

เชียงใหม่ผุดชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม สร้างจิตสำนึกสืบสานภูมิปัญญาเชิงช่างศิลป์

งานศิลปหัตถกรรม เกี่ยวข้องกับคนไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีการสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งยังได้พัฒนาศักยภาพและทักษะ ให้เกิดความทันสมัย เข้ากับยุคและสังคม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน แต่ยังคงเอกลักษณ์ที่มีคุณค่า เช่นเดียวกับที่ แหล่งเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาบ้านต้นสลำแดง หัตถกรรมเครื่องเงินบ้านภาค และหัตถกรรมร่มโบราณ (จ้องแดงบ้านดอนเปา) อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ ที่ได้มีการถ่ายทอดเรื่องราวของเครื่องปั้นดินเผาบ้านต้น ให้กับคนในหมู่บ้านเพื่อสร้างรายได้ และให้เยาวชนได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน

นางอัมพวัน พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กล่าวว่ โครงการชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม (Craft Communities) ปี 2561 และกิจกรรม Fam Trip ที่แหล่งเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาบ้านต้นสลำแดง หัตถกรรมเครื่องเงินบ้านภาค และหัตถกรรมร่มโบราณ (จ้องแดงบ้านดอนเปา) จ.เชียงใหม่ เป็นหนึ่งในชุมชนแหล่งเรียนรู้หัตถกรรมที่ถูกคัดเลือกทั่วประเทศ มีการสืบทอดวิธีการปั้นและออกแบบลวดลายมาจากชาวไทยใหญ่ นอกจากนี้สำหรับบรรพบุรุษดั้งเดิม ยังเป็นภาชนะใส่ดอกไม้บนแท่นบูชาและในพิธีกรรม รวมทั้งเป็นเครื่องประกอบยศของชนชั้นสูง

ปัจจุบันยังคงสืบทอดอยู่ โดย ครูช่าง นายสมทรัพย์ ศรีสุวรรณ หรือ "สลำแดง" ครูช่างศิลปหัตถกรรม พ.ศ. 2554 ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT มุ่งสืบสานเผยแพร่องค์ความรู้และเปิดเป็นศูนย์เรียนรู้เพื่อให้บุคคลที่สนใจสามารถเข้ามาศึกษาหัตถศิลป์โบราณแขนงนี้ ขณะเดียวกันชาวบ้านในหมู่บ้านยังเปิดบ้านแบบโฮมสเตย์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสวิถีชีวิต และความสุนทรีย์ในแบบล้านนาแท้ ๆ อีกด้วย

นางอัมพวัน กล่าวอีกว่า ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ เป็นองค์กรมหาชนที่มีภารกิจหลักในการรวบรวมองค์ความรู้อนุรักษ์สืบสานคุณค่าแห่งหัตถศิลป์ไทย และมุ่งมั่นที่จะต่อยอดภูมิปัญญาอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้งานหัตถศิลป์ร่วมสมัยกับชีวิตปัจจุบัน หรือ Today Life's Crafts รวมถึงต่อยอดเชิงพาณิชย์สู่ระดับสากล ซึ่งแหล่งชุมชนและ



หมู่บ้านทั้งหมดนั้น ทางศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ได้เริ่มขึ้นเพื่อพัฒนาศูนย์เรียนรู้งานหัตถกรรมเดิมที่มีครูศิลป์ของแผ่นดิน และครูช่างศิลปหัตถกรรม ที่ SACICT ยกย่องเชิดชู ให้เป็นชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม (Craft Communities) โดยมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญางานหัตถกรรม ผ่านการท่องเที่ยววิถีชุมชน





รวมทั้งสร้างการรับรู้ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างในงานหัตถกรรมของครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และส่งเสริมให้เกิดรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่

ก่อนหน้านี้ทางชุมชนศิลปหัตถกรรมได้ดำเนินการไปบ้างแล้วแต่ไม่ได้ร่วมกับ ททท. ไม่ได้เอาเครื่องมือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาใช้ ทำให้คนไม่รู้จักและคนเข้าไปในพื้นที่น้อย ในปีนี้จึงดำเนินการร่วมกับ ททท. ที่เป็นเครื่องมือที่ดี ได้รับความนิยมนำมาใช้ต่อยอดให้กับ 10 ชุมชน 13 แหล่งเรียนรู้ ที่เป็นชุมชนของครูและทายาท ชุมชนศิลปหัตถกรรมที่มีองค์ความรู้ที่ดี สามารถส่งต่อความรู้ให้คนอื่นได้ นอกจากจะทำให้รู้จักงานศิลปหัตถกรรมแล้ว ยังทำให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้ว่างานศิลปหัตถกรรมสมัยนี้แตกต่างจากเมื่อก่อน สามารถเป็นอาชีพที่เลี้ยงครอบครัวได้ เป็นงานที่มีเกียรติ มีศักดิ์ศรีของตัวเอง

โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ชุมชนเรียนรู้หัตถกรรมทั้ง 10 ชุมชน จะช่วยส่งต่อองค์ความรู้ด้านงานหัตถศิลป์ให้กับผู้ที่สนใจได้เข้ามาเรียนรู้ภูมิปัญญาเชิงช่างแห่งหัตถศิลป์กับครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม ทายาทช่างศิลปหัตถกรรม อันจะนำมาซึ่งการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ และสืบสานภูมิปัญญาเชิงช่างแห่งหัตถศิลป์ของประเทศไทย ที่เป็นทุนทรัพย์อันทรงคุณค่าของชาติ และสร้างภาคภูมิใจแก่ผู้รังสรรค์งานเกิดพลังความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการสืบสานงานหัตถศิลป์ไทยสืบไป.

