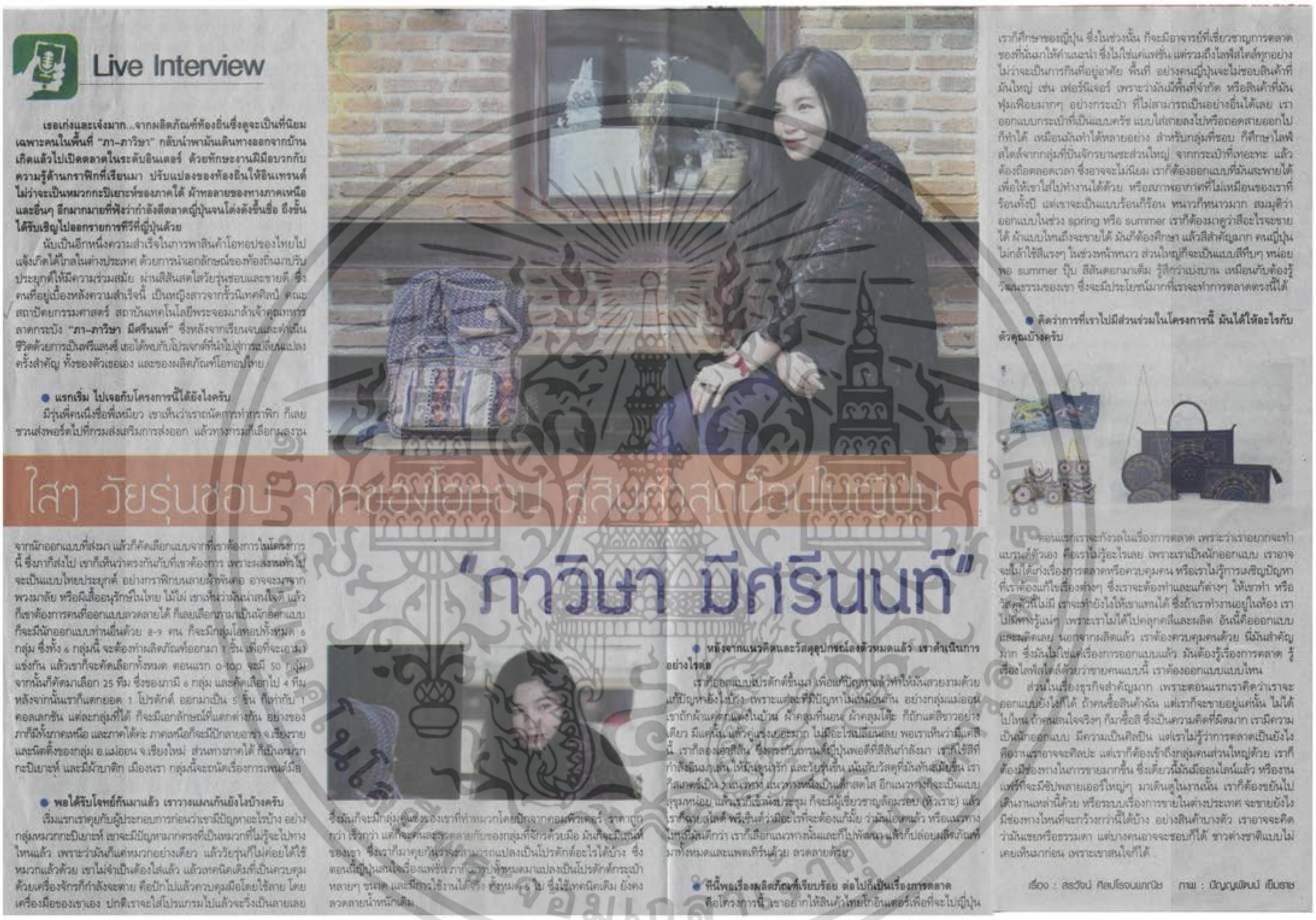

Live Interview

ใสๆ วัยรุ่นชอบ จากของโอทอป สู่สินค้าสุดป๊อปในญี่ปุ่น

"ภาวิษา มีศรีนนท์"

