

“อพท. ชูแนวคิด Co-Creation ผืนกกำลัง ดีไซน์เนอ ร์ระดับโลก และผู้ประกอบการท้องถิ่น พลิกโฉม ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เปิดตัวแบรนด์ “มรดกพระร่วง” ดีไซน์ใหม่ร่วมสมัย รุกขยายตลาดไทย-เทศ ปูพรม ดึงภาครัฐ-เอกชน ร่วมกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว



องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ชูแนวคิด Co-Creation ผืนกกำลังดีไซเนอร์ระดับแนวหน้า และผู้ประกอบการท้องถิ่น ร่วมพลิกโฉมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วางยุทธศาสตร์รุกตลาดสู่เมือง ด้วยการเปิดตัวแบรนด์ “มรดกพระร่วง” ชูดีไซน์ใหม่ร่วมสมัย ตอกย้ำงานออกแบบที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ด้วยคุณค่า ภูมิปัญญา สะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมแห่งเมืองพระร่วง นำร่องด้วย 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์แรก จากโครงการพัฒนาสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชรประกอบด้วย 1)เครื่องสังคโลก สร้างสรรค์ผลงานโดยรัฐ เปลี่ยนสุขหนักออกแบบเฟอร์นิเจอร์และงานสังคโลก ร่วมกับร้านสุเทพสังคโลก, ร้านกะเณชา และร้านโมทนาเชรามิค 2)เครื่องทอง-เครื่องเงิน สร้างสรรค์ผลงานโดย กุลฉัตรณี มีสายญาติ นักออกแบบเครื่องประดับและของตกแต่งบ้าน ร่วมกับร้านสมสมัย, ร้านต่อเงิน และร้านไหมเงิน 3)ผลงานผาขึ้นดินจก สร้างสรรค์ผลงานโดย ชนิษฐา นวลตรณี นักออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ร่วมกับร้านศรีนวลผ้าไทย และ ร้านสุนทรีผ้าไหม และ 4)งานพุทธศิลป์ สร้างสรรค์ผลงานโดย พิบูลย์ อมรจิระภรณ์ สถาปนิกและนักออกแบบงานพุทธศิลป์ร่วมกับบ้านพระพิมพ์ เมืองสุโขทัย และร้านศิลปะเสรี

ตั้งเป้ารุกขยายตลาดระดับกลาง-บน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ด้วยกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารอย่างครบวงจร ปูพรมดึงหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ร่วมกระตุ้นเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวในภูมิภาคอย่างยั่งยืน ” คาดว่าจะได้รับความสนใจและการสั่งซื้อจากภาครัฐ และธุรกิจเอกชน อาทิ ร้านอาหาร โรงแรม ธุรกิจส่งออก รวมทั้งประชาชนทั่วไปเป็นอย่างดี สนใจสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เบอร์โทรศัพท์ 08 3488 8733”

นางศิริกุล กลวิวัฒน์ รองผู้อำนวยการ อพท. กล่าวว่า “ อพท.วางยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการขับเคลื่อน เป็น 2 ระยะ คือ

แผนการดำเนินงานระยะสั้น จะมุ่งขยายฐานลูกค้าเพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจและการเพิ่มขึ้นของรายได้และยอดขาย โดยเลือกการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเจาะตลาดคนรุ่นใหม่ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการออกไลน์สินค้าใหม่ ให้มีรูปแบบและลวดลายที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์สินค้าที่ปกป้องถึงวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า เพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อขยายฐานลูกค้า เช่น สร้างร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน, การจำหน่ายผ่านช่องทางเฉพาะกลุ่ม, การหาตัวแทนจัดจำหน่าย, การพัฒนาระบบจำหน่ายบนออนไลน์ และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น” และ 2) “แผนงานในระยะยาว จะเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์พัฒนาดีไซน์ที่แปลกใหม่ แตกต่าง สามารถเพิ่มโอกาสและช่องทางทางการตลาด มีความสมบูรณ์ในด้านรูปทรง ประโยชน์ใช้สอย และเป็นตัวแทนในการสื่อสารคุณค่าแบรนด์

โดยจะใช้ตราสัญลักษณ์ เจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ และ 3 ห่วงอินฟินิตี้ สื่อแทนคุณค่าที่ทั้งสามพื้นที่มีส่วนร่วมกัน คือ ประวัติศาสตร์การก่อสร้างสร้างเมืองของคนไทยที่มีสุขุขทัย ศรีสุชนาลัย และกำแพงเพชร เป็นแผ่นดินแห่งกษัตริย์ราชวงศ์พระร่วง ที่มีการสืบทอดศาสตร์และศิลป์กันมาอย่างยาวนานกว่า 700 ปี เป็นสื่อกลางในการขับเคลื่อนแบรนด์ให้ครอบคลุมทุกช่องทาง เน้นกลยุทธ์การมีส่วนร่วมของชุมชนสร้างความผูกพันของแบรนด์ (brand engagement) ในด้านการเป็นเจ้าของแบรนด์ร่วมกัน สร้างและรักษาคุณค่าของแบรนด์ (brand equity) โดยจะใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร เพื่อสร้างและต่อยอดการรับรู้ในแบรนด์ในจิตใจผู้บริโภค ทั้ง Above the line ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อเคลื่อนที่ สื่อออนไลน์ อาทิ line, blog, Facebook และ Instagram ฯลฯ และ Below the Line ด้วยการจัดกิจกรรมในพื้นที่เพื่อนำเสนอประเพณีหรือวัฒนธรรม ร่วมกับผู้ประกอบการเพื่อจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงการจับมือร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำ city Map เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งตนมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์แบรนด์ “มรดกพระร่วง” จะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาคอย่างยั่งยืน ผู้ที่สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เบอร์โทรศัพท์ 08 3488 8733” นางศิริกุล กล่าวในที่สุด

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ตัวแทนประชาสัมพันธ์

คุณเจนเนตร เจริญศิริวัฒน์ (เจน) โทร. 02-949 9836-7 หรือ 08 6880 7441 หรือ 08 1636 3918