

Q2

2016



GEN C

m a g a z i n e

LIVE WITH PASSION

EDITOR'S NOTE



“Passion” สำหรับผมคือความรู้สึก

เป็นพลังงานที่อยู่ข้างใน ทำให้เรายึดมั่นกับตัวตนไม่เปลี่ยนแปลงแม้ไม่เหมือนใคร เป็นความรู้สึกที่ผลักดันให้เรามุ่งมั่นอยู่กับสิ่งใดสิ่งนั้น เพื่อทำมันให้ออกมาดีที่สุด ไม่ยอมแพ้ และอยากใช้เวลาอยู่กับสิ่งนั้นตลอดทั้งชีวิต

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สิ่งที่ทำให้ออนันดา มุ่งมั่นสร้างที่อยู่อาศัย ให้มากกว่าเพื่อการอยู่อาศัย และไม่เคยหยุดมองหามุมมองใหม่ๆ ไม่เคยหยุดพัฒนา เพื่อตอบโจทย์ชีวิตคนเมืองได้ทุกปัญหาและทุกความต้องการ เพราะเรามี Passion แรงกล้าที่จะค้นหาโซลูชันที่ดีที่สุดให้กับคนเมืองนั่นเองครับ

เราอยากคืนเวลาชีวิตให้กับคนเมือง เพราะทุกนาทีมีค่า โดยการสร้างที่อยู่อาศัยใกล้เส้นทางรถไฟฟ้าที่เดินทางคล่องตัว และเลือกทุกสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ใกล้เรามากขึ้น เพื่อให้คุณได้ใช้เวลาอย่างมีประสิทธิภาพแท้จริง

เราให้ความสำคัญกับการออกแบบที่สมบูรณ์แบบที่สุด สอดรับกับฟังก์ชันการใช้งานต่างๆ อย่างลงตัว และปรับการใช้งานได้อย่างอิสระตามต้องการ ร่วมกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อรองรับทุกความต้องการของชีวิตคนเมือง รวมถึงนวัตกรรมการก่อสร้างที่แม่นยำและปลอดภัย และการสร้างพื้นที่สีเขียวเพื่อให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างสมดุล พร้อมด้วย Facility ส่วนกลางสำหรับชาวออฟฟิศให้พร้อมกลับมาใช้ชีวิตได้ทุกวันใหม่

ให้ทุกโครงการของอนันดา เป็นสถานที่อยู่อาศัยและพักผ่อนที่สร้างสมดุลทั้งด้าน Live / Play / Work และให้คุณได้ใช้ชีวิตอยู่กับ Passion ที่สร้างสรรค์ของตัวเองได้เต็มที่ ให้ทุกคนได้เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ตอบโจทย์ทุกรายละเอียดและทุก Passion ของคนเมือง และนี่คือ Passion ของเราครับ

ส่วนใครที่ยังไม่รู้ ว่า “Passion” ของตัวเองคืออะไร หามันให้เจอ แล้วลุยให้เต็มที่ครับ

ชานนท์ เรืองกฤตยา
Editor in Chief

CONTENT

PASSION

CHANOND
RUANGKRITYA

WEERAPAT
CHOKEDEETAWEEANAN

ALEX FACE

MADMATTER

SUTTHILUCK NAMLUCK

CHAIDAN TIAMSAI

020

OCCUPATION
LETTER LAND

032

YOUTH
A BRILLIANT SNAP
INK WARUNTORN

034

RESIDENCE SPACE
ATELIER2+

04

PLACE
72 COURTYARD

010

WORKING SPACE
IF I WERE A CARPENTER

014

Q2 / 2016

MORE FUNCTION, MORE LIVING

“แสงธรรมชาติ เพดานสูง ความ
ต่อเนื่องของพื้นที่ และการใช้งาน
ได้จริง” องค์ประกอบพื้นฐานเท่า
นี้อาจเพียงพอแล้วกับการสร้างที่
อยู่อาศัยให้เป็น Creative spaces
ด้วยในตัว ที่สำคัญมีพื้นที่เหมือน
เป็นคำถามปลายเปิด ให้คนทำงาน
สร้างสรรค์สามารถใช้งาน ต่อยอด
แรงบันดาลใจ และแสดงตัวตนได้
อย่างอิสระ