เธอเก่งและเจ๋งมาก...จากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นซึ่งดูจะเป็นที่นิยมเฉพาะคนในพื้นที่ "ภา-ภาวิษา" กลับนำพามันเดินทางออกจากบ้านเกิดแล้วไปเปิดตลาดในระดับอินเตอร์ ด้วยทักษะงานฝีมือบวกกับความรู้ด้านกราฟิกที่เรียนมา ปรับแปลงของท้องถิ่นให้อินเทรนด์ ไม่ว่าจะเป็นหมวกกะปิเยาะห์ของภาคใต้ ผ้าทอลายของทางภาคเหนือ และอื่นๆ อีกมากมายที่ฟังว่ากำลังตีตลาดญี่ปุ่นจนโด่งดังขึ้นชื่อ ถึงขั้นได้รับเชิญไปออกรายการทีวีที่ญี่ปุ่นด้วย

นับเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จในการพาสินค้าโอทอปของไทยไปแจ้งเกิดได้ไกลในต่างประเทศ ด้วยการนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาปรับประยุกต์ให้มีความร่วมสมัย ผ่านสีสันสดใสวัยรุ่นชอบและขายดี ซึ่งคนที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จนี้ เป็นหญิงสาวจากรั้วนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง **"ภา-ภาวิษา มีศรีนนท์"** ซึ่งหลังจากเรียนจบและดำเนินชีวิตด้วยการเป็นฟรีแลนซ์ เธอได้พบกับโปรเจกต์ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ทั้งของตัวเธอเอง และของผลิตภัณฑ์โอทอปไทย

● แรกเริ่ม ไปเจอกับโครงการนี้ได้ยังไงครับ

มีรุ่นพี่คนนึงชื่อพี่เหมียว เขาเห็นว่าเราถนัดการทำกราฟิก ก็เลยชวนส่งพอร์ตไปที่กรมส่งเสริมการส่งออก แล้วทางกรมก็เลือกผลงานจากนักออกแบบที่ส่งมา แล้วก็คัดเลือกแบบจากที่เขาต้องการในโครงการนี้ ซึ่งภาก็ส่งไป เขาก็เห็นว่าตรงกันกับที่เขาต้องการ เพราะผลงานทั่วไปจะเป็นแบบไทยประยุกต์ อย่างกราฟิกบนลายผ้าพันคอ อาจจะมาจากพวงมาลัย หรือผีเสื้ออนุรักษ์ในไทย ไม้ไผ่ เขาเห็นว่ามันน่าสนใจดี แล้วก็เขาต้องการคนที่ออกแบบลวดลายได้ ก็เลยเลือกภามาเป็นนักออกแบบ ก็จะมีนักออกแบบท่านอื่นด้วย 8-9 คน ก็จะมีกลุ่มโอทอปทั้งหมด 6 กลุ่ม ซึ่งทั้ง 6 กลุ่มนี้ จะต้องทำผลิตภัณฑ์ออกมา 1 ชิ้น เพื่อที่จะเอามาแข่งกัน แล้วเขาก็จะคัดเลือกทั้งหมด ตอนแรก o-top จะมี 50 กลุ่ม จากนั้นก็คัดมาเลือก 25 ทีม ซึ่งของภามี 6 กลุ่ม และคัดเลือกไป 4 ทีม หลังจากนั้นเราก็แตกยอด 1 โปรดักท์ ออกมาเป็น 5 ชิ้น ก็เท่ากับ 1 คอลเลกชัน แต่ละกลุ่มที่ได้ ก็จะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน อย่างของภาก็มีทั้งภาคเหนือ และภาคใต้ค่ะ ภาคเหนือก็จะมีปักลายอาข่า จ.เชียงราย และนิตติ้งของกลุ่ม อ.แม่ออน จ.เชียงใหม่ ส่วนทางภาคใต้ ก็เป็นหมวกกะปิเยาะห์ และมีผ้าบาติก เมืองนรา กลุ่มนี้จะถนัดเรื่องการเพนต์มือ

● พอได้รับโจทย์กันมาแล้ว เราวางแผนกันยังไงบ้างครับ

เริ่มแรกเราคุยกับผู้ประกอบการก่อนว่าเขามีปัญหาอะไรบ้าง อย่างกลุ่มหมวกกะปิเยาะห์ เขาจะมีปัญหาตกตรงที่เป็นหมวกที่ไม่รู้จะไปทางไหนแล้ว เพราะว่ามันก็แค่หมวกอย่างเดียว แล้ววัยรุ่นก็ไม่ค่อยได้ใช้หมวกแล้วด้วย เขาไม่จำเป็นต้องใส่แล้ว แล้วเทคนิคเดิมที่เป็นควบคุมด้วยเครื่องจักรก็กำลังจะตาย คือปักไปแล้วควบคุมมือโดยใช้ลาย โดยเครื่องมือของเขาเอง ปกติเราจะใส่โปรแกรมไปแล้วจะวิ่งเป็นลายเลย ซึ่งมันก็จะมีกลุ่มคู่แข่งของเราที่ทำหมวกโดยปักจากคอมพิวเตอร์ ราคาถูกกว่า เร็วกว่า แต่ก็จะคนละลวดลายกับของกลุ่มที่จักรด้วยมือ มันก็จะมีเสน่ห์ของเขา ซึ่งเราก็มาคุยกันว่าจะสามารถแปลงเป็นโปรดักท์อะไรได้บ้าง ซึ่งตอนนี้ญี่ปุ่นสนใจเรื่องแฟชั่น ภาก็เอากะปิเยาะห์ทั้งหมดมาแปลงเป็นโปรดักท์กระเป๋าหลายๆ ขนาด และมีการใช้งานได้จริง ทั้งหมด 5 ใบ ซึ่งใช้เทคนิคเดิม ยังคงลวดลายน้ำหนักเดิม

● หลังจากแนวคิดและวัสดุอุปกรณ์ลงตัวหมดแล้ว เราดำเนินการอย่างไรต่อ

เราก็ออกแบบโปรดักท์ขึ้นมา เพื่อแก้ปัญหาแล้วทำให้มันสวยงามด้วย แก้ปัญหายังไงบ้าง เพราะแต่ละที่มีปัญหาไม่เหมือนกัน อย่างกลุ่มแม่ออน เขาถักผ้าแค่ตกแต่งในบ้าน ผ้าคลุมที่นอน ผ้าคลุมโต๊ะ ก็ถักแต่สีขาวอย่างเดียว มีแค่นั้น แล้วคู่แข่งเยอะมาก ไม่มีอะไรเปลี่ยนเลย พอเราเห็นว่ามีแค่สีนี้ เราก็ลองเอาสีสัน ซึ่งตรงกับเทรนด์ญี่ปุ่นพอดีที่สีสันกำลังมา เราก็ใช้สีที่กำลังอินมาเล่น ให้มันดูน่ารัก และวัยรุ่นขึ้น เน้นกับวัสดุที่มันทันสมัยขึ้น เราก็สเกตช์เป็น 2 แนวทาง แนวทางหนึ่งเป็นแค่สดใส อีกแนวทางก็จะเป็นแบบสุขุมหน่อย แล้วเราก็เข้าห้องประชุม ก็จะมีผู้เชี่ยวชาญล้อมรอบ (หัวเราะ) แล้วเราก็ฉายสไลด์ พรีเซ็นต์ว่ามีอะไรที่จะต้องแก้มั้ย ว่ามันโอเคแล้ว หรือแนวทางไหนที่มันดีกว่า เราก็เลือกแนวทางนั้นและก็ไปพัฒนา แล้วก็ปล่อยผลิตภัณฑ์มาทั้งหมดและแพตเทิร์นด้วย ลวดลายด้วย

● ทีนี้พอเรื่องผลิตภัณฑ์เรียบร้อย ต่อไปก็เป็นเรื่องการตลาด

คือโครงการนี้ เขาอยากให้สินค้าไทยโกอินเตอร์เพื่อที่จะไปญี่ปุ่น เราก็ศึกษาของญี่ปุ่น ซึ่งในช่วงนั้น ก็จะมีอาจารย์ที่เชี่ยวชาญการตลาดของที่นั่นมาให้คำแนะนำ ซึ่งไม่ใช่แค่แฟชั่น แต่รวมถึงไลฟ์สไตล์ทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการกินที่อยู่อาศัย พื้นที่ อย่างคนญี่ปุ่นจะไม่ชอบสินค้าที่มันใหญ่ เช่น เฟอร์นิเจอร์ เพราะว่ามันมีพื้นที่จำกัด หรือสินค้าที่มันฟุ่มเฟือยมากๆ อย่างกระเป๋า ที่ไม่สามารถเป็นอย่างอื่นได้เลย เราออกแบบกระเป๋าที่เป็นแบบครัช แบบใส่สายลงไปหรือถอดสายออกไปก็ทำได้ เหมือนมันทำได้หลายอย่าง สำหรับกลุ่มที่ชอบ ก็ศึกษาไลฟ์สไตล์จากกลุ่มที่ปั่นจักรยานซะส่วนใหญ่ จากกระเป๋าที่เทอะทะ แล้วต้องถือตลอดเวลา ซึ่งอาจจะไม่นิยม เราก็ต้องออกแบบที่มันสะพายได้ เพื่อให้เขาใส่ไปทำงานได้ด้วย หรือสภาพอากาศที่ไม่เหมือนของเราที่ร้อนทั้งปี แต่เขาจะเป็นแบบร้อนก็ร้อน หนาวก็หนาวมาก สมมุติว่าออกแบบในช่วง spring หรือ summer เราก็ต้องมาดูว่าสีอะไรจะขายได้ ผ้าแบบไหนถึงจะขายได้ มันก็ต้องศึกษา แล้วสีสำคัญมาก คนญี่ปุ่นไม่กล้าใช้สีแรงๆ ในช่วงหน้าหนาว ส่วนใหญ่ก็จะเป็นแบบสีทึบๆ หน่อย พอ summer ปุ๊บ สีสันดอกมาเต็ม รู้สึกว่าเบ่งบาน เหมือนกับต้องรู้วัฒนธรรมของเขา ซึ่งจะมีประโยชน์มากที่เราจะทำการตลาดตรงนี้ได้

● คิดว่าการที่เราไปมีส่วนร่วมในโครงการนี้ มันได้ให้อะไรกับตัวคุณบ้างครับ

ตอนแรกเราจะกังวลในเรื่องการตลาด เพราะว่าเราอยากจะทำแบรนด์ตัวเอง คือเราไม่รู้อะไรเลย เพราะเราเป็นนักออกแบบ เราอาจจะไม่ได้เก่งเรื่องการตลาดหรือควบคุมคน หรือเราไม่รู้การเผชิญปัญหาที่เราต้องแก้ไขเรื่องต่างๆ ซึ่งเราจะต้องทำและแก้ต่างๆ ให้เขาทำ หรือวัสดุตัวนี้ไม่มี เราจะทำยังไงให้เขาแทนได้ ซึ่งถ้าเราทำงานอยู่ในห้อง เราไม่มีทางรู้แน่ๆ เพราะเราไม่ได้ไปคลุกคลีและผลิต อันนี้คือออกแบบและผลิตเลย นอกจากผลิตแล้ว เราต้องควบคุมคนด้วย นี่มันสำคัญมาก ซึ่งมันไม่ใช่แค่เรื่องการออกแบบแล้ว มันต้องรู้เรื่องการตลาด รู้เรื่องไลฟ์สไตล์ด้วยว่าขายคนแบบนี้ เราต้องออกแบบแบบไหน

ส่วนในเรื่องธุรกิจสำคัญมาก เพราะตอนแรกเราคิดว่าเราจะออกแบบยังไงก็ได้ ถ้าคนซื้อสินค้าฉัน แต่เราก็จะขายอยู่แค่นั้น ไม่ได้ไปไหน ถ้าคนสนใจจริงๆ ก็มาซื้อสิ ซึ่งเป็นความคิดที่ผิดมาก เรามีความเป็นนักออกแบบ มีความเป็นศิลปิน แต่เราไม่รู้ว่าการตลาดเป็นยังไง คืองานเราอาจจะศิลปะ แต่เราก็ต้องเข้าถึงกลุ่มคนส่วนใหญ่ด้วย เราก็ต้องมีช่องทางในการขายมากขึ้น ซึ่งเดี๋ยวนี้มันมีออนไลน์แล้ว หรืองานแฟร์ที่จะมีซัพพลายเออร์ใหญ่ๆ มาเดินดูในงานนั้น เราก็ต้องขยันไปเดินงานเหล่านี้ด้วย หรือระบบเรื่องการขายในต่างประเทศ จะขายยังไง มีช่องทางไหนที่จะกว้างกว่านี้ได้บ้าง อย่างสินค้าบางตัว เราอาจจะคิดว่ามันเชยหรือธรรมดา แต่บางคนอาจจะชอบก็ได้ ชาวต่างชาติแบบไม่เคยเห็นมาก่อน เพราะเขาสนใจก็ได้

เรื่อง : สรวัจน์ ศิลปโรจนพาณิช ภาพ : ปัญญพัฒน์ เข็มราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้