

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

ข่าวจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า ฉบับประจำวันที 10 เดือนมิถุนายน พ.ศ.2569 หน้า 17 มูลค่าข่าว 241,163.-



เปิดเวทีนิเวศน์ สิวเข้ม 10 ทีมสุดท้าย ต่อยอดไอเดียสร้างสรรค์สู่ Coffee Truck คันจริง

บริษัท กาแฟพันธุ์ไทย จำกัด เปิดพื้นที่ให้นักศึกษารุ่นใหม่ได้ต่อยอดไอเดียสร้างสรรค์ ผ่านกิจกรรมเวิร์กช็อปสุดเอ็กซ์คลูซีฟสำหรับ 10 ทีมสุดท้ายจากโครงการประกวดออกแบบกราฟิก “พันธุ์ไทย...ดีไซน์อะไรก็เป็นไปได้” หลังได้รับความสนใจจากผู้สมัครมากกว่า 300 ทีมทั่วประเทศ โดยผู้เข้ารอบจะต้องต่อยอดแนวคิดการออกแบบรถ Coffee Truck ภายใต้โจทย์การสร้าง Brand Experience ที่สะท้อนตัวตนของแบรนด์กาแฟพันธุ์ไทย เพื่อชิงทุนการศึกษารวมมูลค่า 690,000 บาท พร้อมโอกาสในการพัฒนาผลงานสู่ Coffee Truck คันจริงที่เตรียมออกเดินทางสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภคทั่วประเทศ

ติตยา ตันเจริญ ผู้อำนวยการตลาดบก.กาแฟพันธุ์ไทย กล่าวว่า กิจกรรมเวิร์กช็อปครั้งนี้ได้รวบรวมผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านการออกแบบความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารแบรนด์มาร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองด้านการสื่อสารแบรนด์ และการสร้าง Brand Experience ร่วมกับกูรูระดับแนวหน้าของวงการนักสร้างสรรค์ ประกอบด้วย “อาจารย์ต้น - นูวีร์ เลิศบรรณพงษ์

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

สำหรับ 10 ทีมเยาวชนที่ผ่านเข้ารอบและจะเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ มาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำทั่วประเทศ ได้แก่ 1.ทีมผ่านเป็นพอดังจาก มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2.ทีมเหมียวๆ จากมหาวิทยาลัยบูรพา, 3.ทีม What ever ดีไซน์ไรก็ได้ จาก มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 4.ทีมกึ่งพันธุ์อ้อย จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร, 5.ทีม Zoo Zoo Za Za จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 6.ทีมนางสาวปุ่นยูนซ์ ฟิ้งกั๊ด จาก มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 7.ทีม NSP49 จาก สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 8.ทีม DEVORIGI

จาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 9.ทีม เองเอง จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ 10.ทีม Puppy จากมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

ทีมเองเอง จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้เผยถึงความรู้สึกที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมว่า พันธุ์ไทยเป็นแบรนด์ที่สะท้อนความเป็นไทยได้ชัดเจนมาก โดยเฉพาะการสนับสนุนวัตถุดิบจากเกษตรกรและสินค้า OTOP เราจึงดึงความหลากหลายของวัตถุดิบเหล่านี้มาเป็นคอนเซ็ปต์หลักในการออกแบบ Coffee Truck พอได้มาร่วมเวิร์กช็อปทำให้มุมมองการทำงานของเรากว้างขึ้นมาก ได้เรียนรู้ว่างานออกแบบที่ดีไม่ใช่แค่เรื่องความสวยงาม แต่ต้องมองให้ครบ 360 องศา ทั้งฟังก์ชันการใช้งานและการสะท้อนตัวตนของแบรนด์”

สอดคล้องกับมุมมองของ **ทีม Puppy จากมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด** ที่เสริมว่า ก่อนหน้านี้เรารู้จักแบรนด์แค่ผิวเผินว่าเครื่องดื่มอร่อย แต่พอได้ทำโปรเจกต์นี้ทำให้เห็นถึงความตั้งใจของพันธุ์ไทยที่ช่วยเหลือเกษตรกรอย่างจริงจัง เราจึงอยากสะท้อนเจตนารมณ์นี้ออกมาในผลงาน เพื่อให้คนไทยรู้จักผลิตภัณฑ์ของบ้านเรามากขึ้น กิจกรรมเวิร์กช็อปวันนี้เหมือนเป็นการเปิดโลกใหม่ ทำให้เราเข้าใจว่าการออกแบบต้องผสมมุมมองด้าน

การตลาด เข้าไปด้วยเพื่อตอบโจทย์และแก้ปัญหาให้ผู้บริโภค ต้องขอบคุณกาแฟพันธุ์ไทยที่เปิดโอกาสและจัดโครงการดีๆ แบบนี้ขึ้นมา

กิจกรรมเวิร์กช็อปในครั้งนี้ ถือเป็นการติดตามจุดทางความคิดครั้งสำคัญ โดยเหล่ากูรูในวงการได้ร่วมถ่ายทอดอินไซด์แก่นักออกแบบรุ่นใหม่ว่าหัวใจของการสร้าง Brand Experience คือการใช้ Storytelling และงานดีไซน์ต้องมีรสนิยม ผลงานกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบโจทย์ธุรกิจ และแก้ปัญหาให้ผู้บริโภคได้จริง ซึ่งองค์ความรู้และประสบการณ์แบบ 360 องศา จะช่วยให้ทั้ง 10 ทีมนำไปพัฒนาผลงานต่อในรอบชิงชนะเลิศ เพื่อค้นหาสุดยอดดีไซน์ที่จะถูกนำไปสร้างเป็น Coffee Truck พันธุ์ไทยคันจริง ออกเดินทางมอบประสบการณ์ใหม่ให้ผู้บริโภคทั่วประเทศ

ผู้ที่สนใจสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและร่วมส่งกำลังใจให้ทั้ง 10 ทีม ในรอบชิงชนะเลิศ ซึ่งจะจัดขึ้นในวันที่ 26 มิถุนายน 2569 พร้อมดูรายละเอียดเพิ่มเติมของโครงการ “พันธุ์ไทย... ดีไซน์อะไรก็เป็นไปได้” ได้ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ: <http://www.facebook.com/PunthaiDesignContest> (พันธุ์ไทยดีไซน์อะไรก็เป็นไปได้)