

'คิง เพาเวอร์' เปิดตัวคอลเลกชัน 'INDIGO II' ภูมิปัญญาชาวบ้านผสานความล้ำสมัยสู่ระดับอินเตอร์



เสื้อย้อมครามไทยหลากหลายแบบ ภูมิปัญญาชาวบ้านผสานความล้ำสมัยอย่างลงตัว

เปิดตัวของที่ระลึกคอลเลกชันใหม่ล่าสุดของ โบลโมตร เลสเตอร์ ซิตี้ ประจำปี 2019 ภายใต้ชื่อ INDIGO II อย่างเป็นทางการแล้วสำหรับ คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย โดยเอาดีจากคอลเลกชันใหม่ล่าสุดที่ได้รับการออกแบบและรังสรรค์ภายใต้แนวคิด Nature is More สะท้อนความงดงามของธรรมชาติอันทรงคุณค่าผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนไทย ผสานดีไซน์และคัดติ้งแบบร่วมสมัย ทว่ายังคงเอกลักษณ์ของผ้าสีย้อมครามไทยไว้อย่างงดงาม

อัยยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ กล่าวว่า "จากความล้ำเจ๋งของ INDIGO คอลเลกชันแรกที่เปิดตัวไปเมื่อกลางปีที่ผ่านมาที่ประเทศอังกฤษ คิง เพาเวอร์ จึงได้ร่วมพัฒนาคอลเลกชันสองกับชุมชนบ้านนาขาม จังหวัดสกลนคร, ทีมครูช่างศิลปหัตถกรรม ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ และทีมนักออกแบบของกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์อย่างต่อเนื่อง ออกมาเป็นแนวคิด Nature is More เพิ่มลูกเล่นและเติมความสนุกในการ mix and match โดยหยิบโทนสีครามมาเล่น มัดให้เป็นลายทางและใส่

เทคนิคการไล่สี โดยยังคงคุณสมบัติเด่นของผ้าสีย้อมคราม ได้แก่ เป็นสีธรรมชาติ 100% เนื้อผ้านุ่มและระบายอากาศได้ดี ทำให้สวมใส่ได้อย่างสบาย และใช้ได้หลากหลายโอกาส ทุกชิ้นผ่านการย้อมด้วยมือแบบดั้งเดิม คือ ม้วนมัด และจุ่มในสีจนเกิดเป็นลวดลายเอกลักษณ์



ฟุตบอลสีย้อมครามสไตล์ไทย เท่ไม่เหมือนใคร

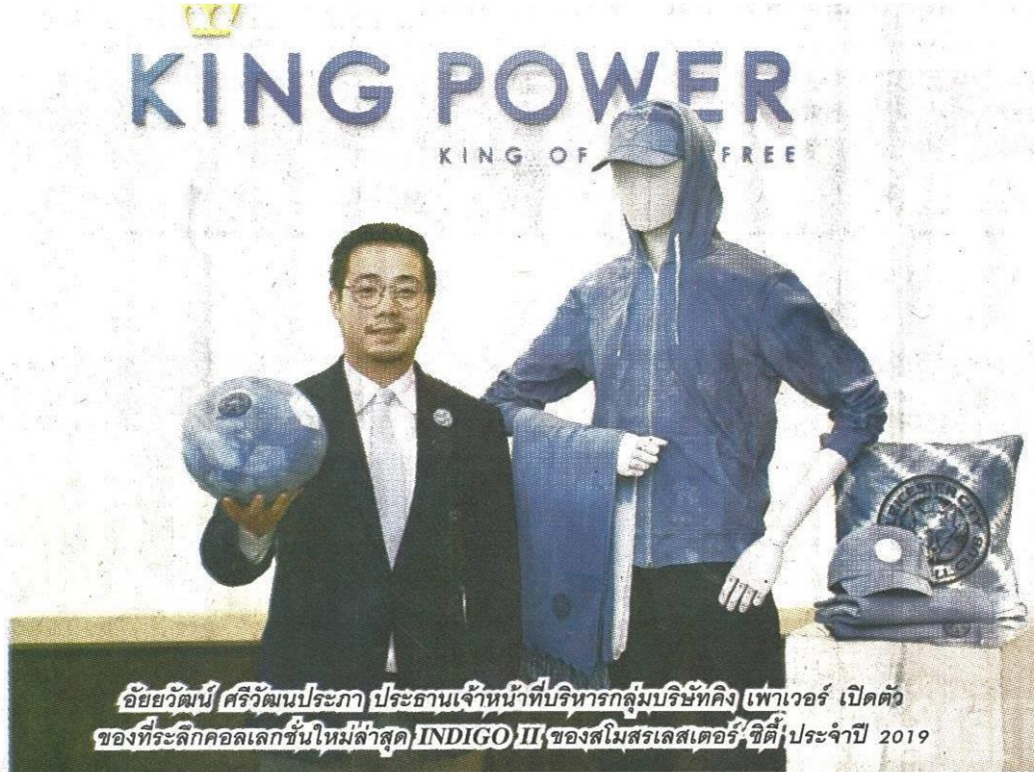


หมวกแก๊ปหลายลายให้เลือกสรร

ทั้งงดงาม ประณีต และมีเสน่ห์เฉพาะตัว"

สำหรับ INDIGO II มีสินค้าให้เลือก ทั้งเสื้อยืดคอกลมแขนสั้น, เสื้อสเวตเตอร์, เสื้อโปโลแขนสั้น, แจ็กเก็ต, แจ็กเก็ตแบบมีหมวก, ผ้าพันคอ, หมวกแก๊ป, กระเป๋า, หมอนอิง และลูกฟุตบอลผ้า นอกจากการช่วยเหลือชุมชน

ความพิเศษของคอลเลกชันนี้คือเรื่องการดีไซน์ โดยทีมนักออกแบบจาก LCFC ประเทศอังกฤษ ได้ช่วยร่วมออกแบบให้สินค้ามีความโดดเด่นมากขึ้นเพื่อต่อยอดให้สินค้ามีคุณภาพการดีไซน์ทัดเทียมระดับโลก ราคาตั้งแต่ 690-2,190 บาท โดยจะวางจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 16 พ.ย. 2561



เป็นต้นไป ณ คิง เพาเวอร์ สาขารวงน้ำ, พัทยา (ยกเว้นแจ็กเกตและเสื้อเวดเตอร์), ศรีวิภา, ภูเก็ต และคิง เพาเวอร์ มหานคร (ยกเว้นลูกฟุตบอล) ภายในสนามบึงคอนเมือง, สนามบึงสุวรรณภูมิ, สนามบึงภูเก็ต และที่เดอะ ซิตี้ แพลสโตร้ แอท คิง เพาเวอร์ สเตเดียม เมือง

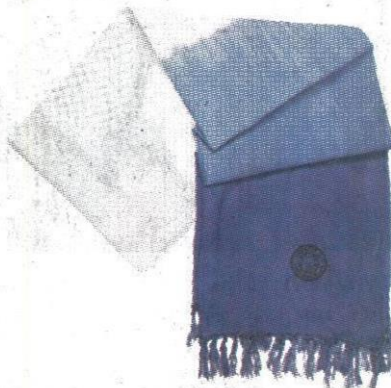
เลสเตอร์ ประเทศอังกฤษ (ยกเว้นแจ็กเกต, ผ้าพันคอ และหมวกแก๊ป)

คอลเลกชันใหม่ล่าสุด INDIGO เป็นโปรเจกต์ภายใต้โครงการ คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย ด้านชุมชน โดยความร่วมมือระหว่างกลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ และชุมชนบ้าน

นาขาม จังหวัดสกลนคร โดยบริษัทได้เข้าไปให้องค์ความรู้กับผู้ผลิตในชุมชน เพื่อต่อยอดพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดต่างประเทศ และเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก แสดงศักยภาพฝีมือคนไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับสากล



หมอนที่ระลึกสุดเก๋



ผ้าพันคอลายเอกลักษณ์ไทยใหม่ล่าสุดจากสโมสรเลสเตอร์ ซิตี้

ปั้นฮับหัตถกรรม4.0



ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพ
ระหว่างประเทศจัด
ทัพองค์กรรับ 4.0
มุ่งสู่อับองค์ความรู้
งานศิลปหัตถกรรม
ไทย เร่งทำแอฟระบบ
ชำระเงิน

B7

SACICTปั้นฮับหัตถกรรม4.0

โพสต์ทูเดย์ - SACICT จัดทัพองค์กรรับ 4.0 มุ่งสู่อับหัตถกรรม เร่งทำแอฟพลิเคชันระบบชำระเงิน

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (SACICT) เปิดเผยว่า แผนงานของ SACICT ในปี 2562 จะมุ่งสร้างองค์กรสู่การเป็นศูนย์กลางองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมของประเทศไทย พร้อมมีฐานข้อมูล องค์ความรู้เชิงลึกเพื่อส่งเสริมการพัฒนาและการร่วมวิจัยข้อมูล พร้อมกับการขับเคลื่อนองค์กรสู่ 4.0 โดยปรับปรุง

เว็บไซต์และทำแอฟพลิเคชัน SACICT shop เพื่อทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมไทยได้อย่างสะดวก

ทั้งนี้ การจัดทำแอฟพลิเคชันจะจัดกลุ่มสินค้าให้เป็นหมวดหมู่และจัดทำระบบการชำระเงิน (เพย์เมนต์) ที่รองรับรูปแบบการชำระเงินที่หลากหลายให้ครอบคลุมพร้อมกันนี้จะผลักดันการสร้างแบรนด์ให้แก่ผู้ประกอบการหัตถกรรม ที่จะคัดเลือกเข้าร่วมโครงการพัฒนาจำนวน 20 ราย เพื่อสร้างแบรนด์ให้โดดเด่น และ

จะสร้างแบรนด์ต้นแบบให้สำเร็จ 10 ราย ให้เติบโตอย่างมั่นคง หลังจากนั้นจะนำไปร่วมงานคราฟต์ แบงค็อก (CRAFTS BANGKOK) ที่จะจัดขึ้นในเดือน มี.ค. 2562

สำหรับการสร้างแบรนด์จะคัดเลือกสินค้าที่มีความพร้อมและมีจุดเด่นในแต่ละด้านมาร่วมพัฒนา โดยจะคัดเลือกจากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งผลักดันสู่ตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้จะส่งเสริมกลุ่มครุศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม และทายาทศิลปหัตถกรรมจาก

ทั่วประเทศ เพื่อร่วมสนับสนุนองค์ความรู้และสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งมากขึ้น

นางอัมพวัน กล่าวว่ วันที่ 1 พ.ย.นี้ จะเป็นวันคล้ายวันสถาปนา SACICT กำลังก้าวสู่อปีที่ 16 จึงได้ผลักดันองค์กรสู่การเป็นศูนย์กลางด้านงานศิลปหัตถกรรมไทย และส่งเสริมการทำให้เข้าอยู่ในชีวิตประจำวันของทุกคน พร้อมลงนามบันทึกความเข้าใจกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่ายงานวิจัยและวิชาการ พัฒนางานศิลปหัตถกรรมสู่ความร่วมมือร่วมสมัย ■



สืบสายเบญจรงค์ เชื่อมโยงสู่วิถีการกิน



เครื่องเบญจรงค์ หมายถึง เครื่องปั้นดินเผาเคลือบ เขียนลายโดยลงยาด้วยสีต่างๆ คำว่า “เบญจรงค์” มาจากภาษาบาลี คำว่า “เบญจ” และภาษาสันสกฤต คำว่า “รงค์” เมื่อนำมารวมกันก็จะแปลว่า “5 สี” โดยทั่วไปสีที่ห้าจะ ได้แก่ สีแดง เหลือง เขียว น้ำเงิน และขาว หลายครั้งก็ถูกเพิ่มด้วยสีแดงม่วงเข้มอมน้ำตาล และทองคำบริสุทธิ์

ในประเทศไทยมีการใช้เครื่องเบญจรงค์ขึ้นตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา โดยราชสำนักไทยได้สั่งซื้อเครื่องปั้นดินเผาทำพิเศษประเภทเครื่องถ้วยจากจีน จวบจนสมัยรัชกาลที่ 5 จึงได้มีการผลิต

เครื่องเบญจรงค์ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เขียนลายโดยช่างในพระราชสำนัก ลายยอดนิยมคือลายกระหนก ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ลายเทพนม นรสิงห์

จากเครื่องใช้ในครัวในวังถึงปัจจุบันเครื่องเบญจรงค์ก็ยังคงได้รับความนิยม โดยเฉพาะในแง่เป็นตัวแทนแสดงความเป็นไทย เป็นงานหัตถศิลป์ล้ำค่า ที่มีความสวยงามแสดงถึงวิถีวัฒนธรรม รสนิยม และเอกลักษณ์ของไทย บางครั้งกลายเป็นของสะสมมากกว่าจะนำมาใช้จริงในชีวิตประจำวัน



ดังนั้น ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ “SACICT” จึงนำเบญจรงค์ไทยเชื่อมโยงสู่วิถีการกินของคนยุคใหม่ ผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์จะเปลี่ยนมุมมองความคิดที่มีต่อเบญจรงค์ไทย ในงาน “SACICT Signature Collection 2018” นอกจากคัดผลงานการออกแบบเบญจรงค์ในแบบ “โมเดิร์น เทรดดิชั่นนอล” ผลงานสานอัตลักษณ์ อันมีเสน่ห์ของเครื่องเบญจรงค์ โดยครูช่างชื่อดังบวกกับการออกแบบที่ร่วมสมัยของศิลปินรุ่นใหม่ สร้างความประทับใจให้เบญจรงค์ไทยสามารถเป็นได้ทั้งของใช้และโชว์ในเวลาเดียวกัน

ภายในงานยังได้พบกับกิจกรรมเชื่อมโยงสู่วิถีในแบบ “Eat Meet Art” ด้วยศิลปะแห่งการตกแต่งอาหารด้วยเครื่องเบญจรงค์ โดย ก้อง-โกสินทร์ วัฒนภิเจริญ เจ้าของร้านดิษจรัส คาร์ฟ แอนด์ คาเฟ่ ที่ร่วมครีเอทีฟเมนูให้เข้ากับเครื่องเบญจรงค์ของไทย ผ่าน

ฝีมือการปรุงอาหาร “เมนูผัดไทยกุ้งสด” สูตรดั้งเดิมของ

เดลินิวส์

Daily News
Circulation: 810,000
Ad Rate: 2,100

Section: เสาร์สปอร์ต/อาฟเตอร์เวิร์ก

วันที่: เสาร์ 3 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: -

ฉบับที่: 25223

หน้า: 23(ล่างขวา)

Col.Inch: 78.59

Ad Value: 165,039

PRValue (x3): 495,117

ศิลปิน: สีสี่

คอลัมน์: สูตรเด็ดพร้อมเสิร์ฟ: สืบสายเบญจรงค์ เชื่อมโยงสู่วิถีการกิน

ตระกูล

พื้นเพของคุณก่อตั้งเดิม
เป็นชาวกรุงเก่าอยุธยา ตั้งแต่จำ



ความได้เห็นคุณแม่ทำอาหารจนชินตา เพราะ
เปิดร้านจำหน่ายอาหารมีลูกค้าล้นหลาม แต่
ตัวเองกลับมีความรัก
และสนใจสะสมจาน
ชาม ไม่ว่าจะเส้นทาง
อังกฤษและฝั่งยุโรป

กระทั่งหันมาเปิดร้าน
จำหน่ายจานวินเทจที่ช่างช่วย
ต่อมาร้านกาแฟเดิมที่อาคาร
หย่อนหยานปิดกิจการลง

เจ้าของพื้นที่จึงติดต่อถามความสนใจในการเปิดร้านกาแฟ

คุณก่อตั้งตอบรับและเปิดร้านใหม่ใกล้ย่านคาเฟ่ ในชื่อ
“ดิษจรัส คาร์ฟ แอนด์ คาเฟ่” ซึ่งมาจากการเล่นคำพวน
“ตัดจรัส” เป็นการเล่นเอาความตัดจรัสมาใช้ในร้าน ตามคอน
เซ็ปต์สื่อความรู้สึกที่เราได้สัมผัสในแต่ละครั้งที่เข้ามาในร้าน นั่น
จำพวกเครื่องตีหมากกาแฟเป็นหลัก โดยมีส่วนผสมพิเศษ เช่น
กาแฟผสมชาทุกลายจากฝรั่งเศส รวมทั้งมีเบเกอรี่ไว้รองท้อง

สำหรับเมนูใช้โชว์วันนี้ คุณก่อตั้งเลือกผัดไทยมาเพิ่มมูลค่า
ตกแต่งด้วยจานเบญจรงค์ “ผัดไทยของเราความอร่อยอยู่ที่ซอส
น้ำขมที่มีความเข้มข้น แต่วัตถุดิบและส่วนประกอบก็สำคัญ
อย่าเลือกเส้นผัดไทยเหนียวยืดหรือแข็งเหมือนหนังลัดึก และ



เรียนรู้การใช้
ไฟแรงไฟอ่อนใน
การผัด” เจ้าของร้านดิษจรัสฯ กล่าว

ส่วนผสม มีดังนี้ เส้นก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็ก กุ้ง
แม่น้ำ กุ้งแห้ง เต้าหู้เหลืองแข็ง หอมแดงสับ หัว
ไชโป๊เค็ม ซอสน้ำขมสูตรพิเศษ น้ำตาลปีบ
น้ำปลา พริกป่น น้ำเปล่า ไข่ไก่ ถั่วงอก กุยช่าย
ถั่วงอกคั่วบดหยาบ วิธีทำ ตั้งกระทะไฟกลาง พอกะทะร้อนใส่
น้ำมัน เอาเต้าหู้เหลือง หัวไชโป๊เค็ม หอมแดงสับลงไปผัดจนสุก
หอม ใส่กุ้งแห้ง ตามด้วยเส้นก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็กและน้ำเปล่า ผัด
คลุกเคล้าให้ทั่วและเส้นนิ่ม

ปรุงรสด้วยน้ำปลา น้ำตาล ซอสน้ำขม พริกป่น ดอก
โห้ใส่ลงไป ใช้ตะหลิวโยให้โยแดงแตก พอโห้ใกล้สุกตลบเส้นมาผัด
กันเส้นไว้ข้างกระทะ ใส่น้ำมันจากนั้นค่อยใส่กุ้งสดผัดจนสุก ตาม
ด้วยถั่วงอกและกุยช่าย คลุกเคล้าให้ทั่วจนส่วนผสมเข้ากันดี ปิด
ไฟ ตักใส่จานโรยหน้าด้วยถั่วงอกคั่วบด เสิร์ฟพร้อมกับผักสดและ
มะนาวหั่นฝาน.

‘ช่องภาค’



สืบสายเบญจรงค์ เชื่อมโยงสู่วิถีการกิน



เครื่องเบญจรงค์ หมายถึง เครื่องปั้นดินเผาเคลือบ เขียนลายโดยลงยาด้วยสีต่างๆ คำว่า “เบญจรงค์” มาจากภาษาบาลี คำว่า “เบญจ” และภาษาสันสกฤต คำว่า “รงค์” เมื่อนำมารวมกันก็จะแปลว่า “5 สี” โดยทั่วไปสีทั้งห้าจะได้แก่ สีแดง เหลือง เขียว น้ำเงิน และขาว หลายครั้งก็ถูกเพิ่มด้วยสีแดงม่วงเข้มอมน้ำตาล และทองคำบริสุทธิ์

ในประเทศไทยมีการใช้เครื่องเบญจรงค์ขึ้นตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา โดยราชสำนักไทยได้สั่งซื้อเครื่องปั้นดินเผาทำพิเศษประเภทเครื่องถ้วยจากจีน จวบจนสมัยรัชกาลที่ 5 จึงได้มีการผลิต

เครื่องเบญจรงค์ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เขียนลายโดยช่างในพระราชสำนัก ลายยอดนิยมคือลายกระหนก ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ลายเทพนม นรสิงห์

จากเครื่องใช้ในครัวในวังถึงปัจจุบันเครื่องเบญจรงค์ก็ยังคงได้รับความนิยม โดยเฉพาะในแง่เป็นตัวแทนแสดงความเป็นไทย เป็นงานหัตถศิลป์ล้ำค่า ที่มีความสวยงามแสดงถึงวิถีวัฒนธรรม รสนิยม และเอกลักษณ์ของไทย บางครั้งกลายเป็นของสะสมมากกว่าจะนำมาใช้จริงในชีวิตประจำวัน



ดังนั้น ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ “SACICT” จึงนำเบญจรงค์ไทยเชื่อมโยงสู่วิถีการกินของคนยุคใหม่ ผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์จะเปลี่ยนมุมมองความคิดที่มีต่อเบญจรงค์ไทย ในงาน “SACICT Signature Collection 2018” นอกจากคัดผลงานการออกแบบเบญจรงค์ในแบบ “โมเดิร์น เทรดดิชั่นนอล” ผลงานอันดีล้ำสมัยของเบญจรงค์ โดยครูช่างชื่อดังบวกกับการออกแบบที่ร่วมสมัยของศิลปินรุ่นใหม่ สร้างความประทับใจให้เบญจรงค์ไทยสามารถเป็นได้ทั้งของใช้และโชว์ในเวลาเดียวกัน

ภายในงานยังได้พบกับกิจกรรมเชื่อมโยงสู่วิถีในแบบ “Eat Meet Art” ด้วยศิลปะแห่งการตกแต่งอาหารด้วยเครื่องเบญจรงค์ โดย ก้อง-โกสินทร์ วัฒก์เจริญ เจ้าของร้านดิษจรัส คาร์ฟ แอนด์ คาเฟ่ ที่ร่วมครีเอทีฟเมนูให้เข้ากับเครื่องเบญจรงค์ของไทย ผ่าน

ฝีมือการปรุงอาหาร “เมนูผัดไทยกุ้งสด” สูตรดั้งเดิมของ

ตระกูล

พื้นเพของคุณก่อตั้งเดิม
เป็นชาวกรุงเก่าอยุธยา ตั้งแต่จำ



ความได้เห็นคุณแม่ทำอาหารจนชินตา เพราะ
เปิดร้านจำหน่ายอาหารมีลูกค้าล้นหลาม แต่
ตัวเองกลับมีความรัก
และสนใจสะสมงาน
ชาม ไม่ว่าจะเส้นทาง
อังกฤษและฝั่งยุโรป

กระทั่งหันมาเปิดร้าน
จำหน่ายจานวันเทศกาลซึ่งช่วย
ต่อมาร้านกาแฟเดิมที่อาคาร
หย่อนหยานปิดกิจการลง

เจ้าของพื้นที่จึงติดต่อถามความสนใจในการเปิดร้านกาแฟ

คุณก่อตั้งตอบรับและเปิดร้านใหม่ใกล้สยามพารากอน ในชื่อ
“ดิษจรัส คาร์ฟ แอนด์ คาเฟ่” ซึ่งมาจากการเล่นคำพจน
“ตัดจรัส” เป็นการเล่นเอาความตัดจรัสมาใช้ในร้าน ตามคอน
เซ็ปต์สื่อความรู้สึกที่เราได้สัมผัสในแต่ละครั้งที่เข้ามาในร้าน นั่น
จำพวกเครื่องตีชากาแฟเป็นหลัก โดยมีส่วนผสมพิเศษ เช่น
กาแฟผสมชากุหลาบจากฝรั่งเศส รวมทั้งมีเบเกอรี่ไว้อร่อยท้อง

สำหรับเมนูใช้โชว์วันนี้ คุณก่อตั้งเลือกผัดไทยมาเพิ่มมูลค่า
ตกแต่งด้วยจานเบญจรงค์ “ผัดไทยของเราอร่อยอยู่ที่ซอส
น้ำขมขามที่มีความเข้มข้น แต่วัตถุดิบและส่วนประกอบก็สำคัญ
อย่าเลือกเส้นผัดไทยเหนียวยืดหรือแข็งเหมือนหนังลัดึก และ



เรียนรู้การใช้
ไฟแรงไฟอ่อนใน
การผัด” เจ้าของร้านดิษจรัสฯ กล่าว

ส่วนผสม มีดังนี้ เส้นก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็ก กุ้ง
แม่น้ำ กุ้งแห้ง เต้าหู้เหลืองแข็ง หอมแดงสับ หัว
ไชโป้วเค็ม ซอสน้ำขมสูตรพิเศษ น้ำตาลปีบ
น้ำปลา พริกป่น น้ำเปล่า ไข่ไก่ ถั่วงอก กุยช่าย
ถั่วงอกคั่วบดหยาบ วิธีทำ ตั้งกระทะไฟกลาง พอกระทะร้อนใส่
น้ำมัน เอาเต้าหู้เหลือง หัวไชโป้วเค็ม หอมแดงสับลงไปผัดจนสุก
หอม ใส่กุ้งแห้ง ตามด้วยเส้นก๋วยเตี๋ยวเส้นเล็กและน้ำเปล่า ผัด
คลุกเคล้าให้ทั่วและเส้นนิ่ม

ปรุงรสด้วยน้ำปลา น้ำตาล ซอสน้ำขม พริกป่น ดอก
โง้วใส่ลงไป ใช้ตะหลิวยีไข่แดงแตก พอไข่ใกล้สุกตลบเส้นมาผัด
กันเส้นไว้ข้างกระทะ ใส่น้ำมันจากนั้นค่อยใส่กุ้งสดผัดจนสุก ตาม
ด้วยถั่วงอกและกุยช่าย คลุกเคล้าให้ทั่วจนส่วนผสมเข้ากันดี ปิด
ไฟ ตักใส่จานโรยหน้าด้วยถั่วงอกคั่วบด เสิร์ฟพร้อมกับผักสดและ
มะนาวหั่นฝาน.

‘ช่องภาค’

สารสรรค์วันอาทิตย์

ชฎาทิพ จูตระกูล ปั้น'เมืองไอคอนสยาม' ให้ทั่วโลกหลงรัก

B1



ชฎาทิพ จูตระกูล ปั้น'เมืองไอคอนสยาม'ให้ทั่วโลกหลงรัก

คนหัวแถว

✓ จะเยี่ยม สัปดาห์

ในวันที่ 9 พ.ย.นี้ คนทั่วโลกก็จะได้ยลโฉม อภิมหาโครงการ "เมืองไอคอนสยาม" ศูนย์รวมของความมหัศจรรย์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมไทยที่ผสมผสานอย่างกลมกลืนกับที่สุดของการช้อปปิ้งและความบันเทิง บริเวณริมน้ำเจ้าพระยา ย่านเจริญนคร

โครงการนี้ตั้งอยู่บนพื้นที่กว่า 7.5 แสนตารางเมตร ใช้งบลงทุนมากถึง 5.4 หมื่นล้านบาท ภายในโครงการประกอบไปด้วย 4 อาคารหลัก คือ 1.ศูนย์การค้าไอคอนสยาม 2.ศูนย์การค้าไอคอนลักซ์ 3.โครงการแมกโนเลียส์ วอเตอร์พารกซ์ เรสซิเดนเซส แอท ไอคอนสยาม และ 4.โครงการเดอะ เรสซิเดนเซส แมนดาริน โอเรียนเต็ล แองค็อก แอท ไอคอนสยาม

จากจุดเด่นของเมืองไอคอนสยาม ที่ต้องการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมไทยมาตกแต่งและจัดแสดงภายในโครงการ ทำให้คนทั่วโลกต่างจับตามองความสวยงามของโครงการนี้

ชฎาทิพ (แป้ม) จูตระกูล กรรมการบริษัท ไอคอนสยาม เล่าให้ฟังว่า ไอคอนสยาม ถูกรังสรรค์ขึ้นจากปณิธานที่ต้องการเชิดชูความเป็นไทยที่มีอยู่ในชาติ ด้วยการนำเสนอเอกลักษณ์และวิถีความเป็นไทยอันสง่างามให้

ออกมาในรูปแบบของความวิจิตรล้ำสมัย ซึ่งความสวยงามที่เกิดขึ้นภายในโครงการเกิดขึ้นจากการรวมพลังของทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชนย่านเจริญนคร ชุมชนทั่วประเทศ ภาคธุรกิจ หรือภาคราชการ รวมไปถึงผู้เชี่ยวชาญในแขนงต่างๆ จากหลายประเทศที่รักเมืองไทยรวมกว่า 1,000 คน ที่พร้อมใจกันมานำเสนอความเป็นไทยสู่เวทีโลก

ความแปลกใหม่ที่เกิดขึ้นดังกล่าวทำให้ไอคอนสยาม ได้พลิกโฉมการพัฒนาโครงการที่เป็นจุดหมายปลายทางของธุรกิจศูนย์การค้าครั้งใหญ่ด้วยคอนเซ็ปต์ "การสร้างประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย" หรือ Creating Shared Value และ "การร่วมกันรังสรรค์" หรือ Co-Creation ในสเกลที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนที่ใดในโลก

ก่อนความสำเร็จดังกล่าวจะเกิดขึ้นชฎาทิพ ได้เล่าให้ฟังว่า โครงการนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าไม่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากผู้เป็นพ่อ (พล.อ.เฉลิมชัย จารุวัตร) ที่ให้แนวทางการทำธุรกิจไว้ว่า ถ้าจะทำโครงการอะไรนับจากนี้ต้องเชิดชูความเป็นไทยแล้วจะชนะใจคนทั้งโลก

"โครงการนี้เกิดจากพ่อแป้มที่เคยพูดไว้ว่า ถ้าจะทำโครงการต้องเชิดชูความเป็นไทย ถ้าเราทำทุกอย่างบนรากฐานของความเป็นไทยแล้วเราจะชนะใจคนทั้งโลก เพราะคนทั่วโลกรักและชื่นชมความเป็นไทย ซึ่งคนไทยเองก็เชื่อในเรื่องของความเป็นสิริมงคล เราเลยคิดที่จะ

เอาสิ่งมงคลต่างๆ เข้ามาไว้ในโครงการ เริ่มตั้งแต่ทางเข้า ด้วยการนำสัญลักษณ์ของไม้มงคล พวงมาลัยเข้ามาตกแต่งบริเวณทางเข้า เพื่อเป็นการต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ"

ชฎาทิพ เล่าต่อว่า เราจะเป็นสถานที่ซึ่งมีจิตวิญญาณความเป็นไทยอย่างแท้จริง เพื่อให้คนทั่วโลกรักโครงการไอคอนสยาม เพราะนอกจากจะตกแต่งตัวอาคารด้วยความเป็นไทยแล้ว เพลงที่ใช้เปิดในอาคารยังจะเป็นเพลงของศิลปินแห่งชาติ เพื่อให้คนไทยที่เข้ามาเดินในโครงการไอคอนสยามได้ภาคภูมิใจที่ได้เกิดเป็นคนไทย

"นอกจากคนไทยจะภาคภูมิใจกับการที่ได้เกิดเป็นคนไทยแล้ว ชาวต่างชาติที่เข้ามาเดินในโครงการไอคอนสยามก็ต้องตกหลุมรักประเทศไทย เพราะสิ่งที่เราทำ ไม่ใช่เรื่องของการค้าขายเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของความภูมิใจ คนที่มาค้าขายกับเรา เราก็จะทำให้เขาอยู่ได้ขายดี ซึ่งหากเราทำสิ่งนี้ได้ไม่จะเป็นการทำให้คนทั่วโลกได้รู้จักไอคอนสยาม คนที่เข้ามาค้าขายกับเราสามารถยืนอยู่บนขาของตัวเองได้ สิ่งเหล่านี้จึงจะเรียกว่าความสำเร็จ"

จากจุดเด่นของโครงการไอคอนสยามที่ต้องการเชิดชูความเป็นไทย ด้วยการผลักดันแบรนด์ไทย สินค้าไทย ศิลปินไทย งานฝีมือไทย และศิลปวัฒนธรรมไทย ให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก ทำให้ ชฎาทิพ มั่นใจว่าโครงการ



ไอคอนสยามจะสามารถก้าวไปสู่การเป็น The Next Global Destination ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว นับแสนจากทั่วประเทศไทยและทั่วโลก เข้ามาอยู่ภายในโครงการได้อย่างแน่นอน เพราะนอกจากจะมีสินค้าไทยไว้คอยบริการลูกค้าแล้ว ภายในโครงการไอคอนสยามยังมีสินค้าแบรนด์เนม สินค้าลักซ์ชัวร์ต่างๆ ไว้คอยบริการลูกค้าภายในศูนย์การค้าไอคอนลักษ์

นอกจากนี้ ยังมีห้างสรรพสินค้าสยาม ทาคาชิมาย่า จากประเทศญี่ปุ่น ที่เข้ามาเปิดให้บริการในประเทศไทยเป็นสาขาแรก พื้นที่ 3.6 หมื่นตารางเมตร ตลาดสุขสยาม ไอคอน แอควาทีพ โซนจำหน่ายอุปกรณ์กีฬา แฟชั่น ด้านกีฬา และอุปกรณ์กลางแจ้ง ไอคอน เลเจนด์ ไอคอนคราฟต์ แหล่งรวมงานหัตถศิลป์ฝีมือคนไทย โดยความร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

แอปเปิ้ลสโตร์ สาขาแรกในประเทศไทย และเป็นสาขาที่สองในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ต่อจากประเทศสิงคโปร์ ศูนย์ประชุมและโรงแรมหรูพอเนกประสงค์ ทูโร ไอคอน ฮอลล์ โรงภาพยนตร์ไอคอน ซีเนคอนิค ในเครือ

เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำนวน 14 โรง ในจำนวนดังกล่าวมีโรงภาพยนตร์พรีเมียมและไอแมกซ์ ระบบละ 1 โรง สถานออกกำลังกายไอคอน บาย ฟิตเนสเฟิร์สท์ และริเวอร์ มิวเซียม แบงค็อก พิพิธภัณฑสถานธรรมชาติวิทยาแห่งแรกของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ซึ่งเกิดจากความร่วมมือกับกรมธนารักษ์ และกรมศิลปากร เป็นต้น

เพื่อให้ทั่วโลกได้รับรู้ถึงความยิ่งใหญ่ของโครงการไอคอนสยาม ชฎาทิพ ได้ออกมาประกาศซึ่งสูงถึง 1,000 ล้านบาท ในการเปิดตัวโครงการไอคอนสยาม โดยงบประมาณ 70% จะใช้ไปกับการเฉลิมฉลองการเปิดตัวโครงการใน 3 วันแรก ซึ่งตรงกับวันที่ 9-11 พ.ย.ที่จะถึงนี้ ส่วนงบประมาณที่เหลืออีก 30% จะใช้ไปกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์และทำกิจกรรมต่างๆ ต่อเนื่องไปจนถึงสิ้นปี 2561

ในส่วนของไฮไลต์ระดับโลกที่จะเกิดขึ้นในวันเฉลิมฉลองการเปิดตัวโครงการไอคอนสยาม คือ การแสดงศิลปะการตกแต่งอาหารบนอาคารชั้นสูง ครั้งแรกในประเทศไทย โดย ทอม วูล์ฟ การแสดงมายากลชุดพิเศษโดยนักมายากลระดับโลกอย่างชาร์ลี แม็ก การแสดงรำรำผสมผสานกายกรรมผาดโผนจาก

ประเทศจีน และการแสดงโชว์ของโดรนในยามค่ำคืนจำนวน 1,500 ลำ ซึ่งถือว่าสูงกว่าการแสดงโชว์ในงานกีฬาโอลิมปิกที่ใช้เพียง 1,300 ลำเท่านั้น

หลังจากเปิดให้บริการ ชฎาทิพ มั่นใจว่าโครงการไอคอนสยามจะมีลูกค้าทั้งไทยและต่างชาติเข้ามาใช้บริการต่อวันไม่ต่ำกว่า 1.5 แสนคน แบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าชาวไทย 65-70% และต่างชาติ 30-35% เนื่องจากมีการเชื่อมต่อการเดินทางทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นทางรถระบบราง และทางเรือ โดยในส่วนของเรือจะมีท่าเทียบเรือ 4 ท่าไว้บริการ ขณะที่รถจะมีบริการรับ-ส่ง จากรถไฟฟ้าบีทีเอส มีอาคารจอดรถที่สามารถรองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจำนวน 5,000 คัน ส่วนทางรางจะมีโครงการรถไฟฟ้าสายสีทองบริการในปลายปี 2563 โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการก่อสร้าง

เมื่อเป็นเช่นนั้น มหกรรมเปิดเมืองไอคอนสยาม จึงนับเป็นเรื่องทอล์กออฟเดอะทาวน์ของปีนี้ ■

13 องค์ประกอบที่สุดของ 2 อาณาจักรศูนย์การค้า

จากงบประมาณการโปรโมทโครงการ ไอคอนสยามที่ทุ่มไปมากถึง 1,000 ล้านบาท ทำให้หลายคนต่างจับตามองว่าวันเปิดตัวจะมีความยิ่งใหญ่ขนาดไหน เนื่องจากงานครั้งนี้ได้มีการระดมกำลังคนในวงการอีเวนต์มากถึง 7 บริษัท มาสร้างสรรคความบันเทิงภายในงาน

แต่ก่อนจะไปชมความสุดยอดของงานเปิดตัวในวันที่ 9-11 พ.ย.นี้ มี 13 องค์ประกอบที่ต้องรู้ภายในศูนย์การค้าไอคอนสยาม และไอคอนลักซ์ ที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ 5.25 แสนตารางเมตร ก่อนว่ามีองค์ประกอบความเป็นที่สุุดอย่างไร

เริ่มจาก 1.ที่สุดของสถาปัตยกรรมที่จะสะกดทั้งโลก กับ 2 อาณาจักรศูนย์การค้าแห่งยุคของไอคอนสยามอย่าง ไอคอนสยาม และไอคอนลักซ์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการสักการบูชาแม่น้ำของคนไทยด้วยเครื่องบรรณาการ คือ กระงะและบายศรี จึงทำให้ตัวอาคารถูกออกแบบมาเหมือนกับกระงะแก้ว

2.ที่สุดของแนวคิดการออกแบบ ICON within ICON คือ การสร้างอาคารเล็กๆหลายๆอาคารอยู่ภายในอาคารใหญ่ เพื่อนำเสนอแบรนด์ไทยและลักซ์ชวรี่แบรนด์อย่างสง่างาม 3.ที่สุดของทัศนียภาพเหนือคำบรรยายด้วย ริเวอร์ พาร์ค พื้นที่จัดกิจกรรมริมแม่น้ำกว่า 1 หมื่นตารางเมตร ที่มาพร้อมระบบระบายน้ำผสมผสานแสง สี เสียง ไฟ 4.ที่สุดของไทยสร้างสรรค์ ณ สุขสยาม ด้วยการรวบรวมสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทยทุกประเภททั้ง 77 จังหวัดมาไว้ ณ ที่แห่งนี้ 5.ที่สุดของความหรูหราระดับโลก ณ ไอคอนลักซ์ ศูนย์

รวมความหรูหราระดับโลกทั้งแพชั่น เครื่องประดับ และนาฬิกาอย่างครบครันที่น่าเสนอนิรูปแบบ Global Iconic Store

6.ที่สุดของศูนย์กลางศิลปวัฒนธรรมและมรดกล้ำค่า ด้วยพิพิธภัณฑ์ระดับโลกแห่งแรกของประเทศไทยบนพื้นที่ 8,000 ตารางเมตร รวบรวมมรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของไทยที่จะนำเสนอด้วยเทคโนโลยีการจัดแสดงที่ทันสมัย 7.การนำเสนอความเป็นไทยผ่าน Masterpiece ของศิลปินแห่งชาติและศิลปินระดับโลก ที่จะนำมาจัดแสดงทั่วอาคารทั้งในรูปแบบของรูปปั้น ภาพเขียน งานแกะสลัก ประติมากรรมรูปแบบต่างๆ การแสดงโคมไฟแดนเดอเลียร์ ที่มีแรงบันดาลใจมาจากรูปแบบของการร้อยมาลัยและบายศรี

8.ที่สุดของความบันเทิงระดับโลก อย่างทิว ไอคอน ฮอลล์ ศูนย์การประชมระดับโลกที่ได้มาตรฐานระดับสากลแห่งแรกในประเทศไทย ด้วยที่นั่งจำนวน 3,000 ที่นั่งรองรับการจัดประชมและการแสดงโชว์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก นอกจากนี้ ยังมีโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ตั้งอยู่บนพื้นที่ 1 หมื่นตารางเมตรและโลกแห่งความสนุกสนานของเด็กและครอบครัว 9.ที่สุดของสินค้าและบริการที่ครบครัน ผ่าน 500 ร้านค้าที่พร้อมใจกันมานำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดนี้อาเซียนและทุกมุมโลก

10.ที่สุดของห้างสรรพสินค้า จากสยามทาคาชิมาย่า ห้างสรรพสินค้าระดับตำนานของญี่ปุ่น สาขาแรกในประเทศไทย บนพื้นที่ 3.5 หมื่นตารางเมตร เน้นจำหน่ายสินค้าแบรนด์หรูจากประเทศญี่ปุ่น 11.ที่สุดแห่ง

ความสุนทรีย์แห่งอาหารเลิศรส ด้วย 7 โซนร้านอาหารกว่า 100 ร้านชื่อดังทั่วโลกและต่างประเทศแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน 12.ที่สุดแห่งนวัตกรรมการสื่อสารและให้บริการ ด้วยการนำเสนอเทคโนโลยีด้านการสื่อสารแบบครบวงจร และ 13.ที่สุดแห่งความสะดวกสบายของการสัญจรที่เชื่อมต่ออย่างครบวงจร ด้วยรถไฟฟ้าสายสีทองที่จะเชื่อมต่อรถไฟฟ้าสายสีเขียว สีแดง และสีม่วงเข้าด้วยกันในอนาคต รวมไปถึงบริการทำเทียบเรือ 4 ท่า เพื่อรองรับการสัญจรทางน้ำด้วยเรือยอชต์ส่วนตัว เรือสำราญของนักท่องเที่ยว และเรือข้ามฟาก 73 ท่าโดยรอบ เพื่อให้โครงการไอคอนสยามเชื่อมโยงการสัญจร รถ ราง เรือ ที่สมบูรณ์แบบที่สุดในประเทศไทย

ไอคอนสยามเนรมิต 'ไอคอนคราฟต์' พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทยผ่านงานนวัตศิลป์

ไอคอนสยาม อภิมหาโครงการเมืองแห่งการใช้ชีวิตสู่โลกอนาคต สัญลักษณ์แห่งความรุ่งโรจน์ของ ไทยริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามูลค่า 54,000 ล้านบาท ซึ่งจะเปิดให้บริการในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561 นี้ ประกาศเปิดตัว “ไอคอนคราฟต์” พื้นที่ที่เนรมิตขึ้นเป็นพิเศษในไอคอนสยาม เพื่อนำเสนอคุณค่า ความเป็นไทยสู่ทุกสายตาทั่วโลก ด้วยการรวบรวมงานนวัตศิลป์และงานคราฟต์แบบร่วมสมัย หลากหลายประเภทของคนไทยมาไว้ในที่เดียว



นายไชยยง รัตนอังกูร



นายดวงฤทธิ์ บุนนาค

นายไชยยง รัตนอังกูร ผู้บริหาร บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด กล่าวว่า “ไอคอนสยามถูกรังสรรค์ขึ้นภายใต้แนวคิด ‘การสร้างประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย’ หรือ Creating Shared Value และ ‘การร่วมกันรังสรรค์’ หรือ Co-Creation โดยมุ่งหวังที่จะรวบรวมสิ่งที่ดีที่สุดของไทยกับสิ่งที่ดีที่สุดของโลกเข้าไว้ด้วยกัน และนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยให้ทั่วโลกได้รู้จักและร่วมชื่นชม จึงเป็นแรงบันดาลใจในการเนรมิตพื้นที่กว่า 2,500 ตารางเมตร บนชั้น 4 และชั้น 5 ของไอคอนสยาม ให้เป็นอีกหนึ่งพื้นที่พิเศษใช้ชื่อว่า ‘ไอคอนคราฟต์’ โดยผนึกความร่วมมือกับนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ นักพัฒนา นวัตกรรม และช่างฝีมือหลากหลายแขนง จำนวนกว่า 300 ราย ร่วมกันนำเสนองานนวัตศิลป์และงานคราฟต์ของไทยอย่างสร้างสรรค์ รวมกว่า 5,000 ชิ้น เพื่อให้ไอคอนคราฟต์ไม่หยุดเฉพาะการทำหน้าที่ฉายพลังคุณค่างานหัตถศิลป์ไทยแต่ยังเป็นอีกหนึ่งแม่เหล็กดึงดูดที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ผู้ชื่นชอบงานคราฟต์ให้อยากเดินทางมาเยือนประเทศไทย

‘ไอคอนคราฟต์’ ถูกนำเสนอภายใต้คอนเซ็ปต์ ‘Innovative Craft designed for everyday life’ คือการนำงานแบบเก่าและความโบราณมาปรับให้เป็นงานสมัยใหม่ เกิดเป็นศูนย์กลางงานนวัตศิลป์และงานคราฟต์ไทยแบบร่วมสมัยที่ไม่เคยมีที่ไหนมาก่อน

นายดวงฤทธิ์ บุนนาค สถาปนิกผู้ออกแบบพื้นที่ ไอคอนคราฟต์ กล่าวว่า “ด้วยลักษณะทางกายภาพของ ไอคอนคราฟต์ ที่นอกจากเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่โดดเด่นทุกมุมมองจากทั่วทิศน์ฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา จึงมีแนวคิดที่จะทำให้พื้นที่นี้มีลักษณะเป็นเสมือนหัวแหวนที่ดึงดูดความสนใจของผู้คนที่มาเยือนไอคอนสยาม ภายใต้หัวใจสำคัญ คือการออกแบบให้มีลักษณะและความรู้สึกแบบไทย แต่ก็มีความทันสมัยและอยู่ร่วมกับปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน โดยได้นำรากของวัฒนธรรมและงานฝีมือมาใช้งาน สถาปัตยกรรมในมุมมองแบบใหม่ ซึ่งเป็นมุมมองของสถาปนิก ที่แตกต่างไปจากมุมมองของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวของงานคราฟต์ได้อย่างแปลกใหม่น่าสนใจ นอกจากนั้น ยังได้ผสมผสานกับแนวคิดการสร้างงานแบบ Authenticity มีความตรงไปตรงมาตั้งแต่ระดับโครงสร้าง คือสถาปัตยกรรมในไอคอนคราฟต์จะต้องสวยงามทั้งภายนอกและมีโครงสร้างที่เหมือนกันอยู่ด้านในด้วย ไม่ได้เป็นเพียงโครงสร้างที่ตกแต่งสวยงามเฉพาะด้านนอกเท่านั้น”

ม.ล.ภาวณี สันติศิริ ซึ่งให้เกียรติมาร่วมสร้างสรรค์ไอคอนคราฟต์ในฐานะ Art Director ผู้ควบคุมการตกแต่งภายใน กล่าวว่า “พื้นที่ ทั้ง 7 โชนของไอคอนคราฟต์ ได้หยิบยกอาชีพช่างสิบหมู่ส่วนหนึ่งมาเป็นแนวคิดและแรงบันดาลใจ โดยได้รับการตกแต่งภายในให้มีความเป็น

ฐานเศรษฐกิจ

Thansettakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,250

Section: Weekender/-

วันที่: อาทิตย์ 4 - พุธ 7 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 38

ฉบับที่: 3415

หน้า: 27(บนขวา)

Col.Inch: 96

Ad Value: 120,000

PRValue (x3): 360,000

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: ไอคอนสยามเนรมิต 'ไอคอนคราฟต์' พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทยผ่านงานหัตถศิลป์



ม.ล. กาวีณี สันตศิรี



ไทยที่ผสมผสานความทันสมัยเอาไว้อย่างกลมกลืน ผ่าน Art Installation หรืองานศิลปะประจำโซน ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาและภูมิปัญญาเบื้องหลังผลงานหรือผลิตภัณฑ์ในโซนนั้นๆ เพื่อให้ดูร่วมสมัยและสอดคล้องกับวิถีชีวิตตลอดจนความสนใจของคนในยุคปัจจุบัน แต่ยังคงเอกลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมของไทยเอาไว้อย่างสง่างาม”

การจัดสรรพื้นที่ของไอคอนคราฟต์ ทั้ง 7 โซน ประกอบด้วย (1) The Smith งานช่างทอง ช่างโลหะต่างๆ (2) The Painter งานลงสีลงยา งานเขียน วาดลวดลาย งานลงรักปิดทอง (3) The Sculptor งานปั้น (4) The Carpenter งานช่างไม้ ช่างแกะสลัก (5) The Weaver งานช่างทอ ช่างจักสาน (6) The Gastronomer งานปรุง งานสร้างสรรค์อาหาร และ (7) The Therapist งานแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์สำหรับการบำบัดและดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีโซนสำหรับจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็น House Brand ของไอคอนคราฟต์ อีกด้วย

นางปาริสา จาดนิลพันธุ์ ผู้อำนวยการอาวุโส บริษัท สยามพิวรรธน์ รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด กล่าวว่า “ไอคอนคราฟต์ ได้คัดเลือกผู้ประกอบการและศิลปิน นักออกแบบทั้งรายใหม่และรายเดิมที่ต้องการนำเสนองาน

หัตถศิลป์ไทยโฉมใหม่ รวมถึงการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้แก่วงการงานหัตถศิลป์ และงานคราฟต์ของไทย”



นางปาริสา จาดนิลพันธุ์

อีกหนึ่งพื้นที่ที่น่าสนใจคือ Campus Zone ที่เปิดโอกาสให้นักเรียนและนักศึกษาที่เรียนเกี่ยวกับงานออกแบบและงานช่างศิลป์ด้านต่างๆ ได้นำผลงานมาจำหน่าย พร้อมกับทดลองตลาดเพื่อนำไปปรับปรุงผลงานตลอดจนพัฒนาแนวทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้น เป็นการสนับสนุนและบ่มเพาะอนาคตของชาติให้เติบโตเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพในอนาคต

ติดตามชมความงามของ ไอคอนคราฟต์ เพิ่มเติมได้ที่ Facebook : ICON CRAFT และ Instagram : iconcraft_th ■



ไว้อาลัย "วิชัย ศรีวัฒนประภา" เจ้าพ่อคิงเพาเวอร์ แม่ไร้ชีพแต่ความดีไม่มีวันตาย

ก่อนหน้าที่ นายวิชัย ศรีวัฒนประภา ประธานกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ จะประสบอุบัติเหตุเสียชีวิตจากการที่เครื่องบินเฮลิคอปเตอร์ที่เขาโดยสารเป็นประจําเกิดขัดข้อง และตกลง ณ บริเวณ ลานจอดรถของสนามคิง เพาเวอร์ สเตเดียม ที่เมืองเลสเตอร์ ในประเทศอังกฤษ เมื่อเวลา 20.30 น. ของวันที่ 27 ต.ค.ตามเวลาท้องถิ่นนั้น เขามักจะตกเป็นเหยื่อของกลุ่มคนประเภทที่มีวาระซ่อนเร้น ลวงโลก และสร้างเงื่อนไขต่างๆขึ้นมามากมาย เพื่อบิดเบือนความจริงในตัวตนที่เขาเป็นอยู่ โดยเฉพาะในธุรกิจสัมปทานที่ประมูลจากรัฐมาอย่างถูกต้อง และมีราคาแพง

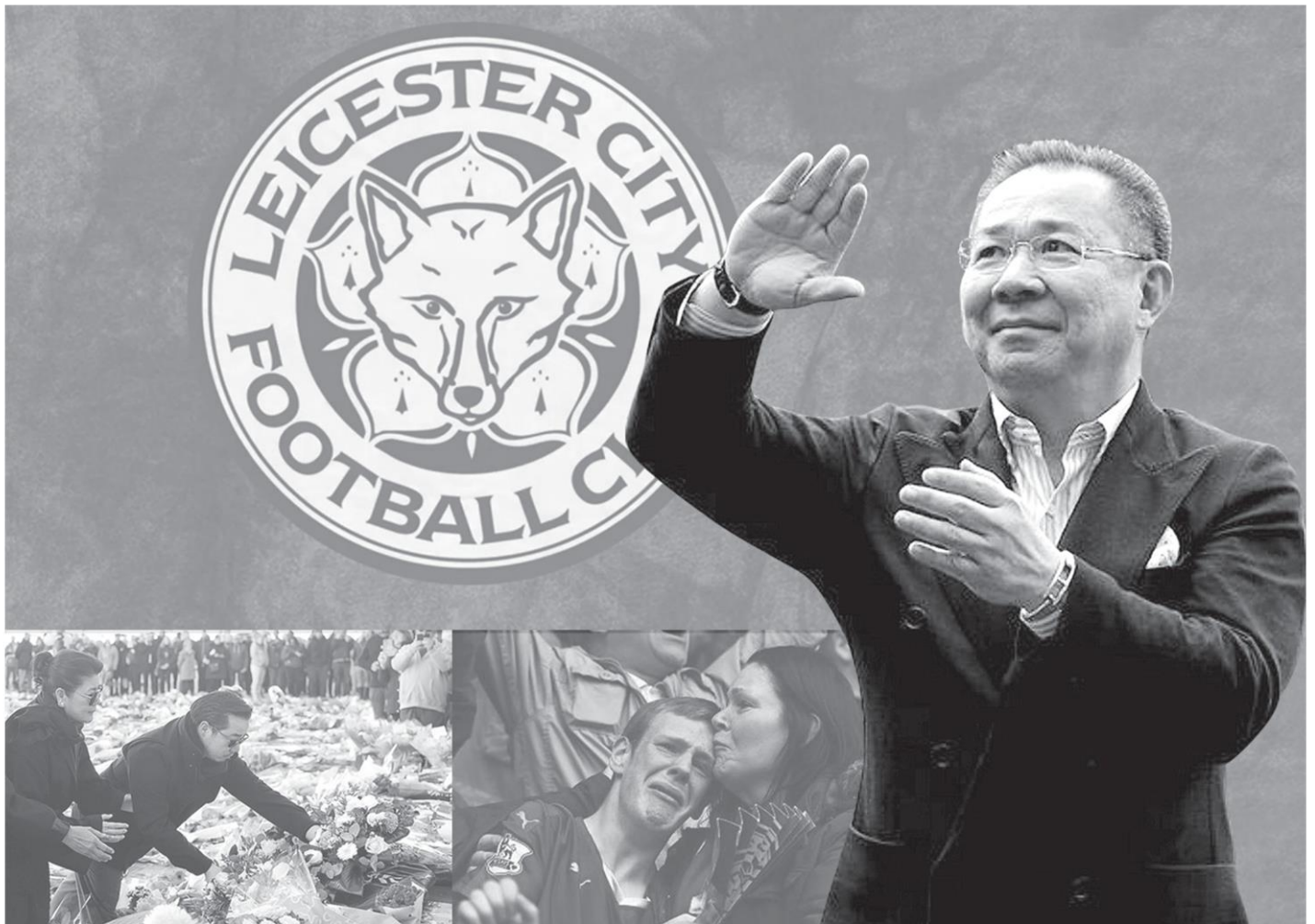
และแม้วาระซ่อนเร้นเหล่านั้น จะทำให้ความรู้สึกนึกคิดของคนบางกลุ่มบิดเบี้ยว บางกลุ่มเชื่อ โดยไม่หาค่าตอบและบางกลุ่มมีอำนาจที่จะเปลี่ยนแปลงสัญญาณที่รัฐทำขึ้น ได้ใหม่ในสัมปทานที่เกี่ยวข้อง

แต่นายวิชัยก็ยังคงยืนหยัดต่อสู้กับวาระต่างๆเหล่านั้นได้ ด้วยเพราะสิ่งที่เขาทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้อง พิสูจน์ได้ และไม่อาจจะหักล้างได้โดยวิธีการใดๆที่ไม่สะอาด หรือผิดแผกแตกต่างไปจากสัญญาที่เขาทำไว้กับภาครัฐ

ถึงวันที่นายวิชัยได้จากโลกนี้ไปแล้ว หนังสือพิมพ์ สื่อมวลชน ทั้งไทย และเทศ รวมถึงผู้คนจำนวนมาก โดยเฉพาะที่เมืองเลสเตอร์ ที่พากันออกมาแสดงความอาลัยต่อการจากไปของเขา ทำให้เรานมองเห็นความจริงในอีกหลายด้านในตัวเขา โดยเฉพาะในคุณงามความดี ความมีเมตตา โอบอ้อมอารี และให้ความช่วยเหลือผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา

อย่างที่เรารู้เขาเห็นในการแสดงความอาลัยที่มาจากหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ที่มีชาวเมืองเลสเตอร์รำลึกเดินทางไปไว้อาลัยเขาที่สนามคิง เพาเวอร์ สเตเดียม และนำดอกไม้ พวงหรีด เสื้อ-ผ้าพันคอสีสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์จำนวนมากไปวางจนเต็มในลานกว้าง กระทั่งถึงการกล่าวคำสดุดีถึงเขามากมายทั้งใน และต่างประเทศ.

ทีมเศรษฐกิจ



“ริสต์แบนด์” เรารักพระเจ้าอยู่หัว

“เรารักพระเจ้าอยู่หัว” “Long Live The King”

ข้อความที่สลักใน “สายรัดข้อมือ” ของมูลนิธิคิง เพาเวอร์ ซึ่งนายวิชัย ศรีวัฒนประภาเริ่มจัดทำขึ้นเป็นองค์กรแรก ในวโรกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร เพื่อจำหน่ายให้กับประชาชนทั่วไปได้ร่วมถวายความจงรักภักดีในราคาเส้นละ 100 บาท

โดยนำรายได้ทั้งหมดไม่หักค่าใช้จ่าย
ทุกเกล้าฯถวายแด่ในหลวงรัชกาลที่ 9
จำนวน 1,000,000 เส้นเพื่อทรงใช้สอย
ตามพระราชอัธยาศัย

ทุกเส้นจะมีหมายเลขกำกับพร้อมสลักอักษร “เรารักพระเจ้าอยู่หัว” สองภาษาด้านในมีหมายเลข 1-1,000,000 กำกับ และสลักชื่อองค์กร “King Power”

เป็นตัวอย่างของการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ ก่อให้เกิดกระแสการสวมใส่ริสต์แบนด์ “เรารักพระเจ้าอยู่หัว” ในประชาชน



ทุกหมู่เหล่า และทำให้หลายองค์กร จัดทำ “ริสต์แบนด์” ของตัวเองขึ้นในเวลาต่อมา

นอกจากนั้นเมื่อเป็นเจ้าของทีมฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ นายวิชัยยังนำเพลงสรรเสริญพระบารมีไปเปิดในสนามฟุตบอลเลสเตอร์ที่ประเทศอังกฤษอีกด้วย.

INDIGO จากชุมชน“บ้านนาขาม” สินค้าดั้งเดิมของไทยสู่อังกฤษ

“INDIGO” ผลิตภัณฑ์ผ้าสีคราม นานาม กลับมาร่วมมือกันย้อมผ้าสีครามเพื่อคราม ที่หายไปจากประเทศไทยมานาน ตัดเย็บเป็นเสื้อที่เจ็ดลายปัก ที่เจ็ดลายสกรีนหลายสิบปีกลับมาอีกครั้ง หลังจากที่นาย เสือ โปโล และผลิตภัณฑ์สำหรับแฟนสโมสรวิชัย และนายอัยยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา ทีมฟุตบอล จิ้งจอกสีน้ำเงิน จากเลสเตอร์ ซิตี้ พร้อมแล้วที่จะให้การผลักดันสินค้าไทย ของเขา ในประเทศอังกฤษได้



ไปสู่ตลาดโลกอย่างจริงจัง

ไม่ว่าจะเป็นเสื้อกีฬาเสื้อโปโล หมวก

ด้วยการเสาะแสวงหาชุมชนเก่าแก่ของ แก๊ป หมวกไหมพรม กระเป๋าใส่ของ ยามประเทศไทยที่“บ้านนาขาม”จังหวัดสกลนคร ผ้าพันคอ และของใช้ของเนกประสงค์ที่แฟนอันเป็นต้นกำเนิดของการย้อมคราม ใน คลับของสโมสรเลสเตอร์สามารถหาซื้อได้ที่ประเทศไทย สู่ทีมครุช่างศิลป์หัตถกรรม The City Fanstore at King Power ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ Stadium ในเมืองเลสเตอร์ซิตี ประเทศร่วมกับทีมนักออกแบบของกลุ่มบริษัท คิง อังกฤษได้ และนี่คือการนำผ้าพื้นบ้านอันเพาเวอร์

ทรงคุณค่าของไทยไปสร้างมูลค่าเพิ่มใน

ภายใต้แนวคิดที่หวังจะสนับสนุน อังกฤษ ถือเป็น การสร้างโอกาส-สร้างงานศักยภาพการผลิตของคนไทยให้ก้าวไกลสู่ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนบ้านนาขาม จนเวทีโลก จนสามารถจะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ผู้คนในชุมชนต้องขอร้องนักท่องเที่ยวที่จะภายในประเทศไปสู่สายตา และฝีมือของผู้ ไปดูการย้อมผ้าบ้านเขาว่า ขอให้บริหาร บริโภคชาวต่างชาติได้ทั้งสองจึงเดินทางไป จัดการงานผลิตและจำหน่ายให้คล่องตัวก่อนช่วยกันผลักดันให้ชาวบ้านของชุมชนบ้าน- แล้วค่อยไปเที่ยวบ้านเขาดีกว่า.



พุทธศาสนา
สำหรับวัตถุประสงค์ที่สร้างวัดแห่งนี้เพราะ
ตั้งอยู่ใกล้กับ "สนามบินสุวรรณภูมิ" อีกทั้งยังเป็น

วัดสุวรรณภูมิ

พุทธชยันตี

ที่ปัก "พระสงฆ์" รอขึ้นบิน

“วัดสุวรรณภูมิพุทธชยันตี” อ. วัดที่พระสงฆ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เดินทางมาจาก
บางเสาธง จ.สมุทรปราการ เป็นวัดที่ ต่างจังหวัด หรือเดินทางไปต่างประเทศ จะเข้ามา “จำวัด”
นายวิชัย ศรีวัฒนประภา ได้ร่วมกับพี่น้อง ในเวลาสั้นๆ เพื่อรอขึ้นเครื่องบิน เนื่องจากภายในวัดแห่งนี้จะ
ในองค์กรและประชาชนทั่วไป ก่อสร้าง มีพาหนะรับ-ส่ง จากสนามบิน
ขึ้นมาเพื่อร่วมเฉลิมฉลองพุทธชยันตี โดยเฉพาะพระสงฆ์ที่เดินทางจากต่างประเทศนั้น จะต้อง
2,600 ปี แห่งการตรัสรู้ของพระสัมมา มาต่อเครื่องบินที่สนามบินสุวรรณภูมิ ก็จะมีจุดแวะพักเพื่อเปลี่ยน
สัมพุทธเจ้า เครื่อง ซึ่งการเข้ามาจำวัดนั้นมีความสะดวกสบาย เพราะไม่
โดยวัดถูกสร้างขึ้นมาอย่างสวยงาม ต้องจัดหาที่พักภายนอก หรือไปนั่งรอที่สนามบิน นอกจากนี้
และวิจิตรบรรจง ด้วยจิตใจที่มุ่งมั่นและ บรรยากาศภายในวัดซึ่งเป็นธรรมชาติ มีความเงียบสงบ หรือ
เต็มเปี่ยมไปด้วยความเลื่อมใสในพระ- เป็นที่ “สัปปายะ” นั้นยังเหมาะแก่การปฏิบัติธรรมของพระสงฆ์.

ก้าวคนละก้าว แรงบันดาลใจของการ"ให้"

"โครงการ "ก้าวคนละก้าว" ขอแสดงความเสียใจกับการจากไปของบุคคลผู้ยิ่งใหญ่"

"...ตลอด 3 ปีของโครงการก้าวคนละก้าว เราได้รับความสนับสนุนจากกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อย่างมากมาย ซึ่งเป็นการช่วยเหลือที่ยิ่งใหญ่และเมตตากับคนทำงานกลุ่มเล็กๆ กลุ่มนี้มากที่สุด หากปราศจากซึ่งการสนับสนุน จากคุณวิชัย และกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ กิจกรรมหลายอย่างของก้าวคนละก้าว ก็คงไม่สามารถเกิดขึ้นและสำเร็จลงได้

ท่านคือผู้สนับสนุนและเป็นแรงบันดาลใจของการเป็นผู้ให้อย่างแท้จริง
ทีมงานก้าวคนละก้าว
ขอแสดงความเสียใจกับครอบครัวศรีวัฒนประภาและกลุ่มบริษัทคิงเพาเวอร์อย่างสุดซึ้ง"



ข้อความแสดงความอาลัยจาก "ตูน บอดี้สแลม" และทีมงานก้าวคนละก้าว ต่อการจากไปของนายวิชัย ศรีวัฒนประภา ซึ่งกลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ ได้สนับสนุนทุนประเดิมให้กับโครงการ "ก้าวคนละก้าว" ینگการกุศลจาก อ.เบตง จ.ยะลา ถึง อ.แม่สาย จ.เชียงราย เพื่อสนับสนุนการจัดซื้อเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยให้โรงพยาบาล 11 แห่ง

นอกจากนั้น ในวันที่ทีมงานก้าวคนละก้าวได้วิ่งมาที่กรุงเทพฯ นายวิชัย ในนามของคิงเพาเวอร์ ยังได้บริจาคเงินเพิ่มจากทุนประเดิมที่ให้ไปแล้วอีก 100 ล้านบาทเพื่อร่วมโครงการ รวมทั้งได้สนับสนุนเงินในการจัดทำภาพยนตร์ "2,215 เชื้อбак้าก้าว" ซึ่งเป็นภาพยนตร์บันทึกเรื่องราว 55 วันในการวิ่ง และเพื่อนำเงินรายได้จากภาพยนตร์ไปบริจาคให้โรงพยาบาลอื่นๆที่ยังขาดแคลนต่อเนื่องไปอีก

ถือเป็นหนึ่งในกุศลที่ยิ่งใหญ่ และแรงบันดาลใจของผู้ให้อย่างแท้จริง.

ฟ็อกซ์ ฮันท์ เลสเตอร์ ซิตี้ อะคาเดมี่

เพื่อยกระดับ "ฟุตบอลไทย" ก้าวไปสู่ "ฟุตบอลในระดับอาชีพ" และเปิดโอกาสให้เด็กไทย เพิ่มทักษะและได้รับประสบการณ์ "ลูกหนัง" ในระดับสากล นายวิชัย ศรีวัฒนประภา ในฐานะประธานสโมสร เลสเตอร์ ซิตี้ ได้จัดตั้ง โครงการ "ฟ็อกซ์ ฮันท์ เลสเตอร์ ซิตี้ อะคาเดมี่" (Fox Hunt) ขึ้น เพื่อให้โอกาสเด็กไทย ก้าวสู่เส้นทางสายลูกหนังอาชีพ

คัดเลือกนักเตะไทย ระดับเยาวชน 16 รายต่อปี บินไปร่วมฝึกทักษะลูกหนังที่ประเทศอังกฤษ

โดยนักเตะที่ร่วมโครงการจะได้ฝึกซ้อมกับทีมเลสเตอร์ ซิตี้ เพื่อฝึกทักษะลูกหนัง ได้เรียนรู้ระบบของฟุตบอลอาชีพ และได้เข้าเรียนที่ ร.ร.แพรทคลิฟฟี คอลเลจ ซึ่งเป็นโรงเรียนชั้นนำของอังกฤษจนจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย รวมระยะเวลาที่จะไปอยู่ที่ประเทศอังกฤษ 2 ปีครึ่ง โดยทางคิง เพาเวอร์ ออกค่าใช้จ่ายให้เด็กไทยที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการทุกบาททุกสตางค์

โครงการ "ฟ็อกซ์ ฮันท์ เลสเตอร์ ซิตี้ อะคาเดมี่" (Fox Hunt) เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปีนี้ถือเป็นปีที่ 3 สร้างนักเตะ



ไทยระดับเยาวชนที่มีประสบการณ์ระดับโลกเพิ่มมากขึ้น

นอกเหนือจากการฝากความหวังให้เด็กเหล่านี้เป็นกำลังสำคัญของทีมชาติไทย เพื่อสร้าง "ช้างศึก" ไทยให้ก้าวสู่อันดับโลกที่สูงขึ้น หรือเข้าร่วมการแข่งขัน "บอลโลก" ในอนาคต

นายวิชัยยังมองไกลถึงการมีนักเตะไทย โดดเด่นใน "พรีเมียร์ลีก" ของอังกฤษอีกด้วย

โดยนักเตะที่สามารถเข้าไปเล่นในลีกอังกฤษได้ โดยได้รับใบอนุญาตให้ทำงานได้อย่างถูกต้อง ทีมชาติของประเทศนั้นจะต้องมีอันดับที่ 60 ของโลกลงมาหรือได้เล่นอยู่ในอังกฤษเป็นเวลานานเพียงพอ

และโครงการนี้จะเป็นหนึ่งในโครงการที่ปั้นฝันของคนไทยให้เป็นจริง!

จุดกำเนิด “King Power”

EP1 ก่อนจะเป็น คิง เพาเวอร์

ในเว็บไซด์ Praew.com ของนิตยสารแพรว นำบทสัมภาษณ์ที่ตีพิมพ์ไว้ก่อน นายวิชัย ศรีวัฒนประภา เจ้าพ่อคิง เพาเวอร์ จะเสียชีวิต มาลงตีพิมพ์อีกครั้ง โดยบทสัมภาษณ์นี้มีหัวข้อว่า “ไขความลับชีวิตของวิชัย ศรีวัฒนประภามหาเศรษฐีผู้ให้เจ้าสัวหัวใจเพชร!”

นายวิชัยเล่าให้แพรวฟังถึงธุรกิจร้านค้าปลีกค้ายานยนต์ที่สวายบุรีตอนนั้นไม่มีเที่ยวบินตรง ต้องแวะเปลี่ยนเครื่องที่ฮ่องกง จากกลับตอนเปิดเทอมมีคนฝากซื้อของบ่อยๆ จึงมีความคิดว่าเหตุใดประเทศไทยไม่มีร้านค้าปลีกค้ายานยนต์แบบฮ่องกงบ้าง แต่พอจะทำธุรกิจจริง จึงพบว่าต้องขอสัมปทานจากรัฐ และยุคนั้น มีรัฐวิสาหกิจเท่านั้นที่จะทำได้ และการบินไทยก็เป็นผู้ทำ เขาจึงหันไปทำธุรกิจคัสตอมจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนม แต่โดยเหตุที่กำแพงภาษีของไทยสูงมาก จึงใช้วิธีต่อสายตรงกับซัพพลายเออร์ให้ขายเขาในราคาต่ำที่สุดเขาจึงมีสายสัมพันธ์กับเพื่อนที่ฮ่องกง กัมพูชา มาเก๊า และจีน กระทั่งวันหนึ่งก็ได้เข้าไปร่วมหุ้นกับเพื่อนทำคิวตี้ฟรี (DFS) ที่ฮ่องกงจนกลายเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่

ส่วนที่สนามบินดอนเมืองนั้น ท้ายสุดการบินไทยทำ

ไม่ได้ ก็ต้องไปให้รายอื่นทำ และส่วนใหญ่เป็นร้านขายของที่ระลึก นายวิชัยจึงเสนอการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย (ทอท.) ในขณะนั้นให้ทำร้านค้าปลีกค้ายานยนต์ด้วยโดยแยกส่วนกันระหว่างพื้นที่ร้านค้าปลีกค้ายานยนต์กับร้านขายของที่ระลึก

ทอท.เห็นด้วยแต่ก็ยังกลัว จึงถือสัมปทาน

ไว้เองแต่ว่าจ้างคนกับคนไทยอีกคนไป

บริหาร และใช้วิธีแย่งตรง สักพักก็

ตัดสินใจแยกทางกัน ต่อมารัฐบาล

มีโครงการเปิดประมูลสัมปทาน

ร้านค้าปลีกค้ายานยนต์นอกพื้นที่

สนามบิน แต่จะให้เฉพาะ

รัฐวิสาหกิจเท่านั้น นายวิชัยจึง

ไปชวน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วม

ทุนทำกันที่อาคารมหาทุน

นั่นเป็นจุดเริ่มต้นของ

ไทยที่มีร้านค้าปลีกค้ายานยนต์ในเมือง

แห่งแรกในประเทศ.



EP2 กำเนิด คิง เพาเวอร์

นายวิชัยเล่าให้แพรวฟังต่อว่าช่วงเวลานั้นเขามีปัญหาเกี่ยวกับหุ้นส่วนฮ่องกงซึ่งมีอิทธิพล ทำให้ต้องเดินทางไปพบ ไปเจรจากันบ่อยครั้ง “ผมทำใจแล้วว่า ต้องเจออะไรบ้าง วินาทีนั้น ผมนึกถึงพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตรรัชกาลที่ 9) ภาวนาขอพระบารมีของพระองค์ท่านได้โปรดคุ้มครอง ขอให้สู้กับมาเฟียชนะ”

เขาเล่าต่อไปว่า เขาไปคนเดียว ส่วนอีกฝ่ายมีทั้งห้อง ฝ่ายนั้นทูปโตะถามผมว่า จะขายหุ้นทั้งหมดไหม “ผมบอก ขายไม่ได้ ก็เจอคำถามว่า อยากรจะออกจากห้องนี้ไหม ผมบอกอยากออก แลผมขูเขาไปด้วยว่า คิดให้ดีๆ ที่เมืองไทย ผมทำงานโดยใช้ชื่อว่า ททท. สิ้นค้าปลอดอากร ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รัฐบาลถือหุ้นอยู่ ก่อนที่ผมจะมาหาคุณ ผมบอกสถานทูตแล้ว ภายใน 1 ชม.ผมไม่ โทร.กลับไป เขาจะส่งตำรวจมา”

ที่สุด หุ้นส่วนของนายวิชัย ต้องยอม “พอออกมาได้ ผมก็คิดชื่อ คิง เพาเวอร์ เลย จากนั้นก็ไปทำเรื่องขอเปลี่ยนชื่อบริษัทเพื่อเป็นสิริมงคล ในการดำเนินธุรกิจต่อไป”

หันกลับมาที่ประเทศไทยเมื่อสัมปทานไม่ได้อยู่ในมือความไม่แน่นอนเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เมื่อ รมต.ที่กำกับดูแลให้ ททท.ทำเอง เพราะเห็นว่า คิง เพาเวอร์ จะรวยเกินไป จึงทำให้ ททท.ไม่ต่อสัญญา และเปิดร้านค้าปลอดภาษีเองที่ศูนย์การค้าเวสต์เกต เซ็นเตอร์ ชั้น 7

“ผมบอก ไม่เป็นไร แต่ต้องรับปากว่า จะช่วยเอาลูกน้อง 300-400 คนไปด้วย เพราะเขามีประสบการณ์ และเขาไม่ผิด ตอนแรก ททท.ตกลง แต่กลับผิดสัญญาจึงต้องต่อสู้ให้เห็นว่าธุรกิจนี้ต้องอาศัยความเป็นมืออาชีพ มีสายสัมพันธ์ และความสามารถในการพลิกวิกฤติเป็นโอกาส เรายังทำงานกันต่อไปแม้จะไม่มีใบอนุญาต แต่ก็ขายของในราคาปลอดภาษีได้เมื่อของที่ขายต้องเสียภาษีแต่เอามาขายในราคาปลอดภาษี ทำให้กำไรลดลงจนขาดทุน และถูกธนาคารขู่จะฟ้อง ผมก็สู้ด้วยความจริงว่า ไม่ใช่ความผิดผม แต่เป็นเรื่องที่ผมโดนแกล้ง ก็ต้องกัดฟันสู้กันไป”.

EP3 ใบอนุญาตของ “เจ้าสัว” ที่ใครๆก็อยากได้

นายวิชัยเล่าต่อไปว่าผ่านไป ปีร้านปลอดภาษีของ ททท.ก็เจ๊งต้องมาขอร้องให้ซื้อกิจการเป็นจังหวะเดียวกับรัฐบาลเปลี่ยน เราจึงต้องขอมิเงินโอน และความจริงใจแลกเปลี่ยนกันด้วย ไม่ใช่เปลี่ยนรัฐบาลที่ ก็โดนตี เมื่อตกลงกันได้ นายวิชัยจึงยอมรับพนักงานของ ททท.95% เข้ามาในแบบไม่มีเงินโอน

“ผมบอกเลยว่า ใครมาอยู่กับผมต้องไม่มีความอาฆาตพยาบาทที่ผ่านมาเราอาจแข่งกัน แต่วันนี้เราต้องรวมกันสู้ ผมไม่มีแนวคิดจะยุบสาขา และถ้าใครเชื่อว่าผมเอาลูกค้านามาได้ ก็มาอยู่ด้วยกัน”

ต่อมา ทอท.เปิดประมูลสัมปทานร้านค้าปลอดภาษีที่ดอนเมืองรอบใหม่ ทอท.แยกให้ทำ 2 รายในอาคาร 1 และอาคาร 2 แต่ทำไปสักระยะ ก็พบว่า การให้สัมปทาน 2 รายทำให้เกิดปัญหาเพราะเวลาลูกค้าร้องเรียนเรื่องสินค้า ไม่รู้ว่าซื้อกับรายไหน “ผมจึงบอกให้ติดกล้อง CCTV และสุดท้าย ทุกอย่างก็ฟ้องด้วยภาพว่าเป็นร้านค้าปลอดภาษีของอีกฝ่าย ทอท.จึงไม่ต่อสัญญาให้แล้วโอนสัมปทานนั้นมาให้ผมทำแต่เพียงผู้เดียว”

นายวิชัยยังขอเคลียร์ข้อกล่าวหาเรื่องผูกขาดคิงพีดีด้วยว่า เราเป็นคนไทย เหตุใดจึงให้ต่างชาติมาทำ และเมื่อถูกถามว่า การผูกขาดสัมปทานแต่ผู้เดียวยาวนานทำให้คนมองว่า คิงเพาเวอร์มีสัมพันธสิทธิ์ชิ่งกับทุกรัฐบาล เขาตอบว่า มีหลายคนถามว่า ทำไมผู้ใหญ่ชอบเขา ทำให้ถูกมองว่าเขามีโอกาสมากกว่าคนอื่น

“ผมก็ตอบไม่ได้เหมือนกัน เขาอาจเอ็นดูผม เพราะพูดตรงไปตรงมา ไม่มีบัญชีหนึ่งบัญชีสอง ในเวลาเดียวกันมีคนบอกว่า ผมลือบบี้เก้ง คุยกับรัฐบาลไหนก็ได้ ผมอยากบอกว่า เราเป็นพ่อค้า ไม่รู้จักผู้ใหญ่ ไม่รู้จักรัฐบาลเลย คนนั้นโกหกคุณ ไม่มีนักธุรกิจคนไหนนั่งเฉยๆรอให้เขาเอาสัมปทานมาให้หรอก และเมื่อได้มาแล้วก็ต้องบอกว่า จะคืนผลประโยชน์ตอบแทนให้แก่ประเทศสูงสุดได้อย่างไร ถ้าเราทำให้เขาเชื่อได้ โอกาสจึงจะเกิดขึ้น”

ในช่วงที่ย้ายสนามบินไปสุวรรณภูมิ นายวิชัยบอกว่า “เขาก็ไปประมูลร่วมกับคู่แข่งมากมาย แต่เพราะเขาทำมาก่อน จึงได้เปรียบกว่าทั้งระบบ และคนทำงาน รวมถึงความเชื่อถือของทัวร์ และเจ้าของแบรนด์เนม และกรรมการก็พอใจกับข้อเสนอที่ผมให้สูงที่สุด”

สำหรับสัมปทานคิง เพาเวอร์ในสนามบินสุวรรณภูมิ จะสิ้นสุดลงในปี 2563 ทำให้มีผู้ประสงค์จะเข้าร่วมประมูลกันจำนวนมาก ในจำนวนนี้มีทั้งผู้ที่รอได้และที่อดทนรอไม่ได้ ประสงค์จะให้รัฐบาลเปลี่ยนแปลงสัญญามากมาย

เมื่อรัฐบาลได้เปิดเสรีให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจร้านค้าปลอดภาษีได้ทั่วประเทศแล้วทำให้อาณาจักรของ คิง เพาเวอร์ ขยายออกไปมากมายทั้งที่คิงพีดีฟร็องน้ำ สมุทรปราการ พัทยา สนามบินภูเก็ต เชียงใหม่ และหาดใหญ่ ที่สำคัญ คิง เพาเวอร์ กำลังจะเปิดร้าน เลสเตอร์ ซิตี้ แฟนแห่งแรกที่สถานีรถไฟฟ้าย่านทีเอส “สยาม” เร็วๆนี้.

ประชาชาติ ธุรกิจ

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

Section: ดีไลฟ์/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 5 - พุธ 7 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 41

ฉบับที่: 5094

หน้า: 25(กลาง)

Col.Inch: 185.39 Ad Value: 250,276.50

PRValue (x3): 750,829.50

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: ไอคอนคราฟต์ พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทย หนึ่งไฮไลต์ ณ ไอคอนสยาม



ไอคอนคราฟต์

พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทย

หนึ่งไฮไลต์ ณ ไอคอนสยาม

หรืออีกอดีตเดียวเราก็จะได้พบกับอภิมหาโปรเจกต์ “ไอคอนสยาม” โครงการแลนด์มาร์กระดับโลก ณ กรุงเทพมหานคร ที่ประกอบด้วย ศูนย์การค้า 2 อาคาร และคอนโดมิเนียม 2 อาคาร หันหน้ารับริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาอย่างโดดเด่น ซึ่งจะจัดงานเปิดตัวอย่างเป็นทางการในวันที่ 9 พฤศจิกายนที่จะถึงนี้

ด้วยความที่ไอคอนสยามมีวัตถุประสงค์ในการจัดสร้างเพื่อนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยสู่สายตาคนทั่วโลก ไม่ใช่เพียงรูปแบบสถาปัตยกรรมและการออกแบบตกแต่งภายในเท่านั้น ที่จะสะท้อนความเป็นไทยสู่สายตาชาวโลก แต่ในไอคอนสยามยังมีพื้นที่พิเศษเพื่อนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดยเฉพาะ ในชื่อว่า “ไอคอนคราฟต์ (ICONCRAFT)”

ไอคอนคราฟต์ ตั้งอยู่บริเวณชั้น 4 และชั้น 5 ของไอคอนสยาม มีพื้นที่กว่า 2,500 ตารางเมตร เป็นพื้นที่รวบรวมงานหัตถศิลป์แบบไทย และงานคราฟต์ร่วมสมัยมานำเสนอ เปิดโอกาสให้ช่างฝีมือไทยได้ต่อยอดความสามารถ เพิ่มคุณค่าในผลงาน เพิ่มพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายผลงานของตนเองในโครงการ ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก โดยในพื้นที่ไอคอนคราฟต์จะจัดแสดงผลงานและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กว่า 5,000 ชิ้น โดยช่างฝีมือไทยกว่า 300 ราย

นายไชยยง รัตนอังกูร ผู้บริหาร บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด ให้ข้อมูลว่า ไอคอนคราฟต์ถูกนำเสนอภายใต้คอนเซ็ปต์ “innovative craft designed for everyday life” เป็นการนำความงามแบบเก่ามาปรับให้เป็นงานสมัยใหม่ เกิดเป็นศูนย์กลางงานหัตถศิลป์และงานคราฟต์ไทยแบบร่วมสมัย โดยนักออกแบบรุ่นใหม่จะได้มีโอกาสนำทักษะงานช่างจากอดีตมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นรูปแบบที่น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ สามารถเข้าถึงได้ง่าย



รหัสข่าว: C-181105023079 (3 พ.ย. 61/07:29)

หน้า: 1/4

ประชาชาติ ธุรกิจ

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

Section: ดีไลฟ์/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 5 - พุธ 7 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 41

ฉบับที่: 5094

หน้า: 25(กลาง)

Col.Inch: 185.39 Ad Value: 250,276.50

PRValue (x3): 750,829.50 ศิลป: สีสี่

หัวข้อข่าว: ไอคอนคราฟต์ พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทย หนึ่งไฮไลต์ ณ ไอคอนสยาม



