

ศิลปะ ก็อาจสนุก

ศิลปสร้างสุข วัฒนธรรมสานสายใย ภูมิปัญญาไทยยั่งยืน

ฉบับที่ 70 เดือนกรกฎาคม - เดือนสิงหาคม 2567

www.artculture4health.com



ดีไซน์ฮีโร่

DESIGN HERO:
OK (E) CIGARETTES ?

ART TOY

ประเภท Art Toy
โดยร่วมผลิตผลงานจริง
กับแบรนด์ TOYLAXY

CATEGORIES

GRAPHIC DESIGN

ประเภท Graphic Design
โดยร่วมผลิตผลงานจริงกับ
แบรนด์เสื้อ Q Design & Play

ART/ DECORATION ITEMS

ประเภทผลงานศิลปะหรือของตกแต่ง โดยร่วม
ผลิตผลงานจริงกับแบรนด์ WISHULADA

MOVIE CLIP

ประเภทคลิปวิดีโอ โดยร่วมผลิตผลงาน
เพื่อเผยแพร่จริงจริงกับ BIGGYCAREY

8

เรื่องเล่า “สู้ - เลิก - เหล้า” 4 ภาค

10

เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม SE
เรียนรู้ “ขายออนไลน์อย่างไรให้ยอดขาย บิ่ง บิ่ง!!”

14

ขนมบุก ขนมพื้นบ้าน โคนสูง ลพบุรี
ผ้าทอเกาะขอม ภูมิปัญญาพื้นถิ่นเมืองสงขลา

16

เปิดสูตร “ขนมกุหลาบ”
ขนมพื้นบ้านย่านเมืองเก่าสงขลา ชุมชนมัสยิดบ้านบน

18

สวัสดีหัวขลุ่ยแกง : ผู้หญิงคอยาวที่สุดในเมืองไทยที่แม่ฮ่องสอน

20

“สินไชเดินดง” ลายผ้ามหัศจรรย์
บนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจเพื่อสังคม สินไชโมเดล



เปิดบ้าน... ศิลปะสร้างสุข



โครงการ Design Hero 2024

วิสตีได้รับภาคีเครือข่ายการทำงานและผู้ติดตามกิจกรรมต่างๆ ของแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ทุกท่านครับ

เปิดรับสมัครแล้วครับ สำหรับโครงการ Design Hero 2024 ปีนี้แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมกับ art4d ได้เื้อเดียใหม่เปิดโครงการ Design Hero ภายใต้หัวข้อ Design Hero: OK (E) CIGARETTES ? Wake Up and Understand the Hazards of Vaping and E - Cigarettes โดยเปิดประเด็นเพื่อให้เด็กและเยาวชนนั้กออกแบบอายุ 15 - 25 ปี ไม่จำกัดสาขาวิชาชีพสมัครเข้าร่วมโครงการ ใน 4 ประเภท อาทิ 1. ประเภท Graphic Design โดยร่วมผลิตผลงานจริงกับแบรนด์ Q Design & Play 2. ประเภทผลงานศิลปะหรือของตกแต่ง โดยร่วมผลิตผลงานจริงกับแบรนด์ WISHULADA 3. ประเภท Art Toy โดยร่วมผลิตผลงานจริงกับแบรนด์ TOYLAXY 4. ประเภทคลิปวิดีโอ โดยร่วมผลิตผลงานเพื่อเผยแพร่จริงจริงกับช่อง Biggy Carey และเช่นเคยครับในแต่ละประเภททาง สสส. ได้มีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ

แต่ละประเภทมาดูแลเยาวชนที่ผ่านการคัดเลือกตลอดโครงการ อาทิ 1. คุณสมชาติ ศรีมาร์ตัน จากช่อง บิ๊กก็ แครี่ 2. คุณประพัฒน์ สมบูรณ์สิทธิ์ จากแบรนด์ Q DESIGN AND PLAY 3. คุณวิชชุดา ปันทรานาวงศ์ จากแบรนด์ WISHULADA และ 4. คุณชญานิน อ่อนมา จากแบรนด์ TOYLAXY โดยจะปิดรับสมัครวันที่ 27 กันยายน นี้่นอง ๆ เยาวชนคนใดสนใจสามารถอ่านรายละเอียดได้ในฉบับครับ...

นอกจากโครงการ Design Hero 2024 แล้วฉบับนี้ยังมีเนื้อหาต่อเนื่องของโครงการสื่อสร้างสรรค์เพื่อการรณรงค์และเฝ้าระวัง “รู้ - เลิก - เหล้า” ที่มีผลงานการสร้างสรรค์สื่อในรูปแบบของวิดีโอ เรื่องสั้น จากเครือข่ายสื่อมวลชนในพื้นที่ต่าง ๆ จากทั่วประเทศมาสื่อสารเพื่อให้คนในสังคมได้เรียนรู้และเห็นโทษของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาฝากเพิ่มเติมกันอีกด้วย เรื่องราวจะเป็นอย่างไรสามารถติดตามได้ในฉบับครับ

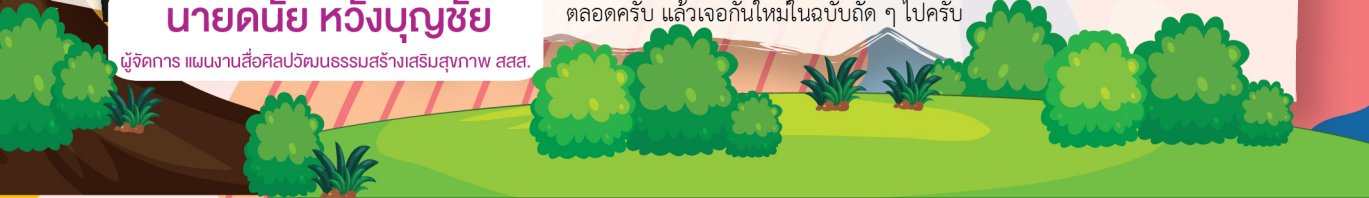
นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับสายผ้าไหมหัตถกรรมบนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจเพื่อสังคม จากบริษัทสินไซ โมเดล จำกัดมาฝากกันอีกด้วย มารู้ไปพร้อม ๆ กันครับว่าสายสวย ๆ ที่เกิดขึ้นบนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจนี้มีที่มาที่ไปจากอะไร แล้วใครเป็นคนดีไซน์สวย ๆ นี้เป็นแบบที่ทันสมัยอย่างที่เห็นกันทุกวันนี้ ฉบับนี้มีบอกไว้ชัดเจนเลย ครับ นอกจากสายผ้าแล้วในฉบับนี้ยังมีกิจกรรมที่น่าสนใจอีกหลากหลายครับที่แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. ได้เสริมศักยภาพให้กับเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม นั่นคือการพัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่าย เรื่อง “เทคนิคการตลาดและการขายออนไลน์ สินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยการไลฟ์อย่างสร้างสรรค์” โดยมีวิทยากรที่ทำงานและชำนาญเกี่ยวกับเรื่องนี้มาให้ความรู้ ก่อนจะให้มีการจำลองสถานการณ์การไลฟ์สดทดลองขายสินค้า ก่อนจะเริ่มให้ไลฟ์จริงในพื้นที่ของตนเอง ซึ่งสามารถติดตามการไลฟ์สดของแต่ละพื้นที่ได้ที่แฟนเพจของเครือข่าย หรือที่แฟนเพจ : แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. และแฟนเพจ : ปันศิลป์ปันสุข พลาดไม่ได้นะครับมาเป็นกำลังใจและอุดหนุนสินค้าของชุมชนได้ครับ

ไม่หมดเพียงแค่นี้ครับในฉบับนี้ยังมีอีกหลายเรื่องราวให้ติดตามสามารถติดตามได้ในฉบับครับ หากชื่นชอบเนื้อหาไหน หรืออยากแนะนำเรื่องอะไร ส่งมาหาเราได้ครับที่อีเมล : artculture4health@gmail.com ครับ แล้วเราจะพัฒนาการทำงานร่วมกันไปตลอดครับ แล้วเจอกันใหม่ในฉบับถัด ๆ ไปครับ



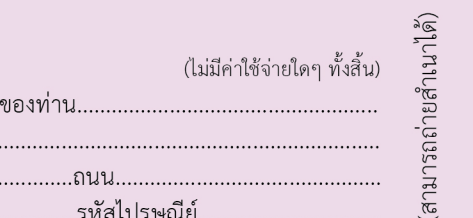
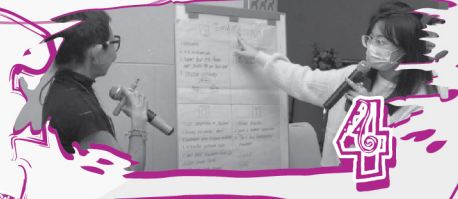
นายคณัย หวังบุญชัย

ผู้จัดการ แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส.



CONTENTS

| เรื่อง | หน้า |
|---|------|
| เปิดบ้านศิลปสร้างสุข | 2 |
| เรื่องเด่นประจำฉบับ | |
| Design Hero 2024: OK (E) CIGARETTES ? Wake Up and Understand the Hazards of Vaping and E - Cigarette | 4 |
| เรื่องเล่า ...“รู้ - เลิก - เหล้า” 4 ภาค | 8 |
| ส่งต่อความสุข | |
| เครื่อง่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม SE | 10 |
| เรียนรู้ “ขายออนไลน์อย่างไรให้ยอดขายปัง ปัง!!” | |
| บอกกล่าวเล่าสุข | |
| ขนมบุก ขนมพื้นบ้าน โคนสูง ลพบุรี | 14 |
| ผ้าทอเกาะยอ ภูมิปัญญาพื้นถิ่นเมืองสงขลา | 15 |
| สื่อศิลปสร้างสุข | |
| เปิดสูตร “ขนมกุหลาบ” | 16 |
| ขนมพื้นบ้านย่านเมืองเก่าสงขลา ชุมชนมีชัยดีบ้านบน | |
| เก็บตกมาฝาก | |
| สวัสดิคห้วยปูแกง : ผู้หญิงคองยาวที่สุดในเมืองไทยที่แม่ฮ่องสอน | 18 |
| เก็บสุขมาเล่า | |
| “สินไซดินดง” ลายผ้าหัตถกรรม บนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจเพื่อสังคม สินไซ โมเดล | 20 |
| ไขปัญหาประลองปัญญา “ซูโดกุ” (Sudoku) | 23 |



ใบสมัครสมาชิกจุลสารศิลปสร้างสุข

กรุณากรอกรายละเอียดให้ครบทุกข้อ

ชื่อ..... นามสกุล..... ชื่อหน่วยงานของท่าน.....

(ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น)

เบอร์โทรศัพท์..... เบอร์แฟกซ์..... อีเมล.....

ที่อยู่เพื่อจัดส่ง..... เลขที่..... ซอย..... ถนน.....

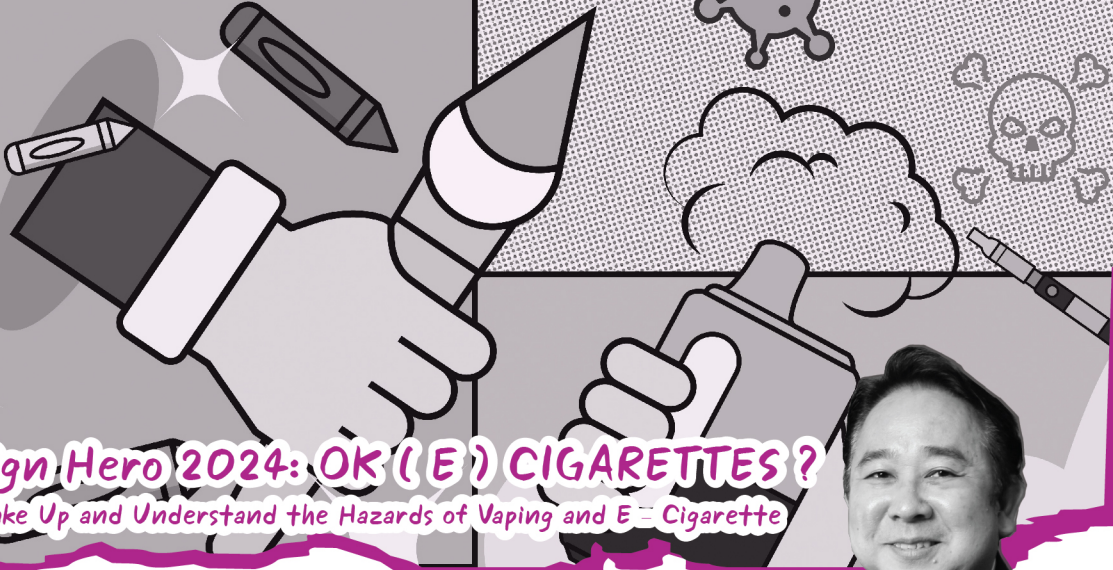
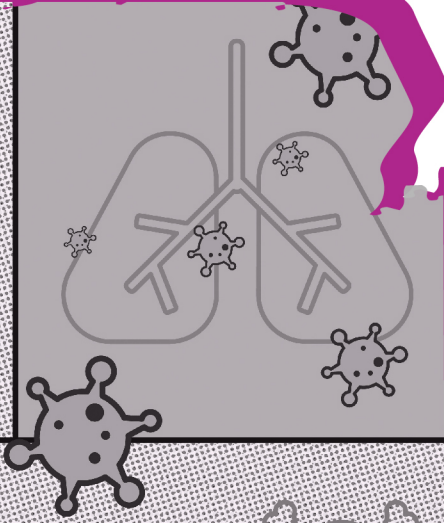
ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

(สามารถถ่ายสำเนาได้)

เรื่องเด่นประจำฉบับ | เรื่อง : ssssss

ดีไซน์ฮีโร่

DESIGN HERO:
OK (E) CIGARETTES ?



Design Hero 2024: OK (E) CIGARETTES ?

Wake Up and Understand the Hazards of Vaping and E = Cigarette



Design
Hero
OK
(E)
CIGARETTES ?

โครงการ Design Hero เป็นความร่วมมือระหว่างแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ art4d ได้ดำเนินการต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายปี วัตถุประสงค์สำคัญคือการพัฒนาทักษะสื่อสารสร้างสรรค์รุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ ความรู้และทักษะในการออกแบบการสื่อสารเพื่อนำไปต่อยอดในการสื่อสารเรื่องประเด็นสุขภาพต่อสาธารณชนในวงกว้าง โดยตลอดเวลา ที่ผ่านมาได้มีเยาวชนเข้าร่วมโครงการหลายคนเข้าสู่วงการออกแบบสร้างสรรค์สื่อ และมีผลงานเป็นที่ยอมรับ

สำหรับในปี 2567 นี้ ดร.ต๋นัย หวังบุญชัย ผู้จัดการแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. กล่าวว่า ในปีนี้แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ art4d มีความต้องการที่จะผลักดันให้โครงการก้าวสู่ขั้นต่อไป จึงมีแนวคิดที่จะผลักดัน ให้ผลงานสร้างสรรค์จากเยาวชนถูกนำไปผลิตเพื่อต่อยอดหรือขยายผลในเชิงธุรกิจ รวมไปถึงการนำไป ใช้งานจริงในสังคมวงกว้าง ทุก ๆ ปีที่เปลี่ยนไป เด็กก็เปลี่ยนไป เยาวชนก็เปลี่ยนไป เพราะฉะนั้นในปีนี้โครงการ ดีไซน์ฮีโร่ ต้องการฮีโร่พันธุ์ใหม่ ที่เข้าใจทิศทางในการออกที่จะรณรงค์

ดีไซน์ฮีโร่

DESIGN HERO:
OK (E) CIGARETTES ?



อยากจะสร้างการเปลี่ยนแปลงจากความคิดเล็ก ๆ จากความคิดสร้างสรรค์ “ดีไซน์ฮีโร่ในปีนี้จะไม่แค่ประกวดแล้วจบ แต่จะ **ทำอะไรให้มีการไปขยายผลและสร้างการเปลี่ยนแปลงได้จริง** ผลงานที่ได้นั้นต้องถูกผลิตและเผยแพร่สู่สังคมต่อไป”

ดังนั้นเป้าหมายสำคัญของโครงการในปีนี้จะมุ่งเน้นที่ **การผลักดันและสร้างโอกาส** ให้ผลงานสร้างสรรค์ถูกนำไปสู่ “**การผลิต**” หรือ “**จัดจำหน่าย**” ได้จริง โดยนอกเหนือจากการจัดกิจกรรม พัฒนาศักยภาพและการสนับสนุนด้านเงินทุน ดังนั้นกิจกรรมในปีนี้จะจัดให้มีการร่วมคอลแล็ปผลงานกันระหว่างเยาวชนผู้สร้างผลงานสร้างสรรค์กับแบรนด์ต่าง ๆ ในภาคธุรกิจ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสในการเผยแพร่ผลงาน และเปิดโอกาสให้เกิดการนำไปสู่การต่อยอดและขยายผลในเชิงธุรกิจ สร้างให้เกิดการประกอบการ ในรูปแบบของธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีส่วนช่วยบรรเทาเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ให้กับสังคมในวงกว้างต่อไป โดยโครงการในปีนี้จะเปิดรับผลงานจากเยาวชนไม่จำกัดสาขาวิชาชีพ

โดย **ดร.ณัย หวังบุญชัย** กล่าวต่อว่า สำหรับคุณสมบัติผู้สมัครเข้าร่วมโครงการนั้นจะต้องเป็น เยาวชนอายุ 15 - 25 ปี โดยจะสมัครประเภทเดี่ยวและทีม 1 - 3 คน ก็ได้ โดยโครงการจะเปิดรับผู้ที่สนใจเข้าร่วมโดยไม่จำกัดสาขาวิชาชีพ แต่ต้องมี ***สัญชาติไทยเท่านั้น*** โดยหัวข้อที่เปิดรับสมัครผู้เข้าร่วมโครงการสามารถส่งไอเดียที่ช่วยให้เกิดการสื่อสารในเรื่องโทษของบุหรี่ไฟฟ้า การสร้างความเข้าใจหรือการให้ความรู้เรื่องโทษของบุหรี่ไฟฟ้า การให้ความรู้ด้านสุขภาพหรือบรรเทาเรื่องบุหรี่ไฟฟ้าให้กับกลุ่มเด็กมัธยม **ภายใต้หัวข้อ Design Hero : OK (E) CIGARETTES ? Wake Up and Understand the Hazards of Vaping and E - Cigarettes** ซึ่งผลงานที่ผ่านเข้ารอบจะได้รับทุนสนับสนุนเพื่อร่วมผลิตผลงานกับแบรนด์ สินค้าจริง โดยผู้ส่งโครงการเข้าประกวดสามารถเลือกประเภทของของผลงาน ได้ดังต่อไปนี้ **(เลือกได้ 1 หัวข้อ)**

1. ประเภท Graphic Design โดยร่วมผลิตผลงานจริงกับแบรนด์ Q Design & Play
2. ประเภทผลงานศิลปะหรือของตกแต่ง โดยร่วมผลิตผลงานจริงกับแบรนด์ WISHULADA
3. ประเภท Art Toy โดยร่วมผลิตผลงานจริงกับแบรนด์ TOYLAXY
4. ประเภทคลิปวิดีโอ โดยร่วมผลิตผลงานเพื่อเผยแพร่จริงจังกับช่อง Biggy Carey



ซึ่ง**เกณฑ์การตัดสิน**นั้น **ดร.ณัย หวังบุญชัย** บอกว่า ในปีนี้เราจะเน้น**เกณฑ์การตัดสิน**ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.กระบวนการคิดเชิง ออกแบบ : Design Thinking

เป็นการทำให้มองเห็นวิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหา สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ รวมไปถึงการมองปัญหา ตลอดจนโจทย์ของการทำงานต่าง ๆ ได้รอบทิศและรอบคอบขึ้นและฝึกให้มีการคิด อย่างเป็นระบบ เป็นขั้นตอน และมีลำดับการบริหารจัดการที่ดีตั้งแต่เริ่มโครงการไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย

2.การสื่อสาร : Communication

การสื่อสารเป็นกระบวนการสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคม วงกว้าง การสื่อสารที่ดีจะต้องมีความชัดเจน ตรงใจ ซึ่ง เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และบรรลุจุดประสงค์ของโครงการ การขับเคลื่อนโครงการให้ประสบความสำเร็จได้ จึงจำเป็นต้องมีการ บริหารจัดการการสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3.ความเป็นไปได้ในการผลิต : Production Feasibility

คือ การประเมินองค์ประกอบของ ผลงานในแง่ความเป็นจริงของการผลิต โดยทั้งเจ้าของผลงาน คณะกรรมการและเจ้าของแบรนด์ ต้องสามารถเข้าใจถึงขั้นตอนการผลิตที่ระบุมาในโครงการได้อย่างตรงประเด็นและเห็นว่ามันนำไปใช้งานได้จริง ซึ่งจะช่วยให้คณะกรรมการสามารถเห็นภาพรวมของโครงการเพื่อที่จะช่วยปรับจุดอ่อนหรือเสริมจุดแข็ง รวมไปถึงการปรับรายละเอียดในเชิงเทคนิคสำหรับการผลิตเพื่อช่วยผลักดันให้โครงการได้มีการพัฒนาต่อยอดจนสำเร็จลุล่วง

4.ความงาม/สุนทรียภาพ : Aesthetic

คือ การประเมินความสวยงามที่ลงตัวของผลงาน แบบองค์รวม ซึ่งอาจจะประกอบด้วยเรื่องของ รูปทรง สี ความไพเราะของเสียง ความงดงามของท่าทาง การเคลื่อนไหว หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยขึ้นกับประเภทของผลงานที่ส่งเข้าร่วมประกวด

Design Hero
OK (E) CIGARETTES ?



โดยประพัฒน์ สมบูรณ์สิทธิ์ จากแบรนด์ Q DESIGN AND PLAY บอกว่า ปัจจุบันนี้ประเทศไทยหรือทั่วโลกมีเทรนด์ใหม่ ๆ ซึ่งหากจะต้องทำแบรนด์เสื้อผ้าเพื่อขายและสร้างภาพลักษณ์ เพื่อเล่าเรื่องเล่าความเป็นตัวเอง เล่าความเป็นแบรนด์จำเป็นต้องหาตัวตนของตัวเองให้เจอก่อน ซึ่งการหาตัวตนนั้นเป็นพื้นฐานของการสร้างสรรค์งานได้ เพราะเป็นการเล่าที่ง่ายที่สุดและมีพลังที่สุด



ซึ่งสมชาติ ศรีมารัตน์ จากช่อง บิ๊กก็๊ แคร์รี่ บอกว่า สำหรับคนที่ต้องการจะเป็น content creator ได้จำเป็น ต้องสร้าง content มาจำนวนหนึ่งที่จะทำให้คนเชื่อถือ เราได้ พูดอะไรออกไป นำเสนออะไรออกไป “คนจะเชื่อ” ที่สำคัญต้องมีความใหม่ในความคิด และกล้าพูดในสิ่งที่เป็นเรื่องจริงทางสังคม ซึ่งต้องไม่ทำร้ายใคร โดยข้อดีของการทำ Content ผ่านสื่อออนไลน์ เพราะปัจจุบันนี้คนเสพสื่อออนไลน์ไปแล้วแทบกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ และเป็นสื่อที่จับต้องได้ง่าย เพราะคนได้เห็นทั้งรูป ภาพเคลื่อนไหว ได้ยินเสียง เห็นหน้า เห็นตาเวลาสื่อสาร ซึ่งทำให้เห็นถึงความจริงใจที่สื่อออกไปได้ สามารถสื่อสารออกไปอย่างตรงไปตรงมาได้





วิชุลดา ปัทมธนาณรงค์ จากแบรนด์ WISHULADA

บอกว่า ปัจจุบันโซเซียลมีเดียเข้าถึงได้ง่ายและกว้างมาก ศิลปะก็เช่นกันที่ถูกเชื่อมโยงไปกับทุก ๆ สิ่งที่อยู่รอบตัวเรา ซึ่งสิ่งสำคัญที่น้อง ๆ ควรจะต้องมีโดยน้อง ๆ ไม่จำเป็นต้องเป็นดีไซเนอร์หรือศิลปินแต่น้อง ๆ นั้นต้องมีความยืดหยุ่นในตัวเอง พร้อมทั้งจะเรียนรู้ รับทุกอย่างเข้ามาแล้วนำไปประยุกต์ใช้อีกที เพราะเบื้องหลังของไอเดียและการสร้างสรรค์นั้นคือ การบริหารจัดการ และมีดีอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งต้องสร้างสมดุลเรื่องเหล่านี้ให้ได้ ลองหันมามองจุดเด่นของตัวเองและพัฒนาจุดด้อยที่มีให้พัฒนาดีขึ้น เพราะทุกคนมีความสำเร็จในแบบฉบับของตัวเอง เวทีนี้ถือเป็นอีกเวทีหนึ่งที่จะวัดความสำเร็จนั้นหาตัวเองให้เจอแล้วมาพิสูจน์กัน



