

# “น้ำอ้อยไรไม่จน” กับบทพิสูจน์ บรรจุก้นคือ **MEDIA** ที่ทรงพลังที่สุด

“น้ำอ้อยไรไม่จน” ผลิตภัณฑ์น้ำอ้อยพาสเจอร์ไรซ์ ของกลุ่มเกษตรกรชาวไร่อ้อย ที่โดดเด่นทั้งโอเดียในการออกแบบที่สะท้อนถึงผลิตภัณฑ์ได้แบบตรงๆ ด้วยการออกแบบให้แต่ละขวดเป็นเหมือนกับปล้องของต้นอ้อย และ GIMMICK ที่สามารถนำแต่ละขวดมาต่อกันจนเป็นกลายเป็นเหมือนกับต้นอ้อยจริงๆ



สำหรับโอเดียนี้ ต้องถือว่าบรรจุก้นสามารถเข้าใจได้ง่าย และช่วยส่งเสริมการขายอย่างแท้จริง ซึ่ง คุณสมชนะ กังวารจิตต์ เจ้าของบริษัท PROMPT DESIGN ผู้ออกแบบ เชื่อว่า โอเดียเช่นนี้มีส่วนช่วยในการซื้อซ้ำ เพราะผู้ซื้อจะอยากต่อขวดให้กลายเป็นต้นอ้อยในแบบของแต่ละคน เป็นการมองในมุมของการสร้าง CONSUMER EXPERIENCE ที่มีต่อแบรนด์ และที่สำคัญด้วยดีไซน์ที่เป็นต้นอ้อย ซึ่งเป็นคำตอบสุดท้ายที่ต่อกย้ำถึงความเป็นน้ำอ้อยได้เป็นอย่างดีและตรงไปตรงมาที่สุด จึงมีโอกาที่จะใช้ขวดมาสร้าง ICONIC ให้กับแบรนด์ได้

“ข้อดีของขวดแบบนี้คือ ไม่ต้องเล่าเรื่องเยอะ เล่าเรื่องตรงๆ ให้ผู้บริโภคเข้าใจง่ายๆ แต่แฝงไปด้วยวิธีคิดที่เหนือชั้นตรงที่สามารถนำขวดน้ำอ้อยไรไม่จนนี้ มาต่อซ้อนๆ กัน เป็นต้นอ้อย ซึ่งจะช่วยให้มีการขายสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้บรรจุก้นยังสามารถกลายเป็นเครื่องมือในการตกแต่งให้กับบูธไรไม่จน ในกรณีที่แบรนด์ไปออกงานต่างๆ ได้อีกด้วย”



ไอเดียนี้ถือว่าความสำเร็จและได้รับการตอบรับอย่างดีมากในเวทีโลก เพราะมีหลากหลายประเทศให้ความสนใจกับบรรจุภัณฑ์นี้มาก ซึ่งทาง PROMPT DESIGN ได้จดสิทธิบัตรไว้เรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ยังสามารถคว้ารางวัล IF DESIGN AWARDS 2018 ในหมวดหมู่ PACKAGING ซึ่งเป็นรางวัลการประกวดออกแบบระดับโลก จัดโดยประเทศเยอรมัน ถือเป็นความภาคภูมิใจของสินค้าไทยๆ ที่สามารถไปสร้างชื่อในเวทีโลกได้อีกครั้งหนึ่ง

ขณะที่ผลิตภัณฑ์เองก็มี VALUE และ STORY ของตัวเองมาช่วยเสริมให้เรื่องราวโดดเด่นได้มากขึ้น นอกจากการมีแพคเกจที่สะดุดตา เพราะเป็นผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรชาวไร่อ้อยที่พัฒนาโมเดลธุรกิจจากการส่งอ้อยเป็นวัตถุดิบให้โรงงานน้ำตาลเพียงอย่างเดียว มาสู่การเพิ่ม VALUE ด้วยการนำอ้อยมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่ม น้ำอ้อยพาสเจอร์ไรส์ สร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากที่เคยได้แค่ปีละครั้งจากการขายผลผลิต มาเป็นการขายเครื่องดื่มที่สามารถขายได้ตลอดปี

“น้ำอ้อยไร่ไม่จอน” มาจากคอนเซ็ปต์การส่งต่อน้ำอ้อยสดธรรมชาติ “จากไร่สู่เมือง” จากกลุ่มเกษตรกรชาวไร่อ้อยส่งให้แบบถึงมือผู้บริโภค และต่อยอดประโยชน์ต่อสุขภาพด้วยคอนเซ็ปต์ “ดื่มน้ำอ้อยรวยสุขภาพ” ขณะที่เกษตรกรเองก็ได้คุณภาพชีวิตที่ดี ร่ำรวยความสุขทั้งจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น และยังสามารถใช้ชีวิตตามแบบชาวไร่ได้ตามปกติ โดยไม่ต้องเข้ามาดิ้นรนหารายได้เพิ่มด้วยการเข้ามาทำงานในเมือง

คุณสมชนะ ยังให้วิธีคิดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและช่วยต่อยอดไอเดียสำหรับผู้สนใจงานออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานและคิดนอกกรอบได้ โดยต้องคำนึงไว้อยู่เสมอว่า

“การจะสร้างให้บรรจุภัณฑ์มีความต่างนั้น ไม่ใช่แค่เพียงการออกแบบกราฟิกบนฉลากที่ไม่เหมือนใครเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนวิธีการ หรือขั้นตอนในการผลิต เช่น มองในมิติของการออกแบบโครงสร้าง (STRUCTURAL PACKAGING DESIGN) ของขวดหรือของกล่องที่ต่างไปจากรูปแบบเดิมๆ เพื่อสามารถสร้างให้เกิดความต่างได้ ซึ่งในส่วนนี้จะป็นจุดสำคัญและกลายเป็นการต่อยอดไปสู่การพัฒนาในอนาคตได้ต่อไป”

ที่มา : brandbuffet 6 มีนาคม 2561