

ปีที่ 30 ฉบับ 10371 วันจันทร์ที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 หน้า 19



Biz@Design

• สุวิทย์ วงศ์จรจาวาณิชย์

facebook.com/SuwitBrand

'ลูกยาง' เติบโตแบบพอเพียง



อีกหนึ่งแนวคิดในการสร้างแบรนด์แบบพอเพียง เป็นของ วิรพล วงศ์เทวีญ คณบดีลูกใหม่ของวงการ ออกแบบที่สรรสร้างแบรนด์ "ลูกยาง (Luk Yang)" ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) ที่ไม่

ยึดติดกับวัสดุ แต่มุ่งหวังให้กระตุ้นผู้ใช้หรือผู้พบเห็นเกิดแรงบันดาลใจ ในการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์

วิรพลจบการศึกษาด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยรังสิต จากนั้นเรียนต่อปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจ การผสมผสานศาสตร์ด้านศิลปะและการ บริหารจัดการมีส่วนช่วยให้เขาทำงานในฐานะ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มร้อย ยกตัวอย่างผลงานรางวัลทั้งในและต่าง ประเทศกับปฏิทิน Let's Grow Plants ใช้หลักการออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจ พอเพียง โดยมุ่งหวังให้ปฏิทินมีประโยชน์ หลังจากถูกใช้แล้วพร้อมกระตุ้นให้ผู้ใช้ได้ ทดลองปลูกผักรับประทานภายในครอบครัว

ปฏิทินถูกออกแบบเป็นซองบรรจุ เมล็ดพันธุ์ โดยมีรอยปรุแบ่งเป็น 12 ช่อง 12 เดือน เพียงแค่ฉีกแล้วเท เมล็ดพันธุ์ก็สามารถปลูกผักได้อย่างง่ายๆ เมล็ดพันธุ์แต่ละชนิดที่ถูก บรรจุไว้คำนึงถึงฤดูกาลปลูกผักที่เหมาะสมกับช่วงเวลานั้นๆ ด้วย เช่น ม.ค.-ผักกาด, เม.ย.-พริก, ต.ค.-กะหล่ำปลี

อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดมาจากปฏิทินคือ ไปสติกการ์ด Let's Plant Postcard นอกจากบรรจุเมล็ดพันธุ์ผักแล้ว ผู้ใช้ยังสามารถ สแกนคิวอาร์โค้ดบนตัวไปสติกการ์ดเพื่อชมคลิปวิธีการทำอาหารอีก ด้วยทั้งเมนูผัดไทย น้ำพริกกะปิ หรืออาหารพืชรสจัดอย่างยำสลัด ทั้งนี้ เมล็ดพันธุ์ที่บรรจุภายในไปสติกการ์ดเป็นผักสำหรับทำอาหารเมนูนั้นๆ

นอกจากการสร้างแบรนด์ "ลูกยาง" แล้ว วิรพลยังทำงานเป็นที่ปรึกษา ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการสร้างแบรนด์ โดยเลือกใช้ช่องทางออนไลน์เชื่อมต่อข้อมูลข่าวสารกับผู้บริโภค ทั้ง ยังวางแผนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล และผลิตในปริมาณที่ พอเหมาะตามช่องทางการจำหน่าย เพื่อไม่ให้มีปัญหาเรื่องการจัดเก็บ สินค้าในสต็อก เป็นการทำธุรกิจขนาดเล็กแบบพอเพียงตามศักยภาพ

(อ้างอิง : www.lukyong.com)



