

การศึกษาทุนวัฒนธรรม อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี  
เพื่อพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์  
A Study of The Cultural Capital of  
U-Thong District, Suphanburi Province to Develop  
Graphics Design on Packaging

อุษณิษา พลศิลป์ / Usanisa Pholasilp<sup>1</sup>

Received: Jun. 28, 2023 Revised: Sep. 5, 2023 Accepted: Nov. 20, 2023

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษา ทุนวัฒนธรรม อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ ตลาดริมน้ำบ้านจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาหาทุนวัฒนธรรม อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี 2. หาแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากทุนวัฒนธรรม เพื่อต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ ข้อที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินงานด้วยการศึกษารรณกรรม การวิเคราะห์ข้อมูลและการเก็บ ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลวิจัยพบว่าทุนวัฒนธรรมของอำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ปรากฏโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ โบราณวัตถุและศิลปวัตถุ มี 26 ชิ้น เช่น แผ่นดินเผาภาพพระภิกษุอุ้มบาตร ชิ้นส่วนปูนปั้นภาพพระพุทธรูป นาคปรก แผ่นดินเผารูปเทวดาเหาะ แผ่นดินเผาภาพกษัตริย์ แผ่นดินเผารูปบุคคล สวมสร้อยคอและตุ้มหู รูปปั้นศิระษะบุคคลต่างชาติ ในการหาคำตอบเพื่อตอบ

<sup>1</sup>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

<sup>1</sup>Faculty of Humanities and Social Sciences, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวิจัยและกำหนดเกณฑ์การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก เพื่อหาคำตอบว่าจะมีแนวทางใดที่สามารถแปรเปลี่ยนโบราณวัตถุและศิลปวัตถุสู่การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมีรูปแบบเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ทั้งหมด 4 หัวข้อ ประกอบด้วย 1. ลักษณะองค์ประกอบกราฟิก 2. รูปแบบกราฟิก 3. แนวทางการออกแบบกราฟิก และ 4. กลยุทธ์ในการออกแบบกราฟิก ผลการวิเคราะห์ทั้งหมดสามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ได้ จึงได้ผลของงานวิจัยออกมาเป็นแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่แปรเปลี่ยนมาจากโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ ซึ่งเป็นทุนวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของอำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าที่สามารถประยุกต์สู่องค์ประกอบกราฟิกสำหรับนำไปใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

**คำสำคัญ :** ทุนวัฒนธรรม กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน

## Abstract

This research is part of the results of the study of the cultural capital of U-Thong District, Suphanburi Province to develop graphics design on community product packaging. The objectives were 1) to study and find cultural capital of U-Thong District, Suphanburi Province and 2) to find the guidelines for graphic design on packaging received from the cultural capital of U-Thong District, Suphanburi Province. To answer the first objective, the researcher carried out the work with literature review, data analysis, and data collection through the in-depth interviews. The research reveals that the remarkable and unique cultural capital of U-Thong District, Suphanburi Province are 26 pieces of antiques and art objects including a reliefs of monks carrying bowls, stuccoed pieces of the

seated Buddha beneath a seven-headed Naga, reliefs of flying angels, reliefs of Kinnari, a terracotta plate of a man wearing a necklace and earrings, and a head sculpture of a foreigner. To find the answers to the second objective, the researcher developed a research tool and set up the criteria for interviewing the graphic design experts to find out what approaches can be used to transform antiques and artifacts into packaging graphic design. The in-depth interviews were used in the form of semi-structured interviews to collect data. The interview has a total of 4 topics: 1) Characteristics of graphic elements; 2) Graphic styles; 3) Graphic designing guidelines, and 4) Graphic designing strategies. All analysis results meet the second objective. The results of the research came out as guidelines for graphic design on packaging that are transformed from antiques and art objects which are the cultural capitals and the identity of U- Thong District, Suphanburi Province. They are a valuable cultural heritage that can be applied to graphic elements for graphic designing on packaging for community products in the future.

**Keywords :** Cultural capital, Graphic design on packaging, community products

## บทนำ

อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองโบราณตั้งอยู่ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำจรเข้สามพัน มีลักษณะเป็นรูปวงรี มีคูน้ำคันดินล้อมรอบนอกเมืองมีแนวคันดินเป็นถนนโบราณเรียกว่า “ถนนท้าวอุทุมพร” และแนวคันดินรูปเกือกม้า เรียกว่า “คอกช้างดิน” ได้รับการสันนิษฐานว่าเป็นเพนียดคล้องช้างโบราณหรือสระเก็บน้ำในศาสนาพราหมณ์ เมืองโบราณแห่งนี้มีร่องรอยการอยู่อาศัยของชุมชนตั้งแต่ก่อนสมัยประวัติศาสตร์ตอนปลาย ดังการปรากฏเครื่องมือ