สนับสนุนโดย: เข็มราช/สราวุธ แสวงวิชา

ข่าวสด

Khao Sod
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,550

Section: บันเทิง/สตรี/สุขภาพ

วันที่: พุธที่ 4 ตุลาคม 2561

ปีที่: 28

ฉบับที่: 10172

หน้า: 17(บขชว), 21

Col.Inch: 69.57

Ad Value: 107,833.50

PRValue (x3): 323,500.50

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: งานศิลป์ไลฟ์สไตล์ เทรนด์กราฟต์2019

งานศิลป์ไลฟ์สไตล์
เทรนด์กราฟต์2019
...สตรี

21



งานศิลป์ไลฟ์สไตล์ เทรนด์กราฟต์2019

จากความมุ่งมั่นสืบสานวัฒนธรรมสู่แนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) นำโดย อัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการ เป็นประธานในพิธีเปิดตัวหนังสือ SACICT Craft Trend 2019 พร้อมจัดแสดงนิทรรศการ ครั้งที่ 5 รวบรวมเทรนด์และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่น่าสนใจ 4 เทรนด์หลัก เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาและต่อยอดแนวคิดการผลิตผลงานหัตถกรรมให้สอดคล้องตลาด ที่ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ พระนครศรีอยุธยา

อัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กล่าวว่า งานศิลป์หัตถกรรมมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นสาขาที่กำลังเป็นที่สนใจของคนทั่วโลก งานศิลป์หัตถกรรมเข้าไปอยู่ในไลฟ์สไตล์และเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เทรนด์ต่างๆ มีบทบาทมากขึ้นเรื่อยๆ ทางเราจึงมีนโยบายการศึกษาวิจัยตลาดมากขึ้นและศึกษาแนวโน้มของต่างประเทศ



นางระวี อิงทวีบุณย์ รองผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ



ข่าวสด

Khao Sod
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,550

Section: บันเทิง/สตรี/สุขภาพ

วันที่: พุธที่ 4 ตุลาคม 2561

ปีที่: 28

ฉบับที่: 10172

Col.Inch: 69.57 Ad Value: 107,833.50

หน้า: 17(บนขวา), 21

PRValue (x3): 323,500.50

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: งานศิลป์ไลฟ์สไตล์ เทรนด์คราฟต์ 2019



เทรนด์งานคราฟต์ ถูกถ่ายทอดจากหนังสือสู่การจัดแสดงนิทรรศการใน Innovative Craft Gallery แบ่งออกเป็น 4 เทรนด์



รวบรวมชิ้นงานหัตถกรรมจากเหล่าดีไซเนอร์ไทยอันทรงคุณค่าที่สืบทอดมาจากภูมิปัญญาพื้นบ้านนำมาต่อยอดเป็นชิ้นงานอันมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นและตอบโจทย์ผู้บริโภคในปี 2019

เทรนด์แรกซึ่งเป็นหัวใจหลักของงานคือ **Retelling the Detailing** การนำเสนอที่นำไปของสินค้าหัตถกรรมด้วยการ “เล่าเรื่อง” เน้นการบอกคุณค่าผลิตภัณฑ์ นำเสนอเรื่องราวเชิงลึกในรายละเอียดซึ่งมีอยู่ในชิ้นคอนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเล่าประวัติศาสตร์ของแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ หรือชุมชน ต่อ ยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมให้มีเรื่องราวเพิ่มขึ้น อาทิ **มันั่งไม้** ผลงาน Thinkk Studio และ **กลุ่มแกะสลักบ้านตองกาย** จ.เชียงใหม่

เก้าอี้พลาสติกหุ้มเศษผ้าเก่าของ **ภาสุรี วิรัช** **วิบูลย์กิจ** หรือ **หูฟังตกแต่งลายเบญจรงค์** โดย **กฤษณ์ พุดพิมพ์** และ **บุญญารัตน์ เบญจรงค์** เทรนด์ที่สอง **Tropical Dream** การนำความเป็นธรรมชาติมาทำให้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันด้วยการจำลองบรรยากาศความเขียวไว้ในบ้านหรือที่ทำงาน รวมถึงการสร้างสรรค์กิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ผ่านการหยิบชิ้นงานของตกแต่งบ้านที่ใช้ “ไม้” และเส้นใยธรรมชาติเป็นวัสดุหลัก อาทิ เก้าอี้ stool จากไม้ไผ่สด เส้นสายจากธรรมชาติที่นำไปสู่

รูปทรงและลวดลายที่โดดเด่น โดย **Plural Designs** และชุมชนงานไม้ไผ่สด บ้านศรีปิ่นกราว จ.เชียงใหม่ เทรนด์ที่สาม

Righteous Crafts ความพิถีพิถันในการพิจารณาว่าสินค้าชิ้นนั้นๆ ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมหรือสังคมอย่างไรหรือไม่ เป็นการหันไปมอง “ที่มาที่ไป” ที่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรมของสินค้าแต่ละชิ้น การออกแบบที่นึกถึงวัฒนธรรมบริโภคนิยม การไม่ใช้วัสดุแบบทิ้งขว้าง เห็นได้จากผลงานตะกร้าใส่ของผลิตภัณฑ์งานจักสานจากเนื้อไม้และผิวไม้ ออกแบบโดย **Plural Designs** และ **กลุ่มจักสานไม้ไผ่** บ้านก้าน้อย อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่

สุดท้ายเทรนด์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว **Surreal Hospitality** พุคถึงการออกแบบตกแต่งสถานที่ต่างๆ ในรูปแบบที่สร้างความประทับใจจนเกิดการแชร์และบอกต่อ เป็นผลจากพฤติกรรมส่วนหนึ่งจากกลุ่มเจนเอเรชั่น Y การออกแบบในพื้นที่เหล่านั้นจึงเป็นโอกาสให้เกิดงานคราฟต์พื้นถิ่นสุดวิจิตรที่จะได้รับการประยุกต์ให้ร่วมสมัย ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายนี้ได้อย่างดีมากขึ้น เช่น ผลงานการออกแบบของ **กฤษณ์กฤษณ์** **ภัทรกฤตี** หยิบเอาเปลือกมาออกแบบให้เป็นชิ้นส่วนประดับตกแต่งผนัง ประกอบกับการใช้วิธีออกแบบเป็นชิ้นส่วนโมดูลาร์เพื่อให้ถอดประกอบปรับเปลี่ยนรูปทรงได้ง่าย

สนใจเข้าร่วมงานได้ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไปที่ **Innovative Craft Gallery** ชั้น 2 อาคารศาลาพระมิ่งมงคล ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

งานศิลป์ไลฟ์สไตล์
เทรนด์คราฟต์ 2019
...สตรี

21

งานศิลป์ไลฟ์สไตล์ เทรนด์คราฟต์ 2019



จากความมุ่งมั่นสืบสานวัฒนธรรมสู่แนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) นำโดย อัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการ เป็นประธานในพิธีเปิดตัวหนังสือ SACICT Craft Trend 2019 พร้อมจัดแสดงนิทรรศการ ครั้งที่ 5 รวบรวมเทรนด์และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่น่าสนใจ 4 เทรนด์หลัก เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาและต่อยอดแนวคิดการผลิตผลงานหัตถกรรมให้สอดคล้องตลาด ที่ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ พระนครศรีอยุธยา

อัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กล่าวว่า งานศิลปหัตถกรรมมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นสาขาที่กำลังเป็นที่สนใจของคนทั่วโลก งานศิลปหัตถกรรมเข้าไปอยู่ในไลฟ์สไตล์และเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เทรนด์ต่างๆ มีบทบาทมากขึ้นเรื่อยๆ ทางเราจึงมีนโยบายการศึกษาวิจัยตลาดมากขึ้นและศึกษาแนวโน้มของต่างประเทศ



แสงระวี สิงห์วิบูลย์ รองผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ





เทรนด์งานคราฟต์ถูกถ่ายทอดจากหนังสือสู่การจัดแสดงนิทรรศการใน Innovative Craft Gallery แบ่งออกเป็น 4 เทรนด์



รวบรวมชิ้นงานหัตถกรรมจากเหล่าศิลปินชาวไทยอันทรงคุณค่าที่สืบทอดมาจากภูมิปัญญาพื้นบ้านนำมาต่อยอดเป็นชิ้นงานอันมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นและตอบโจทย์ผู้บริโภคในปี 2019

เทรนด์แรกซึ่งเป็นหัวใจหลักของงานคือ **Retelling the Detailing** การนำเสนอที่มุ่งไปที่ของสินค้าหัตถกรรมด้วยการ “เล่าเรื่อง” เน้นการบอกเล่าคุณค่าผลิตภัณฑ์ นำเสนอเรื่องราวเชิงลึกในรายละเอียดซึ่งมีอยู่ในขั้นตอนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเล่าประวัติศาสตร์ของแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ หรือชุมชน ต่อ ยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความน่าสนใจมากขึ้น อาทิ **มันังไม้** ผลงาน **Think Studio** และ **กลุ่มแกะสลักบ้านตองกาย** จ.เชียงใหม่

เก้าอี้พลาสติกหุ้มเศษผ้าเก่าของ **ภาสุรี วิรัช วิบูลย์กิจ** หรือ **หูฟังตกแต่งลายเบญจรงค์** โดย **กฤษณ์ พุฒพิมพ์** และ **บุญญารัตน์ เบญจรงค์** เทรนด์ที่สอง **Tropical Dream** การนำความเป็นธรรมชาติมาทำให้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันด้วยการจำลองบรรยากาศความเขียวไว้ในบ้านหรือที่ทำงาน รวมถึงการสร้างสรรค์กิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ผ่านการหยิบชิ้นงานของตกแต่งบ้านที่ใช้ “ไม้” และเส้นใยธรรมชาติเป็นวัสดุหลัก อาทิ เก้าอี้สตูลจากไม้ไผ่สด เส้นสายจากธรรมชาติที่นำไปสู่

รูปทรงและลวดลายที่โดดเด่น โดย **Plural Designs** และชุมชนงานไม้ไผ่ชุด บ้านศรีปิ่นกรวิ จ.เชียงใหม่ เทรนด์ที่สาม

Righteous Crafts ความพิถีพิถันในการพิจารณาว่าสินค้าชิ้นนั้นๆ ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมหรือสังคมอย่างไรหรือไม่ เป็นการหันไปมอง “ที่มาที่ไป” ที่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรมของสินค้าแต่ละชิ้น การออกแบบที่นึกถึงวัฒนธรรมบริโภคนิยม การไม่ใช้วัสดุแบบทิ้งขว้าง เห็นได้จากผลงานตะกร้าใส่ของผลิตภัณฑ์งานจักสานจากเนื้อไม้และผิวไผ่ ออกแบบโดย **Plural Designs** และ **กลุ่มจักสานไม้ไผ่** บ้านกายน้อย อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่

สุดท้ายเทรนด์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว **Surreal Hospitality** พุฒถึงการออกแบบตกแต่งสถานที่ต่างๆ ในรูปแบบที่สร้างความประทับใจจนเกิดการแชร์และบอกต่อ เป็นผลจากพฤติกรรมส่วนหนึ่งจากกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y การออกแบบในพื้นที่เหล่านั้นจึงเป็นโอกาสให้เกิดงานคราฟต์พื้นถิ่นสุดวิจิตรที่จะได้รับการประยุกต์ให้ร่วมสมัย ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายนี้ได้อย่างดีมากชิ้น เช่น ผลงานการออกแบบของ **กฤษณะลักษณ์ ภัครฤทธิ** หยิบเอาเปลือกมาออกแบบให้เป็นชิ้นส่วนประดับตกแต่งผนัง ประกอบกับการใช้วิธีออกแบบเป็นชิ้นส่วนโมดูลาร์เพื่อให้ถอดประกอบปรับเปลี่ยนรูปทรงได้ง่าย

สนใจเข้าร่วมงานได้ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไปที่ **Innovative Craft Gallery ชั้น 2 อาคารศาลาพระมิ่งมงคล ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)** อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เปิดชื่อ 10 ชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม

เชียงใหม่ - นางอัมพวัน พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT กล่าวว่า โครงการชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม (Craft Communities)

มี 10 ชุมชน 13 แหล่งเรียนรู้ 1. ชุมชนหัตถกรรมใน อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ 3 แหล่งเรียนรู้ มีแหล่งเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาไม้ต้นสลาแดง หัตถกรรมเครื่องเงินบ้านกาต หัตถกรรมร่มโบราณ (จ้องแดงบ้านคอนเปา) 2. กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเคลือบเวียงกาหลง จ.เชียงราย 3. ชุมชนหัตถกรรมทอผ้าแพรวาบ้านโพน จ.กาฬสินธุ์ 4. ชุมชนหัตถกรรมผ้าโฮล และเครื่องเงิน จ.สุรินทร์ ประกอบด้วย 2 แหล่งเรียนรู้ 4.1 ชุมชนหัตถกรรมผ้าโฮล 4.2 วิสาหกิจชุมชนลุงป่วน เครื่องเงินลายโบราณ