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

ILLUSTRATION :
CHANIDSARA THONGMA

ATELIER2+

IN-BETWEEN OF SPACE AND LIFE

หลังจากคุณต้น - วรพงศ์ มบุญพิพัฒน์พงศ์ และคุณฟาง - อดา จิระกรานนท์ สองนักออกแบบและผู้ก่อตั้งสตูดิโอออกแบบ Atelier2+ เรียนจบปริญญาโทจาก Konstfack ประเทศสวีเดนเมื่อ 7 ปีก่อน ทั้งคู่ก็ได้ยึดถือแนวทางหนึ่งคือนำพื้นที่เป็นฐานประจำการ โดยสามชั้นแรกคือสตูดิโอทำงานออกแบบทั้งเวิร์คช็อป ส่วนชั้นบนสุดคืออีกหนึ่งโลกส่วนตัวที่เรียบง่าย และตอบโจทย์ฟังก์ชันของการใช้ชีวิต

ได้ะยาว ข้าวของอุปกรณ์มากมายวางตามมุมต่างๆ ของชั้นหนึ่ง เป็นร่องรอยบ่งบอกว่าชั้นนี้คือพื้นที่สำหรับการทำงานที่ต้องลงมือลงมือสำหรับงานกราฟิกของพวกเขา “เราอยากให้มีพื้นที่เป็นสตูดิโอสำหรับทำเวิร์คช็อปงานกราฟิกที่เราสนใจส่วนตัวด้วย ทั้งด้านเฟอร์นิเจอร์และเท็กซ์ไทล์” อาทิ ผลงานโครงสร้างไม้ที่หน้าตาคัลลายบ้าน แต่ลดทอนรูปทรงและขนาดให้กลายเป็นงานที่ก้ำกึ่งระหว่างเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่และสถาปัตยกรรมขนาดเล็ก งานศิลปะที่เป็นโครงสร้างเชือกถักทอกันคล้ายใยแมงมุมที่สามารถรับน้ำหนักคนจนสามารถปีนป่ายหรือนอนเล่นได้ ชั้นวางทำจากไม้และงานเซรามิกที่ก้ำกึ่งระหว่างงานศิลปะ งานกราฟิก และงานดีไซน์ และล่าสุด “Greenhouse” Terrarium เรือนไม้กระจกที่เล็กพอจะจัดวางในห้องได้ และใหญ่พอที่จะสร้างเป็นสวนสีเขียวขนาดย่อมให้กับบ้าน ซึ่งไอเดียนี้ทาง Design House Stockholm ประเทศสวีเดน รับซื้อต้นแบบมาผลิตออกสู่ตลาดแล้ว

เหล่านี้คือตัวอย่างงานที่สะท้อนวัตถุประสงค์ชัดเจนของคุณต้นและคุณฟาง ในการออกแบบที่ต้องการเบลอขอบเขตการรับรู้ระหว่างงานศิลปะ งานออกแบบ งานประติมากรรม และงานสถาปัตยกรรม โดยเครื่องหมาย ‘บวก’ ของ Atelier2+

หมายถึงการทำงานที่เริ่มจากสองคนคือคุณต้นและคุณฟาง แล้วบวกความคิดสร้างสรรค์จากคนทำงานต่างสาขาที่ทำให้เกิดการผนวกศาสตร์ความรู้ต่างๆ เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการสร้างสรรค์งานออกมาทั้งเฟอร์นิเจอร์ อินทีเรีย อินสตอลเลชัน และนิทรรศการ ช่วงหลังนี้พวกเขายังพยายามให้ศิลปะบรรจบเข้ากับงานคอมพิวเตอร์ด้วย “เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่สะท้อนความงามด้านศิลปะ หรือเป็นงานอินสตอลเลชันที่ใช้ได้จริง การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ของเราคำนึงถึงเรื่องการใช้งานและความสะดวกต่อการขนส่งมากขึ้นด้วย”

ไม่เฉพาะแค่มุมมองการทำงานที่ปรับเปลี่ยนไปตามความคิดที่เติบโตขึ้น แต่พื้นที่ของบ้านเองก็ถูกเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบการใช้งานและความต้องการของทั้งคู่ด้วย “เมื่อก่อนยึดพื้นที่ข้างล่างสำหรับทำงานเวิร์คช็อปพวกงานขึ้นต้นแบบของเราเยอะมาก เพราะค่อนข้างหมกมุ่นอยู่กับการทำงานส่วนตัว ตอนนั้นส่วนใหญ่ทำงานออกแบบให้กับแบรนด์เฟอร์นิเจอร์ที่มีโรงงานผลิตและสามารถขึ้นต้นแบบได้เลยที่โรงงาน พื้นที่ข้างล่างเลยไม่ได้ใช้ทำงานเวิร์คช็อปหนักเหมือนก่อน ใช้สำหรับขึ้นต้นแบบเฉพาะบางชิ้นส่วนเท่านั้น หรือไม่กี่เวลาเราทำงานแสดงนิทรรศการส่วนตัว”

พื้นที่ชั้นสองที่เคยเว้นว่างไว้ไม่ได้ใช้งาน เพราะเพดานชั้นสองต่ำ แต่เมื่อพวกเขาเจาะพื้นขึ้นสามด้านหนึ่งออก เพื่อให้ชั้นสองโปร่งโล่งขึ้น มีส่วน Double Spaces เชื่อมระหว่างสองชั้น ปัจจุบันชั้นสองจึงกลายเป็นมุมทำงานที่ช่วยให้สมองส่วนสร้างสรรค์ของพวกเขาทำงานดีขึ้น “เราต้องทำงานในสถานที่ที่เรารู้สึกดี คงนั่งทำงานไม่ได้ถ้ารู้สึกว่ามันมันไม่ใช่ของเรา แต่ที่นี่มีความเป็นตัวเราอยู่ ทั้งด้านสภาพแวดล้อมที่มีแสงธรรมชาติส่องเข้ามา เพดานสูง การจัดพื้นที่ให้มีองค์ประกอบสร้างสรรค์ มีพื้นที่ที่สามารถทำงานและประอะเปื้อนได้ แยกเป็นสัดส่วนกับพื้นที่นั่งทำงานคอมพิวเตอร์ ทั้งหมดมีส่วนสำคัญหมด”

ปัจจุบันชั้นสามเป็น Pantry และห้องประชุม ส่วนชั้นบนสุดคือพื้นที่พักอาศัย ที่ไม่ต่างกับห้องคอนโดมิเนียมกว้างขวาง และครบทั้งห้องนอน ห้องน้ำ ระเบียง สวน ห้องครัว และห้องนั่งเล่นในชั้นเดียวกัน พร้อมโพนส์เชื่อมบ่อนในเอดส์น้ำตาลเทา-ดำ แตกต่างจากชั้น 1-3 ที่เน้นโทนสีขาวสว่างตา





แนวคิดการเชื่อมพื้นที่ให้ต่อเนื่องกันถูกนำมาใช้ในพื้นที่นี้ด้วย โดยจัดมุมห้องนั่งเล่นให้อยู่ในพื้นที่เดียวกันกับห้องครัว และเชื่อมต่อกับระเบียงแบบ Semi Outdoor ที่สามารถเปิดบานประตูกระจกออกไปสู่ภายนอกได้ ทำให้กลายเป็นมุมโปรดที่ใช้งานบอยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นพักผ่อนส่วนตัว หรือจัดปาร์ตี้สังสรรค์เล็กๆ ในหมู่เพื่อน “เราเลือกให้มีระเบียงแทนที่จะขยายเป็นห้องนั่งเล่นเต็มพื้นที่ แม้ขนาดพื้นที่ส่วนนี้จะไม่ใหญ่มาก แต่สำหรับเราเป็นได้ทั้ง Living, Kitchen และ Dining ในพื้นที่เดียวกัน แถมระเบียงก็สามารถใช้งานได้จริง”

“เราตัดสินใจเลือกห้องนอนให้อยู่ด้านที่ติดกับถนนใหญ่ และให้มุมระเบียงติดกับวิวสนามหญ้าข้างหลังที่สงบเงียบกว่า เพราะอยากออกมานั่งเล่นพักผ่อน รับลมที่ระบียงได้จริง แล้วใช้วิธีการแก้ปัญหาเรื่องเสียงดังจากข้างนอกโดยเปลี่ยนหน้าต่างห้องนอนเป็นบานอะลูมิเนียมที่สามารถกันเสียงได้แทน”

ห้องน้ำตรงกลางของชั้นยังออกแบบผนังเป็นบานอะลูมิเนียมที่เพิ่มความเทให้กับบ้านในตัว และปล่อยผนังอิฐส่วนที่ต่อเติมขึ้นไว้เช่นนั้น ไม่ได้ฉาบทับ ส่วนระบียงข้างนอกปูพื้นด้วยหินอ่อน มีโต๊ะและเก้าอี้ให้นั่งเคียงข้างกับพื้นที่สีเขียว ทำให้ชั้นนี้ผสมผสานหลากวัสดุที่เก๋ๆ เจอร์ต่างกัน ทั้ง อิฐ ไม้ เหล็ก “เมื่อเป็นบ้านแล้วก็อยากให้ดูโฉบเฉี่ยวขึ้น เช่น เปิดรับแสงธรรมชาติ และเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ อย่างไม้และหินจริง มากกว่าเลือกวัสดุเทียม พวกไม้วีเนียร์ ลามิเนต หรือหินเทียม มีเฟอร์นิเจอร์น้อยชิ้น แต่เน้นการใช้งานได้จริงเป็นหลัก”

“เราออกแบบพื้นที่โดยคำนึงถึงพฤติกรรมการใช้งานตามไลฟ์สไตล์ และให้ความสำคัญกับการออกแบบพื้นที่มากกว่าสไตล์ แม้ออฟชั่นดีไซน์นี้อาจจะทำให้สเปซสวยกว่า แต่อาจไม่ตอบโจทย์การใช้งานสำหรับเรา” และนี่คือองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้สเปซวางแปลนนี้มีชีวิตขึ้น

PHOTOGRAPHER:
SANPAT VADHANASINGHA
WRITER:
MINTRA RUENGSAKVICHIT

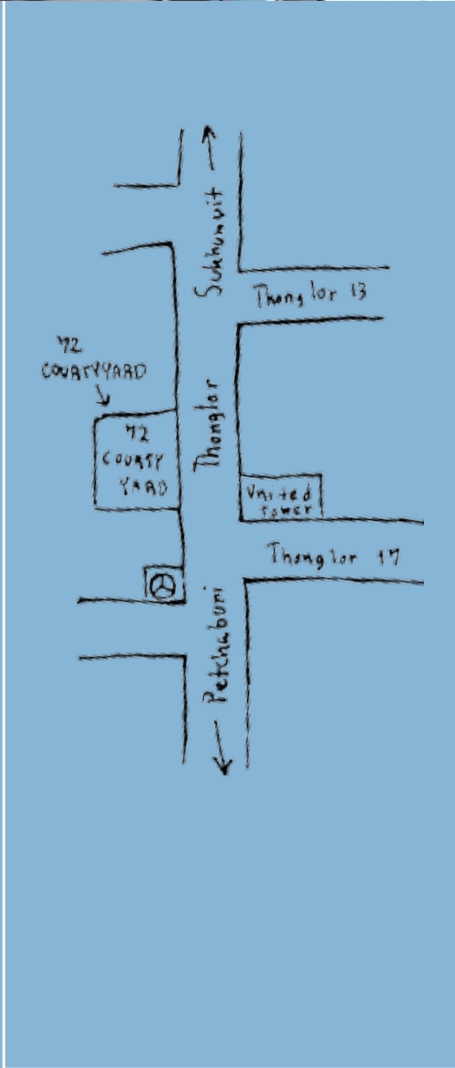
นับเป็นคอมมูนิตี้ออลล์แห่งใหม่ที่สวยงามและความคิดดีให้กับย่านทองหล่อได้ไม่น้อยทีเดียว สำหรับ 72 Courtyard ที่ถึงแม้ว่าจะเพิ่งเปิดตัวได้ไม่นาน แต่กระแสนิยมรับแรงจูงกลายเป็นสถานที่ที่ได้รับการ Check in มากที่สุดในเวลานี้!

72 COURTYARD



เนื่องจากขึ้นชื่อดูด้วยคำว่า Courtyard คอมมูนิตี้ออลล์แห่งนี้จึงมีลักษณะเป็นลานกว้าง โดยมีหน้าบ้านเป็นร้าน Rocket X (72 Courtyard) ที่ดูร่มรื่น อบอุ่น และโดดเด่นไปด้วยต้นไม้ใหญ่ๆ ติดกับสี่ฟากทะเลของโต๊ะ เก้าอี้ ไปจนถึงการตกแต่งของร้านที่ยังคงสไตล์ Modern Minimal ในแบบ Scandinavian Design เน้นบรรยากาศสบายๆ ให้แสงธรรมชาติลอดผ่าน สร้างความรู้สึกสบายตา อบอุ่น และแตกต่างไปจาก Rocket สาขาอื่นๆ และไม่ใช่แค่การตกแต่งเท่านั้น แต่ในเรื่องของคอนเซ็ปต์ ก็จะไม่เหมือนสาขาอื่นๆ เพราะ Rocket X (72 Courtyard) จะมาในรูปแบบ Grab & Go ที่ตั้งใจให้คนได้แวะเวียนมาซื้ออาหารคุณภาพดี และกาแฟรสชาติอร่อยในเวลาว่างๆ ตลอดวันบางเมนูอย่าง Bacon x Eggs ก็เสิร์ฟเฉพาะแค่นี้ที่เดียวเท่านั้นด้วย ขนาดแค่หน้าบ้านยังพิเศษขนาดนี้ ส่วนต่อๆ ไปยิ่งไม่ต้องพูดถึง เพราะ 72 Courtyard จัดเต็มไปด้วยร้านอาหาร บาร์ และไนท์คลับที่กลิ่นอายความชิคอบอุ่นไปทั้งบรรยากาศ และรสชาติจนต้องบอกต่อ

