



# ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-259-6172

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับประจำวันวันที่ 27 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2567 หน้า 16 มูลค่าข่าว 294,120.-



เซอร์ พอล สมิธ

## เซอร์ พอล สมิธ บรรยายพิเศษครั้งแรกในไทย จุดประกายความคิดสร้างสรรค์ให้นิสิตแฟชั่น

งานสัมมนาที่สร้างความรู้และแรงบันดาลใจให้กับคณาจารย์และนิสิตแฟชั่นของไทย เมื่อ เซอร์ พอล สมิธ (Sir Paul Smith) ดีไซน์เนอร์ระดับโลกและผู้ก่อตั้ง Paul Smith (พอล สมิธ) แบรินด์แฟชั่นสัญชาติอังกฤษ ที่นอกจากจะมาเยือนเมืองไทยเพื่อร่วมเปิดแฟล็กชิป สโตร์สาขาเซ็นทรัลเอ็มมาเก็ตส์ ยังตอบรับมาบรรยายพิเศษให้กับคณาจารย์และนิสิตแฟชั่น มศว. (FASH SWU) ในหัวข้อ “ความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ” เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและนำไปปรับใช้ในการทำงานในอนาคต ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่มาบรรยายให้กับคณาจารย์ นิสิตคณะแฟชั่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว.) และผู้สนใจที่มาร่วมฟังสัมมนา ณ หอประชุมใหญ่ ชั้น 4 ศูนย์ศิลปกรรมแห่งประเทศไทย อาคารนวัตกรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เมื่อเร็ว ๆ นี้

ในการบรรยายพิเศษครั้งนี้ เซอร์ พอล สมิธ เผยถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวิถีค้นหาแรงบันดาลใจได้จากทุกสิ่งรอบตัวว่า การ



ผศ.ดร.วิเทพ มุสิกะปาน, ผศ.ดร.นิตดาดี บุญยะเดโช, จิตรฤดี หนิตพล, วรดา วงษ์จันทร์.



ออกแบบที่แตกต่าง เริ่มได้จากการคิดนอกกรอบ การมองหาแรงบันดาลใจที่อยู่รอบตัว และเรียนรู้ด้วยการลงมือทำ สิ่งเหล่านี้จะทำให้พบกับแนวคิดใหม่ๆ การออกแบบจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ และความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญที่สุด และยังแนะนำว่า การหาประสบการณ์เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้า หาประสบการณ์เพื่อเรียนรู้การทำงานร่วมกับนักออกแบบคนอื่นๆ ก่อนที่จะเปิดธุรกิจของตัวเอง เพราะโลกแห่งการแข่งขันนั้นยิ่งใหญ่ รวมถึงไม่ทำอะไรที่แบรนด์อื่นทำไปแล้ว การที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องพยายามคิดให้แตกต่าง และแรงบันดาลใจมีอยู่ทุกที่ เช่น การเห็นปากกามีกซึมแบบวินเทจที่มันดูเก่ามาก หากนำมาเขียนแต่หากนำสีของปลอกปากกามาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ลวดลายเจดสี แจกันสีน้ำเงินใบแก้ววางอยู่บนสนามหญ้าสีเขียว สู่การออกแบบลายทางระหว่างสีน้ำเงินและสีเขียว

นอกจากนี้ เซอร์ พอล สมิธ เน้นย้ำถึงการคิดนอกกรอบที่สร้างความ

แตกต่างเพราะความแตกต่างนี่เองที่จะสร้างแรงดึงดูดให้ผู้คนที่หันมาสนใจแบรนด์ ท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือดในโลกแห่งธุรกิจ เช่นเดียวกับการออกแบบ Flagship store ของแบรนด์ Paul Smith ที่ให้ความสำคัญกับการดีไซน์ อย่าง Paul Smith Store ที่ ลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา เมืองขนาดใหญ่ และผู้คนส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถ ทางเท้าแทบจะไม่มีคนเดิน จากเมืองที่แสนราบเรียบ เซอร์ พอล เกิดแนวคิดที่อยากเติมสีสันสดใสที่โดดเด่นจริงๆ ในเมือง เลยออกแบบร้านให้เป็นสีชมพูสดใส ปัจจุบัน Paul Smith ใน ลอสแอนเจลิส มีผู้คนเช็คอิน ถ่ายรูปและโพสต์ลงโซเชียลอย่างล้นหลาม ภาพกำแพง

สีชมพูตัดกับท้องฟ้าสีครามของเมือง ลอสแอนเจลิส ตอนนี้ เป็นอาคารที่มี Instagram มากที่สุดใน แคลิฟอร์เนียและฮอลลีวูด มากกว่าอาคารอื่นๆ

ปิดท้ายดีไซน์เอร์ดังระดับโลกกล่าวว่า การคอลแลบส์ระหว่างแบรนด์เป็นกลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้า แบรนด์ Paul Smith มักสร้างปรากฏการณ์ความแปลกใหม่ด้วยการคอลแลบส์กับแบรนด์ที่ดำเนินธุรกิจต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น Paul Smith + Anglepoise ผู้ผลิตโคมไฟชื่อดัง ซึ่งทำให้แบรนด์ Paul Smith ไปปรากฏบนนิตยสาร ตกแต่งภายใน หรือในนิตยสารเฟอร์นิเจอร์ จึงเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง.