยาวคลื่นในช่วง 630-780 nm โดยที่ปริมาณแสง (amplitude) เป็นตัวกำหนดความสว่างของสี (brightness)



รูปที่ 2.1 คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าช่วงที่มนุษย์มองเห็นได้ (Visible Spectrum/Visible Light) [6]

2.1.2 องค์ประกอบของการมองเห็น

การมองเห็นสีของมนุษย์เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบดังนี้ แหล่งแสง วัตถุมีสี และผู้สังเกต

1. แหล่งแสง

แหล่งแสงแบ่งเป็น 2 แหล่งคือ แหล่งแสงตามธรรมชาติ และแหล่งแสงที่ถูกสร้างขึ้นโดยมนุษย์ แหล่งแสงธรรมชาติ ได้แก่ แสงจากดวงอาทิตย์ที่ส่องมายังพื้นโลกเป็นแสงสีขาว เมื่อผ่านปริซึมจะเกิดเป็นแสงสีต่าง ๆ 7 สี จากการสำรวจพบว่า แสงแดดในแต่ละประเทศมีการกระจายพลังงานที่แตกต่างกันไปตามภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฤดูกาล และช่วงเวลา ทำให้การมองเห็นสีแตกต่างกันไปด้วย ตัวอย่างแหล่งแสงประดิษฐ์ เช่น หลอดไฟซีนอลอาร์ค (Zenon arc Lamp) หลอดไฟอินแคนเดสเซนต์ (Incandescence) หลอดไฟทังสเตน (Tungsten Filament Lamp) หลอดฟลูออเรสเซนต์

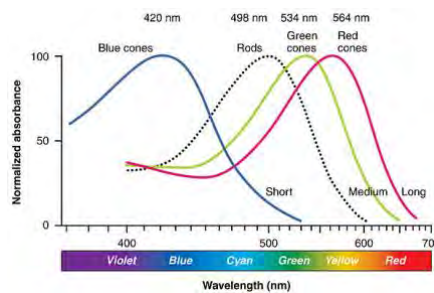
2. วัตถุมีสี

เมื่อแสงจากแหล่งแสงตกกระทบกับวัตถุ วัตถุมีสีจะดูดกลืนแสงบางช่วงความยาวคลื่นไว้ และสะท้อนแสงช่วงคลื่นที่ไม่ถูกดูดกลืนเข้าสู่ตา การสะท้อนแสงที่ผิวของวัตถุที่มีความเงา เรียกว่า Specular Reflection ซึ่งเป็นการสะท้อนแสงทุกแสงสี ถ้าผิวไม่เรียบและไม่มีความเงาเมื่อแสงตกกระทบกับวัตถุจะเกิดการกระเจิงของแสง อนุภาคของแสงในบางช่วงคลื่นจะถูกดูดกลืนไว้ บางช่วงคลื่นถูกสะท้อนออกมา ทำให้เห็นสีที่แตกต่างกันตามความยาวช่วงคลื่นที่สะท้อนออกมา เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า Diffuse Reflection

นอกจากการสะท้อนและการดูดกลืนของแสงแล้ว ยังมีการส่องผ่านบนวัตถุโปร่งแสงและเกิดการกระเจิงแสงที่พื้นผิว ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า Diffuse Transmission แต่ถ้าเป็นวัตถุโปร่งใส เช่น กระจกใส จะเกิดการส่องผ่านทะลุวัตถุ เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า Regular Transmission

3. ผู้สังเกต

ผู้สังเกตเป็นองค์ประกอบสุดท้ายที่ทำให้เกิดการมองเห็น เมื่อแสงตกกระทบกับวัตถุและสะท้อนเข้าตา ผู้สังเกต ภายในตาจะมีส่วนที่เรียกว่า เรตินา มีหน้าที่รับแสง และเปลี่ยนแสงเป็นกระแสประสาท บนเรตินามี เซลล์รับแสงอยู่สองประเภทคือ เซลล์รับแสงรูปแท่งและเซลล์รับแสงรูปกรวย เซลล์รับแสงรูปแท่งจะทำงานเมื่อแสงมีความสว่างน้อย ส่วนเซลล์รับแสงรูปกรวยจะทำงานเมื่อมีแสงมีความสว่างมาก ซึ่งเซลล์รูปกรวยทำให้เกิดการรับรู้สีขึ้นได้ เซลล์รูปกรวยมี 3 ชนิด คือเซลล์ที่ไวต่อแสงสีแดง (เรียกว่า L) สีเขียว (เรียกว่า M) และสีน้ำเงิน (เรียกว่า S) เมื่อได้รับแสงเซลล์รูปกรวยทั้งสามชนิดจะถูกกระตุ้นในอัตราส่วนที่ต่างกันขึ้นกับสีและความเข้มของแสงที่ตกกระทบ จากนั้นสมองจะแปลสัญญาณที่แตกต่างกันนั้นเป็นสีต่าง ๆ รูปที่ 2.2 แสดงความไวแสงของเซลล์รูปแสงชนิดต่าง ๆ บนเรตินา



รูปที่ 2.2 ความไวแสงของเซลล์รับแสงรูปกรวยทั้งสามชนิด [7]

2.2 ทฤษฎีสี

สีหมายถึงลักษณะของแสงสว่าง ปรากฏแก่ตาให้เห็นเป็น ขาว ดำ แดง เขียว เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554)

2.2.1 คุณลักษณะของสี

คุณลักษณะหรือ มิติของสี (Dimension of Colors) มี 4 ประการ คือ [8]

1. สีแท้ (Hue)

สีแท้ (Hue) คือ คุณลักษณะของสีที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่าง เช่น แดง เขียว น้ำเงิน ฯลฯ เป็นสีแท้ที่อยู่ในวงสีธรรมชาติ เป็นสีแท้ที่ยังไม่ถูกผสมโดยสีใด ๆ เป็นสีประเภท Chromatic Color

2. คุณค่า (Value)

คุณค่า (Value) คือ คุณลักษณะของสีที่เกี่ยวข้องกับน้ำหนักอ่อน-แก่ (Lightness & Darkness) กล่าวคือ สีทุกสีจะเริ่มจากอ่อนที่สุดจนเกือบเป็นขาวจนกระทั่งเข้มที่สุดจนเกือบดำ ซึ่งคุณค่าน้ำหนักอ่อนนี้อาจจะเกิดจากสีแท้ (Hue) ถูกผสมจนเจือจาง (ด้วยน้ำ หรือน้ำมันผสม) หรือสีแท้ นั้นได้รับการผสมกับสีขาว

ทำให้ คุณค่า (Value) ของสีนั้นอ่อนลง เรียกว่า สีที่มีน้ำหนักอ่อน (Light) และค่าน้ำหนักแก่ที่เกิดจากสีที่มีเนื้อสีเข้มข้นหรือสีทึบนั้นถูกผสมกับสีดำ ทำให้คุณค่า (Value) ของสีนั้นเข้มขึ้น เรียกว่า สีที่มีน้ำหนักแก่ (Dark)

3. ความจัดหรือความอึมตัวของสี (Intensity & Saturation)

ความจัดของสี (Intensity) คือ คุณลักษณะของสีที่เกี่ยวข้องกับความสดหรือความสว่าง (Brightness) และความไม่สดใสหรือความหม่น (Dullness) ความจัดและความหม่นของสีนี้มีอยู่ในสีที่มีวรรณะ ดังเช่นสีที่อยู่ใน วงสีธรรมชาติทุกสี ถ้าเป็นสีแท้ ๆ ที่ไม่ได้ถูกผสมด้วยสีใด ๆ แต่ละสีจะมีค่าความสดหรือค่าความสว่างในตัวเอง (Bright) ความไม่สดใสหรือความหม่น (Dull) ของสีดังกล่าวเกิดจาก การผสมของสีคู่หรือสีตรงกันข้ามในวงสีธรรมชาติ ความหม่นมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณของสีที่นำมาผสมและความสดใสและไม่สดใสของสีไม่มีค่าคงที่ ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม หรือพื้นหลัง (Background) ที่ประกอบอยู่ด้วย

4. สีกลาง (Neutral Colors)

สีกลาง คือ สีประเภท Achromatic Color เป็นสีที่ไม่มี Hue ที่สามารถระบุว่าเป็นสีใด ๆ หรือ สีกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้ถูกบรรจุไว้ในวงล้อสี ซึ่งก็คือ สีดำ สีขาว และสีเทา

2.2.2 การผสมสี

ประเภทของแม่สีที่เป็นต้นกำเนิดของการผสมสีเพื่อให้เกิดเป็นสีต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้สร้างงานศิลปะ และใช้ในงานออกแบบทัศนศิลป์ด้านต่าง ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ สีแสง (Scientific Color) การผสมของสีประเภทนี้เป็นการผสมแสงสี เรียกว่า การผสมแบบบวก (Additive Mixing) และสีวัตถุธาตุ (Pigmentary Color) การผสมของสีประเภทนี้เป็นการผสมของรงควัตถุ เรียกว่าการผสมแบบลบ (Subtractive Mixing) [9]

1. การผสมสีแบบบวก (Additive Color Mixing)

การผสมสีแบบบวกเป็นรูปแบบการผสมของแสงไม่ใช้การผสมของวัตถุที่มีสีบนกระดาษ เนื่องจากแสงสีขาวประกอบด้วยลำแสงที่มีสีต่าง ๆ ตามความยาวคลื่นแสง ความยาวคลื่นแสงพื้นฐานได้แก่ สีแดง เขียว และน้ำเงิน เมื่อคลื่นแสงเหล่านี้มีการซ้อนทับกัน ก็จะก่อให้เกิดการบวกและรวมตัวกันของความยาวคลื่นแสง จึงเป็นที่มาของชื่อ สีแบบบวก (Additive Color) แสงหรือแม่สีทั้งสามนี้เป็นสีขั้นต้น เมื่อผสมเข้าด้วยกันเป็นคู่จะได้สีขั้นที่สอง ดังนี้ แสงสีแดง (Red) ผสมแสงสีเขียว (Green) จะได้สีเหลือง (Yellow) แสงสีเขียว

(Green) ผสมแสงสีน้ำเงิน (Blue) จะได้สีน้ำเงินแกมเขียว (Cyan) แสงสีแดง (Red) ผสมแสงสีน้ำเงิน (Blue) จะได้สีแดงแกมม่วง (Magenta) เมื่อนำแสงหรือแม่สีทั้งสามสีมาผสมกันเข้าจะได้แสงสีขาว ดังรูปที่ 2.3



รูปที่ 2.3 การผสมสีแบบบวก [10]

สื่อหรืองานออกแบบใด ๆ ก็ตามที่มีการใช้แสงส่องออกมาอย่างเช่น จอโปรเจคเตอร์ ทีวี มอนิเตอร์ สำหรับคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการออกแบบแสงสีบนเวทีสำหรับการแสดง ละคร ภาพยนตร์ ใช้กฎของการผสมสีแบบบวกนี้เพื่อสร้างแสงสีต่าง ๆ

2. การผสมสีแบบลบ (Subtractive Color Mixing)

การผสมสีแบบลบเกี่ยวเนื่องกับการดูดกลืนและสะท้อนแสงของวัตถุ เมื่อแสงสีขาวส่องมายังวัตถุหนึ่ง ๆ วัตถุนั้นจะดูดกลืนแสงที่ความยาวคลื่นบางระดับไว้ และสะท้อนแสงที่เหลือออกมาให้เราเห็นสีขั้นต้น ได้แก่ สีเหลือง (Yellow) สีน้ำเงินแกมเขียว (Cyan) และสีแดงแกมม่วง (Magenta) เมื่อมีการผสมของรงควัตถุจะเกิดการรวมกันของสีที่จะถูกดูดกลืนไว้ ทำให้ปริมาณแสงที่จะสะท้อนออกมาลดลง จึงเป็นที่มาของชื่อสีแบบลบ (Subtractive Color) เมื่อผสมสีขั้นต้นเป็นคู่ ๆ เข้าด้วยกัน จะได้สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน เมื่อรวมสีวัตถุธาตุหลาย ๆ สีเข้าด้วยกัน จะเห็นเป็นสีดำเพราะมีการดูดกลืนแสงทุกสี ดังรูปที่ 2.4

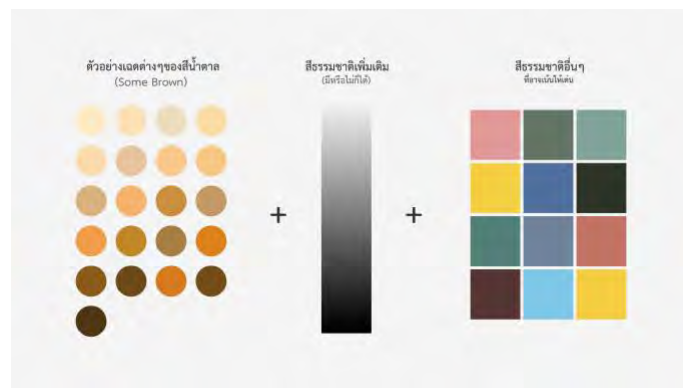


รูปที่ 2.4 การผสมสีแบบลบ [10]

2.2.3 สีเอิร์ธโทน (Earth Tone)

1) ความหมายของสีเอิร์ธโทน

ในปัจจุบันนั้นยังไม่มีคำนิยามที่ชัดเจนตายตัวแต่สามารถอธิบายได้ด้วยหลักแห่งธรรมชาติผืนแผ่นดิน ในความรู้ด้านทฤษฎีสีได้ว่า กลุ่มสีธรรมชาติ (Natural Colors) ประกอบไปด้วยเฉดของสีเทา (ดำ และ ขาว) และสีน้ำตาลตั้งรูปที่ 2.5 แต่เอิร์ธโทนจะมีความหลากหลายของสีอื่นในเฉดน้ำตาลซึ่งเป็นเฉดสีของดิน และได้รวมเอาสีต่าง ๆ ที่มีอยู่ในธรรมชาติเข้าไป เช่น สีหลักใด ๆ ที่มีการผสมของสีน้ำตาลรวมอยู่ (Any color containing some brown) และสีจากธรรมชาติจริง ๆ อย่างเช่น ท้องฟ้า, ใบไม้, ดวงอาทิตย์ ฯลฯ ดังรูปที่ 2.6



รูปที่ 2.5 กลุ่มสีเอิร์ธโทนเป็นกลุ่มสีธรรมชาติ ประกอบไปด้วยเฉดของสีเทา (ดำ และ ขาว) และสีน้ำตาล [11]



รูปที่ 2.6 ตัวอย่างสีเอิร์ธโทนที่มีการผสมของสีน้ำตาลและสีจากธรรมชาติ [11]

2) ความหมายของสีเอิร์ธโทนในเชิงจิตวิทยา

แม้สีเอิร์ธโทนเป็นสีที่มาจากธรรมชาติ แต่การนำมาใช้งานให้เกิดความสวยงามกลมกลืนจำเป็นต้องประยุกต์เข้ากับหลักของคู่สี แต่โดยหลักแล้วชุดสีใด ๆ จะให้ความรู้สึกเป็นกลุ่มแบบเดียวกัน คือความอบอุ่น, การต้อนรับ, ความสุภาพเรียบร้อย, ความเรียบง่าย, ความเป็นธรรมชาติ, ความสงบ, ความกลมกลืน เป็นต้น

3) สีเอิร์ธโทนกับแฟชั่น

สีเอิร์ธโทนปรากฏขึ้นครั้งแรกในงานแฟชั่นปี 1960s กลุ่มสีเหล่านี้ได้รับความนิยมแบบไม่เลือกเพศ สีเอิร์ธโทนจึงเป็นสีแบบ Unisex และเป็นไปได้ทั้งด้านที่สว่างสดใสและคลุมเครือ

สีเอิร์ธโทนนั้นเข้ากันได้กับทุกสีแม้ไม่ใช่สีเอิร์ธโทน มนุษย์จะรู้สึกสบายตาและอยู่ร่วมกันกับสีเหล่านี้ได้นานโดยไม่รู้สึกรำคาญทำให้การเลือกถ่ายภาพด้วยกลุ่มสีดังกล่าวมักได้รับความคิดเห็นในเชิงบวก อีกทั้งยังช่วยให้งานออกแบบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การถ่ายภาพก็นำไปใช้ได้สะดวก ง่าย และให้ผลลัพธ์ที่ดี

สำหรับแฟชั่นในปัจจุบัน เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนเป็นสีที่มีความอึมครึมดำหรือสีฟอกซีด (Muted Colors) ที่ได้รับความนิยม การนำเสนอของโทนสีนี้ไม่ได้มุ่งเน้นด้านความโดดเด่นจัดจ้าน แต่เป็นการสร้างความสง่างามที่เป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ สบายตาต่อผู้พบเห็น ดังตัวอย่างรูปที่ 2.7



รูปที่ 2.7 แฟชั่นสีเอิร์ธโทน

2.3 การใช้สีในงานออกแบบ

2.3.1 ปฏิกริยาของสี (The Effect of Color)

สีมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ เกี่ยวข้องกับการมองเห็น ความรู้สึก ความชอบ โดยเฉพาะความรู้สึกทางด้านอารมณ์ของมนุษย์นั้น แตกต่างกันไปตามพื้นฐานประสบการณ์ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

ปฏิกริยาของสี (The Effect of Color) ที่มีต่อมนุษย์มี 3 ด้านคือ ด้านศิลปะ ด้านวิทยาศาสตร์ และด้านจิตวิทยา สำหรับในด้านจิตวิทยา สีมีอิทธิพลต่อจิตใจมนุษย์ สีแต่ละสีจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นที่ต้องเลือกใช้สีได้ถูกต้องกับโอกาส เวลา สถานที่ วัฒนธรรมประเพณี และสมัยนิยม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ ประสบการณ์ รสนิยม ลักษณะนิสัย เพศ ความชอบของแต่ละบุคคล ตลอดจนความเชื่อของแต่ละเชื้อชาติศาสนา [8]

2.3.2 การจัดโครงสี (Color Scheme)

การจัดโครงสี (Color Scheme) คือ แบบแผนการเลือกใช้สีจากวงล้อสีในการออกแบบ ซึ่งมีอยู่หลายรูปแบบ ดังนี้ [12]

1. การใช้สีแบบประสานกลมกลืน

1.1. การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)

วิธีที่ง่ายที่สุดในการใช้สีแบบประสานกลมกลืน คือ การใช้สีเอกรงค์ ถ้าพิจารณาตามรูปศัพท์ สีเอกรงค์จะหมายถึง การใช้สีเดียว หรือสีใดสีหนึ่งในวงล้อสี (Colors Wheel) โดยสีที่ใช้ นั้น มีทั้งน้ำหนักอ่อน-แก่ (Lightness Darkness) สีสด-สีหม่น (Brightness-Dullness) ดังตัวอย่างที่แสดงในรูปที่ 2.8 การใช้สีวิธีนี้จะมี ความกลมกลืนเป็นสีใดสีหนึ่งอย่างชัดเจน และมีประสิทธิภาพในการสร้างอารมณ์โดยรวมได้ง่ายด้วยการใช้สีเพียงสีเดียว

การใช้สีเอกรงค์วิธีนี้อาจดูไม่มีชีวิตชีวา เพราะขาดความหลากหลายของสี ซึ่งอาจทำให้ไม่มีความน่าสนใจ จืดชืด ไม่มีชีวิตชีวา จึงมีแนวทางการใช้สีแบบประสานกลมกลืนอีกวิธีหนึ่ง คือ การนำสีที่ใกล้เคียงกันกับสีหลักที่ใช้จากวงล้อสี แต่สีที่นำมาใช้ร่วมหรือเป็นสีรองนั้นไม่ควรเกิน 3 สี และต้องลดความเข้ม ความสด โดยผสมกับสีตรงข้าม แล้วผสมด้วยสีหลักทุกครั้งก่อน



รูปที่ 2.8 ตัวอย่างการใช้สีเอกรงค์ [13]

1.2. การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Colors)

สีใกล้เคียง (Analogous Colors) หมายถึง สีที่อยู่ใกล้เคียงกันในวงล้อสี การเลือกใช้สีเริ่มจากกำหนดสีใดสีหนึ่งเป็นสีหลักก่อน แล้วนับไปทางซ้ายหรือขวาทางใดทางหนึ่ง หรือทั้ง 2 ทาง (ดังรูปที่ 2.9) นับร่วมกับสีหลักแล้วไม่เกิน 4 สี สีที่อยู่ติดกันในวงล้อสีจัดว่าเป็นกลุ่มสีที่กลมกลืน และหากต้องการให้สีกลมกลืนกันที่สุด ให้นับเพียง 3 สี เท่านั้น



รูปที่ 2.9 ตัวอย่างการใช้สีใกล้เคียง [13]

2. การใช้สีแบบแตกต่างกัน

2.1. การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดตัดกันอย่างแท้จริง (True Contrast)

สีตัดกันอย่างแท้จริง (True Contrast) หมายถึงสี 2 สีที่มีความขัดแย้งซึ่งกันและกัน รุนแรง บาดตา ถ้าดูจากวงล้อสีจะเป็นสีที่อยู่ในตำแหน่งตรงกันข้ามกัน จึงมีค่าที่ตัดกันอย่างรุนแรง สีเหล่านี้ประกอบด้วย สีเหลือง ตัดกับสีม่วง สีส้มเหลืองตัดกับสีม่วงน้ำเงิน สีส้มตัดกับสีน้ำเงิน สีส้มแดงตัดกับสีเขียวน้ำเงิน สีแดงตัดกับสีเขียว สีม่วงแดงตัดกับสีเขียวเหลือง สีตัดกันนี้อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า สีคู่ (Complementary Color) ทั้งนี้เพราะนอกจาก จะมีทิศทางที่เป็นสีคู่ตรงกันข้ามกันในวงล้อสีแล้ว ยังมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน เช่น ในเงาของสีแต่ละสี จะมีเงาของ สีคู่เจือปนอยู่ ทำให้ยึดถือเป็นทฤษฎีว่า หากต้องการทำให้สีใด ๆ หม่นลง หรือเหมือนกับอยู่ในเงามืดแล้ว ให้ใช้สีคู่ตรงกันข้ามนี้มาผสม จะทำให้ผลที่ได้เป็นธรรมชาติ การใช้สีวิธีนี้ทำให้งานออกแบบมีความโดดเด่น สะดุดตา น่าสนใจ แต่ควรมีแนวทางการใช้ที่ถูกต้อง เพราะสีคู่เหล่านี้มีค่าของสีที่ตัดกันอย่างรุนแรง รูปที่ 2.10 แสดงตัวอย่างการใช้สีตัดกัน



รูปที่ 2.10 ตัวอย่างการใช้สีคู่ตรงข้าม [13]

แนวทางการใช้สีตัดกันอย่างแท้จริงให้มีประสิทธิภาพ โดยลดความรุนแรง ความขัดแย้งของคู่สีให้น้อยลง เพื่อให้การใช้สีคู่ตัดกันดูสบายตาขึ้นและมีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี มีแนวทางดังต่อไปนี้

- เมื่อต้องการใช้สีคู่ตัดกันโดยไม่ผสมสีอื่นใด ให้ใช้ในอัตราส่วนของสีในงานออกแบบแตกต่างกัน เป็นแบบ 90:10, 80:20, 70:30 เป็นต้น
- ใช้สีหนักหรือสีเข้มตัดเส้น ในวัตถุที่มีสีสดใส
- ลดความสดใสของสีใดสีหนึ่งลง โดยใช้สีคู่ตรงกันข้าม
- ลดความสดใสของสีคู่ทั้ง 2 สีลง โดยใช้สีคู่ตรงกันข้าม

2.2. การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเอียง (Split Complementary Colors)

สีตรงกันข้ามเอียง (Split Complementary Colors) หมายถึง สีคู่ตรงกันข้ามที่อยู่เอียงมาทางซ้ายและทางขวาของสีคู่ปฏิปักษ์ เช่น สีคู่ตรงกันข้ามเอียงของสีเหลืองคือ สีม่วงแดงและม่วงน้ำเงิน สีคู่ตรงกันข้ามเอียงของ สีม่วงคือ สีส้มเหลืองและเขียวเหลือง

