

ส่วนนิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สุนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์ทันหุ้น ฉบับประจำวันที 27 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2569 หน้า 19 มูลค่าข่าว 384,862 .-



# พันธุ์ไทยตัวเข้ม 10 ทีมสุดท้าย ปั่นไอเดียนิวเจน สู่ Coffee Truck คันจริง

**#ทันหุ้น - บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย จำกัด เปิดพื้นที่ให้นักศึกษารุ่นใหม่** ได้ต่อยอดไอเดียสร้างสรรค์ ผ่านกิจกรรมเวิร์กช็อปสุดเอ็กซ์คลูซีฟ สำหรับ 10 ทีมสุดท้ายจากโครงการประกวดออกแบบกราฟิก “พันธุ์ไทย... ดีไซน์อะไรก็ปั่นไปได้” หลังได้รับความสนใจจากผู้สมัครมากกว่า 300 ทีมทั่วประเทศ โดยผู้เข้ารอบจะต้องต่อยอดแนวคิดการออกแบบรถ Coffee Truck ภายใต้โจทย์การสร้าง Brand Experience ที่สะท้อนตัวตนของแบรนด์กาแฟพันธุ์ไทย เพื่อชิงทุนการศึกษารวมมูลค่า 690,000 บาท พร้อมโอกาสในการพัฒนาผลงานสู่ Coffee Truck คันจริง ที่เตรียมออกเดินทางสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภคทั่วประเทศ

คุณศิตยา ตันเจริญ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย จำกัด กล่าวถึงการจัดกิจกรรมครั้งนี้ว่า “ขอแสดงความยินดีกับน้องๆ ทั้ง 10 ทีม ที่ผ่านกรคัดเลือกจาก 353 ผลงานทั่วประเทศ สำหรับเวิร์กช็อปครั้งนี้ กาแฟพันธุ์ไทยตั้งใจเปิดพื้นที่ให้ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นจริง โดยเติมเต็มความรู้ทั้งด้านการออกแบบและกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ผ่านคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญระดับแนวหน้า เพื่อให้ น้องๆ สามารถต่อยอดไอเดียจากหน้าจอกสู่การสร้าง Brand Experience บนรถ Coffee Truck ที่ใช้งานบนท้องถนนได้จริง และสะท้อน DNA ของแบรนด์กาแฟพันธุ์ไทยได้อย่างดี”

กิจกรรมเวิร์กช็อปครั้งนี้ได้รวบรวมผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านการออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารแบรนด์ มาร่วมแลกเปลี่ยน



เปลี่ยนมุมมองด้านการสื่อสารแบรนด์และการสร้าง Brand Experience ร่วมกับกูรูระดับแนวหน้าของวงการนักสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

- **“อาจารย์ตัน”** คุณณัฐวี เลิศบรรณพงษ์ Chief Creative Officer จาก Craft Co., Ltd. และอดีต Head of Invention แห่ง WPP ถ่ายทอดแนวคิดเรื่อง “การสื่อสารแบรนด์ด้วยการสร้าง Brand Experience” เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของงานดีไซน์ในการเชื่อมโยงแบรนด์กับผู้บริโภค
- **“บอสสยาม”** คุณสยาม อัดตะริยะ Design Director และผู้ร่วมก่อตั้ง Pink Blue Black & Orange เจ้าของรางวัล Designer of the Year 2019 ร่วมแชร์แนวคิดด้านการออกแบบเพื่อสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและสามารถนำไปใช้งานได้จริง

สำหรับ 10 ทีมเยาวชนที่ผ่านเข้ารอบและจะเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ มาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำทั่วประเทศ ได้แก่

1. ทีม ผ่านเป็นพอค่ะ จาก มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2. ทีม เหมียวๆ จาก มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ทีม What ever ดีนี้อะไรก็ได้ จาก มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
4. ทีม กุ้งพันธุ์อ้อย จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. ทีม Zoo Zoo Za Za จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
6. ทีม นางสาวปุ่นนุช ฟิ้งรักดี จาก มหาวิทยาลัยศรีปทุม



7. ทีม NSP49 จาก สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

8. ทีม DEVORIGI จาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น

9. ทีม เสงเฮง จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

10. ทีม Puppy จากมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

บรรยายกาศภายในงานเต็มไปด้วยความมุ่งมั่นและพลังความคิดสร้างสรรค์ โดย ทีมเฮงเฮง จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้เผยถึงความรู้สึกที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมว่า “พันธุ์ไทยเป็นแบรนด์ที่สะท้อนความเป็นไทยได้ชัดเจนมาก โดยเฉพาะการสนับสนุนวัตถุดิบเกษตรกรและสินค้า OTOP เราจึงดึงความหลากหลายของวัตถุดิบเหล่านี้มาเป็นคอนเซ็ปต์หลักในการออกแบบ Coffee Truck พอได้มาร่วมเวิร์กช็อปทำให้มุมมองการทำงานของเรากว้างขึ้นมาก ได้เรียนรู้ว่างานออกแบบที่ดีไม่ใช่แค่เรื่องความสวยงาม แต่ต้องมองให้ครบ 360 องศา ทั้งฟังก์ชันการใช้งานและการสะท้อนตัวตนของแบรนด์”

สอดคล้องกับมุมมองของ ทีม Puppy จากมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด ที่เสริมว่า “ก่อนหน้านี้เรารู้จักแบรนด์แค่ผิวเผินว่าเครื่อง

ดื่มอร่อย แต่พอได้ทำโปรเจกต์นี้ทำให้เห็นถึงความตั้งใจของพันธุ์ไทยที่ช่วยเหลือเกษตรกรอย่างจริงจัง เราจึงอยากสะท้อนเจตนาเรื่องนี้ออกมาในผลงานเพื่อให้คนไทยรู้จักผลิตภัณฑ์ของบ้านเรามากขึ้น กิจกรรมเวิร์กช็อปวันนี้เหมือนเป็นการเปิดโลกใหม่ ทำให้เราเข้าใจว่าการออกแบบต้องผสานมุมมองด้านการตลาด เข้าไปด้วยเพื่อตอบโจทย์และแก้ปัญหาให้ผู้บริโภค ต้องขอบคุณกาแฟพันธุ์ไทยที่เปิดโอกาสและจัดโครงการดีๆ แบบนี้ขึ้นมา”

กิจกรรมเวิร์กช็อปในครั้งนี้ ถือเป็น การติดต่อทางความคิดครั้งสำคัญ โดยเหล่ากูรูในวงการได้ร่วมถ่ายทอดอินไซด์แก่นักออกแบบรุ่นใหม่ ว่าหัวใจของการสร้าง Brand Experience คือการใช้ Storytelling และงานดีไซน์ต้องมีสเนียม ผสานกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบโจทย์ธุรกิจ และแก้ปัญหาให้ผู้บริโภคได้จริง ซึ่งองค์ความรู้และประสบการณ์แบบ 360 องศา จะช่วยให้ทั้ง 10 ทีมนำไปพัฒนาผลงานต่อไปรอบชิงชนะเลิศ เพื่อค้นหาสุดยอดดีไซน์ที่จะถูกนำไปสร้างเป็น Coffee Truck พันธุ์ไทยคันจริง ออกเดินทางมอบประสบการณ์ใหม่ให้ผู้บริโภคทั่วประเทศ 