

BLT BANGKOK

BLT BANGKOK
Circulation: 50,000
Ad Rate: 2,000

Section: First Section/DIGIT TIDBITS

วันที่: พุธที่ 2 - พุธ 8 พฤศจิกายน 2560

ปีที่: 1

ฉบับที่: 49

หน้า: 17 (ล่างซ้าย)

Col.Inch: 9.16

Ad Value: 18,320

PRValue (x3): 54,960

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: BLT CHITCHAT: เพราะอยากช่วยสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น

BLT CHITCHAT

BLT เพราะอยากช่วยสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น พร้อมกับให้งานคราฟต์ มีชีวิต และร่วมสมัยไปกับไลฟ์สไตล์ มร. เมอร์เรย์ ดาร์ลิ่ง บอสใหญ่ สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ จึงร่วมกับ คุณอัมพวัน พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ นำเอาผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ไทย มาจัดจำหน่ายในร้านสตาร์บัคส์กว่า 300 สาขา ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นก็เก๋ไก๋ มีสไตล์เหมาะกับการดื่มกาแฟไป ชมสินค้าสวยๆ ไป



เดลินิวส์

Daily News
Circulation: 810,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/ภูมิภาค-ปกครองท้องถิ่น

วันที่: ศุกร์ 3 พฤศจิกายน 2560

ปีที่: - ฉบับที่: 24858

Col.Inch: 11.49 Ad Value: 25,278

ภาพข่าว: ก้าวสู่ปีที่ 15

หน้า: 15(บน)

PRValue (x3): 75,834

คลิป: สีสี่



☑ ก้าวสู่ปีที่ 15....อัมพวัน พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศร่วมพบปะสื่อสารมวลชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการประชาสัมพันธ์งาน "ก้าวสู่ปีที่ 15 นำหัตถศิลป์ไทยสู่ความร่วมมือ" พร้อมร่วมถ่ายภาพเป็นที่ระลึก ที่ห้องอาหารไทรทอง จ.พระนครศรีอยุธยา

SACICTหนุนหัตถศิลป์ร่วมสมัย

โพสต์ทูเดย์ - SACICT เผยแผนปี 2561 มุ่งสร้างหัตถศิลป์ไทยมีนวัตกรรมร่วมสมัย ผลักดันขยายตลาดสู่ผู้บริโภคมากที่สุด ภายใต้งบประมาณ 284 ล้านบาท อัมพวัน พิชาลย์ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT เปิดเผยว่า ในปี 2561 จะเข้าสู่ปีที่ 15 ของ SACICT จะมุ่งแผนดำเนินงานทั้งการพัฒนาคนและรวบรวมองค์ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ไทยให้มีนวัตกรรมร่วมสมัย พร้อมส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การขยายตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ใหม่ในงานศิลปหัตถกรรมไทยให้กับกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป ทำให้เข้าใจและมองงานหัตถศิลป์เป็นงานทันสมัยเหมาะกับชีวิตปัจจุบัน ภายใต้งบประมาณการดำเนินการอยู่ที่ 284 ล้านบาท

ขณะเดียวกัน จะมุ่งสร้างความเชื่อมั่น เชื่อมโยงเครือข่าย หน่วยงานพันธมิตร และช่างหัตถศิลป์ เพื่อต่อยอดและผลักดันให้งานหัตถศิลป์ไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น ส่วนปี 2562 จะพัฒนาสู่สถาบันระดับประเทศที่มีองค์ความรู้ และเป็นศูนย์กลางด้านงานหัตถศิลป์ไทยทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยสำหรับผู้สนใจในงานหัตถศิลป์ กลุ่มสมาชิกและผู้ประกอบ

การ พร้อมก้าวสู่องค์กร ที่กลุ่มเป้าหมายและประชาชนจะต้องนึกถึงเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมไทยในทุกด้าน ส่วนอีก 2 ปีข้างหน้าจะเป็นหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางด้านงานหัตถศิลป์ในประเทศและภูมิภาค อัมพวัน กล่าวต่อว่า ในปี 2560 ที่ผ่านมา SACICT ได้มุ่งผลักดันให้งานศิลปหัตถกรรมไทยที่มีความร่วมสมัยเข้าสู่วิถีชีวิตปัจจุบันของทุกคน รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทย อาทิ การฟื้นฟูมรดกศิลปภูมิปัญญาที่ถูกลืมเพื่ออนุรักษ์ พื้นฟู สืบสานและพัฒนา งานหัตถศิลป์และผ้าพื้นถิ่นที่กำลังจะสูญหายไปอยู่คู่คนไทยจากรุ่นสู่รุ่น

นอกจากนี้ มุ่งเพิ่มคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับนักออกแบบและชุมชนหัตถศิลป์ รวมถึงพัฒนามาตรฐานและคุณภาพผู้ผลิตงานหัตถศิลป์ร่วมกับสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ การพัฒนาทักษะและขยายช่องทางตลาด พัฒนาข้อมูลสมาชิกและสร้างเครือข่ายพันธมิตร

ทั้งนี้ ล่าสุดได้ลงนามความร่วมมือกับวัดพระอารามหลวงที่สำคัญใน 3 แห่ง คือศูนย์รวมเป็นสถานที่สั่งสมงานหัตถกรรมที่ล้ำค่า ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หรือวัดโพธิ์ วัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร และวัดราชประดิษฐานธรรมาสถาปนาราม ■

มติชน สุดสัปดาห์

Matchon Weekend
Circulation: 500,000
Ad Rate: 480

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 3 - พุธสัปดาห์ 9 พฤศจิกายน 2560

ปีที่: 38

ฉบับที่: 1942

หน้า: 6(ล่างซ้าย)

Col.Inch: 10.83 Ad Value: 5,198.40

PRValue (x3): 15,595.20

คลิป: สีสี่

ภาพข่าว: บ้านและสวนแฟร์



บ้านและสวนแฟร์

เมตตา อุทกะพันธุ์ ประธานกรรมการบริหาร บมจ.อมรินทร์
พริ้นต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จัดงานบ้านและสวนแฟร์ โดยมี
อัมพันธ์ พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
(องค์การมหาชน) พร้อมผู้บริหารจากองค์กรชั้นนำต่างๆ
ร่วมกันทำพิธีเปิดงาน ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

ททท.นำเอกชนไทยบุกอังกฤษ

● ผู้ประกอบการท่องเที่ยวปลื้ม "ไอทีบี เอเชีย"

ททท.นำทัพผู้ประกอบการท่องเที่ยวบุกเวสต์ ทราเวล มาร์เก็ต ที่ประเทศอังกฤษ วันที่ 6-8 พ.ย.นี้ นำเสนอแนวคิดโฆษณาและประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวไทย "Open to the new shades of Thailand" พร้อมเปิดตัว "Amazing Thailand Tourism Year" ขณะที่ระหว่างวันที่ 25-27 ต.ค.ที่ผ่านมา ได้นำผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยร่วมงานไอทีบี เอเชีย 2017 ที่สิงคโปร์ ภาคเอกชนเป็นปลื้มเจรจาธุรกิจประสบผลสำเร็จ ขอ ททท.เพิ่มพื้นที่คูหาประเทศไทยในปีหน้า

นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดเผยว่า ในช่วงระหว่างวันที่ 6-8 พ.ย.นี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำคณะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของไทย ทั้งผู้ประกอบการด้านโรงแรมและรีสอร์ท บริษัทนำเที่ยวและสายการบิน เข้าร่วมงาน World Travel Market (WTM) 2017 ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ โดยได้สำรองพื้นที่ขนาด 420 ตารางเมตรเป็นคูหาของประเทศไทย ใช้ธีม Thai Modern Style ในการตกแต่ง ภายใต้แนวคิด Open to the new shades of Thailand

"โครงสร้างของคูหาประเทศไทย ได้ใช้โทนสีชมพู เทา ขาว เป็นสีของแนวคิดใหม่ "open the new shades" ที่มีลวดลายสีเส้นโดดเด่นด้านหน้าเป็นหน้าจั่วทรงไทยขยายให้ใหญ่ขึ้นและได้จัดให้มีการสาธิตสินค้างานฝีมือจากศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT) ที่เป็นแนว new shades เช่น งานเบญจรงค์ งานเครื่องเงิน"

ขณะที่กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยนั้น จะมีพิธีเปิดคูหาประเทศไทยในวันที่ 6 พ.ย. 2560 โดยมีนางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รว.การท่องเที่ยวและกีฬาและเอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงลอนดอนเข้าร่วม หลังจากนั้น รว.การ

ท่องเที่ยวจะเป็นประธานนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวทางเปิดตัวโครงการ Amazing Thailand Tourism Year การเปิดตัวแนวคิดทางการท่องเที่ยว "Open to the new shades of Thailand"

● นำเสนอภาพลักษณ์ท่องเที่ยวไทย ผู้ว่าการ ททท.กล่าวว่า ในงานครั้งนี้ ทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี จะเสด็จ ณ คูหาประเทศไทย เพื่อเป็นองค์ประธานและประทานรางวัล "Thailand Green Excellence Awards" ให้กับผู้ประกอบการในงาน World Travel Market 2017 ปีนี้เป็นการจัดเป็นปีที่ ๒ ติดต่อกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากร

พร้อมเป็นองค์ประธานในงาน Amazing Thailand Royal Gala Dinner เพื่อเป็นเวทีนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวใหม่ๆ และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทนำเที่ยว สื่อมวลชน และบุคคลที่มีชื่อเสียงจากอังกฤษ โดยทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนฯ จะขึ้นกล่าวถึงภาพลักษณ์ที่ดีและเชิญชวนให้ไปท่องเที่ยวในประเทศไทย

ส่วนกิจกรรมในวันที่ 7 พ.ย.2560 จะจัดงาน Amazing Thailand Happy Hour บริเวณชั้น 1 คูหาประเทศไทยเป็นงานเลี้ยงพบปะ

สังสรรค์ระหว่างผู้ประกอบการไทย (Seller) กับบริษัทนำเที่ยว (Buyer) สื่อมวลชน และแขกผู้มีเกียรติ นับเป็นเวทีสร้างเครือข่ายการเจรจาธุรกิจและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับพันธมิตรทางการท่องเที่ยวที่ ททท. จัดเพื่อผู้ประกอบการที่ได้สมัครเข้าร่วมงาน WTM กับ ททท. ในคูหาประเทศไทย โดย ททท. สำนักงานลอนดอนและผู้ประกอบการจะร่วมกันเชิญบริษัทนำเที่ยวที่มาร่วมงานเข้าร่วมในกิจกรรมดังกล่าวด้วย

● ไอทีบี เอเชีย สิงคโปร์ดึงเอกชนไทย นายสันติ ชูตินธรา รองผู้ว่าการด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดเผยว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยที่เข้าร่วมงาน ITB Asia 2017 ระหว่างวันที่ 25-27 ตุลาคม 2560 ณ สาธารณรัฐสิงคโปร์ ร่วม 89 ราย ได้แสดงความพอใจในการร่วมงานครั้งนี้อย่างมากเพราะการจัดงานที่ประเทศสิงคโปร์ใกล้เคียงกับประเทศไทยช่วยทำ

ให้ผู้ประกอบการของไทยในฐานะผู้ขายสินค้าไม่ต้องเดินทางไปไกลสามารถประหยัดเงิน ในขณะที่มีผู้ซื้อในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมาร่วมงานจำนวนมาก เพื่อมาเห็นความเป็นจริงในภูมิภาคเอเชีย นอกจากนี้ ผู้ขายแต่ละรายมีนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ซื้อและยังได้พบลูกค้าเพิ่มเติมอีก

"งานครั้งนี้ ททท. ได้ทดลองเปิดตัวแนวคิดการท่องเที่ยว Open to the new shades of Thailand ที่จะใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในปี 2561 ก่อนที่จะไปเปิดตัวทางการที่ประเทศอังกฤษในงานเวสต์ ทราเวล มาร์เก็ตด้วย"

ทั้งนี้งาน ITB Asia 2017 เป็นการจัดงานครั้งที่ 10 เป็นงานส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวและเจรจានัดหมายทางธุรกิจ (B2B) ที่ใหญ่และ

สำคัญที่สุดของภูมิภาคเอเชีย โดย ททท.ได้เข้าร่วมงานดังกล่าวตั้งแต่ครั้งแรกที่มีการจัดงานในปี 2551 สำหรับในปีนี้นำเข้าร่วมงานเป็นครั้งที่ 10 โดย ททท.ได้จัดคูปองประเทศไทย 180 ตราวางเมตร และกำหนดเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวและเจรจาจัดหาธุรกิจ (B2B) โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานส่งเสริมการขายเป็นผู้ซื้อ 951 ราย และผู้ขาย 940 ราย จาก 83 ประเทศทั่วโลก เป็นผู้ประกอบการไทย 89 ราย มีทั้งผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมงานภายใต้คูปองประเทศไทย 40 ราย และเข้าร่วมงานภายใต้คูปอง Pattaya Variety คูปอง Phuket Tourist Association และซื้อพื้นที่เข้าร่วมงานเองรวม 49 ราย

● บิ๊กบิรมเจรจาธุรกิจ 2.2 หมื่นนัดหมาย

รองผู้ว่าการ ททท.กล่าวว่า งาน ITB Asia 2017 เกิดการนัดหมายเพื่อเจรจาธุรกิจกว่า 22,000 นัดหมาย โดยผู้ประกอบการแต่ละราย จะได้รับการนัดหมายเฉลี่ย 35-45 นัดหมาย โดยผู้ประกอบการไทยทุกรายประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ทั้งการหาลูกค้าใหม่ การสานสัมพันธ์ ลูกค้าเก่า และการนำเสนอสินค้าใหม่ของตน ส่วนมูลค่าทางธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการทุกรายแจ้งว่าไม่สามารถทราบได้เนื่องจากเป็นช่วงปลายปี และการทำสัญญาทางธุรกิจในปัจจุบันไม่นิยมทำภายในงานแล้ว

“จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยที่อยู่ในและนอกคูปอง ททท.ระบุว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการอยู่ในคูปองของ ททท. ซึ่งมีความสวยงามโดดเด่น ได้ภาพลักษณ์ที่ดี และทำให้ง่ายแก่การค้นหาของผู้ประกอบการต่างประเทศ และได้ลูกค้านอกนัดหมายเพิ่มมากกว่าพื้นที่โซนอื่น อีกทั้งประหยัดและสะดวกกว่าซื้อพื้นที่เอง นอกจากนั้น ผู้ประกอบการจำนวนมากแจ้งว่าพื้นที่ของ ททท.ได้รับความนิยมนอย่างมากปิดรับสมัครเร็วมาก และขอให้ยังคงมีคูปองของ ททท. ในปีหน้าโดยขอให้เพิ่มพื้นที่อีกด้วย”.



“สตาร์บัคส์” ยึดทุกช่องทาง สกัดคู่แข่ง เร่งยอดไอซีซีชน

แม้ยักษ์ใหญ่ “สตาร์บัคส์” สามารถยึดครองตลาดร้านกาแฟระดับพรีเมียมอย่างยาวนานกว่า 20 ปี แต่สงครามธุรกิจที่มีเม็ดเงินสะพัดนับหมื่นล้านและมีจำนวนคู่แข่งรายใหญ่เข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งมากขึ้น ทำให้เจ้าตลาดต้องเร่งหากกลยุทธ์ใหม่ๆ โดยเฉพาะช่วงไฮซีซีชน 2 เดือนสุดท้ายของปี เทศกาลเฉลิมฉลอง ทั้งคริสต์มาสและปีใหม่ ที่สำคัญยังเป็นช่วงที่ธุรกิจตั้งเป้ากอบโกยยอดขายครั้งใหญ่ หลังจากเศรษฐกิจซบเซามาตลอดทั้งปี

ล่าสุด บริษัท สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ ไทยแลนด์ วางแผนจะจัดงานแถลงข่าวประจำปีในเร็วนี้ๆ เพื่อเตรียมกลยุทธ์การตลาดรุกกลุ่มเป้าหมายและแผนการลงทุนในปี 2561 อย่างไรก็ตาม ต้องยอมรับว่า ตลอดปี 2560 สตาร์บัคส์สามารถสร้างกระแสความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง เร่งขยายสาขาเจาะช่องทางที่หลากหลาย เพื่อครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายระดับ A พร้อมๆ กับสกัดคู่แข่งอย่างทรูคอฟฟี่ และร้านกาแฟแบรนด์ต่างชาติ โดยเฉพาะการเปิดตัวโมเดลร้านรูปแบบต่างๆ ที่สวยงามโดดเด่น มีเรื่องราวหรือ Story แตกต่างจากร้านกาแฟทั่วไป

ทั้งนี้ หากสำรวจรูปแบบร้านสตาร์บัคส์ จากข้อมูล ณ เดือนตุลาคม 2560 มีสาขาทั้งหมด 312 แห่งทั่วประเทศ แบ่งเป็นร้านรูปแบบมาตรฐานในห้างสรรพสินค้า 114 สาขา และเปิดกระจายอยู่ตามพื้นที่ชุมชน ย่านธุรกิจ ย่านเมือง ทั่วประเทศอีก 91 สาขา อีก 107 สาขาเป็นโมเดลพิเศษ ลักษณะ Unique ตามทำเล เจาะช่องทางใหม่ๆ

อย่างร้านกาแฟเพื่อชุมชน หรือ Starbucks Community Store แห่งแรกในเอเชีย ย่านถนนหลังสวน บนพื้นที่บ้านหลังเก่าอายุกว่า 80 ปี ซึ่งการตกแต่งถ่ายทอดเรื่องราววิถีชีวิตของชาวไร่กาแฟทางภาคเหนือของไทย และสร้าง Story ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมพัฒนาชีวิตของชุมชนชาวไร่ โดยหักเงิน 10 บาทจากการขายเครื่องดื่มทุกแก้ว ให้โครงการพัฒนาชาวเขาแบบผสมผสาน (Integrated Tribal Development Project) ในการพัฒนาชุมชนชาวไร่กาแฟภาคเหนือ ล่าสุดบริจาคเงินให้ชุมชนชาวไร่กาแฟแล้ว 4.5 ล้านบาท

กลุ่มที่ 2 ร้านกาแฟสีเขียวที่ผ่านมาตรฐาน LEED® หรือมาตรฐานการออกแบบอาคารเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ทั่วโลกให้การยอมรับ ปัจจุบันเปิดแล้ว 47 สาขา

กลุ่มที่ 3 ร้าน Starbucks Reserve™ Store มี 18 สาขา เช่น สาขาศูนย์การค้าเกษร เซ็นทรัล อีสต์วิลล์ และสยามดิสคัฟเวอรี่ ซึ่งเป็นร้านสาขาต้นแบบ

สำหรับ Starbucks Reserve™ Store หรือ Starbucks Reserve Experience Bar เป็นโมเดลร้านที่ต้องการสร้างประสบการณ์ร่วมให้ลูกค้าสนุกกับกาแฟหายากจากกรรมวิธีการชงที่หลากหลาย เช่น การใช้เครื่องชงกาแฟ Victoria Arduino รุ่น Black Eagle VA 388 ที่ดึงรสชาติกาแฟออกมาได้ดีที่สุด เครื่องชงกาแฟไซฟอน (Siphon) ซึ่งเป็นการชงกาแฟด้วยแรงดันไอน้ำและสุญญากาศ เครื่องชงกาแฟ Chemex แบบไฮบริด ที่ผสมผสานการชงแบบ Pour-Over และการแช่กาแฟโดยใช้กระดาษกรองที่หนากว่า และสตาร์บัคส์ ไนโตร คอลด์ บรูว์ (Starbucks Nitro Cold Brew) การดื่มกาแฟเย็นที่คัดสรรเมล็ดกาแฟ คโสด บรูว์เบลนด์ มีฟองครีมละเอียดคล้ายเบียร์ เป็นการดื่มกาแฟดำแบบไม่ต้องใส่น้ำแข็งเพื่อคงรสชาติกาแฟบริสุทธิ์

กลุ่มที่ 4 ร้านแบบไดรฟ์ทรู ล่าสุดเปิดตามถนนสายหลัก จำนวน 22 สาขา

กลุ่มที่ 5 ร้านสาขาในโรงพยาบาล จำนวน 15 สาขา

ส่วนกลุ่มสุดท้ายถือเป็นการเจาะช่องทางใหม่ในโครงการคอนโดมิเนียม ปัจจุบันมี 4 สาขา เช่น การร่วมมือกับบริษัท

พฤษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) เปิดร้าน Starbucks ในโครงการคอนโดมิเนียม แชนเตอร์วัน อีโค ริชดา-ห้วยขวาง โดยวางคอนเซ็ปต์เดียวกับคอนโดมิเนียมสไตล์ Scandinavians กลายเป็นร้านกาแฟสตาร์บัคส์แบบ Scandinavians แห่งแรกในเมืองไทย

นอกจากนี้ ยังเตรียมรุกเข้าสู่ช่องทางรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งบริษัท แบงคอกเมโทรเน็ทเวิร์คส์ จำกัด ผู้บริหารพื้นที่ค้าปลีกและพื้นที่โฆษณารถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ทีวางแผนในอีก 3-5 ปีข้างหน้าจะขยายพื้นที่ร้านค้าปลีกเมโทรมอลล์ พร้อมนำร้านคาเฟ่แบรนด์เนมเข้ามาเปิดบริการให้มาก ซึ่งรวมถึง "สตาร์บัคส์" ด้วย

ขณะเดียวกันในบรรดา 312 สาขา บริษัทได้คัดเลือก 10 ร้านสาขาที่สวยงามที่สุดเพื่อปลูกกระแสตูดลูกค้าและชูเอกลักษณ์ต่างจากคู่แข่ง ถือเป็นจุดแข็งสำคัญของสตาร์บัคส์ ได้แก่ สตาร์บัคส์ หลังสวน, สตาร์บัคส์ สยามดิสคัฟเวอรี่, สตาร์บัคส์ สาขาเกษร, สตาร์บัคส์ ศูนย์การค้า Zpell รัชสิต, สตาร์บัคส์ บ้านชาติ ในอาคารบ้านชาติ ถนนข้าวสาร, สตาร์บัคส์ โซโห ไร่ดำ มอลล์ บนถนนบำรุงเมือง, สตาร์บัคส์ ยอดพิมาน ริเวอร์วอล์ค ริมแม่น้ำเจ้าพระยา บนตึกสี่เหลี่ยมทรงโคโลเนียล สไตล์ยุโรปย้อนยุค, สตาร์บัคส์ นิคมมินิแพคทอรี่ ฟาสท์แฟค วังน้อย ซึ่งเน้นโครงสร้างอิฐแดง เอกลักษณ์ของอยุธยา, สตาร์บัคส์ กาดฝรั่ง วิลเลจ เชียงใหม่ สไตล์ล้านนา และสตาร์บัคส์ พอร์โตซิโน (ถนนพระราม 2) มุ่งหน้าสู่สมุทรสาคร

อย่างร้าน Starbucks Reserve™ Experience Store สาขาศูนย์การค้าเกษร
บริษัทออกแบบผสมผสานวัฒนธรรมใน 2 ซีกโลก ภายใต้แนวคิด "Coffee Exploration"
เล่าเรื่องราวความมุ่งมั่นของสตาร์บัคส์ในการสำรวจโลกแห่งกาแฟคุณภาพชั้นเลิศจาก
ทั่วทุกมุมโลก ใช้ภาพจิตรกรรมร่วมสมัยที่ผสมผสานลวดลายแบบไทยเข้ากับสัญลักษณ์
ของ "ไซเรน" หรือนางเงือกไซเรนสองหาง (Norse Siren) โลโก้เก่าแก่ตั้งแต่ปี 2514
กำลังแหวกว่ายผ่านผืนน้ำและท้องทะเล เพื่อนำเอาตำนานกาแฟเปิดประสบการณ์กาแฟ
สุดพิเศษให้ลูกค้า

ผู้บริหารสตาร์บัคส์ระบุว่า บริษัทยังเดินทางตามแผนเปิดร้านสาขาโมเดลต่างๆ
ให้ครบ 400 สาขา ภายในปี 2562 และใช้กลยุทธ์การตลาด เปิดตัวสินค้าเครื่องดื่มหลาก
หลายมากขึ้น ทั้งที่ซึ่งในร้านและเครื่องดื่มบรรจุขวด เมนูอาหารและของว่าง ทั้งขนมอบ
เล็ก โยเกิร์ต และเฟิงเผยเมนูพิเศษประจำเทศกาลคริสต์มาส เช่น ครีมนวดเนยสด
นำเข้าจากฝรั่งเศส ครีมนวดไก่จวงและชีสเอ็มเมนทอล แชนด์วิชไก่จวงและชีสเอ็ม
เมนทอล ฮอสติลย์คริสบับราวนี่ สินค้าเกี่ยวข้องกับกาแฟ เช่น เมล็ดกาแฟ แก้วมัค
รวมถึงสินค้าเพื่อชุมชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์กับกลุ่มลูกค้า โดยล่าสุดร่วมมือกับศูนย์
ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ SACICT วางจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากทุกสถาน
หญิงกลางในร้านสตาร์บัคส์ทั่วประเทศ

นอกจากนี้ เตรียมเปิดกลยุทธ์ใหม่เสริม My Starbucks Rewards (MSR)
 loyalty โปรแกรมผ่านสตาร์บัคส์การ์ด เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าประจำ แลกเปลี่ยนกับสิทธิ
พิเศษต่างๆ โปรโมชันลดแลกแจกแถม

แน่นอนว่า ท่ามกลางสถานการณ์การแข่งขันที่มีแบรนด์ร้านกาแฟมากกว่า
100 แปรนตี หลายแบรนด์ โดยเฉพาะค่ายต่างชาติต่างพุ่งเป้าเจาะตลาดระดับพรีเมียม
ทั้งสิ้น ซึ่งบรรดาธุรกิจในวงการต่างเชื่อว่ายักษ์ใหญ่เจ้านี้ย่อมทุ่มเม็ดเงินจำนวนมากขึ้น
ทุกปี ไม่ใช่แค่รักษาความแข็งแกร่ง แต่ต้องสกัดคู่แข่งทุกทางด้วย เพราะหากเพลิงพลา
แม้เป็นแบรนด์ยักษ์ใหญ่ย่อมมีสิทธิ์สูญรายได้ก่อนโตแน่ .

ททท.นำทัพชู'เที่ยววิถีไทย'

นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเปิดเผยว่า ททท.ได้นำผู้ประกอบการไทย 34 รายเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายระดับโลก เวิลด์ ทราเวล มาร์เกต 2017 ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ และจะมีการเจรจาธุรกิจต่อเนื่องไปถึงวันที่ 8 พ.ย. โดยปีนี้ได้เสนอแคมเปญการตลาดภายใต้แนวคิดใหม่ "โอเพ่น ยู เดอะ นิว เซคส์" นำเสนอมุมมองใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตความเป็นไทยที่หลากหลาย เข้าถึงคุณค่าของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับท่องเที่ยววิถีไทย โดยนอกจากเป็นศูนย์กลางจัดเวทีการซื้อขายระหว่างธุรกิจ ยังเชิญศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ มานำเสนอสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ ที่ใช้แนวคิดสีเขียวใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การนำเสนอจุดขายชุมชน ค่อยอดสร้างความสนใจของนักท่องเที่ยวผ่านเอเจนซี่ที่มาติดต่อธุรกิจใน

ดูหาประเทศไทย บนพื้นที่กว่า 420 ตร.ม.

นอกจากนี้ ยังจัดกิจกรรม ไทยแลนด์ บริฟิંગคีนีเดเวิร์กกิ้งค ลันซ์ เพื่อเปิดตัวโครงการท่องเที่ยววิถีไทยเชิญเอเจนซี่ สื่อมวลชนกว่า 100 ราย รับฟังข้อมูลจากนางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รมว.การท่องเที่ยวและกีฬา เป็นผู้นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี 61 ซึ่งบางส่วนจะเริ่มทยอยจัดตั้งแต่เดือน พ.ย.ปีนี้ หลังจากที่มียุติเปิดตัวใหญ่ที่กรุงเทพฯ ในวันที่ 16 พ.ย. เพื่อให้เอเจนซี่นำข้อมูลไปเสนอต่อนักท่องเที่ยว หรือจัดแพ็คเกจทัวร์ที่สอดคล้องเพื่อจำหน่ายให้เหมาะสมกับเทศกาลที่ตรงกับ ความสนใจต่อไป โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันโมโตจีพี เวิลด์ แชมเปียนชิพ 2018 ระหว่างวันที่ 5-7 ต.ค.61 ที่เป็นรายการตรงกับ ความสนใจกลุ่มเป้าหมายในอังกฤษและยุโรป.

ททท.เทรดโชว์อังกฤษบูมท่องเที่ยววิถีไทย

กรุงเทพธุรกิจ ● ททท.บุกเทรดโชว์อังกฤษ ดึงศูนย์ศิลปะอาชีพโชว์ “สินค้าหัตถกรรม” ย้ำจุดขายวิถีชุมชนพร้อมประกาศปีท่องเที่ยววิถีไทย 100 เอเยนตรีรับฟังข้อมูล 15 พ.ย. จัด 5 ขบวนแห่ใจกลางกรุงเทพฯ

นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า ททท.นำผู้ประกอบการไทย 34 ราย เข้าร่วมงานส่งเสริมการขายระดับโลก “เวิร์ลด์ ทราเวล มาร์เก็ต” 2017 ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ โดยมีการเจรจาธุรกิจถึงวันที่ 8 พ.ย. ปีนี้ได้เสนอแคมเปญการตลาดภายใต้แนวคิดใหม่ “Open to the New Shades” นำเสนอมุมมองใหม่ให้นักท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นไทยที่หลากหลาย เข้าถึงคุณค่าของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยววิถีไทย

นอกจากเป็นตัวกลางจัดเวทีการขายระหว่างธุรกิจแล้ว ยังเชิญศูนย์ส่งเสริมศิลปะระหว่างประเทศ (SACICT) นำเสนอ

สินค้าหัตถกรรมต่างๆ ที่เข้าแนวคิดสีสนใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การนำเสนอจุดขายชุมชน ต่อยอดสร้างความสนใจของนักท่องเที่ยวผ่านเอเยนตรีที่มาติดต่อธุรกิจ ในคูหาประเทศไทย บนพื้นที่กว่า 420 ตร.ม.

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรม Thailand Briefing Networking Lunch เปิดตัวโครงการท่องเที่ยววิถีไทย (Amazing Thailand Tourism Year) เชิญเอเยนตรีและสื่อมวลชนกว่า 100 ราย รับฟังข้อมูลจากนางกอบภกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นผู้นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี 2561 ซึ่งบางส่วนทยอยจัดตั้งแต่เดือนพ.ย. หลังจากเปิดตัวใหญ่ที่กรุงเทพฯ ในวันที่ 15 พ.ย. เพื่อให้เอเยนตรีนำข้อมูลเสนอนักท่องเที่ยวหรือจัดแพ็คเกจทัวร์ จำหน่ายให้เหมาะสมกับเทศกาลที่ตรงความสนใจต่อไป

โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และการเป็นเจ้าภาพการแข่งขัน

โมโตจีพี เวิลด์ แชมเปียนชิพ 2018 ระหว่างวันที่ 5-7 ต.ค.2561 ที่เป็นรายการตรงกับความสนใจกลุ่มเป้าหมายในอังกฤษและยุโรป

สำหรับการเข้าร่วมงานครั้งที่ 37 มีผู้เข้าร่วมโรงแรมและรีสอร์ท 29 ราย บริษัทนำเที่ยว 4 ราย และสายการบิน 1 ราย โดยศักยภาพนักท่องเที่ยวอังกฤษยังมีแนวโน้มขยายตัวดี มีจำนวนนักท่องเที่ยวขาออก (เอาท์บาวด์) ไปเที่ยวต่างประเทศมากเป็นอันดับ 4 ของโลกในปีที่ผ่านมา

ปี 2559 ตลาดอังกฤษมาไทยมีจำนวน 9.65 แสนคน เติบโต 7.63% เป็นอันดับ 2 ของยุโรป รองจากรัสเซีย ปีนี้คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 9.76 แสนคน ทำรายได้ราว 8 หมื่นล้านบาท ก่อนที่ปี 2561 จะเพิ่มขึ้น 1 ล้านคน สร้างรายได้รวม 8.59 หมื่นล้านบาท ขณะที่รายได้ภาพรวมที่รัฐบาลประกาศไว้สำหรับปี 2561 หลังจากดำเนินการตามแผนปีท่องเที่ยววิถีไทยแล้ว ต้องไม่ต่ำกว่า 3.03 ล้านล้านบาท หรือเติบโต 10% จากรายได้ปีนี้

นายยุทธศักดิ์กล่าวว่า พิธีเปิด “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน” มีขึ้นบริเวณหน้าศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี โดยจัด 5 ขบวนรถแห่ไปยังถนนสายสำคัญด้านการท่องเที่ยวใจกลางเมือง ตกแต่งวิถีตรนแบบไทย ได้แก่ ขบวนตราสัญลักษณ์ปีท่องเที่ยววิถีไทย ขบวนประเพณีไทย 5 ภาค ขบวนอรรถรสไทย นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ขบวนสีสนเทศกาล ชูจุดเด่นเทศกาลที่มีเอกลักษณ์ ขบวนกีฬาไทย นำนักกีฬาชื่อดังเข้าร่วม และขบวนเจ้าบ้านที่ดี แสดงถึงความพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวของภาคธุรกิจก็เกี่ยวเนื่อง

รัฐบาลยังมุ่งผลักดันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อกูลด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา และการต่างประเทศ สร้างการบูรณาการทุกภาคส่วนผลักดันไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับชั้นนำของโลก เติบโตบนพื้นฐานของความเป็นไทย และกระจายรายได้สู่ชุมชนเพื่อสร้างการเติบโตแบบยั่งยืน

SACICTก้าวสู่ปีที่15มุ่งพัฒนางานหัตถกรรม เชื่อมโยงเครือข่าย-ลงเอ็มโอยูกับ3พระอารามหลวง ต่อยอดหัตถศิลป์ไทยสู่สากล



นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กล่าวไว้ว่า วันนี้เป็นโอกาสดีที่ SACICT ครบรอบปีที่ 14 ในวันที่ (1 พ.ย.60) โดยที่ผ่านมา SACICT มีการดำเนินงานอนุรักษ์ ส่งเสริม พัฒนาต่อยอดและสืบสานงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมทั้งส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงภายใต้บริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ข้ามแดนมาอย่างต่อเนื่อง ใน 5 มิติ ได้แก่การเป็นศูนย์รวมองค์ความรู้และอนุรักษ์สืบสานศิลปหัตถกรรมไทย(SACICT Knowledge) การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศิลปหัตถกรรมเพื่อการต่อยอดเชิงพาณิชย์ (SACICT Concept) การพัฒนาผู้ประกอบการและเชื่อมโยงกับหน่วยงานและเครือข่ายพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ(SACICT Smart Craft) การส่งเสริมกิจกรรมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ (SACICT Craft Market) การพัฒนาองค์กร ศ.ศ.ป. เพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับองค์กรและทำงานเชิงรุกมากขึ้น (SACICT Innovation) ตลอดปี 2560 SACICT เน้นภารกิจสำคัญภายใต้กลยุทธ์ “หัตถศิลป์ของชีวิตปัจจุบัน : Today Life's Crafts” เพื่อเป็นการผลักดันให้งานศิลปหัตถกรรมไทยที่มีความร่วมสมัยเข้าสู่วิถีชีวิตปัจจุบันของ ทุกคนได้ SACICT มุ่งหวังให้งานศิลปหัตถกรรมไทย เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของเราทุกคนได้อย่างกลมกลืน สร้างความคุ้นเคย ความน่าจดจำให้งานหัตถศิลป์ไทยและยังเป็นแรงบันดาลใจในการร่วมต่อยอดให้งานหัตถศิลป์ รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทยต่อไป เช่น การฟื้นฟูมรดกศิลปภูมิ

ปัญญาที่ถูกลืม เพื่ออนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสานและพัฒนางานหัตถศิลป์และผ้าพื้นถิ่นที่กำลังจะสูญหายให้อยู่คู่คนไทยจากรุ่นสู่รุ่น

สำหรับการดำเนินงานในปี 2561 นั้น SACICT มุ่งสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่าย หน่วยงานพันธมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานหัตถศิลป์เพื่อต่อยอดและผลักดันให้งานหัตถศิลป์ไทยได้รับความนิยมในวงกว้าง รวมถึงสร้างการรับรู้ในบทบาทของ SACICT ในฐานะการเป็นผู้สร้างพลังและชั้นนำทิศทางของการพัฒนางานหัตถกรรมในทุกมิติ ที่สามารถสะท้อนผ่านการพัฒนาเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับงานหัตถกรรมภายใต้กรอบการดำเนินงาน 3 ด้านหลัก ได้แก่ การพัฒนาคนและการรวบรวมองค์ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมร่วมสมัย และการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในภายในและต่างประเทศรวมถึงการตลาดออนไลน์ (Craft โดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือการสร้างการรับรู้ใหม่ในงานศิลปหัตถกรรมไทยให้กับกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปให้มองงานหัตถศิลป์เป็นงานทันสมัยที่เข้ากับชีวิตปัจจุบัน

ดังนั้นกิจกรรมสำคัญในปี 2561 SACICT เล็งเห็นว่า “วัด” คือ ศูนย์กลางองค์ความรู้ในงานศิลปหัตถกรรมหลากหลายแขนงที่มาตั้งแต่ในอดีตกาล หัตถกรรมบางประเภทอาจสูญหายไปแล้ว หรือกำลังจะสูญหาย งานหัตถกรรมเหล่านั้นนอกเหนือจากที่จะศึกษา และหาชมได้จากพิพิธภัณฑ์แล้ว ยังมีศูนย์รวมที่เป็นสถานที่ส่งเสริมงานหัตถกรรมที่สำคัญนั่นก็คือ “วัด” นั่นเอง จึงได้ถือโอกาสเนื่องในวันครบรอบวันสถาปนาในวันนี้ จัดกิจกรรมลงนามความร่วมมือกับ พระอารามหลวง ที่สำคัญใน 3 แห่ง ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หรือวัดโพธิ์ วัดพระสมุทระราชวรมหาวิหาร และ วัดราชประดิษฐสถิตมหาสีมาราม ซึ่งจะมามีกิจกรรมลงนามขึ้นในลำดับต่อไป

โดยในปี 2562 SACICT มุ่งพัฒนาเป็นสถาบันระดับประเทศที่เต็มเปี่ยมไปด้วยองค์ความรู้และเป็นศูนย์กลางด้านงานหัตถศิลป์ไทยทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยสำหรับผู้ที่สนใจในงานหัตถศิลป์กลุ่มสมาชิกและผู้ประกอบการ เพื่อให้ SACICT เป็นหน่วยงานแรกที่กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปนึกถึงเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมไทยในทุกๆ ด้าน และในอีก 2 ปีข้างหน้า SACICT มุ่งหวังจะเป็นหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางด้านงานหัตถศิลป์ในประเทศและภูมิภาค เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพราะเชื่อว่าคุณค่า และความงดงามของศิลปหัตถกรรมไทย สามารถประยุกต์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตได้เสมอ

ผู้สนใจสามารถค้นหาข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมไทยผ่านช่องทางของ SACICT ที่ได้ที่ www.sacict.or.th , www.facebook.com/sacict , IG : [sacict_official](https://www.instagram.com/sacict_official) , Twitter : [sacict](https://twitter.com/sacict) , Line : [sacict club](https://www.line.me/tv/sacictclub) หรือสอบถามข้อมูลโทรสายด่วน 1289

M2F

M2F
Circulation: 400,000
Ad Rate: 1,770

Section: First Section/WORK & LIFE: SOCIAL

วันที่: พุธ 8 พฤศจิกายน 2560

ปีที่: - ฉบับที่: 1486

Col.Inch: 9.95 Ad Value: 17,611.50

ภาพข่าว: โซว้ของไทย

หน้า: 20(ขวา)

PRValue (x3): 52,834.50

คลิป: สีสี่



▲ **โซว้ของไทย** อัมพวัน พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT นำงานหัตถศิลป์ไทยร่วมสมัยจากฝีมือการสร้างสรรคของทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จัดแสดงในงาน “World Travel Mart 2017 : WTM” ณ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ

ศ.ศ.ป.จัดทัพงานหัตถศิลป์ไทยลุย "ลอนดอน" รุกตลาดท่องเที่ยวโลกลุยสร้างการรับรู้

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ ศ.ศ.ป. (SACICT) ภายใต้งานกำกับดูแลของกระทรวงพาณิชย์เปิดเผยว่า ได้นำสินค้าหัตถศิลป์ของไทย เข้าร่วมจัดแสดงและสาธิต ภายในงาน World Travel Mart 2017 : WTM ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ระหว่างวันที่ 6-8 พ.ย.นี้ ภายใต้นโยบาย Open to the New Shades โดยมุ่งหวังให้งานหัตถศิลป์ไทย เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของทุกคนได้อย่างกลมกลืน สร้างความคุ้นเคย ความน่าจดจำให้งานหัตถศิลป์ไทย และยังเป็นแรงบันดาลใจในการร่วมต่อยอดให้งานหัตถศิลป์ รวมถึงการขยายช่องทางการตลาดให้กับงานหัตถศิลป์ไทยด้วย

"งาน World Travel Mart 2017 เป็นงานใหญ่ ที่จัดขึ้นเพื่อนำเสนอและแสดงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก โดยไทยได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในงานนี้ด้วย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำเสนอมุมมองใหม่ๆ ของไทยที่น่าสนใจ และยังไม่เป็นที่รู้จัก หรือเคยเห็น หรือคุ้นตามากนัก ซึ่งในมุมมองของงานหัตถกรรม หรือ งานหัตถศิลป์ เห็นว่างานเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด งานเครื่องเบญจรงค์ และงานเครื่องเงินสุโขทัย เป็นงานหัตถศิลป์ไทยที่มีศักยภาพ สามารถสร้างการรับรู้และจดจำแก่ชาวต่างชาติได้ จึงได้คัดเลือกทายาทช่างศิลปหัตถกรรมและสมาชิก SACICT 8 ราย ไปจัดแสดงและสาธิตภายในงานด้วย"

นางอัมพวันกล่าวเพิ่มเติมว่า การเข้าร่วมในครั้งนี้ถือเป็นโอกาสสำคัญของ SACICT ที่จะใช้ช่องทางนี้พัฒนารูปแบบและขยายช่องทางการจำหน่ายงานหัตถศิลป์ไทย ให้เป็นที่รู้จักควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับช่างหัตถศิลป์ของไทย ได้เรียนรู้และพัฒนาารูปแบบให้กับงานหัตถศิลป์ของตนเอง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น.

โซว์งานหัตถศิลป์ไทย ณ สหราชอาณาจักร

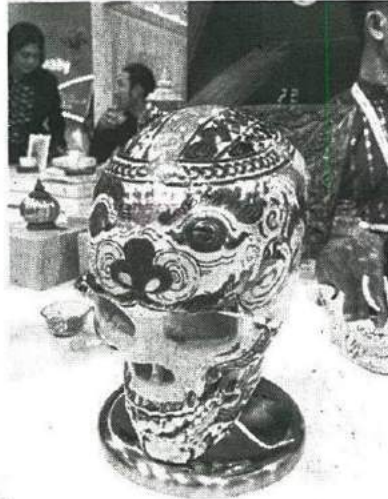


ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT ที่เข้าร่วมงาน



อัมพวัน พิชาลัย

SACICT หรือ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) นำงานหัตถศิลป์ไทยร่วมสมัยจากฝีมือการสร้างสรรค์ของทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จัดแสดงและสาธิตในงาน World Travel Mart 2017 : WTM ภายใต้แนวคิด Open to the New Shades เพื่อสร้างความคุ้นเคย ความน่าจดจำให้แก่งานหัตถศิลป์ไทย และยังเป็นแรงบันดาลใจในการร่วมต่อยอดให้แก่งานหัตถศิลป์ของไทย ระหว่างวันที่ 6-8 พฤศจิกายน ที่ผ่านมา



ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศเปิดเผยว่า งาน World Travel Mart 2017 เป็นงานใหญ่ที่จัดขึ้นเพื่อนำเสนอและแสดงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งเข้าร่วมเป็นหนึ่งในงานนี้ โดยการนำของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่นำเสนอภายใต้แนวคิด "Open to the New Shades" คือการนำเสนอมุมมองใหม่ๆ ของประเทศไทยที่น่าสนใจ และยังไม่เป็น

ที่รู้จัก หรือเคยเห็น หรือคุ้นตามากนัก ในมุมมองของงานหัตถกรรม หรืองานหัตถศิลป์นั้น SACICT เห็นว่างานเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด งานเครื่องเบญจรงค์ และงานเครื่องเงินสุโขทัย เป็นงานหัตถศิลป์ไทยที่มีศักยภาพ สามารถสร้างการรับรู้และจดจำแก่ชาวต่างชาติได้ จึงได้คัดเลือกทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จำนวน 3 ราย ไปจัดแสดงและสาธิตภายในงาน

"การเข้าร่วมในครั้งนี้ถือเป็นโอกาสสำคัญของ SACICT ที่จะใช้ช่องทางนี้

ในการพัฒนารูปแบบและขยายช่องทางการจำหน่ายงานหัตถศิลป์ไทย ให้เป็นที่รู้จักควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับช่างหัตถศิลป์ของไทย ได้เรียนรู้และพัฒนารูปแบบให้แก่งานหัตถศิลป์ของตนเอง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้นอีกด้วย"

พงษ์พันธ์ ไชยนิล ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม ปี 2560 นำเสนอมุมมองใหม่ของงานเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด โดยการ

ผสมผสานศิลปะพื้นบ้านแบบมอญ รูปทรงแบบจีน และเทคนิคการเขียนลายทองอันวิจิตรแบบไทย ทำให้ชิ้นงานมีความ

แนวหน้า

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 900

Section: วาไรตี้/สตรี

วันที่: ศุกร์ 10 พฤศจิกายน 2560

ปีที่: 38

ฉบับที่: 13350

หน้า: 15(กลาง)

Col.Inch: 58.01

Ad Value: 52,209

PRValue (x3): 156,627

คลิป: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: โซว์งานหัตถศิลป์ไทย ณ สหราชอาณาจักร

พิเศษดูมีคุณค่าและมูลค่าแตกต่างจาก
เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดทั่วไปที่เราเคย
พบเห็น

ณัฐฉัตร พลเทิม ทายาทช่างศิลป์
หัตถกรรม ปี 2558 นำเสนอมุมมองใหม่
ของเครื่องเงินสุโขทัย และเป็นผู้สืบทอด
มรดกเครื่องเงินโบราณโดดเด่นด้วยลายฉลุ
ที่ผสมผสานลวดลายแบบสมัยใหม่ เพิ่มการ
ออกแบบให้ใช้งานง่าย แต่ยังคงเด่นสะดุดตา
แฝงกลิ่นอายแบบประวัติศาสตร์อันยาวนาน
ของสุโขทัย

อภิรักษ์ ลินพูล สมาชิก SACICT
นำเสนอมุมมองใหม่ของงานเครื่องเบญจรงค์
ที่สร้างงานแนวใหม่ ผลานการเขียนลาย
เทคนิคเบญจรงค์ บนรูปทรงร่วมสมัยเช่น
หัวกะโหลก หรือ งานในแนว Art Toy
อันต่างจากงานเบญจรงค์ที่เป็นแบบดั้งเดิม
ที่มักเป็นภาชนะหรือของตกแต่งที่มักถูก
มองว่าเป็นของโบราณล้ำสมัย

SACICT เจาะตลาดอังกฤษ

โพสต์ทูเดย์ - SACICT ยกทัพงานคราฟต์บุกสหราชอาณาจักร ร่วม World Travel Mart 2017 เจาะกำลังซื้อต่างชาติ นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT เปิดเผยว่า ได้นำงานหัตถศิลป์ไทยร่วมสมัย จากฝีมือการสร้างสรรคของทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จัดแสดงและสาธิตในงาน World Travel Mart 2017 : WTM ภายใต้แนวคิด Open to the New Shades ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร

“มุ่งหวังให้งานหัตถศิลป์ไทยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของเราทุกคนได้อย่างกลมกลืน สร้างความคุ้นเคย ความน่าจดจำให้งานหัตถศิลป์ไทย และยังเป็นแรงบันดาลใจในการร่วมต่อยอดให้งานหัตถศิลป์ รวมถึงการขยายช่องทางการตลาดให้กับงานหัตถศิลป์ไทย” นางอัมพวัน กล่าว

ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับงานหัตถกรรม (Empowering Thai Crafts) ภายใต้กรอบการดำเนินงาน 3 ด้านหลัก ได้แก่ การพัฒนาคนและการรวบรวมองค์ความรู้ (Smart Craft) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมร่วมสมัย (Craft Studio) และการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการตลาดออนไลน์ (Craft Society) โดยการพัฒนางานทั้ง 3 ด้านนี้มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การสร้างการรับรู้ใหม่ในงานศิลปหัตถกรรมไทยให้กับ



เจาะตลาด - อัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT) นำงานหัตถศิลป์ไทยร่วมสมัย จากฝีมือการสร้างสรรคของทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จัดแสดงและสาธิตในงาน World Travel Mart 2017 : WTM ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร

นางอัมพวัน กล่าวว่า การเข้าร่วมในครั้งนี้ถือเป็นโอกาสสำคัญของ SACICT ที่จะใช้ช่องทางนี้ในการพัฒนารูปแบบและขยายช่องทางการจำหน่ายงานหัตถศิลป์ไทยให้เป็นที่รู้จักควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับช่างหัตถศิลป์ของไทย ได้เรียนรู้และพัฒนารูปแบบให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ■

ช่างศิลปหัตถกรรม ปี 2558 นำเสนอ มุมมองใหม่ของเครื่องเงินสุโขทัย และ นายอภิชัย ลินพูล สมาชิก SACICT นำเสนอ มุมมองใหม่ของงานเครื่องเบญจรงค์

กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปให้มองงานหัตถศิลป์เป็นงานทันสมัยที่เหมาะสมกับชีวิตปัจจุบัน หรือ Today Life's Crafts สำหรับงานนี้ SACICT เลือกทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จำนวน 3 ราย ไปจัดแสดงและสาธิตภายในงาน ประกอบด้วย นายพงษ์พันธุ์ ไชยนิล ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม ปี 2560 นำเสนอ มุมมองใหม่ของงานเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด นายณัฐวุฒิ พลเหิม ทายาท

SACICT ยกทัพงานหัตถศิลป์ไทย

โชว์กลางกรุงลอนดอน



SACICT หรือศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ ระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) นำงานหัตถศิลป์ไทยร่วมสมัยจากฝีมือการสร้างสรรคของทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จัดแสดงและสาธิตในงาน World Travel Mart 2017 : WTM ภายใต้แนวคิด Open to the New Shades มุ่งหวังให้งานหัตถศิลป์ไทยเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตทุกคนได้อย่างกลมกลืน จนเกิดความคุ้นเคย จัดจำหน่ายหัตถศิลป์ไทย โดยงานมีขึ้นระหว่างวันที่ 6-8 พฤศจิกายน 2560 ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กล่าวว่า ในปี 2561 นั้น SACICT มุ่งสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่าย หน่วยงานพันธมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานหัตถศิลป์ เพื่อผลักดันให้งานหัตถศิลป์ไทยได้รับความนิยมในวงกว้าง รวมถึงสร้างการรับรู้ในบทบาทของ SACICT ในฐานะการเป็นผู้สร้างพลังและชี้นำทิศทางการพัฒนางานหัตถกรรมในทุกมิติ หรือ Enhancing Navigator สะท้อนได้จากการพัฒนาที่สร้างความแข็งแกร่งให้กับงานหัตถกรรม (Empowering Thai Crafts) ภายใต้กรอบการดำเนินงานหลักๆ 3 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาคนและการรวบรวมองค์ความรู้ (Smart Craft) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมร่วมสมัย

(Craft Studio) และการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในภายในและต่างประเทศ รวมถึงการตลาดออนไลน์ (Craft Society)

“โดยการพัฒนางานทั้ง 3 ด้านนี้ มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ การสร้างการรับรู้ใหม่ในงานศิลปหัตถกรรมไทยให้กับกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป ให้มองงานหัตถศิลป์เป็นงานทันสมัยที่เข้ากับชีวิตปัจจุบัน หรือ Today Life's Crafts” นางอัมพวันกล่าว
ผอ. SACICT กล่าวอีกว่า สำหรับ งาน

World Travel Mart 2017 เป็นงานใหญ่ที่จัดขึ้นเพื่อนำเสนอและแสดงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยซึ่งเข้าร่วมเป็นหนึ่งในงานนี้ โดยการนำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่นำเสนอภายใต้แนวคิด “Open to the New Shades” คือการนำเสนอมุมมองใหม่ๆ ของประเทศไทยที่น่าสนใจและยังเป็นที่รู้จักหรือคุ้นตามากนัก โดยเฉพาะงานหัตถกรรมหรืองานหัตถศิลป์นั้น งานเครื่องปั้นดินเผา แกะเกิร์ต งานเครื่องเบญจรงค์ และงานเครื่องเงินสุโขทัย เป็นงานหัตถศิลป์ไทยที่มีศักยภาพ สามารถสร้างการรับรู้และจดจำแก่ชาวต่างชาติได้ จึงได้คัดเลือกทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จำนวน 3 ราย ไปจัด



แสดงและสาธิตในงาน ประกอบด้วย พงษ์พันธ์ุ โชยนิล ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม ปี 2560 นำเสนอมุมมองใหม่ในงาน



เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด โดยการผสมผสานศิลปะพื้นบ้านแบบมอญ รูปทรงแบบจีน และเทคนิคการเขียนลายทองอันวิจิตรแบบไทย ทำให้ชิ้นงานมีความพิเศษ ดูมีคุณค่าและมูลค่าแตกต่างจากเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดทั่วไปที่เราเคยพบเห็น

ณัฐวุฒิ พลheim ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม ปี 2558 นำเสนอมุมมองใหม่ของเครื่องเงินสุโขทัย และเป็นผู้สืบทอดมรดกเครื่องเงินโบราณ โดดเด่นด้วยลายฉลุ ที่ผสมผสานลวดลายแบบสมัยใหม่ เพิ่ม

การออกแบบให้ใช้งานง่าย แต่ยังคงเด่นสะดุดตา แฝงกลิ่นอายแบบประวัติศาสตร์อันยาวนานของสุโขทัย

คุณอภิชัย ลินพูล สมาชิก SACICT นำเสนอมุมมองใหม่ของงานเครื่องเบญจรงค์ที่สร้างงานแนวใหม่ ผลงานการเขียนลายเทคนิคเบญจรงค์บนรูปทรงร่วมสมัย เช่น หัวกะโหลก หรืองานในแนว Art Toy อันต่างจากงานเบญจรงค์ที่เป็นแบบดั้งเดิมที่มักเป็นภาชนะหรือของตกแต่งที่มักถูกมองว่าเป็นของโบราณล้ำสมัย



“การเข้าร่วมในครั้งนี้ถือเป็นโอกาสสำคัญของ SACICT ที่จะใช้ช่องทางนี้ในการพัฒนารูปแบบและขยายช่องทางการจำหน่ายงานหัตถศิลป์ไทยให้เป็นที่รู้จักควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับช่างหัตถศิลป์ของไทย ได้เรียนรู้และพัฒนาแบบให้กับงานหัตถศิลป์ของตนเอง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้นอีกด้วย” นางอัมพวันกล่าว.

ข่าวสด

Khao Sod
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,650

Section: บันเทิง/สตรี/สุขภาพ

วันที่: พุธ 15 พฤศจิกายน 2560

ปีที่: 27

ฉบับที่: 9849

Col.Inch: 69.17

Ad Value: 114,130.50

หน้า: 21(บน)

PRValue (x3): 342,391.50

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: งานหัตถศิลป์ไทยอวดลอนดอน



สุ นัยส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT นำงานหัตถศิลป์ไทยร่วมสมัยจากฝีมือการสร้างสรรค์ของทายาทช่างศิลปหัตถกรรมและสมาชิก SACICT จัดแสดงและสาธิตในงาน World Travel Mart 2017 : WTM ภายใต้แนวคิด Open to the New Shades มุ่งหวังให้งานหัตถศิลป์ไทยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของทุกคนอย่างกลมกลืน สร้างความคุ้นเคย ความน่าจดจำให้แก่งานหัตถศิลป์ไทย และยังเป็นแรงบันดาลใจในการร่วมต่อยอดให้แก่งานหัตถศิลป์ รวมถึงการขยายช่องทางการตลาดให้แก่งานหัตถศิลป์ไทย ระหว่าง

งานหัตถศิลป์ ไทยอวดลอนดอน



วันที่ 6-8 พ.ย. ที่ผ่านมามีที่กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร นางอัมพรวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กล่าวไว้ ในปี 2561 นั้น SACICT มุ่งสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่าย หน่วยงานพันธมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานหัตถศิลป์ เพื่อต่อยอดและผลักดันให้แก่งานหัตถศิลป์ไทยได้รับความนิยมนิวกว้าง รวมถึงสร้างการรับรู้ในบทบาทของ SACICT ในฐานะการเป็นผู้สร้างพลังและผู้นำทิศทางการพัฒนางานหัตถกรรมในทุกมิติ หรือ Enhancing Navigator ที่สามารถสะท้อนผ่านการพัฒนาเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับงานหัตถกรรม ภายใต้กรอบการดำเนินงาน 3 ด้านหลัก ได้แก่ การพัฒนาคนและการรวบรวมองค์ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมร่วมสมัย และการพัฒนาด้านการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ รวมถึงการตลาดออนไลน์ โดยการพัฒนางานทั้ง 3 ด้านนี้มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ สร้างการรับรู้ใหม่ในงานศิลปหัตถกรรมไทยให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปมาองงานหัตถศิลป์



ข่าวสด

Khao Sod
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,650

Section: บันเทิง/สตรี/สุขภาพ

วันที่: พุธ 15 พฤศจิกายน 2560

ปีที่: 27

ฉบับที่: 9849

หน้า: 21(บน)

Col.Inch: 69.17

Ad Value: 114,130.50

PRValue (x3): 342,391.50

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: งานหัตถศิลป์ไทยอวดลอนดอน

เป็นงานทันสมัยที่เหมาะสมกับชีวิตปัจจุบัน หรือ Today Life's Crafts

งาน World Travel Mart 2017 เป็นงานใหญ่ที่จัดขึ้นเพื่อนำเสนอและแสดงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งเข้าร่วมเป็นหนึ่งในงานนี้โดยการนำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่นำเสนอภายใต้แนวคิด "Open to the New Shades" คือการนำเสนอมุมมองใหม่ๆ ของประเทศไทยที่น่าสนใจและยังไม่มีที่รู้จักหรือเคยเห็นหรือคุ้นตามากนัก ในมุมมองของงานหัตถกรรมหรืองานหัตถศิลป์นั้น SACICT เห็นว่างานเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด งานเครื่องเบญจรงค์ และงานเครื่องเงินสุโขทัย เป็นงานหัตถศิลป์ไทยที่มีศักยภาพ สามารถสร้างการรับรู้และจดจำแก่ชาวต่างชาติได้ จึงคัดเลือกทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จำนวน 3 ราย ไปจัดแสดงและสาธิตภายในงาน

พงษ์พันธ์ ไชยนิล ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม ปี 2560



นำเสนอมุมมองใหม่ของงานเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด โดยการผสมผสานศิลปะพื้นบ้านแบบมอญ รูปทรงแบบจีน และเทคนิคการเขียนลายทองอันวิจิตรแบบไทย ทำให้ชิ้นงานมีความพิเศษดูมีคุณค่าและมูลค่า แตกต่างจากเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดทั่วไป

ณัฐวดี พลheim ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม ปี 2558 นำเสนอมุมมองใหม่ของเครื่องเงินสุโขทัย และเป็นผู้สืบทอดมรดกเครื่องเงินโบราณ โคลงเล่นด้วยลายฉลุที่ผสมผสานลวดลายสมัยใหม่ เพิ่มการออกแบบให้ใช้งานง่ายแต่ยังคงเด่นสะดุดตา แฝงกลิ่นอายประวัติศาสตร์อันยาวนานของสุโขทัย

อภิชัย สิบพูล สมาชิก SACICT นำเสนอมุมมองใหม่ของงานเครื่องเบญจรงค์ที่สร้างงานแนวใหม่ ผสานการเขียนลายเทคนิคเบญจรงค์บนรูปทรงร่วมสมัย เช่น หัวกะโหลก หรืองานในแนว Art Toy อันต่างจากงานเบญจรงค์ที่เป็นแบบดั้งเดิมที่มักเป็นภาชนะ หรือของตกแต่งที่มักถูกมองว่าเป็นของโบราณล้ำสมัย

"การเข้าร่วมในครั้งนี้ถือเป็นโอกาสสำคัญของ SACICT ที่จะใช้ช่องทางนี้พัฒนารูปแบบและขยายช่องทางการจำหน่ายงานหัตถศิลป์ไทยให้เป็นที่รู้จักควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ช่างหัตถศิลป์ของไทยได้เรียนรู้และพัฒนาูปแบบให้งานหัตถศิลป์ของตนเองเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น" อัมพวันกล่าวในตอนท้าย



ททท.-อพท. ลุยโปรโมตเที่ยวไทย งาน 'เวิลด์ แทรเวล มาร์เก็ต 2017'

เมื่อวันที่ 6-8 พฤศจิกายน 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ "ททท." ได้นำผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทย เข้าร่วมงานส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวระดับโลก "World Travel Market 2017" (WTM 2017) ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร โดยปีนี้ได้จัดติดต่อกันมาเป็นครั้งที่ 37 ที่ประเทศไทยเข้าร่วมงาน

"ยุทธศักดิ์ สุภสร" ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บอกว่า ททท.ได้นำผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเดินทางเพื่อเข้าร่วมงาน "World Travel Market 2017" งานส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญที่สุดในสหราชอาณาจักร (อังกฤษ) โดยมีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 34 ราย คือ โรงแรมและรีสอร์ท 29 ราย บริษัทนำเที่ยว 4 ราย และสายการบิน 1 ราย

สำหรับคูหาประเทศไทยได้นำเสนอแคมเปญ "Open to the New Shades" คือ การเปิดประเทศไทยในมุมมองใหม่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกได้เข้ามาสัมผัสความเป็นไทยผ่าน Million Shades of Thailand ความหลากหลายในเชิงลึก ซึ่งประเทศไทยเต็มไปด้วยความหลากหลายของกิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต วิถีการกิน ฯลฯ อันเป็นเอกลักษณ์ที่ผ่านการสืบทอดความรู้ ความเชื่อ และทัศนคติจากรุ่นสู่รุ่น

โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสผ่านมิติที่ต่างออกไป เพื่อจะได้รู้จักประเทศไทยในแบบที่ไม่เคยรู้มาก่อน ซึ่งโทนสีของโครงสร้างคูหาจะมีลวดลายสีเส้นโดดเด่น ด้านหน้าเป็นจั่วทรงไทยขยายให้ใหญ่ขึ้น พร้อม VDO Wall จำนวน 4 จอ สำหรับนำเสนอภาพยนตร์โฆษณา



และภาพแหล่งท่องเที่ยว

อีกทั้งยังมีพื้นที่สำหรับการจัดแสดงของหน่วยงานภายนอก เช่น ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT) นำเสนอสินค้างานฝีมือที่เป็นแนว new shades เช่น งานเบญจรงค์ งานเครื่องปั้นดินเผา และงานเครื่องเงิน เป็นต้น การกีฬาแห่งประเทศไทย นำเสนอสินค้าด้านกีฬา sports tourism และงานกีฬาระดับโลก MotoGP World Championship 2018 ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 5-7 ตุลาคม 2561 ณ สนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จังหวัดบุรีรัมย์ พร้อมด้วยสายการบิน Bangkok Airways อีกด้วย

ทั้งนี้ ในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเดินทางมาประเทศไทยทั้งสิ้น 965,000 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 7.63% สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวประมาณ 76,402 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15%

คิดเป็นตลาดที่ทำรายได้เป็นอันดับ 2 ของภูมิภาคยุโรป และอันดับที่ 4 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