ผลที่ได้ของวิธีการใช้สีวิธีนี้คือ ลดความรุนแรงและความตัดกันของค่าสีคู่ตรงกันข้ามโดยตรงลง และได้ความหลากหลายของสีมากขึ้น เมื่อเทียบกับการใช้สีคู่ที่มีเพียง 2 สี ทำให้งานออกแบบนั้นมีความน่าสนใจขึ้น แต่การใช้สีคู่ตรงกันข้ามเอียงนี้ให้มีประสิทธิภาพต้องพึงระมัดระวังเช่นเดียวกัน เพราะสีเหล่านี้ยังมีค่าความตัดกันสูง ตัวอย่างการใช้สีตรงกันข้ามเอียงแสดงในรูปที่ 2.11



รูปที่ 2.11 ตัวอย่างการใช้สีตรงกันข้ามเอียง [13]

นอกจากนี้หากต้องการความหลากหลายของสีมากขึ้น วิธีการใช้สีที่คล้ายคลึงกับการใช้สีวิธีนี้คือ การใช้สีตรงกันข้าม 2 คู่ (Double Complementary Colors) การใช้สีวิธีนี้นี้ดัดแปลงจากการใช้สีคู่ตรงข้าม (Complementary Colors) คือ แทนที่จะใช้สีตรงกันข้ามเพียงคู่เดียว ก็ใช้ 2 คู่ จำนวน 4 สี เช่น คู่ของสีเหลือง และสีม่วง ร่วมกับคู่ของสีเขียวและสีแดง

ข้อดีของการใช้สีวิธีนี้คือ ได้สีเพิ่มขึ้น ทำให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น แต่สีที่หลากหลายที่เพิ่มขึ้นนี้ หากไม่ระมัดระวังให้ดี อาจทำให้ขาดเอกภาพในงานออกแบบนั้น

2.3 .การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดไตรสามพันธ์ (Triadic Color)

การใช้สีไตรสามพันธ์ (Triadic Color) คือ การใช้สีสามสีที่มีระยะห่างจากแต่ละสีเท่า ๆ กันในวงล้อสี เปรียบเหมือนมีรูปสามเหลี่ยมด้านเท่าวางอยู่บนวงล้อสี และตรงมุม 3 มุมนั้นคือสี 3 สี ที่เข้าชุดกัน ดังรูปที่ 2.12



รูปที่ 2.12 ตัวอย่างการใช้สีไตรสามพันธ์ [13]

สีไตรสามพันธ์ เป็นสีที่มีค่าของสีที่ตัดกัน แต่ตัดกันโดยน้ำหนัก ไม่ใช่ตัดกันโดยแท้จริง (True Contrast) หรือเป็นสีคู่ (Complementary Colors) และสีไตรสามพันธ์นี้เป็นสีที่อยู่ในวรรณะใดวรรณะหนึ่ง (Warm Tone or Cool Tone) อยู่สองสี และอีกวรรณะหนึ่ง 1 สี

2.4 .การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดจตุสี่พันธ์ (Quadratic Color)

การใช้สีจตุสี่พันธ์ (Quadratic Color) คล้ายกับการใช้สีไตรสามพันธ์ (Triadic Color) แต่แตกต่างกันตรงที่เป็นการใช้สี 4 สี คือเพิ่มเข้ามาอีก 1 สี และสีเหล่านี้มีระยะห่างจากแต่ละสีเท่า ๆ กันในวงล้อสี เปรียบเหมือนมีรูปสี่เหลี่ยมด้านเท่าวางอยู่บนวงล้อสี และตรงมุม 4 มุมนั้นคือสี 4 สี ที่เข้าชุดกัน ดังรูปที่ 2.13



รูปที่ 2.13 ตัวอย่างการใช้สีเจตสุสัมพันธ์ [13]

สีเจตสุสัมพันธ์ เป็นสีที่มีค่าของสีที่ตัดกันโดยน้ำหนัก ไม่ใช่ตัดกันโดยแท้จริง (True Contrast) หรือเป็นสีคู่ (Complementary Colors) แต่น้ำหนักที่ตัดกันนั้นน้อยกว่าสีไตรสัมพันธ์ และสีชุดเจตสุสัมพันธ์นี้เป็นสีที่อยู่ในวรรณะใดวรรณะหนึ่ง (Warm Tone or Cool Tone) อยู่ 2 สี และอีกวรรณะหนึ่ง 2 สี ประสิทธิภาพของการใช้สีเจตสุสัมพันธ์นี้ นอกจากค่าน้ำหนักและความจัดของสีไม่รุนแรงมากนักแล้ว ยังมีความหลากหลายของสีมากขึ้น ซึ่งการนำไปใช้ต้องพิจารณาพร้อมกับความเหมาะสมของแต่ละชิ้นงานตามวัตถุประสงค์

2.4 การจัดแสงในการถ่ายภาพ

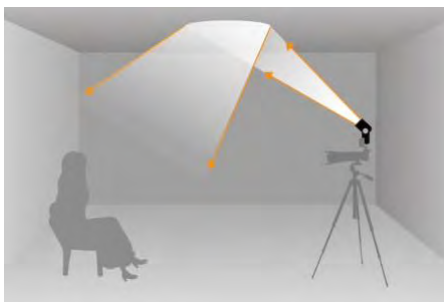
2.4.1 การใช้แฟลชภายนอก

Guide Number ใช้ระบุถึงความสามารถของอุปกรณ์แฟลชในการให้แสงวัตถุที่ระยะไกล มีค่าเท่ากับระยะทางสูงสุดจากแฟลชถึงวัตถุ คูณด้วย F-number ของรูรับแสงที่เหมาะสม

$$\text{Guide Number (GN)} = \text{ระยะทาง (ม.)} \times \text{รูรับแสง (F-number)}$$

1. Bounce Flash

ทำให้เงามุมนวลและยกระดับความลึก แม้ว่าการใช้แฟลชนอกกล้องจะช่วยเสริมความลึกของภาพ แต่โดยปกติแล้วการสะท้อนแสงจากอุปกรณ์แฟลชบนกล้องกับพื้นผิวใกล้เคียง เช่น กำแพงหรือเพดาน ก็เป็นวิธีที่ง่ายกว่าและมีประสิทธิภาพเหมือนกัน โดยให้แสงที่เป็นธรรมชาติยิ่งขึ้นพร้อมมิติของภาพที่ดีขึ้น การสะท้อนแฟลชยังให้การครอบคลุมที่กว้างขึ้น และเหมาะสมต่อสถานการณ์เช่นเมื่อต้องการเพิ่มแสงให้กลุ่มคนในภาพ ดังรูปที่ 2.14



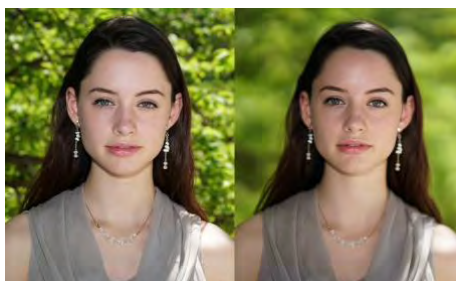
รูปที่ 2.14 รูปแสดงการสะท้อนแสงจากอุปกรณ์แฟลชบนกล้องกับพื้นผิวใกล้เคียง [14]

2. การซิงค์แฟลช

คือ การเปิดแสงแฟลชให้สัมพันธ์กับความเร็วชัตเตอร์ในการถ่ายภาพ การซิงค์แฟลชมี 2 แบบ ได้แก่ High-speed sync และ Slow sync

2.1) High-speed sync (HSS)

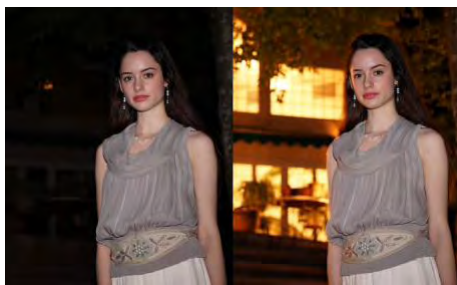
โดยปกติแล้วแฟลชแบบเสริมจะจำกัดความเร็วชัตเตอร์ ทำให้ต้องใช้รูรับแสงเล็กเพื่อให้ฉากหลังอยู่ในโฟกัส แต่ HSS จะช่วยให้สามารถใช้แฟลชได้กับทุกความเร็วชัตเตอร์ เพื่อให้สามารถเพิ่มขนาดรูรับแสงได้ตามต้องการ กล่าวคือ สามารถใช้ความเร็วชัตเตอร์สูงและรูรับแสงที่กว้างขึ้นได้เพื่อให้ภาพระยะชัดลึกที่ตื้น ดังรูปที่ 2.15



รูปที่ 2.15 ภาพตัวอย่างของการถ่ายแบบ High-speed sync [14]

2.2) Slow Sync

แฟลชปกติจะให้แสงวัตถุอย่างเพียงพอแต่ฉากหลังจะมีมืด แต่ด้วยแฟลชแบบ Slow-sync ทั้งวัตถุและฉากหลังจะได้รับแสงอย่างถูกต้อง ใช้ Slow Sync เมื่อต้องใช้ความเร็วชัตเตอร์ต่ำเพื่อให้แสงฉากหลังในร่มหรือกลางคืน อย่างเหมาะสม แฟลชจะส่องแสงไปยังวัตถุ แต่ชัตเตอร์จะไม่ปิดทันที ชัตเตอร์จะยังคงเปิดต่อเป็นเวลานานพอที่ จับภาพฉากหลังด้วยเช่นกัน ภาพที่ได้จะมีแสงสมดุลเนื่องจากวัตถุและพื้นหลังได้รับแสงอย่างเหมาะสมดังรูปที่ 2.16



รูปที่ 2.16 ภาพตัวอย่างของการถ่ายแบบ Slow sync [14]

2.4.2 ทิศทางของแสง

ทิศทางแสงที่แตกต่างกันจะส่งต่อมิติของภาพ หรือให้อารมณ์ภาพแตกต่างกันได้ ดังนั้นในการถ่ายภาพ สิ่งที่ควรพิจารณาอีกอย่างคือ ความเหมาะสมของทิศทางของแสง โดยสามารถแบ่งทิศทางของแสงออกเป็น 5 ทิศทางใหญ่ ๆ ดังนี้ [15]

1. ทิศทางจากด้านบน

แหล่งแสงจะอยู่บนศีรษะ ทำให้เกิดเงาตกกระทบทางด้านล่างของวัตถุ โดยทั่วไปไม่นิยมใช้แสงในทิศทางนี้ในการถ่ายภาพ แต่ในหลาย ๆ ครั้งก็สามารถนำมาใช้ได้ โดยมักใช้ในฉากที่ต้องการให้ตัวแบบมีเงาขึ้นที่ผม หรือสร้างออร่าดูเป็นผู้สูงส่ง

2. ทิศทางแสงจากด้านหน้า

แสงที่ส่องมาจากทางด้านหน้าของวัตถุที่จะถ่าย จะถ่ายมาจากทิศทางเดียวกันกับกล้องถ่ายภาพ หรือที่เรียกว่า “ถ่ายตามแสง” ทำให้ตัวแบบได้รับแสงสว่างได้ทั่วด้านหน้า วัตถุจะไม่มีเงาทำให้ได้ภาพมีลักษณะเรียบแบน ไม่มีความลึก ความหนา เหมาะสำหรับการถ่ายภาพที่ต้องการเน้นให้เห็นรายละเอียด

3. ทิศทางแสงจากด้านหลัง

แสงที่ส่องมาจากด้านหลังของวัตถุที่จะถ่าย อยู่ตรงกันข้ามกับกล้องถ่ายภาพ ทำให้มองเห็นวัตถุแยกออกจากพื้นฉากหลังชัดเจน บางครั้งก็จะเรียกว่าแสง “Rim light” แต่อาจจะต้องระวังรายละเอียดด้านหน้าของตัวแบบมืดเกินไป อาจจะมีการจัดแสงช่วย หรือใช้อุปกรณ์สะท้อนแสงเพื่อให้เห็นรายละเอียดในส่วนนี้

4. ทิศทางแสงจากด้านล่าง

แสงที่ส่องมาจากด้านล่างของตัวแบบ จะใช้เปิดเงาด้านล่างของตัวแบบ หรือใช้ในงานถ่ายฉากสยองขวัญ หรือเปิดเงาใต้คาง แม้จะไม่นิยมใช้แต่ก็สามารถจัดแสงให้ใช้งานได้ตามความเหมาะสม

5. ทิศทางแสงจากด้านข้าง

แสงที่มาจากด้านข้างนี้จะทำให้ภาพมีมิติ แต่จะทำให้เกิดแสงเงาทางด้านตรงข้ามของแสง โดยปกติมักจะใช้อุปกรณ์สะท้อนแสง หรือสร้างแสงที่อ่อนกว่าเพื่อเปิดเงาให้เห็นรายละเอียด และส่วนมากจะวางไว้ที่มุมราวๆ 45 องศาจากหน้าตรง

2.4.3 การจัดแสงเบื้องต้น

แม้ปัจจุบันจะมีเทคนิคการจัดแสงที่ซับซ้อนมากมาย แต่เทคนิคพื้นฐานก็ยังได้รับการยอมรับและใช้งานอยู่เสมอ ๆ เพราะสามารถทำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้อุปกรณ์ไม่มาก นั่นคือการใช้กฎ Three-Point Lighting (การจัดแสงสามจุด) เป็นการจัดแสงที่ใช้กันใน Studio ต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ในการถ่ายคน โดยภาพที่ได้จะดูโดดเด่น มีมิติ ไม่ราบเรียบไปกับพื้นหลัง โดยตำแหน่งไฟ 3 ตำแหน่ง คือ Key Light, Fill Light และ Rim Light แต่ละตำแหน่งมีหน้าที่ ดังนี้ [9]

1. Key Light

ทำหน้าที่เป็นตัวหลักที่ให้แสงสว่างกับวัตถุ จะอยู่ด้านซ้ายหรือขวาจากกล้องก็ได้ จะทำมุมไม่เกิน 15-45 องศาจากหน้าตรงของแบบ และระดับความสูงของไฟจะสูงกว่าใบหน้าของตัวแบบประมาณ 15-45 องศาส่องกลงมาที่ตัวแบบ

2. Fill Light

เมื่อถ่ายภาพโดยใช้ Key Light อย่างเดียวมักจะเกิด contrast (ส่วนต่างแสงและเงา) จึงต้องใช้ Fill Light เป็นตัวช่วยเพื่อลบเงาที่เกิดขึ้นจากการใช้ Key Light ซึ่งมักจะใช้ไฟที่มีกำลังอ่อน หรืออุปกรณ์สะท้อนแสงช่วย โดยจะตั้งไว้ด้านตรงข้ามกับ Key Light และอยู่ในระดับสายตาของตัวแบบ

3. Rim Light/Back Light

ทำให้เกิดแสงจากด้านหลังเวลาถ่ายภาพ ทำให้ตัวแบบดูโดดเด่นขึ้นจากฉากหลัง ตำแหน่งของไฟจะวางอยู่ข้างหลังวัตถุทางด้านข้างให้อยู่สูงกว่าวัตถุและส่องทำมุมประมาณ 45 องศา ส่องลงมายังศีรษะ ไหล่ และหลัง

2.5 การวิเคราะห์ผลด้วยความแปรปรวน

ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของประชากร 1 กลุ่ม และ 2 กลุ่ม ตัวสถิติทดสอบที่ใช้คือ Z หรือ T โดยการเลือกใช้ตัวสถิติทดสอบใดขึ้นอยู่กับว่าทราบความแปรปรวนของข้อมูลในประชากรนั้นหรือไม่ ตัวอย่างมีขนาดใหญ่ หรือเล็ก แต่ในกรณีที่ทำการศึกษาประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม และต้องการทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยของประชากรแต่ละกลุ่มนั้นแตกต่างกันหรือไม่จะต้องทดสอบสมมติฐานทีละคู่ เช่นในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของประชากร 3 กลุ่ม จะต้องทำการทดสอบสมมติฐานทีละคู่ จำนวน 3 ครั้ง ซึ่งจะทำให้เสียเวลาในการทดสอบสมมติฐานที่ซับซ้อนเป็นอย่างมาก และประการสำคัญคือเป็นการทำค่าระดับนัยสำคัญมีค่ามากเกินไป ดังนั้นจึงมีการนำเทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance:

ANOVA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม (k กลุ่ม) โดยทำการทดสอบเพียงครั้งเดียว

การวิเคราะห์ความแปรปรวนเป็นวิธีการทางสถิติอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยกรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้หลักการของความแปรปรวน และคำนวณค่าสถิติทดสอบ F ในรูปของตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวน หรือตาราง ANOVA เพื่อให้เป็นขั้นตอนที่ง่ายและสะดวก ประเภทของการวิเคราะห์ความแปรปรวนขึ้นอยู่กับว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกี่ปัจจัย [16]

2.6 บทควมวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยของ จิตติมา ผการัตน์สกุล และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ [17] พบว่า ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ เป็น อีกหนึ่งธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จุดแข็งของธุรกิจนี้คือ ความหลากหลายของสินค้า มีต้นทุนในการดำเนินการต่ำและแหล่งซื้อเสื้อผ้าราคาส่งหาง่าย ส่วนจุดอ่อนคือสินค้ามีการลอกเลียนแบบได้ง่าย สำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะหาข้อมูลด้วยตนเองจาก เฟสบุ๊ก และ อินสตาแกรม เนื่องจากมีความสะดวกและมีข้อมูลเพียงพอสำหรับการตัดสินใจ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีทัศนคติในเชิงบวกในการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ถ้ารูปแบบสินค้าเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อได้ทันที นอกจากนี้กลยุทธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุดคือกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ มีความแตกต่าง

จากการศึกษาเชิงสำรวจของ Eman Wally และ Swapna Koshy [18] พบว่านักธุรกิจหญิงชาวเอมิเรตส์เลือก Instagram เพื่อทำการตลาดธุรกิจขนาดเล็กของพวกเขา เนื่องจากกลยุทธ์การตลาดเฉพาะของ Instagram ถูกสร้างขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจในการรับรู้แบรนด์และการมีส่วนร่วมของลูกค้า ผู้ประกอบการพบว่าอินสตาแกรมใช้งานง่าย และให้การเข้าถึงผลิตภัณฑ์สูง นักธุรกิจหญิงชาวเอมิเรตส์ที่ประสบความสำเร็จ 9 คนได้รับการระบุและวิเคราะห์ประสบการณ์ของพวกเขาเกี่ยวกับ Instagram การศึกษาพบว่า Instagram ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพโดยผู้ประกอบการสตรีชาวเอมิเรตส์โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจตามบ้าน

จากงานวิจัยของ กฤตยชญ์ ธนะกรรม [19] ได้ศึกษาการให้แสงสีภายนอกอาคารแบบสีข้างเคียง ที่ส่งผลต่อการรับรู้ โดยเลือกใช้โครงสีแบบข้างเคียง (Analogous) ซึ่งเป็นสีที่มีลำดับการเรียงในวงล้อสีที่อยู่ติดกัน ในการสร้างบรรยากาศเชิงบวก โดยโครงสีดังกล่าวเป็นโครงสีที่มีความกลมกลืนกันของสี (Color Harmony) กล่าวคือ เป็นกลุ่มสีที่อยู่ร่วมกันอย่างสมดุล และได้ศึกษางานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ สีและสีของแสงในทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการรับรู้อารมณ์ ความรู้สึก และบรรยากาศ ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของการให้แสงสีโดยใช้โครงสีแบบข้างเคียง ระดับความสดของสี และระดับน้ำหนักความมืด-สว่างที่แตกต่างกันสำหรับประดับตกแต่งภายนอกโบสถ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความรู้สึกสงบ ความรู้สึกสบายตา ความรู้สึกผ่อนคลาย และความรู้สึกพึงพอใจ

จากงานวิจัยของ กฤตยา แสนสุข [20] ได้ศึกษาเรื่องการจัดแสงเพื่อการถ่ายภาพบุคคลในสตูดิโอพบว่า อุปกรณ์ของแหล่งกำเนิดแสงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่างภาพให้ความพิถีพิถันในการเลือกใช้ ในปัจจุบันระบบแสงของสตูดิโอแฟลชจัดเป็นต้นกำเนิดแสงที่ได้รับความนิยมใช้กันสูงสุด แทนที่ระบบหลอดไฟที่ใช้กันมาในอดีต เนื่องจากทำให้ช่างภาพสามารถคุมกำลังไฟให้มากขึ้นได้ตามต้องการ และระบบสตูดิโอแฟลชยังพัฒนาอุปกรณ์เสริมสำหรับใช้งานให้เลือกได้หลากหลายรูปแบบตามความเหมาะสมของงาน ซึ่งทำให้ช่างภาพสามารถสร้างสรรค์คุณภาพแสงได้อย่างไม่มีข้อจำกัด

จากงานวิจัยของนพวิทย์ วิศิษฐ์วรกุล และ กฤษณ์ ทองเลิศ [21] ได้วิเคราะห์เนื้อหาและองค์ประกอบภาพเพื่อการสร้างความหมายงานภาพถ่ายแฟชั่นแนวอะบิเซบิ เพื่อการสร้างความหมายงานภาพถ่าย พบว่า มีองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ในมิติของเนื้อหา สี การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ แสง และ อารมณ์ภาพ ซึ่งองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ในมิติของการจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ มีหลักการเพื่อสร้างจุดสนใจของภาพเป็นการเน้นภาพตัวแบบ เน้นถึงรายละเอียดของบุคลิกของนายแบบที่มีความโดดเด่น ลักษณะการแสดงออกของใบหน้า การจัดวางท่า (posing) มีส่วนช่วยเพิ่มความโดดเด่นให้กับตัวแบบและเสื้อผ้าที่สวมใส่

บทที่ 3

การทดลอง

3.1 วัสดุและอุปกรณ์

1. เสื้อสีพื้น ไม่มีลวดลาย จำนวน 3 สี
2. กางเกงสีพื้น ไม่มีลวดลาย จำนวน 3 สี
3. ชุดกระโปรงสีพื้น ไม่มีลวดลาย จำนวน 1 สี
4. ฉากหลังพื้นเรียบ
5. กล้อง DSLR Nikon D5600
Number of effective pixels: 24.2 million pixels
Image sensor: 23.5 mm x 15.7 mm (APS-C) CMOS
File format: JPEG
Number of recorded pixels: (Large) 6000 x 4000
Lens mount: Nikon F-mount
Exposure mode: M (Manual)
Lens: Focal Length (actual) 18-55 mm
6. แหล่งแสงธรรมชาติ
7. คอมพิวเตอร์พกพา ASUS TUF Gaming FX505DY Windows 10 Home Single Language
Processor: AMD Ryzen 5 3550H with Radeon Vega Mobile Gfx 2.10 GHz
Installed memory (RAM): 8.00 GB
System type: 64-bit Operating System, x64-based processor
Display type: LED-backlit FHD (1920x1080) 120Hz Anti-Glare IPS-level Panel with 45% NTSC With FreeSync
Viewable Image Size: 15.6 inch
Resolution: 1920x1080 Full HD
Screen refresh rate: 120 Hertz
Contrast Ratio: 1000:1
8. โปรแกรม Adobe Photoshop
9. โทรศัพท์ iPhone 11