5. กลุ่มทอผ้าไหมยกทอง จันทร์โสมมา บ้านท่าสว่าง จ.สุรินทร์ 6. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง จ.ชัยภูมิ 7. กลุ่มอนุรักษ์บาตรไทย และภูมิปัญญาไทย (บ้านบาตร) กทม. 8. พิพิธภัณฑ์ของเล่นพื้นบ้านรุ่งอรุณทวีวัฒนา กทม. 9. จิปาถะภัณฑ์สถานบ้านคูบัว จ.ราชบุรี 10. ดาหลาบาติก ครูช่างธนินทร์ธร จ.กระบี่

เปิดชื่อ 10 ชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม

เชียงใหม่ - นางอัมพวัน พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT กล่าวว่า โครงการชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม (Craft Communities)

มี 10 ชุมชน 13 แหล่งเรียนรู้ 1. ชุมชนหัตถกรรมใน อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ 3 แหล่งเรียนรู้ มีแหล่งเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาไม้ต้นสลาแดง หัตถกรรมเครื่องเงินบ้านกาต หัตถกรรมร่มโบราณ (จ้องแดงบ้านคอนเปา) 2. กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเคลือบเวียงกาหลง จ.เชียงราย 3. ชุมชนหัตถกรรมทอผ้าแพรวาบ้านโพน จ.กาฬสินธุ์ 4. ชุมชนหัตถกรรมผ้าโฮล และเครื่องเงิน จ.สุรินทร์ ประกอบด้วย 2 แหล่งเรียนรู้ 4.1 ชุมชนหัตถกรรมผ้าโฮล 4.2 วิสาหกิจชุมชนลุงป่วน เครื่องเงินลายโบราณ

5. กลุ่มทอผ้าไหมยกทอง จันทร์โสมมา บ้านท่าสว่าง จ.สุรินทร์ 6. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง จ.ชัยภูมิ 7. กลุ่มอนุรักษ์บาตรไทย และภูมิปัญญาไทย (บ้านบาตร) กทม. 8. พิพิธภัณฑ์ของเล่นพื้นบ้านรุ่งอรุณทวีวัฒนา กทม. 9. จิปาถะภัณฑ์สถานบ้านคูบัว จ.ราชบุรี 10. ดาหลาบาติก ครูช่างธนินทร์ธร จ.กระบี่

ภูมิปัญญางานหัตถกรรม

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SAC-ICT จัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการชุมชนเรียนรู้หัตถกรรมปี 2561 และกิจกรรม Fam Trip เพื่อการเข้าถึงชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม ณ แหล่งเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผาบ้านต้นส่ำแดง, หัตถกรรมเครื่องเงินบ้านกาด และหัตถกรรมรมโบราณ “จ้องแดงบ้านคอนเปา” ต.คอนเปา อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ โดยมีนายมนัส สุริยะสิงห์ นายอำเภอแม่วาง เป็นผู้แทนผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ พร้อมผู้แทนจากหน่วยงานในพื้นที่ และครูช่างศิลปหัตถกรรมจากแหล่งเรียนรู้ ทั้ง ๑ แห่งร่วมงาน เพื่อพัฒนาศูนย์เรียนรู้งานหัตถกรรมที่มีครูศิลป์ของแผ่นดิน และครูช่างศิลป์หัตถกรรมเป็นชุมชนการเรียนรู้ ถ่ายทอดภูมิปัญญางานหัตถกรรม ผ่านการท่องเที่ยววิถีชุมชน รวมทั้งสร้างการรับรู้ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างของงานหัตถกรรมครูศิลป์ของแผ่นดิน จึงได้มีการเปิดตัวขึ้นอย่างเป็นทางการ.

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 200,000
Ad Rate: 2,400

Section: First Section/-

วันที่: จันทร์ 15 ตุลาคม 2561

ปีที่: 32

ฉบับที่: 10980

Col.Inch: 31.58 Ad Value: 75,792

คอลัมน์: Biz@Design: วิสัยทัศน์สร้างแบรนด์

หน้า: 10(ล่างซ้าย)

PRValue (x3): 227,376

ศิลปิน: สีสี่



วิสัยทัศน์สร้างแบรนด์



“วิสัยทัศน์” อีกหนึ่งหัวใจสำคัญที่บทความนี้นำเสนอ บ่อยครั้งเพื่อสะกิดให้ผู้ประกอบการตลอดจนนักออกแบบ ว่าอย่าหลงลืมความสำคัญของวิสัยทัศน์ที่กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ งานบริการรวมไปถึงการให้ความสำคัญกับพนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด หรืออาจกล่าวง่ายๆ ว่า **วิสัยทัศน์** ก็คือแผนที่การเดินทางเพื่อให้องค์กรไปสู่จุดหมายปลายทางที่วางไว้

TIMA แแบรนด์ที่มีวิสัยทัศน์ในการนำอัตลักษณ์ของภาคใต้ มาเป็นต้นตอแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สู่สากล **ศุภชัย แก้วทรวงศ์** ผู้ก่อตั้งแบรนด์นำประสบการณ์การทำงานในแวดวงงานออกแบบเดินทางกลับบ้านเกิดที่นครศรีธรรมราช พร้อมเริ่มต้นพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นได้ โดยนำ TIMA รากศัพท์ภาษา馬來แปลว่า ภาชนะตักน้ำ ภูมิปัญญาการนำวัสดุพื้นถิ่นมาเป็นตราสัญลักษณ์และชื่อของแบรนด์



ชิ้นงานที่โดดเด่น และสร้างชื่อเสียงคือ **โคมไฟจาก (JAAK Lighting)** ที่นำภูมิปัญญา



การทำทรงนกและรูปทรงของโคมจาก (หลายของผลจาก) มาออกแบบให้มีอัตลักษณ์โดดเด่นจนคว้ามาหลายรางวัล

เช่น The Winner of Innovative Craft Design Award 2015 จากศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT) รางวัลงานออกแบบยอดเยี่ยม DEmark จากกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

แต่การพัฒนาไม่หยุดอยู่ตรงนั้น ศุภชัยยังนำแนวคิดนี้สานต่อสู่ผลิตภัณฑ์อีกหลากหลาย เช่น จากโต๊ะกาแฟ (JAAK Coffee Table) และ จากเก้าอี้ (JAAK Stool) ที่ยังแฝงเสน่ห์ของทรงนกและรูปทรงของโคมจากเอาไว้

นอกจากนี้ยังนำวัสดุและทักษะงานช่างหัตถกรรมอื่นๆ ของภาคใต้ มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อีกหลากหลายคอลเลคชั่น เช่น Hang Auan Collection กับการนำทักษะงานสานใบจากมาพัฒนาเป็นกระเป๋า, Kanjaak Collection กับการนำกันใบจากมาสานเป็นภาชนะใส่ของ

อีกหนึ่งแนวคิดการทำงานดี ที่ผู้ประกอบการและนักออกแบบควรศึกษา เพราะการสร้างแบรนด์ไม่ใช่การเดินทางตามเทรนด์หรือหลงไหลไปกับแฟชั่น แต่คือการค้นตัวตนเพื่อสร้างอัตลักษณ์ พร้อมกำหนดวิสัยทัศน์การทำงาน เพื่อให้ทุกก้าวเดินของเราไม่หลงทาง

เครื่องเงินเครื่องทอง เครื่องแต่งกายสมัยอยุธยา หูหราไม่น้อยหน้าใคร

เราเคยได้เห็นภาพเครื่องแต่งกาย ชาวของเครื่องใช้ของกษัตริย์และเจ้านายสมัยอยุธยามาบ้าง ในหนังสือ หรือในหนังสือ ซึ่งทำขึ้นมาจากแบบในหลักฐานทางประวัติศาสตร์ บ้างก็ใกล้เคียง บ้างก็ไม่ใกล้เคียงเลย

ถ้าใครสนใจอยากเห็นของจริงที่หลงเหลือรอดพ้นกาลเวลา และของทำเลียนแบบที่ใกล้เคียงของจริง สามารถไปชมได้ที่ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT ซึ่งขณะนี้กำลังจัดนิทรรศการ “เครื่องเงิน-เครื่องทอง และเครื่องแต่งกายในสมัยอยุธยา” เพื่อให้ผู้เข้าชมได้เข้าใจกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรม ความนิยมตามชนบประเพณี และวัฒนธรรมสมัยอยุธยาที่มีรูปแบบต่างกัน โดยอ้างอิงตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ อาศัยข้อมูลจากเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร

ต่างราชวงศ์ต่างรูปแบบศิลปกรรม

อ.เผ่าทอง ทองเจือ ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าและวัฒนธรรมไทย ให้ข้อมูลภาพกว้างว่า กรุงศรีอยุธยามีราชวงศ์ปกครองถึง 5 ราชวงศ์ มีกษัตริย์ถึง 34 รัชกาล และมีความผันผวนทางการเมืองการปกครองพอสมควร แต่ละราชวงศ์มีสายพระราชมารดา หรือสายแผ่นดินแม่ หรือสายราชมาตุภูมิ ที่เป็นแดนกำเนิดปฐมวงศ์ ซึ่งการสร้างสรรครูปแบบเครื่องแต่งกายในแต่ละราชวงศ์ นั้นได้รับอิทธิพลมาจากแผ่นดินแม่ของแต่ละราชวงศ์

ราชวงศ์อู่ทอง สันนิษฐานว่ามีสายราชมาตุภูมิมาจาก ละโว้ หรือลพบุรี ซึ่งเป็นเมืองขึ้นของกัมพูชา ฉลองพระองค์ของกษัตริย์ราชวงศ์อู่ทองจึงน่าจะได้รับอิทธิพลเขมร และมีเอกสารจากบันทึกของนักเดินทางชาวต่างชาติที่กล่าวถึงคนอยุธยาตอนต้นว่า มีการไว้ผมมวย การนุ่งโจงกระเบน หยักรั้งสั้น ซึ่งในปัจจุบันมีการค้นคว้าและนำมาวิเคราะห์รูปแบบการแต่งกายสมัยอยุธยามากขึ้น

ราชวงศ์ที่ 2 ราชวงศ์สุพรรณภูมิ มาจากแถบจังหวัดสุพรรณบุรี แล้วแต่งงานกับราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิปกครองยาวนานเกือบ 200 ปี ราชวงศ์สุพรรณภูมิมีการผสมผสานกับราชวงศ์อู่ทองในช่วงต้น ช่วงกลางผสมผสานกับราชวงศ์พระร่วง และในช่วงปลายแต่งงานกันเอง

ในราชวงศ์ ซึ่งเป็นคนพื้นเมืองอยุธยา เพราะฉะนั้น เครื่องแต่งกายในราชวงศ์สุพรรณภูมิจึงมีความหลากหลายมาก ราชวงศ์ที่ 3 ราชวงศ์พระร่วง สืบสายพระราชมาตุภูมิมาจากล้านนา เครื่องแต่งกายในราชวงศ์พระร่วงจึงมีอิทธิพลมาจากล้านนา

ราชวงศ์ที่ 4 ราชวงศ์ปราสาททอง มีการผสมผสานกันขององค์ปฐมวงศ์ พระราชบิดาองค์ปฐมวงศ์เป็นราชวงศ์สุพรรณภูมิ พระราชมารดาเป็นราชวงศ์พระร่วง ฉะนั้น แรงบันดาลใจในช่วงต้นมีการผสมผสานกันระหว่างรูปแบบการแต่งกายของสุพรรณบุรีกับล้านนา

ราชวงศ์ที่ 5 ราชวงศ์บ้านพลูหลวง ไม่มีสายพระราชมาตุภูมิที่เป็นเจ้านายจากราชวงศ์ก่อน ๆ องค์ปฐมวงศ์เป็นสามัญชนธรรมดา เพราะฉะนั้น รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความผสมผสานกันแบบความเป็นพื้นถิ่นอยุธยาอย่างมาก นอกจากนั้น รูปแบบของราชวงศ์บ้านพลูหลวง ซึ่งเป็นราชวงศ์สุดท้ายได้ส่งอิทธิพลมาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นอย่างชัดเจน เพราะงานศิลปกรรมที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 คือ งานศิลปกรรมที่มาจากอยุธยาอย่างแท้จริง

เครื่องทองเครื่องเงินหลากหลายรูปแบบ สะท้อนความรุ่งเรือง

ส่วนเครื่องทอง เครื่องเงิน และเครื่องประดับในสมัยอยุธยา ศาวิศา จินดาวงษ์ ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา บอกว่า เครื่องทองในสมัยอยุธยาพบจำนวนมากที่กรุวัดราชบูรณะ ซึ่งเป็นกรุที่สำคัญมาก เป็นกรุฝังสมบัติของเจ้าสามพระยา