การจัดสรรพื้นที่ของไอคอนคราฟต์ได้แรงบันดาลใจส่วนหนึ่งมาจากสาขาวิชาชีพของช่างสิบหมู่ของไทย แบ่งเป็น 7 โซนหลัก ได้แก่ 1.The Smith งานช่างทอง ช่างโลหะต่าง ๆ 2.The Painter งานเพนต์ งานวาดเขียน งานลงรักปิดทอง 3.The Sculptor งานปั้น 4.The Carpenter งานช่างไม้ 5.The Weaver งานช่างทอ 6.The Gastronomer งานเกี่ยวกับอาหาร และ 7.The Therapist งานแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์สำหรับบำบัดและดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ ยังมีโซนจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็น house brand ของไอคอนคราฟต์ โซนเฉพาะสำหรับนักร้องแบบรับเชิญที่จะเข้ามาจัดแสดงผลงานแบบหมุนเวียน โซนที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเข้ามาร่วมสร้างสรรค์ผลงานได้ภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของศิลปินนักร้องแบบผู้เชี่ยวชาญ และโซนพิเศษอื่น ๆ อีกมากมาย

นางปาริสา จาตนิลพันธุ์ ผู้อำนวยการอาวุโส บริษัท สยามพิวรรธน์ รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด กล่าวว่า ไอคอนคราฟต์จะเป็นเสมือน multibrand store ขนาดใหญ่ที่รวบรวมงานนวัตกรรมศิลป์และงานคราฟต์ของคนไทยมานำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย โดยทำการคัดเลือกผู้ประกอบการและศิลปินนักร้องแบบทั้งรายใหม่และรายเดิมที่อยากจะเปลี่ยนแปลงตัวเอง รวมถึงผู้ประกอบการและนักร้องแบบจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ซึ่งไอคอนสยามได้เข้าไปช่วยฝึกทักษะให้แก่กลุ่มคนเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง ทั้งการทำงาน การขาย การพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัยและใช้งานได้จริง

“นอกจากจะจัดแสดงและจำหน่ายผลงานของช่างฝีมือไทยแล้ว ไอคอนคราฟต์ยังเปิดพื้นที่ campus zone ให้นักเรียนและนักศึกษาที่เรียนเกี่ยวกับงานออกแบบและงานช่างศิลป์ด้านต่าง ๆ ได้นำผลงานมาจำหน่าย พร้อมทั้งทดลองตลาดเพื่อนำไปปรับปรุงผลงาน พัฒนาแนวทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้น เป็นการสนับสนุนและบ่มเพาะอนาคตของชาติให้เติบโตเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพในอนาคต โดยในช่วงแรกได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยศิลปากร และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง นำผลงานการออกแบบซึ่งเป็นงานวิทยานิพนธ์ที่มีความแปลกใหม่ และผ่านการคัดเลือกแล้วของทั้งสองสถาบันมาจัดแสดง ส่วนในอนาคตจะเปิดพื้นที่ต้อนรับงานคราฟต์จากสถาบันการศึกษาอื่น ๆ และผลงานจากทั่วโลกให้มาจัดแสดงที่นี่ด้วย”

ในส่วนการออกแบบพื้นที่ ไอคอนคราฟต์ได้สถาปนิกชื่อดัง **นายดวงฤทธิ์ บุนนาค** เป็นผู้ออกแบบ

สำหรับแนวคิดการออกแบบ ดวงฤทธิ์บอกว่า ด้วยความที่ไอคอนคราฟต์ตั้งอยู่บนพื้นที่ชั้น 4 และชั้น 5 ของไอคอนสยาม ฝั่งที่ติดแม่น้ำเจ้าพระยา

ประชาชาติ ธุรกิจ

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

Section: ดีไลฟ์/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 5 - พุธ 7 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 41

ฉบับที่: 5094

หน้า: 25(กลาง)

Col.Inch: 185.39 Ad Value: 250,276.50

PRValue (x3): 750,829.50

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: ไอคอนกราฟต์ พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทย หนึ่งไฮไลต์ ณ ไอคอนสยาม



ทำให้เป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ที่โดดเด่นมาก จึงมีไฮไลต์ที่จะออกแบบรูปทรงตัวอาคารให้เป็นเสมือนหัวแหวนเพื่อดึงดูดความสนใจมากขึ้น

“หัวใจของการออกแบบ คือ ให้ความรู้สึกแบบไทย แต่มีความทันสมัยอยู่ร่วมกับปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน โดยได้นำรากของวัฒนธรรมและงานฝีมือมาใช้ในการสถาปัตยกรรมในมุมมองแบบใหม่ ซึ่งเป็นมุมมองของสถาปนิก นอกจากนั้นยังได้ผสมผสานกับแนวคิดการสร้างงานแบบ authenticity มีความตรงไปตรงมาตั้งแต่ระดับโครงสร้าง คือ สถาปัตยกรรมในไอคอนกราฟต์ จะต้องสวยงามทั้งภายนอก และมีโครงสร้างที่เหมือนกันอยู่ด้านในด้วย ไม่ได้เป็นเพียงโครงธรรมาที่ตกแต่งสวยงามเฉพาะด้านนอกเท่านั้น”

ส่วนผู้มารับหน้าที่อาร์ตไดเร็กเตอร์ควบคุมการออกแบบตกแต่งภายใน ได้แก่ **ม.ล.ภาวิณี สันติศิริ** ที่ได้หยิบยกอาชีพช่างสิบหมู่ส่วนหนึ่งมาเป็นแนวคิดและแรงบันดาลใจในการจัดสรรพื้นที่สำหรับนำเสนอผลงานความคิดสร้างสรรค์ของช่างฝีมือไทย

ม.ล.ภาวิณีให้ข้อมูลว่า พื้นที่ทั้ง 7 โซนของไอคอนกราฟต์ จะมี art installation หรืองานศิลปะประจำโซน ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาและภูมิปัญญาเบื้องหลังผลงานหรือผลิตภัณฑ์ในโซนนั้น ๆ โดยได้รับเกียรติจากศิลปิน นักออกแบบที่มีชื่อเสียง หรือปรมาจารย์ทางด้านงานกราฟต์ มาร่วมสร้างสรรค์ art installation ทั้ง 7 ชั้น ได้แก่ โซน The Smith โดย **จิระเดช และพรทิไล มีมัลย์** เจ้าของรางวัล Asian Cultural Council Fellowship Awards New York ปี 2010 โซน The Painter โดย **พลอย จริยเวช** นักเขียน นักแปล และนักออกแบบคอนเซ็ปต์ชื่อดัง โซน The Sculptor โดย **อุดม อุดมศรีอนันต์** เจ้าของรางวัล Grand Prize Award จากงาน Design of the Year 2004 โซน The Carpenter โดย **สุวรรณ**

ประชาชาติ ธุรกิจ

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

Section: ดีไลฟ์/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 5 - พุธ 7 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 41

ฉบับที่: 5094

หน้า: 25(กลาง)

Col.Inch: 185.39 Ad Value: 250,276.50

PRValue (x3): 750,829.50

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: ไอคอนกราฟต์ พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทย หนึ่งไฮไลต์ ณ ไอคอนสยาม

คงขุนเทียน เจ้าของรางวัล Grand Prize Award จากงาน Design of the Year 2004 โชน The Weaver โดย **น้ำฝน ไล้สัตรีโกศล** นักออกแบบผู้เชี่ยวชาญการผสมผสานศิลปะ สิ่งทอ และแฟชั่นเข้าด้วยกัน เจ้าของรางวัล Design of the Year Award 2017 สาขา textile design โชน The Gastronomer โดย **ผศ.เอกรัตน์ วงษ์จรีต** และโชน The Therapist โดย **สกุล อินทกุล** ศิลปินนักจัดดอกไม้ชื่อดังระดับโลก และผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมดอกไม้

ไอคอนกราฟต์ หนึ่งไฮไลต์ที่ไอคอนสยามนำเสนอ มีกำหนดเปิดให้บริการพร้อมไอคอนสยาม ในวันที่ 10 พฤศจิกายนนี้ ทันทีที่เปิดก็มีนิทรรศการไฮไลต์ คือ นิทรรศการ “สยามทำมือ” ผลงานของ วิภู ศรีวิลาส ศิลปินไทยชื่อดังที่ประสบความสำเร็จในระดับสากล ใช้ชีวิตอยู่ในประเทศออสเตรเลียมานานกว่า 15 ปี และมีงานแสดงผลงานเชรามิกในหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งจะจัดแสดงต่อเนื่องไปจนถึงวันที่ 31 มกราคม 2562



ไว้อาลัย "วิชัย ศรีวัฒนประภา" เจ้าพ่อคิงเพาเวอร์ แม่ไร้ชีพแต่ความดีไม่มีวันตาย

ก่อนหน้าที่ นายวิชัย ศรีวัฒนประภา ประธานกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ จะประสบอุบัติเหตุเสียชีวิตจากการที่เครื่องบินเฮลิคอปเตอร์ที่เขาโดยสารเป็นประจำเกิดขัดข้อง และตกลง ณ บริเวณ ลานจอดรถของสนามคิง เพาเวอร์ สเตเดียม ที่เมืองเลสเตอร์ ในประเทศอังกฤษ เมื่อเวลา 20.30 น. ของวันที่ 27 ต.ค.ตามเวลาท้องถิ่นนั้น เขามักจะตกเป็นเหยื่อของกลุ่มคนประเภทที่มีวาระซ่อนเร้น ลวงโลก และสร้างเงื่อนไขต่างๆขึ้นมามากมาย เพื่อบิดเบือนความจริงในตัวคนที่เขาเป็นอยู่ โดยเฉพาะในธุรกิจสัมปทานที่ประมูลจากรัฐมาอย่างถูกต้อง และมีราคาแพง และแม้วาระซ่อนเร้นเหล่านั้น จะทำให้ความรู้สึกนึกคิดของคนบางกลุ่มบิดเบี้ยว บางกลุ่มเชื่อ โดยไม่หาคำตอบและบางกลุ่มมีอำนาจที่จะเปลี่ยนแปลงสัญญาที่รัฐทำขึ้นได้ใหม่ในสัมปทานที่เกี่ยข้อง

แต่นายวิชัยก็ยังคงยืนหยัดต่อสู้กับวาระต่างๆเหล่านั้นได้ ด้วยเพราะสิ่งที่เขาทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้อง พิสูจน์ได้ และไม่อาจจะหักล้างได้โดยวิธีการใดๆที่ไม่สะอาด หรือผิดแผกแตกต่างไปจากสัญญาที่เขาทำไว้กับภาครัฐ

ถึงวันที่นายวิชัยได้จากโลกนี้ไปแล้ว หนังสือพิมพ์ สื่อมวลชน ทั้งไทย และเทศ รวมถึงผู้คนจำนวนมาก โดยเฉพาะที่เมืองเลสเตอร์ ที่ทำกันออกมาแสดงความอาลัยต่อการจากไปของเขา ทำให้เรามองเห็นความจริงในอีกหลายด้านในตัวเขา โดยเฉพาะในคุณสมบัติ ความมีเมตตา โอบอ้อมอารี และให้ความช่วยเหลือผู้คนที่ตกทอดเวลา

อย่างที่เรารู้กันเห็นในการแสดงความอาลัยที่มาในหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ที่มีชาวเมืองเลสเตอร์รำลึกเดินทางไปไว้อาลัยเขาที่สนามคิง เพาเวอร์ สเตเดียม และนำดอกไม้ พวงหรีด เสื้อ-ผ้าพันคอสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์จำนวนมากไปวางจนเต็มในลานกว้าง กระทั่งถึงการกล่าวคำสดุดีถึงเขามากมายทั้งใน และต่างประเทศ.

ทีมเศรษฐกิจ



“ริสต์แบนด์” เราชักพระเจ้าอยู่หัว

“เรารักพระเจ้าอยู่หัว” “Long Live The King”

ข้อความที่สลักใน “สายรัดข้อมือ” ของมูลนิธิคิง เพาเวอร์ ซึ่งนายวิชัย ศรีวัฒนประภาฯ เริ่มจัดทำขึ้นเป็นองค์กรแรก ในวโรกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร เพื่อจำหน่ายให้กับประชาชนทั่วไปได้ร่วมถวายความจงรักภักดีในราคาเส้นละ 100 บาท

โดยนำรายได้ทั้งหมดไม่หักค่าใช้จ่าย
ทูลเกล้าฯถวายแด่ในหลวงรัชกาลที่ 9
จำนวน 1,000,000 เส้นเพื่อทรงใช้สอย

ตามพระราชอัธยาศัย

ทุกเส้นจะมีหมายเลขกำกับพร้อมสลักอักษร “เรารักพระเจ้าอยู่หัว” สองภาษา ด้านในมีหมายเลข 1-1,000,000 กำกับ และสลักชื่อองค์กร “King Power”

เป็นตัวอย่างของการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ ก่อให้เกิดกระแสการสวมใส่ริสต์แบนด์ “เรารักพระเจ้าอยู่หัว” ในประชาชน



ทุกหมู่เหล่า และทำให้หลายองค์กร จัดทำ “ริสต์แบนด์” ของตัวเองขึ้นในเวลาต่อมา

นอกจากนั้นเมื่อเป็นเจ้าของทีมฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ นายวิชัยยังนำเพลงสรรเสริญพระบารมีไปเปิดในสนามฟุตบอลเลสเตอร์ที่ประเทศอังกฤษอีกด้วย.

INDIGO จากชุมชน“บ้านนาขาม” สินค้าดั้งเดิมของไทยสู่อังกฤษ

“INDIGO” ผลิตภัณฑ์ผ้าสีคราม นาขาม กลับมาร่วมมือกันย้อมผ้าสีครามเพื่อ
 คราม ที่หายไปจากประเทศไทยมานาน ตัดเย็บเป็นเสื้อที่เจ็ดลายปักที่เจ็ดลายสกรีน
 หลายสิบปีกลับมาอีกครั้ง หลังจากทีนาย เสื้อโปโลและผลิตภัณฑ์สำหรับแฟนสโมสร
 วิชัย และนายอัยยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา ทีมฟุตบอล จึงจอกสีน้ำเงิน จากเลสเตอร์ ซิตี้
 พร้อมแล้วที่จะให้การผลักดันสินค้าไทย ของเขา ในประเทศอังกฤษได้



ไปสู่ตลาดโลกอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็เสื้อกีฬาเสื้อโปโล หมวก
 ด้วยการเสาะแสวงหาชุมชนเก่าแก่ของ แก๊ป หมวกไหมพรม กระเป๋าใส่ของ ย่อม
 ประเทศไทยที่“บ้านนาขาม” จังหวัดสกลนคร ผ้าพันคอ และของใช้เนกประสงค์ที่แฟน
 อันเป็นต้นกำเนิดของการย้อมคราม ใน คลับของสโมสรเลสเตอร์ สามารถหาซื้อได้ที่
 ประเทศไทย สู่ทีมครุช่างศิลปหัตถกรรม The City Fanstore at King Power
 ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ Stadium ในเมืองเลสเตอร์ซิตี ประเทศ
 ร่วมกับทีมนักออกแบบของกลุ่มบริษัท กิง อังกฤษได้ และนี่คือการนำผ้าพื้นบ้านอัน
 เพาเวอร์

ภายใต้แนวคิดที่หวังจะสนับสนุน อังกฤษ ถือเป็นการสร้างโอกาส-สร้างงาน
 ศักยภาพการผลิตของคนไทยให้ก้าวไกลสู่ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนบ้านนาขามจน
 เเวที่โลก จนสามารถจะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ผู้คนในชุมชนต้องขอร้องนักท่องเที่ยวที่จะ
 ภายในประเทศไปสู่สายตา และสู่มือของผู้ ไปดูการย้อมผ้าบ้านเขาว่า ขอให้บริหาร
 บริโภคชาวต่างชาติได้ ทั้งสองจึงเดินทางไป จัดการงานผลิตและจำหน่ายให้คล่องตัวก่อน
 ช่วยกันผลักดันให้ชาวบ้านของชุมชนบ้าน- แล้วค่อยไปเที่ยวบ้านเขาดีกว่า.



พุทธศาสนา

สำหรับวัตถุประสงค์ที่สร้างวัดแห่งนี้เพราะ
ตั้งอยู่ใกล้กับ "สนามบินสุวรรณภูมิ" อีกทั้งยังเป็น

วัดสุวรรณภูมิ พุทธชยันตี ที่ปัก "พระสงฆ์" รอขึ้นบิน

"วัดสุวรรณภูมิพุทธชยันตี" อ. วัดที่พระสงฆ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เดินทางมาจาก
บางเสาธง จ.สมุทรปราการ เป็นวัดที่ ต่างจังหวัด หรือเดินทางไปต่างประเทศ จะเข้ามา "จำวัด"
นายวิชัย ศรีวัฒนประภา ได้ร่วมกับพี่น้อง ในเวลาสั้นๆ เพื่อรอขึ้นเครื่องบิน เนื่องจากภายในวัดแห่งนี้จะ
ในองค์กรและประชาชนทั่วไปก่อสร้าง มีพาหนะรับ-ส่ง จากสนามบิน
ขึ้นมาเพื่อร่วมเฉลิมฉลองพุทธชยันตี โดยเฉพาะพระสงฆ์ที่เดินทางจากต่างประเทศนั้น จะต้อง
2,600 ปี แห่งการตรัสรู้ของพระสัมมา มาต่อเครื่องบินที่สนามบินสุวรรณภูมิ ก็จะมีจุดแวะพักเพื่อเปลี่ยน
สัมพุทธเจ้า เครื่อง ซึ่งการเข้ามาจำวัดนั้นมีความสะดวกสบาย เพราะไม่
โดยวัดถูกสร้างขึ้นมาอย่างสวยงาม ต้องจัดหาที่พักภายนอก หรือไปนั่งรอที่สนามบิน นอกจากนี้
และวิจิตรบรรจง ด้วยจิตใจที่มุ่งมั่นและ บรยากาศภายในวัดซึ่งเป็นธรรมชาติ มีความเงียบสงบ หรือ
เต็มเปี่ยมไปด้วยความเลื่อมใสในพระ- เป็นที่ "สัปปายะ" นั้นยังเหมาะแก่การปฏิบัติธรรมของพระสงฆ์.

ก้าวคนละก้าว แรงบันดาลใจของการ"ให้"

"โครงการ "ก้าวคนละก้าว" ขอแสดงความเสียใจกับการจากไปของบุคคลผู้ยิ่งใหญ่"

"...ตลอด ปีของโครงการก้าวคนละก้าว เราได้รับความสนับสนุนจากกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ อย่างมากมาย ซึ่งเป็นการช่วยเหลือที่ยิ่งใหญ่และเมตตากับคนทำงานกลุ่มเล็กๆ กลุ่มนี้มากที่สุด หากปราศจากซึ่งการสนับสนุน จากคุณวิชัย และกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ กิจกรรมหลายอย่างของก้าวคนละก้าว ก็คงไม่สามารถเกิดขึ้นและสำเร็จลงได้

ท่านคือผู้สนับสนุนและเป็นแรงบันดาลใจของการเป็นผู้ให้อย่างแท้จริง
ทีมงานก้าวคนละก้าว
ขอแสดงความเสียใจกับครอบครัวศรีวัฒนประภาและกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์อย่างสุดซึ้ง"



ข้อความแสดงความอาลัยจาก "ตูน บอดี้สแลม" และทีมงานก้าวคนละก้าว ต่อการจากไปของนายวิชัย ศรีวัฒนประภา ซึ่งกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ ได้สนับสนุนทุนประเดิมให้กับโครงการ "ก้าวคนละก้าว" ینگการกุศลจาก อ.เบตง จ.ยะลา ถึง อ.แม่สาย จ.เชียงราย เพื่อสนับสนุนการจัดซื้อเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยให้โรงพยาบาล 11 แห่ง

นอกจากนั้น ในวันที่ทีมงานก้าวคนละก้าวได้วิ่งมาที่กรุงเทพฯ นายวิชัย ในนามของคิง เพาเวอร์ ยังได้บริจาคเงินเพิ่มจากทุนประเดิมที่ให้ไปแล้วอีก 100 ล้านบาทเพื่อร่วมโครงการ รวมทั้งได้สนับสนุนเงินในการจัดทำภาพยนตร์ "2,215 เชื้อбак้าก้าว" ซึ่งเป็นภาพยนตร์บันทึกเรื่องราว 55 วันในการวิ่ง และเพื่อนำเงินรายได้จากภาพยนตร์ไปบริจาคให้โรงพยาบาลอื่นๆที่ยังขาดแคลนต่อเนื่องไปอีก

ถือเป็นหนึ่งในกุศลที่ยิ่งใหญ่ และแรงบันดาลใจของผู้ให้อย่างแท้จริง.

ฟ็อกซ์ ฮันท์ เลสเตอร์ ซิตี้ อะคาเดมี่

เพื่อยกระดับ "ฟุตบอลไทย" ก้าวไปสู่ "ฟุตบอลในระดับอาชีพ" และเปิดโอกาสให้เด็กไทย เพิ่มทักษะและได้รับประสบการณ์ "ลูกหนัง" ในระดับสากล นายวิชัย ศรีวัฒนประภา ในฐานะประธานสโมสร เลสเตอร์ ซิตี้ ได้จัดตั้ง โครงการ "ฟ็อกซ์ ฮันท์ เลสเตอร์ ซิตี้ อะคาเดมี่" (Fox Hunt) ขึ้น เพื่อให้โอกาสเด็กไทย ก้าวสู่เส้นทางสายลูกหนังอาชีพ

คัดเลือกนักเตะไทย ระดับเยาวชน 16 รายต่อปี บินไปร่วมฝึกทักษะลูกหนังที่ประเทศอังกฤษ

โดยนักเตะที่ร่วมโครงการจะได้ฝึกซ้อมกับทีม เลสเตอร์ ซิตี้ เพื่อฝึกทักษะลูกหนัง ได้เรียนรู้ระบบของฟุตบอลอาชีพ และได้เข้าเรียนที่ ร.ร. แรทคลิฟฟี คอลเลจ ซึ่ง

เป็นโรงเรียนชั้นนำของอังกฤษจนจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย รวมระยะเวลาที่จะไปอยู่ที่ประเทศอังกฤษ 2 ปีครึ่ง โดยทางคิง เพาเวอร์ ออกค่าใช้จ่ายให้เด็กไทยที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการทุกบาททุกสตางค์

โครงการ "ฟ็อกซ์ ฮันท์ เลสเตอร์ ซิตี้ อะคาเดมี่" (Fox Hunt) เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปีนี้ถือเป็นปีที่ 3 สร้างนักเตะ



ไทยระดับเยาวชนที่มีประสบการณ์ระดับโลกเพิ่มมากขึ้น

นอกเหนือจากการฝากความหวังให้เด็กเหล่านี้เป็นกำลังสำคัญของทีมชาติไทย เพื่อสร้าง "ช้างศึก" ไทยให้ก้าวสู่อันดับโลกที่สูงขึ้น หรือเข้าร่วมการแข่งขัน "บอลโลก" ในอนาคต

นายวิชัยยังมองไกลถึงการมีนักเตะไทย โลดแล่นใน "พรีเมียร์ลีก" ของอังกฤษอีกด้วย

โดยนักเตะที่สามารถเข้าไปเล่นในลีกอังกฤษได้ โดยได้รับใบอนุญาตให้ทำงานได้อย่างถูกต้อง ทีมชาติของประเทศนั้นจะต้องมีอันดับที่ 60 ของโลกลงมาหรือได้เล่นอยู่ในอังกฤษเป็นเวลานานเพียงพอ

และโครงการนี้จะเป็นหนึ่งในโครงการที่ปั้นฝันของคนไทยให้เป็นจริง!

จุดกำเนิด "King Power"

EP1 ก่อนจะเป็น คิง เพาเวอร์

ในเว็บไซต์ Praew.com ของนิตยสารแพรว นำบทสัมภาษณ์ที่ตีพิมพ์ไว้ก่อน นายวิชัย ศรีวัฒนประภา เจ้าพ่อคิง เพาเวอร์ จะเสียชีวิต มาลงตีพิมพ์อีกครั้ง โดยบทสัมภาษณ์นี้มีหัวข้อว่า "ไขความลับชีวิตของ วิชัย ศรีวัฒนประภา มหาเศรษฐีผู้ให้เจ้าสัวหัวใจเพชร!"

นายวิชัยเล่าให้แพรวฟังถึงธุรกิจร้านค้าปลีกค้ายิวว่า สมัยเรียนที่ไต้หวัน ไม่มีเที่ยวบินตรง ต้องแวะเปลี่ยนเครื่องที่ฮ่องกง จากกลับตอนปิดเทอมมีคนฝากซื้อของบ่อยๆ จึงมีความคิดว่า เหตุใดประเทศไทยไม่มีร้านค้าปลีกค้ายิวแบบฮ่องกงบ้าง แต่พอจะทำธุรกิจจริง จึงพบว่า ต้องขอสัมปทานจากรัฐ และยุคนั้น มีรัฐวิสาหกิจเท่านั้นที่จะทำได้ และการบินไทยก็เป็นผู้ทำ เขาจึงหันไปทำธุรกิจคัสแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนม แต่โดยเหตุที่กำแพงภาษีของไทยสูงมาก จึงใช้วิธีต่อสายตรงกับซัพพลายเออร์ให้ขายเขาในราคาต่ำ ที่สุดเขาจึงมีสายสัมพันธ์กับเพื่อนที่ฮ่องกง กัมพูชา มาเก๊า และจีน กระทั่งวันหนึ่งก็ได้เข้าไปร่วมหุ้นกับเพื่อนทำคิวตี้พีรี (DFS) ที่ฮ่องกงจนกลายเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่

ส่วนที่สนามบินดอนเมืองนั้น ท้ายสุดการบินไทยทำ

ไม่ได้ ก็ต้องไปให้รายอื่นทำ และส่วนใหญ่เป็นร้านขายของที่ระลึก นายวิชัยจึงเสนอการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย (ทอท.) ในขณะนั้นให้ทำร้านค้าปลีกค้ายิวโดยแยกส่วนกันระหว่างพื้นที่ร้านค้าปลีกค้ายิวกับร้านขายของที่ระลึก

ทอท.เห็นด้วยแต่ก็ยังกลัว จึงถือสัมปทาน

ไว้เองแต่ว่าจ้างคนไทยอีกคนไป

บริหาร และใช้วิธีแย่งตรง สักพักก็

ตัดสินใจแยกทางกัน ต่อมารัฐบาล

มีโครงการเปิดประมูลสัมปทาน

ร้านค้าปลีกค้ายิวออกพื้นที่

สนามบิน แต่จะให้เฉพาะ

รัฐวิสาหกิจเท่านั้น นายวิชัยจึง

ไปชวน การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศ ไทย (ททท.) ร่วม

ทุนทำกันที่อาคารมหาทุน

นั่นเป็นจุดเริ่มต้นของ

ไทยที่มีร้านค้าปลีกค้ายิวในเมือง

แห่งแรกในประเทศ.



EP2 กำเนิด คิง เพาเวอร์

นายวิชัยเล่าให้แพรพ่วงต่อไปว่าช่วงเวลานั้นเขามีปัญหากับหุ้นส่วนฮ่องกงซึ่งมีอิทธิพล ทำให้ต้องเดินทางไปพบ ไปเจรจากันบ่อยครั้ง “ผมทำใจแล้วว่า ต้องเจออะไรบ้าง วินาทีนั้น ผมนึกถึงพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตรรัชกาลที่ 9) ภาวนาขอพระบารมีของพระองค์ท่านได้โปรดคุ้มครอง ขอให้สู้กับมาเฟียชนะ”

เขาเล่าต่อไปว่า เขาไปคนเดียว ส่วนอีกฝ่ายมีทั้งห้อง ฝ่ายนั้นทูปโตะถามผมว่า จะขายหุ้นทั้งหมดไหม “ผมบอก ขายไม่ได้ ก็เจอคำถามว่า อยากรจะออกจากห้องนี้ไหม ผมบอกอยากออก แลผมไปช่วยว่า คิดให้สินะ ที่เมืองไทย ผมทำงานโดยใช้ชื่อว่า ททท.สินค้าปลอดอากร ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รัฐใหม่รัฐบาลถือหุ้นอยู่ ก่อนที่ผมจะมาหาคุณ ผมบอกสถานทูตแล้ว ภายใน 1 ชม.ผมไม่ โทร.กลับไป เขาจะส่งตำรวจมา”

ที่สุด หุ้นส่วนของนายวิชัย ต้องยอม “พอออกมาได้ ผมก็คิดซื้อ คิง เพาเวอร์ เลย จากนั้นก็ไปทำเรื่องขอเปลี่ยนชื่อบริษัทเพื่อเป็นสิริมงคล ในการดำเนินธุรกิจต่อไป”

หันกลับมาที่ประเทศไทยเมื่อสัมปทานไม่ได้อยู่ในมือความไม่แน่นอนเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เมื่อ รมต.ที่กำกับดูแลให้ ททท.ทำเอง เพราะเห็นว่า คิง เพาเวอร์ จะรวบเกินไป จึงทำให้ ททท.ไม่ต่อสัญญา และเปิดร้านค้าปลอดภาษีเองที่ศูนย์การค้าเวสต์เทรค เซ็นเตอร์ ชั้น 7

“ผมบอก ไม่เป็นไร แต่ต้องรับปากว่า จะช่วยเหลือลูกน้อง 300-400 คนไปด้วย เพราะเขามีประสบการณ์ และเขาไม่ผิด ตอนแรก ททท.ตกลง แต่กลับผิดสัญญาจึงต้องต่อสู้ให้เห็นว่าธุรกิจนี้ต้องอาศัยความเป็นมืออาชีพ มีสายสัมพันธ์ และความสามารถในการพลิกวิกฤติเป็นโอกาส เรายังทำงานกันต่อไปแม้จะไม่มีใบอนุญาต แต่ก็ขายของในราคาปลอดภาษีได้เมื่อของที่ขายต้องเสียภาษีแต่เอามาขายในราคาปลอดภาษี ทำให้กำไรลดลงจนขาดทุน และถูกธนาคารขู่จะฟ้อง ผมก็สู้ด้วยความจริงว่า ไม่ใช่ความผิดผม แต่เป็นเรื่องที่ผมโดนแก๊ง ก็ต้องกัดฟันสู้กันไป”.

EP 3. ใบอนุญาตของ “เจ้าสัว” ที่ใครๆก็อยากได้

นายวิชัยเล่าต่อไปว่าผ่านไปปีร้านค้าปลอดภาษีของ ททท.ก็เจ๊ง ต้องมาขอร้องให้ซื้อกิจการเป็นจังหวัดเดียวกับรัฐบาลเปลี่ยน เราจึงต้องขอมิเงินโอน และความจริงใจแลกเปลี่ยนกันด้วย ไม่ใช่เปลี่ยนรัฐบาลที่ ก็โดนตี เมื่อตกลงกันได้ นายวิชัยจึงยอมรับพนักงานของ ททท.95% เข้ามาในแบบไม่มีเงินโอน

“ผมบอกเลยว่า ใครมาอยู่กับผมต้องไม่มีความอาฆาตพยาบาทที่ผ่านมาเราอาจแข่งกัน แต่วันนี้เราต้องรวมกันสู้ ผมไม่มีแนวคิดจะยุบสาขา และถ้าใครเชื่อว่าผมเอาลูกค้ามาลงได้ ก็มาอยู่ด้วยกัน”

ต่อมา ทอท.เปิดประมูลสัมปทานร้านค้าปลอดภาษีที่ดอนเมืองรอบใหม่ ทอท.แยกให้ทำ 2 รายในอาคาร 1 และอาคาร 2 แต่ทำไปสักระยะ ก็พบว่า การให้สัมปทาน 2 รายทำให้เกิดปัญหาเพราะเวลาลูกค้าร้องเรียนเรื่องสินค้า ไม่รู้ว่าซื้อกับรายไหน “ผมจึงบอกให้ติดกล้อง CCTV และสุดท้าย ทุกอย่างก็ฟ้องด้วยภาพว่าเป็นร้านค้าปลอดภาษีของอีกฝ่าย ทอท.จึงไม่ต่อสัญญาให้แล้วโอนสัมปทานนั้นมาให้ผมทำแต่เพียงผู้เดียว”

นายวิชัยยังขอเคลียร์ข้อกล่าวหาเรื่องผูกขาดคิงพีร์ด้วยว่า เราเป็นคนไทย เหตุใดจึงให้ต่างชาติมาทำ และเมื่อถูกถามว่า การผูกขาดสัมปทานแต่ผู้เดียวยาวนานทำให้คนมองว่า คิงเพาเวอร์มีสัมพันธสิทธิ์ชิ่งกับทุกรัฐบาล เขาตอบว่า มีหลายคนถามว่า ทำไมผู้ใหญ่ชอบเขา ทำให้ถูกมองว่าเขามีโอกาสมากกว่าคนอื่น

“ผมก็ตอบไม่ได้เหมือนกัน เขาอาจเอ็นดูผม เพราะพูดตรงไปตรงมา ไม่มีบัญชีหนึ่งบัญชีสอง ในเวลาเดียวกันมีคนบอกว่า ผมลือมบี้เก่ง คุยกับรัฐบาลไหนก็ได้ ผมอยากบอกว่า เราเป็นพ่อค้า ไม่รู้จักผู้ใหญ่ ไม่รู้จักรัฐบาลเลย คนนั้นโกหกคุณ ไม่มีนักธุรกิจคนไหนนั่งเฉยๆรอให้เขาเอาสัมปทานมาให้หรอก และเมื่อได้มาแล้วก็ต้องบอกว่า จะคืนผลประโยชน์ตอบแทนให้แก่ประเทศสูงสุดได้อย่างไร ถ้าเราทำให้เขาเชื่อได้ โอกาสจึงจะเกิดขึ้น”

ในช่วงที่ย้ายสนามบินไปสุวรรณภูมิ นายวิชัยบอกว่า “เขาก็ไปประมูลร่วมกับคู่แข่งมากมาย แต่เพราะเขาทำมาก่อน จึงได้เปรียบกว่าทั้งระบบ และคนทำงาน รวมถึงความเชื่อถือของทัวร์ และเจ้าของแบรนด์เนม และกรรมการก็พอใจกับข้อเสนอที่ผมให้สูงที่สุด”

สำหรับสัมปทานคิง เพาเวอร์ในสนามบินสุวรรณภูมิ จะสิ้นสุดลงในปี 2563 ทำให้มีผู้ประสงค์จะเข้าร่วมประมูลกันจำนวนมาก ในจำนวนนี้มีทั้งผู้ที่รอได้และที่อดทนรอไม่ได้ ประสงค์จะให้รัฐบาลเปลี่ยนแปลงสัญญามากมาย

เมื่อรัฐบาลได้เปิดเสรีให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจร้านค้าปลอดภาษีได้ทั่วประเทศแล้วทำให้อาณาจักรของ คิง เพาเวอร์ ขยายออกไปมากมายทั้งที่คิงพีร์รางน้ำ สมุทรปราการ พัทยา สนามบินภูเก็ต เชียงใหม่ และหาดใหญ่ ที่สำคัญ คิง เพาเวอร์ กำลังจะเปิดร้าน เลสเตอร์ ซิตี้ แพนแห่งแรกที่สถานีรถไฟฟ้าย่านทีเอส “สยาม” เร็วๆนี้.

“คิง เพาเวอร์” เปิดตัวคอลเลคชั่น “อินดิโก้ ทู” ของทีระลีกสโมสร “เลสเตอร์ ซิตี้” จากภูมิปัญญาไทย

“คิง เพาเวอร์” อดิหมของทีระลีกคอลเลคชั่นใหม่ล่าสุดของสโมสรเลสเตอร์ซิตี ประจำปี 2019 ภายใต้ชื่อ INDIGO II (อินดิโก้ ทู) ที่ได้รับการออกแบบ และรังสรรค์ภายใต้แนวคิด “Nature is More” สะท้อนความงดงามของธรรมชาติอันทรงคุณค่าผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนไทย ผสานดีไซน์และคัทติ้งแบบร่วมสมัย ทว่ายังคงเอกลักษณ์ของผ้าสีครามไทยไว้อย่างงดงาม



อัยวัฒน์ ศรีวัฒน์ประภา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ เปิดเผยว่า จากความสำเร็จของ INDIGO (อินดิโก้) คอลเลคชั่นแรกที่เปิดตัวไปเมื่อกลางปีที่ผ่านมามีที่ประเทศอังกฤษ คิง เพาเวอร์ จึงได้ร่วมพัฒนาคอลเลคชั่นสองกับชุมชนบ้านนาขาม จ.สกลนคร ทีมครุช่างศิลป์หัตถกรรม ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ และทีมนักออกแบบของกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์อย่างต่อเนื่อง ออกมาเป็นแนวคิด “Nature is More” ที่เพิ่มลูกเล่นและเติมความสนุกในการ mix and match ด้วยการหยิบโทนสีครามมาเล่น มัดให้เป็นลายทางและใส่เทคนิคการไล่สี โดย

เสื้อยืดลายแถบมัดย้อม



เสื้อแจ็กเก็ตมีหมวกคลุม (hoodie)

หมวกโลโก้ LCFC
มีบุขนหนังสีขาว

ผ้าพันคอโลโก้สโมสรโลโก้ LCFC



หมอนอิงปักโลโก้ LCFC

ลูกฟุตบอลลายสลับสีขาวปักโลโก้ LCFC

ยังคงคุณสมบัติเด่นของผ้าสีคราม ที่เป็นสีธรรมชาติ 100% เนื้อผ้านุ่ม สวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี ทั้งยังใช้ได้หลากหลายโอกาส

สำหรับคอลเลคชั่น INDIGO II ถือเป็นโปรเจกต์ภายใต้โครงการ “คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย” ที่มุ่งสืบสานภูมิปัญญาของคนไทย พัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดต่างประเทศ และแสดงศักยภาพฝีมือคนไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับสากล ซึ่งทุกชิ้นได้ผ่านการย้อมด้วยมือแบบดั้งเดิม คือ ม้วนมัด และจุ่มในสี จนเกิดเป็นลวดลายเอกลักษณ์ที่งดงาม ประณีต และมีเสน่ห์เฉพาะตัว ซึ่งในคอลเลคชั่นใหม่นี้แต่ละดีไซน์ได้มาพร้อมกับโลโก้อันโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ มีสินค้าให้เลือกทั้งเสื้อยืดคอกลมแขนสั้น, เสื้อสเวตเตอร์, เสื้อโพลแขนสั้น, แจ็กเก็ต, แจ็กเก็ตแบบมีหมวก, ผ้าพันคอ, หมวกแก๊ป, กระเป๋า, หมอนอิง และลูกฟุตบอลผ้า

ราคาตั้งแต่ 690 - 2,190 บาท โดยจะวางจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายนเป็นต้นไป ณ คิง เพาเวอร์ สาขาบางนา, พัทยา (ยกเว้นแจ็กเก็ต และเสื้อสเวตเตอร์), ศรีราชา, ภูเก็ต และคิง เพาเวอร์ มหานคร (ยกเว้นลูกฟุตบอลผ้า) ภายในสนามบินดอนเมือง, สนามบินสุวรรณภูมิ, สนามบินภูเก็ต และที่เดอะ ซิตี้ แพลสโตร้แอท คิง เพาเวอร์ สเตเดียม เมืองเลสเตอร์ ประเทศอังกฤษ (ยกเว้นแจ็กเก็ต, ผ้าพันคอ และหมวกแก๊ป)

“คิง เพาเวอร์” เปิดตัวคอลเลคชั่น “อินดิโก้ ทู” ของทีระลีกสโมสร “เลสเตอร์ ซิตี้” จากภูมิปัญญาไทย

“คิง เพาเวอร์” อดิหมของทีระลีกคอลเลคชั่นใหม่ล่าสุดของสโมสรเลสเตอร์ซิตี ประจำปี 2019 ภายใต้ชื่อ INDIGO II (อินดิโก้ ทู) ที่ได้รับการออกแบบ และรังสรรค์ภายใต้แนวคิด “Nature is More” สะท้อนความงดงามของธรรมชาติอันทรงคุณค่าผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนไทย ผสานดีไซน์และคัทติ้งแบบร่วมสมัย ทว่ายังคงเอกลักษณ์ของผ้าสี้อมครามไทยไว้อย่างงดงาม



อัยวัฒน์ ศรีวัฒน์ประภา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ เปิดเผยว่า จากความสำเร็จของ INDIGO (อินดิโก้) คอลเลคชั่นแรกที่เปิดตัวไปเมื่อกกลางปีที่ผ่านมามีที่ประเทศอังกฤษ คิง เพาเวอร์ จึงได้ร่วมพัฒนาคอลเลคชั่นสองกับชุมชนบ้านนาขาม จ.สกลนคร ทีมครุช่างศิลป์หัตถกรรม ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ และทีมนักออกแบบของกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์อย่างต่อเนื่อง ออกมาเป็นแนวคิด “Nature is More” ที่เพิ่มลูกเล่นและเติมความสนุกในการ mix and match ด้วยการหยิบโทนสีครามมาเล่น มัดให้เป็นลายทางและใส่เทคนิคการไล่สี โดย

เสื้อยืดลายแถบมัดย้อม



เสื้อแจ็กเก็ตมีหมวกคลุม (hoodie)

หมวกโลโก้ LCFC
มีบุขนหนังสีขาว

ผ้าพันคอโลโก้สโมสรโลโก้ LCFC



หมอนอิงปักโลโก้ LCFC

ลูกฟุตบอลลายสลับสีขาวปักโลโก้ LCFC

ยังคงคุณสมบัติเด่นของผ้าสี้อมคราม ที่เป็นสีธรรมชาติ 100% เนื้อผ้านุ่ม สวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี ทั้งยังใช้ได้หลากหลายโอกาส

สำหรับคอลเลคชั่น INDIGO II ถือเป็นโปรเจกต์ภายใต้โครงการ “คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย” ที่มุ่งสืบสานภูมิปัญญาของคนไทย พัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดต่างประเทศ และแสดงศักยภาพฝีมือคนไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับสากล ซึ่งทุกชิ้นได้ผ่านการย้อมด้วยมือแบบดั้งเดิม คือ ม้วนมัด และจุ่มในสี จนเกิดเป็นลวดลายเอกลักษณ์ที่งดงาม ประณีต และมีเสน่ห์เฉพาะตัว ซึ่งในคอลเลคชั่นใหม่นี้แต่ละดีไซน์ได้มาพร้อมกับโลโก้อันโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ มีสินค้าให้เลือกทั้งเสื้อยืดคอกลมแขนสั้น, เสื้อสเวตเตอร์, เสื้อโพลแขนสั้น, แจ็กเก็ต, แจ็กเก็ตแบบมีหมวก, ผ้าพันคอ, หมวกแก๊ป, กระเป๋า, หมอนอิง และลูกฟุตบอลผ้า

ราคาตั้งแต่ 690 - 2,190 บาท โดยจะวางจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายนเป็นต้นไป ณ คิง เพาเวอร์ สาขาบางนา, พัทยา (ยกเว้นแจ็กเก็ต และเสื้อสเวตเตอร์), ศรีราชา, ภูเก็ต และคิง เพาเวอร์ มหานคร (ยกเว้นลูกฟุตบอลผ้า) ภายในสนามบินดอนเมือง, สนามบินสุวรรณภูมิ, สนามบินภูเก็ต และที่เดอะ ซิตี้ แพลสโตร้แอท คิง เพาเวอร์ สเตเดียม เมืองเลสเตอร์ ประเทศอังกฤษ (ยกเว้นแจ็กเก็ต, ผ้าพันคอ และหมวกแก๊ป)

ข่าวสด

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

Section: บ้านเทিং/สตรี/สุขภาพ
วันที่: พุธที่ 8 พฤศจิกายน 2561
ปีที่: 28 ฉบับที่: 10207
Col.Inch: 59.06 Ad Value: 91,543
หัวข้อข่าว: นวัตกรรมศิลปะไทย ไอคอนกราฟต์

หน้า: 21(บน)
PRValue (x3): 274,629
ศิลปิน: สีสี่

นวัตกรรมศิลปะไทย ไอคอนกราฟต์



ไอคอนสยาม อภิมหาโครงการริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มูลค่า 54,000 ล้านบาท ซึ่งจะเปิดบริการในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561 นี้ ประกาศเปิดตัว “ไอคอนกราฟต์” พื้นที่ที่เน้นมิติขึ้นเป็นพิเศษในไอคอนสยาม เพื่อนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยสู่ทุกสายตาทั่วโลก ด้วยการรวบรวมงานนวัตกรรมศิลปะและงานกราฟต์ร่วมสมัยหลากหลายประเภทของคนไทยมาไว้ในที่เดียว เปิดโอกาสให้ช่างฝีมือไทยต่อยอดความสามารถ เพิ่มคุณค่าในผลงาน ตลอดจนเพิ่มโอกาสและเพิ่มพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายผลงานของคนในโครงการที่จะเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก



ไชยยง รัตนองครุ

นายไชยยง รัตนองครุ ผู้บริหาร บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด กล่าวว่า ไอคอนสยามรังสรรค์ขึ้นภายใต้แนวคิด “การสร้างประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย” และ “การร่วมกันรังสรรค์” โดยมุ่งหวังที่จะรวบรวมสิ่งที่ดีที่สุดของไทยกับสิ่งที่ดีที่สุดของโลกเอาไว้ด้วยกัน และนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยให้ทั่วโลกรู้จักและร่วมชื่นชม จึงเป็นแรงบันดาลใจในการเนรมิตพื้นที่กว่า 2,500 ตารางเมตร บนชั้น 4 และชั้น 5 ของไอคอนสยาม ให้เป็นอีกหนึ่งพื้นที่พิเศษใช้ชื่อว่า “ไอคอนกราฟต์” โดยผนึกความร่วมมือกับนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ นักพัฒนานวัตกรรม และช่าง

ฝีมือหลากหลายแขนงกว่า 300 ราย ร่วมกันนำเสนอผลงานนวัตกรรมศิลปะและงานกราฟต์ของไทยอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสืบสานภูมิปัญญางานช่างฝีมือของไทย ส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดตลอดจนเผยแพร่งานนวัตกรรมศิลปะและงานกราฟต์ฝีมือคนไทยให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก

ไอคอนกราฟต์นำเสนอภายใต้คอนเซ็ปต์ “Innovative Craft designed for everyday life” คือการนำงานแบบเก่าและความโบราณมาปรับให้เป็นงานสมัยใหม่ เกิดเป็นศูนย์กลางงานนวัตกรรมศิลปะและงานกราฟต์ไทยแบบร่วมสมัย โดยนักร้องแบบรุ่นใหม่จะมีโอกาสนำทักษะงานช่างจากอดีตซึ่งมีคุณค่ามาสืบสานและพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นรูปแบบที่น่าสนใจ แปลกใหม่ เข้าถึงง่าย

การจัดสรรพื้นที่ของไอคอนกราฟต์ ได้แรงบันดาลใจส่วนหนึ่งมาจากสาขาวิชาชีพช่างสิบหมู่ของไทย แบ่งเป็น 7 โซนหลัก ได้แก่ 1.The Smith งานช่างทอง ช่างโลหะต่างๆ 2.The Painter งานลงสีลงยา งานเขียน วาดลวดลายงานลงรักปิดทอง 3.The Sculptor งานปั้น 4.The Carpenter งานช่างไม้ ช่างแกะสลัก 5.The Weaver งาน

ช่างทอ ช่างจักสาน 6.The Gastronomer งานปรุง งานสร้างสรรค์อาหาร และ 7.The Therapist งานแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์สำหรับการบำบัดและดูแลสุขภาพ

นอกจากนี้ยังมีโซนจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็น House Brand ของไอคอนคราฟต์ โชนเฉพาะสำหรับนักออกแบบรับเชิญที่จะเข้ามาจัดแสดงผลงานแบบหมุนเวียน โชนที่เปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามาร่วมสร้างสรรค์ผลงานภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของศิลปินนักออกแบบผู้เชี่ยวชาญ และโชนพิเศษอื่นๆ อีกมากมาย

นางปารีส่า จาตนิลพันธุ์ ผู้อำนวยการอาวุโส บริษัท สยามพิวรรธน์รีเทลโฮลดิ้ง จำกัด กล่าว ไอคอนคราฟต์จะเป็นเสมือน Multi-Brand Store ขนาดใหญ่ที่รวบรวมงานนวัตกรรมศิลปะและงานคราฟต์ของคนไทยมานำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย โดยคัดเลือกผู้ประกอบการและศิลปินนักออกแบบทั้งรายใหม่และรายเดิม ที่อยากจะเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ รวมไปถึงผู้ประกอบการและนักออกแบบจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ พร้อมเปิดพื้นที่ Campus Zone ให้นักเรียนและนักศึกษาที่เรียนเกี่ยวกับงานออกแบบและงานช่างศิลป์ด้านต่างๆ นำผลงานมาจำหน่าย



ปารีส่า จาตนิลพันธุ์

ไอคอนคราฟต์มีกำหนดเปิดบริการพร้อมไอคอนสยามในวันที่ 10 พฤศจิกายนนี้ โดยมีอีกหนึ่งไฮไลต์พิเศษคือนิทรรศการ “สยามทำมือ” ซึ่งจะจัดแสดงต่อเนื่องไปจนถึงวันที่ 31 มกราคม 2562 ผลงานโดย วิภู ศรีวิลาส ศิลปินไทยชื่อดังที่ประสบความสำเร็จในระดับสากล

ไอคอนสยามเป็นโครงการแลนด์มาร์กระดับโลก สร้างขึ้นบนที่ดิน 55 ไร่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีพื้นที่คิดริมน้ำยาว 400 เมตร และพื้นที่ภายในอาคารกว่า 750,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยอาคารจัตุรัสศูนย์การค้า 2 อาคาร และ 2 คอนโดมิเนียมริมฝั่งแม่น้ำ พัฒนาโดย 3 กลุ่มธุรกิจคือ สยามพิวรรธน์ แมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวลล็อปเม้นต์ คอร์ปอเรชั่น และเครือเจริญโภคภัณฑ์



นวัตกรรมศิลป์ไทย ไอคอนคราฟต์ 21

ไอคอนสยาม อภิมหาโครงการริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มูลค่า 54,000 ล้านบาท ซึ่งจะเปิดบริการในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561 นี้ ประกาศเปิดตัว “ไอคอนคราฟต์” พื้นที่ที่เนรมิตขึ้นเป็นพิเศษในไอคอนสยาม เพื่อนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยสู่ทุกสายตาทั่วโลก ด้วยการรวบรวมงานนวัตกรรมศิลป์และงานคราฟต์ร่วมสมัยหลากหลายประเภทของคนไทยมาไว้ในที่เดียว เปิดโอกาสให้ช่างฝีมือไทยต่อยอดความสามารถ เพิ่มคุณค่าในผลงาน ตลอดจนเพิ่มโอกาสและเพิ่มพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายผลงานของคนในโครงการที่จะเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก



ไชยยง รัตนอังกู

นายไชยยง รัตนอังกู ผู้บริหารบริษัท สยามพารารักษ์ จำกัด กล่าวว่า ไอคอนสยามรังสรรค์ขึ้นภายใต้แนวคิด “การสร้างประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย” และ “การร่วมกันรังสรรค์” โดยมุ่งหวังที่จะรวบรวมสิ่งที่ดีที่สุดของไทยกับสิ่งที่ดีที่สุดของโลกเข้าไว้ด้วยกัน และนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยให้ทั่วโลกรู้จักและร่วมชื่นชม จึงเป็นแรงบันดาลใจในการเนรมิตพื้นที่กว่า 2,500 ตารางเมตร บนชั้น 4 และชั้น 5 ของไอคอนสยาม ให้เป็นอีกหนึ่งพื้นที่พิเศษใช้ชื่อว่า “ไอคอนคราฟต์” โดยผนึกความร่วมมือกับนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ นักพัฒนานวัตกรรม และช่าง

ฝีมือหลากหลายแขนงกว่า 300 ราย ร่วมกันนำเสนอผลงานนวัตกรรมศิลป์และงานคราฟต์ของไทยอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสืบสานภูมิปัญญางานช่างฝีมือของไทย ส่งเสริมให้เกิดการต่อยอด ตลอดจนเผยแพร่ผลงานนวัตกรรมศิลป์และงานคราฟต์ฝีมือคนไทยให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก

ไอคอนคราฟต์นำเสนอภายใต้คอนเซ็ปต์ “Innovative Craft designed for everyday life” คือการนำงานแบบเก่าและความโบราณมาปรับให้เป็นงานสมัยใหม่ เกิดเป็นศูนย์กลางงานนวัตกรรมศิลป์และงานคราฟต์ไทยแบบร่วมสมัย



โดยนักออกแบบรุ่นใหม่จะมีโอกาสนำทักษะงานช่างจากอดีตซึ่งมีคุณค่ามาสืบสานและพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นรูปแบบที่น่าสนใจ แปลกใหม่ เข้าถึงง่าย

การจัดสรรพื้นที่ของไอคอนคราฟต์ ได้แรงบันดาลใจส่วนหนึ่งมาจากสาขาวิชาชีพช่างสิบหมู่ของไทย แบ่งเป็น 7 โซนหลัก ได้แก่ 1.The Smith งานช่างทอง ช่างโลหะต่างๆ 2.The Painter งานลงสีลงยา งานเขียน วาดลวดลายงานลงรักปิดทอง 3.The Sculptor งานปั้น 4.The



Carpenter งานช่างไม้ ช่างแกะสลัก 5.The Weaver งานช่างทอ ช่างจักสาน 6.The Gastronomer งานปรุง งานสร้างสรรค์อาหาร และ 7.The Therapist งานแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์สำหรับการบำบัดและดูแลสุขภาพ

นอกจากนี้ยังมีโซนจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็น House Brand ของไอคอนคราฟต์ โชนเฉพาะสำหรับนักออกแบบรับเชิญที่จะเข้ามาจัดแสดงผลงานแบบหมุนเวียน โชนที่เปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามาร่วมสร้างสรรค์ผลงานภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของศิลปินนักออกแบบผู้เชี่ยวชาญ และโชนพิเศษอื่นๆ อีกมากมาย

นางปารีสา จาตนิลพันธุ์ ผู้อำนวยการอาวุโส บริษัท สยามพิวรรธนรีเทลโฮลดิ้ง จำกัด กล่าว ไอคอนคราฟต์จะเป็นเสมือน Multi-Brand Store ขนาดใหญ่ที่รวบรวมงานนวัตกรรมและงานคราฟต์ของคนไทยมาเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย โดยคัดเลือกผู้ประกอบการและศิลปินนักออกแบบทั้งรายใหม่และรายเดิม ที่อยากจะทำลายภาพลักษณ์ใหม่ รวมไปถึงผู้ประกอบการและนักออกแบบจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ พร้อมเปิดพื้นที่ Campus Zone ให้นักเรียนและนักศึกษาที่เรียนเกี่ยวกับงานออกแบบและงานช่างศิลป์ด้านต่างๆ นำผลงานมาจำหน่าย



ปารีสา จาตนิลพันธุ์

ไอคอนคราฟต์มีกำหนดเปิดบริการพร้อมไอคอนสยาม ในวันที่ 10 พฤศจิกายนนี้ โดยมีอีกหนึ่งไฮไลต์พิเศษคือนิทรรศการ “สยามทำมือ” ซึ่งจะจัดแสดงต่อเนื่องไปจนถึงวันที่ 31 มกราคม 2562 ผลงานโดย วิภู ศรีวิลาส ศิลปินไทยชื่อดังที่ประสบความสำเร็จในระดับสากล

ไอคอนสยามเป็นโครงการแลนด์มาร์คระดับโลก สร้างขึ้นบนที่ดิน 55 ไร่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีพื้นที่ติดริมแม่น้ำยาว 400 เมตร และพื้นที่ภายในอาคารกว่า 750,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยอาคารจักรศูนย์การค้า 2 อาคาร และ 2 คอนโดมิเนียมริมฝั่งแม่น้ำ พัฒนาโดย 3 กลุ่มธุรกิจคือ สยามพิวรรธน แมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวลอปเมนท์ คอร์ปอเรชั่น และเครือเจริญโภคภัณฑ์

'ไอคอนสยาม' เรมิต 'ไอคอนคราฟต์' พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทย ผ่านงานนวัตกรรมศิลป์



ไชยยง รัตนอังกูร



ปาริสา จาตนิลพันธุ์



ดวงฤทธิ บุนนาค



ไอคอนสยาม อภิมหาโครงการเมืองแห่งการใช้ชีวิตสู่โลกอนาคต สัญลักษณ์แห่งความรุ่งโรจน์ของไทยริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามูลค่า 54,000 ล้านบาท ซึ่งจะเปิดให้บริการในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561 นี้ ประกาศเปิดตัว "ไอคอนคราฟต์" พื้นที่ที่เนรมิตขึ้นเป็นพิเศษในไอคอนสยาม เพื่อนำเสนอคุณค่าความเป็นไทย ด้วยการรวบรวมงานนวัตกรรมศิลป์และงานคราฟต์แบบร่วมสมัยหลากหลายประเภทของคนไทยมาไว้ในที่เดียว เปิดโอกาสให้ช่างฝีมือไทยได้ต่อยอดความสามารถ เพิ่มคุณค่าในผลงาน ตลอดจนเพิ่มโอกาสและเพิ่มพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายผลงาน

ที่จะเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

นายไชยยง รัตนอังกูร ผู้บริหารบริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด กล่าวว่า ไอคอนสยาม ถูกรังสรรค์ขึ้นภายใต้แนวคิด "การสร้างประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย" หรือ Creating Shared Value และ "การร่วมกันรังสรรค์" หรือ Co-Creation โดยมุ่งหวังที่จะรวบรวมสิ่งที่ดีที่สุดของไทยกับสิ่งที่ดีที่สุดของโลกเข้าไว้ด้วยกัน และนำเสนอคุณค่าความเป็นไทยให้ทั่วโลกได้รู้จักและร่วมชื่นชม จึงเป็นแรงบันดาลใจในการเนรมิตพื้นที่กว่า 2,500 ตารางเมตร บนชั้น 4 และชั้น 5 ของไอคอนสยาม ให้เป็นอีกหนึ่ง

พื้นที่พิเศษใช้ชื่อว่า "ไอคอนคราฟต์" โดยผนึกความร่วมมือกับนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ นักพัฒนานวัตกรรม และช่างฝีมือหลากหลายแขนง จำนวนกว่า 300 ราย ร่วมกันนำเสนอผลงานนวัตกรรมศิลป์และงานคราฟต์ของไทยอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสืบสานภูมิปัญญาช่างฝีมือของไทย ส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดเพื่อยกระดับและเพิ่มคุณค่า ตลอดจนเผยแพร่งานนวัตกรรมศิลป์และงานคราฟต์ฝีมือคนไทยให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก ขณะเดียวกันไอคอนคราฟต์มุ่งหวังจะเป็นอีกแมกเนตหนึ่งทางการท่องเที่ยวที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ผู้ชื่นชอบงานคราฟต์ให้อยากเดินทาง

แนวหน้า

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

Section: ทั่วไป/-

วันที่: ศุกร์ 9 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13712

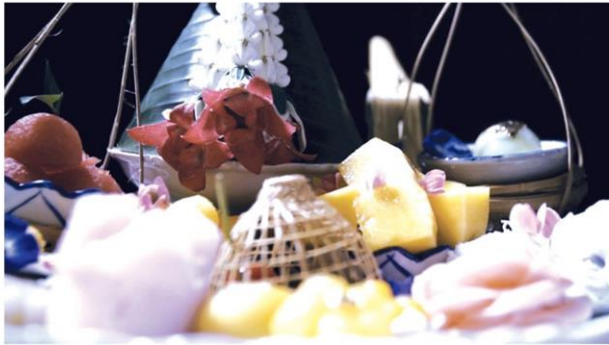
หน้า: 14(บน)

Col.Inch: 129.63 Ad Value: 194,445

PRValue (x3): 583,335

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'ไอคอนสยาม' เรมิต 'ไอคอนคราฟต์' พื้นที่นำเสนอคุณค่าความเป็นไทย ผ่านงานหัตถศิลป์



ม.ล.กาวิน สันติศิริ

มาเยือนประเทศไทย

ไอคอนคราฟต์ ถูกนำเสนอภายใต้คอนเซ็ปต์ Innovative Craft designed for everyday life คือการนำงานแบบเก่าและความโบราณมาปรับให้เป็นงานสมัยใหม่ เกิดเป็นศูนย์กลางงานหัตถศิลป์และงานคราฟต์ไทยแบบร่วมสมัยที่ไม่เคยมีที่ไหนมาก่อน โดยนักออกแบบรุ่นใหม่จะได้มีโอกาสนำทักษะงานช่างจากอดีตซึ่งมีคุณค่ามาสืบสานและพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นรูปแบบที่น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ สามารถเข้าถึงได้ง่าย ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ

การจัดสรรพื้นที่ของไอคอนคราฟต์ได้แรงบันดาลใจส่วนหนึ่งมาจากสาขาวิชาชีพของช่างสิบหมู่ของไทย โดยแบ่งเป็น 7 โซนหลัก ได้แก่ (1) The Smith งานช่างทอง ช่างโลหะต่างๆ (2) The Painter งานลงสีลงยา งานเขียน

วาดลวดลาย งานลงรักปิดทอง (3) The Sculptor งานปั้น (4) The Carpenter งานช่างไม้ ช่างแกะสลัก (5) The Weaver งานช่างทอ ช่างจักสาน (6) The Gastronomer งานปรุง งานสร้างสรรค์อาหาร และ (7) The Therapist งานแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์สำหรับการบำบัดและดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีโซนสำหรับจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็น House Brand ของไอคอนคราฟต์ โซนเฉพาะสำหรับนักออกแบบรับเชิญที่จะเข้ามาจัดแสดงผลงานแบบหมุนเวียน โซนที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเข้ามาร่วมสร้างสรรค์ผลงานได้ภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของศิลปินนักออกแบบผู้เชี่ยวชาญ และโซนพิเศษอื่นๆ อีกมากมาย

นางปาริสา จาตนิลพันธุ์

ผู้อำนวยการอาวุโส บริษัท สยามพิวรรธน์ รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด กล่าวว่า ไอคอนคราฟต์จะเป็นเสมือน Multi-Brand Store ขนาดใหญ่ที่รวบรวมงานหัตถศิลป์และงานคราฟต์ของคนไทยมานำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย โดยได้คัดเลือกผู้ประกอบการและศิลปินนักออกแบบทั้งรายใหม่และรายเดิมที่อยากจะเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ รวมไปถึงผู้ประกอบการและนักออกแบบจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ เข้ามาร่วมมือกับไอคอน

สยามในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งการทำงาน การขาย การพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุกภัณฑ์ ให้ดูทันสมัยและใช้งานได้จริง จึงเป็นการทำงานร่วมกันอย่างแท้จริงเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้แก่วงการงานหัตถศิลป์และงานคราฟต์ของไทย

นายดวงฤทธิ์ บุนนาค

สถาปนิกผู้ออกแบบพื้นที่ไอคอนคราฟต์ กล่าวว่า ไอคอนคราฟต์ ตั้งอยู่บนพื้นที่ชั้น 4 และชั้น 5 ของไอคอนสยามฝั่งที่ติดแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ที่โดดเด่นและมีความสำคัญมาก จึงมีแนวคิดที่จะทำให้เป็นเสมือนหัวแวนที่ดึงดูดความสนใจของผู้คนที่มาเยือนไอคอนสยาม ภายใต้หัวใจสำคัญคือ การออกแบบให้มีลักษณะและความรู้สึกแบบไทย แต่ก็มีกลิ่นอายร่วมสมัยและอยู่ร่วมกับปัจจุบันได้อย่างกลมกลืน โดยได้นำรากของวัฒนธรรมและงานฝีมือมาใช้ในงานสถาปัตยกรรมในมุมมองแบบใหม่ ซึ่งเป็นมุมมองของสถาปนิก ที่แตกต่างไปจากมุมมองของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวของงานคราฟต์ได้อย่างแปลกใหม่น่าสนใจ นอกจากนั้น ยังได้ผสมผสานกับแนวคิดการสร้างงานแบบ Authenticity มีความตรงไปตรงมาตั้งแต่ระดับโครงสร้าง คือสถาปัตยกรรมในไอคอนคราฟต์จะต้องสวยงามทั้งภายนอกและมีโครงสร้างที่เหมือนกันอยู่ด้านในด้วย ไม่ได้เป็นเพียงโครงกระดูกที่ตกแต่งสวยงามเฉพาะ

ด้านนอกเท่านั้น

ม.ล.ภาวณี สันติศิริ ซึ่งให้เกียรติมาร่วมสร้างสรรค์ไอคอนคราฟต์ในฐานะ Art Director ผู้ควบคุมการตกแต่งภายในกล่าวว่า พื้นที่ทั้งหมดของไอคอนคราฟต์ได้รับการตกแต่งภายในให้มีความเป็นไทยที่ผสมผสานความทันสมัยเอาไว้อย่างกลมกลืน โดยได้หยิบยกอาชีพช่างสิบหมู่ส่วนหนึ่งมาเป็นแนวคิดและแรงบันดาลใจในการจัดสรรพื้นที่ ทั้ง 7 โซนจะมี Art Installation หรืองานศิลปะประจำโซน ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาและภูมิปัญญาเบื้องหลังผลงานหรือผลิตภัณฑ์ในโซนนั้นๆ โดยได้รับเกียรติจากศิลปิน นักออกแบบที่มีชื่อเสียง หรือปรมาจารย์ทางด้านงานคราฟต์มาร่วมสร้างสรรค์ Art Installation ได้แก่ โซน The Smith โดย จิระเดช และคุณพรพิไล มีมาลัย เจ้าของรางวัล Asian Cultural Council Fellowship Awards New York ปี 2010 โซน The Painter โดย พลอย จริยเวช นักเขียน นักแปล และนักออกแบบคอนเซ็ปต์ชื่อดัง โซน The Sculptor โดย อุดม อุดมศรีอนันต์ เจ้าของรางวัล Grand Prize Award จากงาน Design of the Year 2004

โซน The Carpenter โดย สุวรรณ คงขุนเทียน เจ้าของรางวัล Grand Prize Award จากงาน Design of the Year 2004 โซน The Weaver โดย น้ำฝน โสัสัตรูไกล นักออกแบบผู้เชี่ยวชาญการผสมผสานศิลปะ สิ่งทอ และแฟชั่นเข้าด้วยกัน เจ้าของรางวัล Design of the Year Award 2017 สาขา Textile Design โซน The Gastronomer โดย ผศ.เอกรัตน์ วงษ์จรีต และโซน The Therapist โดย สกฤต อินทกุล ศิลปินนักจัดดอกไม้ชื่อดังระดับโลก และผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมดอกไม้

ไอคอนคราฟต์ มีกำหนดเปิดให้บริการพร้อมไอคอนสยาม ในวันที่ 10 พฤศจิกายนนี้ โดยมีอีกหนึ่งไฮไลท์พิเศษคือ นิทรรศการ “สยามทำมือ” ซึ่งจะจัดแสดงต่อเนื่องไปจนถึงวันที่ 31 มกราคม 2562 ผลงานโดยวิภู ศรีวิลาส ศิลปินไทยชื่อดังที่ประสบความสำเร็จในระดับสากล ใช้ชีวิตอยู่ในประเทศออสเตรเลียมานานกว่า 15 ปี และมีงานแสดงผลงานเซรามิกในหลายประเทศทั่วโลก

แนวหน้า

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,250

Section: First Section/ภูมิภาค

วันที่: เสาร์ 10 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13713

หน้า: 8(บน)

Col.Inch: 9.05

Ad Value: 11,312.50

PRValue (x3): 33,937.50

คลิป: ชาว-ดำ

ภาพข่าว: วันสถาปนา



วันสถาปนา : อัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ หรือ SACICT เปิดงานวันคล้ายวันสถาปนาศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ที่พร้อมก้าวสู่ปีที่ 16 ในปี 2562 ณ อาคารศาลาพระมิ่งมงคล อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา

จากผ้าครามสกกลนคร สู่ของที่ระลึกระดับโลก

ถือเป็นสิ่งเล็กๆที่ยิ่งใหญ่สำหรับชาวสกกลนครที่“ผ้าสีคราม” ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย ได้รับการพัฒนาสู่การเป็นของที่ระลึกระดับโลก ภายใต้การสนับสนุนของ “คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย”

ในฐานะประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัทคิงเพาเวอร์ “อัยยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา” บอกเล่าถึงความตั้งใจว่า INDIGO เป็นโปรเจกต์สร้างสรรค์ที่อยู่ภายใต้โครงการ “คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย” ด้านชุมชนเกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างกลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ และ ชุมชนบ้านนาขาม จังหวัดสกกลนคร โดยทางบริษัทฯได้เข้าไปให้องค์ความรู้กับผู้ผลิตในชุมชนเพื่อต่อยอดพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดต่างประเทศ และเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก

แสดงศักยภาพฝีมือคนไทยให้เป็นที่ประจักษ์อย่าง

แพร่หลายในระดับสากล

โดยคอลเลกชันแรกได้

เปิดตัวไปที่ประ-

เทศอังกฤษ

เมื่อกลางปี

ที่ผ่านมา

จากความ

สำเร็จของโปรเจกต์

INDIGO ทำให้เกิดการ

พัฒนาสินค้าที่ระลึก

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย

เป็นคอลเลกชันที่สอง โดย





ร่วมกับชุมชนบ้านนาขาม จังหวัดสกotland, ทีมครุช่างศิลปหัตถกรรม ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ และทีมนักออกแบบของกลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ ถ่ายทอดเป็นแนวคิด “Nature is More” เน้นการเพิ่มลูกเล่น และเติมความ

สนุกในการมิกซ์แอนด์แมตช์มากขึ้น
คอลเลกชัน“INDIGO II” จะหยิบ
โทนสีครามมาเล่น มัดให้เป็น
ลายทางและใส่เทคนิคการได้
สีเข้าไป โดยยังคงคุณสมบัติ
เด่นของผ้าสีคราม ได้แก่
เป็นสีธรรมชาติ 100%, นุ่ม, ระบาย

อากาศได้ดี, สวมใส่สบายและใช้
ได้หลากหลายโอกาส
ซึ่งทุกชิ้นผ่านการ
ย้อมด้วยมือแบบดั้งเดิม

คือมัน, มัด และจุ่มในสี จนเกิด
เป็นลวดลายเอกลักษณ์ที่งดงามประณีต
มีเสน่ห์เฉพาะตัว ใน

คอลเลกชันมี
ให้เลือกสินค้า
ตั้งแต่ เสื้อยืด
คอกลมแขนสั้น,
เสื้อสเวตเตอร์, เสื้อ
โปโลแขนสั้น, แจ็กเกต, แจ็กเกต

แบบมีหมวก, ผ้าพันคอ, หมวก
แก๊ป, กระเป๋า, หมอนอิง ไป
จนถึงลูกฟุตบอลผ้า
นอกจากการช่วยเหลือ
ชุมชนและอนุรักษ์ภูมิปัญญา
ท้องถิ่นไทยแล้ว ความพิเศษ
ของคอลเลกชันนี้คือ ได้ที่มันักออกแบบอาชีพ
จากสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ ประเทศ
อังกฤษ มาร่วมดีไซน์สินค้าให้มีความทันสมัย
และโดดเด่นมากขึ้นเพื่อต่อยอดให้สินค้า

มีคุณภาพทัดเทียมระดับโลก แฟนๆเลสเตอร์ฯ สามารถจับจองเป็นเจ้าของได้ตั้งแต่วันที่ 16 พ.ย. 2561 เป็นต้นไป ณ คิง เพาเวอร์ สาขา รามน้ำ, พัทยา (ยกเว้นแจ็กเกตและเสื้อสเวตเตอร์), ศรีวิภา, ภูเก็ต และ คิง เพาเวอร์ มหานคร (ยกเว้นลูกฟุตบอลผ้า) รวมถึงภายในสนามบินดอนเมือง, สนามบินสุวรรณภูมิ, สนามบินภูเก็ต และ เดอะ ซิตี้ แฟนสโตร์ แอท คิง เพาเวอร์ สเตเดียม เมืองเลสเตอร์ ประเทศอังกฤษ (ยกเว้นแจ็กเกต, ผ้าพันคอ และหมวกแก๊ป).

จากผ้าครามสกกลนคร สู่ชองที่ระลึกระดับโลก

ถือเป็นสิ่งเล็กๆที่ยิ่งใหญ่สำหรับชาวสกกลนครที่“ผ้าสีคราม” ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย ได้รับการพัฒนาสู่การเป็นชองที่ระลึกระดับโลก ภายใต้การสนับสนุนของ “คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย”

ในฐานะประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัทคิงเพาเวอร์ “อัยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา” บอกเล่าถึงความตั้งใจว่า INDIGO เป็นโปรเจกต์สร้างสรรค์ที่อยู่ภายใต้โครงการ “คิง เพาเวอร์ ไทย เพาเวอร์ พลังคนไทย” ด้านชุมชนเกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างกลุ่มบริษัทคิงเพาเวอร์และชุมชนบ้านนาขาม จังหวัดสกกลนคร โดยทางบริษัทฯได้เข้าไปให้องค์ความรู้กับผู้ผลิตในชุมชนเพื่อต่อยอดพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดต่างประเทศ และเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก

แสดงศักยภาพฝีมือคนไทยให้เป็นที่ประจักษ์อย่าง

แพร่หลายในระดับสากล

โดยคอลเลกชันแรกได้

เปิดตัวไปที่ประ-

เทศอังกฤษ

เมื่อกลางปี

ที่ผ่านมา

จากความ

สำเร็จของโปรเจกต์

INDIGO ทำให้เกิดการ

พัฒนาสินค้าที่ระลึก

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย

เป็นคอลเลกชันที่สอง โดย





ร่วมกับชุมชนบ้านนาขาม จังหวัดสกotland, ทีมครุช่างศิลปหัตถกรรม ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ และทีมนักออกแบบของกลุ่มบริษัทคิง เพาเวอร์ ถ่ายทอดเป็นแนวคิด “Nature is More” เน้นการเพิ่มลูกเล่น และเติมความ

สนุกในการมิกซ์แอนด์แมตช์มากขึ้น
คอลเลกชัน "INDIGO II" จะหยิบ
โทนสีครามมาเล่น มัดให้เป็น
ลายทางและใส่เทคนิคการได้
สีเข้าไป โดยยังคงคุณสมบัติ
เด่นของผ้าสีคราม ได้แก่
เป็นสีธรรมชาติ 100%, นุ่ม, ระบาย

อากาศได้ดี, สวมใส่สบายและใช้
ได้หลากหลายโอกาส
ซึ่งทุกชิ้นผ่านการ
ย้อมด้วยมือแบบดั้งเดิม

คือม้วน, มัด และจุ่มในสี จนเกิด
เป็นลวดลายเอกลักษณ์ที่งดงามประณีต
มีเสน่ห์เฉพาะตัว ใน

คอลเลกชันมี
ให้เลือกสินค้า
ตั้งแต่ เสื้อยืด
คอกลมแขนสั้น,
เสื้อเวสเตอร์, เสื้อ
โปโลแขนสั้น, แจ็กเกต, แจ็กเกต

แบบมีหมวก, ผ้าพันคอ, หมวก
แก๊ป, กระเป๋า, หมอนอิง ไป
จนถึงลูกฟุตบอลผ้า
นอกจากการช่วยเหลือ
ชุมชนและอนุรักษ์ภูมิปัญญา
ท้องถิ่นไทยแล้ว ความพิเศษ
ของคอลเลกชันนี้คือ ได้ที่มนักออกแบบอาชีพ
จากสโมสรฟุตบอลเลสเตอร์ ซิตี้ ประเทศ
อังกฤษ มาร่วมดีไซน์สินค้าให้มีความทันสมัย
และโดดเด่นมากขึ้นเพื่อต่อยอดให้สินค้า

มีคุณภาพทัดเทียมระดับโลก แฟนๆเลสเตอร์ฯ สามารถจับจองเป็นเจ้าของได้ตั้งแต่วันที่ 16 พ.ย. 2561 เป็นต้นไป ณ คิง เพาเวอร์ สาขา รามน้ำ, พัทยา (ยกเว้นแจ็กเกตและเสื้อสเวตเตอร์), ศรีวิภา, ภูเก็ต และ คิง เพาเวอร์ มหานคร (ยกเว้นลูกฟุตบอลผ้า) รวมถึงภายในสนามบินดอนเมือง, สนามบินสุวรรณภูมิ, สนามบินภูเก็ต และ เดอะ ซิตี้ แฟนสโตร์ แอท คิง เพาเวอร์ สเตเดียม เมืองเลสเตอร์ ประเทศอังกฤษ (ยกเว้นแจ็กเกต, ผ้าพันคอ และหมวกแก๊ป).



ก้าวสู่ปีที่ 16 : อัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ เปิดงานวันคล้ายวันสถาปนาศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ก้าวสู่ปีที่ 16 ในปี 2562 โดยภายในงานได้รับเกียรติจากผู้ร่วมงานเป็นจำนวนมาก จัดขึ้น ณ อาคารศาลาพระมิ่งมงคล อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



◀ ก้าวสู่ปีที่ 16

อัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ หรือ SACICT กล่าวเปิดงานวันคล้ายวันสถาปนาศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ที่พร้อมก้าวสู่ปีที่ 16 ในปี 2562 โดยยึดหลักการทำหน้าที่เป็นเข็มทิศชี้แนวทางให้กับงานหัตถศิลป์ไทยอย่างต่อเนื่องอย่างมั่นคง และมุ่งมั่นเป็นศูนย์กลางด้านงานศิลปหัตถกรรมไทย ที่อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วันก่อน



ก้าวสู่ปีที่ 16...อัมพวัน พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ หรือ SACICT เปิดงานวันคล้ายวันสถาปนาศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ พร้อมก้าวสู่ปีที่ 16 ในปี 2562 โดยยึดหลักการทำหน้าที่เป็นเช็มทิศชี้แนวทางให้กับงานหัตถศิลป์ไทยอย่างต่อเนื่อง มุ่งเป็นศูนย์กลางงานศิลปหัตถกรรมไทย ส่งเสริมให้เกิดความนิยมในชีวิตประจำวัน บริเวณอาคารศาลาพระมิ่งมงคล อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา เมื่อเร็ว ๆ นี้

คม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,760

Section: First Section/-

วันที่: เสาร์ 17 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 18

ฉบับที่: 6170

Col.Inch: 7.77

Ad Value: 13,675.20

ภาพข่าว: วันสถาปนา

หน้า: 10(ล่างขวา)

PRValue (x3): 41,025.60

คลิป: สีสี่



วันสถาปนา-อัมพวัน พิชาลัย ผอ.ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ หรือ SACICT เปิดงานวันคล้ายวันสถาปนาศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ที่พร้อมก้าวสู่ปีที่ 16 ในปี 2562 โดยยึดหลักทำหน้าที่เป็นเข็มทิศชี้แนวทางให้แก่งานหัตถศิลป์ไทยอย่างต่อเนื่อง และมุ่งมั่นเป็นศูนย์กลางด้านงานศิลปหัตถกรรมไทย จัดขึ้นที่ อาคารศาลาพระมิ่งมงคล อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา

SACICTหนุน หัตถกรรมไทย ลุยตลาดเกาหลี

โพสต์ทูเดย์ - SACICT ดันสินค้า
หัตถกรรมไทย ทั้งเบญจรงค์ งานจักสาน
ร่วมงาน คราฟต์ เทรนด์ แฟร์ เจาะกลุ่ม
ชาวเกาหลีใต้

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการ
ศูนย์ส่งเสริมศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่าง
ประเทศ (SACICT) เปิดเผยว่า SACICT
ได้นำผลิตภัณฑ์ของสมาชิกที่ผ่านการ
พัฒนาต่อยอด มาร่วมงานคราฟต์ เทรนด์
แฟร์ (Craft Trend Fair 2018) ที่จัดขึ้นใน
ประเทศเกาหลีใต้ โดยมีสินค้าจากสมาชิก
รวมกว่า 128 รายการมาร่วมทดสอบตลาด
ภายในงาน มีทั้งของตกแต่งบ้าน อุปกรณ์
สำนักงาน และสินค้าแฟชั่น ที่สร้างสรรค์
จากงานหัตถกรรมหลากหลายประเภท
เช่น งานเบญจรงค์ งานจักสาน งานผ้า
งานไม้ และงานโลหะ คาดว่าจะสามารถ
ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เข้าชมงานซึ่งเป็น
กลุ่มคนวัยทำงานที่ชื่นชอบงานศิลปะ และ
ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

สำหรับงาน Craft Trend Fair เป็น
งานแสดงสินค้าหัตถกรรมที่จัดขึ้นเป็น
ประจำทุกปี จัดโดย Korea Craft & Design
Foundation (KCDF) ซึ่งเป็นหน่วยงาน
ภาครัฐภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวง
วัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวแห่ง
สาธารณรัฐเกาหลี ถือเป็นหนึ่งในเครือ
ข่ายพันธมิตรต่างประเทศของ SACICT
โดยในแต่ละปีมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและ
เอกชนจากในประเทศและต่างประเทศ
เข้าร่วมจัดแสดงงานกว่า 600 ราย และ
มียอดผู้เข้าชมกว่า 3 หมื่นคน

นางอัมพวัน กล่าวว่า SACICT มุ่ง
ต่อยอดทางการตลาด จึงนำผลิตภัณฑ์ร่วม
สมัยที่ต่อยอดจากโครงการด้านการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการระหว่างปี 2560-
2561 เช่น โครงการประกวด Innovative
Craft Award โครงการไทยนวัตกรรมศิลป์ และ
โครงการ Craft Co-Creation ขยายตลาด
ในต่างประเทศมากขึ้น ■

แนวหน้า

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,250

Section: ทั่วไป/สตรี

วันที่: อังคาร 27 พฤศจิกายน 2561

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13730

หน้า: 15(ขวา)

Col.Inch: 41.95

Ad Value: 52,437.50

PRValue (x3): 157,312.50

ศิลปิน: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: SACICT ต่อยอดหัตถกรรมไทยโชว์งานแฟร์ที่เกาหลี

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT นำผลิตภัณฑ์ของสมาชิกที่ผ่านการพัฒนาต่อยอดจากโครงการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ SACICT ไปจัดแสดงในงาน Craft Trend Fair 2018 ณ CoEx Hall C โซน International กรุงโซล สาธารณรัฐเกาหลี

นางอัมพวัน พิชาลัย ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ กล่าวว่า SACICT มีหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนา งานผลิตภัณฑ์ของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนขยายโอกาสและ มุ่งต่อยอดช่องทางการตลาด จึงนำผลิตภัณฑ์ ร่วมสมัยที่พัฒนาต่อยอดจากโครงการด้านการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการระหว่างปี 2560- 2561 เช่น โครงการประกวด Innovative Craft Award โครงการไทยนวัตกรรมศิลป์ และโครงการ Craft Co Creation รวมถึงสินค้าที่สมาชิกฝาก จำหน่ายรวมกว่า 128 รายการ มาร่วมทดสอบ ตลาดภายในงาน Craft Trend Fair 2018 ณ CoEx Hall C โซน International กรุงโซล สาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งเป็นประเภทของตกแต่งบ้าน อุปกรณ์สำนักงาน และสินค้าแฟชั่น ที่สร้างสรรค์ จากงานหัตถกรรมหลากหลายประเภท เช่น งานเบญจรงค์ งานจักสาน งานผ้า งานไม้ และ งานโลหะ คาดว่าจะสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ที่เข้าชมงาน ซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่ชื่นชอบ งานศิลปะและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งนี้ งาน Craft Trend Fair เป็นงาน แสดงสินค้าหัตถกรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี

SACICT ต่อยอดหัตถกรรมไทยโชว์งานแฟร์ที่เกาหลี



อัมพวัน พิชาลัย



โดย Korea Craft & Design Foundation (KCDF) ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐภายใต้การกำกับดูแล ของกระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว แห่งสาธารณรัฐเกาหลี (The Ministry of Culture, Sports and Tourism) และเป็นหนึ่งในเครือข่าย พันธมิตรต่างประเทศของ SACICT โดยงาน จัดขึ้นครั้งแรกในปี.ศ.2549 มีวัตถุประสงค์



เพื่อผลักดันให้งานหัตถกรรมของเกาหลีเป็นที่รู้จัก อย่างแพร่หลาย และส่งเสริมให้เกิดการต่อยอด เชิงพาณิชย์ รวมถึงการส่งเสริมเครือข่ายงาน หัตถกรรมในเอเชียเพื่อให้เกิดการพัฒนา ร่วมกัน ซึ่งในแต่ละปีมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจาก ในประเทศและต่างประเทศเข้าร่วมจัดแสดงงาน กว่า 600 ราย และมียอดผู้เข้าชมกว่า 30,000 คน