3.2 วิธีการดำเนินงาน

3.2.1 การเตรียมตัวอย่างเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทน

1. เลือกตัวอย่างเสื้อผ้าที่ไม่มีลวดลาย มีสีเดียวตลอดทั้งชิ้นและเป็นสีเอิร์ธโทน จำนวน 7 ชิ้น ได้แก่ ชุดกระโปรงสีน้ำเงิน 1 ชุด เสื้อ 3 ตัว ได้แก่ เสื้อคอกลมสีเหลือง สีเข้ตสีเหลืองอ่อน และเสื้อกล้ามสีส้ม กางเกง 3 ตัว ได้แก่ กางเกงขายาวสีเขียว กางเกงขาสั้นสีชมพู และกางเกงขายาวสีฟ้า
2. นำเสื้อกับกางเกงมาจัดเข้าชุดกันได้ 3 ชุด ได้แก่ เสื้อคอกลมสีเหลืองกับกางเกงขายาวสีเขียว เสื้อเข้ตสีเหลืองอ่อนกับกางเกงขาสั้นสีชมพู และเสื้อกล้ามสีส้มกับกางเกงขายาวสีฟ้า ได้ชุดสำหรับการทดลองทั้งหมด 4 ชุด ดังแสดงในรูปที่ 3.1



รูปที่ 3.1 เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนทั้งหมด 4 ชุด

3. ถ่ายภาพนางแบบที่สวมใส่ชุดเสื้อผ้าในข้อ 2 โดยมีฉากหลังเป็นผนังผิวเรียบสีพื้น ภายใต้แหล่งแสงธรรมชาติ ดังแสดงในรูปที่ 3.2



รูปที่ 3.2 นางแบบในเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนทั้งหมด 4 ชุด

4. กำหนดการจัดวางท่าของนางแบบในชุดต่าง ๆ ให้มีท่าทางที่ต่างกัน 3 ท่าทาง ได้แก่ เดิน ยืน และนั่ง
 ดังแสดงในรูปที่ 3.3 และรูปที่ 3.4



รูปที่ 3.3 นางแบบที่มีการจัดวางท่าแบบเดิน ยืน และนั่ง ตามลำดับ

ชุดสีน้ำเงิน	ชุดสีเหลือง-เขียว	ชุดสีเหลืองอ่อน-ชมพู	ชุดสีส้ม-ฟ้า

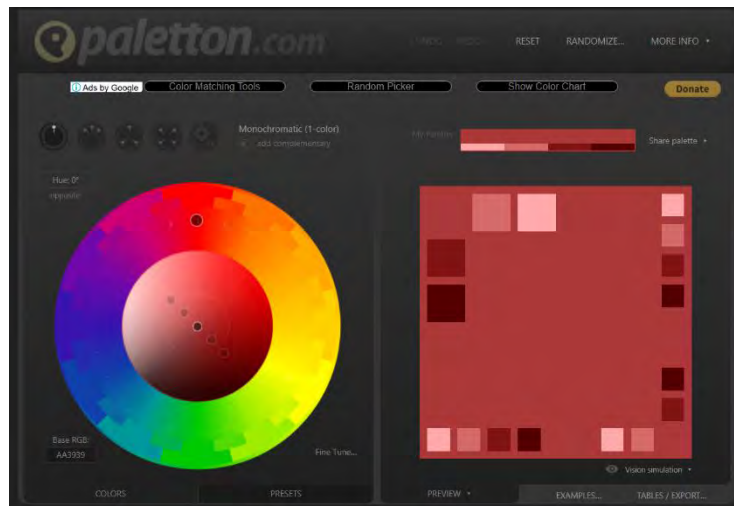
รูปที่ 3.4 นางแบบในชุดทั้งหมดในการจัดวางท่าแบบเดิน นั่ง และยืน

3.2.2 การปรับแต่งรูปและสีพื้นหลัง



3.2.2.1 การเลือกสีพื้นหลังที่ใช้ในการทดลอง

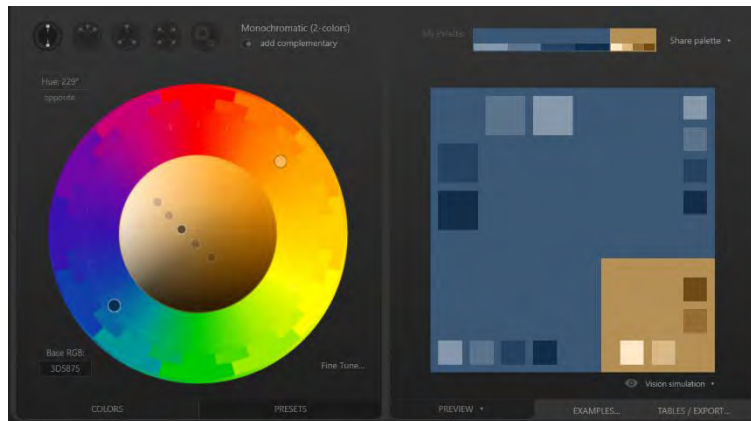
1) ใช้การจัดโครงสร้างสี (color scheme) จากเว็บไซต์ <https://paletton.com> ซึ่งในการใช้งาน ผู้ใช้สามารถเลือกสีจากวงล้อสี เพื่อให้โปรแกรมแสดงชุดสีตามการจัดโครงสร้างที่ต้องการได้ รูปที่ 3.5 แสดงตัวอย่างการทำงานของหน้าเว็บเชื่อมประสานกับผู้ใช้ (user interface) เมื่อผู้ใช้เลือกสีแดงจากวงล้อสี และกำหนดใช้โครงสร้างแบบ Monochromatic ชุดสีตามโครงสร้างที่กำหนดจะแสดงในกรอบสี่เหลี่ยม



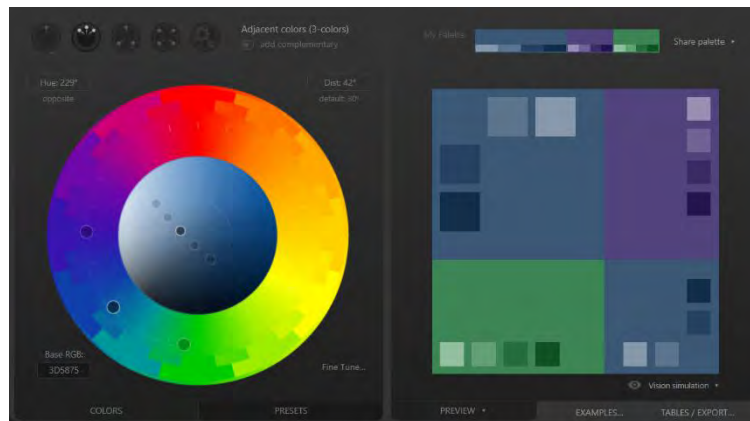
รูปที่ 3.5 ตัวอย่างการแสดงผลชุดสีตามโครงสร้างที่กำหนดจากเว็บไซต์ paletton

2) เลือกสีจากวงล้อสีตามสีของชุดที่ใช้ในการทดลอง โดยดูจากรหัสสี (hex code) ที่ได้จาก Photoshop จากนั้นกำหนดโครงสร้างเพื่อให้ได้ชุดสีตามการจัดโครงสร้างนั้น ๆ ดังตัวอย่างในรูปที่ 3.6–3.9 ซึ่งแสดง

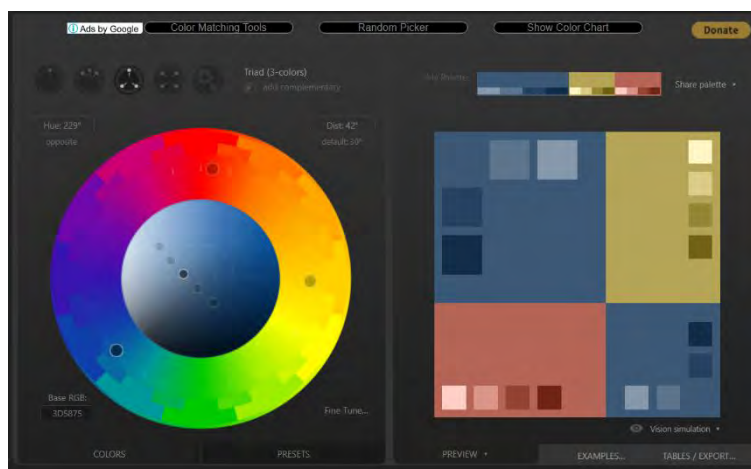
ชุดสีที่ได้ของชุดสีน้ำเงิน ตามหลักการจัดโครงสร้างสีแบบ Complementary colors, Analogous colors, Split complementary colors, และ Monochromatic colors ตามลำดับ



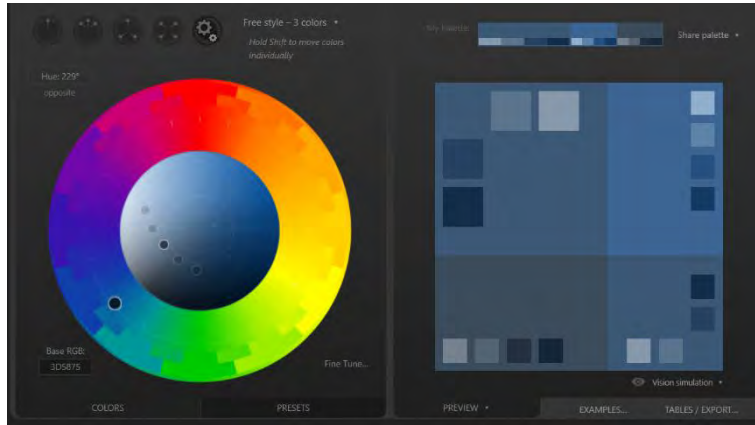
รูปที่ 3.6 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดตัดกันอย่างแท้จริง (Complementary Colors)



รูปที่ 3.7 การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Colors)



รูปที่ 3.8 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเอียง (Split Complementary Colors)



รูปที่ 3.9 การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)

3) ทำซ้ำข้อ 2 จนครบทุกชุดที่ใช้ในการทดลอง (ผลของชุดสีเหลือง-เขียว สีเหลืองอ่อน-ชมพู และสีส้ม-ฟ้า แสดงในภาคผนวก ข) ผลของชุดสีที่ได้ตามรูปแบบการจัดโครงสร้างสีสรุปได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ชุดสีที่ได้ตามการจัดโครงสร้างสีแบบต่าง ๆ

ชุด	รูปแบบ			
	Complementary	Analogous	Split Complementary	Monochromatic
สีน้ำเงิน	ส้ม	เขียว, ม่วง	เหลือง, แดง	เขียว
สีเหลือง-เขียว	-	ส้ม, น้ำเงิน, เขียวอมเหลือง	แดง	เหลือง, เขียว
สีเหลืองอ่อน- ชมพู	-	ส้ม	ฟ้า, เขียว	เหลือง, แดง
สีส้ม-ฟ้า	-	เหลืองอมเขียว, ม่วง	เขียว, เหลืองอมส้ม	ฟ้า, ส้ม

4) จากตารางที่ 3.1 เลือกสีจากชุดสีของแต่ละการจัดโครงสร้างสีให้ครอบคลุมตามสีของชุดที่ใช้ในการทดลอง ได้สีที่นำมาใช้เป็นสีพื้นหลัง 5 สี ดังนี้ สีเขียว สีแดง สีฟ้า ส้ม และสีเหลือง

3.2.2.2 การปรับแต่งสีพื้นหลังของรูป

ใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ในการปรับแต่งรูปและเปลี่ยนสีพื้นหลังทั้งหมด 5 สี ได้แก่ เขียว แดง ฟ้า ส้ม และเหลือง โดยมีขั้นตอนดังนี้

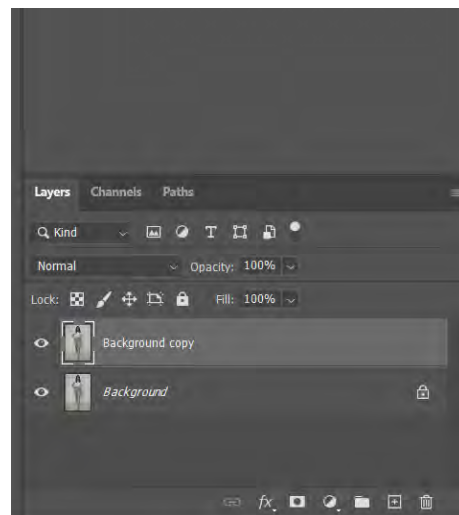
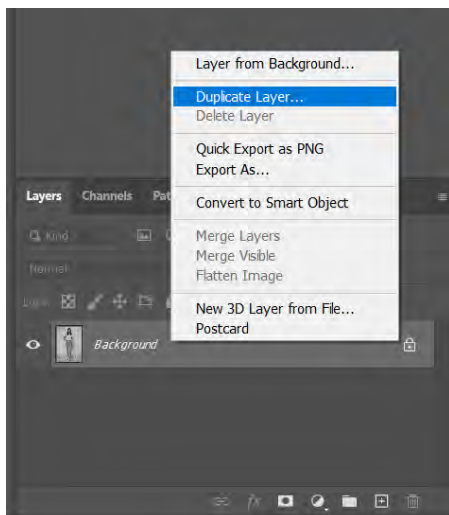
- 1) เปิดภาพที่ต้องการ เลือกเมนู Image > Image size ให้ภาพมีขนาด 3300×4935 พิกเซล ความละเอียด 240 pixels/Inch และปรับให้รูปอยู่ตรงกลาง ดังแสดงในรูปที่ 3.10
- 2) ใช้เครื่องมือ Spot Healing Brush Tool ในการทำลบบรอยต่าง ๆ บนพื้นหลัง เพื่อให้พื้นหลังเรียบเนียน ดังแสดงในรูปที่ 3.11



รูปที่ 3.10 การปรับขนาดภาพให้มีขนาด 3300×4935 พิกเซล

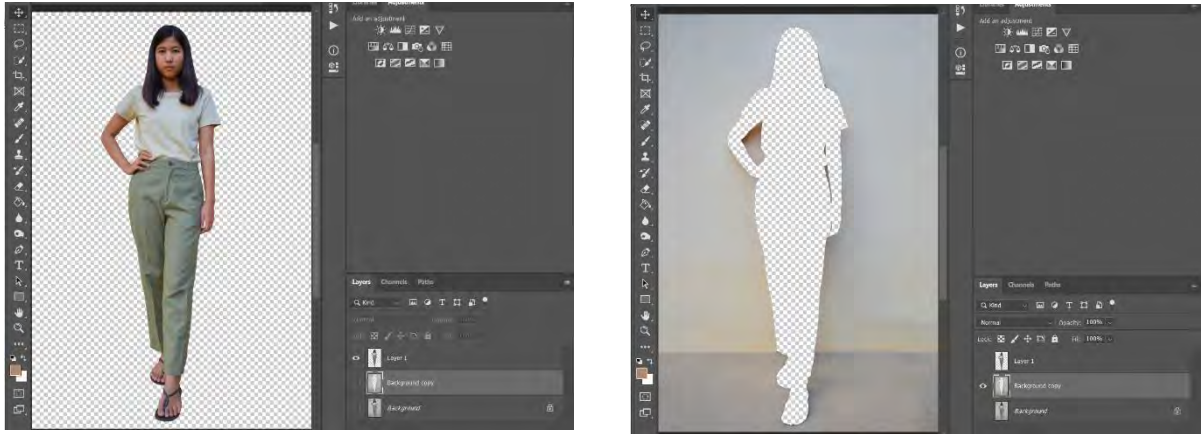
รูปที่ 3.11 ผลการลบบรอยบนพื้นหลัง

- 3) กด Duplicate Layer และทำงานต่อในภาพที่เป็น copy ดังแสดงในรูปที่ 3.12



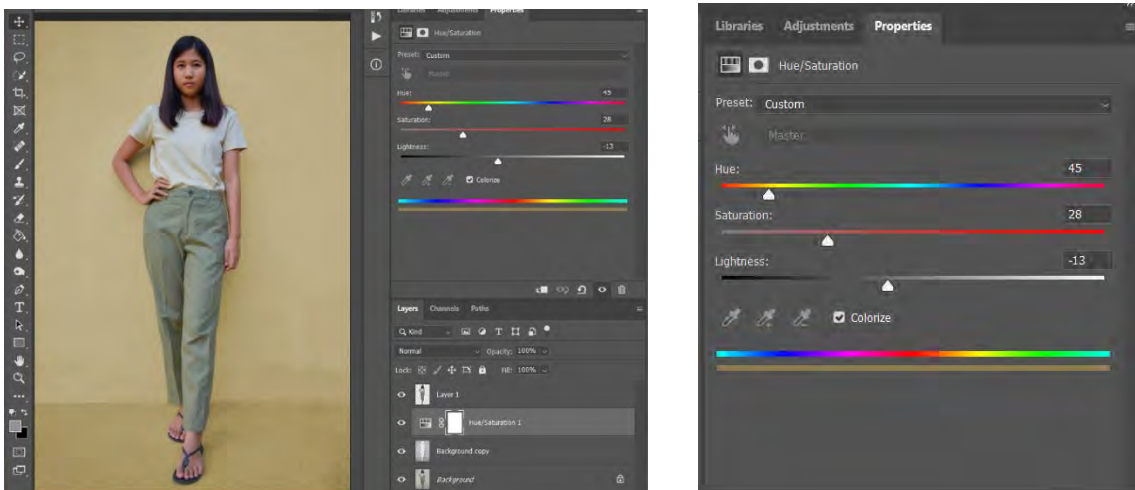
รูปที่ 3.12 วิธีการ duplicate layer

- 4) ใช้เครื่องมือ Quick Selection Tool เลือกตัวนางแบบ และใช้คีย์ Ctrl+Shift+J เพื่อตัดตัวนางแบบและพื้นหลังแยกออกจากกัน และอยู่ใน layer ใหม่ที่แยกกัน เพื่อให้พื้นหลังยังคงเงาไว้อยู่ ดังแสดงในรูปที่ 3.13



รูปที่ 3.13 layer ที่แยกเป็นตัวนางแบบและพื้นหลัง

- 5) เลือก layer ที่เป็นส่วนของพื้นหลัง เลือกคำสั่ง Adjustment แล้วเลือก Hue/Saturation
6) ปรับค่า Hue/Saturation ดังแสดงในรูปที่ 3.14



รูปที่ 3.14 พื้นหลังสีเหลืองที่กำหนดโดยค่า Hue Saturation และ Lightness

- 7) กด Save As เป็นไฟล์ JPEG
8) ทำซ้ำข้อ 6-7 เพื่อเปลี่ยนสีพื้นหลังเป็นสีเขียว แดง ฟ้ำ และส้ม โดยมีค่า Hue/Saturation ของสีพื้นหลังดังตารางที่ 3.2 และแสดงดังรูปที่ 3.15

ตารางที่ 3.2 ค่า hue saturation และ lightness ของพื้นหลังแต่ละสี

	Hue	Saturation	Lightness
สีเขียว	102	9	-36
สีแดง	0	20	-16
สีฟ้า	203	27	-12
สีส้ม	22	24	-26
สีเหลือง	45	28	-13

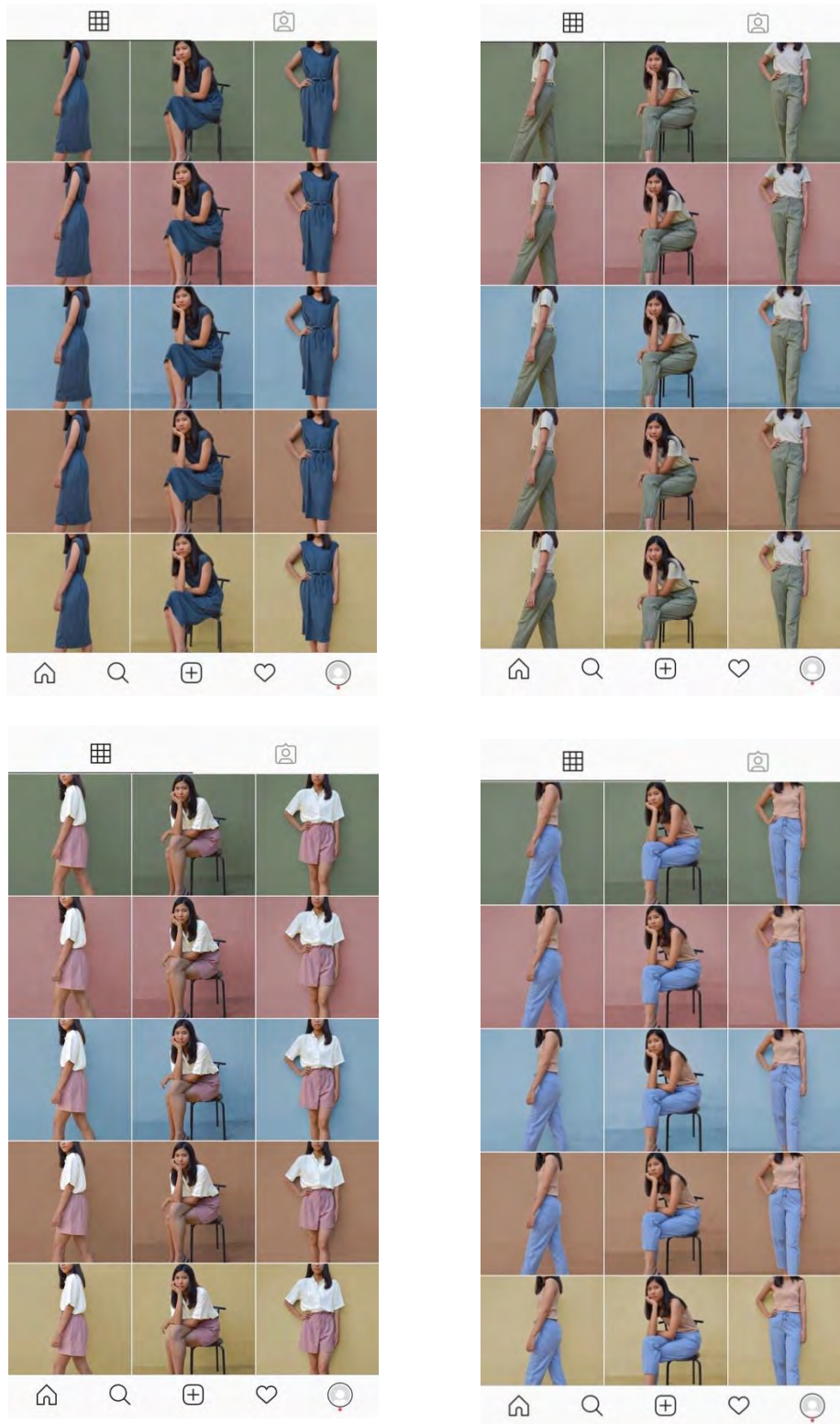


รูปที่ 3.15 พื้นหลังที่แตกต่างกัน 5 สี ได้แก่ เขียว แดง ฟ้า ส้ม และเหลือง

- 9) ทำซ้ำข้อ 1-9 โดยเปลี่ยนชุดและท่าทาง จนครบทั้งหมด รูปชุดและการวางท่าที่ต่างกันบนพื้นหลังสีต่าง ๆ แสดงในภาคผนวก ก

3.2.3 การทดลองด้วยผู้สังเกต

1. สร้างบัญชีผู้ใช้ (user account) ในอินสตาแกรม และใส่รูปภาพตัวอย่างที่เตรียมทั้งหมดลงไป ดังแสดงในรูปที่ 3.16



รูปที่ 3.16 หน้าอินสตาแกรมที่มีรูปภาพทั้งหมด 60 รูป

2. สร้างแบบสอบถามโดยใช้ Google Form เพื่อให้ผู้สังเกตทำแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยหน้าข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศและอายุ ดังแสดงในรูปที่ 3.17 เมื่อกดหน้าถัดไปจึงเป็นการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการทดลอง



ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสี earth tone บน instagram

*จำเป็น

เพศ *

ชาย

หญิง

อายุ *

คำตอบของคุณ

ถัดไป

รูปที่ 3.17 หน้าแรกของแบบสอบถามใน Google Form สำหรับให้ผู้สังเกตกรอกข้อมูลส่วนตัว

3. แบบสอบถามเกี่ยวกับการทดลองประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับสีพื้นหลังและการจัดวางท่าของนางแบบที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุด และไม่ชอบมากที่สุด โดยมีเหตุผลให้ผู้สังเกตเลือกดังนี้
- 3.1) สีพื้นหลังที่ชอบมากที่สุด
- * สีเข้ากัน มีความกลมกลืน
 - * มีความโดดเด่น สะดุดตาน่าดึงดูด
 - * สวย ดูแพง
 - * อื่น ๆ ระบุ....
- 3.2) การจัดวางท่าที่ชอบมากที่สุด
- * ท่าโพสเหมาะกับชุดที่ใส่
 - * เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน
 - * ดูมีการเคลื่อนไหว ไม่น่าเบื่อ
 - * อื่น ๆ ระบุ....

