

การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัด
นครราชสีมา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

GRAPHIC DESIGN ON PACKAGING FOR COMMUNITY PRODUCTS BY USING GEOGRAPHIC
INFORMATION: A CASE STUDY OF NAKHON RATCHASIMA PROVINCE



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Fine and Applied Arts in Fine and Applied Arts

Common Course

FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน
โดย	โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา
สาขาวิชา	น.ส.อุษณิษา พลศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศิลปกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์วิไล อัสวเดชศักดิ์
	อาจารย์ ดร.ปวินท์ บุญนาค

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต

..... คณะบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.บุษกร บิณฑสันต์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พิบูล ไวจิตรกรรม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์วิไล อัสวเดชศักดิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(อาจารย์ ดร.ปวินท์ บุญนาค)

..... กรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยามบุตร)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต)

อุษณิษา พลศิลป์ : การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูล
ภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา. (GRAPHIC DESIGN ON PACKAGING
FOR COMMUNITY PRODUCTS BY USING GEOGRAPHIC INFORMATION: A
CASE STUDY OF NAKHON RATCHASIMA PROVINCE) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ.วิไล
อัครเดชศักดิ์, อ.ที่ปรึกษาร่วม : อ. ดร.ปวินท์ บุณนาค

งานวิจัย เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูล
ภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ใช้อำเภอสูงเนิน เป็นพื้นที่ทัศนศึกษา มีวัตถุประสงค์
เพื่อหากลยุทธ์การนำเสนอที่เหมาะสมและหาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์
สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ การดำเนินงานวิจัยเป็นการศึกษาวรรณกรรม
สังเคราะห์ข้อมูลและการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลภูมิศาสตร์ที่เป็นกลยุทธ์ใน
การนำเสนอได้มีสองมิติ คือ ภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ จากข้อมูลทั้งสองมิตินำไป
แปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบหลักทางเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สร้างเครื่องมือสัมภาษณ์และเกณฑ์
การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย หลักการใช้สี
ตัวอักษร รูปภาพ และลวดลายที่มีความเหมาะสม จากการวิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์ที่ปรากฏ จึง
ได้ผลของงานวิจัยออกมาเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับการประยุกต์
ข้อมูลภูมิศาสตร์ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์
บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนได้ต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา ศิลปกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

6281044035 : MAJOR FINE AND APPLIED ARTS

KEYWORD: geographic, graphic design on packaging, community product

Usanisa Pholasilp : GRAPHIC DESIGN ON PACKAGING FOR COMMUNITY PRODUCTS BY USING GEOGRAPHIC INFORMATION: A CASE STUDY OF NAKHON RATCHASIMA PROVINCE. Advisor: Assoc. Prof. WILAI ASAWADECCHSAKDI Co-advisor: PAWIN BUNNAG, D.F.A.

This research is part of the results of the study on graphic design on packaging for community products by using geographic Information: a case study of Nakhon Ratchasima province using Sung Noen district as a case study area. The objective is to find a suitable presentation strategy and find a way to design graphics on packaging for community products by using geographic data. The research procedure is the study of literature, data synthesis, and interview data collection making it possible to identify geographic information. The results of the study found there are two dimensions of strategic geographic information presentation: physical geography and human geography. From both dimensions of the information, it is transformed into the main graphic element on the packaging. Create research tools and interview criteria for graphic design on packaging professionals, including principles of the appropriate use of colors, letters, images, and patterns. From the analysis of the displayed geographic data, Therefore, the results of the research came out as graphic elements on the packaging that corresponds to the application of geographical data of Sung Noen District Nakhon Ratchasima Province. It can be used to design graphics on the packaging for community products in the future.

Field of Study: Fine and Applied Arts

Student's Signature

Academic Year: 2021

Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูล ภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมาจะสำเร็จลุล่วงมาได้ หากปราศจากผู้สนับสนุนงานวิจัย ได้แก่ ครอบครัวของข้าพเจ้า ซึ่งสมาชิกทุกคนในครอบครัวของข้าพเจ้า ได้ให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน อันมีค่ามหาศาลหาที่เปรียบมิได้

รศ.วิไล อัครเดชศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักของข้าพเจ้า นอกเหนือจากหน้าที่ในการให้ คำปรึกษา ข้าพเจ้าสัมผัสได้ถึงความเมตตา ความเอ็นดู และความปรารถนาดีที่อาจารย์มอบให้ลูกศิษย์ คนนี้เสมอมา ตลอดระยะเวลาการศึกษาเล่าเรียน ข้าพเจ้ารู้สึกโชคดีเป็นอย่างยิ่งที่ครั้งหนึ่งในชีวิตนี้ได้ เป็นลูกศิษย์ของอาจารย์ (คุณแม่) มาமா และอาจารย์ ดร.ปวินท์ บุณนาค อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่คอย ผลักดัน ชี้แนะแนวทางและเสียสละเวลาให้แก่ข้าพเจ้าในทุก ๆ ครั้ง ข้าพเจ้าขอขอบคุณอาจารย์ปวินท์ เป็นอย่างสูง

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน อันได้แก่ รศ. ดร.พิบูล ไวจิตรกรรม ศ.ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์ รศ.อารยะ ศรีภักทยานบุตร และผศ.ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต ที่ให้คำแนะนำรวมทั้งให้คำปรึกษา ตลอดการดำเนินงานวิจัย

ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพและมนุษย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน และผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

และที่สำคัญคุณอัครเดช อินทรสถาพร และครอบครัว รวมถึงชาวอำเภอสูงเนินและชาวโคราช ทุก ๆ ท่าน ที่ข้าพเจ้ามิได้เอ่ยนาม รวมทั้งบุคคลท่านอื่น ๆ ที่มีส่วนร่วมและมีความเกี่ยวข้องในงาน วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

อุษณิษา พลศิลป์

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญภาพ	9
สารบัญตาราง.....	15
บทที่ 1	17
บทนำ.....	17
1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	17
2. ข้อสันนิษฐานของงานวิจัย	24
3. ปัญหาของงานวิจัย.....	24
4. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	24
5. ขอบเขตของงานวิจัย	24
6. วิธีดำเนินการวิจัย	25
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	26
8. คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	26
บทที่ 2	28
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	28
ส่วนที่ 1 ข้อมูลภูมิศาสตร์	29

ส่วนที่ 2 อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา.....	54
ส่วนที่ 3 การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์.....	75
ส่วนที่ 4 สินค้าชุมชน.....	103
บทที่ 3	109
วิธีการดำเนินการวิจัย	109
บทที่ 4	117
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	117
1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาหลักเกณฑ์ภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ.....	117
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน.....	128
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการปรับเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ เป็นองค์ประกอบ เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์.....	141
4. การวิเคราะห์สินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา.....	196
บทที่ 5	218
การออกแบบ.....	218
4.1 โจทย์การออกแบบตราสัญลักษณ์ (ส่วนกลาง) แปรนด์สูงเนิน	219
5. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 1: หมี่กูดจิก	223
6. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 2: กาแฟดงมะไฟ	228
7. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 3: ส้มโอจีโอพาร์ค.....	232
8. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 4: ผ้าเจียงนางดำ.....	237
9. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 5: จานกาบหมาก.....	242
10. ผลงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา.....	247
11. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของแปรนด์สูงเนิน	251
บทที่ 6	259
สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	259

1. สรุปผลวิจัย	259
2. อภิปรายผล	268
3. ข้อเสนอแนะ	269
บรรณานุกรม.....	271
ภาคผนวก.....	272
ภาคผนวก ก	273
เครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลด้านภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ	273
ภาคผนวก ข	288
เครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลด้านการออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์	288
สำหรับสินค้าชุมชน.....	288
ภาคผนวก ค	300
เครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลด้านสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน	300
ภาคผนวก ง.....	304
รายละเอียดข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ อำเภอสูงเนิน	304
ภาคผนวก จ	333
ภาพการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัย	333
ประวัติผู้เขียน.....	337

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 ที่ราบสูงและที่ราบเป็นส่วนประกอบของภูมิประเทศพื้นผิวดินที่สำคัญ.....	30
ภาพที่ 2 ตัวอย่างหินอัคนี.....	32
ภาพที่ 3 ตัวอย่างหินตะกอน	32
ภาพที่ 4 ตัวอย่างหินตะกอน	33
ภาพที่ 5 เชื้อชาติมองโกลอยด์กลุ่มต่าง ๆ.....	45
ภาพที่ 6 โทริอิ สัญลักษณ์ของศาสนาชินโต	46
ภาพที่ 7 รูปแบบการตั้งถิ่นฐานแบบตารางกริดในประเทศเม็กซิโก	47
ภาพที่ 8 การตั้งถิ่นฐานแบบกระจาย หมู่บ้านเชิงเขาหิมาลัย เนปาล และหมู่บ้านที่ราบโทนามิ ญี่ปุ่น	47
ภาพที่ 9 รูปแบบที่นาแปลงเล็กกระจายไม่เป็นระเบียบ อ.แก้งคร้อ จ.ชัยภูมิ	48
ภาพที่ 10 ภูมิทัศน์ไร่่อ่งุ่นในประเทศฝรั่งเศสและประเทศเยอรมนี.....	48
ภาพที่ 11 ภูมิทัศน์นาขั้นบันไดชาวฮาหนีประเทศจีน ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกประเภทภูมิทัศน์วัฒนธรรม	49
ภาพที่ 12 ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศาสนสถานศาสนาพุทธ	50
ภาพที่ 13 วิถีชีวิตชาวอินเดียนพื้นเมืองที่ตั้งถิ่นฐานบริเวณเทือกเขาแอนดีส และสัตว์เลี้ยงอัลปากา	51
ภาพที่ 14 ชาวเมารีในประเทศนิวซีแลนด์ห้อยเครื่องรางตามความเชื่อดั้งเดิม.....	51
ภาพที่ 15 การเดินรำในขบวนแห่เทศกาลมาร์ติกราส เมืองริอูดีจาเนรู ประเทศบราซิล	51
ภาพที่ 16 วัฒนธรรมการใช้ตะเกียบในการรับประทานอาหารของชาวจีนและญี่ปุ่น	52
ภาพที่ 17 การแต่งกายของชาวอินเดียนพื้นเมืองในทวีปอเมริกาใต้ แต่ละกลุ่มแตกต่างกันที่หมวก.....	52
ภาพที่ 18 การทำนาข้าวแบบขั้นบันไดในประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์	52
ภาพที่ 19 ศิลปะการแสดงของวัฒนธรรมจีนและวัฒนธรรมญี่ปุ่น	53
ภาพที่ 20 ลักษณะบ้านในเขตวัฒนธรรมแอฟริกัน ประเทศซิมบับเวและประเทศมาลี	53
ภาพที่ 21 แผนที่จังหวัดนครราชสีมาแสดงตำแหน่งอำเภอสูงเนิน.....	55

ภาพที่ 22 โบราณสถานพระนอนในอดีต	66
ภาพที่ 23 แหล่งโบราณคดีภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว	67
ภาพที่ 24 แผนผังเมืองโบราณเสมา.....	67
ภาพที่ 25 โบราณสถานพระนอนในอดีต	68
ภาพที่ 26 ประเพณีกินเข้าค่า	69
ภาพที่ 27 การจัดสถานที่ในการบวงสรวงพระพุทธรูปไสยาสน์ (พระนอน).....	70
ภาพที่ 28 ปราสาทโนนกู่.....	71
ภาพที่ 29 ปราสาทเมืองแขก	71
ภาพที่ 30 ปราสาทเมืองเก่า	72
ภาพที่ 31 สถานีรถไฟสูงเนิน อำเภอสูงเนิน.....	72
ภาพที่ 32 วัดธรรมจักรเสมาราม	73
ภาพที่ 33 วัดป่าภูผาสุง	73
ภาพที่ 34 น้ำตกวะภูแก้ว	74
ภาพที่ 35 น้ำตกวังเณร	74
ภาพที่ 36 Hue and Tone System	78
ภาพที่ 37 Color Combination Image Scale	81
ภาพที่ 38 การใช้สีใกล้เคียง.....	82
ภาพที่ 39 การใช้สีตรงข้าม.....	82
ภาพที่ 40 การใช้สีแยกตรงข้าม.....	83
ภาพที่ 41 การใช้สีสามเส้า	83
ภาพที่ 42 การใช้สีค่าอ่อนครอบคลุม.....	84
ภาพที่ 43 แอนด์ ไรต์ติ้ง	87
ภาพที่ 44 โอลด์สไตร์.....	87
ภาพที่ 45 วัสดุ ไทป์	88

ภาพที่ 46 ฮิวแมนนิสต์	88
ภาพที่ 47 จีโอเมตริก	88
ภาพที่ 48 จีโอเมตริก ฮิวแมนนิสต์	89
ภาพที่ 49 นีโอ ฮิวแมนนิสต์	89
ภาพที่ 50 โมเดิร์น	89
ภาพที่ 51 อ็อบสเคียว	90
ภาพที่ 52 ครอสซโอเวอร์	90
ภาพที่ 53 ตัวลายที่เกิดจากการนำเส้นมาสานประกอบกัน ให้รูปแบบต่างกันในแต่ละตัว	93
ภาพที่ 54 ขนาดสัดส่วนที่ต่างกันของแม่ลาย	93
ภาพที่ 55 ภาพลวดลายที่แสดงเปรียบเทียบให้เห็นถึงการกำหนดบังคับให้มีช่วงจังหวะ	94
ภาพที่ 56 บริเวณว่างมากให้ความรู้สึกโปร่ง สบายตา โลง ไม่อึดอัด	94
ภาพที่ 57 บริเวณว่างน้อยให้ความรู้แน่น ทึบ อึดอัด ระรานตา	95
ภาพที่ 58 การเคลื่อนไหวของตัวลายไปในทิศทางเดียว	95
ภาพที่ 59 การเสริมประกอบลายด้วยน้ำหนักเข้ม	96
ภาพที่ 60 ลวดลายที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อแสดงเนื้อหา	97
ภาพที่ 61 การกำหนดสร้างรูปแบบลวดลายที่ไม่แสดงเรื่องราว	97
ภาพที่ 62 เนื้อหาของลายจะหยุดความรู้สึกจากการรับรู้ที่รูปแบบของลวดลาย	98
ภาพที่ 63 การซ้ำด้วยรูปร่าง	99
ภาพที่ 64 การซ้ำด้วยขนาด	100
ภาพที่ 65 การซ้ำด้วยสี	100
ภาพที่ 66 การซ้ำด้วยผิวสัมผัส	100
ภาพที่ 67 การซ้ำด้วยทิศทาง	101
ภาพที่ 68 การซ้ำด้วยตำแหน่ง	101
ภาพที่ 69 การซ้ำด้วยพื้นที่ว่าง	101

ภาพที่ 70 การช้ำด้วยแรงตึงตูด.....	102
ภาพที่ 71 Laowu coffee สินค้าเมล็ดกาแฟบ้านเลาอู.....	108
ภาพที่ 72 สมุนไพรสปาเท้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงเกษตร บ้านมหาสอน.....	108
ภาพที่ 73 ข้าวเกรียบเดอ grill จังหวัดสกลนคร.....	108
ภาพที่ 74 แผนผังการดำเนินงานวิจัย.....	109
ภาพที่ 75 สินค้า Krasnogorie.....	180
ภาพที่ 76 สินค้า Tou Prevezanou.....	180
ภาพที่ 77 สินค้า Tea in a Box.....	180
ภาพที่ 78 สินค้า Meat Post.....	181
ภาพที่ 79 สินค้า The Adventure Blends of William Whistle.....	181
ภาพที่ 80 สินค้า Selvatica.....	181
ภาพที่ 81 สินค้า Micis.....	182
ภาพที่ 82 สินค้า Singular.....	182
ภาพที่ 83 สินค้า Triptea.....	182
ภาพที่ 84 สินค้า Greeting from the National Park.....	183
ภาพที่ 85 Ibero-El Vino Universal.....	183
ภาพที่ 86 สินค้า Kreatuur.....	183
ภาพที่ 87 สินค้า Liefling.....	184
ภาพที่ 88 สินค้า Angus 6.....	184
ภาพที่ 89 Marana Craft Chocolate.....	184
ภาพที่ 90 สินค้า Bo Larn Thai Restaurant.....	185
ภาพที่ 91 สินค้า Palitra.....	185
ภาพที่ 92 สินค้า Chateau Ruban Winery.....	185
ภาพที่ 93 สินค้า C by B.....	186

ภาพที่ 94 สีนค้ำ Opre’	186
ภาพที่ 95 สีนค้ำ Fleur Du Nord.....	186
ภาพที่ 96 สีนค้ำ Monty Bojangles	187
ภาพที่ 97 สีนค้ำ Chudoslaskie Eggs.....	187
ภาพที่ 98 สีนค้ำ Nova Chocolates	187
ภาพที่ 99 สีนค้ำ For You & Me Beer.....	188
ภาพที่ 100 สีนค้ำ Seven Tea House	188
ภาพที่ 101 สีนค้ำ Pikes Peak	188
ภาพที่ 102 สีนค้ำ Dactari-Fine Spirits Edition.....	189
ภาพที่ 103 สีนค้ำ Springs’ Smokery.....	189
ภาพที่ 104 สีนค้ำ El Nudo.....	189
ภาพที่ 105 สีนค้ำ Thirsty Goat Amber.....	190
ภาพที่ 106 สีนค้ำ 39/22 Olive Oil.....	190
ภาพที่ 107 สีนค้ำ Day & Night.....	190
ภาพที่ 108 สีนค้ำ Ale Browar	191
ภาพที่ 109 หมี่กูดจิกทำสด.....	209
ภาพที่ 110 บรรจุภัณฑ์ของกาแฟดงมะไฟ.....	210
ภาพที่ 111 สวนส้มโอ บ้านกูดจิก-กูดโคลน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา.....	212
ภาพที่ 112 การทอผ้าเงี้ยวนางดำ.....	214
ภาพที่ 113 ภาพงานกาบหมาก.....	217
ภาพที่ 114 ตราสัญลักษณ์อำเภอสูงเนิน ในรูปแบบสีที่ 1.....	221
ภาพที่ 115 ตราสัญลักษณ์อำเภอสูงเนิน ในรูปแบบสีที่ 2.....	221
ภาพที่ 116 บรรจุภัณฑ์หมี่กูดจิก.....	247
ภาพที่ 117 บรรจุภัณฑ์กาแฟดงมะไฟ ด้านหน้า.....	247

ภาพที่ 118 บรรจุภัณฑ์กาแฟดงมะไฟ ด้านหลัง	248
ภาพที่ 119 บรรจุภัณฑ์ส้มโอจีโอพาร์ค.....	248
ภาพที่ 120 บรรจุภัณฑ์ผ้าเจียงนางดำ	249
ภาพที่ 121 บรรจุภัณฑ์ผ้าเจียงนางดำ	249
ภาพที่ 122 บรรจุภัณฑ์ผ้าเจียงนางดำ	250
ภาพที่ 123 บรรจุภัณฑ์จานกาบหมาก	250
ภาพที่ 124 บรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนแบรนด์สูงเนิน	251
ภาพที่ 125 ถุงกระดาษแนวนอนแบรนด์สูงเนิน.....	251
ภาพที่ 126 ถุงกระดาษแนวตั้งแบรนด์สูงเนิน.....	252
ภาพที่ 127 ถุงพลาสติกแบรนด์สูงเนิน	252
ภาพที่ 128 รวมถุงสำหรับใส่สินค้าแบรนด์สูงเนิน.....	253
ภาพที่ 129 เทปกระดาษกาวแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 1.....	253
ภาพที่ 130 เทปกระดาษกาวแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 2.....	254
ภาพที่ 131 เทปกระดาษกาวแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 3.....	254
ภาพที่ 132 รวมเทปกระดาษกาวแบรนด์สูงเนิน.....	255
ภาพที่ 133 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 1.....	255
ภาพที่ 134 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 2.....	256
ภาพที่ 135 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 3.....	256
ภาพที่ 136 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 4.....	257
ภาพที่ 137 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อแบรนด์สูงเนิน	257
ภาพที่ 138 รวมผลิตภัณฑ์แบรนด์สูงเนิน	258

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	การจำแนกแร่ตามสมบัติและประเภทการใช้ประโยชน์งาน.....	41
ตารางที่ 2	คำศัพท์ภาษาโคราชที่พบบ่อย	62
ตารางที่ 3	ตัวอย่างการยกระดับสินค้าชุมชนที่น่าสนใจ	105
ตารางที่ 4	หมวดหมู่และองค์ประกอบของภูมิศาสตร์กายภาพต่างประเทศ สรุปลงโดยผู้วิจัย	118
ตารางที่ 5	หมวดหมู่และองค์ประกอบของภูมิศาสตร์กายภาพในประเทศ สรุปลงโดยผู้วิจัย	120
ตารางที่ 6	หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์มนุษย์ต่างประเทศ.....	122
ตารางที่ 7	หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์มนุษย์ในประเทศ.....	123
ตารางที่ 8	หมวดหมู่ภูมิศาสตร์กายภาพ จากผลการวิเคราะห์	125
ตารางที่ 9	หมวดหมู่ภูมิศาสตร์มนุษย์ จากผลการวิเคราะห์	128
ตารางที่ 10	ผลการพิจารณาและระบุข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญ.....	129
ตารางที่ 11	แสดงข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพอำเภอสูงเนิน สรุปลงโดยผู้วิจัย	130
ตารางที่ 12	แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพของอำเภอสูงเนิน.....	132
ตารางที่ 13	ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรม สรุปลงโดยผู้วิจัย.....	138
ตารางที่ 14	การระบุข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรมอำเภอสูงเนิน โดยผู้วิจัย.....	139
ตารางที่ 15	การแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ตาม ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน.....	141
ตารางที่ 16	การแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ตาม ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ.....	142
ตารางที่ 17	สรุปการเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์.....	143
ตารางที่ 18	ชุดสีที่สกัดได้จากหินโคกกรวด อำเภอสูงเนิน	145
ตารางที่ 19	ชุดสีและรายละเอียดที่สรุปได้จาก 9 ชุดดิน	147
ตารางที่ 20	แสดงชุดสีที่สกัดได้จากผ้าเยี่ยงนางดำ อำเภอสูงเนิน	150
ตารางที่ 21	สีจากหินโคกกรวดเทียบความใกล้เคียงของ Hue and Tone System.....	151

ตารางที่ 22 สีจากผ้าเงียงนางดำเทียบความใกล้เคียงของ Hue and Tone System.....	154
ตารางที่ 23 สีจากดิน 9 จุดดินเทียบความใกล้เคียงของ Hue and Tone System	159
ตารางที่ 24 กลุ่มสีที่แบ่งตามคำสี่อารมณ์ Color Combination Image Scale.....	166
ตารางที่ 25 แนวทางการใช้ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ภาษาไทยตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ.....	172
ตารางที่ 26 แนวทางการใช้ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์แบบละตินตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ.....	173
ตารางที่ 27 ผลสรุปแนวทางการใช้ตัวอักษรภาษาไทยบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน	175
ตารางที่ 28 ผลสรุปแนวทางการใช้ตัวอักษรละตินบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน	175
ตารางที่ 29 คำศัพท์ภาษาโคราชที่พบได้บ่อย สรุปโดยผู้วิจัย	176
ตารางที่ 30 แนวทางการใช้ภาพบนบรรจุภัณฑ์ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ	178
ตารางที่ 31 สรุปแนวทางการสร้างลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ.....	193
ตารางที่ 32 รายการสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน สรุปผลโดยผู้วิจัย	196
ตารางที่ 33 แสดงผลการคัดกรองสินค้าชุมชน ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ.....	205
ตารางที่ 34 ผลสรุปการคัดกรองสินค้าชุมชน ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ	207
ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ กาแฟดงมะไฟ	210
ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ผ้าเงียงนางดำ	213
ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ จานกาบหมาก	216
ตารางที่ 38 ผลการแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์	266

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ภูมิศาสตร์เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับโลก ธรรมชาติที่อยู่รอบตัว และการดำรงชีวิตของมนุษย์ ภูมิศาสตร์ในสมัยโบราณเริ่มจากการศึกษาปรากฏการณ์ในระบบสุริยะก่อน หลังยุคกรีก-โรมัน จึงศึกษาเกี่ยวกับโลก ทั้งรูปร่าง ขนาด ความยาวของเส้นรอบวงโลกและอื่น ๆ เพื่อให้เข้าใจลักษณะของโลก จากนั้น จึงมุ่งศึกษาภูมิศาสตร์เพื่อประโยชน์ ในการสำรวจทรัพยากรและการล่าอาณานิคม รวมถึงสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งมีมนุษย์อาศัยอยู่ ภูมิศาสตร์ในช่วงนี้จึงเป็นการบรรยายปรากฏการณ์และสถานที่ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อค้นหาคำตอบแบบวิทยาศาสตร์ หลังจากนั้น องค์ความรู้ทางภูมิศาสตร์ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างแผนที่เพื่อใช้เป็นเครื่องมือเดินทางและการสำรวจ มีการศึกษาทั้งด้านกายภาพและวัฒนธรรมของดินแดนที่อยู่ห่างไกล จนนำไปสู่การครอบครองอาณานิคมต่าง ๆ ในทวีปแอฟริกา อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ เอเชีย และออสเตรเลีย อาจกล่าวได้ว่า ภูมิศาสตร์สมัยใหม่เริ่มขึ้นในคริสต์ศตวรรษที่ 18 มีการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ อันเป็นรากฐานของการพัฒนาภูมิศาสตร์ร่วมสมัย ซึ่งมีแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือหลากหลายที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์และแสวงหาความรู้ใหม่ได้อย่างกว้างขวาง (ผ่องศรี จันทาว, 2563)

องค์ความรู้ทางภูมิศาสตร์แบ่งออกเป็น 3 แขนง คือ ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography) ซึ่งศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ภูมิศาสตร์มนุษย์ (Human Geography) ศึกษาปรากฏการณ์เกี่ยวกับมนุษย์หรือกิจกรรมของมนุษย์ และภูมิศาสตร์เทคนิค (Geographic Techniques) ซึ่งเป็นเครื่องมือของนักภูมิศาสตร์

ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography) ประกอบด้วย โลก และ ภูมิลักษณะ ทรัพยากรธรรมชาติและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ภูมิศาสตร์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนภัยธรรมชาติและจัดการภัยพิบัติ ภูมิศาสตร์มนุษย์ (Human Geography) ประกอบด้วยภูมิศาสตร์ประชากร ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ ภูมิศาสตร์การพัฒนา ภูมิศาสตร์เมือง ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว และภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร ภูมิศาสตร์เทคนิค (Geographic Techniques) ประกอบด้วย แผนที่ ภาพถ่ายทางอากาศ การรับรู้จาก

ระยะไกล ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ระบบกำหนดตำแหน่งบนโลก งานภาคสนาม และเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อหาจุดเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันระหว่างข้อมูลภูมิศาสตร์กับสินค้าชุมชน ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้สินค้าชุมชนมีคุณลักษณะเฉพาะ มีอยู่ด้วยกัน 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านมนุษย์ (Human Factor) เพื่อสร้างคุณลักษณะเฉพาะของสินค้านั้น ๆ คือ ต้องอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญของมนุษย์เฉพาะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์แห่งใดแห่งหนึ่ง 2) ปัจจัยด้านธรรมชาติ (Natural Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ใช้เชื่อมโยงแหล่งภูมิศาสตร์เข้ากับข้อเด่นหรือข้อดีของสินค้านั้น ๆ ที่มาจากธรรมชาติโดยตรง อาทิ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทรัพยากรพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ (วิมาน เหล่าดุสิต อ้างถึงใน ภัทรพร เย็นบุตร, 2562) จึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดลักษณะเด่นของสินค้าชุมชน ได้แก่ ปัจจัยด้านมนุษย์และปัจจัยด้านธรรมชาติ ด้วยเหตุผลนี้ ผู้วิจัยจะมุ่งศึกษาข้อมูลภูมิศาสตร์ใน 2 มิติ ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography) และภูมิศาสตร์มนุษย์ (Human Geography) ในการศึกษาวิจัยนี้เท่านั้น

จังหวัดนครราชสีมา หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า โคราช ได้ปรากฏร่องรอยการอยู่อาศัยของผู้คนมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ สืบเนื่องและมีพัฒนาการของบ้านเมืองมาโดยลำดับ ปัจจุบันเป็นเมืองที่เป็นประตูสู่ภาคอีสาน เป็นจังหวัดที่มีศิลปะและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์หลากหลายสาขาทั้งด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน แหล่งโบราณคดี ศิลปวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี อาหารการกิน ความเชื่อ ศิลปะพื้นถิ่น และศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ตลอดจนมี ปุชนิยมบุคคลด้านศิลปวัฒนธรรมจำนวนมาก

นอกจากนี้ จังหวัดนครราชสีมา ยังมีความโดดเด่นทางด้านภูมิศาสตร์กายภาพเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา มีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ รวมไปถึงเป็นแหล่งซากดึกดำบรรพ์ที่มีคุณค่าในระดับนานาชาติ อีกทั้ง มีแหล่งโบราณคดีที่สำคัญ ประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สำคัญ และยังเป็นจังหวัดเดียวของประเทศไทย ที่มีโปรแกรมการอนุรักษ์และริเริ่มขององค์การยูเนสโกถึง 3 โปรแกรม คือ 1) มรดกโลก (World Heritage) ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ 2) มนุษย์และชีวมณฑล (Man & Biosphere) พื้นที่สงวนชีวมณฑลป่าสะแกกราช 3) อุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark)

สำหรับอุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark) นั้น องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก (UNESCO) มีนโยบายผลักดันให้ยกระดับเป็น จีโอพาร์คโลกยูเนสโก

(UNESCO Global Geopark) เมื่อปี พ.ศ. 2558 เพราะเห็นว่าพื้นที่ในเขตอำเภอสีคิ้ว อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเมืองนครราชสีมา และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ เป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการดำเนินการจัดตั้งเป็นจีโอพาร์คโลก (UNESCO Global Geopark) ได้ในอนาคต เพราะพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ และมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ รวมไปถึงเป็นแหล่งซากดึกดำบรรพ์ที่มีคุณค่าในระดับนานาชาติ อีกทั้งมีแหล่งโบราณคดีที่สำคัญ ประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยแยกออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1) ความโดดเด่นทางด้านธรณีวิทยาในระดับนานาชาติ (International geological significances) มีลักษณะภูมิประเทศเคเวस्ता (Cuesta) หรือเขารูปอู้นี้ 2 แนวคู่ขนานกัน จำนวนมากกว่า 20 เขาในพื้นที่ เช่น เขายายเที่ยง เขาขนาวจิต เขาระโดน เขาพริก เป็นต้น

2) ซากดึกดำบรรพ์ สิ่งที่เป็นความพิเศษเฉพาะพื้นที่ (Unique) ในทางธรณีวิทยา คือ ฟอสซิลไดโนเสาร์และสัตว์ร่วมยุคจำนวนมากและหลากหลายชนิด ในชั้นหินกรวดมนปนปูนที่แทรกสลับชั้นอยู่กับหินทราย ได้แก่ แหล่งไดโนเสาร์ แหล่งฟอสซิลไม้กลายเป็นหิน และแหล่งฟอสซิลช้างลุ่มน้ำมูล

อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นอำเภอที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เดิมเป็นที่ตั้งของเมืองเก่าของโคราช 2 เมือง คือ เมืองเสมาและเมืองโคราชปุระ (โคราช) ซึ่งมีปราสาทที่เป็นโบราณสถานที่น่าสนใจ 3 แห่ง ได้แก่ ปราสาทหินเมืองเก่า ปราสาทหินเมืองแขก และปราสาทหินโนนกู่นอกจากนี้ ยังมีโบราณวัตถุที่สำคัญ คือ พระพุทธรูปหินทรายปางไสยาสน์ หรือพระนอนหินทรายอายุ 1,300 กว่าปี วัดธรรมจักรเสมาราม แต่เดิมพื้นที่บริเวณของวัดแห่งนี้เป็นศาสนสถานในสมัยทวารวดี และเป็นທີ່ประดิษฐานองค์พระพุทธรูปปางไสยาสน์ ที่มีความเก่าแก่และใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สำหรับความสำคัญด้านภูมิศาสตร์ ของอำเภอสูงเนิน มีดังนี้

1) ภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน เป็นหนึ่งในอำเภอที่ตั้งอยู่ในอาณาเขตโครงการโคราชจีโอพาร์ค (Khorat Geopark) หรืออุทยานธรณีโคราช หมายถึง พื้นที่ลุ่มน้ำลำตะคอง ในเขตอำเภอสีคิ้ว อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเมืองนครราชสีมา และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ที่มีภูมิประเทศเขาเคเวस्ता (เขารูปอู้นี้) และฟอสซิล 3 ยุค (ได้แก่ ยุคครีเอเชียส ยุคนีโอจีน และยุคควอเทอร์นารี) โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (Cuesta and Fossil Land) เชื่อมโยงกับระบบนิเวศป่าเต็งรัง ป่าดิบแล้ง และวิถีชีวิตผู้คนกว่า 4,000 ปี

2) ภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน มีวิถีชีวิต ความเชื่อ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมที่โดดเด่น อาทิ ภาษาพูดโคราช กลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช กลุ่มชาติพันธุ์ไทอีสาน อาหารการกิน การแต่งกาย

อาคารบ้านเรือน โดยภูมิปัญญาชาวบ้านที่โดดเด่นของชาวสูงเนิน ได้แก่ การทำหมี่กูดจิก ซึ่งเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในการแปรรูปข้าวเจ้าให้เป็นเส้นหมี่ หมี่กูดจิกมีอายุมากกว่า 100 ปี นอกจากนี้ อำเภอสูงเนิน ยังมีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ประจำอำเภอ คือ ประเพณีกินเขาค่ำ เป็นแบบอีสานชั้นโตกนั่งกับพื้น และชมการแสดงประกอบแสง สี เสียง ชุดศรีจนาศะปุระ และการรำแบบอีสานรวมถึงเพลงรำวงพื้นบ้านผู้เฒ่าผู้แก่ร่วมกันร้องรำทำเพลง จะจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 8-10 เดือนมีนาคมของทุกปี และประเพณีบวงสรวงพระพุทธรูปไสยาสน์ (พระนอน)

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสำคัญด้านภูมิศาสตร์ของอำเภอสูงเนิน ด้วยเหตุผลนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดเลือกอำเภอสูงเนินเป็นพื้นที่กรณีศึกษาในงานวิจัยนี้ เพราะอำเภอสูงเนินมีความสมบูรณ์ในด้านข้อมูลภูมิศาสตร์ครบทั้ง 2 มิติ คือ ภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานวิจัย

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์และพัฒนาชุมชน จังหวัดนครราชสีมา (พ.ศ. 2560-2564) กำหนดประเด็นเป้าหมายภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับชุมชน เสริมเศรษฐกิจฐานรากของประเทศอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ดังนั้น การพัฒนาจะเป็นสามรูปแบบ ดังนี้

- 1) เพิ่มศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ โดยผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดมูลค่าเพิ่ม
- 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพได้มาตรฐาน
- 3) ส่งเสริมช่องทางการตลาด โดยผู้ผลิต/ผู้ประกอบการมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น

แผนยุทธศาสตร์และพัฒนาชุมชนดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2560-2564 ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี กรอบทิศทางตามนโยบายการพัฒนาสู่ประเทศไทย 4.0 กรอบทิศทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) โดยมีกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ประกอบด้วย

1) สร้างสรรค์ชุมชนให้พึ่งตนเองได้: ชุมชนมีศักยภาพในการจัดการและพัฒนาตนเองเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ สร้างและพัฒนาผู้นำสมาชิก พัฒนาเครื่องมือเสริมสร้างสมาชิกชุมชน ส่งเสริมชุมชนและภาคร่วมพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก พัฒนาการบริหารจัดการชุมชน

2) ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัว: เพิ่มศักยภาพผู้ผลิตผู้ประกอบการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม ส่งเสริมช่องทางการตลาด

3) เสริมสร้างชุมชนให้มีประสิทธิภาพและมีธรรมาภิบาล: พัฒนาระบบบริหารจัดการและการเข้าถึงแหล่งทุนชุมชน

4) เสริมสร้างองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง: เสริมสร้างศักยภาพองค์กรเพื่อยกระดับงานพัฒนาชุมชน พัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ ยกระดับภาพลักษณ์องค์กร

การพัฒนาสินค้าชุมชน นอกจากจะเป็นการส่งเสริมชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแล้ว ยังสามารถช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ใช้เป็นปัจจัยในการผลิตสินค้าไว้ให้ยั่งยืนได้ กล่าวคือ สินค้าชุมชนที่ได้รับการพัฒนา จะช่วยให้ชุมชนผู้ผลิตสินค้าได้อาศัยพึ่งพาและบริโภคทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบริเวณชุมชนดังกล่าวอย่างยั่งยืน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า สินค้าบางประเภทเหมาะที่จะได้รับการคุ้มครอง เพราะการคุ้มครองจะก่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าได้อย่างยั่งยืนในพื้นที่ชุมชนผู้ผลิต แต่หากสินค้าไม่ได้มีคุณลักษณะเฉพาะเชื่อมโยงกับปัจจัยการผลิตกับแหล่งภูมิศาสตร์ได้อย่างต่อเนื่องแล้ว สินค้านั้นก็จะมีชื่อเสียงอันเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภค ทำให้สูญเสียอัตลักษณ์ของสินค้าได้ (ภัทรพร เย็นบุตร, 2561)

สินค้าชุมชนประเภทศิลปะพื้นบ้านและงานฝีมือ ซึ่งได้สืบทอดวิธีการสร้างสรรค์ผลงานจนกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรม และมีจุดเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับการอาศัยประโยชน์จากภูมิปัญญาของชุมชนในพื้นที่ คือการอาศัยประโยชน์จากภูมิปัญญาของชุมชนในพื้นที่มาผลิตสินค้านั้น ๆ เช่น การทอผ้าไหมที่มีการสร้างสรรค์ลวดลายอัตลักษณ์การทอของแต่ละชุมชน ปัจจัยสำคัญที่สร้างชื่อเสียงของสินค้าขึ้นอยู่กับที่ชุมชนสามารถอนุรักษ์ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม ในการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าไว้สืบทอดต่อเนื่องกันมายาวนานไว้ได้

สำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ มีบทบาทสำคัญใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการออกแบบด้วยกัน 2 ประการ คือ

1) ด้านประโยชน์ใช้สอย คือ มีความปลอดภัยในการคุ้มครอง รักษาผลิตภัณฑ์ ซึ่งทางด้านนี้จะอาศัยความรู้ทางด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์ร่วมด้วยเป็นหลัก

2) ด้านการสื่อสารและสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาแก่ผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางด้านเรขศิลป์เข้ามาสร้างให้เกิดคุณลักษณะดังกล่าว คือ ความมีเอกลักษณ์ สามารถสร้างให้เกิดความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เข้าใจความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ โดยส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์ที่ควรมี มีดังนี้ ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า รายละเอียดของสินค้า รายละเอียดส่งเสริมการขาย รูปภาพส่วนประกอบของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย และรายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น

การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ ส่งผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค บริโภค ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การบรรยายถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ผู้ผลิต ด้วยการใช้วิธีการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร คำโฆษณา เครื่องหมายและสัญลักษณ์ทางการค้า และใช้หลักการทางการออกแบบจัดภาพให้เกิดการประสานกลมเกลียวตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การออกแบบเรขศิลป์ ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์ เพราะทำหน้าที่สร้างทัศนคติ แสดงออก สื่อความหมาย ชี้แจงบ่งชี้ถึงประเภทของผลิตภัณฑ์รายละเอียด และแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อสร้างความแตกต่าง (สุกฤตา หิรัณยขวลิต, 2554)

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้าชุมชน จากงานวิจัยที่เคยศึกษาไว้ก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยพบปัญหาได้ 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสินค้าชุมชน และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าชุมชน ดังนี้

1) แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีความคงทน เพื่ออายุการใช้งานและประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า ควรมีความสัมพันธ์กับการออกแบบที่เหมาะสมสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย และต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการสร้างเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ให้กับชุมชน (พรธนิภา ชาวคำ และคณะ, 2561)

บรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิม และขาดการส่งเสริมและข้อมูลในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเฉพาะด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ ยังขาดการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับตัว

ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และยังขาดการออกแบบที่มีความหลากหลาย (พรพิมล ศักดา และ บวร เครือรัตน์, 2561)

2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ถูกเลือกซื้อเพราะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ภายใต้วัฒนธรรม/ภูมิปัญญาท้องถิ่นบรรจุภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์ เลือกซื้อเพราะความสวยงามและการใช้เอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อีกทั้ง ควรมีการใช้เอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาของไทยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และเน้นความสวยงามหรือการสร้าง ความสนใจแก่ผู้บริโภค และมีตราสินค้าเป็นของตนเองเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ (เกศทิพย์ กริ่งเงิน และ คณะ, 2561)

ในการสร้างคุณค่าในกับผลิตภัณฑ์ ควรเชื่อมโยงให้เข้ากับอัตลักษณ์ของพื้นที่ ที่มีเรื่องราวและคุณค่าเพื่อแสดงให้เห็นถึงการเป็นหมู่บ้าน และก่อให้เกิดคุณค่าทางใจ สำหรับผู้ที่รับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (จิตพนธ์ ชุมเกต, 2560) จุดเด่นที่เป็นจุดขายในผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน อยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยการเลือกเอาเอกลักษณ์ท้องถิ่น มาต่อยอดพัฒนาเป็นองค์ประกอบของตราสินค้าของตัวเองได้ บนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้าน ในการเลือกเอาเอกลักษณ์ท้องถิ่นของตนเองมาใช้ (เกษม กุณาศรี และคณะ, 2558)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาจัดทำเป็นเรื่องราวร้อยเรียงต่อยอดบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนได้ การสร้างและพัฒนาเรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นองค์ประกอบตราสินค้า คือ การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าสู่การสร้างความเชื่อมโยงตราสินค้าให้มีเอกลักษณ์ หรือมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งจะก่อให้เกิดคุณค่าของสินค้าตามมา จนกลายเป็นมูลค่าของตราสินค้าต่อไป (วัลย์ลดา พรหมเวียง, 2561)

จากปัญหาของสินค้าชุมชน ดังที่กล่าวมาข้างต้น จึงนำมาสู่การศึกษาหาความเชื่อมโยงของข้อมูล ภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ กับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ คือ การสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยสามารถบอกเล่าข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ผ่านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ได้ โดยงานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาหาหลักเกณฑ์ และแนวทางในการแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน และเป็นแนวทางนำไปต่อยอดในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนอื่น ๆ ได้ สามารถสร้างการจดจำได้ของผู้บริโภค เพิ่มมูลค่าสินค้า และสร้างรายได้ให้กับชุมชนและครอบครัว สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาสู่

ประเทศไทย 4.0 กรอบทิศทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่มุ่งเน้นด้านการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ของแต่ละชุมชน นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพสินค้าและธุรกิจบริการของชุมชนในระดับท้องถิ่น ยังส่งผลต่อในระดับชาติและนานาชาติ โดยใช้มิติทางด้านข้อมูลภูมิศาสตร์ของพื้นที่ชุมชน เป็นการสร้างสมดุลระหว่างทุนทางภูมิศาสตร์ของชุมชนสู่การพัฒนาสินค้าชุมชนในระดับสากล

2. ข้อสันนิษฐานของงานวิจัย

ข้อมูลภูมิศาสตร์ ในมิติของภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ สามารถแปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ได้

3. ปัญหาของงานวิจัย

3.1 การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ มีหลักเกณฑ์และแนวทางอย่างไร

3.2 ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

4. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

4.1 เพื่อหาหลักเกณฑ์และแนวทางการนำข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ แปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

4.2 เพื่อหาข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

4.3 เพื่อนำเสนอต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน สำหรับเป็นแนวทางต้นแบบการประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ภูมิศึกษา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

5. ขอบเขตของงานวิจัย

ตัวแปรต้น ข้อมูลภูมิศาสตร์

ตัวแปรตาม การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

5.1 งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาข้อมูลภูมิศาสตร์ใน 2 มิติ คือ ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography) และภูมิศาสตร์มนุษย์ (Human Geography)

5.2 งานวิจัยนี้เจาะจงพื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นพื้นที่กรณีศึกษา เพราะอำเภอสูงเนินมีความโดดเด่นในข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ กล่าวคือ 1) ภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนินตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของอุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark) อันมีเอกลักษณ์โดดเด่นทางด้านธรณีวิทยา 2) ภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนินมีประวัติศาสตร์มาช้านาน เป็นที่ตั้งของเมืองโบราณ 2 เมือง คือ เมืองเสมาและเมืองโคราชหรือเมืองโคราช ต่อมาจึงได้ยุบเมืองทั้งสอง ไปเป็นเมืองนครราชสีมา อำเภอสูงเนินจึงเป็นแหล่งวัฒนธรรมที่เป็นองค์ความรู้สามารถถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง มีปฏิสัมพันธ์กันของคนในชุมชนอย่างแน่นแฟ้น

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

6.1.1 ศึกษาข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์

6.1.2 ศึกษาข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติกายภาพ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

6.1.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ สี ตัวอักษร ภาพประกอบ การสร้างลวดลาย

6.1.4 ข้อมูลสินค้าชุมชน ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

6.2 วิเคราะห์หลักเกณฑ์ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์

6.3 นำหลักเกณฑ์ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ไปนำเสนอและสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ เพื่อยืนยันความถูกต้องและรับความคิดเห็นเพิ่มเติม

6.4 วิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน ตามหลักเกณฑ์ที่ได้จากข้อ 6.3

6.5 นำข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนินที่วิเคราะห์ได้ ไปนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกหาข้อมูลที่ไม่สามารถหาได้จากภาคเอกสาร และรับความคิดเห็นเพิ่มเติม

6.6 นำข้อมูลภูมิศาสตร์ที่สรุปได้จากข้อ 6.5 กับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ไปสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางการแปรข้อมูลภูมิศาสตร์เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

6.7 สร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ทั้ง 4 เรื่อง ได้แก่ สี ตัวอักษร ภาพ และลวดลาย พร้อมนำไปสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

6.8 วิเคราะห์สินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน จากภาคเอกสารด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

6.9 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้านสินค้าชุมชน อัตลักษณ์ของชุมชน และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน เพื่อรับทราบข้อมูลเพิ่มเติมที่ไม่สามารถหาได้จากภาคเอกสาร

6.10 วิเคราะห์และสรุปสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน

6.11 ดำเนินการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์

6.12 เผยแพร่งานออกแบบ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้หลักเกณฑ์และแนวทางการใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ได้

7.2 ได้ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

7.3 ได้นำเสนอต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ภูมิศึกษา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

8. คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

8.1 การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงดึงดูด และสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค โดยมีความสามารถในการโน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อ ซึ่งการออกแบบกราฟิกจะเน้นเรื่องของการตกแต่ง รูปลักษณะ วัสดุขึ้นรูปเป็นรูปทรง มีการจัดวางรูปทรง ประกอบตัวอักษร ลวดลาย ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์ทางการค้าที่สร้างความประทับใจ โดยใช้หลักวิชาการทางศิลปะ การจัดภาพองค์ประกอบศิลป์เพื่อให้ผลงานมีความประสานกลมเกลียวกันอย่างสวยงามและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เน้นการตกแต่ง สี สันตึงดูดี รูปลักษณะสวยงาม ดูหรูหราและเพิ่มมูลค่าของสินค้า (ปิยลักษณ์ เบญจตล, 2549)

8.2 สินค้าชุมชน

สิ่งที่เสนอขายโดยวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มคนในชุมชน นำเสนอแก่ผู้บริโภคภายนอกเพื่อให้เกิดการซื้อขายและการสร้างรายได้กลับมายังชุมชน และสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ หรือความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ชุมชน (จิตพนธ์ ชุมเกตุ, 2560)

8.3 ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography)

สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ประกอบด้วย ภูมิลักษณะ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ และสิ่งแวดล้อม (ผ่องศรี จันท้าว, 2563)

8.4 ภูมิศาสตร์มนุษย์ (Human Geography)

ปรากฏการณ์เกี่ยวกับมนุษย์หรือกิจกรรมของมนุษย์ อาทิ วัฒนธรรม การตั้งถิ่นฐาน อาหาร (ผ่องศรี จันท้าว, 2563)



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นส่วนของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาหลักเกณฑ์และแนวทางการใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ เพื่อใช้ในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้พื้นที่อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นกรณีศึกษา รวมทั้งทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลพื้นฐานของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาออกเป็นหัวข้อสำคัญ ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลภูมิศาสตร์

1.1 ภูมิศาสตร์กายภาพ

1.2 ภูมิศาสตร์มนุษย์

ส่วนที่ 2 อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

2.1 ข้อมูลพื้นฐาน

2.2 ความสำคัญทางประวัติศาสตร์

2.3 งานประเพณีที่สำคัญ

2.4 สถานที่ท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

3.1 การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

3.2 องค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ สี ตัวอักษร ภาพ ลวดลาย

3.3 แนวคิดเชิงกลยุทธ์ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์

ส่วนที่ 4 สินค้าชุมชน

4.1 ความสำคัญและความหมาย

4.3 แนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน

4.2 แนวคิดและหลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลภูมิศาสตร์

ความเป็นมาของภูมิศาสตร์

ภูมิศาสตร์เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับโลก ธรรมชาติที่อยู่รอบตัว และการดำรงชีวิตของมนุษย์ ภูมิศาสตร์ในสมัยโบราณเริ่มจากการศึกษาปรากฏการณ์ในระบบสุริยะ หลังยุคกรีก-โรมันจึงศึกษาเกี่ยวกับโลก ทั้งรูปร่าง ขนาด ความยาวของเส้นรอบวงโลกและอื่น ๆ เพื่อให้เข้าใจในลักษณะของโลก จากนั้นจึงมุ่งศึกษาภูมิศาสตร์เพื่อประโยชน์ ในการสำรวจทรัพยากรธรรมชาติและ การล่าอาณานิคม รวมถึงสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งมีมนุษย์อาศัยอยู่ ภูมิศาสตร์จึงเป็นการบรรยายปรากฏการณ์และสถานที่ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อค้นหาคำตอบแบบวิทยาศาสตร์ หลังจากนั้น องค์ความรู้ทางภูมิศาสตร์ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างแผนที่เพื่อใช้เป็นเครื่องมือเดินทางและการสำรวจ มีการศึกษาทั้งด้านกายภาพและวัฒนธรรมของดินแดนที่อยู่ห่างไกล จนนำไปสู่การครอบครอง อาณานิคมต่าง ๆ ในทวีปแอฟริกา อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ เอเชีย และออสเตรเลีย อาจกล่าวได้ว่า ภูมิศาสตร์สมัยใหม่เริ่มต้นในคริสต์ศตวรรษที่ 18 มีการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ อันเป็นรากฐาน ของการพัฒนาภูมิศาสตร์ร่วมสมัย ซึ่งมีแนวคิด ทฤษฎี และเครื่องมือหลากหลายที่สามารถนำไปใช้ ประโยชน์และแสวงหาความรู้ใหม่ได้อย่างกว้างขวาง (ผ่องศรี จันท์หา, 2563)

แขนงของภูมิศาสตร์

ปัจจุบันองค์ความรู้ทางภูมิศาสตร์แบ่งออกเป็น 3 แขนง ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography) ศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ภูมิศาสตร์มนุษย์ (Human Geography) ศึกษา ปรากฏการณ์เกี่ยวกับมนุษย์หรือกิจกรรมของมนุษย์ และภูมิศาสตร์เทคนิค (Geographic Techniques) ซึ่งเป็นเครื่องมือของนักภูมิศาสตร์

1.1 ภูมิศาสตร์กายภาพ

ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ภูมิประเทศ 2) ภูมิอากาศ 3) ทรัพยากรธรรมชาติ 4) ภูมิศาสตร์สิ่งแวดล้อม 5) ภัยธรรมชาติและ การจัดการภัย พิบัติ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาวรรณกรรมในเรื่องของภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และ ทรัพยากรธรรมชาติเท่านั้น

1.1.1 ภูมิประเทศ (Landforms)

ภูมิประเทศ หมายถึง รูปแบบหรือลักษณะพื้นผิวโลกหรือภูมิประเทศที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ มีรูปประพันฐานต่าง ๆ ซึ่งแสดงถึงความสูงต่ำของผิวโลก ดังนั้น ภูมิประเทศแต่ละแห่ง จึงขึ้นกับ สภาพทั่วไปของผิวโลกที่อยู่ บริเวณนั้นๆตามธรรมชาติ รวมทั้ง สิ่งที่มีมนุษย์ดัดแปลงขึ้นเช่นทางน้ำและ แหล่งน้ำ ถนน เมือง จึงนับว่าภูมิลักษณะ มีความสำคัญต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์

ภูมิประเทศ แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1) ที่ราบ 2) ที่ราบสูง 3) ภูเขาหรือเทือกเขา 4) แม่น้ำ 5) ชายฝั่ง 6) หิน

1) ที่ราบ คือ พื้นที่ซึ่งมีความต่างระดับไม่มากนัก แบ่งตามความเรียบออกเป็น ที่ราบเรียบ และที่ราบลอนลาด โดยทั่วไปจัดเป็นที่ราบต่ำ มักมีความสูงจากระดับทะเลน้อยกว่า 100 เมตร ถ้าสูงกว่าร้อยเมตร เรียก ที่ราบสูง ที่ราบแบ่งย่อยได้อีก ดังนี้ 1) ที่ราบโครงสร้าง 2) ที่ราบกร่อนตัว 3) ที่ราบสะสมตัว 4) ที่ราบธารน้ำแข็ง 5) ที่ราบลุ่มทะเลสาบ 6) ที่ราบก้นสมุทร 7) ที่ราบหินละลาย

2) ที่ราบสูง คือ บริเวณที่เป็นที่สูง (มากกว่า 100 เมตร จากระดับทะเลปานกลาง) ประกอบด้วยพื้นที่ที่เป็นภูมิประเทศราบเรียบ หรือเป็นลอน ๆ ก็ได้ ที่ราบสูงแบ่งย่อยตามสภาพแวดล้อมหลายรูปแบบ ได้แก่ ที่ราบสูงระหว่างเขา ที่ราบสูงภูเขาไฟ ที่ราบสูงชอยแบ่ง ที่ราบสูงในทวีป ที่ราบสูงเชิงเขา



ภาพที่ 1 ที่ราบสูงและที่ราบเป็นส่วนประกอบของภูมิประเทศพื้นผิวดินที่สำคัญ
ที่มา: ภูมิศาสตร์กายภาพ, 2563, น.5

3) ภูเขา หรือ เทือกเขา หมายถึง ภูมิประเทศที่มีความสูงตั้งแต่ 600 เมตร ขึ้นไป จากพื้นที่โดยรอบ ส่วนเนินเขา (Hill) คือ เขาที่สูงไม่มากนักหรือเขาเตี้ย ซึ่งสูงจากระดับโดยรอบ ประมาณ 150 เมตร แต่ไม่เกิน 600 เมตร ภูเขาและเนินเขาแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ตามกระบวนการธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขาหินคดโค้ง ภูเขาจากรอยเลื่อน ภูเขารูปโดม ภูเขาไฟ

4) แม่น้ำ หมายถึง ลำน้ำหรือลำธารขนาดใหญ่ที่มีน้ำไหลตลอดเวลาอันเป็นที่รวมของลำธารต่าง ๆ ตามธรรมชาติ รวมทั้งลำธารขนาดเล็ก เช่น ลำธาร คลอง เกิดจากน้ำฝนที่ตกลงบนพื้นดินและไหลไปยังที่ต่ำลงสู่แม่น้ำ ทะเลและมหาสมุทรหรืออ่างน้ำขนาดใหญ่อื่น ๆ เช่น ทะเลสาบ หรืออ่างเก็บน้ำเหนือเขื่อน แม่น้ำมีแหล่งกำเนิดจากต้นน้ำ ในที่สูง หรือน้ำซบแล้วไหลสู่สายน้ำหลัก ไปสิ้นสุดที่ปลายน้ำของแม่น้ำหรือปากแม่น้ำ ซึ่งมีลักษณะแผ่ขยายออกสู่ทะเลเปิด เรียกว่า ชะวากทะเล

(Estuary) ส่วนบริเวณปากน้ำที่มีตะกอนแม่น้ำสะสมตัว เรียกว่า เนินตะกอนปากน้ำหรือดินดอนสามเหลี่ยม

5) ชายฝั่ง คือส่วนของแผ่นดินที่ซึ่งนับจากชายทะเลขึ้นไปบนบกจนถึงบริเวณที่ภูมิประเทศเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ชายฝั่งมีความกว้างไม่แน่นอนตั้งแต่หลายสิบหรือหลายร้อยเมตรจนถึงเป็นกิโลเมตร ชายฝั่งมักมีลักษณะโค้งและเว้าแตกต่างกัน บางแห่งเป็นหน้าผาหินสูงชันและบางแห่งก็เป็นชายหาดระดับต่ำที่แผ่ขยายออกไปกว้างขวางแทรกสลับอยู่ระหว่างภูเขากับโขดหิน แรงที่ทำให้เกิดรูปร่างชายฝั่งแบบต่าง ๆ มักมาจากกระแสน้ำและลมในทะเล ชายฝั่งแบ่งตามลักษณะตัวการเป็น 2 ชนิด ได้แก่

1) ชายฝั่งปฐมภูมิ (Primary Coast) เป็นชายฝั่งที่เกิดจากตัวการบนบก เช่น ชายฝั่งกร่อนตัวบนบก ชายฝั่งภูเขาไฟ ชายฝั่งจากการผันแปรเปลือกโลก

2) ชายฝั่งทุติยภูมิ (Secondary Coast) เป็นชายฝั่งที่เป็นผลจากการกระทำจากคลื่น ลม และสิ่งมีชีวิตในทะเล ที่สำคัญได้แก่ ชายฝั่งกร่อนโดยคลื่น เช่น ชายฝั่งสันทราย ชายฝั่งยื่นงอก หรือแหลมรูปเขี้ยว ชายฝั่งโขดหินหนอนไซ ชายฝั่งโขดหินปะการัง

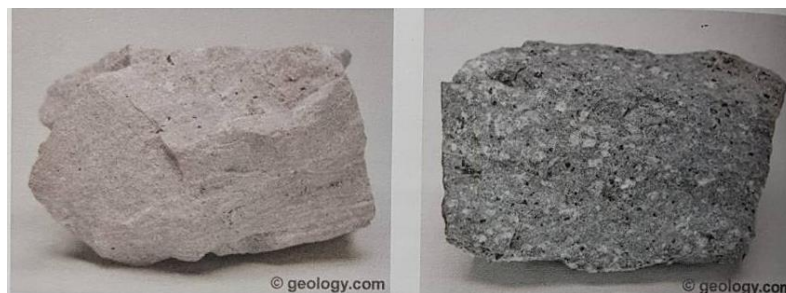
6) หิน

หินแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด ตามสภาพลักษณะการเกิด คือ หินอัคนี หินตะกอน และหินแปร โดยหินทั้งสามชนิดต้องประกอบด้วยแร่ (Mineral) ซึ่งตามความหมาย แร่ คือ ธาตุหรือสารประกอบที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีส่วนประกอบทางเคมีที่แน่นอน และมีการจับตัวของลึกลับที่เป็นระเบียบ

1) หินอัคนี คือ หินที่เกิดจากการรวมตัวของแร่ที่เย็นตัวและตกผลึกจากสารหลอมละลาย หรือหินหนืดที่อุณหภูมิสูง มีกำเนิดอยู่ที่ผิวโลก แบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด ตามลักษณะเนื้อหินและสถานที่เกิดแร่ตกผลึก คือ

ก) หินอัคนีระดับลึก หรือหินอัคนีแทรกซอน หมายถึง หินอัคนีเนื้อหยาบที่เกิดจากการเย็นตัวอย่างช้า ๆ ตกผลึกและแข็งตัวจากการหลอมละลาย ณ ระดับความลึกหนึ่งใต้ผิวโลก (โดยทั่วไปลึกมากกว่า 2 เมตร) เช่น หินแกรนิต หินไดออไรต์ หินแกบโบร

ข) หินภูเขาไฟ หรือหินอัคนีพุ หมายถึงหินอัคนีเนื้อละเอียดหรือละเอียดมาก (คล้ายแก้ว) จนมองด้วยตาเปล่าไม่เห็น เกิดจากการเย็นตัวอย่างรวดเร็วจากหินละลายที่ไหลขึ้นมาสู่ผิวโลก เช่น หินไรโอไลต์ หินแอนดีไซต์ หินบะซอลต์



ภาพที่ 2 ตัวอย่างหินอัคนี

ที่มา: ภูมิศาสตร์กายภาพ, 2563, น.14

2) หินตะกอน คือ หินที่เกิดจากการสะสม การอัดตัว และการแข็งตัวของ ตะกอน เศษหิน หรือสารละลายที่ถูกตัวกลาง เช่น ลมและน้ำ พัดพามาและสะสมตัวบนที่ต่ำ ๆ ของ ผิวโลก ส่วนใหญ่มักแสดงชั้น บางครั้งจึงเรียกว่า หินชั้น หินตะกอนแบ่งออกเป็น 2 ชนิด ตามลักษณะ เนื้อหิน คือ

ก) หินตะกอนเนื้อประสม หมายถึง หินตะกอนที่ประกอบด้วย อนุภาคที่แตกหลุดและพัดพามาจากที่อื่น ๆ เช่น หินดินดาน หินทราย หินกรวดมน

ข) หินตะกอนเคมี หมายถึง หินตะกอนที่เกิดจากการตกผลึก จาก สารละลายที่พัดพามาโดยน้ำ ณ อุณหภูมิต่ำ เช่น หินปูน เปลือกหิน หินเชิร์ต (Chert)



ภาพที่ 3 ตัวอย่างหินตะกอน

ที่มา: ภูมิศาสตร์กายภาพ, 2563, น.15

3) หินแปร คือ หินที่เปลี่ยนแปลงมาจากหินอัคนีหรือหินตะกอน โดย กระบวนการทางกายภาพและทางเคมี ในสภาพของแข็ง ณ ที่อุณหภูมิและความดันสูงในระดับที่ลึก โดยไม่ผ่านกระบวนการหลอมละลาย โดยทั่วไปแบ่งเป็น 2 ชนิด ตามลักษณะเนื้อหิน คือ

ก) หินแปรริ้วขนาน หมายถึง หินแปรที่แสดงลักษณะการเรียงตัว ของแร่ไปในแนวหนึ่งแนวใด ซึ่งมองเห็นได้ชัดเจน เช่น หินไนซ์ หินชีสต์ หินฉนวนหรือหินกาบ

ข) หินแปรไร้รูปร่าง หมายถึง หินแปรที่ไม่แสดงลักษณะการเรียงตัวของแร่ไปในแนวใดแนวหนึ่ง ส่วนใหญ่ประกอบด้วยผลึกแร่ที่มาจากการตกผลึกใหม่และसानเกาะยึดเกี่ยวกันอย่างดี เช่น หินอ่อน หินควิตไซต์ หินฮอนเฟลส์



ภาพที่ 4 ตัวอย่างหินตะกอน
ที่มา: ภูมิศาสตร์กายภาพ, 2563, น.17

1.1.2 ภูมิอากาศ (Climate)

ความหมายของภูมิอากาศ

ภูมิอากาศหรืออากาศประจำถิ่น หมายถึง ลักษณะอากาศเฉลี่ยของภูมิอากาศแห่งใดแห่งหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่ง อาจเป็นเดือน เป็นปี หรือเป็นศตวรรษก็ได้ ภูมิอากาศต้องอาศัยผลจากการตรวจอากาศประจำวัน เพราะเมื่อมีการตรวจอากาศในท้องถิ่นใดช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้ว ย่อมมีการรวบรวมข้อมูลของลมฟ้าอากาศต่าง ๆ เข้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อหาค่าเฉลี่ยและค่าปกติขององค์ประกอบอุตุนิยมวิทยาแต่ละชนิด แล้วนำไปวิเคราะห์เพื่อจัดทำเป็นข้อมูลภูมิอากาศของท้องถิ่นนั้น ๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2549: 118)

องค์ประกอบภูมิอากาศ (Climatic Elements)

องค์ประกอบภูมิอากาศที่สำคัญ มีดังนี้

1) การแผ่รังสีดวงอาทิตย์

ดวงอาทิตย์เป็นก๊าซที่ร้อน บริเวณผิวมีอุณหภูมิประมาณ 6,000 องศาเซลเซียส (11,000 องศาฟาเรนไฮต์) แผ่รังสีออกมาเรียกว่า พลังงานคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (Electromagnetic Radiation) มีความถี่ของคลื่นต่าง ๆ ปะปนกันเอง และเดินทางด้วยความเร็วค่อนข้างสม่ำเสมอประมาณ 300,000 กิโลเมตรต่อวินาที (186,000 ไมล์ต่อวินาที) ใช้เวลาเดินทางจากดวงอาทิตย์มายังพื้นโลกประมาณ 9 นาที โดยรังสีจากดวงอาทิตย์มีความถี่ของคลื่นต่าง ๆ คือ รังสีคลื่นสั้น และรังสีคลื่นยาว (ราชบัณฑิตยสถาน, 2549: 493)

2) อุณหภูมิ (Temperature)

คือ ระดับความร้อนหนาวของอากาศและส่งระดับความร้อนหรือความเย็น ใช้ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับอากาศ การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิของอากาศในแต่ละบริเวณ มีการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อย เปลี่ยนแปลงพื้นที่กว้างหรือพื้นที่ขนาดเล็ก ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ก) ความต่างของความสูง เป็นการเปลี่ยนอุณหภูมิในบรรยากาศชั้นโทรโพสเฟียร์ โดยบริเวณที่สูงจากผิวโลกขึ้นไป อุณหภูมิของอากาศโดยรอบจะลดลง

ข) ความต่างของละติจูด บริเวณละติจูดต่ำ ได้รับแสงอาทิตย์ตั้งฉากหรือเกือบตั้งฉากตลอดปี ทำให้อุณหภูมิของอากาศสูง ส่วนบริเวณละติจูดสูงได้รับแสงอาทิตย์เป็นแสงเฉียง ดังนั้นบริเวณที่อยู่ละติจูดสูงขึ้นไปทางขั้วโลกอุณหภูมิของอากาศลดลง

ค) การผันแปรอุณหภูมิของอากาศประจำวัน เวลากลางวันผิวโลกได้รับความร้อนจากดวงอาทิตย์ อุณหภูมิจะค่อย ๆ สูงขึ้นและอุณหภูมิสูงสุดใน 1 วัน จะอยู่เวลาประมาณ 14.00 – 15.00 น. หลังจากนั้น อุณหภูมิจะค่อย ๆ เริ่มลดลง อุณหภูมิจะลดลงต่ำสุดเวลาประมาณ 02.00 – 04.00 น. แล้วอุณหภูมิจะเริ่มสูงขึ้นเมื่อได้รับพลังงานความร้อนจากดวงอาทิตย์ในวันรุ่งขึ้น

ง) ผลของฤดูกาลทำให้อุณหภูมิของอากาศตามละติจูดต่าง ๆ แตกต่างกัน โดยช่วงที่ซีกโลกเหนือเป็นฤดูร้อนจะได้รับแสงอาทิตย์เป็นเวลานาน มีเวลากลางวันตลอด 24 ชม. หลายเดือนติดต่อกัน อุณหภูมิของอากาศจะสูงกว่าฤดูกาลอื่น ส่วนช่วงที่ซีกโลกเหนือเป็นฤดูหนาวจะได้รับแสงเฉียงจากดวงอาทิตย์จะมีเวลากลางวันน้อยกว่ากลางคืน เป็นเวลากลางคืนตลอด 24 ชม. หลายเดือนติดต่อกัน มีผลทำให้อุณหภูมิของอากาศลดลง สำหรับซีกโลกใต้จะอยู่ในลักษณะตรงกันข้าม

จ) เมฆ มีผลทำให้อุณหภูมิของอากาศแตกต่างกันไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพราะเมฆจะกั้นรังสีดวงอาทิตย์ที่จะลงสู่พื้นโลกทำให้อุณหภูมิของอากาศไม่สูงมาก ถ้าเวลากลางคืนท้องฟ้ามีเมฆปกคลุมมากทำให้อุณหภูมิของอากาศบริเวณผิวโลกสูง แต่ถ้ากลางคืนท้องฟ้าโปร่งปราศจากเมฆ การคลายความร้อนจากผิวโลกสู่บรรยากาศได้ง่ายและเร็ว อุณหภูมิของอากาศลดลง อากาศจะเย็น

ฉ) การพาความร้อนอากาศบริเวณพื้นผิวร้อน อากาศจะลอยตัวขึ้นสู่เบื้องบนจะพาความร้อนขึ้นไปด้วย ขณะเดียวกันอากาศที่อยู่เบื้องบนเย็นกว่า จะเคลื่อนลงมาแทนที่จะพาเอาความเย็นลงมาด้วย ทำให้อุณหภูมิบริเวณนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงและจะเกิดในบริเวณไม่กว้าง

ช) การเคลื่อนที่ทางแนวระดับของมวลอากาศ มวลอากาศอุ่นหรือมวลอากาศเย็นเคลื่อนที่ผ่านบริเวณใดมีผลทำให้อุณหภูมิของอากาศบริเวณนั้นเปลี่ยนไปตามสมบัติของมวลอากาศที่เคลื่อนที่มา เช่น มวลอากาศร้อนภาคพื้นทวีป เคลื่อนที่ผ่านอุณหภูมิของอากาศบริเวณนั้นจะอุ่นขึ้นและแห้ง ถ้ามวลอากาศร้อนภาคพื้นสมุทรเคลื่อนที่ผ่านอุณหภูมิของอากาศบริเวณนั้นจะอุ่นและชุ่มชื้น

ซ) การระเหย บริเวณใดที่มีการระเหยจะทำให้อุณหภูมิจากอากาศบริเวณนั้นลดลง การระเหยจะมีมากหรือน้อย เร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับตัวแปรบางอย่าง เช่น ได้รับพลังงานจากดวงอาทิตย์ ลม

ฌ) การกลั่นตัวหรือการควบแน่น เมื่อไอน้ำในอากาศจะมีการกลั่นตัวเป็นหยดน้ำ เป็นฝน อากาศจะต้องมีการคลายความร้อนแฝงออกมาจึงทำให้อากาศบริเวณโดยรอบมีอุณหภูมิลดลง

ญ) สิ่งแวดล้อมที่เป็นพื้นดินและพื้นน้ำ มีสมบัติในการรับและคลายความร้อนต่างกัน พื้นดินเป็นวัตถุทึบแสงเมื่อได้รับพลังงานความร้อนจากดวงอาทิตย์จะไม่ส่งผ่านความร้อนลงสู่ระดับล่าง ในขณะที่พื้นน้ำเป็นวัตถุโปร่งแสงพลังงานความร้อนจากดวงอาทิตย์ส่งผ่านลงไปได้ในระดับลึก และน้ำยังมีการเคลื่อนที่ทำให้ความร้อนกระจายไป ดังนั้น เวลากลางวันอุณหภูมิของพื้นดินจะสูงกว่าพื้นน้ำ ส่วนเวลากลางคืนอุณหภูมิจากพื้นดินจะลดลงมากกว่าและเร็วกว่าพื้นน้ำ ทำให้อุณหภูมิเหนือพื้นดินมีความต่างกันมากระหว่างกลางวันและกลางคืน ส่วนเหนือพื้นน้ำจะต่างกันไม่มาก

3) ความกดอากาศ (Pressure)

คือ น้ำหนักของอากาศที่กดทับลงบนพื้นที่ 1 ตารางหน่วย เนื่องจากโลกมีแรงโน้มถ่วงจึงจะดูดบรรยากาศให้เข้าสู่ใจกลางโลกทำให้อากาศกดลงมาบนผิวโลก บริเวณที่อยู่ใกล้ผิวโลก ความกดอากาศจะหนักกว่าบริเวณที่อยู่สูงขึ้นไป

4) ลม (Wind)

คือ อากาศที่เคลื่อนที่ไปบนผิวโลกตามแนวอนในทิศทาง การเรียกชื่อลมกำหนดจากทิศของลมที่พัดเข้าหาผู้ตรวจอากาศ เช่น ลมตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นลมที่พัดมาจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือเข้าหาผู้ตรวจอากาศ ความเร็วลมวัดเป็นกิโลเมตรต่อชั่วโมง หรือไมล์ต่อชั่วโมง แต่ในทะเลวัดเป็นไมล์ทะเลต่อชั่วโมง (knot)

5) หมอก (Fog)

หมายถึง ละอองน้ำเล็ก ๆ เกิดจากการกลั่นตัวของไอน้ำที่ลอยอยู่ในอากาศใกล้พื้นดินหรือติดพื้นดิน การแบ่งหมอกตามสภาวะการเกิดเป็น 4 ประเภท คือ 1) หมอกพื้นดิน (Radiation Fog) 2) หมอกแอดเวกชัน (Advection Fog) 3) หมอกบริเวณลาดเขา (Upslope Fog) และ 4) หมอกที่เกิดจากการระเหย (Evaporation Fog)

6) เมฆ (Cloud)

คือ ไอน้ำหรือละอองน้ำเล็ก ๆ ที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มก้อนลอยอยู่ในอากาศ จะมีสภาพเป็นหยดน้ำเล็ก ๆ หรือเป็นเม็ดน้ำแข็ง (Ice Particle) ละอองน้ำเล็ก ๆ มีขนาดโตเฉลี่ย 1 ใน 1,000 นิ้ว

7) มวลอากาศ (Air Masses)

หมายถึง กลุ่มอากาศขนาดใหญ่ที่มีสมบัติ เช่น อุณหภูมิ ความชื้น ความกดอากาศ และทิศทางการพัดเหมือนกัน การแบ่งมวลอากาศตามแหล่งกำเนิด โดยใช้เกณฑ์ละติจูดและผิวพื้น

8) แนวปะทะอากาศ (Front)

คือ แนวหรือบริเวณที่แบ่งระหว่างมวลอากาศ 2 ชนิด ที่มีสมบัติต่างกัน ได้แก่ ความหนาแน่น อุณหภูมิ ความชื้นสัมพัทธ์ และทิศทางการเคลื่อนที่มาปะทะกันจะไม่รวมกันแต่จะแยกกัน โดยมีแนวระหว่างมวลอากาศ แนวปะทะอากาศมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิและฝน การแบ่งประเภทแนวปะทะอากาศเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) แนวปะทะอากาศเย็น (Cold Front) 2) แนวปะทะอากาศอุ่น (Warm Front) แนวปะทะอากาศคงที่ (Stationary Front) และ 4) แนวปะทะอากาศรวม (Occluded Front)

9) ฝน (Rain)

เป็นหยาดน้ำฟ้าที่มีสถานะเป็นของเหลว เกิดจากการกลั่นตัวของไอน้ำในอากาศเป็นละอองน้ำหยดน้ำ จะรวมตัวกันมีขนาดใหญ่ ไม่สามารถลอยอยู่ในอากาศได้จึงตกลงสู่พื้นผิวโลก ฝนที่ตกโดยทั่วไปมีสาเหตุการเกิดหลายอย่าง เช่น ฝนปะทะภูเขาหรือฝนภูเขา ฝนพาคความร้อน ฝนแนวปะทะอากาศ เป็นต้น

10) พายุ (Storm)

เริ่มก่อตัวและมีกำลังแรงขึ้นจากหย่อมความกดอากาศต่ำ ที่พัดเวียนเข้าสู่ศูนย์กลาง ความกดอากาศต่ำ ในซีกโลกเหนือลมจะพัดเข้าหาศูนย์กลางในลักษณะทวนเข็มนาฬิกา ส่วนซีกโลกใต้ลมจะพัดเข้าหาศูนย์กลางในลักษณะตามเข็มนาฬิกา สำหรับบริเวณศูนย์กลางลมมีความเร็วที่สุดและพัดเกือบเป็นวงกลม เรียกว่า ตาพายุ (Eye of Storm) ภายใตยาพายุลมค่อนข้างสงบหรือลมอ่อน อากาศโปร่งมองเห็นท้องฟ้า

การจำแนกเขตภูมิอากาศ

หลักเกณฑ์การจำแนกเขตภูมิอากาศ เป็นการนำข้อมูลภูมิอากาศ ได้แก่ อุณหภูมิ หยาดน้ำฟ้า มวลอากาศ แนวปะทะอากาศ รวมทั้งพืชพรรณธรรมชาติ เป็นปัจจัยหลักในการจำแนกเขตภูมิอากาศ การจำแนกเขตภูมิอากาศแบบแคปเปน (Kappen Climate Classification) ที่ใช้ข้อมูลภูมิอากาศ 2 อย่าง คือ อุณหภูมิและหยาดน้ำฟ้าเป็นเกณฑ์ในการจำแนกเขตอากาศ โดยจำแนกออกเป็น 5 เขต ดังนี้

1) ภูมิอากาศร้อน (A: Tropical Climates)

อุณหภูมิเฉลี่ยทุกเดือนสูงกว่า 18 องศาเซลเซียส ภูมิอากาศนี้ไม่มีฤดูหนาว แบ่งเป็น ภูมิอากาศย่อยโดยใช้ปริมาณฝน ดังนี้

ก. ภูมิอากาศร้อนชื้น (Af: Tropical Rainforest Climate) ปริมาณฝนกระจายทุกเดือนตลอดปี และปริมาณฝนเดือนที่น้อยที่สุดมากกว่า 60 มิลลิเมตร (2.4 นิ้ว)

ข. ภูมิอากาศแบบมรสุม (Am: Tropical Monsoon Climate) ปริมาณฝนรวมตลอดปีค่อนข้างสูง ช่วงที่ได้รับลมมรสุมจะเป็นช่วงฤดูฝนมีปริมาณฝนสูง แต่มี 1-3 เดือนที่ปริมาณน้ำฝนน้อยกว่า 60 มิลลิเมตร (2.4 นิ้ว)

ค. ภูมิอากาศแบบสะวันนา (Aw: Tropical Savanna Climate) ลักษณะอากาศชื้นและแห้งแล้งแตกต่างกัน ช่วงที่อากาศชื้นมีฝนตกในฤดูร้อนและอากาศแห้งในฤดูหนาว มีระยะเวลาหลายเดือนที่ฝนตกน้อยกว่า 60 มิลลิเมตร (2.4 นิ้ว)

2) ภูมิอากาศแห้งแล้ง (B: Dry Climates)

เป็นบริเวณที่มีการระเหยของน้ำสูง ไม่มีปริมาณฝนเหลือพอที่จะเป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร ปรากฏทั้งในเขตร้อนและเขตอบอุ่น แบ่งเป็นภูมิอากาศย่อย ได้แก่

ก. ภูมิอากาศกึ่งทะเลทรายหรือภูมิอากาศแบบทุ่งหญ้ากึ่งทะเลทราย (Bs: Steppe Climate) ลักษณะพื้นที่เป็นทุ่งหญ้าสั้น ๆ ปริมาณฝนอยู่ระหว่าง 250-270 มิลลิเมตร (10-30 นิ้ว) พบอยู่รอบทะเลทรายบริเวณอากาศร้อนและทะเลทรายบริเวณอากาศอบอุ่น

ข. ภูมิอากาศแบบทะเลทราย (Bw; Desert Climate) ปริมาณฝนตลอดปีน้อยกว่า 250 มิลลิเมตร (10 นิ้ว) ส่วนมากพบอยู่ตอนในของภาคพื้นทวีปทั้งบริเวณอากาศร้อนและบริเวณอากาศอบอุ่น

3) ภูมิอากาศอบอุ่น (C: Warm Temperature Climates)

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือนที่หนาวที่สุดต่ำกว่า 18 องศาเซลเซียส แต่สูงกว่า -3 องศาเซลเซียส และเดือนที่ร้อนที่สุด อุณหภูมิเฉลี่ยสูงกว่า 10 องศาเซลเซียส แบ่งเป็นภูมิอากาศย่อย ได้แก่

ก. ภูมิอากาศอบอุ่นชุ่มชื้นตลอดปี (Cf: Temperate Rainy Climate Moist in all season) ปริมาณฝนกระจายตลอดปี เดือนที่ฝนน้อยที่สุดมากกว่า 30 มิลลิเมตร (1.2 นิ้ว) อุณหภูมิของอากาศบางเดือนต่างกัน

ข. ภูมิอากาศอบอุ่นชื้นและแห้งในฤดูหนาว (Cw: Temperate Rainy Climate with Dry Winter) ฤดูร้อนปริมาณฝนสูง ภูมิอากาศย่อยจะเป็นภูมิอากาศแบบที่มีอุณหภูมิสูงในฤดูร้อน

ค. ภูมิอากาศอบอุ่นชื้นและแห้งในฤดูร้อน หรือ ภูมิอากาศแบบเมดิเตอร์เรเนียน (Cs: Temperate Rainy Climate with Dry Summer หรือ Mediterranean Climate) ฤดูหนาวมีปริมาณฝนสูง อุณหภูมิของอากาศบางเดือนต่างกัน

4) ภูมิอากาศหนาว (D: Cold Climates)

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือนที่หนาวที่สุดต่ำกว่า -3 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิเฉลี่ยเดือนที่ร้อนที่สุดสูงกว่า 10 องศาเซลเซียส ทำให้แบ่งเป็นภูมิอากาศย่อย ได้แก่

ก. ภูมิอากาศหนาวชุ่มชื้นตลอดปี (Df: Cold Snowy Climate in all season) ปริมาณฝนกระจายตลอดปี อุณหภูมิของอากาศบางเดือนที่ต่างกันทำให้แบ่งภูมิอากาศย่อยเป็น Dfa, Dfb, Dfc และ Dfd

ข. ภูมิอากาศหนาวชื้นและแห้งแล้งในฤดูหนาว (Dw: Cold Snowy Climate with Dry Winter) อุณหภูมิของอากาศบางเดือนต่างกันทำให้แบ่งภูมิอากาศย่อยเป็น Dwa, Dwb, Dwc และ Dwd

5) ภูมิอากาศน้ำแข็ง (E: Ice Climates)

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือนที่ร้อนที่สุดต่ำกว่า 10 องศาเซลเซียส ภูมิอากาศนี้ไม่มีฤดูร้อน การแบ่งภูมิอากาศย่อยพิจารณาจากอุณหภูมิเดือนที่หนาวที่สุดหรือเดือนที่ร้อนที่สุด ได้แก่

ก. ภูมิอากาศแบบทุนดรา (Et: Tundra Climate) พบบริเวณใกล้ขั้วโลก มีน้ำแข็งปกคลุมเกือบตลอดปี ระยะเวลา $1-3$ เดือน ที่น้ำแข็งละลาย ส่วนน้ำใต้ดินเป็นน้ำแข็งตลอดเวลา เดือนที่อุณหภูมิร้อนที่สุดต่ำกว่า 10 องศาเซลเซียส แต่สูงกว่าจุดเยือกแข็ง

ข. ภูมิอากาศแบบพีชน้ำแข็ง (Ef: Ice Cap Climate) พบบริเวณขั้วโลก มีน้ำแข็งปกคลุมตลอดปี อุณหภูมิเดือนที่ร้อนที่สุดต่ำกว่าจุดเยือกแข็ง

สำหรับประเทศไทย ตั้งอยู่ในเขตร้อนใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้ภูมิอากาศของประเทศมีลักษณะเป็นเขตภูมิอากาศร้อน (A: Tropical Climates) ซึ่งมีอุณหภูมิเฉลี่ยทุกเดือนสูงกว่า 18 องศาเซลเซียส จัดอยู่ในเขตภูมิอากาศย่อยแบบ ภูมิอากาศร้อนชื้น (Af: Tropical Rainforest Climate) กำหนดออกเป็นฤดูกาล มี 3 ฤดูกาล ได้แก่ ฤดูร้อน ฤดูฝน ฤดูหนาว

1.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)

นิยามและความหมาย

ทรัพยากร (Resource) หมายถึง สิ่งทั้งปวงอันเป็นทรัพย์ และทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง ทรัพย์อันเกิดขึ้นเองหรือมีอยู่ตามธรรมชาติ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และมนุษย์นำมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น ดิน น้ำ อากาศ แร่ธาตุ ป่าไม้ และสัตว์ป่า (ราชบัณฑิตยสถาน, 2549) ถ้าสิ่งนั้นไม่ใช้ประโยชน์ต่อมนุษย์ก็ไม่ถือว่าเป็นทรัพยากรธรรมชาติ (เกษม จันทรแก้ว, 2545)

ทรัพยากรธรรมชาติ มาจากสิ่งแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกให้กับมนุษย์ ส่วนใหญ่นำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ จำแนกเป็นทรัพยากรทดแทนได้และทรัพยากรทดแทนไม่ได้ ทรัพยากรทดแทนได้ เช่น น้ำ แสงอาทิตย์ เป็นทรัพยากรตั้งต้นในการหมุนเวียนเพื่อใช้แทนทรัพยากรที่ทดแทนไม่ได้บางชนิด ส่วนทรัพยากรทดแทนไม่ได้บางชนิด เช่น ทรัพยากรแร่ ดังนั้น

ทรัพยากรธรรมชาติจึงเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองและมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ทรัพยากรธรรมชาติแบ่งตามลักษณะการใช้ประโยชน์ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1) ทรัพยากรธรรมชาติทดแทนได้ (Renewable Natural Resource) หมายถึง ทรัพยากรที่มีอยู่มากใช้อย่างไรก็ไม่หมดสิ้น หรือสามารถเกิดขึ้นทดแทนได้ในช่วงอายุขัยมนุษย์ เช่น น้ำ ดิน ป่าไม้

2) ทรัพยากรธรรมชาติทดแทนไม่ได้ (Nonrenewable Natural Resource) หมายถึง ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เมื่อนำมาใช้แล้วหมดไปไม่สามารถเกิดทดแทนได้ หรือต้องใช้เวลายาวนานนับหลายแสนปีจึงจะสร้างขึ้นใหม่ได้ ได้แก่ แร่ ถ่านหิน และปิโตรเลียม

การจำแนกทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ทรัพยากรน้ำ 2) ทรัพยากรดิน 3) ทรัพยากรป่าไม้ และ 4) ทรัพยากรแร่

1) ทรัพยากรน้ำ (Water Resource)

แบ่งได้ 2 ส่วน ได้แก่ น้ำผิวดิน (Surface Water) และน้ำใต้ดิน (Groundwater) ดังนี้

1.1) น้ำผิวดิน คือ น้ำที่ไหลบ่าบนพื้นผิวโลกลงสู่มหาสมุทร ได้แก่ มหาสมุทร (Ocean) แม่น้ำ (River) ลำธาร (Stream, Creek) คลอง (Canal) หนองน้ำ (Pond) บึง (Marsh) ทะเลสาบ (Lake) และพื้นที่ชุ่มน้ำ (Wetland)

1.2) น้ำใต้ดิน หมายถึง น้ำที่แทรกตัวอยู่ในช่องว่างใต้ผิวดิน จะแปรผันไปโดยตรงกับปริมาณช่องว่างหรือความพรุน (Porosity) ใต้ผิวดิน โดยทั่วไปเรียกว่าน้ำบาดาล ชั้นหินใต้ผิวดินที่มีน้ำแทรกอยู่ เรียกว่า ชั้นหินอุ้มน้ำ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตะกอนขนาดใหญ่ เช่น ทราย กรวด หรือชั้นของหินตะกอน เช่น หินทราย หินปูน ส่วนชั้นหินที่ไม่มีน้ำแทรกอยู่เรียกว่า ชั้นหินต้านน้ำ (Aquitard) ประกอบด้วยชั้นตะกอนขนาดเล็ก เช่น ดินเหนียว หินดินดาน (Shale) หินชนวน (Slate) หรือหินที่ไม่มีรอยแตก

2) ทรัพยากรดิน (Soil Resource)

ดิน คือ วัสดุธาตุของพื้นโลกที่ใช้สำหรับปลูกพืชผล (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) เกิดจากการผุพังทางผิวเปลือกเปลือกจากหินและยังไม่จับตัวกัน วางตัวอยู่บนหินดาน พจนานุกรมศัพท์ธรณีวิทยา (ราชบัณฑิตยสถาน, 2544) ให้ความหมายทางปฐพีศาสตร์ว่าดิน คือ เทหวัตถุธรรมชาติที่ปกคลุมพื้นผิวโลกเป็นชั้นบาง ๆ เกิดจากการสลายตัวของหินและแร่ผสมกับอินทรีย์วัตถุ

ดินมีการทับถมกันเป็นชั้น ๆ แต่ละชั้นจะแสดงให้เห็นความแตกต่างของสิ่งที่มีอยู่ภายในดินเช่น สีดิน เนื้อดิน ชนิดของวัสดุหรือสิ่งที่ปะปนอยู่ในดิน นักปฐพีวิทยาเรียกผิวหน้าดินตามแนวตั้งซึ่งปรากฏให้เห็นชั้นต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ชั้น O เรียกว่าชั้นอินทรีย์ (Organic Layer)
- 2) ชั้น A เรียกว่าชั้นดินบน (Topsoil)
- 3) ชั้น E เป็นส่วนหนึ่งของชั้นดินบนที่อยู่ถัดลงมาแสดงการถูกชะล้าง เรียกว่าชั้นชะล้าง มีสีซีดจาง มีเนื้อดินหยาบ
- 4) ชั้น B เรียกว่าชั้นดินล่าง (Subsoil) หรือชั้นสะสม
- 5) ชั้น C เรียกว่าชั้นวัตถุต้นกำเนิดดิน (Parent Material)
- 6) ชั้น R เรียกว่าชั้นหินฐาน (Bedrock) คือ ชั้นหินแข็งที่ยังไม่ผุพังสลายตัว

3) ทรัพยากรป่าไม้ (Forest Resource)

ป่าไม้เป็นทรัพยากรที่มีประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่มนุษย์ ปัจจุบันร้อยละ 30 ของผิวโลกมีป่าไม้ปกคลุม ป่าไม้ในแต่ละภูมิภาคแตกต่างกันตามสภาพอากาศ ดิน ความสูงจากระดับน้ำทะเล และตำแหน่งที่ตั้ง ปัจจัยเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อพรรณไม้ ทำให้ป่ามีหลากหลาย ยิ่งป่าไม้อยู่ห่างเขตศูนย์สูตรไปเท่าใด อุณหภูมิจะยิ่งลดลง จากปัจจัยของละติจูดสามารถแบ่งชนิดของป่าไม้ของโลกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ ป่าเขตร้อน ป่าเขตอบอุ่น และป่าเขตขั้วโลก

สำหรับประเทศไทยนั้น มีตำแหน่งที่ตั้งละติจูดอยู่ในประเภทป่าเขตร้อน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาทบทวนวรรณกรรมเฉพาะป่าเขตร้อนเท่านั้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ป่าเขตร้อน (Tropical Forest)

อยู่ใกล้กับเขตศูนย์สูตร ได้รับแสงแดดสม่ำเสมอและมีปริมาณฝนชุก อุณหภูมิสูงสม่ำเสมอ 20-35 องศาเซลเซียส เป็นถิ่นอาศัยของสิ่งมีชีวิตมากกว่าร้อยละ 50 และมีความหลากหลายของพืชมากที่สุด เช่น ป่าเขตร้อนของเกาะบอร์เนียวในพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร มีไม้ยืนต้นอยู่มากกว่า 1,000 ชนิด จากปัจจัยด้านปริมาณฝน สามารถแบ่งชนิดป่าเขตร้อนเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ก. ป่าฝนเขตร้อน (Tropical Rain Forest) เป็นป่าดิบเขตร้อนตลอดปี ไม่มีการผลัดใบ อยู่ในเขตละติจูดที่ 0-20 องศาเหนือใต้เขตร้อน ปริมาณฝนและความชื้นสูง มีไม้ยืนต้นขนาดใหญ่หลายชนิดปะปนกัน เรือนยอดแผ่กว้าง ด้านล่างเป็นไม้เล็ก ๆ หนาแน่นพอประมาณ อุณหภูมิเฉลี่ย 20-25 องศาเซลเซียส เป็นเขตที่มีอัตราการผลิตสูง และมีความหลากหลายทางชีวภาพมากที่สุด ดินไม่ค่อยมีการสะสมอาหาร เช่น ลุ่มน้ำแอมะซอนในทวีปอเมริกาใต้และเกาะบอร์เนียวในทวีปเอเชีย

ข. ป่าทุ่ง (Savana)

ค. ป่าทุ่งหญ้า (Grassland or Bush Savana)

ป่าเหล่านี้จะกระจายอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียใต้ บริเวณลุ่มน้ำแอมะซอนในทวีปอเมริกาใต้ ลุ่มน้ำคองโกในแอฟริกากลาง หมู่เกาะของประเทศฟิลิปปินส์ ตอนเหนือของทวีปออสเตรเลีย หมู่เกาะเวสต์อินดีสและเกาะมาดากัสการ์ รวมแล้วมีพื้นที่ร้อยละ 7 ของผิวโลก

4) ทรัพยากรแร่ (Mineral Resource)

แร่ (Mineral) หมายถึงธาตุหรือสารประกอบอนินทรีย์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีโครงสร้างภายในที่เป็นระเบียบ มีสูตรเคมีและสมบัติอื่น ๆ ที่แน่นอน โลกมีแร่เกือบ 4,000 ชนิด และยังพบเพิ่มเติมอีกมากกว่าปีละ 1 ชนิด แต่ที่พบมากในเปลือกโลกมีเพียง 12 ชนิด ซึ่งอยู่ในรูปของแร่ประกอบหิน และร้อยละ 98.3 โดยน้ำหนักของชั้นเปลือกโลกมีเพียง 8 ธาตุ ที่เป็นองค์ประกอบแร่ที่น่าสนใจ ธาตุเหล่านี้ประกอบขึ้นเป็นแร่หลายร้อยชนิด

กรมทรัพยากรทางธรณีได้แบ่งแร่ตามลักษณะของการนำไปใช้ประโยชน์ไว้ 2 กลุ่ม คือ แร่ประกอบหินและแร่เศรษฐกิจ โดยแบ่งตามสมบัติแร่ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ แร่โลหะ (Metallic Mineral) และแร่ไม่โลหะ (Non-Metallic Mineral)

ตารางที่ 1 การจำแนกแร่ตามสมบัติและประเภทการใช้ประโยชน์งาน

แร่โลหะ	แร่ไม่โลหะ
แร่โลหะทั่วไป (Abundant Metal) Iron, aluminum, manganese, magnesium, titanium	แร่ในอุตสาหกรรมและการเกษตร (Minerals for industrial and agricultural use) Phosphates, nitrates, carbonates, sodium, fluorite, sulfur, borax
แร่โลหะหายาก (Scarce Metal) Copper, lead, zinc, tin, gold, silver, platinum-group metals, molybdenum, uranium, mercury, tungsten, bismuth, chromium, nickel, cobalt, columbium	แร่วัสดุก่อสร้าง (Construction materials) Sand, gravel, clay, gypsum, building stone, shale, and limestone
	แร่ในอุตสาหกรรมเซรามิกและการขัดถู (Ceramics and abrasives) Feldspar, quartz, clay, corundum, garnet, pumice, diamond

ที่มา: ภูมิศาสตร์กายภาพ, 2563, น.88

1.2 ภูมิศาสตร์มนุษย์

การจำแนกภูมิศาสตร์มนุษย์

ภูมิศาสตร์มนุษย์ (Human Geography) คือ การศึกษาปรากฏการณ์เกี่ยวกับมนุษย์หรือกิจกรรมของมนุษย์บนพื้นที่ สามารถจำแนกออกเป็น 7 แขนง ได้แก่ 1) ภูมิศาสตร์ประชากร 2) ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม 3) ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ 4) ภูมิศาสตร์การพัฒนา 5) ภูมิศาสตร์เมือง 6) ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว และ 7) ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร

1) ภูมิศาสตร์ประชากร (Population Geography)

ภูมิศาสตร์ประชากรเป็นแขนงหนึ่งของภูมิศาสตร์มนุษย์ ที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรในพื้นที่ต่าง ๆ โดยพิจารณาถึงสภาพภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง หรือมีผลต่อความเป็นอยู่ของประชากรนั้น ๆ เช่น การกระจายตัว การย้ายถิ่นฐาน ความหนาแน่น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2557, น. 191)

2) ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม (Cultural Geography)

ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม เป็นการศึกษาเกี่ยวกับมนุษย์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น มนุษย์เป็นตัวกระทำในการดัดแปลง ทำลาย และปรับปรุงพื้นโลก ทำให้โลกมีความแตกต่างหรือคล้ายกัน ส่วนหนึ่งเกิดจากวัฒนธรรม มนุษย์แต่ละเชื้อชาตินอกจากมีลักษณะทางกายภาพของร่างกายไม่เหมือนกัน การดำรงชีพ ประเพณี ภาษา ศาสนา และอื่น ๆ ยังมีความแตกต่างกันและมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนเป็นระเบียบแบบแผน รวมเรียกว่า วัฒนธรรม ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละภูมิภาค วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งจึงมีการแพร่กระจายจากแหล่งต้นกำเนิดวัฒนธรรมไปสู่บริเวณอื่น ทำให้วัฒนธรรมในบางภูมิภาคเกิดการเปลี่ยนแปลง (ศุทธิณี ทองสะอาด และอารีรัตน์ แพทย์นุเคราะห์, 2563)

3) ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ (Economic Geography)

เป็นการศึกษาแขนงหนึ่งในกลุ่มของภูมิศาสตร์มนุษย์ กล่าวคือ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และ/หรือกิจกรรมมนุษย์ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับพื้นที่ พจนานุกรมศัพท์ภูมิศาสตร์ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2549 ได้ให้ความหมายไว้ว่า ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจเป็นภูมิศาสตร์สาขาหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างสภาวะทางภูมิศาสตร์กับสภาวะทางเศรษฐกิจ อันประกอบด้วย การผลิต การกระจายด้านระยะวางที่ การแลกเปลี่ยน และการบริโภคทรัพยากร และการศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อความแตกต่างของพื้นที่ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2549)

4) ภูมิศาสตร์การพัฒนา (Geography of Development)

คือ การศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์ในพื้นที่ต่าง ๆ ของโลกในมิติด้านคุณภาพชีวิต และมาตรฐานความเป็นอยู่ของมนุษยชาติ ซึ่งครอบคลุมทั้งกระบวนการทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษยชาติให้ดีขึ้น รวมทั้งอธิบายเหตุผลทางภูมิศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อระดับการพัฒนาในพื้นที่ต่าง ๆ อันจะนำไปสู่กระบวนการพัฒนาที่ดีขึ้นในอนาคต (อภิเชก ปันสุวรรณ, 2561)

5) ภูมิศาสตร์เมือง (Urban Geography)

ภูมิศาสตร์เมืองแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 แนวทางหลัก แนวทางแรก คือ การพิจารณาเมืองในภาพรวม ศึกษาเมืองแต่ละเมืองในฐานะสมาชิกหนึ่งของระบบที่ใหญ่กว่า เรียกว่า ระบบเมือง (City System) ส่วนแนวทางที่สอง เป็นการศึกษาเมืองในฐานะระบบ (City as a system) เป็นการศึกษาการใช้ที่ดินภายในเมืองหนึ่ง ๆ ในเขตหรือย่านต่าง ๆ เช่น ย่านที่อยู่อาศัย ย่านการค้า ศึกษาพฤติกรรมการใช้ที่ดินของชาวเมืองที่ต่างอายุ เชื้อชาติ ฐานะ และอื่น ๆ รวมทั้งปัญหาที่พบภายในเมือง

6) ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว (Geography of Tourism)

การท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวคิดเชิงพื้นที่ (Space) และเวลา (Time) กล่าวคือ การท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่มนุษย์เดินทางออกจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติหรือที่พักไปยังพื้นที่อื่นโดยใช้เวลาอยู่ในพื้นที่นั้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง สรุปแล้วการท่องเที่ยว หมายถึง ปรากฏการณ์การเดินทางของมนุษย์ใน 4 องค์ประกอบ คือ 1) การเดินทางไปพื้นที่อื่นที่มีใช้ที่อยู่อาศัยปกติ 2) การไปอยู่ชั่วคราว 3) การเดินทางโดยสมัครใจ และ 4) การเดินทางที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

7) ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร (Geography of Agriculture and Food)

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางภูมิศาสตร์กับความสามารถในการผลิตอาหารของโลก การผลิตอาหารเพื่อการยังชีพของมนุษย์เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเกษตร ดังนั้น แบบรูปการเกษตรย่อมมีผลต่อความสามารถในการผลิตอาหารที่แตกต่างกัน ทั้งยังก่อให้เกิดวิกฤตการณ์ทางอาหารและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชากรอีกด้วย

สำหรับงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นศึกษาภูมิศาสตร์มนุษย์ในแขนงภูมิศาสตร์วัฒนธรรม (Cultural Geography) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ได้รวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม (Cultural Geography)

ความหมายของภูมิศาสตร์วัฒนธรรม

ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม คือ การศึกษาเกี่ยวกับแบบรูปการดำรงชีวิตของมนุษย์ในถิ่นต่าง ๆ ของโลก เป็นต้นว่า การปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ระดับความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการ การใช้ที่ดินแบบต่าง ๆ ลักษณะความแตกต่างทางเศรษฐกิจ สังคม (เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และอื่น ๆ) และการปกครอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภูมิศาสตร์มนุษย์ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2549, น.155)

ความหมายของวัฒนธรรม

วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิต (Way of life) ที่กลุ่มคนยึดถือร่วมกัน ทั้ง ภาษา ศาสนา แนวความคิด ค่านิยม ความประเพณี กฎระเบียบ เทคโนโลยีต่าง ๆ รวมทั้งสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์และประดิษฐ์ ได้แก่ วรรณกรรม ศิลปะ สิ่งก่อสร้าง เครื่องมือเครื่องใช้ และอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบของวัฒนธรรม (Cultural Element) ซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1) แนวความคิดหรือทัศนคติ (Thought or Attitude) คือ ความเชื่อและความคิดในด้านต่าง ๆ เช่น ความเชื่อด้านศาสนา แนวคิดทางการเมือง ทัศนคติบางอย่าง มีการสั่งสมและถ่ายทอดมาเป็นเวลานาน ความเชื่อหรือทัศนคติบางอย่างทำให้เกิดประเพณีและศิลปะท้องถิ่น

2) องค์การหรือสถาบัน (Organization or Institution) เป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมสร้างขึ้นตามความต้องการของสังคม เช่น สถาบันการเกษตร สถาบันการศึกษา สังคมบางบริเวณไม่มีความจำเป็นต้องมีสถาบันก็สามารถดำเนินชีวิตได้ เช่น ชนพื้นเมืองที่มีสมาชิกจำนวนน้อยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล

3) มาตรฐานการครองชีพ (Standard of Living) พิจารณาจากเศรษฐกิจเป็นหลัก ได้แก่ เกษตรกรรม อุตสาหกรรม การค้าและการบริการ

4) เครื่องมือและเทคโนโลยี (Tool and Technology) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของคนในสังคม เครื่องมือหรืออุปกรณ์ง่าย ๆ เช่น มีด จอบ เสียม ไม้แหลม ในการปลูกพืชเพื่อยังชีพ

องค์ประกอบของภูมิศาสตร์วัฒนธรรม

1) กลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnicity หรือ Ethnos)

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาให้ความหมาย ชาติพันธุ์ (Ethnos) ว่าหมายถึง กลุ่มที่มีพันธะเกี่ยวข้องกัน และที่แสดงเอกลักษณ์ออกมา โดยการผูกพันลักษณะการของเชื้อชาติและสัญชาติเข้าด้วยกัน ถ้าจะใช้ให้ถูกต้องจะมีความหมายเฉพาะ ใช้กับกลุ่มที่มีพันธะทางเชื้อชาติและทางวัฒนธรรมประสานกันเข้าจนสมาชิกของกลุ่มเองไม่รู้สึถึงพันธะของทั้งสองนี้ และคนภายนอกที่ไม่มีความเชี่ยวชาญจะไม่แลเห็นถึงความแตกต่างกัน

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาให้ความหมาย ชาติพันธุ์วิทยา (Ethnology) ว่า หมายถึง การพินิจศึกษาเชิงวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมปัจจุบันหรือวัฒนธรรมเดิม ที่สูญหายไปของกลุ่มมนุษยชาติทั้งหลายในโลก ชาติพันธุ์วิทยา อาจหมายถึงมานุษยวิทยาวัฒนธรรมก็ได้ (มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน <https://www.saranukromthai.or.th>)

กล่าวโดยสรุป กลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnicity หรือ Ethnos) คือ การมีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน และเชื่อว่าสืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษกลุ่มเดียวกัน เช่น ไทย พม่า กะเหรี่ยง จีนลาว เป็นต้น กลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มวัฒนธรรมมีลักษณะเด่นคือ เป็นกลุ่มคนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเดียวกัน บรรพบุรุษในที่นี้ หมายถึงบรรพบุรุษทางสายเลือด ซึ่งมีลักษณะทางชีวภาพและรูปร่าง (เชื้อชาติ) เหมือนกัน รวมทั้งบรรพบุรุษทางวัฒนธรรมด้วย ผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันจะมีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือด และทางวัฒนธรรมพร้อม ๆ กันไปเป็นความรู้สึกผูกพันที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและของชาติพันธุ์ และในขณะเดียวกันก็สามารถเ้าอารมณ์ความรู้สึกให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์นับถือศาสนาเดียวกันความรู้สึกผูกพันนี้อาจ เรียกว่า สำนักทางชาติพันธุ์ หรือชาติลักษณะ (Ethnic Identity)



ภาพที่ 5 เชื้อชาติมองโกลอยด์กลุ่มต่าง ๆ

ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.57

2) ภาษา (Language)

ภาษาเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของวัฒนธรรม เพราะภาษาเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม การเก็บบันทึกเรื่องราวหรือข้อความต่างๆ รวมทั้งถ่ายทอดแนวความคิด ประสบการณ์ของคนในสังคมจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง สังคมแต่ละกลุ่มหรือแต่ละประเทศมีภาษาเป็นของตนเอง ภาษาไม่ได้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารของสมาชิกในสังคมเท่านั้น แต่ยังใช้สื่อสารกับบุคคลอื่นที่ใช้ภาษาต่างกัน

3) ศาสนา (Religion) วิทยาลัย

ศาสนาคือระบบความเชื่อ หรือความศรัทธา (Faith) และการเคารพบูชา (Worship) สร้างศาสนสถาน กฎเกณฑ์ และการปฏิบัติในสังคมเพื่อคงไว้ซึ่งความเชื่อนั้น ๆ กฎเกณฑ์ พิธีกรรม และการปฏิบัติของแต่ละศาสนามีความซับซ้อนต่างระดับกันไป การแบ่งกลุ่มศาสนา ศาสนาแบ่งตามกลุ่มผู้นับถือ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

ก. ศาสนาตามประเพณี/ศาสนาชนเผ่า (Traditional Religion or Tribal Religions) เป็นศาสนาของชนเผ่าต่าง ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มสังคมเล็ก ๆ เช่น บริเวณตอนในของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความเชื่อเกี่ยวกับเทพเจ้า วิญญาณ ธรรมชาติ เป็นความเชื่อที่เรียกว่า วิญญาณนิยม (Animism) ไม่มีศาสดา ไม่มีหลักคำสอน มีการเซ่นไหว้และบวงสรวงเป็นพิธีกรรมหลัก

ข. ศาสนาชาติพันธุ์หรือศาสนาวัฒนธรรม (Ethnic Religion or Culture Religion) จัดอยู่ในระดับที่สูงกว่าศาสนาชนเผ่า มีหลักคำสอนหรือคัมภีร์ศาสนา ระเบียบ พิธีกรรม ศาสนานี้จะ

เด่นอยู่ในวัฒนธรรมของชนชาติหนึ่ง ๆ หรือกำหนดโดยกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น ศาสนาชินโตในประเทศญี่ปุ่น

ค. ศาสนาสากล (Universal Religion) เป็นศาสนาที่มีการนับถืออย่างแพร่หลาย ไม่มีข้อจำกัดทางเชื้อชาติ วัฒนธรรมและประเทศ มีหลักคำสอนหรือคัมภีร์ มีศาสดา มีการเผยแผ่ศาสนา มีผู้นับถือจำนวนมาก เช่น ศาสนาคริสต์ อิสลาม และพุทธ



ภาพที่ 6 โทริอิ สัญลักษณ์ของศาสนาชินโต

ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.70

4) ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape)

คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเพิ่มเติมในภูมิประเทศ เช่น อาคาร บ้านเรือน แบบรูปการตั้งถิ่นฐาน ศาสนสถาน พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่เลี้ยงสัตว์ โรงงานอุตสาหกรรม และอื่น ๆ ภูมิทัศน์วัฒนธรรมทำให้เข้าใจความแตกต่างของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนแต่ละสังคม

การเกิดภูมิทัศน์วัฒนธรรม

การเกิดภูมิทัศน์วัฒนธรรมมีตัวกลาง คือ ลักษณะธรรมชาติหรือภูมิทัศน์ธรรมชาติ (Natural Landscape) เช่น ที่ราบ ภูเขา แม่น้ำ ทะเลสาบ ป่าไม้ ทุ่งหญ้า และอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เมื่อมนุษย์ไปตั้งถิ่นฐานจะมีการปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์ธรรมชาตินั้น เช่น สร้างอาคารบ้านเรือนในรูปแบบต่าง ๆ สร้างศาสนสถาน สร้างถนน ขุดคลอง ทำแปลงเพาะปลูก และทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ทำให้เกิดภูมิทัศน์ธรรมชาติของบริเวณนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามภูมิทัศน์วัฒนธรรม

ตัวอย่างของภูมิทัศน์วัฒนธรรม

ก. รูปแบบการตั้งถิ่นฐาน

การตั้งถิ่นฐาน หมายถึง การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เมื่อมนุษย์มีการรวมกันเป็นหลักแหล่ง นั่นคือ บ้านเรือนที่ใช้อาศัย อาคารสถานที่ตามความต้องการของกลุ่มคนใน

สังคม เช่น ร้านค้า ศาสนสถาน โรงเรียน ตลอดจนเส้นทางคมนาคมที่ใช้ติดต่อกันในบริเวณที่มีการตั้งถิ่นฐาน



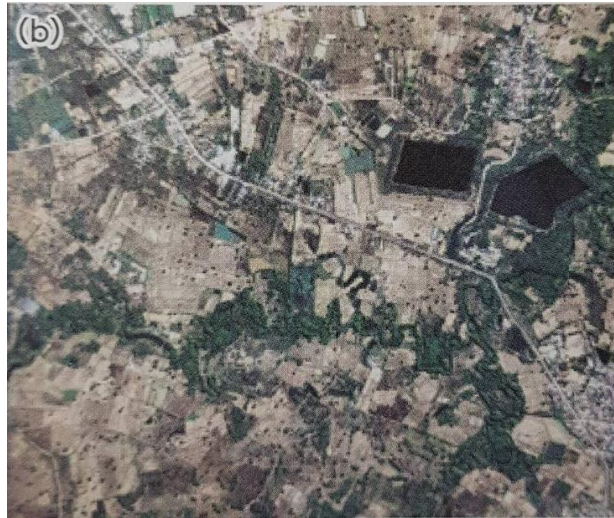
ภาพที่ 7 รูปแบบการตั้งถิ่นฐานแบบตารางกริดในประเทศเม็กซิโก
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.74



ภาพที่ 8 การตั้งถิ่นฐานแบบกระจาย หมู่บ้านเชิงเขาหิมาลัย เนปาล และหมู่บ้านที่ราบโทนามิ ญี่ปุ่น
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.75

ข. การแบ่งที่ดินเพาะปลูก

รูปแบบที่นา ถือเป็นภูมิทัศน์วัฒนธรรมอีกลักษณะหนึ่ง เพราะวิธีการแบ่งที่ดินเพื่อการเกษตรเป็นผลจากลักษณะวัฒนธรรม ยกตัวอย่างเช่น รูปแบบที่นาแปลงยาวและแคบ (Long Lot Farm) พบในภูมิภาคยุโรปตะวันตก มีจุดประสงค์ให้ที่นาทุกแปลงมีพื้นที่ติดแม่น้ำหรือถนน เพื่อความสะดวกในการคมนาคมและขนส่งผลผลิต เป็นต้น



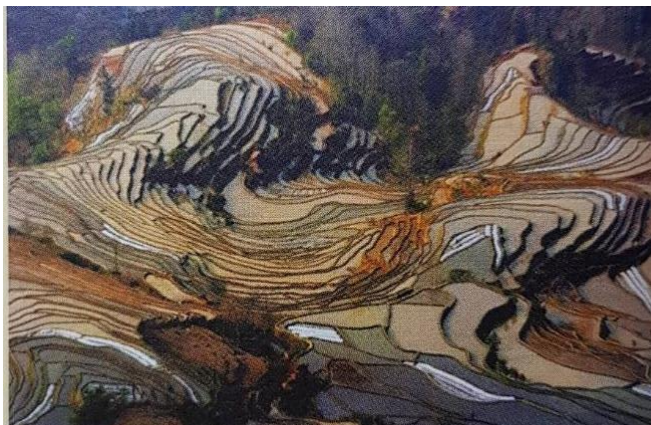
ภาพที่ 9 รูปแบบที่นาแปลงเล็กกระจายไม่เป็นระเบียบ อ.แก้งคร้อ จ.ชัยภูมิ
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.75

ค. พื้นที่เพาะปลูก

ความแตกต่างของพืชที่ปลูก ลักษณะภูมิประเทศ ความสัมพันธ์ของวิถีชีวิตกับภูมิประเทศ กิจกรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การดำรงชีวิต และความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทำให้ภูมิทัศน์พื้นที่ทางเกษตรแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น การทำไร่เลื่อนลอยในประเทศบราซิล การปลูกดอกไม้เพื่อการค้าในประเทศเนเธอร์แลนด์ ไร่องุ่นในประเทศฝรั่งเศสและประเทศเยอรมนี นาขั้นบันไดในเกาะลูซอน ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นต้น



ภาพที่ 10 ภูมิทัศน์ไร่องุ่นในประเทศฝรั่งเศสและประเทศเยอรมนี
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.77



ภาพที่ 11 ภูมิทัศน์นาขั้นบันไดชาวฮานีประเทศจีน ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกประเภทภูมิทัศน์

วัฒนธรรม

ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.78

ง. ด้านศาสนา

ได้แก่ ศาสนสถานของศาสนาต่าง ๆ รวมทั้งสิ่งก่อสร้างอื่นที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น สุสาน โรงเรียนสอนศาสนา อิทธิพลของศาสนาในสังคมพิจารณาได้จากศาสนสถาน ซึ่งมีลักษณะสถาปัตยกรรมแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศาสนสถานศาสนาคริสต์ ได้แก่ มหาวิหาร ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศาสนสถานศาสนาอิสลาม ได้แก่ มัสยิด ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศาสนสถานศาสนาพุทธ ได้แก่ วัด พระเจดีย์ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บ่งบอกวิถีชีวิตของคนในสังคม สะท้อนความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ การย้ายถิ่น ความเชื่อเรื่องศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม รวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ภูมิทัศน์วัฒนธรรมมีความหลากหลาย ขึ้นกับความซับซ้อนของสังคม สิ่งที่เป็นลักษณะพื้นฐาน ของแต่ละสังคม เช่น รูปแบบการตั้งถิ่นฐานหรือหมู่บ้าน การแบ่งที่ดินเพาะปลูก พื้นที่เพาะปลูก และศาสนสถาน



ภาพที่ 12 ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศาสนสถานศาสนาพุทธ
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.79

5) อัตลักษณ์ (Identity)

คือ ลักษณะเฉพาะตัว เป็นสิ่งบ่งชี้ถึงลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งเป็นลักษณะที่ไม่เหมือนกับบุคคล สังคม หรือประเทศอื่น เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น อาหาร การแต่งกาย การดำรงชีวิต ภูมิปัญญา ประเพณี การละเล่น ความคิดความเชื่อ องค์ประกอบของอัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทั้งเพิ่มขึ้นและลดลง แต่ส่วนใหญ่จะมีอัตลักษณ์เพิ่มขึ้น ปัจจัยที่ทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนแปลง คือ พื้นที่ (Space) และเวลา (Time)

อัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน แบ่งเป็นเขตวัฒนธรรม (Cultural Area) หรือ ภูมิภาควัฒนธรรม (Cultural Region) ได้หลายเขต ลักษณะวัฒนธรรมบางอย่าง เช่น ศาสนาคริสต์ นิกายโรมันคาทอลิก อาจปรากฏในเขตวัฒนธรรมหลายเขต ซึ่งเขตวัฒนธรรมเหล่านั้นสามารถแยกออกมาเป็นอีกเขตวัฒนธรรมหนึ่งได้ เนื่องจากมีองค์ประกอบวัฒนธรรมที่มีลักษณะเด่นต่างกัน เช่น เชื้อชาติ การแต่งกาย การดำรงชีวิต ลักษณะสถาปัตยกรรม จากการที่วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง เขตวัฒนธรรมจึงเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ทำให้ขอบเขตของวัฒนธรรมมีความแตกต่างกัน

ตัวอย่างของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีดังต่อไปนี้

ก. การดำรงชีวิต/วิถีชีวิต



ภาพที่ 13 วิถีชีวิตชาวอินเดียนพื้นเมืองที่ตั้งถิ่นฐานบริเวณเทือกเขาแอนดิส และสัตว์เลี้ยงอัลปากา
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.88

ข. แนวความคิด ความเชื่อ



ภาพที่ 14 ชาวเมารีในประเทศนิวซีแลนด์ห้อยเครื่องรางตามความเชื่อดั้งเดิม
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.99

ค. ประเพณี/เทศกาล



ภาพที่ 15 การเต้นรำในขบวนแห่เทศกาลมาร์ติกราส์ เมืองรีอูดีจาเนรู ประเทศบราซิล
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.90

ง. อาหารการกิน



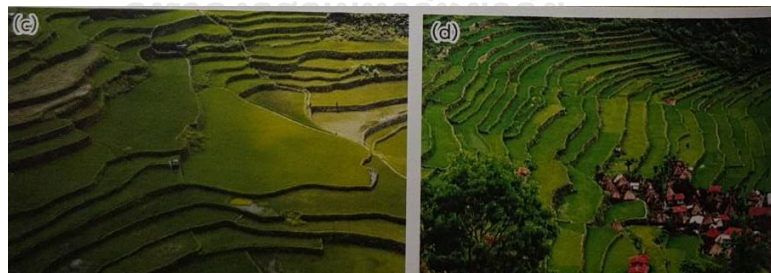
ภาพที่ 16 วัฒนธรรมการใช้ตะเกียบในการรับประทานอาหารของชาวจีนและญี่ปุ่น
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.96

จ. การแต่งกาย



ภาพที่ 17 การแต่งกายของชาวอินเดียนพื้นเมืองในทวีปอเมริกาใต้ แต่ละกลุ่มแตกต่างกันที่หมวก
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.88

ฉ. ภูมิปัญญา



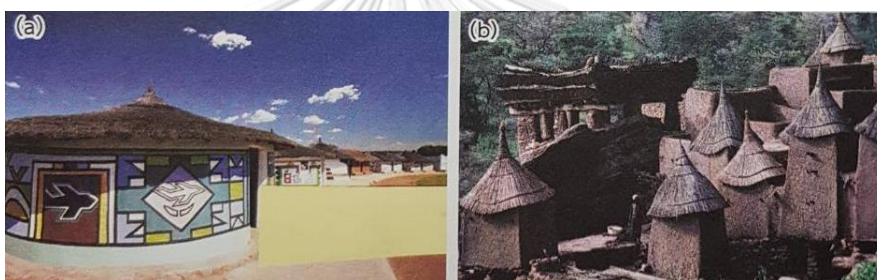
ภาพที่ 18 การทำนาข้าวแบบขั้นบันไดในประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.98

ช. ศิลปะ



ภาพที่ 19 ศิลปะการแสดงของวัฒนธรรมจีนและวัฒนธรรมญี่ปุ่น
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.97

ช. ลักษณะสถาปัตยกรรม



ภาพที่ 20 ลักษณะบ้านในเขตวัฒนธรรมแอฟริกัน ประเทศซิมบับเวและประเทศมาลี
ที่มา: ภูมิศาสตร์มนุษย์, 2563, น.95

กล่าวโดยสรุป อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) การดำรงชีวิต
- 2) แนวความคิด ความเชื่อ
- 3) ประเพณี
- 4) อาหารการกิน
- 5) การแต่งกาย
- 6) ภูมิปัญญา
- 7) ศิลปะ

ส่วนที่ 2 อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

2.1 ข้อมูลพื้นฐาน

ความเป็นมา

ที่มาของชื่อ "สูงเนิน" เป็นคำเรียกตามลักษณะภูมิประเทศ ซึ่งเป็นที่ราบสูงและเป็นเนิน เดิมเรียกว่า "บ้านสองเนิน" เพราะมีเนินดินอยู่สองฟากบึงแห้ว (บึงใหญ่ซึ่งมีน้ำตลอดปี) ต่อมาภายหลังจึงเพี้ยนมาเป็น "สูงเนิน"

อำเภอสูงเนินเดิมขึ้นอยู่กับอำเภอสนธิ์เหี้ยะ (อำเภอโนนไทยในปัจจุบัน) ต่อมาสมัยรัชกาลที่ 5 มีการสร้างทางรถไฟสายกรุงเทพ - นครราชสีมา และทางรถไฟผ่านเข้าสูงเนิน อันเป็นชุมชนใหญ่ ทำให้การคมนาคมระหว่างบ้านสูงเนินกับตัวจังหวัดนครราชสีมาสะดวกสบายกว่าการติดต่อกับอำเภอสนธิ์เหี้ยะ อีกทั้ง ประชาชนอยู่อาศัยในหมู่บ้านสูงเนินมากขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2444 ทางราชการจึงยกฐานะเป็นอำเภอสูงเนิน โดยแยกต่างหากจากอำเภอสนธิ์เหี้ยะ (อำเภอโนนไทย) และใช้ชื่อหมู่บ้านเป็นชื่ออำเภอ

พื้นที่

อำเภอสูงเนินมีพื้นที่ 768.50 ตารางกิโลเมตร บริเวณพิกัด RS 039487 ตั้งอยู่ทางตอนกลางค่อนข้างไปทางทิศตะวันตกของจังหวัดนครราชสีมา

ระยะทางจากอำเภอถึงจังหวัดนครราชสีมา โดยรถยนต์ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ถนนมิตรภาพ เป็นระยะทาง 36 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร 226 กิโลเมตร และโดยทางรถไฟห่างจากจังหวัดนครราชสีมา 30 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร 234 กิโลเมตร

อาณาเขตติดต่อ

อำเภอสูงเนิน มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลบ้านหัน อำเภอสีคิ้ว, ตำบลด่านโน อำเภอด่านขุนทด และตำบลหนองสรวง อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลหนองสรวง ตำบลโป่งแดง ตำบลบึงอ้อ อำเภอขามทะเลสอ ตำบลโคกกรวด อำเภอเมืองนครราชสีมา ตำบลตะคุ และ ตำบลตะขบ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา
- ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลตะขบ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลมิตรภาพ ตำบลบ้านหัน ตำบลกุดน้อย อำเภอสีคิ้ว และตำบลโป่งตาลอง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา



ภาพที่ 21 แผนที่จังหวัดนครราชสีมาแสดงตำแหน่งอำเภอสูงเนิน

ที่มา: <https://sites.google.com/site/sumintrasngsanthi/4-phaenthi-canghwad>

คำขวัญอำเภอ

ถิ่นเดิมโคราช พระพุทธไสยาสน์ศิลา ธรรมจักรล้ำค่า ปราสาทหินโบราณ สัมโหฬารรสดี
ประเพณีกินเขาคั่ว แดนธรรมะภูแก้ว

วิสัยทัศน์อำเภอ

มุ่งสู่เกษตรอินทรีย์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมก้าวหน้า

การปกครองและประชากร

อำเภอสูงเนิน แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 11 ตำบล 127 หมู่บ้าน 2 เทศบาล 11 องค์การบริหารส่วนตำบล ดังนี้

1. สูงเนิน (Sung Noen)
2. เสมอ (Sema)
3. โคราช (Khorat)
4. บุ่งชีเหล็ก (Bung Khilek)
5. โนนค่า (Non Kha)
6. โค้งยาง (Khong Yang)
7. มะเกลือเก่า (Makluea Kao)
8. มะเกลือใหม่ (Makluea Mai)
9. นากลาง (Na Klang)
10. หนองตะไก้ (Nong Takai)
11. กุดจิก (Kut Chik)

อำเภอสูงเนิน มีประชากรทั้งสิ้นจำนวน 82,431 คน เป็นหญิง 42,882 คน เป็นชาย 40,680 คน มีครัวเรือน จำนวน 32,083 ครัวเรือน

ภูมิประเทศ

พื้นที่ด้านทิศเหนือ เป็นที่ราบสูงลาดลงมายังบริเวณตอนกลาง ซึ่งเป็นที่ราบลุ่มมีน้ำลำตะคอง ไหลผ่าน เนื้อที่ประมาณ 80 ตารางกิโลเมตร (50,000 ไร่) จึงเหมาะกับการเกษตรกรรมทำนา ส่วนพื้นที่ทางด้านทิศใต้และทิศตะวันตกเป็นที่ราบสูง มีลักษณะเป็นป่าเนินเขาและภูเขา เหมาะสำหรับการเกษตรกรรม การปลูกพืชไร่

ปริมาณน้ำฝน

อำเภอสูงเนิน มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 4.8 มิลลิเมตรต่อปี จัดอยู่ในเกณฑ์ปริมาณฝนเล็กน้อย (Light Rain) เพราะมีปริมาณฝนตกตั้งแต่ 0.1 มิลลิเมตร ถึง 10.0 มิลลิเมตร (กรมอุตุนิยมวิทยา www.tmd.go.th)

ลักษณะดิน

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน เขตพื้นที่ตำบลกุดจิก ตำบลโคราช ตำบลโค้งยาง ทางตอนเหนือของตำบลสูงเนิน ตำบลมะเกลือเก่า ตำบลนากลาง และทางตอนใต้ของตำบลเสมา ตำบลบุงชีเหล็ก ดินมีลักษณะเนื้อละเอียดและดินเหนียว มีความอุดมสมบูรณ์ปานกลางถึงสูง จะพบในพื้นที่ราบ เหมาะสมมากในการปลูกข้าวโพดในฤดูฝน อีกทั้ง ถ้ามีการชลประทานในฤดูฝนจะสามารถทำนาปรังและปลูกผักได้ ดินส่วนใหญ่ในบริเวณตำบลมะเกลือใหม่ ตำบลมะเกลือเก่า ตำบลหนองตะไก้ ตำบลนากลาง ตำบลสูงเนิน ตำบลเสมา ตำบลโนนค่า ลักษณะเป็นดินลิก มีการระบายน้ำดีถึงปานกลาง เนื้อดินค่อนข้างปนทราย มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ มักพบในบริเวณที่ลาดชันเล็กน้อยถึงลาดชันมาก โดยทั่วไปเหมาะสมในการปลูกพืชไร่ และผลไม้ต่าง ๆ สำหรับพืชที่เหมาะสมมาก เช่น ถั่วต่าง ๆ ข้าวโพด ข้าวฟ่าง แดงโม อ้อย สับปะรด และผัก เป็นต้น

แหล่งน้ำ

แหล่งน้ำลำตะคอง ต้นน้ำเกิดจากบริเวณเทือกเขาใหญ่ เส้นทางผ่านทางบริเวณตอนกลางของอำเภอ พื้นที่ได้รับประโยชน์ในเขตตำบลเสมา ตำบลบุงชีเหล็ก ตำบลโคราช ตำบลโนนค่า ตำบลโค้งยาง และตำบลกุดจิก แม่น้ำลำมูลบน ลำพระเพลิง มีพื้นที่ได้รับประโยชน์ถึง 7 หมื่นไร่ อ่างเก็บน้ำซับประดู่อยู่ในเขตตำบลมะเกลือใหม่ เป็นอ่างเก็บน้ำที่มีน้ำตลอดทั้งปี เกษตรกรใช้ประโยชน์ได้ตลอดทั้งปี และโครงการสูงเนินบริเวณลุ่มน้ำมูล-ลำตะคอง นอกจากนี้ ในพื้นที่ยังมีโครงการชลประทานขนาดเล็ก 18 แห่ง มีพื้นที่ที่ได้รับประโยชน์ 13,201 ไร่ ครอบคลุมเขตตำบลนากลาง ตำบลมะเกลือเก่า ตำบลมะเกลือใหม่ ตำบลสูงเนิน ตำบลเสมา และตำบลหนองตะไก้ สามารถเก็บกักน้ำได้ 2.728 ล้านลูกบาศก์เมตร

ภาษาโคราช

ประวัติความเป็นมา

ภาษาโคราช เป็นส่วนหนึ่งของภาษาไทยที่พูดกันเฉพาะที่จังหวัดนครราชสีมา และบางท้องที่ที่ติดต่อกับจังหวัดนครราชสีมา เช่น อำเภอลำปลายมาศ อำเภอนางรอง อำเภอหนองกี่ อำเภอละหานทราย จังหวัดบุรีรัมย์, อำเภอจตุรัส อำเภอบำเหน็จณรงค์ จังหวัดชัยภูมิ ก็พูดภาษาโคราช ด้วยเหตุนี้ ภาษาโคราชจึงเป็นภาษาของชนกลุ่มน้อย ซึ่งไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายเหมือนภาษาถิ่นอื่น ๆ ที่พูดกันทั้งภาค และแม้ว่านครราชสีมาจะตั้งอยู่ในเขตภาคอีสานก็ตาม แต่โดยเนื้อแท้แล้วคนโคราชก็ได้พูดภาษาอีสาน (เว้าลาว) แต่อย่างใด

ภาษาโคราช เป็นภาษาที่มีสำเนียงต่างจากภาคกลางและไม่เหมือนกับภาษาอีสาน คือ มีเสียงเพี้ยนเหนือ บางคำมีสำเนียงค่อนข้างไปทางภาษาไทยกรุงเทพฯ บางคำออกสำเนียงไปทางภาษาอีสาน บ้างก็ว่ามีสำเนียงใกล้เคียงสำเนียงระยองและจันทบุรี นอกจากนี้ คนโคราชแต่ละอำเภอก็พูดสำเนียงและคำแตกต่างกันออกไปตามพื้นที่ เช่น แถบพื้นที่อำเภอพิมาย อำเภอโนนสูงและใกล้เคียง เมื่อจะพูดคำว่า ดู ก็จะออกเสียงเป็น ดู, คำว่า ไม่ ก็จะพูดว่า มิ, คำว่า อะไร ก็จะพูดว่า ไ้อ์ หรือ อาย แต่คนในเขตอำเภอเมืองจะพูดว่า ดู, ไม่, อะไร โดยออกเสียงธรรมดา เป็นต้น

เอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวของภาษาโคราช

1. มีคำสร้อยต่อท้ายคำพูดเสมอ เช่น

หมด	ก็จะพูดว่า	หมดจาก (ออกเสียงว่า มดจาก)
ไปละนะ	ก็จะพูดว่า	ไปละเด้อ
อันนี้	ก็จะพูดว่า	อันนี้ดอกเด่ หรือ อันนี้ละวะ
จืด	ก็จะพูดว่า	จืดจ่องหล่อง หรือ จืดจ่องหลอง
มาก	ก็จะพูดว่า	มากโหด เป็นต้น

2. มีคำที่เป็นภาษาของตนเอง ไม่มีในภาษาถิ่นอื่น เช่น

เข้าแข็ง	หมายถึง	ข้าวสวย
จำหีน	หมายถึง	ฝืน เสแสร้ง
จำโอ	หมายถึง	อาเจียน
ซักซา	หมายถึง	ซักคะเย่อ
ดินหุน	หมายถึง	ปลวก
ปะลมปะเล	หมายถึง	ผสมผสม ปนเป
เปี้ยกเข้า	หมายถึง	ต้มข้าวต้ม
พีนาง	หมายถึง	พีสะไถ้
พูดเติม	หมายถึง	นินทาลับหลัง

โห่งย	หมายถึง	ลัม เอนลง
อินาง	หมายถึง	เด็กหญิง หรือหญิงที่มีอายุอ่อนกว่า
ไอนาย	หมายถึง	เด็กชาย หรือ ชายที่มีอายุอ่อนกว่า เป็น

ต้น

3. คำพูดที่รู้กันที่ว่าเป็นคนโคราช

คนโคราชมักจะพูดคำในลักษณะนี้เสมอ เช่น

จะรีบไปไหน	มักจะพูดว่า	จะด่วนไปไหน หรือ จิด่วนไปไหน
ดูซิ	มักจะพูดว่า	ดูทัวะ ดูถัวะ หรือ ดูทู้
เดินกระสับกระส่าย	มักจะพูดว่า	เดินหล่าหล่าหล่าหล่า
ไปก็ไม่พบไม่เจอ ใครจะขยันไป	มักจะพูดว่า	ไปก็ไม่ปะ จักใครจิชนะไป
ไม่มีหระ ไม่สนใจใคร	มักจะพูดว่า	ไม่เอาเหมือดใคร เป็นต้น

ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษาโคราช

ภาษาไทยถิ่นโคราช เป็นภาษาที่มีเสียงเหนอ บางคำมีสำเนียงค่อนข้างไปทางภาษาไทยกรุงเทพฯ บางคำออกสำเนียงไปทางภาษาไทยถิ่นภาคอีสาน แม้จะไม่ปรากฏหลักฐานที่แน่ชัดว่าคนโคราชพูดภาษาตระกูลอะไร แต่มีความเชื่อว่ามาจากภาษาตระกูลมอญ-เขมร, ไทย-ลาว อยู่ด้วย ในโบราณกาลบรรพบุรุษมีการเดินทางติดต่อกันในกลุ่มแม่น้ำโขง, ลุ่มน้ำเจ้าพระยา ฯลฯ และที่เด่นชัดคือโคราชเป็นเมืองปากประตูไปสู่อีสาน ซึ่งอยู่ระหว่างกรุงเทพฯ กับภาคอีสาน ภาษาพูดจึงออกสำเนียงเช่นนี้ก็ได้ เสียงเหนอนี้ทำให้บางคนเข้าใจผิดคิดว่าเป็นคนปักขีไต้บ้าง อย่างไรก็ตาม นับเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของภาษาไทยถิ่นโคราชโดยแท้ และเพื่อให้เข้าใจง่าย คำว่า “ภาษาไทยถิ่นโคราช” จะใช้ว่า “ภาษาโคราช”

สำเนียงภาษาไทยโคราช

สำเนียงโคราชที่ออกเสียงไปทางภาษาไทยกรุงเทพฯ แต่ออกเสียงตามวรรณยุกต์แตกต่างกัน

เช่น

1. อักษรต่ำ คำเป็นและคำตาย ในภาษาไทยกรุงเทพฯออกเสียงตรี แต่ภาษาโคราชออกเสียงโท เช่น สำเนียงโคราชอักษรต่ำ

ภาษาไทยกรุงเทพฯ	ภาษาไทยโคราช
ฟ้า	ฟ้า
ม้า	ม่า
รู้	รุ้
จิว	จิว
มิด	มิด

ภาษาไทยกรุงเทพ	ภาษาไทยโคราช
ชก	ช่ก

2. อักษรกลาง คำตายในภาษาไทยกรุงเทพจะออกเสียงเอก แต่ภาษาโคราซออกเสียงตรี เช่น สำเนียงโคราซอักษรกลางคำตาย

ภาษาไทยกรุงเทพ	ภาษาไทยโคราช
ติด	ตื๊ด
จิต	จื๊ด
แบะ	แบ๊ะ
ปึก	ปื๊ด
แกะ	แก๊ะ
อืด	อื๊ด
กะ	ก๊ะ
เงาะ	เง๊า

อักษรกลาง คำเป็นในภาษาไทยกรุงเทพจะออกเสียงสามัญ แต่ภาษาโคราซจะเป็นเสียงจัตวา เช่น สำเนียงโคราซอักษรกลางคำเป็น

ภาษาไทยกรุงเทพ	ภาษาไทยโคราช
กิน	กิ้น
เจอ	เจ๋อสิย
จน	จิ้น
दन	เดิ้น
เอา	เอ๊า
เอง	เอ๊ง
เต็ม	เต๋ม
กั้น	กิ้น
ตั้ง	ตั้ง
ใจ	ใจ

3. อักษรสูง คำเป็นภาษาไทยกรุงเทพจะออกเสียงโท แต่ภาษาโคราซออกเสียงเอก เช่น สำเนียงโคราซอักษรสูง

ภาษาไทยกรุงเทพ	ภาษาไทยโคราช
ชี้	ชี้
ชี้่ว	เช่า
เสื่อ	เสื่อ
ไส้	ไส้
ห้วย	ห้วย
ใให้	ใให้
ผ้า	ผ้า

4. เสียงพยัญชนะควบกล้ำ ร ล

ภาษาไทยโคราชไม่มีเสียงพยัญชนะควบกล้ำ ร และ ล เหมือนภาษาไทยกรุงเทพ ซึ่งในภาษาไทยโคราชจะมีการออกเสียงไปหลายแบบ ดังนี้

ก. ไม่ออกเสียง ร และ ล แม้ว่าการเขียนจะมี ร และ ล ก็ตาม เช่น สำเนียงโคราช ไม่ออกเสียง ร และ ล

คำว่า	กล้ำ	ออกเสียงว่า	ก้ำ
คำว่า	พระ	“	พะ
	เพลง	“	เพง
	ครู	“	คู
	ไกร	“	ไก
	ใคร	“	ไค
	ไตร	“	ไต
	ไกล	“	ไก
	ไกล้	“	ไใกล้
	แกลบ	“	แกบ
	ปลาย	“	ปาย
	ปลูก	“	ปูก
	พริก	“	พิก

5. เสียงพยัญชนะควบกล้ำ ว

ภาษาไทยโคราช คำที่มีรูปพยัญชนะควบกล้ำ ว จะออกเสียงเป็นดังนี้

ก. คำควบกล้ำ ว ที่ประสมกับสระอะ สระอา จะออกเสียงเป็นสระประสม อัว เช่น
สำเนียงโคราชคำควบกล้ำ ว ประสมกับสระอะ สระอา

คำว่า	กว้าง	ออกเสียงว่า	ก้วง
	ไกว	“	กวย
	ไขว่	“	ช่วย
	ขวัญ	“	ข้วน
	ขวาน	“	ชวน
	คว่ำ	“	คั่ว
	ความ	“	ควม

ข. คำควบกล้ำ ว ที่ประสมกับสระอื่น จะตัดเสียงควบ ว ออก เช่น สำเนียงโคราชคำ
ควบกล้ำ ว ที่ประสมกับสระอื่น

คำว่า	แก้วน	ออกเสียงว่า	แก่น
	แขวน	“	แขน

ค. คำควบกล้ำ หว จะออกเสียงควบ เช่น สำเนียงโคราชคำควบกล้ำ หว จะออก
เสียงควบ

คำว่า	ห้วนเหว	ออกเสียงว่า	ห้วนเหว
	โหวด	“	โหวด
	โหวงเหวง	“	โหวงเหวง

6. คำบางคำที่เปลี่ยนเสียง

คำบางคำเปลี่ยนเสียงพยัญชนะหรือกลายเสียง ซึ่งมีหลายแบบ ดังนี้

ก. คำว่า สะ ออกเสียงว่า กะ เช่น สะพาย ออกเสียงว่า กะพาย

ข. คำว่า คอก ออกเสียงว่า ขะ เช่น คอกวัว ออกเสียงว่า ขะวัว

ค. คำว่า จน ออกเสียงว่า เก่น หรือ เจ่น เช่น เอาจนได้ (เอาเก่นได้ หรือ
เอาเจ่นได้), ตายจนกระดูกล่อน (ตายเก่นกระดูกหล่อน)

ง. คำสระอุ กลายเสียงเป็นสระโอ เช่น

กระพุงแก้ม เป็น กะโฝงแก้ม

กระตุงเหว เป็น กะตงเหว

ตุ๊กแก เป็น ตักแก

- จ. คำว่า ปาน ออกเสียงว่า ปั้น เช่น ปานลูก ออกเสียงว่า ปั้นลูก
 ฉ. คำว่า วั ออกเสียงว่า ้ว
 ช. คำสระเอีย กลายเสียงเป็นสระอิ เช่น เสียตาย ออกเสียงว่า ชิตาย
 ซ. คำสระโ ओ กลายเสียงเป็นสระเออ เช่น หมต ออกเสียงว่า เบ็ด หรือ เม็ด
 ฌ. คำสระอัว กลายเสียงเป็นสระโอะ เช่น หัวกระได ออกเสียงเป็น ฮกกะได
 ญ. คำที่เป็นสระอะ กลายเสียงเป็นสระอี เช่น
- | | | |
|-------|------|--------|
| สะตือ | เป็น | สีตือ |
| สะบ้า | เป็น | สีบ้า |
| สวาบ | เป็น | สีหวาบ |
- ฎ. คำที่เป็นสระอะ กลายเสียงเป็นสระเออ เช่น บ้าง เป็น เบื้อง

คำศัพท์ภาษาโคราชที่พบบ่อย

ผู้วิจัยได้รวบรวมคำศัพท์ในภาษาโคราชที่พบบ่อย และสรุปออกมาดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 คำศัพท์ภาษาโคราชที่พบบ่อย

ภาษาโคราช	แปลว่า	คำแปล	หมายเหตุ
กำดิง	แปลว่า	คิดถึง เป็นห้วง อาลัย	
จี	“	จะ	เช่น จิไปไหน
จึก	“	ไม่ ไม่ทราบ	คำปฏิเสธ จึกเต๋ จึกแหลั่ว
ดา	“	ด้วย บ้าง	คำแสดงกิริยารวมหรือเพิ่ม เช่น ไปดา ขอกินดา
ต็อก	“	เปล่า ไม่ใช่	ประกอบท้ายคำที่แสดงถึงการบอกเล่าและปฏิเสธ เช่น ไม่แมนต็อก
เต๋	“	นะ แหละ นั้นแหละ นี้แหละ	ใช้ประกอบคำเพื่อเน้นความให้ชัดขึ้น เช่น ไม่รู้เต๋ ดอกเต๋
เต๋เฮย		นะ ละนะ	คำต่อท้ายประโยคเพื่อเน้นความหมายทำนองว่า วะ ละนะนะ เช่น ทิดแก้วจิมเอาเรื่องเต๋เฮย แปลว่า ทิดแก้วจะจมาเอาเรื่องวะ
เต๋		นะ	เหมือน เต๋

ภาษาโคราช	แปลว่า	คำแปล	หมายเหตุ
ได้อ	“	นะ	เช่น ไปแหละได้อ
ได้อ	“	ด้วย	คำแสดงกริยาที่ต้องการทำร่วม เช่น ใครจิปได้อ
ถ้วะ	“	ซี, สี	คำประกอบท้ายคำที่แสดงถึง ความต้องการให้ทำตามอย่าง หงุดหงิด (ในเชิงน้ำเสียงไม่พอใจ)
แถะ	“	จั้ง	คำเน้นท้ายคำที่ทำให้ประโยคดู เด่นขึ้น
นิ	“	หรือ	เป็นคำใช้เสริมคำเพื่อให้เสียง สละสลวย
เนาะ	“	หรือ	เป็นคำใช้เสริมคำเพื่อให้เสียง สละสลวย
เบ็ง	“	บ้าง ด้วย	คำที่แสดงความรู้สึกต้องการทำ ร่วมหรือมีส่วนร่วม
โปกด	“	มากไป เหลือหลาย	เช่น มากโปกด โกลโปกด
เหว้ย	“	อะไร ไหน	ใช้ประกอบท้ายคำ มีความหมาย ทำนองว่า เว้ย วะ เช่น ไปไหน เหว้ย เหว้ยเฮ้ย
ไอเยอ	“	อะไรนะ	ไอเยอ ก็ได้
ไ้อ (ไอ)	“	อะไร	อาย ไ้อ ก็ได้ เช่น ทำอาย แปลว่า ทำอะไร
เอื้อบ	“	ไม่น่าเลย, น่าเสียดาย	เป็นคำอุทาน ประมาณว่า ไม่น่า เลย (เสียดาย) แสดงความ ประหลาดใจ
เฮย	“	เอย เอ้ย เอ้ย	คำสร้อยที่ประกอบต่อท้ายคำเพื่อ เน้นคำ มีความหมายทำนองว่า เอย เอ้ย เอ้ย เช่น แจ่มเฮยมีคนจิ มาขอลูกสาว นอนไม่ได้เลยเฮย

ที่มา: พจนานุกรมภาษาโคราช, ดร.เมตต์ เมตต์การุณจิต (2560)

2.2 ความสำคัญทางประวัติศาสตร์

2.2.1 ประวัติศาสตร์พื้นที่อำเภอสูงเนิน

สมัยทวารวดี

“ทวารวดี” เป็นชื่อเรียกวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นช่วงแรกของสมัยประวัติศาสตร์ในประเทศไทยที่เจริญรุ่งเรืองอยู่ในภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 12 การเติบโตของชุมชนพร้อมทั้งหลักฐานการติดต่อกับโพ้นทะเล โดยเฉพาะอย่างยิ่งคติความเชื่อทางศาสนาจากอินเดีย มิได้มีแต่เฉพาะในบริเวณภาคกลางของประเทศไทยเท่านั้น บริเวณที่ราบสูงโคราชในจังหวัดนครราชสีมา มีเมืองโบราณที่สำคัญ คือ เมืองเสมา

เมืองเสมา ตำบลเสมา อำเภอสูงเนิน

จากหลักฐานทางโบราณคดีประเภทต่าง ๆ ที่พบจากการขุดค้น รวมทั้งหลักฐานประเภทศิลาจารึกอาจสรุปได้ว่า แหล่งโบราณคดีเมืองเสมาเป็นชุมชนโบราณที่มีการเข้ามาตั้งถิ่นฐานสืบเนื่องกันมาตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 10-11 เป็นต้นมา จนถึงสมัยวัฒนธรรมแบบเขมร ราวพุทธศตวรรษที่ 17-18

ระยะที่ 1 (ราวพุทธศตวรรษที่ 10-11) ช่วงระยะเวลาของการอยู่อาศัยของชุมชนแรกเริ่มที่เมืองเสมานี้ ปรากฏร่องรอยการอยู่อาศัยกระจายอยู่ทั่วเมืองโบราณทั้งเมืองนอกและเมืองใน แต่จะหนาแน่นมากในส่วนในเมืองใน เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งน้ำที่ใช้ในการดำรงชีวิต คือ ลำห้วยไผ่และลำตะคอง เป็นชุมชนที่ใช้ภาชนะดินเผาแบบพิมายดำ ซึ่งพบและแพร่หลายในชุมชนสมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย (สมัยเหล็ก) ในบริเวณลุ่มแม่น้ำมูลตอนบน โดยเฉพาะในเขตจังหวัดนครราชสีมา และยังคงนิยมประเพณีการปลงศพด้วยการฝังเหยียดยาว มีการประกอบพิธีกรรมการฝังศพโดยใช้ภาชนะดินเผา เครื่องประดับ เครื่องมือเหล็ก อุทิศให้ผู้ตาย ขณะเดียวกันมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีสูงแล้ว รู้จักการถลุงเหล็กเพื่อนำไปใช้ทำเป็นเครื่องมือ นอกจากนี้ยังมีการติดต่อกับชุมชนโบราณร่วมสมัยอื่น ๆ บริเวณลุ่มแม่น้ำมูลตอนกลาง ดังได้พบหลักฐานประเภทภาชนะดินเผาเนื้อละเอียด ขณะเดียวกันในช่วงเวลาเดียวกันนี้ (ราว 1,500 ปีมาแล้ว) ได้มีการติดต่อกับชุมชนโบราณในภูมิภาคอื่นด้วย โดยเฉพาะบริเวณภาคกลางของประเทศไทย ทั้งลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา และลุ่มแม่น้ำลพบุรี-แม่น้ำป่าสัก ได้สรุปผลออกมาว่าช่วงระยะเวลาการอยู่อาศัยเริ่มต้นในช่วงพุทธศตวรรษที่ 10-11 หรือราว 1,500 ปี มาแล้ว

ระยะที่ 2 (ราวพุทธศตวรรษที่ 12-15) เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะรูปแบบเครื่องมือเครื่องใช้ รู้จักผลิตภาชนะดินเผาขึ้นใช้เองภายในชุมชน ในช่วงแรกของระยะที่ 2 นิยมภาชนะดินเผาขนาดใหญ่เนื้อหนา หยาบ มีแถบข้าวเป็นส่วนผสมอยู่ มีทั้งภาชนะทรงอ่าง ทรงหม้อปากผายก้นกลม ทรงหม้อมีสัน

ตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 12 เป็นต้นไป เป็นช่วงเจริญสูงสุดของแหล่งโบราณคดีเมืองเสมา ดังปรากฏวัฒนธรรมทางพุทธศาสนาให้เห็นอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะรูปแบบโบราณสถานทุกหลังที่

เมืองเสมา มีแผนผังโบราณสถานเหมือนในบริเวณภาคกลางอย่างมาก ประกอบกับศาสนวัตถุ ได้แก่ ธรรมจักรศิลา ประติมากรรมศิลา และประติมากรรมสัมฤทธิ์ ทั้งพระพุทธรูปและพระโพธิสัตว์ที่พบที่เมืองเสมานี้

จากหลักฐานประเภทต่าง ๆ พบว่าในช่วงตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 13 เป็นต้นมา ชุมชนโบราณแห่งนี้เป็นชุมชนที่มีความเจริญอย่างมาก มีการสร้างเมืองที่มีการขุดคูน้ำ คันดินล้อมรอบแหล่งที่อยู่อาศัย เช่นเดียวกับเมืองโบราณสมัยทวารวดีทั่วไป เป็นเมืองที่มีความสำคัญหรือมีบทบาทในฐานะที่เป็นศูนย์กลางแห่งแรกของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่รับวัฒนธรรมทวารวดีจากที่ราบลุ่มภาคกลางของประเทศไทย โดยเฉพาะพุทธศาสนา จนกระทั่งราวพุทธศตวรรษที่ 15-16 จึงเริ่มเห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น คือ ศาสนาพราหมณ์เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญ จากการที่วัฒนธรรมเขมรเข้ามา มีอิทธิพลในดินแดนนี้ นอกจากนี้ยังพบว่า หลักฐานประเภทศิลาจารึกที่เกี่ยวข้องกับแหล่งโบราณคดีเมืองเสมานี้ ล้วนพบภายในแหล่งโบราณคดีเมืองเสมาเกือบทุกหลัก ได้แก่ จารึกบ่ออีกา จารึกเมืองเสมา จารึกหลักที่ 4

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เมืองนี้มีบทบาทและความสำคัญ น่าจะมาจากตำแหน่งที่ตั้งของเมืองที่สามารถติดต่อกับชุมชนภายนอกได้สะดวก รวมทั้งยังสามารถรับและส่งต่อวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ไปยังชุมชนอื่นได้อีกด้วย

ระยะที่ 3 (ราวพุทธศตวรรษที่ 15-18) ตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 15 เป็นต้นไป ชุมชนได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากชุมชนในภูมิภาคเดียวกันเป็นสำคัญ ตกอยู่ภายใต้การปกครองของอาณาจักรเขมรโบราณแห่งเมืองพระนคร จากหลักฐาน “จารึกเมืองเสมา” และกลุ่มปราสาทเขมรกลางเมืองหรือโบราณสถานบ่ออีกา ที่สร้างขึ้นถวายแด่พระศิวะ และมีการสร้างสระน้ำรูปสี่เหลี่ยมไว้กลางเมือง ประกอบกับหลักฐานเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน โดยนิยมใช้ภาชนะเนื้อเครื่องดินซึ่งเป็นเครื่องเคลือบแบบภาชนะที่ผลิตจากแหล่งเตาบุรีรัมย์ ขณะเดียวกันก็พบเครื่องถ้วยจีนสมัยราชวงศ์ซ่ง หยวน และหมิง ซึ่งเป็นสินค้าสำคัญในกลุ่มแม่น้ำมูล-ชี

หลังพุทธศตวรรษที่ 18 เป็นต้นไป เมืองโบราณได้ถูกทิ้งร้างไป อาจเนื่องมาจากการเปลี่ยนเส้นทางคมนาคม หรือเกิดการเปลี่ยนศูนย์กลางการติดต่อระหว่างชุมชน

วัฒนธรรมแบบเขมร

วัฒนธรรมแบบเขมรได้เข้ามามีอิทธิพลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและในภูมิภาคอื่น ตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 12 แล้ว ดังปรากฏหลักฐานประเภทจารึก โบราณสถาน โบราณวัตถุประเภทต่าง ๆ เช่น ปราสาทกลางเมืองเสมา (บ่ออีกา) ปราสาทเมืองแขก ปราสาทเมืองเก่า ปราสาทโนนกู่ อำเภอสูงเนิน

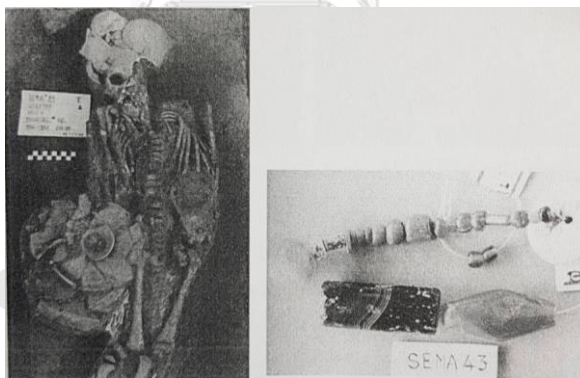
ในพุทธศตวรรษที่ 18 ในรัชกาลของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ได้พบหลักฐานวัฒนธรรมแบบเขมรกระจายทั่วบริเวณลุ่มแม่น้ำมูล จากจารึกปราสาทพระขรรค์กล่าวถึงการที่พระองค์ได้ทรงสร้างที่พัก

เรียกว่า “ธรรมศาลา” จำนวน 121 แห่ง ตลอดจนโบราณสถานที่เป็นโรงพยาบาล ที่ปรากฏชื่อเรียกในจารึกว่า อโรคยาศาลา จำนวน 102 แห่ง ที่ค้นพบในประเทศไทยในปัจจุบันมี 27 แห่ง พบในจังหวัดนครราชสีมา 7 แห่ง และพบในอำเภอสูงเนิน 2 แห่ง ได้แก่ ปราสาทเมืองเก่า ปราสาทบ้านปราสาท

2.2.2 โบราณคดีพื้นที่อำเภอสูงเนิน

หลักฐานทางโบราณคดีที่พบในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาในแถบอำเภอโนนสูง อำเภอสีคิ้ว และอำเภอสูงเนิน ปรากฏร่องรอยการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์เมื่อประมาณ 4,000-3,000 ปีมาแล้ว เนื่องด้วยเป็นพื้นที่ต้นน้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีหลักฐานแสดงถึงการตั้งถิ่นฐานมาตั้งแต่สมัยหินใหม่ต่อเนื่องมาจนสมัยหินเหล็ก จากการสำรวจทางโบราณคดี พบแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ในพื้นที่อำเภอสูงเนิน เช่น โบราณคดีโนนกกม่วง ตำบลกุดจิก แหล่งโบราณคดีบ้านเมืองเก่า ตำบลโคราช แหล่งโบราณคดีบ้านหินตั้ง ตำบลเสมา

จากการขุดค้นพบที่เมืองเสมา ในปีพ.ศ.2544 จำนวน 11 หลุม ทั้งในเมืองและนอกเมืองเสมา พบหลักฐานกระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งเมือง จึงสันนิษฐานได้ว่า บริเวณที่เป็นเมืองเสมาน่าจะเป็นชุมชนใหญ่มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์แล้ว แนวคูน้ำที่ปรากฏนี้อาจจะขุดมาตั้งแต่ช่วงเวลานี้แล้ว



ภาพที่ 22 โบราณสถานพระนอนในอดีต

ที่มา: เอกสารประกอบการบรรยายโครงการเครือข่ายพิทักษ์วัตถุทางวัฒนธรรม, 2564, น.19

นอกจากนี้ ยังพบแหล่งภาพเขียนสีตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ของแหล่งโบราณคดีภาพเขียนสีเขาจันทร์งาม ระยะทางประมาณ 13 กิโลเมตร บริเวณเพิงริมลำห้วยวะภูแก้ว เพิงหินผิวค่อนข้างเรียบ ไกลน้ำตกวะภูแก้ว ตำบลมะเกลือใหม่ เขียนด้วยสีแดง 2 จุด เป็นแบบภาพทึบ วาดเป็นรูปคนกางแขนกางขาคล้ายการเต้น และภาพสัตว์ที่น่าจะเป็นภาพช้าง ภาพแมงป่องและภาพเรขาคณิตอื่น ๆ



ภาพที่ 23 แหล่งโบราณคดีภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว

ที่มา: รายงานการสำรวจแหล่งโบราณคดีภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว, 2564, น.3

ในพื้นที่อำเภอสูงเนินพบแหล่งโบราณคดีและโบราณสถานที่มีอายุอยู่ในช่วงสมัยทวารวดีหลายแห่ง โดยเฉพาะในพื้นที่ตำบลเสมา บริเวณเมืองโบราณเสมา พบแหล่งโบราณคดีประมาณ 22 แหล่ง ทั้งอาคารโบราณสถาน แหล่งโยเสมา และชุมชน กระจายกันอยู่ทั่วไป โดยมรเมืองเสมาเป็นเมืองโบราณขนาดใหญ่มากในช่วงเวลานี้ ซึ่งเมืองแห่งนี้ได้มีการพบมานานแล้ว ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2444 โดยนาย Etienne Aymonier นักสำรวจชาวฝรั่งเศส เดินทางมาสำรวจแหล่งโบราณคดีในภาคอีสาน กรมศิลปากรดำเนินการสำรวจเมืองเสมาและโบราณสถานใกล้เคียงในปีพ.ศ. 2502 พบว่า เป็นเมืองมีแผนผังรูปไข่ ขนาด 1,400x2,000 เมตร มีคูเมืองและกำแพงทั้ง 4 ด้าน ภายในเมืองพบโบราณสถานหลายแห่ง เป็นเมืองโบราณที่จะอธิบายลักษณะและพัฒนาการของวัฒนธรรมทวารวดีในพื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนใต้ได้เป็นอย่างดี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 24 แผนผังเมืองโบราณเสมา

ที่มา: <http://huexonline.com/knowledge/34/361/>

จากการศึกษาทางโบราณคดีในพื้นที่แห่งนี้ พบว่า มีอายุราว 1,300-1,100 ปีมาแล้ว ในระยะนี้ชุมชนมีระบบการปกครองที่ซับซ้อนขึ้น ผู้นำมีสถานะที่แตกต่างจากผู้ที่อยู่ภายใต้การปกครอง จัดขอบเขตของชุมชน โดยการขุดคูน้ำสร้างคันดินขึ้นล้อมรอบ ชุมชนเมืองเสมามีแผนผังรูปวงรี ประกอบด้วยพื้นที่ 2 บริเวณ ที่เรียกว่า เมืองชั้นนอกและเมืองชั้นใน เมืองชั้นในมีเนื้อที่ประมาณ 360 ไร่ ส่วนเมืองชั้นนอกมีเนื้อที่ประมาณ 1,150 ไร่ ล้อมรอบด้วยคูน้ำ 2 ชั้นและคันดิน 1 ชั้น คูน้ำในปัจจุบันมีความกว้างประมาณ 20 เมตร คันดินสูงประมาณ 5 เมตร ภายในเมืองชั้นในปรากฏโบราณสถานในศาสนาพุทธ จำนวน 5 หลัง ส่วนเมืองชั้นนอกมี 3 หลัง นอกจากนี้บริเวณนอกเมืองทางด้านทิศใต้ ภายในวัดธรรมจักรเสมาราม มีโบราณสถานพระนอน ศิลปะทวารวดีที่สำคัญมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีโบราณสถานวัดแก่นท้าว ห่างจากเมืองเสมาทางทิศตะวันตกประมาณ 300 เมตร ทางด้านทิศตะวันออก ภายนอกเมืองในเขตบ้านหินตั้ง มีโบสถ์สมัยทวารวดีซึ่งเป็นวัตถุที่ใช้กำหนดเขตในการทำพิธีกรรมของพระสงฆ์ในพุทธศาสนาด้วย โดยพบหลักหินปักล้อมรอบจำนวน 9 แห่ง มีลักษณะขึ้นรูปเป็นแท่งหินขนาดใหญ่



ภาพที่ 25 โบราณสถานพระนอนในอดีต

ที่มา: เอกสารประกอบการบรรยายโครงการเครือข่ายพิทักษ์วัตถุทางวัฒนธรรม, 2564, น.22

2.3 งานประเพณีที่สำคัญ

2.3.1 ประเพณีกินเขาคั่ว

งานประเพณีกินเขาคั่วของดีเมืองสูงเนิน จัดขึ้นในวันเสาร์-อาทิตย์ สัปดาห์ที่ 2 ของเดือนมีนาคมทุกปี ณ โบราณสถานปราสาทเมืองแขก อำเภอสูงเนิน ประเพณี “กินเขาคั่ว” เป็นการรับประทานอาหารเย็นพร้อมชมการแสดงแสงเสียง เรื่อง “ศรีจนาศะปุระ” การละเล่นพื้นบ้าน การประกวดของดีเมืองสูงเนิน เป็นการร่วมแรงร่วมใจของชาวอำเภอสูงเนิน ความมีมิตรไมตรีที่ดิงาม ถูกถ่ายทอดผ่านวิถีชีวิตอันควรแก่การอนุรักษ์ เหตุการณ์ในอดีตที่ผู้คนล้อมลงนั่งชั้นโตกรับประทานอาหารเย็นท่ามกลางการร่ายรำที่สวยงาม และสืบสานประเพณีสู่ชนรุ่นหลัง การแสดงที่วิจิตรงดงาม ความอ่อนช้อยของท่วงท่าร่ายรำสอดคล้องกับอารยธรรมโบราณที่ล้ำค่าด้วยภาพลักษณ์ที่สวยงาม

การจัดงานครั้งแรกเป็นการจัดแบบเรียบง่ายโดยการเชิญชวนส่วนราชการ องค์กรปกครอง
ท้องถิ่น ภาคีรัฐและกลุ่มพลังมวลชน กลุ่มสตรีแม่บ้านจัดเตรียมอาหารมารับประทานร่วมกัน ณ
บริเวณปราสาทเมืองแขก มีการจัดงานมาอย่างต่อเนื่อง มีการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานต่างๆ เช่น
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีการร่วมโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน จัดงานประเพณี
กินเข้าค้ำของดีเมืองสูงเนิน จะจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 8-10 มีนาคมของทุกปีเพื่อเป็นการเฉลิมฉลอง
ของชาวอำเภอสสูงเนิน และเป็นการสืบสานประเพณีของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป และมีการได้เพิ่มชื่องาน
เป็น “งานกินเข้าค้ำ ของดีเมืองสูงเนิน”



ภาพที่ 26 ประเพณีกินเข้าค้ำ

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.47

งานประเพณีกินเข้าค้ำ ของชาวอำเภอสสูงเนิน เป็นแบบอีสานชนโตกนั่งกับพื้น และชมการแสดงประกอบแสง สีเสียง ชุดเครื่องดนตรี และการเล่นรำแบบอีสานรวมถึงเพลงร้องพื้นบ้านผู้เฒ่าผู้แก่ร่วมกันร้องรำทำเพลงเป็นที่สนุกสนาน การแสดงวิถีตรงตาม ความอ่อนช้อยและท่วงท่ารำรำทำให้กินเข้าค้ำเอร็ดอร่อย ส่วนอาหารในชนโตก เป็นอาหารพื้นบ้านของโคราช เช่น ไข่กรอกอีสาน ผัดหมี่โคราช ข้าวเหนียว ส้มตำ ไก่ย่าง ลาบปลาตุ๋น ต้มยำรสแซบ เป็นต้น ได้มีการนำกิจกรรมต่าง ๆ มาไว้ในงานมากมาย อาทิ การประกวดและการแสดงหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การประกวดส้มตำลีลา คัดเลือกสายพันธุ์ไก่พื้นเมือง จักรยานแรลลี่เชิงอนุรักษ์ การจำหน่ายสินค้าส่งออก และการแสดงดนตรีของศิลปินชื่อดัง

2.3.2 ประเพณีบวงสรวงพระพุทธรูปปางไสยาสน์

เป็นพิธีบวงสรวงพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (พระนอน) อายุ 1,300 ปี วัดธรรมจักรเสมาราม ตำบลเสมอาอำเภอสสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยวัตถุประสงค์เพื่อขอขมาพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (พระนอน) อายุ 1,300 ปี ซึ่งเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่มืองของตำบลเสมอา อำเภอสสูงเนิน มาตั้งแต่โบราณกาล และผู้คนให้ความเคารพบูชา เดินทางมาสักการะกราบไหว้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 27 การจัดสถานที่ในการบวงสรวงพระพุทธรูปไสยาสน์ (พระนอน)
ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.49

2.4 สถานที่ท่องเที่ยว

ก. แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และอารยธรรม

2.4.1 เมืองโบราณ

อำเภอสูงเนินมีเมืองโบราณ 2 เมือง คือ เมืองเสมาและเมืองโคราชปุระ ตั้งอยู่ที่ตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน ประเภทโบราณสถานและศาสนสถาน

ประวัติความเป็นมา เมืองโคราชปุระหรือเมืองโคราชเป็นพิพิธภัณฑสถานเมืองเก่า มีอาณาบริเวณเนื้อที่หลายร้อยไร่ และปราสาทแต่ละแห่งแยกกันเป็นหย่อม ๆ มีรั้วเหล็กล้อมและมีป้ายอธิบายถึงประวัติความเป็นมา รวมทั้งความสำคัญตรงหน้าทางเข้าเมืองโคราชปุระและเมืองเสมาแยกออกจากกันเพราะไม่มีเส้นทางคมนาคมเชื่อมถึงกัน ซึ่งถ้าทำถนนเชื่อมกันก็จะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเดียวกันได้ สภาพโดยทั่วไปภายในบริเวณเมืองโคราชปุระนี้มีทั้งที่ได้รับการบูรณะและที่ทอดทิ้งไว้ให้ราษฎรเป็นผู้ดูแล ภายในเมืองมีถนนดินลูกรังซึ่งอยู่ในสภาพดี

เมืองโคราชปุระนี้เป็นเมืองเก่าแกโบราณแห่งหนึ่ง ซึ่งมีปราสาทที่เป็นโบราณสถานที่น่าสนใจ 3 แห่ง คือ 1) ปราสาทโนนกู่ 2) ปราสาทเมืองแขก และ 3) ปราสาทเมืองเก่าหรือปราสาทเมืองเก่า

