

เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในเครือ สร้างสรรค์ ภาพยนตร์โฆษณาเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระ พระเจ้าอยู่หัว “The King of Giving” ชูแนวคิด “พระ...ผู้เป็นต้นแบบการให้ที่ยิ่งใหญ่”



กรุงเทพฯ 3 ธันวาคม 2556 – เครือเจริญโภคภัณฑ์และบริษัทในเครือ ร่วมแสดงความจงรักภักดีแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 5 ธันวาคม 2556 จัดทำภาพยนตร์โฆษณาเทิดพระเกียรติ “The King of Giving” ภายใต้แนวคิด “พระ...ผู้เป็นต้นแบบการให้ที่ยิ่งใหญ่” สะท้อนเรื่องราวการให้ของพ่อหลวงแห่งแผ่นดิน ด้วยมุ่งหวังให้ปวงชนชาวไทย ได้ตระหนักถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงมีต่อพสกนิกรตลอดมา ซึ่งพระองค์ทรงตรากรรมาธิคุณพระวรกาย เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเยี่ยมเยียนทุกข์สุขของราษฎรตามพื้นที่ต่างๆ ไม่ว่าจะอยู่ห่างไกล หรือทุรกันดารมากเพียงใดก็ตาม



ภาพยนตร์โฆษณาเทิดพระเกียรติ “The King of Giving” เป็นเรื่องเล่าของนักศึกษาแพทย์ที่ออกหน่วยอาสา และต้องเดินเท้าเข้าไปตรวจรักษาชนกลุ่มน้อยในพื้นที่ทุรกันดาร ซึ่งเส้นทางที่เต็มไปด้วยโคลน หลุม บ่อ ทำให้เขารู้สึกเหน็ดเหนื่อยและพ่ายแพ้ถึงความยากลำบากของภารกิจนี้ แต่ท้ายที่สุด จากคำบอกเล่าของเจ้าหน้าที่ทหาร ผู้นำทาง นักศึกษาแพทย์จึงได้รู้ว่าเส้นทางทุรกันดารที่เขาเดินทางมานั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเคยเสด็จพระราชดำเนินมาแล้ว และในตอนนั้นหนทางยากลำบากกว่านี้มาก แต่พระองค์ท่านยังเสด็จมาโดยไม่ทรงเหน็ดเหนื่อย เพื่อบำบัดทุกข์บำรุงสุขให้ราษฎรของพระองค์มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จากคำบอกเล่านี้ ทำให้นักศึกษาแพทย์ตระหนักแล้วว่าความยากลำบากที่เขาได้รับนั้น เทียบไม่ได้เลยกับสิ่งที่พระองค์ทรงทำเพื่อประชาชนชาวไทย โดยมิได้ทรงคำนึงถึงความเหนื่อยยากพระวรกายแม้แต่น้อย พร้อมกับตอบคำถามที่ว่า “**พระองค์ท่านเสด็จผ่านทางทุรกันดารนี้ได้อย่างไร พระองค์ท่านทรงเหนื่อยขนาดไหน พระองค์ท่านจะทรงเหนื่อยไปเพื่ออะไร**” ดังนั้นเมื่อเขาเดินทางมาถึงหมู่บ้าน ก็เริ่มให้การรักษาชาวบ้านที่ต่อแถวรอกันอย่างยาวเหยียด ด้วยสีหน้าที่มุ่งมั่นและเปี่ยมด้วยความภาคภูมิใจสูงสุด ด้วยระลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผู้ทรงเป็นต้นแบบการให้ที่ยิ่งใหญ่