3.3) สีพื้นหลังที่ไม่ชอบมากที่สุด

- * สีเสื้อผ้าดูไม่เข้ากับพื้นหลัง
- * ไม่น่าดึงดูด ไม่น่าสนใจ
- * ดูไม่แพง ไม่น่าซื้อ
- * อื่น ๆ ระบุ....

3.4) การจัดวางท่าที่ไม่ชอบมากที่สุด

- * ท่าโพสของนางแบบดูไม่เข้ากับชุดที่ใส่
- * เห็นดีไซน์ของชุดไม่ชัดเจน
- * มองดูน่าเบื่อ
- * อื่น ๆ ระบุ....

4. เปิดลิงก์ Google Form ให้ผู้สังเกตดูภาพที่ Capture จากอินสตาแกรมโดย iPhone 11 โดยแบ่งหมวดตามชุด ในแต่ละชุดประกอบด้วย ท่าทางของนางแบบที่ต่างกัน 3 ท่าทาง และสีพื้นหลังที่ต่างกัน 5 สี รวมทั้งสิ้น 15 รูป
5. ผู้สังเกตตอบแบบสอบถามตามข้อ 3 สำหรับแต่ละชุด จนครบ 4 ชุด ตัวอย่างหน้าแบบสอบถามของชุดกระโปรงแสดงดังรูปที่ 3.18 สำหรับตัวอย่างหน้าแบบสอบถามทั้งหมดดูในภาคผนวก ค

3.2.4 การวิเคราะห์ผล

1. รวบรวมข้อมูลจากผู้สังเกตทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับผู้สังเกต
2. วิเคราะห์รูปแบบ (สีพื้นหลังและการวางท่า) ที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดในแต่ละชุด
3. วิเคราะห์หาสีพื้นหลังที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุด (รวมจากทุกชุด)
4. วิเคราะห์หาการวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุด (รวมจากทุกชุด)
5. พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างชุดที่ต่างกัน สีพื้นหลัง และการวางท่า

ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสี earth tone บน instagram

*Required

แบบสอบถามจากภาพที่แสดง



สีพื้นหลังที่ชอบที่สุด *

- เหลือง
- ส้ม
- ฟ้า
- แดง
- เขียว

เหตุผล *

- สีเข้ากับ มีความกลมกลืน
- มีความโดดเด่น สะดุดตาน่าดึงดูด
- สวย ดูแพง
- Other: _____

ท่าโพสที่ชอบมากที่สุด *

- ยืน
- นั่ง
- เดิน

เหตุผล *

- ท่าโพสเหมาะกับชุดที่ใส่
- เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน
- ดูมีการเคลื่อนไหว น่าน่าเบื่อ
- Other: _____

สีพื้นหลังที่"ไม่ชอบ"มากที่สุด *

- เหลือง
- ส้ม
- ฟ้า
- แดง
- เขียว

เหตุผล *

- สีเสื้อผ้าดูไม่เข้ากับพื้นหลัง
- ไม่น่าดึงดูด ไม่โดดเด่น
- ดูไม่แพง ไม่น่าซื้อ
- Other: _____

ท่าโพสที่"ไม่ชอบ"มากที่สุด *

- ยืน
- นั่ง
- เดิน

เหตุผล *

- ท่าโพสของนางแบบดูไม่เข้ากับชุดที่ใส่
- เห็นดีไซน์ของชุดไม่ชัดเจน
- มองดูน่าเบื่อ
- Other: _____

Back

Next

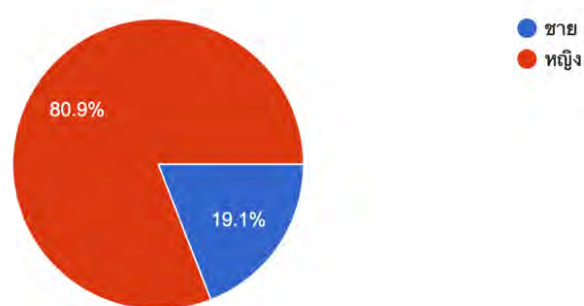
รูปที่ 3.18 หน้าที่ 2 ของแบบสอบถามใน Google Form

บทที่ 4

ผลการทดลองและอภิปรายผล

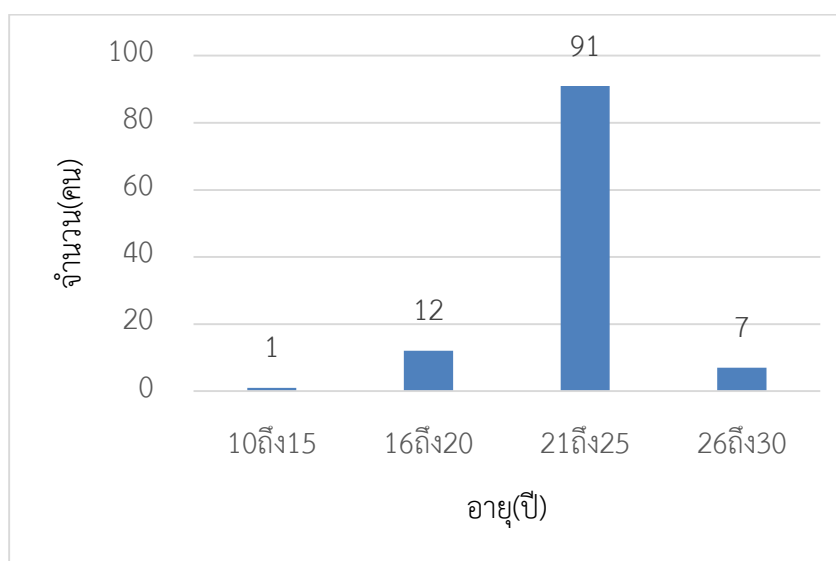
4.1 ข้อมูลผู้สังเกต

การทดลองนี้ให้ผู้สังเกตดูรูปถ่ายนางแบบที่สวมเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทน ที่มีการวางท่าและสีของฉากหลัง นางแบบที่ต่างกัน และตอบแบบสอบถามออนไลน์ จากการทดลองมีผู้สังเกตเข้าร่วมจำนวน 110 คน เป็นเพศชายจำนวน 21 คน (คิดเป็น 19.1%) และเพศหญิงจำนวน 89 คน (คิดเป็น)80.9%) ดังรูปที่ 4.1



รูปที่ 4.1 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ของผู้สังเกตแบ่งตามเพศ

ผู้สังเกตมีอายุระหว่าง12-28 ปี มีอายุเฉลี่ย 22 ± 2 ปี โดยมีการกระจายของช่วงอายุดังรูปที่ 4.2



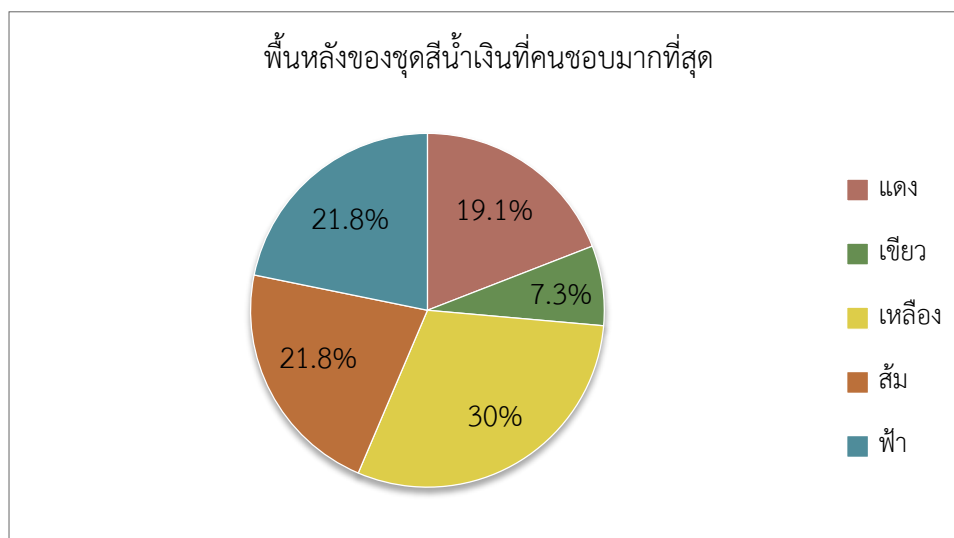
รูปที่ 4.2 การแจกแจงช่วงอายุของผู้สังเกตในการทดลอง

4.2 ผลของสีพื้นหลัง

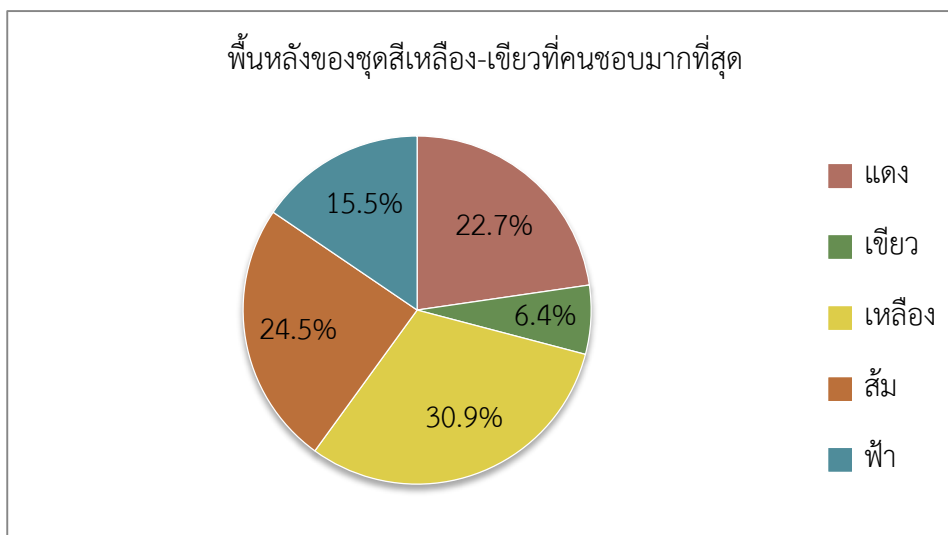
การทดลองนี้ให้ผู้สังเกตดูรูปนางแบบที่สวมใส่เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนจำนวน 4 ชุด ที่มีสีพื้นหลังต่างกัน 5 สี ได้แก่ สีแดง สีเขียว สีเหลือง สีส้ม และสีฟ้า ซึ่งผลของสีชุดและสีพื้นหลังประกอบกันในรูปแบบทำให้เกิดการจัดโครงสร้างสีแบบ Complementary, Analogous, Split complementary, และ Monochromatic colours ผู้สังเกตเลือกสีพื้นหลังที่ชอบและไม่ชอบมากที่สุดของแต่ละชุด พร้อมบอกเหตุผล ผลการทดลองคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของจำนวนผู้สังเกตที่ชอบและไม่ชอบสีพื้นหลังต่าง ๆ ดังแสดงในหัวข้อที่ 4.2.1 และ 4.2.2 ตามลำดับ

4.2.1 สีพื้นหลังที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดและเหตุผลที่ชอบ

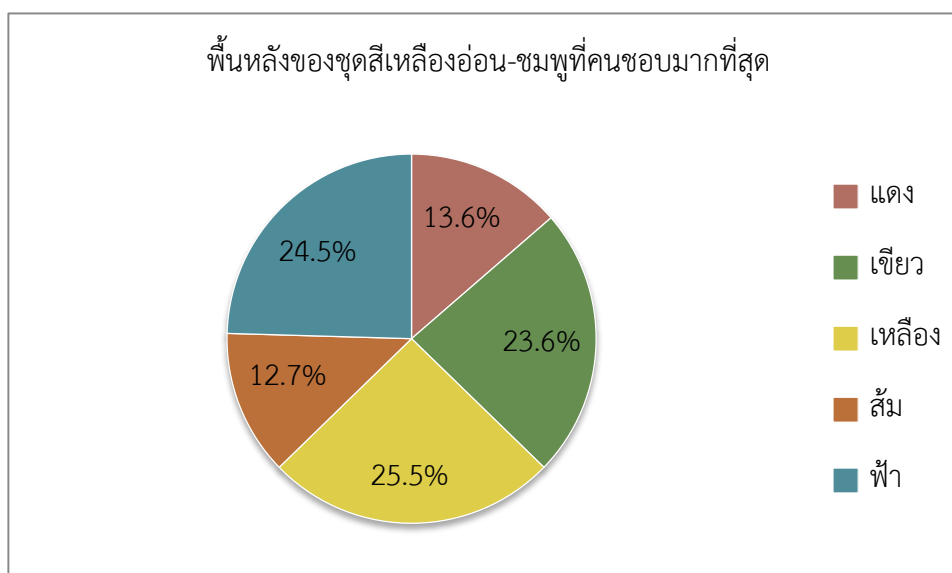
รูปที่ 4.3–4.7 แสดงจำนวนผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังต่าง ๆ คิดเป็นสัดส่วนจากจำนวนผู้สังเกตทั้งหมดเทียบเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ สำหรับชุดกระโปรงสีน้ำเงิน ชุดกางเกงสีเหลือง-เขียว ชุดกางเกงสีเหลืองอ่อน-ชมพู ชุดกางเกงสีส้ม-ฟ้า และผลการคำนวณรวมจากทุกชุด ตามลำดับ



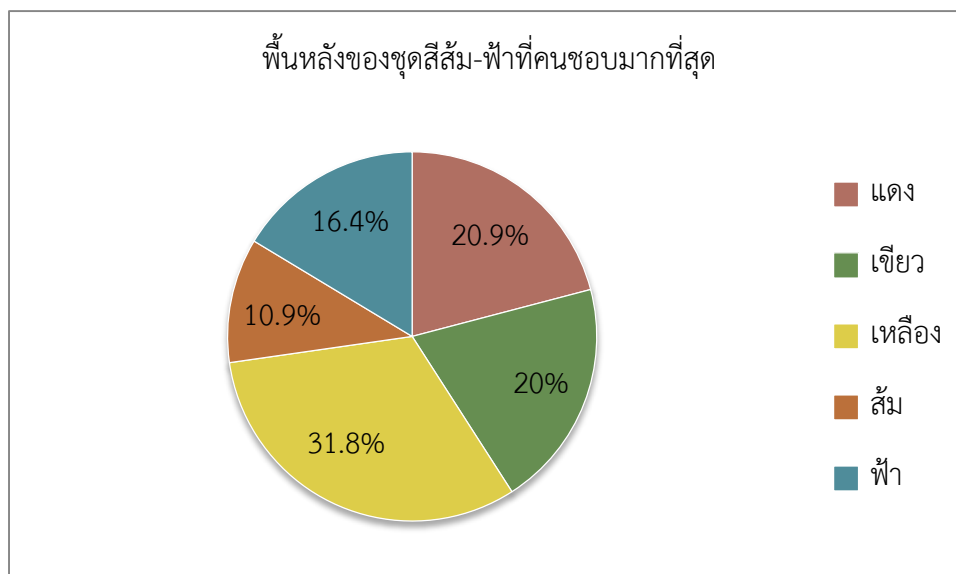
รูปที่ 4.3 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังของชุดสีน้ำเงิน



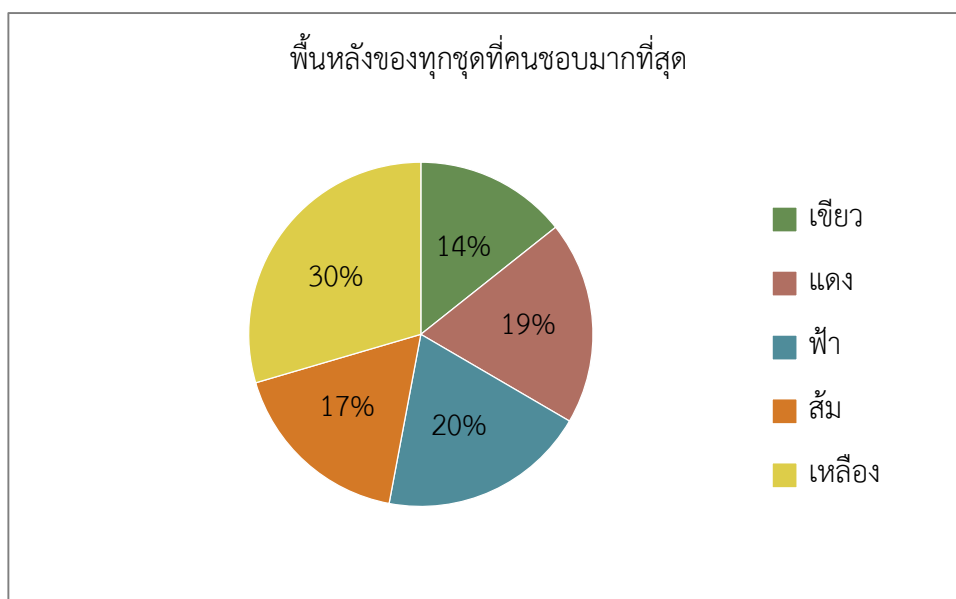
รูปที่ 4.4 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังของชุดสีเหลือง-เขียว



รูปที่ 4.5 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังของชุดสีเหลือง-ชมพู



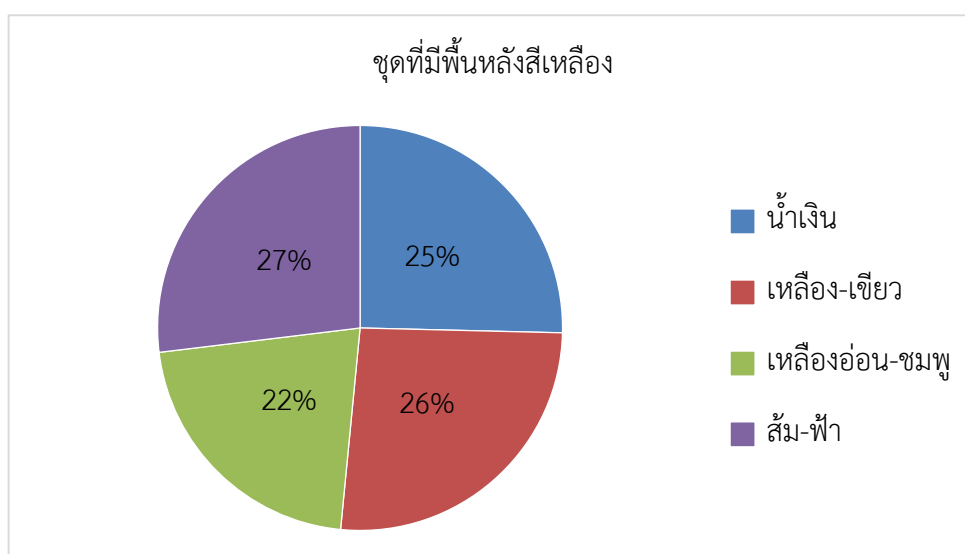
รูปที่ 4.6 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังของชุดสีส้ม-ฟ้า



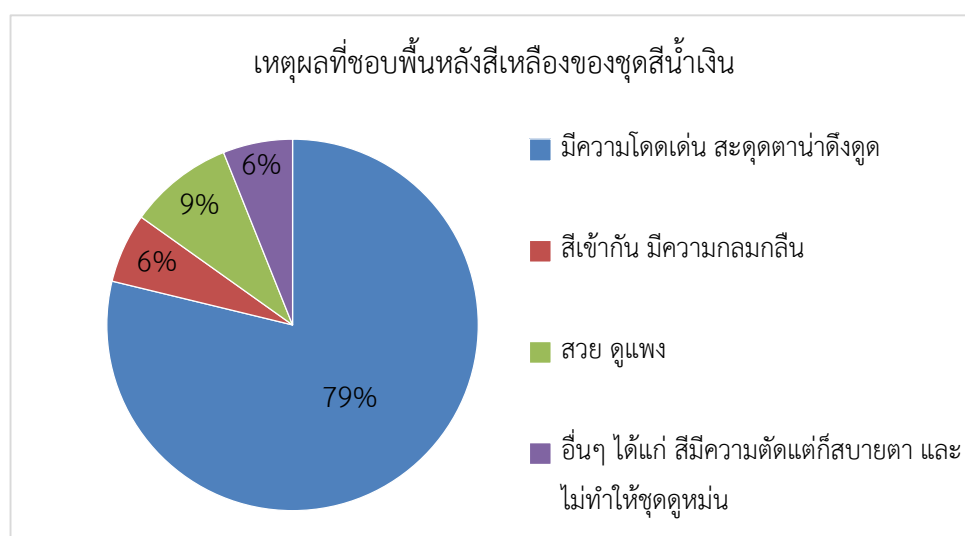
รูปที่ 4.7 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลัง (รวมทุกชุด)

จากรูปที่ 4.3–4.7 สีพื้นหลังที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดในแต่ละชุดและรวมจากทุกชุดคือ สีเหลือง โดยมีจำนวนผู้สังเกตที่ชอบใกล้เคียงกันในทุกชุด คือ 30% 30.9% 25.5% และ 31.8% สำหรับชุดสีน้ำเงิน สีเหลือง-เขียว สีเหลืองอ่อน-ชมพู และสีส้ม-ฟ้า ตามลำดับ เมื่อคิดสัดส่วนจำนวนผู้สังเกตที่ชอบสีพื้นหลังโดยไม่แบ่งตามชุดพบว่า พื้นหลังสีเหลืองมีผู้สังเกตชอบเป็นจำนวน 30% จากจำนวนผู้สังเกตทั้งหมด

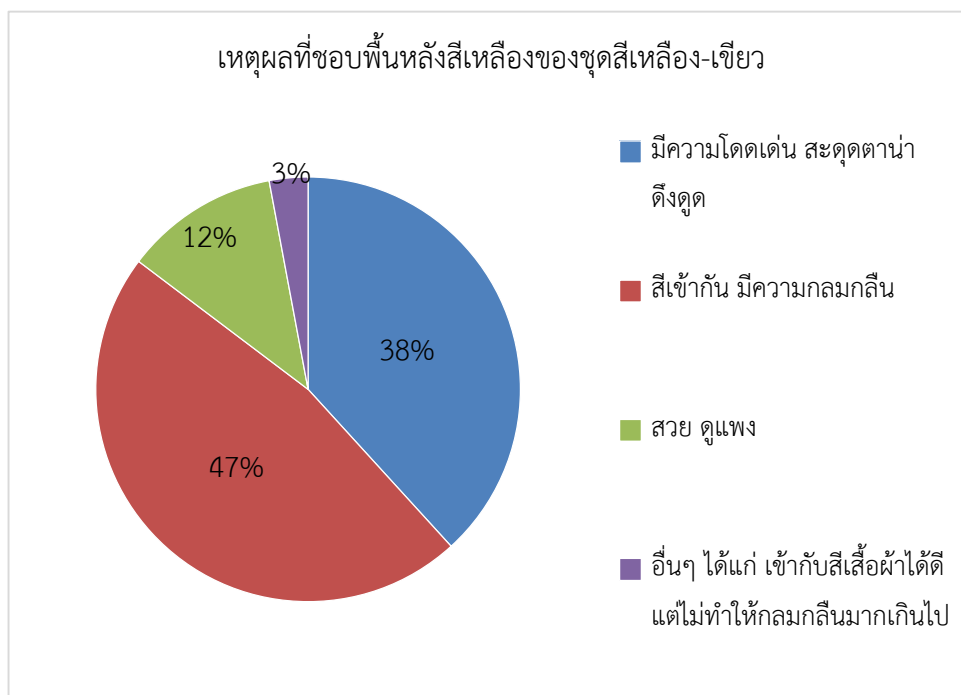
เพื่อวิเคราะห์ว่า รูปแบบและสีของชุดส่งผลต่อสีพื้นหลังที่ชอบหรือไม่ จึงนำจำนวนผู้สังเกตทั้งหมดที่เลือกพื้นหลังสีเหลืองมาหาสัดส่วนแบ่งตามชุด ได้ผลดังรูปที่ 4.8 ซึ่งพบว่า สัดส่วนของแต่ละชุดเท่า ๆ กัน แสดงให้เห็นว่าเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนในรูปแบบที่ต่างกัน คือ ชุดกระโปรงสีน้ำเงิน เสื้อคอกลมสีเหลืองกับกางเกงขายาวสีเขียว เสื้อเชิ้ตสีเหลืองอ่อนกับกางเกงขาสั้นสีชมพู และเสื้อกล้ามสีส้มกับกางเกงขายาวสีฟ้า ไม่มีผลต่อการเลือกสีพื้นหลัง ดังนั้นเพื่อวิเคราะห์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบสีพื้นหลังสีเหลืองเป็นสัดส่วนที่มากกว่าสีอื่น ๆ จึงนำคำตอบเหตุผลของผู้สังเกตที่ชอบพื้นหลังสีเหลืองมาวิเคราะห์ ผลการคำนวณเทียบสัดส่วนเป็นเปอร์เซ็นต์ตามเหตุผลต่าง ๆ ของแต่ละชุดแสดงดังรูปที่ 4.9-4.12



