

**ข้อมูลการจัดงาน SACICT เฟลลิน คราฟต์ 2561 ครั้งที่ 2**  
**จัดโดยศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) : SACICT**  
**ระหว่างวันที่ 23 - 26 สิงหาคม 2561**  
**ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า จังหวัดขอนแก่น**

-----

“งานคราฟต์” เป็นงานฝีมือที่ต้องอาศัยมากกว่าทักษะ เพราะทั้งหมดเกิดจากกระบวนการสร้างคุณค่าในชิ้นงาน ซึ่งประกอบไปด้วยความใส่ใจในทุกรายละเอียด ตั้งแต่การออกแบบ การเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพ การผลิต ลักษณะการใช้งาน และเรื่องราวที่จะช่วยให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับชิ้นงานนั้นๆ ศ.ศ.ป. จึงมุ่งทำหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในคุณค่าที่ผ่านการสืบสานโดยครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม โดยยังคงแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ สะท้อนความเป็นตัวตนแห่งผลงานที่สร้างสรรค์และได้รับการพัฒนาหรือประยุกต์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน (Today Life’s Crafts)

วิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ของคนในสมัยนี้เริ่มให้ความสำคัญและเฟลิดเฟลลินกับการทำกิจกรรมหรือประสบการณ์ใหม่ๆ ในวันหยุด ซึ่งมีรูปแบบกิจกรรมหลากหลายสำหรับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย (วัยรุ่น คนทำงาน ครอบครัว) โดยเฉพาะ “เวิร์คชอป” งาน Art & Craft ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะ “คราฟต์” คือการคัดสรรสิ่งที่เข้ากับรสนิยมและความชื่นชอบของตนเองมากที่สุด โลกของคราฟต์จึงสามารถตอบโจทย์ผู้ที่สนใจสิ่งต่างๆ แบบเฉพาะเรื่อง และเป็นเรื่องที่ตนเองให้ความสนใจและเชื่อมั่นว่าเป็นประโยชน์กับชีวิต งานคราฟต์จึงกลายเป็นเทรนด์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น เพราะต้องการวิถีชีวิตที่เรียกว่าละเมียดละไม (Crafted Life) สังคมแห่งความคราฟต์และการเข้าถึงวิถีชีวิตที่ละเมียดละไมใส่ใจรายละเอียด ทั้งกระบวนการของสิ่งที่ตนเองหลงใหล ก็กำลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกใบนี้อย่างสุนทรีย์

งานคราฟต์ประเภท Digital Detoxing หรืองานออกแบบจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการหลีกเลี่ยงความรวดเร็วของการใช้ชีวิตที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยี ผ่านการบำบัดที่ประกอบด้วยความช้าและความประณีตเพื่อสร้างความผ่อนคลาย จึงเป็นแนวโน้มงานคราฟต์ที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เข้าถึง โดยเฉพาะวิถีแบบสังคมเมือง หรือกลุ่มคนในต่างจังหวัดที่มีพฤติกรรมชื่นชอบไลฟ์สไตล์แบบคนเมือง และเป็นหัวข้อหรือประเด็นความสนใจหลักของการจัดงาน **SACICT เฟลลิน คราฟต์ 2561** ที่มุ่งปรับภาพลักษณ์งานหัตถศิลป์ให้เข้ากับชีวิตปัจจุบันที่ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากสื่อออนไลน์หรือภาวะความเครียดและกดดันจากการใช้ชีวิตแบบวิถีคนเมือง โดยใช้งานคราฟต์เป็นเครื่องมือในการสร้างความผ่อนคลายในวันหยุด ด้วยการเรียนรู้ภูมิปัญญาแบบเดิม เพื่อประสบการณ์แบบใหม่ รวมไปถึงมุ่งขยายความสนใจและความนิยมในงานคราฟต์ กระตุ้นให้เกิดการเปิดรับ ชื่นชอบ และซื้อใช้หรือทำเป็นงานอดิเรก และเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างคนทำงานคราฟต์รุ่นใหม่ให้อยู่ในวงการต่อไป

### **วัตถุประสงค์**

- 1) เพื่อสร้างกระแสและประสบการณ์งานคราฟต์ที่ร่วมสมัย เพิ่มความนิยมให้งานคราฟต์ รวมถึงปรับภาพลักษณ์งานคราฟต์ให้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตปัจจุบัน
- 2) เพื่อสร้างทัศนคติและความสนใจที่จะใช้งานคราฟต์เป็นเครื่องมือในการสร้าง Moment of Silenceหรือช่วงเวลาแห่งการหยุดพักและผ่อนคลาย

3) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และยอมรับผลงานของคนทำงานคราฟต์ (Craft Maker) อาทิ ครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม นักสร้างสรรค์งานคราฟต์ (Craft Creator) ผู้ประกอบการงานคราฟต์ (Craftpreneur) ต่อกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์แบบวิถีคนเมือง และรวมถึงชาวต่างประเทศผ่านการรับรู้แบบมีประสบการณ์ร่วมกัน (Hands on experience)

4) เพื่อแสดงศักยภาพและบทบาทหน้าที่ของ SACICT ในการเป็นผู้เสริมสร้างความแข็งแกร่งของงานศิลปหัตถกรรมไทยให้มีทิศทางที่เติบโตอย่างยั่งยืน (Enhancing Navigator) รวมถึงบทบาทในการผลักดันงานคราฟต์ให้เป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์คนทุกช่วงวัย (Today Life's Crafts)

## กิจกรรมภายในงาน

1) ส่วนแนะนำ SACICT เพื่อสร้างการรับรู้บทบาทองค์กรในการส่งเสริมคุณค่าและประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และบทบาทในการสนับสนุนให้งานคราฟต์ร่วมสมัยไปกับชีวิตและความต้องการปัจจุบัน รวมถึงการนำเสนอข้อมูลแนวคิด Social Craft Network โดยเฉพาะหัวข้อ Digital Detoxing ให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ เข้าใจแนวคิดของเทรนด์ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตในแบบวิถีคนเมือง โดยใช้งานคราฟต์เป็นเครื่องมือในการบำบัด

2) กิจกรรมเวิร์คช็อปหรือร่วมหัตถ์ทำงานคราฟต์ ที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นงานอดิเรกหรือการประกอบอาชีพต่อไปได้ เช่น งานผ้า/ปักผ้า งานสาน งานปั้นจากวัสดุดิบต่างๆ งานกระดาษ งานโลหะ งานหนัง งานวาดภาพ งานเขียนลาย เป็นต้น รวมไม่น้อยกว่า 10 งานคราฟต์ ทั้งนี้ ประเภทงานคราฟต์ที่ร่วมกิจกรรมเวิร์คช็อปจะต้องสะท้อนถึงภูมิปัญญาหรือเป็นงานทำมือที่สานนวัตกรรม (Innovative Craft) หรือเป็นงานคราฟต์ที่ช่วยสร้างความสงบ สมาธิ (Moment of Silence) และช่วยให้เกิดความผ่อนคลายด้วยความเพลิดเพลิน และเน้นกิจกรรมที่ทำงานง่าย ทั้งในด้านวัตถุดิบ การออกแบบ เทคนิค หรือสะดวกในการทำงานได้หลากหลายสถานที่

3) จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่สร้างสรรค์โดยคนทำงานคราฟต์ อาทิ ครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม หรือนักสร้างสรรค์งานคราฟต์ ผู้ประกอบการงานคราฟต์ ในสาขาต่างๆ โดยเน้นงานคราฟต์ร่วมสมัย (Contemp Craft) ที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่น น่าสนใจ และเข้ากับวิถีชีวิตคนเมือง เพื่อเข้าร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวนไม่น้อยกว่า 30 คูหา

4) กิจกรรมนำเสนอการต่อยอดโครงการของ ศ.ศ.ป. อาทิ

(1) กิจกรรมทรัพย์สินทางปัญญา เช่น การรับคำปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญา (IP Mobile) หรือการจัดนิทรรศการแสดงผลงานที่ได้รับการจดแจ้งลิขสิทธิ์/เครื่องหมายการค้า การต่อยอด/สนับสนุนผลงานสู่การผลิตและการจัดจำหน่ายภายในงาน เป็นต้น

(2) โครงการ Craft the Future ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอแนวคิดและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การจัดนิทรรศการแสดงผลงาน และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโครงการ

5) กิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอกที่เป็นกลุ่ม/เครือข่ายคนทำงานคราฟต์ เช่น กลุ่ม Local Craft Network สถาบันการศึกษา หรือกับหน่วยงานพันธมิตร เพื่อสร้างกระแสความนิยมและการยอมรับในงานคราฟต์ ไม่น้อยกว่า 2 เครือข่ายพันธมิตร

