ของเก่ารีไซเคิล มัดใจคนรุ่นใหม่

บุษกร ภู่แส

idea

นักช้อปสมัยนี้เลือกซื้อสินค้าบริการที่สามารถตอบโจทย์ในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม มากกว่าดีไซน์สวยถูกใจเพียงอย่างเดียว เมื่อโจทย์เปลี่ยนไปนักออกแบบจึงต้อง "คิดใหม่" ค้นหาความแตกต่างมานำเสนอ

เทิร์น (TURN) แบรนด์ของเฟอร์นิเจอร์สำหรับคนรักษ์โลก เพราะประกอบขึ้นมาจากสิ่งของที่เคยใช้แล้ว ผ่านทั้งการดีไซน์และขัดเกลาอย่างลงตัวและสวยงามสะดุดสายตา และที่สำคัญยังสะท้อนรสนิยมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

เสน่ห์ของคิดใหม่+รีไซเคิล

ธนพรรณ ศาสตร์อมร เจ้าของเฟอร์นิเจอร์แบรนด์เทิร์น ที่มีไอเดียประเภท "คิดใหม่+รีไซเคิล" เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ตั้งแต่สมัยเรียนที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในการนำวัสดุที่หมดสภาพหรือที่ใช้แล้วมาปรับสภาพใหม่ และเป็นที่มาของการออกแบบชิ้นงานรักษ์โลก

ยกตัวอย่าง "ชุดโซฟาอ่างอาบน้ำ" ดัดแปลงอ่างอาบน้ำเก่าเสริมด้วยแผ่นไม้ กลายเป็นโซฟาที่เหมาะสำหรับผู้ที่เบื่อชุดโซฟาแบบเดิมๆ ตามต่อด้วยผลงานชิ้นโบแดงล่าสุดคือ "เชิงเทียน" ดีไซน์มาจากขวดไวน์ เหมาะสำหรับผู้ที่อยากได้ความแตกต่าง หรือผู้ที่สนใจนำไปเป็นไอเดียต่อยอดแนวคิดสร้างสรรค์ผลงานจากของเหลือใช้

"แรงบันดาลใจของการออกแบบเชิงเทียน เกิดขึ้นเมื่อเห็นขวดไวน์กองทิ้งไว้ ความสวยของรูปทรงและสีของขวดไวน์ สะท้อนแสงเงาสวยงาม เราใช้วิธีคิดกลับโดยดูจากรูปทรงของขวดไวน์ ลองเอามาตัด เฉือน ดูว่าตอบรับกับอะไรได้บ้าง สีของมันเหมาะทำอะไร ก็มาลงตัวที่เชิงเทียนให้แสงสว่าง สะท้อนสีเขียวสวยงาม และคอขวดที่ตอบรับกับการใส่เทียน" ธนพรรณ กล่าว

เริ่มจากเชิงเทียน จากนั้นพยายามนำส่วนประกอบต่างๆ ที่เหลือ มาออกมาประกอบกันเป็นชิ้นงานเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด ส่วนหนึ่งกลายเป็นแจกันและเชิงเทียนในอีกรูปแบบหนึ่ง

"ของเก่าทำใหม่"ไม่ใช่เรื่องง่าย

ธนพรรณ อธิบายเพิ่มเติมว่า การคิดออกแบบของเธอให้ความสำคัญกับรูปทรงของวัสดุก่อนเป็นอันดับแรก ไม่ได้ตั้งโจทย์ล่วงหน้า ว่าจะให้เป็นโต๊ะ เก้าอี้ แจกัน หรือเชิงเทียน แต่จะตั้งโจทย์จากวัสดุที่หยิบขึ้นมา เหมือนกับเป็นการคิดย้อนกลับ

"เราเลือกขวดไวน์หรือขวดเบียร์ที่จะใช้ จากนั้นดูรูปทรงว่าเหมาะที่จะทำอะไร แล้วค่อยดีไซน์ฟังก์ชันออกมา ซึ่งแตกต่างจากการออกแบบ

ทั่วไป ที่จะตั้งโจทย์ล่วงหน้าว่า จะทำแจกัน แล้วค่อยคิดรูปทรง แต่ของเราจะคิดย้อนกลับว่า วัสดุมีรูปทรงที่ตอบรับกับฟังก์ชันอะไร ก็ออกแบบตามนั้น"

เวลาที่ใช้ในการออกแบบนั้น "ไม่นาน" เมื่อเทียบกับการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตว่า ผลิตอย่างไรให้ได้มาตรฐาน สามารถเชื่อมต่อผลิตภัณฑ์ที่แข็งแรง เพราะงานรีไซเคิลแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยแบรนด์เทิร์นเป็นงานแฮนด์เมด ซึ่งในแง่กระบวนการผลิตแล้วค่อนข้างยากและซับซ้อน ด้วยเหตุนี้จึงเชื่อมโยงไปถึงราคาของสินค้าแฮนด์เมด ที่ราคาจึงเท่ากับสินค้าใหม่จากโรงงาน หรือบางชิ้นงานมีราคาแพงกว่า

รีไซเคิล ทางเลือกที่คุ้มค่า

เมื่อถามความคุ้มค่าระหว่างผลิตสินค้ารีไซเคิลกับสินค้าใหม่ นักออกแบบผลิตภัณฑ์มองว่า หากเทียบกับพลังงานที่ต้องสูญเสียไปกับการหลอมขวดแก้วขึ้นมาใหม่ กับการลงทุนนำขวดแก้วที่ใช้แล้วมาปรับสภาพ เพื่อนำมาใช้ใหม่อีกครั้ง ถือเป็นทางเลือกที่ให้ความคุ้มค่ามากที่สุด จนกว่าสภาพของมันจะเก่าจนใช้การไม่ได้ แล้วค่อยนำกลับไปทุบแล้วหลอมขึ้นมาใหม่

"เราต้องใช้ให้มันคุ้มค่าก่อนนำไปหลอมใหม่"

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้ผลการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนถึงขั้นต้องลงทุนสร้างโรงงานขึ้นมารองรับ แต่เธอยังคงย้ำในคอนเซปต์ของแบรนด์ว่าต้องเป็นสินค้ารีไซเคิลเท่านั้น ฉะนั้น สินค้าทุกชิ้นจึงมาจากของเก่าที่นำมาสร้างสรรค์ให้เป็นของใหม่ แต่อาจจะมีบางส่วนเป็นของใหม่ เช่น ขอบยางที่ใช้ตกแต่ง

เริ่มที่ไอเดีย "คิดใหม่" ตามมาด้วยการรีไซเคิลเพื่อโลก เท่านี้ก็เพียงพอสำหรับแบรนด์เทิร์นที่จะมัดใจ "ตลาดสีเขียว" ได้อยู่หมัด