



ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัย ภาพจิตรกรรมฝาผนัง วัดคงคาราม ราชบุรี

องค์ประกอบและหลักการออกแบบเพื่อสื่อสารทุนทางวัฒนธรรม ของจังหวัดราชบุรี

Elements and Design Principles for Communication of
Cultural Capital of Ratchaburi Province

พงษ์ธร เครือฟ้า¹

Phongsathorn Khruaefa

E-mail: attie.familiaridea@gmail.com

อารยะ ศรีกัลยานบุตร²

Araya Srikanlaynabuth

Received: September 17, 2019

Revised: January 29, 2020

Accepted: January 29, 2020

¹ นิสิตปริญญาเอก ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอนุมัติศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Doctoral student, Doctor of Arts Degree Creative Arts Program Faculty of Fine Arts
Chulalongkorn University.

² รองศาสตราจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Associate Professor Faculty of Fine Arts Chulalongkorn University.

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลการศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์สำหรับงานอีเวนต์ โดยประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรม โดยใช้จังหวัดราชบุรีเป็นกรณีศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อระบุทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรีและหาวิธีการออกแบบองค์ประกอบหลักการทางเรขศิลป์สำหรับงานอีเวนต์ โดยประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี การดำเนินงานวิจัยเป็นการศึกษาวรรณกรรมสังเคราะห์ข้อมูลและการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ ทำให้สามารถระบุทุนทางวัฒนธรรม ผลการศึกษาพบว่า มีทุนวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดง, ด้านงานช่างฝีมือดั้งเดิม, ด้านพิธีกรรม, ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ โดยสามารถเทียบจำแนกมาได้จาก หนึ่งใหญ่วัดขนอน, ทอผ้าชิ้นตีนจก, ปั่นโองม้งกร, แห่ข้าวแช่, สะบ้ามอญ, วัดมหาธาตุวรวิหาร, วัดถ้ำฤๅษีเขางู, วัดอรุณญิกาวาส, วัดคงคาราม, โบราณสถานโกสินารายณ์ จากที่มาของทุนนำผลไปแปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบหลักการทางเรขศิลป์ สร้างเครื่องมือวิจัยและเกณฑ์การสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ ประกอบด้วย รูปแบบการออกแบบ, แรงจูงใจ, ประเภทของสี, รูปร่างรูปทรง ที่มีความจำเป็น จากการวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏ จึงได้ผลของงานวิจัยออกมาเป็นองค์ประกอบหลักการในการออกแบบที่สอดคล้องกับการประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี ประกอบไปด้วย 10 ชุดคำตอบวิธีการออกแบบ สำหรับนำไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับนักจัดอีเวนต์ต่อไป

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม, ออกแบบเรขศิลป์, อีเวนต์

Abstract

This research is part of the results of the study on graphic design for events applying cultural capital of Ratchaburi province. The research aimed to identify the cultural capital of Ratchaburi province and find out how to create the main elements of graphic design for events. The study was conducted by reviewing literature, synthesizing gained data, and interviewing the experts in graphic design. The findings revealed that Ratchaburi province consisted of several aspects of cultural capitals: performance, traditional craftsmanship, rite, archeological site, antique,

art and artifact. The mentioned aspects of the cultural capitals were comparatively classified from a shadow play called “Nung Yai” at Wat Khanon, traditional art of “Pha Teen Jok” weaving, glazed water jar with dragon pattern, Mon’s tradition of Khao Chae, Wat Mahathat Worawihan, Wat Tham Ruesi Khao Ngu, Wat Aranyikawas, Wat Khongkharam, Kosi Narai Historical Site. The data gained were transformed into principal components of graphic design which were categorized into style, appeals, color schemes, and shape. Then, they were used to create research instruments as well as the criteria of interview questions conducted with the experts in graphic design. In addition, according to the analysis of the cultural capitals found in Ratchaburi province, the results could lead to the creation of main principles of graphic design corresponding to the application of cultural capitals of Ratchaburi province which consisted of 10 sets of graphic design process that could be used for further events.

Keywords: cultural capital, graphic design, events

บทนำ

จังหวัดราชบุรีนั้นได้รับอิทธิพลทางพระพุทธศาสนาตั้งแต่สมัยทวารวดีเป็น ประตูการค้า ซึ่งในอดีตเป็นเมืองท่าการค้าทำให้เกิดพัฒนาการตั้งแต่สมัยทวารวดี สุโขทัย อยุธยา จวบจนรัตนโกสินทร์ ความเป็นเมืองของราชบุรีก็ยังคงอยู่ มีการสะสม ทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ในสมัยอยุธยาตอนปลายได้มีการอพยพกลุ่มชาติพันธุ์ มาที่เมืองราชบุรี ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์เมืองราชบุรีมีความหลากหลาย เพราะเป็นที่ราบลุ่ม แม่น้ำ มีเทือกเขาตะนาวศรีสลับซับซ้อน ย้ายถิ่นฐานมาอยู่ในพื้นที่นี้มากขึ้น จนเกิดเป็นกลุ่มชนกลุ่มต่าง ๆ ในจังหวัดราชบุรีที่ยังปรากฏอยู่ 8 กลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งประกอบด้วย 1) มอญราชบุรี 2) ไชยราชบุรี 3) กะเหรี่ยงราชบุรี 4) เขมรราชบุรี 5) ยวนราชบุรี 6) ไทยพื้นถิ่นราชบุรี 7) ลาวเวียงราชบุรี 8) จีนราชบุรี ล้วนเป็น กลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอัตลักษณ์ทั้งทางภาษาและวัฒนธรรมเป็นของตน

กลุ่มชนที่น่าจะเป็นกลุ่มชนดั้งเดิมในยุคแรกเริ่มคือ กลุ่มชนไทยพื้นถิ่นโพหัก ในช่วงอาณาจักรทวารวดีและกลุ่มชนเขมร (ขอม) ซึ่งอารยธรรมขอม นักวิชาการไทย

ยอมรับว่าอาณาจักรเจนละของขอมเรืองอำนาจในบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาเรื่อยไปจนถึงประเทศกัมพูชาก่อนที่จะเกิดการรวมอำนาจจนสร้างบ้านเมืองเป็นอาณาจักรสุโขทัย และรักษาอำนาจเรื่อยมาจนถึงอาณาจักรอยุธยา กลุ่มคนที่น่าจะเข้ามาติดต่การค้าขายและเข้ามาสร้างความเจริญในพื้นที่จังหวัดราชบุรี กลุ่มต่อมาคือ คนจีน เกิดการผสมผสานทางชาติพันธุ์ผ่านการแต่งงานของกลุ่มชนทั้ง 3 กลุ่มในช่วงเวลาดังกล่าวจนถึงสมัยอาณาจักรอยุธยาตอนกลาง กลุ่มชาติพันธุ์มอญเริ่มเข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดราชบุรี โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ติดกับจังหวัด กาญจนบุรี ในลักษณะการถูกกวาดต้อนในการทำสงครามระหว่างไทยกับพม่า รามัญ เมื่อถึงช่วงสมัยอยุธยาตอนปลาย กลุ่มชนที่ถูกกวาดต้อนจากการทำสงครามโดยบุคคลที่รู้จักในชื่อหลวงยกกระบัตรเมืองราชบุรีหรือ ล้นเกล้ารัชกาลที่ 1 เป็นผู้บัญชาการรบ ทำให้กลุ่มชนที่เป็นชาวลาวเวียง ไทยวน กะเหรี่ยง เขมร (จากเมืองพระตะบอง) และไทยโซ่งเข้ามาในลักษณะครอบครัวในพื้นที่จังหวัดราชบุรี สระบุรี และเพชรบุรี (Luealamai, 2004) และจากการศึกษาวิจัยของ (Jindamaneerajana, 1993) ได้ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา พัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชนต่าง ๆ ลุ่มน้ำแม่กลอง บ้านโป่ง บ้านเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี โดยมุ่งเน้นศึกษาประวัติศาสตร์จากภายใน เฉพาะเรื่องราวของคนท้องถิ่นที่ไม่ปรากฏในเอกสารส่วนกลาง ซึ่งผลการศึกษา ก็พบว่า จากความอุดมสมบูรณ์ของลุ่มน้ำแม่กลอง และการเป็นเส้นทางการค้าขายทั้งภายในและภายนอก ทำให้กลุ่มคนต่าง ๆ ทั้งกลุ่มคนมอญ ลาว เขมร ไทยวน กะเหรี่ยงและจีนอพยพเข้ามาอยู่บริเวณนี้ตั้งแต่สมัยทวารวดี ลพบุรี อยุธยา ธนบุรีและรัตนโกสินทร์ จะเห็นได้ว่าจากการศึกษาประวัติศาสตร์เมืองราชบุรีจะพบว่า มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย แต่ละกลุ่มชาติพันธุ์จะมีวัฒนธรรมเป็นของตนเองที่โดดเด่นดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งปัจจุบันวัฒนธรรมดังกล่าวยังคงอยู่บางส่วนทำให้เป็นต้นทุนวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรีในการบอกเล่าเรื่องราว ดังนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของทุนวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายที่ยังคงอยู่และบางส่วนกำลังถูกกลืนเลือน มาส่งเสริมอัตลักษณ์ของจังหวัดราชบุรีโดยประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรม

ความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม คือ สายใยของความหมายที่ถักทอขึ้นในตัวมนุษย์ การวิเคราะห์วัฒนธรรมจึงไม่ใช่การวิเคราะห์หากฎเกณฑ์ต่าง ๆ โดยการศึกษาแบบวิทยาศาสตร์กายภาพแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นการเสาะหาความหมายและการตีความหมายเพื่อค้นหาคุณค่าที่แท้จริงของวัฒนธรรมนั้น ๆ ที่เป็น

พลังสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม ชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ เหมือนเช่นแมงมุมที่เป็นตาข่าย เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงเป้าหมายที่เป็นความต้องการของวัฒนธรรม โดยทุนวัฒนธรรมดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลง ผกผันไปตามการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ในยุคสมัยต่าง ๆ (Rabibhadana, 2008) ซึ่งกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (Ministry of Thai Culture, 2016) ได้แบ่งทุนวัฒนธรรมเป็น 7 ประเภทดังนี้ 1) ภาษา 2) วรรณกรรมพื้นบ้าน 3) ศิลปะการแสดง 4) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล 5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 6) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล 7) กีฬา ภูมิปัญญาไทย โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์ทุนวัฒนธรรมจากกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดราชบุรี โดยเลือกศึกษาทุนวัฒนธรรมตั้งแต่สมัยทวารวดีจนถึงรัตนโกสินทร์ เพื่อนำมาศึกษาวิจัยครั้งนี้

จากการที่กระทรวงวัฒนธรรมได้ร่างกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี กรอบทิศทางตามนโยบายการพัฒนาสู่ประเทศไทย 4.0 กรอบทิศทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) รวมทั้งข้อคิดเห็นจากสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศที่เกี่ยวข้องด้านวัฒนธรรม และบริบทการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ดังนั้น จังหวัดราชบุรี จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาจังหวัดราชบุรี 4 ปี (2561-2564) ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่ส่งเสริมและพัฒนาเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยว พัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สร้างสรรค์สังคมที่บูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และเชิงเกษตรสู่ความมั่นคงอย่างยั่งยืน ดังนั้นการพัฒนาจะเป็นสองรูปแบบ ดังนี้ 1. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์มรดกไทยหัวใจแผ่นดิน (เมืองคูบัว) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (สวนผึ้ง, จอมบึง, บ้านคา, บางแพ) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวิถีไทยวิถีถิ่นสายน้ำ (ดำเนินสะดวก, วัดเพลง) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนไทยดั้งเดิม (บ้านโพหัก, ไทยพูนถิ่น) 2. พัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่วัยทำงาน เพื่อเน้นกิจกรรมการพักผ่อนในเชิงการเรียนรู้สร้างสรรค์

จากยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์จังหวัด และต้นทุนทาง

วัฒนธรรมของจังหวัดที่มีคุณค่าและมีความสำคัญ ประกอบกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดรูปแบบของการจัดกิจกรรมอีเวนต์เกิดขึ้นในจังหวัดมากขึ้น เพราะการจัดกิจกรรมอีเวนต์นั้นสามารถสร้างแรงจูงใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน อีกทั้งลักษณะของการจัดงานอีเวนต์ที่ประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน ผู้วิจัยได้ศึกษาทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรีและใช้เกณฑ์การแบ่งทุนทางวัฒนธรรมของ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ในการนำมาใช้ในการสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของจังหวัด โดยการนำทุนไปประยุกต์ใช้นั้น เพื่อหาหลักการองค์ประกอบทางการออกแบบนำชุดเรขศิลป์ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปร่างการค้า กิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการจัดอีเวนต์ของจังหวัดราชบุรีให้มีภาพลักษณ์โดดเด่น เช่น งานเทศกาลประจำปี, งานกิจกรรมแข่งขันกีฬา, งานประจำจังหวัด, งานประจำอำเภอหรืองานเทศกาลดนตรี เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เพื่อใช้ในการสื่อสาร ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พัฒนาศักยภาพสินค้าและบริการกิจกรรมทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและนานาชาติ โดยใช้มิติทางวัฒนธรรมสามารถพัฒนาศักยภาพแหล่งศิลปวัฒนธรรม ที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทย เป็นการสร้างสมดุลระหว่างทุนทางธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวในบริบทสากลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและระบุทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อหาแนวทางออกแบบองค์ประกอบทางและหลักการออกแบบเรขศิลป์สำหรับงานอีเวนต์ ที่เหมาะสมกับทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการเตรียมการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 วิเคราะห์แนวคิดและประเภทของทุนวัฒนธรรม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ หนังสือ ตำราประวัติศาสตร์จังหวัดราชบุรี งานวิจัยเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี
 - 1.2 ศึกษาแนวคิดและรูปแบบการออกแบบเรขศิลป์สำหรับงานอีเวนต์

โดยการประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ อาจารย์ นักวิชาการและนักออกแบบ

1.3 หาเกณฑ์วิธีการนำองค์ประกอบทางเรขศิลป์สำหรับงานอีเวนต์ ที่ประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรมไปใช้สื่อสารในงานออกแบบสำหรับอีเวนต์

2. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

2.1 ศึกษาข้อมูลประเภทเอกสาร บทความ ตำรา วิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมมาสังเคราะห์

2.2 รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในการสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี ที่ความเชื่อมโยงต่อการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในจังหวัดราชบุรี

2.3 การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกรออกแบบเรขศิลป์ นักวิชาการ อาจารย์ ในการหาองค์ประกอบและหลักการออกแบบทางเรขศิลป์

3. ขั้นตอนการออกแบบ และสรุปผลการวิจัย

3.1 แนวทางสำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานจากองค์ประกอบแนวคิดทางเรขศิลป์ ตามแนวคิดทางทฤษฎีของงานวิจัย ออกมาเป็นแนวทางในการสื่อสาร

3.2 การสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การปรากฏทุนทางวัฒนธรรมเพื่อใช้ในการบูรณาการวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรีนั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวคิดของทุนทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่แล้ว จะมีความสัมพันธ์กันในเรื่องของวิถีชีวิต ความเชื่อ สิ่งที่ยึดถือปฏิบัติ ความเป็นศิลปะ นิยม ที่มีมาแต่เดิมสมัยทวารวดี สุโขทัย อยุธยา จวบจนมาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ปัจจุบัน ซึ่งสิ่งที่ส่งผลให้ความเป็นเมืองของราชบุรีนั้นยังคงอยู่คือการสั่งสมสะสมความเป็นตัวตนทางวัฒนธรรมไว้อยู่เป็นอย่างมาก เนื่องจากในสมัยอยุธยาตอนปลายได้มีการอพยพกลุ่มชาติพันธุ์มาที่เมืองราชบุรี ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์ของจังหวัดราชบุรีมีความหลากหลายซึ่งประกอบไปด้วย 8 ชาติพันธุ์ด้วยกันคือ ไทยพื้นถิ่นราชบุรี, ไทยเชื้อสายจีน,