6) กิจกรรมดึงดูดผู้เข้าร่วมชมงานเพิ่มขึ้น อาทิ

(1) กิจกรรมการพูดคุย/เสวนากับคนทำงานคราฟต์ อาทิ ครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม นักสร้างสรรค์งานคราฟต์ ผู้ประกอบการงานคราฟต์ หรือบุคคลที่มี

ชื่อเสียงในวงการคราฟต์ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ แนวคิด ประสบการณ์ในการทำงานและการจูงใจ (Story Telling) เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้คนสนใจเข้ามาทำงานคราฟต์ หรือร่วมสืบสานงานหัตถกรรมไทย และรวมถึงเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึง รู้จักและทำความเข้าใจถึงแนวคิดการทำคราฟต์เพื่อการผ่อนคลาย (Digital Detoxing) การพัฒนาการฝึกทำคราฟต์ให้เป็นกิจกรรมพิเศษ และโอกาสที่จะต่อยอดเพื่อการตลาดเฉพาะกลุ่ม รวมถึงการพูดคุยเกี่ยวกับงานคราฟต์ทั่วไปด้วย

**(2) กิจกรรมเพื่อความบันเทิงอื่นๆ** บนเวที อาทิ การแสดงดนตรีร่วมสมัยในบรรยากาศสบายๆ การแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เหมาะสมกับการจัดงาน เพื่อดึงดูดผู้สนใจให้เข้าร่วมชมงานเพิ่มมากขึ้น

**(3) จัดกิจกรรม Troops** เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานในแต่ละวันระหว่างการจัดงาน โดยดำเนินการจัดแสดงและประชาสัมพันธ์การจัดงานในพื้นที่ต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น ห้างสรรพสินค้า แหล่งรวมงานคราฟต์ สถานศึกษาต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้การเข้าถึงงานคราฟต์และติดตามการจัดงานที่จะเกิดขึ้น

**(4) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย** โดยร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายหรือพันธมิตรต่างๆ อาทิ ร่วมกับธนาคารหรือบริษัทเอกชนต่างๆ เพื่อทำ promotion ในการกระตุ้นยอดขายภายในงาน และขยายกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น

**(5) จัดกิจกรรมกระตุ้นความสนใจ ร่วมติดตามในรูปแบบ In-direct Participant ผ่านโซเชียลมีเดีย** เพื่อร่วมสร้างกระแสความสนใจในงานคราฟต์ผ่านสื่อออนไลน์ ในรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้โซเชียล เช่น ร่วม Like Share Comment กิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล เกมส์ การจับสลาก หรืออื่นๆ

**(6) กิจกรรม Road Show การจัดงาน** โดยดำเนินการจัดกิจกรรมก่อนการจัดงาน ณ สถานที่ที่ได้รับความนิยม ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ห้างสรรพสินค้า แหล่งรวมงานคราฟต์ สถานศึกษาต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้การเข้าถึงงานคราฟต์และติดตามการจัดงานที่จะเกิดขึ้น

**7) กิจกรรมต่อยอดทางธุรกิจ** เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่ร่วมเวิร์คช็อปและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในงาน ได้ต่อยอดโอกาสทางธุรกิจ ผ่านการนำเสนอผลงานในรูปแบบ Business Pitching ให้แก่พันธมิตรทางธุรกิจ อาทิ ศูนย์การค้า ร้านค้าออนไลน์ คราฟต์สตูดิโอ/แกลเลอรี สถาบันการเงิน เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าหรือต่อยอดในอนาคต

-----

## ผู้ประสานงานหลัก

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| 1) นางสาวอุตรา บัวหลวง  | รักษาการผู้จัดการสายงานพัฒนาการตลาด   |
| 2) นายชาญชัย ฉิมพาลี    | หัวหน้าฝ่ายบริหารกิจกรรมเครือข่ายการตลาด<br>โทร. 08 1780 2859 / E-mail: chanchai.c@sacict.mail.go.th        |
| 3) นายปานัสม์ ปลอดมีชัย | เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายบริหารกิจกรรมเครือข่ายการตลาด<br>โทร. 09 8795 6525 / E-mail: panus.p@sacict.mail.go.th |