ในสมัยอยุธยามีการใช้ทองคำทำงานศิลปกรรมหลายรูปแบบมาก โดยเฉพาะเครื่องทองที่พบในกรุวัดราชบูรณะ เป็นเครื่องทองของพระมหากษัตริย์ มีทั้งเครื่องราชูปโภค ถนิมพิมพาภรณ์ ของที่ทำเพื่อถวายทางพระพุทธศาสนา และพบเหรียญไขนุลาบิติน กษัตริย์เปอร์เซียที่เป็นยุคเดียวกันกับสมเด็จพระเจ้าสามพระยา ทำให้ทราบว่ามีการติดต่อค้าขายระหว่างอยุธยาและอาหรับในสมัยอยุธยาตอนต้น

ประชาชาติ ธุรกิจ

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

Section: ดีไลฟ์/-

วันที่: พุธที่ 18 - อาทิตย์ 21 ตุลาคม 2561

ปีที่: 41

ฉบับที่: 5089

หน้า: 26(บน)

Col.Inch: 138.46 Ad Value: 186,921

PRValue (x3): 560,763

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: เครื่องเงินเครื่องทอง เครื่องแต่งกายสมัยอยุธยา ทูรุษราไม้น้อยหน้าใคร



จากการที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาได้ดำเนินการศึกษาเครื่องทองกรุงรัตนโกสินทร์ สามารถแบ่งเครื่องทองออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. พระพุทธรูป ซึ่งส่วนใหญ่สร้างจากทองและเงิน แบ่งได้ตามลักษณะ คือ พระหล่อจากทองคำ พระพิมพ์ พระดิน และพระบุ

2. ถิ่นพิมพ์พารณ คือ เครื่องทรงของพระมหากษัตริย์ ซึ่งมีเทคนิคที่แยบยลมาก ทำด้วยมือทั้งหมด จากการศึกษาทดสอบโดยกระบวนการวิทยาศาสตร์ว่าเครื่องทองที่พบเป็นทองคำแท้หรือไม่ พบว่า ทองของกรุงรัตนโกสินทร์มีความบริสุทธิ์ 25.8 ส่วนทองวัดมหาธาตุ 24.7 นอกจากนั้นมีข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการจากการทดสอบครั้งนี้ คือพบว่าในเครื่องทองเหล่านั้นมีส่วนผสมบางอย่างที่ไม่มีในประเทศไทย

ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาบอกอีกว่า เครื่องราชูปโภคที่พบในกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นหลักฐานว่าอยุธยาได้รับอิทธิพลจากละโว้มาเยอะมาก และโบราณวัตถุบางส่วนบ่งบอกว่าอยุธยามีการติดต่อกับชายฝั่งต่างประเทศจริง นอกจากนั้นในการศึกษาทองที่แยกส่วนพบว่า มีโบราณวัตถุที่แปลกประหลาดยังไม่สามารถจะบ่งบอกได้ว่าคืออะไรอีกจำนวนมาก

เครื่องแต่งกาย ยิงยาวยิงหุรุษรา

ผศ.ดร.กิตติกรรณ์ นพอุดมพันธ์ รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ให้ข้อมูลว่า จากเอกสารทางประวัติศาสตร์หลายชิ้นพบว่า เครื่องแต่งกายสมัยอยุธยามีความหลากหลายมาก เพราะกรุงศรีอยุธยาเป็นระยะเวลาช้านาน และมีวัฒนธรรมจากที่ต่าง ๆ เข้ามา อยุธยาถือเป็นบ้านหลอมของวัฒนธรรมนานาอารยประเทศ อย่างในสมัยราชวงศ์อู่ทอง วัฒนธรรมหลักมาจากละโว้ คือยึดเกี่ยวกับความ



ประชาชาติ ธุรกิจ

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

Section: ดีไลฟ์/-

วันที่: พุธที่ 18 - อาทิตย์ 21 ตุลาคม 2561

ปีที่: 41

ฉบับที่: 5089

หน้า: 26(บน)

Col.Inch: 138.46 Ad Value: 186,921

PRValue (x3): 560,763

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: เครื่องเงินเครื่องทอง เครื่องแต่งกายสมัยอยุธยา หูหრაไม่น้อยหน้าใคร

เป็นเขมร เมื่อมีวัฒนธรรมอินโหลเข้ามาจึงเกิดการผสมผสานกัน หลอมรวมแล้วกลายเป็นแบบฉบับของอยุธยา

รูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสมัยอยุธยามีความยาวกรวยกราย เนื่องจากมีรากจากอินเดียและเขมร ซึ่งสะท้อนความรู้เรื่องของศิลปะสมัยอยุธยา สะท้อนความหรูหราในยุคสมัยนั้นที่ได้วัสดุต่างถิ่นมา และยังยาวกรวยกรายมากเท่าไร ยิ่งถือว่ารวยกว่า

ผศ.ดร.กิตติกรณ์บอกอีกว่า เครื่องทองกับเครื่องแต่งกายค่อนข้างจะเป็นเรื่องเดียวกัน ลวดลายกระบวนท่าบางอย่างในเสื้อผ้าส่งผลไปถึงเครื่องทอง เครื่องประดับ จากที่เคยปักดอกไม้เพื่อความสวยงาม ก็มีคนคิดว่าจะทำอย่างไรให้ดอกไม้อยู่ได้ยาวนาน เกิดเครื่องทองลวดลายต่าง ๆ ซึ่งยึดกระบวนลายมาจากลายผ้า

“นิทรรศการนี้จะเหมือนเรามองย้อนกลับไปดูว่า สมัยก่อนคนเขาอยู่กันอย่างไร หรือเขามีแรงบันดาลใจ มีความคิดอย่างไร เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นเรื่องต้นที่ทำให้เรามองย้อนกลับไปแล้วทำความเข้าใจว่า อยุธยาไม่ได้เกิดมาแล้วเป็นอยุธยาในทันที แต่อยุธยาที่มีราก มีดีเอ็นเอ ซึ่งนิทรรศการนี้จะนำเสนอให้เห็นว่า ดีเอ็นเอรากที่ 1 มาจากไหน รากที่ 2 ที่ 3 มาจากไหน และให้เห็นว่าการหลอมรวมสุดท้ายแล้วเป็นอย่างไร” ผศ.ดร.กิตติกรณ์บอก

ใครที่สนใจเนื้อหาจัดเต็มกว่านี้ สามารถไปชมนิทรรศการได้ที่หอสุพรรณ-พัสดร์ ชั้น 2 อาคารศาลาพระมิ่งมงคล ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา เวลา 08.00-17.00 น. เปิดให้เข้าชมโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย เปิดตัวคอลเลกชัน 'INDIGO II' ภายใต้คอนเซ็ปต์ Nature is More สีน้าฟ้าสีเขียวอมครามภูมิปัญญาชาวบ้านผสานความล้ำสมัย

คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย อดิโอมของทีระลิกคอลลเลคชันใหม่ล้ำสุดของสโมสรเลสเดอรืซดี ปรจจำปี 2019 ภายใต้ชื่อ INDIGO II (อินดิโก้ ทู) ทีได้รรับการออกแบบ และร้งสรค์ภายใต้แนวคืด 'Nature is More' สะทอนควมวงดงามของธรรมาคืดอินทรวงคณค้ำผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นของคณไทย พสานดีไซนและค้ทตั้งแบบร่วมสมี ทว่ายังคงเอกลัษณของฟ้าสีเขียวอมครามไทยไว้ยงดงาม

นายอัยยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ เปิดเผยว่า จากความสำเร็จของ INDIGO คอลลเลคชันแรกทีเปิดตัวไปเมื่อกลางปีทีผ่านมาทีระลิกคองกฤษ คิง เพาเวอร์ จึงได้ร่วมพัฒนาคอลลเลคชันสองกับชุมชนบ้านนาขาม จ้งหวัดสกลนคร, ทีมครูช่างคิลบหัตถกรรม ศูนย์ส่งเสริมคิลปอาชีพระหว่างประเทศ และทีมนักออกแบบของ กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ยงต่อเนื่อง ออกมาเป็นแนวคืด Nature is More เพิ่มลูกเล่น



และเดิมควมสนุกในการ mix and match โดยหยิบโทนสีครามมาเล่น มัดให้เป็นสายทาง และใส่เทคนิคการไล่สี โดยยงคงคุณสมบัติเด่นของฟ้าสีเขียวอมคราม ได้แก่ เป็นสีธรรมชาติ 100%, นุ่ม, ระบายอากาศได้ดี, สวมใส่สบาย และใช้ได้หลากหลายโอกาส ทุกชั้นผ่านการย้อมด้วยมือแบบดั้งเดิม คีอ ม้วน มัด และจุ่มในสีจนเกิดเป็นลวดลายเอกลัษณทีดงงาม ประณีต และมีเสน่ห์เฉพาะตัว

INDIGO II มีสินค้าให้เลือกทั้งเสื้อยืด



คอลลมแขนสั้น, เสื้อ สเวตเดอรื, เสื้อโปโล แขนสั้น, แจ็กเก็ต, แจ็กเก็ตแบบมีหมวกฟ้าพันคอ, หมวกแก๊ป, กระเป่า, หมอนอิง และลูกฟุตบอลฟ้า นอกจากการช่วยเหลือชุมชน ควมพิเศษของคอลลเลคชันนี้คือเรื่อง การดีไซนโดยทีมนักออกแบบจาก LCFC ประเทศอังกฤษได้ช่วยร่วมออกแบบให้สินค้ำมีความโดดเด่นมากขึ้นเพื่อตอยอดให้สินค้ำมีคุณภาพการดีไซนทีดีเทียบระดับโลก ราคาตั้งแต่ 690 - 2,190 บาท โดยจะวางจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 16 พย. 2561เป็นต้นไป ณ คิง เพาเวอร์ สาขาธารน้ำ, พัทยา (ยกเว้น แจ็กเก็ต และเสื้อสเวตเดอรื), ศรีวารี, ภูเก็ต และคิง เพาเวอร์ มหานคร (ยกเว้นลูกฟุตบอลฟ้า) ภายในสนามบินดอนเมือง, สนามบิน

สุวรรณภูมิ, สนามบินภูเก็ต และที เดอะ ซิตี้ แพลนส์ไตร์ แอท คิง เพาเวอร์ สเตเดียม เมืองเลสเดอรื ประเทศอังกฤษ (ยกเว้น แจ็กเก็ต, ฟ้าพันคอ และหมวกแก๊ป)

สำหรับ INDIGO เป็นโปรเจกต์ภายใต้โครงการ คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย ด้านชุมชน โดยควมร่วมมือระหว่างกลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ และชุมชนบ้านนาขาม จ้งหวัดสกลนคร โดยบริษัทฯ ได้เข้าไปห้องคืดควมรู้กับผู้ผลิตในชุมชนเพื่อตอยอดพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทยตลาดต่างประเทศ และเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้ำไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก แสดงศักยภาพฝีมือคณไทยให้เป็นที่รู้จักยงแพร่หลายในระดับสากล



การศึกษา-ศิลปวัฒนธรรม 17
'ผ้าคราม' ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย
จากบ้านนาขามสู่แผ่นดินอังกฤษ



'ผ้าคราม' ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย จากบ้านนาขามสู่แผ่นดินอังกฤษ

"คราม" หรือในภาษาอังกฤษคือ "Indigo" และในชื่อวิทยาศาสตร์คือ "Indigofera tinctoria" ครามนั้นเป็นพืชที่ยังไม่มีใครรู้แหล่งกำเนิดที่แท้จริงเพราะมีประวัติการเพาะปลูกและนำมาใช้ย้อมผ้าอย่างยาวนานหลายพันปีในหลายภูมิภาคของโลก สีครามถูกบันทึกในประวัติศาสตร์หลายอารยธรรมของมนุษยชาติตั้งแต่เมโสโปเตเมีย กรีก โรมัน อินเดีย จีน แม้กระทั่งหลายชนเผ่าในทวีปแอฟริกา

ในสมัยโบราณสีครามธรรมชาติมีราคาแพงมาก ดังนั้นผ้าที่เกิดจากการย้อมสีครามจึงมักมีแต่เฉพาะชนชั้นสูงเท่านั้นที่สามารถมีไว้ในครอบครองได้ สำหรับในเอเชียเชื่อกันว่าอินเดียเป็นผู้ริเริ่มใช้ครามย้อมผ้าเป็นอารยธรรมแรกก่อนแผ่ขยายไปยังจีน ญี่ปุ่น รวมถึงในดินแดนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยดินแดนแถบนี้ที่ปัจจุบันคือประเทศไทย แหล่งปลูกต้นครามที่ดีที่สุดอยู่ในพื้นที่จ.สกลนคร

