



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

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

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

ข่าวจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า ฉบับประจำวันที 29 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2567 หน้า 14 มูลค่าข่าว 438,528 .-

เซอร์ พอล สมิธ ดีไซน์เนอร์ระดับโลกแนะ นิสิตฯแฟชั่น คิดให้แตกต่าง และสร้างแรงบันดาลใจจากสิ่งรอบตัว

เซอร์ พอล สมิธ (Sir Paul Smith) ดีไซน์เนอร์ระดับโลก และผู้ก่อตั้ง Paul Smith (พอล สมิธ) แบรินด์แฟชั่นสัญชาติอังกฤษ ที่นอกจากมาเยือนเมืองไทย เพื่อร่วมเปิด Paul Smith แฟลิกซ์ฟลอร์ สาขา เซ็นทรัลเอ็มบาassy แล้ว เซอร์ พอล สมิธ ยังมาบรรยายพิเศษให้กับคณาจารย์และนิสิตแฟชั่น มศว (FASH SWU) ในหัวข้อ “ความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ” เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและนำไปปรับใช้ในการทำงานในอนาคต ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่มาบรรยายให้กับนิสิตแฟชั่นที่ประเทศไทย โดยมี **จิตรฤติ พนิตพล** รองกรรมการผู้จัดการ กลุ่มสินค้าแฟชั่นและนาฬิกา บริษัท เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป จำกัด, **วรดา วงษ์ขันธ์** ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ กลุ่มสินค้าแฟชั่น



บริษัท เซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป จำกัด, **ผศ.ดร.นิตดาวดี บุญญะเดโช**, **ผศ.ดร.รวีเทพ มุลิกะปาน** ต้อนรับ พร้อมด้วย **สธน ตันตราภรณ์**, **ภทรรณ พงษ์ประสิทธิ์**, **พิมพ์ดาว และ มัทนา สุขะหุด** แห่งแบรนด์ **Sretsis** มาร่วมฟังสัมมนา ณ หอประชุมใหญ่ ชั้น 4 ศูนย์ศิลปกรรมแห่งประเทศไทย อาคาร

นวัตกรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เมื่อไม่กี่วันที่ผ่านมา

โดยการบรรยายพิเศษครั้งนี้ **เซอร์ พอล สมิธ** เผยถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวิสัยทัศน์หาแรงบันดาลใจได้จากทุกสิ่งรอบตัว ว่า การออกแบบที่แตกต่างเริ่มได้จากการคิดนอกกรอบ การมองหาแรงบันดาลใจที่อยู่รอบตัว และเรียนรู้



สธน ตันตราภรณ์, ผศ. ดร.นิตดาวดี บุญญะเดโช, จิตรฤติ พนิตพล, เซอร์ พอล สมิธ, ภทรรณ พงษ์ประสิทธิ์, ผศ.ดร.รวีเทพ มุลิกะปาน, วรดา วงษ์ขันธ์



มัทนา - พิมพ์ดาว สุขะหุด



เซอร์ พอล สมิธ

ของตัวเอง เพราะโลกแห่งการแข่งขันนั้นยิ่งใหญ่ รวมถึงไม่ทำอะไรที่แบรนด์อื่นทำไปแล้ว การที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องพยายามคิดให้แตกต่าง และแรงบันดาลใจมีอยู่ทุกที่ เช่น การเห็นปากกาหมึกซึมแบบวินเทจที่มันดูเก่ามากหากนำมาเขียน แต่หากนำสีของปลอกปากกามาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลายเจดสี แจกกันสีน้ำเงินใบแก่วางอยู่บนสนามหญ้าสีเขียว ลู่อารออกแบบลายทางระหว่างสีน้ำเงินและสีเขียว

นอกจากนี้ เซอร์ พอล สมิธ เน้นย้ำถึงการคิดนอกกรอบที่สร้างความแตกต่าง เพราะความแตกต่างนี้เองที่จะสร้างแรงดึงดูดให้ผู้คนที่สนใจแบรนด์ท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือดในโลกแห่งธุรกิจ เช่นเดียวกับการออกแบบ Flagship store (แฟล็กชิพสโตร์) ของแบรนด์ Paul Smith ที่ให้ความสำคัญกับการดีไซน์อย่าง Paul Smith Store ที่ลอสแอนเจลิส

อย่างล้นหลาม ภาพกำแพงสีชมพูตัดกับท้องฟ้าสีครามของเมืองลอสแอนเจลิสตอนนี้เป็นอาคารที่มี Instagram มากที่สุดในแคลิฟอร์เนียและฮอลลีวูดทั้งหมดมากกว่าอาคารอื่นๆ

เซอร์ พอล สมิธ กล่าวทิ้งท้ายว่า การคอลแลปส์ระหว่างแบรนด์เป็นกลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้า แบรนด์ Paul Smith ที่มีกลิ่นอายปรากฏการณ์ความแปลกใหม่ด้วยการคอลแลปส์กับแบรนด์ที่ดำเนินธุรกิจต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น Paul Smith + Anglepoise ผู้ผลิตโคมไฟชื่อดัง ซึ่งทำให้แบรนด์ Paul Smith ไม่ปรากฏบนนิตยสารตลกแต่ภายใน หรือนิตยสารเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งแน่นอนว่าแฟชั่นของคุณจะอยู่ในนิตยสารแฟชั่นเท่านั้น จึงเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง
ร่วมค้นหาตัวตนอันมีชีวิตชีวาไปกับ Paul Smith แบรนด์แฟชั่นสัญชาติ



ด้วยการลงมือทำ สิ่งเหล่านี้จะทำให้พบกับแนวคิดใหม่ๆ การออกแบบจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ และความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ซึ่งเซอร์พอล สมิธ ยังแนะนำว่าการหาประสบการณ์เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้า หาประสบการณ์เพื่อเรียนรู้การทำงานร่วมกับนักออกแบบคนอื่นๆ ก่อนที่จะเปิดธุรกิจ



ประเทศสหรัฐอเมริกา เมืองขนาดใหญ่และผู้คนส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถ ทางเท้าแทบจะไม่มีคนเดิน จากเมืองที่แสนราบเรียบ เซอร์ พอล สมิธ เกิดแนวคิดที่อยากเติมสีสันสดใสที่โดดเด่นจริงๆ ในเมืองเลยออกแบบร้านให้เป็น สีชมพูสดใสบัจจุบัน Paul Smith ในลอสแอนเจลิสมีผู้คนเช็กอิน ถ่ายรูปและโพสต์ลงโซเชียล



อังกฤษ ซึ่งนำเข้าและจัดจำหน่ายในประเทศไทย โดยเซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้งกรุ๊ป (CMG) ได้ที่ Paul Smith Flagship Store ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์พร้อมทั้งเคาน์เตอร์อีก 3 สาขา ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซิดลม, เซ็นทรัล ลาดพร้าว และเซ็นทรัล ภูเก็ตฟลอเรสต้า