หินขัดภาชนะดินเผาและแว่นด้ายดินเผา ต่อมาชุมชนแห่งนี้ได้พัฒนาตนเอง  
ไปสู่สังคมเมืองสมัยประวัติศาสตร์ในราวพุทธศตวรรษที่ 5 - 9 ทำการติดต่อ  
ค้าขายกับต่างชาติ มีบทบาทเป็นศูนย์กลางทางการค้า และเมืองท่าร่วมสมัยกับ  
เมืองออกแก้ว อุทองได้รับรูปแบบทางศาสนาและศิลปกรรมแบบอมราวดีจาก  
อินเดีย ได้พบปฏิมากรรมดินเผารูปพระสงฆ์อุ้มบาตร 3 รูป และพระพุทธรูปปั้น  
ขนาดปรกติศิลปะแบบอมราวดี

ทุนวัฒนธรรม คือ สายใยของความหมายที่ถักทอขึ้นในตัวมนุษย์  
การวิเคราะห์วัฒนธรรม จึงไม่ใช่การวิเคราะห์หากฎเกณฑ์ต่าง ๆ โดยการทดลอง  
แบบวิทยาศาสตร์กายภาพแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นการเสาะหาความหมาย  
และการตีความหมายเพื่อค้นหาคุณค่าที่แท้จริงของวัฒนธรรมนั้น ๆ ที่เป็นพลัง  
สำคัญในการขับเคลื่อนสังคม ชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ สู่ความสำเร็จตาม  
เป้าหมายที่ต้องการ ดังแมงมุมที่เป็นตาข่าย เป็นเครื่องมือในการเข้าถึง  
เป้าหมายที่เป็นความต้องการของวัฒนธรรม โดยทุนวัฒนธรรมดังกล่าว  
มีการเปลี่ยนแปลงผกผันไปตามการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นใน  
แต่ละพื้นที่ในยุคสมัยต่าง ๆ (อคิน รพีพัฒน์, 2551 อ้างถึงใน พงษธร เครือฟ้า,  
2562) ทั้งนี้ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรม คือ มรดก  
ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ แบ่งตามรูปธรรมและนามธรรมออกได้เป็น  
2 ลักษณะ คือ ที่จับต้องได้ (Tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible)  
โดยกำหนดไว้ทั้งหมด 6 สาขา ได้แก่ 1. ภาษาและวรรณกรรมพื้นบ้าน  
2. ศิลปะการแสดง 3. แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล  
4. งานช่างฝีมือดั้งเดิม 5. ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล  
และ 6. กีฬาภูมิปัญญาไทย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีมรดกทางศิลปวัฒนธรรม  
ในรูปแบบของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และงานศิลปกรรมต่าง ๆ  
ที่บรรพบุรุษได้สรรค์สร้างสั่งสมไว้สืบทอดมาเป็นมรดกวัฒนธรรม นับเป็นต้นทุน  
ทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่ามหาศาลทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

กระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดแนวคิดการขับเคลื่อนงานวัฒนธรรม  
ปี พ.ศ. 2565-2570 โดยมีคำขวัญว่า “เศรษฐกิจวัฒนธรรมใหม่ สร้างรายได้

เสริมคุณค่า พัฒนาสังคม” มีบทบาทในการสืบสาน รักษา ต่อยอด และเสริมสร้าง ธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน เพื่อให้คนไทยตระหนักถึงความสำคัญของ วัฒนธรรม สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ และค่านิยมเชิงบวก เพื่อสร้างสรรค์ สินค้า และบริการทางวัฒนธรรมที่แข่งขันได้ในตลาดโลก รวมทั้งเสริมสร้างสังคม คุณธรรม และสันติสุข ทั้งนี้กระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ เช่น ส่งเสริมเศรษฐกิจวัฒนธรรมเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคม และมูลค่าทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยมิติทางวัฒนธรรม ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก เสริมสร้างภาพลักษณ์ เกียรติภูมิ และยกระดับ บทบาทด้านวัฒนธรรมของไทยในเวทีโลก ฯลฯ

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่ากระทรวงวัฒนธรรมมีแนวคิด การขับเคลื่อนและบทบาทสำคัญที่มุ่งเน้นทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่และ ชุมชน เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจวัฒนธรรมสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจ ซึ่งอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ที่มีการส่งเสริม และสืบสานต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน หากได้รับการศึกษา และนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดและพัฒนาสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และอัตลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้

ปัจจุบันอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีการนำมรดกวัฒนธรรม ที่สำคัญจากแหล่งอารยธรรมเมืองโบราณอุทอง เช่น เครื่องประดับและลูกปัด ทองคำสมัยทวารวดี ธรรมจักรศิลาทวารวดีที่ได้รับการยกย่องว่าสมบูรณ์ที่สุดใน ประเทศไทย ฯลฯ มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าพิมพ์ลายทวารวดี เมืองโบราณ อุทอง ดังผ้าพิมพ์ลายแก้วชิงดวงซึ่งได้แนวคิดมาจากการแกะลายจากธรรมจักร และส่วนประกอบเสาธรรมจักร พื้นที่นี้จึงได้รับการส่งเสริมจากองค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลของโครงการดังที่กล่าวถึงข้างต้น จะเห็นได้ว่าอำเภออุทอง มีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ได้รับการส่งเสริมมาตั้งแต่ยุคสมัยทวารวดี มาถึงปัจจุบัน คนในชุมชนได้อาศัยมรดกทางวัฒนธรรมนี้เป็นทุนในการส่งเสริม ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมให้เกิดความอยู่ดีมีสุข โดยมีวิสัยทัศน์และพันธกิจ

ในการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อส่งเสริมกระบวนการการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะ การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นของอำเภออุ้มทอง คือ ขนมไทยจากกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกษตรอินทรีย์ตลาดริมน้ำบ้านจรเข้สามพัน เช่น ขนมกล้วย ขนมกง ขนมตะโก้เผือก ฯลฯ ด้วยเหตุผลที่ทำได้ใหม่วันต่อวัน คนในชุมชนมีความชำนาญสืบทอดเป็นมรดกจากบรรพบุรุษ วัตถุดิบที่นำมาใช้ สามารถหาได้จากพื้นที่ในชุมชน จึงทำให้รสชาติอร่อยและมีกลิ่นหอมของ วัตถุดิบจากธรรมชาติที่ได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างดี แต่ปัญหา ที่สำคัญคือเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ขนมไทยยังขาดภาพลักษณ์ที่ดีที่สามารถ เป็นที่จดจำให้แก่ผู้บริโภค อีกทั้งยังขาดตลาดขายบนบรรจุภัณฑ์ที่จะสื่อสาร เรื่องราวและข้อมูล หากได้รับการแก้ปัญหาในส่วนนี้จะสามารถทำให้ภาพลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์เป็นที่จดจำได้ สร้างความสวยงามดึงดูดความสนใจ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์และประชาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจนี้ให้เป็นที่จดจำยิ่งขึ้น

ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ การสื่อสาร บุคลิกภาพของตราสินค้าเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เนื่องจากสามารถ ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ดังนั้น วัตถุประสงค์ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมี 2 ประการ คือ 1. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านประโยชน์ใช้สอย และ 2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารและสร้าง ผลกระทบทางจิตวิทยาแก่ผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางด้านกราฟิกเข้ามาสร้าง ให้เกิดคุณลักษณะดังกล่าว

จากแนวคิดการขับเคลื่อนของกระทรวงวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ พัฒนาชุมชนอำเภออุ้มทอง ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนและต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า และมีความสำคัญยิ่ง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต้องการที่จะศึกษาทุนวัฒนธรรม ของอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งสามารถปลูกฝังให้คนในชุมชนท้องถิ่นภูมิใจ และร่วมกันอนุรักษ์มรดกที่ตกทอดมาเป็นทุนวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความร่วมมือ

และพัฒนาสู่ความยั่งยืน โดยใช้มิติทางทุนวัฒนธรรมนี้สู่การพัฒนายกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งสอดคล้องอย่างยิ่งกับกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรมที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทยมีรายได้และความมั่งคั่งจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น ภายใต้แนวคิด “วัฒนธรรมสร้างคนดี สังคมดีสร้างรายได้ สร้างภาพลักษณ์และเกียรติภูมิประเทศไทยในเวทีโลก” ที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้จากฐานวัฒนธรรม ต้นทุน มรดก ภูมิปัญญาและทรัพยากรทางวัฒนธรรมสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้แก่ประชาชน ชุมชนท้องถิ่น และประเทศชาติ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาหาทุนวัฒนธรรม อำเภ่อู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อหาแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากทุนวัฒนธรรม อำเภ่อู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

### ขอบเขตการวิจัย

1. งานวิจัยนี้ศึกษาทฤษฎีทางวัฒนธรรม โดยทำการศึกษาในบริบททางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยทวารวดีถึงสมัยรัตนโกสินทร์ในเขตพื้นที่อำเภ่อู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรีเท่านั้น
2. มุ่งศึกษาหาแนวทางการออกแบบกราฟิกที่สามารถนำไปพัฒนาสู่งานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ และไม่ได้มุ่งศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ จึงไม่ได้ครอบคลุมการออกแบบในสาขาอื่น เช่น การออกแบบวัสดุหรือโครงสร้างผลิตภัณฑ์ หรือโครงสร้างหีบห่อต่าง ๆ
3. ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

### 1. การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1.1 การศึกษาข้อมูลทุนวัฒนธรรม และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทุนวัฒนธรรม

1.2 การศึกษาข้อมูลทุนวัฒนธรรม อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3 การศึกษาหลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

### 2. การเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

2.1 การเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรม อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview Script) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Script)

2.2 การเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview Script) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Script)

การกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ประกอบด้วย

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรม อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี และ  
2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยกำหนดโดยใช้แนวทางของนักวิจัยและนักวิชาการซึ่งเป็นที่ยอมรับ ได้แก่ การวิจัยโดยใช้เทคนิคการเลือกตามจุดมุ่งหมาย (Purposive Selection Technique) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีขนาดเล็ก แต่เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลในเชิงลึกและสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ทุนวัฒนธรรม เพื่อหาคำตอบและเป็นข้อมูลในการสร้างเครื่องมือวิจัย



3.2 การวิเคราะห์หลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยใช้  
ทฤษฎีวัฒนธรรมเพื่อหาคำตอบแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์  
ที่ได้จากทฤษฎีวัฒนธรรม จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และจากผู้เชี่ยวชาญ  
เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างเครื่องมือวิจัย ดังนี้ 1) การวิเคราะห์หลักองค์ประกอบ  
กราฟิก 2) การวิเคราะห์รูปแบบกราฟิก 3) การวิเคราะห์แนวทางการกราฟิก และ  
4) กลยุทธ์ในการออกแบบกราฟิก

4. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) สรุปผลการวิเคราะห์ทฤษฎีวัฒนธรรม  
อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี 2) สรุปผลการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบ  
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

## 5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview Script) ซึ่งมีรูปแบบ  
เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Script)  
เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ด้าน

5.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น ก่อนที่จะนำเครื่องมือไปเก็บข้อมูล  
ผู้วิจัยได้นำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ โดยการคำนวณหาค่าดัชนี  
ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) จากนั้นนำมา  
ปรับปรุงแก้ไขจนได้รับการยืนยันจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำการตรวจสอบแล้วว่า  
แบบสัมภาษณ์นี้มีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการหาคำตอบ  
ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.3 การยื่นเสนอเพื่อขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยได้  
ดำเนินการยื่นโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์  
ตามขั้นตอนกระบวนการที่สถาบันวิจัยและพัฒนาได้กำหนดไว้ โดยได้รับ  
พิจารณาเห็นสมควรให้พิจารณาแบบเร่งด่วน เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2566

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ทุนวัฒนธรรมด้านโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ จำนวน 26 ชิ้น ดังมีผล  
 แสดงไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี			
1. แผ่นดินเผาภาพ ภิกษุอุ้มบาตร	2. ชิ้นส่วนปูนปั้น ภาพพระพุทธรูป นาคปรก	3. แผ่นดินเผา รูป เทวดาเหาะ	4. แผ่นดินเผาภาพ กินรี
			
5. แผ่นดินเผา รูป บุคคลสวมสร้อยคอ และตุ้มหู	6. ศีรษะบุคคล ต่างชาติ	7. แท่ง (จุก) ดินเผา รูปชกหลักขมิ้ม	8. สิ่งก่อสร้างิต
			
9. เครื่องประดับ ทองคำรูปกินรี	10. เครื่องประดับ ทองคำรูปหน้า บุคคล	11. เศียรพระพุทธรูป ทองคำ	12. เครื่องประดับ ทองคำ (ลูกปัด)
			

## โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

<p>13. ตราดินเผา รูปสัญลักษณ์ทางศาสนา</p> 	<p>14. ตราดินเผา รูปสิงห์</p> 	<p>15. เหรียญเงินโรมัน</p> 	<p>16. เหรียญเงิน “ศรีทวารวดีศวรปุณย”</p> 
<p>17. พระพิมพ์ดินเผา (ภาพพระอรหันต์สาวก)</p> 	<p>18. พระพุทธรูปปางปฐมเทศนา</p> 	<p>19. พระพิมพ์ดินเผาปางสมาธิ</p> 	<p>20. พระพิมพ์ แสดงภาพพุทธประวัติ</p> 
<p>22. พระพุทธรูปสำริดปางแสดงธรรม</p> 	<p>22. ปูนปั้นพระพุทธรูปเสด็จลงจากดาวดึงส์</p> 	<p>23. พระโพธิสัตว์ปัทมปาณี</p> 	<p>24. ตุ๊กตาดินเผา รูปคนจูงลิง</p> 
<p>25. แผ่นดินเผาภาพบุคคลพ้อนรำ</p> 	<p>26. ธรรมจักรพร้อมแท่นและเสา</p> 		

(ที่มา : พนมบุตร จันทรโชติ, ภัทราวรรณ ภาครส และวรางคณา เพ็ชรอุตม, 2550)

2. หาแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากทฤษฎีวัฒนธรรม  
ได้ผลออกมาดังนี้

2.1 ลักษณะขององค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีผลการศึกษา  
แสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงลักษณะขององค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์





ลักษณะขององค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	
ลักษณะของกราฟิกที่สกัดได้	แนวทางปฏิบัติ
<p>1. จุด: จุดที่เกิดตามธรรมชาติ จุดจากความบังเอิญ จุดกระจายไร้ทิศทาง จุดที่เกิดโดย ขาดการควบคุม แนวทางปฏิบัติ: เกิดจากความบังเอิญ เกิดจากธรรมชาติ เกิดจากการโฟกัส มีอิสระ ไร้ทิศทาง</p>	
<p>2. เส้น: เส้นที่มีความอ่อนช้อย เส้นที่ไม่ชัดเจนหรือเบลอ เส้นมีตำหนิหรือขาดแหว่ง แนวทางปฏิบัติ: เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ร่องรอยถูกกระทำ ไม่มีกฎเกณฑ์ ไร้ทิศทาง ขาดการควบคุม</p>	
<p>3. รูปร่าง: รูปร่างอินทรีย์ (รูปร่างธรรมชาติ) รูปร่างอิสระ รูปร่างที่ผิดปกติ แนวทางปฏิบัติ: เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เกิดขึ้นจากความบังเอิญ ไม่จำเป็นต้อง สมมาตร</p>	

ลักษณะขององค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	
ลักษณะของกราฟิกที่สกัดได้	แนวทางปฏิบัติ
<p>5. สี: โทนสีแบบดิน (สีปนน้ำตาล) สีที่มีลักษณะอ่อน จาง ๆ สีที่มีลักษณะมืดมน (สีปนดำ)</p> <p>แนวทางปฏิบัติ: สีเจือจาง สีจากธรรมชาติ สีเอกรงค์ สีที่คล้ายคลึงกัน</p>	
<p>6. หลักการจัดวาง: ไม่สมดุล ไม่ซ้ำแบบ ไม่มีจุดเด่น</p> <p>แนวทางปฏิบัติ: มีอิสระไม่กำหนดทิศทาง เกิดขึ้นตามธรรมชาติ อสมมาตร ไม่มีระเบียบ</p>	
<p>7. รูปทรง: รูปทรงอิสระ รูปทรงอสมมาตร รูปทรงผิดปกติ</p> <p>แนวทางปฏิบัติ: รูปทรงไม่ประณีต รูปทรงยืดหยุ่นได้ ผลิตเองได้ง่าย ทำขึ้นไม่ซ้ำแบบกันได้</p>	
<p>8. วัสดุ: วัสดุจากธรรมชาติ วัสดุที่มีเนื้อดิน วัสดุเนื้อหยาบ ไม่มันเงา</p> <p>แนวทางปฏิบัติ: ประดิษฐ์เองได้ในท้องถิ่น ไม่พิถีพิถัน แปรรูปจากธรรมชาติ ผ่านกาลเวลามีที่มาจาก</p>	
<p>4. พื้นผิว: พื้นผิวหยาบ ขรุขระ พื้นผิวที่ไม่มันวาว ไม่เงา พื้นผิวมันเงา</p> <p>แนวทางปฏิบัติ: ผ่านการใช้งาน ผ่านกาลเวลา เสื่อมสภาพ เกิดจากกระบวนการธรรมชาติ ผิวมันเงา</p>	

(ที่มา : อุษณิษา พลศิลป์, 2566)

2.2 รูปแบบกราฟิก (Graphic Style) ที่เหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์กับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีทั้งหมด 4 รูปแบบ ดังมีผลการศึกษาลงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงรูปแบบกราฟิก (Graphic Style) ที่เหมาะสม

เหมาะสมที่สุด	เหมาะสมรองลงมา		
<p>1. Naïve Style: กราฟิกที่แสดงถึงความไร้เดียงสาใสซื่อไม่เป็นระเบียบ องค์ประกอบภาพเรียบง่ายมีการตัดทอน ใช้เทคนิคอย่างง่าย ไม่ประดิษฐ์ประดอยเกิดภาพที่ดูดิบ จริงใจ</p>  <p>Naïve Style</p>	<p>1. Raw Style: กราฟิกที่แสดงให้เห็นลักษณะเกิดขึ้นจริงของธรรมชาติ ปราศจากการดัดแปลงองค์ประกอบของภาพ มีลักษณะเหมือนจริง รายละเอียดผสมจริง</p>  <p>Raw Style</p>	<p>2. Intuitive Style: รูปแบบกราฟิกจากสัญชาตญาณแสดงออกอย่างนามธรรม มีลักษณะไร้ทิศทาง สร้างขึ้นอย่างรวดเร็ว จะช่วยกระตุ้นค้นหาความหมาย</p>  <p>Intuitive Style</p>	<p>3. Crude Style: องค์ประกอบศิลป์เกิดความหยาบ บิดเบี้ยว ผุพัง ซึ่งเป็นกระบวนการแปรสภาพเป็นความงามที่เกิดจากความเสื่อมสภาพหรือถูกทำลาย</p>  <p>Crude Style</p>

(ที่มา : อุษณิษา พลศิลป์, 2566)

2.3 แนวทางการออกแบบกราฟิก (Design Guideline) ที่เหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์กับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีทั้งหมด 4 แนวทาง ดังมีผลการศึกษาระบุไว้ในตารางที่ 4

#### ตารางที่ 4 ตารางแสดงแนวทางการออกแบบกราฟิก (Design Guideline) ที่เหมาะสม

แนวทางการออกแบบกราฟิก (Design Guideline) ที่เหมาะสม			
<p>1. บอกเป็นนัยใช้รูปร่างกราฟิกที่ใหม่ สื่อสารคลุมเครือบอกเป็นนัยเกี่ยวกับวัตถุดิบ ไม่มีคำอธิบาย เกิดการคาดเดาของผลิตภัณฑ์</p>  <p>ภาพกราฟิกบอกเป็นนัย</p>	<p>2. การเปลี่ยนแปลงใช้กราฟิกที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงผ่านองค์ประกอบกราฟิกที่ค่อย ๆ เปลี่ยนรูปร่างเป็นภาพใหม่</p>  <p>ภาพกราฟิกการเปลี่ยนแปลง</p>	<p>3. พื้นที่ว่างรอกการเติมเต็ม ภาพมีรายละเอียด ขาดหายไป ภาพแสดงไม่เต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคใช้จินตนาการในส่วนที่หายไป</p>  <p>ภาพกราฟิกพื้นที่ว่างรอกการเติมเต็ม</p>	<p>4. พื้นที่และเวลาปล่อยพื้นที่ว่างในการออกแบบ ผู้บริโภคใช้เวลาในการจินตนาการถึงสิ่งที่ผลิตภัณฑ์ต้องการจะสื่อสาร</p>  <p>ภาพกราฟิกพื้นที่และเวลา</p>

(ที่มา : Duffy, Hamilton and Machado, 2017)

2.4 กลยุทธ์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์กับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้ผลสรุปดังตารางที่ 5

## ตารางที่ 5 กลยุทธ์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

ความเหมาะสม	ด้านการนำเสนอจุดขาย (Selling Point)	ด้านสไตล์ (Style)
มากที่สุด	1. หวนอดีต (Old World)	1. แบบใช้ภาพประกอบ
มาก	1. งานฝีมือ (Handmade)	1. ใช้ตัวอักษร 2. คลาสสิก
ปานกลาง	1. คนพิเศษ (Celeb) 2. ท่องโลก (Travel)	1. ดั้งเดิม 2. ย้อนยุค
	3. ประสบการณ์ (Way) 4. มิตร (Friend)	3. ภาพถ่าย 4. ร่วมสมัย

(ที่มา : อุษณิษา พลศิลป์, 2566)

### สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยที่พบตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 2 ข้อ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

1) ทุนวัฒนธรรมของอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ปรากฏโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ได้แก่ โบราณวัตถุและศิลปวัตถุ ซึ่งเป็นทุนวัฒนธรรมในลักษณะที่จับต้องได้ (Tangible) นับเป็นมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และงานศิลปกรรมต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่า มีโบราณวัตถุและศิลปวัตถุหลากหลายชิ้น แต่ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะไม่มีที่ใดเหมือน มีทั้งหมด 26 ชิ้น ได้แก่ 1) แผ่นดินเผาภาพพระภิกษุอุ้มบาตร 2) ชิ้นส่วนปูนปั้นภาพพระพุทธรูปนาคปรก 3) แผ่นดินเผารูปเทวดาเหาะ 4) แผ่นดินเผาภาพกินรี 5) แผ่นดินเผารูปบุคคลสวมสร้อยคอและตุ้มหู 6) ศิระษะบุคคลต่างชาติ 7) แท่ง (จุก) ดินเผารูปคชลักษณ์ 8) สิ่งห้ำห่าริด 9) เครื่องประดับทองคำรูปกินรี 10) เครื่องประดับทองคำรูปหน้าบุคคล (ยักษ์) 11) เศียรพระพุทธรูปทองคำ 12) เครื่องประดับทองคำ (ลูกปัด) 13) ตราดินเผารูปสัญลักษณ์ทางศาสนา 14) ตราดินเผารูปสิงห์ 15) เหรียญกษาปณ์โรมัน 16) เหรียญเงิน “ศรีทวารวดี ศวรปุณย” 17) พระพิมพ์ดินเผา (ภาพพระอรหันต์



สาวก) 18) พระพุทธรูปปางปฐมเทศนา 19) พระพิมพ์ดินเผาปางสมาธิ 20) พระพิมพ์แสดงภาพพุทธประวัติ 21) พระพุทธรูปสำริดปางแสดงธรรม 22) ปูนปั้นพระพุทธรูปเสด็จลงจากดาวดึงส์ 23) พระโพธิสัตว์ปัทมปาณี 24) ตุ๊กตาดินเผารูปคนงูลิง 25) แผ่นดินเผาภาพบุคคลที่อ่อนร่า และ 26) ธรรมจักรพร้อมแท่นและเสา

2) แนวทางการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์กับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้กำหนดแบ่งออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

