

ปีที่ 31 ฉบับ 10710 วันจันทร์ที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2561 หน้า 24

กรุงเทพธุรกิจ
Biz@Design
 ● สุวิทย์ วงศ์จิวราณีชัย
 facebook.com/SuwitBrand

สื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์



ถ้าเอ่ยถึงสตูดิโอออกแบบที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ และงานออกแบบบรรจุภัณฑ์แล้ว คงข้ามชื่อ **Prompt Design** ที่คว้ารางวัลทั้งระดับประเทศและระดับโลก ไปไม่ได้ เช่น รางวัล

จาก Spark Award, Pentawards, Designnet Korea, Asia Star ในเวทีนานาชาติ หรือรางวัล Prize Thai Star Packaging Award จาก Blah Blah เป็นต้น

ตัวอย่างงานออกแบบจาก Prompt Design ที่นำมาให้เรียนรู้แนวคิดเบื้องหลังงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์หัวใจหลักของการสร้างแบรนด์ เริ่มจาก “น้ำอ้อยไรไม่จน” ที่มาพร้อมแนวคิดกลับสู่ธรรมชาติ เส้นท่อนงานชิ้นนี้คือการนำรูปทรงของต้นอ้อยมาออกแบบเป็นรูปทรงขวดพร้อมงานกราฟิกที่สื่อให้เห็นถึงอ้อยที่ถูกตัดเป็นปล้องๆ เมื่อนำชิ้นงานมาต่อกันเป็นแนวตั้งก็จะกลายเป็นต้นอ้อยทรงสูง



ชั้นที่สอง

“กล่องรองเท้า ADDA” มีแนวคิดในการเปลี่ยนกล่องรองเท้าที่แสนธรรมดา (แบบดูเชย) ให้กลายเป็นของตกแต่งที่ช่วยเสริมบรรยากาศให้กับห้องพัก ที่ทีมงานนำตู้คอนเทนเนอร์มาออกแบบเป็นลวดลาย

กราฟิกของกล่อง ยังมีรองเท้ามากเท่าไร ก็เหมือนกับมี Container Yard ขนาดจำลองภายในห้องพัก นอกจากนี้ ตัวกล่องยังทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาที่ช่วยส่งเสริมการขาย ณ จุดขายได้เป็นอย่างดี

ชั้นที่สาม “บรรจุภัณฑ์กาแฟดอยช้าง” ทีมงานเลือกใช้ภาพชาวเขาเป็นสื่อหลักในการนำเสนอประวัติที่มาของเมล็ดกาแฟที่ปลูกโดยชนเผ่า คุณสมบัติพิเศษของเมล็ดกาแฟรวมไปถึงแหล่งปลูก ทั้งสามตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นถึงแนวคิดงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่เริ่มต้นจากการค้นคว้าวิจัย เพื่อหาแนวทางการออกแบบที่ตอบโจทย์เป้าหมายทางการตลาด ด้วยเหตุนี้ หน้าที่หลักของนักออกแบบจึงไม่ได้อยู่เพียงแค่การสร้างสรรคชิ้นงาน

แต่คือการออกแบบชิ้นงานที่สามารถสื่อสารความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์และแบรนด์ด้วยเช่นกัน