1) ปราสาทโนนกู่

ตั้งอยู่บ้านกกกอก หมู่ที่ 7 ตำบลโคราช จากแยกวัดญาณโคภิตวนา รวม 3 กิโลเมตร เป็นศาสนสถานแบบศิลปะเขมร ก่อด้วยอิฐปนหินทราย ประกอบด้วยปราสาทหลังเดี่ยวบนฐานสูง ด้านหน้ามีวิหารหันเข้าหาปราสาทประธานอยู่ 2 หลัง ล้อมรอบด้วยกำแพงแก้ว มีซุ้มประตูทิศตะวันออกและทิศตะวันตกเป็นทางเข้า-ออก และที่ลานระหว่างวิหารทั้งสองนั้นพบโคนนทิหมอบในอาการเคารพ ปราสาทประธาน อันเป็นที่สถิตของพระศิวะมหาเทพ ตามคติความเชื่อของศาสนาฮินดู ในราวพุทธศตวรรษที่ 16 ปราสาทหินโนนกู่ กว้าง 2.40 เมตร ยาว 29 เมตร ตั้งอยู่กลางโคกมูลดินขนาดกว้าง 30 เมตร ซึ่งอยู่ จากลำน้ำลำตะคองประมาณ 800 เมตร ปัจจุบันตัวปราสาทเหลือเพียงฐาน มีการขุดพบเศียรพระพุทธรูป เทวรูปและวัตถุโบราณหลายชิ้นภายในบริเวณปราสาทแห่งนี้



ภาพที่ 28 ปราสาทโนนกู่
ที่มา: ผู้วิจัย

2) ปราสาทเมืองแขก

ตั้งอยู่ที่บ้านกกกอก หมู่ที่ 7 ตำบลโคราช อยู่เลยปราสาทโนนกู่ไปประมาณ 600 เมตร ปราสาทเมืองแขกเป็นศาสนสถานแบบศิลปะเขมร ก่อด้วยอิฐปนหินทราย ประกอบด้วยปราสาท 3 หลัง ตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน หันหน้าไปทางทิศเหนือ ปัจจุบันเหลือเพียงมณฑปด้านหน้าล้อมรอบด้วยกำแพงแก้วและคูน้ำคันดินอีกชั้นหนึ่ง มีซุ้มประตูทิศเหนือเป็นทางเข้า-ออก นอกประตูซุ้มบนคันดินชั้นนอกสุด มีซากปราสาทขนาดย่อมอีกสองหลัง หน่วยศิลปากรได้ทำการขุดแต่งปราสาทเมืองแขกซึ่งได้พบทับหลังสลักลายตามแบบศิลปะเขมรสมัยเกาะแกร์แปรรูป รวมทั้งศิลาจารึกที่ถูกนำมาก่อเป็นฐานประตูซุ้มชั้นนอกสุด ปราสาทเมืองแขก ตั้งอยู่กลางเนินมูลดินมีคูน้ำล้อมรอบ อยู่ห่างจากลำน้ำ ลำตะคองประมาณ 500 เมตร และมีการขุดพบประติมากรรมและลวดลายจำหลักหลายชิ้น



ภาพที่ 29 ปราสาทเมืองแขก
ที่มา: ผู้วิจัย

3) ปราสาทเมืองเก่า

ตั้งอยู่ในวัดปราสาทเมืองเก่า ตำบลโคราช อยู่เลยปราสาทเมืองแขกไปอีกประมาณ 3.3 กิโลเมตร เป็นอโรคยาศาลที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 มหาราชองค์สุดท้ายแห่งราชอาณาจักรขอม ทรงสร้างขึ้นระหว่าง พ.ศ. 1724-1763 อโรคยาศาลมีแผนผังประกอบด้วยปราสาทประธานรูปสี่เหลี่ยมย่อ

มุมไม้สิบสอง มีบรรณาลัยอยู่ทางมุมขวาด้านหน้า ล้อมรอบด้วยกำแพงแก้วซึ่งมีซุ้มประตูทางเข้าอยู่ด้านหน้า นอกกำแพงมีสระน้ำรูปสี่เหลี่ยมกรวดด้วยศิลาแลง ปราสาทเมืองเก่า องค์ปรางค์ก่อเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม ย่อไม้สิบสองกว้าง 5 เมตร สูง 3.95 เมตร มีประตูและมุม 4 ทิศ ประตูซุ้มอยู่ทางทิศตะวันออกและกรอบประตูทำด้วยศิลาทราย อยู่ห่างจากลำน้ำลำตะคองประมาณ 500 เมตร ปัจจุบันยอดปรางค์หักทลายเหลือเพียงครึ่งองค์



ภาพที่ 30 ปราสาทเมืองเก่า

ที่มา: ผู้วิจัย

2.4.2 สถานีรถไฟสูงเนิน

สถานีรถไฟสูงเนิน ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา เป็นอาคารไม้ 2 ชั้น ได้ดำเนินการก่อสร้างและเปิดให้บริการประชาชนที่ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยมีอายุกว่า 100 ปี ที่ผ่านมามาสถานีรถไฟสูงเนิน เคยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในโอกาสที่ทั้ง 2 พระองค์ได้เสด็จทางรถไฟพระที่นั่ง และเสด็จประทับ ณ สถานีรถไฟสูงเนิน เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2498 ในโอกาสที่เสด็จเยือน จ.นครราชสีมา เป็นครั้งแรก ซึ่งสร้างความปลาบปลื้มปิติแก่ชาว อ.สูงเนิน เป็นล้นพ้น ชาวอำเภอสุงเนินช่วยกันอนุรักษ์สถานีรถไฟสูงเนินแห่งนี้ เพื่อเก็บไว้เป็นอนุสรณ์ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ได้ทำหนังสือขออนุรักษ์อาคารสถานีรถไฟจากการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) และขอใช้พื้นที่เรียบร้อยแล้ว



ภาพที่ 31 สถานีรถไฟสูงเนิน อำเภอสุงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย

ข. แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนสถาน

2.4.3 วัดธรรมจักรเสมาราม

ตั้งอยู่ที่บ้านคลองขวาง ตำบลเสมา แต่เดิมบริเวณนี้เป็นศาสนสถานในสมัยทวารวดี มีโบราณวัตถุที่สำคัญคือ พระพุทธรูปปางไสยาสน์ หรือพระนอนหินทราย ก่อสร้างด้วยหินทรายแดงที่มีความเก่าแก่และใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีความยาว 13.30 เมตร สูง 2.80 เมตร อายุราว พ.ศ. 1200 จากหลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบบริเวณพระนอน อาณาจักรจันทาคะ และภายในเมืองเสมา ได้แก่ พระพุทธรูปสำริด พระพิมพ์ดินเผา ลูกปัดแก้ว แวดินเผาที่ใช้ปั้นฝ้าย และจารึกที่บ่ออีกา ซึ่งเป็นศาสนสถานพราหมณ์แบบศิลปะขอมที่พบในเมืองเสมาและธรรมจักรโบราณที่เก่าแก่ ลักษณะเหมือนเสมาธรรมจักรที่ขุดพบที่จังหวัดนครปฐม มีการขุดพบโครงกระดูกสมัยก่อนประวัติศาสตร์ กรมศิลปากรร่วมกับสภาอบต.กำลังบูรณะให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดนครราชสีมา



ภาพที่ 32 วัดธรรมจักรเสมาราม

ที่มา: ผู้วิจัย

2.4.4 วัดป่าภูผาสูง

อยู่ที่ตำบลมะเกลือใหม่ เป็นสำนักปฏิบัติธรรม มีสภาพป่าสมบูรณ์ มีภูผาที่สูง สามารถที่จะมองเห็นทิวทัศน์ที่สวยงามของอำเภอปากช่อง และยังเป็นจุดชมวิวเขาควงที่สำคัญ



ภาพที่ 33วัดป่าภูผาสูง

ที่มา: ผู้วิจัย

ค. แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

2.4.5 น้ำตกกะภูแก้ว

ตั้งอยู่ที่ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นน้ำตกที่มาจากเขาใหญ่ จะมีน้ำเป็นฤดูกาล ซึ่งในหน้าน้ำจะมีน้ำไหลผ่านลาดผาเหมาะกับการนั่งเล่นหรือนอนเล่นให้น้ำไหลผ่านที่น้ำตกกะภูแก้ว หากไม่ใช่ฤดูฝนที่น้ำตกแห่งนี้ น้ำจะแห้งมาก



ภาพที่ 34 น้ำตกกะภูแก้ว

ที่มา: <http://oknation.nationtv.tv/blog/guidepong/2009/03/01/entry-30>

2.4.6 น้ำตกวังเณร

ตั้งอยู่ในหมู่ที่ 2 ต.มะเกลือเก่า อ.สูงเนิน มีประวัติว่าเป็นจุดที่ลำนํ้าลำตะคองมีแก่งหินเคยมีเณรมาตัดไม้โดยข้ามน้ำบริเวณนี้แล้วจมน้ำเสียชีวิต จึงได้เรียกว่าวังเณร ปัจจุบันเป็นจุดชมวิวที่มีบรรยากาศน่าพักผ่อนหย่อนใจ จึงมีนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะวัยรุ่นหนุ่มสาวมาท่องเที่ยวกันมาก ในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ประมาณ 2,000 คน/วัน มีการสร้างแพลอยน้ำ ปรับปรุงทำน้ำริมฝั่ง ทำสะพานข้ามลำน้ำ สิ่งที่น่าสนใจที่นิยม คือ มานั่งทานอาหาร มาเล่นน้ำดูบรรยากาศ



ภาพที่ 35 น้ำตกวังเณร

ที่มา: <https://www.wongnai.com/photos/d7909c2e1fd041f79350fdd7f6f96e22>

ส่วนที่ 3 การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

3.1 การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ความหมาย

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ หมายถึง วิธีการกำหนดลักษณะรายละเอียดของลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ที่จะมีผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น ดึงดูดความสนใจทราบถึงสรรพคุณ เป็นการสร้างบุคลิกลักษณะของสินค้า ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคในการออกแบบ ข้อความ โฆษณา สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายการค้า ตลอดจนสีสันทัน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อบรรจุภัณฑ์ของสินค้า สามารถสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ และสามารถขายได้ด้วยตัวเอง (ทองรุ่งโรจน์, 2555)

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ การสื่อสารทางด้านการมองเห็น (Visuals) เป็นการตกแต่งพื้นผิวของบรรจุภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า (นภสร ลิ้มไชยวัฒน์, 2545 อ้างถึงในวัชรารธร เพ็ญศิริธร, 2556)

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541) ได้กล่าวถึง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ว่า เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อ และสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งสามารถโน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อ การออกแบบเรขศิลป์จะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณ์ด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจ โดยที่ลักษณะเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์จะแสดงบทบาทหน้าที่สำคัญอันได้แก่

- 1) การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต
- 2) การชี้แจง และบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์
- 3) การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการ
- 4) การแสดงสรรพคุณ และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์

หลักการสะท้อนภาพลักษณ์ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์

การสะท้อนอัตลักษณ์ (Identity) ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. 2551 อ้างถึงใน ปฐวี ศรีโสภา, 2553)

- 1) ภาพลักษณ์องค์กร หรือชุมชน (Institutional Image)
- 2) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า (Product or Service Image)
- 3) ภาพลักษณ์ตราสินค้า หรือผู้ประกอบการ (Brand Image)

กล่าวโดยสรุป คือ การนำเสนอเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ชุมชน ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า และภาพลักษณ์ตราสินค้าหรือผู้ประกอบการ สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ทั้ง 3 ด้านนี้ ลงบนบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชุมชนในประเภทต่าง ๆ ได้ ยกตัวอย่างเช่น บรรจุภัณฑ์ขายปลีก หรือจุดวางจำหน่ายสินค้า ณ จุดจัดจำหน่าย เป็นต้น เพราะการสื่อสารภาพลักษณ์ทั้ง 3 ด้าน

ถือเป็นสิ่งสำคัญและมีประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้บริโภคต่อการรับรู้ถึงคุณลักษณะอันโดดเด่นของสินค้า
ชุมชน

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วยการออกแบบเรขาคณิต เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุ
ภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อ และสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งสามารถโน้มน้าวให้เกิด
การสั่งซื้อ การออกแบบเรขาคณิต จะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณะด้วยภาพพจน์ที่สร้างความ
ประทับใจ โดยที่ลักษณะเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

- 1) การสร้างทัศนที่ดึงดูดต่อผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิต
- 2) การชี้แจง และบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์
- 3) การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการ
- 4) การแสดงสรรพคุณ และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

ระเบียบข้อกำหนดทางกฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้ มี
ดังต่อไปนี้

- 1) พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 คือ ข้อกำหนดบนฉลาก ซึ่งระบุว่า อาหารอื่นที่มี
การจำหน่าย และรัฐมนตรีออกประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลากที่ได้รับอนุญาตจาก
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งต้องมีข้อมูลดังต่อไปนี้

- 1.1) เครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาต

ใช้ฉลากอาหารพร้อมปีที่ให้อนุญาต ซึ่งอาจเขียนเต็ม เช่น 2542 หรือเขียน
ย่อ เช่น 42 ก็ได้ ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารแล้ว ให้แสดงเลขที่อนุญาตในฉลากอาหารด้วย
ตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร ในกรอบพื้นที่ขาว โดยสีของกรอบให้ตัดกับสีพื้นของฉลาก

- 1.2) น้ำหนักสุทธิหรือปริมาณสุทธิ

ซึ่งหมายถึง น้ำหนักหรือปริมาตรของอาหารที่ไม่รวมภาชนะบรรจุ ส่วน
น้ำหนักอีกประเภทที่ให้แสดงคือ น้ำหนักเนื้ออาหาร (Drained Weight) ซึ่งเป็นน้ำหนักของอาหารที่
เป็นเนื้อหรือของแข็งโดยได้กรองส่วนที่เป็นของเหลวแยกออกแล้ว

- 1.3) ชื่อภาษาไทย

กำหนดให้ใช้อักษรสีเดียวกัน ซึ่งอาจมีชื่อได้สองส่วน คือ

- (ก) ชื่อตามกฎหมายที่กำหนดให้เรียกผลิตภัณฑ์นั้น เช่น บะหมี่กึ่ง

สำเร็จรูป หรือ

- (ข) ชื่อทางการค้า (Brane Name)

1.4) ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ

การระบุส่วนประกอบนี้ ต้องระบุปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนัก และเรียงจากปริมาณมากไปน้อย

1.5) การระบุส่วนประกอบหรือวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร

ส่วนประกอบของอาหารบางประเภทที่ใช้เติมลงในอาหารอาจเป็นอันตรายหรือก่อให้เกิดอาการแพ้แก่ผู้บริโภคบางกลุ่ม ดังนั้น จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องแจ้งชนิดหรือปริมาณของส่วนประกอบหรือวัตถุปรุงแต่งรสอาหารต่าง ๆ เช่น การใช้ผงชูรส การใช้วัตถุกันเสีย การเจือสี การแต่งรสหรือกลิ่น เป็นต้น

1.6) ระบุวันที่ผลิตหรือวันที่หมดอายุ

โดยปกติอาหารที่มีอายุการเก็บยาวนาน เช่น อาหารกระป๋อง มักจะระบุวันที่ผลิต ในทางตรงกันข้ามอาหารที่มีอายุการเก็บสั้น เช่น อาหารประเภทนม จะต้องระบุวันที่หมดอายุหรือวันที่ควรบริโภคก่อน เป็นต้น

1.7) ชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้าพร้อมที่อยู่

1.8) คำแนะนำในการเก็บรักษา และในการปรุงอาหาร หรือการเตรียมเพื่อบริโภค

เช่น อาหารบางพวกอาจจะต้องเก็บในสภาพเย็น หรืออาหารที่ใช้ช้อนในไมโครเวฟ จำต้องบอกวิธีการปรุง คำแนะนำสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่ผู้บริโภคจะสามารถบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ และคุณค่าทางโภชนาการตามที่ได้คาดหวังไว้

1.9) ข้อควรระวังหรือคำเตือน

และวิธีป้องกันอันตรายที่เกิดขึ้น (ถ้ามี) คำเตือนเหล่านี้ พบได้จากอาหารจำพวกชุกาล้างหรืออาหารที่ทานแล้วทำให้อุจจาระเหลว เช่น เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน เป็นต้น

1.10) สัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย

2) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า โดยให้ความหมายของฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีดังนี้ คือ คำว่า ฉลาก ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดให้ความหมายถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระจกษา หรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรก หรือรวมไว้กับสินค้า หรือภาชนะหรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า พร้อมทั้งป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้า

3.2 องค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ผู้วิจัยกำหนดการศึกษาองค์ประกอบ 4 เรื่อง ได้แก่ สี ตัวอักษร รูปภาพ และลวดลาย

1) สี

สี เป็นสิ่งที่ถูกนำมาใช้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในงานออกแบบเรขาคณิตที่สำคัญ เพราะสีเป็นสิ่งที่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตาได้อย่างรวดเร็ว และเป็นสิ่งที่มนุษย์สามารถจดจำได้เป็นสิ่งแรก ทำให้มนุษย์สามารถแยกแยะความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ สีในโลกลงถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความสวยงามสามารถสร้างคุณค่าทางอารมณ์ และความรู้สึกที่มีผลทางด้านจิตวิทยา นอกจากนี้เนื่องจากสีมีบทบาทหน้าที่ให้การสร้างการจดจำได้อย่างรวดเร็วแล้ว สียังสามารถเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจได้ รวมทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของความสามารถการสื่อสารในงานออกแบบสื่อต่าง ๆ (นารีไชยรัตน์ตรัย, 2551)

นภาพรรณ คณานุรักษ์ (2547) อ้างถึงใน ปฐวี ศรีโสภา (2553) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของสีในการใช้สื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ ไว้ดังนี้

- 1) การสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้
- 2) การสื่อถึงอารมณ์ ความรู้สึก เช่น รื่นเริง อบอุ่น สนุกสนาน นิ่งสงบได้
- 3) น้ำหนักสีอ่อน สื่อถึงความผ่อนคลาย สบาย ๆ น้ำหนักสีเข้ม จะสื่อถึงความหนักแน่น เข้มขรึมและจริงจัง
- 4) สีใช้สำหรับการแยกแยะ และบ่งชี้ประเภทของสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์
- 5) สีช่วยในการบ่งชี้ถึงชนิดของสินค้าที่มีรสชาติที่หลากหลาย

ระบบโทนสี (Hue and Tone System)

ระบบโทนสีสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 โทนหลัก ได้แก่ Vivid, Bright, Subdued และ Dark และแบ่งแยกออกเป็นกลุ่มย่อยได้อีก 12 โทน (พิชชากร วรสิทธิกร, 2553) ได้ดังนี้

The colors used in this book (Hue and Tone System)						The 120 chromatic colors and 10 achromatic colors used in this book are arranged below by tone.							
base	Hue					Tone					Neutral		
	R	YB	Y	CB	G	B	P	RB	R	10	9		
primary	V visual tone	F.22	F.24	F.46	F.58	F.76	F.82	F.94	F.98	F.118	F.120	N9.5	
	S strong tone	F.22	F.23	F.47	F.59	F.72	F.82	F.93	F.107	F.119	F.121		N9
	B bright tone	F.24	F.26	F.48	F.60	F.72	F.84	F.96	F.108	F.120	F.122		
secondary	P pale tone	F.23	F.27	F.49	F.61	F.73	F.85	F.97	F.109	F.121	F.123	N7	
	Yp yellow pale tone	F.26	F.28	F.50	F.62	F.74	F.86	F.98	F.110	F.122	F.124		N6
	L light greenish tone	F.27	F.29	F.51	F.63	F.75	F.87	F.99	F.111	F.123	F.125		
impression	G greenish tone	F.28	F.40	F.52	F.64	F.76	F.88	F.100	F.112	F.124	F.126	N4	
	D light tone	F.29	F.41	F.53	F.65	F.77	F.89	F.101	F.113	F.125	F.127		N3
	Dp deep tone	F.30	F.42	F.54	F.66	F.78	F.90	F.102	F.114	F.126	F.128		
value	Lk dark tone	F.31	F.43	F.55	F.67	F.79	F.91	F.103	F.115	F.127	F.129	N1	
	Dg dark greenish tone	F.32	F.44	F.56	F.68	F.80	F.92	F.104	F.116	F.128	F.130		N1.5
	Dg dark grayish tone	F.33	F.45	F.57	F.69	F.81	F.93	F.105	F.117	F.129	F.131		

ภาพที่ 36 Hue and Tone System

ที่มา: Color Image Scale, Shigenobu Kobayashi, 2009, น.6

จากตารางสีข้างต้น Kobayashi Shigenobu พบว่าโทนสีกับบุคลิกภาพนั้นมีความสัมพันธ์กัน โดยแต่ละโทนสีจะบ่งบอกและเชื่อมโยงถึงบุคลิกภาพได้อย่างคร่าว ๆ ต่าง ๆ กัน ดังนี้

1. Vivid Tones คือ สีสด เป็นสีเดียวที่มีความอึดตัวของสีสูงที่สุด เป็นสีสด ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา และดึงดูดความสนใจได้ดี แบ่งเป็น 2 โทนย่อย ได้แก่

1.1 Vivid Tone ให้ความรู้สึก

1.1.1 Vivid	เจิดจ้า
1.1.2 Bold	เด่นชัด อาจหาญ
1.1.3 Clear	ชัดเจน
1.1.4 Shape	แหลมคม
1.1.5 Lively	มีชีวิตชีวา

1.2 Strong Tone ให้ความรู้สึก

1.2.1 Sturdy	ดูแข็งแกร่งทนทาน
1.2.2 Substantial	จับต้องได้ มีหลักฐาน
1.2.3 Practical	ดูเหมาะที่จะใช้งาน

2. Bright Tones คือ สีสว่าง เป็นสีเดียวที่ความสว่างของสีสูง เป็นสีที่สว่างใส ให้ความรู้สึกที่อ่อนหวาน น่ารัก ช่างฝัน แบ่งเป็น 3 โทนย่อย ได้แก่

2.1 Bright Tone ให้ความรู้สึก

2.1.1 Bright	สว่างสดใส
2.1.2 Clear	ชัดเจน
2.1.3 Sweet	อ่อนหวาน

2.2 Pale Tone ให้ความรู้สึก

2.2.1 Dreamy	ชวนฝัน
2.2.2 Pretty	สวย น่ารัก
2.2.3 Sweet	อ่อนหวาน

2.3 Very Pale Tone ให้ความรู้สึก

2.3.1 Soft	นุ่ม
2.3.2 Delicate	ประณีต บรรจง

3. Subdued Tones คือ สีหม่น เป็นสีที่มีสว่างของสีในระดับกลางถึงต่ำ ให้ความรู้สึกที่สงบ เงียบ นุ่มนวล หุหุระ และอนุรักษ์นิยม แบ่งเป็น 4 โทนย่อย ได้แก่

3.1 Light Grayish Tone ให้ความรู้สึก

3.1.1 Simple	เรียบง่าย
--------------	-----------

- 3.1.2 Gentle สุภาพ นุ่มนวล
- 3.1.3 Quiet เงียบ สงบ
- 3.2 Light Tone ให้ความรู้สึก
 - 3.2.1 Mild อ่อน
 - 3.2.2 Charming มีเสน่ห์ น่าหลงใหล
- 3.3 Grayish Tone ให้ความรู้สึก
 - 3.3.1 Simple เรียบง่าย
 - 3.3.2 Gentle สุภาพ นุ่มนวล
 - 3.3.3 Elegant สะอาดสะอาง สวยแบบผู้ดี
- 3.4 Dull Tone ให้ความรู้สึก
 - 3.4.1 Quiet เงียบ สงบ
 - 3.4.2 Sophisticated โก้เป็นชาวกรุง
 - 3.4.3 Old Fashioned ล้าสมัย เซย

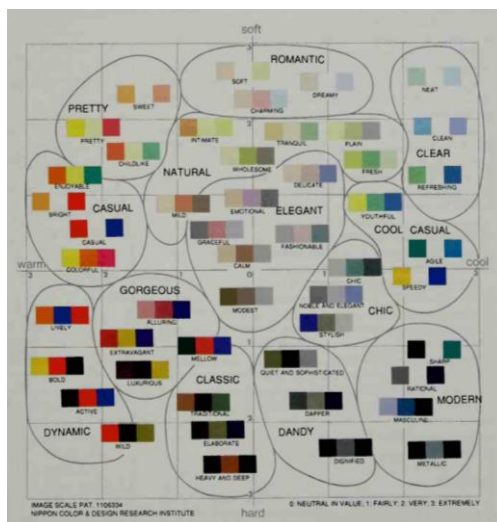
4. Dark Tones คือ สีโทนมืด เป็นสีเข้มที่ไม่มีความสว่างของสีหรือมีในระดับที่ต่ำมาก ให้ความรู้สึกเคร่งเครียด เอาจริงเอาจัง แบ่งเป็น 3 โทนย่อย ได้แก่

- 4.1 Deep Tone ให้ความรู้สึก
 - 4.1.1 Tasteful มีรสนชาติ รสนิยม
 - 4.1.2 Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน
- 4.2 Dark Tone ให้ความรู้สึก
 - 4.2.1 Subtle ดูลึกลับ
- 4.3 Dark Grayish Tone ให้ความรู้สึก
 - 4.3.1 Serve Serious เอาจริงเอาจัง
 - 4.3.2 Precious ดูมีค่า

ระบบสีเชิงจิตวิทยาสีกับความรู้สึก

Color Image Scale คือ แนวความคิดที่นำเสนอชุดสีหรือ Color Combination ซึ่งเป็นแนวคิดเพื่อใช้เทียบชุดสีกับค่าสีในตารางเพื่อทราบความหมายของสีในเชิงจิตวิทยาสีกับความรู้สึก และเป็นแนวความคิด ที่นำเสนอชุดสี Color Combination ซึ่งแต่ละชุดสีนั้นสามารถตีความเป็นคำสื่ออารมณ์ที่ใช้กับงานออกแบบเรขศิลป์ โดยโครงสร้างของเครื่องมือนี้ถูกพัฒนามาจาก Munsell Color System โดยชาวญี่ปุ่นที่สถาบันวิจัยสี NIPPON COLOR DESIGN RESEARCH INSTITUTE INC ซึ่ง Shigenobu Kobayashi ผู้พัฒนาแนวความคิด Color Image Scale ได้ทำการจัด Color Combination แบ่งออกเป็นกลุ่มตามโทนสี Soft-Hard คือ โทนสีอ่อนเข้ม Warm-Cool คือ โทนสี

ร้อนและเย็น และ Clear-Grayish คือ โทนสีหม่น โดย Clear จะไม่มีความหม่นของสีและ Grayish จะมีความหม่นของสีมากกว่า ซึ่งสามารถแบ่งได้ทั้งหมด 16 กลุ่มดังนี้ Romantic, Clear, Cool-Casual, Modern, Formal, Dandy, Classic, Classic & Dandy, Wild, Dynamic, Gorgeous, Casual, Pretty, Natural, Elegant และ Chic



ภาพที่ 37 Color Combination Image Scale

ที่มา: Color Image Scale, Shigenobu Kobayashi, 2009, น.11

ภายในกลุ่มที่นำเสนอนี้ จะมีชุดสี Color Combination ที่จะตีความเป็นคำสื่ออารมณ์และความรู้สึก (Mood and Tone) ที่ใช้กับงานออกแบบเรขศิลป์แตกต่างกันไป กล่าวคือ Color Combination คือ การจัดสีในแต่ละกลุ่มให้เป็นชุดสีเพื่อใช้สื่ออารมณ์และความรู้สึก (Mood and Tone) ที่รองรับและสามารถนำไปใช้กับสินค้าชุมชนภายในงานวิจัยต่อไป

การสร้างความกลมกลืนของสี

Eugene Chevreul อ้างถึงใน สรล ตั้งตรงสิทธิ์ (2562, น.100) นักเคมีชาวฝรั่งเศสได้เสนอการสร้างความกลมกลืนของสีไว้ 5 วิธี ด้วยกันคือ

1. การใช้สีใกล้เคียง (Adjacent Colors) คือ สีที่สัมพันธ์กันในวงสี โดยมีสีแท้หรือแม่สีเป็นกุญแจสำคัญ ตัวอย่างเช่น

- 1.1 สีแดง สีแดงม่วง และสีแดงส้ม
- 1.2 สีส้ม สีแดงส้ม และสีเหลืองส้ม
- 1.3 สีเหลือง สีเหลืองส้ม และสีเหลืองเขียว
- 1.4 สีเขียว สีเขียวเหลือง และสีน้ำเงินเขียว
- 1.5 สีน้ำเงิน สีน้ำเงินเขียว และสีน้ำเงินม่วง
- 1.6 สีม่วง สีแดงม่วง และสีน้ำเงินม่วง



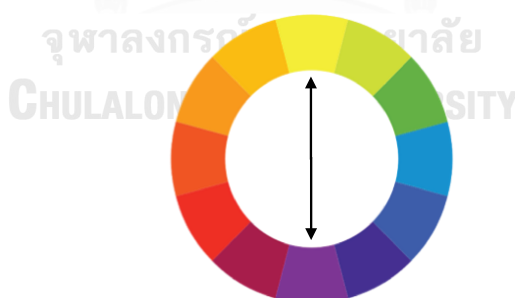
ภาพที่ 38 การใช้สีใกล้เคียง

ที่มา: ผู้วิจัย

2. การใช้สีตรงข้าม (opposite Colors) คือ คู่สีที่อยู่ฝั่งตรงข้ามกันของวงจรัสมาใช้ร่วมกัน สีอยู่ตรงข้ามเมื่อนำมาผสมกันจะได้เป็นสีกลางหรือสีเทา ตัวอย่างเช่น

- 2.1 สีเหลืองตรงข้ามกับสีม่วง
- 2.2 สีเขียวเหลืองตรงข้ามกับสีม่วงแดง
- 2.3 สีเขียวตรงข้ามกับสีแดง
- 2.4 สีเขียวน้ำเงินตรงข้ามกับสีส้มแดง
- 2.5 สีน้ำเงินตรงข้ามกับสีส้ม
- 2.6 สีม่วงน้ำเงินตรงข้ามกับสีส้มเหลือง

การใช้คู่สีปฏิบัติควรมรสัดส่วน 80% ต่อ 20% หากต้องใช้สัดส่วนเท่ากัน ควรลดค่าน้ำหนักสีใดสีหนึ่งหรือทั้งสองสี หรือใช้สีดำหรือขาวมาเป็นเส้นตัดเพื่อลดความรุนแรง



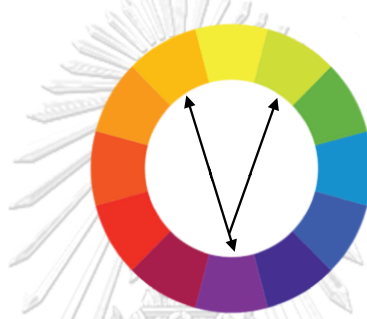
ภาพที่ 39 การใช้สีตรงข้าม

ที่มา: ผู้วิจัย

3. การใช้สีแยกตรงข้าม (Split-Component) คือ การใช้คู่สีที่อยู่ด้านข้างของสีคู่ตรงข้ามมาใช้ร่วมกัน ซึ่งสามารถลดทอนความรุนแรงของคู่สีได้ ตัวอย่างเช่น

- 3.1 สีน้ำเงิน มีสีแยกตรงข้ามคือ สีส้มเหลืองและสีส้มแดง
- 3.2 สีเหลือง มีสีแยกตรงข้ามคือ สีม่วงแดงและสีม่วงน้ำเงิน
- 3.3 สีแดง มีสีแยกตรงข้ามคือ สีเขียวเหลืองและสีเขียวน้ำเงิน

- 3.4 สีเขียว มีสีแยกตรงข้ามคือ สีส้มแดงและสีม่วงแดง
- 3.5 สีส้ม มีสีแยกตรงข้ามคือ สีเขียวน้ำเงินและสีม่วงน้ำเงิน
- 3.6 สีม่วง มีสีแยกตรงข้ามคือสีเขียวเหลืองและสีส้มเหลือง
- 3.7 สีเขียวน้ำเงิน มีสีแยกตรงข้ามคือ สีส้มและสีแดง
- 3.8 สีเขียวเหลือง มีสีแยกตรงข้ามคือ สีม่วงและสีแดง
- 3.9 สีส้มเหลือง มีสีแยกตรงข้ามคือ สีม่วงและสีน้ำเงิน
- 3.10 สีส้มแดง มีสีแยกตรงข้ามคือ สีเขียวและสีน้ำเงิน
- 3.11 สีม่วงแดง มีสีแยกตรงข้ามคือ สีเขียวและสีเหลือง
- 3.12 สีม่วงน้ำเงิน มีสีแยกตรงข้ามคือ สีส้มและสีเหลือง



ภาพที่ 40 การใช้สีแยกตรงข้าม

ที่มา: ผู้วิจัย

4. การใช้สีสามเส้า (Triads) คือ การสร้างความกลมกลืนโดยยึดลำดับชั้นของวงจรสี ได้แก่

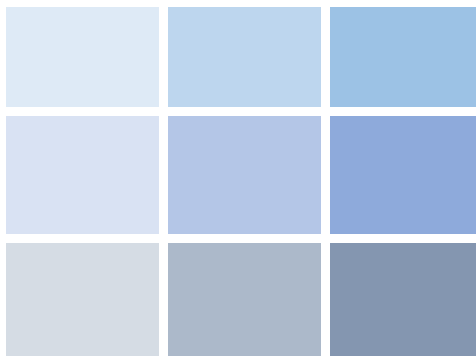
- 4.1 สีชั้นที่ 1 สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน
- 4.2 สีชั้นที่ 2 สีส้ม สีเขียว และสีม่วง
- 4.3 สีชั้นที่ 3
 - 4.3.1 สีส้มแดง สีเขียวเหลือง และสีม่วงน้ำเงิน
 - 4.3.2 สีส้มเหลือง สีเขียวน้ำเงิน และสีม่วงแดง



ภาพที่ 41 การใช้สีสามเส้า

ที่มา: ผู้วิจัย

5. การใช้สีค่าอ่อนครอบคลุม (Dominant Tint) คือ การสร้างการกลมกลืนของสีโดยการลดน้ำหนักสีให้อ่อนลง



ภาพที่ 42 การใช้สีค่าอ่อนครอบคลุม

ที่มา: ผู้วิจัย

2) ตัวอักษร

ตัวอักษร (Typography) ใช้บนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อความหมายเป็นข้อความ ที่อาศัยการอ่านออกมาเป็นภาษาที่สื่อความหมายตรงตามข้อความที่เขียนไว้ โดยมากมักนิยมใช้ตัวอักษรแสดงข้อความเพียงสั้น ๆ บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจในเวลาอันรวดเร็ว จึงใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงชื่อของสินค้า ชื่อตราสินค้า และข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ที่ไม่สามารถสื่อสารด้วยองค์ประกอบศิลป์อื่น ๆ ได้

ข้อความบนบรรจุภัณฑ์และฉลาก ทำหน้าที่สื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้น ข้อความที่นำมาใช้ในการสื่อสารควรง่ายในการทำความเข้าใจ มีการเรียบเรียงด้านภาษาอย่างถูกต้อง และเลือกใช้ตัวอักษรที่อ่านได้ง่าย โดยผู้ซื้อสามารถทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้า การใช้งาน และวิธีการเก็บรักษา หลายประเทศมีการควบคุมการใช้ข้อความบนฉลากสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนบรรจุภัณฑ์อาหารและยา โดยการเลือกใช้ตัวอักษรควรมีความเรียบง่าย และไม่มีฐาน (Sans Serif) เพื่อให้สามารถอ่านได้ง่าย แม้ถูกย่อขนาดลงให้มีขนาดเล็กมาก ๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2546)

นายยา อ่อนสุวรรณ (2530) แบ่งตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ตัวอักษรโดด

ตัวอักษรโดด (Letter) คือ ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่วางอยู่โดด ๆ เป็นคำเดียว โดยมากมักใช้แสดงชื่อสินค้า ตราสินค้า และชนิดของสินค้า เช่น ลูกอม ตราที่อปท็อป รสส้ม เป็นต้น ซึ่งตัวอักษรเหล่านี้มักได้รับการออกแบบมาเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวอักษรโดดที่ใช้เป็นตราสินค้า (ในที่นี้หมายถึงตราสินค้าที่ไม่ใช่ภาพ)

2. กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ

กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan) เป็นกลุ่มคำที่มีความสำคัญรองลงมาจากตัวอักษรโดด ใช้สำหรับบรรยายสรรพคุณของสินค้าแบบสั้น ๆ ให้เข้าใจง่าย เพื่อวัตถุประสงค์ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าเหล่านั้นมากขึ้น กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อเหล่านี้มักมีการออกแบบให้สอดคล้องกับตัวอักษรโดดที่มีความสำคัญมากที่สุดบนบรรจุภัณฑ์ แต่จะกำหนดขนาดของคำโฆษณาชวนเชื่อให้เล็กกว่า และจัดวางตำแหน่งที่โดดเด่นน้อยกว่ากลุ่มคำโดด

3. กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า

กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า (Words or Phases) คือ ตัวอักษรขนาดเล็กที่บรรยายถึงรายละเอียดสรรพคุณต่าง ๆ ของสินค้า มักแสดงปริมาณบรรจุ ราคา วันหมดอายุ ที่ด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ ส่วนด้านหลังอาจใช้สำหรับบรรยายส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ วิธีใช้ ชื่อผู้ผลิต และข้อความอื่น ๆ

ปูน คงเจริญเกียรติ (2547) กล่าวถึง คำบรรยายที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์จะช่วยบอกถึงประเภทของตัวสินค้าและรายละเอียดต่าง ๆ ในบางกรณีอาจสื่อด้วยรูปภาพแทนคำบรรยาย ถ้าพิจารณาจากเวลาที่กลุ่มเป้าหมายมองผ่านบรรจุภัณฑ์เพียงแค่เสี้ยวของวินาที ในขณะที่พื้นผิวบนบรรจุภัณฑ์มีอย่างจำกัดที่จะใส่รายละเอียดต่าง ๆ ได้หมดตามต้องการ ดังนั้น รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ จำต้องกะทัดรัด ตรงเป้าหมาย และอ่านเข้าใจง่าย หลักเกณฑ์กว้าง ๆ ในการใส่คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย

1. อ่านง่าย (Simple) เรียงลำดับความสำคัญของรายละเอียดที่ต้องการเพื่อสื่อสารความสนใจจากสายตาที่กวาดผ่านบนหิ้งให้มีประสิทธิภาพผลตะตามากที่สุดในช่วงเวลาอันสั้น
2. ความสำคัญ (Important) คำนี้ถึงอรรถประโยชน์อย่างแท้จริงจะได้รับจากการบริโภค และสามารถสื่อให้ทราบอย่างชัดเจนและรวดเร็ว
3. เรียงลำดับ (Prioritize) เรียงลำดับรายละเอียดที่สำคัญที่สุดที่ต้องการจะสื่อ ตามด้วยรายละเอียดที่มีความสำคัญรองลงมา และที่มีความสำคัญน้อยที่สุด
4. กระชับ (Short) การใช้จำนวนค่าน้อยจะยังมีประโยชน์ แต่ต้องสามารถจับประเด็นที่ต้องการจะสามารถสื่อให้ได้ (Targeted Information)

ประเภทของตัวอักษร

สันติ คุณประเสริฐ (2542) ได้แบ่งประเภทของตัวอักษรไว้ 6 ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกัน ได้แก่

1. โอลด์สไตล์ (Old Style) เป็นตัวอักษรที่ยึดรูปแบบมาจากยุคโรมัน มีลักษณะเด่นคือเส้นแกน

มีความเฉียง ความแตกต่างระหว่างเส้นหนาและบางสุดอยู่ในระดับปานกลาง นำหนักโดยรวมมีน้ำหนักปานกลาง ยอดบนสุดของตัวอักษรนำ (Capital) มีระยะต่ำกว่ายอดบนสุดของตัวอักษรตาม (Lowercase) ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Caslon

2. ทรานซิชั่นนัล (Transitional) เป็นตัวอักษรที่พัฒนามาจากตัวอักษรแบบโอลด์สไตล์มีลักษณะ

เด่น คือ ลายเส้นที่มีความต่อเนื่อง มีความกว้างมากกว่าแบบโอลด์สไตล์ เส้นแกนเกือบตั้งฉากหรือตั้งฉาก ความแตกต่างระหว่างเส้นหนาและบางสุดมากขึ้น ปลายยอดสุดของตัวอักษรตามเฉียงน้อยลง เชิงหรือเซریفตัวอักษรมีความเหลี่ยม ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Roman du Roi, Baskerville, Century Schoolbook

3. โมเดิร์น (Modern) เป็นตัวอักษรที่เกิดขึ้นจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการพิมพ์ จึง

เกิดแบบตัวอักษรที่ต้องการความทันสมัย มีลักษณะเด่นคือตัวอักษรมีความแคบ เส้นแกนตรงความแตกต่างระหว่างเส้นหนาและบางสุดอยู่ในระดับมากที่สุด เชิงตัวอักษรที่มีความบางมาก ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Didot, Bodini

4. สแลบ เซอริฟ (Slab Serif) พัฒนามาจากตัวอักษรประเภทแฟตเฟส (Fat Face) ซึ่งนิยมใช้ในการพาดหัวมีลักษณะเด่น คือ ตัวอักษรมีความกว้าง ความแตกต่างระหว่างเส้นหนาและบางสุดอยู่ในระดับน้อยหรือไม่มี ตัวอักษรตามมีขนาดใหญ่ เชิงตัวอักษรมีความหนามาก มองเห็นได้ชัดแม้จะถูกพิมพ์บนพื้นผิวที่หยาบ ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Clarendon

5. แซน เซอริฟ (San Serif) ถูกเรียกในอีกหลายชื่ออย่างตัวโกธิค (Gothic) หรือโกรเทสค์ (Grotesques) มีลักษณะเด่นคือ ไม่มีเชิง มีความโปร่งและสบายตา ความแตกต่างระหว่างเส้นหนาและบางอยู่ในระดับน้อยหรือไม่มี ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Helvetica

6. ดิสเพลย์ (Display) เป็นตัวอักษรที่ออกแบบมาเพื่อใช้พาดหัวหรือเฉพาะข้อความสั้น ๆ มักมี

ลักษณะที่พิเศษหรือแปลกจากทั่วไป สามารถแบ่งย่อยประเภทได้อีก 2 ประเภทคือ

6.1 สคริปต์หรือคัลลิกราฟี (Script/Calligraphy) เป็นตัวพิมพ์ที่เลียนแบบมาจากการคัดลายมือ ซึ่งมีหลายประเภทเช่น

6.1.1 แบล็ค เลทเทอร์หรือโอลด์อิงลิช (Blackletter/Old English) ตัวอักษรประเภทนี้เช่น Cloister, Goudy

6.1.2 ราวด์ แอนด์ หรือเรียกว่าคอปเปอร์เพลต (Roundhand /Copperplate)

ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Snell Roundhand

6.1.3 คัลลิกราฟี (Calligraphy) ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Klang

6.1.4 บรัชสคริปต์ (Brush Script) ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Mistral

6.2 เดโคเรทีฟหรือออร์นาเมนทอล (Decorative/Ornamental) เป็นตัวอักษรที่มี ลวดลายตกแต่ง ประณีต ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น Sapphire

การแบ่งประเภทตัวอักษรไทยออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ มีหัวและไม่มีหัว 10 ประเภท ย่อย ได้แก่ (คัตสรร ตีมาก และกะทัดรัด อ้างถึงในสรล ตั้งตรงสิทธิ์, 2562)

1. เทอติชั่นนัลหรือมีหัว (Traditional/Loop Terminal) แบ่งออกเป็น 7 ประเภทได้แก่

1.1 แฮนด์ ไรต์ติ้ง (Hand Writing) เป็นตัวอักษรที่ลอกเลียนแบบจากลายมือเขียนที่ จรดปากกาและตัววัดตามแบบการเขียนด้วยหมึก ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น อาร์กซ์ ซึ่งนับเป็นตัวพิมพ์ แรกของไทย ใช้ครั้งแรกในราชกิจจานุเบกษา ออกแบบโดยแดน บีช บรัดเลย์(Dan Beach Bradley)

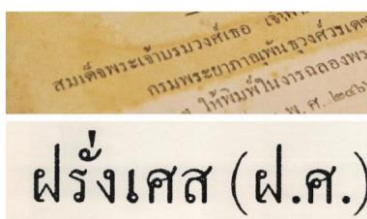


๐หนึ่งลือจกหมาบเหตุา

ภาพที่ 43 แฮนด์ ไรต์ติ้ง

ที่มา: <https://www.museumthailand.com/th/332/webboard/topic>

1.2 โอลด์สไตล์ (Old Style) เป็นตัวอักษรที่มีหัวมีน้ำหนกหนาบางตามแบบตัวโอลด์ สไตล์ในตัวอักษรละติน ปลายสุดของตัวอักษรมีการตัดเฉียง ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น ฝรั่งเศสซึ่งถูก ออกแบบมาเพื่อใช้ในการเรียนของโรงพิมพ์อัสสัมชัญ ออกแบบโดยมิสชันนารีชาวฝรั่งเศสจึงเป็นที่มา ของชื่อฟอนต์ฝรั่งเศส



ภาพที่ 44 โอลด์สไตล์

ที่มา: <https://cadsondemak.com/author/panuwat/>

1.3 ู๊ด ไทป์หรือไชนีส สไตล์ (Wood Type/Chinese Style) เป็นตัวอักษรที่ ออกแบบขึ้นเพื่อใช้สำหรับพาดหัวและใช้เป็นป้ายหน้าร้านสำหรับประกอบกิจการของพ่อค้าชาวไทย

เชื้อสายจีน ทำให้ถูกออกแบบให้มีลักษณะของตัวพิมพ์ภาษาจีน กล่าวคือมีการจรดและสลับพู่กัน ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น โป้่งไม้



ภาพที่ 45 ู้ด ไทยป์

ที่มา: https://kanlayanee.ac.th/wbiprinting/WBI/wbi_10/lesson/product

1.4 ฮิวแมนนิสต์ (Humanist) มีลักษณะพิเศษคือเส้นที่มีความหนาเท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น ไทย มีเดียม 621 ซึ่งออกแบบโดย บริษัท โมโนไทป์

กขคกงจฉงษญลลลล Thai Medium 621, Browallia New

ภาพที่ 46 ฮิวแมนนิสต์

ที่มา: <https://cadsondemak.com/font-series-01>

1.5 จีโอเมตริก (Geometric) เป็นตัวอักษรที่ใช้การออกแบบโดยใช้รูปทรงเรขาคณิต เช่น หัวที่ใช้รูปทรงกลม ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น (C1)

กขคกงจฉงษญลลลล FAC Tonight, Cordia New

ภาพที่ 47 จีโอเมตริก

ที่มา: <https://cadsondemak.com/font-series-01>

1.6 จีโอเมตริก ฮิวแมนนิสต์ (Geometric Humanist) เป็นตัวอักษรที่ใช้แนวความคิดการออกแบบเช่นเดียวกับฟอนต์ Helvetica คือมีความเป็นกลาง และสามารถใส่ควบคู่กันกับตัวภาษาอังกฤษหรือตัวละติน ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น ขวนพิมพ์

ก ข คง จ ช บน ม ย ลอ

ChuanPin

ภาพที่ 48 จีโอเมตริก ฮิวแมนนิสต์

ที่มา: <https://cadsondemak.com/font-series-01>

1.7 นีโอ ฮิวแมนนิสต์ (Neo Geometric) เป็นแบบตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบ โดยใช้รูปทรงเรขาคณิตเช่นเดียวกับแบบจีโอเมตริก แต่ใช้วิธีการสร้างแบบโดยระบบโมดูลาร์ (Modular) โดยไม่คำนึงถึงการเดินเส้นตามแบบการเขียนภาษาไทย แต่ใช้วิธีการถอดประกอบ หัวมีขนาดใหญ่ เพื่อแก้ปัญหาหัวตันเมื่อเป็นตัวอักษรแบบนำหน้าหนา ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น ทองหล่อ



ภาพที่ 49 นีโอ ฮิวแมนนิสต์

ที่มา: <https://cadsondemak.com/foundry/thonglor>

2. โมเดิร์นหรือไม่มีหัว (Modern/Loopless) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

2.1 โมเดิร์น (Modern) เป็นตัวอักษรไม่มีหัวแบบแรกที่ถูกคิดค้นขึ้น เพื่อใช้ในห้างร้านที่ต้องการแสดงถึงความทันสมัย ตัวอักษรบางตัวเกิดจากการนำตัวอักษร Helvetica มาพลิกกลับด้านหรือกลับหัวเพื่อให้ดูเป็นตัวอักษรไทย ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น มานพตัก



ภาพที่ 50 โมเดิร์น

ที่มา: <https://cadsondemak.com/foundry/manop-mai>

2.2 อีอบสเคียว (Obscure) เป็นตัวอักษรที่เป็นตัวอักษรที่เก็บลักษณะของหัวเพียงเล็กน้อยในรูปของขีด เพื่อให้มีความเป็นอักษรไทยที่คุ้นเคยมากขึ้น รวมทั้งแก้ปัญหาที่ผู้อ่านไม่สามารถแยกแยะตัวอักษรบางตัวได้ ตัวอักษรประเภทนี้ เช่น LC Manop, PSL Display

เป็นมนุษย์สุดประเสริฐเลิศคุณค่า
กว่าบรรดาฝูงสัตว์เดรัจฉาน
จงฝ่าฟันพัฒนาวิชาการ
อย่าล้างผลาญญาเข่นฆ่าบิดาใคร
ไม้อ้อโกยโกรธแข่งชดฮึดฮัดตา
ทศกัณฐ์เหมือนกัฬ้าอัชฌาสูย
ปฏิบัติประพฤติกตัญญูกำหนดใจ
พุดจาไถ่จ๊ะ ๆ จำ ๆ นำฟังเออฯ

ภาพที่ 51 อีอบสเคียว

ที่มา: <https://www.thai-language.com/ref/typographical-style>

2.3 ครอสซโอเวอร์ (Crossover) เป็นตัวอักษรไม่มีหัวที่มีแนวคิดเดียวกันกับแบบโมเดิร์นแต่เป็นการเดินเส้นหรือคิดรูปทรงขึ้นใหม่ โดยไม่นำตัวละตินมาใช้แบบที่ตัวโมเดิร์นได้ทำ ตักรอักษรประเภทนี้ เช่น สุขุมวิท (ศิริิน กันค้อย และธนโชติ ทรัพย์เรืองงาม, 2558)

สุขุมวิทตัดใหม่
ขยายเส้นทาง กว้าง ไกลยาว สะดวกสบายกว่า
จูปาส **ทางหลวง**
๓๑๘ หลากหลายมิติ
โยงเครือข่ายความร่วมมือระดับนานาชาติ
CHULALONGKORN **เอเซียบูรพา**
สถาปัตยกรรมความสัมพันธ์
ผ่านถนนเส้นสำคัญของกรุงเทพมหานคร
สร้างอองเกอร์เพอร์นิวอร์

ภาพที่ 52 ครอสซโอเวอร์

ที่มา: <https://cadsondemak.com/foundry/sukhumvit-tadmai>

3) ภาพ

รูปภาพหรือรูปถ่ายบนบรรจุภัณฑ์สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้า และเกิดการตอบสนองเชิงอารมณ์ที่มีต่อตัวสินค้าได้ ดังนั้น รูปภาพหรือรูปวาดบนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทรงอำนาจ ดังต่อไปนี้ (นภาพรรณ คณานุรักษ์, 2547)

- 1) ช่วยบ่งชี้ถึงความแตกต่างของสินค้า
- 2) สื่อถึงหน้าที่ และขั้นตอนการใช้งาน
- 3) เพื่อดึงดูดความสนใจในด้านอารมณ์ เช่น ภาพธรรมชาติสวยงามบนกล่องของขวัญ
- 4) บ่งชี้ถึงประเภทของสินค้า หรือรูปลักษณ์ของสินค้าภายใน
- 5) แทนภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรม เช่น ความรวดเร็วด้วยภาพรถวิ่ง

โดยที่ Meyers และ Lubliner (1998) แบ่งภาพเป็น 2 ประเภท คือ ภาพถ่าย (Photo) และภาพประกอบ (Illustration) (นสสร ลีมิไชยวัฒน์, 2545)

1) ภาพถ่าย (Photo) เป็นภาพที่สามารถสื่อสารความและอารมณ์ได้จากภาพ การใช้ภาพถ่ายบนบรรจุภัณฑ์มักใช้กับสินค้าประเภทอาหาร และแฟชั่น เพราะสินค้าประเภทนี้ เมื่อเป็นภาพจริงจะดูน่ารับประทาน และสื่อความหมายความเข้าใจได้ง่าย

2) ภาพประกอบ (Illustration) เป็นภาพที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่ภาพถ่าย โดยภาพประกอบสามารถวาดแล้วให้เหมือนจริง หรือต่างไปจากเดิมเลยก็ได้ การใช้ภาพประกอบมีวิธีที่หลากหลาย ดังนั้นจึงทำให้เกิดการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบและอารมณ์ที่แตกต่างกันไปได้หลายแนวทาง

จากข้อมูลประสิทธิผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภคของนสสร ลีมิไชยวัฒน์ (2545) ได้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความดึงดูดใจ ความสนใจ ความชอบและความตั้งใจซื้อ ระหว่างบรรจุภัณฑ์ที่แสดงภาพวัตถุเหมือนจริง (ภาพถ่าย) กับบรรจุภัณฑ์ที่แสดงภาพวัตถุที่ไม่เหมือนจริง (ภาพประกอบ) ผลการทดลองพบว่า การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยใช้ภาพถ่ายหรือจะใช้ภาพถ่ายไม่เหมือนจริงล้วนให้ผลในการดึงดูดใจผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน

แต่เนื่องจากผู้วิจัยต้องการหาประเภทของภาพที่สามารถสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์ได้ จึงนำไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน จากการสัมภาษณ์พบว่า ข้อสรุปของภาพที่สามารถสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์ได้หลากหลาย คือ ภาพประกอบ (Illustration)

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2535) ได้แยกประเภทภาพประกอบ (Illustration) ออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

- 1) รูปภาพเสมือนจริง คือ ภาพที่ถ่ายทอดเนื้อหาออกมาโดยตรง เป็นภาพที่ดูแล้วเหมือนวัตถุจริงในธรรมชาติ มีการเน้นลักษณะรูปร่าง รูปทรง แสงและเงา ให้สีที่เหมือนจริงมากที่สุด
- 2) รูปภาพประดิษฐ์หรือภาพดัดแปลง คือ ภาพที่พยายามดัดแปลงมาจากภาพเหมือนจริง มีการเสริมแต่ง ดัดแปลง

3) ภาพนามธรรม หรือภาพง่าย ๆ คือ เป็นภาพที่ไม่ได้พรรณนาเรื่องราวตามความเป็นจริง เป็นภาพที่ถ่ายทอดออกมาเป็นเพียงสัญลักษณ์ตัวแทนอย่างใดอย่างหนึ่ง

และสามารถแยกภาพประกอบ (Illustration) โดยแบ่งจากเทคนิคการสร้างสรรคได้ดังนี้ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550)

1) ภาพวาดแบบดั้งเดิม (Traditional Illustration) คือ เป็นการวาดภาพโดยใช้ลักษณะสีต่าง ๆ เช่น สีน้ำ สีโปสเตอร์ สีฝุ่น

2) ภาพพิมพ์ (Printmaking Illustration) คือ เป็นการใช้เทคนิคการสร้างสรรคภาพด้วยเทคนิคทางการพิมพ์ เช่น ภาพพิมพ์ไม้ (Woodcut) ภาพพิมพ์โลหะ (Intaglio) ภาพพิมพ์หิน (Lithography) ภาพพิมพ์สกรีน (Screen)

3) ภาพวาดโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic Illustration) คือ เป็นการใช้เทคนิคการวาดภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ เช่น เวกเตอร์ กราฟิก เอดิเตอร์ (Vector Graphic Editor) บิตแมป กราฟิก เอดิเตอร์ (Bitmap Graphic Editor) และคอมพิวเตอร์กราฟิก 3 มิติ (3D Computer Graphics)

นอกจากนี้ Dupuis and Silva, 2008 อ้างถึงใน ปฐวี ศรีโสภา, 2553 ได้กล่าวถึงการสื่อสารอัตลักษณ์ลงบนสินค้าที่นิยมใช้วิธีสื่อสารผ่านภาพ ข้อความโฆษณา และสี ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อสารตัวตน จุดขายที่แตกต่างของสินค้า และการเน้นย้ำเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า ด้วยตราสินค้า การแสดงตราสินค้าย่อยหรือสิ่งพิเศษในสินค้า และการนำเสนอจุดขาย

4) ลวดลาย

ความหมาย

ลวดลาย หมายถึง แบบหรือรูปที่ถูกสร้างสรรค์ปรุงแต่งขึ้นด้วยส่วนประกอบ อันได้แก่ ตัวลาย ขนาดสัดส่วน ช่วงจังหวะ บริเวณว่าง ทิศทาง และตัวเสริมประกอบอื่น ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ประกอบตกแต่งโครงสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

ความหมายของการออกแบบลวดลาย

การออกแบบลวดลาย หมายถึง กระบวนการทางพฤติกรรม ตั้งแต่การวางแผน วิธีการเพื่อถ่ายทอดสร้างสรรค์ให้ได้รูปแบบขององค์ประกอบใหม่ ๆ ตามที่ต้องการ

องค์ประกอบของลวดลาย

ลวดลายแต่ละลายที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปแบบ แสดงเนื้อหาเรื่องราวต่าง ๆ นั้น เกิดจากการจัดส่วนประกอบส่วนย่อย ๆ เข้าด้วยกัน ให้สัมพันธ์เชื่อมโยงอย่างเหมาะสมกลมกลืน ซึ่งส่วนประกอบย่อยแต่ละส่วนนี้ คือ องค์ประกอบของลวดลาย

แต่ละองค์ประกอบจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน และสามารถกระตุ้นเร้าความรู้สึกจากการรับรู้ให้แตกต่างกันออกไปด้วย มีรายละเอียดดังนี้

1) ตัวลาย

ตัวลายนับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของลาย เมื่อนำมาจัดประกอบกันเป็นลวดลายแล้ว จะแสดงเนื้อหาหรือเรื่องราวของลายให้ปรากฏแตกต่างกันออกไป ตามรูปแบบที่ผู้สร้างขึ้น ตัวลายโดยพื้นฐานทั่วไปมักเกิดจากการนำเอาเส้นหรือรูปมาใช้เป็นตัวลาย หรือนำมาจัดประกอบให้เป็นรูปตัวลาย จากนั้น ก็เอาตัวลายที่ได้ไปเป็นต้นแบบเพื่อออกแบบจัดองค์ประกอบเป็นลวดลายต่อไป

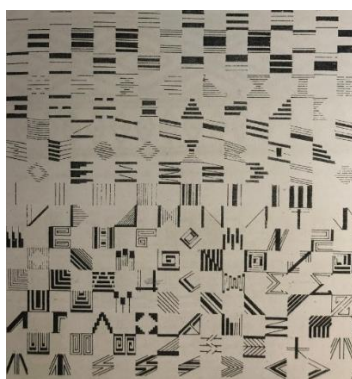


ภาพที่ 53 ตัวลายที่เกิดจากการนำเส้นมาสานประกอบกัน ให้รูปแบบต่างกันในแต่ละตัว

ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศิลรึกษา, น.26

2) ขนาดสัดส่วน

คือ คุณลักษณะที่เป็นเกณฑ์เปรียบเทียบ เพื่อบ่งบอกถึงสภาพส่วนประกอบอื่นๆ ในลายแต่ละลาย ว่ามีอัตราส่วนสัมพันธ์ต่อกันเป็นอย่างไร เช่น บ่งบอกถึงความหนา บาง สั้น ยาว หนัก เบา ของแม่ลายที่มีคุณลักษณะเป็นเส้น เมื่อสังเกตเทียบกันระหว่างตัวลายกับลาย หรือบ่งบอกถึงลักษณะเล็ก ใหญ่ เหมือน ต่างกัน ของแม่ลายที่มีคุณลักษณะเป็นรูปเมื่อเปรียบเทียบกัน และบ่งบอกถึงสภาพอัตราส่วนสัมพันธ์ ระหว่างตัวลายกับวงจรั้งหระ หรือตัวลายกับบริเวณพื้นว่างว่ามีความถี่ห่าง ว่าง แน่น ต่างกันหรือเหมือนกัน

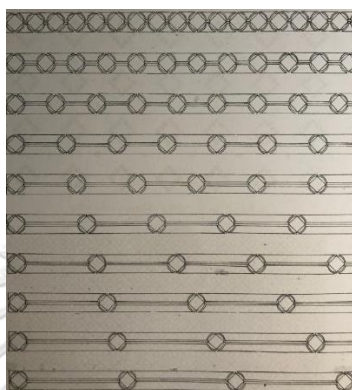


ภาพที่ 54 ขนาดสัดส่วนที่ต่างกันของแม่ลาย

ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศิลรึกษา, น.29

3) ช่วงจังหวะ

คือ ช่วงว่างระหว่างตัวลาย บางครั้งก็เรียกช่องไฟ ช่วงจังหวะเป็นองค์ประกอบส่วนที่กำหนดตอน หรือระยะห่างของตัวลายแต่ละตัว ที่จะนำมาจัดประกอบกันเป็นลวดลาย ให้ต่อเนื่อง สม่่าเสมอดูสวยงาม หรือเป็นส่วนที่กำหนดบังคับตัวลายให้จัดวางอยู่ในตำแหน่งที่แตกต่างกัน เช่น การทิ้งช่วงจังหวะลายในลักษณะถี่ คือ มีช่องไฟแคบ หรือการทิ้งช่วงจังหวะตัวลายในลักษณะห่าง คือ มีช่องไฟระหว่างตัวลายกว้าง



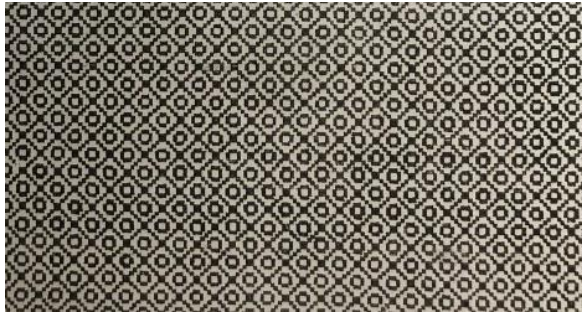
ภาพที่ 55 ภาพลวดลายที่แสดงเปรียบเทียบให้เห็นถึงการกำหนดบังคับให้มีช่วงจังหวะ
ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศีลรักษา, น.32

4) บริเวณว่าง

คือ ส่วนว่างที่เป็นพื้นภาพ ภาพ ๆ หนึ่งจะประกอบด้วยส่วนที่เป็นรูปกับส่วนที่เป็นพื้น ภาพลวดลายก็เช่นกันจะประกอบด้วยส่วนที่เป็นรูป คือ ตัวลาย และส่วนที่เป็นพื้น คือ บริเวณว่างหรือฉากหลังของภาพทั้งหมด บริเวณว่างต่างไปจากช่วงจังหวะ เพราะช่วงจังหวะหรือช่องไฟเป็นเพียงบริเวณว่างระหว่างตัวลายแต่ละตัว แต่บริเวณว่างจะหมายรวมตลอดครอบคลุมทั้งจังหวะและพื้นหลังหรือส่วนว่างอื่น ๆ ทั้งหมดในภาพ



ภาพที่ 56 บริเวณว่างมากให้ความรู้สึกโปร่ง สบายตา โลง ไม่อึดอัด
ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศีลรักษา, น.33



ภาพที่ 57 บริเวณว่างน้อยให้ความรู้แน่น ทึบ อึดอัด ระบายตา

ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศีลรักษา, น.33

5) ทิศทาง

คือ คุณลักษณะที่บ่งชี้ถึงแนวโน้มการเคลื่อนไหวของตัวลาย และส่วนประกอบอื่น ๆ ว่าจะไปในทางใด และปรากฏเป็นรูปลักษณะเช่นไร เช่น ทิศทางเป็นแถวแนวนอน ทิศทางเป็นแถวแนวตั้ง โค้ง และวงกลม ดังนี้ เป็นต้น เหล่านี้เป็นการเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน

ส่วนการเคลื่อนไหวในรูปลักษณะหลายทิศทาง เช่น รูปลักษณะแฉก รูปลักษณะรัศมี รูปลักษณะไขว้ประสานหรือตัดกัน ดังนี้ เป็นต้น ส่วนการเคลื่อนไหวในรูปลักษณะทุกทิศทางได้แก่ การแผ่เป็นแผ่นผืน

ขณะที่ทิศทางเป็นส่วนประกอบ ที่ถูกนำมาเพื่อกำหนดแนวโน้มการจัดวางตัวลาย ให้ได้ลวดลายที่มีลักษณะรูปแบบที่หลากหลายนั้น ทิศทางก็สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องตรวจสอบ หลังการปฏิบัติจัดวางตัวลายไปแล้วว่า เป็นแถวเป็นแนว เหลื่อมล้ำ ต่ำสูงกว่ากันหรือไม่



ภาพที่ 58 การเคลื่อนไหวของตัวลายไปในทิศทางเดียว

ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศีลรักษา, น.34

6) ตัวเสริมประกอบลาย

คือ ส่วนประกอบอื่นนอกจากที่กล่าวมาแล้ว เช่น พื้นผิว จุด สี แสงเงา และอื่น ๆ ที่นำมาจัดประกอบเสริมให้เข้ากับลายแล้ว สามารถสัมพันธ์เชื่อมโยงเข้ากับส่วนประกอบพื้นฐานอื่นๆ ได้อย่างเหมาะสมกลมกลืน และก่อให้เกิดคุณค่าหรือเพิ่มความสมบูรณ์ให้ปรากฏในลวดลายนั้นๆ มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 59 การเสริมประกอบลายด้วยน้ำหนักเข้ม
ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศีลรักษา, น.36

หลักการจัดองค์ประกอบลาย

การเรียนรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะขององค์ประกอบแต่ละส่วน ทำให้ผู้ออกแบบสามารถเลือกส่วนประกอบเหล่านั้น มากำหนดจัดเพื่อกระตุ้นเร้าความรู้สึกจากการรับรู้ โดยเน้นคุณลักษณะเฉพาะเหล่านั้นให้ปรากฏเห็นรูปแบบลวดลาย แต่การนำเอาองค์ประกอบลักษณะต่างๆ มาจัดประกอบรวมเข้าด้วยกันนั้น ใช่ว่าจะประกอบได้อย่างเสรีโดยไม่คำนึงถึงกฎเกณฑ์ใดๆ ทั้งนี้เพราะการจัดส่วนประกอบที่หลากหลาย เหล่านั้น เป็นการสร้างดุลยภาพและเอกภาพให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกัน เพื่อรวมตัวกันได้อย่างมีระเบียบและสวยงาม ซึ่งหลักในการจัดองค์ประกอบลวดลายมีดังนี้

- 1) เอกภาพ
- 2) ความสมดุล
- 3) จุดสนใจ

เนื้อหาเรื่องราว

การออกแบบลวดลาย เมื่อทราบถึงลักษณะของลายที่ต้องการจะสร้างสรรค์ลงในพื้นที่บังคับแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงในขั้นต่อมาคือการกำหนดเนื้อหาเรื่องราวของลาย ในทางการปฏิบัติเมื่อแบ่งพื้นที่โครงสร้างเพื่อกำหนดลักษณะประเภทของลาย ก็จะต้องกำหนดเนื้อหาเรื่องราวเพื่อสื่อแสดงสิ่งที่ต้องการบอกเล่าหรืออ้างถึง ให้ปรากฏด้วยรูปแบบหรือสัญลักษณ์

ในส่วนของการกำหนดเนื้อหาหรือเรื่องราวของลายนี้ มีสิ่งที่ควรทำความเข้าใจ 2 ประเด็นคือ

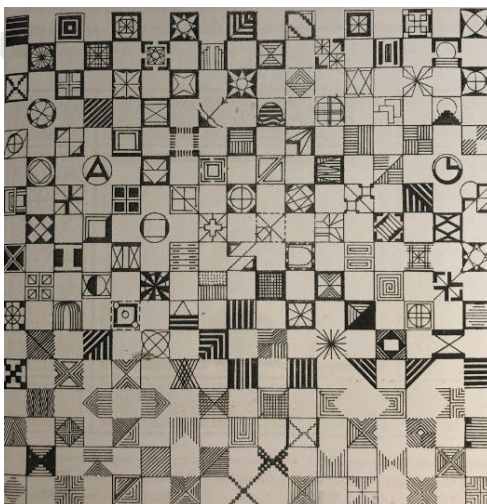
- 1) เนื้อหาของลาย
- 2) เรื่องราวของลาย



ภาพที่ 60 ลวดลายที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อแสดงเนื้อหา
ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศีลรักษา, น.156

- 1) เนื้อหาของลาย

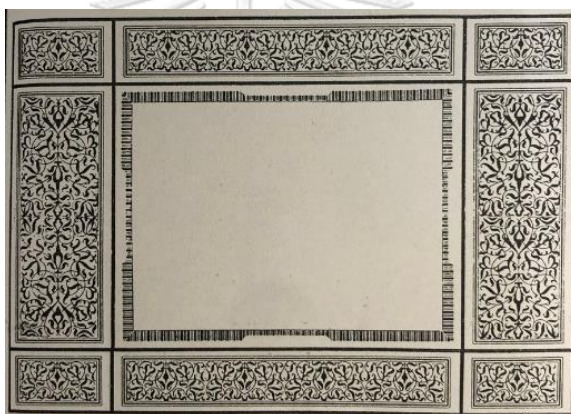
คือ สาระใจความสำคัญของลายที่ถูกสร้างขึ้น โดยมุ่งเน้นให้เกิดคุณค่าจากรูปแบบที่จัดประกอบเข้าด้วยกัน ให้เกิดความสวยงาม แปลกตา น่าทึ่ง มากกว่าการสื่อความหมายถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยเฉพาะ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การกำหนดเนื้อหาของลาย เป็นการกำหนดสร้างรูปแบบลวดลายที่ไม่มีเรื่องราว (nonobjective element) ในตัวลายหรือลวดลายที่แสดงให้เห็นปรากฏ จะไม่ถูกใช้เป็นสื่อแทน อ้างถึงหรือเกี่ยวข้องกับสิ่งใด ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ วัตถุ สิ่งของ เหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ทางธรรมชาติใด ๆ ทั้งสิ้น



ภาพที่ 61 การกำหนดสร้างรูปแบบลวดลายที่ไม่แสดงเรื่องราว
ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศีลรักษา, น.157

เป็นการนำลวดลายที่ออกแบบไปสร้างสรรค์ด้วยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันไป ทั้งในลักษณะที่ลวดลายเป็นส่วนประกอบของโครงสร้าง และเป็นส่วนตกแต่งประดับโครงสร้างซึ่งรูปแบบลวดลายที่ปรากฏทั้งหมดนั้นเป็นการแสดงเนื้อหา อันเกิดจากตัวลายจัดประกอบรวมกันเข้าเป็นลวดลาย โดยไม่แสดงถึงเรื่องราวใดๆ

คุณค่าของลวดลาย จึงเป็นคุณค่าทางด้านความสวยงาม ความแปลกตา และน่าทึ่งมากกว่า จะพรรณนาให้เห็นเป็นเรื่องราว ทำให้การรับรู้ลวดลายลักษณะนี้ ความรู้สึกจะสิ้นสุดที่เนื้อหาของลาย ลวดลายจะเป็นตัวกระตุ้นเร้าให้เกิดการประเมินค่า ซึ่งต่างไปจากลวดลายที่แสดงเรื่องราว ที่ความรู้สึกจากการรับรู้จะอาศัยลวดลายเป็นสื่อหรือสัญลักษณ์ โยงไปสู่จินตนาการเกี่ยวกับเรื่องราวของสิ่งต่างๆ โดยไม่หยุดนิ่งที่รูปแบบลวดลาย คุณค่าก็จะปรากฏนอกเหนือไปจากรูปแบบที่แสดงถ่ายทอด เป็นคุณค่าของเรื่องราวที่แฝงเร้นอยู่ในรูปแบบหรือตัวลาย



ภาพที่ 62 เนื้อหาของลายจะหยุดความรู้สึกจากการรับรู้ที่รูปแบบของลวดลาย
ที่มา: การออกแบบลวดลาย, ประเสริฐ ศิลรักษา, น.163

2) เรื่องราวของลาย

คือ ลวดลายที่ถูกกำหนดสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่อ สัญลักษณ์ แสดงหรือพรรณนาถึงบุคคล เหตุการณ์ ปรากฏการณ์ สถานที่ ความเชื่อ ฯลฯ รูปแบบลวดลายมีเนื้อหาเรื่องราว (subject matter) เป็นข้อมูลให้ผู้พบเห็น สร้างจินตนาการตามเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมาย

3) เนื้อหาเรื่องราว

ลวดลายบางลักษณะจะมุ่งแสดงเฉพาะเนื้อหาของลาย หรือมุ่งถ่ายทอดเฉพาะเรื่องราวของลาย แต่ก็มีลวดลายอีกจำนวนมากที่ผสมผสานทั้งส่วนที่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวประกอบรวมเข้าด้วยกัน ซึ่งการจัดประกอบอาจจัดแยกตำแหน่งการจัดวาง แม้อยู่ในพื้นที่โดยรวมเดียวกัน แต่ตัวลายจะไม่ปะปนกัน หรืออาจจัดประกอบให้กลมกลืนเป็นเนื้อหาเรื่องราวเดียวกับในภาพ

การสร้างลวดลายด้วยการซ้ำ (Repetition)

การออกแบบลวดลายด้วยการซ้ำนั้น เป็นวิธีการที่ดีและมีการนำไปใช้อย่างแพร่หลาย

ความหมาย

การทำซ้ำ คือ การนำองค์ประกอบบางอย่างมาใช้ซ้ำในหลาย ๆ ส่วนของงานออกแบบ เพื่อที่จะสร้างความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันในส่วนย่อยต่าง ๆ ส่วนองค์ประกอบที่สามารถนำมาใช้ซ้ำนั้น เป็นไปได้แทบทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นสี รูปร่าง พื้นผิว ทิศทาง หรือการหักมุม (ยศไกร ไทรทอง, 2557, น.121)

นอกจากนี้ การทำซ้ำยังเป็นวิธีการหนึ่งในการสร้างความเป็นเอกภาพให้กับงานออกแบบ ซึ่งเป็นวิธีการที่ดีและมีการนำไปใช้อย่างแพร่หลาย ยกตัวอย่างเช่น การทำให้เกิดเอกภาพ ด้วยการจัดวางองค์ประกอบที่มีพื้นฐานมาจากรูปร่างรูปแบบเดียว ซึ่งใช้ซ้ำในหลายขนาด และหลายตำแหน่งในการจัดวาง ผลที่ได้คือ การจัดองค์ประกอบที่มีเอกภาพ ซึ่งเป็นการจัดองค์ประกอบที่ไม่สามารถคาดเดาได้ ซึ่งต่างจากลวดลาย (Pattern) เพราะก่อให้เกิดเอกภาพกับงาน

ความหลากหลายของการซ้ำ (Variations in Repetition)

การซ้ำขององค์ประกอบต่าง ๆ จะทำให้เกิดความรู้สึกจำเจและหยุดนิ่ง (Monotone) แต่การซ้ำขององค์ประกอบเดียวกันก็并不会ทำให้เกิดความรู้สึก เป็นระเบียบ (Order) และความกลมกลืน (Harmony) อย่างที่ต้องการ ดังนั้น ถ้าองค์ประกอบที่เห็นได้ (Visual Elements) ส่วนใหญ่เป็นการซ้ำ จะต้องพิจารณาถึงการซ้ำประเภททิศทาง (Direction) และที่ว่าง (Space) ร่วมด้วย การซ้ำขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่มองเห็น และองค์ประกอบที่สัมพันธ์ ดังนี้ (ธัญพลอย นุตเกษม, 2563, น.89)

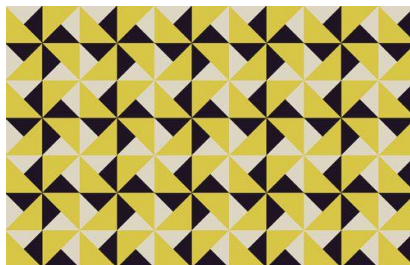
1. การซ้ำด้วยรูปร่าง (Repetition of shape) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการซ้ำ รูปร่างที่ซ้ำนั้น อาจแตกต่างกัน ขนาด สี เป็นต้น



ภาพที่ 63 การซ้ำด้วยรูปร่าง

ที่มา: <https://learn.canvas.net/courses/24/pages/m4-repetition>

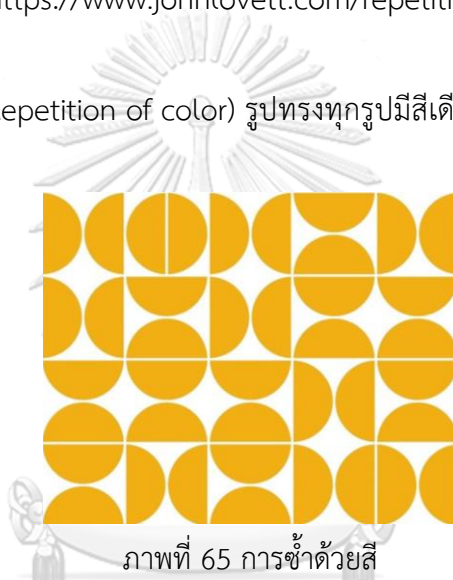
2. การซ้ำด้วยขนาด (Repetition of size) มีผลต่อเมื่อมีการซ้ำด้วยรูปร่างหรือมีรูปร่างคล้ายกัน



ภาพที่ 64 การซ้ำด้วยขนาด

ที่มา: <https://www.johnlovet.com/repetition-of-size>

3. การซ้ำด้วยสี (Repetition of color) รูปทรงทุกรูปมีสีเดียวกัน แต่อาจแตกต่างที่รูปร่างและขนาด



ภาพที่ 65 การซ้ำด้วยสี

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/722616702685157112/>

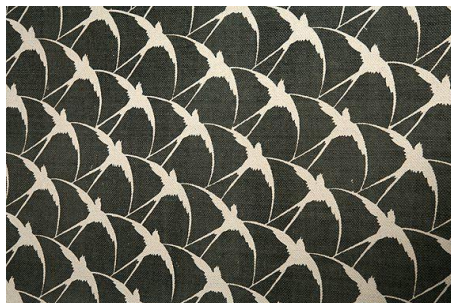
4. การซ้ำด้วยผิวสัมผัส (Repetition of texture) รูปทรงทุกรูปมีผิวสัมผัสเดียวกัน แต่อาจจะแตกต่างที่รูปร่าง ขนาดและสี ในการพิมพ์รูปทรงที่พิมพ์ด้วยหมึกสีเดียวกันบนพื้นสีขาวเดียวกันนั้นถือเป็นผิวสัมผัสเดียวกัน



ภาพที่ 66 การซ้ำด้วยผิวสัมผัส

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/40884309099995504/>

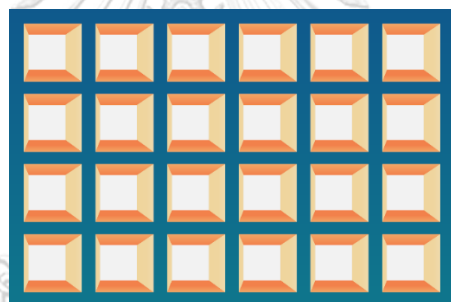
5. การซ้ำด้วยทิศทาง (Repetition of direction) เกิดขึ้นต่อเมื่อรูปทรงแต่ละรูปแสดงให้เห็นถึงทิศทางอย่างชัดเจน



ภาพที่ 67 การซ้ำด้วยทิศทาง

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/39195459248991657/>

6. การซ้ำด้วยตำแหน่ง (Repetition of position) จะต้องมีการจัดวางรูปทรงให้สัมพันธ์กับโครงสร้าง



ภาพที่ 68 การซ้ำด้วยตำแหน่ง

ที่มา: <https://www.graphicszoo.com/article/basic-principles-of-repetition>

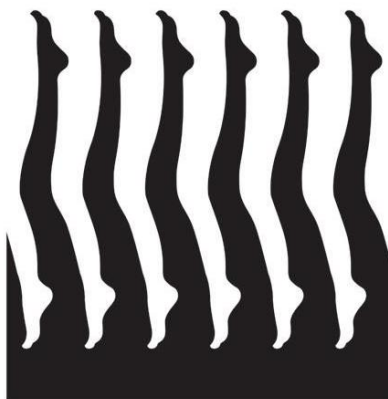
7. การซ้ำด้วยที่ว่าง (Repetition of space) รูปทรงทุกรูปสามารถใช้พื้นที่ว่างในลักษณะเดียวกัน เกิดเป็นรูปทรงบนพื้นภาพ (Positive form) ทั้งหมด หรือเป็นพื้นภาพที่กลับเป็นรูปทรง (Negative form) ทั้งหมด หรือมีความสัมพันธ์กับพื้นภาพ (Picture Plane) ในลักษณะเดียวกัน



ภาพที่ 69 การซ้ำด้วยพื้นที่ว่าง

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/631137335309560958/>

8. การซ้ำด้วยแรงดึงดูด (Repetition of gravity) เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะเป็นนามธรรมมาก จึงแสดงการซ้ำได้ยาก เช่น การซ้ำของรูปทรงที่ดูหนักหรือเบา มั่นคงหรือไม่มั่นคง เว้นแต่จะทำให้องค์ประกอบอื่น ๆ มีการซ้ำคงที่จึงพอทำให้รู้สึกได้



ภาพที่ 70 การซ้ำด้วยแรงดึงดูด

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/374784000214067957/>

3.3 แนวคิดเชิงกลยุทธ์ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์

Kimchuk and Krasovec. 2006: 194-195 อ้างถึงใน ปฐวี ศรีโสภกา. 2553: 47 ได้เสนอแนวคิดเชิงกลยุทธ์ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ว่า มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน แนวคิดหลักในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์มักได้มาจากการหากกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้า กลยุทธ์ด้านสไตล์ (Style)

ความหมายของสไตล์ **จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

เบอร์นาร์ด ชมิตต์ และอเล็กซ์ ซิมมอนสัน (Schmitt and Simonson 1997: 84-105 อ้างถึงในยศไกร ไทรทอง, 2557: 59) กล่าวโดยสรุปถึงสไตล์และองค์ประกอบไว้ว่า สไตล์ (Style) หมายถึงวิธีการแสดงออกที่โดดเด่นในด้านคุณภาพหรือรูปแบบ จากที่นักประวัติศาสตร์ศิลปะชื่อ เมเยอร์ ซาปิโร (Meyer Shapiro) ได้ให้คำนิยามของสไตล์ว่าเป็น ‘รูปแบบที่คงที่ บางครั้งหมายถึงองค์ประกอบที่คงที่และการแสดงออกที่คงที่ในงานศิลปะของบุคคลหรือของกลุ่ม’

หน้าที่ของสไตล์ (Function of Style)

สไตล์ส่งเสริมสิ่งสำคัญหลายอย่างให้กับองค์กร สไตล์ทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์สินค้า สไตล์ทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางปัญญาและอารมณ์ สไตล์สร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ สไตล์ช่วยผู้บริโภคให้สามารถแยกแยะประเภทของสินค้าและบริการเมื่อมีส่วนเกี่ยวข้องกัน สไตล์ช่วยแบ่งประเภทย่อยของสินค้าลงไปอีกจากภายในสินค้าประเภทเดียวกัน สไตล์ช่วยปรับแต่งส่วนผสมทางการตลาดข้ามไปถึงตลาดเป้าหมาย สำหรับสังคมแล้ว สไตล์สร้างความงามให้กับสิ่งที่อยู่

ล้อมรอบตัวเรา กำหนดขอบเขตของความพอใจ การผ่อนคลายความเครียดและช่วยในการขัดเกลาทางสังคม หน้าที่สำคัญด้านหนึ่งของการจัดการเอกลักษณ์ผ่านสุนทรียศาสตร์ คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและแบรนด์สินค้าด้วยรูปแบบของสไตล์บางอย่าง

องค์ประกอบของสไตล์ (Elements of Style)

สไตล์ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน (Primary Elements) และสามารถนำองค์ประกอบพื้นฐานมาวิเคราะห์ได้ สี รูปร่าง เส้น และลวดลาย (Pattern) ต่างก็เป็นองค์ประกอบสำคัญของสไตล์ที่มองเห็นได้ (Visual Style) ส่วนความกังวานของเสียง (Volume) ระดับเสียง (Pitch) จังหวะ (Meter) เป็นองค์ประกอบบางส่วนของสไตล์ด้านการได้ยิน ซึ่งการซื้อและการบริโภคเป็นประสบการณ์ด้านประสาทสัมผัสในหลากหลายด้าน ยกตัวอย่างในพื้นที่ขายสินค้า องค์ประกอบพื้นฐานต้องถูกนำมาจัดการ เช่น ในด้านเสียงและกลิ่น เพลงและเสียงต่าง ๆ ที่เปิดเบา ๆ ในร้าน กลิ่นหอม ๆ และรสชาติ วัสดุและผิวสัมผัส สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวล้วนมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ไม่ว่าจะเดินเข้ามาในห้างสรรพสินค้า ร้านขายของชำหรือร้านขายเสื้อผ้า สุนทรียศาสตร์การตลาดส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางการมองเห็น (Visual Elements) และสไตล์

องค์ประกอบพื้นฐานที่ตอบสนองกับพื้นฐานด้านประสาทสัมผัส ได้แก่ การมองเห็น (Sight) เสียง (Sound) สัมผัส (Touch) รสชาติ (Taste) และกลิ่น (Smell) จากนั้น จะพูดถึงการมารวมกันขององค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อสร้างสไตล์ที่ครอบคลุมประสาทสัมผัสทั้งหมด เช่น องค์ประกอบสุนทรียศาสตร์ของพื้นผิวที่เอื้อต่อสไตล์ของสิ่งที่มองเห็น ซึ่งแม้ว่ามันจะดูเกี่ยวข้องโดยตรงกับประสาทสัมผัสมากกว่าก็ตาม

กลยุทธ์ด้านสไตล์ (Style) ที่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ (Kimchuk and Krasovec, 2006: 194-195)

- | | |
|--|---------------------------------|
| 1. แบบใช้ภาพประกอบ (Illustration) | 2. แบบใช้ตัวอักษร (Typographic) |
| 3. แบบใช้ภาพถ่าย (Photographic) | 4. แบบหรูหรา (Luxury) |
| 5. แบบเรียบง่าย (Minimal) | 6. แบบเป็นทางการ (Authentic) |
| 7. แบบตามธรรมเนียมดั้งเดิม (Traditional) | 8. แบบคลาสสิก (Classic) |
| 9. แบบย้อนยุค (Retro) | 10. แบบร่วมสมัย (Contemporary) |
| 11. แบบสมัยนิยม (Trendy) | |

ส่วนที่ 4 สินค้าชุมชน

4.1 ความสำคัญและความหมาย

ความสำคัญ

ภาครัฐมีแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐภายใต้โมเดล “ประเทศไทย 4.0” และ “ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี” ที่มุ่งเน้นการพัฒนาโดยตั้งอยู่บนฐานของ

วัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม และเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่น ให้สามารถพึ่งตนเองและจัดการตนเอง ผ่านแนวทางหนึ่ง คือ การยกระดับสินค้าและบริการของชุมชนให้มีศักยภาพ โดยสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างโอกาสในการเข้าถึงช่องทางการตลาด ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศในระยะยาว (ศุภชัยวิจิตรธรรม, 2563)

สินค้าชุมชน เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ และเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน รวมถึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างความเท่าเทียม ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นรากฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคง (ศศิชา หม่อมมลทิน, 2563)

ความหมาย

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่ไม่จับต้องได้ ซึ่งอยู่ในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการบริการตามลำดับ เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วยความหลากหลาย คุณภาพ การออกแบบ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ความสวยงาม ความคงทน และการบริการ โดยผู้ผลิตในแต่ละรายจะเป็นผู้กำหนดหรือออกแบบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในตัวเองนั้น ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของตนเองมีความได้เปรียบกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งรายอื่น ๆ (จิตพนธ์ ชุมเกต, 2560)

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชุมชน โดยอาจเป็นทั้งสิ่งที่ไม่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ นำเสนอแก่ผู้บริโภคภายนอกเพื่อให้เกิดการซื้อขายได้กลับมายังชุมชน และสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ หรือความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ชุมชน (จิตพนธ์ ชุมเกต, 2560)

กล่าวโดยสรุปคือ สินค้าชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การผลิตสินค้าที่ดำเนินการโดยชาวบ้านในชุมชนที่ไม่จำเป็นต้องเกิดจากการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อผลิตสินค้า โดยนำทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนมาผลิตหรือนำมาแปรรูป ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง

4.2 แนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน

สินค้าชุมชนได้รับการพัฒนาจากทรัพยากรภายในชุมชนเอง โดยผู้พัฒนาสินค้าชุมชนส่วนใหญ่จึงเป็นคนภายในชุมชนเอง ทำให้ที่ผ่านมาสินค้าชุมชนบางส่วนยังขาดการพัฒนาในด้านคุณภาพและการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของตลาด ส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวบางส่วนยังขาดความเชื่อมั่นในสินค้าชุมชน ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและมีการพัฒนาแนวทางการยกระดับสินค้าชุมชนทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชนหรือการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านบรรจุภัณฑ์ คุณภาพสินค้า การวางแผนการตลาด เป็นต้น เพื่อให้สินค้าชุมชนมีความเข้มแข็งทางธุรกิจเพิ่มขึ้นและเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีงานทำและสร้างรายได้เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) โครงการสนับสนุน

(1) อบรมและให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านการผลิต ด้านการตลาด
(2) ประชาสัมพันธ์ ให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงสินค้าชุมชนและรวมถึงประโยชน์ของ
สินค้าชุมชนต่าง ๆ

(3) เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าชุมชน เนื่องจากบางครั้งคนทั่วไปไม่สะดวกที่จะ
เดินทางไปซื้อสินค้าที่ชุมชนนั้น ๆ การสร้างตลาดหรือช่องทางออนไลน์มีส่วนช่วยในการเพิ่มการ
จำหน่ายสินค้าให้กับชุมชน อีกทั้งยังช่วยให้คนทั่วไปได้เห็นจุดเด่นและอัตลักษณ์ของสินค้าต่าง ๆ มาก
ขึ้น

2) การสร้างแบรนด์

(1) สร้างสัญลักษณ์ของมาตรฐานสินค้าชุมชน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็น
การเพิ่มมูลค่าของสินค้าชุมชนให้เป็นที่ยอมรับ
ตารางที่ 3 ตัวอย่างการยกระดับสินค้าชุมชนที่น่าสนใจ

โครงการ	แนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน		ผลการดำเนินงาน
	ประเภท	แนวทาง	
ออมสินยูวพัฒนารักษ์ถิ่น ดำเนินการโดย: ธนาคารออมสิน	โครงการสนับสนุน - อบรมและให้ความรู้ - ประชาสัมพันธ์ - เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้า	การให้นักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาที่ร่วมมือกับธนาคารออมสินลงพื้นที่ในชุมชนเพื่อร่วมพัฒนาสินค้าชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น เพิ่มช่องทางการจำหน่าย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบโลโก้สินค้า เป็นต้น	ในปี 2562 กลุ่มที่เข้าร่วม - รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 151.15% - เกิดการกระจายรายได้กว่า 2,800ครัวเรือน - ช่วยรักษาภูมิปัญญาผ่านสื่อองค์กรความรู้ งานวิจัย เพื่อเผยแพร่ให้คงอยู่สืบไป
OTOP สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดำเนินการโดย: กรมการพัฒนาชุมชน	การสร้างแบรนด์	- โครงการสร้างแบรนด์สินค้า OTOPI สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นการตีตราผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยการนำทรัพยากร ภูมิ	รายได้จากสินค้า OTOPI มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องซึ่งส่งผลให้เกิดการสร้างงาน และสร้างรายได้

โครงการ	แนวทางการยกระดับสินค้าชุมชน		ผลการดำเนินงาน
		<p>ปัญหาท้องถิ่นแต่ละตำบล</p> <p>- ลงทะเบียนสินค้าได้ที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/เขต ที่สถาประกอบการตั้งอยู่ และลักษณะของสินค้าต้องแสดงถึงภูมิปัญญาไทย และไม่ป็นสินค้าที่ก่ออันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม</p>	<p>ให้กับชุมชน</p> <p>- ปี 2559 มีรายได้จากการจำหน่าย 7,539.56 บาท</p> <p>- ปี 2560 มีรายได้จากการจำหน่าย 16,250.62 บาท</p> <p>- ปี 2561 มีรายได้จากการจำหน่าย 20,214.78 (หน่วย: ล้านบาท)</p>
<p>OTOPTODAY.COM</p> <p>ดำเนินการโดย:</p> <p>กรมการพัฒนาชุมชน</p>	<p>โครงการสนับสนุน</p> <p>- เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้า</p>	<p>- แหล่งรวบรวมสินค้า OTOP และเป็นช่องทางออนไลน์ในการสั่งซื้อสินค้า OTOP โดยครอบคลุมสินค้าทั้งสิ้น 5 หมวด ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ และของตกแต่ง ผ้าและเครื่องแต่งกาย สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร</p>	<p>ณ มีนาคม 2563</p> <p>- สินค้าเข้าร่วม 12,741 สินค้า</p> <p>- มีการเข้าชมสินค้ามากกว่า 1.7 ล้านครั้ง</p> <p>- มีรายการสั่งซื้อ 253,562 ครั้ง</p>

ที่มา: ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2563

กล่าวโดยสรุปคือ การยกระดับสินค้าชุมชนสามารถสร้างรายได้และโอกาสทางอาชีพเพิ่มขึ้นให้คนในชุมชน และยังสามารถส่งเสริมให้ชุมชนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น และอาจเป็นช่องทางการเข้าถึงโอกาสต่าง ๆ ได้ง่าย สามารถวางจำหน่ายได้หลากหลายช่องทาง เช่น Outlet ในจังหวัดต่าง ๆ รวมไปถึงเพิ่มจำนวนการกลับคืนถิ่นของคนในชุมชน ที่ออกไปทำงานข้างนอก เมื่อชุมชนมีการพัฒนาจนเป็นที่รู้จักและสามารถสร้างรายได้ ทำให้เกิดการกลับคืนถิ่นเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมและช่วยเหลือชุมชน

4.3 แนวคิดและหลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (วัลย์ลดา พรหมเวียง, 2561)

1. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น เช่น ใช้วัสดุที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน

2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การจัดทำกล่องบรรจุภัณฑ์หรือภาชนะหีบห่อที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ให้มีความสวยงามน่าสนใจมากขึ้น

3. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับปรุงพัฒนารูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์ให้เป็นรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับการใช้งานมีความสวยงามน่าใช้

4. การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับปรุงพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น ลักษณะสี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส ฯลฯ

5. การพัฒนาด้านภูมิปัญญา หมายถึง การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามีส่วนร่วมหรือมาใช้ในขั้นตอนกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีคุณค่าของท้องถิ่น เช่น ภูมิปัญญา การย้อมผ้าสีธรรมชาติ ฯลฯ

6. การพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การนำตำนานของผลิตภัณฑ์มาเล่าขานเป็นเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์

กล่าวโดยสรุปคือ การพัฒนาสินค้าชุมชนนั้นเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับ 2 แนวทาง ดังนี้ 1) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 2) การพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางสู่การพัฒนาสินค้าชุมชนที่ดี เพราะการพัฒนาใน 2 ลักษณะนี้ จะนำมาซึ่งคุณค่าผลิตภัณฑ์ (Value Creative) แล้วจึงนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) อันจะนำมาซึ่งประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาต่อยอดสินค้าชุมชน ให้เป็นที่แปลกใหม่โดนใจผู้บริโภค และเกิดการตัดสินใจซื้อได้ในที่สุด

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1) Laowu coffee เมล็ดกาแฟบ้านเลาจากแหล่งปลูกในอำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 71 Laowu coffee สินค้าเมล็ดกาแฟบ้านเลาเวอ

ที่มา: <https://www.eef.or.th/community-product/product-18/>

2) สมุนไพรสปาเท้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงเกษตร บ้านมหาสอน จังหวัดลพบุรี



ภาพที่ 72 สมุนไพรสปาเท้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงเกษตร บ้านมหาสอน

ที่มา: <https://www.eef.or.th/community-product/product-20/>

3) ข้าวเหนียวอินทรีย์แปรรูปไร้น้ำตาล หวานธรรมชาติจากข้าว จังหวัดสกลนคร



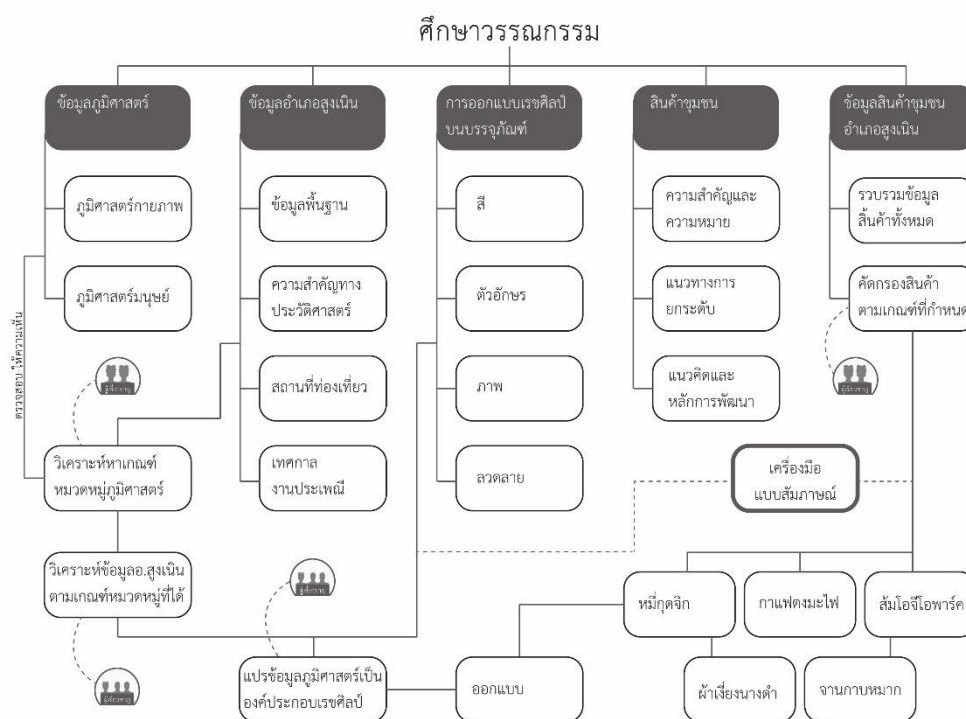
ภาพที่ 73 ข้าวเหนียวอินทรีย์แปรรูปไร้น้ำตาล หวานธรรมชาติจากข้าว จังหวัดสกลนคร

ที่มา: <https://www.eef.or.th/community-product/product-20/>

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูล ภูมิศาสตร์ กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อหาหลักเกณฑ์และแนวทางการนำข้อมูลภูมิศาสตร์ กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ แปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ 2. เพื่อหาข้อมูล ภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูงเนิน 3. เพื่อนำเสนอต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน เพื่อเป็นแนวทางต้นแบบการประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ โดยมีกระบวนการ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 74 แผนผังการดำเนินงานวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินงานวิจัย โดยมีกระบวนการ 17 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภูมิศาสตร์

1.1 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ ทั้งต่างประเทศและในประเทศ เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลและหาหลักเกณฑ์ในการระบุข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ

1.2 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูงเนิน

1.3 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตขององค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ไว้ดังนี้

1.3.1 สี

1.3.2 ตัวอักษร

1.3.3 ภาพ

1.3.4 ลวดลาย

1.4 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน

2. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปหลักเกณฑ์ข้อมูลภูมิศาสตร์ แล้วนำไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์ ทั้ง 2 มิติ เพื่อสอบถามและยืนยันความถูกต้องพร้อมรับความคิดเห็นเพิ่มเติม สำหรับนำไปปรับปรุงเพื่อสรุปหลักเกณฑ์ข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ

โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญ ให้ผู้เชี่ยวชาญต้องมีความรู้ความสามารถในศาสตร์ของภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ 10 ปีขึ้นไป

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ ได้แก่

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเนตร ทวีถาวรสวัสดิ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ ได้แก่

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จริยาภรณ์ ชูชีพ

ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

3 สรุปหลักเกณฑ์ของภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ เพื่อที่จะนำไปใช้ในการระบุข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ในขั้นตอนต่อไป

4. วิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน ตามหลักเกณฑ์ที่ได้จากขั้นตอนที่ 3

5. นำข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนินที่วิเคราะห์ได้ ไปนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกหาข้อมูลที่ไม่สามารถหาได้จากภาคเอกสาร และรับความคิดเห็นเพิ่มเติม

6. สัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview Script) ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน เพื่อหาข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน

โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญ มีรายละเอียด ดังนี้

เกณฑ์ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน

ก. ต้องเป็นนักวิชาการ ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านภูมิศาสตร์โดยตรง และมีประสบการณ์ในสายงาน ไม่น้อยกว่า 10 ปี

ข. ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานด้านภูมิศาสตร์ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ค. ต้องเป็นผู้ที่เคยทำงานวิจัยหรือทำงานลงพื้นที่ในเขตอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน จำนวน 1 ท่าน

6.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ ได้แก่

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อานิสงส์ จิตนารินทร์

อาชีพ: อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีธรณี มีประสบการณ์ในสายงาน 12 ปี

ที่ทำงาน: สาขาวิชาเทคโนโลยีธรณี สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

คุณสมบัติ: 1) เป็นนักวิชาการ ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ โดยจบการศึกษาในระดับปริญญาเอก สาขาวิศวกรรมภูมิศาสตร์ธรณีโดยตรง

2) เป็นนักวิชาการ ประจำฝ่ายวิชาการของสมาคมโคราชจีโอพาร์คและฟอสซิล

“Khorat Geopark & Fossil Association” โครงการอุทยานธรณีโคราช

เกณฑ์ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน

ก. เป็นชาวโคราชโดยแท้ เกิดและเติบโตในพื้นที่อำเภอสูงเนิน

ข. ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานร่วมกับชุมชน และชาวบ้านในอำเภอสูงเนิน

ค. ต้องเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับอัตลักษณ์ และข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์

ของอำเภอสูงเนินเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน จำนวน 2 ท่าน

6.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ ได้แก่

- คุณรักชาติ กิริวัฒน์ศักดิ์

อาชีพ: ประธานสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด, ประธานสภาวัฒนธรรม อำเภอสูงเนิน

ที่ทำงาน: องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) นครราชสีมา และสภาวัฒนธรรม จังหวัดนครราชสีมา

คุณสมบัติ: 1) เป็นชาวอำเภอสูงเนินโดยกำเนิด มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของอำเภอสูงเนินเป็นอย่างดี

2) เป็นผู้นำของชาวอำเภอสูงเนิน ในการจัดงานประจำอำเภอ ยกตัวอย่างเช่น เป็นประธานจัดงานสูงเนิน สถานีที่รักฯ ซึ่งเป็นงานของอำเภอสูงเนิน ในการจัดเพื่ออนุรักษ์สถานีรถไฟสูงเนิน ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ และอนุรักษ์ระลึกถึงประวัติศาสตร์รถไฟ กว่า 100 ปี

3) เป็นประธานการจัดงานส้มโอหวาน ของดีเมืองสูงเนิน เพื่อผลักดันสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน ให้เป็นสินค้าเกษตรที่ขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI (สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์)

4) เป็นผู้ใหญ่ที่ชาวอำเภอสูงเนินให้ความเคารพรัก เสมือนเป็นพ่อบ้านของชาวอำเภอสูงเนิน ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการวัฒนธรรม

- อาจารย์อัครเดช อินทรสถาพร

อาชีพ: รองผู้อำนวยการสถานศึกษา โรงเรียนอนุบาลอัญจรา อำเภอสูงเนิน

ที่ทำงาน: โรงเรียนอนุบาลอัญจรา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

คุณสมบัติ: 1) เป็นชาวอำเภอสูงเนินโดยกำเนิด มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของอำเภอสูงเนินเป็นอย่างดี

2) เป็นสมาชิกในหลากหลายชมรมของชาวอำเภอสูงเนิน เช่น ชมรม “สูงเนิน สถานีที่รักฯ” “สูงเนิน ผู้ปิดทองหลังพระ” และ “กุดจิก หมี่โคราช100ปี”

3) เป็นคณะกรรมการดำเนินงานการจัดงาน “ประเพณีกินเขาคั่ว” ซึ่งเป็นงานประเพณีประจำปีของอำเภอสูงเนิน และงาน “สูงเนิน สถานีที่รักฯ” ฝ่ายประชาสัมพันธ์และงานออกแบบ

4) เป็นหัวหน้านักเรียน ในฐานะเจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย ของอำเภอสูงเนิน ในโครงการเครือข่ายพิทักษ์วัตถุทางวัฒนธรรม ปี 2564

7. วิเคราะห์และสรุปองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตขององค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ไว้ดังนี้

7.1 สี

7.2 ตัวอักษร

7.3 ภาพ

7.4 ลวดลาย

8. นำข้อมูลภูมิศาสตร์ที่สรุปได้จากขั้นตอนที่ 6 กับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ไปสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ รอบที่ 1 เพื่อหาแนวทางการปรับเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์
9. สัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview Script) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน

โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญ มีรายละเอียด ดังนี้

เกณฑ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน

- ก. ต้องเป็นนักวิชาการและมีประสบการณ์การทำงานด้านออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยมีอายุการทำงานไม่น้อยกว่า 15 ปี
- ข. นอกจากงานในสายวิชาการแล้ว ต้องเป็นนักออกแบบเรขศิลป์ร่วมด้วย และต้องมีผลงานการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ไม่น้อยกว่า 30 ชิ้นผลงาน
- ค. ต้องเป็นอาจารย์ผู้สอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์ หรือการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ต้องสอนอยู่หรือเคยสอนในรายวิชาการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์หรือรายวิชาที่มีความเกี่ยวข้องกัน ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบแบรนด์ การออกแบบอัตลักษณ์ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น
- ง. เคยทำงานวิจัย หรือบทความวิจัย หรืองานสร้างสรรค์ หรืองานบริการวิชาการรับใช้สังคม ที่เกี่ยวกับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์หรือการออกแบบเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์/สินค้าชุมชน จากหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนอย่างใดอย่างหนึ่ง

ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

9.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ

อาชีพ: นักออกแบบและอาจารย์ประจำ มีประสบการณ์ในสายงาน 26 ปี

ที่ทำงาน: สาขาวิชากระบวนจินตภาพคอมพิวเตอร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

- อาจารย์ชลิตา รัชตะพงศ์ธร

อาชีพ: นักออกแบบกราฟิก และอาจารย์ประจำ มีประสบการณ์ในสายงาน: 16 ปี

ที่ทำงาน: สาขาวิชาออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

- อาจารย์ ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์

อาชีพ: นักออกแบบกราฟิก และอาจารย์ประจำ มีประสบการณ์ในสายงาน: 29 ปี

ที่ทำงาน: สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและอินโฟร์ (ครีเอทีฟกราฟิก) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

10. สร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ทั้ง 4 เรื่อง ได้แก่ สี ตัวอักษร ภาพ และลวดลาย พร้อมนำไปสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (รอบที่ 2) เพื่อหาคำตอบถึงแนวทางการออกแบบที่เหมาะสมบนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน

10.1 สี: การสร้างความกลมกลืนของสีที่เหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้สีสำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน

10.2 ตัวอักษร: ประเภทของตัวอักษรภาษาไทยและแบบละตินที่เหมาะสม ในการเลือกใช้ตามการแบ่งตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน ได้แก่ ตัวอักษรโดด กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ และกลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า

10.3 ภาพ: เทคนิคการสร้างสรรค์ภาพและประเภทของภาพประกอบที่เหมาะสม ในการเลือกใช้สำหรับงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน

10.4 ลวดลาย: การสร้างลวดลายด้วยหลักการทำซ้ำที่เหมาะสม ต่อการนำไปประยุกต์ใช้กับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน

11. วิเคราะห์สินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน เพื่อรวบรวมข้อมูลของสินค้าชุมชนและคัดกรองหาสินค้าชุมชนที่ยังคงดำเนินการและมีความโดดเด่น จากภาคเอกสาร

12. สร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview Script) เพื่อเก็บข้อมูลด้านสินค้าชุมชนและอัตลักษณ์ อำเภอสูงเนิน ที่ไม่สามารถหาคำตอบได้จากการศึกษาวรรณกรรม

13. ลงพื้นที่อำเภอสูงเนิน และสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview Script) ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน

โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญ มีรายละเอียด ดังนี้

เกณฑ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน

ก. เป็นเจ้าของ ผู้ประกอบการ สมาชิกในกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าชุมชน และ/หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งในกลุ่มของสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน

ข. ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานร่วมกับชุมชน หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอสูงเนิน มีความรู้เกี่ยวกับการสร้างสรรค์และผลิตสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน และต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องวัตถุดิบต่าง ๆ ที่นำมาผลิตสินค้าชุมชนเป็นอย่างดี

ค. มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน ตั้งแต่ประวัติความเป็นมาหรือภูมิหลัง รวมไปถึงกระบวนการขั้นตอนการผลิต และพื้นที่ชุมชนที่ผลิตสินค้าชุมชนนั้น ๆ เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน จำนวน 2 ท่าน

13.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน ได้แก่

- อาจารย์ณภัค คณารักษ์เดโช

อาชีพ: อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีประสบการณ์ในงาน 32 ปี

ที่ทำงาน: สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

คุณสมบัติ: 1) ผู้จัดการโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่: ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 6 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หน่วยงานร่วมมรภ.นครราชสีมา

2) หัวหน้าทีมที่ปรึกษา โครงการยกระดับผู้ประกอบการ OTOP พ.ศ. 2554 ที่มีศักยภาพก้าวไปสู่ SMEs และหัวหน้าโครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้า OTOP สูโคราชเมืองศิลปะและมรดกโลก

3) รองหัวหน้าโครงการยกระดับผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2558 แบบบูรณาการ OTOP PLUS ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- นางทิพวรรณ อินทรสถาพร

อาชีพ: รองผู้อำนวยการและข้าราชการบำนาญ มีประสบการณ์ในงาน 43 ปี

ที่ทำงาน: โรงเรียนอนุบาลอัครรา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

คุณสมบัติ: 1) เป็นชาวอำเภอสูงเนินโดยกำเนิด มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสินค้าชุมชน และวัฒนธรรมของชาวอำเภอสูงเนินเป็นอย่างดี

2) เป็นสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเจียงนางดำ ผ้าทอของอำเภอสูงเนิน

3) เป็นคณะกรรมการดำเนินงานประเพณี “กินเข้าค่า” และร่วมเป็นคณะกรรมการดำเนินงานการจัดงาน “สูงเนิน สถานที่รัก”

14. วิเคราะห์และสรุปข้อมูลสินค้าชุมชนอำเภอสูงเนิน

15. ดำเนินงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์

16. จัดแสดงและเผยแพร่ผลงาน

17. สรุปและอภิปรายผล

การตรวจสอบเครื่องมือ

ในการจัดทำแบบสัมภาษณ์ และข้อคำถามในการสัมภาษณ์ ก่อนที่จะนำไปสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ผู้วิจัยได้นำเอาแบบสัมภาษณ์และข้อคำถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการ

ตรวจสอบ โดยการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) เพื่อได้รับการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญที่ทำการตรวจสอบแล้วว่าแบบสัมภาษณ์และข้อคำถาม มีความเหมาะสมและนำไปใช้ในการหาคำตอบได้ตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัย เพื่อทำการตรวจสอบเครื่องมือว่าต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานวิจัยระดับสูง มีความรู้ความเชี่ยวชาญในกระบวนการขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยเป็นอย่างดี มีตำแหน่งทางวิชาการในระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป และมีความรู้ด้านการออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ โดยมีรายนามผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ หนูสวัสดิ์

รองประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และอาจารย์สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา พรบุญยาพงศ์

เคยดำรงตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และอาจารย์ประจำสาขาออกแบบกราฟิกและอินโฟร์ (ครีเอทีฟกราฟิก) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุธาทิพย์ หอมสุวรรณ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบกราฟิกและอินโฟร์ (ครีเอทีฟกราฟิก) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชุมชน และอัตลักษณ์ชุมชน ให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาหลักเกณฑ์ภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการปรับเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ เป็นองค์ประกอบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์
4. การวิเคราะห์สินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาหลักเกณฑ์ภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ

1.1 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรมภูมิศาสตร์กายภาพ ของต่างประเทศและในประเทศ ทำการรวบรวมข้อมูล และได้จัดแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่และองค์ประกอบของแต่ละหมวด เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลของต่างประเทศกับในประเทศและหาข้อสรุป สำหรับนำไปสร้างเกณฑ์กำหนดการแบ่งข้อมูลภูมิศาสตร์ โดยรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

1.1.1 หมวดหมู่ภูมิศาสตร์กายภาพต่างประเทศ มีทั้งหมด 5 หมวด ได้แก่

- 1) โลก
- 2) หินและดิน
- 3) วัฏจักรน้ำ
- 4) สภาพอากาศและภูมิอากาศ
- 5) ชีวภูมิศาสตร์

1.1.2 หมวดหมู่ภูมิศาสตร์กายภาพในประเทศ มีทั้งหมด 4 หมวด ได้แก่

- 1) โลกและภูมิลักษณะ (Earth & Landforms)
- 2) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)
- 3) ภูมิอากาศ (Climate)
- 4) ระบบนิเวศ (Ecosystem)

ในแต่ละหมวดหมู่ มีองค์ประกอบย่อยของข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมและสรุปออกมาเป็นตาราง เพื่อให้ง่ายต่อการนำเสนอ โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4 หมวดหมู่และองค์ประกอบของภูมิศาสตร์กายภาพต่างประเทศ สรุปโดยผู้วิจัย

หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์กายภาพต่างประเทศ	
หมวดหมู่ภูมิศาสตร์	องค์ประกอบของแต่ละหมวดหมู่
1. โลก	1. โตรังสร้างโลก 2. แผ่นเปลือกโลกและการแปรสัณฐาน 3. การเลื่อนทวีป 3.1 ทวีปลอยน้ำ 3.2 ทวีปลอยลอย 3.3 การชนกันของทวีป 3.4 การล่มสลายของทวีป 6. ภูเขาไฟและน้ำพุร้อน
2. ทินและดิน	4. แผ่นดินไหวและสึนามิ 5. การสร้างภูเขา 6. ภูเขาไฟและน้ำพุร้อน 3. ดิน 3.1 ดินอุดมสมบูรณ์ 3.2 ดินที่ไม่อุดมสมบูรณ์
3. วัฏจักรน้ำ	2. แร่ 2.1 Talc, Cinnabar, Orpiment, Mica 2.2 แร่และโลหะ 2.3 คริสตัล 3. การกัดเซาะของน้ำแข็ง 3.1 ภูมิทัศน์การกัดเซาะ 3.2 ธรณีสัณฐานน้ำแข็ง 2. แม่น้ำ 2.1 สันดอน 2.2 ปากน้ำ 6. การสะสมบริเวณชายฝั่ง 7. การกัดเซาะในทะเลทราย 1. โตรังธาร 1.1 แก่งและน้ำตก 1.2 หลุมยุบ, ถ้ำ, ช่องเขา 1.3 ชั้นหินและน้ำพุ 5. การกัดเซาะชายฝั่ง 5.1 ถ้ำ

หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์กายภาพต่างประเทศ	
หมวดหมู่ภูมิศาสตร์	องค์ประกอบของแต่ละหมวดหมู่
	5.2 โค้งของชายฝั่ง
4. สภาพอากาศและภูมิอากาศ	<p>1. บรรยากาศ</p> <p>2. ฤดูกาล</p> <p>3. เขตภูมิอากาศ</p> <p>3.1 วัฏจักรอุทกวิทยา</p> <p>3.2 ลม</p> <p>4. กระแสน้ำใต้มหาสมุทร</p> <p>5. ระบบสภาพอากาศ</p> <p>6. การพยากรณ์อากาศ</p> <p>7. เมฆและหมอก</p> <p>8. ฝน</p> <p>9. พายุ</p>
5. ชีวภูมิศาสตร์	<p>1. ชีวนิเวศ</p> <p>2. ระบบนิเวศ</p> <p>(Tundra, Boreal Forest, Temperate grassland, Temperate Forest, Tropical Forest, Tropical grasslands, Desert, Mediterranean, Mountain, Polar)</p> <p>2.1 Tropical Forest and Rain Forests</p> <p>2.2 Desert (Hot Desert, Cold Desert, Polar Desert)</p> <p>2.3 Temperate Forest and Grasslands</p> <p>2.4 Boreal Forest and Tundra</p>

ตารางที่ 5 หมวดหมู่และองค์ประกอบของภูมิศาสตร์กายภาพในประเทศไทย สรุปโดยผู้วิจัย

หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์กายภาพในประเทศไทย			
1. โลกและภูมิลักษณะ (Earth & Landforms)	2. ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)	3. ภูมิอากาศ (Climate)	4. ระบบนิเวศ (Ecosystem)
1. โครงสร้างภายใน 1.1 เปลือกโลก 1.2 เนื้อโลก 1.3 แก่นโลก 2. หิน 2.1. หินอัคนี 2.2 หินตะกอน 2.3 หินแปร 3. กระบวนการเปลือกโลก 3.1 ภูเขาไฟ 3.2 พุน้ำร้อน 4. ภูมิลักษณะพื้นผิวโลก 4.1 ภูมิประเทศพื้นผิวดิน 4.2 ภูมิประเทศพื้นทะเล 4.3 ภูมิลักษณะจากน้ำผิวดิน	1. ทรัพยากรฯ ทดแทนได้ 1.1 ทรัพยากรน้ำ 1.2 ทรัพยากรดิน 1.3 ทรัพยากรป่าไม้ 1.3.1 ป่าเขตร้อน 1.3.2 ป่าเขตอบอุ่น 1.3.3 ป่าเขตขั้วโลก 2. ทรัพยากรฯ ทดแทนไม่ได้ 2.1 ทรัพยากรแร่ 2.2 เชื้อเพลิงฟอสซิล	1. อุณหภูมิ 2. สม 3. หมอก 4. เมฆ 5. ฝน 6. พายุ 7. การจำแนกเขตภูมิอากาศ 7.1 ภูมิอากาศร้อน 7.2 ภูมิอากาศแห้งแล้ง 7.3 ภูมิอากาศอบอุ่น 7.4 ภูมิอากาศหนาว 7.5 ภูมิอากาศน้ำแข็ง	1. ป่าฝนเขตร้อน 2. พุ่มหญ้าเขตอบอุ่น 3. ป่าผลัดใบเขตอบอุ่น 4. ป่าแคระ 5. พุ่มหญ้าเขตร้อน 6. ทะเลทราย 7. ขั้วโลกและน้ำแข็งภูเขาสูง 8. ป่าสน หรือ ไทกา 9. ทุนตรา

4.4 ภูมิทัศน์จากน้ำใต้ดิน			
4.5 ภูมิทัศน์จากน้ำทะเล			
4.6 ภูมิทัศน์จากลม			
4.7 ภูมิทัศน์จากธารน้ำแข็ง			



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1.2 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรมภูมิศาสตร์มนุษย์ ของต่างประเทศและในประเทศ ทำการรวบรวมข้อมูล และได้จัดแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่และองค์ประกอบของแต่ละหมวด เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลของต่างประเทศกับในประเทศและหาข้อสรุป สำหรับนำไปสร้างเกณฑ์ กำหนดการแบ่งข้อมูลภูมิศาสตร์ โดยรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

1.2.1 หมวดหมู่ภูมิศาสตร์มนุษย์ต่างประเทศ มีทั้งหมด 25 หมวด ได้แก่

- | | | |
|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| 1) ประชากรศาสตร์ | 2) เมือง | 3) การตั้งถิ่นฐานชนบท |
| 4) การแพร่กระจายของวัฒนธรรม | 5) สุขภาพ | 6) กิจกรรมทางเศรษฐกิจ |
| 7) อาหารและการเกษตรกรรม | 8) อุตสาหกรรมการผลิต | 9) อุตสาหกรรมบริการ |
| 10) การท่องเที่ยว | 11) ขนส่งและจัดจำหน่าย | 12) เทคโนโลยี |
| 13) การพัฒนาที่ไม่สม่ำเสมอ | 14) โลกาภิวัตน์ | 15) ที่อยู่ในเมือง |
| 16) ผลกระทบต่อมนุษย์ | 17) การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์ | 18) การอนุรักษ์ |
| 19) การจัดการภัยธรรมชาติ | 20) แหล่งพลังงาน | 21) ความยั่งยืน |
| 22) การพึ่งพาอาศัย | 23) ความมั่นคงทางอาหาร | |
| 24) ความมั่นคงทางน้ำ | 25) ความขัดแย้งและการแก้ไข | |

1.2.2 หมวดหมู่ภูมิศาสตร์มนุษย์ในประเทศ มีทั้งหมด 7 หมวด ได้แก่

- | | | |
|-------------------------------|-----------------------|----------------------------|
| 1) ภูมิศาสตร์ประชากร | 2) ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม | 3) ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ |
| 4) ภูมิศาสตร์การพัฒนา | 5) ภูมิศาสตร์เมือง | 6) ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว |
| 7) ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร | | |

ในแต่ละหมวดหมู่ มีองค์ประกอบย่อยของข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมและสรุปออกมาเป็นตาราง เพื่อให้ง่ายต่อการนำเสนอ โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 6 หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์มนุษย์ต่างประเทศ

หมวดหมู่ภูมิศาสตร์มนุษย์ต่างประเทศ				
1. ประชากรศาสตร์	2. เมือง	3. การตั้งถิ่นฐานชนบท	4. การแพร่กระจายของวัฒนธรรม	5. สุขภาพ
6. กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	7. อาหารและการเกษตรกรรม	8. อุตสาหกรรมการผลิต	9. อุตสาหกรรมบริการ	10. การท่องเที่ยว
11. ขนส่งและจัดจำหน่าย	12. เทคโนโลยี	13. การพัฒนาที่ไม่สม่ำเสมอ	14. โลกาภิวัตน์	15. ที่อยู่อาศัยในเมือง
16. ผลกระทบต่อมนุษย์	17. การเปลี่ยนแปลงของ	18. การอนุรักษ์	19. การจัดการภัยธรรมชาติ	20. แหล่งพลังงาน

	ภูมิทัศน์			
21. ความยั่งยืน	22. การพึ่งพาอาศัย	23. ความมั่นคงทางอาหาร	24. ความมั่นคงทางน้ำ	25. ความขัดแย้งและการแก้ไข

ตารางที่ 7 หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์มนุษย์ในประเทศ

หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์มนุษย์ในประเทศ				
หมวดหมู่	องค์ประกอบ			
1. ภูมิศาสตร์ประชากร	1.1 การเพิ่มประชากร	1.2 ทฤษฎีประชากร	1.3 การย้ายถิ่น	
2. ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม	2.1 เชื้อชาติ	2.2 ภาษา	2.3 ศาสนา	
	2.4 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม	2.5 อัตลักษณ์วัฒนธรรม		
3. ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ	3.1 กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	3.2 พัฒนาการทางเศรษฐกิจ		
4. ภูมิศาสตร์การการพัฒนา	4.1 ทฤษฎีการพัฒนา	4.2 การวัดระดับการพัฒนา	4.3 ทิศทางการพัฒนา	
5. ภูมิศาสตร์เมือง	5.1 ขนาดและการกระจายของเมือง	5.2 โครงสร้างเมือง	5.3 ย่านที่อยู่อาศัย	
	5.4 พาณิชยกรรม	5.5 ปัญหาเกี่ยวกับเมือง		
6. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	6.1 การเคลื่อนไหลของนักท่องเที่ยว	6.2 การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยว	6.3 ผลกระทบของการท่องเที่ยว	
	6.4 การจัดการการท่องเที่ยว			
7. ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหารของมนุษย์	7.1 การผลิตอาหารของมนุษย์	7.2 แหล่งผลิตอาหารของโลก	7.3 ความมั่นคงทางอาหารของโลก	

1.3 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลส่วนนี้ ไปนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ เพื่อสอบถามและยืนยันความถูกต้องของข้อมูล พร้อมทั้งรับความคิดเห็นเพิ่มเติม เพื่อนำไปปรับปรุงและหาข้อสรุปสำหรับการสร้างเกณฑ์กำหนดการแบ่งข้อมูลภูมิศาสตร์

1.4 ผู้วิจัยจึงขอสรุปหมวดหมู่ข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ หลังจากที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีหัวข้อดังต่อไปนี้

1.4.1 ภูมิศาสตร์กายภาพ มี 3 หมวด ได้แก่

- 1) โลกและภูมิลักษณะ (Earth and Landforms)
- 2) ภูมิอากาศ (Climates)
- 3) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)

1.4.2 ภูมิศาสตร์มนุษย์ มี 7 หมวด ได้แก่

- 1) ภูมิศาสตร์ประชากร
- 2) ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม
- 3) ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ
- 4) ภูมิศาสตร์การพัฒนา
- 5) ภูมิศาสตร์เมือง
- 6) ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว
- 7) ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร

สำหรับรายละเอียดขององค์ประกอบในแต่ละหมวด ผู้วิจัยได้สรุปออกมาเป็นตาราง เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้เป็นเกณฑ์กำหนดการแบ่งข้อมูลภูมิศาสตร์และระบุข้อมูลต่อไป โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 8 หมวดทฤษฎีภูมิศาสตร์กายภาพ จากผลการวิเคราะห์

ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography)		
1. โลกและภูมิลักษณะ (Earth and Landforms)	2. ภูมิอากาศ (Climates)	3. ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)
<p>โลก (Earth)</p> <p>ภูมิลักษณะ (Landforms)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. โครงสร้างภายใน</p> <p><input type="checkbox"/> 1.1 เปลือกโลก</p> <p><input type="checkbox"/> 1.2 เนื้อโลก</p> <p><input type="checkbox"/> 1.3 แก่นโลก</p> <p><input type="checkbox"/> 2. หิน</p> <p><input type="checkbox"/> 2.1 หินอัคนี</p> <p><input type="checkbox"/> ก. หินอัคนีระดับลึก</p> <p><input type="checkbox"/> 1) หินแกรนิต</p> <p><input type="checkbox"/> 2) หินไดออไรต์</p> <p><input type="checkbox"/> 3) หินแกบโบร</p> <p><input type="checkbox"/> ข. หินภูเขาไฟ</p>	<p><input type="checkbox"/> 1. ภูมิอากาศร้อน</p> <p><input type="checkbox"/> 2. ภูมิอากาศแห้งแล้ง</p> <p><input type="checkbox"/> 3. ภูมิอากาศอบอุ่น</p> <p><input type="checkbox"/> 4. ภูมิอากาศหนาว</p> <p><input type="checkbox"/> 5. ภูมิอากาศน้ำแข็ง</p>	<p>ทรัพยากรธรรมชาติทดแทนได้ ทรัพยากรธรรมชาติทดแทนไม่ได้ (Nonrenewable Natural Resource)</p> <p><input type="checkbox"/> 1. ทรัพยากรน้ำ</p> <p><input type="checkbox"/> 2. ทรัพยากรดิน</p> <p><input type="checkbox"/> 3. ทรัพยากรป่าไม้</p> <p><input type="checkbox"/> 3.1 ป่าเขตร้อน</p> <p><input type="checkbox"/> ก. ป่าฝนเขตร้อน</p> <p><input type="checkbox"/> ข. ป่าทุ่ง</p> <p><input type="checkbox"/> ค. ป่าทุ่งหญ้า</p> <p><input type="checkbox"/> 3.2 ป่าเขตอบอุ่น</p> <p><input type="checkbox"/> 1. ทรัพยากรแร่</p> <p><input type="checkbox"/> 1.1 แร่โลหะ</p> <p><input type="checkbox"/> 1.2 แร่อโลหะ</p> <p><input type="checkbox"/> 2. เชื้อเพลิงฟอสซิล</p> <p><input type="checkbox"/> 2.1 โปโตรเลียม</p> <p><input type="checkbox"/> ก. น้ำมันดิบ</p> <p><input type="checkbox"/> ข. ก๊าซธรรมชาติ</p> <p><input type="checkbox"/> ค. ก๊าซธรรมชาติเหลว</p> <p><input type="checkbox"/> ก. ป่าผลัดใบเขตอบอุ่น</p> <p><input type="checkbox"/> 2.2 ถ่านหิน</p> <p><input type="checkbox"/> ข. ป่าสนเขตอบอุ่น</p> <p><input type="checkbox"/> ก. ลิกไนต์</p> <p><input type="checkbox"/> ค. ป่าแบบเมดิเตอร์เรเนียน</p> <p><input type="checkbox"/> ข. ซับซิมูนิสต์</p>

ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography)		
1. โลกและภูมิลักษณะ (Earth and Landforms)	2. ภูมิอากาศ (Climates)	3. ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)
<p>โลก (Earth)</p> <p>ภูมิลักษณะ (Landforms)</p> <p><input type="checkbox"/> 1) หินไรโรไลต์</p> <p><input type="checkbox"/> 2) หินแอนดิวไซต์</p> <p><input type="checkbox"/> 3) หินบะซอลต์</p> <p><input type="checkbox"/> 2.2 หินตะกอน</p> <p><input type="checkbox"/> 1.3 ภูมิลักษณะจากร่องน้ำใต้ดิน</p> <p><input type="checkbox"/> 1.4 ภูมิลักษณะจากร่องน้ำทะเล</p> <p><input type="checkbox"/> 1.5 ภูมิลักษณะจากลม</p>	<p><input type="checkbox"/> 3.3 ป่าเขตร้อนชื้น</p> <p><input type="checkbox"/> ก. ป่าเขตร้อนชื้น</p> <p><input type="checkbox"/> ข. ทุนดรา (Tundra)</p> <p><input type="checkbox"/> ค. เขตแห้งแล้งขั้วโลก (Polar Desert)</p>	<p>ทรัพยากรธรรมชาติทดแทนได้ (Renewable Natural Resource)</p> <p>ทรัพยากรธรรมชาติทดแทนไม่ได้ (Nonrenewable Natural Resource)</p> <p><input type="checkbox"/> ค. ปิโตรลียม</p> <p><input type="checkbox"/> ง. แอนทราไซต์</p>

ภูมิศาสตร์กายภาพ (Physical Geography)		
1. โลกและภูมิลักษณะ (Earth and Landforms)	2. ภูมิอากาศ (Climates)	3. ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)
โลก (Earth) ภูมิลักษณะ (Landforms)		ทรัพยากรธรรมชาติทดแทนได้ (Renewable Natural Resource) ทรัพยากรธรรมชาติทดแทนไม่ได้ (Nonrenewable Natural Resource)
<input type="checkbox"/> 2.3 หินแปร <input type="checkbox"/> ก. หินแปรริ้วขนาน <input type="checkbox"/> 1) หินไนส์ <input type="checkbox"/> 2) หินซิสต์ <input type="checkbox"/> 3) หินขนวน <input type="checkbox"/> ข. หินแปรริ้วขนาน <input type="checkbox"/> 1) หินอ่อน <input type="checkbox"/> 2) หินควอร์ตไซต์ <input type="checkbox"/> 3) หินฮอร์นเฟลส์		
<input type="checkbox"/> ก. แอ่งลมทอบ <input type="checkbox"/> ข. เนินทราย <input type="checkbox"/> ค. ดินลมทอบ <input type="checkbox"/> 1.6 ภูมิลักษณะจากธารน้ำแข็ง <input type="checkbox"/> ก. พุ่งหิมะ <input type="checkbox"/> ข. แนวหิมะ <input type="checkbox"/> ค. ดินลมทอบ		

ตารางที่ 9 หมวดหมู่ภูมิศาสตร์มนุษย์ จากผลการวิเคราะห์

หมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์มนุษย์			
ประเภท	องค์ประกอบ		
1. ภูมิศาสตร์ประชากร	1.1 การเพิ่มประชากร	1.2 ทฤษฎีประชากร	1.3 การย้ายถิ่น
2. ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม	2.1 เชื้อชาติ 2.4 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม	2.2 ภาษา 2.5 อัตลักษณ์วัฒนธรรม	2.3 ศาสนา
3. ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ	3.1 กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	3.2 พัฒนาการทางเศรษฐกิจ	
4. ภูมิศาสตร์การ พัฒนา	4.1 ทฤษฎีการพัฒนา	4.2 การวัดระดับการพัฒนา	4.3 ทิศทางการพัฒนา
5. ภูมิศาสตร์เมือง	5.1 ขนาดและการกระจายของเมือง 5.4 พาณิชยกรรม	5.2 โครงสร้างเมือง 5.5 ปัญหาเกี่ยวกับเมือง	5.3 ย่านที่อยู่อาศัย
6. ภูมิศาสตร์การ ท่องเที่ยว	6.1 การเลื่อนไหลของนักท่องเที่ยว 6.4 การจัดการการท่องเที่ยว	6.2 การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยว	6.3 ผลกระทบของการท่องเที่ยว
7. ภูมิศาสตร์ การเกษตรและอาหาร	7.1 การผลิตอาหารของมนุษย์	7.2 แหล่งผลิตอาหารของโลก	7.3 ความมั่นคงทางอาหารของโลก

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน

2.1 ผู้วิจัยได้นำเกณฑ์กำหนดการแบ่งข้อมูลภูมิศาสตร์ที่ได้ ไปสร้างเป็นเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน เพื่อหาและระบุข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพของอำเภอสูงเนิน ได้ให้ข้อมูลในส่วนนี้ โดยพิจารณาตามหมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์กายภาพที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ และระบุข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพของอำเภอสูงเนินที่ปรากฏและมีความโดดเด่นในพื้นที่ตามความเป็นจริง

สำหรับข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพของอำเภอสูงเนินนั้น ไม่มีข้อมูลปรากฏในองค์ประกอบด้านทรัพยากรธรรมชาติทดแทนไม่ได้ (Nonrenewable Natural Resource) ที่อยู่ในหมวดหมู่ทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ตัดองค์ประกอบส่วนนี้ออกไป ตารางที่ 10 ผลการพิจารณาและระบุข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญ

ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน				
โลกและภูมิลักษณะ (Earth and Landforms)		ภูมิอากาศ (Climates)	ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)	
โลก (Earth)	ภูมิลักษณะ (Landforms)		ทรัพยากรธรรมชาติ ทดแทนได้ (Renewable Natural Resource)	ทรัพยากรธรรมชาติ ทดแทนไม่ได้ (Nonrenewable Natural Resource)
<input checked="" type="checkbox"/> 1. หิน	<input checked="" type="checkbox"/> 1. พื้นผิวโลก	<input checked="" type="checkbox"/> 1. ภูมิอากาศร้อน	<input checked="" type="checkbox"/> 2. ทรัพยากรดิน	<input checked="" type="checkbox"/> 1. ทรัพยากรแร่
<input checked="" type="checkbox"/> 1.2 หิน ตะกอน	<input checked="" type="checkbox"/> 1.1 ภูมิ ประเทศพื้นผิวดิน			<input checked="" type="checkbox"/> 1.1 แร่โลหะ
<input checked="" type="checkbox"/> ก. หิน ตะกอนเนื้อ ประสม	<input checked="" type="checkbox"/> ข. ที่ราบ สูง			<input checked="" type="checkbox"/> 1.2 แร่โลหะ
<input checked="" type="checkbox"/> 1) หินทราย	<input checked="" type="checkbox"/> ค. ภูเขา/ เทือกเขา			<input checked="" type="checkbox"/> 2. เชื้อเพลิง ฟอสซิล
	<input checked="" type="checkbox"/> ง. แม่น้ำ			<input checked="" type="checkbox"/> 2.1 ปิโตรเลียม
				<input checked="" type="checkbox"/> ก. น้ำมันดิบ
				<input checked="" type="checkbox"/> ข. ก๊าซ ธรรมชาติ
				<input checked="" type="checkbox"/> ค. ก๊าซ ธรรมชาติเหลว
				<input checked="" type="checkbox"/> 2.2 ถ่านหิน
				<input checked="" type="checkbox"/> ก. ลิกไนต์
				<input checked="" type="checkbox"/> ข. ซับปิทู มินัส

ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน			
โลกและภูมิลักษณะ (Earth and Landforms)		ภูมิอากาศ (Climates)	ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)
โลก (Earth)	ภูมิลักษณะ (Landforms)		ทรัพยากรธรรมชาติ ทดแทนไม่ได้ (Nonrenewable Natural Resource)
			<input checked="" type="checkbox"/> ค. บิทุมินัส <input checked="" type="checkbox"/> ง. แอนทรา ไซต์

ตารางที่ 11 แสดงข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพอำเภอสูงเนิน สรุปโดยผู้วิจัย

โลกและภูมิลักษณะ (Earth and Landforms)		ภูมิอากาศ (Climates)	ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)
โลก (Earth)	ภูมิลักษณะ (Landforms)	เขตภูมิอากาศ	ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)
หินทราย ↓	ที่ราบสูง ↓	เทือกเขา ↓	แม่น้ำ ↓
หมวดหิน โคกกรวด (กลุ่มหิน โคราช)	ที่ราบสูง โคราช	แนวสตา โคราช	ลำน้ำลำ ตะคอง
		ภูมิอากาศร้อน ↓	ทรัพยากรดิน ↓
		ภูมิอากาศร้อน	ชุดดิน 9 ชุดดิน 1) ชุดดินค้ำบง 2) ชุดดินสีคิ้ว 3) ชุดดินสูงเนิน 4) ชุดดินพิมาย 5) ชุดดินจัตุรัส 6) ชุดดินชุมพวง 7) ชุดดินยโสธร 8) ชุดดินกุลาร้องไห้ 9) ชุดดินห้วยแถลง

2.3 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ต่อไปให้ลึกขึ้น เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดของ ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจและหาอัตลักษณ์ในแต่ละองค์ประกอบ สำหรับการแปรเปลี่ยนข้อมูลส่วนนี้เป็นองค์ประกอบเรขาคณิตบนบรรทัดในลำดับถัดไป โดยได้ กำหนดหัวข้อการวิเคราะห์ ดังนี้

- ก. ความหมาย
- ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่
- ค. การบ่งบอกอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน
- ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน

โดยมีรายละเอียดของข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพในแต่ละองค์ประกอบ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 12 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพของอำเภอสูงเนิน

องค์ประกอบ		ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน		
		รายละเอียดข้อมูล		
ก. ความหมาย		ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน	ค. การบ่งบอก	ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน
หมวดดินโคลนกรวด	คือ กลุ่มหินตะกอนที่ทับถมในช่วงมหายุคมีโซซีอิก (Mesozoic Era) แผ่กระจายตัวปกคลุมพื้นที่เกือบทั้งหมดของที่ราบสูงโคราช หมวดดินโคลนกรวดอยู่ในกลุ่มหินโคราช (Khorat Group) ประกอบด้วยหินทรายแป้ง หินทราย และหินทรายแป้งปนปูน (caliche-siltstone) หินกรวดมน มีซากดึกดำบรรพ์เศษชิ้นส่วนของไดโนเสาร์ชนิดกินพืช เต่า และปลา (Buffetaut et al., 1997) หมวดหินนี้มีความหนาประมาณ 709 ม.	หมวดดินโคลนกรวด ที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน ประกอบด้วยหินทรายแป้งและหินดินดานสีแดง แทรกสลับด้วยหินทรายสีน้ำตาลแดง ความหนาของหมวดหินแปรผันระหว่าง 430-700 เมตร เป็นหมวดหินยุคครีเทเชียสตอนต้น	ค. การบ่งบอก อัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน	ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน หมวดหินโคลนกรวดไม่มีความเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน

ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน				
รายละเอียดข้อมูล				
องค์ประกอบ	ก. ความหมาย	ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน	ค. การบ่งบอกอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน	ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน
ที่ราบสูงโคราช	หมายถึง บริเวณที่ราบสูงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด มีเนื้อที่ประมาณ 150,000 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณหนึ่งในสามของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศไทย ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบเรียบ มีความสูงประมาณ 130-250 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง	อำเภอสูงเนิน มีพื้นที่ตั้งอยู่บริเวณขอบที่ราบสูงโคราช ในตำแหน่งแอ่งโคราช-อุบล ซึ่งแอ่งโคราช-อุบลนี้ มีพื้นที่ประมาณ 33,000 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่บริเวณจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ กาฬสินธุ์ ยโสธร สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ	อำเภอสูงเนิน ประกอบด้วยพื้นที่ภูมิประเทศลอนลาด (Undulating Terrain) อยู่ทางตอนกลาง อยู่ระหว่างพื้นที่ภูเขาทางด้านตะวันตกและพื้นที่ราบทางด้านตะวันออก พื้นที่มีกลุ่มทางด้านตะวันออก พื้นที่มีลักษณะเป็นเนินต่ำ ๆ สลับกับพื้นที่ลาดต่ำ มีลักษณะพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาด มีระดับพื้นที่ประมาณระหว่าง 190-220 เมตรเหนือระดับทะเลปานกลาง	พื้นที่ภูเขาทางด้านตะวันตก มีลักษณะเป็นภูเขาที่ระดับความสูง 400-700 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล พื้นที่มีความลาดชันและเป็นแหล่งต้นน้ำ เป็นแหล่งปลูกกาแฟแดงไม่ดัดแปลงเกสรใหม่ มีปริมาณคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 ของน้ำหนัก

ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน				
รายละเอียดข้อมูล				
องค์ประกอบ	ความหมาย	ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่ อำเภอสูงเนิน	การบ่งบอก อัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน	การเชื่อมโยงกับสินค้า ชุมชน
เขาสตาคิโคราช	ภูมิประเทศแบบภูเขาที่มีลักษณะคล้ายมีดอีโต้ของไทย ปรากฏทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะเป็นหน้าผาสูงชัน ทางด้านทิศตะวันตก และลาดเอียงด้วยมุมประมาณ 5-10 องศาไปทางทิศตะวันออก-ตะวันออกเฉียงเหนือ	หน้าผาหินทรายบริเวณวัดป่าภูผาสูง ตำบลมะเกลือใหม่ ปรากฏโครงสร้างชั้นเฉียงระดับ (Cross-Bedding) ในชั้นหินขนาดใหญ่ แสดงถึงทิศทาง การไหลของแม่น้ำในยุครีเทเชียส ซึ่งถูกบันทึกลงในหินทราย นอกจากนี้ยังพบซากดึกดำบรรพ์ ร่องรอยแบบรูซอมโซ (burrow) ที่เป็นหลักฐานว่ามีสิ่งมีชีวิตอาศัยอยู่ในเขตน้ำตื้นริมฝั่งแม่น้ำในช่วงเวลานั้น	ในเขตตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน ตั้งอยู่บนแนวสตาคราช แนวด้านใน (แนวที่ 2) และมีความสำคัญอันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เขาสตาคิโคราช (แนวด้านนอก) ได้ชัดเจนและมองเห็นพื้นที่ราบด้านล่างของอำเภอปากช่องได้อย่างสวยงาม โดยจุดนี้จะอยู่บนเทือกเขาภูหลวงหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า เขาเจ้าพ่อ	พื้นที่ภูเขาทางด้านตะวันตก มีลักษณะเป็นภูเขาที่ระดับความสูง 400-700 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล พื้นที่มีความลาดชันและเป็นแหล่งต้นน้ำ เป็นแหล่งปลูกกาแฟแดงไป ต.มะเกลือใหม่ มีปริมาณคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 ของน้ำหนัก

ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน				
รายละเอียดข้อมูล				
องค์ประกอบ	ก. ความหมาย	ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่ อำเภอสูงเนิน	ค. การบ่งบอก อัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน	ง. การเชื่อมโยงกับสินค้า ชุมชน
ลำน้ำลำตะคอง	ลำน้ำลำตะคอง เป็นลุ่มน้ำย่อย ของกลุ่มน้ำมูล มีพื้นที่ทั้งหมด 1,315 ตารางกิโลเมตร หรือ ประมาณ 821,875 ไร่ ตั้งอยู่ใน ท้องที่ต.อ.ปากช่อง มีความลาด เอียงจากทิศตะวันตกไปทิศ ตะวันออก และมีแม่น้ำสายหลัก ทั้งหมด 2 สาย คือ แม่น้ำลำตะ คอง และแม่น้ำลำบริบูรณ์ แหล่งเก็บกักน้ำหลัก คือ อ่าง เก็บน้ำลำตะคอง ครอบคลุม พื้นที่บางส่วนของ อ.สีคิ้ว อ.สูง เนิน อ.ขามทะเลสอ อ.เมือง อ. เฉลิมพระเกียรติ	อำเภอสูงเนิน มีลำน้ำไหลผ่าน 1 สาย ได้แก่ ลำน้ำลำตะคอง มีเนื้อที่ ประมาณ 80 ตารางกิโลเมตร หรือ ประมาณ 50,000 ไร่ ลำน้ำลำตะคอง ที่ไหลผ่านอำเภอสูงเนิน มีต้นกำเนิด จากเทือกเขาสันกำแพง ในเขต อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีลุ่มน้ำสาย หลักคือ ลุ่มน้ำลำตะคอง ไหลขึ้นไป ทางเหนือผ่านอำเภอปากช่องและวก ไปทางตะวันออกเฉียงเหนือ สู่ เนิน	เนื่องจากอำเภอสูงเนิน มีลำน้ำลำ ตะคอง ซึ่งเป็นลำน้ำสาขาที่ไหล มาจากเขื่อนลำตะคอง พาดผ่าน อำเภอสูงเนินในบริเวณตอนกลาง ก่อนไปทางด้านบน โดยไหลจาก ทิศตะวันตกมาทิศตะวันออก ไหล ต่อไปยังอำเภอเมือง และลงสู่ แม่น้ำมูลที่ตำบลท่าช้าง อำเภอ เฉลิมพระเกียรติ ด้วยเหตุนี้ จึงทำ ให้อำเภอสูงเนินมีน้ำใช้ตลอดปี เกษตรกรไม่ขาดแคลนน้ำในการ ทำการเกษตร เหมือนกับอำเภอ อื่น ๆ	ในบริเวณที่ติดกับลำน้ำลำตะ คอง บ้านกุดจิก-กุดโคกน ต.โคง ยาง ได้อาศัยน้ำใช้ทำการเกษตร และที่โดดเด่นเป็นสินค้าเกษตร ที่ขึ้นชื่อของอำเภอ คือ ส้มโอจี โอพาร์ค พบว่าสาเหตุที่ทำให้ ส้มโอรสชาติออกมารออร่อย เนื่องจากน้ำที่ใสรสส้มโอ เป็น น้ำจากใต้เขื่อนลำตะคองซึ่งมี การไหลเวียนตลอดเวลา มีแร่ ธาตุที่สมบูรณ์ ส่งผลให้รสชาติ ออกมามี

ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน				
รายละเอียดข้อมูล				
องค์ประกอบ	ก. ความหมาย	ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน	ค. การบ่งบอกอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน	ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน
ชุดดิน 9 ชุดดิน	โดยทั่วไปจะประกอบด้วย อนุภาคขนาดทราย ทรายแป้ง และดินเหนียวในปริมาณใกล้เคียงกัน เป็นดินที่มีเนื้อดินค่อนข้างละเอียดนุ่มเมื่อในสภาพดินแห้งจะจับกันเป็นก้อน แข็งพอประมาณ ในสภาพดินชื้นดินจะยุบหยุ่นได้บ้าง เมื่อสัมผัสหรือคลึงดินจะรู้สึกนุ่มมีอแต่อาจจะรู้สึกดินจืดหรือรู้สึกนุ่มมีอเล็กน้อย แต่เมื่อกำดินให้แน่นในฝ่ามือแล้วคลายมือออก ดินจะจับกันเป็นก้อนไม่แตกออกจากกัน ดินร่วมเป็นดินที่มีความเหมาะสมสำหรับการเพาะปลูก เพราะถ่ายรง่าย มีการระบายน้ำและถ่ายอากาศดี และมีกจะมีความอุดมสมบูรณ์ดี	อำเภอสูงเนิน มีลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย ความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติต่ำ ยกเว้นบริเวณที่ราบลุ่มของลำน้ำลำตะคอง และสาขาที่เป็นดินร่วนถึงดินเหนียว ความอุดมสมบูรณ์ปานกลางถึงสูง	จากการสำรวจของกองสำรวจดิน และวิจัยทรัพยากรดิน กรมพัฒนาที่ดิน พบว่าอำเภอสูงเนิน มีทรัพยากรดินทั้งหมด 9 ชุดดินที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน ได้แก่ 1) ชุดดินค่าง 2) ชุดดินสีคิ้ว 3) ชุดดินสูงเนิน 4) ชุดดินพิมาย 5) ชุดดินจักรี 6) ชุดดินชุมพวง 7) ชุดดินโยธธรร 8) ชุดดินกุลา 9) ชุดดินห้วยแถลง	พื้นที่ของอำเภอ ในบริเวณที่ราบลุ่มของลำน้ำลำตะคองและสาขาที่เป็นดินร่วนถึงดินเหนียว มีความอุดมสมบูรณ์ของดินปานกลางถึงสูง เป็นผลดีต่อผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะส้มโอ พันธุ์ขาวน้ำผึ้งที่เป็นสินค้าเกษตรอันขึ้นชื่อของอำเภอสูงเนิน

2.4 สำหรับข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ของอำเภอสูงเนินนั้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน เพื่อหาข้อมูลที่แท้จริงที่ปรากฏและโดดเด่นในเรื่องภูมิศาสตร์มนุษย์ ผลปรากฏว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่านให้ความเห็นตรงกัน คือ อำเภอสูงเนินมีข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรมโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ที่สุด มากกว่าด้านอื่น ๆ โดยให้เหตุผลในการยืนยันคำตอบและความคิดเห็น ดังนี้

1) อำเภอสูงเนิน มีประวัติศาสตร์มายาวนานตั้งแต่สมัยทวารวดีจนถึงวัฒนธรรมเขมร ดังแสดงหลักฐานปรากฏชัดเจน เช่น เมืองเสมา ปราสาทหินแบบเขมร อโรคยาศาล โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุ รวมถึงศิลาจารึกต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเมืองเสมาเป็นเมืองสำคัญของดินแดนแถบภาคอีสาน ในสมัยทวารวดี

2) แหล่งหินตัดโบราณบ้านสัมภวงาม ที่ตำบลเสมา มีลักษณะภูมิประเทศเป็นลานหินธรรมชาติ พบร่องรอยการตัดหินทรายสีแดง เป็นวัสดุหลักที่สำคัญในการใช้ก่อสร้างปราสาทในวัฒนธรรมเขมร ที่พบในหลายแห่งของจังหวัด การค้นพบนี้แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมเขมร ที่เจริญรุ่งเรืองในราวพุทธศตวรรษที่ 15

3) อำเภอสูงเนินมีการผสมผสานทางชาติพันธุ์อีสาน (ไทย-ลาว) เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในสูงเนิน มาแต่ดึกดำบรรพ์ โดยมาจากอาณาจักรเวียงจันทน์ และยังมีการผสมผสานทางความเชื่อในกลุ่มชาติพันธุ์ไทย-อีสาน จนนับถือศาสนาพุทธ 100% แต่มีความเชื่อดั้งเดิม คือการนับถือผี ได้แก่ ผีปู่ตา (ตาปู่) ปัจจุบันยังคงปรากฏพิธีกรรมไหว้ผีปู่ตาประจำปี ในอำเภอสูงเนิน

4) การผสมผสานทางภูมิปัญญา ที่ปรากฏเด่นชัดของอำเภอสูงเนิน คือ การทำหมี่กูดจิก คือ หมี่โคราชโบราณทำมือทุกชั้นตอน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช นอกจากนี้ ยังมีการทอผ้าเงียงนางดำ ที่ยังคงอนุรักษ์และสืบสานมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ ของกลุ่มชาติพันธุ์ไท-อีสาน

5) อำเภอสูงเนินมีสถานีรถไฟ ที่เป็นมรดกวัฒนธรรมที่สำคัญ โดยชาวสูงเนินร่วมกันอนุรักษ์ เพราะเป็นสถานีรถไฟเก่าแก่ยุคแรกเริ่มทางรถไฟหลวงสายแรกของประเทศไทย สายกรุงเทพฯ-นครราชสีมา มีความสำคัญคือเป็นจุดพักขบวนเต็มน้ำและพินก่อนที่รถไฟจะเดินทางต่อไปเมืองนครราชสีมา นอกจากนี้ อาคารสถานีรถไฟสูงเนินเป็นอาคารที่มีคุณค่าทั้งด้านสถาปัตยกรรม-ศิลปกรรม และมีคุณค่าด้านประวัติศาสตร์-โบราณคดี ที่เป็นหลักฐานแสดงให้เห็นถึงการคมนาคมรถไฟอีกด้วย

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังได้แสดงความคิดเห็นว่า องค์ประกอบด้านด้านศาสนานั้น สำหรับอำเภอสูงเนินไม่ได้มีความโดดเด่นมากนัก ซึ่งไม่เหมือนกับหัวข้ออื่น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ตัดองค์ประกอบนี้ออก และสรุปหมวดหมู่และองค์ประกอบของภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรม จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ได้ผลสรุปออกมาดังนี้

ตารางที่ 13 ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรม สรุปลงโดยผู้วิจัย

ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรม ที่ปรากฏเด่นชัดของอำเภอสูงเนิน							
กลุ่ม ชาติ พันธุ์ <input checked="" type="checkbox"/>	ภาษา <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> ภูมิทัศน์			<input checked="" type="checkbox"/> อัตลักษณ์		
		การตั้ง ถิ่นฐาน <input checked="" type="checkbox"/>	พื้นที่ เพาะปลูก <input checked="" type="checkbox"/>	ด้าน ศาสนา <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
					การ ดำรงชีวิต <input checked="" type="checkbox"/>	แนวความคิด ความเชื่อ <input checked="" type="checkbox"/>	ประเพณี <input checked="" type="checkbox"/>
					อาหารการ กิน <input checked="" type="checkbox"/>	การแต่งกาย <input checked="" type="checkbox"/>	ภูมิ ปัญญา <input checked="" type="checkbox"/>
							ศิลปะ <input checked="" type="checkbox"/>

2.5 ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ของอำเภอสูงเนิน ได้ให้ข้อมูลในส่วนนี้ โดยพิจารณาตามหมวดหมู่และองค์ประกอบภูมิศาสตร์มนุษย์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ และระบุข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรมของอำเภอสูงเนินที่ปรากฏและมีความโดดเด่นในพื้นที่ตามความเป็นจริง

2.6 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ต่อไปให้ลึกซึ้ง เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดของข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจและหาอัตลักษณ์ในแต่ละองค์ประกอบ สำหรับการแปรเปลี่ยนข้อมูลส่วนนี้เป็นองค์ประกอบเรขาคณิตบนบรรทัดในลำดับถัดไป โดยมีรายละเอียดของข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 14 การระบุข้อมูลศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรมอำเภอสูงเนิน โดยผู้วิจัย

ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา	
องค์ประกอบและการระบุข้อมูล	
✓ 1. กลุ่มชาติพันธุ์ ✓ 2. ภาษาพูด ✓ 3. ภูมิทัศน์วัฒนธรรม	✓ 1.1 กลุ่มชาติพันธุ์ไทยโคราช ✓ 1.2 กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอีสาน ✓ 2.1 ภาษาพูดไทยโคราช ✓ 2.2 ภาษาพูดอีสาน ✓ 3.1 การตั้งถิ่นฐาน 1) บ้านไทยโคราช ✓ 3.2 พื้นที่เพาะปลูก ✓ 3.3 ด้านศาสนา 2) บ้านใต้ถุนสูง 1) ไร่นาสลับเพาะหลัง 1) วัดธรรมจักษ์เสมาราม 3) สถานีรถไฟ 2) วัดป่าภูผาสอง 4) ปราสาทเมืองแขก 5) ปราสาทโนนกู่ 6) ปราสาทเมืองเก่า 7) เมืองเสมา
✓ 4. อัตลักษณ์	✓ 4.1 การดำรงชีวิต 1) เกษตรกรรม ✓ 4.2 แนวความคิด ความเชื่อ ✓ 4.3 ประเพณี ✓ 4.4 อาหารการกิน 2) จักสานของใช้ 1) การรับผี (ร่างทรง) 1) ประเพณีกินเขาคั่ว 1) ข้าวแผะ 2) ข้าวปาด 2) จักสานของใช้ 2) ประเพณีบวงสรวงพระพุทธรูปเสยาสัน (พระนอน) 3) ข้าวโป่ง 4) แกงไข่ม้วน 3) ประเพณีฝังช่วง (เลี้ยงผีปู่ตา) 5) หมี่โคราช

ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา	
หมวดหมู่	องค์ประกอบและการระบุข้อมูล
	<p><input checked="" type="checkbox"/> 4.5 การแต่งกาย</p> <p>1) นุ่งโจง (คนสูงวัย)</p> <p>2) นุ่งผ้าเฉียงนางดำ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 4.6 ภูมิปัญญา</p> <p>1) การทำหมี่โบราณ (หมี่กูดจิก)</p> <p>2) การทอผ้าเฉียงนางดำ</p> <p>3) การถักสวิงแหยไข่มุกแดง</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 4.7 ศิลปะ</p> <p>- ประติมากรรมที่ปราสาทเมืองแขก</p> <p>1) ทับหลังสลักภาพเทวดาประทับนั่งภายในซุ้มเหนือหน้ากาล</p> <p>2) ชิ้นส่วนหน้าบันสลักภาพอุมาเมเหศวร</p> <p>3) ทับหลังสลักภาพนารายณ์อวตาร ปางกฤษณาวตาร</p> <p>4) ทับหลังสลักภาพพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ</p> <p>5) ทับหลังสลักภาพนารายณ์อวตารปางวามนาวตาร (ตรีวิกรม)</p> <p>6) ทับหลังสลักภาพมหาเศรษฐี</p> <p>7) ส่วนประกอบหน้าบัน</p> <p>- ภาพเขียนสีน้ำตกระอุแก้ว ต.มะเกลือใหม่</p> <p>1) ภาพเขียนสีแดงรูปคน</p> <p>2) ภาพเขียนสีแดงรูปช้าง</p> <p>3) ภาพเขียนสีแดงรูปแมงป่อง</p> <p>4) ภาพเขียนสีแดงรูปลายเส้น</p>

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการปรับเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ เป็นองค์ประกอบ
 เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

3.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน ไปสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการ
 ออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน 3 ท่าน เพื่อหาคำตอบในการปรับเปลี่ยนข้อมูล
 ภูมิศาสตร์เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตขององค์ประกอบเรข
 ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ สี ตัวอักษร ภาพ และลวดลาย โดยได้ข้อสรุปดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 15 การปรับเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ตาม
 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

หมวดหมู่ข้อมูล	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ								
	ผศ.ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ			อ.ชลิตา รัชตะพงศ์ธร			อ.ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์		
	สี	ภาพ	ตัวอักษร	สี	ภาพ	ตัวอักษร	สี	ภาพ	ตัวอักษร
โลกและภูมิลักษณะ									
หินโคกกรวด	✓			✓			✓		
ที่ราบสูงโคราช		✓			✓			✓	
ควาสตาโคราช		✓			✓			✓	
ลำตะคอง		✓			✓			✓	
ภูมิอากาศ									
เขตร้อน	✓			✓			✓		
ทรัพยากรธรรมชาติ									
ชุดดิน (9 ชุดดิน)									
1) ชุดดินค้ำบง	✓			✓			✓		
2) ชุดดินสีคิ้ว	✓			✓			✓		
3) ชุดดินสูงเนิน	✓			✓			✓		
4) ชุดดินพิมาย	✓			✓			✓		
5) ชุดดินจัตุรัส	✓			✓			✓		
6) ชุดดินชุมพวง	✓			✓			✓		
7) ชุดดินยโสธร	✓			✓			✓		
8) ชุดดินกุลาร้องไห้	✓			✓			✓		
9) ชุดดินห้วยแถลง	✓			✓			✓		

ตารางที่ 16 การแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ตาม
ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

หมวดหมู่ข้อมูล	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ								
	ผศ.ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ			อ.ชลิตา รัชตะพงศ์ธร			อ.ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์		
	สี	ภาพ	ตัวอักษร	สี	ภาพ	ตัวอักษร	สี	ภาพ	ตัวอักษร
กลุ่มชาติพันธุ์									
ไทโคราช		✓			✓			✓	
ไทอีสาน		✓			✓			✓	
ภาษาพูด									
ไทโคราช			✓			✓			✓
ไทอีสาน			✓			✓			✓
ภูมิทัศน์วัฒนธรรม									
การตั้งถิ่นฐาน		✓			✓			✓	
พื้นที่เพาะปลูก		✓			✓			✓	
ศาสนา		✓			✓			✓	
อัตลักษณ์									
การดำรงชีวิต		✓			✓			✓	
แนวความคิด		✓			✓			✓	
ความเชื่อ									
ประเพณี		✓			✓			✓	
อาหารการกิน		✓			✓			✓	
การแต่งกาย	✓	✓		✓	✓		✓	✓	
ภูมิปัญญา	✓	✓			✓		✓	✓	
ศิลปะ		✓			✓			✓	

จากตารางข้างบน ผู้วิจัยได้นำคำตอบที่ได้รับมาสรุปแนวทางการนำข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ
และภูมิศาสตร์มนุษย์ แปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ โดยได้สรุปและนำเสนอใน
รูปแบบตาราง มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 17 สรุปการเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ภูมิศาสตร์กายภาพ			ภูมิศาสตร์มนุษย์		
ข้อมูล		องค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์	ข้อมูล		องค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์
โลกและภูมิลักษณะ			กลุ่มชาติพันธุ์		
หินโคกกรวด	→	สี พื้นผิว	ไทโคราช	→	ภาพ
ที่ราบสูงโคราช	→	ภาพ	ไทอีสาน	→	ภาพ
ควาสตาโคราช	→	ภาพ	ภาษาพูด		
ลำตะคอง	→	ภาพ	ไทโคราช	→	ตัวอักษร
ภูมิอากาศ			ไทอีสาน	→	ตัวอักษร
เขตร้อน	→	สี	ภูมิทัศน์วัฒนธรรม		
ทรัพยากรธรรมชาติ			การตั้งถิ่นฐาน	→	ภาพ
ชุดดิน 9 ชุดดิน			พื้นที่เพาะปลูก	→	ภาพ
1) ชุดดินค้ำบง	→	สี	ศาสนา	→	ภาพ
2) ชุดดินสีคว	→	สี	อัตลักษณ์		
3) ชุดดินสูงเนิน	→	สี	การดำรงชีวิต	→	ภาพ
4) ชุดดินพิมาย	→	สี	แนวความคิด ความเชื่อ	→	ภาพ
5) ชุดดินจัตุรัส	→	สี	ประเพณี	→	ภาพ
6) ชุดดินชุมพวง	→	สี	อาหารการกิน	→	ภาพ
7) ชุดดินโยธธร	→	สี	การแต่งกาย	→	ภาพ สี
8) ชุดดินกุลาร้องไห้	→	สี	ภูมิปัญญา	→	ภาพ สี
9) ชุดดินห้วยแกลง	→	สี	ศิลปะ	→	ภาพ

สำหรับองค์ประกอบเรขศิลป์ด้านลวดลายนั้น ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะว่า ควรนำผลลัพธ์ของภาพที่ได้จากการออกแบบมาสร้างลวดลาย (Pattern) เพื่อเป็นองค์ประกอบบนสินค้าชุมชนได้

นอกจากองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 องค์ประกอบที่กล่าวมาแล้ว ผู้เชี่ยวชาญจาก 2 ใน 3 ท่านได้เสนอความคิดเห็นที่ตรงกันว่า ควรนำองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ด้านพื้นผิว เข้ามาเป็นตัวแปรอีกหนึ่งองค์ประกอบ สำหรับแปรเปลี่ยนข้อมูลหินโคกกรวด เพราะหินโคกกรวดนอกจากจะมีความโดดเด่นในด้านสีแล้วนั้น ยังมีความโดดเด่นในด้านพื้นผิวอีกด้วย หากนำ

ลักษณะพื้นผิวของหินโคกกรวดมาแปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบด้านพื้นผิวบนบรรจุก้อน จะส่งผลดีต่อการนำไปประยุกต์ในงานออกแบบต่อไป อีกทั้ง การให้ความสำคัญและคำนึงถึงองค์ประกอบด้านพื้นผิวในงานออกแบบบรรจุก้อน จะทำให้บรรจุก้อนที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น ทั้งนี้ การออกแบบด้านพื้นผิวไม่จำเป็นต้องผ่านการถูกต้องสัมผัสเสมอไป แต่สามารถสื่อสารด้วยประสาทสัมผัสจากการมองเห็นแทนก็ได้ เช่น การทำภาพประกอบให้มีลักษณะพื้นผิวในแบบที่ต้องการ ด้วยเทคนิคทางการออกแบบต่าง ๆ เป็นต้น

จากตารางข้างบน ผู้วิจัยจึงสรุปการแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุก้อน ดังนี้

- | | | |
|-------------|--------|---|
| 1) สี | ได้แก่ | หินโคกกรวด, ภูมิอากาศเขตร้อน, ชุดดิน 9 ชุดดิน, ฝ้ายเงียงนางดำ |
| 2) ตัวอักษร | ได้แก่ | ภาษาพูดไทโคราช |
| 3) ภาพ | ได้แก่ | ที่ราบสูงโคราช, เควสตาโคราช, ลำตะคอง, กลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช, กลุ่มชาติพันธุ์ไทยอีสาน, ภูมิทัศน์วัฒนธรรม, การดำรงชีวิต, แนวความคิด ความเชื่อ, ประเพณี, อาหารการกิน, การแต่งกาย, ศิลปะ |

3.2 ผู้วิจัยนำคำตอบที่ได้รับจากขั้นตอนข้างต้น ไปดำเนินการแปรข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบเรขศิลป์ โดยเรียงจากสี ตัวอักษร ภาพ ได้รับผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

องค์ประกอบเรขศิลป์ เรื่อง สี

การสกัดสีจากหินโคกกรวด

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ในเขตอำเภอสูงเนิน เพื่อเก็บตัวอย่างของหินโคกกรวด (หินสด) แต่ไม่สามารถเก็บตัวอย่างของหินได้ครบตามสีที่ระบุไว้ในเอกสาร จึงได้ติดต่อขอตัวอย่างหินโคกกรวดจากผู้เชี่ยวชาญด้านธรณีวิทยา ในโครงการโคราชจีโอพาร์ค (Khorat Geo Park) ต่อจากนั้น ได้นำตัวอย่างของหินโคกกรวดที่มีสีครบแล้ว นำมาเทียบเคียงกับชุดสี GEOLOGICAL ROCK-COLOR CHART ของ Munsell Color ซึ่งเป็นหนังสือระบบสีของหินที่นักธรณีวิทยาสากลใช้ในการเทียบสีของหินในการสำรวจและเก็บข้อมูลด้านธรณีวิทยา

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการเทียบสีของหินโคกกรวดแล้ว จึงได้นำผลการวิเคราะห์เทียบสีไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านธรณีวิทยา (กลุ่มหินโคราช-หินทราย) ของโครงการสวนหิน เควสตาโคราช (Khorat Cuesta Stone Park) ในโครงการโคราชจีโอพาร์ค (Khorat Geo Park) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล โดยได้ผลสรุปชุดสีของหินโคกกรวด ได้ดังนี้

