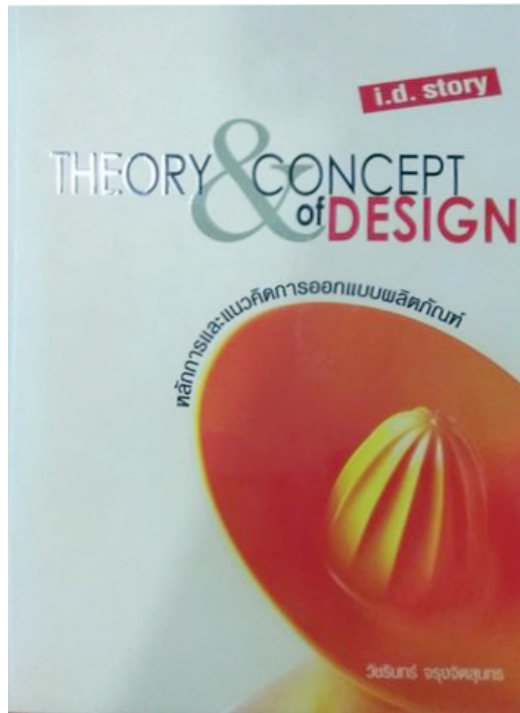




BOOK REVIEW โดย มณฑิตา พรหมณโชติ



วชิรินทร์ จรุงจิตสุนทร. i.d. story: Theory and Concept of Design
หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: แอปป้า พรินต์ติ้ง กรุ๊ป, 2548.

เมื่อพูดถึงศาสตร์การออกแบบผลิตภัณฑ์หลายๆท่านอาจจะสงสัยใคร่รู้ไม่มากนักน้อยว่าระบบระเบียบวิธีการเป็นอย่างไร ถ้าจะให้แนะนำหนังสือที่สามารถอธิบายให้เข้าใจและเห็นภาพคล้อยตามได้อย่างชัดเจน เหมาะสำหรับนักศึกษาไว้เป็นแนวทางในการเรียนหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจในด้านนี้ จึงต้องขอยกตัวอย่างหนังสือเล่มนี้มาแนะนำกันสักหน่อย ถึงแม้จะถูกตีพิมพ์มาหลายปีแล้วก็ตามต้องยอมรับว่าเนื้อหานี้ยังคงถูกนำมาใช้ในปัจจุบันโดยมีทั้งหมด 13 บท ดังนี้

1. THEORY บทแรกจะกล่าวถึงนิยาม ความหมาย ขอบเขต ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้จำแนกออกเป็น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมถึงได้นิยามคุณสมบัติของนักออกแบบที่ดีและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดีอีกด้วย

2. FACTORS กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลที่นักออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึง โดยมีหลักการ 10 ข้อ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม อีกทั้งยังมีปัจจัยที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ในอนาคต อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมและการพัฒนาของเทคโนโลยี กล่าวได้ว่าบทนี้เป็นแนวทางที่ช่วยให้งานออกแบบผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จได้ โดยต้องคำนึงถึงปัจจัยที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์

3. FORM & FUNCTION อธิบายถึงรูปลักษณ์และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ มักมีคำถามที่ว่าระหว่างรูปลักษณ์ความประทับใจที่เห็นได้จากภายนอก กับคุณประโยชน์ คือ ความรู้สึกต่างๆที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคต้องการอย่างไรมากกว่า บทนี้จะกล่าวถึงรูปทรงที่มีอิทธิพลในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงที่มาของแรงบันดาลใจในงานนั้นๆ

4. STYLING กล่าวถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความหลากหลายและถูกพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง โดยยกตัวอย่างวิธีการออกแบบที่น่าสนใจ เช่น รูปแบบมาก่อนประโยชน์ใช้สอย (Function follows Form) หรือประโยชน์ใช้สอยมาก่อนรูปแบบ (Form follows Function) เป็นต้น และยังได้อธิบายถึงความแตกต่างระหว่างสไตลกับแฟชั่นไว้ด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงอย่างลึกซึ้งให้ครอบคลุมถึงประเด็นปัญหาต่างๆมากที่สุด เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้สอยและสร้างความยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์

5. CREATIVITY ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นความคิดริเริ่มใหม่ๆ ให้ความรู้สึกแปลกใหม่และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เหมาะสมกว่าเดิม โดยในบทนี้จะอธิบายถึงแนวทางที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการคิด เทคนิค รวมถึงปัจจัยที่ขัดขวางความคิดสร้างสรรค์

6. CONCEPT กล่าวถึงวิธิต่างๆของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เหตุผลที่ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การหาแนวคิดใหม่ๆ การพัฒนาแนวคิด วิธีการที่ได้มาซึ่งแนวคิด โดยแนวคิดเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบของการทำงานในองค์กรแนวคิดที่ได้มานั้นจะต้องเหมาะสม ทำให้เกิดประโยชน์ และคุ้มค่าแก่ธุรกิจนั้นด้วย

7. DESIGN & THE CITY บทนี้เป็นประเด็นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สนองตอบวิถีชีวิตคนเมือง กล่าวถึงแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแง่มุมที่กว้างขึ้น อันเนื่องมาจากวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่หลากหลายและละเอียดอ่อน ปัจจัยในเรื่องความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความคิดที่ไม่หยุดนิ่ง การเปลี่ยนแปลงรสนิยม ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม

8. ATTRACTION ยกตัวอย่างการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะเชิญชวนหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองร่วม ไม่ว่าจะเป็นการเชิญชวนด้านเหตุผล ที่เน้นประโยชน์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ การเชิญชวนด้านอารมณ์ จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้ใช้ หรือการเชิญชวนด้านศีลธรรม ให้ความรู้สึกเหมาะสมเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ จนถึงการออกแบบเชิงนวัตกรรม

9. SOLUTIONS กล่าวถึงแนวคิดในการแก้ปัญหาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ทุกครั้ง ต้องกำหนดปัญหาให้แม่นยำ เพื่อให้แก้ปัญหาได้ถูกต้องและชัดเจน โดยแนะนำเทคนิคเบื้องต้นที่น่าสนใจ และทฤษฎีการแก้ปัญหาเชิงนวัตกรรม 40 หลักการพื้นฐานของ TRIZ นำมาอธิบายในบทนี้ด้วย

10. OSBORN & OTHERS เป็นการอธิบายถึงเทคนิคการสร้างสรรค์ของนักคิดสร้างสรรค์ระดับโลก รูนูกเบก อเล็กซานเดอร์ ออสบอร์น (Alexander Osborn) เป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่ต้องการให้เกิดความแปลกใหม่

11. INNOVATION ในเนื้อหาเรื่องความเป็นนามธรรมสู่นวัตกรรมใหม่ เป็นการยกตัวอย่างถึงวิธีการคิดออกจากกรอบเดิม เพื่อให้เกิดความคิดใหม่ๆ จากกระบวนการที่เป็นระบบแบบแผนที่สามารถถ่ายทอดให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่าย แต่มีข้อเสียในการจำกัดความคิดเดิมๆ โดยใช้วิธีคิดในความเป็น “นามธรรม” พร้อมทั้งยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากแนวคิดที่สอดคล้องกัน

12. DESIGN PROCESS อธิบายถึงกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้วยลักษณะที่เป็นแบบแผน มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน การยกตัวอย่างรูปแบบกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ วิธีการวางแผน การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล แนวคิด กลยุทธ์ต่างๆ ตลอดจนถึงวิธีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์

13. RIGHT บทสุดท้ายเป็นการกล่าวถึงเรื่องสิทธิบัตรการประดิษฐ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความหมาย ลักษณะของผลงาน วิธีการเขียนแจ้งแจ้งรายละเอียด ซึ่งเป็นประโยชน์ในการนำไปยื่นจดสิทธิบัตรสำหรับยื่นขอออกแบบ

โดยสรุป ความน่าสนใจของหนังสือเล่มนี้เป็นการถ่ายทอดเนื้อหาจากประสบการณ์ทั้งจากการสอนทั้งในฐานะที่ปรึกษาของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และงานออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง ทำให้การเรียงลำดับเนื้อหาต่อการทำความเข้าใจ การให้คำนิยามของการออกแบบผลิตภัณฑ์ การรวบรวมแนวคิดต่างๆที่มีอยู่หลากหลายพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบทำให้เห็นภาพและเข้าใจได้ชัดเจนมากขึ้น การแสดงขั้นตอนกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงแนวคิดในการแก้ปัญหาโดยหลักการพื้นฐานของ TRIZ ซึ่งผู้อ่านได้นำมาลงใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และได้แนวทางที่น่าพึงพอใจ อาจกล่าวได้ว่าเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง