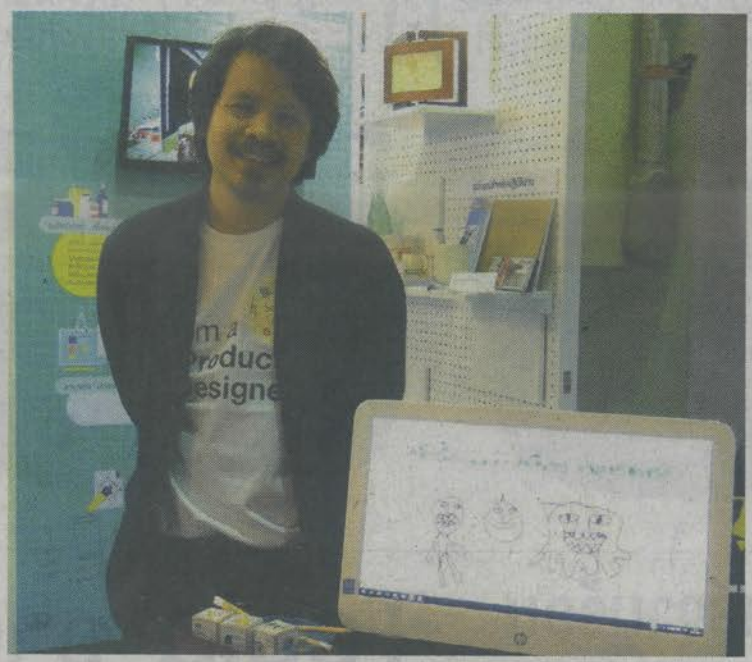
เทคโนโลยีพลิกธุรกิจดีไซน์

● บุษกร ภู่แส

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา "สมชนะ กังวารจิตต์" สร้างผลงานระดับมาสเตอร์พีซที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวออกมาสู่สายตาชาวไทยและเทศ ยกตัวอย่าง "เฮียสด" เสื้อยืดแบรนด์ไทยใส่ไอเดียแหวกแนว คว้ารางวัลชนะเลิศโกลด์อวอร์ด บรรจุภัณฑ์ประเภท Body ของโลกจาก PENTAWARD ปี 2553, บรรจุภัณฑ์ถุงช็อกโกแลต Kokoa Hut และบรรจุภัณฑ์ไส้กรอกซีพีก็มาจากความคิดสร้างสรรค์ของเขาคนนี้



สมชนะ กังวารจิตต์ นักออกแบบบรรจุภัณฑ์มือ 1 ของไทย และ "เฮียสด" ตัวอย่างผลงานรางวัลระดับโลก

:ใส่ไอเดียล้ำนำเทรนด์

การออกแบบเสื้อยืด "เฮียสด" เกิดจากแนวคิดที่จะทำเสื้อยืดขายกันเองในกลุ่มดีไซเนอร์ แม้ว่าเสื้อยืดที่ขายในตลาดมีจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบ แต่สมชนะยังต้องการสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น ยิ่งลงทุนด้วยตนเองก็ต้องยิ่งใส่ใจมากเป็นพิเศษ หรือต้องสร้างความแตกต่างให้ถึงขั้นสุด จึงเป็นที่มาของแนวคิดในการจับคู่สิ่งที่ไม่เคยอยู่ด้วยกันให้ กลายเป็นสิ่งใหม่

"เช่น เสื้อยืดกับของสดในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งไม่ใช่ที่ทางของเสื้อยืด เราจับมันมาผสมกันกลายเป็นเสื้อยืดเฮียสดที่มีลายสะท้อนความเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต แล้วออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คล้ายกับเนื้อ ผัก ขนมปัง ให้ความรู้สึกว่า เป็นเสื้อยืดที่มีความน่าสนใจ มีความแตกต่าง สร้างความประหลาดใจให้กับผู้ที่พบเห็นชิ้นงาน (เสื้อยืด) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ผมนำมาใช้กับการออกแบบงานชิ้นนี้และได้รับผลการตอบรับดีมาก" สมชนะ Executive Creative Director จาก Prompt Design ยกตัวอย่างแนวคิดในการออกแบบผลงาน

แม้จะเรียนด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง แต่ไม่เคยคิดว่า งานออกแบบจะมีอิทธิพลหรือทรงพลังจนกระทั่งได้สัมผัสและรับรู้ทำให้เชื่อในพลังการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าและจุดขาย สะดุดตาลูกค้า สะกดใจให้ควักกระเป๋าซื้อสินค้านั้นๆ สะท้อนให้เห็นพลังของการออกแบบที่มีมากกว่าความสวยงาม หรืออิทธิผลของการออกแบบเริ่มมีมาตั้งแต่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม จนกระทั่งเข้าสู่โลกยุคข้อมูลท่วมท้น หรือบิ๊กดาต้า (Big Data)



:ดีไซน์เฉพาะบุคคล

สมชนะ กล่าวว่า แนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์กำลังก้าวสู่จุดเปลี่ยนสำคัญอีกครั้ง เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในวงการออกแบบมากขึ้น โดยสามารถทำลายกำแพงการเชื่อมต่อข้อมูลได้ด้วยตนเองหมด การออกแบบผลิตภัณฑ์ก็เช่นเดียวกัน เนื่องจากการออกแบบผลิตภัณฑ์จะสามารถส่งตรงไปถึงมือผู้บริโภคได้ทันที และสามารถที่จะประยุกต์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้ามาสเตอร์พีซได้ถึงขั้นว่าต่อไปจะไม่ขายผลิตภัณฑ์ แต่จะขายเป็นไฟล์

ยกตัวอย่าง ลูกค้าอยากได้แหวน ดีไซเนอร์ก็จะออกแบบแล้วส่งไฟล์ให้ลูกค้า จากนั้นลูกค้าสามารถผลิตแหวนได้ด้วยตนเองผ่านเครื่องพิมพ์ 3 มิติซึ่งอาจมีอยู่ที่บ้านหรือสำนักงานของลูกค้า ฉะนั้นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะตัวมากขึ้น

"จะเห็นได้ว่า หลักการของเครื่องพิมพ์ 3 มิตินั้นจะใช้หลักการเดียวกันก็คือใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ตัดชิ้นงานให้เป็นในรูปแบบ 2มิติ หรือเป็นแผ่นระนาบ แล้วค่อยให้เครื่องพิมพ์ เริ่มพิมพ์งานออกมาเป็นชั้นๆ เมื่อพิมพ์เสร็จชั้นแรก ก็จะขยับขึ้นไปพิมพ์ในชั้นต่อไป ทำแบบนี้ไปเรื่อยๆ จนได้ชิ้นงาน 3 มิติออกมา เทคโนโลยีแต่ละแบบนั้นจะแตกต่างกันในรูปของวัสดุที่ใช้พิมพ์กับกระบวนการที่ใช้"

นี่คือโลกอนาคตที่จะเกิดขึ้นอย่างแน่นอน ต่อไปไม่จำเป็นต้องไปเดินซื้อของตามห้างสรรพสินค้า แค่ให้ส่งเป็นไฟล์มาพิมพ์เองที่บ้าน สินค้าจะถูกออกแบบมาตอบสนองความต้องการเฉพาะตัวเฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น

สำหรับกุญแจความสำเร็จของนักออกแบบบรรจุภัณฑ์รางวัลระดับโลกผู้นี้ คือ การทำสิ่งนั้นอย่างสม่ำเสมอ ไม่ใช่แค่ ลงมือทำ เพราะการลงมือทำเป็นแค่จุดเริ่มต้น ต้องทำอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ตกผลึกในเรื่องนั้นๆ จนกลายเป็นผู้เชี่ยวชาญ