ตารางที่ 18 ชุดสีที่สกัดได้จากหินโคกกรวด อำเภอสูงเนิน

ลักษณะ และรูปภาพของหิน	ชุดสีที่ได้	คำบรรยาย (เรียงจากซ้ายไปขวา)
<p>ประเภทที่ 1 หินทรายเนื้อละเอียดสีแดง สีน้ำตาลแกมแดง (Fine Grained Sandstone)</p> 		<p>เรียงจากซ้ายไปขวาและบนลงล่าง</p> <p>-5R2/6 Very Dark Red</p> <p>-10R4/6 Moderate Reddish Brown</p> <p>-10R3/4 Dark Reddish Brown</p> <p>-10R2/2 Very Dusty Red</p>
<p>ประเภทที่ 2 หินทรายแป้งสีน้ำตาลแกมแดง และสีน้ำตาลแกมม่วง (Silt Stone)</p> 		<p>เรียงจากซ้ายไปขวาและบนลงล่าง</p> <p>-5R2/6 Very Dark Red</p> <p>-10R6/6 Moderate Reddish Orange</p> <p>-5YR3/4 Moderate Brown</p> <p>-10YR4/2 Dark Yellowish Brown</p>
<p>ประเภทที่ 3 หินทรายแบบมีหินโคลนเนื้อปูนแทรก สีเขียวอมเทา (Mud Stone)</p> 		<p>เรียงจากซ้ายไปขวาและบนลงล่าง</p> <p>-5B8/2 Very Pale Blue</p> <p>-5G8/1 Light Greenish Fray</p> <p>-5B9/1 Bluish White</p> <p>-10G8/2 Very Pale Green</p>

จากตารางข้างบน ผู้วิจัยสรุปชุดสีที่สกัดได้จากหินโคกกรวด ที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน ได้ทั้งหมด 3 ชุดสี ตามลักษณะของหินโคกกรวดที่เป็นกลุ่มหินตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ก. หินโคกกรวด ประเภทที่ 1 ประกอบด้วยหินทรายเนื้อละเอียดสีแดง สีน้ำตาลแกมแดง (Fine Grained Sandstone) สีที่สกัดได้ ได้แก่

- 1) Very Dark Red (5R 2/6) หรือ แดงเข้มมาก
- 2) Moderate Reddish Brown (10R 4/6) หรือ สีน้ำตาลแดงปานกลาง
- 3) Dark Reddish Brown (10R 3/4) หรือ สีน้ำตาลแดงเข้ม
- 4) Very Dusky Red (10R 2/2) หรือ สีแดงเข้มมาก

ข. หินโคกกรวด ประเภทที่ 2 ประกอบด้วยหินทรายแป้งสีน้ำตาลแกมแดง และสีน้ำตาลแกมม่วง (Silt Stone) สีที่สกัดได้ ได้แก่

- 1) Very Dark Red (5R 2/6) หรือ แดงเข้มมาก
- 2) Moderate Reddish Orange (10R 6/6) หรือ สีส้มแดงปานกลาง
- 3) Moderate Brown (5YR 3/4) หรือ สีน้ำตาลปานกลาง
- 4) Dark Yellowish Brown (10YR 4/2) หรือ สีน้ำตาลอมเหลืองเข้ม

ค. หินโคกกรวด ประเภทที่ 3 ประกอบด้วยหินทรายแบบมีหินโคลนเนื้อปูนแทรก สีเขียวอมเทา (Mud Stone) สีที่สกัดได้ ได้แก่

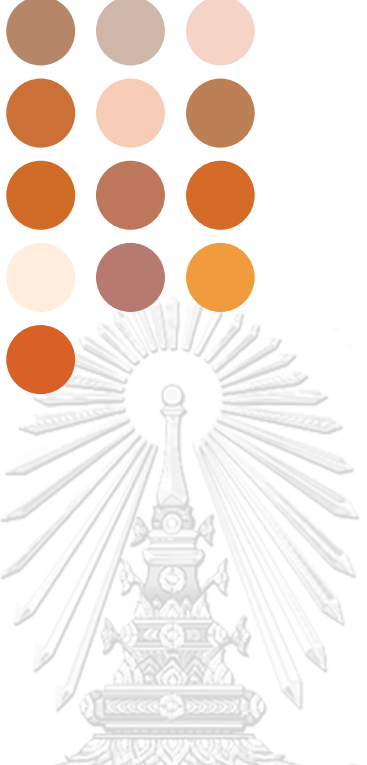



- 1) Very Pale Blue (5B 8/2) หรือ สีฟ้าซีดมาก
- 2) Light Greenish Grey (5G 8/1) หรือ สีเทาอมเขียวอ่อน
- 3) Bluish White (5B 9/1) หรือ สีฟ้าอมขาว
- 4) Very Pale Green (10G 8/2) หรือ สีเขียวซีดมาก

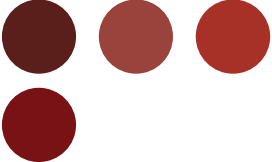
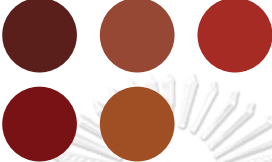
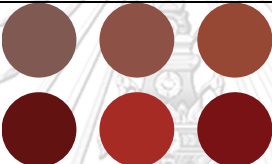
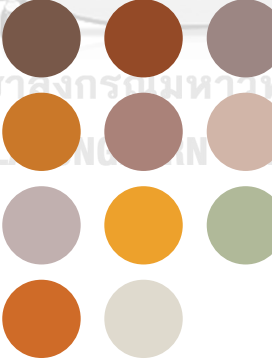
การสกัดสีจาก 9 ชุดดิน


ผู้วิจัยศึกษาพบว่า การจำแนกดินออกมาเป็นชุดดินต่าง ๆ นั้น มีสีเป็นปัจจัยหลักในการตัดแยก กล่าวคือ สีจะบ่งบอกได้ว่าดินในแต่ละพื้นที่จัดอยู่ในชุดดินใด นอกจากนี้ สีของดินยังสามารถบอกให้ทราบถึงลักษณะบางประการของดินที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของพืชและลักษณะน้ำใต้ดินอีกด้วย ดังนั้น สีของดินจึงมีความสำคัญมาก และสีของดินในแต่ละชุดก็มีหลากหลายเฉดสีขึ้นอยู่กับความลึกเป็นตัวแปรสำคัญ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเรื่องสีของดินจากเอกสาร เรื่อง การกำหนดลักษณะและสมบัติของชุดดิน จากกองสำรวจดินและวิจัยทรัพยากรดิน กรมพัฒนาที่ดิน หลังจากที่ได้ข้อมูลเรื่องสีของดินมาครบแล้ว จึงนำไปเทียบสีจากหนังสือ Munsell Soil-Color Charts ได้สรุปผลการวิเคราะห์สี ดังตารางนี้

ตารางที่ 19 ชุดสีและรายละเอียดที่สรุปได้จาก 9 ชุดดิน

ชื่อชุดดิน	ชุดสีที่ได้	คำบรรยาย (เรียงจากซ้ายไปขวา)
1) ชุดดินกำบง KHAMBONG SERIES (Kg) = 13 โทนสี		Brown 10YR5/3 Brownish Gray 10YR6/2 Pink 5YR7/3 Strong Brown 7.5YR5/6 Pink 5YR7/4 Yellowish Brown 10YR5/4 Yellowish Brown 10YR5/8 Brown 7.5YR5/4 Strong Brown 7.5YR5/8 Pink 5YR8/3 Reddish Brown 5YR5/3 Reddish Yellow 7.5YR6/8 Yellowish Red 5YR5/8
2) ชุดดินสีคิ้ว SIKHIO SERIES (Si) = 3 โทนสี		Dark brown 7.5YR4/2 Dark red 2.5YR3/6 Dark reddish brown 2.5YR3/4
3) ชุดดินสูงเนิน SUNG NOEN SERIES (Sn) = 5 โทนสี		Dark grayish brown 10YR4/2 Brown 7.5YR5/3 Yellowish red 5YR4/6 Red 2.5YR4/6 Light gray 10YR7/2
4) ชุดดินพิมาย PHIMAI SERIES (Pm) = 7 โทนสี		Dark gray 10YR4/1 Red 2.5YR4/6 Gray 10YR5/1 Dark red 2.5YR3/6 Strong brown 7.5YR5/6 Yellowish red 5YR4/6

ชื่อชุดดิน	ชุดสีที่ได้	คำบรรยาย (เรียงจากซ้ายไปขวา)
		Red 2.5YR5/8
5) ชุดดินจัตุรัส CHATTURAT SERIES (Ct) = 4 โทนสี		Dark reddish brown 5YR3/3 Reddish brown 2.5YR4/4 Red to Dark red 2.5YR4/6 Dark red 2.5YR3/6
6) ชุดดินชุมพวง CHUM PHUANG SERIES (Cpg) = 5 โทนสี		Dark reddish brown 5YR3/3 Reddish brown 5YR4/4 Red 2.5YR4/6 Dark red 2.5YR3/6 Red 10YR4/6
7) ชุดดินยโสธร YASOTHON SERIES (Yt) = 6 โทนสี		Dark brown 7.5YR4/2 Reddish brown 5YR4/3 Reddish brown 5YR4/4 Reddish brown 5YR3/4 Red 2.5YR4/6 Dark red 2.5YR3/6
8) ชุดดินกุลาร้องไห้ KULA RONGHAI SERIES (Ki) = 11 โทนสี		Dark greyish brown 10YR4/2 Strong brown 7.5YR4/4 Gray 10YR5/1 Yellowish brown 10YR5/6 Brown 7.5YR5/2 Pinkish gray 7.5YR6/2 Gray 7.5YR6/1 Brownish yellow 10YR6/8 Greenish gray 5G6/1 Yellowish brown 10YR5/8 Light gray 5Y7/1

ชื่อชุดดิน	ชุดสีที่ได้	คำบรรยาย (เรียงจากซ้ายไปขวา)
9) ชุดดินห้วยแกลง HUI THALAENG SERIES (Ht) = 4 โทนสี		Dark brown to Brown 7.5YR4/2 Reddish brown 5YR5/4 Brown 7.5YR5/4 Brown 7.5YR5/3

การสกัดสีจากผ้าเจียกนางดำ

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์สีจากตัวอย่างผ้าเจียกนางดำทั้งสองแบบ คือ แบบสีโบราณและแบบสีปัจจุบัน หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์สีไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าเจียกนางดำ ได้แก่ คุณสมพงษ์ กัลยา เจ้าของงานพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นผู้พลิกฟื้นและหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า ผ้าเจียกนางดำ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล และรับฟังความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อนำมาปรับปรุงผลการวิเคราะห์สี หลังจากได้คำตอบและยืนยันความถูกต้องของโทนสี ผู้วิจัยได้สรุปสีของผ้าเจียกนางดำออกเป็น 4 ชุดสี โดยแบ่งเป็นผ้าเจียกนางดำแบบสีโบราณ 2 ชุดสี และผ้าเจียกนางดำแบบสีปัจจุบัน 2 ชุดสี มีรายละเอียดแสดงในตาราง ดังต่อไปนี้


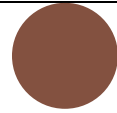
ตารางที่ 20 แสดงชุดสีที่สกัดได้จากผ้าเจียมนางดำ อำเภอสองเนิน

ประเภทของผ้าเจียมนางดำ	ชุดสีที่ได้	หมายเหตุ
<p>ผ้าเจียมนางดำแบบสีโบราณ (ผืนที่ 1)</p> 		<p>← ส่วนปก</p> <p>← ส่วนตัว</p> <p>← ส่วนเชิง</p>
<p>ผ้าเจียมนางดำแบบสีโบราณ (ผืนที่ 2)</p> 		<p>← ส่วนปก</p> <p>← ส่วนตัว</p> <p>← ส่วนเชิง</p>
<p>ผ้าเจียมนางดำแบบสีปัจจุบัน (ผืนที่ 1)</p> 		<p>← ส่วนปก</p> <p>← ส่วนตัว</p> <p>← ส่วนเชิง</p>
<p>ผ้าเจียมนางดำแบบสีปัจจุบัน (ผืนที่ 2)</p> 		<p>← ส่วนปก</p> <p>← ส่วนตัว</p> <p>← ส่วนเชิง</p>





3.3 ผู้วิจัยนำสีที่สกัดได้ทั้งหมด จาก 3 ข้อมูลภูมิศาสตร์ คือ 1) หินโคกกรวด 2) ดิน 9 ชุดดิน 3) ฝ้ายเงียงนางดำ ไปเทียบความใกล้เคียงกับตาราง Hue and Tone System ของ Shigenobu Kobayashi เพื่อจัดหมวดหมู่และแยกประเภทของโทนสี ต่อจากนั้น นำผลที่ได้ไปจับคู่สีกับ Color Combination ใน Color Image Scale เพื่อให้ทราบถึงคำสื่ออารมณ์และความรู้สึก (Mood and Tone) สำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชนต่อไป ในขั้นตอนการออกแบบ

เนื่องจากสีที่สกัดได้ทั้งหมด มีโทนสีจำนวนมากและมีความแตกต่างที่หลากหลาย และในแต่ละโทนสีนั้นมีความใกล้เคียงกันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะโทนสีในกลุ่มที่สกัดได้จากชุดดิน 9 ชุดดิน หากมองด้วยตาเปล่าจะไม่สามารถแยกความแตกต่างของโทนสีได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วโทนสีแต่ละโทนนั้นมีค่าสีที่แตกต่างกัน เพราะค่าความลึกของชั้นดินในแต่ละชั้น ส่งผลถึงค่าสีด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ข้อสำคัญของการคัดแยกสีตาม Hue and Tone System และจัดหมวดหมู่ให้กับสีตาม Color Combination Image Scale เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้งานของผู้ประกอบการสินค้าชุมชน ที่จะสามารถเลือกใช้สีได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร อาทิ ต้องการให้สินค้าชุมชนมีบุคลิกภาพชวนฝัน สามารถเลือกใช้สีกลุ่ม Romantic ได้ อีกทั้งยังมีชุดสีย่อยต่าง ๆ ตามคำสื่ออารมณ์และความรู้สึกอีกด้วย หากผู้ประกอบการต้องการ







3.4 ผลการวิเคราะห์สีจากการเทียบความใกล้เคียงของ Hue and Tone System ตารางที่ 21 สีจากหินโคกกรวดเทียบความใกล้เคียงของ Hue and Tone System







สีจากหินโคกกรวด อำเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
 -5R2/6 Very Dark Red	R: 79 G: 30 B: 41	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Serious เอาจริง เอาจัง -Precious คุ้มค่า	1. Dandy 2. Classic-Dandy 3. Formal
 -10R4/6 Moderate Reddish Brown	R: 131 G: 81 B: 64	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โก้เป็นชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย เขย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic







สีจากหินโคกกรวด อำเภอสองเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
 <p>-10R3/4 Dark Reddish Brown</p>	R: 96 G: 64 B: 56	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดูลึกลับ	1. Dandy 2. Elegant
 <p>-10R2/2 Very Dusty Red</p>	R: 62 G: 43 B: 39	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Serious เอาจริง เอาจัง -Precious คุ้มค่า	1. Dandy 2. Classic-Dandy 3. Formal
 <p>-5R2/6 Very Dark Red</p>	R: 79 G: 30 B: 41	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Serious เอาจริง เอาจัง -Precious คุ้มค่า	1. Dandy 2. Classic-Dandy 3. Formal
 <p>-10R6/6 Moderate Reddish Orange</p>	R: 186 G: 132 B: 110	Subdued Tones: Light	ให้ความรู้สึก -Mild อ่อน -Charming มีเสน่ห์ น่า หลงใหล	1. Natural 2. Romantic
 <p>-5YR3/4 Moderate Brown</p>	R: 93 G: 69 B: 46	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Serious เอาจริง เอาจัง -Precious คุ้มค่า	1. Dandy 2. Classic-Dandy 3. Formal
 <p>-10YR4/2 Dark Yellowish Brown</p>	R: 118 G: 94 B: 62	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โก้เป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic

สีจากหินโคกกรวด อำเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
			เซย	
 -5B8/2 Very Pale Blue	R: 188 G: 206 B: 208	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
 -5G8/1 Light Greenish Gray	R: 194 G: 202 B: 194	Subdued Tones: Light Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Quiet เงียบ สงบ	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 -5B9/1 Bluish White	R: 225 G: 236 B: 237	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
 -10G8/2 Very Pale Green	R: 188 G: 208 B: 198	Subdued Tones: Light Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Quiet เงียบ สงบ	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic






ตารางที่ 22 สีจากผ้าเยีงนางดำเทียบความใกล้เคียงของ Hue and Tone System







สีจากผ้าเยีงนางดำ อำเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
	R: 136 G: 22 B: 58	Dark Tones: Deep	ให้ความรู้สึก -Tasteful มีรสชาติ รสนิยม -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน	1. Classic 2. Gorgeous
	R: 238 G: 209 B: 229	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
	R: 75 G: 55 B: 83	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดูลึกลับ	1. Dandy 2. Elegant
	R: 99 G: 82 B: 100	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โท่เป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย เชย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic
	R: 51 G: 67 B: 93	Dark Tones: Deep	ให้ความรู้สึก -Tasteful มีรสชาติ รสนิยม -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน	1. Classic 2. Gorgeous
	R: 186 G: 46 B: 107	Vivid Tones: Vivid	ให้ความรู้สึก -Vivid เจิดจ้า -Bold เด่นชัด อาจหาญ	1. Modern 2. Dynamic 3. Casual

สีจากผ้าเจียมนางดำ อำเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
			-Clear ชัดเจน -Sharp แหลมคม -Lively มีชีวิตชีวา	4. Clear
	R: 221 G: 216 B: 233	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
	R: 173 G: 66 B: 114	Subdued Tones: Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Elegant สะอาดสะอาง สวยแบบผู้ดี	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
	R: 209 G: 199 B: 184	Subdued Tones: Light Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Quiet เงียบ สงบ	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
	R: 94 G: 81 B: 81	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดุจลึกลับ	1. Dandy 2. Elegant
	R: 148 G: 146 B: 137	Subdued Tones: Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Elegant สะอาดสะอาง สวยแบบผู้ดี	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
	R: 13 G: 39 B: 71	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดุจลึกลับ	1. Dandy 2. Elegant







สีจากผ้าเงียงนางดำ อำเภอสองเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
	R: 193 G: 205 B: 198	Subdued Tones: Light Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Quiet เงียบ สงบ	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
	R: 105 G: 30 B: 88	Dark Tones: Deep	ให้ความรู้สึก -Tasteful มีรสนิยม -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน	1. Classic 2. Gorgeous
	R: 198 G: 30 B: 95	Vivid Tones: Vivid	ให้ความรู้สึก -Vivid เจิดจ้า -Bold เด่นชัด อาจหาญ -Clear ชัดเจน -Shape แหวมคม -Lively มีชีวิตชีวา	1. Modern 2. Dynamic 3. Casual 4. Clear
	R: 166 G: 64 B: 152	Bright Tones: Bright	ให้ความรู้สึก -Bright สว่างสดใส -Sweet อ่อนหวาน -Clear ชัดเจน	1. Romantic 2. Casual 3. Pretty 4. Clear
	R: 234 G: 229 B: 228	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
	R: 24 G: 17 B: 54	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Serious เอาจริงจัง เอาจั่ง -Precious คุ้มมีค่า	1. Dandy 2. Classic-Dandy 3. Formal





สีจากผ้าเงยนางดำ อำเภอสูงเนิน







ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
	R: 32 G: 67 B: 139	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โท้งเป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย เชย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic
	R: 82 G: 67 B: 155	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โท้งเป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย เชย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic
	R: 213 G: 219 B: 230	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
	R: 86 G: 15 B: 65	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Serious เอาจริงจัง เอาจ้ง -Precious ดูมีค่า	1. Dandy 2. Classic- Dandy 3. Formal
	R: 226 G: 29 B: 57	Vivid Tones: Strong	ให้ความรู้สึก -Sturdy ดูแข็งแแรง ทนทาน -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน -Practical ดูเหมาะที่จะใช้ งาน	1. Dandy 2. Classic- Dandy 3. Gorgeous

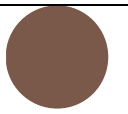
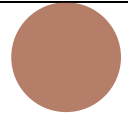



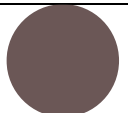
สีจากผ้าเยิงนางดำ อำเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
	R: 250 G: 228 B: 58	Bright Tones: Bright	ให้ความรู้สึก -Bright สว่างสดใส -Sweet อ่อนหวาน -Clear ชัดเจน	1. Romantic 2. Casual 3. Pretty 4. Clear
	R: 0 G: 0 B: 0	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Serious เอาจริง เอาจัง -Precious คุ้มค่า	1. Dandy 2. Classic-Dandy 3. Formal
	R: 255 G: 248 B: 242	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
	R: 253 G: 183 B: 24	Vivid Tones: Vivid	ให้ความรู้สึก -Vivid เจิดจ้า -Bold เด่นชัด อาจหาญ -Shape แหวมคม -Lively มีชีวิตชีวา -Clear ชัดเจน	1. Modern 2. Dynamic 3. Casual 4. Clear
	R: 26 G: 98 B: 51	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดูลึกลับ	1. Dandy 2. Elegant
	R: 14 G: 147 B: 71	Vivid Tones: Vivid	ให้ความรู้สึก -Vivid เจิดจ้า -Bold เด่นชัด อาจหาญ -Shape แหวมคม -Lively มีชีวิตชีวา -Clear ชัดเจน	1. Modern 2. Dynamic 3. Casual 4. Clear






ตารางที่ 23 สีจากดิน 9 ชุดดินเทียบความใกล้เคียงของ Hue and Tone System






สีจาก 9 ชุดดิน อําเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
 Brown 10YR5/3	R: 181 G: 134 B: 104	Subdued Tones: Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Elegant สะอาดสะอาง สวยแบบผู้ดี	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Brownish Gray 10YR6/2	R: 206 G: 183 B: 169	Subdued Tones: Light Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล - Quiet เงียบ สงบ	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Pink 5YR7/3	R: 245 G: 211 B: 199	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
 Strong Brown 7.5YR5/6	R: 203 G: 112 B: 54	Vivid Tones: Strong	ให้ความรู้สึก -Sturdy ดูแข็งแกร่ง ทนทาน -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน -Practical ดูเหมาะที่จะใช้ งาน	1. Cool- Casual 2. Dandy 3. Classic- Dandy 4. Gorgeous
 Pink 5YR7/4	R: 247 G: 205 B: 183	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
	R: 189 G: 128	Subdued Tones:	ให้ความรู้สึก -Mild อ่อน	1. Natural 2. Romantic






สีจาก 9 ชุดดิน อําเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
Yellowish Brown 10YR5/4	B: 84	Light	-Charming มีเสน่ห์ น่า หลงใหล	
 Yellowish Brown 10YR5/8	R: 209 G: 108 B: 40	Vivid Tones: Strong	ให้ความรู้สึก -Sturdy ดูแข็งแรง ทนทาน -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน -Practical ดูเหมาะที่จะใช้ งาน	1. Cool- Casual 2. Dandy 3. Classic- Dandy 4. Gorgeous
 Brown 7.5YR5/4	R: 189 G: 119 B: 91	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โก้เป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย เชย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic
 Strong Brown 7.5YR5/8	R: 212 G: 107 B: 40	Vivid Tones: Strong	ให้ความรู้สึก -Sturdy ดูแข็งแรง ทนทาน -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน -Practical ดูเหมาะที่จะใช้ งาน	1. Cool- Casual 2. Dandy 3. Classic- Dandy 4. Gorgeous
 Pink 5YR8/3	R: 255 G: 237 B: 222	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural

สีจาก 9 ชุดดิน อําเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
 Reddish Brown 5YR5/3	R: 182 G: 122 B: 113	Subdued Tones: Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Elegant สะอาดสะอ้ง สวยแบบผู้ดี	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Reddish Yellow 7.5YR6/8	R: 241 G: 155 B: 63	Bright Tones: Bright	ให้ความรู้สึก -Bright สว่างสดใส -Sweet อ่อนหวาน -Clear ชัดเจน	1. Romantic 2. Casual 3. Pretty 4. Clear
 Yellowish Red 5YR5/8	R: 216 G: 98 B: 39	Vivid Tones: Vivid	ให้ความรู้สึก -Vivid เจิดจ้า -Bold เด่นชัด อ้าหาญ -Clear ชัดเจน -Sharp แหลมคม -Lively มีชีวิตชีวา	1. Modern 2. Dynamic 3. Casual
 Dark brown 7.5YR4/2	R: 131 G: 90 B: 85	Subdued Tones: Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Elegant สะอาดสะอ้ง สวยแบบผู้ดี	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Dark red 2.5YR3/6	R: 120 G: 18 B: 22	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดูลึกลับ	1. Dandy 2. Elegant
	R: 112 G: 120 B: 112	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดูลึกลับ	1. Dandy 2. Elegant

สีจาก 9 ชุดดิน อำเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
Dark reddish brown 2.5YR3/4				
 Dark grayish brown 10YR4/2	R: 122 G: 89 B: 74	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดูลึกกลับ	1. Dandy 2. Elegant
 Brown 7.5YR5/3	R: 179 G: 126 B: 105	Subdued Tones: Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Elegant สะอาดสะอ่อง สวยแบบผู้ดี	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Yellowish red 5YR4/6	R: 168 G: 66 B: 37	Dark Tones: Deep	ให้ความรู้สึก -Tasteful มีรสชาติ รสนิยม -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน	1. Classic 2. Gorgeous
 Red 2.5YR4/6	R: 168 G: 45 B: 36	Dark Tones: Deep	ให้ความรู้สึก -Tasteful มีรสชาติ รสนิยม -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน	1. Classic 2. Gorgeous
 Light gray 10YR7/2	R: 234 G: 216 B: 199	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม -Delicate ประณีต บรรจง	1. Romantic 2. Natural
	R: 108 G: 88	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Serious เอาจริง	1. Dandy 2. Classic-




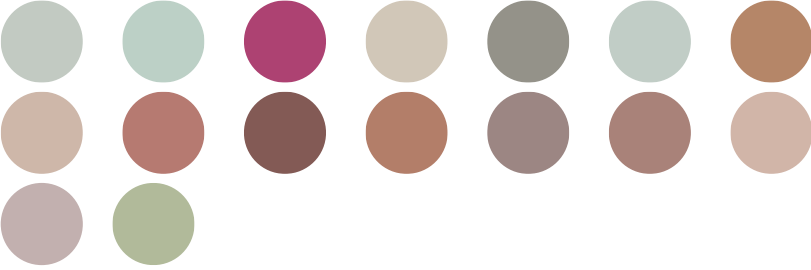

สีจาก 9 ชุดดิน อําเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
Dark gray 10YR4/1	B: 86		เอาจ้ัง -Precious ดุมีค่า	Dandy 3. Formal
 Gray 10YR5/1	R: 156 G: 134 B: 131	Subdued Tones: Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentleสุภาพ นุ่มนวล -Elegant สะอาดสะอ้ง สวยแบบผู้ดี	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Red 2.5YR5/8	R: 221 G: 88 B: 54	Vivid Tones: Vivid	ให้ความรู้สึก -Vivid เจิดจ้า -Bold เด่นชัด อัจฉริยะ -Clear ชัดเจน -Shape แหวมคม -Lively มีชีวิตชีวา	1. Modern 2. Dynamic 3. Casual 4. Clear
 Dark reddish brown 5YR3/3	R: 90 G: 30 B: 27	Dark Tones: Dark Grayish	ให้ความรู้สึก -Serve Seriousเอาจ้ัง เอาจ้ัง -Precious ดุมีค่า	1. Dandy 2. Classic- Dandy 3. Formal
 Reddish brown 2.5YR4/4	R: 154 G: 67 B: 60	Dark Tones: Deep	ให้ความรู้สึก -Tasteful มีรสชาติ รสนิยม -Substantial จับต้องได้ มีหลักฐาน	1. Classic 2. Gorgeous
 Reddish brown 5YR4/4	R: 150 G: 72 B: 53	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โก้เป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic

สีจาก 9 ชุดดิน อําเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
 Red 10YR4/6	R: 160 G: 78 B: 37	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โท้เป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย เชย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic
 Reddish brown 5YR4/3	R: 143 G: 82 B: 70	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โท้เป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย เชย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic
 Reddish brown 5YR3/4	R: 98 G: 18 B: 18	Dark Tones: Dark	ให้ความรู้สึก -Subtle ดูลึกลับ	1. Dandy 2. Elegant
 Strong brown 7.5YR4/4	R: 149 G: 74 B: 39	Subdued Tones: Dull	ให้ความรู้สึก -Quiet เงียบ สงบ -Sophisticated โท้เป็น ชาวกรุง -Old Fashioned ล้าสมัย เชย	1. Dandy 2. Classic 3. Chic
 Yellowish brown 10YR5/6	R: 202 G: 120 B: 41	Vivid Tones: Strong	ให้ความรู้สึก -Sturdy ดูแข็งแกร้ง ทนทาน -Substantial จับต้องได้	1. Cool-Casual 2. Dandy 3. Classic-

สีจาก 9 ชุดดิน อําเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
			มีหลักฐาน -Practical ดูเหมาะที่จะใช้งาน	Dandy 4. Gorgeous
 Brown 7.5YR5/2	R: 169 G: 130 B: 121	Subdued Tones: Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล -Elegant สะอาดสะอ้ง สวยแบบผู้ดี	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Pinkish gray 7.5YR6/2	R: 209 G: 181 B: 168	Subdued Tones: Light Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล - Quiet เงียบ สงบ	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Gray 7.5YR6/1	R: 194 G: 176 B: 175	Subdued Tones: Light Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล - Quiet เงียบ สงบ	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
 Brownish yellow 10YR6/8	R: 237 G: 161 B: 44	Bright Tones: Bright	ให้ความรู้สึก -Bright สว่างสดใส -Clear ชัดเจน -Sweet อ่อนหวาน	1. Romantic 2. Casual 3. Pretty
 Greenish gray 5G6/1	R: 177 G: 186 B: 154	Subdued Tones: Light Grayish	ให้ความรู้สึก -Simple เรียบง่าย -Gentle สุภาพ นุ่มนวล - Quiet เงียบ สงบ	1. Clear 2. Natural 3. Elegant 4. Chic
	R: 223 G: 218	Bright Tones: Very Pale	ให้ความรู้สึก -Soft นุ่ม	1. Romantic 2. Natural


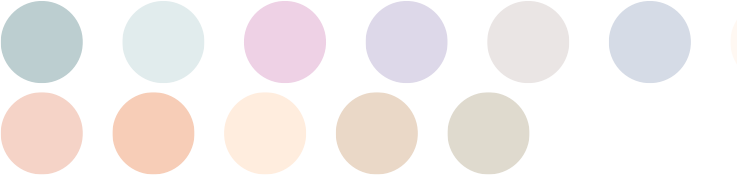
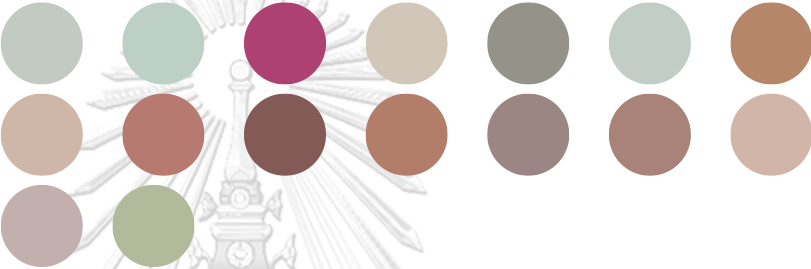
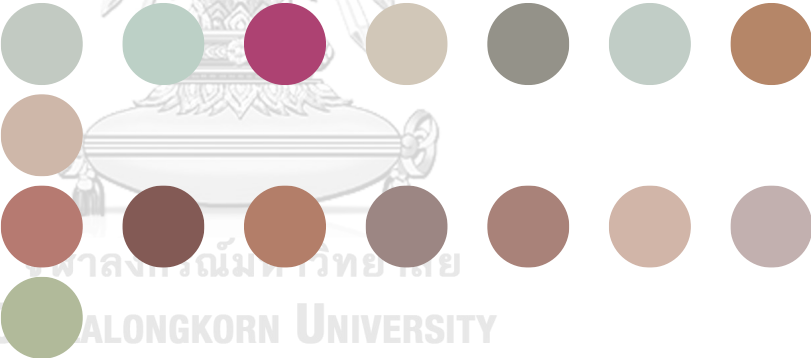


สีจาก 9 ชุดดิน อําเภอสูงเนิน				
ชุดสีที่สกัดได้	RGB Values	Hue & Tone System	ให้ความรู้สึก	Color Image Scale
Light gray 5Y7/1	B: 206		-Delicate ประณีต บรรจง	
 Reddish brown 5YR5/4	R: 189 G: 113 B: 97	Subdued Tones: Light	ให้ความรู้สึก -Mild อ่อน -Charming มีเสน่ห์ น่า หลงใหล	1. Natural 2. Romantic

3.5 ผลการจัดกลุ่มของชุดสีตามคำสื่ออารมณ์ของ Color Combination Image Scale
ตารางที่ 24 กลุ่มสีที่แบ่งตามคำสื่ออารมณ์ Color Combination Image Scale

กลุ่มที่	กลุ่มคำ	กลุ่มสีที่สื่ออารมณ์
1	Romantic	<p>1.1 Charming</p>  <p>1.2 Soft</p>  <p>1.3 Sweet & Dreamy</p> 
2	Clear	<p>2.1 Simple</p>  <p>2.2 Clear</p> 

กลุ่มที่	กลุ่มคำ	กลุ่มสีที่สื่ออารมณ์
		
3	Cool-Casual	3.1 Steady 
4	Modern	4.1 Sharp 
5	Formal	5.1 Precious 
6	Dandy	6.1 Serious  6.2 Quiet & Sophisticated  6.3 Subtle & Mysterious  6.4 Practical 
7	Classic	7.1 Old Fashioned


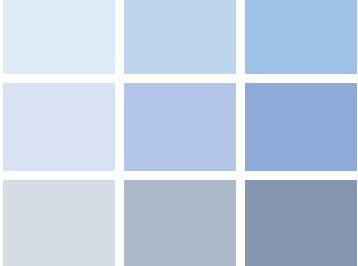
กลุ่มที่	กลุ่มคำ	กลุ่มสีที่สื่ออารมณ์
		 <p data-bbox="555 539 703 573">7.2 Tasteful</p> 
8	Classic-Dandy	<p data-bbox="555 689 695 723">8.1 Serious</p>  <p data-bbox="555 929 687 963">8.2 Sturdy</p> 
9	Dynamic	<p data-bbox="555 1072 679 1106">9.1 Lively</p>  <p data-bbox="555 1227 663 1261">9.2 Bold</p> 
10	Gorgeous	<p data-bbox="555 1368 762 1402">10.1 Substantial</p> 
11	Casual	<p data-bbox="555 1608 679 1641">11.1 Vivid</p>  <p data-bbox="555 1758 691 1792">11.2 Bright</p> 
12	Pretty	<p data-bbox="555 1904 699 1937">12.1 Sweet</p> 

กลุ่มที่	กลุ่มคำ	กลุ่มสีที่สื่ออารมณ์
13	Natural	<p>13.1 Mild</p>  <p>13.2 Delicate</p>  <p>13.3 Simple & Appealing</p>  <p>13.4 Gentle</p> 
14	Elegant	<p>14.1 Subtle</p>  <p>14.2 Gentle & Elegant</p> 
15	Chic	15.1 Quiet

กลุ่มที่	กลุ่มคำ	กลุ่มสีที่สื่ออารมณ์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การสร้างความกลมกลืนของสี เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้สี สำหรับการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน จากการศึกษาพบว่า การสร้างความกลมกลืนของสีมี 5 วิธี ได้แก่

<p>1. การใช้สีใกล้เคียง (Adjacent Colors)</p>	
<p>2. การใช้สีตรงข้าม (Opposite Colors)</p>	
<p>3. การใช้สีแยกตรงข้าม (Split-component Colors)</p>	

4. การใช้สีสามเส้า (Triads)	
5. การใช้สีค่าอ่อนครอบคลุม (Dominant Tint)	

ผู้วิจัยนำข้อมูลส่วนนี้ไปสัมภาษณ์ต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน เพื่อรับความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าแนวทางในการใช้สีแบบใดเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีความคิดเห็นตรงกันว่า การสร้างความกลมกลืนของสีทั้ง 5 วิธีมีความเหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานออกแบบได้ทั้งหมด ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะและสรุปออกมาได้ว่า

- ใช้สีแยกตรงข้ามดีที่สุด
- รองลงมาคือสีสามเส้า และสีตรงข้าม
- ใช้สีใกล้เคียง และใช้สีค่าอ่อนครอบคลุมเป็นลำดับท้ายสุด แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับแนวความคิด อารมณ์และความรู้สึกที่กำหนดของงานด้วย
- สามารถใช้สีได้ทุกประเภท แต่ไม่ควรใช้เกิน 2 ประเภทต่อ 1 งานออกแบบ

องค์ประกอบเรขศิลป์ เรื่อง ตัวอักษร

แนวทางการใช้ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยได้แบ่งตัวอักษรออกเป็น 2 ประเภท คือ ตัวอักษรภาษาไทยและตัวอักษรแบบละติน โดยได้ตั้งเกณฑ์การวิเคราะห์ตามการแบ่งตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- กลุ่มที่ 1 ตัวอักษรโดด (Letter)
- กลุ่มที่ 2 กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan)
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า (Words or Phases)

ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญและประเภทของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์								
	ผศ.ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ			อ.ชลิตา รัชตะพงศ์ธร			อ.ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3
รูปทรงเรขาคณิต ระบบโมดูลาร์									
Modern ตัวอักษรไม่มีหัว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Obscure ตัวอักษรมีหัว เล็กน้อยแบบขีด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Crossover ตัวอักษรไม่มีหัว คิด รูปทรงขึ้นใหม่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 26 แนวทางการใช้ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์แบบละตินตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ

ประเภทตัวอักษร (แบบละติน)	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ								
	ผศ.ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ			อ.ชลิตา รัชตะพงศ์ธร			อ.ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่ม ที่3	กลุ่มที่1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 1	กลุ่ม ที่2	กลุ่มที่ 3
Old Style ตัวอักษรรูปแบบยุค โรมัน	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	-
Transitional ตัวอักษรมีลายเส้น ที่มีค.ต่อเนื่อง	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	-
Modern ตัวอักษรมีความ แคบ เส้นแกนตรง	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	-

ประเภทตัวอักษร (แบบละติน)	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ								
	ผศ.ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ			อ.ชลิตา รัชตะพงศ์ธร			อ.ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่ม ที่3	กลุ่มที่1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 1	กลุ่ม ที่2	กลุ่มที่ 3
Slab Serif ตัวอักษรมีความ กว้าง	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	-
San Serif ตัวอักษรไม่มีเชิง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Display ตัวอักษรที่ออกแบบ มาเพื่อใช้พาดหัว หรือเฉพาะข้อความ สั้น ๆ	✓	✓	-	✓	✓		✓	✓	-

จากตารางด้านบน ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการใช้ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีความคิดเห็นตรงกันถึงแนวทางในการใช้ตัวอักษรที่เหมาะสมสำหรับนำมาใช้ในการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยแบ่งตามกลุ่มตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 กลุ่ม ผู้วิจัยได้สรุปผลออกมาดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 27 ผลสรุปแนวทางการใช้ตัวอักษรภาษาไทยบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน

	Hand Writing	Old Style	Wood Type	Humanist	Geometric	Geometric Humanist	Neo Geometric	Modern	Obscure	Crossover
ตัวอักษรโดด (Letter)	✓	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
คำโฆษณา ชวนเชื่อ (Slogan)	✓	✓	✓	-	-	-	✓	✓	✓	✓
กลุ่มคำ บรรยาย (Words of Phases)	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 28 ผลสรุปแนวทางการใช้ตัวอักษรละตินบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน

	Old Style	Transitional	Modern	Slab Serif	San Serif	Display
ตัวอักษรโดด (Letter)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
คำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กลุ่มคำบรรยาย (Words of Phases)	-	-	-	-	✓	-

ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะและสรุปออกมาได้ว่า

- ตัวอักษรแบบ Crossover (ตัวอักษรไม่มีหัวและคิดรูปทรงขึ้นใหม่) มีความเหมาะสมที่สุด ทั้งประเภทตัวอักษรภาษาไทยและแบบละติน

- รองลงมาคือ ตัวอักษรแบบ Old Style (ตัวมีหัว มีน้ำหนักรูปร่างบาง) และตัวอักษรแบบ Obscure (ตัวอักษรที่มีหัวเล็กน้อยแบบขีด) มีความเหมาะสมที่เท่ากัน สามารถเลือกใช้ได้
- อย่าใช้ตัวอักษรเกิน 2 ประเภทต่อ 1 งานออกแบบ
- ตัวอักษรแบบ Hand Writing (ลายมือเขียน/อาร์กซ์) มีความเหมาะสมสำหรับกลุ่มตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ ประเภทกลุ่มตัวอักษรโดด (Letter) อาทิ ชื่อสินค้า หรือคำสำคัญ เพราะให้อารมณ์และความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนได้ดี นอกจากนี้ หากสินค้าชุมชนใดมีเจ้าของเป็นผู้ประกอบการรายเดียว นักออกแบบสามารถนำเอาลายมือเขียนของเจ้าของมาเป็นชื่อสินค้าได้ ยิ่งสร้างอัตลักษณ์ให้โดดเด่นไม่เหมือนใคร

ภาษาโคราช

จากคำตอบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน ถึงแนวทางการแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ในหมวดของภาษาพูดนั้น ได้คำตอบและขอแนะนำว่า ควรนำภาษาพูดโคราชไปปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่างให้กับสินค้าชุมชน อีกทั้ง ยังเป็นการสื่อสารถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยโคราชผ่านตัวอักษรบนสินค้าชุมชนได้อีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปคำศัพท์ภาษาพูดโคราชที่ใช้บ่อย โดยนำข้อมูลส่วนนี้ไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน ได้รับการยืนยันความถูกต้องของข้อมูลและรับความคิดเห็นเพิ่มเติมแล้วเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ผลสรุปดังตารางด้านล่างนี้

คำศัพท์ภาษาโคราชที่พบได้บ่อย

ตารางที่ 29 คำศัพท์ภาษาโคราชที่พบได้บ่อย สรุปโดยผู้วิจัย

ภาษาโคราช	แปลว่า	คำแปล	หมายเหตุ
กำดั่ง	แปลว่า	คิดถึง เป็นห่วง อาลัย	
จี	”	จะ	เช่น จีไปไหน
จู้ก	”	ไม่ ไม่ทราบ	คำปฏิเสธ จู้กเต๋ จู้กแหล่ว
ดา	”	ด้วย บ้าง	คำแสดงกิริยารวมหรือเพิ่ม เช่น ไปดา ขอกินดา
ต็อก	”	เปล่า ไม่ใช่	ประกอบท้ายคำที่แสดงถึงการบอกเล่าและปฏิเสธ เช่น ไม่แมนต็อก
เต๋	”	นะ แหละ นันแหละ นี้แหละ	ใช้ประกอบคำเพื่อเน้นความให้ชัดขึ้น เช่น ไม่รู้เต๋ ดอกเต๋

ภาษาโคราช	แปลว่า	คำแปล	หมายเหตุ
เต๋เฮย	”	นะ ละนะ	คำต่อท้ายประโยคเพื่อเน้นความหมายทำนองว่า วะ ละนะนะ เช่น ทิดแก้วจิวมาเอาเรื่องเต๋เฮย แปลว่า ทิดแก้วจะมาเอาเรื่องวะ
เต๋	”	นะ	เหมือน เต๋อ
เต๋อ	”	นะ	เช่น ไปแหละเต๋อ
เต๋ง	”	ด้วย	คำแสดงกริยาที่ต้องการทำร่วม เช่น ใครจิวไปเต๋ง
ถั่ว	”	ซี, สี	คำประกอบท้ายคำที่แสดงถึงความต้องการให้ทำตามอย่างหงุดหงิด (ในเชิงน้ำเสียงไม่พอใจ)
แถะ	”	จั่ง	คำเน้นท้ายคำที่ทำให้ประโยคดูเด่นขึ้น
นิ	”	เหรอ	เป็นคำใช้เสริมคำเพื่อให้เสียงสละสลวย
เนาะ	”	เหรอ	เป็นคำใช้เสริมคำเพื่อให้เสียงสละสลวย
เบ็ง	”	ข้าง ด้วย	คำที่แสดงความรู้สึกต้องการทำร่วมหรือมีส่วนร่วม
โหด	”	มากไป เหลือหลาย	เช่น มากโหด โกลโหด
เหว่ย	”	อะไร ไหน	ใช้ประกอบท้ายคำ มีความหมายทำนองว่า เว้ย วะ เช่น ไปไหนเหว่ย เหว่ยเฮย
ไอเยอ	”	อะไรนะ	ไอเยอ ก็ได้
ไอ๋ (ไอ)	”	อะไร	อาย ไอ๋ ก็ได้ เช่น ทำอาย แปลว่า ทำอะไร
เอ๊็บ	”	ไม่น่าเลย, น่าเสียดาย	เป็นคำอุทาน ประมาณว่า ไม่น่าเลย (เสียดาย) แสดงความประหลาดใจ

ภาษาโคราช	แปลว่า	คำแปล	หมายเหตุ
เฮย	”	เอย เอ้ย เอ้ย	คำสร้อยที่ประกอบต่อท้ายคำเพื่อเน้นคำ มีความหมายทำนองว่า เอย เอ้ย เอ้ย เช่น แจ่มเฮยมีคนจีมาขอลูกสาว นอนไม่ได้เลยเฮย

องค์ประกอบเรขศิลป์ เรื่อง ภาพ

แนวทางการใช้ภาพบนบรรจุภัณฑ์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ประเภทของภาพที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ ภาพถ่าย (Photo) และภาพประกอบ (Illustration) เนื่องจาก ผู้วิจัยต้องการหาประเภทของภาพที่สามารถสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์ได้ดี จึงได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน จำนวน 3 ท่าน จากการสัมภาษณ์ได้ข้อสรุปว่า ประเภทของภาพที่สามารถสื่อสารข้อมูลได้หลากหลาย คือ ภาพประกอบ (Illustration)

จากการตอบแบบสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ ถึงการใช้ภาพประกอบรูปแบบใดที่เหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ โดยปรากฏผลสรุปดังตาราง ดังนี้ ตารางที่ 30 แนวทางการใช้ภาพบนบรรจุภัณฑ์ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ประเภทของภาพประกอบ	ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ					
	ผศ.ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ		อ.ชลิตา รัชตะพงศ์ธร		อ.ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์	
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม
ภาพเสมือนจริง ภาพที่ถ่ายทอดเนื้อหา ออกมาโดยตรง	✓	-	✓	-	✓	-
ภาพประดิษฐ์หรือภาพ ดัดแปลง ภาพที่พยายามดัดแปลง มาจากภาพเหมือนจริง	✓	-	✓	-	✓	-
ภาพนามธรรม ภาพที่ไม่ได้พรรณนาเรื่อง	-	✓	✓	-	-	✓

ประเภทของ ภาพประกอบ	ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ					
	ผศ.ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ		อ.ชลิตา รัชตะพงศ์ธร		อ.ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์	
	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม
รามตามความเป็นจริง						
ภาพวาดแบบดั้งเดิม เป็นภาพวาดโดยใช้ ลักษณะสีต่าง ๆ เช่น สี น้ำ สีไม้	✓	-	✓	-	✓	-
ภาพพิมพ์ ภาพที่ใช้เทคนิคการ สร้างสรรค์ด้วยเทคนิค ทางการพิมพ์	✓	-	✓	-	-	✓
ภาพวาดโดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์ การวาดภาพด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ เช่น เวกเตอร์	✓	-	✓	-	✓	-

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้ภาพบนบรรจุภัณฑ์และสรุปออกมาได้ว่า

- 1) เทคนิคการสร้างสรรค์ภาพที่เหมาะสมที่สุด สำหรับสินค้าชุมชน ได้แก่
 - ภาพพิมพ์ มีความเหมาะสมที่สุด รองลงมาคือภาพวาดแบบดั้งเดิม โดยเทคนิคทั้งสองแบบนี้ สามารถสร้างสรรค์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้
- 2) ประเภทของภาพประกอบที่เหมาะสมที่สุด สำหรับสินค้าชุมชน ได้แก่
 - รูปภาพประดิษฐ์หรือภาพดัดแปลง รองลงมาคือ รูปภาพเสมือนจริง
 - ภาพนามธรรม เหมาะสำหรับสร้างเป็นสัญลักษณ์ หรือลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ได้

หลังจากได้คำตอบเรื่องภาพจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาตัวอย่างจากงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีภาพประกอบเป็นภาพพิมพ์

ภาพวาดแบบดั้งเดิมและการสร้างสรรค์ภาพในลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับคำตอบที่ได้รับ จากหนังสือ Relish Marketing Illustration on Food & Drink Packaging (2017)

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและนำไปประยุกต์ใช้ในส่วนของการออกแบบในขั้นตอนต่อไป สรุปได้ทั้งหมด 34 ผลงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. Krasnogorie

ชื่อสินค้า: Krasnogorie

ภาพประกอบ: Engraving: the linocut technique



ภาพที่ 75 สินค้า Krasnogorie

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.25

2. Tou Prevezanou

ชื่อสินค้า: Tou Prevezanou

ภาพประกอบ: Linocut printmaking technique



ภาพที่ 76 สินค้า Tou Prevezanou

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.33

3. Tea in a Box

ชื่อสินค้า: Tea in a Box

ภาพประกอบ: Hand-drawn Illustrations & made in the linocut style



ภาพที่ 77 สินค้า Tea in a Box

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.39

4. Meat Post

ชื่อสินค้า: Meat Post

ภาพประกอบ: Traditional style: Photo collage with vector graphics



ภาพที่ 78 สินค้า Meat Post

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.43

5. The Adventure Blends of William Whistle

ชื่อสินค้า: The Adventure Blends of William Whistle

ภาพประกอบ: Hand-drawn Illustrations



ภาพที่ 79 สินค้า The Adventure Blends of William Whistle

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.53

6. Selvatica

ชื่อสินค้า: Selvatica

ภาพประกอบ: Hand-drawn Illustrations



ภาพที่ 80 สินค้า Selvatica

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.61

7. Micis

ชื่อสินค้า: Micis

ภาพประกอบ: Hand-drawn Illustrations



ภาพที่ 81 สินค้า Micis

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.65

8. Singular

ชื่อสินค้า: Singular

ภาพประกอบ: Vector digital drawing & handmade texture



ภาพที่ 82 สินค้า Singular

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.77

9. Triptea

ชื่อสินค้า: Triptea

ภาพประกอบ: Hand-drawn Illustrations



ภาพที่ 83 สินค้า Triptea

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.81

10. Greeting from the National Park

ชื่อสินค้า: Greeting from the National Park

ภาพประกอบ: Linocut technique



ภาพที่ 84 สินค้า Greeting from the National Park

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.89

11. Ibero-El Vino Universal

ชื่อสินค้า: Ibero-El Vino Universal

ภาพประกอบ: Inspired by architect & drawing



ภาพที่ 85 Ibero-El Vino Universal

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.93

12. Kreatuur

ชื่อสินค้า: Kreatuur

ภาพประกอบ: Hand-drawn Illustrations



ภาพที่ 86 สินค้า Kreatuur

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.97

13. Liefling

ชื่อสินค้า: Liefling

ภาพประกอบ: Hand-illustrated



ภาพที่ 87 สินค้า Liefling

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.101

14. Angus 6

ชื่อสินค้า: Angus 6

ภาพประกอบ: Hand-drawn



ภาพที่ 88 สินค้า Angus 6

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.105

15. Marana Craft Chocolate

ชื่อสินค้า: Marana Craft Chocolate

ภาพประกอบ: Watercolors



ภาพที่ 89 Marana Craft Chocolate

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.127

16. Bo Larn Thai Restaurant

ชื่อสินค้า: Bo Larn Thai Restaurant

ภาพประกอบ: Old Thai illustration: Hand-crafted & Collage



ภาพที่ 90 สินค้า Bo Larn Thai Restaurant

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.143

17. Palitra

ชื่อสินค้า: Palitra

ภาพประกอบ: Painting drawn & Hand drawn



ภาพที่ 91 สินค้า Palitra

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.147

18. Chateau Ruban Winery

ชื่อสินค้า: Chateau Ruban Winery

ภาพประกอบ: Ink drawing



ภาพที่ 92 สินค้า Chateau Ruban Winery

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.151

19. C by B

ชื่อสินค้า: C by B

ภาพประกอบ: Vintage style engraving combined colored illustrations



ภาพที่ 93 สินค้า C by B

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.155

20. Opre'

ชื่อสินค้า: Opre'

ภาพประกอบ: Hand-drawn illustrations inspired by old wood carvings



ภาพที่ 94 สินค้า Opre'

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.157

21. Fleur Du Nord

ชื่อสินค้า: Fleur Du Nord

ภาพประกอบ: Hand-drawn illustrations



ภาพที่ 95 สินค้า Fleur Du Nord

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.163

22. Monty Bojangles

ชื่อสินค้า: Monty Bojangles

ภาพประกอบ: A mix of hand-painted crafting & antique photography



ภาพที่ 96 สินค้า Monty Bojangles

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.167

23. Chudoslaskie Eggs

ชื่อสินค้า: Chudoslaskie Eggs

ภาพประกอบ: Hand-drawn illustrations



ภาพที่ 97 สินค้า Chudoslaskie Eggs

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.169

24. Nova Chocolates

ชื่อสินค้า: Nova Chocolates

ภาพประกอบ: Hand-drawn illustrations: Texture of pencil stroke & color digitally



ภาพที่ 98 สินค้า Nova Chocolates

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.175

25. For You & Me Beer

ชื่อสินค้า: For You & Me Beer

ภาพประกอบ: Free-hand drawing with an oil pastel



ภาพที่ 99 สินค้า For You & Me Beer

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.187

26. Seven Tea House

ชื่อสินค้า: Seven Tea House

ภาพประกอบ: Ink painting



ภาพที่ 100 สินค้า Seven Tea House

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.221

27. Pikes Peak

ชื่อสินค้า: Pikes Peak

ภาพประกอบ: Hand-drawn illustrations



ภาพที่ 101 สินค้า Pikes Peak

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.223

28. Dactari-Fine Spirits Edition

ชื่อสินค้า: Dactari-Fine Spirits Edition

ภาพประกอบ: Hand-drawn illustrations & colorful paper wraps



ภาพที่ 102 สินค้า Dactari-Fine Spirits Edition

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.237

29. Springs' Smokery

ชื่อสินค้า: Springs' Smokery

ภาพประกอบ: Charcoal illustrations: Hand-crafted



ภาพที่ 103 สินค้า Springs' Smokery

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.249

30. El Nudo

ชื่อสินค้า: El Nudo

ภาพประกอบ: Charcoal illustrations: Hand-crafted



ภาพที่ 104 สินค้า El Nudo

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.257

31. Thirsty Goat Amber

ชื่อสินค้า: Thirsty Goat Amber

ภาพประกอบ: Hand-drawn illustrations



ภาพที่ 105 สินค้า Thirsty Goat Amber

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.261

32. 39/22 Olive Oil

ชื่อสินค้า: 39/22 Olive Oil

ภาพประกอบ: Hand-drawn illustrations



ภาพที่ 106 สินค้า 39/22 Olive Oil

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.273

33. Day & Night

ชื่อสินค้า: Day & Night

ภาพประกอบ: Pigment ink-pen drawing



ภาพที่ 107 สินค้า Day & Night

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.281

34. Ale Browar

ชื่อสินค้า: Ale Browar

ภาพประกอบ: Handmade drawing



ภาพที่ 108 สินค้า Ale Browar

ที่มา: Relish Marketing Illustrations on Food & Drink Packaging, น.275

การวิเคราะห์แนวโน้มจากการศึกษาตัวอย่างงานออกแบบเพื่อนำผลไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยวิเคราะห์และได้ข้อสรุปดังนี้

- ภาพประกอบประเภทภาพพิมพ์ มีขั้นตอนการสร้างภาพต้นแบบจากการใช้แม่พิมพ์จริง อาทิ แม่พิมพ์แกะไม้ แล้วนำไปต่อยอดการสร้างสรรคภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ภาพประกอบที่ออกมามีความสวยงามและมีเอกลักษณ์โดดเด่น

- ภาพประกอบประเภทภาพพิมพ์ สื่อสารอารมณ์และเรื่องราวของสินค้าที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ได้ดี กล่าวคือ ความธรรมชาติของสีและเทคนิคการสร้างสรรคงานในลักษณะ Hand-crafted นั้น มีเสน่ห์และอัตลักษณ์เฉพาะตนที่เทคนิคอื่นลอกเลียนแบบได้ยาก ดังนั้น ความเป็นธรรมชาตินี้จึงถ่ายทอดเรื่องราวและทำให้ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ดูมีชีวิตชีวาและมีความเคลื่อนไหวได้ดีกว่าเทคนิคอื่น ๆ

- ภาพประกอบประเภทภาพวาดแบบดั้งเดิม มีขั้นตอนการสร้างภาพต้นแบบด้วยหลายวิธี ที่สำคัญความโดดเด่นจะแตกต่างกันไปตามวัสดุและเทคนิคที่ใช้ในการสร้างสรรคภาพ เช่น วาดโดยสีน้ำ วาดโดยน้ำหมึก วาดด้วยสีน้ำมันพาสเทล วาดด้วยดินสอสีไม้ เป็นต้น ซึ่งแต่ละเทคนิควิธีจะสื่อสารอารมณ์และความรู้สึกของสินค้าที่อยู่ภายในได้แตกต่างกัน

- ประเภทของภาพประกอบในลักษณะนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นภาพประติมากรรมหรือภาพดัดแปลงมากกว่ารูปภาพเหมือนจริง หากเป็นรูปภาพเหมือนจริงมักจะถูกนำไปประยุกต์ให้มีรูปแบบที่แปลกพิสดารออกไป เช่น ภาพวาดรูปคนแต่มีศีรษะเป็นสัตว์ประหลาด หรือภาพวาดรูปสัตว์ที่มีการดัดแปลงตัดต่ออวัยวะของสัตว์ชนิดอื่น ๆ เข้ามาด้วย การสร้างสรรคภาพด้วยเทคนิคนี้ เป็นการสร้างความสะดุดตาได้อย่างดีส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้าได้

- ประเภทของภาพประกอบแบบภาพประดิษฐ์หรือภาพดัดแปลงสามารถบอกเล่าเรื่องราวได้ดี เพราะภาพลักษณะนี้จะสร้างจินตนาการให้แก่ผู้บริโภค ทำหน้าที่เรียกร้องและดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสงสัย เกิดการตั้งคำถาม และ/หรือเกิดการอยากลองสินค้าที่อยู่ภายในเพื่อต้องการหาคำตอบในเรื่องราวที่แสดงผ่านบรรจุภัณฑ์ได้ ทั้งนี้เป็นเพราะภาพและองค์ประกอบศิลป์ต่าง ๆ ที่แฝงความหมายและนัยยะสำคัญผ่านภาพรวมไปถึงองค์ประกอบศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ด้วย

- ภาพประกอบแบบนามธรรม เมื่ออยู่บนบรรจุภัณฑ์แล้วสร้างความโดดเด่นพิเศษ แปรกต่างให้กับสินค้าได้เป็นอย่างดี ส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับสินค้าสูง อีกทั้งยังสร้างการจดจำแก่ผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี

- การผสมผสานเทคนิคการสร้างสรรค์ภาพอย่างน้อย 2 เทคนิคเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดความน่าสนใจและสร้างความแปลกใหม่ได้เป็นพิเศษ เช่น ภาพที่วาดด้วยมือและลงสีแบบดิจิทัล การระบายสีด้วยมือกับภาพถ่าย การวาดภาพดิจิทัลเวกเตอร์และพื้นผิวที่ทำด้วยมือ เป็นต้น

- การสร้างพื้นผิวลงบนงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ไม่ว่าจะสร้างด้วยเทคนิคทำมือหรือด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ช่วยทำให้งานออกแบบดูทรงพลังมากขึ้น ส่งผลต่อประสาทสัมผัสของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี นอกจากรับรู้ผ่านดวงตาแล้วยังสามารถรับรู้จากการสัมผัสด้วยมือของผู้ได้อีกด้วย ก่อให้เกิดความสมจริง ถือเป็น การสร้างประสบการณ์การรับรู้ที่ดีที่สุดให้แก่ผู้บริโภค เช่น เนื้อสัมผัสของเส้นดินสอบนฉลากบรรจุภัณฑ์ การห่อสินค้าด้วยกระดาษ พื้นผิวของภาพประกอบที่ทำด้วยเทคนิคการพิมพ์ Linocut เป็นต้น

องค์ประกอบเรขศิลป์ เรื่อง ลวดลาย

แนวทางการสร้างลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

การสร้างลวดลายจากองค์ประกอบภาพบนบรรจุภัณฑ์ จากการวิเคราะห์พบว่า การสร้างลวดลายนั้น มีองค์ประกอบในการสร้าง 6 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ ตัวลาย ขนาดสัดส่วน ช่วงจังหวะ บริเวณว่าง ทิศทาง และตัวเสริมประกอบอื่น

วิธีการสร้างลวดลายด้วยหลักการซ้ำ เป็นวิธีการที่ดีและใช้กันอย่างแพร่หลาย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์วิธีการซ้ำ 8 วิธี คือ 1. การซ้ำด้วยรูปร่าง (Repetition of shape) 2. การซ้ำด้วยขนาด (Repetition of size) 3. การซ้ำด้วยสี (Repetition of color) 4. การซ้ำด้วยผิวสัมผัส (Repetition of texture) 5. การซ้ำด้วยทิศทาง (Repetition of direction) 6. การซ้ำด้วยตำแหน่ง (Repetition of position) 7. การซ้ำด้วยที่ว่าง (Repetition of space) 8. การซ้ำด้วยแรงดึงดูด (Repetition of gravity)

การนำเสนอแนวคิดต่อผู้เชี่ยวชาญ

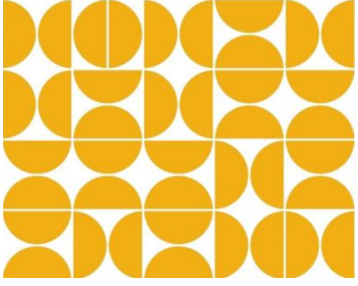
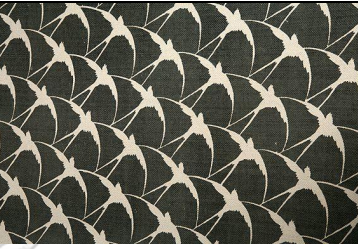
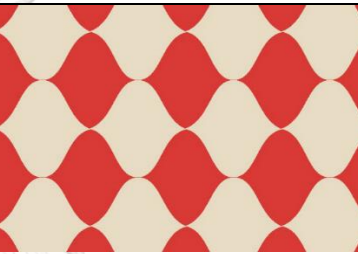
หลังจากวิเคราะห์แนวทางการสร้างลวดลายบนบรรจุภัณฑ์แล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำแนวทางดังกล่าวไปสัมภาษณ์ต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อรับความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับการปรับปรุงแนวทางดังกล่าว

ตารางที่ 31 สรุปแนวทางการสร้างลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ

ประเภทของการทำซ้ำ	ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ					
	ผศ.ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ		อ.ชลิตา รัชตะพงศ์ธร		อ.ดร.วิสิทธิ์ โปธิวัฒน์	
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม
1. การซ้ำด้วยรูปร่าง	-	✓	✓		✓	-
2. การซ้ำด้วยขนาด	✓	-	✓	-	✓	-
3. การซ้ำด้วยสี	✓	-	✓	-	✓	-
4. การซ้ำด้วยผิวสัมผัส	-	✓	-	✓	✓	-
5. การซ้ำด้วยทิศทาง	✓	-	✓	-	✓	
6. การซ้ำด้วยตำแหน่ง	-	✓	✓	-	-	✓
7. การซ้ำด้วยที่ว่าง	✓	-	✓	-	✓	-
8. การซ้ำด้วยแรงดึงดูด	✓			✓	-	✓

จากตารางข้างบนที่แสดงถึงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ปรากฏว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านตรงกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นก็คือ การสร้างลวดลายด้วยหลักการซ้ำ เป็นวิธีการที่เหมาะสมต่อการนำไปประยุกต์ใช้กับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ โดยสรุปได้แก่

1. การซ้ำด้วยขนาด (Repetition of size)	
--	--

2. การซ้ำด้วยสี (Repetition of color)	
3. การซ้ำด้วยทิศทาง (Repetition of direction)	
4. การซ้ำด้วยที่ว่าง (Repetition of space)	

ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะสรุปออกมาได้ว่า

- การซ้ำด้วยขนาด เป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด
- รองลงมาคือ การซ้ำด้วยสีและการซ้ำด้วยทิศทาง
- การซ้ำด้วยที่ว่าง เป็นลำดับสุดท้าย
- สามารถใช้วิธีการซ้ำแบบคละกันได้ แต่ไม่ควรเกิน 2 วิธีต่อ 1 ลาย
- ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนักออกแบบเป็นผู้สร้างสรรค์

สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ของผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ ได้ให้ความเห็นว่า
 - 1.1 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากในการสื่อสารข้อมูลไปยังผู้บริโภค นอกจากภาพประกอบจะบ่งบอกถึงสินค้าที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์แล้ว ภาพประกอบยังสามารถทำหน้าที่สะท้อนและเล่าเรื่องราวหรือที่มาที่ไปของกลุ่มผู้ผลิต/แหล่งที่มาของสินค้าได้อีกด้วย ฉะนั้น การสร้างภาพประกอบให้สามารถเล่าเรื่องราวได้ (Storytelling) เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการสื่อสารอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าชุมชนได้ดี
 - 1.2 มีข้อเสนอแนะให้ทำภาพประกอบแบบไลฟ์ สไตล์ (Life Style) เพราะพื้นที่อำเภอสูงเนิน มีเรื่องราว วัฒนธรรม และข้อมูลทางประวัติศาสตร์มากมาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้นำมาถ่ายทอดผ่าน

ภาพประกอบได้ดี เพราะภาพประกอบลักษณะนี้สามารถเล่าและสื่อสารข้อมูลได้หลากหลาย นอกจากนี้ งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเมืองไทยยังพบภาพลักษณะนี้ได้บ่อย

2. อาจารย์ ดร.วิสิทธิ์ โภธิวัฒน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ และนักพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ได้ให้ความเห็นว่า

2.1 เทคนิคการสร้างสรรคภาพประกอบ เพื่อนำมาใช้บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนนั้น ไม่มีขอบเขตที่จำกัดว่าจะต้องเป็นภาพลักษณะใด ในทุก ๆ เทคนิคการสร้างสรรคมีข้อดีและสามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าได้ทั้งสิ้น การผสมผสานระหว่างสองเทคนิคขึ้นไปก็เป็นแนวทางในการออกแบบภาพที่น่าสนใจ ยกตัวอย่างเช่น การทำภาพประกอบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้เป็นสไตล์ภาพพิมพ์แกะไม้โบราณ ก็สร้างความสวยงามแปลกตาบนบรรจุภัณฑ์ได้

2.2 ด้านการนำไปใช้กับคนในชุมชนซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าชุมชน อยากรู้ถึงการทำงานออกแบบไปใช้จริงของผู้ผลิตสินค้า ปัญหาหลักที่ประสบมาโดยตลอด คือ เมื่อไม่มีนักออกแบบทำให้แล้ว หรืองานออกแบบที่ชาวบ้านได้รับหมดลงแล้ว คนในชุมชนจะยังสามารถสร้างงานออกแบบเพื่อนำมาใช้บนบรรจุภัณฑ์ได้เอง โดยไม่ต้องคอยพึ่งพาอาศัยกลุ่มนักออกแบบ ยกตัวอย่างเช่น การทำตรายาง เพื่อประทับลงบนกระดาษหรือหีบห่อบรรจุภัณฑ์ เพราะเทคนิคนี้มีขั้นตอนที่ง่าย มีอุปกรณ์แค่ตรายางและหมึก คนในชุมชนสามารถผลิตและออกแบบได้เอง (ออกแบบในที่นี้คือ กำหนดการวางตำแหน่งของลวดลาย) โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งโรงพิมพ์หรือคนกลาง

2.3 การเลือกใช้ภาพเพื่อประกอบบนบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบสามารถใช้ภาพที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า แต่ภาพอาจเกี่ยวข้องกับแหล่งชุมชนที่ผลิตสินค้าก็ได้ เป็นแนวคิดการออกแบบกรอบของการสร้างภาพเพื่อขายสินค้าอย่างเดียว แต่การเลือกใช้ภาพที่ไม่เกี่ยวข้องกับแบบนี้ จะเล่าบางอย่างที่ชุมชนมีและต้องการจะสื่อสารออกไปสู่ภายนอก โดยอาศัยตัวสินค้าเป็นสื่อกลาง เช่น ภาพการตัดหินเพื่อนำไปสร้างเป็นปราสาทในช่วงสมัยวัฒนธรรมขอมมีอิทธิพลในอดีต เมื่อนำภาพเรื่องราวแบบนี้มาใช้ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ นอกจากจะสร้างความแปลกตาและสวยงามแล้ว ยังสามารถถ่ายทอดเรื่องราวในอดีตที่คนภายนอกไม่ทราบ และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ด้านประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

3. อาจารย์ชลิตา รัชตะพงศ์ธร ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ และนักออกแบบกราฟิกสำหรับสินค้าชุมชน ได้ให้ความเห็นว่า

3.1 ภาพประกอบที่สามารถเล่าเรื่องได้ เช่น การนำมาบรรยายภาคในชุมชน อธิบายของคนในชุมชน พฤติกรรมการดำรงชีวิต เหล่านี้มาสร้างเป็นภาพประกอบ อาจไม่ใช่เรื่องราวในปัจจุบันแต่นำเสนอเรื่องราวในอดีต จะสร้างเอกลักษณ์และความมีชีวิตชีวาให้กับสินค้าชุมชนได้มากกว่ากราฟิกทั่วไป

3.2 ปัญหาใหญ่เรื่องการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่พบ คือ ชาวบ้านไม่สามารถผลิตบรรจุภัณฑ์ใหม่ได้เองเมื่อต้องการหรือขาดแคลน เนื่องจากหลายปัจจัย เช่น ความล่าช้าทางเทคโนโลยี กลุ่มคนเป็นวัยชราด้วยกัน เงินทุนไม่เพียงพอต่อการจ้างโรงพิมพ์ ความไม่สะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น ทำให้ชาวบ้านไม่ได้รับประโยชน์จากงานออกแบบ ถ้าหากสามารถคิดเครื่องมือการออกแบบที่ทำได้ด้วยมือของชาวบ้านเอง ลดการพึ่งพาคนกลาง จะสามารถแก้ปัญหาตรงนี้ได้ไม่มากนัก

4. การวิเคราะห์สินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน ผู้วิจัยวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับแหล่งข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้ เพราะภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์เป็นจุดสำคัญของการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของสินค้าชุมชน สามารถแยกชั้นตอนย่อยออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์เบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรม

3.2 การวิเคราะห์จากผลที่ได้จากการลงพื้นที่โดยใช้แบบสัมภาษณ์

4.1 การวิเคราะห์เบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรม

1. จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบว่าสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนินมีทั้งหมด 61 รายการ โดยสรุปออกมาเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 32 รายการสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน สรุปผลโดยผู้วิจัย

ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
1	ฉวีวรรณชนมไทย	ฉวีวรรณชนมไทย	0899497063	ฉวีวรรณ โกะสูงเนิน	38 - - 9 ต. นากลาง อ.สูงเนิน
2	ตุ้เชือกเทียนลักบ้านนาศิลป์	เชือกเทียนลักบ้านนาศิลป์	0828699953	สำราญ ยศสูงเนิน	196 - - 9 ต. นากลาง อ.สูงเนิน
3	งามศรีวิถีไทย	เรือจำลองไม้สักทอง	0627710616	รัฐกาล ตะสันเทียะ	168 - - 7 ต. โนนค่า อ.สูงเนิน
4	กลุ่มน้ำพริก	น้ำพริกนรก	0981924647	เรวดี ชูเดช	202 - -

ลำดับ	ชื่อ ผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
	สัมมาชีพชุมชน บ้านโป่ง	แมงดา			บ้านโป่ง ต. เสมา อ.สูง เนิน
5	นางชูแก้ว สิงโ	กล้วยอบ อนามัย สูตรเจ ครูชูแก้ว	0812659970	คุณนางชูแก้ว สิง โ	115/1 -- 4 ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน
6	กลุ่มจักสาน บ้านโนนตะโก	ข้องใส่ปลา	0801523165	คุณเจริญ ดีสูง เนิน	หมู่ที่ 6 -- บ้านโนน ตะโก ต.กุด จิก อ.สูงเนิน
7	นางปัทมาภรณ์ ลับสูงเนิน	น้ำผลไม้และน้ำ สมุนไพร	0865325817	คุณปัทมาภรณ์ ลับสูงเนิน	83 -- ตะ คองหลง ต. สูงเนิน อ.สูง เนิน
8	นางสำราญ ฮัน สูงเนิน	ไข่เค็มใบเตย	0653210910	คุณสำราญ ฮัน สูงเนิน	11 -- ม.2 ต.กุดจิก อ.สูงเนิน
9	กลุ่มดอกบัว ประดิษฐ์บ้าน คลองขวาง	บัวบูชาจาก ริบบิ้น	0653906896	คุณปณิตา โรม พันธ์	95 -- คลอง ขวาง ต. เสมา อ.สูง เนิน
10	กลุ่มผลิตข้าว ปลอดสารพิษ บ้านคลองขวาง	ข้าวปลอด สารพิษบ้าน คลองขวาง	0985906990	สมศักดิ์ กายสิทธิ์	104 -- บ้านคลอง ขวาง ต. เสมา อ.สูง เนิน
11	หมี่โคราชพร้อม น้ำปรุงสำเร็จ ตรา บ้านกุดจิก	หมี่โคราชพร้อม น้ำปรุงสำเร็จ ตราบ้านกุดจิก	044335075	สายฝน เจริญสุข	288 -- - ต. นากลาง อ.สูงเนิน

ลำดับ	ชื่อ ผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
12	นางสาวพิมล พรรณ แสงภักดี	น้ำดื่มสมุนไพร พรมเซ็ดเท้า น้ำยา เอนกประสงค์	0642212640	คุณพิมลพรรณ แสงภักดี	5 - - 3 ต. เสมา อ.สูง เนิน
13	นางสาวท เฟ ดสูงเนิน	น้ำพริก ขนมไทย	0883481360	นางสาวท เฟดสูง เนิน	124 - - 3 ต. เสมา อ.สูงเนิน
14	นายสมชาย ชอบสูงเนิน	ผักปลอด สารพิษ	0612475055	คุณสมชาย ชอบ สูงเนิน	46 - - 3 ต. เสมา อ.สูงเนิน
15	นางประไพ วิสารทสิงห์	กล้วยตาก กล้วยเบรคแตก แปรรูปกล้วย	0833750282	ประไพ วิสารท สิงห์	18 - - 3 ต. เสมา อ.สูงเนิน
16	ภัทรานิษฐ์ ลับ สูงเนิน	ตะโก้ใบเตย ลอดช่องไทย	0981054851	ภัทรานิษฐ์ ลับ สูงเนิน	84/1 - - 3 ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน
17	พินิจ ชุยสูงเนิน	งานปั้นกระถาง ต้นไม้	-	พินิจ ชุยสูงเนิน	284 - - 3 ต. สูงเนิน อ.สูงเนิน
18	มานพ แสงอรุณ	งาน ประติมากรรม ปูนปั้น	0817097920	มานพ แสงอรุณ	222 - - 3 ต. สูงเนิน อ.สูงเนิน
19	รัตนวรรณ สมพิรพันธุ์	ขนมไทย	0844179882	คุณรัตนวรรณ สมพิรพันธุ์	289 - - ตะ ทอง ต.สูงเนิน อ. สูงเนิน
20	นายสถาพร ศิ ริพัฒน์	สบู่นมแพะ ครีมทาหน้านม แพะ	935756371	สถาพร ศิริพัฒน์	74 - - 3 ต. สูงเนิน อ.สูงเนิน

ลำดับ	ชื่อ ผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
		โยเกิร์ตนมแพะ นมแพะพาส เจอร์ไรส์			
21	น้ำพริกแม่ สำรวจ	น้ำพริกปลาทุ ฝัด	0947370377	คุณสำรวจ ดี ชาติ	272 - - - ต. สูงเนิน อ.สูงเนิน
22	นางกิม จันทระ	ชาสมุนไพรเพื่อ สุขภาพ	0812551533	คุณกิม จันทระ	422/2 - - 10 ต. มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน
23	เบญจวรรณหมี โคราช	หมีโคราชพร้อม น้ำปรุง ตราหมี กุดจิก	044335075	สายฝน เจริญสุข	288 - หนอง บอน หนอง บอน ต.นา กลาง อ.สูงเนิน
24	กลุ่มสัมมาชีพ ชุมชนมะเกลือ ใหม่ทำเบาะ	ทำเบาะนั่ง	0985979514	-	97 1 มะเกลือใหม่ มะเกลือใหม่ ต.มะเกลือ ใหม่ อ.สูง เนิน
25	นางสาวเพ็ญ ลดา ใจปิง	แหนมเห็ด	0933547924	คุณเพ็ญลดา ใจปิง	88 - - คลอง พุดซา ต.ไค้ง ยาง อ.สูง เนิน
26	กลุ่มส่งเสริม อาชีพบ้านสลัก ไผ่หมู่ที่ 5	น้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างจาน	0870577687	สมควร คณิต ศิลป์	132 สลักไผ่ 5 ต.กุดจิก อ.สูงเนิน
27	บ้านถั่วลิสงบ้าน	ถั่วลิสงอก	0652614765	สมชาย หมุน	322 กุดจิก

ลำดับ	ชื่อ ผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
	งอกงาม			รอด	ต.กุดจิก อ.สูงเนิน
28	วัลย์พร ตอมพุด ชา	นักเก็ตข้าวยา แหนม	089- 4795146	วัลย์พร ตอมพุด ชา	5/1 2 หนองหินตั้ง หินตั้ง ต. เสมา อ.สูง เนิน
29	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูป ผลผลิตผลผลิต การเกษตรบ้าน หนองเสา	ไข่เค็มสมุนไพร	0896280524	จรรยารัตน์ แก้ว เนตร	43 หนอง เสาใหญ่ ต.มะเกลือ เก่า อ.สูง เนิน
30	กลุ่มลูกประคบ สมุนไพร วิสาหกิจชุมชน บ้านริมคลอง พัฒนา	ลูกประคบ สมุนไพร	0895823099	กาญจนา โตจัน ทิก	57 ริม คลองพัฒ ต.มะเกลือ ใหม่ อ.สูง เนิน
31	กลุ่มสัมมาชีพ ชุมชนกล้วย สารพัตนิกบ้าน โคกมะกอก	กล้วยฉาบ	0878700598	ประจวน สุวรรณ	192 โคก มะกอก ต.บุงขี้เหล็ก อ.สูงเนิน
32	นางวรรณฉวี ปลั่งกลาง	ถั่วกรอบแก้ว	0878700598	วรรณฉวี ปลั่งสูง เนิน	59/1 บุ่งใหญ่ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน
33	กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบ้าน หนองไม้ตาย	ดอกไม้จาก กระดาศ	0872419855	เพียงใจ ขวัญสูง เนิน	285 หนอง ไม้ตาย ต.มะเกลือ เก่า อ.สูง เนิน

ลำดับ	ชื่อ ผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
34	กลุ่มสัมมาชีพ บ้านโคกมะกอก ม.12	น้ำพริกเผา	0848282765	อิงอร กรวยสูง เนิน	36 โคก มะกอก ต.บุงขี้เหล็ก อ.สูงเนิน
35	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูป ผลผลิตผลิต การเกษตรบ้าน หนองเสา	ปลาแดดเดียว	0896280524	นางจรรยารัตน์ แก้วเนตร	43 หนอง เสาใหญ่ ต.มะเกลือ เก่า อ.สูง เนิน
36	กลุ่มแปรรูป อาหาร	กล้วยฉาบ	0833750282	ประไพ วิสารท สิงห์	97 คลอง ขวาง ต. เสมา อ.สูง เนิน
37	บารมีแคปหมู	น้ำพริกกากหมู หมูส้มกระดุก ออน แคปหมู	0910122305	บารมี ศิลปะ	ต.กุดจิก อ. สูงเนิน
38	วิสาหกิจชุมชน สร้างสาน หัตถกรรมครบ วงจร	ข้าวไรซ์เบอร์รี่	862512757	สมหมาย บุรณ์โกศา	123/1 ต. มะเกลือเก่า อ.สูงเนิน
39	วิสาหกิจชุมชน สร้างสาน หัตถกรรมครบ วงจร	ตะกร้าสานจาก เชือกมัดฟาง	862512757	สมหมาย บุรณ์โกศา	123/1 ต. มะเกลือเก่า อ.สูงเนิน
40	นางชุติมณฑ ตะสันเทียะ	เรือสำเภาจีน	0837859894	ชุติมณฑ สันเทียะ	168 7 ต. โนนคำ อ.สูงเนิน
41	นายวิศรุต เสรี	เค้กมะพร้าวเผา	0819666399	วิศรุต เสรี	107/1 3 ต.

ลำดับ	ชื่อ ผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
	อัจฉริยะกุล			อัจฉริยะกุล	โนนคำ อ.สูงเนิน
42	หจก.ชั้นชายน์ เอส	น้ำพริกตาแดง แมงดา น้ำพริกเผากุ้ง	0819551614	คุณชยकरण ทัพ ทวี	888 - - 14 ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน
43	กลุ่มทอผ้า เทศบาลตำบล สูงเนิน	ผ้าเจียงนางดำ	0878756856	คุณเบญจา ดวง สูงเนิน	111 - เมตร สัมพันธ์ 1 ต.สูงเนิน อ. สูงเนิน
44	โบ้ตเบเกอร์ เฮ้าส์	ขนมเปียะไส้ แตก	044286543	กฤษชนันท์ นิล สูงเนิน	202 เมตร สัมพันธ์ ต.สูงเนิน อ. สูงเนิน
45	กลุ่มทอสี พื้นบ้านจากกก บ้านทุ่งสะแบง	สีอกกพื้นบ้าน	0810663956	เบ็ญจรัตน์ เอี่ยม สกุล	165 7 ต. มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน
46	นางสวย พนม หอม	ผ้ากันเปื้อน พร้อมหมวก	0879633355	สวย พนมหอม	180 4 ต. มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน
47	ขุมกาแพสด ขอบฟ้า	กาแพอาราบิก้า ดงมะไฟโคราช	0820778448	นพดล ม่วงแก้ว	256 8 ต. มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน
48	หมี่กูดจิก	หมี่กูดจิก	0933206774	เพ็ญโฉม ขวัญสูง เนิน	อาคาร พิพิธภัณฑ พื้นบ้านหมี่ กูดจิก 1 ต.กูดจิก อ. สูงเนิน

ลำดับ	ชื่อ ผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
49	ครัวหนองเอื้อง	ขนมหม้อแกง ขนมเทียน ขนมเปียะ	0614609655	สมใจ อนันต์ สวัสดิ์	9/4 7 ต.บุง ชีเหล็ก อ.สูงเนิน
50	นางสนอง โฉสูง เนิน	รองเท้าแตะ	0837433396	สนอง โฉสูงเนิน	40/1 10 ต. บุงชีเหล็ก อ.สูงเนิน
51	กลุ่มทอผ้าเซ็ด เท้าบ้านโป่ง	พรมทอมือ	0812667204	ศศิธร สุตวิสัย	151 6 ต. เสมา อ.สูงเนิน
52	นางสุมาลี ภิญโญ	กาบหมาก	0895792112	สุมาลี ภิญโญ	113 3 ต.สูง เนิน อ.สูงเนิน
53	กลุ่มผลิตปุ๋ย อินทรีย์ชีวภาพ อัดเม็ดบ้าน หนองหอย	ปุ๋ยอินทรีย์ ชีวภาพ อัดเม็ดบ้าน หนองหอย	0817902328	นิคม บัณฑิตชู สกุล	109 8 ต. โนนคำ อ.สูงเนิน
54	กลุ่มผลิตไม้ กวาดชมรม ผู้สูงอายุตำบล นากลาง	ไม้กวาดดอก หญ้า ซี่ฝั้งสมุนไพร	0872542320	บุญจันทร์ ชา ฤทธิ์	123 1 ต.นา กลาง อ.สูงเนิน
55	กลุ่มอาชีพสตรี เทศบาลตำบล สูงเนิน	พวงหรีด ดอกไม้จันทร์	0872417926	เพ็ญพรรณ ฉ่า สูงเนิน	111 เมตร สัมพันธ์ 1 ต.สูงเนิน อ. สูงเนิน
56	ชมรม อสม. ตำบลกุดจิก	น้ำมันนวดตัว สมุนไพร ลูกประคบ สมุนไพร	0862599512 / 044419988	ศรัณญา ประเสริฐ	202 เทศบาล 4 ต.นากลาง อ.สูงเนิน
57	นวดแผน	ลูกประคบ	0856126187	สุพรรณ แซ่เฮง	237/1 5 ต.

ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ชื่อสินค้า	เบอร์ติดต่อ	ชื่อ นามสกุล	ที่อยู่
	โบราณและลูก ประคบม่วงทอง				มะเกลือเก่า อ.สูงเนิน
58	ร้านลูก กระเทียม	ซาลาเปาทอด	0819668287	ภคพร ชัยวิฑู อนุกุล	841 11 ต. สูงเนิน อ.สูงเนิน
59	หจก.ซันชาयน์ เอส	น้ำพริกปลาป่น น้ำพริกซีก้า	0896398996	คุณ ชยภรรณ ทัฬหวิ	888 - - 14 ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน
60	กลุ่มชุมชน ต้นแบบเพื่อน พึง (ภา) พัฒนา บ้านใหม่สันติ	ชาเขียวใบ หม่อน ลูกมัลเบอร์รี่ อบแห้ง แยมมัลเบอร์รี่	0812650048	สากล ยะวงษา	2/62 5 ต. มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน
61	นายบุญ เกสูงเนิน	ลูกปะคบ	0821323352	นายบุญ เกสูงเนิน	191 - 11 ต. หนองตะไก่อ อ.สูงเนิน

2. เพื่อให้ได้ทราบถึงข้อมูลเท็จจริงที่ถูกต้องและคัดกรองสินค้าชุมชนที่มีความโดดเด่นอย่างแท้จริง ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์ในการคัดกรองสินค้าชุมชน โดยได้กำหนดหัวข้อเกณฑ์ 4 หัวข้อ ดังนี้

- 1) สินค้ามีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นของขึ้นชื่อประจำอำเภอ
- 2) สินค้ามีความสัมพันธ์กับแหล่งภูมิศาสตร์ (ภูมิศาสตร์กายภาพหรือภูมิศาสตร์มนุษย์)

3) สินค้ามีอัตลักษณ์ โดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น

4) สินค้าได้รับการยกย่องหรือคะแนน OTOP (ผู้วิจัยกำหนดว่าต้องได้ 5 ดาว)

3. ผู้วิจัยนำเกณฑ์การคัดกรองสินค้าชุมชน ไปสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชนในขั้นตอน 4.2 ต่อไป โดยตั้งเกณฑ์ว่า สินค้าชุมชนจะต้องได้รับการคัดกรองจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 ข้อ จึงจะผ่านเกณฑ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน อ.สูงเนิน มี 2 ท่าน ได้แก่

- 1) อาจารย์ณภัค คณารักษ์เดโช
- 2) นางทิพวรรณ อินทรสถาพ

4.2 การวิเคราะห์จากผลที่ได้จากการลงพื้นที่โดยใช้แบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยลงพื้นที่อำเภอสูงเนิน และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน ของจังหวัดนครราชสีมาและของอำเภอสูงเนิน ได้สรุปข้อมูล ดังนี้

4.2.1 สินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน ที่ยังคงดำเนินการอยู่ในปัจจุบันตามสถิติข้อมูลของกรมพัฒนาชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีทั้งหมด 30 รายการ (จากทั้งหมด 61 รายการที่ผู้วิจัยได้สรุปผลมา) โดยสรุปข้อมูลสินค้า ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 33 แสดงผลการคัดกรองสินค้าชุมชน ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

สินค้าชุมชน	เกณฑ์การคัดกรองสินค้าชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญ							
	มีชื่อเสียงโด่งดัง ขึ้นชื่อ		มีความสัมพันธ์ กับแหล่ง ภูมิศาสตร์		มีอัตลักษณ์ โดดเด่น		ได้รับการยก ย่อง/OTOP 5 ดาว	
1.ลูกปะคบ (หนอง)	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
2.น้ำยาล้างจาน	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
3.น้ำยาล้างผ้า	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
4.ยาสีฟันสมุนไพร	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
5.ลูกประคบ (มะเกลือเก่า)	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
6.ลูกประคบสมุนไพร (นากลาง)	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
7.น้ำมันวดสมุนไพร	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
8.ดอกไม้จันทร์	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
9.พวงหรีด	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
10.ขี้ผึ้งสมุนไพร	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
11.ไม้กวาดดอกหญ้า	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
12.ปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
13.รองเท้าคัชผู้ชาย	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
14.รองเท้าคัช ผู้หญิง	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
15.รองเท้าแตะ	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
16.ขนมเปี๊ยะ (ปุง ขี้เหล็ก)	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี

สินค้าชุมชน	เกณฑ์การคัดกรองสินค้าชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญ							
	มีชื่อเสียงโด่งดัง ขึ้นชื่อ		มีความสัมพันธ์ กับแหล่ง ภูมิศาสตร์		มีอัตลักษณ์ โดดเด่น		ได้รับการยก ย่อง/OTOP 5 ดาว	
17.ขนมเทียน (ครัว หนองเอื้อง)	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
18.ขนมหม้อแกง (ครัวหนองเอื้อง)	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
19.หมี่กูดจิก	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
20.กาแฟดมะไฟ	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
21.ผ้ากันเปื้อน- หมวก	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
22.เสื่อกกพื้นบ้าน	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
23.แผ่นร้อนสมุนไพร	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
24.ขนมเปียะไส้แตก	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
25.ผ้าเจียงนางดำ	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
26.เค็มกะพร้าวเผา	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
27.เรือสำเภาจิน	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
28.น้ำพริกเผาพร้อม ทาน	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
29.จานกาบหมาก	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
30.ซาลาเปาทอด ร้านลูกกระเทียม	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> มี	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี

จากตารางด้านบน มีสินค้าชุมชนทั้งหมด 4 รายการที่เข้าเกณฑ์การคัดกรองผ่านผู้เชี่ยวชาญ ด้านสินค้าชุมชนอำเภอสูงเนิน นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม ดังนี้

นางทิพวรรณ อินทรสถาพร ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า สินค้าเกษตรที่ขึ้นชื่อและโด่งดังตามคำขวัญประจำอำเภอ คือ ส้มโอจีโอพาร์ค (พันธุ์ชาวน้ำผึ้ง) ส้มโอนี้ความโดดเด่นด้านรสชาติหวาน กรอบ อร่อย เนื้อไม่แฉะ และที่สำคัญคือเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคสูงมาก เพราะต้องทำการจองตั้งแต่ส้มโอยังไม่ออกผลพื้นที่ปลูกส้มโอจะอยู่ในบริเวณตำบลกุดจิก-บ้านบ่อโคลน มีน้ำจากแหล่งน้ำลำตะคองไหลผ่าน เกษตรกรเจ้าของสวนเชื่อว่าน้ำจากลำตะคองที่ใช้ในการทำสวนส้มโอ

ส่งผลให้รสชาติดี หวาน อร่อย เพราะในน้ำมีความอุดมสมบูรณ์เต็มไปด้วยแร่ธาตุที่ต้นไม้ต้องการ ปัจจุบัน กรมพัฒนาชุมชน จังหวัดนครราชสีมา กำลังผลักดันให้ส้มโอขึ้นทะเบียนความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

ผู้วิจัยขอสรุปผลออกมาเป็นตารางเพื่อความเข้าใจที่ง่ายขึ้น ดังนี้
 ตารางที่ 34 ผลสรุปการคัดกรองสินค้าชุมชน ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

สินค้าชุมชน	ผลการคัดกรองสินค้าชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญ							
	มีชื่อเสียงโด่งดัง ขึ้นชื่อ		มีความสัมพันธ์ กับแหล่ง ภูมิศาสตร์		มีอัตลักษณ์ โดดเด่น		ได้รับการยก ย่อง/OTOP 5 ดาว	
1. หมี่กูดจิก	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
2. กาแฟดงมะไฟ	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
3. ผ้าเจียงนางดำ	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
4. จานกาบหมาก	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
5. ส้มโอจีโอพาร์ค	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input checked="" type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี

4.2.2 ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของสินค้าชุมชน โดยใช้เกณฑ์การจัดประเภทเพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ ได้แก่ สินค้าบริโภคและสินค้าอุปโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ก. สินค้าบริโภค มี 3 รายการ ได้แก่ 1) หมี่กูดจิก
 2) กาแฟดงมะไฟ
 3) ส้มโอจีโอพาร์ค (พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง)
- ข. สินค้าอุปโภค มี 2 รายการ ได้แก่ 1) ผ้าเจียงนางดำ
 2) จานกาบหมาก

4.2.4 สรุปข้อมูลและรายละเอียดของสินค้าชุมชน

หลังจากผู้วิจัยวิเคราะห์เบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรม และที่ได้จากการลงพื้นที่โดยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อมูลและรายละเอียดของสินค้าชุมชน ของอำเภอสูงเนิน ที่โดดเด่น โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าชุมชนมี 4 หัวข้อ ดังนี้

- 1) ข้อมูลพื้นฐาน/ความเป็นมา
- 2) อัตลักษณ์ของสินค้า
- 3) กลุ่มผู้บริโภคและช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) ข้อมูลด้านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ประเภทสินค้าบริโภค

1) หมี่กุดจิก

ก. ข้อมูลพื้นฐาน/ความเป็นมา

ชุมชนบ้านกุดจิก ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นต้นกำเนิดของหมี่โคราช ซึ่งอาชีพดั้งเดิมของชาวกุดจิก คือ ทำนา หลังฤดูเก็บเกี่ยว ชาวบ้านจะนำข้าวเปลือกมาสีด้วยเครื่องสีข้าวโบราณ แล้วนำข้าวสารมาตำด้วยครกกระเดื่อง เรียกว่า การซ้อมข้าว แล้วนำปลายข้าวที่แตกหักมาไม่ เป็นแ่งด้วยเครื่องโม่หิน เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทำหมี่ ถือเป็นภูมิปัญญาที่ชาวบ้านนำมาใช้แปรรูป และถนอมอาหาร ซึ่งเส้นหมี่โคราช มีลักษณะคล้ายเส้นก๋วยเตี๋ยวแต่บางกว่าเล็กน้อย

ข. อัตลักษณ์ของสินค้า

เอกลักษณ์ของหมี่กุดจิก คือ การทำเส้นหมี่จากแป้งข้าวที่ไม่สด ๆ ไม่มีส่วนผสมอื่นใดปะปน อีก ด้วยกรรมวิธีการทำมือแบบโบราณดั้งเดิมทุกขั้นตอน สำหรับการนำไปปรุงอาหารนั้น หมี่ไม่ต้อง แช่น้ำก่อนปรุง เพราะหมี่ไม่ติดกันเป็นก้อน เส้นหมี่มีความเหนียวนุ่ม อีกทั้งยังมีความหอมอ่อน ๆ จาก ข้าว รสชาติหวานธรรมชาติจากข้าวแท้ ๆ

ค. กลุ่มผู้บริโภคและช่องทางการจัดจำหน่าย

- กลุ่มผู้บริโภคหลัก คือ นักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวตามวิถีชุมชน และตามรอยวัฒนธรรม รวมไปถึงนักท่องเที่ยวเชิงธรณี ที่มาจากการเดินทางตามแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวโคราช จีโอพาร์ค เพื่อมาดูวิธีการทำหมี่โคราชโบราณและมาสัมผัสกับวิถีชุมชนแบบไทโคราช ที่อำเภอสูงเนิน

- ช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจาก หมี่กุดจิกไม่มีการสร้างแบรนด์ ดังนั้น ช่องทางการจัดจำหน่ายจึงไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับหน่วยงานราชการหรือเอกชนที่ต้องการเส้นหมี่ไปจัดแสดงหรือออกบูธตามงานต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังรับผลิตตามคำสั่งเมื่อมีความต้องการในปริมาณที่มาก

ง. ข้อมูลด้านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากหมี่กุดจิก ไม่มีการสร้างแบรนด์เป็นของตัวเอง จึงไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการห่อหุ้ม ตัวสินค้า และหากมีการสั่งทำหมี่หรือนำไปออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ก็จะทำเส้นหมี่บรรจุลง ถุงพลาสติกใสธรรมดา ไม่มีตราสินค้าหรือฉลากบนบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น

จ. รูปภาพสินค้าชุมชน



ภาพที่ 109 หมี่กูดจิกทำสด

ที่มา: <http://www.kutchikcity.go.th/info.php?cg=2&ct=12>

2) กาแฟดงมะไฟ

ก. ข้อมูลพื้นฐาน/ความเป็นมา

กาแฟดงมะไฟ (Kafee Dong Ma Fai) เป็นสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2559 โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอาราบิก้าและมะคาเดเมียแบบประชาอาสาบ้านดงมะไฟ หมู่ 8 ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ข. อุตสาหกรรมของสินค้า

คุณลักษณะเฉพาะ คือ กาแฟอาราบิก้าที่ปลูกบนภูเขาที่ระดับความสูงตั้งแต่ 400-700 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล ในพื้นที่หมู่บ้านดงมะไฟ ด้วยกรรมวิธีการผลิตมาตรฐานเป็นกาแฟสารและกาแฟคั่ว-บด มีปริมาณคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 ของน้ำหนักโดย จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการบริโภคกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนต่ำ

ค. กลุ่มผู้บริโภคและช่องทางการจัดจำหน่าย

- กลุ่มผู้บริโภคหลัก คือ ผู้บริโภคที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนที่ต่ำ อาจด้วยมาจากปัจจัยความชื่นชอบและรสนิยมส่วนตัว หรือผู้ที่มีภาวะการเสพติดคาเฟอีนจากกาแฟแต่มีความจำเป็นต้องควบคุมปริมาณคาเฟอีน ยกตัวอย่างเช่น หญิงตั้งครรภ์ ผู้ป่วยโรคเครียด เป็นต้น

- ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การออกบูธสินค้าตามงานต่าง ๆ ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานราชการอื่น ๆ

ง. ข้อมูลด้านrechtศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

สำหรับสินค้าบริโภค การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์จากระเบียบข้อกำหนดทางกฎหมายบรรจุภัณฑ์ ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ

ข้อกำหนดบนฉลาก (อาหารประเภทที่ 1 ที่ 2 และบางส่วนของประเภทที่ 4 ตามประกาศและได้รับอนุญาตจากสนง.คณะกรรมการอาหารและยา)

ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ กาแฟดงมะไฟ

ข้อมูลด้านเรขศิลป์	ผลการวิเคราะห์	หมายเหตุ
1. การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการ (ฉลากโภชนาการ) (สำหรับอาหารที่กล่าวอ้างทางโภชนาการ)	<input type="checkbox"/> มี <input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	ไม่ใช่อาหารที่กล่าวอ้างฯ
2. เครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหาร (พร้อมปีที่ให้อนุญาต)	<input checked="" type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
3. น้ำหนักสุทธิ หรือปริมาณสุทธิ	<input checked="" type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
4. ชื่อภาษาไทย (กำหนดให้ใช้อักษรสีเดียวกัน) (มีชื่อได้ 2 ส่วน คือ ชื่อตามกฎหมายกำหนดและชื่อทางการค้า)	<input checked="" type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
5. ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ	<input checked="" type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
6. การระบุส่วนประกอบหรือวัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหาร	<input checked="" type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
7. ระบุวันที่ผลิตหรือวันที่หมดอายุ	<input checked="" type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
8. ชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้าพร้อมที่อยู่	<input checked="" type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
9. คำแนะนำในการเก็บรักษา และในการปรุงอาหาร	<input checked="" type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
10. ข้อควรระวังหรือคำเตือน และวิธีป้องกันอันตราย (ถ้ามี)	<input type="checkbox"/> มี <input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	
11. สัญลักษณ์รหัสแท่ง	<input type="checkbox"/> มี <input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี	

จ. รูปภาพสินค้าชุมชน



ภาพที่ 110 บรรจุภัณฑ์ของกาแฟดงมะไฟ

ที่มา: ผู้วิจัย

3) ส้มโอสุงเนิน

ก. ข้อมูลพื้นฐาน/ความเป็นมา

ส้มโอ (พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง) เป็นผลไม้ขึ้นและของดีประจำอำเภอสูงเนินมาช้านาน ดังปรากฏเด่นชัดในคำขวัญของอำเภอที่ว่า “ถิ่นเดิมโคราช พระพุทธไสยาสน์ศิวา ธรรมจักรล้ำค่า ปราสาทหินโบราณ ส้มโอหวานรสดี ประเพณีกินเขาค่า แดนธรรมะภูแก้ว” คำว่า “ส้มโอจิโอฟาร์ค” นั้น ถูกตั้งชื่อตามการจัดตั้งอุทยานธรณี โคราช จิโอฟาร์ค (Khorat Geopark) สหกรณ์การเกษตรสูงเนิน บ้านกุดจิก-กุดโคลน อ.สูงเนิน กำลังสนับสนุนต้นกำเนิดส้มโอขาวน้ำผึ้ง และผลักดันขึ้นทะเบียนสินค้า GI เพราะถือเป็นของดีของเด่นของชุมชน และมีอัตลักษณ์โดดเด่นกว่าที่อื่น หากได้รับการขึ้นทะเบียน GI คาดว่าจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

สาเหตุที่ทำให้ส้มโอรสชาติออกมาร่อย เนื้อหวาน เนื้อไม่แฉะ เนื้อสวย แตกต่างจากที่อื่น เนื้อจะฉ่ำกว่า เนื่องจากน้ำที่ใสรสส้มโอ เป็นน้ำจากใต้เขื่อนลำตะคอง ซึ่งมีการไหลเวียนตลอดเวลา มีแร่ธาตุที่สมบูรณ์ ส่งผลให้มีรสชาติดอกมาดี ฉะนั้นจึงเรียกว่า “ส้มโอจิโอฟาร์ค” ที่อร่อยที่สุดในโลก

ข. อัตลักษณ์ของสินค้า

มีรสชาติดอกมา รอบ อร่อย ไม่มีน้ำแฉะ โดยชาวบ้านที่เป็นเกษตรกรทำสวนส้มโอ เชื่อว่าเพราะปลูกส้มโอที่มีพื้นที่ติดลำน้ำลำตะคอง สายน้ำที่อุดมด้วยแร่ธาตุ จึงทำให้ส้มโอที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อร่างกาย หวานอร่อย ชุ่มคอ มีประโยชน์ในการบำรุงผิวพรรณให้ชุ่มชื้นอยู่เสมอ ลดไขมันระบบขับถ่ายดี

ค. กลุ่มผู้บริโภคและช่องทางการจัดจำหน่าย

- กลุ่มลูกค้าหลัก คือ ผู้บริโภคที่ทราบชื่อเสียงความอร่อยของส้มโอ อำเภอสูงเนิน ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้บริโภคเจ้าประจำ ที่มีการบอกต่อกันปากต่อปาก และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอำเภอสูงเนิน จะพบกับตลาดน้ำจิโอฟาร์ค และงานมหกรรมส้มโอ อำเภอสูงเนิน ซึ่งจัดประจำปี

- ช่องทางการจัดจำหน่าย มี 2 ช่องทาง ได้แก่ การจัดงานของอำเภอต่าง ๆ เช่น งานมหกรรมส้มโอ อำเภอสูงเนิน ตลาดน้ำจิโอฟาร์ค และการจองโดยส่วนตัว เนื่องจากว่า ส้มโอของที่นี่เป็นสินค้าหายาก ต้องจองข้ามปี ถึงจะได้รับประทาน

ง. ข้อมูลด้านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ส้มโอจิโอฟาร์ค ไม่มีบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น จึงไม่มีข้อมูลด้านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ส่วนการขายแบบแกะเนื้อ จะใส่กล่องพลาสติกใสธรรมดาทั่วไป แต่โดยส่วนมากผู้บริโภคจะซื้อเป็นลูกมากกว่า

จ. รูปภาพสินค้าชุมชน



ภาพที่ 111 สวนส้มโอ บ้านกุดจิก-กุดโคลน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา
ที่มา: <https://www.77kaoded.com/news/mssantiwon/1917355>

ประเภทสินค้าอุปโภค

1) ผ้าเจียงนางดำ

ก. ข้อมูลพื้นฐาน/ความเป็นมา

เป็นผ้าพื้นเมืองของบรรพบุรุษที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมที่อพยพมาจากลาวมาอยู่ในประเทศไทย และกลุ่มหนึ่งได้มาตั้งถิ่นฐานอยู่ใกล้แหล่งน้ำลำตะคลองบริเวณอำเภอสุงเนินในปัจจุบันตั้งแต่ พ.ศ. 2442 ในการดำเนินชีวิตจะประกอบอาชีพเกษตรกรรม เมื่อเว้นว่างจากการทำไร่ ทำนา จะทอผ้าไว้ใช้เอง โดยมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันของประชาชนชาวสูงเนิน มาตั้งแต่ดั้งเดิมกว่า 100 ปี

ข. อุตสาหกรรมของสินค้า

ผ้าเจียงนางดำแบบดั้งเดิมจะเป็นสีทึบทั้งเส้น และประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1) ส่วนหัวหรือปก จะมีลวดลายที่สวยงาม โดยใช้การขิดลาย มีลายต่าง ๆ มากมาย เช่น ลายผีเสื้อ ลายช้าง ลายม้า ลายผัก ลายดอกไม้ต่าง ๆ ตามจินตนาการของผู้ทอ นิยมใช้สีแดงเป็นหลักในการทอ

2) ส่วนตัว ส่วนนี้จะมีความกว้างมากกว่าทุกส่วน การทอใช้ทางยืนจะต้องเป็นสีดำหรือสีทึบเท่านั้น และนี่เป็นที่มาของผ้าเจียงนางดำเส้นพุ่งนิยมใส่พุ่งนิยมสีน้ำเงินขึ้นด้วยสีแดง

3) ส่วนตีนซิ่นหรือเชิงผ้า จะเป็นส่วนที่เพิ่มความสวยงามของตัวผ้า ใช้สีเส้นที่สดใสดูสะดุดตาอาจมีลวดลายบ้าง แต่ไม่มากขึ้นอยู่กับจินตนาการของผู้ทอ

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรหัสศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ผ้าเจียงนางดำ

รูป และองค์ประกอบ	รายละเอียด	หมายเหตุ
1. รูปบรรจุภัณฑ์		เรียงจากซ้าย ไปขวา ด้านหน้า ด้านหลัง ด้านข้าง
2. สี	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้สีดำและแดง ซึ่งเป็นสีเอกลักษณ์ของผ้าเจียงนางดำ แบบดั้งเดิมที่พบเห็นได้มาก มาเป็นสีของถุงกระดาษ โดยมีการจัดวางสีของถุงกระดาษให้เหมือนกับการจัดวาง ลวดลายของผ้าทอ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามเอกลักษณ์ของผ้าทอ คือ ส่วนหัว (พก) ส่วนตัวผ้า และส่วนชายถุงของผ้า - ใช้สีดำเป็นส่วนใหญ่ ประมาณ 80% สีรองลงมาเป็นสีแดง และมีสีขาวในส่วนที่เป็นตัวอักษรเพียงเล็กน้อย 	
3. ตัวอักษร	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ตัวอักษรภาษาไทย 1 ตระกูล สำหรับเป็นข้อความ “ผ้าฝ้ายทอมือเจียงนางดำ” “ต้นฉบับผ้าเจียง หนึ่งเดียวในสูงเนิน” ซึ่งเป็นตัวอักษรแบบมีหัว และมีภาษาอังกฤษเป็นแบบตัวอักษรมีหัว (Serif) - มีข้อความตัวอักษรในด้านหลัง แสดงถึงข้อมูลของผ้าทอ 	
4. รูปภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - มีตราสัญลักษณ์ เจียงนางดำ ปรากฏเด่นอยู่กลางถุง ด้านหน้า และด้านหลัง แต่ด้านหลังมีขนาดเล็กกว่า - มีตราสัญลักษณ์ 4 ตรา แสดงอยู่ด้านหลัง ต่อท้ายข้อความของข้อมูล ได้แก่ ตราสัญลักษณ์มผช. ตราสัญลักษณ์โอทอป 4 ดาว ตราสัญลักษณ์พัฒนาชุมชน และตราสัญลักษณ์ว. (TISTR) - ไม่ปรากฏรูปภาพของตัวสินค้าอยู่บนถุงกระดาษ 	
5. ลวดลาย	<ul style="list-style-type: none"> - มีลายเส้นแนวตรง ที่เป็นการทำภาพเจียงเพื่อแสดงถึง 	

รูป และองค์ประกอบ	รายละเอียด	หมายเหตุ
	ลวดลายผ้าทอของจริง อยู่บริเวณกลางถุง และด้านบนก็มีลวดลายตัดทอนของส่วนหัว (ปก) สำหรับส่วนด้านล่างของถุง ใส่แถบสีเขียวสลับแดงสลับเหลือง เพื่อให้เหมือนลวดลายการทอผ้า	

ค. กลุ่มผู้บริโภคและช่องทางการจัดจำหน่าย

- กลุ่มลูกค้าหลัก คือ ชาวอำเภอสูงเนินที่นิยมใส่ผ้าไทย และหน่วยงานราชการ/เอกชนในอำเภอสูงเนิน ที่นิยมให้องค์กรอนุรักษ์การใส่ผ้าพื้นเมือง รวมไปถึงชาวบ้านต่างอำเภอ และนักท่องเที่ยว

- ช่องทางการจัดจำหน่าย มี 2 ช่องทาง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผ้าทอผ้าเจียงนางดำ ที่จัดจำหน่ายผ้าเจียงนางดำในทุกรูปแบบ ทั้ง ผ้าผืน ชุดสำเร็จรูป กระเป๋า และของที่ระลึกต่าง ๆ ที่เทศบาลตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน อีกหนึ่งช่องทาง คือ การออกบูธจำหน่ายสินค้าชุมชนในงานของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยงานของกรมพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้อง

ง. ข้อมูลด้านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

สำหรับสินค้าอุปโภค การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์จากองค์ประกอบหลักของเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ สี ตัวอักษร รูปภาพ และลวดลาย โดยได้สรุปผลวิเคราะห์ตามตารางดังนี้

จ. รูปภาพสินค้าชุมชน



ภาพที่ 112 การทอผ้าเจียงนางดำ

ที่มา: ผู้วิจัย

2) งานกาบหมาก

ก. ข้อมูลพื้นฐาน/ความเป็นมา

ความเป็นมาของงานกาบหมากนั้น คุณปภาณิศา คุ่มไข่น้ำ เจ้าของบริษัท ภิญโญวานิช จำกัด ผู้ผลิตงานกาบหมาก เล่าว่า ในปีพ.ศ. 2538 เนื่องจากในงานประเพณีกินเขาค่ำที่ปราสาทเมืองแขก ทุก ๆ ปี จะต้องมีการจัดเตรียมอาหารการกิน โดยเริ่มแรกมีการใช้ใบตองเป็นองค์ประกอบหลักและต้องมีงานกระเบื้องด้วย แต่มีปัญหาคือใบตองแตกหรือร่วน งานกระเบื้องก็หายและแตก เดิมแต่ก่อนบริเวณบริษัท และพื้นที่ในหมู่บ้านส่วนนี้เป็นสวนหมาก ได้เห็นกาบของต้นหมากร่วงหล่นตามบริเวณนี้ จึงเกิดแนวคิดจะทำให้เป็นประโยชน์ จึงลองประดิษฐ์เครื่องทำงานกาบหมากขึ้น และสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี ช่วงเริ่มแรก ถูกนำมาใช้เฉพาะงานประเพณีประจำอำเภอ งานกินเขาค่ำเท่านั้น คือในหนึ่งปีจะทำครั้งเดียว แต่ต่อมา 4-5 ปีหลัง เริ่มมีโครงการรักษโลก ลดโลกร้อน ทำให้มีผู้คนสนใจ จึงได้จัดตั้งบริษัทและผลิตที่สูงเนินที่เดียว

ข. อัตลักษณ์ของสินค้า

ภาชนะจากกาบหมากทำจากธรรมชาติ 100% สีสนลวดลายที่ปรากฏเป็นลวดลายที่เกิดจากธรรมชาติ โดยไม่มีการใช้สารเคมีและการฟอกสี จึงทำให้มีสีสนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีกลิ่นหอม ทั้งยังมีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ไม่แตกหักง่าย ที่สำคัญสามารถย่อยสลายได้ภายใน 45 วัน ตามกระบวนการทางธรรมชาติ ถือว่ามีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสูง

ค. กลุ่มผู้บริโภคและช่องทางการจัดจำหน่าย

- ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจุบัน งานกาบหมาก ของบริษัท ภิญโญวานิช จำกัด ผู้ผลิตภาชนะจากกาบหมากภายใต้แบรนด์ 'วีริษา' จัดจำหน่ายที่ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต และรับผลิตตามออเดอร์เท่านั้น

ง. ข้อมูลด้านเรขาคณิต/บรรณกรรม

ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ จานกาบหมาก

รูปและองค์ประกอบ	รายละเอียด	หมายเหตุ
1. รูปบรรจุภัณฑ์		
2. สี	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกใสหุ้มภาชนะอยู่ภายใน ใช้สีเขียว ด้านบนและด้านล่าง ส่วนตรงกลางเป็นสีใสเพื่อให้เห็นภาชนะที่บรรจุอยู่ภายใน - มีสีทองบริเวณขอบสีเขียวด้านบนและด้านล่าง รวมถึงสีของตราสัญลักษณ์ด้วย 	
3. ตัวอักษร	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ตัวอักษร 1 ตระกูล สำหรับเป็นข้อความภาษาไทย “จานกาบหมาก” และภาษาอังกฤษ “The Natural Plate” 	
4. รูปภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ปรากฏรูปภาพประกอบบนตัวบรรจุภัณฑ์ - ปรากฏตราสัญลักษณ์แบรนด์ วีรชา ภาษาอังกฤษ อยู่ส่วนบนที่เป็นสีเขียวของบรรจุภัณฑ์ 	
5. ลวดลาย	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ปรากฏลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ 	

จ. รูปภาพสินค้าชุมชน



ภาพที่ 113 ภาพงานกาบหมาก

ที่มา: <https://www.sanook.com/money/560111/>



บทที่ 5

การออกแบบ

หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ ที่แปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ และสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน ลำดับถัดมาคือการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้องค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์จากข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ที่ได้จากการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดโจทย์ในการออกแบบในรูปแบบของดีไซน์ บริฟ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้วิจัยนำผลวิเคราะห์ที่สรุปได้จากบทที่ 4 มาดำเนินการสร้างงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย มีสินค้าชุมชนทั้งหมด 5 รายการ โดยมีชื่อดังต่อไปนี้

- 1.1 หมี่กูดจิก: ตำบลกูดจิก, หมี่โคราชโบราณทำมือ
- 1.2 กาแฟดงมะไฟ: ตำบลดงมะไฟ, กาแฟอาราบิก้า 100%
- 1.3 ส้มโอจีโอพาร์ค: ตำบลโค้งยาง, ส้มโอพันธุ์ขาวน้ำผึ้ง
- 1.4 ผ้าเจียงนางดำ: ตำบลสูงเนิน, ผ้าฝ้ายทอมือ
- 1.5 งานกาบหมาก: ตำบลสูงเนิน, ภาชนะกาบหมากจากธรรมชาติ 100%

2. สินค้าชุมชนทั้ง 5 รายการเป็นสินค้าชุมชนที่มีชื่อเสียงของอำเภอ และยังโด่งดังในระดับจังหวัด นครราชสีมา แต่ก็มีได้มีการส่งเสริมอัตลักษณ์ของสินค้าให้เป็นที่รู้จักทางการตลาด อีกทั้งภาพลักษณ์ของสินค้ายังไม่เป็นที่จดจำและไม่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้ ดังนั้น สินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนินจึงขาดอัตลักษณ์ที่ชัดเจนรวมไปถึงยังไม่มี การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ที่เหมาะสมและสื่อสารความเป็นสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนินได้

3. ผู้วิจัย จึงได้พัฒนาแบรนด์โดยใช้ชื่ออำเภอ 'สูงเนิน' เป็นชื่อตราสินค้าให้กับอำเภอสูงเนิน โดยมีสินค้าชุมชนทั้ง 5 รายการเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อโด่งดังภายใต้แบรนด์สูงเนินนี้

4. การออกแบบแบรนด์สูงเนิน

ผู้วิจัยได้วางกลยุทธ์การออกแบบและกำหนดโจทย์การออกแบบแบรนด์สูงเนิน เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับใช้เป็นตราสัญลักษณ์ส่วนกลางของสินค้าชุมชนภายใต้แบรนด์สูงเนิน ในรูปแบบของดีไซน์ บริฟ (Design Brief) โดยมีข้อมูลรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 โจทย์การออกแบบตราสัญลักษณ์ (ส่วนกลาง) แบรินด์สูงเนิน

หัวข้อ	รายละเอียด
1. ชื่อแบรินด์	สูงเนิน
2. แนวความคิด	A LAND OF CULTURAL HERITAGE: ดินแดนแห่งมรดกทางวัฒนธรรม
3. แผนงานในอนาคต	<p>เป็นพื้นที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพราะมีพื้นที่อยู่ในอุทยานธรณีโคราช (KHORAT GEOPARK) ตามแนวทางของยูเนสโก มีการส่งเสริม อนุรักษ์และใช้ประโยชน์แหล่งธรณีวิทยานิเวศวิทยา และวัฒนธรรมในพื้นที่อย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อเยาวชนและประชาชนในด้านการศึกษา การท่องเที่ยว อาชีพและรายได้ในท้องถิ่น</p> <p>แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับอุทยานธรณี ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) แหล่งประวัติศาสตร์หินตัดสูงเนิน บ้านส้มกบงาม 2) แหล่งกาแปดงมะไฟ ตำบลมะเกลือเก่า 3) ปราสาทเมืองแขก ปราสาทโนนกู่ และปราสาทเมืองเก่า 4) พระนอนหินทราย ทวารวดี 5) แหล่งประวัติศาสตร์เมืองเสมา 6) วัดป่าภูผาสอง (จุดชมวิวกเวสตาโคราช)
4. สถานะทางการตลาดและคู่แข่ง	<p>คู่แข่งที่สำคัญ คือ อำเภอสีคิ้ว ซึ่งเป็นอำเภอที่มีพื้นที่ติดกันและมีข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ที่คล้ายกันในหลายเรื่องราว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ผายายเที่ยง (จุดชมวิวกเวสตาโคราช) 2) กุมรถลักษณะมอจะบก 3) ถ้าเขาจันทน์งามและภาพเขียนสี 4) แหล่งประวัติศาสตร์หินตัดสีคิ้ว 5) แหล่งผ้าไหม-ยวน อำเภอสีคิ้ว 6) ตลาดบ้านยวน วัฒนธรรมไท-ยวน <p>อำเภอสีคิ้ว ได้รับการพัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดดเด่นและหลากหลาย นอกจากนี้ ได้ถูกผลักดันพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติของชุมชนไท-ยวน สู่ความเป็นสินค้าโอท็อประดับพรีเมียม</p>

หัวข้อ	รายละเอียด
5. ปัญหา	<p>แม้อำเภอสูงเนินจะอยู่ในพื้นที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และเป็นชุมชนต้นแบบ ในเขตพื้นที่อุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark) ถึง 4 ชุมชน ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ชุมชนท่องเที่ยววิจิโอพาร์คเขาควง บ้านดงมะไฟ 2) ชุมชนท่องเที่ยววิจิโอพาร์คลำตะคอง บ้านตะคองหลง 3) ชุมชนท่องเที่ยววิจิโอพาร์คแหล่งหินตัด บ้านสัมภวงาม 4) ชุมชนท่องเที่ยววิจิโอพาร์คอารยธรรมทวารวดีบ้านคลองขวาง (วัดพระนอน) <p>แต่อำเภอสูงเนินก็ยังไม่ได้รับการระบุด้านอัตลักษณ์ ทำให้ขาดความเป็นเอกภาพในด้านภาพลักษณ์ ส่งผลไปถึงภาพลักษณ์ของสินค้าชุมชนและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกด้วย</p>
6. วัตถุประสงค์	<p>เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นที่จดจำแก่อำเภอสูงเนิน ผ่านงานออกแบบตราสัญลักษณ์ (LOGO) สำหรับใช้บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน เกิดประโยชน์ให้กับชุมชน การท่องเที่ยว และรายได้ในท้องถิ่น อันจะช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้เข้มแข็ง</p>
7. กลุ่มเป้าหมาย	<p>นักท่องเที่ยว ที่เดินทางท่องเที่ยวมายังอำเภอสูงเนิน</p>
8. อารมณ์และ ความรู้สึก	<p>มีวัฒนธรรม มีที่มาที่ไป เก๋ไก๋</p>

4.2 ตราสัญลักษณ์แบรนด์สูงเนิน



ภาพที่ 114 ตราสัญลักษณ์อำเภอสูงเนิน ในรูปแบบสีที่ 1

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 115 ตราสัญลักษณ์อำเภอสูงเนิน ในรูปแบบสีที่ 2

ที่มา: ผู้วิจัย

4.3 ที่มาของตราสัญลักษณ์แบรนด์สูงเนิน

1) นำข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ หมวดหมู่การตั้งถิ่นฐาน ซึ่งได้แก่ โบราณสถานในยุคสมัยวัฒนธรรมเขมรรุ่งเรืองและเข้ามามีอิทธิพลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งรวมถึงที่ตั้งของอำเภอสูงเนินในปัจจุบันด้วย โดยมีโบราณสถานที่สำคัญ 3 แห่ง ได้แก่ ปราสาทเมืองแขก ปราสาทโนนกู่ และปราสาทเมืองเก่า ซึ่งทั้ง 3 หลังนี้เป็นสถาปัตยกรรมเขมรก่อด้วยหินทราย โครงสร้างและรูปแบบของทั้ง 3 หลัง มีความคล้ายคลึงกัน และมีจุดเด่น คือ ชุ่มประตูที่ยังคงหลงเหลืออยู่ถึงปัจจุบัน จึงนำรูปแบบโครงสร้างชุ่มประตูนี้ มีลักษณะเด่นตรงโครงสร้างหินสี่เหลี่ยม หัวเสา และตัวเสา เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบตราสัญลักษณ์ เพื่อสื่อสารถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์และระลึกถึงวัฒนธรรมที่เจริญรุ่งเรืองในอดีต อันเป็นมรดกตกทอดที่สวยงามมาถึงปัจจุบัน

2) ‘สูงเนิน’ ตรงตัวอักษร นิ ทำให้สูงขึ้นกว่าตัวอื่น ๆ เนื่องจากต้องการสร้างจุดเด่นให้กับตราสัญลักษณ์ อีกทั้งต้องการสื่อสารถึงคำว่า ‘เนิน’ ที่หมายถึงโคกขนาดใหญ่ที่ค่อย ๆ ลาดสูงขึ้นจากระดับเดิม ซึ่งเป็นลักษณะภูมิประเทศของอำเภอ และเป็นที่มาของชื่ออำเภอสูงเนิน

3) รอยถลอกตรงตัวอักษร ต้องการแสดงให้เห็นถึงพื้นผิวของหินทราย (หมวดหินโคกกรวด) ที่เป็นวัสดุหลักของปราสาทหินทั้ง 3 หลัง อีกทั้ง อำเภอสูงเนินยังมีความโดดเด่นในเรื่องหินทรายในหมวดหินโคกกรวดอีกด้วย

4) สี ของตราสัญลักษณ์ กำหนดเลือกใช้ 2 สี ได้แก่

ก. สี Red (2.5YR4/6)

สีที่ได้จาก

ชุดดินสูงเนิน

(SUNG NOEN SERIES (Sn))



CMYK	RGB	MUNSELL SOIL COLOR CHART
C = 45	R = 79	-5R2/6 Very Dark Red
M = 85	G = 30	
Y = 62	B = 41	
K = 59		

ข. สี Very Dark Red (5R2/6)

สีที่ได้จาก

หินทรายโคกกรวด

(FINE GRAINED

SANDSTONE)



CMYK	RGB	MUNSELL ROCK COLOR CHART
C = 23	R = 168	Red 2.5YR4/6
M = 95	G = 45	
Y = 98	B = 36	
K = 16		

เนื่องจาก อำเภอสุงเนินมีข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพที่โดดเด่นในหมวดหมู่หินทราย
หมวดหินโคกกรวด และหมวดหมู่ดิน ซึ่งมีชุดดินประจำอำเภอ คือ ชุดดินสูงเนิน (Sn) ด้วยเหตุผลนี้
จึงนำสีที่สกัดได้จากข้อมูลส่วนนี้ นำมาเป็นสีของตราสัญลักษณ์ประจำอำเภอสุงเนิน เพื่อสื่อสารและ
แสดงถึงอัตลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์กายภาพอันโดดเด่นของภูมิภาคพื้นที่

5) ตราสัญลักษณ์นี้ นับว่าเป็นตราสัญลักษณ์ประเภท NAME SYMBOL MARK ซึ่งใช้ตัวอักษรที่นับว่าเป็นสัญลักษณ์ประเภทสัญลักษณ์ ใช้สีในระดับของการสื่อความหมาย

5. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 1: หมี่กุดจิก

โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนชั้นที่ 1: หมี่กุดจิก

● ที่มาและความสำคัญ (Background and Problem)

กว่า 100 ปี ที่ชุมชนกุดจิกได้ขึ้นชื่อว่าเป็นต้นกำเนิดของหมี่โคราช ซึ่งอาชีพดั้งเดิมของชาวกุดจิก คือ ทำนา หลังฤดูเก็บเกี่ยว ชาวบ้านจะนำข้าวเปลือกมาสีด้วยเครื่องสีข้าวโบราณ แล้วนำข้าวสารมาตำด้วย ครกกระเดื่อง เรียกว่า การซ้อมข้าว แล้วนำปลายข้าวที่แตกหักมาไม่ແປง ด้วยเครื่องมือหิน เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทำหมี่ ถือเป็นภูมิปัญญาที่ชาวบ้านนำมาใช้แปรรูปและถนอมอาหาร ซึ่งเส้นหมี่โคราชมียุคสมัยคล้ายเส้นก๋วยเตี๋ยวแต่บางกว่าเล็กน้อย

เอกลักษณ์ของหมี่กุดจิก คือ การทำเส้นหมี่จากแป้งข้าวที่ไม่สด ๆ ไม่มีส่วนผสมอื่นใดอีก ไม่ต้องแช่น้ำก่อนปรุง หมี่ไม่ติดกันเป็นก้อน และเส้นเหนียวนุ่ม อีกทั้งมีความหอมอ่อนจากข้าว รสชาติหวานธรรมชาติจากข้าวแท้ ๆ ภูมิปัญญาดั้งเดิมนี้มีขั้นตอนและวิธีการที่น่าอนุรักษ์ ดังนี้

- 1) แช่วข้าวสารเจ้า 15 กิโลกรัม ประมาณ 1 ชั่วโมง ถ้าจะให้ดีใช้ข้าวสารที่เป็นข้าวแข็งและเป็นข้าวเก่าข้ามปียิ่งดี เพราะจะได้แป้งข้าวที่เหมาะสมพอดี ไม่อ่อนจนเละหรือแข็งจนไม่ติดกัน
- 2) เมื่อแช่ครบเวลา ให้นำข้าวสารมาโม่ด้วยเครื่องมือไฟฟ้าหรือมีเครื่องมือหินยิ่งดี เพราะจะช่วยเพิ่มความหอมได้มากขึ้น จะได้น้ำข้าวในปริมาณ 15 กก. ผสมน้ำเล็กน้อยให้แป้งข้าวชั้นพอดี
- 3) เตรียมเตาดินแบบโบราณซึ่งทำจากดินเหนียวผสมกับแกลบข้าว ด้านใต้ทำเป็นปล่องไฟสำหรับใส่ฟืน พร้อมเตรียมฟืนไม้ไผ่ให้เพียงพอสำหรับการให้ความร้อน
- 4) เตรียมหม้อสำหรับทำแผ่นหมี่โดยใช้คอกหม้อทรงสูงปากกว้าง มาซึงด้วยผ้าขาวบางให้ตั้งเปิดรินผ้าประมาณ 5 ซม. เพื่อให้ไอน้ำพุ่งขึ้นมาได้ นำมาวางบนกระทะเติมน้ำใส่กระทะ 2 ส่วน 3 ของคอกหม้อ ปิดฝาหม้อต้มน้ำให้เดือด
- 5) ใช้ขันโลหะก้นมนตักน้ำแป้งเทลงบนผ้า พร้อมใช้ก้นขันเกลี่ยเป็นวงกลมให้ทั่วผ้า ไม่หนาหรือบางจนเกินไป ปิดฝาทิ้งไว้ 45 วินาที ให้แป้งสุก
- 6) นำไม้ไผ่โซลมน้ำค้อย ๆ แซะแผ่นแป้งออกจากเตา แล้วนำแผ่นแป้งไปตากแดดบนตะแกรงไม้ไผ่นานประมาณ 1 ชม.

โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนชั้นที่ 1: หมี่กูดจิก

7) เมื่อแผ่นแป้งเริ่มแห้ง (สังเกตได้ว่าเริ่มติดมือ) ให้ใช้น้ำมันพืชทาแผ่นแป้งให้ทั่ว เพื่อไม่ให้แผ่นแป้งติดกัน

8) นำแผ่นแป้งที่ทาน้ำมันแล้ว วางซ้อนกัน 10-15 แผ่นแล้วม้วนเป็นวงกลม ใช้มีดซอยหนาประมาณ 3 มิลลิเมตร แล้วนำเส้นหมี่ที่ซอยแล้วไปวางไว้บนตะแกรงไม้ไผ่ ตากให้แห้งแล้วมัดด้วยดอกลีสมพู ที่ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของ "หมี่กูดจิก"

● การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบอัตลักษณ์สินค้าและเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

STRENGTHS:

- มีกรรมวิธีผลิตเส้นหมี่ด้วยมือแบบโบราณทุกขั้นตอน
- ผลิตเส้นหมี่แบบสดใหม่ ทำตามคำสั่ง (Order) ให้โครงการต่าง ๆ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย
- เส้นหมี่เหนียว นุ่ม มีกลิ่นหอมจากข้าวเจ้า ให้รสชาติอร่อย ไม่ต้องแช่น้ำก่อนปรุง

WEAKNESSES:

- ผู้บริโภคต้องสั่งจองล่วงหน้า และใช้เวลารอสินค้าค่อนข้างนาน ไม่สามารถซื้อได้ตามความต้องการได้ทันที
- หมี่กูดจิกไม่มีหน้าร้านและช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ ผู้บริโภคที่สนใจต้องเดินทางไปยังบ้านกูดจิก ตำบลกูดจิก อำเภอสูงเนิน

OPPORTUNITIES:

- ผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคหมี่โคราชแบบของแท้ดั้งเดิม และสามารถรับสินค้าได้
- การจัดงานและโครงการสนับสนุนต่าง ๆ ของอำเภอ เช่น งานของดีเมืองสูงเนิน งานประเพณีกินเขาคั่ว เป็นต้น และนักท่องเที่ยวของอุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark) ที่เดินทางท่องเที่ยวมาตามพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ ของโครงการ

THREATS:

- สินค้าขาดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือน้อยกว่าสินค้าประเภทเดียวกันในเชิงธุรกิจ เพราะเป็นสินค้าชุมชนที่ผลิต จำหน่ายและดำเนินงานโดยชาวบ้านในท้องถิ่น หากเปรียบเทียบกับสินค้าหมี่โคราชที่ทำการตลาดและมียี่ห้อ (Brand) ที่มีชื่อเสียงและติดตลาดอยู่แล้ว

● การวิเคราะห์เพื่อกำหนด Unique Selling Points (USP)

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก

โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนชั้นที่ 1: หมี่กูดจิก

- ผู้บริโภคในพื้นที่และต่างจังหวัด ที่นิยมการกินเส้นหมี่โคราช อันเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่มีที่ใดเหมือน เพราะเส้นหมี่มีลักษณะคล้ายเส้นก๋วยเตี๋ยวแต่บางกว่าเล็กน้อย
- ผู้บริโภคที่ชื่นชอบความเป็นต้นตำหรับและคัดสรรของกินจากแหล่งต้นกำเนิด

2. ความโดดเด่น/ความได้เปรียบ

- หมี่กูดจิก เป็นหมี่โคราชที่มีกระบวนการทำมือแบบโบราณทุกขั้นตอน เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช ในการแปรรูปและถนอมอาหารที่สืบทอดต่อกันมายาวนาน
- เอกลักษณ์ของหมี่กูดจิกที่ไม่มีที่ใดเหมือน คือ เส้นหมี่ที่ไม่ต้องแช่น้ำก่อนปรุง เพราะหมี่ไม่ติดกันเป็นก้อน เส้นหมี่มีความเหนียวนุ่ม อีกทั้งยังมีความหอมอ่อนจากข้าว รสชาติหวานธรรมชาติจากข้าวแท้ ๆ
- ความได้เปรียบของหมี่กูดจิก คือ การทำเส้นสด ๆ ตามคำสั่งซื้อและความต้องการของผู้บริโภค เท่านั้น จะไม่ทำเส้นทิ้งไว้เป็นระยะเวลานาน จึงทำให้เส้นมีความสด มีกลิ่นหอมจากข้าวเจ้า และเหนียวนุ่มอร่อย

3. แนวโน้ม/โอกาสเติบโต

- แนวโน้มการเติบโตในท้องตลาด คือ การได้รับการผลักดันและสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์ ถึงข้อดีและเอกลักษณ์ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ปัจจุบัน มีผู้บริโภคที่สนใจและสนับสนุนสินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก และชื่นชอบในวิถีของความเป็นชุมชน เพราะได้ความสดใหม่ มีเสน่ห์ และสินค้ามีคุณภาพ เป็นจำนวนมาก

● ปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem)

หมี่กูดจิกขาดบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่สินค้าให้ผู้บริโภค ปัจจุบันใช้ถุงพลาสติกใส่ห่อเส้นหมี่ให้ผู้บริโภค

● วัตถุประสงค์การออกแบบ (Objective)

เพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าชุมชน 'หมี่กูดจิก' ที่ต้องการสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์อำเภอสูงเนิน และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ 'สูงเนิน' ให้เป็นที่จดจำ โดยเลือกใช้เพียงองค์ประกอบที่สำคัญมานำเสนอ

● กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

1. นักท่องเที่ยว ที่ท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ในโคราชจีโอพาร์ค
2. นักชิม และหรือนักท่องเที่ยวที่ทราบชื่อเสียงและเอกลักษณ์ของหมี่กูดจิก ที่ต้องการมาซื้อสินค้าเพื่อสัมผัสความอร่อยของหมี่โคราชโบราณที่แท้จริง อันมีกรรมวิธีการทำแบบดั้งเดิมทุกขั้นตอน ซึ่งต่างจากหมี่โคราชสำเร็จรูปทั่วไป ที่วางจำหน่ายในท้องตลาด อาทิ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าจำหน่ายของฝาก
3. ญาติพี่น้องของคนสูงเนินที่เดินทางมาเยี่ยมเยียนญาติ และคนสูงเนินที่ซื้อเป็นของขวัญที่ระลึก

โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนชั้นที่ 1: หมี่กูดจิก	
ให้ผู้อื่น	4. ผู้ประกอบการรายย่อยในจังหวัดนครราชสีมา ที่เข้าไปใช้ในธุรกิจร้านอาหาร และหรือธุรกิจที่พักแรม
● แนวความคิด (Concept)	อร่อยส่งตรงจากรสมือคุณยาย
● เหตุผลสนับสนุน (Support)	<p>หมี่กูดจิกเป็นหมี่โคราชดั้งเดิมของแท้ มีความโดดเด่นในเรื่องกรรมวิธีผลิตเส้นหมี่ที่ทำด้วยมือแบบโบราณทุกขั้นตอน ถือเป็นภูมิปัญญาการแปรรูปและถนอมอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราชที่มีการทำหมี่มาแต่โบราณ และปัจจุบันชาวชุมชนบ้านกูดจิกก็ยังคงสืบสานและอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำหมี่แบบดั้งเดิมนี้ไว้ทุกขั้นตอน</p> <p>ผลลัพธ์ที่ได้จึงทำให้เส้นหมี่มีความนุ่ม เหนียว ไม่จับกันเป็นก้อน มีกลิ่นหอมข้าวเจ้า โดยไม่จำเป็นต้องแช่เส้นก่อนนำไปผัด ผู้บริโภคจึงได้สัมผัสลิ้มรสความอร่อยของหมี่โคราชจริงแท้แน่นอน เมื่อนำไปผัด เปรี้ยวได้กินผัดหมี่โคราชที่อร่อยจากรสมือคุณยาย</p>
● บุคลิกภาพและอารมณ์ (Mood and Tone)	- ทำด้วยมือ (Hand-made) แบบดั้งเดิม (Traditional) รสอร่อย (Tasteful)

5.1 การวิเคราะห์กลยุทธ์การออกแบบ

- องค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์และสามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

หัวข้อ	รายละเอียดข้อมูล
แนวทางการออกแบบ	- Storytelling (กราฟิกเล่าเรื่อง)
การประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ หมวดศิลปะ (ศิลปวัตถุปราสาทเมืองแขก) 2. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ หมวดภูมิปัญญาการทำหมี่กูดจิก 3. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ หมวดภูมิประเทศเขาควงस्ता นำประติมากรรมนูนสูง ที่ปราสาทเมืองแขก ได้แก่ ทับหลังสลักภาพพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ โดยนำพระอินทร์มาเป็นตัวละครหลักในการสื่อสารเรื่องราวการทำหมี่กูดจิกด้วยมือแบบโบราณทุกขั้นตอน และใช้ภาพภูเขาควงस्ताซึ่งเป็นภูมิทัศน์ที่โดดเด่น เป็นภาพประกอบด้านหลัง

<p>กลุ่มสี</p>	<p>- ชุดสีที่ 1: Old Fashion</p>  <p>- ชุดสีที่ 2: Tasteful</p>  <p>- ชุดสีที่ 3: Sharp</p> 
<p>ประเภทของตัวอักษร</p>	<p>- แบบ Crossover (ตัวอักษรไม่มีหัว คิดรูปทรงขึ้นใหม่) ได้แก่ Puzu</p>
<p>กลุ่มคำบนบรรจุภัณฑ์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตัวอักษรโดด (Letter) <ul style="list-style-type: none"> - หมี่กูดจิก 2. กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan) <ul style="list-style-type: none"> - ต้นกำเนิด หมี่โคราช 3. กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า (Words) <ul style="list-style-type: none"> - หมี่โคราชบ้านเอง ต้อง... หมี่กูดจิก แป้งข้าวเจ้า 100% ไม่มีวัตถุกันเสีย
<p>ลักษณะของภาพประกอบ</p>	<p>- รูปภาพประดิษฐ์หรือภาพดัดแปลง</p> <p>- ลวดลาย: ตัดทอนรูปจากศิลปะวัตถุ (รูปพระอิทร์ทรงช้างเอราวัณ)</p> <p>สร้างลวดลายจากการทำซ้ำด้วยขนาดและการซ้ำด้วยสี</p> 
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p>	<p>- ห่อพลาสติกบรรจุหมี่โคราชสำเร็จรูป บรรจุขนาด 55 กรัม</p> <p>- ขนาดห่อ 11.5 x 16.5 ซม. (ยาว x สูง)</p>
<p>ข้อมูลบังคับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีปรุง (How to cook) 2. ส่วนประกอบที่สำคัญ (Ingredients) 3. น้ำหนักสุทธิ, วันที่ผลิต, วันที่หมดอายุ, ข้อมูลผู้ผลิตและการติดต่อ 4. เลขสารบบอาหาร (เครื่องหมาย อย.)

	5. เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า ได้แก่ OTOP, กรมพัฒนาชุมชน และของดีเมืองโคราช
--	--

6. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 2: กาแฟดงมะไฟ

โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนชั้นที่ 2: กาแฟดงมะไฟ
<p>● ที่มาและความสำคัญ (Background and Problem)</p> <p>กาแฟดงมะไฟ (Kakae Dong Ma Fai) หมายถึง กาแฟอาราบิก้าที่ปลูกบนภูเขาที่ระดับความสูงตั้งแต่ 400-700 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล ในพื้นที่หมู่บ้านดงมะไฟ ตำบลมะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน ด้วยกรรมวิธีการผลิตมาตรฐานเป็นกาแฟสารและกาแฟคั่ว-บด มีปริมาณคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 ของน้ำหนัก</p> <p>ขอบเขตพื้นที่การปลูกกาแฟดงมะไฟ ครอบคลุมพื้นที่หมู่บ้านดงมะไฟ ตำบลมะเกลือใหม่ มีความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์ ลักษณะภูมิประเทศ พื้นที่หมู่บ้านดงมะไฟส่วนใหญ่อยู่บนพื้นที่สูง มีลักษณะเป็นภูเขาหรือเทือกเขาบริเวณเขาใหญ่ มีความสูงตั้งแต่ 400-700 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล พื้นที่มีความลาดชัน เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร ดินในหมู่บ้านดงมะไฟส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นดินภูเขาไฟเก่าผสมกับดินลูกรัง ดินแดง มีดินทรายปนบ้าง ทำให้น้ำซึมผ่านได้ดี</p> <p>สภาพภูมิอากาศ ของหมู่บ้านดงมะไฟ กลางวันค่อนข้างร้อน กลางคืนหนาวเย็น เนื่องจากตั้งอยู่บนพื้นที่สูง มีปริมาณฝนเพียงพอ ปัจจัยทางธรรมชาติและปัจจัยจากมนุษย์มีส่วนสำคัญต่อการผลิตกาแฟดงมะไฟ การเจริญเติบโตของกาแฟดงมะไฟมีรูปแบบเฉพาะตัวในรอบ 1 ปี เป็นไปตามลักษณะภูมิประเทศ รอบการเจริญเติบโตของกาแฟดงมะไฟ มีความแตกต่างจากกาแฟที่ทำการปลูกจากแหล่งอื่น จึงทำให้กาแฟดงมะไฟมีระดับคาเฟอีนที่ต่ำกว่ากาแฟอาราบิก้าจากแหล่งอื่น คือ มีระดับคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 โดยน้ำหนัก จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการบริโภคกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนต่ำ</p> <p>กาแฟดงมะไฟ เป็นสินค้าชุมชนที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2556 ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ถือเป็นสินค้าชุมชนแรกของอำเภอสูงเนิน ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์</p>
<p>● การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)</p> <p>เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบอัตลักษณ์สินค้าและเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์</p> <p>STRENGTHS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - กาแฟดงมะไฟ เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงในระดับจังหวัดนครราชสีมา เพราะถูกจดทะเบียนเป็นสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ถือเป็นสินค้าที่ได้รับความคุ้มครองจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพราะสินค้ามีความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์เพาะปลูก และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น - เอกลักษณ์ที่โดดเด่น คือ มีปริมาณคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 ของน้ำหนัก จึงเหมาะสำหรับผู้

ที่ต้องการบริโภคกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนต่ำ

- กาแฟดองมะไฟ ปลอดภัยและมีในการเพาะปลูก จึงเป็นกาแฟเพื่อสุขภาพ

WEAKNESSES:

- ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เนื่องจากขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- กาแฟดองมะไฟมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงช่องทางเดียว คือหน้าร้านที่เป็นที่ตั้งกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน ตำบลดงมะไฟ อำเภอสูงเนิน

- กาแฟดองมะไฟดำเนินการออกบูธสินค้าตามงานแสดงสินค้าชุมชนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน แต่ไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19

OPPORTUNITIES:

- ผู้บริโภคที่เป็นคอกาแฟ ต้องการดื่มกาแฟตลอดทั้งวัน แต่รสชาติไม่เข้มข้นเกินไป
- ผู้บริโภคที่รักและใส่ใจสุขภาพ เลือกสรรสินค้าจากธรรมชาติแท้ 100 %
- กาแฟดองมะไฟ ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค เพราะมีคาเฟอีนเพียงร้อยละ 1 ของน้ำหนัก เป็นกาแฟทางเลือกได้ดี อาทิ หญิงตั้งครรภ์ ผู้ที่แพ้สารคาเฟอีนในกาแฟ
- ผู้บริโภคที่อยากลองดื่มกาแฟเพราะชอบกลิ่น แต่ดื่มกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนปกติไม่ได้
- ผู้บริโภคที่เริ่มต้นหรือลองหัดดื่มกาแฟ โดยเริ่มจากกาแฟที่มีสารคาเฟอีนต่ำ

THREATS:

- ยังไม่เป็นที่รู้จักในท้องตลาดมากนัก เนื่องจากขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่รู้จักชื่อกาแฟดองมะไฟ
- ภาพลักษณ์ของสินค้ามีความน่าเชื่อถือน้อยกว่า อันเนื่องมาจากชื่อไม่ติดหูผู้บริโภคเมื่อเทียบกับกาแฟของท้องที่อื่น ๆ เช่น กาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงใหม่ กาแฟเขาทะลุ จังหวัดชุมพร เป็นต้น

● การวิเคราะห์เพื่อกำหนด Unique Selling Points (USP)

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก

- ผู้บริโภคที่เป็นคอกาแฟ ต้องการดื่มกาแฟตลอดทั้งวัน แต่รสชาติไม่เข้มข้นเกินไป
- รักและใส่ใจสุขภาพ เลือกสรรสินค้าจากธรรมชาติ
- กาแฟดองมะไฟ ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค เพราะ มีคาเฟอีนเพียงร้อยละ 1 ของน้ำหนัก และปลูกแบบปลอดภัย จึงส่งผลดีต่อสุขภาพ เป็นกาแฟทางเลือกได้ดี อาทิ หญิงตั้งครรภ์

2. ความโดดเด่น/ความได้เปรียบ

- กาแฟดองมะไฟ เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศและจังหวัดนครราชสีมา เพราะถูกจดทะเบียนเป็นสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ถือเป็นสินค้าที่ได้รับความคุ้มครองจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพราะสินค้ามีความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์เพาะปลูก และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น
- เอกลักษณ์ที่โดดเด่น คือ มีปริมาณคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 ของน้ำหนัก จึงเหมาะสำหรับผู้

<p>ต้องการบริโภคกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนต่ำ</p> <p>- กาแฟดมมะไฟ ปลอดภัยและมีในการเพาะปลูก จึงเป็นกาแฟเพื่อสุขภาพ</p> <p>3. แนวโน้ม/โอกาสเติบโต</p> <p>- มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีในอุตสาหกรรมธุรกิจกาแฟและกาแฟแก้ว-บด ภาพรวมธุรกิจร้านกาแฟปี 2565 คาดการณ์จะฟื้นตัวกลับมาดีขึ้น หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาด โควิด-19 เนื่องจากได้รับการฉีดวัคซีนมากขึ้นและระดับ 60-70% บวกกับนโยบายเปิดประเทศของรัฐบาล นอกจากนี้ ผู้บริโภคต้องทำงานที่บ้าน (Work from home) อยู่บ้านมากขึ้น กังวลการออกมาใช้ชีวิตนอกบ้าน ปัจจัยดังกล่าวทำให้การบริโภคกาแฟภายในบ้านมีเคาเติบโตขึ้นถึง 10% (กรุงเทพมหานคร, 2564)</p> <p>- ผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้นในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้น กาแฟดมมะไฟ จึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภคที่ห่วงใยและใส่ใจสุขภาพของตนเอง</p>
<p>● ปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem)</p> <p>เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เดิมไม่สื่อสารเอกลักษณ์ของสินค้าและพื้นที่ รวมถึงอารมณ์ที่เหมาะสม</p>
<p>● วัตถุประสงค์การออกแบบ (Objective)</p> <p>เพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าชุมชน ‘กาแฟดมมะไฟ’ ที่ต้องการสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์อำเภอสูงเนิน และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ ‘สูงเนิน’ ให้เป็นที่จดจำ โดยเลือกใช้เพียงองค์ประกอบที่สำคัญมานำเสนอ</p>
<p>● กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บริโภคที่ต้องการดื่มกาแฟทางเลือกเพื่อสุขภาพ โดยมีปริมาณคาเฟอีนที่ต่ำ อาทิ หญิงตั้งครรภ์ ผู้ที่ต้องการดื่มกาแฟตลอดวัน ผู้ที่ต้องการดื่มกาแฟแต่แพ้สารคาเฟอีนในปริมาณเข้มข้น 2. นักท่องเที่ยว ที่ท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ในโคราชจีโอพาร์ค 3. นักชิม และหรือนักท่องเที่ยวที่ทราบชื่อเสียงและเอกลักษณ์ของกาแฟดมมะไฟ ที่มุ่งหมายมาสัมผัสสัมผัสรสชาติกาแฟดมมะไฟในพื้นที่แหล่งผลิตโดยตรง 4. ญาติพี่น้องของคนสูงเนินที่เดินทางมาเยี่ยมเยียนญาติ และมาพักผ่อนหย่อนใจ
<p>● แนวความคิด (Concept)</p> <p><i>DIRECTLY FROM TERRAIN (ส่งตรงจากภูมิประเทศ)</i></p>
<p>● เหตุผลสนับสนุน (Support)</p> <p>กาแฟดมมะไฟเป็นสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา (สินค้า GI) เพราะมีจุดเด่นในด้านพื้นที่การเพาะปลูก กล่าวคือ ภูมิประเทศหมู่บ้านดมมะไฟอยู่บนพื้นที่สูงบริเวณเชิงเทือกเขาใหญ่ (เขาใหญ่-ดงพญาเย็น) และมีสภาพภูมิอากาศ คือ กลางวันร้อนจัดกลางคืนหนาวเย็น ด้วยปัจจัยทางธรรมชาตินี้ส่งผลโดยตรงสู่การเจริญเติบโตของกาแฟให้มีรูปแบบเฉพาะตัว ทำให้รอบการเจริญเติบโตมีความแตกต่างที่จากที่อื่นคือมีระดับคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 โดยน้ำหนัก จึงเป็นกาแฟทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนต่ำ</p>

<p>ด้วยลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์นี้ ส่งผลโดยตรงมาสู่เมล็ดและรสชาติกาแฟ จึงทำให้กาแฟดมะไฟมีอัตลักษณ์โดดเด่นแตกต่างที่ไม่เหมือนใคร นับว่าเป็นกาแฟทางเลือกให้กับผู้บริโภค</p>
<p>● บุคลิกภาพและอารมณ์ (Mood and Tone)</p> <p>- ธรรมชาติ (Nature) แหล่งกำเนิดที่มา (Origin) เท่ (Chic)</p>

6.1 การวิเคราะห์กลยุทธ์การออกแบบ

- องค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์และสามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

หัวข้อ	รายละเอียดข้อมูล
แนวทางการออกแบบ	- Storytelling (กราฟิกเล่าเรื่อง)
การประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์	<p>1. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ หมวดศิลปะ (ศิลปวัตถุปราสาทเมืองแขก)</p> <p>2. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ หมวดหินโคกกรวด (หินทราย)</p> <p>นำประติมากรรมนูนสูง ที่ปราสาทเมืองแขก ได้แก่ ทับหลังสลักภาวนารายณ์อวตาร ปางวามนาวตาร (ตรีวิกรม) โดยนำพระนารายณ์มาเป็นตัวละครหลักในการสื่อสารเรื่องราวถือแก้วกาแฟร้อนและกาแฟเย็น ซึ่งเป็นกาแฟดมะไฟ และใช้ภาพหินโคกกรวด ซึ่งเป็นทรัพยากรหินที่โดดเด่นในพื้นที่อำเภอสูงเนินเป็นลวดลายประกอบของบรรจุภัณฑ์</p>
กลุ่มสี	<p>- ชุดสีที่ 1: Gentle</p>  <p>- ชุดสีที่ 2: Sharp</p> 
ประเภทของตัวอักษร	- แบบ Crossover (ตัวอักษรไม่มีหัว คิดรูปทรงขึ้นใหม่) ได้แก่ Puzu
กลุ่มคำบนบรรจุภัณฑ์	<p>1. ตัวอักษรโดด (Letter)</p> <p>- กาแฟดมะไฟ</p> <p>2. กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan)</p> <p>- กาแฟอาราบิก้า 100% ปลอดสารพิษ คาเฟอีนเพียง 1% ตามธรรมชาติ</p> <p>3. กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า (Words)</p>

	<p>- กาแฟอาราบิก้าที่ปลูกบนภูเขาในระดับความสูงตั้งแต่ 400-700 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลในพื้นที่หมู่บ้านดงมะไฟ ต.มะเกลือใหม่ พื้นที่ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์ อยู่บนเทือกเขาบริเวณเขาใหญ่ เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร ดินในหมู่บ้านเป็นดินภูเขาไฟเก่าผสมกับดินลูกรัง ทำให้น้ำซึมผ่านได้ดี กลางวันร้อนกลางคืนหนาวเย็น มีฝนเพียงพอ กาแฟมีรูปแบบเฉพาะตัวจึงทำให้มีระดับคาเฟอีนที่ต่ำกว่ากาแฟจากแหล่งอื่น คือ มีระดับคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 โดยน้ำหนัก และเป็นสินค้าที่ได้รับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) หนึ่งเดียวของสูงเนิน</p>
ลักษณะของภาพประกอบ	- รูปภาพประติมากรรมหรือภาพตัดแปลง
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	<p>- กล่องกระดาษทรงสี่เหลี่ยมบรรจุเมล็ดกาแฟสำเร็จรูป ขนาด 500 กรัม</p> <p>- ขนาดกล่อง 6 x 8 x 16 ซม. (กว้าง x ยาว x สูง)</p>
ข้อมูลบังคับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่วนประกอบที่สำคัญ (Ingredients) 2. น้ำหนักสุทธิ, วันที่ผลิต, วันที่หมดอายุ, ข้อมูลผู้ผลิตและการติดต่อ 3. เลขสารบบอาหาร (เครื่องหมาย ออย.) 4. ตราสัญลักษณ์ GI (สินค้าขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) 5. เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า ได้แก่ OTOP, กรมพัฒนาชุมชน และของดีเมืองโคราช

7. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 3: ส้มโอจีโอพาร์ค

<p>โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนชั้นที่ 3: ส้มโอจีโอพาร์ค</p>
<p>● ที่มาและความสำคัญ (Background and Problem)</p> <p>ส้มโอจีโอพาร์ค คือส้มโอพันธุ์ขาวน้ำผึ้ง เป็นผลไม้ขึ้นและของดีประจำอำเภอสูงเนินมานาน ดังปรากฏเด่นชัดในคำขวัญของอำเภอที่ว่า “ถิ่นเดิมโคราช พระพุทธไสยาสน์ศิลา ธรรมจักรล้ำค่า ปราสาทหินโบราณ ส้มโอหวานรสดี ประเพณีกินเขาค่า แดนธรรมะภูแก้ว” คำว่า “ส้มโอจีโอพาร์ค” นั้น ถูกตั้งชื่อตามการจัดตั้งอุทยานธรณีโคราช จีโอพาร์ค (Khorat Geopark) ปัจจุบันสหกรณ์การเกษตรสูงเนิน กำลังสนับสนุนให้เป็นที่ต้นกำเนิดส้มโอขาวน้ำผึ้ง และผลักดันขึ้นทะเบียนสินค้า GI เพราะถือเป็นของดีของเด่นของชุมชน และมีอัตลักษณ์โดดเด่นกว่าที่อื่น</p> <p>อัตลักษณ์ของสินค้า คือมีรสชาติหวาน กรอบ อร่อย ไม่มีน้ำแฉะ โดยชาวบ้านที่เป็นเกษตรกรทำสวนส้มโอ เชื่อว่า เพราะปลูกส้มโอที่มีพื้นที่ติดลำน้ำลำตะคอง สายน้ำที่อุดมด้วยแร่ธาตุ</p>

จึงทำให้ส้มโอที่มีเนื้อหวาน เนื้อไม่แฉะ เนื้อสวย แตกต่างจากที่อื่นเนื้อจะแฉะกว่า เนื่องจากน้ำที่ใช้รดส้มโอ เป็นน้ำจากใต้เขื่อนลำตะคอง ซึ่งมีการไหลเวียนตลอดเวลา มีแร่ธาตุที่สมบูรณ์ ส่งผลให้มีรสชาติออกมาดี ฉะนั้นจึงเรียกว่า “ส้มโอจิโงพาร์ค” ที่อร่อยที่สุดในโลก

● การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบอัตลักษณ์สินค้าและเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

STRENGTHS:

- มีรสหวาน เนื้อกรอบ รสชาติอร่อยชุ่มคอ ไม่มีน้ำแฉะ และรับประกันว่าไม่ขม
- อุดมด้วยคุณค่าและมีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น บำรุงผิวพรรณ ระบบขับถ่ายดี เป็นต้น

เพราะพื้นที่ปลูกติดลำน้ำลำตะคอง สายน้ำที่อุดมด้วยแร่ธาตุ

WEAKNESSES:

- ผลผลิตที่ออกมาสู่ท้องตลาดมีค่อนข้างน้อย ทำให้ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อจำเป็นต้องรอนาน หากไม่ใช่ช่วงฤดูการออกผลของส้มโอ
- ช่องทางการจัดจำหน่ายมีเพียง 2 ช่องทาง คือ การสั่งจากเจ้าของสวนและออกบูธสินค้าชุมชนของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ และจากสถานการณ์โรคโควิด-19 ทำให้งานออกบูธมีไม่ต่อเนื่อง
- ในด้านชื่อเสียงติดตลาดเมื่อเทียบกับจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านส้มโออย่างจังหวัดนครปฐมนั้น ส้มโอสูงเนิน ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักและชื่อเสียงยังไม่ติดหูเท่ากับส้มโอนครปฐม

OPPORTUNITIES:

- ผู้บริโภคในพื้นที่และนอกพื้นที่ นิยมบริโภคสินค้าจากแหล่งชุมชน ที่มีความโดดเด่นในเรื่องรสชาติ
- ผู้บริโภคที่รักสุขภาพ นิยมรับประทานผลไม้ที่มีสารอาหารและแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
- ผู้บริโภคที่แสวงหาของอร่อยตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ ที่เป็นของกินค่อนข้างหายาก เพราะต้องสั่งจองและสามารถรอสินค้าได้
- การผลักดันของหน่วยงานภาครัฐ ที่เพิ่มช่องทางการค้าขาย เช่น การจัดตั้งงานส้มโอของดีเมืองสูงเนิน หรือจัดตั้งตลาดน้ำจิโงพาร์ค ที่มีส้มโอเป็นสินค้าหลัก ทำให้ผู้บริโภคที่นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้บริโภคหน้าใหม่ ได้รู้จัก ลิ้มลองความอร่อย จนบอกกันปากต่อปาก ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีอีกช่องทางหนึ่ง

THREATS:

- ผู้บริโภคต้องใช้ระยะเวลาในการรอ เพราะต้องสั่งจองล่วงหน้า
- การขนส่งสินค้าในระยะทางไกล พบปัญหาความเสียหายเกิดขึ้นระหว่างขนส่งบ่อยครั้ง เช่น ผลไม้ช้ำ กล่องบรรจุบุบ เป็นต้น

● การวิเคราะห์เพื่อกำหนด Unique Selling Points (USP)

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก

- ผู้บริโภคในพื้นที่และนอกพื้นที่ นิยมบริโภคสินค้าจากแหล่งชุมชน ที่มีความโดดเด่นในเรื่องรสชาติ
- ชื่นชอบส้มโอพันธุ์ชาวน้ำผึ้ง ที่มีเนื้อหวาน อร่อย สดชื่น
- ผู้บริโภครักสุขภาพ นิยมรับประทานผลไม้ที่มีสารอาหารและแร่ธาตุที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
- มีความเสาะแสวงหาของอร่อยตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ ที่เป็นของกินค่อนข้างหายาก เพราะต้องสั่งจอง

2. ความโดดเด่น/ความได้เปรียบ

- มีรสชาติหวาน กรอบ อร่อยชุ่มคอ ไม่มีน้ำแฉะ และรับประกันว่าไม่ขม เหตุเพราะพื้นที่ปลูกติดลำน้ำ ลำตะคอง สายน้ำที่อุดมด้วยแร่ธาตุ นอกจากนี้ ยังอุดมด้วยคุณค่าและมีประโยชน์ต่อร่างกาย มีประโยชน์ในการบำรุงผิวพรรณให้ชุ่มชื้นอยู่เสมอ ลดไขมัน ระบบขับถ่ายดี
- สินค้าค่อนข้างมีน้อย ถือเป็น Rare item ประจำอำเภอก็ว่าได้ เพราะหากต้องการ จะต้องสั่งจองล่วงหน้าตั้งแต่ลูกเล็ก ๆ ยังอยู่บนต้น หรือต้องจองข้ามปีกันเลยทีเดียว

3. แนวโน้ม/โอกาสเติบโต

- ส้มโอจีโอพาร์ความีแนวโน้มที่ดีมาก เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างดีเสมอมา จากที่กล่าวมาแล้วว่าเป็นสินค้าที่ต้องจับจอง จึงทำให้มีระดับความต้องการซื้อของผู้ซื้อ ที่เรียกว่าอุปสงค์ (Demand) ค่อนข้างสูง
- การที่ถูกยกให้เป็นสินค้าโดดเด่นและจับจองยาก เพราะเป็นของฝากระดับพรีเมียม สำหรับผู้หลักผู้ใหญ่ระดับภูมิภาค และหรือประเทศบ่อยครั้ง ทำให้มีความต้องการเพิ่มมากขึ้น มีคำสั่งซื้อตั้งแต่ต้นยังไม่ผลิตรายออกมา จึงทำให้เกษตรกรชาวสูงเนิน ที่ทำสวนส้มโอมีรายได้ที่ดี ส่งผลต่อวิถีชีวิตที่มั่นคง
- การผลักดันของหน่วยงานภาครัฐ ที่เพิ่มช่องทางการค้าขาย เช่น การจัดตั้งงานส้มโอของดีเมืองสูงเนิน หรือจัดตั้งตลาดน้ำจีโอพาร์ค ที่มีส้มโอเป็นสินค้าหลัก ทำให้ผู้บริโภคที่นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้บริโภคหน้าใหม่ ได้รู้จัก ลิ้มลอง ความอร่อย จนบอกกันปากต่อปาก ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีอีกช่องทางหนึ่ง

● ปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem)

ส้มโอจีโอพาร์คขาดเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารเอกลักษณ์ของสินค้าและพื้นที่

● วัตถุประสงค์การออกแบบ (Objective)

เพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าชุมชน 'ส้มโอจีโอพาร์ค' ที่ต้องการสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์อำเภอสูงเนิน และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ 'สูงเนิน' ให้เป็นที่จดจำ โดยเลือกใช้เพียงองค์ประกอบที่สำคัญมานำเสนอ

● กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)


1. นักท่องเที่ยว ที่ท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ในโคราชจีโอพาร์ค และนักท่องเที่ยวทั่วไป
2. ผู้บริโภคที่ต้องการลิ้มลองของดีและของหายากประจำอำเภอสูงเนิน



● แนวความคิด (Concept)

คือสิ่งล้ำค่า
<p>● เหตุผลสนับสนุน (Support)</p> <p>ส้มโอเป็นผลไม้ขึ้นชื่อของอำเภอมายาวนาน ดังปรากฏให้เห็นในคำขวัญอำเภอ และได้ถูกยกย่องให้เป็นส้มโอพันธุ์ขาวน้ำผึ้งที่อร่อยที่สุดในโลก ด้วยเหตุผลของรสชาติที่หวานอร่อยและรับประกันว่าไม่มีรสขมที่คอเวลารับประทาน และที่สำคัญต้องทำการจองตั้งแต่อยู่บนต้นถึงจะได้ลิ้มรสความอร่อยนี้จึงเปรียบดังของล้ำค่า ที่เป็น RARE ITEM ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา</p>
<p>● บุคลิกภาพและอารมณ์ (Mood and Tone)</p> <p>- ตามประเพณี (Traditional) ล้ำค่า (Precious)</p>

7.1 การวิเคราะห์กลยุทธ์การออกแบบ

- องค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์และสามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

หัวข้อ	รายละเอียดข้อมูล
แนวทางการออกแบบ	- Storytelling (กราฟิกเล่าเรื่อง)
การประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์	<p>1. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ หมวดประเพณี ได้แก่ ประเพณีประจำปีของอำเภอสูงเนิน คือ ประเพณีกินเขาค่ำ</p> <p>เนื่องจาก ส้มโอจีโอพาร์คเป็นของดีประจำอำเภอ อำเภอสูงเนินจึงได้จัดงานประจำปีของดีเมืองสูงเนิน โดยมีผลไม้อย่างส้มโอจีโอพาร์คเป็นพระเอกของงานนี้ ในภายหลัง ทางอำเภอได้จัดงานของดีเมืองสูงเนินนี้ร่วมกับงานประเพณีกินเขาค่ำ ซึ่งเป็นงานประเพณีเก่าแก่ดั้งเดิมที่กินข้าวเย็นแบบขันโตกอีสาน ณ ปราสาทเมืองแขก โดยอีกหนึ่งเหตุการณ์สำคัญ คือ การฟ้อนรำในชุด ‘ศรีจินาตะปุระ’ เพื่อแสดงถึงความเป็นมา</p> <p>ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำนางอัปสรที่เป็นนางรำในการแสดงนี้ มาสื่อสารเล่าเรื่องราวของส้มโอจีโอพาร์ค เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์หนึ่งเดียวของอำเภอที่ไม่มีที่ใดเหมือน เพราะงานประเพณีนี้มีที่สูงเนินเพียงแห่งเดียว</p>
กลุ่มสี	<p>- ชุดสีที่ 1: Sweet and Dreamy</p> <p></p> <p>- ชุดสีที่ 2: Lively</p>

	 <p>- ชุดสีที่ 3: Precious</p>
ประเภทของตัวอักษร	- แบบ Crossover (ตัวอักษรไม่มีหัว คิดรูปทรงขึ้นใหม่) ได้แก่ Puzu
กลุ่มคำบนบรรจุภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> ตัวอักษรโดด (Letter) <ul style="list-style-type: none"> - ส้มโอจีโอพาร์ค กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan) <ul style="list-style-type: none"> - ส้มโอพันธุ์ชาวน้ำผึ้งที่ “อร่อยที่สุดในโลก” กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า (Words) <ul style="list-style-type: none"> - ส้มโอจีโอพาร์ค คือ ส้มโอพันธุ์ชาวน้ำผึ้ง เป็นของดีประจำอำเภอสูงเนินมาช้านาน ถูกตั้งชื่อตามอุทยานธรณีโคราช อุตลักษณ์ของส้มโอคือ มีรสชาติหวาน กรอบ อร่อย ไม่มีน้ำแฉะ เพราะพื้นที่ปลูกติดลำน้ำลำตะคองสายน้ำที่อุดมด้วยแร่ธาตุ จึงทำให้ส้มโออร่อย รสชาติหวาน เนื้อไม่แฉะ แตกต่างจากที่อื่น เนื่องจากน้ำที่ใช้รดส้มโอจากใต้เขื่อนลำตะคองมีการไหลเวียนตลอดเวลา อุดมด้วยแร่ธาตุที่สมบูรณ์ ส่งผลให้รสชาติออกมาดี จึงกล่าวได้ว่าส้มโอจีโอพาร์คเป็นส้มโอที่ "อร่อยที่สุดในโลก"
ลักษณะของภาพประกอบ	<ul style="list-style-type: none"> - รูปภาพประดิษฐ์หรือภาพดัดแปลง - ลวดลาย: ตัดทอนรูปจากศิลปะวัตถุ (รูปพระอินทร์) สร้างลวดลายจากการทำซ้ำด้วยขนาดและการซ้ำด้วยสี 
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องกระดาษทรงสี่เหลี่ยมมีหูจับด้านบน 1 กล่องบรรจุ 1 ลูก (ใหญ่) - ขนาดกล่อง 20 x 26 x 23 ซม. (กว้าง x ยาว x สูง)
ข้อมูลบังคับ	<ol style="list-style-type: none"> ข้อมูลผู้ผลิตและการติดต่อ เรื่องราวและความสำคัญของสินค้า

8. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 4: ผ้าเจียงนางดำ

โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนชั้นที่ 4: ผ้าเจียงนางดำ
<p>● ที่มาและความสำคัญ (Background and Problem)</p> <p>ผ้าเจียงนางดำ เป็นผ้าพื้นเมืองของบรรพบุรุษที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมที่อพยพมาจากลาว ได้มาตั้งถิ่นฐานอยู่ใกล้แหล่งน้ำลำตะคลองบริเวณอำเภอสูงเนินในปัจจุบันตั้งแต่ พ.ศ.2442 ในการดำเนินชีวิตจะประกอบอาชีพเกษตรกรรม เมื่อเว้นว่างจากการทำไร่ ทำนา จะทอผ้าไว้ใช้เองโดยมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม โดยมีลักษณะเป็นผ้าฝ้ายประกอบด้วย 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นพาสีแดง ส่วนที่สองเป็นผ้าพื้นย้อมครามแทรกเส้นด้ายสีแดง ส่วนที่สามเป็นชายผ้าถุง สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันของประชาชนชาวสูงเนิน มาตั้งแต่ดั้งเดิมกว่า 100 ปี</p> <p>ความเจริญเข้ามาถึงชุมชน ทำให้การแต่งกายมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม จากเดิมประกอบอาชีพด้านการเกษตร มีเวลาว่างก็จะทอผ้าไว้สำหรับเป็นเครื่องนุ่งห่มกันเอง เมื่อวิถีชีวิตเปลี่ยนไปเป็นลูกจ้างตามโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้ไม่มีเวลาในการทอผ้า ผ้าเจียงนางดำ จึงค่อย ๆ หายไปตามกาลเวลา จะมีหลงเหลือที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ก็เฉพาะผู้สูงอายุ หรือลูกหลานบ้างบางรายเท่านั้น</p> <p>เทศบาลตำบลสูงเนิน เล็งเห็นคุณค่าในเอกลักษณ์ของผ้าเจียงนางดำ ได้สืบค้นหาประวัติพบว่าไม่มีที่ไหนที่มีผ้าลักษณะเหมือนผ้าเจียงนางดำ เกรงว่าผ้าอัตลักษณ์ของสูงเนินจะหายไป จึงได้นำกลับมาฟื้นฟูตั้งกลุ่มผ้าเจียงนางดำ แต่ก็ไม่ได้จัดทำเต็มรูปแบบของผ้าเจียงนางดำทั้งหมด แต่ได้ประยุกต์นำเอาส่วนที่สองกลับมาปรับปรุงทำรูปแบบคงไว้ซึ่งผ้าเจียงนางดำ จึงส่งเสริมให้ทำการทอเฉพาะ ส่วนที่สองที่เป็นพื้นสอคลาย เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งยังมีการดัดแปลงสีสันทากหลายตามความนิยมร่วมสมัย ประกอบกับฝ้ายและต้นไม้มักใช้ย้อมหายากจึงได้หันมาใช้ด้ายประดิษฐ์ เช่น ปัจจุบันทอสีม่วง หรือไม้ก็ทอสีตามความต้องการของผู้ซื้อ และผ้าเจียงนางดำได้รับความไว้วางใจให้ใช้ประดับโต๊ะอาหาร เช่น ใช้ทำผ้าปูโต๊ะ, ที่รองแก้ว, ที่รองจาน, ผ้าคลุมเก้าอี้, ที่ใส่ช้อนบนโต๊ะอาหาร</p> <p>ผ้าเจียงนางดำจะไม่ตกสี ยิ่งซักยิ่งนิ่ม ใสแล้วไม่ร้อน รู้สึกโปร่งสบาย ระบายความร้อนได้ดี การดูแลรักษาไม่ยาก ควรตากในที่ร่ม และไม่ควรซักด้วยเครื่อง</p>
<p>● การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)</p> <p>เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบอัตลักษณ์สินค้าและเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์</p> <p>STRENGTHS:</p> <ul style="list-style-type: none">- ผ้าเจียงนางดำมีเอกลักษณ์ของผ้าที่ชัดเจนไม่มีใครเหมือน คือแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนพก ส่วนกลาง และส่วนเชิง ซึ่งพบได้ที่อำเภอสูงเนินเท่านั้น- คุณสมบัติพิเศษ คือ ผ้าจะไม่ตกสี ยิ่งซักยิ่งนิ่ม ใสแล้วไม่ร้อน รู้สึกโปร่งสบาย ระบายความร้อนได้ดี การดูแลรักษาไม่ยาก ควรตากในที่ร่ม- ราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับผ้าทอที่เป็นผ้าไหม

WEAKNESSES:

- ผ้าเจียงนางดำเป็นผ้าฝ้ายจึงไม่มีความประณีตละเอียดและไม่สะอาดตาโดดเด่นเหมือนผ้าไหม
- เมื่อเทียบกับผ้าทอที่เป็นไหมแท้ จะไม่มีความสวยงามมันวาวของเนื้อผ้าได้ดีเท่ากับไหมแท้
- เนื้อผ้าแข็งไม่อ่อนนุ่มเหมือนผ้าฝ้ายทอมือ เพราะเส้นด้ายที่นำมาทอเป็นผ้าฝ้ายสังเคราะห์สำเร็จรูป
- ขาดตลาดลายการทอที่เป็นลายเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ไม่เหมือนกับผ้าทอของพื้นที่อื่น ๆ

OPPORTUNITIES:

- หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อำเภอสูงเนินที่รณรงค์ให้พนักงานใส่ผ้าเจียงนางดำเพื่อเป็นการอนุรักษ์ไว้ซึ่งผ้าทอภูมิปัญญาประจำอำเภอ
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตามโครงการอุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark) ที่มายังอำเภอสูงเนิน มีโอกาสได้รู้จักและสัมผัสกับผ้าเจียงนางดำ
- โครงการสนับสนุน อนุรักษ์และสืบสานของจังหวัดนครราชสีมาต่าง ๆ ที่ดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำให้ผ้าเจียงมีช่องทางการจัดจำหน่ายและเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น
- ประยุกต์เป็นสิ่งของต่าง ๆ นอกเหนือจากตัดชุด เช่น ผ้าปูโต๊ะ พวงกุญแจ ผ้ารองจาน เป็นต้นทำให้กลุ่มผู้บริโภคขยายตัวมากขึ้น แต่เดิมมีแค่หน่วยงานรัฐและเอกชน แต่ปัจจุบันมีในภาคธุรกิจที่ภัตตาคารและร้านอาหารอีกด้วยที่ต้องการสินค้าเหล่านี้ไปใช้ในกิจการของตน ถือเป็นโอกาสประชาสัมพันธ์ที่ดี

THREATS:

- ชื่อเสียงของผ้าเจียงนางดำยังไม่เป็นที่รู้จักในระดับภูมิภาคหรือประเทศมากนัก เมื่อเทียบกับผ้าทอที่เป็นผ้าไหมของจังหวัดนครราชสีมาเองและรวมไปถึงจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เป็นที่นิยมในวงแคบเท่านั้น เพราะเนื้อผ้าขาดความสวยงามโดดเด่นสะอาดตา ไม่เป็นที่นิยมเท่ากับผ้าไหมแท้
- รูปแบบและเนื้อผ้าไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพราะเป็นเส้นฝ้ายสังเคราะห์สำเร็จ จึงเหมือนกับผ้าฝ้ายที่อื่น ๆ ที่ขายทั่วไปตามท้องตลาด ซึ่งผู้บริโภคหาซื้อได้ทั่วไปโดยไม่จำเป็นต้องซื้อของสูงเนิน

● การวิเคราะห์เพื่อกำหนด Unique Selling Points (USP)

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก

- นักท่องเที่ยว ที่ท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ในโคราชจีโอพาร์ค
- พนักงานของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ของอำเภอสูงเนิน ที่หน่วยงานรณรงค์ให้ใส่ผ้าเจียง

นางดำ

- ญาติพี่น้องของคนสูงเนินที่เดินทางมาเยี่ยมเยียนญาติ และคนสูงเนินที่ซื้อเป็นของที่ระลึกให้ผู้อื่น
- ผู้ประกอบการรายย่อยในจังหวัดนครราชสีมา ที่ซื้อไปใช้ในธุรกิจ เช่น ร้านอาหาร รีสอร์ท เป็นต้น

2. ความโดดเด่น/ความได้เปรียบ

- รูปลักษณ์ของผ้าเจียงนางดำมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร คือ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนชัดเจน ได้แก่ ส่วนพก ส่วนตัว และส่วนเชิง ถือเป็นความโดดเด่นของผ้าที่อนุรักษ์ไว้ตั้งแต่สมัยโบราณของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง
- เป็นผ้าฝ้ายทอมือ ดูแลรักษาง่าย ผ้าเจียงนางดำจะไม่ตกสี ยิ่งซักยิ่งนิ่ม ผ้าใส่แล้วไม่ร้อน รู้สึกโปร่งสบาย ระบายความร้อนได้ดี

3. แนวโน้ม/โอกาสเติบโต

- ผ้าเจียงนางดำ เป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากใส่สบาย ไม่ร้อนในขณะสวมใส่ เพราะเป็นผ้าฝ้าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงนิยมมาซื้อผ้าชิ้นแล้วนำไปตัดเย็บชุดเองตามความต้องการ
- ความมีเอกลักษณ์ของผ้าบรรพบุรุษลาวเวียง ที่พบแค่ที่อำเภอสูงเนิน จึงทำให้ผ้าเจียงนางดำ ได้รับการพัฒนาจากหน่วยงานต่าง ๆ ของจังหวัดนครราชสีมาอยู่เสมอ เช่น โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยทุนทางวัฒนธรรมเมืองเก่าสูงเนิน โดย สำนักศิลปะและวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เป็นต้น เสมือนเป็นการประชาสัมพันธ์ออกไปสู่ภายนอกจังหวัด และตลาดในวงกว้างมากขึ้น
- การประยุกต์รูปแบบตามความต้องการของผู้บริโภค เช่น การเปลี่ยนสีผ้าทอมือตามอัตลักษณ์ของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำไปใส่ประจำหน่วยงาน และการประยุกต์นำเอาผ้าทอมือไปตัดเย็บเป็นสินค้าอื่น ๆ เช่น กระเป๋า ผ้าปู-คลุมโต๊ะ พวงกุญแจ และอื่น ๆ ทำให้เป็นที่ต้องการของธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ภายในจังหวัดนครราชสีมา อันส่งผลดีต่อกลุ่มผ้าทอ และเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านนักท่องเที่ยวที่มาพักแรมอีกด้วย

● ปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem)

กลุ่มทอผ้าชาดบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่สินค้าเป็นประจำ กล่าวคือ กลุ่มทอผ้ามีบรรจุภัณฑ์ไว้สำหรับใส่สินค้าให้ลูกค้าในรูปแบบของกล่องกระดาษบ้าง ถุงกระดาษบ้าง ขึ้นอยู่กับหน่วยงานหรือองค์กรที่เข้ามาช่วยเหลือในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ แต่เมื่อบรรจุภัณฑ์หมดลง กลุ่มทอผ้าก็ไม่มีบรรจุภัณฑ์ใช้และสมาชิกในกลุ่มก็ไม่สามารถออกแบบหรือผลิตบรรจุภัณฑ์ได้เอง ด้วยหลายเหตุผล ได้แก่

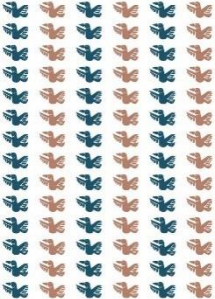
1. ต้องพึ่งพาโรงพิมพ์และ/หรือบริษัท ที่รับผลิตบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษหรือถุงกระดาษ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายและค่อนข้างสูงในการจ้างผลิต หากอยากได้ราคาที่ย่อมเยาลงมา จำเป็นต้องสั่งใน

<p>ปริมาณมากเท่านั้น</p> <p>2. สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในด้านการออกแบบและขาดทักษะด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ดังนั้น เมื่อบรรจุกฎหมายที่ได้รับมาหมดลง จึงไม่มีบุคคลใดที่สามารถดำเนินการด้านงานออกแบบหรือส่งต่อไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบได้ ถึงแม้ว่าจะมีแบบบรรจุกฎหมายเก่าที่ได้รับมาก็ตาม</p> <p>3. ด้วยสมาชิกในกลุ่มทอผ้า ขาดกำลังคนในช่วงวัยทำงานที่เป็นกำลังสำคัญในการผลักดันด้านเทคโนโลยีและกำลังในการขับเคลื่อน ดังนั้น เวลาเจอปัญหาจึงทำให้สมาชิกที่ค่อนข้างสูงวัยขาดความคล่องแคล่วและคล่องตัวในการดำเนินการจัดการด้านเทคโนโลยี</p>
<p>● วัตถุประสงค์การออกแบบ (Objective)</p> <p>เพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุกฎหมายให้กับสินค้าชุมชน ‘ผ้าเงียงนางดำ’ ที่ต้องการสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์อำเภอสูงเนิน และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ ‘สูงเนิน’ ให้เป็นที่จดจำ โดยเลือกใช้เพียงองค์ประกอบที่สำคัญมานำเสนอ</p>
<p>● กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นักท่องเที่ยว ที่ท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ในโคราชจีโอพาร์ค 2. พนักงานภาครัฐ/เอกชน ของอำเภอสูงเนิน ที่หน่วยงานรณรงค์ให้ใส่ผ้าเงียงนางดำ 3. ญาติพี่น้องของคนสูงเนินที่เดินทางมาเยี่ยมเยียนญาติ และคนสูงเนินที่ซื้อเป็นของที่ระลึกให้ผู้อื่น 4. ผู้ประกอบการรายย่อยในจังหวัดนครราชสีมาที่ซื้อไปใช้ในธุรกิจ เช่น ร้านอาหาร รีสอร์ท โรงแรม เป็นต้น
<p>● แนวความคิด (Concept)</p> <p style="text-align: center;"><i>มรดกจากรุ่นสู่รุ่น</i></p>
<p>● เหตุผลสนับสนุน (Support)</p> <p>ผ้าฝ้ายทอมือ ‘เงียงนางดำ’ มีต้นกำเนิดมาจากกลุ่มชาติพันธุ์ไทอีสาน (ลาวเวียง) ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่อำเภอสูงเนินตั้งแต่สมัยพ.ศ. 2442 ผ้าเงียงนางดำลดเลือนหายไปตามความทันสมัยของเทคโนโลยี แต่ปัจจุบัน ชาวอำเภอสูงเนินได้ร่วมกันรื้อฟื้นและสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าเงียงนางดำ โดยได้ประยุกต์เครื่องมือการทอ ปรับเปลี่ยนเส้นด้าย และเพิ่มสีสันให้มากขึ้น ถึงแม้ว่ากระบวนการจะไม่เหมือนดั้งเดิม 100% แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของผ้าเงียง คือ สัดส่วน 3 ส่วนของผ้าที่ชัดเจน</p> <p>การกลับมาของผ้าเงียงนางดำ เป็นสิ่งที่ชาวสูงเนินต่างภาคภูมิใจที่สามารถนำภูมิปัญญาการทอผ้ากลับมาสู่สังคมปัจจุบัน ที่สามารถใส่ได้ในทุกเพศทุกวัยทุกยุคทุกสมัย ไม่ลำหลัง สิ่งนี้จึงเป็นมรดกจากบรรพบุรุษที่ได้ทิ้งไว้ให้แก่คนรุ่นหลังที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ต่อไป</p>
<p>● บุคลิกภาพและอารมณ์ (Mood and Tone)</p> <p>- แบบดั้งเดิม (Traditional) อนุรักษ์นิยม (Conservative)</p>

8.1 การวิเคราะห์กลยุทธ์การออกแบบ

- องค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์และสามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

หัวข้อ	รายละเอียดข้อมูล
แนวทางการออกแบบ	- Storytelling (กราฟิกเล่าเรื่อง)
การประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ หมวดกลุ่มชาติพันธุ์โทอีสาน 2. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ หมวดภูมิปัญญาการทอผ้าเงียงนางดำ ด้วย ผ้าเงียงนางดำมีจุดกำเนิดมาจากกลุ่มชาติพันธุ์โทอีสาน (ลาวเวียง) ที่อพยพมาจากประเทศลาวตั้งแต่อดีตกาล ภูมิปัญญาการทอผ้าฝ้ายนี้ จึงเป็นมรดกตกทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาจนถึงปัจจุบัน <p>ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ทั้ง 2 หมวดนี้ มาถ่ายทอดเรื่องราวของประวัติศาสตร์ความเป็นมาสู่งานเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของผ้าเงียงนางดำ</p>
กลุ่มสี	<p>- ชุดสีที่ 1: Substantial</p>  <p>- ชุดสีที่ 2: Clear</p>  <p>- ชุดสีที่ 3: Precious</p> 
ประเภทของตัวอักษร	- แบบ Crossover (ตัวอักษรไม่มีหัว คิดรูปทรงขึ้นใหม่) ได้แก่ Puzu
กลุ่มคำบนบรรจุภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตัวอักษรโดด (Letter) <ul style="list-style-type: none"> - ผ้าเงียงนางดำ 2. กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan) <ul style="list-style-type: none"> - “ต้นกำเนิดผ้าเงียง หนึ่งเดียวในสูงเนิน” 3. กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า (Words) <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มี

ลักษณะของภาพประกอบ	<ul style="list-style-type: none"> - รูปภาพประดิษฐ์หรือภาพดัดแปลง - ลวดลาย: ตัดทอนรูปจากศิลปะวัตถุ (รูปนก) สร้างลวดลายจากการทำซ้ำด้วยทิศทาง และการซ้ำด้วยขนาด 
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องกระดาษสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีฝาเปิดด้านบน 1 กล่องบรรจุ 1 ผืน - ขนาดกล่อง 10 x 25 x 25 ซม. (กว้าง x ยาว x สูง)
ข้อมูลบังคับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อมูลผู้ผลิตและการติดต่อ 2. เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า ได้แก่ OTOP, กรมพัฒนาชุมชน และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช)

9. โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนชั้นที่ 5: จานกาบหมาก

โจทย์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนชั้นที่ 5: จานกาบหมาก
<p>● ที่มาและความสำคัญ (Background and Problem)</p> <p>คุณปาณิศา คุ่มไข่น้ำ เจ้าของบริษัท ภิญโญวานิช จำกัด ผู้ผลิตจานกาบหมาก เล่าว่า ในปี พ.ศ. 2538 เนื่องจากในงานประเพณีกินเขาคั่วที่ปราสาทเมืองแขกทุก ๆ ปี จะต้องมีการจัดเตรียมอาหารการกิน โดยเริ่มแรกมีการใช้ใบตองเป็นองค์ประกอบหลักและต้องมีการกระเบื้องด้วย แต่มีปัญหาคือใบตองแตกหรือรั่ว งานกระเบื้องก็หายและแตก เดิมแต่ก่อนบริเวณบริษัท และพื้นที่ในหมู่บ้านส่วนนี้เป็นสวนหมาก ได้เห็นกาบของต้นหมากร่วงหล่นตามบริเวณนี้ จึงเกิดแนวคิดจะทำให้เป็นประโยชน์ จึงลองประดิษฐ์เครื่องทำจานกาบหมากขึ้น และสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี ช่วงเริ่มแรก ถูกนำมาใช้เฉพาะงานประเพณีประจำอำเภอ งานกินเขาคั่วเท่านั้น คือในหนึ่งปีจะทำครั้งเดียว แต่ต่อมา 4-5 ปีหลัง เริ่มมีโครงการรักษ์โลก ลดโลกร้อน ทำให้มีผู้คนสนใจ จึงได้จัดตั้งบริษัท และผลิตที่สูงเนินที่เดียว</p> <p>อัตลักษณ์ของสินค้า ทำจากธรรมชาติ 100% สีสันทนที่ปรากฏเป็นลวดลายที่เกิดจากธรรมชาติ โดยไม่มีการใช้สารเคมีและการฟอกสี จึงทำให้มีสีสันทนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีกลิ่นหอม ทั้งยังมีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ไม่แตกหักง่าย ที่สำคัญสามารถย่อยสลายได้ภายใน 45 วัน ตามกระบวนการทางธรรมชาติ ถือว่ามีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสูง</p>
<p>● การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)</p> <p>เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบอัตลักษณ์สินค้าและเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์</p>

STRENGTHS:

- งานกาบหมากทำจากธรรมชาติ 100 % ไม่มีการใช้สารเคมีและการพอกสี
- น้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ไม่แตกหักง่าย
- สามารถย่อยสลายได้ภายใน 45 วัน ตามกระบวนการทางธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

WEAKNESSES:

- ขนาดและรูปแบบของภาชนะมีให้ผู้บริโภคเลือกไม่มากนัก เพราะไม่สามารถขึ้นรูปได้หลากหลายด้วยข้อจำกัดของขนาดและรูปทรงใบกาบหมาก จึงมีการขึ้นรูปได้เฉพาะบางรูปทรงเท่านั้น
- มีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับภาชนะพลาสติก

OPPORTUNITIES:

- ค่านิยมการรักษาสิ่งแวดล้อม ลดภาวะโลกร้อนที่เป็นอยู่บนสังคมโลกทุกวันนี้ ทำให้งานกาบหมากเป็นคำตอบที่ดีและตอบเจตนาให้กับผู้บริโภคที่มีความต้องการจะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีส่วนช่วยลดการกระทำที่เพิ่ม และหรือทำลายสิ่งแวดล้อม ด้วยขยะจากพลาสติก

- ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และยังคงมีอยู่ไปตลอดนั้น ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตนอกบ้านของผู้คนเปลี่ยนไปในทุกด้าน ไม่เว้นแม้แต่การรับประทานอาหารข้างนอก ในสภาวะแบบนี้การมีพื้นที่ส่วนตัวในการรับประทานอาหาร และเลี้ยงภาชนะส่วนรวม ทำให้งานกาบหมากเป็นทางเลือกที่ดี เพราะสามารถพกพาไปได้สะดวกเนื่องจากมีน้ำหนักที่เบา และใช้แล้วทิ้งได้เลย โดยไม่เป็นภาระในการล้างหรือเก็บ ที่สำคัญย่อยสลายได้ตามธรรมชาติอีกด้วย

THREATS:

- กาบหมากนั้นหายากและมีจำนวนที่จำกัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการของท้องตลาด เพราะต้องรอให้กาบหมากร่วงลงมาถึงจะนำมาทำได้ ไม่สามารถสอยลงมาจากต้นเพราะจะส่งผลให้ต้นหมากตายได้ อีกทั้งหากนำกาบหมากที่ยังไม่ร่วงและแก่ไม่พอมาทำงาน กาบหมากจะไม่มีควมเหนียวมากพอที่จะนำมาทำภาชนะต่าง ๆ

● การวิเคราะห์เพื่อกำหนด Unique Selling Points (USP)

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก

- ผู้บริโภคที่ต้องการภาชนะใส่อาหารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ 100% เพื่อพกพาติดตัวในเวลาเดินทาง หรือเมื่อต้องทำกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ เช่น การสำรวจ Camping เป็นต้น
- หน่วยงานต่าง ๆ ที่จัดงานนอกสถานที่ และมีความจำเป็นต้องใช้ภาชนะใส่อาหารที่ใช้แล้วทิ้ง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ งานอบรมสัมมนา เป็นต้น

2. ความโดดเด่น/ความได้เปรียบ

- ทำจากธรรมชาติ 100%
- สีสันทนที่ปรากฏเป็นลวดลายที่เกิดจากธรรมชาติ โดยไม่มีการใช้สารเคมีและการพอกสี จึงทำให้มีสีสันทันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีกลิ่นหอม

<p>- มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ไม่แตกหักง่าย</p> <p>- สามารถย่อยสลายได้ภายใน 45 วัน ตามกระบวนการทางธรรมชาติ ถือว่ามีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสูง</p> <p>3. แนวโน้ม/โอกาสเติบโต</p> <p>- ค่านิยมการรักษาสิ่งแวดล้อม ลดภาวะโลกร้อนที่เป็นอยู่บนสังคมโลกทุกวันนี้ ทำให้จานกาบหมากเป็นคำตอบที่ดีและตอบโจทย์ให้กับผู้บริโภคที่มีความต้องการจะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีส่วนช่วยลดการกระทำที่เพิ่ม และหรือทำลายสิ่งแวดล้อม ด้วยขยะจากพลาสติก</p> <p>- ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโลกโควิด-19 และยังคงมีอยู่ไปตลอดนั้น ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตนอกร้านของผู้คนเปลี่ยนไปในทุกด้าน ไม่เว้นแม้แต่การรับประทานอาหารข้างนอก ในสภาวะแบบนี้การมีพื้นที่ส่วนตัวในการรับประทานอาหาร และเสียงภาชนะส่วนรวม ทำให้จานกาบหมากเป็นทางเลือกที่ดี เพราะสามารถพกพาไปได้สะดวกเนื่องจากมีน้ำหนักที่เบา และใช้แล้วทิ้งได้เลย โดยไม่เป็นการเินการล้างหรือเก็บ ที่สำคัญย่อยสลายได้ตามธรรมชาติอีกด้วย</p>
<p>● ปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem)</p> <p>จานกาบหมากขาดเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารเอกลักษณ์ของสินค้าและพื้นที่</p>
<p>● วัตถุประสงค์การออกแบบ (Objective)</p> <p>เพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าชุมชน ‘จานกาบหมาก’ ที่ต้องการสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์อำเภอสูงเนิน และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ ‘สูงเนิน’ ให้เป็นที่จดจำ โดยเลือกใช้เพียงองค์ประกอบที่สำคัญมานำเสนอ</p>
<p>● กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บริโภคที่ต้องการภาชนะใส่อาหารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ 100% เพื่อพกพาติดตัวในเวลาเดินทาง หรือเมื่อต้องทำกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ เช่น การสำรวจ Camping เป็นต้น 2. หน่วยงานต่าง ๆ ที่จัดงานนอกสถานที่ และมีความจำเป็นต้องใช้ภาชนะใส่อาหารที่ใช้แล้วทิ้ง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ งานอบรมสัมมนา เป็นต้น
<p>● แนวความคิด (Concept)</p> <p style="text-align: center;"><i>THE ARTIFACT</i></p>
<p>● เหตุผลสนับสนุน (Support)</p> <p>จานกาบหมากแต่ละใบมีสีสันทันและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ซ้ำกัน อันเกิดจากลวดลายตามธรรมชาติล้วน ๆ โดยไร้การใช้สารเคมีและการพอกสี 100 % อีกทั้งยังมีกลิ่นหอมอ่อน ๆ ของกาบหมาก ด้วยคุณลักษณะพิเศษเหล่านี้ทำให้จานกาบหมากเป็นสิ่งประดิษฐ์ด้วยฝีมือมนุษย์ที่ได้มาจากธรรมชาติ</p>

● บุคลิกภาพและอารมณ์ (Mood and Tone)

- โบราณ (Ancient) วัฒนธรรม (Cultures) บริสุทธิ์ (Clear)

9.1 การวิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ

- องค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์และสามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

หัวข้อ	รายละเอียดข้อมูล
แนวทางการออกแบบ	- Storytelling (กราฟิกเล่าเรื่อง)
การประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์	<p>1. ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ หมวดศิลปะ (ศิลปวัตถุปราสาทเมืองแขก) นำประติมากรรมนูนสูง ที่ปราสาทเมืองแขก ได้แก่ ชิ้นส่วนหน้าบัน สลักภาพอมามเหศวร: พระศิวะทรงประคองพระอุมาไว้บนพระเพลา ประทับนั่งเหนือโคนนที โดยสร้างเรื่องราวให้พระศิวะมือขวาถือและชู จานกาบหมาก ส่วนมือซ้ายทรงประคองพระอุมา เป็นตัวละครหลักในการสื่อสารเรื่องราวของจานกาบหมาก เพื่อเพิ่มความน่ารักและสร้างจุดดึงดูดใจของภาพบรรจุภัณฑ์</p> <p>เนื่องจาก จานกาบหมากของอำเภอสูงเนินนี้ มีจุดกำเนิดมาจากการประเพณี คือ ประเพณีกินเขาคั่ว ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ณ ปราสาทเมืองแขก ซึ่งเป็นโบราณสถานคู่บ้านคู่เมืองของอำเภอสูงเนิน ดังนั้น จึงได้นำศิลปะวัตถุที่สวยงามและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์มาเล่าเรื่องราวนี้</p>
กลุ่มสี	<p>- ชุดสีที่ 1: Substantial</p>  <p>- ชุดสีที่ 2: Clear</p>  <p>- ชุดสีที่ 3: Precious</p> 
ประเภทของตัวอักษร	- แบบ Crossover (ตัวอักษรไม่มีหัว คิรูปทรงขึ้นใหม่) ได้แก่ Puzu
กลุ่มคำบนบรรจุภัณฑ์	<p>1. ตัวอักษรโดด (Letter)</p> <p>- จานกาบหมาก</p>

	<p>2. กลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - “ปลอดภัยจากสารพิษก่อมะเร็ง” <p>3. กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้า (Words)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาชนะกาบหมากเพื่อลดโลกร้อน ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ทนความร้อนได้ 200 องศาเซลเซียส ทนความเย็นได้ตั้งแต่ -18 องศาเซลเซียส
<p>ลักษณะของภาพประกอบ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - รูปภาพประติมากรรมหรือภาพตัดแปด - ลวดลาย: ตัดทอนรูปจากศิลปะวัตถุ (หน้าบันสลักภาพอุมาเมศวร) สร้างลวดลายจากการทำซ้ำด้วยทิศทาง และการซ้ำด้วยที่ว่าง 
<p>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องกระดาษสีเหลี่ยมจัตุรัส เจาะทะลุโปร่งใสครึ่งหนึ่งของกล่องเพื่อมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้ 1 กล่องบรรจุภาชนะได้ 1 เซ็ต (จานและถ้วยกาบหมาก 3 ใบ) - ขนาดกล่อง 8 x 22 x 22 ซม. (กว้าง x ยาว x สูง)
<p>ข้อมูลบังคับ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อมูลผู้ผลิตและการติดต่อ 2. วัน เดือน ปีที่ผลิต 3. ข้อเสนอการใช้งาน ได้แก่ เข้าไมโครเวฟได้, ทนร้อน ทนเย็น และสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้

10. ผลงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

10.1 หมี่กูดจิก



ภาพที่ 116 บรรจุภัณฑ์หมี่กูดจิก

ที่มา: ผู้วิจัย

10.2 กาแฟดงมะไฟ



ภาพที่ 117 บรรจุภัณฑ์กาแฟดงมะไฟ ด้านหน้า

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 118 บรรจุภัณฑ์กาแฟดงมะไฟ ด้านหลัง

ที่มา: ผู้วิจัย

10.3 ส้มโอจีโอพาร์ค



ภาพที่ 119 บรรจุภัณฑ์ส้มโอจีโอพาร์ค

ที่มา: ผู้วิจัย

10.4 ผ้าเจี๊ยะนางดำ



ภาพที่ 120 บรรจุภัณฑ์ผ้าเจี๊ยะนางดำ
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 121 บรรจุภัณฑ์ผ้าเจี๊ยะนางดำ
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 122 บรรจุภัณฑ์ผ้าเจียงนางดำ
ที่มา: ผู้วิจัย

10.5 จานกาบหมาก



ภาพที่ 123 บรรจุภัณฑ์จานกาบหมาก
ที่มา: ผู้วิจัย

10.6 รวมสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน 5 รายการ



ภาพที่ 124 บรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนแบรนด์สูงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย

11. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของแบรนด์สูงเนิน

11.1 ถุงกระดาษสำหรับใส่สินค้าแบรนด์สูงเนิน



ภาพที่ 125 ถุงกระดาษแนวนอนแบรนด์สูงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 126 ถุงกระดาษแนวตั้งแบรนด์สูงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย

11.2 ถุงพลาสติกสำหรับใส่สินค้าแบรนด์สูงเนิน



ภาพที่ 127 ถุงพลาสติกแบรนด์สูงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย

11.3 รวมถุงสำหรับใส่สินค้าแบรนด์สูงเนิน



ภาพที่ 128 รวมถุงสำหรับใส่สินค้าแบรนด์สูงเนิน
ที่มา: ผู้วิจัย

11.4 เทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน

11.4.1 เทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 1



ภาพที่ 129 เทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 1
ที่มา: ผู้วิจัย

11.4.2 เทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 2



ภาพที่ 130 เทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 2
ที่มา: ผู้วิจัย

11.4.3 เทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 3



ภาพที่ 131 เทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน ลวดลายที่ 3
ที่มา: ผู้วิจัย

11.4.4 รวมเทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน



ภาพที่ 132 รวมเทปกระดาษแบรนด์สูงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย

11.5 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญแบรนด์สูงเนิน

11.5.1 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 1



ภาพที่ 133 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 1

ที่มา: ผู้วิจัย

11.5.2 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 2



ภาพที่ 134 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 2
ที่มา: ผู้วิจัย

11.5.3 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 3



ภาพที่ 135 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 3
ที่มา: ผู้วิจัย

11.5.4 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 4



ภาพที่ 136 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญ ลวดลายที่ 4

ที่มา: ผู้วิจัย

11.5.5 รวมกล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญแบรนด์สูงเนิน



ภาพที่ 137 กล่องของขวัญพร้อมกระดาษห่อของขวัญแบรนด์สูงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย

11.6 รวมผลิตภัณฑ์แบรนด์สูงเนิน



ภาพที่ 138 รวมผลิตภัณฑ์แบรนด์สูงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย

บทที่ 6

สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อหาหลักเกณฑ์และแนวทางการนำข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ แปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ 2. เพื่อหาข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา 3. เพื่อนำเสนอต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน สำหรับเป็นแนวทางต้นแบบการประยุกต์ใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ผลวิจัยที่พบตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. สรุปผลวิจัย

1) หลักเกณฑ์การนำข้อมูลภูมิศาสตร์มาใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

1.1 การนำข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพมาใช้ในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ มีเกณฑ์การแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ มีหัวข้อดังต่อไปนี้

1.1.1 โลกและภูมิลักษณะ (Earth and Landforms)

1.1.1.1 โลก

ก. ทิน

1.1.1.2 ภูมิลักษณะ

ก. ภูมิประเทศ

ข. ภูมิประเทศพื้นที่ทะเล

ค. ภูมิลักษณะจากน้ำใต้ดิน

ง. ภูมิลักษณะจากลม

จ. ภูมิลักษณะจากธารน้ำแข็ง

1.1.2 ภูมิอากาศ (Climates)

1.1.2.1 เขตภูมิอากาศ

- ก. ภูมิอากาศร้อน
- ข. ภูมิอากาศแห้งแล้ง
- ค. ภูมิอากาศอบอุ่น
- ง. ภูมิอากาศหนาว
- จ. ภูมิอากาศน้ำแข็ง

1.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)

1.1.3.1 ทรัพยากรดิน

1.1.3.2 ทรัพยากรป่าไม้

- ก. ป่าเขตร้อน
- ข. ป่าเขตอบอุ่น
- ค. ป่าเขตขั้วโลก

1.1.3.3 ทรัพยากรแร่

1.1.3.4 เชื้อเพลิงฟอสซิล

1.2 การนำข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์มาใช้ในการออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ มีเกณฑ์การแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ มีหัวข้อดังต่อไปนี้

- 1.2.1 ภูมิศาสตร์ประชากร
- 1.2.2 ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม
- 1.2.3 ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ
- 1.2.4 ภูมิศาสตร์การพัฒนา
- 1.2.5 ภูมิศาสตร์เมือง
- 1.2.6 ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว

1.2.7 ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร

สำหรับงานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ในด้านวัฒนธรรม ดังนั้น จึงได้กำหนดเกณฑ์การแบ่งข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านวัฒนธรรมออกเป็นหมวดหมู่ มีหัวข้อดังต่อไปนี้

1.2.1 กลุ่มชาติพันธุ์

1.2.2 ภาษา

1.2.3 ภูมิทัศน์

1.2.3.1 ภูมิทัศน์การตั้งถิ่นฐาน

1.2.3.2 ภูมิทัศน์พื้นที่เพาะปลูก

1.2.3.3 ภูมิทัศน์ด้านศาสนา

1.2.4 อัตลักษณ์

1.2.4.1 การดำรงชีวิต

1.2.4.2 แนวความคิด ความเชื่อ

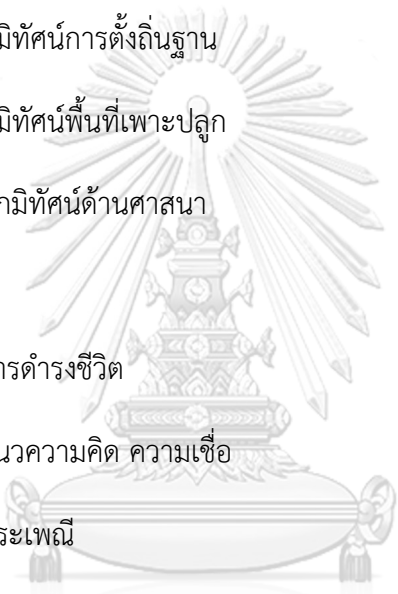
1.2.4.3 ประเพณี

1.2.4.4 อาหารการกิน

1.2.4.5 การแต่งกาย

1.2.4.6 ภูมิปัญญา

1.2.4.7 ศิลปะ



2) ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ผลวิจัยพบว่า อำเภอสูงเนินมีข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ที่ปรากฏในพื้นที่และมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยแยกออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

ก. ภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน

- อำเภอสูงเนินตั้งอยู่ในเขตของโครงการอุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ และมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ รวมไปถึงเป็นแหล่งซากดึกดำบรรพ์ที่มีคุณค่า มีความโดดเด่นทางด้านธรณีวิทยาในระดับนานาชาติ (International geological significances) เพราะมีลักษณะภูมิประเทศเคเวस्ता (Cuesta) หรือเขารูปอู้นี้ 2 แนวคู่ขนานกันจำนวนมากกว่า 20 เขาในพื้นที่ และจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นเขาเคเวस्ताได้ทั่วถึงมากที่สุด อยู่ที่ภูผาส่ง ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน

- อำเภอสูงเนินมีหินทราย หมวดหินโคกกรวดซึ่งปรากฏในพื้นที่จำนวนมาก โดยเฉพาะการค้นพบแหล่งหินตัดโบราณบ้านส้มกบงาม ตำบลเสมา โดยมีลักษณะภูมิประเทศเป็นลานหินธรรมชาติ ซึ่งเป็นร่องรอยกิจกรรมและภูมิปัญญาของมนุษย์ กล่าวคือ ปรากฏร่องรอยการสกัดและตัดหินทรายสีแดงเป็นแท่งรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า สำนักศิลปากรที่ 10 นครราชสีมาสันนิษฐานว่า ร่องรอยการตัดหินทรายนี้ เพื่อนำไปใช้ก่อสร้างปราสาทในวัฒนธรรมเขมรหลายแห่ง เช่น ปราสาทเมืองแขก ปราสาทโนนกู่ ปราสาทเมืองเก่า เป็นต้น

- ชุดดินสูงเนิน (Sung Noen series: Sn) ซึ่งเกิดจากตะกอนของหินตะกอนเนื้อละเอียดชะมาทับถมบนพื้นผิวของการกลี้งผิวแผ่นดิน เป็นดินลึกมากสีน้ำตาลปนแดงหรือแดงปนเหลือง เหมาะกับการปลูกพืชไร่ พบกระจายอยู่ด้านใต้ของที่ราบสูงตะวันออกเฉียงเหนือ

ข. ภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน

- อำเภอสูงเนิน มีวิถีชีวิต ความเชื่อ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมที่โดดเด่น อาทิ ภาษาพูดไทอีสานภาษาพูดไทโคราช กลุ่มชาติพันธุ์ไทอีสาน กลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช อาหารการกิน การแต่งกาย อาคารบ้านเรือน โดยภูมิปัญญาชาวบ้านที่โดดเด่นของชาวสูงเนิน ได้แก่ การทำหมี่กูดจิก ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ประจำอำเภอ คือ ประเพณีกินเขาค่ำ จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 8-10 เดือนมีนาคมของทุกปี และประเพณีบวงสรวงพระพุทธรูปไสยาสน์ (พระนอน) สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมือง นอกจากนี้ ชาวบ้านอำเภอสูงเนินยังมีความเชื่อเรื่องผี โดยมีการนับถือและบวงสรวง เรียกว่า ประเพณีลงช่วง (เลี้ยงผีปู่ตา) ที่ยังคงปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน

โดยข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน สามารถสรุปออกมาเป็นหัวข้อ ดังนี้

2.1 ภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน

2.1.1 หมวดหินโคลกรวด

2.1.1.1 แบบที่ 1 หินทรายเนื้อละเอียดสีแดง สีน้ำตาลแกมแดง (Fine Grained Sandstone)

2.1.1.2 แบบที่ 2 หินทรายแป้งสีน้ำตาลแกมแดง และสีน้ำตาลแกมม่วง (Silt Stone)

2.1.1.3 แบบที่ 3 หินทรายแบบมีหินโคลนเนื้อปูนแทรก สีเขียวอมเทา (Mud Stone)

2.1.2 ที่ราบสูงโคราช

2.2.3 เควस्ताโคราช (Khorat Cuesta)

2.2.4 ลำน้ำลำตะคอง

2.2.5 ทรัพยากรดิน 9 ชุดดิน

2.2.5.1 ชุดดินกำบัง KHAMBONG SERIES (Kg)

2.2.5.2 ชุดดินสีคว SIKHIO SERIES (Si)

2.2.5.3 ชุดดินสูงเนิน SUNG NOEN SERIES (Sn)

2.2.5.4 ชุดดินพิมาย PHIMAI SERIES (Pm)

2.2.5.5 ชุดดินจัตุรัส CHATTURAT SERIES (Ct)

2.2.5.6 ชุดดินชุมพวง CHUM PHUANG SERIES (Cpg)

2.2.5.7 ชุดดินยโสธร YASOTHON SERIES (Yt)

2.2.5.8 ชุดดินกุลาร้องไห้ KULA RONGHAI SERIES (Ki)

2.2.5.9 ชุดดินห้วยแถลง HUAI THALAENG SERIES (Ht)

2.2 ภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน

2.2.1 กลุ่มชาติพันธุ์

2.2.1.1 กลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช

2.2.1.2 กลุ่มชาติพันธุ์ไทอีสาน

2.2.2 ภาษาพูด

2.2.2.1 ภาษาพูดไทโคราช

2.2.2.2 ภาษาพูดไทอีสาน

2.2.3 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

2.2.3.1 การตั้งถิ่นฐาน

- 1) บ้านไทโคราช
- 2) บ้านใต้ถุนสูง
- 3) สถานีรถไฟ
- 4) ปราสาทเมืองแขก
- 5) ปราสาทโนนกู่
- 6) ปราสาทเมืองเก่า
- 7) เมืองเสมา

2.2.3.2 พื้นที่เพาะปลูก

- 1) ไร่มันสำปะหลัง

2.2.3.3 ด้านศาสนา

- 1) วัดธรรมจักษ์เสมาราม
- 2) วัดป่าภูผาสูง

2.2.4 อัตลักษณ์

2.2.4.1 การดำรงชีวิต

- 1) เกษตรกรรม
- 2) จักสานของใช้

2.2.4.2 แนวความคิด ความเชื่อ

- 1) การรับผี (ร่างทรง)

2.2.4.3 ประเพณี

- 1) ประเพณีกินเช่าค้ำ
- 2) ประเพณีบวงสรวงพระพุทธรูปไสยาสน์
- 3) ประเพณีลงช่วง (เลี้ยงผีปู่ตา)

2.2.4.4 อาหารการกิน

- 1) ข้าวแผะ
- 2) ข้าวปาด
- 3) ข้าวโป่ง

4) แกงไซ่ผ้า

5) หมี่โคราช

2.2.4.5 การแต่งกาย

1) นุ่งโจง (คนสูงวัย)

2) นุ่งผ้าเจียงนางดำ

2.2.4.6 ภูมิปัญญา

1) การทำหมี่โบราณ (หมี่กูดจิก)

2) การทอผ้าเจียงนางดำ

3) การถักสวิงแห่ไข่มดแดง

2.2.4.7 ศิลปะ

ก. ประติมากรรมที่ปราสาทเมืองแขก

1) ทับหลังสลักภาพเทวดาประทับนั่งภายในซุ้มเหนือหน้ากาล

2) ชิ้นส่วนหน้าบันสลักภาพอูมามเหศวร

3) ทับหลังสลักภาพนารายณ์อวตาร ปางกฤษณาวตาร

4) ทับหลังสลักภาพพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ

5) ทับหลังสลักภาพนารายณ์อวตารปางวามนาวตาร (ตรีวิกรม)

6) ทับหลังสลักภาพมหาสุรเมรินทร์

7) ส่วนประกอบหน้าบัน

ข. ภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว ต.มะเกลือใหม่

1) ภาพเขียนสีแดงรูปคน

2) ภาพเขียนสีแดงรูปช้าง

3) ภาพเขียนสีแดงรูปแมงป่อง

4) ภาพเขียนสีแดงรูปลายเส้น

3) แนวทางการนำข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ แปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบ
 เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 38 ผลการแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ภูมิศาสตร์กายภาพ			ภูมิศาสตร์มนุษย์		
ข้อมูล		องค์ประกอบ เรขศิลป์ บนบรรจุภัณฑ์	ข้อมูล		องค์ประกอบ เรขศิลป์ บนบรรจุภัณฑ์
โลกและภูมิลักษณะ			กลุ่มชาติพันธุ์		
หินโคกกรวด	→	สี พื้นผิว	ไทโคราช	→	ภาพ
ที่ราบสูงโคราช	→	ภาพ	ไทอีสาน	→	ภาพ
ควেসตาโคราช	→	ภาพ	ภาษาพูด		
ลำตะคอง	→	ภาพ	ไทโคราช	→	ตัวอักษร
ภูมิอากาศ			ไทอีสาน	→	ตัวอักษร
เขตร้อน	→	สี	ภูมิทัศน์วัฒนธรรม		
ทรัพยากรธรรมชาติ			การตั้งถิ่นฐาน	→	ภาพ
ชุดดิน 9 ชุดดิน			พื้นที่เพาะปลูก	→	ภาพ
1) ชุดดินคำบง	→	สี	ศาสนา	→	ภาพ
2) ชุดดินสีคิ้ว	→	สี	อัตลักษณ์		
3) ชุดดินสูงเนิน	→	สี	การดำรงชีวิต	→	ภาพ
4) ชุดดินพิมาย	→	สี	แนวความคิด ค.เชื่อ	→	ภาพ
5) ชุดดินจัตุรัส	→	สี	ประเพณี	→	ภาพ
6) ชุดดินชุมพวง	→	สี	อาหารการกิน	→	ภาพ
7) ชุดดินยโสธร	→	สี	การแต่งกาย	→	ภาพ สี
8) ชุดดินกุลาร้องไห้	→	สี	ภูมิปัญญา	→	ภาพ สี
9) ชุดดินห้วยแถลง	→	สี	ศิลปะ	→	ภาพ

4) แนวทางการใช้องค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน

ก. องค์ประกอบ เรื่อง สี

การใช้สีที่เหมาะสมในการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน มี 5 วิธี ได้แก่ การใช้สีแยกตรงข้าม (Split-component Colors) การใช้สีสามเส้น (Triads) การใช้สีตรงข้าม (Opposite Colors) การใช้สีใกล้เคียง (Adjacent Colors) และการใช้สีค่าอ่อนครอบคลุม (Dominant Tint)

ข. องค์ประกอบ เรื่อง ตัวอักษร

ตัวอักษรที่เหมาะสมสำหรับนำมาใช้ในการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน สรุปได้ดังนี้

- ตัวอักษรโดด (Letter) ได้แก่ ลายมือเขียน (Hand Writing) ตัวมีหัวมีน้ำหนักรหนา-บาง (Old Style) สำหรับพาดหัว (Wood Type) รูปทรงเรขาคณิต (Neo Geometric) ตัวอักษรแคบมีเส้นแกนตรง (Modern) ตัวอักษรมีหัวเล็กน้อยแบบขีด (Obscure) และ ตัวอักษรไม่มีหัว คิดรูปทรงขึ้นใหม่ (Crossover)

- คำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan) ได้แก่ ลายมือเขียน (Hand Writing) ตัวมีหัวมีน้ำหนักรหนา-บาง (Old Style) สำหรับพาดหัว (Wood Type) รูปทรงเรขาคณิต (Neo Geometric) ตัวอักษรแคบมีเส้นแกนตรง (Modern) ตัวอักษรมีหัวเล็กน้อยแบบขีด (Obscure) และ ตัวอักษรไม่มีหัว คิดรูปทรงขึ้นใหม่ (Crossover)

- กลุ่มคำบรรยาย (Words of Phases) ได้แก่ ลายมือเขียน (Hand Writing) ตัวมีหัวมีน้ำหนักรหนา-บาง (Old Style) รูปทรงเรขาคณิต (Neo Geometric) ตัวอักษรแคบมีเส้นแกนตรง (Modern) ตัวอักษรมีหัวเล็กน้อยแบบขีด (Obscure) ตัวอักษรไม่มีหัว คิดรูปทรงขึ้นใหม่ (Crossover) ใช้แนวคิดมีความเป็นกลาง (Geometric Humanist) และเส้นหนาเท่ากันตลอด ตัวอักษร (Humanist)

ค. องค์ประกอบ เรื่อง รูปภาพ

เทคนิคการสร้างสรรค์ภาพที่เหมาะสมสำหรับนำมาใช้ในการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน ได้แก่ ภาพพิมพ์ ภาพวาดแบบดั้งเดิม โดยเทคนิคทั้งสองแบบนี้ สามารถสร้างสรรค์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ และประเภทของภาพประกอบที่เหมาะสม ได้แก่ รูปภาพประดิษฐ์หรือภาพดัดแปลง รูปภาพเสมือนจริง และภาพนามธรรมเหมาะสำหรับสร้างเป็นสัญลักษณ์หรือลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

ง. องค์ประกอบ เรื่อง ลวดลาย

การสร้างลวดลายด้วยหลักการซ้ำที่เหมาะสมต่อการนำไปประยุกต์ใช้กับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน ได้แก่ การซ้ำด้วยขนาด (Repetition of size) การซ้ำด้วยสี (Repetition of color) การซ้ำด้วยทิศทาง (Repetition of direction) และการซ้ำด้วยที่ว่าง (Repetition of space)

2. อภิปรายผล

1) การนำเอาข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการนำเสนอเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน เป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพราะข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 ด้าน สามารถอธิบายเรื่องราวและบ่งบอกตัวตนของพื้นที่ อันมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชนได้อย่างครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะปัจจัยที่ทำให้เกิดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กล่าวคือ สินค้าที่ได้รับความคุ้มครองโดยการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ต้องอาศัยปัจจัยด้านมนุษย์ (Human Factor) เพื่อสร้างคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า โดยอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญของมนุษย์เฉพาะพื้นที่แห่งใดแห่งหนึ่ง และปัจจัยด้านธรรมชาติ (Natural Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ใช้เชื่อมโยงข้อเด่นหรือข้อดีของสินค้านั้น ๆ ที่มาจากธรรมชาติโดยตรง อาทิ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ (ภัทรพร เย็นบุตร, 2562, น.23)

ดังนั้น การนำเอาข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ มาประยุกต์เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ สามารถเป็นเกณฑ์กำหนดแนวทางการสร้างองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการใช้อัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ในชุมชนในงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชนได้อย่างแท้จริง

2) การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ มีแนวทางการออกแบบ คือ การเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 ด้าน เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีทั้งหมด 4 องค์ประกอบหลัก คือ สี รูปภาพ ตัวอักษร และลวดลาย เพื่อสร้างรูปแบบเรขศิลป์ให้มีความหลากหลายให้กับสินค้าชุมชน โดยการนำเอาองค์ประกอบ เรื่อง รูปภาพมาประยุกต์ด้วยวิธีการทำซ้ำ 4 วิธี คือ การซ้ำด้วยขนาด การซ้ำด้วยสี การซ้ำด้วยทิศทาง และการซ้ำด้วยที่ว่าง ซึ่งองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาจากการเปลี่ยนของข้อมูลภูมิศาสตร์ จะสามารถสื่อสารและบ่งบอกได้ถึงตัวตนของแหล่งผลิตสินค้าชุมชนได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ สี รูปภาพ หรือข้อความที่ได้มานั้น มีคุณลักษณะเฉพาะพื้นที่เท่านั้น เมื่อองค์ประกอบทุกอย่างมารวมตัวกันและแสดงออกผ่านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชุมชน จะก่อให้เกิดงานที่มีอัตลักษณ์อันโดดเด่นชัดเจนของพื้นที่ชุมชนนั้น ๆ ด้วย

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการวิจัย เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร กรณีศึกษา จังหวัด สมุทรสงคราม (ปฐวี ศรีโสภา, 2553) ที่สรุปไว้ว่า การกำหนดแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนได้อย่างเหมาะสม จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน ด้วยการใช้อัตลักษณ์ของชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างแท้จริง และยังสอดคล้องกับผลการวิจัย เรื่อง การเลือกเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยชมพู (เกษม กุณาศรี และคณะ, 2560) ที่สรุปไว้ว่า การเลือกเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่โดดเด่น ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเอกลักษณ์ท้องถิ่นกับ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของ

ชุมชน ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้สูงขึ้น ทำให้เกิดการจดจำแหล่งที่มาของสินค้าและเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า สร้างความโดดเด่น และสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hu, W., Battle, M. T., Woods, T., & Ernst, S. (2012) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าที่มีป้ายแสดงถึงแหล่งผลิตท้องถิ่นหรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น และงานวิจัยของ Lundqvist, A., Liljander, V., Gummerus, J., & van Riel, A. (2013) ที่กล่าวว่า การสร้างเรื่องราวของสินค้า หรือเรื่องราวของชุมชนให้ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการสร้างแรงดึงดูดให้กับผู้บริโภค หากผู้บริโภคที่ได้สัมผัสกับเรื่องราวที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ จะมีความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับสินค้ามากขึ้น

ด้วยเหตุผลของความสอดคล้องที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน เป็นปัจจัยหลักสำคัญที่สร้างความปรารถนาของผู้บริโภคต่อสินค้ามาครอบครอง อีกทั้งยังส่งผลต่อการช่วยส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชน ด้วยการใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์เชื่อมโยงกับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการแสดงคุณค่าเฉพาะตนที่สินค้าชุมชนมีแต่สินค้าอื่นไม่มี

3. ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างและออกแบบลวดลายเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนของตนเองได้ เพื่อสร้างจุดขายที่แตกต่างไปจากสินค้าอื่น ๆ จะนำมาซึ่งโอกาสในการได้เปรียบและมีความแตกต่างไม่เหมือนใคร และคนในชุมชนสามารถประยุกต์องค์ประกอบเรขศิลป์ได้ไม่ยากนัก เช่น การทำตรายาง ไว้สำหรับปั๊มลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ของตนเอง เพราะลดขั้นตอนการผลิต อีกทั้งยังสามารถทำได้ด้วยตนเองและที่สำคัญ คือ ลดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์อีกด้วย

2. การมีส่วนร่วมในงานออกแบบจากคนในชุมชน ในการออกแบบลวดลายของเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ หรือการสร้างรูปภาพจากมุมมองของคนในชุมชนเอง ถือเป็น การสร้างอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากความเป็นตัวตนของคนในชุมชนอย่างแท้จริง นับเป็นเสน่ห์ที่มาจากความจริงอันเป็นธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้เป็นวัฒนธรรมที่สวยงามโดยไม่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์จากคนนอกชุมชน แต่เกิดจากวิสัยทัศน์ของคนในชุมชนเอง

3. การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ หลังจากผู้วิจัยได้ศึกษาลงไปรายละเอียดของภูมิศาสตร์ จึงค้นพบว่า ภูมิศาสตร์เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับโลก ธรรมชาติรอบตัว และการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะภูมิศาสตร์มนุษย์ ที่มีแขนงย่อยถึง 6 แขนง นอกเหนือไปจากภูมิศาสตร์วัฒนธรรม ได้แก่ ภูมิศาสตร์ประชากร ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ ภูมิศาสตร์การพัฒนา ภูมิศาสตร์เมือง ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว และภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร

การวิจัยในครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาในแขนงอื่น ๆ ของภูมิศาสตร์มนุษย์เหล่านี้เพิ่มเติม อาจทำให้พบกลยุทธ์หรือประเด็นที่สามารถนำไปใช้ประกอบการออกแบบอื่น ๆ ได้มากขึ้นต่อไป

4. จากผลการวิจัยที่ผู้วิจัยสรุปมา สามารถพัฒนาต่อไปในรูปแบบของงานออกแบบเรขศิลป์ประเภทอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบอัตลักษณ์ การออกแบบกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อม การออกแบบลายผ้า เป็นต้น สามารถนำแนวทางไปประยุกต์ได้หลากหลายมากขึ้น ผู้วิจัยหวังว่าจะเป็นแนวทางในการต่อยอดให้กับงานวิจัยอื่น ๆ เพื่อได้พบสิ่งที่เป็นประโยชน์ที่มีความหลากหลายมากขึ้นในอนาคต

สำหรับในการวิจัยครั้งต่อไป สามารถวิจัยถึงแนวคิดทางด้านเรขศิลป์อื่น ๆ เพิ่มเติมได้นอกจากองค์ประกอบพื้นฐานของงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ และสามารถทำการวิจัยด้านการตลาด โดยนำแนวคิดกลยุทธ์ด้านการตลาด (Marketing Strategy) เพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและเป็นกลยุทธ์ทางการขายได้ ยกตัวอย่างเช่น การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experimental Marketing) ด้านประสาทสัมผัส (Sense) ได้แก่ การมองเห็น (Sight) การได้ยิน (Sound) การได้กลิ่น (Scent) การรับรส (Taste) และการสัมผัส (Touch) โดยใช้ประสาทสัมผัส (Sensory Marketing) สร้างเรขศิลป์ทางสุนทรียภาพ ความตื่นตาตื่นใจ ความงดงาม และความพึงพอใจในการใช้ประสาทสัมผัสเป็นตัวกระตุ้นให้แก่ผู้บริโภค ผ่านงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

บรรณานุกรม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY





แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ

บทนำ

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พัฒนาศักยภาพแหล่งภูมิศาสตร์ในการนำไปใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลภูมิศาสตร์ ทั้ง 2 มิติ ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ สำหรับภูมิศาสตร์กายภาพ ผู้วิจัยต้องการทราบประเภทและองค์ประกอบหลัก โดยเทียบจากข้อมูลของต่างประเทศและในประเทศ เพื่อที่จะได้ข้อสรุปประเภทและเพื่อจัดหมวดหมู่ขององค์ประกอบภูมิศาสตร์กายภาพ เพื่อจะนำข้อสรุปตรงนี้ไปสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์ในแต่ละพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้วิจัยทราบถึงความชัดเจนและความถูกต้องของข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ ในเรื่องประเภทและองค์ประกอบหลักที่สำคัญ โดยการเทียบเคียงข้อมูลของต่างประเทศและในประเทศ เพื่อที่จะสรุปข้อมูลและนำไปเป็นเกณฑ์หลักในการตั้งหัวข้อเพื่อการระบุข้อมูลต่อไป โดยมีข้อคำถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป (หน้า 2)

ส่วนที่ 2 ประเภทและหมวดหมู่องค์ประกอบของภูมิศาสตร์กายภาพ (หน้า 3)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อมูลลงในข้อความด้านล่างตรงตามความเป็นจริง

1. ชื่อ - นามสกุล
2. ตำแหน่ง
3. สังกัด/หน่วยงาน
4. สถานที่ติดต่อ
5. โทรศัพท์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 2 ประเภทและหมวดหมู่องค์ประกอบของภูมิศาสตร์กายภาพ

คำชี้แจง

ผู้เชี่ยวชาญ กรุณาชี้แนะและยืนยันข้อมูลในการเทียบเคียงข้อมูลของภูมิศาสตร์กายภาพต่างประเทศ และในประเทศ เพื่อสรุปประเภทและหมวดหมู่องค์ประกอบของภูมิศาสตร์กายภาพที่ชัดเจน

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. ประเภทและองค์ประกอบหลักของข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพที่สำคัญมีอะไรบ้าง และเมื่อเทียบเคียงข้อมูลของต่างประเทศและในประเทศ มีข้อมูลที่เหมือนหรือต่างกันอย่างไร โปรดอธิบาย
(ตารางแสดงข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพต่างประเทศ/ในประเทศ อยู่ด้านล่าง)

ประเภทและองค์ประกอบภูมิศาสตร์กายภาพจากต่างประเทศ			
ประเภทภูมิศาสตร์	องค์ประกอบของแต่ละประเภทภูมิศาสตร์		
โลก	1. โครงสร้างโลก 1.1 การกำเนิดโลก 1.2 ชั้นของโลก	2. แผ่นเปลือกโลกและการแปรสัณฐาน 2.1 แผ่นเปลือกโลก 2.2 การแปรสัณฐาน	3. การเลื่อนทวีป 3.1 ทวีปลอยน้ำ 3.2 ทวีปถล่มลอย 3.3 การชนกันของทวีป 3.4 การล่มสลายของทวีป
	4. แผ่นดินไหวและสึนามิ	5. การสร้างภูเขา	6. ภูเขาไฟและน้ำพุร้อน
หินและดิน	1. หิน 1.1 หินอัคนี 1.2 หินตะกอน/ ฟอสซิล 1.3 หินแปร	2. แร่ 2.1 Talc, Cinnabar, Orpiment, Mica 2.2 แร่และโลหะ 2.3 คริสตัล	3. ดิน 3.1 ดินอุดมสมบูรณ์ 3.2 ดินที่ไม่อุดมสมบูรณ์
วัฏจักรน้ำ	1. ไตรกธาร 1.1 แก่งและน้ำตก 1.2 หลุมยุบ, ถ้ำ, ช่องเขา 1.3 ชั้นหินและน้ำพุ	2. แม่น้ำ 2.1 สันดอน 2.2 ปากน้ำ	3. การกัดเซาะของน้ำแข็ง 3.1 ภูมิลักษณะการกัดเซาะ 3.2 ธรณีสัณฐานน้ำแข็ง
	4. การสะสมของน้ำแข็ง	5. การกัดเซาะชายฝั่ง 5.1 ถ้ำ 5.2 โค้งของชายฝั่ง	6. การสะสมบริเวณชายฝั่ง 7. การกัดเซาะในทะเลทราย

ประเภทและองค์ประกอบภูมิศาสตร์กายภาพจากต่างประเทศ			
ประเภทภูมิศาสตร์	องค์ประกอบของแต่ละประเภทภูมิศาสตร์		
สภาพอากาศและภูมิอากาศ	1. บรรยากาศ	2. ฤดูกาล	3. เขตภูมิอากาศ 3.1 วัฏจักรอุทกวิทยา 3.2 ลม
	4. กระแสน้ำใต้มหาสมุทร	5. ระบบสภาพอากาศ	6. การพยากรณ์อากาศ
	7. เมฆและหมอก	8. ฝน	9. พายุ
ชีวภูมิศาสตร์	1. ชีวนิเวศ (Tundra, Boreal Forest, Temperate grassland, Temperate Forest, Tropical Forest, Tropical grasslands, Desert, Mediterranean, Mountain, Polar)	2. ระบบนิเวศ 2.1 Tropical Forest and Rain Forests 2.2 Desert (Hot Desert, Cold Desert, Polar Desert) 2.3 Temperate Forest and Grasslands 2.4 Boreal Forest and Tundra	

ประเภทและองค์ประกอบภูมิศาสตร์กายภาพจากในประเทศ			
โลกและภูมิลักษณะ (Earth & Landforms)	ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource)	ภูมิอากาศ (Climate)	ระบบนิเวศ (Ecosystem)
1. โครงสร้างภายใน	1. ทรัพยากรที่ทดแทนได้	1. อุณหภูมิ	1. ป่าฝนเขตร้อน
1.1 เปลือกโลก	1.1 ทรัพยากรน้ำ	2. ลม	2. พุ่มหญ้าเขตอบอุ่น
1.2 เนื้อโลก	1.2 ทรัพยากรดิน	3. หมอก	3. ป่าผลัดใบเขตอบอุ่น
1.3 แก่นโลก	1.3 ทรัพยากรป่าไม้	4. เมฆ	4. ป่าแคระ
2. หิน	1.3.1 ป่าเขตร้อน	5. ฝน	5. พุ่มหญ้าเขตร้อน
2.1. หินอัคนี	1.3.2 ป่าเขตร้อน	6. พายุ	6. ทะเลทราย

	อบอุ่น		
2.2 หินตะกอน	1.3.3 ป่าเขตร้อนชื้น	7. การจำแนกเขตภูมิอากาศ	7. ชั่วโลกและน้ำแข็งภูเขาสูง
2.3 หินแปร	2. ทรัพยากรทดแทนไม่ได้	7.1 ภูมิอากาศร้อน	8. ป่าสน หรือ ไทกา
3. กระบวนการเปลือกโลก	2.1 ทรัพยากรแร่	7.2 ภูมิอากาศแห้งแล้ง	9. ทุนตรา
3.1 ภูเขาไฟ	2.2 เชื้อเพลิงฟอสซิล	7.3 ภูมิอากาศอบอุ่น	
3.2 พุน้ำร้อน		7.4 ภูมิอากาศหนาว	
4. ภูมิลักษณะพื้นผิวโลก		7.5 ภูมิอากาศน้ำแข็ง	
4.1 ภูมิประเทศพื้นผิวดิน			
4.2 ภูมิประเทศพื้นทะเล			
4.3 ภูมิลักษณะจากน้ำผิวดิน			
4.4 ภูมิลักษณะจากน้ำใต้ดิน			
4.5 ภูมิลักษณะจากน้ำทะเล			
4.6 ภูมิลักษณะจากลม			
4.7 ภูมิลักษณะจากธารน้ำแข็ง			

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

ขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นางสาวอุษณิษา พลศิลป์ นิสิตปริญญาเอก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป)

แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์

บทนำ

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พัฒนาศักยภาพแหล่งภูมิศาสตร์ในการนำไปใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลภูมิศาสตร์ ทั้ง 2 มิติ ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ สำหรับภูมิศาสตร์มนุษย์ ผู้วิจัยต้องการทราบประเภทและองค์ประกอบหลัก โดยเทียบจากข้อมูลของต่างประเทศและในประเทศ เพื่อที่จะได้ข้อสรุปประเภทและเพื่อจัดหมวดหมู่ขององค์ประกอบภูมิศาสตร์มนุษย์ เพื่อจะนำข้อสรุปตรงนี้ไปสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลภูมิศาสตร์ในแต่ละพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้วิจัยทราบถึงความชัดเจนและความถูกต้องของข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ ในเรื่องประเภทและองค์ประกอบหลักที่สำคัญ โดยการเทียบเคียงข้อมูลของต่างประเทศและในประเทศ เพื่อที่จะสรุปข้อมูลและนำไปเป็นเกณฑ์หลักในการตั้งหัวข้อเพื่อการระบุข้อมูลต่อไป โดยมีข้อคำถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป (หน้า 2)

ส่วนที่ 2 ประเภทและหมวดหมู่องค์ประกอบของภูมิศาสตร์กายภาพ (หน้า 3)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อมูลลงในข้อความด้านล่างตรงตามความเป็นจริง

1. ชื่อ - นามสกุล
2. ตำแหน่ง
3. สังกัด/หน่วยงาน
4. สถานที่ติดต่อ
5. โทรศัพท์



ส่วนที่ 2 ประเภทและหมวดหมู่องค์ประกอบของภูมิศาสตร์มนุษย์

คำชี้แจง

ผู้เชี่ยวชาญ กรุณาชี้แนะและยืนยันข้อมูลในการเทียบเคียงข้อมูลของภูมิศาสตร์มนุษย์ต่างประเทศและในประเทศ เพื่อสรุปประเภทและหมวดหมู่องค์ประกอบของภูมิศาสตร์มนุษย์ที่ชัดเจน

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. ประเภทและองค์ประกอบหลักของข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ที่สำคัญมีอะไรบ้าง และเมื่อเทียบเคียงข้อมูลของต่างประเทศและในประเทศ มีข้อมูลที่เหมือนหรือต่างกันอย่างไร โปรดอธิบาย

(ตารางแสดงข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ต่างประเทศ/ในประเทศ อยู่ด้านล่าง)

ประเภทของภูมิศาสตร์มนุษย์ต่างประเทศ				
1. ประชากรศาสตร์	2. เมือง	3. การตั้งถิ่นฐาน ชนบท	4. การ แพร่กระจาย ของวัฒนธรรม	5. สุขภาพ
6. กิจกรรมทาง เศรษฐกิจ	7. อาหารและ การ เกษตรกรรม	8. อุตสาหกรรม การผลิต	9. อุตสาหกรรม บริการ	10. การ ท่องเที่ยว
11. ขนส่งและจัด จำหน่าย	12. วิทยาการ เทคโนโลยี	13. การพัฒนาที่ ไม่สม่ำเสมอ	14. โลกาภิวัตน์	15. ที่อยู่ อาศัยในเมือง
16. ผลกระทบต่อ มนุษย์	17. การ เปลี่ยนแปลง ของภูมิทัศน์	18. การอนุรักษ์	19. การจัดการ ภัยธรรมชาติ	20. แหล่ง พลังงาน
21. ความยั่งยืน	22. การพึ่งพา อาศัย	23. ความมั่นคง ทางอาหาร	24. ความมั่นคง ทางน้ำ	25. ความ ขัดแย้งและ การแก้ไข

ประเภทและองค์ประกอบของภูมิศาสตร์มนุษย์ในประเทศ			
ประเภท	องค์ประกอบ		
1. ภูมิศาสตร์ประชากร	1.1 การเพิ่มประชากร	1.2 ทฤษฎีประชากร	1.3 การย้ายถิ่น
2. ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม	2.1 เชื้อชาติ	2.2 ภาษา	2.3 ศาสนา
	2.4 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม	2.5 อัตลักษณ์วัฒนธรรม	
3. ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ	3.1 กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	3.2 พัฒนาการทางเศรษฐกิจ	
4. ภูมิศาสตร์การพัฒนา	4.1 ทฤษฎีการพัฒนา	4.2 การวัดระดับการพัฒนา	4.3 ทิศทางการพัฒนา
5. ภูมิศาสตร์เมือง	5.1 ขนาดและการกระจายของเมือง	5.2 โครงสร้างเมือง	5.3 ย่านที่อยู่อาศัย
	5.4 พาณิชยกรรม	5.5 ปัญหาเกี่ยวกับเมือง	
6. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว	6.1 การเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยว	6.2 การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยว	6.3 ผลกระทบของการท่องเที่ยว
	6.4 การจัดการการท่องเที่ยว		
7. ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร	7.1 การผลิตอาหารของมนุษย์	7.2 แหล่งผลิตอาหารของโลก	7.3 ความมั่นคงทางอาหารของโลก

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

ขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นางสาวอุษณิษา พลศิลป์ นิสิตปริญญาเอก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริง เพื่อจะนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป)

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์

อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

บทนำ

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต เรื่อง การออกแบบ
 เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ใน
 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พัฒนาศักยภาพแหล่งภูมิศาสตร์ในการนำไปใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์
 ของสินค้าชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ระบุข้อมูลภูมิศาสตร์ ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัด
 นครราชสีมา ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ และผ่านการประเมินผลในการระบุ
 ข้อมูลภูมิศาสตร์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ สำหรับข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูง
 เนินนั้น ผู้วิจัยต้องการทราบและยืนยันข้อมูลเพื่อระบุหมวดหมู่ของภูมิศาสตร์มนุษย์ ที่โดดเด่นเป็น
 เอกลักษณ์ที่แท้จริงของอำเภอสูงเนิน โดยผู้วิจัยได้สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมได้ 7 หมวดหมู่ดังนี้
 1. ภูมิศาสตร์ประชากร 2. ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม 3. ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ 4. ภูมิศาสตร์การพัฒนา 5.
 ภูมิศาสตร์เมือง 6. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว 7. ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้วิจัยทราบถึงข้อเท็จจริงด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
 ว่าอำเภอสูงเนินนั้น มีความโดดเด่นในข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ด้านใดมากที่สุด ที่จะสามารถนำมาเป็น
 ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ในการเชื่อมโยงกับการหาคู่ประกอบทางเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ต่อไป โดยมีข้อ
 คำถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- | | |
|---|----------|
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป | (หน้า 2) |
| ส่วนที่ 2 ระบุความโดดเด่นข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน | (หน้า 3) |
| ส่วนที่ 3 ระบุองค์ประกอบในแต่ละด้าน ที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน | (หน้า 4) |
| ส่วนที่ 4 ความเชื่อมโยงของภูมิศาสตร์มนุษย์กับสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน | (หน้า 8) |
| ส่วนที่ 5 ภูมิศาสตร์มนุษย์กับการผลิตสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน | (หน้า 8) |

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อมูลลงในข้อความด้านล่างตรงตามความเป็นจริง

1. ชื่อ - นามสกุล
2. ตำแหน่ง
3. สังกัด/หน่วยงาน
4. สถานที่ติดต่อ
5. โทรศัพท์



ส่วนที่ 2 ระบุความโดดเด่นข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน

คำชี้แจง

ผู้เชี่ยวชาญ กรุณาเลือกหรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยม เมื่อท่านมีความคิดเห็นว่า ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ที่ปรากฏในอำเภอสูงเนินด้านใด ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์มากที่สุด และตรงกับ ข้อมูลอันเป็นข้อเท็จจริงที่สุด (ท่านสามารถให้คำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ในเรื่องข้อมูลภูมิศาสตร์ มนุษย์ ด้านใดที่สุด เพราะเหตุใด

- ก. ภูมิศาสตร์ประชากร ข. ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม ค. ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ
- ง. ภูมิศาสตร์การพัฒนา จ. ภูมิศาสตร์เมือง ฉ. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว
- ช. ภูมิศาสตร์การเกษตรและอาหาร

ประเภทและองค์ประกอบของภูมิศาสตร์มนุษย์			
ประเภท	องค์ประกอบ		
<input type="checkbox"/> 1. ภูมิศาสตร์ประชากร	<input type="checkbox"/> 1.1 การเพิ่มประชากร	<input type="checkbox"/> 1.2 ทฤษฎีประชากร	<input type="checkbox"/> 1.3 การย้ายถิ่น
<input type="checkbox"/> 2. ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม	<input type="checkbox"/> 2.1 เชื้อชาติ	<input type="checkbox"/> 2.2 ภาษา	<input type="checkbox"/> 2.3 ศาสนา
	<input type="checkbox"/> 2.4 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม	<input type="checkbox"/> 2.5 อัตลักษณ์วัฒนธรรม	
<input type="checkbox"/> 3. ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ	<input type="checkbox"/> 3.1 กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	<input type="checkbox"/> 3.2 พัฒนาการทางเศรษฐกิจ	
<input type="checkbox"/> 4. ภูมิศาสตร์การพัฒนา	<input type="checkbox"/> 4.1 ทฤษฎีการพัฒนา	<input type="checkbox"/> 4.2 การวัดระดับการพัฒนา	<input type="checkbox"/> 4.3 ทิศทางการพัฒนา
<input type="checkbox"/> 5. ภูมิศาสตร์เมือง	<input type="checkbox"/> 5.1 ขนาดและการกระจายของเมือง	<input type="checkbox"/> 5.2 โครงสร้างเมือง	<input type="checkbox"/> 5.3 ย่านที่อยู่อาศัย
	<input type="checkbox"/> 5.4 พาณิชยกรรม	<input type="checkbox"/> 5.5 ปัญหาเกี่ยวกับเมือง	
<input type="checkbox"/> 6. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> 6.1 การเลื่อนไหลของนักท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> 6.2 การจำแนกประเภทของการ	<input type="checkbox"/> 6.3 ผลกระทบ

ประเภทและองค์ประกอบของภูมิศาสตร์มนุษย์			
ประเภท	องค์ประกอบ		
		ท่องเที่ยว	ของการ ท่องเที่ยว
	<input type="checkbox"/> 6.4 การจัดการการท่องเที่ยว		
<input type="checkbox"/> 7. ภูมิศาสตร์ การเกษตรและ อาหาร	<input type="checkbox"/> 7.1 การผลิตอาหาร ของมนุษย์	<input type="checkbox"/> 7.2 แหล่งผลิต อาหารของโลก	<input type="checkbox"/> 7.3 ความมั่นคง ทางอาหาร ของโลก



ส่วนที่ 2 ภูมิศาสตร์มนุษย์กับการผลิตสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. ภูมิศาสตร์มนุษย์ในแต่ละด้านของอำเภอสูงเนินส่งผลต่อการผลิตสินค้าชุมชนอย่างไรบ้าง โปรดอธิบาย

.....

.....

.....

.....

.....

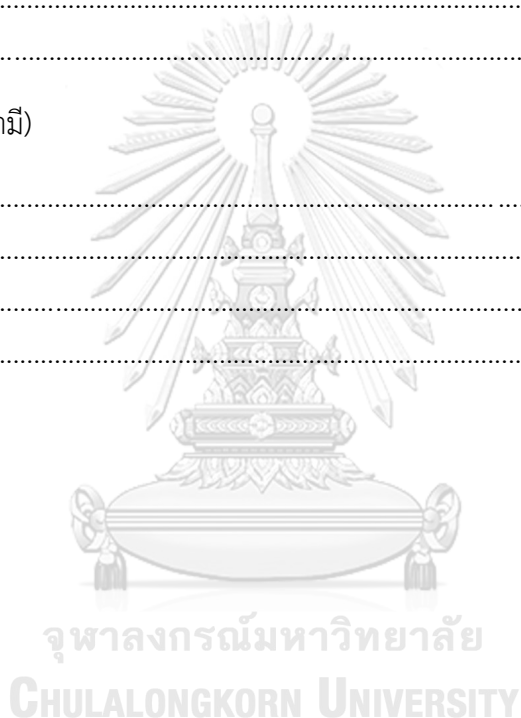
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....



ขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นางสาวอุษณิษา พลศิลป์ นิสิตปริญญาเอก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริง เพื่อจะนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป)



แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้าชุมชน

บทนำ

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พัฒนาศักยภาพแหล่งภูมิศาสตร์ในการนำไปใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ระบุข้อมูลภูมิศาสตร์ ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ และผ่านการประเมินผลในการระบุข้อมูลภูมิศาสตร์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์เรียบร้อยแล้ว เพื่อนำข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิตินี้มาแปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์เป็นตัวกำหนด โดยผู้วิจัยได้สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมถึงองค์ประกอบศิลป์หลักของการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ที่สำคัญมี 4 องค์ประกอบด้วยกัน คือ 1. สี 2. ตัวอักษร 3. ภาพ 4. ลวดลาย

วัตถุประสงค์

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาหาแนวทางในการแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ เป็นออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ กรณีศึกษา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ดังนั้น เพื่อให้ผู้วิจัยทราบถึงแนวทางในการแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ มาเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบศิลป์สำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ว่าควรจะมีวิธีการและแนวทางอย่างไร โดยมีข้อคำถาม 2 ข้อคำถาม และแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

(หน้า 2)

ส่วนที่ 2 การแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์เป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

(หน้า 3)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อมูลลงในข้อความด้านล่างตรงตามความเป็นจริง

1. ชื่อ - นามสกุล
2. ตำแหน่ง
3. สังกัด/หน่วยงาน
4. สถานที่ติดต่อ
5. โทรศัพท์



ส่วนที่ 2 การแปรเปลี่ยนข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์ เป็นการออกแบบเรขศิลป์
บนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ 1) สี 2) ตัวอักษร 3) ภาพ และ 4) ลวดลาย

คำชี้แจง

ผู้เชี่ยวชาญ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง เหมาะสม เมื่อท่านมีความคิดเห็นว่า เหมาะสม
(ท่านสามารถให้คำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ขึ้นไป)

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. ผู้เชี่ยวชาญคิดว่าข้อมูลภูมิศาสตร์ ทั้ง 2 มิติ ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์
สามารถนำมาออกแบบเป็นองค์ประกอบด้านเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ได้หรือไม่ และควรมีวิธีอย่างไร

.....

.....

.....

2. ผู้เชี่ยวชาญคิดว่า ข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ ที่ปรากฏในอำเภอสูงเนินในแต่ละหมวดหมู่นั้น
สามารถนำไปใช้ในการแปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ได้บ้าง
(กรุณาพิจารณาเลือกรายตามตารางด้านล่าง)

.....

.....

2.1 ภูมิศาสตร์กายภาพ

ข้อมูลภูมิศาสตร์ กายภาพ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	สี	ภาพ	ตัวอักษร	ลวดลาย
1. โลกและภูมิลักษณะ				
1.1 หินโคกกรวด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 ที่ราบสูงโคราช	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3 เควस्ताโคราช	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4 ลำตะคอง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ภูมิอากาศ				
2.1 เขตร้อน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ทรัพยากรธรรมชาติ				
3.1 ชุดดิน (9 ชุดดิน)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1) ชุดดินค้ำบง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) ชุดดินสี่คิ้ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) ชุดดินสูงเนิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) ชุดดินพิมาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) ชุดดินจัตุรัส	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) ชุดดินชุมพวง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) ชุดดินยโสธร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) ชุดดินกุลา ร้องไห้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9) ชุดดินห้วยแถลง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.2 ภูมิศาสตร์มนุษย์

ข้อมูลภูมิศาสตร์ กายภาพ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	สี	ภาพ	ตัวอักษร	ลวดลาย
1. กลุ่มชาติพันธุ์				
1.1 ไทโคราช	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 ไทอีสาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ภาษาพูด				
2.1 ไทโคราช	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.2 ไทอีสาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ภูมิทัศน์วัฒนธรรม				
3.1 การตั้งถิ่นฐาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2 พื้นที่เพาะปลูก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3 ศาสนา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. อัตลักษณ์				
4.1 การดำรงชีวิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2 ความเชื่อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3 ประเพณี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4 อาหารการกิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5 การแต่งกาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6 ภูมิปัญญา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.7 ศิลปะ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นางสาวอุษณิษา พลศิลป์ นิสิตปริญญาเอก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริง เพื่อจะนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป

**แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์
สำหรับสินค้าชุมชน**

บทนำ

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พัฒนาศักยภาพแหล่งภูมิศาสตร์ในการนำไปใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ระบุข้อมูลภูมิศาสตร์ ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ และผ่านการประเมินผลในการระบุข้อมูลภูมิศาสตร์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์เรียบร้อยแล้ว เพื่อนำข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิตินี้มาแปรเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์เป็นตัวกำหนด โดยผู้วิจัยได้สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมถึงองค์ประกอบศิลป์หลักของการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ที่สำคัญมี 4 องค์ประกอบด้วยกัน คือ 1. สี 2. ตัวอักษร 3. ภาพ 4. ลวดลาย

วัตถุประสงค์

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในข้อที่ 3 คือ เพื่อศึกษาหาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ดังนั้น เพื่อให้ผู้วิจัยทราบถึงแนวทางในการนำข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิติ มาเปลี่ยนเป็นองค์ประกอบศิลป์ สำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ว่าควรมีแนวทางอย่างไร โดยมีข้อคำถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- | | |
|--------------------------------------|-----------|
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป | (หน้า 2) |
| ส่วนที่ 2 องค์ประกอบ เรื่อง สี | (หน้า 3) |
| ส่วนที่ 3 องค์ประกอบ เรื่อง ตัวอักษร | (หน้า 4) |
| ส่วนที่ 4 องค์ประกอบ เรื่อง ภาพ | (หน้า 9) |
| ส่วนที่ 5 องค์ประกอบ เรื่อง ลวดลาย | (หน้า 11) |

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อมูลลงในข้อความด้านล่างตรงตามความเป็นจริง

1. ชื่อ - นามสกุล
2. ตำแหน่ง
3. สังกัด/หน่วยงาน
4. สถานที่ติดต่อ
5. โทรศัพท์



ส่วนที่ 4 องค์ประกอบ เรื่อง ภาพ

คำชี้แจง

ผู้เชี่ยวชาญ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง เหมาะสม เมื่อท่านมีความคิดเห็นว่า เหมาะสม และกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ไม่เหมาะสม เมื่อท่านมีความคิดเห็นว่า ไม่เหมาะสม (ท่านสามารถให้คำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ขึ้นไป)

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. ผู้เชี่ยวชาญคิดว่า การใช้ภาพสามารถสื่อสารข้อมูลภูมิศาสตร์ ในงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนที่ดีและเหมาะสมนั้น ควรมีการสร้างสรรคภาพด้วยเทคนิคใดและประเภทของภาพในลักษณะใด โปรดยกตัวอย่างพร้อมอธิบาย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ผู้เชี่ยวชาญคิดว่า องค์ประกอบศิลป์ เรื่องภาพ ในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์นี้ ในที่นี้ได้แก่ ประเภทภาพถ่าย (Photo) และภาพประกอบ (Illustration) และการใช้ภาพประกอบรูปแบบใดที่เหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์นี้ได้ พร้อมแสดงความคิดเห็น (โปรดพิจารณาตามตารางด้านล่าง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประเภทภาพประกอบ	ความคิดเห็น	หมายเหตุ
ภาพเสมือนจริง ภาพที่ถ่ายทอดเนื้อหาออกมาโดยตรง	<input type="checkbox"/> เหมาะสม <input type="checkbox"/> ไม่เหมาะสม	
ภาพประดิษฐ์หรือภาพดัดแปลง ภาพที่พยายามดัดแปลงมาจาก ภาพเหมือนจริง	<input type="checkbox"/> เหมาะสม <input type="checkbox"/> ไม่เหมาะสม	
ภาพนามธรรม ภาพที่ไม่ได้พรรณนาเรื่องราวตาม ความเป็นจริง	<input type="checkbox"/> เหมาะสม <input type="checkbox"/> ไม่เหมาะสม	
ภาพวาดแบบดั้งเดิม (Traditional illustration) เป็นภาพวาดโดยใช้ลักษณะสีต่าง ๆ เช่น สีน้ำ	<input type="checkbox"/> เหมาะสม <input type="checkbox"/> ไม่เหมาะสม	
ภาพพิมพ์ (Printmaking illustration) ภาพที่ใช้เทคนิคการสร้างสรรค์ด้วย เทคนิคทางการพิมพ์	<input type="checkbox"/> เหมาะสม <input type="checkbox"/> ไม่เหมาะสม	
ภาพวาดโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic Illustration) การวาดภาพด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์ต่าง ๆ เช่น เวกเตอร์	<input type="checkbox"/> เหมาะสม <input type="checkbox"/> ไม่เหมาะสม	

ส่วนที่ 5 องค์ประกอบ เรื่อง ลวดลาย

คำชี้แจง

ผู้เชี่ยวชาญ กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง เหมาะสม เมื่อท่านมีความคิดเห็นว่า เหมาะสม และกรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ไม่เหมาะสม เมื่อท่านมีความคิดเห็นว่า ไม่เหมาะสม (ท่านสามารถให้คำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ขึ้นไป)

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. ผู้เชี่ยวชาญคิดว่า องค์ประกอบศิลป์ ลวดลาย ในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์นี้ การสร้างลวดลายด้วยวิธีการทำซ้ำ วิธีการทำซ้ำรูปแบบใดที่เหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์นี้ได้ พร้อมแสดงความคิดเห็นประกอบ

(โปรดพิจารณาตามตารางด้านล่าง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

ขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นางสาวอุษณิษา พลศิลป์ นิสิตปริญญาเอก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริง เพื่อจะนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป)



แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน

บทนำ

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์ ทัศนศึกษา จังหวัดนครราชสีมา ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พัฒนาศักยภาพแหล่งภูมิศาสตร์ในการนำไปใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ระบุข้อมูลภูมิศาสตร์ ทั้ง 2 มิติ ของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ภูมิศาสตร์กายภาพ และภูมิศาสตร์มนุษย์ และผ่านการประเมินผลในการระบุข้อมูลภูมิศาสตร์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพและภูมิศาสตร์มนุษย์เรียบร้อยแล้ว เพื่อนำข้อมูลภูมิศาสตร์ทั้ง 2 มิตินี้มาเชื่อมโยงกับองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน โดยใช้ข้อมูลภูมิศาสตร์เป็นตัวกำหนด โดยผู้วิจัยได้สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมถึงสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน จากข้อมูลของกรมพัฒนาชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ได้รวบรวมข้อมูลสินค้าชุมชนทั้งสิ้น 61 รายการ

วัตถุประสงค์

เพื่อคัดเลือกสินค้าชุมชนของอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นสินค้าขึ้นชื่อของชุมชน สินค้ามีความสัมพันธ์กับแหล่งภูมิศาสตร์ มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น และสินค้าที่ได้รับการยกย่องหรือคะแนน OTOP 5 ดาว โดยมีข้อคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

(หน้า 2)

ส่วนที่ 2 คัดเลือกสินค้าชุมชน ของอำเภอสูงเนิน

(หน้า 3)

ส่วนที่ 3 คัดกรองสินค้าชุมชนตามเกณฑ์การคัดกรองสินค้าชุมชน

(หน้า 7)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อมูลลงในข้อความด้านล่างตรงตามความเป็นจริง

1. ชื่อ - นามสกุล
2. ตำแหน่ง
3. สังกัด/หน่วยงาน
4. สถานที่ติดต่อ
5. โทรศัพท์



ส่วนที่ 2 คัดเลือกสินค้าชุมชน ของอำเภอสูงเนิน

คำชี้แจง

ผู้เชี่ยวชาญ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ผล (ท่านสามารถให้คำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ขึ้นไป)

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. จากรายการแสดงสินค้าชุมชนทั้งหมด 61 รายการ ผู้เชี่ยวชาญกรุณาเลือก และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้ารายการสินค้าชุมชนที่ยังคงดำเนินการและมีการผลิตอยู่ในปัจจุบัน ตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 3 คัดกรองสินค้าชุมชนตามเกณฑ์การคัดกรองสินค้าชุมชน

คำชี้แจง

ผู้เชี่ยวชาญ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง มี เมื่อท่านมีความคิดเห็นว่ารายการสินค้าชุมชนนั้นมีข้อมูลตรงตามเกณฑ์การคัดกรอง หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ไม่มี เมื่อท่านมีความคิดเห็นว่ารายการสินค้าชุมชนนั้นไม่มีข้อมูลตรงตามเกณฑ์การคัดกรอง โดยเกณฑ์การคัดกรองสินค้าชุมชน มีทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ 1) มีชื่อเสียงโด่งดัง ขึ้นชื่อ 2) มีความสัมพันธ์กับแหล่งภูมิศาสตร์ 3) มีอัตลักษณ์โดดเด่น 4) ได้รับการยกย่อง/คะแนน OTOP 5 ดาว

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

1. จากรายการแสดงสินค้าชุมชนทั้งหมด ผู้เชี่ยวชาญกรุณาเลือกและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง มี หรือ ไม่มี แต่ละรายการสินค้าชุมชนที่มีข้อมูลตรงตามเกณฑ์คัดกรองทั้ง 4 ข้อ โดยพิจารณาตามความเป็นจริง

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

ขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นางสาวอุษณิษา พลศิลป์ นิสิตปริญญาเอก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริง เพื่อจะนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป)



ข้อมูลภูมิศาสตร์กายภาพ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

1. หมวดหินโคลกรวด

ก. ความหมาย

ประกอบด้วยหินทรายแป้งและหินดินดานสีแดง แทรกสลับด้วยหินทรายสีน้ำตาลแดง ความหนาของหมวดหินแปรผันระหว่าง 430-700 เมตร เป็นหมวดหินยุคครีเทเชียสตอนต้น

ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน

อำเภอสูงเนิน พบหมวดหินโคลกรวดกระจายตัวเป็นบริเวณกว้าง ด้านหลังของภูเขาควายควาสดาด้านใน ทางทิศตะวันออกของอำเภอสีคิ้วและอำเภอสูงเนิน ด้านตะวันตกของอำเภอเมืองและอำเภอขามทะเลสอ และทิศใต้ของอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ประกอบด้วยหินทรายและหินทรายแป้งสีน้ำตาลแกมแดง และสีน้ำตาลแกมม่วง แสดงชั้นบางถึงชั้นหนา มีการคัดขนาดปานกลาง พบหินกรวดมนเนื้อปูนแทรก บ่งชี้ถึงการทับถมโดยธารน้ำแบบแม่น้ำโค้งตัว และการทับถมตะกอนบนที่ราบน้ำท่วมถึงบริเวณสองฝั่งแม่น้ำ ในสภาพภูมิอากาศกึ่งแห้งแล้ง เมื่อประมาณ 110 ล้านปีก่อน และได้โนเสาร์โคราชพบในหินกรวดมนของหมวดหินโคลกรวด

หมวดหินโคลกรวด (Khok Kruat Formation) ที่พบในเขตอำเภอวางตัวต่อเนื่องบนหมวดหินภูพาน แต่เนื่องจากเป็นหมวดหินที่ชั้นหินมีการวางตัวเอียงเทน้อยกว่าทางพื้นที่ด้านใต้มาก จึงดูเหมือนจะไม่มีการเอียงเท เป็นหินตะกอนเนื้อประสม 2 ลักษณะ คือ ด้านล่างเป็นหินทรายเนื้อละเอียดถึงเนื้อปานกลาง ไม่ทำปฏิกิริยากับกรดเกลือเจือจาง พบเห็นได้ชัดเจนบริเวณท้องน้ำและชายฝั่งลำตะคอง เช่น ที่น้ำตกวังเณร ซึ่งเป็นบริเวณที่ท้องน้ำเป็นหินทรายลาดเอียงเทเล็กน้อยไปทางทิศเหนือทำให้น้ำไหลเร็วกว่าปกติ จนผู้คนเรียกว่า น้ำตก

ค. การบ่งบอกอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

พระพุทธรูปหินทรายปางไสยาสน์ หรือ พระนอนหินทราย วัดธรรมจักรเสมารธรรม ก่อสร้างด้วยหินทรายแดงของหมวดหินโคลกรวด ซึ่งหินมีอายุประมาณ 110 ล้านปี ที่ไหลในหลายบริเวณของอำเภอสูงเนิน ทั้งนี้มีการค้นพบธรรมจักรโบราณ ซึ่งแกะสลักจากหินทรายชนิดเดียวกัน

ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน

หมวดหินโคลกรวดไม่มีความเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน

จ. รูปภาพหมวดหินโคลกรวด

1) หินโคลกรวด ประเภทที่ 1 หินทรายเนื้อละเอียดสีแดง สีน้ำตาลแกมแดง (Fine Grained Sandstone)



รูปหินโคลกรวด แบบหินทรายเนื้อละเอียดสีแดง สีน้ำตาลแกมแดง
ที่มา: สวนหินควายโคราช (Khorat Cuesta Stone Park)

2) หินโคลกรวด ประเภทที่ 2 หินทรายแป้งสีน้ำตาลแกมแดง และสีน้ำตาลแกมม่วง (Silt Stone)



รูปหินโคลกรวด แบบหินทรายแป้งสีน้ำตาลแกมแดง และสีน้ำตาลแกมม่วง
ที่มา: ทางรถไฟ บ้านโคลกรวดถนนหมายเลข 2068

3) หินโคลกรวด ประเภทที่ 3 หินทรายแบบมีหินโคลนเนื้อปูนแทรก สีเขียวอมเทา (Mud Stone)



รูปหินโคลกรวด แบบหินทรายแบบมีหินโคลนเนื้อปูนแทรก สีเขียวอมเทา
ที่มา: สวนหินเคอस्ताโคราช (Khorat Cuesta Stone Park)

2. ที่ราบสูงโคราช

ก. ความหมาย

หมายถึง บริเวณที่ราบสูงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด มีเนื้อที่ประมาณ 150,000 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณหนึ่งในสามของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศไทย ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบเรียบ มีความสูงประมาณ 130-250 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง

เทือกเขาเพชรบูรณ์และดงพญาเย็น เป็นขอบที่ราบสูงโคราชทางทิศตะวันตก โดยเริ่มจากจุดเหนือสุดที่ผามอง ยาวต่อลงมาทางทิศใต้ตามแนวของภูยาอู๋ ภูพานคำ ภูแลนคา และภูพังเหยจนถึงเขื่อนลำตะคอง ซึ่งบริเวณนี้พื้นที่มีความลาดเทไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ขอบที่ราบสูงโคราชทางด้านทิศใต้ ประกอบด้วยทิวเขาสันกำแพงและพนมดงรัก ซึ่งเป็นขอบเขาสูงชันและเอียงเทไปหาแอ่งทางทิศเหนือ ส่วนขอบแอ่งทางด้านทิศเหนือและตะวันออกเป็นแนวเทือกเขาในประเทศลาว

ที่ราบสูงโคราชถูกแบ่งออกด้วยเทือกเขาภูพานที่เกิดจากโครงสร้างชั้นหินโค้งรูปประทุนลูกฟูก (anticlinorium) ที่มีแกนวางตัวอยู่ในแนวทิศตะวันตกเฉียงเหนือ-ตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ส่วนทางด้านเหนือ เกิดแอ่งย่อยอุดร-สกลนคร และทางด้านใต้ เกิดแอ่งย่อยโคราช-อุบล แอ่งทั้งสองมีพื้นที่เอียงเทไปยังทิศตะวันออกและมีพื้นที่ราบเรียบ ซึ่งประกอบด้วยที่ราบน้ำท่วมถึง และที่ราบน้ำท่วมไม่ถึง (Non-floodplain) อยู่กลางแอ่ง นอกจากนี้ในบริเวณกลางแอ่ง มีการแทรกดันของเกลือหินกระจายอยู่ทั่วไป ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดพื้นที่ดินเค็มและน้ำเค็มในบริเวณที่ราบสูงโคราช

ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน

อำเภอสูงเนิน มีพื้นที่ตั้งอยู่บริเวณขอบที่ราบสูงโคราช ในตำแหน่งแอ่งโคราช-อุบล ซึ่งแอ่งโคราช-อุบลนี้ มีพื้นที่ประมาณ 33,000 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่บริเวณจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดยโสธร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดอำนาจเจริญ

ค. การบ่งบอกอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

อำเภอสูงเนิน ประกอบด้วยพื้นที่ภูมิประเทศลอนลาด (Undulating Terrain) อยู่ทางตอนกลาง อยู่ระหว่างพื้นที่ภูเขาทางด้านตะวันตกและพื้นที่ราบลุ่มทางด้านตะวันออก เป็นพื้นที่กว้าง ครอบคลุมเกือบทั้งอำเภอ พื้นที่มีลักษณะเป็นเนินต่ำ ๆ สลับกับพื้นที่ลาดต่ำ มีลักษณะพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาด มีระดับพื้นที่ประมาณระหว่าง 190-220 เมตรเหนือระดับทะเลปานกลาง

ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน

พื้นที่ภูเขาทางด้านตะวันตก เทือกเขาเดียวกับเขาสตาคาซมีลักษณะเป็นภูเขาที่ระดับความสูง 400-700 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล พื้นที่มีความลาดชันและเป็นแหล่งต้นน้ำ เป็นแหล่งปลูกกาแฟแดงมะไฟ ต.มะเกลือใหม่ มีปริมาณคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 ของน้ำหนัก จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการบริโภคกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนต่ำ

จ. รูปภาพที่ราบสูงโคราช



ที่ราบสูงบริเวณอำเภอสูงเนินมองจากหน้าผาที่วัดภูผาสูง
ที่มา: ผู้วิจัย

3. เขาสตาคาซ (Khorat Cuesta)

ก. ความหมาย

คือ ภูมิประเทศแบบภูเขาที่มีลักษณะคล้ายมีดอีโต้ของไทย ปรากฏทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะเป็นหน้าผาสูงชันทางด้านทิศตะวันตก และลาดเอียงด้วยมุมประมาณ 5-10 องศาไปทางทิศตะวันออก-ตะวันออกเฉียงเหนือ

ประกอบด้วยเทือกเขาสองแนว ได้แก่

แนวด้านนอก (แนวที่ 1) อยู่ฝั่งตะวันตกสุดซึ่งเป็นรอยต่อของอำเภอปากช่องและอำเภอสีคิ้ว มีลักษณะเป็นเทือกเขายาวต่อเนื่องและเป็นขอบของที่ราบสูงโคราช มียอดเขาเรียงตัวจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ อาทิ เขาผาแดง เขาเหวตาบัว เขาฟอด เขาขนานจิต โดยมีหุบธารน้ำของลำตะคองที่ตัดเทือกเขาด้านทิศเหนือออกจากเขาด้านทิศใต้ เขาด้านทิศใต้มียอดเขา อาทิ เขายายเที่ยง เขาน้ำโดด และเขาภูผาสูง ทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของทิวเขาดงพระยาเย็นและทิวเขาสันกำแพง

แนวด้านใน (แนวที่ 2) อยู่ถัดเข้ามาทางทิศตะวันออกในพื้นที่อำเภอสี่คิ้วและสูงเนิน มีลักษณะเป็นเขาโดดไม่ต่อเนื่องกัน ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและเล็ก อาทิ เขาแผงม้า เขากระโดน เขาสะเดา เขาซั้บประคู้ เขาผา เขาปิ่นแตก เขาหนองบัว เขาสามสิบล่างและเขาเขียว

ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสสูงเนิน

หน้าผาหินทรายบริเวณวัดป่าภูผาสสูง ตำบลมะเกลือใหม่ ปรากฏโครงสร้างชั้นเฉียงระดับ (Cross-Bedding) ในชั้นหินขนาดใหญ่ แสดงถึงทิศทางการไหลของแม่น้ำในยุคครีเทเชียส ซึ่งถูกบันทึกลงในหินทราย นอกจากนี้ยังพบซากดึกดำบรรพ์ร่องรอยแบบรูซอนไซ (burrow) ที่เป็นหลักฐานว่ามีสิ่งมีชีวิตอาศัยอยู่ในเขตน้ำตื้นริมฝั่งแม่น้ำในช่วงเวลานั้น

ค. การบ่งบอกอัตลักษณ์ของอำเภอสสูงเนิน

ในเขตตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสสูงเนิน ตั้งอยู่บนแนวสตาโคราช แนวด้านใน (แนวที่ 2) และมีความสำคัญอันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ในเขตอุทยานธรณีโคราช คือ เป็นจุดชมทิวทัศน์ที่สวยงามที่สุดของแนวสตาโคราช เพราะอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นเทือกเขาแนวสตาโคราช (แนวด้านนอก) ได้ชัดเจนและมองเห็นพื้นที่ราบด้านล่างของอำเภอบางช่องได้อย่างสวยงาม โดยจุดนี้จะอยู่บนเทือกเขาภูหลวงหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า เขาเจ้าพ่อ

ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน

พื้นที่ภูเขาทางด้านตะวันตก เทือกเขาเดียวกับแนวสตาโคราชมีลักษณะเป็นภูเขาที่ระดับความสูง 400-700 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล พื้นที่ที่มีความลาดชันและเป็นแหล่งต้นน้ำ เป็นแหล่งปลูกกาแฟแดงมะไฟ ต.มะเกลือใหม่ มีปริมาณคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 1 ของน้ำหนัก จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการบริโภคกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนต่ำ

จ. รูปภาพแนวสตาโคราช



แนวสตาโคราชหรือเขารูปอีโต้ จากอำเภอสสูงเนิน
ที่มา: ผู้วิจัย

4. กลุ่มน้ำลำตะคอง

ก. ความหมาย

กลุ่มน้ำลำตะคอง เป็นกลุ่มน้ำย่อยของกลุ่มน้ำมูล มีพื้นที่ทั้งหมด 1,315 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 821,875 ไร่ ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลจันทน์ทิพย์ ตำบลปากช่อง ตำบลหนองสาหร่าย ตำบลหมูสี ตำบลชนงพระ ตำบลคลองม่วง และตำบลโป่งตาลอง อำเภอบางช่อง จังหวัดนครราชสีมา พื้นที่กลุ่มน้ำลำตะคองมีความลาดเอียงจากทิศตะวันตกไปทิศตะวันออก และมีแม่น้ำสายหลักทั้งหมด 2 สาย คือ แม่น้ำลำตะคอง และแม่น้ำลำบริบูรณ์ แหล่งเก็บกักน้ำหลัก คือ อ่างเก็บน้ำลำตะคอง โดยอ่างเก็บน้ำ

ลำตะคองมีพื้นที่ชลประทานทั้งหมด 154,195 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของ อำเภอสีคิ้ว อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเมืองนครราชสีมา และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา

ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน

อำเภอสูงเนิน มีลำน้ำไหลผ่าน 1 สาย ได้แก่ ลำน้ำลำตะคอง มีเนื้อที่ประมาณ 80 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 50,000 ไร่ ลำน้ำลำตะคองที่ไหลผ่านอำเภอสูงเนิน มีต้นกำเนิดจากเทือกเขา สันกำแพง ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีลุ่มน้ำสายหลักคือ ลุ่มน้ำลำตะคอง ไหลขึ้นไปทางเหนือ ผ่านอำเภอปากช่องและวกไปทางตะวันออกผ่านอำเภอสีคิ้ว สูงเนิน

ค. การบ่งบอกอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

เนื่องจากอำเภอสูงเนิน มีลำน้ำลำตะคอง ซึ่งเป็นลำน้ำสาขาที่ไหลมาจากเขื่อนลำตะคอง พาดผ่านอำเภอสูงเนินในบริเวณตอนกลางค่อนข้างไปทางด้านบน โดยไหลจากทิศตะวันตกมาทิศตะวันออก ไหลต่อไปยังอำเภอเมือง และลงสู่แม่น้ำมูลที่ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ อำเภอสูงเนินมีน้ำใช้ตลอดปี เกษตรกรไม่ขาดแคลนน้ำในการทำเกษตร เหมือนกับอำเภออื่น ๆ ใน จังหวัดนครราชสีมา

ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน

พื้นที่ชุมชนในบริเวณที่ติดกับลำน้ำลำตะคอง บ้านกุดจิก-กุดโคลน ตำบลโค้งยาง คนในพื้นที่ ได้อาศัยน้ำใช้ทำการเกษตร และที่โดดเด่นเป็นสินค้าเกษตรที่ขึ้นชื่อของอำเภอ คือ ส้มโอจีโอฟาร์ค พันธุ์สายน้ำผึ้ง ชาวบ้านที่เป็นเกษตรกรสวนส้มโอ พบว่าสาเหตุที่ทำให้ส้มโอรสชาติออกมาร่อย เนื่องจากน้ำที่ใสรสส้มโอ เป็นน้ำจากใต้เขื่อนลำตะคองซึ่งมีการไหลเวียนตลอดเวลา มีแร่ธาตุที่สมบูรณ์ ส่งผลให้มีรสชาติออกมามี ทางเกษตรอำเภอสูงเนิน กำลังดำเนินการผลักดันให้เป็นสินค้าขึ้น ทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จ. รูปภาพลำตะคอง ในอำเภอสูงเนิน



ลำตะคองบริเวณน้ำตกวังเฒ่า ตำบลมะเกลือเก่า อำเภอสูงเนิน

ที่มา: ผู้วิจัย

5. ดิน 9 ชุดดิน

ก. ความหมาย

ดินร่วนปนทราย (กลุ่มดินร่วน) โดยทั่วไปจะประกอบด้วยอนุภาคขนาดทราย ทรายแป้ง และ ดินเหนียวในปริมาณใกล้เคียงกัน เป็นดินที่มีเนื้อดินค่อนข้างละเอียดนุ่มมือ ในสภาพดินแห้งจะจับกัน เป็นก้อนแข็งพอประมาณ ในสภาพดินชื้นดินจะยึดหยุ่นได้บ้าง เมื่อสัมผัสหรือคลึงดินจะรู้สึกนุ่มมือ แต่ อาจจะรู้สึกสากมืออยู่บ้างเล็กน้อย แต่เมื่อกำดินให้แน่นในฝ่ามือแล้วคลายมือออก ดินจะจับกันเป็น

ก้อนไม่แตกออกจากกัน ดินร่วนเป็นดินที่มีความเหมาะสมสำหรับการเพาะปลูก เพราะไถพรวนง่าย มีการระบายน้ำและถ่ายเทอากาศดี และมักจะมีความอุดมสมบูรณ์ดี

ข. ลักษณะเด่นที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน

อำเภอสูงเนิน มีลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย ความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติต่ำกเว้น บริเวณที่ราบลุ่มของลำน้ำลำตะคองและสาขาที่เป็นดินร่วนถึงดินเหนียว ความอุดมสมบูรณ์ปานกลางถึงสูง

ค. การบ่งบอกอัตลักษณ์ของอำเภอสูงเนิน

จากการสำรวจของกองสำรวจดินและวิจัยทรัพยากรดิน กรมพัฒนาที่ดิน พบว่าอำเภอสูงเนิน มีทรัพยากรดินทั้งหมด 9 ชุดดินที่ปรากฏในพื้นที่อำเภอสูงเนิน ได้แก่

- | | | | |
|-------------------|-----------------|------------------|----------------------|
| 1) ชุดดินค้ำบง | 2) ชุดดินสีคิ้ว | 3) ชุดดินสูงเนิน | 4) ชุดดินพิมาย |
| 5) ชุดดินจัตุรัส | 6) ชุดดินชุมพวง | 7) ชุดดินยโสธร | 8) ชุดดินกุลาร้องไห้ |
| 9) ชุดดินห้วยแถลง | | | |

ง. การเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชน

พื้นที่ของอำเภอ ในบริเวณที่ราบลุ่มของลำน้ำลำตะคองและสาขาที่เป็นดินร่วนถึงดินเหนียว มีความอุดมสมบูรณ์ของดินปานกลางถึงสูง เป็นผลดีต่อผลผลิตทางเกษตรกรรม โดยเฉพาะส้มโอ พันธุ์ชาวน้ำผึ้งที่เป็นสินค้าเกษตรอันขึ้นชื่อของอำเภอสูงเนิน ดังมีปรากฏในคำขวัญอำเภอที่ว่า “ถิ่นเดิมโคราช พระพุทธไสยาสน์ศิลา ธรรมจักรล้ำค่า ปราสาทหินโบราณ ส้มโอหวานรสดี ประเพณีกินเขาค้ำแดนธรรมะภูแก้ว”

ข้อมูลภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบ มีรายละเอียดทั้งหมดดังนี้

1. กลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช

ข้อมูลพื้นฐาน

เป็นคนไทยที่มีสำเนียงพูดที่เป็นเอกลักษณ์ สันนิษฐานว่าน่าจะสืบเชื้อสายวัฒนธรรมประเพณี จากอดีตมา ตัวอย่างเช่น ชาวพื้นเมืองพิมาย ที่ชนบทรอบเนินวัฒนธรรม ที่ได้รับอิทธิพลมาจากขอม โบราณกลุ่มไทโคราชมีอยู่ในอำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอสูงเนิน อำเภอโนนสูง และอำเภอพิมาย เป็นต้น

ประวัติความเป็นมา

กลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราชกระจายอยู่ทั่วไปในจังหวัดนครราชสีมา ในประวัติศาสตร์มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยทวารวดีซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่เมืองเสมา และสมัยขอมพระนคร ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่เมืองพิมาย ครั้นถึงสมัยอยุธยาตอนปลาย สมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้โปรดให้สร้างเมือง ณ ที่ตั้งปัจจุบัน พระราชทานนามว่าเมืองนครราชสีมา พร้อมทั้งพระราชทานส่งขุนนางระดับสูง คือ พระยายมราช(สังข์) ให้มาปกครองเป็นพระยามหาดิศรายณรงค์พระนครพร้อมทั้งอพยพขุนนาง ทหาร และครอบครัวจากกรุงศรี-อยุธยา มาเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นข้าราชการประจำเมือง นครราชสีมา และดูแลบริวาร ชาวอยุธยาอพยพมาอยู่นครราชสีมาอีกครั้งหนึ่ง ครั้นเมื่อคราวเสียกรุงครั้งที่ 2 (พ.ศ.2310) แม้นในสมัยรัตนโกสินทร์ขุนนางที่มาปกครองเมืองนครราชสีมา และเมืองบริวาร ก็ถูกส่งมาจากกรุงเทพฯ ทำให้เกิดการผสมผสานทางชาติพันธุ์กับกลุ่มชาวพื้นถิ่นที่อยู่เดิมเป็นชาวไทโคราช ซึ่งมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง ในด้านต่าง ๆ ทั้งเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย อาหารการกิน บ้านเรือนที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ประเพณีพิธีกรรม ความเชื่อ ดนตรีเพลง นามสกุลคนโคราช และที่สำคัญคือ ภาษาโคราช

การนับถือศาสนา

กลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช ผู้คนส่วนใหญ่จะนับถือศาสนาพุทธ



คนไทโคราช

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.12

2. กลุ่มชาติพันธุ์ไทอีสาน

ข้อมูลพื้นฐาน

หรือคนลาวเวียง (เวียงจันทน์) อพยพเข้ามาหลายรุ่นส่วนใหญ่เข้ามาเมื่อครั้งสงครามปราบปรามเมืองเวียงจันทน์สมัยกรุงธนบุรีและมีการติดต่อค้าขายกันมากขึ้นเมื่อทางรถไฟสายกรุงเทพฯ-นครราชสีมาสร้างเสร็จ ไทอีสานเป็นกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่งรองจากไทโคราช ซึ่งส่วนใหญ่อพยพมาจากฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลายจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ตั้งหลักแหล่งอยู่ทั่วไปในจังหวัดนครราชสีมา ที่หนาแน่นมากคือ อำเภอบัวใหญ่ ประทาย ชุมพวง ปักธงชัย สูงเนิน สีคิ้ว ห้วยแถลง และอำเภอบ้านเหลื่อม ไทอีสานรักษาวิถีชีวิตความคิดความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม และภาษาอีสาน อันเป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน

ประวัติความเป็นมา

คนลาวเวียง (เวียงจันทน์) หรือคนไทอีสาน อพยพเข้ามาหลายรุ่น ส่วนใหญ่เข้ามาเมื่อครั้งสงครามปราบปรามเมืองเวียงจันทน์สมัยกรุงธนบุรีและมีการติดต่อค้าขายกันมากขึ้นเมื่อทางรถไฟสายกรุงเทพฯ-นครราชสีมาสร้างเสร็จ ไทอีสานเป็นกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่งรองจาก ไทโคราช ซึ่งส่วนใหญ่อพยพมาจากฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลายจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ตั้งหลักแหล่งอยู่ทั่วไปในจังหวัดนครราชสีมาที่หนาแน่นมากคือ อำเภอกำแพงแสน บัวลายเมืองยาง ลำทะเมนชัยและบางส่วนของอำเภอบัวใหญ่ ประทายชุมพวง ปักธงชัย สีคิ้ว สูงเนิน ห้วยแถลง บ้านเหลื่อม ไทอีสานรักษาวิถีชีวิตความคิดความเชื่อ ประเพณีพิธีกรรม และภาษาอีสาน อันเป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน

การนับถือศาสนา

กลุ่มชาติพันธุ์ไทอีสาน นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 95



คนไทอีสานหรือคนลาวเวียง

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.12

3. ภาษาพูดไทโคราช

ภาษาโคราช เป็นภาษาที่ใช้กันในหมู่ของคนไทโคราช เป็นการผสมผสานกันระหว่างภาษาโคราชภาคกลาง กับภาษาของคนพื้นเมืองเดิมของคนจังหวัดนครราชสีมา กลายเป็นภาษาที่มีลักษณะเฉพาะตัวทั้งด้านสำเนียง สำนวน และคำศัพท์บางคำที่แตกต่างออกไป ซึ่งในปัจจุบันผู้พูดภาษาโคราชจะเป็นคนรุ่นเก่า หรืออยู่ตามชนบท ชาวโคราชที่อยู่ในเขตเมืองมักพูดภาษากลางในการติดต่อสื่อสารแต่เมื่อพูดกับคนโคราชด้วยกันมักใช้คำศัพท์ภาษาไทยกลางมาปรับเสียงวรรณยุกต์ให้เป็นสำเนียงโคราช

4. ภาษาพูดอีสาน

ภาษาอีสาน (ไทย-ลาว) หมายถึง มีน้ำเสียงการพูดระหว่างสำเนียงแบบไทยภาคกลางของประเทศไทย ผสมกับสำเนียงการพูดแบบประเทศลาว ส่วนใหญ่พบในการพูดของคนกลุ่มชาติพันธุ์ไทอีสาน

ภาษาอีสาน เป็นภาษาของคนกลุ่มใหญ่ที่มีอิทธิพลครอบคลุมภาษาชาติพันธุ์อื่น ๆ ในจังหวัดนครราชสีมา ไม่ยกเว้นแม้แต่ภาษาโคราช

5. บ้านไทโคราช

ก. สถานที่ตั้ง

บ้านไทโคราช พบเห็นได้ทั่วไป ในเขตอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ข. ความเป็นมาและลักษณะเด่นด้านสถาปัตยกรรม

กลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราชมีเอกลักษณ์ด้านอาคารบ้านเรือนของกลุ่มชน คือ สร้างเรือนยกเสาสูงแบบเรือนไทย มีหน้าต่างประตูบานเล็ก สลักของประตูเป็นลวดลายแบบง่าย ๆ ฝาเรือน คือ ฝาฟาก ฝาค้อ เป็นต้น ซึ่งลักษณะอาคารบ้านเรือนแบบนี้ คนโคราชเรียกกันว่า บ้านไทโคราช



บ้านไทโคราชที่อำเภอสูงเนิน

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.32

6. บ้านใต้ถุนสูง

ก. สถานที่ตั้ง

บ้านใต้ถุนสูง พบเห็นได้ทั่วไป ในเขตอำเภอสูงเนิน โดยเฉพาะบริเวณนอกเขตเทศบาลเมือง ในตำบลต่าง ๆ ของอำเภอ

ข. ความเป็นมาและลักษณะเด่นด้านสถาปัตยกรรม

บ้านใต้ถุนสูง เป็นลักษณะหมู่บ้านของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยอีสาน ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ติดแม่น้ำและนาข้าว ตัวบ้านสร้างจากไม้เนื้อแข็งในท้องถิ่น เช่น ต้นยาง ต้นสัก เป็นต้น จะมีลักษณะเป็นบ้านใต้ถุนสูง มีบันไดอยู่ด้านหน้า บนเรือนจะมีการกั้นเป็นห้องนอน มีชานโล่งและไม่มีหลังคา ติดต่อกับครัวใต้ถุนบ้านใช้เป็นที่เก็บเครื่องมือ และใช้เลี้ยงสัตว์ ส่วนยุ้งข้าวจะปลูกอยู่ห่างจากตัวบ้านออกไป เพื่อทำกิจกรรม เช่น ทอผ้า เก็บเครื่องมือทำนา ให้อากาศเย็นส่วนหนึ่ง และห้องน้ำจะอยู่นอกบ้าน



บ้านใต้ถุนสูงที่อำเภอสูงเนิน

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.57

7. สถานีรถไฟสูงเนิน

ก. สถานที่ตั้ง

สถานีรถไฟสูงเนิน ตั้งอยู่บนทางหลวงจังหวัด หมายเลข 2161 ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ข. ความเป็นมาและลักษณะเด่นด้านสถาปัตยกรรม

สถานีรถไฟสูงเนินมีประวัติการก่อสร้างที่ไม่ชัดเจน แต่คาดว่าสร้างขึ้นพร้อมกับการเปิดเส้นทางรถไฟหลวงสายนครราชสีมาในปี พ.ศ. 2443 ตัวอาคารสร้างด้วยไม้สองชั้นแบบเรียบง่าย ขนานไปกับเส้นทางรถไฟ เดิมใช้เป็นพื้นที่พักอาศัยของเจ้าหน้าที่ ปัจจุบันไม่ได้ใช้งานแล้ว นอกจากตัวอาคารสถานียังมีสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ บ้านพักนายสถานี บ้านพักพนักงานรถไฟ ถังเก็บน้ำ เสาหัวจ่ายน้ำ อาคารเก็บเครื่องมือ สถานีรถไฟสูงเนินเป็นจุดพักขบวนเดิมน้ำและพินก่อนที่รถไฟจะเดินทางต่อไปเมืองนครราชสีมา



เรือนรักษรตไฟ อำเภอสูงเนิน

ที่มา: <https://www.museumsiam.org/detail2.php?MID=3&CID=177&SCID=242&CONID=4595>

8. ปราสาทเมืองแขก

ก. สถานที่ตั้ง

ปราสาทเมืองแขก ตั้งอยู่ที่บ้านกกกอก หมู่ที่ 7 ตำบลโคกระาช อำเภอสูงเนิน อยู่เลยปราสาทโนนกู่ไปประมาณ 600 เมตร

ข. ความเป็นมาและลักษณะเด่นด้านสถาปัตยกรรม

ปราสาทเมืองแขกเป็นศาสนสถานแบบศิลปะเขมร ก่อด้วยอิฐปนหินทราย ประกอบด้วยปราสาท 3 หลัง ตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน หันหน้าไปทางทิศเหนือ ปัจจุบันเหลือเพียงมณฑปด้านหน้า ล้อมรอบด้วยกำแพงแก้วและคูน้ำคันดินอีกชั้นหนึ่ง มีซุ้มประตูทิศเหนือเป็นทางเข้า-ออก นอกประตูซุ้มบนคันดินชั้นนอกสุด มีซากปราสาทขนาดย่อมอีกสองหลัง หน่วยศิลปากรได้ทำการขุดแต่งปราสาทเมืองแขกซึ่งได้พบทับหลังสลักลายตามแบบศิลปะเขมรสมัยเกาะแกร์แปรรูป รวมทั้งศิลาจารึกที่ถูกนำมาถือเป็นฐานประตูซุ้มชั้นนอกสุด ปราสาทเมืองแขก ตั้งอยู่กลางเนินมูลดินมีคูน้ำล้อมรอบ อยู่ห่างจากลำน้ำ ลำตะคองประมาณ 500 เมตร และมีการขุดพบประติมากรรมและลวดลายจำหลักหลายชิ้น



ปราสาทเมืองแขก

ที่มา: ผู้วิจัย

9. ปราสาทโนนกู่

ก. สถานที่ตั้ง

ปราสาทโนนกู่ตั้งอยู่บ้านกกกอก หมู่ที่ 7 ตำบลโคกระาช อำเภอสูงเนิน

ข. ความเป็นมาและลักษณะเด่นด้านสถาปัตยกรรม

ปราสาทโนนคุ้ เป็นศาสนสถานแบบศิลปะเขมร ก่อด้วยอิฐปนหินทราย ประกอบด้วยปราสาทหลังเดี่ยวบนฐานสูง ด้านหน้ามีวิหารหันเข้าหาปราสาทประธานอยู่ 2 หลัง ล้อมรอบด้วยกำแพงแก้ว มีซุ้มประตูทิศตะวันออกและทิศตะวันตกเป็นทางเข้า-ออก และที่ลานระหว่างวิหารทั้งสองนั้นพบโคนนทิหมอบในอาการเคารพปราสาทประธาน อันเป็นที่สถิตของพระศิวะมหาเทพ ตามคติความเชื่อของศาสนาฮินดู ในราวพุทธศตวรรษที่ 16 ปราสาทหินโนนคุ้ กว้าง 2.40 เมตร ยาว 29 เมตร ตั้งอยู่กลางโคกมูลดินขนาดกว้าง 30 เมตร ซึ่งอยู่จากลำน้ำลำตะคองประมาณ 800 เมตร ปัจจุบันตัวปราสาทเหลือเพียงฐาน มีการขุดพบเศียรพระพุทธรูป เทวรูปและวัตถุโบราณหลายชิ้นภายในบริเวณปราสาทแห่งนี้



ปราสาทโนนคุ้

ที่มา: ผู้วิจัย

10. ปราสาทเมืองเก่า

ก. สถานที่ตั้ง

ปราสาทเมืองเก่า ตั้งอยู่ในวัดปราสาทเมืองเก่า บ้านเมืองเก่า หมู่ที่ 1 ตำบลโคกราช อำเภอสูงเนิน (อยู่ถัดจากปราสาทเมืองแขกประมาณ 3.3 กิโลเมตร)

ข. ความเป็นมาและลักษณะเด่นด้านสถาปัตยกรรม

ปราสาทเมืองเก่า เป็นอโรคยาศาลที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 มหาราชองค์สุดท้ายแห่งราชอาณาจักรเขมร ทรงสร้างขึ้นระหว่าง พ.ศ. 1724-1763 อโรคยาศาลมีแผนผังประกอบด้วยปราสาทประธานรูปสี่เหลี่ยมย่อมุมไม้สิบสอง มีบรรณาลัยอยู่ทางมุมขวาด้านหน้า ล้อมรอบด้วยกำแพงแก้วซึ่งมีซุ้มประตูทางเข้าอยู่ด้านหน้า นอกกำแพงมีสระน้ำรูปสี่เหลี่ยมกรูดด้วยศิลาแลง องค์ปราสาทก่อเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม ย่อไม้สิบสองกว้าง 5 เมตร สูง 3.95 เมตร มีประตูและมุม 4 ทิศ ประตูซุ้มอยู่ทางทิศตะวันออกและกรอบประตูทำด้วยศิลาทราย อยู่ห่างจากลำน้ำลำตะคองประมาณ 500 เมตร ปัจจุบันยอดปราสาทหักทลายเหลือเพียงครึ่งองค์



ปราสาทเมืองเก่า

ที่มา: ผู้วิจัย

11. เมืองเสมา

ก. สถานที่ตั้ง

เมืองเสมา ตั้งอยู่ที่ถนนทองถิ่น นม. 2006 (บ้านตะคลองหลวง-บ้านโสกแจ้ง) ตำบลสูงเนิน

ข. ความเป็นมาและลักษณะเด่นด้านสถาปัตยกรรม

เมืองเสมาเป็นโบราณสถาน เชื่อกันว่าบริเวณนี้เป็นชุมชนเก่าก่อนที่จะย้ายมาที่ตัวเมืองนครราชสีมาในปัจจุบัน ประวัติความเป็นมาสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 สมัย กล่าวคือ สมัยแรก เป็นชุมชนวัฒนธรรมแบบทวาราวดี และในสมัยที่สอง พบหลักฐานการอยู่อาศัยต่อเนื่องจากในสมัยแรก หากแต่เป็นชุมชนวัฒนธรรมเขมรโดยชนชั้นปกครองจะนับถือศาสนาพราหมณ์ จนภายหลังพุทธศตวรรษที่ 18-19 ไม่ปรากฏร่องรอยการอยู่อาศัยของมนุษย์อีกเลย สันนิษฐานว่าเมืองแห่งนี้อาจถูกทิ้งร้างมาจนถึงปัจจุบัน



เมืองเสมา

ที่มา: ผู้วิจัย

12. ไรมันสำปะหลัง

ก. สถานที่ตั้ง

ในพื้นที่อำเภอสูงเนิน ส่วนมากปรากฏในบริเวณทิศเหนือ และทิศใต้ของอำเภอ

ข. ความสำคัญ

จังหวัดนครราชสีมา มีเนื้อที่เพาะปลูกมันสำปะหลัง 1,524,187 ไร่ มีเนื้อที่เก็บเกี่ยว 1,398,488 ไร่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีเนื้อที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจประเภทมันสำปะหลังมากที่สุดในประเทศไทย (มีเนื้อที่เพาะปลูกพืชไร่ 3,755,199 ไร่ จากเนื้อที่ทั้งหมด 8,384,953 ไร่) นอกจากนี้ มันสำปะหลังยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่เกษตรกรในจังหวัดนครราชสีมา ขึ้นทะเบียนผู้ปลูกมากเป็นอันดับ 2 รองจากข้าว

เกษตรกรอำเภอสูงเนิน ปลูกมันสำปะหลังมากที่สุดในพื้นที่ โดยมีเนื้อที่เพาะปลูก 84,273 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 71,463 ไร่ ผลผลิต 212,602 ตัน ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม) ปลูก 2,523 เก็บ 2,975 รวมแล้วมีเนื้อที่เพาะปลูกมากเป็นอันดับที่ 6 ของจังหวัดนครราชสีมา จากทั้งหมด 32 อำเภอ



ไร่มันสำปะหลัง อำเภอสูงเนิน
ที่มา: เฟซบุ๊กสถาบันพัฒนามันสำปะหลัง

13. วัดธรรมจักรเสมาราม

ก. สถานที่ตั้ง

หมู่ที่ 3 บ้านคลองขวาง ตำบลเสมา อำเภอสูงเนิน

ข. รายละเอียดและความสำคัญ

วัดธรรมจักรเสมาราม แต่เดิมพื้นที่บริเวณของวัดแห่งนี้เป็นศาสนสถานในสมัยทราวดี และเป็นที่ประดิษฐานองค์พระพุทธรูปปางไสยาสน์ ที่มีความเก่าแก่และใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ก่อสร้างด้วยหินทรายแดงของหมวดหินโคกกรวด ซึ่งหินมีอายุประมาณ 110 ล้านปี ที่โผล่ในหลายบริเวณของอำเภอสูงเนิน พระพุทธรูปมีความยาว 13.30 เมตร สูง 2.80 เมตร เคียงอยู่ทางทิศใต้ หันหน้าไปทางทิศตะวันออก พักตร์ค่อนข้างเหลี่ยมประกอบด้วย หินทราย 4 แผ่นวางซ้อนกัน กายประกอบด้วยหินทรายรวมกันเป็นแผ่นในแนวตั้ง ทั้งนี้มีการค้นพบธรรมจักรโบราณ หรือ ธรรมจักรศิลาซึ่งแกะสลักจากหินทรายชนิดเดียวกัน และโบราณวัตถุในสมัยทราวดีซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์



วัดธรรมจักรเสมาราม

ที่มา: ผู้วิจัย

14. วัดป่าภูผาสุง

ก. สถานที่ตั้ง

อยู่ในเขตตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสุงเนิน

ข. รายละเอียดและความสำคัญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ

วัดป่าภูผาสุง เป็นสำนักปฏิบัติธรรมกรรมฐานสายท่านพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติแห่งขุนเขา พื้นที่กว่า 2,800 ไร่ บนเทือกเขาภูหลวงหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า เขาเจ้าพ่อ เป็นวัดที่เงียบสงบร่มเย็น นอกจากจะเป็นสถานที่ทางศาสนาที่สำคัญแล้ว พื้นที่ของวัดตั้งอยู่บนแนวस्ताโคราช หรือสันเขาหินทรายของหมวดหินพระวิหาร ที่มีลักษณะคล้ายมีดอโต้ของไทย โดยภูเขามีสันชันด้านหนึ่ง ด้านลาดอีกด้านหนึ่ง ที่ตั้งของวัดรวมทั้งจุดชมทิวทัศน์อยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นเทือกเขาแนวस्ताโคราช (แนวด้านนอก) ได้ชัดเจนและมองเห็นพื้นที่ราบด้านล่างของอำเภอปากช่องได้อย่างสวยงาม



วัดป่าภูผาสุง

ที่มา: เฟซบุ๊ก Khorat Cuesta Stone Park

15. การดำรงชีวิต

วิถีการดำรงชีวิตของชาวอำเภอสุงเนิน แบ่งได้ตามช่วงฤดูกาล ดังนี้

ช่วงฤดูร้อน

ชาวอำเภอสูงเนิน โดยเฉพาะชาวไทอีสาน ผู้หญิงส่วนมากจะนั่งจักสานของใช้ในบ้านเล็กๆ น้อยๆ อยู่ที่บ้าน เช่น สวิงไว้สอยไข่มดแดง ส่วนผู้ชายต้องออกไปเลี้ยงวัว เลี้ยงควาย ตามไร่นา มีอาชีพเสริมคือการรับจ้างเล็ก ๆ น้อย ๆ เป็นครั้งคราวไป

ช่วงฤดูฝน

เป็นช่วงดำนาของชาวบ้าน และในฤดูนี้ชาวบ้านจะมีรายได้ในแต่ละวัน สูงกว่าปกติเนื่องจากเป็นฤดูที่สามารถรับจ้างดำนาได้ หากเก็บของป่าขายได้ไม่ว่าจะเป็น เก็บเห็ด หน่อไม้ ดอกกระเจียว และผักต่างๆ ที่ขึ้นตามป่า และการจับสัตว์น้ำต่าง ๆ เช่น ปลา ปู กุ้งฝอย หอย เพื่อนำมาขายตามตลาดในตอนเช้า

ช่วงฤดูหนาว

จะเป็นช่วงเวลาที่ได้เก็บเกี่ยวข้าวที่ปลูกไว้ในช่วงต้นฤดูฝน ชาวไทอีสานจะกลับมารวมตัวกันอีกครั้ง รวมตัวในที่นี้หมายถึง ชาวไทอีสานส่วนมากที่อยู่ในวัยทำงานจะเข้าไปทำงานในเมือง ส่วนวัยชรา กับวัยเด็กจะอยู่ที่บ้าน เพราะฉะนั้นในช่วงนี้คนในวัยทำงานก็กลับมาเพื่อมาเก็บเกี่ยวผลผลิตของครอบครัวตนเอง



เกษตรกรเลี้ยงวัวในอำเภอสูงเนิน

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.41

16. การรับผี (ร่างทรง)

เช่น ผีบรรพบุรุษ ผีเมือง ผีน้ำ ผีเมืองเสมา ผีไร่ผีนาค เป็นต้น

การรับผีของคนอำเภอสูงเนินมี 2 ลักษณะ

1) ป่วยเลยจำเป็นต้องรับ โดยเชื่อว่าถ้ารับผีแล้ว การป่วยก็จะดีขึ้น หรืออาจจะหายป่วย การป่วยในที่นี้ คือ ป่วยจากสิ่งที่เรามองไม่เห็นเป็นผู้กระทำเป็นการป่วยโดยหาสาเหตุไม่ได้เมื่อหาสาเหตุการป่วยไม่ได้หมอก็รักษาไม่ได้ดังนั้นคนที่ป่วยจึงจำเป็นต้องรับผีเพื่อเป็นการรักษาตนเอง

2) การรับต่อจากบรรพบุรุษ คือ ผีพ่อ ผีแม่ ที่ยังไม่ไปเกิด หรือผีเจ้าที่เจ้าทาง เจ้าบ้าน เจ้านา เจ้าไร่ ของตนเอง ก็ต้องรับ ในพิธีรับจะมีขัน 5 ขัน 8 เพื่อรับผีในพิธีจะมีผู้ใหญ่ที่รับผีก่อนหน้านั้น มาช่วยทรงให้พอทรงเสร็จ คนที่จะรับผีต้องถือดอกไม้ไว้ในมือ แล้วประนมมือ พอรับเสร็จหมอแคนก็จะ

เริ่มเป่าแคน ผู้รับฝีจะเริ่มตัวสั้น และจะลุกขึ้นมารำพร้อมกับเสียงแคน การรับฝีนี่จะต้องทำบุญเลี้ยง
ทุกปีแต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับ การตกลงกับผีทรงของตนเอง



ทำพิธีร่างทรงผีบรรพบุรุษ

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.44

17. ประเพณีกินเขาคั่ว

งานประเพณีกินเขาคั่วของดีเมืองสูงเนิน จัดขึ้นในวันเสาร์-อาทิตย์ สัปดาห์ที่ 2 ของเดือน
มีนาคมทุกปี ณ โบราณสถานปราสาทเมืองแขก อำเภอสูงเนิน ประเพณี “กินเขาคั่ว” เป็นการ
รับประทานอาหารเย็นพร้อมชมการแสดงแสงเสียง เรื่อง “ศรีจนาศะปุระ” การละเล่นพื้นบ้าน การ
ประกวดของดีเมืองสูงเนิน เป็นการร่วมแรงร่วมใจของชาวอำเภอสูงเนิน ความมีมิตรไมตรีที่ดีงาม ถูก
ถ่ายทอดผ่านวิถีชีวิตอันควรแก่การอนุรักษ์ เหตุการณ์ในอดีตที่ผู้คนล้อมลงนั่งชั้นโตกรับประทาน
อาหารเย็นท่ามกลางการรำรำที่สวยงาม และสืบสานประเพณีสู่ชนรุ่นหลัง การแสดงที่วิจิตรงดงาม
ความอ่อนช้อยของท่วงท่ารำรำสอดคล้องกับอารยธรรมโบราณที่ล้ำค่าด้วยภาพลักษณ์ที่สวยงาม



ประเพณีกินเขาคั่ว ที่ปราสาทเมืองแขก

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.48

18. ประเพณีบวงสรวงพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (พระนอน)

เป็นพิธีบวงสรวงพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (พระนอน) อายุ 1,300 ปี วัดธรรมจักรเสมาราม ตำบลเสมา อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยวัตถุประสงค์เพื่อขอขมาพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (พระนอน) อายุ 1,300 ปี ซึ่งเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคูเมืองของตำบลเสมา อำเภอสูงเนิน มาตั้งแต่โบราณกาล และผู้คนให้ความเคารพบูชา เดินทางมาสักการะกราบไหว้อย่างต่อเนื่อง ภายหลัง มีการเปลี่ยนชื่อเป็น เป็น ประเพณีบูชาห่มผ้าพระนอน 1,300 ปี และยังคงไว้ซึ่งพิธีรับบวงสรวงพระนอน นอกจากนี้ ยังมีการห่มผ้าพระนอนโดยชาวบ้านร่วมกันทอผ้าห่มบูชาพระนอน ประเพณีบวงสรวงพระนอนนี้ ก็ยังคงสืบทอดมาถึงปัจจุบัน



ประเพณีบวงสรวงพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (พระนอน)

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.49

19. ประเพณีลงช่วง (เลี้ยงผีปู่ตา)

ประเพณีลงช่วง คือ การเลี้ยงผีปู่ย่าตายาย หรือ ผีเมือง จะมีการบูชาชั้น 5 ชั้น 8 เครื่องบูชา รูปเทียน น้ำอวดลม เหล้าขาว เหล้าสี เบียร์ แป้ง กระจก หวี จะวางไว้บนโต๊ะตรงกลางวงจะมีร่างทรง ซึ่งคนนั้นคือ คนที่มีผีบรรพบุรุษ ผีเมืองเสมา ผีน้ำ (จะส่งเสียงร้องตลอดการรำ) ผีเก้าโก ผีพญานาค ผีไร่ผีนา เป็นต้น เข้ามาทรงอยู่ในร่าง ภาษาอีสานจะเรียกร่างทรงว่า เจ้านาย แต่ละเจ้านายจะไม่เหมือนกัน ให้สังเกตจากท่ารำ งานที่จัดขึ้นนั้นจะไม่เหมือนกัน บางหมู่บ้านอาจจะจัดงาน ทำปีเว้นปี, 1 ครั้งต่อ 1 ปี, 1 ครั้งต่อ 3 ปี, 1 ครั้งต่อ 5 ปี บางหมู่บ้านอาจจะขึ้นอยู่กับความพร้อมทางการเงิน เพราะการจัดงานจะต้องใช้เงินค่อนข้างเยอะ ก่อนจะมีการรำจะต้องมีพิธียก ชั้น 5 ชั้น 8 ในชั้น 5 จะมี 5 กรวย ชั้น 8 จะมี 8 กรวย พอทำพิธียกชั้น 5 ชั้น 8 เสร็จ ร่างทรงที่ทำพิธีลงช่วงจะรู้ได้ด้วยตัวเองว่าเจ้านายจะมาตอนไหน



การร่ำรอบเครื่องบูชา ในพิธีลงช่วง

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.46

20. ข้าวผะ

ข้าวผะ หรือเช่าผะ เป็นอาหารของคนไทยโคราช คำว่า ผะ ภาษาโคราช แปลว่า หุงข้าว ใส่น้ำมาก ๆ ใส่น้ำสายน้อย ๆ เนื่องจากการอดข้าว (ข้าวยากหมากแพง) และใส่ผัก ปลา หมูไก่ ตามที่มี ทำให้ได้อาหารสำหรับทุกคนในครอบครัวได้รับประทาน ข้าวผะเป็นอาหารที่หายากที่สำคัญ และขึ้นชื่อของอำเภอสูงเนิน



ข้าวผะ (เช่าผะตามสำเนียงโคราช)

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.50

21. ข้าวปาด

ข้าวปาด เป็นขนมที่ทำง่าย ๆ ใช้แบ่งข้าวเจ้าที่ไม่ละเอียดแล้ว หรือแบ่งข้าวเจ้าละลายน้ำใส่กระทะทองเหลืองตั้งไฟ ใส่น้ำปูนใสเล็กน้อยใช้พายเล็ก ๆ กวนตลอดเวลา ถ้ามีใบเตยก็คั้นน้ำให้ได้น้ำขึ้น ๆ ใสลงไปด้วยจะทำให้ขนมมีสีสวยและมีกลิ่นหอมเมื่อแบ่งใส่แสดงว่าขนมสุก ใส่น้ำตาลลงในกระทะ กวนต่อไปจนน้ำตาลละลายและขนมขึ้นพอกที่จะใช้พายตักปาดได้นำมาเทใส่ถาด ที่เรียกว่าข้าวปาดเพราะกวนจากแป้งเหลว ๆ จนสามารถตักปาดใส่ถาดได้ เมื่อขนมเย็นแล้วตัดเป็นชิ้นสี่เหลี่ยมขนม

เปียกปูน เวลากินชุ่มมะพร้าวเป็นเส้น ๆ โยหน้าส่วนผสม บางแห่งชุ่มมะพร้าวเป็นเส้น ๆ ลงไปกวาดด้วย



ข้าวปาด

ที่มา: <https://cookpad.com/th/recipes/1416288>

22. ข้าวโป่ง

ข้าวโป่ง เป็นขนมพื้นบ้านที่สามารถทำเก็บไว้กินยามว่างหรือขายได้ส่วนผสมของข้าวโป่ง ที่แปลกคือ แป้งจากหัวตดหมา หรือเครื่องตดหมา หรือกระพังโหม คือเถาวัลย์ชนิดหนึ่ง ที่ใบและเถาจะมีกลิ่นเหม็นเหมือนตดหมา ชาวบ้านไทอีสานจึงเรียกเครื่องนี้ว่า เครื่องตดหมา ส่วนหัวหรือรากที่อยู่ในดินของเครื่องตดหมานั้น จะกลิ่นหอมอ่อน ๆ เมื่อผสมลงในข้าวโป่ง จะทำให้มีกลิ่นหอมน่ากิน



ข้าวโป่ง

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.53

23. แกงไข่ดำ

แกงไข่ดำ หรือไข่ดำ ไข่ดำเป็นพืชลอยน้ำ มีลักษณะกลมเล็ก ๆ สีเขียว พบมากในฤดูฝน เป็นผักพื้นบ้านชนิดหนึ่ง มีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามภูมิภาค ภาคเหนือเรียก ผ่า ภาคกลางเรียก ไข่ดำ ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเรียก ไข่ดำ

ไข่ดำ เป็นพืชน้ำ ลักษณะเป็นสีเขียวขนาดเล็กคล้ายไข่ปลา กระจายคลุมเหนือผิวน้ำเป็นแพ มีขึ้นอยู่ตามแหล่งน้ำที่เป็นน้ำนิ่ง เช่น บึง และหนองน้ำธรรมชาติทั่วไป เวลาเก็บไข่ดำ ต้องใช้สวิงช้อนขึ้นมา แล้วล้างให้สะอาดก่อนจะนำไปปรุงทำอาหาร ไข่ดำ เป็นพืชผักพื้นบ้านที่ชาวบ้านนิยมนำไปประกอบอาหารกันมานานตั้งแต่สมัยโบราณ เช่น แกง หรือผัด บางทีก็ใส่เป็นส่วนประกอบของอาหาร เพื่อเพิ่มรสชาติให้มีความหอม มัน อร่อย มากยิ่งขึ้น



แกงไข่ม้วน

ที่มา: <https://mgronline.com/goodhealth/detail/9610000042222>

24. หมี่โคราช

อำเภอสูงเนิน มีชื่อเสียงโด่งดังเรื่องการทำหมี่โคราชแบบโบราณ โดยเฉพาะที่ชุมชนบ้านกุดจิก ตำบลกุดจิก จนถูกขนานนามว่า หมี่โคราชกุดจิก

หมี่โคราช เป็นอาหารไทโคราชที่ขึ้นชื่อและมีเอกลักษณ์ มีต้นกำเนิดมาจากคนในชุมชนปลูกข้าวเป็นอาชีพหลักมาตั้งแต่สมัยโบราณกาล และจะสีข้าวด้วยมือ แล้วนำปลายข้าวที่เหลือมาถนอมอาหารโดยทำเป็นเส้นหมี่ที่ทำด้วยมือ ตั้งแต่การตำข้าวด้วยครกกระเดื่อง ตลอดจนนำไปตากจนได้เส้นหมี่แบบแห้ง แล้วเก็บไว้รับประทาน เช่น นำมาผัดเป็นผัดหมี่โคราช



หมี่โคราช

ที่มา: <https://th.theasianparent.com>

25. นุ่งโจง

ในสมัยก่อนนั้นมีการนุ่งกางเกง ที่เรียกว่า “โจง” หรือ “โจ่ง” และผ้าโจงกระเบน (แบบเขมร) ต่อมาแม้แต่งกายแบบฝรั่งแล้ว เมื่อมีงานพิธีหรืองานอื่น ๆ ที่สำคัญและเป็นทางการก็ยังมี “นุ่งโจง” เพราะเป็นแบบแผนที่ดีและสุภาพ ที่นิยมกันมากคือ “ผ้าม่วงและผ้าหางกระรอก” คนสามัญนุ่งโจงผ้าพื้น โดยมากเป็นผ้าฝ้ายทอ ต่อมานิยมนุ่งผ้า “ตาสมุก” เป็นผ้าตาเล็ก ทอเป็นลายขัดเหมือนลายจักลายสานยกหนึ่งขมหนึ่ง (อีสานเรียกว่า ลายขิดราชวัต) ผ้าชนิดนี้ทอยาก จึงเปลี่ยนมา

ทอเป็นตาหมากรุก ต่อมาตาใหญ่ขึ้นกลายเป็นผ้า “ตาโสร่ง” นอกจากนุ่งโจงแล้วมีการนุ่งผ้าแบบ “ลอยชาย” เพื่อให้สบายอิริยาบถ หรืออยู่ในที่ส่วนตัว เช่น นุ่งอยู่กับบ้าน แสดงว่าเป็นผู้มีอำนาจ แต่ถ้านุ่งออกนอกบ้านเป็นการแสดงการวางตัวเป็นพวกนักเลง โดยเฉพาะการนุ่ง “โสร่งลอยชาย” ถือว่าไม่สุภาพมาก

ปัจจุบันการ “นุ่งโจงหาง” มีให้เห็นเฉพาะงานพิธีที่สำคัญ ๆ เช่น การแต่งงาน หรืองานแสดงทางศิลปวัฒนธรรมไทยเท่านั้น คนส่วนใหญ่ในยุคนี้แต่งกายตามสมัยนิยม ส่วนผ้านุ่งผ้าถุงยังคงมีให้เห็นเฉพาะผู้สูงอายุ



การนุ่งโจงของผู้สูงอายุ

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.27

26. นุ่งผ้าทอ ผ้าเงียงนางคำ

ผ้าเงียงนางคำของชาวสูงเนิน เป็นอีกหนึ่งวิถีชีวิตของการสืบสานภูมิปัญญาจากปู่ย่าตายาย เป็นมรดกทางวัฒนธรรมได้รับการสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มีลวดลายที่ออกมาจากจิตวิญญาณ และใช้วัสดุท้องถิ่นที่มีอยู่ทั่วไป คือ ฝ้ายหรือไหมที่มีคุณภาพดีเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง ประวัติความเป็นมา เป็นผ้าพื้นเมืองของบรรพบุรุษที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมที่อพยพมาจากลาวมาอยู่ในประเทศไทย และกลุ่มหนึ่งได้มาตั้งถิ่นฐานอยู่ใกล้แหล่งน้ำลำตะคองบริเวณอำเภอสูงเนินในปัจจุบันตั้งแต่ ร.ศ. 118 หรือ พ.ศ. 2442 ในการดำเนินชีวิตจะประกอบอาชีพเกษตรกรรม เมื่อเว้นว่างจากการทำไร่ ทำนา จะทอผ้าไว้ใช้เองโดยมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันของประชาชนชาวสูงเนิน มาตั้งแต่ดั้งเดิมกว่า 100 ปี



การแต่งกายผ้าเจียงนางดำ

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.56

27. การทำหมี่กูดจิก (หมี่โคราชโบราณ)

การทำหมี่โคราชโบราณ หรือหมี่กูดจิก ของอำเภอสูงเนินนั้น มีต้นกำเนิดมาจากชาวบ้านในกลุ่มชาติพันธุ์ไทโคราช ซึ่งการทำหมี่กูดจิกนั้น เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในการแปรรูปข้าวเจ้าให้เป็นหมี่กูดจิกโบราณ ปัจจุบันมีอายุมากกว่า 100 ปี

เอกลักษณ์ของหมี่กูดจิกคือ การทำเส้นหมี่จากแป้งข้าวที่ไม่สด ๆ ไม่มีส่วนผสมอื่นใดอีก ไม่ต้องแช่น้ำก่อนปรุง หมี่ไม่ติดกันเป็นก้อน และเส้นเหนียวนุ่ม อีกทั้งมีความหอมอ่อนจากข้าว รสชาติหวานธรรมชาติจากข้าวแท้ ๆ ที่สำคัญคือเป็นกระบวนการทำมือทุกขั้นตอน มีขั้นตอนและวิธีการที่โบราณ



การทำหมี่กูดจิก

ที่มา: เฟซบุ๊ก กูดจิกหมี่โคราช ๑๐๐ ปี

28. การทอผ้าเจียงนางดำ

การทอผ้าเจียงนางดำ เป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาของความภาคภูมิใจของชาวอำเภอสูงเนิน ใช้วัสดุท้องถิ่นที่มีอยู่ทั่วไปคือ ฝ้ายหรือไหมที่มีคุณภาพที่ดี จุดกำเนิดของลวดลายต่าง ๆ เห็นได้เด่นชัดจากดอกฝ้ายสีขาวผ่านขั้นตอนกระบวนการผลิตอย่างเป็นขั้นตอน สีหลักที่ใช้ในการทอผ้าชนิดนี้ คือ สีน้ำเงินได้จากต้นคราม จะต้องผ่านการย้อมเย็น โดยการก่อหม้อครามแล้วเกิดปฏิกิริยาทางเคมี ได้น้ำย้อมสีคราม สีแดงได้จากครั่ง โดยวิธีการย้อมร้อนนำก้อนครั่งมาตำ ผ่านการกรองแล้วนำไปต้มย้อมเส้นด้าย สีดำได้จากผลของต้นมะเกลือผ่านการย้อมร้อน สีหลักของผ้าทอเจียงนางดำมีสามสีหลัก คือ

สีด้า สีน้ำเงิน และสีแดง ผ่านการทอด้วยกี่ทอมือแบบโบราณ ลวดลสยอันเป็นเอกลักษณ์ของผ้าเงียงนางดำ คือมี 3 ส่วน



การทอผ้าเงียงนางดำ โดยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าเงียงนางดำ

ที่มา: ผู้วิจัย

29. การถักสวิงแห่ไข่มดแดง

การถักสวิง มีขั้นตอนการทำคือ ใช้เชือกไนลอน สานให้เป็นรูปทรงสามเหลี่ยมปากกว้าง เพื่อที่จะใช้ครอบเหล็กหรือไม้ตรงขอบปากของตาข่าย แล้วทำการเก็บปากตาข่ายให้สวยงาม และให้ความคงทน ใช้ในการแห่ไข่มดแดง ซึ่งผู้นำไปใช้จะต้องนำไปผูกติดกับปลายของไม้ไผ่ที่มีขนาดที่ยาวมากที่สามารถจะนำไปแห่รังของมดแดงที่อยู่บนต้นไม้สูง

สวิงเป็นเครื่องมือขนาดเล็กที่ใช้สำหรับการหาอาหารในท้องถิ่นเป็นเครื่องที่ทำได้ง่าย ๆ เพราะวัสดุอุปกรณ์ไม่เก้ขึ้น คนไทยอีสานมีไว้สำหรับหาสัตว์น้ำ พื้นบ้านที่อยู่ในแหล่งน้ำตื้นเขิน เช่น กุ้ง หอย ปูปลา กบ และแมลงต่าง ๆ เป็นต้น



ถักสวิงแห่ไข่มดแดง

ที่มา: วัฒนธรรมท้องถิ่นในอุทยานธรณีโคราช, 2560, น.66

30. ประติมากรรมที่ปราสาทเมืองแขก

ศิลปวัตถุสำคัญที่พบในพื้นที่อำเภอสูงเนิน โดยเฉพาะพื้นที่เมืองเสมา ซึ่งเป็นเมืองเก่าของโคราช เป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วยมรดกทางศิลปวัฒนธรรมอันหลากหลาย ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ จนเข้าสู่ยุคประวัติศาสตร์ ผู้คนในพื้นที่ได้ตั้งรกรากเป็นเมืองขนาดใหญ่ ชื่อว่า เมืองเสมา ซึ่งเป็นเมืองโบราณในวัฒนธรรมทวารวดี ที่มีอายุเก่าแก่กว่า 1,300 ปี ภายในเมืองยังพบหลักฐานทางโบราณคดีที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองของอารยธรรมทั้งศาสนา ภาษา และวิถีชีวิตต่าง ๆ นอกจากเมืองโบราณเสมาแล้ว ภายในพื้นที่อำเภอสูงเนิน ยังมีปราสาทในวัฒนธรรมเขมรอีกหลายแห่ง หลายสมัยด้วยกัน เช่น ปราสาทเมืองแขก ปราสาทเมืองเก่า และปราสาทโนนกู่

ปัจจุบัน โบราณวัตถุและศิลปวัตถุที่สำคัญ อยู่ในความดูแลของกรมศิลปากร ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย ศิลปวัตถุที่สมบูรณ์และสวยงามของอำเภอสูงเนิน มีปรากฏให้เห็นที่ปราสาทเมืองแขกมากที่สุด ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลดังนี้

1.1 ทับหลังสลักภาพเทวดาประทับนั่งภายในซุ้มเหนือหน้ากาล



ทับหลังสลักภาพเทวดาประทับนั่งภายในซุ้มเหนือหน้ากาล

ที่มา: นำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย, 2561

1.2 ซีนส่วนหน้าบันสลักภาพพุมามเหศวร



ซีนส่วนหน้าบันสลักภาพพุมามเหศวร

ที่มา: นำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย, 2561

1.3 ทับหลังสลักภาพนารายณ์อวตาร ปางกฤษณาวตาร



ทับหลังสลักภาพนารายณ์อวตาร ปางกฤษณาวตาร

ที่มา: นำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย, 2561

1.4 ทับหลังสลักภาพพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ



ทับหลังสลักภาพพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณ

ที่มา: นำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย, 2561

1.5 ทับหลังสลักภาพนารายณ์อวตาร ปางวามนาวตาร (ตรีวิกรม)



ทับหลังสลักภาพนารายณ์อวตาร ปางวามนาวตาร (ตรีวิกรม)

ที่มา: นำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย, 2561

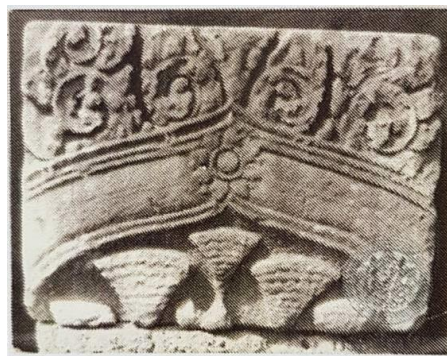
1.6 ทับหลังสลักภาพมเหษีสุรมรรทนี



ทับหลังสลักภาพมเหษีสุรมรรทนี

ที่มา: นำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย, 2561

1.7 ส่วนประกอบหน้าบัน



ส่วนประกอบหน้าบัน

ที่มา: นำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพิมาย, 2561

31. ภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว ตำบลมะเกลือใหม่

แหล่งโบราณคดีภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว จุดที่ 1 ตั้งอยู่บริเวณธารน้ำไหล น้ำตกวะภูแก้ว หมู่ที่ 6 บ้านวะภูแก้ว ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน โดยตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ของแหล่งโบราณคดี ภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว จุดที่ 2 ระยะทางประมาณ 210 เมตร โดยมีหลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบ ดังนี้

ภาพเขียนสีที่พบจากแหล่งโบราณคดีภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว จุดที่ 1 พบจำนวน 1 ภาพ ดังนี้

1. ภาพเขียนสีแดงรูปคน

ภาพเขียนสีแดงรูปบุคคลเป็นภาพทึบ (Silhouette) อยู่ในลักษณะกางแขนและขา ทั้ง 2 ข้าง เปลือยท่อนบน นุ่งเครื่องนุ่งห่มคล้ายกระโปรง พบบริเวณด้านทิศเหนือของเพิงหิน คล้ายกำลังเต้น พบเพียงรูปเดียว ไม่สามารถระบุเพศได้ชัดเจน รูปบุคคลดังกล่าวมีขนาดกว้าง 15 เซนติเมตร สูง 19 เซนติเมตรสำหรับสีแดงที่นำมาใช้เขียนภาพ สันนิษฐานว่าเป็นสีที่ได้จากดินและแร่ธาตุ อาทิ ดินแดง (Red soil) ดินแลง (Lateritic) ดินเทศ (Red ochre) หรือแร่เฮมาไทต์ (Hematite) ซึ่งเป็นดินและแร่ธาตุที่ให้สีแดง จากการตรวจสอบในเบื้องต้นยังไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าใช้วัตถุชนิดใด



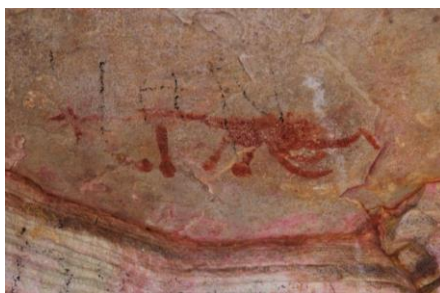
ภาพเขียนสีแดงรูปคน

ที่มา: <https://www.finearts.go.th/fad10/view/26671>

ภาพเขียนสีที่พบจากแหล่งโบราณคดีภาพเขียนสีน้ำตกวะภูแก้ว จุดที่ 2 พบจำนวน 3 ภาพ ได้แก่ 1. ภาพเขียนสีรูปช้าง 2. ภาพเขียนสีรูปแมงป่อง และ 3. ภาพเขียนสีรูปลายเส้น มีรายละเอียด ดังนี้

1. ภาพเขียนสีแดงรูปช้าง

ภาพเขียนสีแดงรูปช้างเป็นภาพทึบทั้งหมด (Silhouette) ให้รายละเอียดภาพได้ไม่ชัดเจนนัก รูปหันไปทางด้านขวาหรือทิศตะวันตก มีงา มีงวง เท้า 4 เท้า ข่ายมือหรือด้านทิศตะวันออกของภาพเป็นหาง พบบริเวณด้านทิศเหนือของเพิงหิน รูปช้างดังกล่าว มีขนาดกว้าง 36 เซนติเมตร สูง 8 เซนติเมตร



ภาพเขียนสีแดงรูปช้าง

ที่มา: <https://www.finearts.go.th/fad10/view/26671>

2. ภาพเขียนสีแดงรูปแมงป่อง

ภาพเขียนสีแดงรูปแมงป่องเป็นภาพทึบบางส่วน (Partial Silhouette) ใ้รายละเอียดภาพได้ไม่ชัดเจนนัก หันไปทางด้านขวาหรือด้านทิศตะวันตก มีกล้ามเนื้อทั้ง 2 ข้าง ลำตัวเป็นปล้อง พบบริเวณด้านทิศเหนือของเพิงหิน รูปแมงป่องดังกล่าวมีขนาดกว้าง 10 เซนติเมตร สูง 3 เซนติเมตร



ภาพเขียนสีแดงรูปแมงป่อง

ที่มา: <https://www.finearts.go.th/fad10/view/26671>

3. ภาพเขียนสีแดงรูปลายเส้น

ภาพเขียนสีแดงรูปลายเส้นเป็นภาพทึบบางส่วน (Partial Silhouette) ใ้รายละเอียดภาพได้ไม่ชัดเจนนัก เป็นรูปลายเส้นทั้งเส้นตั้งและเส้นนอนต่อเนื่องกัน พบบริเวณด้านทิศเหนือของเพิงหิน รูปลายเส้นดังกล่าวมีขนาดกว้าง 27 เซนติเมตร สูง 20 เซนติเมตร



ภาพเขียนสีแดงรูปลายเส้น

ที่มา: <https://www.finearts.go.th/fad10/view/2667>

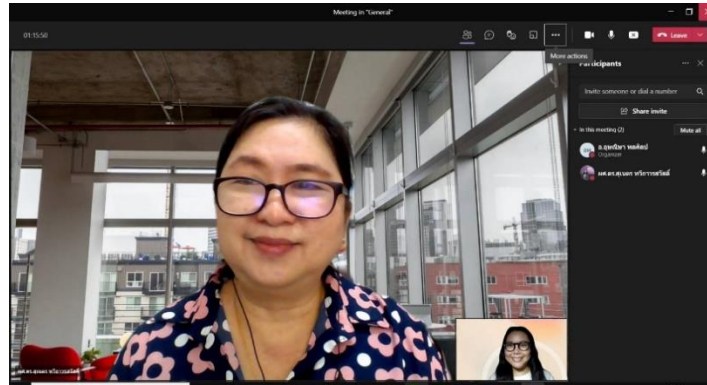


ภาคผนวก จ
ภาพการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

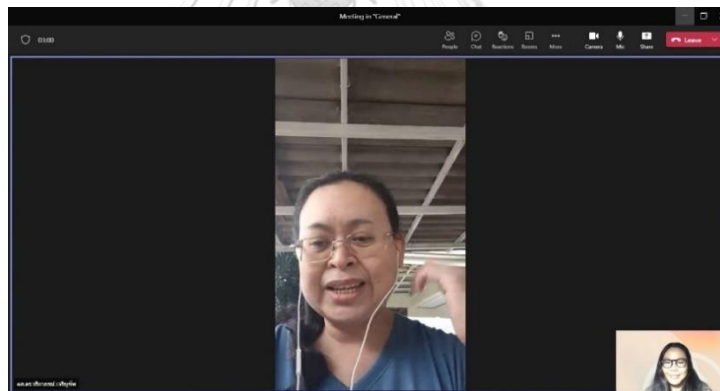
สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์กายภาพ

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์ (ออนไลน์)



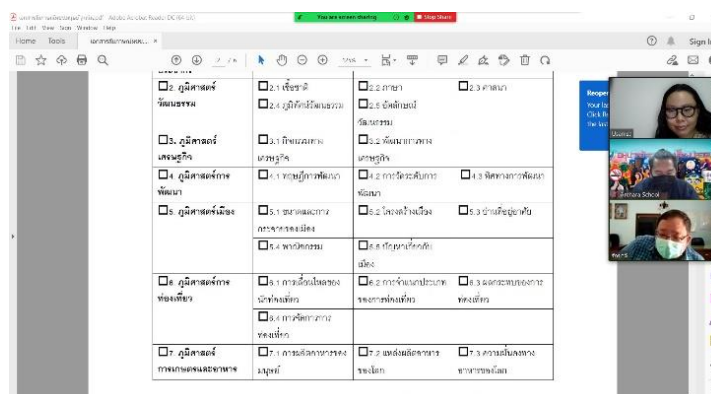
สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จริญญาภรณ์ ชูชีพ (ออนไลน์)



สัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิศาสตร์มนุษย์ อำเภอสูงเนิน

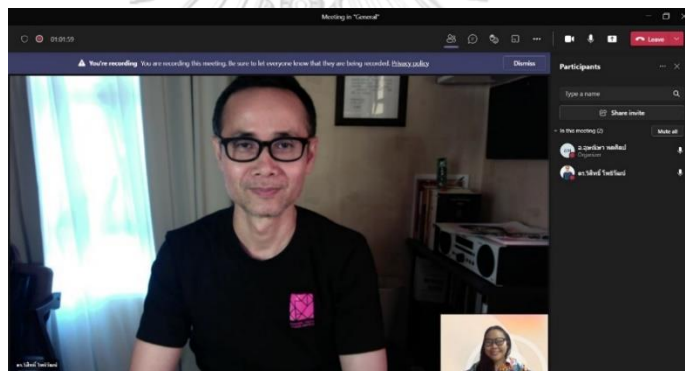
- คุณรักชาติ กิริวัฒน์ศักดิ์ (ออนไลน์) - อาจารย์อัครเดช อินทรสถาพร (ออนไลน์)



สัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ (ออนไลน์)



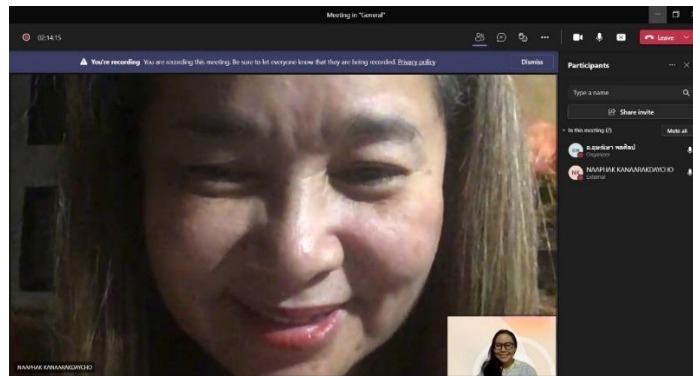
- อาจารย์ ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์ (ออนไลน์)



- อาจารย์ชลิตา รัชตะพงศ์ธร (ออนไลน์)



สัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้าชุมชน อำเภอสูงเนิน
- อาจารย์ณภัค คณารักษ์เดโช (ออนไลน์)



ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสินค้าชุมชนและอัตลักษณ์ อำเภอสูงเนิน



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

USANISA PHOLASILP

วุฒิการศึกษา

ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY