



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

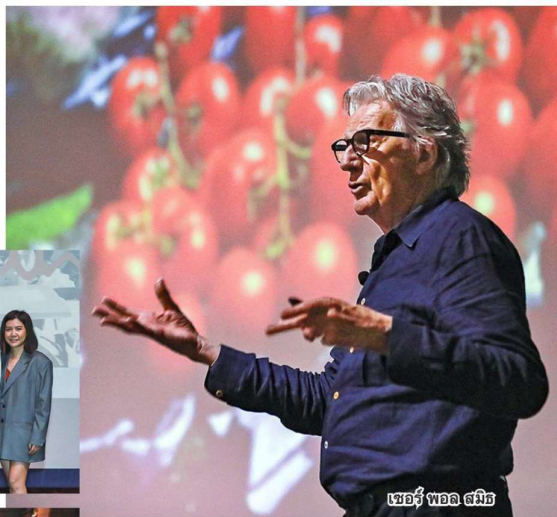
114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-259-6172

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

ข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับประจำวันวันที่ 6 เดือนมิถุนายน พ.ศ.2567 หน้า 8 มูลค่าข่าว 365,558.-

‘เซอร์ พอล สมิธ’ ดีไซเนอร์ระดับโลก บรรยายพิเศษครั้งแรกในไทย จุดประกาย ‘คิดนอกกรอบสร้างความต่าง’

เป็นงานสัมมนาที่อบอวลไปด้วยรอยยิ้ม ความสนุก และจุดแพชชั่นให้กับคณาจารย์ นิสิตคณาจารย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว) และผู้ที่สนใจ สำหรับ เซอร์ พอล สมิธ (Sir Paul Smith) ดีไซเนอร์ระดับโลก และผู้ก่อตั้ง Paul Smith (พอล สมิธ) แบรินด์แฟชั่นสัญชาติอังกฤษที่นอกจากมาเยือนเมืองไทย เพื่อร่วมเปิดแฟล็กชิพสโตร์สาขา Central Embassy แล้ว เซอร์ พอล ยังมาบรรยายพิเศษ



เซอร์ พอล สมิธ



ให้กับคณาจารย์และนิสิตแพทย์ชั้น มศว (FASH SWU) ในหัวข้อ “ความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ” เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและนำไปปรับใช้ในการทำงานในอนาคต ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่บรรยายให้กับนิสิตแพทย์ชั้นที่ประเทศไทย ณ หอประชุมใหญ่ ชั้น 4 ศูนย์ศิลปกรรมแห่งประเทศไทย อาคารนวัตกรรมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เซอร์ พอล สมิธ เผยถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวิธีค้นหาแรงบันดาลใจได้จากสิ่งรอบตัวว่า การออกแบบที่แตกต่าง เริ่มได้จากการคิด

นอกกรอบ การมองหาแรงบันดาลใจที่อยู่รอบตัว และเรียนรู้ด้วยการลงมือทำ สิ่งเหล่านี้จะทำให้พบกับแนวคิดใหม่ๆ การออกแบบจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ และความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญที่สุด

“การหาประสบการณ์เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้า หาประสบการณ์เพื่อเรียนรู้การทำงานร่วมกับนักออกแบบคนอื่น ๆ ก่อนที่จะเปิดธุรกิจของตัวเอง เพราะโลกแห่งการแข่งขันนั้นยิ่งใหญ่ รวมถึงไม่ทำอะไรที่แบรนด์อื่นทำไปแล้ว การที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องพยายามคิดให้แตกต่าง และแรงบันดาลใจมีอยู่ทุกที่ เช่น การเห็นปากกาหมึกซึมแบบวินเทจที่มันดูเก่ามากหากนำมาเขียน แต่หากนำสีของปลอกปากกามาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลายเจดสี แจกันสีน้ำเงินใบแก้ววางอยู่บนสนามหญ้าสีเขียว ลูการออกแบบสายทางระหว่างสีน้ำเงินและสีเขียว”

เซอร์ พอล สมิธ เน้นย้ำถึงการคิดนอกกรอบที่สร้างความแตกต่าง เพราะความแตกต่างนี้เองที่จะสร้างแรงดึงดูดให้ผู้คนที่หันมาสนใจแบรนด์ ท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือดในโลกแห่งธุรกิจ เช่นเดียวกับการออกแบบ Flagship store (แฟล็กชิปสโตร์) ของแบรนด์ Paul Smith ที่ให้ความสำคัญกับการดีไซน์อย่าง Paul Smith Store ที่ลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา เมืองขนาดใหญ่และผู้คนส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถ ทางเท้าแทบจะไม่มีคนเดิน จากเมืองที่แสนราบเรียบ เซอร์

พอล เกิดแนวคิดที่อยากเติมสีสันสดใสที่โดดเด่นจริงๆ ในเมือง เลยออกแบบร้านให้เป็นสีชมพูสดใส ปัจจุบัน Paul Smith ในลอสแอนเจลิส มีผู้คนเช็คอิน ถ่ายรูปและโพสต์ลงโซเชียลอย่างล้นหลาม ภาพกำแพงสีชมพูตัดกับท้องฟ้าสีครามของเมืองลอสแอนเจลิสตอนนี้ เป็นอาคารที่มี Instagram มากที่สุดในแคลิฟอร์เนียและฮอลลีวูดทั้งหมด มากกว่าอาคารอื่นๆ

เซอร์ พอล สมิธ กล่าวทิ้งท้ายว่า การคอลแลปส์ระหว่างแบรนด์เป็นกลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าแบรนด์ Paul Smith ที่มีก่อสร้างปรากฏการณ์ความแปลกใหม่ด้วยการคอลแลปส์กับแบรนด์ที่ดำเนินธุรกิจต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น Paul Smith + Anglepoise ผู้ผลิตโคมไฟชื่อดัง ซึ่งทำให้แบรนด์ Paul Smith ไปปรากฏบนนิตยสารตกแต่งภายใน หรือนิตยสารเพอร์เนเจอร์ ซึ่งแน่นอนว่าแฟชั่นของคุณจะอยู่ในนิตยสารแฟชั่นเท่านั้น จึงเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

ค้นหาตัวตนอันมีชีวิตชีวาไปกับ Paul Smith แบรินด์แฟชั่นสัญชาติอังกฤษ ซึ่งนำเข้าและจัดจำหน่ายในประเทศไทย โดยเซ็นทรัล มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป (CMG) ได้ที่ Paul Smith Flagship Store ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เอ็มบาสซี พร้อมทั้งเคาน์เตอร์อีก 3 สาขา ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซิตี้ ลม, เซ็นทรัลลาดพร้าว และเซ็นทรัลภูเก็ต ฟลอเรสต้า