

อาทิ ไทยรัฐ มติชน กรุงเทพธุรกิจ เดลินิวส์ คมชัดลึก และโพสทูเดย์ เป็นต้น โดยต้อง
ได้รับความเห็นชอบจาก สทอภ. ก่อนดำเนินงาน

3) ทาง Fanpage สทอภ. พร้อมโปรโมทโพสโดยให้มีการเข้าถึง 10,000 คน ต่อ 1 บทความ

7.5 หากการผลิต VTR และสื่อบันทึก มีภาพ เสียง เพลงประกอบ ดนตรีบรรเลงหรืออื่นใดที่ปรากฏในสื่อ
หากมีลิขสิทธิ์ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการให้ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายก่อนที่จะส่งมอบงาน หากมีการ
ฟ้องร้อง ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

7.6 การจัดทำตราสัญลักษณ์ (Logo)

ผู้รับจ้างต้องออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ของโครงการ ให้มีความสวยงาม ทันสมัย โดดเด่น
รูปแบบตัวอักษร ที่ใช้สามารถสื่อความหมายของแนวคิดได้ชัดเจนมีความสอดคล้องกับโครงการ โดยนำเสนอ
อย่างน้อย 3 แบบ เพื่อให้ สทอภ. พิจารณอย่างน้อยจำนวน 2 ครั้ง และต้องได้รับความเห็นชอบจาก สทอภ.
ภายใน 20 วัน นับถัดจากลงนามในสัญญาจ้าง

7.7 การจัดทำสื่อนิทรรศการ

7.7.1 ผู้รับจ้างต้องออกแบบและนำเสนอสื่อนิทรรศการ ภายใน 20 วัน นับถัดจากลงนามใน
สัญญาจ้าง จำนวน 5 แผ่น โดยผู้รับจ้างจะต้องเสนอรูปแบบอย่างน้อย 2 แบบ ให้ สทอภ. พิจารณาก่อนที่จะ
ดำเนินการ ประกอบด้วย แนะนำโครงการ (ที่มาและความสำคัญ) แนวทางการทำงานโครงการ ผลผลิต
โครงการ

7.7.2 ผู้รับจ้างต้องออกแบบและนำเสนอ Backdrop ภายใน 20 วัน นับถัดจากลงนามใน
สัญญาจ้าง จำนวน 1 แผ่น โดยผู้รับจ้างจะต้องเสนอรูปแบบอย่างน้อย 2 แบบ ให้ สทอภ. พิจารณาก่อนที่จะ
ดำเนินการ

7.7.3 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิตสื่อนิทรรศการในข้อ 5.4.1 ในรูปแบบ Roll up ขนาด
80 x 200 เซนติเมตร จำนวน 4 ชุด (พร้อมอุปกรณ์ติดตั้ง) ภายใน 30 นับถัดจากงานประชุมเสวนา
กลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ครั้งที่ 1

7.7.4 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการผลิต Backdrop ในข้อ 5.4.2 ในขนาด 344 x 230 เซนติเมตร
(หน้าโค้ง) พร้อมเคาน์เตอร์กระเปาะลาก ที่สามารถใส่โครงและภาพของ Backdrop จำนวน 1 ชุด ภายใน 30
นับถัดจากงานประชุมเสวนากลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ครั้งที่ 1

7.8 การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์

7.8.1 ผู้รับจ้างต้องออกแบบและนำเสนอเอกสารประชาสัมพันธ์โครงการฯ ซึ่งการออกแบบนั้น
ต้องมีความน่าสนใจ เลือกใช้คำที่เหมาะสมในการสื่อสาร เข้าใจง่าย น่าติดตามโดยผู้รับจ้างจะต้องเสนอรูปแบบ
ให้ สทอภ. พิจารณาและให้ความเห็นชอบก่อนพิมพ์ ไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง ภายใน 20 วัน นับถัดจากลงนามใน
สัญญาจ้าง

7.8.2 ผู้รับจ้างต้องผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์โครงการฯ ที่ผ่านการพิจารณาจาก สทอภ. จำนวน
1,000 ชุด ภายใน 30 นับถัดจากงานประชุมเสวนากลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ครั้งที่ 1

7.9 การจัดทำของที่ระลึก

7.9.1 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอรูปแบบของที่ระลึกสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมทั่วไป พร้อมสกรีนโลโก้ 1 จุด โดยนำเสนออย่างน้อย 2 แบบ เพื่อให้ สทอภ. พิจารณา และต้องเป็นของที่มีคุณภาพดี มีความทนทาน สวยงามเข้ากับบรรยากาศในงานประชุมฯ ภายใน 20 วัน นับถัดจากลงนามในสัญญาจ้าง

7.9.2 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอรูปแบบของที่ระลึกรูปแบบชุดของขวัญมีมูลค่าระหว่าง 300-500 บาท สำหรับผู้เข้าร่วมประชุมระดับ VIP, ผู้เสวนา และวิทยากร พร้อมสกรีนโลโก้ 1 จุด โดยนำเสนออย่างน้อย 2 แบบ เพื่อให้ สทอภ. พิจารณา และต้องเป็นของที่มีคุณภาพดี มีความทนทาน สวยงามเข้ากับบรรยากาศในงานประชุมฯ ภายใน 20 วัน นับถัดจากลงนามในสัญญาจ้าง

7.9.3 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอรูปแบบกระเป๋า หรือถุงผ้า หรือสิ่งอื่นใด สำหรับใส่เอกสารผู้เข้าร่วมงานดังกล่าว พร้อมสกรีนโลโก้ 1 จุด โดยนำเสนออย่างน้อย 2 แบบ ให้ สทอภ. พิจารณา ก่อนการดำเนินการงานฯ ภายใน 20 วัน นับถัดจากลงนามในสัญญาจ้าง

7.9.4 ผู้รับจ้างต้องนำเสนอรูปแบบเสื้อแจ็คเก็ตพร้อมปักโลโก้จำนวน 2 จุด โดยนำเสนออย่างน้อย 2 แบบ เพื่อให้ สทอภ. พิจารณา ก่อนการดำเนินการงานฯ ภายใน 20 วัน นับถัดจากลงนามในสัญญาจ้าง

7.9.5 ผู้รับจ้างต้องจัดหาหรือผลิตของที่ระลึก สำหรับผู้เข้าร่วมประชุมทั่วไป ที่ผ่านการพิจารณาจาก สทอภ. จำนวน 300 ชิ้น ภายใน 30 นับถัดจากงานประชุมเสวนากลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ครั้งที่ 1

7.9.6 ผู้รับจ้างต้องจัดหาหรือผลิตของที่ระลึก สำหรับผู้เข้าร่วมประชุมระดับ VIP, ผู้เสวนา และวิทยากร ที่ผ่านการพิจารณาจาก สทอภ. จำนวน 200 ชิ้น ภายใน 30 นับถัดจากงานประชุมเสวนากลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ครั้งที่ 1

7.9.7 ผู้รับจ้างต้องจัดหาหรือผลิตกระเป๋า หรือถุงผ้า หรือสิ่งอื่นใด สำหรับใส่เอกสารผู้เข้าร่วมงานดังกล่าว พร้อมสกรีนโลโก้ 1 จุด ที่ผ่านการพิจารณาจาก สทอภ. จำนวน 500 ชุด ภายใน 30 นับถัดจากงานประชุมเสวนากลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ครั้งที่ 1

7.9.8 ผู้รับจ้างต้องดำเนินการจัดหาหรือผลิตเสื้อแจ็คเก็ต ตามรูปแบบที่ผ่านการพิจารณาจาก สทอภ. จำนวน 200 ตัว ให้แล้วเสร็จก่อนงานประชุมเปิดตัวโครงการสุวรรณภูมิฯ ภายใน 30 นับถัดจากงานประชุมเสวนากลุ่มเป้าหมาย (Focus Group) ครั้งที่ 1

8. อัตราค่าปรับ

หากผู้รับจ้างไม่สามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้แก่สำนักงานฯ เป็นรายวันในอัตราร้อยละ 0.10 (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของมูลค่างานจ้างตามสัญญา

9. กำหนดการส่งมอบงาน

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามข้อกำหนด และส่งมอบตามข้อกำหนดของสำนักงานฯ ให้ถูกต้องครบถ้วน ให้แล้วเสร็จภายใน 150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา



10. ข้อกำหนดส่งมอบงานและการชำระเงิน

การส่งมอบงานและตรวจรับงาน ตามรายละเอียดดังนี้คือ

งวดที่	ระยะเวลา	งานที่ต้องส่งมอบ
งวดที่ 1 ชำระ 50% ของจำนวนเงินรวม ทั้งสิ้น	ภายในระยะเวลา 70 วัน นับ ถัดจากวันลงนามในสัญญา และคณะกรรมการตรวจรับ เรียบร้อยแล้ว	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบ ประกอบด้วย 1) ส่งมอบสื่อประชาสัมพันธ์ ดังข้อ 7 2) รายงานความก้าวหน้าการจัดประชุมเสวนาตาม รายละเอียดข้อ 5-6 (พร้อมภาพถ่าย และ ภาพเคลื่อนไหวประกอบการจัดประชุม) 3) รายงานสรุปผลการจัดเสวนากลุ่มเป้าหมาย ครั้งที่ 1 * โดยต้องส่งมอบเอกสารรายงาน-จำนวน 3 ชุด และ Digital file ในรูปแบบของ Acrobat (*.pdf) และ MS Word หรืออื่นๆ (*.jpg, *.avi) ของ เอกสารบันทึกลงแผ่น CD จำนวน 2 ชุด
งวดที่ 2 ชำระ 50% ของจำนวนเงินรวม ทั้งสิ้น	ภายในระยะเวลา 150 วัน นับถัดจากวันลงนามใน สัญญาและคณะกรรมการ ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว	ผู้รับจ้างจะต้องส่งมอบ ประกอบด้วย 1) รายงานสรุปผลการจัดเสวนาเปิดตัวโครงการ สุวรรณภูมิ 2) รายงานสรุปผลการจัดเสวนากลุ่มเป้าหมาย ครั้งที่ 2 3) รายงานสรุปผลการดำเนินงานของกิจกรรม ทั้งหมด ตามรายละเอียดข้อ 5-7 (พร้อมภาพถ่าย และภาพเคลื่อนไหวประกอบการจัดประชุม) * โดยต้องส่งมอบเอกสารรายงาน จำนวน 3 ชุด และ Digital file ในรูปแบบของ Acrobat (*.pdf) และ MS Word หรืออื่นๆ เช่น *.jpg, *.avi บันทึก ลง External Harddisk จำนวน 2 ชุด

11. หลักประกันสัญญา

ผู้รับจ้างจะต้องนำหลักประกัน อัตราร้อยละ 5 ของราคาค่าจ้างมามอบไว้แก่สำนักงานฯ เพื่อเป็น
หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา และหลักประกันจะต้องมีอายุครอบคลุม ความรับผิดชอบทั้งปวงของผู้รับจ้าง
ตลอดอายุสัญญา

สำนักงานฯ จะคืนหลักประกันสัญญาให้แก่ผู้รับจ้าง เมื่อผู้รับจ้างพ้นจากข้อผูกพันและความรับผิดชอบ
ทั้งปวงและความรับผิดชอบทั้งปวงตามสัญญาแล้ว

12. หลักเกณฑ์การพิจารณา

12.1 การพิจารณาการจัดแสดงนิทรรศการ การเปิดงาน การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการประชุมสัมมนาพิจารณาตามหลักเกณฑ์ดังนี้

12.1.1	พิจารณาจากข้อกำหนดทางด้านเทคนิค	70 คะแนน
-	นำเสนอ Concept Idea ที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการและมีเนื้อหาให้เห็นภาพของโครงการได้ชัดเจน แสดงความเชื่อมโยงร่วมกับอาเซียน และมีความสวยงาม ทันสมัย และน่าสนใจ	40 คะแนน
-	มีกำหนดการแผนการดำเนินงาน แผนงานประชาสัมพันธ์ และระบุสื่อและช่องทางที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ชัดเจน	10 คะแนน
-	วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการจัดงานมีคุณภาพ คงทน สวยงาม และมีความทันสมัย	10 คะแนน
-	พิธีกรผู้ดำเนินรายการของบริษัท มีประสบการณ์ และผลงานในลักษณะเดียวกับงานจ้างนี้	5 คะแนน
-	ตัวอย่างผลงานที่มีลักษณะเดียวกับงานจ้างนี้ ประสบการณ์และความพร้อมของทีมงานของผู้เสนอราคา	5 คะแนน

12.1.2	พิจารณาราคาที่เสนอ	30 คะแนน
--------	--------------------	----------

12.2 ผู้เสนอราคาจะต้องมานำเสนอ และชี้แจง แนวคิด ความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ การนำเสนอ และแผนงานการประชาสัมพันธ์ การจัดประชุมสัมมนา ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการสุวรรณภูมิ: การสร้างคุณค่าจากการเชื่อมโยงวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ของเอเชีย จากอดีตสู่ปัจจุบัน ต่อกิจกรรมการจัดจ้าง สทอภ. เป็นเวลา 30 นาที ภายในวันที่ 3 นับถัดจากวันเสนอราคา ณ สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ แจ้งวัฒนะ อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น 6 และ 7 หลักลี กรุงเทพฯ

13. กำหนดยืนยันราคา

ผู้เสนอราคาต้องกำหนดยืนยันราคาที่เสนอไม่น้อยกว่า 60 วัน นับถัดจากวันเสนอราคา

14. งบประมาณในการจัดจ้าง

วงเงิน 4,000,000 บาท (สี่ล้านบาทถ้วน) รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ภาคผนวก
Executive summary

โครงการสุวรรณภูมิ: ภูมิอารยธรรมเชื่อมโลก
(Suvannabhumi: Terra Incognita)

1. กรอบความคิดโดยย่อ

1.1 ที่มา และความสำคัญของ “สุวรรณภูมิ”

“สุวรรณภูมิ” หรือ “สุวณภูมิ” หมายถึง แผ่นดินแห่งทองคำที่ครอบคลุมดินแดนตั้งแต่ส่วนที่อยู่เลยจากอินเดียมาจนจรดถึงจีน (Beyond India before China) เป็นพื้นที่ซึ่งปรากฏในเอกสารโบราณว่ามีมาตั้งแต่สมัยต้นพุทธกาล โดยมีผู้คนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานแล้วพัฒนาเป็นรัฐอิสระในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดินแดนแห่งนี้มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญและเป็นแหล่งใหญ่ของสินค้ามีค่าซึ่งเป็นที่ต้องการของพ่อค้าทั่วไป ได้แก่ ทองคำ เครื่องเทศ ไม้มีค่า อัญมณี และของป่า มีผู้เดินทางมาค้าขายและอยู่อาศัย ทั้งพ่อค้า นักปกครอง นักเผชิญโชค ด้วยลักษณะทำเลที่ตั้ง ทำให้พื้นที่นี้เป็นทั้งอู่อารยธรรมและสะพานเชื่อมการค้า การเดินทางระหว่างโลกตะวันออกและโลกตะวันตกมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน และยังคงความสำคัญในบทบาทนี้ต่อเนื่องไปในอนาคต

วันนี้ “สุวรรณภูมิ” ยังคงทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่เชื่อมโยงภูมิภาคและเชื่อมโยงโลกในฐานะท่าอากาศยานสากลขนาดใหญ่ที่มีผู้โดยสารมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก นับเป็นการสืบสานและส่งผ่านคุณค่าของแผ่นดินทองที่อุดมสมบูรณ์ เป็นศูนย์กลางการคมนาคม การค้าและพระพุทธศาสนาที่ยั่งยืนมากว่า 2,000 ปี สมดังมงคลนามที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตรได้พระราชทานด้วยแรงบันดาลใจและความซาบซึ้งในพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้น สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ประเทศไทย) จึงได้เสนอ **โครงการสุวรรณภูมิ: ภูมิอารยธรรมเชื่อมโยงโลก** เป็นโครงการริเริ่มสร้างวัฒนธรรมร่วมตามวิถีแห่งอาเซียน “ASEAN Joint Culture Initiative Program: The ASEAN Way” โดยการต่อยอดคุณค่าแห่งความสำเร็จของพื้นที่นี้ในคุณค่าหลากหลายมิติ (Multidimensional value) ที่ยังปรากฏร่องรอยทางศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดีมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อสร้างความเชื่อมโยงแห่งภูมิภาค (Regional Connectivity) สู่การสร้างโอกาสความร่วมมือการพัฒนาเศรษฐกิจ การค้า สังคมและการท่องเที่ยวของดินแดนสุวรรณภูมิหรือภูมิภาคอาเซียนในอนาคต

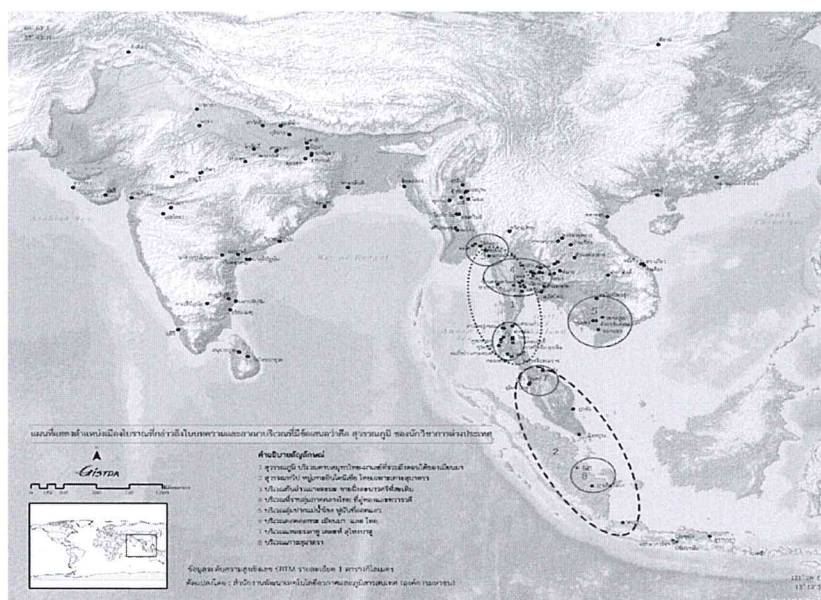
1.2 ความคาดหวัง

ในโอกาสแห่งการเฉลิมฉลองปีวัฒนธรรมอาเซียน 2562 บนพื้นฐานแห่งความมีเสถียรภาพ สันติภาพและความมีพลวัตอันเป็นเป้าหมายหลักของอาเซียน **โครงการสุวรรณภูมิ: ภูมิอารยธรรมเชื่อมโยงโลก** จะเป็นวิวัฒนาการของการเชื่อมโยง อัตลักษณ์ และคุณค่าแห่งวัฒนธรรมร่วมของอาเซียนเพื่อให้เกิดพลวัตในการพัฒนาเชื่อมโยงประชากรอาเซียนไปพร้อมกับ Mega Trend ของโลกและยุทธศาสตร์การฟื้นความสำเร็จในประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ในโครงการความร่วมมือตามแนวเส้นทางสายไหมเพื่อเชื่อมโยงเศรษฐกิจโลก (Belt and Road Initiative) และก้าวไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ที่สมบูรณ์ที่ทุกคนมีความมั่นคงในความเป็นมนุษย์ เป็นสุขและมีอิสระที่จะเลือกใส่ความหมายให้กับตนเองได้

2.1 สวรรณภูมิจากการศึกษาในช่วง 100 ปีที่ผ่านมา

การชี้จุดตำแหน่งของสุวรรณภูมิเริ่มมีขอบเขตที่ชัดเจนมากขึ้น เมื่อมีการตรวจสอบกับเอกสารโบราณของกรีก โรมันและอาหรับ ซึ่งสรุปว่า “สุวรรณภูมิ” หรือ Khryse Khora เป็นคำที่ใช้เรียกรวมสำหรับดินแดนพม่า คาบสมุทรมลายู และสุมาตรา ส่วน “สุวรรณทวีป” หรือ Khryse Khersonese หมายถึงเฉพาะดินแดนสุมาตราและเกาะต่างๆ ในหมู่เกาะนี้ โดย ปโตเลมี (Ptolemy) ใช้สองคำนี้ในความหมายถึงภูมิภาคไม่ใช่รัฐหรือเมือง และ ระบุอย่างชัดเจนว่า Chryse Chersonesus เป็นคาบสมุทรมลายูและดินแดน Chryse Chora เป็นบริเวณที่อยู่เหนือขึ้นไป

การศึกษาช่วงต่อๆมาก็สนับสนุนทฤษฎีที่ว่า สุวรรณภูมิ เป็นภูมิภาค นิยามศัพท์คำนี้ไม่ได้หมายถึงเขตแดนทางประวัติศาสตร์หรือขอบเขตทางการเมือง แต่เป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ประกอบด้วยหลายๆเมืองตั้งถิ่นฐานอยู่ร่วมกันโดยมีศูนย์กลางที่มีอาณาเขตกว้างขวาง และมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาในหลายศตวรรษที่ผ่านมา



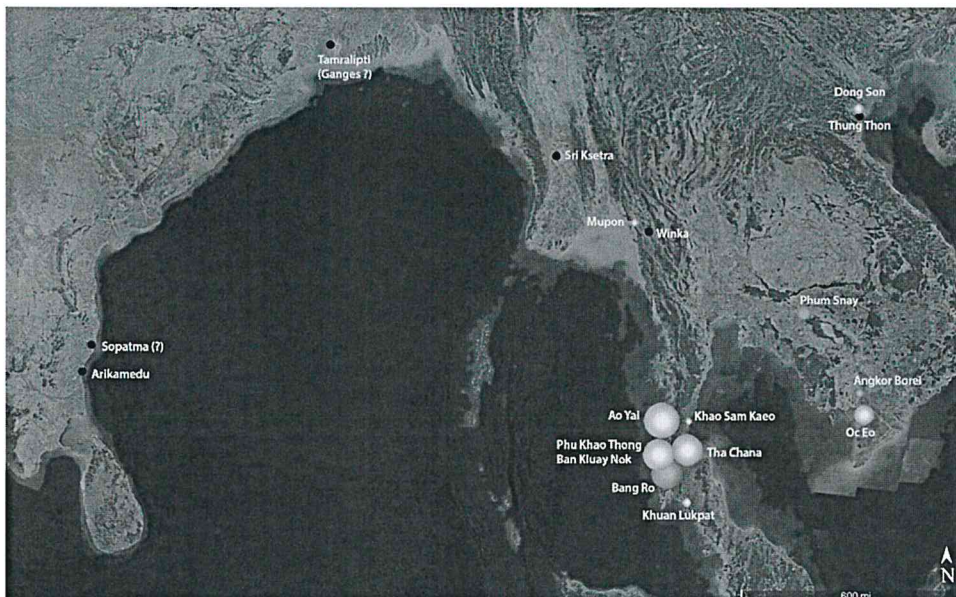
[Signature]

Wash

2.2 หลักฐานทางโบราณคดีที่พบใหม่

การศึกษาทางโบราณคดีในหลายพื้นที่ ได้พบหลักฐานที่สอดคล้องกับข้อมูลที่ปรากฏในบันทึกสมัยโบราณต่าง ๆ โดยเฉพาะการพบหลักฐานใหม่ ๆ ที่มีค่าอายุสมัยใกล้เคียงสอดคล้องกันในช่วงพุทธศตวรรษที่ 1 – 7 และความเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาที่มีบทบาทสำคัญในสุวรรณภูมิ พื้นที่หลายแห่ง เช่น บริเวณสุโขทัย แถบบูจัง วิลโลย์ รัฐเคะห์ทางตะวันตกเฉียงเหนือของมาเลเซีย คอคอดกระและเขาสามแก้วบนทางเชื่อมคาบสมุทรที่จังหวัดระนองและชุมพรซึ่งต่อเนื่องถึงตอนปลายล่างสุดของเมียนมาบริเวณเกาะสอง ได้ปรากฏหลักฐานที่สามารถนำมาประกอบเป็นภาพร่างของสุวรรณภูมิได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ได้แก่

- การพบเหรียญทองคำโรมันที่บางกล้วยในจังหวัดระนอง ซึ่งเป็นเหรียญที่ผลิตขึ้นในโรมเมื่อ พ.ศ.629 การศึกษาแก้วโรมันที่พบในหลายพื้นที่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้พบหลักฐานที่บ่งชี้ว่าบริเวณปลายใต้สุดของเมียนมาถึงชายฝั่งตะวันตกของคอคอดกระที่ภูเขาทอง และบางกล้วยในไทย อาจเป็นศูนย์กลางของสุวรรณภูมิในพุทธศตวรรษที่ 7 ก่อนที่จะมีการย้ายไปที่บางโร-นางยอนในช่วงพุทธศตวรรษที่ 10-12



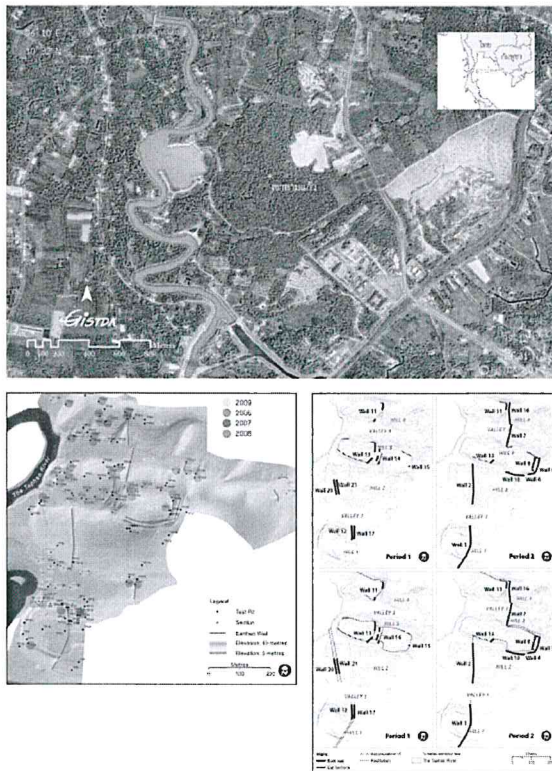
ภาพ แผนที่แสดงการกระจายของแก้วโรมันในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่นำเสนอในบทความ สีขาว คือ สมัยพุทธศตวรรษที่ 7 - 9 สีม่วง คือ สมัยพุทธศตวรรษที่ 10 - 12 มีขนาดสัมพันธ์กับสัดส่วนการพบแก้วโรมันในแต่ละแหล่ง โดยวงที่ใหญ่ที่สุดมีส่วนร้อยละ 20 สีดำ คือ ตำแหน่งในอินเดียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ไม่พบแก้วโรมัน
ปรับปรุงจาก Google maps.

- การค้นพบต่างหูทองคำสมัยคุงคะที่ชายฝั่งตะวันตกเฉียงใต้ของเมียนมาและวงแหวนสมัยโมริยะ-คุงคะที่เขาสามแก้ว เป็นหลักฐานสำคัญแสดงถึงความศรัทธาต่อวัฒนธรรมอินเดียที่พบในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 3-5 และแสดงถึงเครือข่ายการค้าขายทางไกลเมื่อ 2,000 ปีที่แล้วที่มีเขาสามแก้วเป็นหนึ่งในเมืองท่าแรกเริ่มในช่วงศตวรรษที่ 2-3 การขุดค้นทางโบราณคดีพบว่าเขาสามแก้วเป็นแหล่งตั้งถิ่นฐานในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลายที่มีผู้คนอยู่อาศัยอย่างหนาแน่นในลักษณะสังคมเมือง มีสิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่ คือ ผนังกำแพง คูและระบบทางน้ำ ที่มีการก่อสร้างและบำรุงรักษาต่อเนื่องนับศตวรรษ นับเป็นกรณีแรกของเอเชียที่มีระบบทางสังคม การเมืองและอำนาจในการกำกับกำลังคนเพื่อการก่อสร้างและบำรุงรักษา ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เขาสามแก้วมีลักษณะเป็นชุมชนการค้าบนฝั่งทะเลจีนใต้อย่างชัดเจนตั้งแต่ตอนปลายของยุค

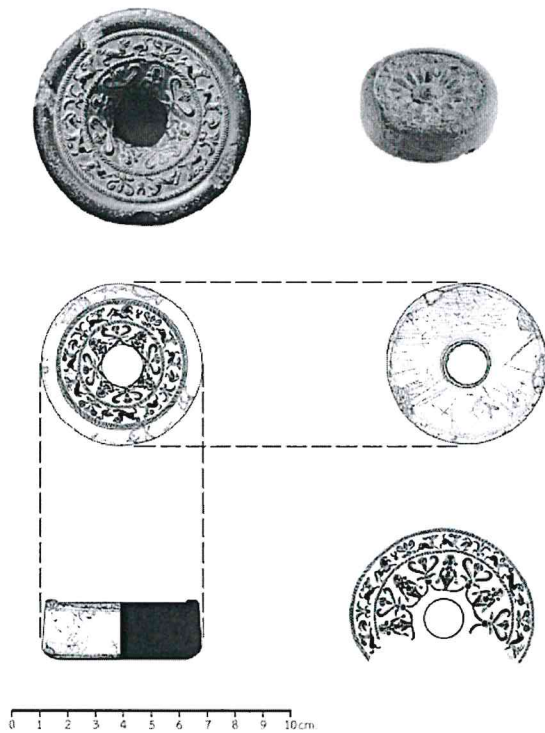
Done
shd

Wesht.

ก่อนประวัติศาสตร์ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 2-4 หรือ 5 และอาจจะเป็นกลุ่มของเมืองท่าค้าขายที่สำคัญทางตะวันตกของทะเลจีนใต้ที่ปรากฏในเส้นทางค้าขายสายไหมทางทะเลโบราณของจีนด้วย



แผนที่จากภาพถ่ายดาวเทียมแสดงพื้นที่บริเวณเจ้านามแก้ว (ภาพบน) กับภาพแผนที่และแผนที่จากการศึกษา (ภาพล่าง)
ที่มา : Khao Sam Kaep : An Early Port-City between the Indian Ocean and the South China Sea,
Dr. Berenice Bellina

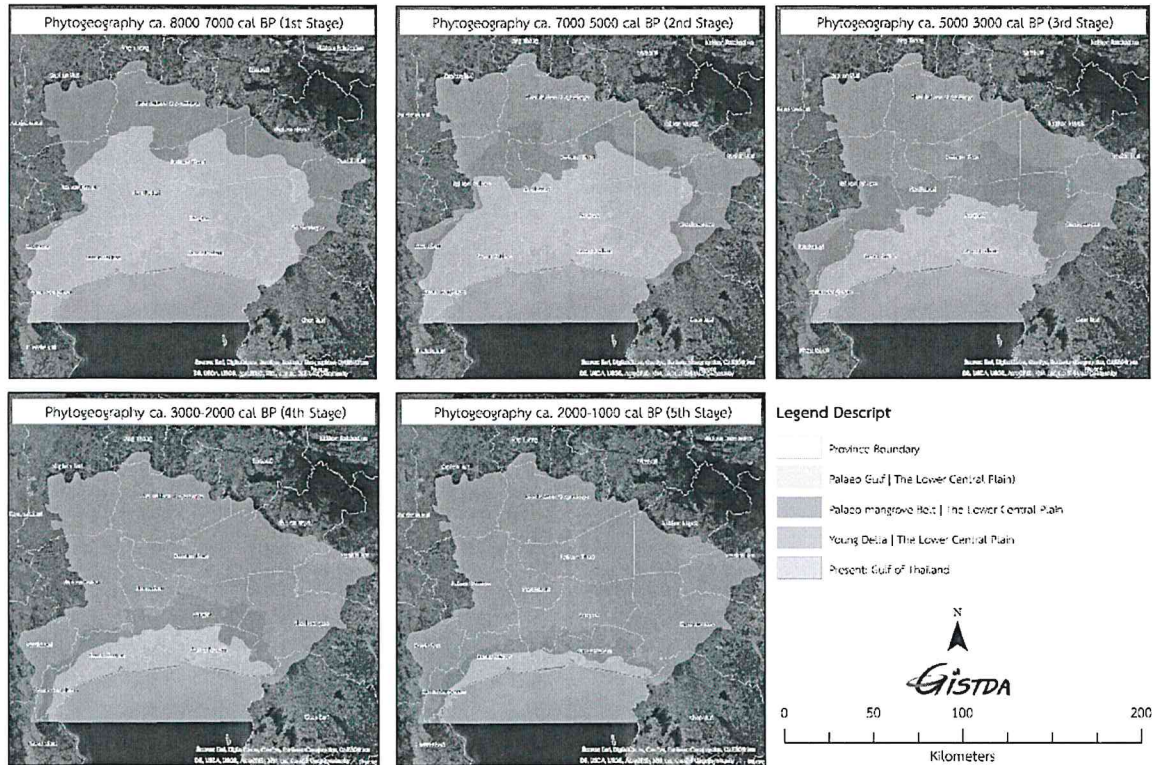


ภาพ รูปวงแหวนศิลา และ แป้นศิลา สมัยไมริยะ-คุรตะ พบในคลองท่าตะเภา เขาสามแก้ว อำเภอเมือง
จังหวัดชุมพร ขนาด 5.9 ซม. x 2.2 ซม. และ ชะเนากี้ ดอนใต้ของเมียนมา ขนาด 3.7 ซม. x 1.1 ซม.

- ชายฝั่งทะเลโบราณกับสุวรรณภูมิ

การวิจัยภูมิฐานฐานชายฝั่งทะเลโบราณด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์บทบาทของเมืองโบราณ เมืองท่า เส้นทางการค้า และความเชื่อมโยงกับการตั้งถิ่นฐานแรกเริ่มในประเทศไทย รวมทั้งหลักฐานใหม่ที่ค้นพบ เช่น การปรากฏตัวของซากเรือสินค้าโบราณพนม-สุรินทร์อายุประมาณ 2,000 ปี ในบริเวณที่ห่างจากชายฝั่งทะเลปัจจุบันถึง 6 กิโลเมตร ผลการศึกษาโดยคณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่าในบริบทของภูมิอารยธรรมสุวรรณภูมิ มีเมืองโบราณในที่ราบลุ่มภาคกลางของประเทศไทย คือ นครปฐม อุทอง ลพบุรี ชิดจีนและศรีมโหสถเคยเป็นบริเวณที่เคยถูกน้ำทะเลท่วมมาก่อนและเป็นส่วนของชะวากทะเลในอดีต หลักฐานโบราณคดีต่างๆ ที่พบบริเวณเมืองท่าโบราณ เส้นทางการค้าและการตั้งถิ่นฐานตามแนวเส้นทางปากมังกร-ปากโขง (ทะวาย-ออกแก้ว) พบว่าเส้นทางนี้มีการใช้งานตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ โดยเมืองออกแก้วเป็นเมืองท่าโบราณบนเส้นทางนี้ที่มีความเก่าแก่ที่สุดโดยมีการแลกเปลี่ยนสินค้ากับผู้คนในภูมิภาคอื่นมาตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 3

Signature
Signature
18
Signature



Map the coast Gulf of Thailand in the past from 8,000 years to the present (Tanabe et al., 2003)

2.3 ข้อสรุป

การศึกษาค้นคว้าที่ผ่านมาเพื่อจะหมายความว่าได้ว่าสุวรรณภูมิอยู่ตรงไหนบนแผนที่โลกและอยู่ช่วงเวลาใดในแผนที่ประวัติศาสตร์ ยังไม่เคยมีคำตอบที่ชัดเจน ถูกต้อง ทนต่อการพิสูจน์และตรวจสอบด้วยสมมติฐาน ทฤษฎี หลักการ เหตุและผลทางวิทยาศาสตร์ได้ การมองภาพรวมให้ชัดเจน ยังมีสิ่งที่ต้องศึกษาค้นพบอีกมากมาย บางสิ่งแม้เพียงเล็กๆเช่นเหรียญหรือลูกปัดก็อาจตามรอยย้อนกลับไปได้ถึงต้นกำเนิดของมัน ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่และวิถีของผู้คน การศึกษาเกี่ยวกับสุวรรณภูมิจึงต้องใช้การผสมผสานข้อมูลที่ค้นพบกับแนวคิดและซังน้ำหนักระหว่าง “ตำนาน” กับ “ความเป็นจริง” อย่างไรก็ตาม หลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบใหม่ๆ ได้แสดงให้เห็นความมั่งคั่งของภูมิวัฒนธรรม การค้าและการพัฒนาการแห่งความเชื่อมโยงของผู้คนทั้งในและนอกพื้นที่สุวรรณภูมิ ที่ยังปรากฏร่องรอยให้เห็นจนกลายเป็นมรดกร่วมทางวัฒนธรรมของพื้นที่นี้ในปัจจุบัน และมีส่วนผลักดันให้เกิดเสถียรภาพ (stable) สันติภาพ (peaceful) และพลวัต (dynamic) พร้อมเชื่อมโยงกับบริบทโลกต่อไป

3. การวิเคราะห์คุณค่ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

3.1 สุวรรณภูมิ : คุณค่า 5 มิติ

คุณค่าของสุวรรณภูมิ ในฐานะดินแดนที่วัฒนธรรมสันสกฤตเคยรุ่งเรืองและทิ้งจารึกสำคัญไว้มาน้อย ดินแดนแห่งการทำมาค้าขาย การติดต่อคมนาคมที่เปิดกว้าง เต็มไปด้วยมิตรไมตรี มีจิตวิญญาณและวัฒนธรรมของตนเอง และพร้อมเลือกรับระบบคุณค่าอื่นๆ ทั้งพราหมณ์และพุทธ ระบบคุณค่าของจีน คริสต์และอิสลาม