และ ชญานิน อ่อนมา จากแบรนด์ TOYLAXY บอกว่าแน่นอนว่าในยุคนี้อาร์ตทอยได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและมีกลยุทธ์มากมายมัดใจคนซื้อ ทั้งตัวหายาก ทั้งตัวพิเศษ ที่เป็นเหมือนแรงบันดาลใจให้แต่ละคนอยากหามาครอบครอง ที่สำคัญอาร์ตทอยสามารถสื่อสารอะไรบางอย่างลงไปได้ด้วย แม้การผลิตอาร์ตทอยจะต้องใช้ต้นทุนที่สูงแต่หากดีไซน์ออกมาได้อย่างน่าสนใจก็สามารถมัดใจคนที่หลงใหลได้ ซึ่งหากน้อง ๆ คนใดสนใจจะออกแบบดีไซน์อาร์ตทอยนั้นสิ่งที่ต้องมีก็คือ **ความคิดที่ดี ไอเดียที่สร้างสรรค์** หากสามารถคิดออกมาเป็นภาพได้ก็จะสามารถสื่อสารได้ง่ายขึ้น หากใครที่มีความสามารถในเรื่องของการปั้นด้วยสามารถทำออกมาเป็นชิ้นจริง จับต้องได้ ก็จะทำให้น่าสนใจมากขึ้นได้



และทั้ง 4 ท่านนี้ ก็จะเป็นพี่เลี้ยงและวิทยากรประจำประเภทต่าง ๆ ตลอดทั้งโครงการ หากใครที่สนใจเข้าร่วมโครงการสามารถสมัครเข้ามาได้ตั้งแต่วันนี้ จนถึง วันที่ 27 กันยายน 2567 สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติม และร่วมส่งผลงานเข้าประกวดได้ที่ <https://forms.gle/pB3GNXvaN4miGWTR8> และสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมสามารถติดต่อได้ที่ ผู้ประสานงานโครงการ : นายดุสิต บุตตะโยธี, นางสาวปราง ปิงเมืองเหล็ก และ นายอาทิตย์ กมลธะรา โทรศัพท์ : 064 604 2891, 062 449 6651 และ 064 043 4186 หรืออีเมลล์ : dusit.art4d@gmail.com, prangp@hotmail.com และ athitkamultara@gmail.com

รีบส่งเข้ามาเนาะ พี่ๆ รอห้องๆ อยู่ #เพราะความคิดเล็ก ๆ สร้างสิ่งยิ่งใหญ่ให้สังคมได้



เรื่องเล่า ...

"รู้ - เลิก - เหล้า" & ภาค

รู้ - เลิก - เหล้า จากฉบับที่ผ่านมา เมื่อคนทำสื่อมาร่วมตัวกัน ปรากฏการณ์สร้างสรรค์สื่อสร้างสรรค์จึงเกิดขึ้นผ่านโครงการ **รู้ - เลิก - เหล้า** ที่มีนักข่าวมีอาชีพและตัวแทนของสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้าใน 5 พื้นที่เข้าร่วมโครงการแล้วนำชุดข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, 1B6 และ SAFER มาสร้างสรรค์สื่อที่เป็นภาพเคลื่อนไหวไปใช้ในการผลิตสื่อพื้นที่แล้วนำมาเผยแพร่สื่อสารเพื่อรณรงค์ให้คนไทย **"รู้เลิกเหล้า"** โดยในรอบนี้มีพื้นที่ต้นแบบนำร่อง 8 พื้นที่คือ **ภาคเหนือ** จังหวัดเชียงราย, จังหวัดพะเยา, **ภาคกลาง** จังหวัดฉะเชิงเทรา, จังหวัดตราด, กรุงเทพมหานคร, **ภาคใต้** จังหวัดสงขลา, จังหวัดปัตตานี, จังหวัดนครศรีธรรมราช, **ภาคอีสาน** จังหวัดสุรินทร์ และ จังหวัดศรีสะเกษ ตอนนี้ได้มีผลงานออกมามากมาย ฉบับนี้เรามี เรื่องเล่า **"รู้ - เลิก - เหล้า"** มาฝากเพิ่มเติม เริ่มจากเรื่อง ชีเหล้าหลวงเล่าเรื่อง : **"ผิดที่...? ไม่เลิกเหล้า"** EP. 12 [เชียงราย] เรื่องราวของ "สายเมฆ" หนุ่มหล่อมากความสามารถในจังหวัดเชียงราย ที่ผ่านมาสายเมฆต้องอยู่ในสังคม และกลุ่มเพื่อนที่ชอบสังสรรค์ และเพื่อน ๆ ของเขาก็มักจะดื่มเหล้ากันเป็นประจำ ปัจจุบันนี้คนรอบข้างของสายเมฆ 80-90% ไม่มีใครดื่มเหล้า แล้วเขาใช้วิธีไหนถึงได้ตระหนักและรู้เลิกเหล้า แล้วเขาเคยติดเหล้ายัง? และความฝันที่อยากเป็นนักกีฬา นักเดินมืออาชีพของสายเมฆ เขาทำได้หรือไม่ มาติดตามไปพร้อม ๆ กัน



เรื่อง เลิกเพราะโรค "เมื่อฉันทันดับแข็ง" [ศรีสะเกษ]

เรื่องราวของผลกระทบจากการดื่มเหล้ามายาวนานทำให้เสี่ยงต่อการเป็นโรค ตามหลักทางการแพทย์ ถ้าเราพักดับได้ในระยะเวลา 4 เดือนขึ้นไป ดับจะเริ่มฟื้นฟูและจะเริ่มแข็งแรงขึ้นมากขึ้น ภาวะเจ็บป่วย อาจจะคงอยู่แต่มันอาจจะไม่ได้ขยายเพิ่มมากขึ้น คราวนี้ในพื้นที่ของ รพ.สต.โคกเพชร อย่างกรณีคนที่พักดับแล้ว หลักการที่ทำงานร่วมกันในพื้นที่คือเรื่องของการใช้ทฤษฎี 3อ. 2ส. 1พ. 3อ. คือการส่งเสริมการออกกำลังกายสม่ำเสมอ การบริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ การมีอารมณ์ที่ดี (อาหาร ออกกำลังกาย อารมณ์) แล้วก็สุราก็ต้องลดให้ได้อย่างจริงจัง



เรื่อง ทำกระดานชุมชนด้านหน้า [จะเชิงเทรา] เรื่องราวที่จะพาไปรู้จักกับชุมชนทำกระดาน อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีคุณไพฑูริย์ ชาวทำกระดานที่ได้นำโครงการลด ละ เลิกเหล้า มารณรงค์ชักชวนคนในชุมชน เขาทำอย่างไรให้ชาวบ้านทำกระดานรู้เลิกเหล้า ได้



เรื่อง คนหัวใจเพชร รู้เลิกเหล้า [ปัตตานี] เรื่องราวที่ชีวิตของคนหัวใจเพชร 3 ท่าน ในพื้นที่ชุมชนยาบี่ อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี ที่สามารถเลิกเหล้าได้ตลอดชีวิต ขยายผลต่อยอดจากโครงการงดเหล้าเข้าพรรษา ผลจากการเลิกเหล้า ทำให้ชีวิตของคนหัวใจเพชรทั้ง 3 คน เปลี่ยนแปลงไป



เรื่อง เทเยื่อมาแล้วขับ ชีวิตเกือบตาย [ตราด] เรื่องราวของคุณเจริญ วัย 62 ปี เทเยื่อมาแล้วขับ.. จากจังหวัดตราด หลังถูกคนมาแล้วขับ ขับรถพุ่งชนจนบาดเจ็บสาหัส ขาดรายได้หลักที่ได้จากการขายกล้วยตากไปกว่า 300,000 บาท จนทำให้ครอบครัวลำบาก และเมื่อรักษาหาย ร่างกายที่แข็งแรงก็กลับไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป



นี่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของสื่อสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในโครงการ รู้ - เลิก - เหล้า ที่เกิดขึ้นในปีนี้ ซึ่งสามารถชมทั้งหมดได้ที่ แฟนเพจ : www.facebook.com/artculture4h และที่ www.youtube.com/@artculture4health ในเพลย์ลิสต์ - ผลงานนิตเล้ายัง “รู้-เลิก-เหล้า” ภูมิภาค ปี 2567 หรือสามารถค้นหาได้ง่าย ๆ จาก #แฮชแท็ก (Hashtag) #รู้เลิกเหล้า #นิตเล้ายัง #สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม #แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ #สสส #เครือข่ายองค์กรงดเหล้า เมื่อดูแล้วชอบเรื่องไหนสามารถคอมเมนต์ได้คลิกที่ขมก้นไว้ได้นะ แล้วมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการรณรงค์เรื่องนี้ไปด้วยกัน เพื่อให้สังคมเราน่าอยู่ยิ่งขึ้น ...

ผลงานนิตเล้ายัง “รู้-เลิก-เหล้า” ภูมิภาค...
 แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรม สร้างเสริมสุขภาพ - 1 / 42

↔ ↻

5:26 เทเยื่อมาแล้วขับ ชีวิตเกือบตาย [ตราด] แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรม สร้างเสริมสุขภาพ

5:23 ด่านแปดริ้ว ปราบคนเมา [ฉะเชิงเทรา] ศิลปสร้างสุข 8 แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรม สร้างเสริมสุขภาพ



ส่งต่อความสุข | เรื่อง : สมุทรอักษร

เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม SE เรียนรู้ “ขายออนไลน์อย่างไรให้ยอดขาย ปัง ปัง!!”

ในยุคนี้สื่อออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ เนื่องจากมีความรวดเร็วและความสะดวกสบาย อีกทั้งสื่อออนไลน์ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์ให้กับกลุ่มคนในทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการธุรกิจออนไลน์ ดังนั้นการตลาดออนไลน์ หรือ Online Marketing เป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมอย่างมากในสมัยนี้ เนื่องจากทำให้ผู้คนรู้จักแบรนด์หรือสินค้าของแบรนด์ได้อย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นการทำการตลาดหรือธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ เช่น **กูเกิล (Google)**, **ยูทูป (Youtube)**, **เฟสบุ๊ก (Facebook)**, **อินสตาแกรม (Instagram)**, **ติกต็อก (Tiktok)**, **เอ็กซ์ (X)** , **เว็บไซต์ (WebSite)**

เมื่อเป็นเช่นนี้การหนุนเสริมให้ความรู้และเพื่อศักยภาพในการบริหารจัดการเกี่ยวกับเรื่องนี้แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมกับนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ นักสื่อสารมวลชน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และผู้เชี่ยวชาญด้าน Marketing Online กำหนดพัฒนาศักยภาพภาคีเครือข่ายด้วยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “เทคนิคการตลาดและการขายออนไลน์สินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยการไลฟ์อย่างสร้างสรรค์” โดยมีวิทยากรที่ทำงานและชำนาญเกี่ยวกับเรื่องนี้มาให้ความรู้แก่เพื่อพัฒนาศักยภาพและแนะนำเทคนิควิธีการในการขายสินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคม SE ให้กับภาคีเครือข่ายกว่า 10 พื้นที่ อาทิ **บริษัทสินไซโมเดล จำกัด วิสาหกิจเพื่อสังคมจังหวัดขอนแก่น**, **ตลาดใต้เหนือ จังหวัดพัทลุง**, **โครงการสวัสดิ์ห้วยปูแกงจังหวัดแม่ฮ่องสอน**, **โครงการเสน่ห์สุขุม จังหวัดสุราษฎร์ธานี**, **โครงการวิสาหกิจเพื่อสังคมอำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์**, **บ้านนอก ความร่วมมือทางศิลปวัฒนธรรม จังหวัดราชบุรี**, **บริษัท เสน่ห์บางลำพู จำกัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) กรุงเทพมหานคร**, **วิสาหกิจชุมชนพันธุ์สุข จังหวัดสุพรรณบุรี**, **บริษัท สงขลา เออร์เทจ จำกัด จังหวัดสงขลา** และ**บริษัทไทยเบิ้งบ้านโคกสูง จำกัด จังหวัดลพบุรี**

โดยในกระบวนการได้มีวิทยากร อาทิ **คุณแมนรัตน์ แผลกล้ายอง** ผู้เชี่ยวชาญด้าน Marketing Online, **อาจารย์พิเศษ สถาบันการจัดการ**

ปัญญาภิวัฒน์, **คุณสิบบงษ์ รัตนติลก ณ ภูเก็ต** : ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์, อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และ**คุณอุมาพร ตันติยาทร** : ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์, อาจารย์พิเศษ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดย**คุณสิบบงษ์ รัตนติลก ณ ภูเก็ต** บอกว่า สำหรับการขายสินค้าออนไลน์จำเป็นต้องศึกษาทิศทางของการเข้าถึงโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ในปัจจุบันก่อนว่าตอนนั้นในสังคมสนใจและใช้งานโซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มไหนมากที่สุดก่อน ซึ่งเทรนด์ล่าสุด พบว่า 5 อันดับ SOCIAL MEDIA ที่มียอดผู้ใช้งานมากที่สุดในไทย ปี 2024 ช่องทาง Facebook มีผู้ใช้งาน 58 ล้านคน, TikTok มีผู้ใช้งาน 44.3 ล้านคน, YouTube มีผู้ใช้งาน 44.2 ล้านคน, Instagram มีผู้ใช้งาน 18.7 ล้านคน และ X มีผู้ใช้งาน 14.6 ล้านคน





Instagram จะเน้นเรื่อง Visual และดูได้ที่รูปภาพ เพราะฉะนั้นภาพแรกจึงสำคัญที่สุด

Facebook จะเน้น Blog Post ที่เห็นภาพรวมทั้งหมด ดังนั้นทุกภาพจึงสำคัญโดยเฉพาะภาพปก และแคปชั่นอัลกอริทึมแนะนำคอนเทนต์จากคนรู้จักบนหน้าฟีดก่อน จึงเน้นต้นคอนเทนต์ที่สร้างเอนเกจเมนต์

TikTok จะเน้นอัลกอริทึมแนะนำคลิปโดย AI เป็นหลัก

Reels จะเน้นให้ความสำคัญกับครีเอเตอร์เจ้าของคอนเทนต์ แนะนำคอนเทนต์ของเพื่อนหรือคนที่เราติดตามอยู่แล้ว

YouTube จะเน้นให้คนดูใช้เป็น Search Engine เพื่อเสิร์ชคอนเทนต์ที่อยากดู

Shorts จะสามารถแปลลิงก์ของคลิปที่เกี่ยวข้องได้ ทำไมต้องเป็น Short นั่นก็เพราะว่า 1.สมารถที่สั้นลงของคน 2.ง่ายต่อการเข้าถึงและอดทนดู 3.ดูได้เรื่อย ๆ ไม่รีรอ 4.ใช้เวลาน้อย แต่ดูคลิปได้เยอะ 5.สนุกสนาน คลายเครียด

และก่อนจะเริ่มใช้งานโซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เหล่านี้ ต้องทำความเข้าใจกับ 3 สิ่งนี้ก่อน นั่นก็คือ

- 1.ตัวตน (Personal)
- 2.แพลตฟอร์ม (Platform)
- 3.คนดู (Target Audience)

ในส่วนตัวตน เราต้องหาคำตอบให้ได้ก่อนว่า

- ตัวตนของเราคืออะไร? และคนจะรักเราจากอะไร? ทำอย่างไร? ให้คนอยากดูเราและรักเรา

- ถามตัวเอง เราต้องการสื่อสารอะไร? และเพื่อให้คนฟัง คนดู คนอ่าน ได้อะไร?

- เราแตกต่างจากสิ่งที่คุณอื่นทำมาอย่างไร

- Content is king เนื้อหาดีมีชัยไปกว่าครึ่ง But Presentation is Queen รูปแบบการนำเสนอเป็นส่วนสำคัญ ช่วยเสริมเนื้อหาให้น่าสนใจมากขึ้น

- ช่วงแรก ก่อร่างสร้างคอนเทนต์ เป็นช่วงทดลองทำคลิ คิดเรื่องที่ยากเล่า รูปแบบที่ยากนำเสนอ จากนั้นค่อย ประเมินคนดูว่าสนใจสิ่งที่เรานำเสนอหรือไม่

- จุดประสงค์ของการทำคอนเทนต์ คือ ให้คนอื่นดู เพราะฉะนั้นการให้คนอื่นตอบ คำถามว่าคอนเทนต์ของเราเป็น ยังไงจะช่วยให้เห็นภาพชัดกว่า

เมื่อหาตัวตนเจอ มาต่อที่การเริ่มไลฟ์ (Live) โดยการไลฟ์ นั้นคือการพูดคุยสื่อสารกันแบบเรียลไทม์ พูดคุย เม้าท์ ช่วยลด ช่องว่างของระยะทาง และการเจอกัน ได้ Comment ตอบโต้, ได้พูดคุยกับคนที่เข้ามา, ได้สอบถามความคิดเห็น, ได้สอนให้ความรู้, ได้อ่าน Comment แล้วนำมาทำอะไรบางอย่าง, ได้ทำให้แบรนด์ สินค้ามีตัวตน เพราะไลฟ์ปลอมไม่ได้, เราอาจจะทำแบบนั้นกับ คลิปวิดีโอได้ โดยข้อควรระวังคือ Digital Footprint

สำหรับการไลฟ์บน TikTok นั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ “สินค้าที่จะขายในไลฟ์” โดยต้องดูว่าพอเข้ากล่องไลฟ์ในไลฟ์แล้วดูดีหรือไม่ถ้าสวยดูดีก็จะช่วยเพิ่มยอดขายได้การทำไลฟ์ในปัจจุบัน ต้องมีคุณภาพ (ภาพแสงสีเสียง) ปัจจุบันคนทำไลฟ์มีพัฒนาการมากขึ้นแต่เห็นอื่นใด Content ก็คือคุณภาพสินค้าก็ต้องดีด้วย และก็ต้องระวังกฎหมาย

1. พูดถึงสินค้าทุก 5 นาทีให้เราหมั่นทวนรายละเอียดสินค้า กดสั่งซื้อที่ตะกร้าเพราะคนที่เข้ามาอาจจะเปลี่ยนหน้าได้ตลอดเวลา

2. กระตุ้นให้เกิดการกดหัวใจหมายความว่าคนชอบไลฟ์ นั้น ทหารวิโน้มน้าว

3. กระตุ้นให้มีคนแสดงความคิดเห็น (Comment) เมื่อไหร่ที่คุณดูเริ่ม Comment ทาง TikTok ก็จะช่วยดันไลฟ์เรา เพราะมองว่าสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนดู

4. กระตุ้นให้มีการส่งของขวัญ AI จะมองว่าไลฟ์นี้มี เนื้อหาคุณภาพถึงกับมีคนส่งของขวัญให้เหรียญก็จะแบ่ง 50-50 กับทาง TikTok

5. มีการซื้อขายสินค้า ถ้าคนดูสั่งซื้อสินค้าจากตะกร้าของเรา AI ของ ShopTikTok ก็จะยิ่งดันไลฟ์ให้เข้าถึงคนดูมากขึ้น เพราะทาง TikTok จะได้เปอร์เซ็นต์จากการขายด้วยอีกทั้ง AI จะมองว่าไลฟ์มีคุณภาพทำให้มีคนสั่งซื้อสินค้า

6. แสงสีเสียงชัดเจนซึ่งก็ต้องมีการลงทุนบ้าง

7. โลฟที่สม่ำเสมอ AI จะยิ่งผลักดันเหมือนเก็บชั่วโมง

Live บางที่เราอาจจะพูดจนหรือโลฟไปแล้วไม่มีคนมาดู ไม่มีคนเข้ามาคุย การวางแผนจึงเป็นเรื่องสำคัญเพราะพูดไปเรื่อย ๆ ไม่มีจุดที่จุดสิ้นสุด เราอาจจะต้องโน้ตสิ่งที่เราจำเป็นจะต้องพูด เช่น การเล่าเรื่องที่สัมพันธ์กับหัวข้อโลฟ เนื้อหาสำคัญในการพูดขณะโลฟ การพูดถึงสินค้าอย่าลืมทวนตะกร้าหรือพูดให้ช้าลง Shortnote หรือ Postit จะช่วยได้ไว้ใกล้ ๆ กล้อง

จะฝึกโลฟให้ได้ผลอย่างไร?

1. วางแผนทำแพลนเนอร์ อย่าโลฟเรื่อยเปื่อย
2. เตรียมสคริปต์ เขียนหัวข้อสำคัญ ความเชื่อมโยง ป้องกันการลืม ลดความประหม่า แม้จะพูดเก่งก็ควรเตรียมตัว
3. โลฟตามเวลาที่ตั้งใจเอาไว้ 2 ชั่วโมง คือ 2 ชั่วโมง แม้ไม่มีคนดูเพื่อฝึกความเป็นมืออาชีพ
4. วัดผลลัพธ์ที่ได้จากการโลฟ ทำหลังจบว่าอันไหนเราพูดแล้วเวิร์คไม่เวิร์คตั้งเป้าหมายง่าย ๆ เช่นยอดผู้ชมยอดขาย
5. ดูโลฟย้อนหลังเพื่อปรับปรุงและพัฒนา

ฝึกโลฟใช้ความตั้งใจ

1. โลฟมีว่ ๆ 20 ครั้งเพื่อเข้าใจระบบและพฤติกรรมคนส่วนใหญ่โลฟไม่ถึง 5 ครั้ง
2. เตรียมเรื่องเหมือนมาคุยกับเพื่อน ทดลองโลฟพูดคุยก่อนที่จะขายสินค้า
3. เปิดเพลงคลอให้โลฟไม่น่าเบื่อ แต่ระวังอย่าเปิดเพลงลิขสิทธิ์ ใช้เพลงบรรเลงหรือจาก YouTube ที่มีลิขสิทธิ์ไม่ติดลิขสิทธิ์
4. ทดลองโลฟ 2 คนหากพูดไม่ค่อยเก่ง กลัวเงิน หรือกลัวเหงา ก็ไปชวนใครมานั่งโลฟเป็นเพื่อนเหมือนพูดคุยกับเพื่อนโดยมีคนนำคนสนับสนุนข้อมูล
5. โลฟให้ภาพ เสียง สี มาก และตัวเราดูดี อาจจะต้องใช้เวลาเตรียมหน่อยแต่พอเข้าที่เข้าทางก็จะง่ายขึ้น
6. หลังโลฟมีว่ ๆ ไป 20 ครั้ง คราวนี้โลฟจริงจังขึ้นอีก 30 ครั้งเพื่อซ้อมซ้อมบ่อย ๆ ก็จะได้ขึ้น

จัดเวลาในการโลฟขายสินค้า

1. ช่วงที่ 1:10 นาที 10% เป็นการกระตุ้นสร้างบรรยากาศให้คนเข้ามา แจ้งโปรโมชันที่กำลังจะจัดเพราะ AI จะเริ่มเข้ามาตรวจว่าผิดกฎหรือไม่ หากมีคนเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ AI ก็จะพิจารณา ว่าควรนำเสนอต่อระดับไหน
2. ช่วงที่ 2:25% ของเวลารวมเป็นการอธิบายจุดขายสรรพคุณของสินค้า ให้ดูน่าสนใจเป็นการอธิบายชวนเข้ามาดูโลฟ
3. ช่วงที่ 3:50% ของเวลารวมเป็นการเจาะลึกอธิบายสินค้าและโปรโมชัน / ตอบคำถาม / สร้างกิจกรรมระหว่างคนดู คนขายเป็นช่วงลงลึกในรายละเอียดสินค้าสร้างกิจกรรมสนุก ๆ เพื่อให้เกิดการพิมพ์ Comment
4. ช่วงที่ 4:15% ท้ายของเวลารวม เป็นการกระตุ้นด้วยแฟลชเซล หรือย้ำโปรโมชันและตอบคำถาม อาจจะใช้คำกระตุ้นว่า “เหลือน้อยแล้ว” “ในตะกร้าเหลือแค่10ชิ้น” “ขายหมดได้สงทีเดียว”

สิ่งที่ต้องมีในโลฟ

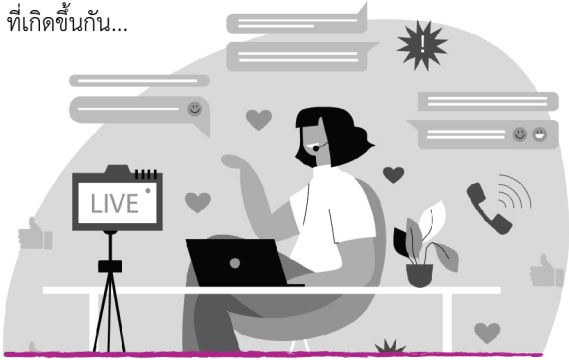
1. ชื่อโลฟ และหน้าปกโลฟให้เกิดความสงสัยมีศิลปะในการใช้คำ
2. เพิ่มสินค้าลงในตะกร้าโลฟให้พร้อม
3. ตั้งโปรโมชัน อาจจะไม่ต้องทำบ่อยก็ได้ ทำบ่อยคนจะจำได้และรู้สึกว่าการกลับมาซื้อเมื่อไหร่ก็ได้ทำให้เกิดการตัดสินใจ
4. จัดฉากให้สวยงามสร้างบรรยากาศ
5. โปรโมตโลฟ ลงทีละน้อย ๆ

กฎสำคัญที่ห้ามทำในโลฟ

1. ห้ามผลิตเนื้อหาที่เปลี่ยนเส้นทางให้ผู้ชมไปทำกิจกรรมนอกแพลตฟอร์ม เช่น บอกให้กดติดตาม แล้วจะไปติดตามกลับเพื่อส่งข้อความ / ให้เบอร์โทรศัพท์เพื่อโทรหา / แนะนำให้ผู้ชมกดสั่งซื้อจากลิงค์หน้าโปรไฟล์
2. แต่งกายให้เหมาะสมเนื่องจากมีเด็กชมในแพลตฟอร์มจำนวนมาก
3. ทำโลฟไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม เช่น โลฟไม่ปรากฏตัวหน้ากล้อง / นำบ้านที่โลฟครั้งก่อนมาฉายวน / พูดแล้วไม่ปฏิสัมพันธ์กับคนดู
4. พูดข้อมูลเท็จ เช่น ราคาส่วนลดไม่ตรงกับความเป็นจริง / การรับประกันที่ไม่เป็นความจริง / การส่งของคืนเงินเป็นเท็จ / สรรพคุณเกินจริง
5. ความปลอดภัยต่อผู้เยาว์เช่นให้ผู้เยาว์ขายสินค้า / โฉมนำให้ผู้เยาว์ซื้อสินค้า / ชักชวนให้ผู้เยาว์ร้องขอผู้ปกครองซื้อสินค้า / เนื้อหาอื่นที่มีผลต่อความปลอดภัย



เมื่อทำได้ตามเนื้อหา นี้ เชื่อได้เลยว่าจะสามารถไลฟ์และสร้างยอดขายนำกำไรเข้าสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมในแต่ละพื้นที่ได้แน่นอน และหลังจากที่วิทยากรได้ให้ข้อมูลและความรู้ให้กับภาคีเครือข่ายทั้ง 10 พื้นที่ไปแล้ว ภาคีเครือข่ายได้มีการไลฟ์สดทดลองขายสินค้าด้วย ก่อนเริ่มไลฟ์ที่จริงในพื้นที่ของตนเอง ไปชมบรรยากาศที่เกิดขึ้นกัน...



เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2567 ภาคีเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม ภาคอีสาน : บริษัทสินไซโมเดล จำกัด ต.สาวะถี จ.ขอนแก่น ได้ Live สด ภายใต้สถานการณ์จริงในพื้นที่ สาวะถี จ.ขอนแก่น ผ่านแพลตฟอร์ม : **เทียวสาวะถีวิถีสุข** เวลา 10.30 น.



เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2567 ภาคีเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม ภาคใต้ : บริษัท สงขลา เฮอริเทจ จำกัด จ.สงขลา ได้ Live สด ภายใต้สถานการณ์จริงในพื้นที่ บ่อทราย จ.สงขลา ผ่านแพลตฟอร์ม : **SKA Heritage** เวลา 15.00 น.



เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2567 ภาคีเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม ภาคกลาง : บริษัท เสน่ห์บางลำพู จำกัด ได้ Live สด ภายใต้สถานการณ์จริงในพื้นที่ชุมชนบางลำพู ผ่านแพลตฟอร์ม : **เสน่ห์บางลำพู** เวลา 15.00 น.

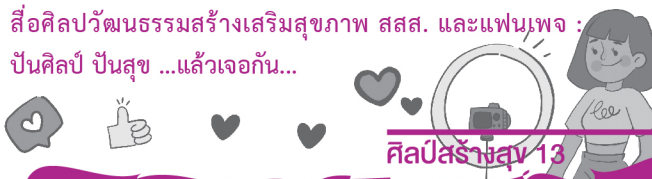


เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2567 ภาคีเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อสังคม ภาคกลาง : บริษัทไทยเบ็งบ้านโคกสูง จำกัด ได้ Live สด ขายสินค้า ตามวิถีชุมชนไทยเบ็ง ในพื้นที่โคกสูง อ.พัฒนานิคม จ.ลพบุรี ผ่านแพลตฟอร์ม : **เสน่ห์บางลำพู** เวลา 15.00 น.



นี่เป็นเพียงแค่ตัวอย่างของการ Live สดขายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจเพื่อสังคมของภาคีเครือข่ายในพื้นที่ต่างๆ ภายใต้การสนับสนุนการทำงานโดยแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. ซึ่งจะมีการไลฟ์แบบนี้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ใครอยากช้อป ชิม อุดหนุนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจจากพื้นที่โดยตรงสามารถเข้าชมกันได้ที่แพลตฟอร์ม : ของพื้นที่นั้นๆ และ แพลตฟอร์ม : **ปันศิลป์ ปันสุข**

โดยสามารถติดตามว่าภาคีเครือข่ายไหน จะไลฟ์สดในวันใดบ้างนั้นสามารถติดตามข่าวสารได้ที่แพลตฟอร์ม : แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. และแพลตฟอร์ม : **ปันศิลป์ ปันสุข ...แล้วเจอกัน...**



ขนมบुक

ขนมพื้นบ้าน โคนสูง ลพบุรี

ขนมบुक เป็นขนมพื้นบ้านโบราณที่ทำมาจากบุก “บุก” เป็นพืชที่หากินได้ในหน้าฝน ดั้งนั้นขนมบุกจึงเป็นขนมพื้นบ้านตามฤดูกาล โดยส่วนผสมหลักจะมี**เนื้อบุก** **มะพร้าวขูด** **แป้งข้าวเจ้า** **กะทิ** **ปรุงรสด้วยน้ำตาลทรายและเกลือ** **ห่อด้วยใบตอง** โดยจะใช้วิธีห่อแบบการห่อพริกตะเกลือ

วิธีการทำ เริ่มจากปอกเปลือกบุกออกให้เกลี้ยง จากนั้นให้เหลาเนื้อบุกให้เป็นชิ้นเล็ก ๆ นำเนื้อบุกที่ได้ไปนึ่ง การนึ่งนั้นให้นึ่งจนเนื้อบุกยุตัว จนนิ่ม

ระหว่างรอบุกนิ่มขูดมะพร้าวเอาไว้เพื่อเตรียมใส่ในขนมบุก เมื่อเนื้อบุกนิ่มแล้วให้นำเนื้อบุกที่นึ่งมาคั้นน้ำออก แล้วให้ผสมแป้ง น้ำตาล เกลือ และเนื้อบุกคลุกเคล้าส่วนผสมทั้งหมดเข้าด้วยกัน ใส่ น้ำกะทิที่เตรียมไว้ใส่ลงไป จากนั้นเพิ่มเนื้อสัมผัสให้ขนมบุกด้วยการเติมเนื้อมะพร้าวขูดลงไป

จากนั้นตัดส่วนผสมของขนมที่ได้ใส่ลงไปใบตอง ห่อขนมบุก โดยจะใช้วิธีห่อแบบการห่อพริกตะเกลือ เมื่อเสร็จนำขนมใส่ซึ่งเตรียมนึ่งให้ขนมสุก ประมาณ 15 นาที เพียงแค่นี้เราก็จะได้ขนมบุกเสร็จพร้อมรับประทานแล้ว

อร่อยเอื้อะ... หากใครที่ยังไม่มั่นใจในฝีมือตัวเอง หรือในพื้นที่ไม่มีบุกสามารถหาเวลามาลองขนมบุกของชาวไทยเบิ่ง ต.โคกสูง จังหวัดลพบุรีได้เลย



ผ้าทอเกาะยอ

ภูมิปัญญาพื้นถิ่นเมืองสงขลา

เกาะยอ เป็นเกาะที่ตั้งอยู่กลางทะเลสาบสงขลา และมีฐานะเป็นตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ประชากรในพื้นที่ประกอบอาชีพหลากหลาย ได้แก่ ประมง ทำสวน ทอผ้า เกาะยอมีงานหัตถกรรมผ้าทอมือที่เลื่องชื่อ นั่นก็คือ **การทอผ้า** เป็นงานภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ มีอายุร้อยปี ต้องอาศัยความประณีตเพราะมีความสลับซับซ้อนในกระบวนการทอ

มีเรื่องเล่าต่อกันมาว่ามีชาวอินเดีย และชาวอาหรับเข้ามาสอนการทอผ้าให้กับชาวเกาะยอ เมื่อก่อนมีเพียงผ้าโจงกระเบน โสร่ง ผ้าขาวม้า ซึ่งในการทอระยะแรกจะทอผ้าเป็นแบบธรรมดาเรียบ ๆ ไม่มีลวดลาย แต่ระยะหลัง ๆ มีการคิดลวดลายขึ้นมาใหม่ โดยเฉพาะลายที่เป็นเอกลักษณ์ คือลายราชวัตร เป็นลายผ้าที่มีความสลับซับซ้อนและวิจิตรงดงาม ถึงขนาดได้รับการขนานนามว่าเป็น **“ราชาแห่งผ้า”** ทั้งยังมีประวัติ ความเป็นมาเกี่ยวข้องกับองค์พระมหากษัตริย์ของไทย เมื่อครั้งรัชกาลที่ 5 เสด็จแหลมมลายูครั้งที่ 2 ผ่านบ้านหวดก่า คนที่ทอผ้าในตอนนั้นจะเรียกชื่อตามลวดลายที่คล้ายกับธรรมชาติที่อยู่รอบตัวหนึ่งในลายผ้าคือลาย **“คอนกเขา”** เมื่อพระองค์ท่านเสด็จผ่านมาเห็นทรงพอพระราชหฤทัย จึงได้พระราชทานนามให้ใหม่ว่า **“ลายราชวัตร”** ซึ่งแปลว่า กิจวัตร หรือการกระทำ จึงเป็นชื่อทางการของผ้าทอเกาะยอที่เรียกสืบต่อกันมาจนถึงทุกวันนี้ ในนามผ้าทอ **“ลายราชวัตร”**

นอกจากลายราชวัตรแล้ว ผ้าเกาะยอก็ก็นมีลายอื่น ๆ อีกเช่นกัน เช่นลายที่เกี่ยวข้องกับพรรณไม้ ได้แก่ ลายดอกกรสสุคนธ์ ลายดอกพิกุล ลายดอกผกากรอง แต่เดิมนั้นวัตถุดิบหลักที่นำมาเป็นเส้นใยในการทอผ้าก็คือ ฝ้าย ที่ชาวบ้านปลูกกันเองในท้องที่ และใช้สีจากธรรมชาติมาย้อมโดยเป็นสีจาก เปลือก ตัน ผล รากของพืชชนิดต่าง ๆ เช่น สีแดงจากรากต้นยอ สีม่วงจากลูกหว้า เป็นต้น

ผ้าทอเกาะยอ จะใช้การทอด้วยกี่มือ ที่มีโครงสร้างเป็นไม้ไผ่ และใช้ ทรน แทนลูกกระสวย ในปี 2482 ได้มีครูจากเชียงใหม่สองคนมาสอนทอผ้าโดยใช้กี่กระตุกแบบจีนแทนการใช้กี่มือ ชื่อว่า นายยี่หลุ่น และนายพุตตัน และมาคิดลวดลายขึ้นมาทีหลังเป็น

ร้อย ๆ ลาย มีการสอนการทอผ้าไปทั่วเกาะยอในขณะนั้น และยังเป็น การสร้างอาชีพติดตัวให้กับชาวบ้านบนเกาะยอ นำรายได้เข้าหล่อเลี้ยงชุมชน

พ.ศ. 2516 คุณหญิงชื่นจิตต์ สุขุม นายกสมคามสตรีนักธุรกิจ และวิชาชีพแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์ สาขาจังหวัดสงขลา ขณะนั้น ได้นำเส้นด้ายใยโทเรเข้ามาใช้จากการขาดแคลนเส้นด้ายบนเกาะยอ และก็นำด้ายดิบมาหัตถ์ย้อมให้ชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านมีความรู้เรื่องการย้อมด้าย พ.ศ. 2516 นับเป็นยุครุ่งเรืองของการทอผ้าบนเกาะยอ แต่เมื่อสังคมมีความเจริญมากขึ้น ผู้คนต่างทยอยไปทำงานนอกพื้นที่ ทำให้งานภูมิปัญญาชิ้นนี้ถูกปล่อยปละละเลย ในปี 2541 มีกลุ่มราชวัตรได้ตั้งขึ้นมาเพื่อฟื้นฟูรื้อฟื้นให้คงอยู่ ได้สร้างคุณค่า-มูลค่าเพิ่ม กลายเป็นหนึ่งในต้นทุนสำคัญของชาวเกาะยอ จังหวัดสงขลา เฉกเช่นผ้าทอจากทั่วแคว้นแดนไทย

ผ้าทอเกาะยอ นอกจากชาวเกาะยอที่นิยมสวมใส่แล้ว ชาวจังหวัดใกล้เคียงอย่าง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ยะลา ปัตตานี พัทลุง ก็ยังนิยมสวมใส่เช่นกันโดยเฉพาะในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา วันลอยกระทง หรืองานสัมมนาต่าง ๆ ผ้าทอเกาะยอสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ ทั้ง **ผ้าคลุมไหล่ตัดชุดไทย ทำกระเป๋า วัสดุตกแต่งภายในอาคารสถานที่** หรือแม้แต่ **“ถุงหอม 3 วัฒนธรรม”** บรรจุแผ่นน้ำหอม โดยใช้ผ้าทอเกาะยอภูมิปัญญาพื้นถิ่นเมืองสงขลา โดย SKA Heritage

เปิดสูตร "ขนมกกุหลาบ"

ขนมพื้นบ้านย่านเมืองเก่าสงขลา ชุมชนมัสยิดบ้านบน

สงขลา เป็นอีกหนึ่งจังหวัดทางภาคใต้ตอนล่างที่มีความหลากหลายทางสังคม โดยเฉพาะย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นเมืองสำคัญอันทรงคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม อาหาร วิถีชีวิต และเป็นแหล่งผสมผสานทางวัฒนธรรมอันหลากหลายของกลุ่มคน 3 ศาสนา คือ ชาวไทย พุทธ ไทยจีน และไทยมุสลิม

ชาวมุสลิม ในบริเวณเมืองเก่าสงขลา นั้น มีบทบาทมาตั้งแต่สงขลาในยุคแรกเริ่ม ในสมัยอยุธยาตอนกลางที่เรียกว่า “ชิงกอรา” ซึ่งมีสุลต่านมุสลิมปกครองเป็นเจ้าของเมืองสงขลาฝั่งหัวเขาแดง หลังชิงกอราแตก คนที่เป็นมุสลิมบางส่วนก็ได้โยกย้ายไปอาศัยอยู่ทางทิศตะวันตกของหัวเขาแดง ซึ่งเป็นชุมชนมุสลิมอยู่มาก่อนแล้วที่เรียกว่า “บ้านหัวเขา” จากการบันทึกของ เมอซิเออร์ เดอ ลามาร์ วิศวกรชาวฝรั่งเศส ปี พ.ศ.2230 ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ ที่ได้มาสำรวจเขียนแผนที่ในเมืองชิงกอรา ได้วาดชุมชน หมูบ้าน ปรากฏสองพื้นที่ในแผนที่ คือ “บ้านหัวเขา” และ “ชุมชนบ้านบน” ซึ่งอยู่ฝั่งตำบลบ่อยางในปัจจุบัน สองพื้นที่นี้เชื่อว่าเป็นชุมชนกลุ่มมุสลิมดั้งเดิมของเมืองสงขลา

ชุมชนมัสยิดบ้านบน ชุมชนมุสลิมเก่าแก่ใจกลางย่านเมืองเก่าสงขลา สถานที่ตั้งของมัสยิดบ้านบน หรือมัสยิดอุสสานอิสลาม สถาปัตยกรรมสวยงามทรงคุณค่าซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจและกิจกรรมทางศาสนาของคนในชุมชนมายาวนานกว่า 170 ปี นอกจากความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม ย่านชุมชนมัสยิดบ้านบนเมืองเก่าสงขลา ยังมีอาหารหวานขนมพื้นบ้านจัดว่าเด็ด เช่น ขนมบอก ขนมปาด้า ขนมบูตู ขนมกกุหลาบ เป็นต้น

ซึ่งครั้งนี้จะพาทุกคนไปรู้จักและเปิดสูตรขนมกกุหลาบขนมโบราณหาทานยาก “ขนมกกุหลาบ” หรือ “ขนมปอหลี” (ชื่ออาหารภาษามลายู ปอลี หรือ กาโต) กรรมวิธีคล้ายขนมคนตี

แต่ไม่ใช่ใบคนที่ เป็นขนมที่มีกระบวนการทำที่ยุ่งยาก ขนมชนิดนี้รับประทานตอนเที่ยง หรือตอนเย็น ๆ นิยมรับประทานเดือนบวชอิสลามช่วงฝนตก อากาศเย็น กินได้ทุกวัย ส่วน คำว่า กุหลาบ นั้นไม่แน่ใจว่ามาจากกรที่กรรมกรแบกหามนิยมนทานหรือไม่ เพราะทานแล้วแน่นอิมท้องพกพาสะดวกเก็บไว้ได้นาน

ขนมกกุหลาบมีเนื้อสัมผัสหนุบหนับ มีความเหนียวหนึบคล้ายโมจิญี่ปุ่น และรสชาติอร่อยกลมกล่อม ซึ่งได้ความหวานจากน้ำตาลโตนด ความมันจากมะพร้าวขูด และความหอมจากข้าวคั่ว หากทานคู่กับข้าวร้อน หรือกาแฟร้อน จะช่วยชูรสชาติของขนมให้มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น





ส่วนประกอบ

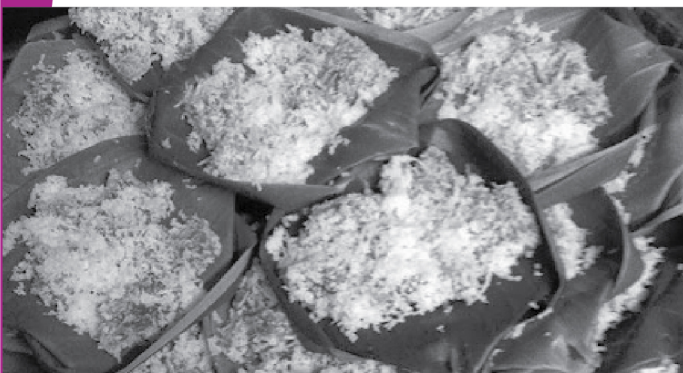
การทำขนมกุหลาบ มีส่วนประกอบดังนี้

- แปะข้าวเหนียว
- แปะมันสำปะหลัง
- น้ำเปล่า
- มะพร้าวขูดมะพร้าวทึนทึกขูด
- ข้าวคั่ว
- น้ำตาลโตนด (เคี้ยวจนเป็นยวง)



วิธีการทำ

1. นำแป๊ะข้าวเหนียวมาแช่น้ำอุ่น 5 นาที แล้วนำมาโม่ให้ละเอียด จากนั้นนำแป๊ะข้าวเหนียว และแป๊ะข้าวเจ้ามาผสม จากนั้นใส่น้ำนวดผสมให้เข้ากันจนเนื้อเนียน ให้ลักษณะแป๊ะมีความเหนียวหนืดติดมือ



2. นำแป๊ะที่นวดจนได้ที่ใส่ใบตองหรือแม่พิมพ์เพื่อนำไปนึ่งในหม้อซึ่งที่ตั้งไฟจนน้ำร้อนพร้อมนึ่งจนแป๊ะสุก ระยะเวลาในขั้นตอนนี้อยู่ประมาณ 1 ชั่วโมง โดยขึ้นอยู่กับความหนาของแป๊ะในแม่พิมพ์

3. เมื่อสุกแล้วยกหม้อซึ่งลงจากเตา และนำแป๊ะที่นึ่งสุกแล้วออกมาพักให้เย็นตัวลง เคล็ดไม่ลับในขั้นตอนนี้ ขณะที่พักแป๊ะให้เย็นต้องใช้ผ้าสะอาดคลุมหน้าแป๊ะไว้ด้วยเพื่อไม่ให้หน้าแป๊ะแข็งตัว

4. พอกแป๊ะเย็นตัวได้ที่ให้ตัดเป็นก้อนสี่เหลี่ยมพอดีคำ คลุกฝุ่นด้วยแป๊ะมันสำปะหลัง

5. จัดลงจาน และราดน้ำตาลโตนดที่เคี้ยวจนเป็นยวง โรยหน้าด้วยมะพร้าวขูด และข้าวคั่ว พร้อมเสิร์ฟให้รับประทาน

ทุกท่านยังสามารถหารับประทานขนมกุหลาบได้ที่ ร้านขนมปะดา ตรอกสุรเวฬุ ถนนนางงาม เมืองเก่าสงขลา หรือติดต่อที่ บ๊ยะ ธัญพิมล จินเดทวา โทร 086 693 1618 หรือสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ เพจ เฟซบุ๊ก SKA Heritage



วิถีชีวิตของพวก

ผู้สื่อข่าวชาวที่สุรินทร์มาอยู่ที่แม่ฮ่องสอน

กะเหรี่ยงคอยาวเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความน่าสนใจในเรื่องของวิถีชีวิตและด้วยลักษณะพิเศษคือ “คอยาว” ซึ่งชื่อที่เรียกกันว่า “กะเหรี่ยงคอยาว” ไม่ใช่ชื่อของชนเผ่าที่แท้จริงของชนกลุ่มนี้ เพียงแต่ใช้คำเรียกเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายในด้านของการท่องเที่ยว ชื่อของชนเผ่านี้ที่จริงแล้วคือ ชนเผ่า “กะยัน” ซึ่งชาวกันยันจะนิยมสวมห้วงทองเหลืองบริเวณลำคอเพื่อให้ยาวขึ้นมาเกินกว่าปกติ และจะสวมห้วงเฉพาะผู้หญิงเท่านั้น ส่วนผู้ชายหากมองด้วยลักษณะทางภายนอก จะไม่เห็นความแตกต่างไปจากคนเมืองปกติทั่วไป ชาวกะยันมีอาชีพหลักคือการทอผ้าและทำไร่สวนอาชีพรองคือการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกที่นำมาวางเรียงรายขายให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ผ้าทอ กำไลเงิน สร้อยคอ เครื่องประดับของชนเผ่าหน้าไม้ ไปสการ์ด และอื่น ๆ อีกมากมาย

ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีหมู่บ้านอยู่สองแห่งที่มี “ชนเผ่ากะเหรี่ยงคอยาว” อาศัยอยู่ คือห้วยปู่แกงและห้วยเสือเผ่าที่โด่งดังในเรื่องของผู้หญิงที่คอยาวที่สุดในเมืองไทย โดยผู้หญิงในชนเผ่ากะเหรี่ยงคอยาวเป็นชนกลุ่มย่อยของกะเหรี่ยงแดงที่ถูกเรียกชื่อว่า “ปาดอง” ชนเผ่าดั้งเดิมที่อพยพมาจากทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศเมียนมา

ผู้หญิงกะยันสวมห้วงคอทองเหลืองซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของสตรีชาวกะยัน ด้วยความเชื่อจากหลายที่มา บ้างก็ว่าเพราะชาวกะยันสืบเชื้อสายจากหงส์ (แม่) และมังกร (พ่อ)

ผู้หญิงจึงสวมห้วงทองเหลืองให้ลำคอยาวประดุจหงส์ บ้างก็ว่าเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของเผ่า เพราะชาวกะยัน (ผู้ใหญ่) สวมห้วงที่หูลู ชาวกะยันจึงสวมที่คอ ในอดีตยิ่งสวมห้วงยาวมากยิ่งสวยและเป็นที่น่าเกรงขาม ปัจจุบันสตรีกะยันสวมห้วงไม่สูงยาวมาก เพื่อสุขภาพที่ดีของร่างกาย แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ชาวกะยัน โดยห้วงหรือสร้อยคอนี้ไม่ได้ทำขึ้นจากห้วงแต่ละวง แต่ทำขึ้นจากขดลวดของทองเหลือง ในช่วงแรกชาวกะยันเคย

ใช้โลหะผสมทอง, เงิน หรือทองแดง เพื่อทำขดลวดเหล่านี้ แม้ว่าทองเหลืองนั้นจะมีน้ำหนักน้อยกว่าของมีค่าชนิดอื่น ๆ เช่น ทองหรือเงิน แต่น้ำหนักของห้วงเหล่านั้นสามารถหนักได้ถึง 10 กิโลกรัมเลยทีเดียว ยิ่งไปกว่านั้น สตรีชาวกะยันหลายคนยังใส่ห้วงไว้ที่ขาและแขนอีกด้วย ห่วงที่แขนและขาจะหนักราว 15 – 20 กิโลกรัมรวม ๆ แล้วผู้หญิงหนึ่งคนจะต้องรับน้ำหนักของเครื่องประดับในตัวถึง 30 กิโลกรัม

ชาวกะยันหรือกะเหรี่ยงคอยาวนั้นไม่ได้น่าสนใจเพียงการแต่งกาย หากยังมีวัฒนธรรมที่น่าทึ่งหลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นถือตันตีวัฒนธรรมด้านอาหาร ตลอดจนถึงฝีมืองานด้านหัตถกรรม ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นแกะสลัก ผ้าทอ เครื่องประดับ หรืองานจักสานไม้ไผ่

मुदत ทำอาหารกะยันได้ร่อยமாகๆ และอาหารกะยันมีเอกลักษณ์ หลากหลายเมนู เพราะมีการผสมผสานระหว่างอาหารจากในป่า ในไร่ และมีความพิเศษด้วยเครื่องเทศตามแบบฉบับของคนพื้นราบพม่า



मुदत





ห้วยปูแกงไม่ได้มีเพียงชาวกะเหรี่ยง (กะเหรี่ยงคอยาว) เท่านั้น แต่ยังมีกลุ่มชาติพันธุ์กะยอ (ชาวหูใหญ่) ด้วยในภาพนี้ หญิงสาวถือภาพโปสการ์ด ซึ่งบุคคลในภาพโปสการ์ดคือน้ำของเธอ หน้าตาละม้ายคล้ายคลึงกันมากทีเดียว ห้วยปูแกงยังคงเป็นหมู่บ้านที่น่ารักและนำมาเยี่ยมชมเสมอสนใจมาเที่ยว มาเยี่ยมเยียนบ้านห้วยปูแกง หากนักท่องเที่ยวท่านใดที่ต้องการหาประสบการณ์การท่องเที่ยวหมู่บ้านชุมชนที่ยังคงรักษารูปแบบอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมวิถีชีวิตอย่างแท้จริง “ชุมชนกะเหรี่ยงคอยาวบ้านห้วยปูแกง” ตำบลผาบัง อำเภอมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้เวลา 10 - 15 นาที จากตัวเมือง การเดินทางสะดวกด้วยทาง 108 และ ทางกหลวงชนบทหมายเลข 3018 เป็นทางลาดยางตลอดเส้นทาง เหลือเพียงทางแยกไปสู่จุดลงเรือข้ามฟาก ประมาณ 200 เมตร เป็นทางดินขดอัดสลับกับทางคอนกรีต เมื่อถึงจุดจอดรถแล้ว สามารถนั่งเรือข้ามฟากไปฝั่งหมู่บ้านห้วยปูแกงได้ ค่าโดยสารเรือข้ามฟากคนละ 20 บาท รวมขาไปและขากลับแล้ว หรือติดต่อไปที่กล่องข้อความของแฟนเพจ : สวัสดิ์ห้วยปูแกง Sawasdee Huay Pu Keng Village ได้เลย

ชาวหูใหญ่



กะเหรี่ยงคอยาว



น้ำพริกคองจัน

น้ำพริกกะเหรี่ยง -- เรียบง่ายแต่เด็ด จัดจ้าน รสชาติมีความเป็นเอกลักษณ์ด้วยการผสมผสานวัตถุดิบท้องถิ่น "มะกะ" สมุนไพรที่มีฤทธิ์ต้านมะเร็ง ยับยั้งแบคทีเรีย หลายคนที่ได้ชิมบอกว่า คล้าย ๆ หม่าล่า แต่อร่อย สามารถเก็บไว้ได้นานหลายเดือน โยคคลุกข้าวสวยร้อน ๆ กินกับเมนูง่าย ๆ ไข่เจียวหรือไข่ต้ม ก็ยังได้ Yummy!

สนใจน้ำพริกกะเหรี่ยงติดต่อไปที่กล่องข้อความของแฟนเพจ : สวัสดิ์ห้วยปูแกง Sawasdee Huay Pu Keng Village



“สินไชยดินดง”

ลายผ้าผืนศรียับผลิตภัณฑวิสาหกิจเพื่อสังคม สินไชย โมเดล

หลาย ๆ คนคงได้เห็นผลิตภัณฑ์วิสาหกิจเพื่อสังคม ของ บริษัทสินไชย โมเดล จำกัด วิสาหกิจเพื่อสังคม กันมาหลากหลาย โดยผลิตภัณฑ์นั้นได้นำผลงานจิตรกรรมฝาผนัง หรือ “ธูปแต้ม” จากฝาผนังทั้งด้านในและด้านนอกของวัดไชยศรี หรือ “วัดใต้” ตั้งอยู่ที่หมู่ 8 บ้านสาวะถี อ.เมือง จ.ขอนแก่น ซึ่งอยู่ห่างจาก ตัวจังหวัดขอนแก่นไปประมาณ 21 กิโลเมตร วัดเก่าแก่ที่มีโบสถ์ หรือสิม ที่มีอายุกว่าร้อยปีเศษ เดิมมุ่งหลังคาด้วยแผ่นไม้ ซึ่งมีเอกลักษณ์คือ หลังคามีปีกยื่นทั้งสองข้างแบบสถาปัตยกรรม อีสานดั้งเดิม ต่อมาในปี พ.ศ. 2525

“ธูปแต้ม” หรือจิตรกรรมฝาผนังของวัดไชยศรี (ด้านใน โบสถ์) เป็นการเขียนภาพอดีตพระพุทธเจ้า เรื่องพระเวสสันดร ชาดก สินไชย (สังข์ศิลป์ชัย) ภาพเทพ บุคคลและสัตว์ต่าง ๆ ซึ่ง ด้านในห้ามสุภาพสตรีเข้า ส่วนผนังด้านนอกเป็นการเขียนภาพ นรกเจ็ดขุม เรื่องพระเวสสันดรชาดก สินไชย และภาพทหารยืน ฝ่าประตู ถึงแม้เวลาจะผ่านมากกว่าร้อยปีแล้วก็ตาม และแม้จะมีบางส่วนเลือนหายไปตามกาลเวลาบ้าง แต่ถือว่าธูปแต้มของ ที่นี่ยังคงมีความชัดเจนและสวยงามอยู่มาก

และเพื่อเป็นการนำเอาอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีอยู่อย่าง จิตรกรรมฝาผนังเรื่อง “สังข์ศิลป์ชัย” หรือ “สินไชย” มาต่อยอด เพื่อพัฒนาสร้างเศรษฐกิจชุมชน ผลงานธูปแต้มอีสานร่วมสมัย ชุด “สินไชยดินดง” ที่ใช้เทคนิค : สีอะคริลิคบนผ้าใบ สร้างสรรค์ โดย ดนุพล เอนอ่อน ลวดลายบนสินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคม SE หลากหลายชิ้นจึงเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นแก้วน้ำ ผ้าพันคอ หมอนอิง ร่ม กระเป๋า กระเป๋าไอแพด หมวก

โดยวรรณกรรมสินไชยทั้ง 9 ด้านที่คัดลอกลายมานั้นจะเป็น วรรณกรรมด้านต่าง ๆ อาทิ 1.ด้านแรก คือ ด้านงูชวง คืองูใหญ่ มีความยาวเท่ากับเชือกกลมวัวร้อยตัว มีตาสีแดง ฟันพิษออกมาเป็นไฟ ท้าวทั้งหกกลัวขอกกลับ แต่สินไชยฟันงูขาดเป็นท่อน แล้วเดินทางต่อไป จนกระทั่งถึงแม่น้ำสายที่หนึ่งใหญ่ กว้างหนึ่งโยชน์ ท้าวทั้งหกชวนกลับและบอกว่าพ่อคงไม่เอาโทษอะไร แต่สังข์ออกเดินทางไปก่อน สินไชยออกตามไปโดยให้สีโหอยู่เฝ้าห้องทั้งหก สังข์แปลงกายเป็นเรือให้สินไชยข้ามแม่น้ำไปได้จนถึงภูเขาและพบกับด้านที่สอง



2.ด้านที่สอง คือ ด้านยักษ์กันดารหรือด้านวรรณยักษ์ เป็นด้านที่อึดคดลำบากไม่สะดวกสบายขาดแคลน เป็นยักษ์คู่ร้ายจึงฟันคอยักษ์ขาดตายไป สินไชยก็ตามรอยหอยสังข์ที่ล่องหน้าไปก่อนจนพบแม่น้ำสายที่สอง กว้างสองโยชน์ สังข์แปลงกายเป็นเรือให้สินไชยที่ข้ามไปได้อีก ระหว่างทางสินไชยระลึกถึงพระคุณแม่อยู่ตลอด จนกระทั่งพบด้านที่สาม



3.ด่านที่สาม คือ ด่านช้างหลายแสนตัว มีพระยาลัททันต์ เป็นหัวหน้า มันโกรธตาแดงชูว่า จะฆ่าสินไช สินไชใช้ศรยิงล้มลง ระเนระนาด มันยอมบอกว่า เคยเห็นยักษ์อุ้มนางสุมนทาเหาะ ผ่านไป ขอโหสิกรรม และยอมให้ขี่คอป่าไปส่งจนสุดเขตแดน สินไชสอนให้ช่างอย่าทำร้ายเบียดเบียนคนอื่น จากนั้นก็เดินทางต่อไปจนพบแม่น้ำสายที่สาม กว้างสามโยชน์ สินไชก็ขี่สังข์จนทันข้ามไปได้และพบกับด่านที่สี่



4.ด่านที่สี่ คือ ด่านยักษ์สี่ตน ได้แก่ กันดานยักษ์ จิตตยักษ์ ไชยยักษ์ และวิไชยยักษ์ ได้สู้รบกัน สินไชปราบยักษ์เสร็จแล้ว เดินทางต่อไปตามรอยหอยสังข์ จนพบกับแม่น้ำสายที่สี่ที่กว้างสี่โยชน์ สังข์พาสินไชข้ามไปได้ แล้วรีบเร่งเดินไปถึงภูเขาใหญ่ดำทะมึนมี บ่อแก้ว บ่อเพชร เป็นน้ำเพชรไหลออกมามีสี่เส้น แวววาวระยิบระยับ เห็นวิมานของพญาราช ถ้าเพชร เห็นต้นนิโครธ เดินทางผ่านภูเขาเป็นหมื่น ๆ จนเข้าเขตยักษ์ซินีเป็นด่านที่ทำ



5.ด่านที่ห้า คือ ด่านยักษ์ซินี เป็นหญิงอายุมากกว่าสินไช พอเห็นสินไชก็เกิดกามราคะกำหนด จึงเนรมิตศาลาที่พักอาหาร การกินพร้อมบริบูรณ์รอรับแปลงกายเป็นหญิงสวยตั้งนางฟ้า เชิญชวนให้สินไชพักผ่อนบอกว่า เป็นธิดาเจ้าเมือง หลงมาอยู่ในป่าขอเป็นคู่ แม้เพียงได้หลับนอนด้วยก็ดี สินไชเดินทางไปถึงวังตามว่าถ้ามีเมียแล้วขอเป็นเมียน้อยก็ได้ ตอนแรกสินไชก็นึกเอ็นดูว่าน่ารัก แต่พอพิจารณาดูเห็นแววตากระด้างก็รู้ว่าไม่ใช่คน จึงรีบเดินทางหนี มันเดินตามเงรจาตอรองต่าง ๆ ไปจนสุดเขตแดนเขตแม่น้ำ เมื่อเห็นว่าไม่ทันมันจึงตะโกนด่าว่าอย่างหยาบคาย หากสินไชขาดสติคงแยแน่นอน เดินทางจนพบแม่น้ำสายที่ห้า กว้างห้าโยชน์มีฟองเป็นสีขาว รีบขึ้นขี่หอยสังข์ไป ระหว่างนั้น คิดถึงแม่และป้า จนผ่านเข้าเขตด่านที่หก

6.ด่านที่หก คือ ด่านนารีผลหรือมักสิผล เป็นรมณีสถานที่ หมูปะระสงฆ์หรือสมณะ ดาบส ฤๅษี วิทยากร มาเที่ยวเล่น เป็นต้นไม่มีดอกสีส้มเป็นหญิงสาวสวยงาม ศีระะติดกับข้าว ร้างเปลือยห้อยลงมาถึงพื้น สินไชเที่ยวชมไม่นานก็มีวิทยากร มาแย่งไป เกิดการแย่งกันหลายกลุ่ม สินไชรบชนะวิทยากรแล้วก็เดินทางต่อไปจนพบกับแม่น้ำสายที่หก กว้างหกโยชน์ จึงลงเรือสังข์ข้ามต่อไป จนขึ้นสู่ดินแดนยักษ์เป็นด่านที่เจ็ด

7.ด่านที่เจ็ด ชื่อ ด่านยักษ์อัสสมุชชี อยู่ภูเขาชื่อเวลละบาด หรือเวระบาด นางยักษ์ผีเสื้อชื่ออัสสมุชชีมีหน้าเหมือนสุนัข ริมมาอุ้มเอาสินไชวิ่งไป สินไชถามว่าจะพาอุ้มไปไหน นางก็ตอบว่าจะเอาไปทำผ้า สินไชอ่อนวอนให้ปล่อยก็ไม่ปล่อยจึงใช้พระขรรค์ตัดคอยักษ์ตายไป บนภูเขานี้มีต้นกาลพฤกษ์มีดอกเป็นเสื้อผ้าอาภรณ์ดังเครื่องทรงของเทพ สินไชจึงเปลี่ยนเสื้อผ้า

ใหม่ ที่มีข้อแก้ข้อเพชรเต็มไปด้วยเพชรนิลจินดา น้ำใสสะอาด
สินไซพักหนึ่งราตรีแล้วเดินทางต่อไป จนพบด่านที่แปด

8.ด่านที่แปด คือ ด่านเทพกนิริ ที่ผาจงถ้ำแอน หมู่กนิริ
ร่างเป็นคนมีปีกมีหางเหาะเหินได้เหมือนนก เป็นหมูธิดาของเทพ
ที่สินไซได้พบนางเจียงคำ (เจียง แปลว่า แรก ดัน หนึ่ง) จึงได้
นางเป็นเมีย “พระบาทท้าวอักษุปลีเจียงคำ สองชมสองข้างออย
อำอิ่ง ดุดัง อันประสงค์ได้ โดยคะนิงลุลาก แก้วแก่นให้ชมซ้อน
อ้อมเสนห์” สินไซลานางเดินทางต่อไป นางเจียงคำให้กินริบริวาร
อยู่รับใช้ห้าร้อยนาง สินไซจึงสนุกสนานอยู่อีกเจ็ดวัน ทำให้สังข์
ต้องรอนานถึงแปดวัน เมื่อพบกันแล้วจึงปรึกษากันว่า ให้สังข์
ล่องหน้าไปหาเบาะแสในเมืองอนโรราชของยักษ์ก่อน ส่วนสินไซ
นอนรออยู่นอกเมือง สินไซนอนหลับไปฝันเห็นเรื่องราวต่างๆ
สังข์กลับมากบอกว่า ทราบว่านางสมุนท้าวอยู่วังไหน ทั้งสองจึง
เดินทางไปด้วยกันเข้าสู่เมืองอนโรราชจนถึงด่านที่เก้า

9.ด่านที่เก้า คือ ด่านยักษ์กุมภันท์ เป็นด่านสุดท้ายของ
การผจญภัย นับเป็นมหาสงครามที่ยิ่งใหญ่ ต่อสู้กันด้วยพลกะลั้ง
และอิทธิฤทธิ์มากมาย ซึ่งในเมืองนี้มีสงครามสองครั้ง สุดท้าย
สินไซได้ฆ่ายักษ์กุมภันท์ตาย และในเวลาต่อมาพระยาเวสสุวัณ
ได้ชุบชีวิตยักษ์กุมภันท์คืนชีพขึ้นมา ยักษ์กุมภันท์คิดถึงนาง
สมุนท้าวผู้เป็นเมียเสีย จึงไปสู้อนางจากศิลป์ชัย และทั้งสองอยู่
เป็นสุขตราบสิ้นอายุ

"สินไซ" เป็นวรรณกรรมที่นักปราชญ์ได้นำเอาแก่นธรรมะ
คือ อภิธรรมขั้นสูง คือแนวทางการปฏิบัติวิปัสสนากัมมัฏฐานไปสู่
การตัดกิเลส จนพบอริยสัจสี่อันเป็นโลกุตระธรรม ซ่อนไว้ใจกลาง
เรื่อง จากนั้นจึงล้อมไว้ด้วย ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม
คำสอนแก่ทั้งผู้นำและประชาชนทั่วไป แล้วเคลือบชั้นนอกไว้ด้วย
ความสนุกสนาน กวี-โลก-โศร-หลง-ซิงรักหักสวาท มีเสน่ห์เหลือ
ชิงไหวชิงพริบ ผสมกลมกลืนได้อย่างลงตัว จึงทำให้วรรณกรรมเรื่อง
นี้ได้รับการตอบรับจากสังคมในยุคสมัย

จากวรรณกรรมสู่ผลงานสินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคม ของบริษัท
สินไซ โมเดล จำกัด วิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งผู้ที่สนใจในวรรณกรรม
นี้ แต่ไม่สามารถไปเยี่ยมชม “ฮูปแต้ม” ที่บอกเล่าเรื่องราวนี้ได้ด้วย
ตัวเอง สามารถหาซื้อสินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคมนี้ไปและชื่นชม
เรื่องราวผ่าน ผ้าพันคอ หมอน ร่ม หมอนอิง กระเป๋าไอแพด
กระเป๋า หมวกเหล่านี้ได้ โดยติดต่อไปได้โดยตรงที่ แฟนเพจ :
เที่ยวสวาระวิถีอีสาน ได้เลย... รับรองทุกชิ้นงานสวย เก๋ มีสไตล์
แน่นอน...





ซูโดกุ (Sudoku)



มาเล่นกันเถอะ

กลับมาให้ร่วมสนุกกันอีกครั้งแล้วกับ 9x9 Consecutive Sudoku เกมที่ไม่ต้องมีทักษะในการคำนวณมาเกี่ยวข้อง แต่เป็นเรื่องของการใช้ตรรกะทั้งสิ้น ไม่ต้องเป็นนักคณิตศาสตร์ก็สามารถแก้ปริศนาตารางตัวเลขซูโดกุได้...

วิธีการเล่นที่ง่าย ๆ คือเติมตัวเลข 1-9 ในช่องว่างไม่ใช่ซ้ำกันในแนวดิ่ง แนวนอนและตารางย่อยของตาราง 9X9 และถ้าแถบสีขาวอยู่ระหว่าง 2 ช่องใด ตัวเลขสองช่องนั้นจะต้องมีค่าเรียงกัน แต่ถ้าไม่มีแถบสีดำอยู่ระหว่าง 2 ช่อง ใดแสดงว่าตัวเลขใน 2 ช่องนั้นห้ามมีค่าเรียงกันหากวางผิด 1 ตำแหน่งก็อาจทำให้การไขปริศนานั้นทำไม่สำเร็จทั้งตารางเลย

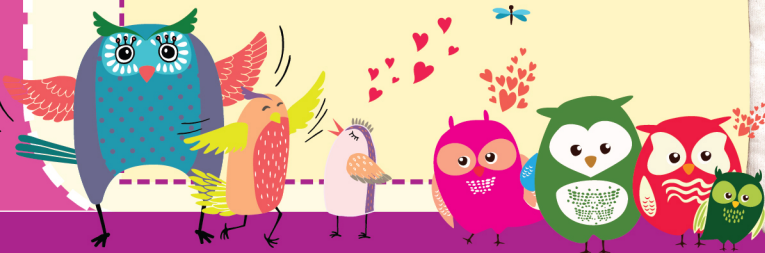
ทุกๆ ปริศนาของซูโดกุที่นำมาฝากกันนี้สามารถหาทางออกได้เสมอ ค่อย ๆ หาคำตอบ ขอให้โชคคิดและทำให้สำเร็จนะ

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 1 | 8 | | | | | | |
| 4 | 2 | | | 7 | | 5 | | |
| | | | 1 | | | | 9 | |
| | 7 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | 3 | | 2 | | | | | 7 |
| | | 4 | | 1 | | | 2 | 5 |
| | | | 6 | 8 | 1 | | | |
| 1 | | | 4 | | 3 | | | |
| | | | 5 | | | 2 | | 8 |

ใครที่ได้คำตอบที่มั่นใจแล้ว สามารถส่งคำตอบนั้นมาได้ที่ แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่อยู่ 128/177 ชั้น16 อาคารพญาไทพลาซ่า ถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 (แล้ววงเล็บมุมของว่า ไขปัญหาประลองปัญญา) หรือหากไม่สะดวกสามารถส่งอีเมล มาได้ที่ : ruethairat.jah@gmail.com ช่องทางใดช่องทาง หนึ่งได้เลย)

10 ท่านที่ส่งเข้ามา รับฟรีไปเลย “ถุงผ้าใส่ของอเนกประสงค์ ฟรี!!” ดูรายชื่อผู้โชคดีที่ www.facebook.com/art.culture4h

***** รับส่งเข้ามา: ของรางวัลรออยู่ *****



แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มุ่งสร้างคุณค่าและอัตลักษณ์ทางสื่อศิลปวัฒนธรรมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสร้างเสริมสุขภาพทั้งในระดับปัจเจก ระดับชุมชน ระดับสังคม โดยพัฒนาเครือข่ายเยาวชน เครือข่ายศิลปิน เครือข่ายผู้นำชุมชน เพื่อเป็นตัวแทนในการเปลี่ยนแปลงที่เป็นพลวัต จากการสร้างสรรค์งานศิลปะอย่างมีส่วนร่วมในชุมชน ทั้งทางกายภาพและชุมชนทางความคิด ใช้เครื่องมือสื่อศิลปวัฒนธรรมทั้งสื่อศิลปวัฒนธรรมชุมชนและสื่อศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สอดคล้องกับบริบท สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย เป็นกระบวนการทางสังคมที่ก่อให้เกิดศิลปะสร้างสรรค์ พื้นที่สร้างสรรค์ ชุมชน-สังคมต้นแบบ ที่มุ่งหวังการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ค่านิยม ทักษะชีวิต และพฤติกรรมสุขภาพ เน้นจิต-ปัญญา สร้างระบบกลไกคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม อันเป็นรากฐานสำคัญของภาคีสุขภาพ สังคมสุขภาพ นำไปสู่การสร้างนโยบายกลไกความเข้มแข็ง ชีตความสามารถ สมรรถภาพในการจัดการดูแลสมรรถภาพของตัวเอง สังคมสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพและสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน ติดตามข่าวสารต่าง ๆ ได้ที่ www.artculture4health.com



Metaverse

Soft Power

ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ

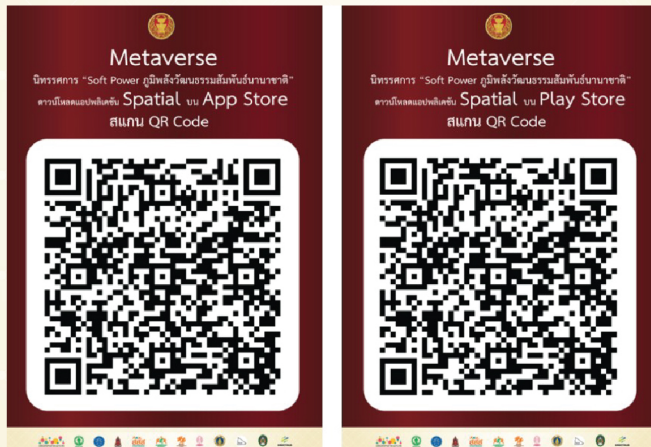
Soft Power in Thai-International Relations Dimension

ภายใต้ข้อเสนอการเร่งรัดการปฏิรูปประเทศและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะ Big Rock ว่าด้วย ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ : การส่งเสริม สันติสนุนให้ศิลปวัฒนธรรมไทยเป็นที่รู้จักของนานาประเทศและเป็นที่ยู่อักใหม่ระดับโลก

โดย คณะทำงานศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิด ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ ภายใต้ คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม
ใน คณะกรรมาธิการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

สามารถชม นิทรรศการ ออนไลน์ด้วยระบบ Metaverse ได้ 2 ช่องทาง

1. ผ่านมือถือ สแกน QR Code และดาวน์โหลด แอปพลิเคชัน Spatial



2. และคอมพิวเตอร์ สามารถเข้าดูด้วยการเข้าด้วยลิงค์ลิงค์ <https://shorturl.asia/YUKbC>