ที่เข้าไทย

อีกทั้งยังพบว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี 2555-2559 มีทิศทางที่สดใส โดยมีจำนวนเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 5% ต่อปี ส่วนรายได้มีการเติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 9% ต่อปี ทั้งนี้ชาวสหราชอาณาจักรชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยในปี 2559 ที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวออก (เอาต์บาวนด์) มากสุดเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากจีน สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี

"ยุทธศักดิ์" บอกด้วยว่า คาดหวังว่าการเข้าร่วมงาน WTM 2017 จะช่วยส่งเสริมให้ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวของสหราชอาณาจักรกลุ่มคุณภาพสูงเพิ่มขึ้น สร้างรายได้เฉลี่ยต่อการพำนักและจำนวนวันในการพำนักเพิ่มมากขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ที่สำคัญ อยากให้มิตทิศทางเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2561

ด้าน "สุเทพ เกื้อสังข์" รองผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. บอกว่า ได้ร่วมกับ

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: การตลาด/ท่องเที่ยว

วันที่: พุธที่ 16 - อาทิตย์ 19 พฤศจิกายน 2560

ปีที่: 40

ฉบับที่: 4993

หน้า: 21 (ล่าง)

Col.Inch: 70.65

Ad Value: 95,377.50

PRValue (x3): 286,132.50

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: ททท.-อพท. ลุยโปรโมตเที่ยวไทยงาน 'เวิลด์ แทรเวล มาร์เก็ต 2017'

ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
คัดสรร 3 คู่ธุรกิจเป็นตัวแทนของกลุ่ม
การท่องเที่ยว โดยชุมชนเข้าร่วมออกบูท
ในงาน World Travel Market 2017
ณ สหราชอาณาจักร

ประกอบด้วย ชุมชนกนกสะทอน อำเภอ
ด่านซ้าย จังหวัดเลย จับคู่กับบริษัท
โกลบอล ฮอลิเดย์ จำกัด ชุมชนชะจอม
อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี
จับคู่กับบริษัท สยามโรซ์ ทราเวล จำกัด
และชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย อำเภอ
เมืองเก่า จังหวัดสุโขทัย จับคู่กับบริษัท
อาร์เอสพี จัมโบ้ ทราเวล แอนด์ ฮิวเินท์
จำกัด เพื่อนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยว
โดยชุมชน และกิจกรรมการท่องเที่ยว
วิถีไทยที่มีคุณภาพ

“การนำชุมชนร่วมออกบูทในงาน
WTM 2017 ครั้งนี้ถือเป็นกลุ่มแรก
และยังเป็นกลุ่มนำร่อง โดย อพท.
ต้องการนำเสนอภาพของการท่องเที่ยว
โดยชุมชน ที่มีระบบการบริหารจัดการ
และการบริการที่มีมาตรฐานผ่านเวที
ส่งเสริมการขายสินค้าและบริการทางการ
ท่องเที่ยวระดับโลก”

บรรยากาศในบูทเป็นการจัดแสดง
ของชุมชนที่น่าอัศจรรย์ทั้งถิ่นพร้อม
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไป
นำเสนอ เช่น ภาพของการชมดอก
นางพญาเสือโคร่งที่ภูมโล การเพนต์

หน้ากากผีตาโชน การนำเสนอภาพของ
วิถีชุมชนในเมืองเก่า จังหวัดสุโขทัย ซึ่ง
ก็เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ร่วมงานจำนวนมาก
ทั้งกลุ่มบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยว
สื่อมวลชน นักเรียน นักศึกษา ซึ่ง
นับเป็นมิติใหม่ของการท่องเที่ยวไทยใน
มุมที่คนส่วนใหญ่ยังไม่เคยได้สัมผัส

อย่างไรก็ตาม 3 คู่ธุรกิจที่ อพท.นำ
ร่วมงาน WTM 2017 นี้ เป็น 3 คู่จาก
30 คู่ธุรกิจ จากโครงการจับคู่ธุรกิจการ
ท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Business
Matching) โดยดำเนินงานร่วมกับ
ภาคเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมไทย
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย และ
สมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองนโยบายการ
กระจายรายได้การท่องเที่ยวสู่ชุมชน
ท้องถิ่น โดยทำหน้าที่เป็นที่เลี้ยงพัฒนา
ทักษะและศักยภาพทางการตลาดการ
ท่องเที่ยวคุณภาพ มุ่งเน้นการทำงานร่วมกัน
เพื่อสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนที่มีคุณภาพ

**รวมถึงการเตรียมความพร้อมใน
การรองรับตลาดการท่องเที่ยวทั้งใน
และต่างประเทศให้ได้ดียิ่งขึ้นด้วย**



SACICT ยกทัพงานคราฟต์โชว์ ที่สหราชอาณาจักร เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับช่างหัตถศิลป์ไทย

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT) กล่าวว่า ในปี 2561 SACICT มุ่งสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่าย หน่วยงานพันธมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานหัตถศิลป์ เพื่อต่อยอดและผลักดันให้งานหัตถศิลป์ไทยได้รับความนิยมในวงกว้าง รวมถึงสร้างการรับรู้ในบทบาทของ SACICT ในฐานะการเป็นผู้สร้างพลังและชี้นำทิศทางของการพัฒนางานหัตถกรรมในทุกมิติ หรือ Enhancing Navigator ที่สามารถสะท้อนผ่านการพัฒนาเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับงานหัตถกรรม (Empowering Thai Crafts) ภายใต้กรอบการดำเนินงาน 3 ด้านหลัก ได้แก่ การพัฒนาคนและการรวบรวมองค์ความรู้ (Smart Craft) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมร่วมสมัย (Craft Studio) และการพัฒนาด้านการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ รวมถึงการตลาดออนไลน์ (Craft Society) โดยการพัฒนาทั้ง 3 ด้านนี้ มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือ การสร้างการรับรู้ใหม่ในงานศิลปหัตถกรรมไทยให้กับกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปให้มองงานหัตถศิลป์เป็นงานทันสมัยที่เหมาะสมกับชีวิตปัจจุบัน หรือ Today Life's Crafts

SACICT ได้นำงานหัตถศิลป์ไทยร่วมสมัยจากฝีมือการสร้างสรรค์ของทายาทช่างศิลปหัตถกรรม และสมาชิก SACICT จัดแสดงและสาธิตในงาน World Travel Mart 2017 : WTM ระหว่างวันที่ 6-8 พฤศจิกายน 2560 ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร เป็นงานใหญ่ที่จัดขึ้นเพื่อนำเสนอและแสดงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยซึ่งเข้าร่วมเป็นหนึ่งในงานนี้ โดยการนำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่นำเสนอภายใต้แนวคิด "Open to the New Shades" คือ การนำเสนอมุมมองใหม่ๆ ของประเทศไทยที่น่าสนใจ และยังไม่เป็นที่รู้จักหรือเคยเห็น หรือคุ้นตามากนัก ในมุมมองของงานหัตถกรรมหรืองานหัตถศิลป์นั้น SACICT เห็นว่างานเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด งานเครื่องเบญจรงค์ และงานเครื่องเงินสุโขทัย เป็นงานหัตถศิลป์ไทยที่มีศักยภาพ สามารถสร้างการรับรู้และจดจำแก่ชาวต่างชาติได้ จึงได้คัดเลือกทายาทช่างศิลปหัตถกรรมและสมาชิก SACICT จำนวน 3 ราย ไปจัดแสดงและสาธิตภายในงาน ถือเป็นโอกาสสำคัญของ SACICT ที่จะใช้ช่องทางนี้ในการพัฒนารูปแบบและขยายช่องทางการจำหน่ายงานหัตถศิลป์ไทย ให้เป็นที่รู้จักควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับช่างหัตถศิลป์ของไทยได้เรียนรู้และพัฒนาในรูปแบบให้กับงานหัตถศิลป์ของตนเอง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

5 สกู๊ปแนวหน้า



ผนึกกำลัง3วัดตั้ง
อนุรักษ์ศิลปหัตถกรรม



ผนึกกำลัง3วัดตั้ง อนุรักษ์ศิลปหัตถกรรม



“ศิลปหัตถกรรม” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 อธิบายว่าหมายถึง “ศิลปวัตถุที่เป็นผลงานประเภทศิลปะประยุกต์ มีจุดประสงค์และความต้องการในด้านประโยชน์ใช้สอย เช่น งานโลหะ งานถักทอ งานเย็บปักถักร้อย” ในอดีตนั้นงานศิลปหัตถกรรมเป็นภูมิปัญญาไทยที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น มีทั้งความวิจิตรตระการตาซึ่งทรงคุณค่าควรค่าแก่การอนุรักษ์ เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป หัตถกรรมพื้นบ้านของไทยถูกนึกถึงเพียงในนามของการใช้ประดับตกแต่ง แต่ไม่ค่อยเหมาะสมนักกับการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

ซึ่งก็มีความพยายามที่จะ “สืบสาน” ศิลปหัตถกรรมไทยไม่ให้สาบสูญไปตามกาลเวลา ผ่านการปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องกับยุคสมัย ดังโครงการความร่วมมือระหว่างวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร วัดราชประดิษฐสถิตมหาสีมาราม และวัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร ณ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา เพื่อร่วมกันสืบสาน พัฒนาศิลปหัตถกรรม ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ

เรียกย่อๆว่า “SACICT” เปิดเผยว่า ที่ผ่านมามีการดำเนินงานอนุรักษ์ ส่งเสริมพัฒนาต่อยอด และสืบสานงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมทั้งส่งเสริมด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงภายใต้บริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยและวัฒนธรรม สร้างสรรค์ข้ามแดนอย่างต่อเนื่อง ใน 5 มิติ

ได้แก่ 1.การเป็นศูนย์รวมองค์ความรู้และอนุรักษ์สืบสานศิลปหัตถกรรมไทย (SACICT Knowledge) 2.การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมเพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ (SACICT Concept) 3.การพัฒนาผู้ประกอบการและเชื่อมโยงกับหน่วยงานและเครือข่ายพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ (SACICT Smart Craft) และ 6.การพัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อเป็นการยกระดับองค์กรและการทำงานเชิงรุกมากขึ้น (SACICT Innovation)

โดยตลอดปี 2560 SACICT ได้เน้นภารกิจสำคัญภายใต้กลยุทธ์ “หัตถศิลป์ของชีวิตประจำวัน : Today Life's Crafts” เพื่อเป็นการผลักดันให้งานศิลปหัตถกรรมไทยที่มีความร่วมสมัยเข้าสู่วิถีชีวิตประจำวันของคนอย่างกลมกลืน สร้างความคุ้นเคย ความน่าจดจำให้งานหัตถศิลป์ไทย และยังเป็นแรงบันดาลใจในการร่วมต่อยอดให้งานหัตถศิลป์ รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนงานศิลปหัตถกรรมไทย

เช่น การฟื้นฟูมรดกศิลปภูมิปัญญาที่ถูกลืม หรือ Revival of Forgotten Heritage เพื่ออนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสานและพัฒนางานศิลป์และผ้าพื้นเมืองที่กำลังจะสูญหายไปอยู่คู่คนไทยจากรุ่นสู่รุ่น การเพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ความเป็นสากลร่วมกับนักออกแบบและชุมชนหัตถศิลป์ส่วนการดำเนินงานในปี 2561 นั้นจะมุ่งสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายหน่วยงานพันธมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานหัตถศิลป์ เพื่อต่อยอดและผลักดันให้งาน

หัตถศิลป์ไทยได้รับความนิยอย่างกว้างขวาง

ทำไมต้องเป็นวัด? คำถามนี้ นางอัมพวัน อธิบายว่า วัดคือศูนย์กลางขององค์ความรู้ในงานศิลปหัตถกรรมหลากหลายแขนงที่มาตั้งแต่ในอดีตกาล ซึ่งหัตถกรรมบางประเภทอาจสูญหายไปแล้ว หรือกำลังจะสูญหายไป นอกจากนี้จากจะหาชมได้ในพิพิธภัณฑ์แล้วก็ยังมีวัดที่ยังคงรักษาผลงานอันล้ำค่าไว้อยู่ จึงประสานความร่วมมือจนเกิดเป็นข้อตกลงร่วมกันของวัดทั้ง 3 เพื่อร่วมอนุรักษ์และพัฒนางานศิลปหัตถกรรมให้เป็นที่รู้จักต่อสาธารณะ

“อีก 2 ปีข้างหน้า เรามุ่งหวังจะเป็นหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางด้านงานหัตถศิลป์ในประเทศและภูมิภาค เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพราะเชื่อว่าคุณค่าและความงดงามของศิลปหัตถกรรมไทย สามารถประยุกต์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตได้เสมอ เพราะมีทั้งความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาอันทรงคุณค่า ที่สามารถเพิ่มคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทย” ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กล่าว

SCOOP@NAEWNA.COM



ททท.โหมเที่ยวแบบนิวเจด จับเทรนด์ใหม่หลากหลายมิติ

แม่ แต่ละปีไทยต้องเผชิญกับอุปสรรคใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นตลอด เวลา ทั้งปัญหาภูมิศาสตร์การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมาก แต่ “อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว” ก็เป็นหนึ่งในความหวังหลักที่ช่วยสร้างการเติบโตให้ ประเทศโดยปี 60 นี้รัฐบาลคาดว่าจะมีรายได้เกิน 2.77 ล้านล้านบาท เกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือน ประเทศไทย 32.6 ล้านคน เพิ่มขึ้น 9% และสร้างรายได้ให้ประมาณ 1.64 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 13% จาก ปี 59 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านัก ท่องเที่ยวยังมีความมั่นใจกับสินค้าบริการ และชาวไทยอยู่มาก

สำหรับในปีงบประมาณ 61 รัฐบาลได้ตั้งเป้ารายได้ใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยับขึ้นแตะ 3.1 ล้านล้านบาท โดยมาจาก ส่วนแบ่งนักท่องเที่ยวตลาดยุโรปเป็นอันดับต้น ๆ ประมาณ 5.32 แสนล้านบาท เติบโต 9.3% ในจำนวนนักท่องเที่ยว 6.79 ล้านคน เพิ่มขึ้น 5.37%

ดังนั้น จึงเป็นภารกิจสำคัญที่ “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท.” ต้องช่วยกันผลักดันเพื่อไปสู่เป้าหมายนี้ให้สำเร็จ ด้วยแผนที่จะชูจุดขายสินค้าท่องเที่ยวไทยเทรนด์ใหม่ในเวทีโลก

ภายใต้แนวคิด นิว เจด มิลเลียน เจด อะเมซิง ไทยแลนด์ เน้น สร้างการท่องเที่ยวเชิงลึกสัมผัสวิถีไทยด้วยการสร้าง ประสบการณ์อย่างลึกซึ้งครบทุกมิติให้แก่นักท่องเที่ยวทุกชาติ

มุมมองใหม่นักท่องเที่ยว

ล่าสุด...ภารกิจแรก “ยุทธศักดิ์ สุภสร” ผู้ว่าการ ททท. บอก ว่า ททท.ได้เฝ้าผู้ประกอบการไทย 34 รายเข้าร่วมงานส่งเสริมการ ขายระดับโลก เวิลด์ ทราเวล มาร์เก็ต 2017 (ดับเบิลยู ที เอ็ม) ที่ กรุงลอนดอนประเทศอังกฤษ ในช่วงต้นเดือน พ.ย. 60 พร้อมกับการเจรจาธุรกิจ ที่ปีนี้ได้เสนอแคมเปญการตลาดภายใต้แนวคิด “โอเพ่น ทู เดอะ นิว เจด” นำเสนอมุมมองใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตความเป็นไทยที่หลากหลายเข้าถึงคุณค่าของ ท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยววิถีไทย

ขณะเดียวกันได้เชิญศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ไปเสนอสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ ที่ใช้แนวคิดสีสันใหม่ เพื่อให้ สอดคล้องกับกลยุทธ์ การนำเสนอจุดขายชุมชนคือยอดสร้างความ สนใจของนักท่องเที่ยวผ่านเอเจนต์ที่มีคิดต่อธุรกิจในทุกาประเทศ ไทยบนพื้นที่กว่า 420 ตร.ม.

“โอเพ่น ทู เดอะ นิว เจด คือการเปิดประเทศไทยในมุมมองใหม่ ๆ โดยนำสินค้าหรือเรื่องเดิม ๆ มาปรับให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น เจดีอี ยักษ์ วัดของไทยมีหลากหลายรูปทรง เปลี่ยนไปตามรากเหง้าและความเชื่อของแต่ละพื้นที่หรือผัดไทยที่ไม่ได้มีแบบเดียว มีทั้งผัดไทยเส้น เส้นผัดไทยกรอบ ผัดไทยกากหมู และประเพณีสงกรานต์ที่ไม่มีแค่การสาดน้ำ แต่ยังมีวันไหลสงกรานต์มอญหรือแม้แต่การถวายตุงโหงสงกรานต์ล้านนา ที่อยากเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสสิ่งที่คุณเคยในมุมมองใหม่ ๆ ผ่านมิติที่แตกต่างออกไป เพื่อจะได้รู้จักประเทศไทยในแบบที่ไม่เคยรู้มาก่อน”

เปิดท่องเที่ยววิถีไทย

ขณะเดียวกันยังจัดกิจกรรมไทยแลนด์ บริฟิંગค์ เน็ดเวิร์กคิงส์ ลันซ์ เพื่อเปิดตัวโครงการท่องเที่ยววิถีไทย(อะเมซิง ไทยแลนด์ ทัวร์ ริชม์ เอเชีย) โดยเชิญผู้ประกอบการและสื่อจากยุโรปประมาณ 250-300 ราย เข้ามารับฟังกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี 61 โดยบางส่วนจะเริ่มทยอยจัดตั้งแต่เดือน พ.ย.ปีนี้หลังจากที่มีพิธีเปิดตัวใหญ่ที่ กรุงเทพฯ เพื่อให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลไปเสนอต่อนักท่องเที่ยวหรือจัดแพ็คเกจทัวร์ที่สอดคล้องเพื่อจำหน่ายให้เหมาะสมกับเทศกาลที่ตรงกับความสัมพันธ์ต่อไปโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันโมโตจีพี เวิลด์แชมเปียนชิพ 2018 ระหว่างวันที่ 5-7 ต.ค. 61 ที่เป็นรายการตรงกับความสัมพันธ์กลุ่มเป้าหมายในอังกฤษและยุโรป

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวอังกฤษยังมีแนวโน้มขยายตัวดีมีจำนวนนักท่องเที่ยวขาออก(เอาต์บาวด์) ปี 59 ที่ผ่านมาไปเที่ยวต่างประเทศมากเป็นอันดับ 4 ของโลก โดยนักท่องเที่ยวอังกฤษมาไทยมีจำนวน 965,000 คน เติบโต 7.63% เป็นอันดับ 2 ของยุโรป รองจากรัสเซีย และปี 60 นี้ คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 976,000 คน ทำรายได้ราว 80,000 ล้านบาท และปี 61 จะเพิ่มขึ้น 1 ล้านคน สร้างรายได้รวมกว่า 85,900 ล้านบาท

จับมือสายการบินตุรกี

นอกจากนี้ ททท.ยังให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายพันธมิตรกลุ่มสายการบินนานาชาติโดย “ศรีสุดา วานิกัญญูศักดิ์” รองผู้อำนวยการด้านตลาดยุโรปแอฟริกา และ แอฟริกา บอกว่า ขณะนี้ ททท.ได้ลงนามบันทึกข้อตกลง(เอ็มโอยู)กับสายการบินตุรกีหรือตุรกีแอร์ไลน์ เพื่อดึงลูกค้านักท่องเที่ยวยุโรประยะไกลเข้ามาท่องเที่ยวในไทยได้สะดวกและมีหลากหลายประเทศมากขึ้น อาทิ สเปน เคนเนเดีย เนเธอร์แลนด์ ที่ขณะนี้เดินทางเข้ามาไทยลำบากเพราะไม่มีสายการบิน

ที่เชื่อมต่อมาไทยได้โดยตรง การร่วมกับตุรกีแอร์ไลน์ครั้งนี้เป็นความร่วมมือของสายการบินที่ 7 หลังจากที่ผ่านมาได้ร่วมกับเอธิโอเปีย, เอมิเรตส์, ฟลายดูไบ, กатарแอร์เวย์ส, อีวีเอ แอร์ และสิงคโปร์แอร์ไลน์ไปแล้ว ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของไทยที่ต้องมีพันธมิตรจากเส้นทางอื่น ๆ ที่การบินไทยไม่ได้บินเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางที่นอกเหนือจากตุรกีแล้วยังมีนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ ของสายการบินดังกล่าวด้วย

สำหรับตุรกีแอร์ไลน์จะได้ประโยชน์จากไทยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวด้านกีฬา อาทิ กอล์ฟ

วิ่งมาราธอน จักรยาน ซึ่งสอดคล้องกับไทยที่สนับสนุนเรื่องดังกล่าวเช่นกันและไทยก็จะได้ประโยชน์ เช่น การนำอาหารไทยไปเสิร์ฟบนสายการบินหรืออาจนำเซฟอาหารไทยขึ้นไปทำอาหารบนเครื่องบินรวมทั้งการทำโปรโมชั่นต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น ทำแพ็คเกจการเดินทางรถไฟจากสแกนดิเนเวียเพื่อมาต่อสายการบินที่ตุรกี ในราคาเดียวเพื่อสร้างความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

ภารกิจครั้งนี้ของ ททท.จะเดินทางไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จหรือไม่หรือมีอุปสรรคอะไรที่เข้ามาแบบไม่คาดฝัน จนทำให้กลุ่มและนั่งคิดแก้ปัญหากันอีกครั้งตั้งแต่บัดนี้จนถึงปีหน้าต้องเกาะติดสถานการณ์แบบทันท่วงที

สฤตา สาเหลา