ไท-ยวน, มอญ, เขมร, ลาวเวียง, กะเหรี่ยง, ไทดำ (ไทยทรงดำ หรือชาวโซ่ง) ที่ทำให้ส่งผลกระทบต่อความเป็นมาของทุนทางวัฒนธรรม ทำให้แบ่งทุนวัฒนธรรมทางด้านความต่างนั้นจะไม่ได้มีความแตกต่างกันชัดเจนมากนัก ล้วนเกิดจากสิ่งต่างรอบตัวที่มนุษย์นั้นได้สัมผัส เกิดเป็นมรดกสืบทอดต่อกันมาจนฝังรากลึก ทั้งในส่วนด้านวัตถุ สิ่งที่ต้องจับต้องได้ และด้านจิตใจ สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ซึ่งเห็นได้ชัดมากกว่า แต่รับรู้และถือปฏิบัติกันมาเป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนในพื้นที่ท้องถิ่นสังคมนั้นว่าดีงาม เกิดเป็นคุณค่าขึ้นมาอย่างมีคุณค่ายิ่ง

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ การรวบรวมศึกษาข้อมูลในส่วนนี้มาจากการศึกษาค้นคว้าวรรณกรรม เอกสาร ตำรา ที่มีความเกี่ยวข้อง สอดคล้องและการสัมภาษณ์ผู้รู้ หลังจากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้มานำมาเปรียบเทียบ วิเคราะห์สังเคราะห์ โดยหลังจากสกัดข้อมูลด้วยผู้วิจัยเองในเบื้องต้นและได้นำข้อมูลที่ได้นั้นนำไปสัมภาษณ์สอบถามตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี จำนวน 3 ท่าน ในการสัมภาษณ์หาข้อสรุปด้วยการเปรียบเทียบการนิยามทุนทางวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (Ministry of Thai Culture, 2016) ได้แบ่งทุนวัฒนธรรมเป็น 7 ประเภทดังนี้ 1) ภาษา 2) วรรณกรรม พื้นบ้าน 3) ศิลปะการแสดง 4) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรมและงานเทศกาล 5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 6) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล 7) กีฬา ภูมิปัญญาไทย โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ซึ่งมีความเหมาะสมใกล้เคียง สอดคล้องกับบริบทของจังหวัดราชบุรีและประเทศไทยมากที่สุดและจากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญนั้นได้ให้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกันในการระบุทุนทางวัฒนธรรมที่ยังปรากฏชัดเจนของจังหวัดราชบุรีประกอบด้วย 4 ทุนทางวัฒนธรรมดังนี้

1. ทุนทางวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดง
 - 1.1 การแสดงหนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม
2. ทุนทางวัฒนธรรมด้านงานช่างฝีมือดั้งเดิม
 - 2.1 ภูมิปัญญาการสร้างตัวหนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม
 - 2.2 ภูมิปัญญาการทอผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว
 - 2.3 ภูมิปัญญาการปั้นโอ่งมังกร เครื่องเคลือบดินเผา อำเภอเมืองราชบุรี
3. ทุนทางวัฒนธรรมด้านแนวทางปฏิบัติทางสังคมพิธีกรรมและงานเทศกาล
 - 3.1 การประกอบพิธีกรรมการแห่ข้าวแช่ อำเภอบ้านโป่ง

3.2 การเล่นสะบ้ามอญในเทศกาลสงกรานต์ ตำบลบ้านวัดม่วง อำเภอ
บ้านโป่ง

4. ทูทางวัฒนธรรมด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ

4.1 วัดมหาธาตุวรวิหาร อำเภอเมือง ซึ่งปรากฏพระพุทธรูปพระชัยพุทธ
มหานาค พระปรางค์นาคปรก สะดุ้งมาร ศิลปะสมัยทวารวดี

4.2 วัดถ้ำฤๅษีเขาสูง อำเภอเมือง ซึ่งปรากฏพระพุทธรูปนั่งห้อยพระบาท
แสดงปางวิตรรกะหรือปางแสดงธรรม-เทศนา มีจารึกอักษรปัลลวะ ระหว่างข้อพระบาท
สร้างขึ้นสมัยทวารวดี

4.3 วัดอรัญญิกาวาส อำเภอเมือง ซึ่งปรากฏพระปรางค์ใหญ่อยู่
ตรงกลางและปรางค์เล็กอยู่บริเวณรอบทั้ง 4 มุม เป็นศิลปะสมัยอยุธยา

4.4 วัดคงคาราม อำเภอโพธาราม ปรากฏหลักฐานภาพจิตรกรรมฝาผนัง
สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลายต่อกรุงธนบุรี

4.5 โบราณสถานโกสินารายณ์ อำเภอบ้านโป่ง ซึ่งปรากฏหลักฐาน
จอมปราสาทเมืองโบราณ สระน้ำศักดิ์สิทธิ์ โบราณวัตถุปูนปั้นพระพุทธรูปพระโพธิสัตว์
อวโลกิเตศวรเปล่งรัศมี เป็นศิลปะการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมเขมรกับวัฒนธรรม
ทวารวดี

2. ในการออกแบบองค์ประกอบทางเรขศิลป์สำหรับงานอีเวนต์ เพื่อจะนำ
ประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี นั้นทางผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล
แนวคิด เอกสาร วรรณกรรมเกี่ยวกับเรขศิลป์สำหรับงานอีเวนต์ นำมาประกอบเป็นการ
ออกแบบการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและนักจัดอีเวนต์ทั้งหมด 6
ท่าน ในการสอบถามความคิดเห็นความจำเป็นในส่วนของงานออกแบบเรขศิลป์ ที่ต้อง
ใช้ในการจัดอีเวนต์ ทำให้ได้ข้อสรุปที่มีความเห็นตรงกันว่าในการจัดอีเวนต์แต่ละครั้งสิ่ง
ที่จำเป็นต้องมีประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ การใช้แรงจูงใจ (Appeal), การใช้สไตล์
(Style), รูปแบบการใช้สี (Color Schemes) และ การใช้รูปทรง (Shape) หลังจากนั้น
ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาทบทวนวรรณกรรมที่มีความเกี่ยวข้องเทียบเคียงกันสังเคราะห์
ออกมาได้ข้อสรุปดังตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงถึงการสำรวจสังเคราะห์แนวคิดรูปแบบการใช้แรงจูงใจ (Appeal)

Type of Appeals	Onrawan Pilanawat (2011)	Patrice Wimbush (2019)	Bhumika Ratan (2015)	Alethea Middleton (2018)	Nijaz N (2014)	ยอดรวม
1.การใช้ความกลัว (Fear Appeal)	●	●	●	●	●	5
2. การใช้เชิงบวก (Positive Appeal)	●		●	●	●	4
3. การใช้เชิงลบ (Negative Appeal)	●		●			2
4. การใช้อารมณ์ขัน (Humor Appeal)	●	●	●	●	●	5
5. การใช้บุคคล (Personal Appeal)				●	●	2
6. การใช้ความโกรธ (Anger Appeal)	●					1
7. การใช้รางวัล (Rewards Appeal)	●					1
8. การใช้แรงจูงใจ (Motivational Appeal)	●					1
9. การใช้ศีลธรรม (Moral Appeal)			●			1
10. การโน้มน้าวและสังคม (Social Appeal)		●		●	●	3
11. การรับรองคุณภาพ (Endorsement Appeal)				●	●	2
12. การใช้ความรู้สึกทางเพศ (Sexual Appeal)		●		●	●	3
13.การใช้ความรู้สึก รัก หลงใหล เสน่ห์หา (Romantic Appeal)				●	●	2
14. การใช้ความหนุ่มสาว (Youth Appeal)				●	●	2
15.การใช้ การผจญภัย ความน่าตื่นเต้น (Adventure Appeal)				●	●	2
16. แสดงถึงความเป็นที่นิยม (Popularity Appeal)				●		1
17. จังหวะดนตรี สร้างความรู้สึก (Musical Appeal)				●	●	2
18. การใช้ความเห็นอกเห็นใจความเข้าใจ (Empathy Appeal)				●	●	2
19. การใช้การแสดงศักยภาพ (Potential Appeal)				●		1
20.การใช้ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Appeal)				●	●	2
21.การใช้การแก้ปัญหาด้วยสินค้า (Pain Solution)				●		1
22.การใช้การ ทำให้ดูหายาก มีจำกัด (Scarcity Appeal)		●	●	●	●	4
23. การใช้ข้อมูลเชิงตัวเลข สถิติ (Statistics Appeal)				●	●	2
24. การใช้รางวัลการันตี (Testimonial Appeal)		●	●	●	●	4
25. การใช้การเปรียบเทียบ (Contrasting Appeal)				●		1
26. การใช้แสดงถึงสถานภาพ (Status Appeal)				●		1
27. การใช้การแสดงความเป็นจริงให้กับตราสินค้า (Transparent Appeal)				●		1
28. การใช้ความสวยงามผลิตภัณฑ์ (Beauty Appeal)		●			●	3
29. การใช้ความธรรมดาในความเป็นธรรมชาติ (Natural Appeal)				●	●	2
30. การใช้การแสดงหัวสูง (Snob Appeal)					●	1
31. การใช้การบอกข้อเสียเพื่อให้อยากปรับปรุง (Less than Perfect Appeal)					●	1
32. การใช้การเล่นคำ (Play on Words)					●	1

หมายเหตุ: การทบทวนของผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ไว้ว่าจะนำทั้ง 32 รูปแบบ เพื่อทำชุดสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญต่อไป

ตารางที่ 2 ตารางแสดงถึงการสำรวจสังเคราะห์แนวคิดรูปแบบการใช้สไตล์ (Style)

Type of Style	Meg Reid (2019)	Inkbot Design (2019)	99Design (2019)	Infographic Design Team (2018)	RYAN MCCREADY (2019)	ยอดรวม
1. 3D design and Typography	●	●	●	●		4
2. Asymmetrical layouts	●	●				2
3. Art Deco	●	●				2
4. Modern Mid-Century Modern (Bauhaus)	●	●				2
5. The evolution of duotones and gradients	●	●			●	3
6. Warm and moody color palettes for photos	●					1
7. Custom illustrations lighten up	●	●	●	●	●	5
8. Buxom serifs fonts	●	●				2
9. Open compositions	●	●				2
10. Isometric design	●					1
11. Pictogram logos		●				2
12. Mainstream Futuristic Influences		●				1
13. Light and Dark Colour Scheme Variations		●			●	2
14. Colourful Minimalism		●			●	2
15. Experimental Typography		●	●	●	●	4
16. Abstract			●	●		2
17. Clean and minimalist / Minimalism			●	●		2
18. Conceptual Art / Graphic			●	●		2
19. Feminine (ดูเป็นผู้หญิง)			●	●		2
20. Masculine (ดูเป็นผู้ชาย)			●	●		2
21. Fun and playful			●	●		2
22. Geometric			●	●		2
23. Grunge (แนวคิดผสมระหว่าง Punk และ Casual)						2
24. Luxurious			●	●		2
25. Flat			●	●		2
26. Organic and natural			●			1
27. Photorealism Illustrations (สมจริง)			●	●		2
28. Professional / corporate			●			1
29. Vintage / Retro			●	●		2
30. Pops of Vivid Colors					●	1
31. Authentic and Genuine					●	1

หมายเหตุ: การทบทวนของผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ไว้ว่าจะนำทั้ง 31 รูปแบบ
เพื่อทำชุดสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญต่อไป

ตารางที่ 3 ตารางแสดงถึงการสำรวจสังเคราะห์แนวคิดรูปแบบการใช้สี (Color Principles)

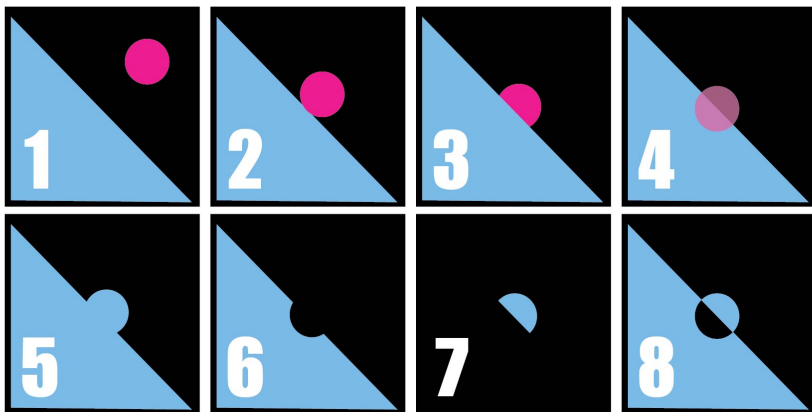
Type of Color Principles	Janie Kliever (2019)	Worrapob Parboonpasent (2015)	Mihir Patkar (2014)	JANET L. FORD SHALLBETTER (2013)	Gareth David (2018)	ยอดรวม
1. สีหลัก (Primary)			●	●	●	3
2. สีรอง (Secondary)			●	●	●	3
3. สีตติยภูมิ (Tertiary Color)				●	●	2
4. สีเดี่ยว (Monochromatic)	●	●	●	●	●	5
5. สีใกล้เคียง (Analogous)	●	●	●	●	●	5
6. สีคู่ตรงข้าม (Complementary)	●	●	●	●	●	5
7. สีใกล้เคียงสีคู่ตรงข้าม (Split-complementary)	●	●	●	●	●	5
8. สีสมมูลสามเหลี่ยมในวงล้อสี (Triadic)	●	●	●	●	●	5
9. สีตัดกันของคู่สีตรงข้าม (Rectangular Tetradic, Double-Complementary)	●	●	●	●	●	5

หมายเหตุ: การทบทวนของผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ไว้ว่าจะนำทั้ง 9 รูปแบบ เพื่อทำชุดสอบถาม สำหรับผู้เชี่ยวชาญต่อไป

ในส่วนของการใช้รูปร่างและรูปทรง (Shape) ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดพื้นฐานของการออกแบบในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของรูปร่าง (Lundgren, 2018) เป็นการออกแบบที่ใช้จุดเส้นระนาบพื้นที่สี่เหลี่ยมและพื้นผิว หลักการออกแบบและหลักการทางทัศนศิลป์ล้วนสร้างขึ้นโดยใช้อ็องค์ประกอบเหล่านี้เป็นตัวช่วย ด้วยลักษณะของเส้นรูปร่างสีและพื้นผิวถูกจัดเรียงในพื้นที่ที่กำหนดวางตำแหน่งที่จุดต่าง ๆ โดยอาศัยระนาบของการมองเห็นซึ่งมีสัมพันธ์กับกันและกันและต่อพื้นที่การออกแบบทั้งหมด

ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่จะต้องออกแบบนำไปใช้กับหลักการจัดวางรูปร่างเพื่อเกิดความความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน พื้นที่การออกแบบหรือที่เรียกว่า (Space) ออกมาได้ อย่างมีความหมาย ลักษณะความสัมพันธ์ของรูปร่างเหล่านี้ช่วยให้เราสร้างและทำความเข้าใจพื้นที่รูปร่างรูปทรงของรูปแบบ และสามารถรวมกันได้อย่างหลากหลายวิธี ซึ่งหลักการนี้มีความครอบคลุมสอดคล้องกับหลักการจัดวางองค์ประกอบศิลป์มากที่สุด ด้วยการใช่วิธีการสำคัญทั้ง 8 วิธีการด้วยกัน คือ 1) การแยกออก (Detached), 2) การแตะสัมผัส (Touching), 3) การเหลื่อมทับกัน (Overlapped), 4) การแทรกซึม (Interpenetration), 5) การรวมเป็นผืนแผ่นเดียวกัน (United), 6) การลบ (Subtraction),

7) การตัดตามสิ่งที่ขวาง (Intersection), 8) การทับซ้อนแบ่งแยก (Division) ปรากฏ
 ดังภาพประกอบ ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวคิดพื้นฐานการออกแบบในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์
 ของรูปร่างของ Alvalyn Lundgren
 ที่มา: ออกแบบเรียบเรียงใหม่โดยผู้วิจัย

ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบเรขาคณิตเหล่านี้ออกแบบชุดแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด จาก 10 บริษัทที่พบ ซึ่งประกอบไปด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับการแสดงและการสร้างหนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม, ภูมิปัญญาการทอผ้าชิ้นตีนจก ตำบลคูบัว, ภูมิปัญญาการปั้นโอ่งมังกร เครื่องเคลือบดินเผา อำเภอเมืองราชบุรี, พิธีกรรมการแห่ข้าวแช่ อำเภอบ้านโป่ง, การเล่นสะบ้ามอญ ตำบลบ้านวัดม่วง อำเภอบ้านโป่ง, วัดมหาธาตุวรวิหาร อำเภอเมือง, วัดถ้ำฤๅษีเขาสูง อำเภอเมือง, วัดอรัญญิกาวาส อำเภอเมือง, วัดคงคาราม อำเภอโพธาราม, โบราณสถานโกสินารายณ์ อำเภอบ้านโป่ง ในการเก็บข้อมูลผู้เชี่ยวชาญแบบจำเพาะเจาะจงทางด้านกราฟิกดีไซน์ (Graphic Designer) นักวิชาการอาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนในสาขาวิชาเกี่ยวกับข้อกับการออกแบบเรขาคณิต และนักออกแบบจัดการอีเวนต์ (Creative Event Design) จำนวนรวม 11 ท่าน ผลปรากฏสรุปตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4 ผลสรุปคำตอบค่าร้อยละสูงสุดจาก 10 สถานที่ ที่มีบริบททางวัฒนธรรม
ตอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน

ชุดแบบสอบถาม สถานที่ 10 บริบททางวัฒนธรรม	ผลค่าเฉลี่ยสูงสุดของ การใจแรงจูงใจ (Appeal)	ผลค่าเฉลี่ยสูงสุดของ การใช้สไตล์ (Style)	ผลค่าเฉลี่ยสูงสุดของ การใช้รูปแบบของสี (Color Principles)	ผลค่าเฉลี่ยสูงสุดของ การใช้รูปทรง (Shape)
1. การแสดงและการสร้างหนังใหญ่วัดหนอง อำเภอโพธาราม	ร้อยละ 100 จากการใช้ความ หายาก มีจำกัด (Scarcity Appeal)	ร้อยละ 81.8 จาก Light and Dark Colour Scheme Variations	ร้อยละ 72.7 จากการใช้สีใกล้เคียง (Analogous)	ร้อยละ 81.8 การแยกออก (Detached)
2. ภูมิปัญญาการทำผ้าขึ้นต้นจก ตำบลคูบัว	ร้อยละ 100 จากการใช้ความ สวยงามผลิตภัณฑ์ (Beauty Appeal)	ร้อยละ 81.8 Open compositions, Feminineและ Geometric	ร้อยละ 100 จากการใช้สีตติยภูมิ (Tertiary Color)	ร้อยละ 72.7 การแตะสัมผัส (Touching) และ การทับซ้อนแบ่งแยก (Division)
3. ภูมิปัญญาการปั้นโถมั่งกร เครื่องเคลือบ ดินเผา อำเภอเมืองราชบุรี	ร้อยละ 90.9 จากการใช้เชิงบวก (Positive Appeal) และ การใช้การแสดง ศักยภาพ (Potential Appeal)	ร้อยละ 100 3D design and Typography	ร้อยละ 100 จากการใช้สีใกล้เคียง (Analogous)	ร้อยละ 63.6 การแตะสัมผัส (Touching)
4. การประกอบพิธีกรรมการแห่ข้าวแช่ อำเภอบ้านโป่ง	ร้อยละ 90.9 จากการใช้เชิงบวก (Positive Appeal)	ร้อยละ 90.9 Organic and natural	ร้อยละ 100 จากการใช้สีตติยภูมิ (Tertiary Color)	ร้อยละ 81.8 การแยกออก (Detached)
5. การเล่นละเล่นอยู่ ตำบลบ้านวัดม่วง อำเภอบ้านโป่ง	ร้อยละ 100 จากการใช้เชิงบวก (Positive Appeal) และการใช้ความหนุ่มสาว (Youth Appeal)	ร้อยละ 81.8 Fun and playful	ร้อยละ 81.8 จากการใช้สีตติยภูมิ (Tertiary Color)	ร้อยละ 100 การแตะสัมผัส (Touching)
6. วัดมหาธาตุวรวิหาร อำเภอเมือง	ร้อยละ 100 จากการใช้เชิงบวก (Positive Appeal)	ร้อยละ 63.6 3D design and Typography, Buxom serifs fontsและ Vintage / Retro	ร้อยละ 81.8 จากการใช้สีใกล้เคียง (Analogous)	ร้อยละ 90.9 การแตะสัมผัส (Touching)
7. วัดถ้ำฤๅษีเขวง อำเภอเมือง	ร้อยละ 90.9 เชิงบวก (Positive Appeal), การใช้ความ ธรรมดาในความเป็น ธรรมชาติ (Natural Appeal)และ การผจญภัย ความน่าตื่นเต้น (Adventure Appeal)	ร้อยละ 81.8 Conceptual Art / Graphic	ร้อยละ 81.8 การใช้สีเดียว (Monochromatic)	ร้อยละ 90.9 การแยกออก (Detached) และ การแตะสัมผัส (Touching)
8. วัดอรุณกวางาศ อำเภอเมือง	ร้อยละ 100 จากการใช้เชิงบวก (Positive Appeal)	ร้อยละ 81.8 Clean and minimalist / Minimalism	ร้อยละ 81.8 จากการใช้สีใกล้เคียง (Analogous)	ร้อยละ 90.9 การแยกออก (Detached)
9. วัดคงคาราม อำเภอโพธาราม	ร้อยละ 90.9 เชิงบวก (Positive Appeal)และ การใช้ศีลธรรม (Moral Appeal)	ร้อยละ 72.7 Art Deco	ร้อยละ 100 จากการใช้สีตติยภูมิ (Tertiary Color)	ร้อยละ 81.8 การแยกออก (Detached)
10. โบราณสถานโกสินารายณ์ อำเภอบ้านโป่ง	ร้อยละ 81.8 จากการใช้เชิงบวก (Positive Appeal)	ร้อยละ 81.8 Conceptual Art / Graphic	ร้อยละ 81.8 จากการใช้สีใกล้เคียง (Analogous)	ร้อยละ 81.8 การแยกออก (Detached)

หมายเหตุ: ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ไว้ว่าผลร้อยละที่มีค่าสูงสุดในกลุ่มคำตอบ
จะนำไปใช้ในงานออกแบบ

สรุปผลการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์นั้น ทำให้ได้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกันทำให้สามารถระบุทิศทางวัฒนธรรมที่มาจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในจังหวัดราชบุรีประกอบด้วย 4 ทิศทางวัฒนธรรม คือ ทิศทางวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดง, ทิศทางวัฒนธรรมด้านงานช่างฝีมือดั้งเดิม, ทิศทางวัฒนธรรมด้านแนวทางปฏิบัติทางสังคมพิธีกรรมและงานเทศกาล, ทิศทางวัฒนธรรมด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ซึ่งปรากฏอยู่ใน 10 บริบทสถานที่ด้วยกัน หนึ่งใหญ่วัดখনอน, ทอผ้าขึ้นตีนจก, การปั้นโอ่งมังกร, การแห่ข้าวแช่, สะบ้ามอญ, วัดมหาธาตุวรวิหาร, วัดถ้ำฤๅษีเขางู, วัดอรัญญิกาวาส, วัดคงคาราม, โบราณสถาน โกลสินารายณ์

ข้อสรุปผลการวิจัยในส่วนของหลักในการจัดอีเวนต์ที่ต้องนำไปใช้ในการออกแบบมีส่วนประกอบ 4 ปัจจัยหลักด้วยกันซึ่งผลจากการสังเคราะห์วรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยพบว่า การใช้แรงจูงใจ (Appeal) ปรากฏ 32 ประเภท, การใช้สไตล์ (Style) ปรากฏ 31 ประเภท, การใช้รูปแบบของสี (Color Principles) ปรากฏ 9 ประเภท และ การใช้รูปทรง (Shape) ปรากฏ 31 ประเภท ในส่วนของการสรุปผลการเก็บข้อมูลผู้เชี่ยวชาญแบบจำเพาะเจาะจงทางด้านการออกแบบเรขาคณิต 11 ท่าน ทำให้ได้ข้อสรุปผลการวิจัยจากองค์ประกอบหลักการในการออกแบบที่สอดคล้องกับทิศทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรีจะประกอบด้วย 10 รูปแบบในการไปใช้ในการออกแบบเรขาคณิตสำหรับอีเวนต์ดังนี้

1. การแสดงและการสร้างหนึ่งใหญ่และการทำหนึ่งใหญ่วัดখনอน อำเภอโพธาราม ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 100 ควรใช้วิธีการทำให้ดูหายากมีจำกัด, การใช้สไตล์ ร้อยละ 81.8 ควรใช้แบบ Light and Dark Colour Scheme Variations, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 72.7 ควรใช้สีใกล้เคียง และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 81.8 ควรใช้การแยกออก

2. ภูมิปัญญาการทอผ้าขึ้นตีนจก ตำบลคูบัว ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 100 ควรใช้วิธีการใช้ความสวยงามผลิตภัณฑ์, การใช้สไตล์ ร้อยละ 81.8 ควรใช้แบบ Open compositions, Feminine และ Geometric, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 100 ควรใช้สีตัดยภูมิ และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 72.7 ควรใช้วิธีการเตะสัมผัสและการทับซ้อนแบ่งแยก

3. ภูมิปัญญาการปั้นโอ่งมังกร เครื่องเคลือบดินเผา อำเภอเมือง ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 90.9 ควรใช้วิธีการใช้เชิงบวก และการใช้วิธีการแสดง ศักยภาพ, การใช้สไลด์ ร้อยละ 100 ควรใช้แบบ 3D design and Typography, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 100 ควรใช้สีใกล้เคียง และการใช้รูปทรง ร้อยละ 63.6 ควรใช้วิธีการแกะสลัก

4. การประกอบพิธีกรรมการแห่ข้าวแช่ อำเภอบ้านโป่ง ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 90.9 ควรใช้วิธีการใช้เชิงบวก, การใช้สไลด์ ร้อยละ 90.9 ควรใช้แบบ Organic and natural, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 100 ควรใช้สีใกล้เคียง และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 63.6 ควรใช้วิธีการแกะสลัก

5. การเล่นสะบ้ามอญ ตำบลบ้านวัดม่วง อำเภอบ้านโป่ง ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 100 ควรใช้วิธีการใช้เชิงบวกและการใช้ความหนุ่มสาว, การใช้สไลด์ ร้อยละ 81.8 ควรใช้แบบ Fun and playful, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 81.8 ควรใช้สีตัดตยภูมิ และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 100 ควรใช้วิธีการแกะสลัก

6. วัดมหาธาตุวรวิหาร อำเภอเมือง ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 100 ควรใช้วิธีการใช้เชิงบวก, การใช้สไลด์ ร้อยละ 63.6 ควรใช้แบบ 3D design and Typography, Buxom serifs fontsและVintage / Retro, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 81.8 ควรใช้สีใกล้เคียง และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 90.9 ควรใช้วิธีการแกะสลัก

7. วัดถ้ำฤๅษีเขาสูง อำเภอเมือง ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 90.9 ควรใช้วิธีการใช้เชิงบวก, การใช้ความธรรมดาในความเป็นธรรมชาติ และการผจญภัย ความน่าตื่นเต้น, การใช้สไลด์ ร้อยละ 81.8 ควรใช้แบบ Conceptual Art / Graphic, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 81.8 ควรใช้สีเดียว และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 90.9 ควรใช้วิธีการแยกออกและการแกะสลัก

8. วัดอรุณกาวาส อำเภอเมือง ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 100 ควรใช้วิธีการใช้เชิงบวก, การใช้สไลด์ ร้อยละ 81.8 ควรใช้แบบ Clean and minimalist/Minimalism, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 81.8 ควรใช้สีใกล้เคียง และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 90.9 ควรใช้วิธีการแยกออก

9. วัดคงคาราม อำเภอโพธาราม ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 90.9 ควรใช้วิธีการใช้เชิงบวกและการใช้ศีลธรรม, การใช้สไลด์ ร้อยละ 72.7 ควรใช้แบบ

Art Deco, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 100 ควรใช้สีตัดยภูมิ และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 81.8 ควรใช้วิธีการแยกออก

10. โบราณสถานโกสินารายณ์ อำเภอบ้านโป่ง ผลสรุปเป็นการใช้แรงจูงใจ ร้อยละ 81.8 ควรใช้วิธีการใช้เชิงบวก, การใช้สไตล์ ร้อยละ 81.8 ควรใช้แบบ Conceptual Art / Graphic, รูปแบบของการใช้สี ร้อยละ 81.8 ควรใช้สีใกล้เคียง และลักษณะการใช้รูปทรง ร้อยละ 81.8 ควรใช้วิธีการแยกออก

อภิปรายผลการวิจัย

1. การรวบรวมศึกษาข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์และสัมภาษณ์สอบถามตรวจสอบข้อมูลสรุปกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี จำนวน 3 ท่าน ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงการสืบทอดและคงอยู่ของทุนทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจและมีความสอดคล้องเทียบกับแนวคิดของ (Throsby, 2001, 46) ได้จำแนกกลุ่มไว้ดังนี้

ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) จัดเป็นประเภททุนทางวัฒนธรรมที่เราสามารถมองเห็นและจับต้องสัมผัสได้อย่างที่ได้ปรากฏในจังหวัดราชบุรี คือ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัตถุทางศาสดูรวิหาร วัดถ้ำฤๅษีเขางู วัดอรุณญิกาวาส และ โบราณสถานโกสินารายณ์ ส่วนผลงานทางศิลปะ ภาพเขียน ที่ชัดเจนอย่างวัดคงคาราม ซึ่งมีจิตรกรรมฝาผนัง ทุนวัฒนธรรมอีกความหมายร่วมถึงทุนกายภาพหากแต่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น คือสิ่งประดิษฐ์ อย่างงานฝีมือการปั้นโอ่งมังกร การสร้างตัวหนังสือใหญ่ของวัดขนอน การทอผ้าขึ้นตีนจกของตำบลคูบัว ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้หากไม่ได้รับการดูแลรักษาก็สามารถสึกหรอ ชำรุดผุพังได้ตามกาลเวลา โดยสิ่งเหล่านี้สามารถให้มูลค่าออกมาในรูปแบบของเงินได้

ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) ในที่นี้จัดเป็นประเภททุนวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Nonmaterial Culture) โดยเกิดขึ้นจากการใช้ความคิดออกมาในรูปแบบของทรัพย์สินทางปัญญา คือ ความคิด การยึดถือปฏิบัติความเชื่อ และค่านิยมที่ได้สืบทอดกันมาในกลุ่มชุมชน ชนบธรรมเนียมประเพณีที่ยังปรากฏ คือ การประกอบพิธีกรรมการแห่ข้าวแช่ และการเล่นสะบ้ามอญในเทศกาลสงกรานต์ของอำเภอบ้านโป่ง รวมถึงศิลปะการแสดงหนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม โดยสิ่งเหล่านี้ไม่สามารถให้มูลค่าออกมาในรูปแบบของเงินได้

จากผลของการวิเคราะห์และการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้ข้อสรุปจากทุนวัฒนธรรมที่ปรากฏในจังหวัดราชบุรีนั้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถระบุทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรีนั้นพบว่ามี 4 ทุนวัฒนธรรมที่ปรากฏ และในทั้ง 4 ทุนที่ปรากฏนั้น ผู้วิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 10 บริบทสถานที่แหล่งที่มาของทุนออกมาได้อย่างชัดเจน จากหลากหลายแนวคิดของทุนทางวัฒนธรรมหลังจากได้เทียบเคียงกับทุนวัฒนธรรมทั้ง 7 ประเภท ที่แบ่งไว้โดยกระทรวงวัฒนธรรมไทย ที่มีความสอดคล้องกับบริบทความเป็นไทย

นอกจากนี้ทำให้ผู้วิจัยค้นพบว่าแหล่งที่มาของทุนทางวัฒนธรรมนั้นสามารถปรากฏได้มากกว่า 1 ทุนจากแหล่งที่มาเดียวกันคือ ทุนทางวัฒนธรรมปรากฏที่วัดখনอนหนึ่งใหญ่ นั้นมีทั้งทุนทางศิลปะการแสดงหนังใหญ่และทุนทางด้านงานช่างฝีมือดั้งเดิม ด้วยภูมิปัญญาการสร้างตัวหนังใหญ่ที่เกิดจากการประดิษฐ์ขึ้นซึ่งยังปรากฏในสถานที่เดียวกันที่แสดงให้เห็นและสามารถจับต้องได้อย่างน่าสนใจ

2. จากผลของการสกัดทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรีที่ได้มานั้น มาหาคำประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์จากนักออกแบบและนักจัดอีเวนต์ว่าในการจัดอีเวนต์นั้นควรมีองค์ประกอบใดบ้างที่มีความจำเป็นต่อการออกแบบอีเวนต์ในแต่ละครั้ง ทำให้ผู้วิจัยพบว่าการออกแบบภาพลักษณ์ให้กับงานอีเวนต์ในแต่ละครั้งจะมีส่วนประกอบสำคัญ เช่น การกำหนดแนวคิดของงาน (Concept Idea), อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity), การใช้ตราสัญลักษณ์เฉพาะงาน (Logo), บุคลิกภาพของงาน (Mood and Tone), การกำหนดชุดสี (Color) สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งประเภทสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ (Print and Online Media) เป็นต้น

จากข้อสรุปที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาข้างต้นนั้นที่ว่าในการใช้หลักการองค์ประกอบทางการออกแบบเพื่อใช้ในการจัดอีเวนต์แต่ละครั้งจากการวิเคราะห์ นำมาสกัดข้อมูลที่ได้มานั้นผู้วิจัยค้นพบว่าที่จำเป็นต้องมีในการหาคำประกอบและหลักการประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลักและนำมาเป็นส่วนประกอบในการออกแบบเครื่องมือในการวิจัยต่อไป คือ เทคนิคการใช้แรงจูงใจ (Appeal) ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมออกสรุปมาได้จำนวน 32 รูปแบบ, เทคนิคการใช้สไตล์ (Style) ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมสรุปออกมาได้จำนวน 31 รูปแบบ, เทคนิคการใช้รูปแบบของสี (Color Principles) ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมสรุปออกมาได้จำนวน 9 รูปแบบ, เทคนิคการใช้รูปทรง (Shape) ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมสรุปออกมาได้จำนวน 8 รูปแบบ มาด้วยกัน

หลังจากที่ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทบทวนถึงส่วนประกอบที่ได้มานั้นล้วนมีความสำคัญที่จะนำมาใช้ในการกำหนดทิศทางงานออกแบบ ด้วยการออกแบบเครื่องมือวิจัยเป็นชุดแบบสอบถามเพื่อถามผู้เชี่ยวชาญแบบจำเพาะเจาะจงทางด้านการออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Designer) นักวิชาการอาจารย์มหาวิทยาลัยที่สอนในสาขาวิชาเกี่ยวกับข้อกับการออกแบบเรขศิลป์ และนักวิชาการจำนวน 7 ท่าน รวมถึงนักออกแบบ (Designer) นักจัดการอีเวนต์ (Creative Event Design) อีก 4 ท่าน จำนวนรวมทั้งหมด 11 ท่าน ในการหาผลคำตอบจากแบบสอบถามคนละ 10 ชุดด้วยกัน ผู้วิจัยนำมาสรุปผลความเห็นของลักษณะองค์ประกอบส่วนประกอบวิธีการและหลักการทางเรขศิลป์ที่มีความชัดเจนในการหาคำตอบที่ได้แสดงตามตารางที่ 4 ข้างต้นนั้น โดยผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ไว้ว่าคำตอบที่มีผลร้อยละที่มีค่าสูงสุดในกลุ่มคำตอบจะนำไปใช้ในงานออกแบบเท่านั้น

วิธีการประยุกต์หลักการองค์ประกอบโดยใช้ทฤษฎีวิวัฒนาการกับงานออกแบบเรขศิลป์สำหรับอีเวนต์ โดยทฤษฎีวิวัฒนาการจังหวัดราชบุรีจาก 10 บริบทที่ผู้วิจัยหาได้มานั้น สามารถนำไปพัฒนาและสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของเรขศิลป์ผ่านรูปแบบของการกำหนด Design Brief แนวคิดของงาน (Concept Idea), อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity), การใช้ตราสัญลักษณ์เฉพาะงาน (Logo), บุคลิกภาพของงาน (Mood and Tone), การกำหนดชุดสี (Color Principles) การใช้พื้นที่ของการจัดวาง (Space) สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งประเภทสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ (Print and Online Media) จากเนื้อหาของแต่ละบริบท ซึ่งผู้วิจัยให้ความสนใจในการวิจัย เนื่องจากปัจจุบันในพื้นที่ของจังหวัดราชบุรีนั้นได้อยู่ในนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและในการค้นหาอัตลักษณ์สำหรับการออกแบบเรขศิลป์ในงานอีเวนต์นั้น ยังไม่ได้มีการปรากฏรูปแบบที่ตายตัวทางผู้วิจัยจึงได้ให้ความสำคัญในการศึกษาทดลองสร้างรูปแบบสำหรับเกณฑ์ในการนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาเป็นผลงานต้นแบบจากทั้ง 4 ทฤษฎีวิวัฒนาการต่อไป

ทั้งนี้ การใช้อัตลักษณ์องค์ประกอบกับการออกแบบเรขศิลป์จะสามารถหาเกณฑ์สำหรับนักออกแบบจัดการอีเวนต์ที่เป็นตัวแทนกลางในการกำหนดรูปแบบตามหลักการ สามารถนำไปใช้ในการแสดงหรือจัดกิจกรรมอีเวนต์ได้ทุกงานกิจกรรม ยกตัวอย่างเช่น ผู้วิจัยการนำผลสรุปหลักการออกแบบเรขศิลป์ที่ได้จากการแสดงและการสร้างหนังสือใหญ่และการทำหนังสือวิทยุจดหมาย อำเภอบึงสามพัน มาใช้ในงาน

ออกแบบกิจกรรมงานวิ้งของจังหวัดด้วยการ 1) กำหนดรูปแบบแนวคิด (Concept Idea) เสนอด้วยแนวคิดทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกหาดูได้ยากมีจำกัดที่ดูมีคุณค่า น่าค้นหา 2) การออกแบบเรขศิลป์ใช้สไตล์ Light and Dark Colour Scheme Variations นำไปปรับใช้สื่ออัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ด้วยโทนสีแบบ มือและสว่างตัดกันแบบการเล่นหนังใหญ่ลงไปในเรขศิลป์ที่ปรากฏบนตราสัญลักษณ์ ป้ายโฆษณา ลวดลายเสื้อ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น 3) กำหนดรูปแบบของการใช้สีแบบ ใกล้เคียง เพื่อสื่อสารถึงบุคลิกภาพ (Mood and Tone) ของงานอีเวนต์โดยรวมทั้งหมด ของงาน และ 4) แนวทางในการจัดวางภาพประกอบและรูปทรงต่างๆหรือการแสดง การใช้พื้นที่ของการจัดวาง (Space) ใช้ลักษณะการแยกออกจากกันและกัน เป็นต้น จากที่ผู้วิจัยได้เสนอยกตัวอย่างมาแล้วข้างต้น เพื่อให้การออกแบบอีเวนต์ผ่านสู่แนวความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบองค์ประกอบการจัดแสดงงานที่เป็นองค์ประกอบ ทางทุนวัฒนธรรม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริม การตลาดให้ได้มากที่สุด ดังเช่น แนวความคิดการจัดแสดงวัฒนธรรม: จากการผลิตของ การมองเห็นแบบร่วมสมัย (Dicks, 2004) ที่เป็นรูปแบบของการส่งเสริม คุณค่าทั้งทาง สังคม ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจและวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะทุนทางวัฒนธรรม หลังจากผู้วิจัย ได้ทดลองลงศึกษาลงไปในรายละเอียดจึงค้นพบว่าปัจจัยทุนทางวัฒนธรรมมีเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์กับ ทุนประเภทอื่นด้วย เช่น ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ทุนมนุษย์ เหล่านี้เป็นต้น การวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรมีศึกษาส่วนประกอบของทุนอื่น ๆ เหล่านี้ประกอบอาจทำให้พบประเด็นที่สามารถนำไปใช้ประกอบการออกแบบอื่น ๆ ได้มากขึ้นต่อไป

2. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรจะมีศึกษาบริบทตามแนวคิดทางกายภาพ ความในการได้เปรียบทางทรัพยากรด้านพื้นที่ (Geographic Identity) ทางด้านเชิง เปรียบเทียบการประยุกต์ทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับอีเวนต์การท่องเที่ยวเฉพาะ พื้นที่ลงไปเพื่อความเหมาะสมในการออกแบบมากยิ่งขึ้น

3. จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเอกสาร ทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี พบว่าการศึกษาเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมกับการออกแบบเรขศิลป์ในงานออกแบบ

อีเวนต์ในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก ควรต้องศึกษาแนวคิดทางด้านการออกแบบอีเวนต์เชิงวัฒนธรรม (Culture on Display) จากต่างประเทศมาปรับใช้ในวิจัยครั้งต่อไปให้มากขึ้น

4. ในการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดทิศทางสำหรับการหาคำประกอบหลักการการออกแบบงานอีเวนต์นั้น ในการนำไปใช้ประกอบตามความเป็นจริงจะมีผลแปรเปลี่ยนไปตามแนวคิด (Concept) ของผู้จัดกิจกรรมงานอีเวนต์ในการนำไปใช้ตามความเหมาะสมแต่ยุคสมัย อีกทั้งควรต้องมีการทบทวนวรรณกรรมประเภทบทความออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือของนักออกแบบทั้งไทยและต่างประเทศที่มีชื่อเสียงมาเป็นส่วนประกอบเพิ่มเติมให้มากยิ่งขึ้น เพื่อนำมาประกอบการสร้างเครื่องมือวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นต่อไป

References

- 99Design, (2019). *Visual guide to design styles*. Retrieved May 25, from <https://99designs.com/designer-resource-center/visual-design-styles>
- Dicks, B. (2004). *Culture On Display : The Production of Contemporary Visitability*. Maidenhead, Berkshire, England: McGraw-Hill Education.
- David, G. (2018). *Colour As A Visual Element In Graphic Design*. Retrieved May 20, 2019, from <https://254-online.com/colour-as-a-visual-element-in-graphic-design/>
- Infographic Design Team, (2018). *A Comprehensive Guide to Graphic Design Styles*. Retrieved May 22, 2019, from <https://www.infographicdesignteam.com/blog/guide-to-graphic-design-styles/>
- Inkbot Design, (2019). *Graphic Design Trends You Need to be Aware of in 2019*. Retrieved May 22, from <https://inkbotdesign.com/graphic-design-trends-2019/>
- Janet, L. ; Shallbttter, F. (2013). *COLOR COMBINATIONS*. Retrieved May 20, 2019, from <http://www.worqx.com/color/combinations.htm>

- Jindamaneerojana, S. (1993). *Local history : Baan Pong-Baan Jed Samien*. Bangkok: Faculty of Archeology, Silpakorn University.
- Kliever, J. (2019). *Color Theory*. Retrieved May 20, 2019, from <https://www.canva.com/learn/color-theory>
- Luealamai, S. (2004). Panel data analysis. “Lawa traces in Karen culture, Ratchaburi District, Phetchaburi”. *Local arts and culture in Ratchaburi*. 6(6), 22-30.
- Lundgren, A. (2018). *Design Fundamentals: Understanding Shape Relationships*. Retrieved May 22, 2019, from <https://alvalyn.com/design-fundamentals-understanding-shape-relationships/>
- Mccready, R. (2018). *The 8 Biggest Graphic Design Trends That Will Dominate 2019*. Retrieved May 22, from <https://venngage.com/blog/graphic-design-trends/>
- Ministry of Thai Culture. (2016). *Panel data analysis. 20 year strategic direction framework in culture*. Retrieved February 10, 2018, from <http://www.m-culture.go.th>
- Middleton, A. (2018). *23 Types of Advertising Appeals Most Commonly Used by Brands*. Retrieved May 11, 2019, from <https://visme.co/blog/types-of-advertising-appeals>
- Nijaz, N. (2014). *Types of Advertising Appeals*. Retrieved May 12, 2019, from <https://www.slideshare.net/nijazn/advertising-appeals-37304802>
- Patkar, M. (2014). *Learn the Basics of Color Theory to Know What Looks Good*. Retrieved May 20, 2019, from <https://lifehacker.com/learn-the-basics-of-color-theory-to-know-what-looks-goo-1608972072>
- Parboonpasent, W. (2015). *UNDERSTANDING COLOR SCHEMES, EASY TO COLOR*. Retrieved May 20, 2019, from <https://www.grappik.com/colour-schemes/>

- Pilanowat, O. (2011). *Persuasive Communication*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Rabibhadana, A. (2008). *Culture is meaning: Clifford Geertz Theory*. Bangkok: The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization).
- Ratan, B. (2015). *Types of Advertising Appeals*. Retrieved May 11, 2019, from <https://www.slideshare.net/BhumikaRatan/advertising-appeal-48214576>
- Reid, M. (2019). *The 10 most inspirational graphic design trends for 2019*. Retrieved May 25, from <https://99designs.com/blog/trends/graphic-design-trends-2019/>
- Throsby, C. D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wimbush, P. (2019). *Top Five Appeals That Advertisers Use to Sell a Product*. Retrieved May 9, 2019, from <https://smallbusiness.chron.com/top-five-appeals-advertisers-use-sell-product-31373.html>