ก. ลักษณะขององค์ประกอบกราฟิก ได้แก่ 1) จุด: จุดที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จุดจากความบังเอิญ จุดกระจายอิสระไร้ทิศทาง และจุดที่เกิดขึ้นโดยขาดการควบคุม 2) เส้น: เส้นที่มีความอ่อนช้อย เส้นที่ไม่ชัดเจน เบลอ และเส้นมีตำหนิ ขาดแหง 3) รูปร่าง: รูปร่างอินทรีย์ รูปร่างอิสระ และรูปร่างที่ผิดปกติ 4) พื้นผิว: พื้นผิวหยาบ ขรุขระ พื้นผิวที่ไม่มันวาว ไม่เงา และพื้นผิวมันเงา 5) สี: โทนมสีแบบดิน สีที่มีลักษณะอ่อนจาง และสีที่มีลักษณะมืดมน 6) หลักการจัดวาง: ไม่สมดุล ไม่ซ้ำแบบ และไม่มีจุดเด่น 7) รูปทรง: รูปทรงอิสระ รูปทรงอสมมาตร และรูปทรงผิดปกติ และ 8) วัสดุ: วัสดุจากธรรมชาติ วัสดุมีเนื้อดิน และวัสดุเนื้อหยาบ ไม่มันเงา

ข. รูปแบบกราฟิก ที่มีความเหมาะสมที่สุด ได้แก่ Naïve Style เหมาะสมรองลงมา ได้แก่ 1) Raw Style 2) Intuitive Style และ 3) Crude Style

ค. แนวทางการออกแบบกราฟิกที่มีความเหมาะสมที่สุด ได้แก่ บอกเป็นนัย มีความเหมาะสมรองลงมา ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลง 2) พื้นที่ว่าง รอการเติมเต็ม และ 3) พื้นที่และเวลา

ง. กลยุทธ์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ด้าน 1) ด้านการนำเสนอจุดขาย เหมาะสมมากที่สุด ได้แก่ หวนอดีต เหมาะสมมาก ได้แก่ งานฝีมือ เหมาะสมปานกลาง ได้แก่ คนพิเศษ ท่องโลก ประสบการณ์ และมิตร 2) ด้านสไตล์ เหมาะสมมากที่สุด ได้แก่ ใช้ภาพประกอบ เหมาะสมมาก ได้แก่ ใช้ตัวอักษรคลาสสิก เหมาะสมปานกลาง ได้แก่ ดั้งเดิม ย้อนยุค ภาพถ่าย และแบบร่วมสมัย

ผลของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยตั้งใจจะให้ เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าไปใช้งานได้จริง ในการพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้มีลักษณะเฉพาะ เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่อุ้มทอง เพราะองค์ประกอบของกราฟิกล้วนได้มาจากการถอดลักษณะทุนวัฒนธรรมประเภทโบราณวัตถุและศิลปวัตถุที่แปรเปลี่ยน มาเป็นลักษณะของกราฟิก นักออกแบบสามารถปรับภาพกราฟิกให้เหมาะสมกับ ตัวผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายได้ เพราะต่างมีเรื่องราวและกลุ่มลูกค้าที่ แตกต่างกัน ผู้วิจัยเชื่อว่าผู้เชี่ยวชาญในอาชีพต่าง ๆ ที่สนใจเรื่องทุนวัฒนธรรม จะสามารถประยุกต์หลักเกณฑ์นี้ สู่การพัฒนาในพื้นที่อื่น ๆ ได้

ผลการวิจัยสอดคล้องกับการวิจัย เรื่อง การผลานทุนวัฒนธรรมผ่านงาน ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของฝากประเทศญี่ปุ่น (ณัฐพล อันอารีย์, 2560) ที่สรุปไว้ว่า การพัฒนางานออกแบบโดยเฉพาะงานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ยังคงใช้ ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่และเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงตัวตนผ่านแนวทาง ออกแบบประยุกต์ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดในการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ดั้งเดิม และสอดคล้องกับ คัชพล จันเพชร และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2560) ที่กล่าวไว้ว่า การนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ และสังคมแก่ชุมชนและประชาชน เรื่องราวอันเป็นประวัติศาสตร์ขององค์ประกอบ ในผลิตภัณฑ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะสร้างความซาบซึ้งให้ผลิตภัณฑ์ แต่ละชิ้นมีคุณค่าอย่างยั่งยืนตลอดไปโดยปราศจากเงื่อนไขเรื่องกาลเวลา ซึ่งตรงกับ ข้อเสนอแนะของ กนิษฐา แยมโพธิ์ใช้ (2565) ที่กล่าวว่า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ระดับท้องถิ่นจำเป็นต้องคำนึงถึงรากเหง้าที่แท้จริงของชุมชน

นอกจากนี้ ทุนทางวัฒนธรรมสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชน ได้อย่างยั่งยืน ดังที่ กัญญารัตน์ แก้วกมล, นิติคุณ ท้าวทอง, สุปวีณ์ รสรื่น, อนุศิษฐ์ เพชรเชนทร์, อมรรัตน์ รัตนสุภา และจันทร์ศม์ ภูตือริยวัฒน์ (2564) ได้กล่าวสรุปไว้ว่า ทุนทางวัฒนธรรมมีมูลค่าและคุณค่าต่อการพัฒนาสังคมและ ประเทศชาติเป็นอย่างมาก การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้พัฒนาชุมชนเป็นสิ่งที่ ควรกระทำ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ วาสนา อางสาลีกรณ์, รัชฎากร

วินิจกุล และพิชญ บัญนิยม (2563) ว่าการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์เพื่อสนับสนุนเสริมรายได้ในชุมชน

ยิ่งไปกว่านั้น แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมกับสินค้าชุมชนมีความเชื่อมโยงกันอย่างลึกซึ้ง ดังที่ ปิยนถ สรรพา (2563) กล่าวไว้ว่า การสะสมและใช้ทุนทางวัฒนธรรมของผู้ประกอบการในชุมชนเป็นจุดแข็งประการหนึ่งของการต่อสู้ในตลาดสินค้า การผลักดันสินค้าที่มีทุนทางวัฒนธรรมผสมอยู่เป็นเครื่องมือที่มีพลังในการครอบงำทางอำนาจและการแบ่งชนชั้น การให้ความหมายและคุณค่ากับผู้บริโภค

ด้วยเหตุผลของความสอดคล้องที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ชุมชนนั้น ๆ มาพัฒนา ประยุกต์ และต่อยอดสู่การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยศาสตร์แห่งการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จะช่วยพัฒนาภาพลักษณ์และยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์สืบสาน และร่วมกันดำรงไว้ซึ่งรากเหง้าทางวัฒนธรรม นับได้ว่าเป็นการนำเอามรดกทางวัฒนธรรมออกมาเจียระไนด้วยกระบวนการออกแบบกราฟิก สู่การแสดงความงามแบบพรีเมียมและสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่ชุมชนผ่านองค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนครบโดยสมบูรณ์

### กิตติกรรมประกาศ

ผลงานการวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากแหล่งทุนภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 รอบที่ 1 จากสถาบันวิจัยและพัฒนา จึงใคร่ขอกราบขอบขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ไว้ ณ ที่นี้

## เอกสารอ้างอิง

- กนิษฐา แยมโพธิ์ใช้. (2565). การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลลาดใหม่ อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*. 12(1) มกราคม - เมษายน, 331 - 342.
- กัญญารัตน์ แก้วกมล, นิตติคุณ ท้าวทอง, สุปวีณ์ รสรื่น, อนุศิษฐ์ เพชรเชนทร์, อมรรัตน์ รัตนสุภา และจันทร์ศม์ ภูติอริยวัฒน์. (2564). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*. 11(1) มกราคม - มิถุนายน, 75 - 92.
- คัชพล จันเพชร, พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านซากแก้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*. 10(1) มกราคม - มีนาคม, 111 - 121.
- ณัฐพล อันอารีย์. (2560). การผสมผสานทุนวัฒนธรรมผ่านงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของฝากประเทศญี่ปุ่น. *วารสารสารสนเทศ*. 16(2) กรกฎาคม - ธันวาคม, 31 - 41.
- ปิยนดา สรรพา. (2563). กาแฟชนเผ่า ทุนทางวัฒนธรรมและการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ. *วารสารพัฒนาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. 3(1) มกราคม - มิถุนายน, 96 - 137.
- พงษ์ธร เครือฟ้า. (2562). การออกแบบเรขาคณิตสำหรับงานอีเวนต์ โดยประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรม กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี. [วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- พนมบุตร จันทรโชติ, ภัทราวรรณ ภาครส และวรางคณา เพ็ชรอุดม. (2550). *ตารางแสดงโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี* [ตาราง]. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

วาสนา อาจสา利กรรม, รัชฎากร วิวินิจฉัย และพิชญ บัญนิยม. (2563). ทุนทาง วัฒนธรรมกับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีไทดำ บ้านวังน้ำ ตำบลวังยาง อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร. *วารสาร พิภพ*. 18(2) กรกฎาคม - ธันวาคม, 270 - 287.

อุษณิษา พลศิลป์. (2566). *ตารางแสดงลักษณะขององค์ประกอบกราฟิก บนบรรจุภัณฑ์* [ตาราง]. สาขาวิชาครีเอทีฟกราฟิก คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

\_\_\_\_\_. (2566). *ตารางแสดงรูปแบบกราฟิก (Graphic Style) ที่เหมาะสม* [ตาราง]. สาขาวิชาครีเอทีฟกราฟิก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

\_\_\_\_\_. (2566). *กลยุทธ์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม* [ตาราง]. สาขาวิชาครีเอทีฟกราฟิก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

Duffy J. Hamilton, D. & Machado, V.M. (2017). *Design Guideline* [Table]. In *Relishing Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging*. Images Publishing.