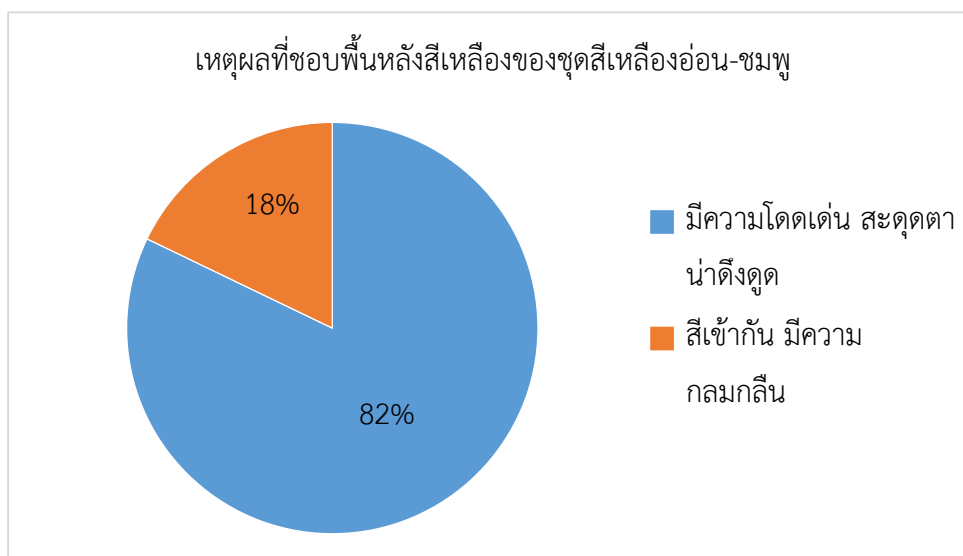
รูปที่ 4.8 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ผู้สังเกตที่ชอบพื้นหลังสีเหลืองแบ่งตามสีชุด



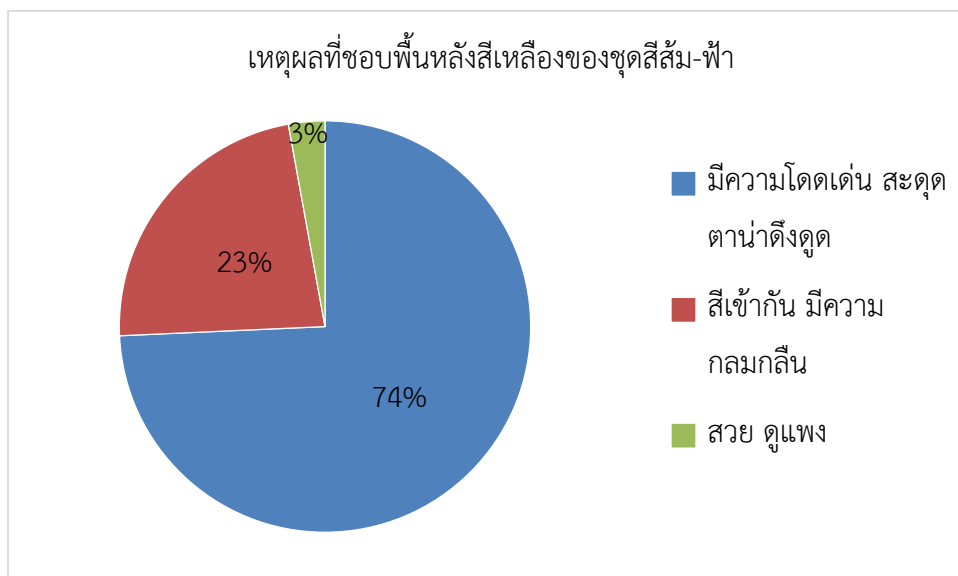
รูปที่ 4.9 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองของชุดสีน้ำเงิน



รูปที่ 4.10 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองของชุดสีเหลือง-เขียว



รูปที่ 4.11 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองของชุดสีเหลือง-ชมพู



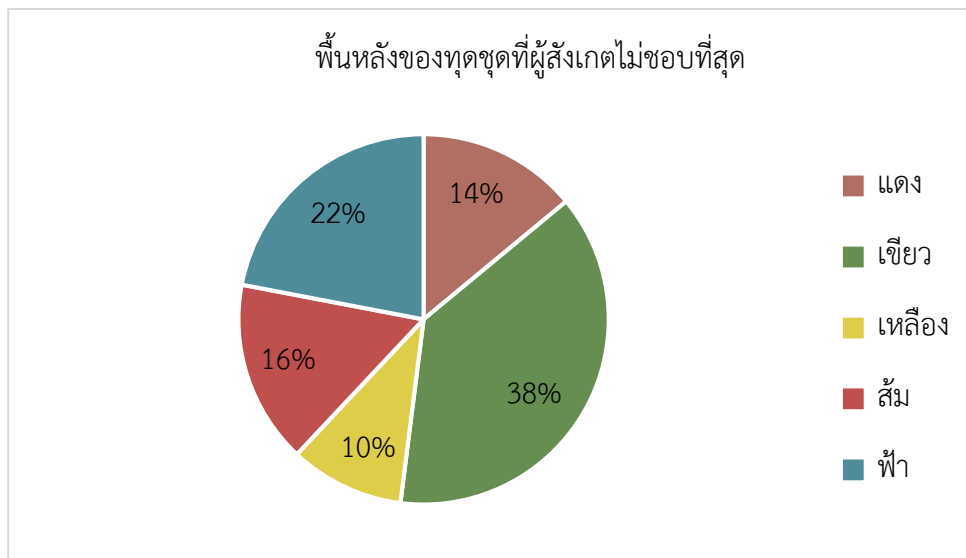
รูปที่ 4.12 สัดส่วนเปอร์เซ็นต์เหตุผลที่ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองของชุดสีส้ม-ฟ้า

จากรูปที่ 4.9–4.12 เหตุผลที่ผู้สังเกตส่วนใหญ่ที่ชอบพื้นหลังสีเหลืองตอบคือ มีความโดดเด่น สะดุดตาน่าดึงดูด ยกเว้นชุดสีเหลือง-เขียว ที่เหตุผลส่วนใหญ่คือ สีเข้ากัน มีความกลมกลืน อย่างไรก็ตาม เหตุผลนี้มีผู้ตอบ 47% ขณะที่เหตุผล มีความโดดเด่น สะดุดตาน่าดึงดูด มีผู้ตอบ 38% ซึ่งไม่แตกต่างกันมาก เมื่อเทียบกับเหตุผลอื่นที่มีสัดส่วนน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญ ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากรูปแบบเสื้อผ้าที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกสีพื้นหลัง และสีของชุดทุกชุดเป็นสีเอิร์ธโทน ซึ่งเป็นสีหม่น ไม่ฉูดฉาด ไม่ว่าจะ เป็นแบบสีเดียวตลอดทั้งชุด หรือมีสองสี แต่ก็ เป็นสีที่กลมกลืนกัน ดังนั้นการใช้พื้นหลังสีเหลืองซึ่งเป็นสีสว่าง จะช่วยเพิ่มความสดใสมีชีวิตชีวา ผู้สังเกตจึงเลือกสีเหลืองด้วยเหตุผลว่า มีความโดดเด่น สะดุดตาน่าดึงดูด

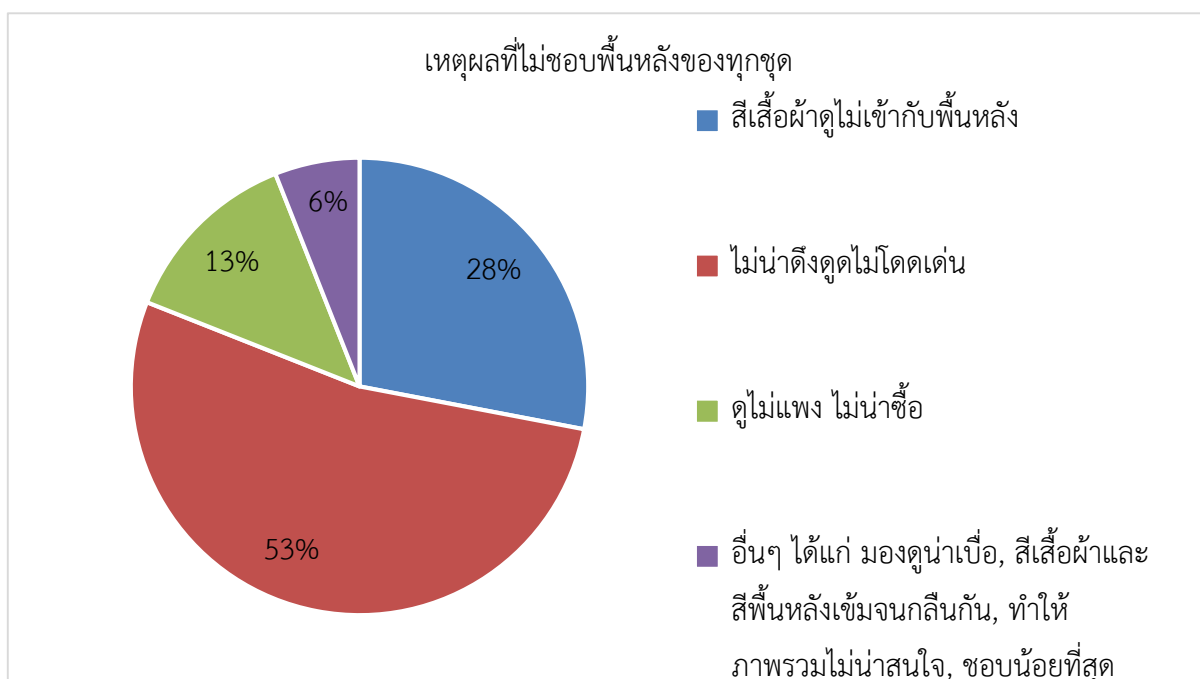
เมื่อพิจารณาจากการจัดโครงสร้างสีพบว่า พื้นหลังสีเหลืองเมื่อใช้ร่วมกับสีชุดของทุกชุด เป็นการเลือกใช้สีร่วมกันตามการจัดโครงสร้างสีแบบ Split Complementary ทั้งสิ้น เช่น ชุดสีน้ำเงิน สีที่ใช้ร่วมให้เกิด Split Complementary คือ สีเหลือง สีแดง ซึ่งการใช้สีแดงเป็นพื้นหลัง อาจใกล้เคียงกับสีส้ม ที่ทำให้เกิดการใช้โครงสร้างสีแบบ Complementary โดยโครงสร้างสีแบบ Split Complementary จะลดความรุนแรงของการตัดกันของสี สีหลัก ให้ความสำคัญ แต่มีความกลมกลืนมากกว่าโครงสร้างสีแบบ (สีของชุด) Complementary

4.2.2 สีพื้นหลังที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุดและเหตุผลที่ไม่ชอบ

รูปที่ 4.13–4.14 แสดงสัดส่วนสีพื้นหลังที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุด และเหตุผลที่ไม่ชอบ ตามลำดับ โดยคิดผลรวมจากทุกชุด



รูปที่ 4.13 เปอร์เซนต์สีพื้นหลังที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุด (รวมจากทุกชุด)



รูปที่ 4.14 เปอร์เซนต์เหตุผลที่ผู้สังเกตไม่ชอบสีพื้นหลัง (รวมจากทุกชุด)

จากรูปที่ 4.13 พบว่า สีพื้นหลังที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุดรวมจากทุกชุดคือ สีเขียว โดยมีจำนวนผู้ไม่ชอบ 38% จากผู้สังเกตทั้งหมด และจากรูปที่ 4.14 พบว่า เหตุผลที่ผู้สังเกตไม่ชอบสีพื้นหลังนั้น ๆ คือ ไม่น่าดึงดูด ไม่โดดเด่น จึงเป็นไปได้ว่า เนื่องจากพื้นที่ส่วนมากของภาพคือ พื้นหลัง ซึ่งพื้นหลังสีเขียวที่ใช้มีความหม่นมากที่สุดจากสีพื้นหลังทั้งหมด จึงทำให้ทั้งภาพดูหม่นลงไปด้วย และการใช้สีเขียวร่วมกับชุดสีน้ำเงิน และ

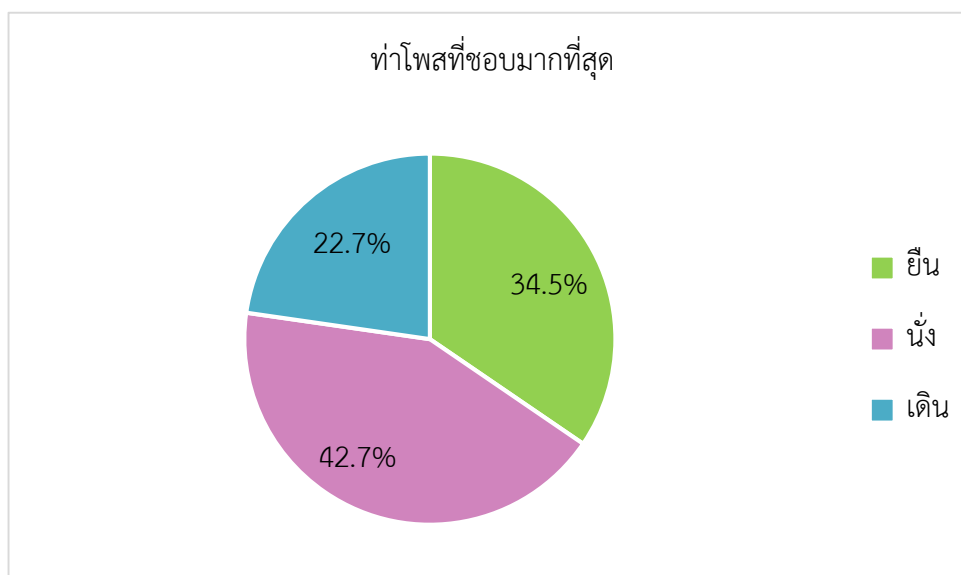
ชุดสีเหลือง-เขียว เป็นการจัดโครงสร้างแบบ Analogous ข้อดีคือทำให้ภาพดูกลมกลืน ข้อด้อยคือ ภาพอาจดูไม่น่าสนใจ และน่าเบื่อได้ ซึ่งอาจเป็นเหตุให้สีหลักคือ สีของชุดไม่โดดเด่นนั่นเอง

4.3 ผลของการวางท่า

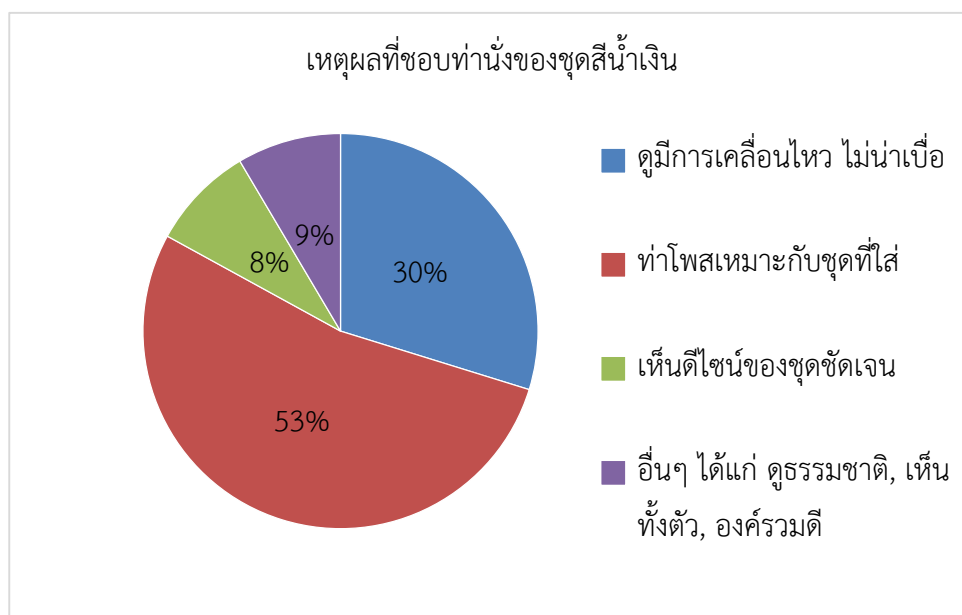
การทดลองนี้ให้ผู้สังเกตดูรูปนางแบบที่สวมใส่เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนจำนวน 4 ชุด แต่ละชุดมีการวางท่าต่างกัน 3 ท่า ได้แก่ ท่ายืน ท่านั่ง และท่าเดิน ผู้สังเกตเลือกการวางท่าที่ชอบและไม่ชอบมากที่สุดของแต่ละชุด พร้อมบอกเหตุผล ผลการทดลองคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของจำนวนผู้สังเกตที่ชอบและไม่ชอบการวางท่าต่าง ๆ ดังแสดงในหัวข้อที่ 4.3.1 และ 4.3.2 ตามลำดับ

4.3.1 การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดและเหตุผลที่ชอบ

ผลการวางท่าและเหตุผลที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดของชุดกระโปรงสีน้ำเงินแสดงดังรูปที่ 4.15-4.16 ตามลำดับ จากผลการทดลองพบว่า ท่านั่งเป็นท่าที่มีผู้สังเกตเลือกมากที่สุด ด้วยเหตุผลที่ว่า เป็นท่าโพสที่เหมาะสมกับชุดที่ใส่

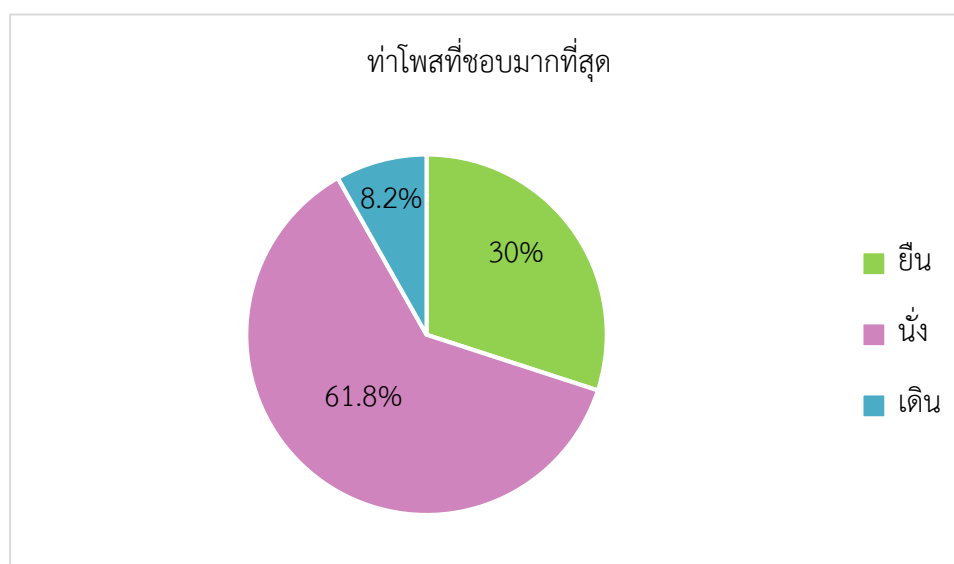


รูปที่ 4.15 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบในชุดสีน้ำเงิน

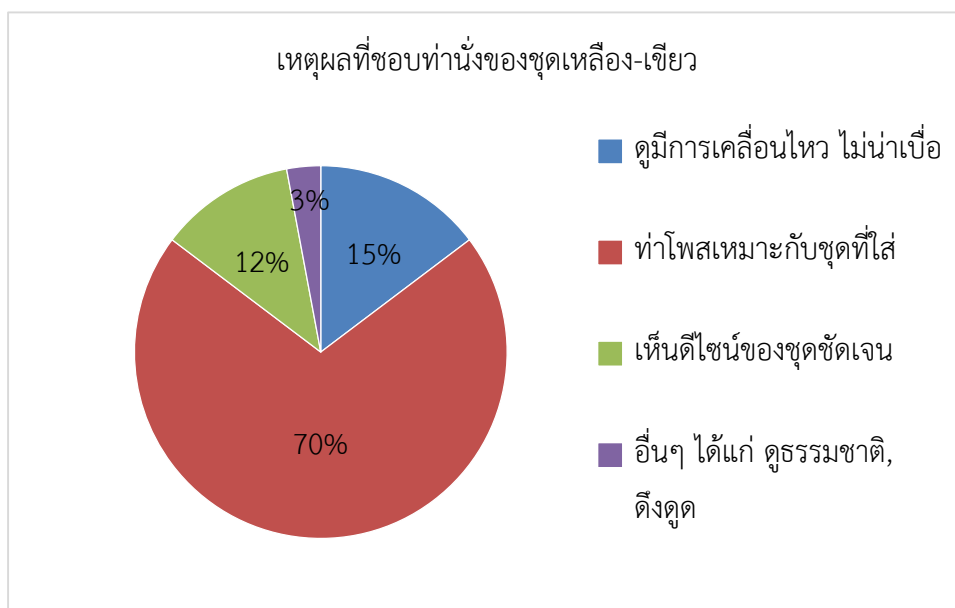


รูปที่ 4.16 เปอร์เซนต์เหตุผลของทำนั้งของผู้สังเกตเลือกมากที่สุดของชุดสีน้ำเงิน

ผลการวางท่าและเหตุผลที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดของชุดกางเกงขายาวสีเหลือง-เขียวแสดงดังรูปที่ 4.17-4.18 ตามลำดับ จากผลการทดลองพบว่า ทำนั้งเป็นท่าที่มีผู้สังเกตเลือกมากที่สุด ด้วยเหตุผลที่ว่า เป็นท่าโพสที่เหมาะสมกับชุดที่ใส่

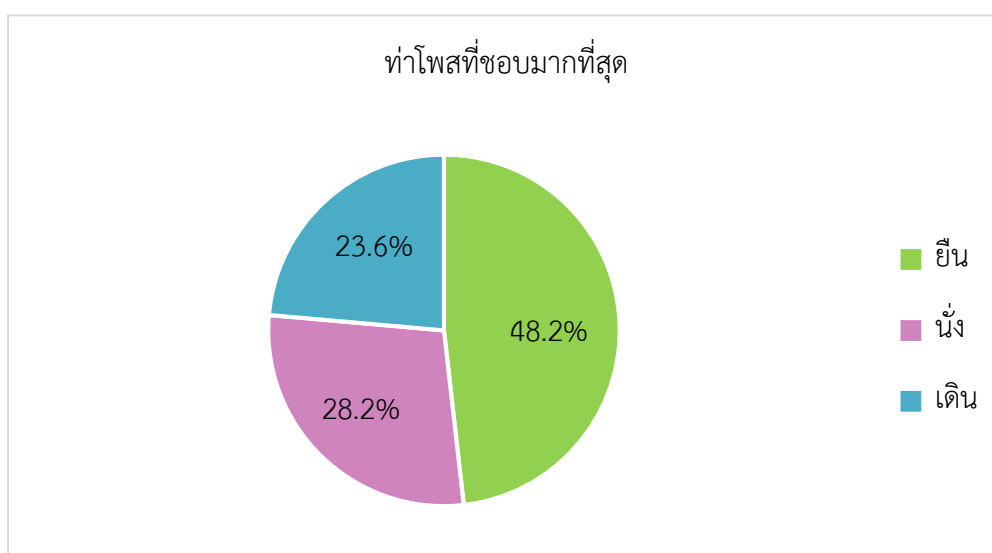


รูปที่ 4.17 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบในชุดสีเหลืองเขียว-

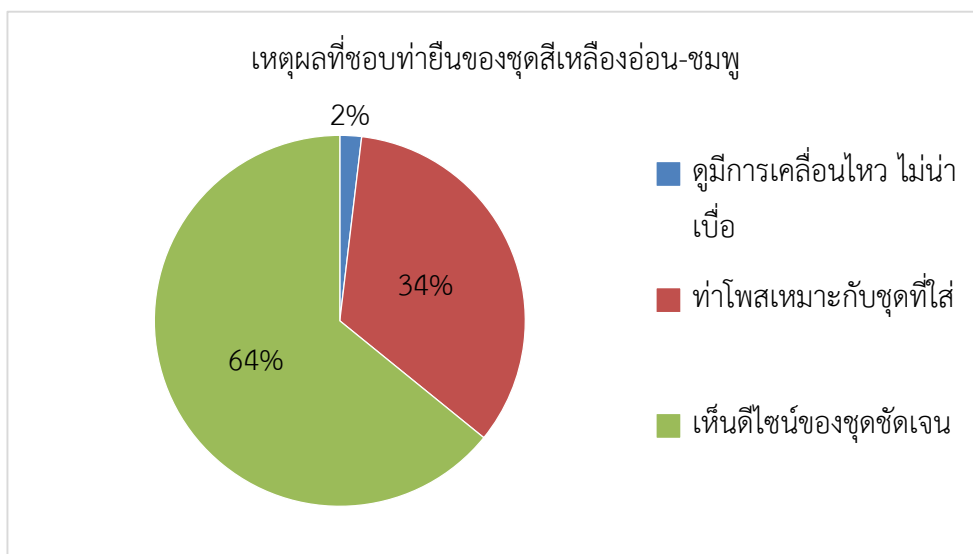


รูปที่ 4.18 เปอร์เซ็นต์เหตุผลของท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดของชุดสีเหลืองเขียว-

ผลการวางท่าและเหตุผลที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดของชุดกางเกงขาสั้นสีเหลืองอ่อน-ชมพูแสดงดังรูปที่ 4.19-4.20 ตามลำดับ จากผลการทดลองพบว่า ท่ายืนเป็นท่าที่มีผู้สังเกตเลือกมากที่สุด ด้วยเหตุผลที่ว่า เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน

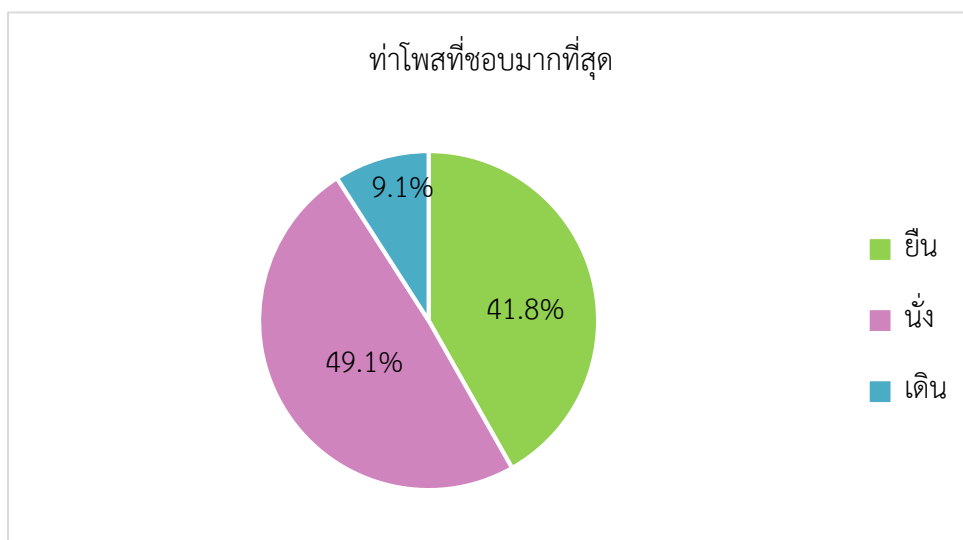


รูปที่ 4.19 เปอร์เซ็นต์การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบในชุดสีเหลืองอ่อนชมพู-

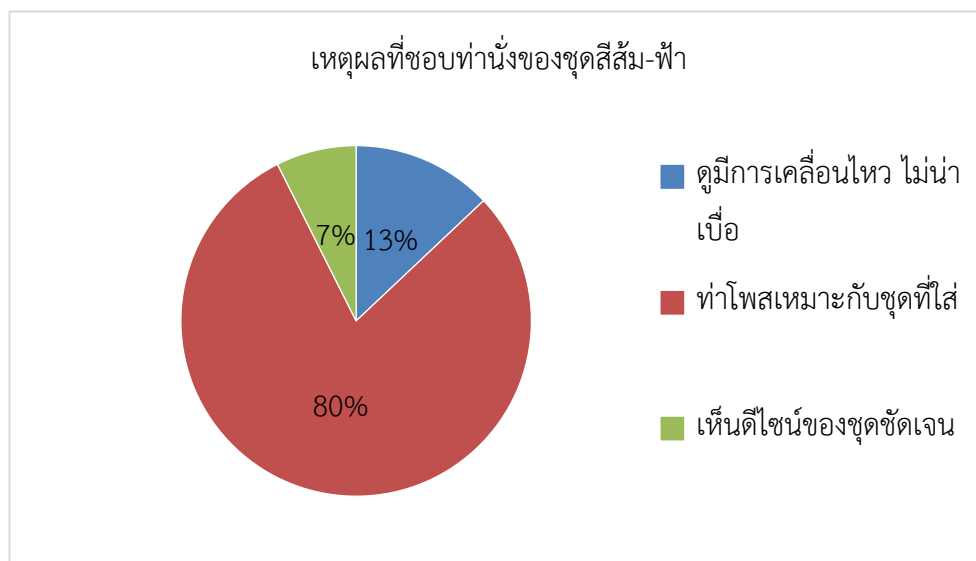


รูปที่ 4.20 เปอร์เซนต์เหตุผลของท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดของชุดสีเหลืองอ่อนชมพู-

ผลการวางท่าและเหตุผลที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดของชุดกางเกงขายาวสีส้ม-ฟ้าแสดงดังรูปที่ 4.21-4.22 ตามลำดับ จากผลการทดลองพบว่า ท่านั่งเป็นท่าที่มีผู้สังเกตเลือกมากที่สุด ด้วยเหตุผลที่ว่า เป็นท่าโพสที่เหมาะสมกับชุดที่ใส่



รูปที่ 4.21 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตชอบในชุดสีส้มฟ้า-

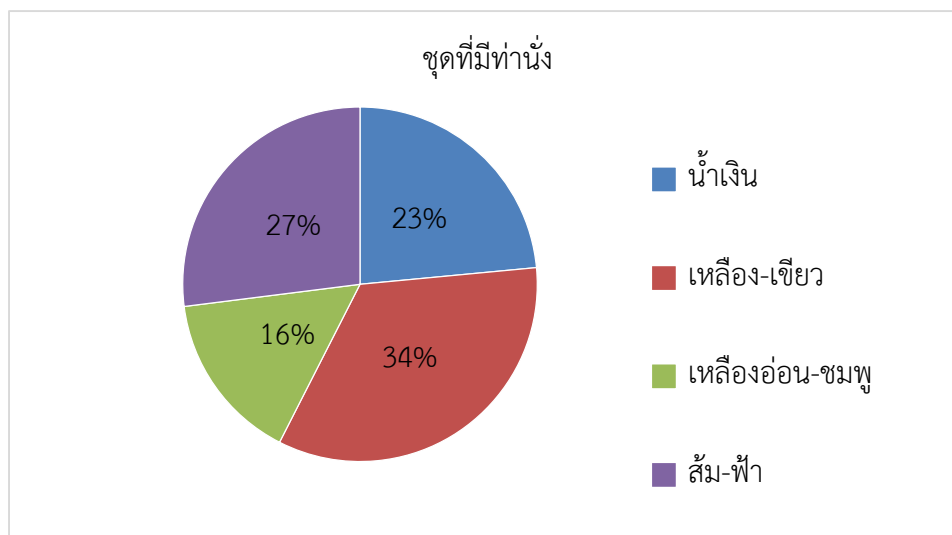


รูปที่ 4.22 เปอร์เซนต์เหตุผลของท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดของชุดสีส้ม-ฟ้า-

จากรูปที่ 4.15–4.22 จะเห็นได้ว่า มีเพียงชุดเสื้อเชิ้ตสีเหลืองอ่อนกับกางเกงขาสั้นสีชมพู ที่ผู้สังเกตชอบการวางท่าแบบทำยืน ส่วนชุดอื่น ๆ ผู้สังเกตชอบการวางท่าแบบทำนั้งเหมือนกัน ด้วยเหตุผลด้วยกันว่าเป็นท่าที่เหมาะสมกับชุดที่ใส่ ซึ่งเมื่อพิจารณารูปแบบของชุดแต่ละชุดพบว่า ชุดกระโปรงสีน้ำเงิน เสื้อคอกลมสีเหลืองกับกางเกงขาวยาวสีเขียว และเสื้อกล้ามสีส้มกับกางเกงขาวยาวสีฟ้า มีลักษณะแบบเดียวกันคือ เป็นชุดที่มีการออกแบบเรียบ ๆ ไม่มีรายละเอียด กล่าวคือ ชุดกระโปรงสีน้ำเงิน เป็นชุดกระโปรงชิ้นเดียว ไม่มีปก ชุดกางเกงขาวยาวคู่กับเสื้อคอกลม หรือเสื้อกล้าม เป็นชุดลำลอง ไม่มีลวดลาย จึงไม่จำเป็นต้องมีการวางท่าให้เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน

ในส่วนของชุดเสื้อเชิ้ตสีเหลืองอ่อนกับกางเกงขาสั้นสีชมพู เป็นชุดที่มีรายละเอียด มีปกเสื้อ กางเกงขาสั้นเป็นลักษณะของกางเกงกระโปรง ทำยืนที่แสดงให้เห็นการออกแบบของชุดจึงเหมาะสมกว่า สอดคล้องกับเหตุผลที่ผู้สังเกตส่วนใหญ่ตอบคือ เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน

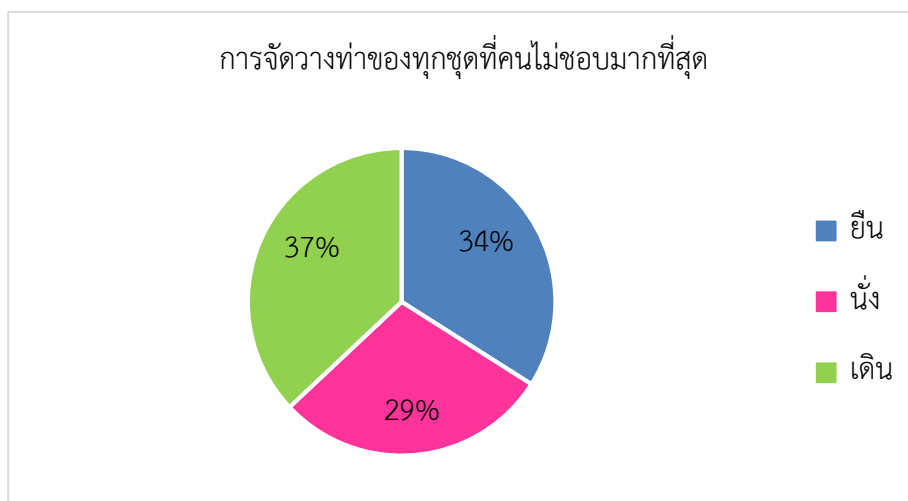
เมื่อพิจารณารูปที่ 4.23 ซึ่งแสดงสัดส่วนของชุดจากผู้สังเกตที่ชอบทำนั้ง พบว่า ชุดเสื้อเชิ้ตสีเหลืองอ่อนกับกางเกงขาสั้นสีชมพูมีสัดส่วนต่างจากชุดอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนในรูปแบบที่ต่างกันมีผลต่อการจัดวางท่าที่ผู้สังเกตชอบ



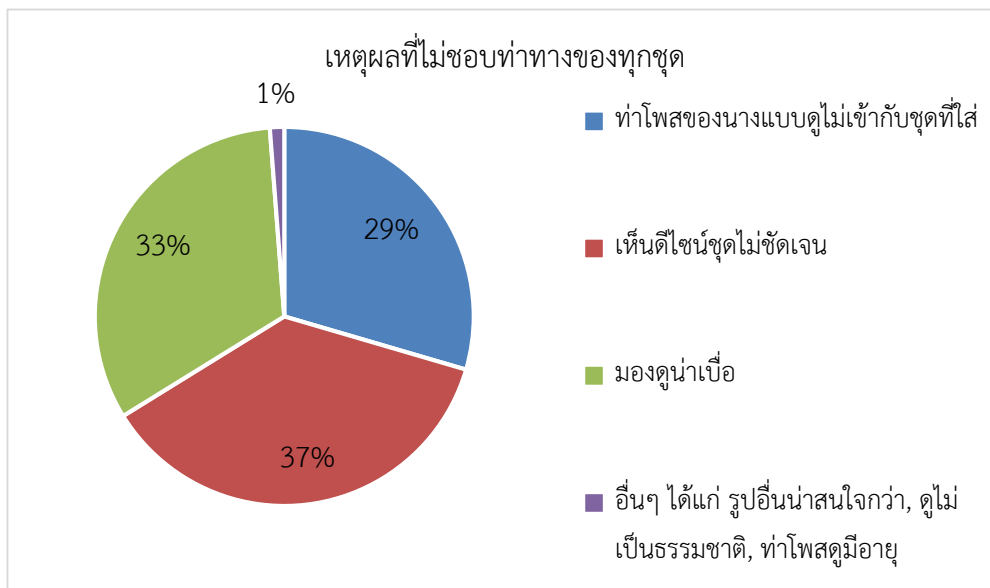
รูปที่ 4.23 เปอร์เซ็นต์ความชอบการจัดวางทำแบบทำนึ่งแบ่งตามชุด

4.3.2 การวางทำที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุดและเหตุผลที่ไม่ชอบ

ผลการวางทำที่ผู้สังเกตไม่ชอบและเหตุผลที่ไม่ชอบแสดงดังรูปที่ 4.24–4.25 ตามลำดับ ซึ่งเป็นผลรวมจากทุกชุด พบว่า สัดส่วนจำนวนผู้ที่ไม่ชอบทำยืนกับทำเดินใกล้เคียงกัน เมื่อพิจารณาเหตุผลพบว่า เห็นดีไซ์ชุดไม่ชัดเจน เป็นเหตุผลที่มีผู้ตอบมากที่สุด



รูปที่ 4.24 เปอร์เซ็นต์สีพื้นหลังที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุด (รวมจากทุกชุด)



รูปที่ 4.25 เปอร์เซนต์เหตุผลที่ผู้สังเกตไม่ชอบการวางท่าทาง (รวมจากทุกชุด)

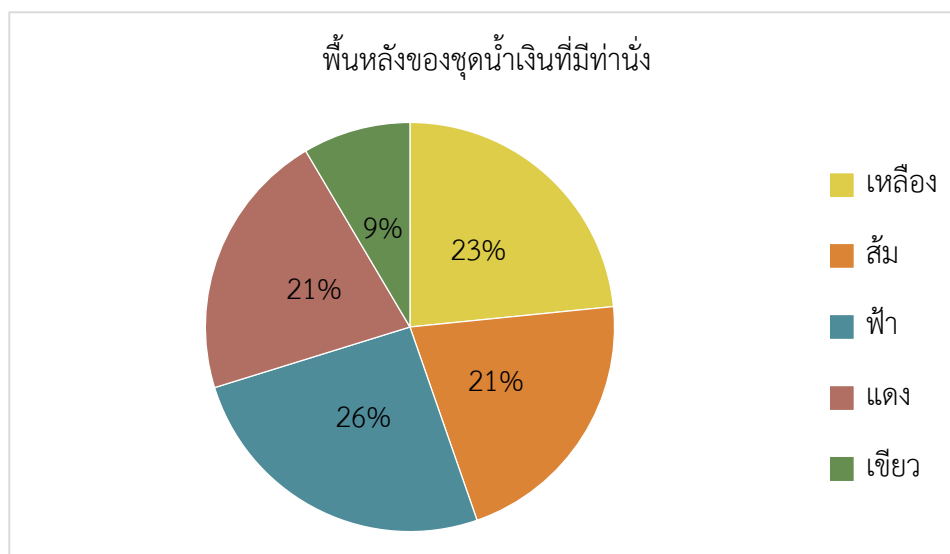
จากรูปที่ 4.24 การจัดวางท่าที่ผู้สังเกตไม่ชอบมากที่สุดรวมจากทุกชุดคือ ท่าเดิน โดยมีเปอร์เซ็นต์ผู้ที่ไม่ชอบ 37% จากผู้สังเกตทั้งหมด เนื่องจากท่าเดินเป็นท่าที่มองเห็นแค่ด้านข้าง จึงเห็นรายละเอียดของชุดน้อยที่สุด สำหรับการขายเสื้อผ้าบนอินสตาแกรมที่มีการแข่งขันสูง ภาพที่ผู้บริโภคมองเห็นจะเป็นตัวตัดสินว่าอยากซื้อสินค้านั้นหรือไม่ หากผู้บริโภคมองเห็นรายละเอียดของชุดไม่ชัดเจน ย่อมไม่ต้องการซื้อ เพราะยังมีอีกหลายร้านที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

นอกจากนี้การแสดงรูปบนอินสตาแกรม ในหน้ารวมรูป รูปแต่ละรูปจะถูกปรับขนาดให้เป็นแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส (Square) ที่มีอัตราส่วน 1:1 และมีขนาดรูปเท่ากับ 1080x1080 พิกเซล โดยไม่ขึ้นกับขนาดหรืออัตราส่วนของรูปต้นฉบับ อย่างไรก็ตามผู้ใช้สามารถกดเข้าไปดูเฉพาะรูปเพื่อให้เห็นรูปเต็มตามอัตราส่วนและขนาดของรูปจริงได้ ทั้งนี้ในการทดลองนี้ได้แสดงรูปในหน้ารวมแก่ผู้สังเกต รูปท่าเดินและท่ายืนที่ปรากฏเป็นรูปที่ส่วนศีรษะของนางแบบถูกตัดออกไปเพื่อปรับขนาด ทำให้มีผู้สังเกตบางส่วนไม่ชอบท่าทางเหล่านี้เนื่องจากไม่ชอบรูปที่นางแบบไม่มีศีรษะ จึงอาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้สังเกตส่วนใหญ่เลือกทำนั้งเป็นท่าที่ชอบมากที่สุด

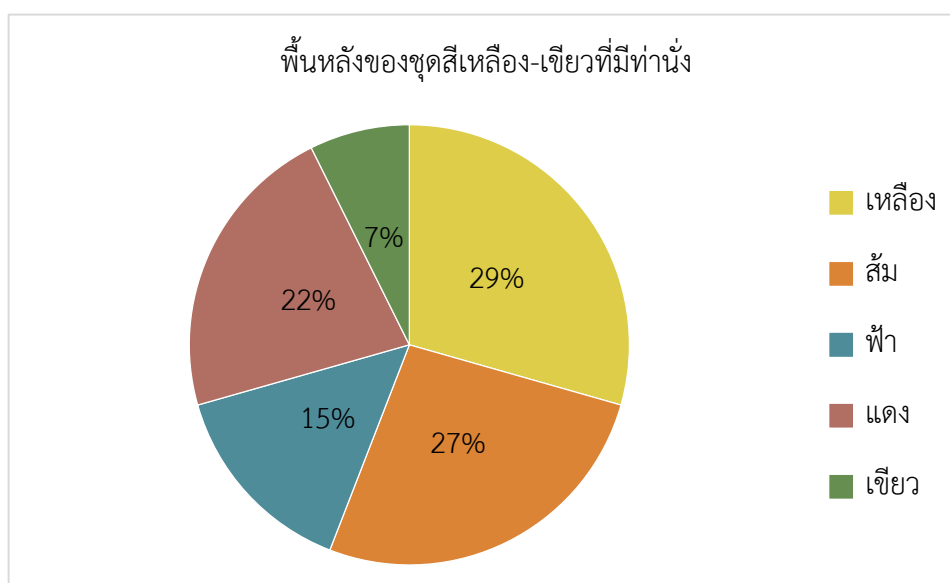
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างชุดกับารวางท่าในพื้นที่หลังสีต่างกัน

4.4.1 การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกมากที่สุดในพื้นที่หลังสีต่างกันของแต่ละชุด

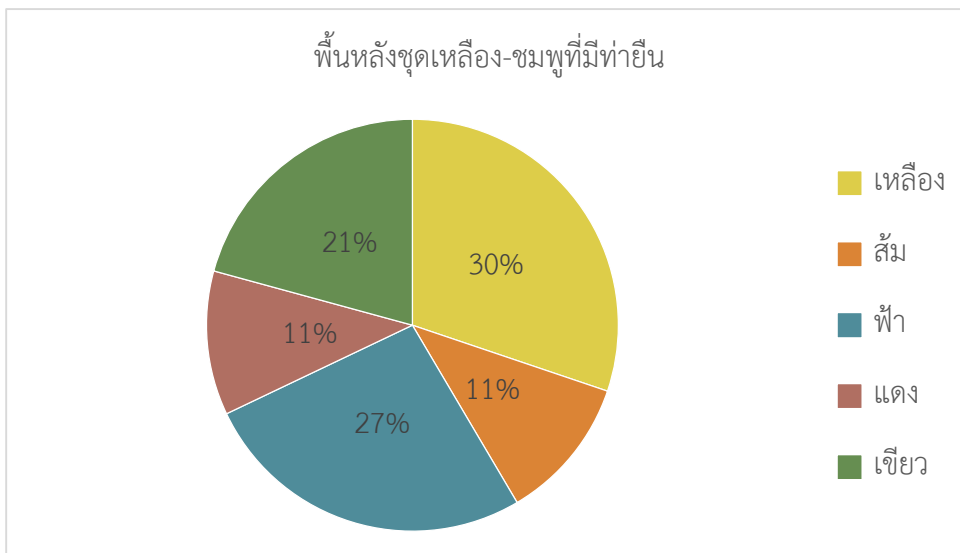
จากการวิเคราะห์ผลของการวางท่าพบว่า ชุดสีน้ำเงิน สีเหลืองฟ้า เหมาะกับท่านั่ง - เขียว และสีส้ม-ชมพู เหมาะกับท่ายืน-ส่วนชุดสีเหลืองอ่อนจึงนำผลผู้สังเกตที่ชอบการวางท่าของชุดนั้น ๆ มาหาสัดส่วนของสีพื้นหลังที่ชอบของแต่ละชุด ดังแสดงในรูปที่ 4.26-4.29



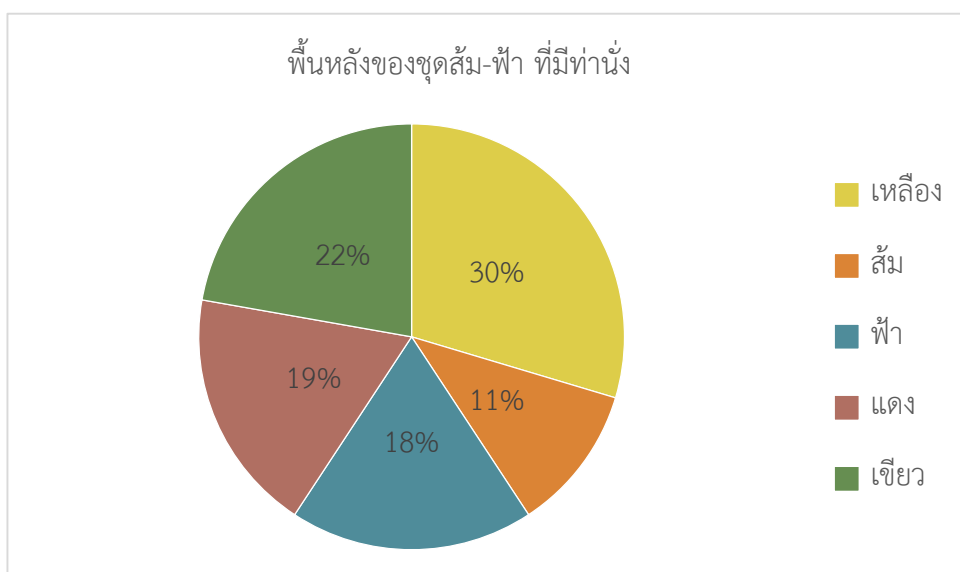
รูปที่ 4.26 เปอร์เซนต์ผู้สังเกตที่เลือกท่านั่งในแต่ละพื้นหลังของชุดสีน้ำเงิน



รูปที่ 4.27 เปอร์เซนต์ผู้สังเกตที่เลือกท่านั่งในแต่ละพื้นหลังของชุดสีเหลืองเขียว



รูปที่ 4.28 เปอร์เซนต์ผู้สังเกตที่เลือกทำนั่งในแต่ละพื้นที่หลังของชุดสีเหลืองอ่อนชมพู-



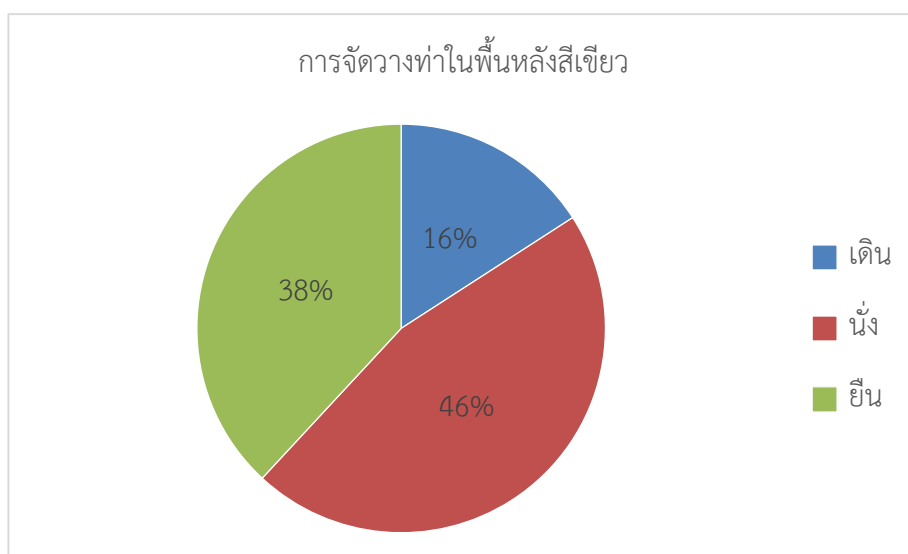
รูปที่ 4.29 เปอร์เซนต์ผู้สังเกตที่เลือกทำนั่งในแต่ละพื้นที่หลังของชุดสีส้มฟ้า-

จากรูปที่ 4.26–4.29 สีพื้นที่หลังที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดของแต่ละชุดและการวางท่า ได้แก่ ชุดสีน้ำเงิน ในทำนั่งมีพื้นที่หลังสีฟ้า ชุดสีเหลืองชมพูในทำยีนมีพื้นที่หลังสี-เขียวในทำนั่งมีพื้นที่หลังสีเหลือง ชุดสีเหลืองอ่อน-ฟ้าในทำนั่งมีพื้นที่หลังสีเหลือง แต่เมื่อเทียบกับสีพื้นที่หลังที่ผู้สังเกตชอบรองลงมา คือสีเหลือง -เหลือง และชุดสีส้ม ในชส้ม และเขียว ที่อยู่ชุดสีน้ำเงิน เหลืองฟ้า ตามลำดับ พบว่าไม่แตกต่างกัน-ชมพู และส้ม-เขียว เหลืองอ่อน-

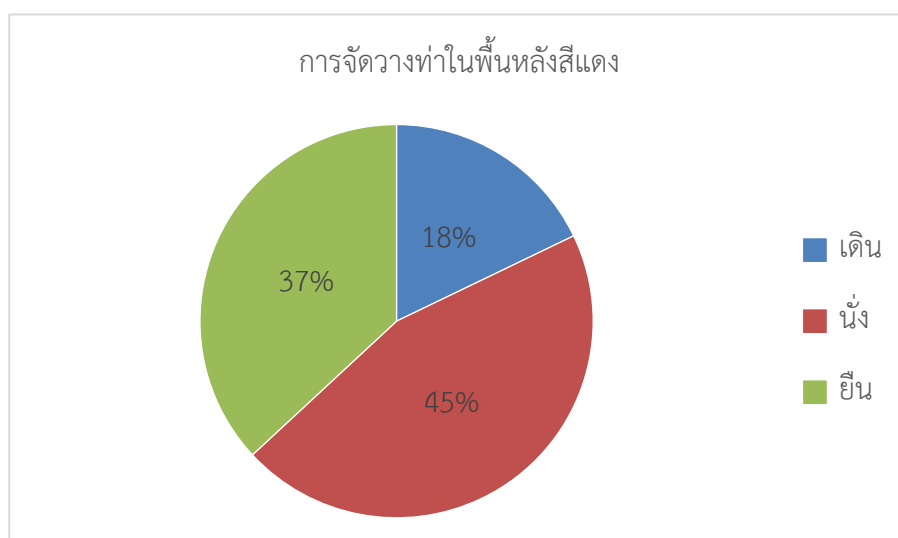
อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนที่มีการจัดวางท่าเฉพาะ ไม่มีผลต่อการเลือกสีพื้นหลัง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์สีพื้นหลังที่ชอบ (4.2.1) และการจัดวางท่าที่ชอบ (4.3.1ค) (ไอ เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนในรูปแบบที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกสีพื้นหลังแต่มีผลต่อการจัดวางท่า

4.4.2 การวางท่าของทุกชุดในแต่ละสีพื้นหลัง

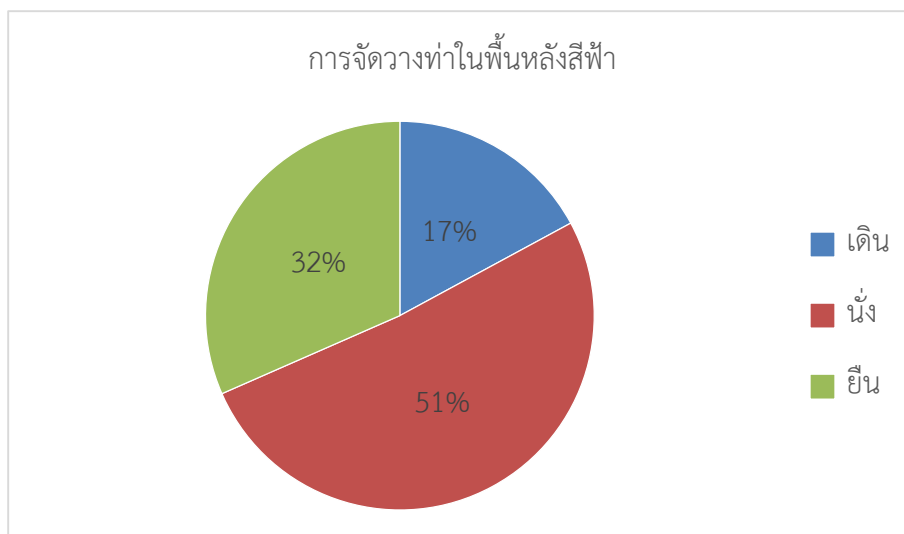
รูปที่ 4.30–4.34 แสดงผลจำนวนผู้สังเกตรวมจากทุกชุดที่ชอบพื้นหลังสีเขียว สีแดง สีฟ้า สีส้ม และสีเหลือง ตามลำดับ โดยคิดสัดส่วนการวางท่าที่ผู้สังเกตกลุ่มนั้น ๆ ชอบ



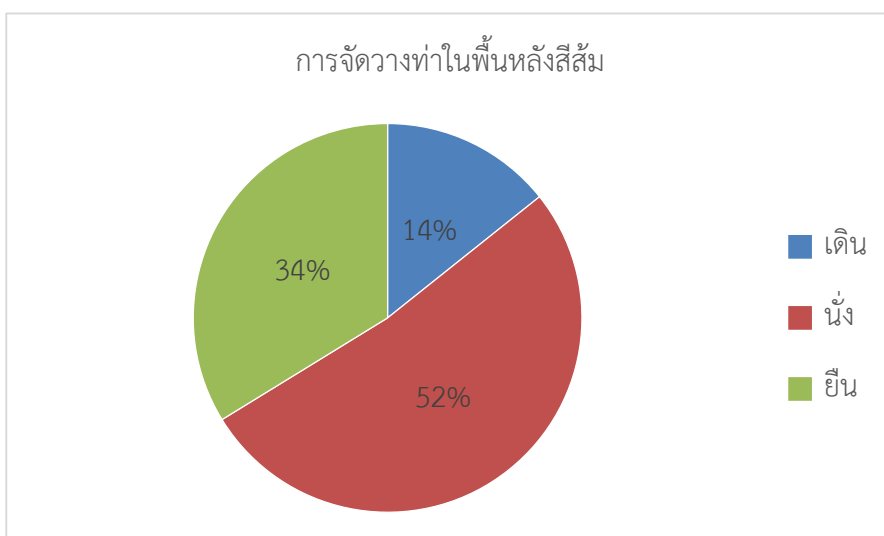
รูปที่ 4.30 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่หลังสีเขียว



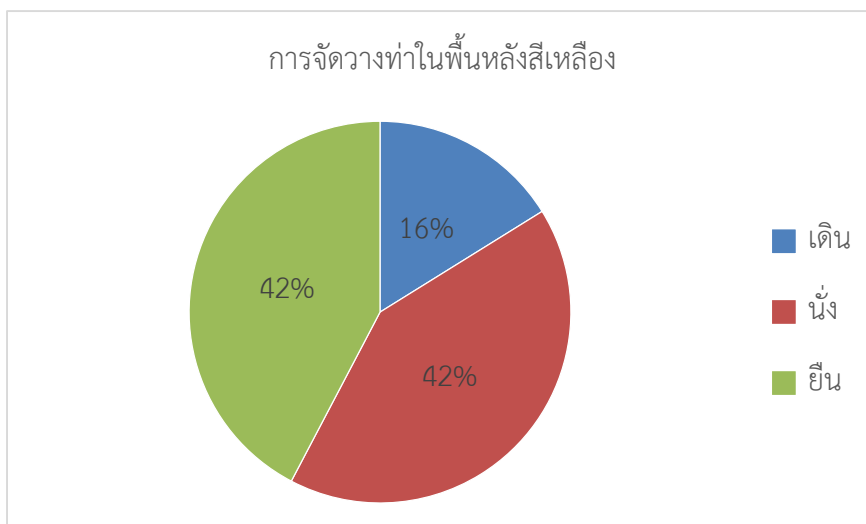
รูปที่ 4.31 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่หลังสีแดง



รูปที่ 4.32 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่สีฟ้า



รูปที่ 4.33 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่สีส้ม



รูปที่ 4.34 เปอร์เซนต์การวางท่าที่ผู้สังเกตเลือกในพื้นที่หลังสีเหลือง

จากรูปที่ 4.30–4.34 การจัดวางท่าในพื้นที่หลังสีเขียว สีแดง สีฟ้า และสีส้ม รวมผลของทุกชุด พบว่าการวางท่าที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดคือ ท่านั่ง และความชอบของการจัดท่าในแต่ละสีพื้นหลังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น พื้นหลังสีเขียว สีแดง สีฟ้า และสีส้ม มีผลต่อการจัดวางท่า ในขณะที่รูปที่ 4.34 การจัดวางท่าในพื้นที่หลังสีเหลืองของทุกชุดที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุดคือ ท่านั่งและทำยืน แสดงว่าความชอบการจัดวางท่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นพื้นหลังสีเหลือง ไม่มีผลต่อการจัดวางท่า เนื่องจากสีเหลืองเป็นสีสว่าง ช่วยเพิ่มความสดใส มีชีวิตชีวา อาจเหมาะกับการวางท่าได้หลายแบบ

บทที่ 5

สรุปผลการทดลองและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการทดลอง

1. รูปแบบเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนมีผลต่อการวางท่าที่ผู้สังเกตชอบ
2. ผู้สังเกตชอบการวางท่าแบบ ท่านั่ง สำหรับเสื้อผ้าที่มีรูปแบบเรียบง่าย ไม่มีลวดลาย เช่น ชุดกระโปรง ขึ้นเดียว เสื้อคอกลม เสื้อกล้าม
3. สำหรับเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดของการออกแบบ เช่น เสื้อเชิ้ต กางเกงกระโปรง ผู้สังเกตชอบการวางท่าที่ทำให้เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน เช่น ท่ายืน
4. รูปแบบและสีที่ต่างกันของเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนไม่มีผลต่อสีพื้นหลังที่ผู้สังเกตชอบ
5. ผู้สังเกตชอบพื้นหลังสีเหลืองมากที่สุด เพราะทำให้สีของชุดมีความโดดเด่น สะดุดตา น่าดึงดูด
6. การใช้พื้นหลังสีเหลืองกับสีของชุดเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทน เป็นการจัดโครงสร้างสีแบบ Split Complementary ทำให้สีหลัก (สีของชุด) โดดเด่นแต่ยังมีความกลมกลืนกับสีอื่นในภาพ
7. ผู้สังเกตไม่ชอบพื้นหลังสีเขียวมากที่สุด ซึ่งเป็นการจัดโครงสร้างสีแบบ Analogous สีสมีความกลมกลืน แต่ดูไม่น่าสนใจ น่าเบื่อ
8. เสื้อผ้าสีเอิร์ธโทนเป็นสีที่ให้ความกลมกลืน ความเรียบง่าย ความสงบ การใช้สีพื้นหลังตามหลักการจัดโครงสร้างสีแบบ Split Complementary จึงสร้างความน่าสนใจให้กับเสื้อผ้า โดยสีไม่ขัดแย้งกันจนขาดความกลมกลืน

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. การทดลองนี้ ผู้สังเกตเห็นภาพในหน้ารวม ซึ่งอินสตาแกรมมีการปรับขนาดภาพโดยการตัดบางส่วน ของภาพไป ซึ่งอาจมีผลต่อความชอบการวางท่าของนางแบบได้ จึงควรออกแบบการทดลองให้ผู้สังเกตเห็นภาพในอินสตาแกรมเต็มทั้งภาพเหมือนกันทุกภาพ
2. ควรเลือกสีเสื้อผ้าให้ต่างกันมากขึ้น
3. ควรเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น
4. ควรถ่ายภาพในที่สามารถปรับหรือควบคุมแสงให้เท่ากันได้ เช่น ถ่ายในสตูดิโอที่มีสีพื้นหลังและสามารถควบคุมความสว่างและสีของแสงได้

เอกสารอ้างอิง

- [1] Maryam Mohsin, 10 Instagram Stats Every Marketer Should Know in 2020 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know>, (วันที่สืบค้น: 26 มีนาคม 2563)
- [2] Yuheng Hu ,Lydia Manikonda and Subbarao Kambhampati, “What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types,” หน้า 595-598.
- [3] Nathalie Bonnardel, Annie Piolat and Ludovic L. Beigot, “The impact of colour on Website appeal and users’ cognitive processes,” **Displays** 32(2), (April 2011): 69-80.
- [4] ณัฐสุภา เจริญยิ่งวัฒนา, “อัตลักษณ์การออกแบบแฟชั่นออนไลน์เพื่อเจนเนอเรชั่นวาย,” วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.หน้า ง ,2560 ,
- [5] เอกศทา อัดตนนท์, แผนธุรกิจขายเสื้อผ้า Dara การค้นคว้าอิสระปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, (2561, หน้า 1-13.
- [6] พิสิทธ์ราชมงคล, ทฤษฎีการมองเห็นสีของมนุษย์. (ออนไลน์) .เข้าถึงได้จาก <http://www.rmutphysics.com/charud/naturemystery/colour/colour.1htm>, (วันที่สืบค้น : 26 มีนาคม 2563)
- [7] สำนักบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ทฤษฎีสี. (ออนไลน์) .เข้าถึงได้จาก <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~kchawan/colortheory/color.1html>, (วันที่สืบค้น :26 มีนาคม 2563)
- [8] วัฒนาพร เชื้อนสุวรรณ, “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสี” เอกสารคำสอนหลักการทัศนศิลป์. (ออนไลน์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต .เข้าถึงได้จาก: http://dusithost.dusit.ac.th/~chawalin_nia/site1/comgraphic/41color.pdf, (วันที่สืบค้น : 26 มีนาคม 2563)
- [9] วัฒนาพร เชื้อนสุวรรณ, “ทฤษฎีสีที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์” เอกสารคำสอนหลักการทัศนศิลป์. (ออนไลน์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต .เข้าถึงได้จาก: http://dusithost.dusit.ac.th/~chawalin_nia/site1/comgraphic/42theory.pdf, (วันที่สืบค้น : 26 มีนาคม 2563)
- [10] Jay Holben (2013, September) .Additive and Subtractive Color Mixing .(ออนไลน์) .เข้าถึงได้จาก: <https://www.tvtechnology.com/opinions/additive-and-subtractive-color-mixing>, (วันที่สืบค้น :26 มีนาคม 2563)

- [11] Wuttipong Nim-Orn, “สีเอิร์ธโทนและการนำไปใช้” (ออนไลน์)เข้าถึงได้จาก : <http://bit.ly/สีเอิร์ธโทน>, (วันที่สืบค้น :10 พฤษภาคม 2563)
- [12] วัฒนาพร เชื้อนสุวรรณ, “การใช้สีในงานออกแบบทัศนศิลป์” เอกสารคำสอนหลักการทัศนศิลป์. (ออนไลน์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต .เข้าถึงได้จาก: http://dusithost.dusit.ac.th/~chawalin_nia/site1/comgraphic/43useofcol.pdf, (วันที่สืบค้น :26 มีนาคม 2563)
- [13] How to use the color wheel to create colorful presentations. (2015, September). (ออนไลน์) .เข้าถึงได้จาก: https://www.slideshare.net/Presentitude/basic-color-theory-for-presentation-design-part-ii/45-Click_to_read_to_read, (วันที่สืบค้น :26 มีนาคม 2563)
- [14] ศูนย์เสริมสร้างการเรียนรู้และการสอน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, เทคนิคและอุปกรณ์เพื่อการจัดแสงสำหรับการถ่ายภาพ. (ออนไลน์) .เข้าถึงได้จาก <https://www.sony.co.th/th/electronics/photography-lighting-techniques-equipment>, (วันที่สืบค้น :26 มีนาคม 2563)
- [15] บริษัท โซนี่ ไทย จำกัด, แสงและการจัดแสงเบื้องต้น. (ออนไลน์) .เข้าถึงได้จาก <http://celt.li.kmutt.ac.th/wp/index.php/2016/06/30/basic-light/>, (วันที่สืบค้น :26 มีนาคม 2563)
- [16] มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, การวิเคราะห์ความแปรปรวน. (ออนไลน์) .เข้าถึงได้จาก <http://pws.npru.ac.th/chalida/data/files/บทที่%209การวิเคราะห์ความแปรปรวน.pdf>, (วันที่สืบค้น :10 พฤษภาคม 2563)
- [17] ฐิติมา ผการัตน์สกุล และ วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ (2558 กันยายน-ธันวาคม) “,กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ,”สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร ,8(3), 538-552.
- [18] Eman Wally และ Swapna Koshy “The use of Instagram as a marketing tool by Emirati female entrepreneurs: an exploratory study”, University of Wollongong Research Online, 2014.
- [19] กฤษณ์ ณะกรรณ์, “การให้แสงสีภายนอกอาคารแบบสีข้างเคียงที่ส่งผลต่อการรับรู้กรณีศึกษาโบสถ์กาลหว่าร์ กรุงเทพมหานคร”, สาขาวิชาสถาปัตยกรรม ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.
- [20] กฤตยา แสนสุข, “อิทธิพลของฟิลเตอร์สีประกอบการจัดแสงที่ส่งผลต่อผิวคนไทย”, สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2558.

- [21] นพวิทย์ วิศิษฐ์วรกุล, “การวิจัยและการสร้างสรรค์ภาพถ่ายแฟชั่นแนว วะปิชะปิ-”, สาขาวิชานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2561.

ภาคผนวก ก
ชุดและการวางท่าที่ต่างกันบนพื้นหลังสีต่าง ๆ



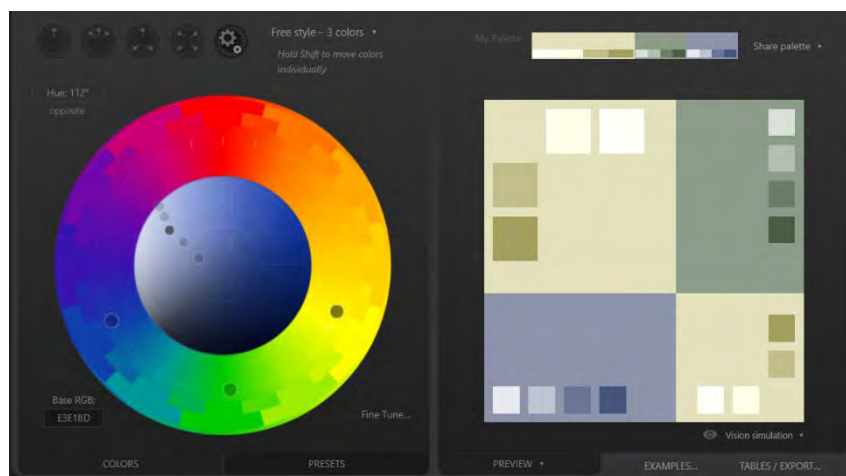
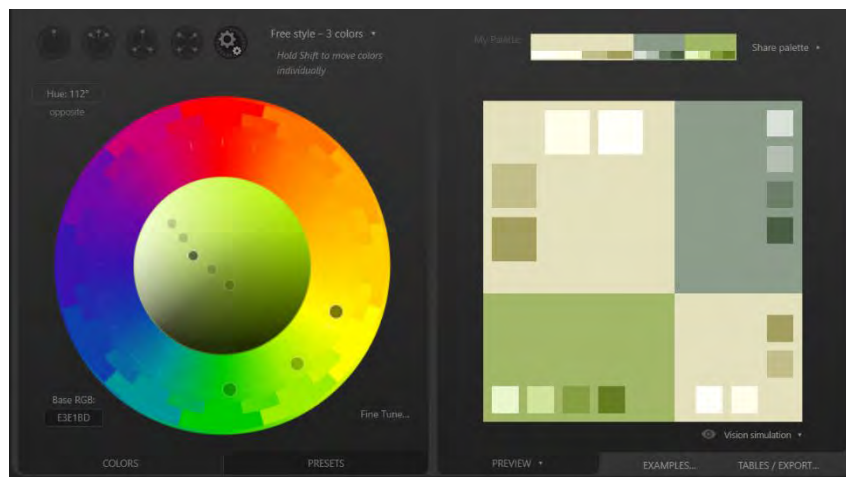
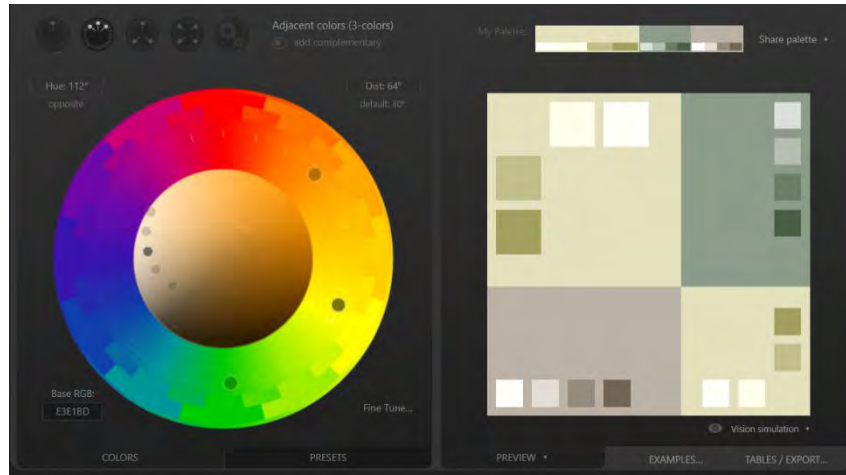


รูปที่ ก.1 ชุดและการวางท่าที่ต่างกันบนพื้นหลังสีต่าง ๆ

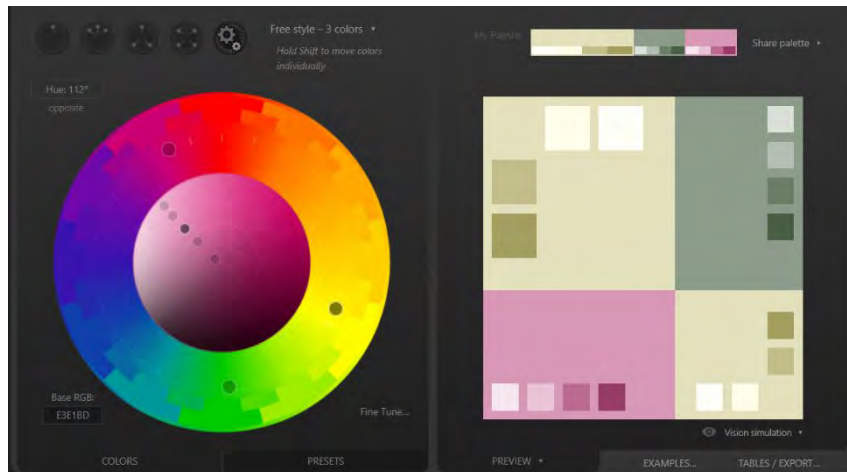
ภาคผนวก ข

ชุดสีที่ได้จากการจัดโครงสร้างสีแบบต่าง ๆ

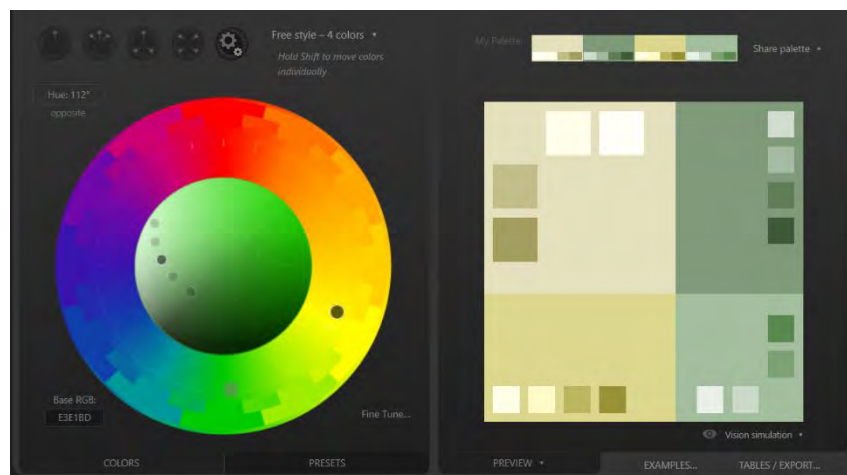
1. รูปแบบพื้นหลังที่เป็นไปได้ใน color scheme ของชุดสีเหลือง-เขียว ดังแสดงในรูป ข.1 – ข.3



รูปที่ ข.1 การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Colors)

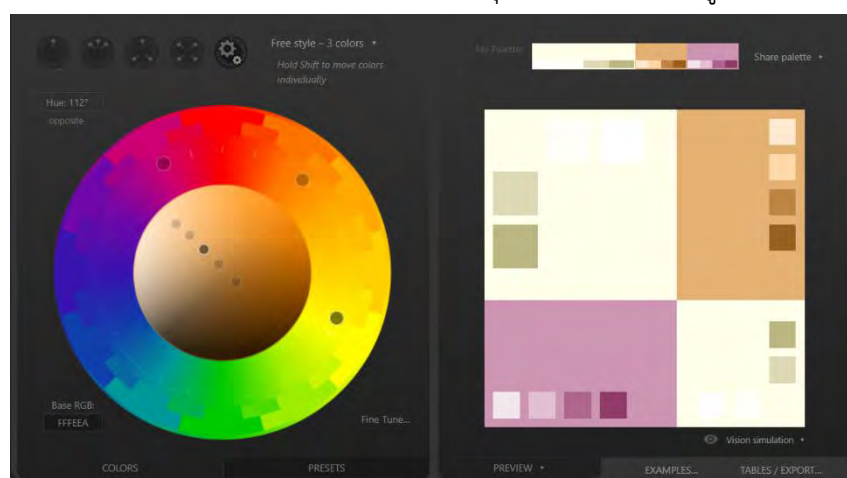


รูปที่ ข.2 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเอียง (Split Complementary Colors)

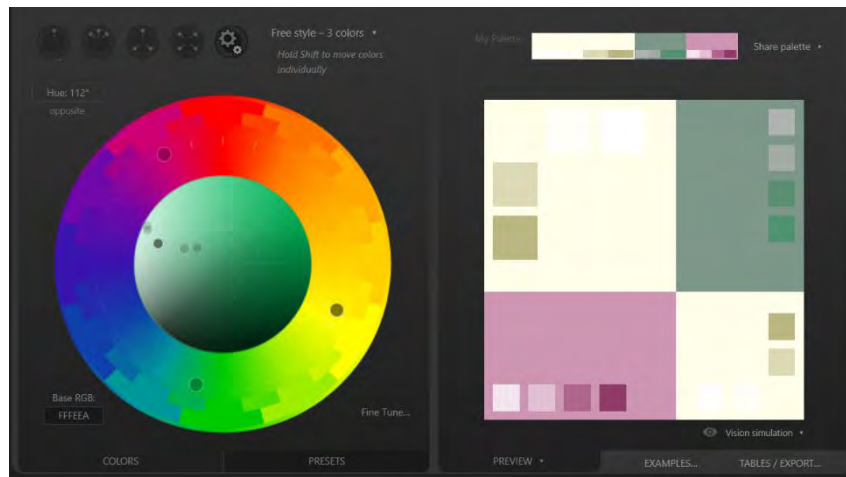
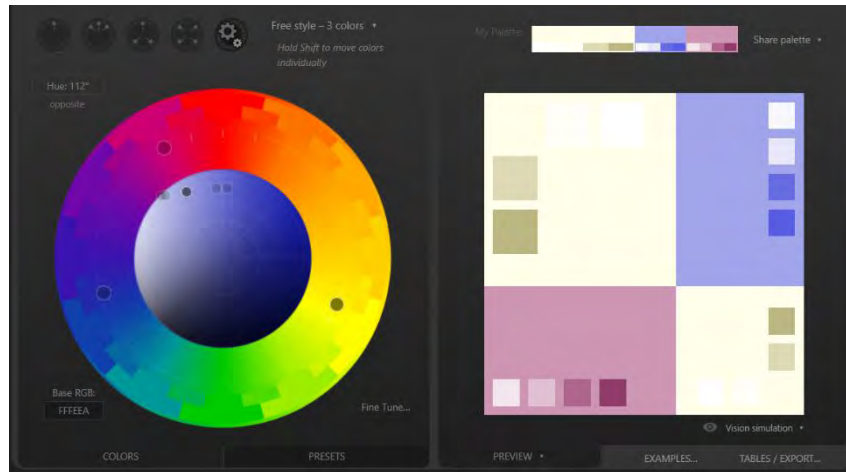


รูปที่ ข.3 การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)

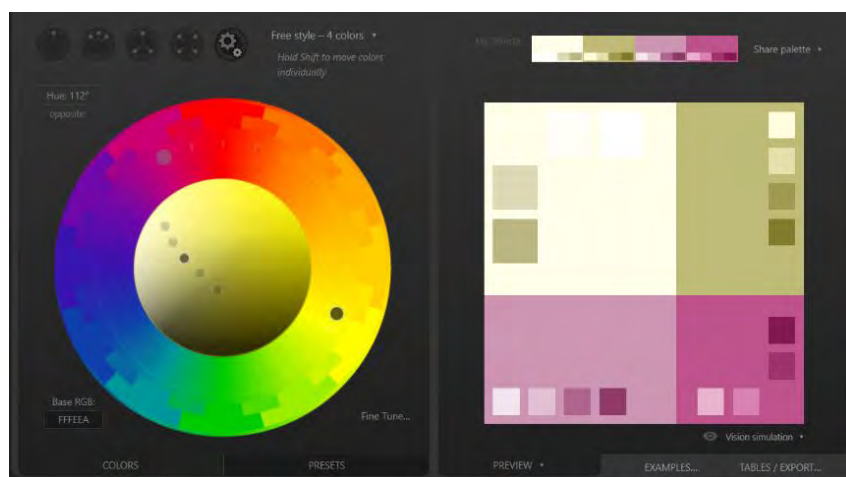
2. รูปแบบพื้นหลังที่เป็นไปได้ใน color scheme ของชุดสีเหลืองอ่อน-ชมพู ดังแสดงในรูป ข.4 - ข.6



รูปที่ ข.4 การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Colors)

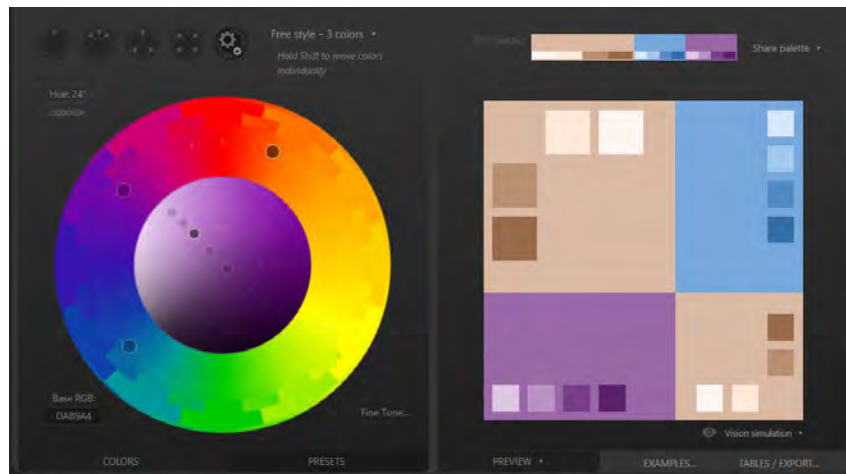
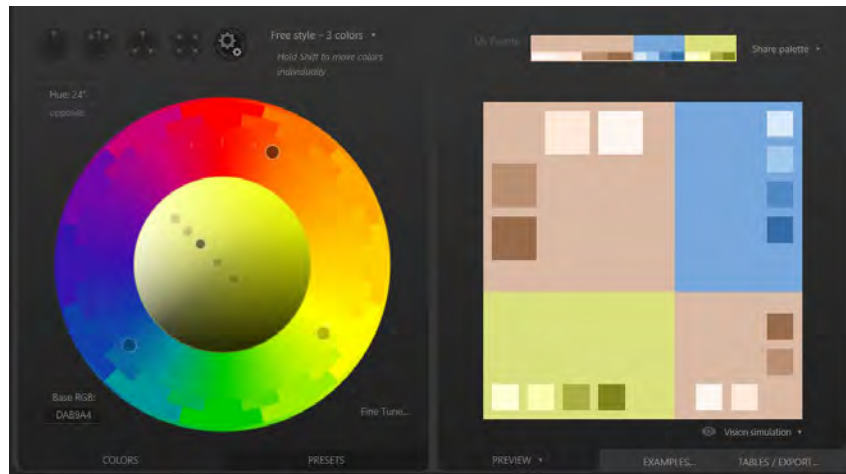


รูปที่ ข.5 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเอียง (Split Complementary Colors)

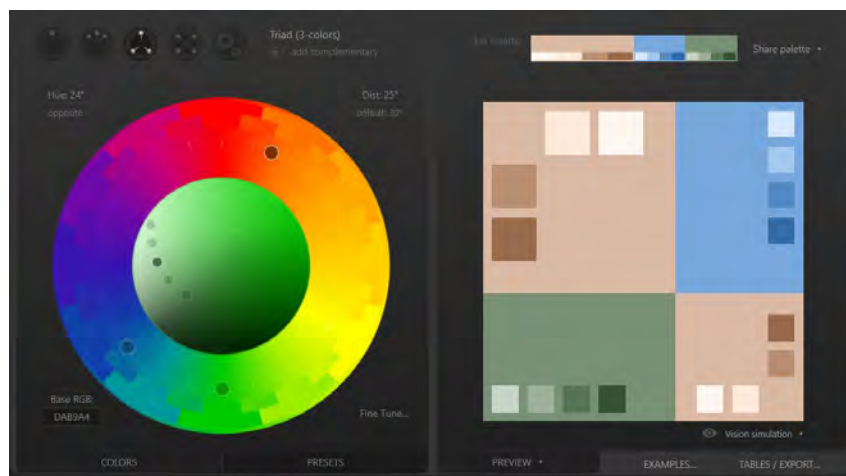


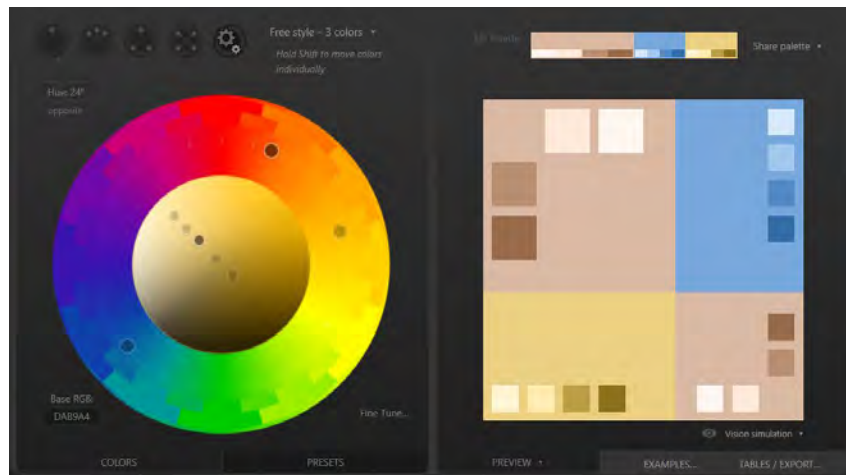
รูปที่ ข.6 การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)

3. รูปแบบพื้นหลังที่เป็นไปได้ใน color scheme ของชุดสีส้ม-ฟ้า ดังแสดงในรูปที่ ข.7 – ข.9

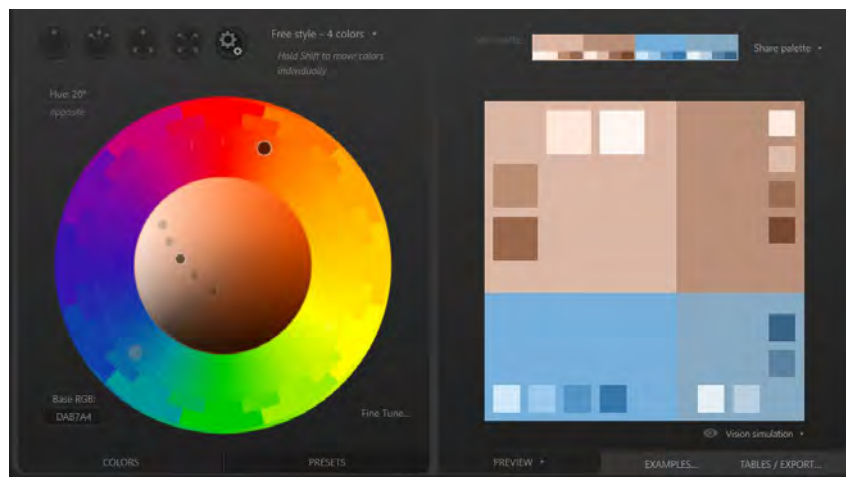


รูปที่ ข.7 การใช้สีแบบสีใกล้เคียง (Analogous Colors)





รูปที่ ข.8 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเอียง (Split Complementary Colors)



รูปที่ ข.9 การใช้สีเอกรงค์ (Monochromatic Colors)

ภาคผนวก ค


ตัวอย่างหน้าแบบสอบถามใน Google Form

ตัวอย่างหน้าแบบสอบถามใน Google Form เกี่ยวกับการทดลองประกอบไปด้วย คำถามเกี่ยวกับสีพื้นหลังและการจัดวางท่าของนางแบบที่ผู้สังเกตชอบมากที่สุด และไม่ชอบมากที่สุด พร้อมเหตุผลดังแสดงในรูปที่ ค.1-ค.4

ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสี earth tone บน instagram

*Required

แบบสอบถามจากภาพที่แสดง



เหตุผล *

สีเข้ากัน มีความกลมกลืน

มีความโดดเด่น สะดุดตาน่าดึงดูด

สวย ดูแพง

Other: _____

ท่าโพสที่ชอบมากที่สุด *

ยืน

นั่ง

เดิน

เหตุผล *

ท่าโพสเหมาะกับชุดที่ใส่

เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน

ดูมีการเคลื่อนไหว น่าน่าเบื่อ

Other: _____

สีพื้นหลังที่"ไม่ชอบ"มากที่สุด *

เหลือง

ส้ม

ฟ้า

แดง

เขียว

เหตุผล *

สีเสื้อผ้าดูไม่เข้ากับพื้นหลัง

ไม่น่าดึงดูด ไม่โดดเด่น

ดูไม่แพง ไม่น่าซื้อ

Other: _____

ท่าโพสที่"ไม่ชอบ"มากที่สุด *

ยืน

นั่ง

เดิน

สีพื้นหลังที่ชอบที่สุด *

เหลือง

ส้ม

ฟ้า

แดง

เขียว

เหตุผล *

ท่าโพสของนางแบบดูไม่เข้ากับชุดที่ใส่

เห็นดีไซน์ของชุดไม่ชัดเจน

มองดูน่าเบื่อ

Other: _____

Back
Next

รูปที่ ค.1

แบบสอบถามจากภาพที่แสดง

ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสี earth tone บน instagram

*Required

เหตุผล *

สีเข้ากัน มีความกลมกลืน

มีความโดดเด่น สะดุดตาน่าดึงดูด

สวย ดูแพง

Other: _____

ท่าโพสที่ชอบมากที่สุด *

ยืน

นั่ง

เดิน

เหตุผล *

ท่าโพสเหมาะกับชุดที่ใส่

เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน

ดูมีการเคลื่อนไหว ไม่น่าเบื่อ

Other: _____

สีพื้นหลังที่"ไม่ชอบ"มากที่สุด *

เหลือง

ส้ม

ฟ้า

แดง

เขียว

เหตุผล *

สีเสื้อผ้าดูไม่เข้ากันกับพื้นหลัง

ไม่น่าดึงดูด ไม่โดดเด่น

ดูไม่แพง ไม่น่าซื้อ

Other: _____

ท่าโพสที่"ไม่ชอบ"มากที่สุด *

ยืน

นั่ง

เดิน

เหตุผล *

ท่าโพสของนางแบบดูไม่เข้ากันกับชุดที่ใส่

เห็นดีไซน์ของชุดไม่ชัดเจน

มองดูน่าเบื่อ

Other: _____

Back
Next

สีพื้นหลังที่ชอบที่สุด *

เหลือง

ส้ม

ฟ้า

แดง

เขียว

ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสี earth tone บน instagram

*Required

แบบสอบถามจากภาพที่แสดง

สีพื้นหลังที่ชอบที่สุด *

เหลือง
 ส้ม
 ฟ้า
 แดง
 เขียว

เหตุผล *

สีเสื้อผ้าไม่เข้ากับพื้นหลัง
 ไม่น่าดึงดูด ไม่โดดเด่น
 ดูไม่แพง ไม่น่าซื้อ
 Other: _____

ท่าโพสที่ไม่ชอบมากที่สุด *

ยืน
 นั่ง
 เดิน

เหตุผล *

ท่าโพสของนางแบบดูไม่เข้ากับชุดที่ใส่
 เห็นดีไซน์ของชุดไม่ชัดเจน
 มองดูน่าเบื่อ
 Other: _____

สีพื้นหลังที่ไม่ชอบมากที่สุด *

เหลือง
 ส้ม
 ฟ้า
 แดง
 เขียว

เหตุผล *

สีเสื้อผ้าไม่เข้ากับพื้นหลัง
 ไม่น่าดึงดูด ไม่โดดเด่น
 ดูไม่แพง ไม่น่าซื้อ
 Other: _____

ท่าโพสที่ชอบมากที่สุด *

ยืน
 นั่ง
 เดิน

เหตุผล *

ท่าโพสของนางแบบดูไม่เข้ากับชุดที่ใส่
 เห็นดีไซน์ของชุดไม่ชัดเจน
 มองดูน่าเบื่อ
 Other: _____

Back
Next

รูปที่ ค.3

ผลของสีพื้นหลังและการวางท่าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสี earth tone บน instagram

*Required

แบบสอบถามจากภาพที่แสดง

สีพื้นหลังที่ชอบที่สุด *

เหลือง
 ส้ม
 ฟ้า
 แดง
 เขียว

สีพื้นหลังที่ไม่ชอบมากที่สุด *

เหลือง
 ส้ม
 ฟ้า
 แดง
 เขียว

ท่าโพสที่ชอบมากที่สุด *

ยืน
 นั่ง
 เดิน

เหตุผล *

สีเข้ากัน มีความกลมกลืน
 มีความโดดเด่น สะดุดตาน่าดึงดูด
 สวย ดูแพง
 Other: _____

ท่าโพสที่ชอบมากที่สุด *

ทำโพสเหมาะกับชุดที่ใส่
 เห็นดีไซน์ของชุดชัดเจน
 ดูมีการเคลื่อนไหว ไม่น่าเบื่อ
 Other: _____

สีพื้นหลังที่ไม่ชอบมากที่สุด *

เหลือง
 ส้ม
 ฟ้า
 แดง
 เขียว

เหตุผล *

สีเสื้อผ้าไม่เข้ากับพื้นหลัง
 ไม่น่าดึงดูด ไม่โดดเด่น
 ดูไม่แพง ไม่น่าซื้อ
 Other: _____

ท่าโพสที่ไม่ชอบมากที่สุด *

ยืน
 นั่ง
 เดิน

เหตุผล *

ท่าโพสของนางแบบดูไม่เข้ากับชุดที่ใส่
 เห็นดีไซน์ของชุดไม่ชัดเจน
 มองดูน่าเบื่อ
 Other: _____

Back
Next