"กระบวนการสกัดสีครามจากธรรมชาติ" เริ่มจากการนำใบครามสดจากต้นมาหมักบ่มในถังที่เติมน้ำฝนจนท่วม แช่ทิ้งไว้ 1 วัน จากนั้นใส่ปูนแดงแล้วกวนให้ได้ที่เนื้อสีที่เข้มข้นก่อนจะกรองน้ำออกเพื่อสกัดจุลินทรีย์ออกมา นำไปเลี้ยงโดยการเติมน้ำฝน กลัวย่นน้ำว่าและเหล่าชาวมาถึงขั้นนี้จะได้ "สีดิบ" เป็นสีเหลืองสุกพร้อมย้อมสำหรับนำผ้าที่ต้องการย้อมจุ่มลงไป เมื่อสีเกิดปฏิกิริยากับอากาศก็จะเปลี่ยนเป็นสีครามโทนฟ้าสวยงาม



อัยยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา กับคอลเลกชัน "อินดิโก้ (INDIGO)"

ปัจจุบันหากใครมีโอกาสได้ไปชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ณ ประเทศอังกฤษ (English Premier League) ในนัดที่สโมสร "เดอะฟ็อกซ์ (The Fox)" เลสเตอร์ ซิตี้ (Leicester City) เปิดบ้านรับการมาเยือนของทีมคู่แข่ง สิ่งหนึ่งที่จะได้เห็นเมื่อเข้าไปเยี่ยมชมร้านขายของที่ระลึกของสโมสรคือสินค้าที่มีสีครามทั้งเสื้อ หมวก ผ้าพันคอ ฯลฯ วางจำหน่ายให้ได้เลือกซื้อกันและได้รับความสนใจไม่น้อยจากผู้พบเห็น

ทั้งหมดนี้มาจากความตั้งใจของ อัยยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่ม

แนวหน้า

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,500

Section: วาไรตี้/การศึกษา-ศิลปวัฒนธรรม

วันที่: อังคาร 30 ตุลาคม 2561

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13702

หน้า: 1 (บนซ้าย), 17

Col.Inch: 118.33 Ad Value: 177,495

PRValue (x3): 532,485

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'ผ้าคราม' ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยจากบ้านนาขามสู่แผ่นดินอังกฤษ

บริษัท คิง เพาเวอร์ (King Power) ที่ขอเป็นส่วนหนึ่งในการนำผลิตภัณฑ์ไทยทะยานไกลสู่สายตาชาวโลกอีกด้วย ภายใต้ชื่อ “อินดิโก้ (INDIGO)” โดยเป็นความร่วมมือกันระหว่าง คิง เพาเวอร์ กับ “ชุมชนบ้านนาขาม” ต.เชิงชุม อ.พรหมนิคม จ.สกลนคร ด้วยเล็งเห็นโอกาสที่การยอมรับอันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นจะผสานพลังกับนัยออกแบบฝีมือเยี่ยม

จากความสำเร็จของคอลเลคชั่นอินดิโก้ ลอตแรกซึ่งเปิดตัวไปเมื่อเดือน พ.ค. 2561 ที่ทำยอดขายได้ดีต่อเนื่อง ล่าสุดเมื่อเร็วๆ นี้ อัยวัฒน์ เปิดเผยว่า ถึงเวลา “สานต่อ” โดยออกคอลเลคชั่น “อินดิโก้ ทู (INDIGO II)” ระดมสมองร่วมกันทั้งจากชุมชนบ้านนาขาม ทีมนักออกแบบจาก คิง เพาเวอร์ และทีมครุช่างศิลปหัตถกรรม ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT) จนออกมาเป็นแนวคิด Nature is More เพิ่มลูกเล่น และเติมความสนุกในการ mix and match โดยหยิบโทนสีครามมาเล่น มัดให้เป็นลายทางและใส่เทคนิคการไล่สี

ที่สำคัญ “ทุกชิ้นผ่านการย้อมด้วยมือแบบดั้งเดิม” คือมัดมัด และจุ่มในสีจนเกิดเป็นลวดลายเอกลักษณ์ที่งดงาม ประณีต และมีเสน่ห์เฉพาะตัว โดยยังคงเอกลักษณ์จากคอลเลคชั่นชุดแรก คือเป็นสีจากธรรมชาติ 100% สีลันติดทนนาน ป้องกันรังสี UV กันยูง เนื้อผ้านุ่ม สวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี สีลันและลายผ้ามีความเป็นเอกลักษณ์ทุกชิ้น โดยคอลเลคชั่น INDIGO II มีทั้งเสื้อยืดคอกลมแขนสั้น, เสื้อสเวตเตอร์, เสื้อโปโลแขนสั้น, แจ็กเกต, แจ็กเกตแบบมีหมวก ผ้าพันคอ, หมวกแก๊ป, กระเป๋า, หมอนอิง และลูกฟุตบอลผ้า

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ ยังกล่าวอีกว่า ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นภายใต้แนวคิด “KING POWER THAI POWER”



การย้อมและทอผ้าครามที่ชุมชนบ้านนาขาม ต.เชิงชุม อ.พรหมนิคม จ.สกลนคร

พลังคนไทย ที่ต้องการสืบสานภูมิปัญญาของคนไทย คือการย้อมผ้าคราม อันเป็นวิถีชีวิตท้องถิ่นของคนบ้านนาขามให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จึงริเริ่มโครงการ INDIGO โดยนำเทคนิคการ

ย้อมครามจากชุมชนมาต่อยอดด้วยการออกแบบให้ทันสมัย ผ่านเสื้อผ้าและของที่ระลึกคอลเลคชั่นพิเศษ INDIGO ภายใต้แบรนด์ เลสเตอร์ ซิตี้ ฟุตบอลคลับ เพื่อเพิ่มรายได้และสร้างอาชีพอย่างยั่งยืนสู่ชุมชน และทุกคนร่วม

และสำหรับ INDIGO II นี้ยังได้ทีม นักออกแบบจาก LCFC ประเทศอังกฤษได้ ช่วยร่วมออกแบบให้สินค้ามีความโดดเด่นมากขึ้น เพื่อต่อยอดให้สินค้ามีคุณภาพการดีไซน์ทัดเทียมระดับโลกด้วย ซึ่งกำหนดเปิดตัวอย่างเป็นทางการในวันที่ 16 พ.ย. 2561 ที่จะถึงนี้!!!