หลังจากละเลียดกาแฟดูงานเสร็จแล้ว แนะนำให้ลองเดินขึ้นไปที่ชั้น 2 แล้วตรงเข้าไปที่ Lady Brett หนึ่งในร้านอาหารที่โด่งดังที่สุดร้านหนึ่งในย่านสาทร ซึ่งมาเปิดเป็นสาขาที่ 2 ที่ 72 Courtyard แห่งนี้ แน่นอนว่า Lady Brett คงคอนเซ็ปต์เหมือนกับสาขาแรกที่มาจากตัวละครผู้หญิงในหนังสือ The Sun Also Rises ที่ประพันธ์โดย Ernest Hemingway ในยุค 1920 ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของผู้หญิงแห่งยุคสมัยที่หลงใหลในแสงสี ชีวิตกลางคืน การเข้าสังคม และเป็นตัวของตัวเอง สะท้อนสู่คาแรคเตอร์ และบรรยากาศภายในร้าน



ที่เดินเข้ามาตั้งแต่ครั้งแรกก็เหมือนนั่งโหม่แมชชีนย้อนกลับไปในยุค 20 ยิ่งไปกว่านั้น ส่วนที่เพิ่มเติมในสาขานี้ก็คือเซฟ Jess Barnes ผู้โด่งดังจากร้าน Quince และ Opposite Mess Hall ซึ่งมากุมบังเหียน และคอยเฝ้ามือไม้ในทุกๆ เมนูเต็มไปด้วยความพิเศษ และได้บรรดาสมาชิกที่ไม่น่าเชื่อ ไม่ว่าจะเป็นเมนูเรียกน้ำย่อย หรือเมนูที่หนักขึ้นมาน้อยอย่าง Spanish Style Prawns และ Baby Chicken ไปจนถึง Buttermilk Chicken Sandwich เบอร์เกอร์ไก่ทอดเมนูทานง่ายแต่มีทั้งอร่อยและอร่อยเป็นที่สุด ขอบอกเลยว่าอย่ารอช้ารีบโทรจองโต๊ะแล้วมาลองชิมอาหารที่นี่ก่อนที่จะคุยกับคนอื่นไม่รู้เรื่อง

ถ้าชั้น 2 มี Lady Brett เป็นเหมือนนางเอกของฟลอร์แล้ว ในส่วนของชั้น 3 พระเอกคงจะเป็นใครไปไม่ได้นอกจาก U.N.C.L.E. (United Nations of Cocktail Lovers Everywhere) สาขาใหม่ที่มาพร้อมกับเคาน์เตอร์บาร์ และพื้นที่ภายในร้านทั้งโซนอินดอร์และเอาท์ดอร์ที่ใหญ่กว่าเดิม เนื่องจากคอนเซ็ปต์ที่ต้องทำให้เป็นแหล่งรวมของสไตล์เก๋ๆ เฝงไปด้วยกิมมิกสนุกๆ อย่างโซฟาหนังตัวใหญ่ที่ติดกับผนังสีฟ้า หลังคาสีแดงสด และโคมไฟติดผนังดีไซน์ล้ำสมัย ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศการเสียดเครื่องดื่มแก้วโปรดได้อย่างเหมาะเจาะ สำหรับเครื่องดื่มของที่นี่ยังคงเป็น Philip Stefanescu บาร์เทนเดอร์ชาวสวีเดนที่เคยครีเอทเมนูให้กับทางร้านมาตั้งแต่สาขาแรกมาช่วยสร้างสรรค์เครื่องดื่มตัวใหม่ให้กับสาขานี้โดยเฉพาะ โดย Philip ได้ทดลองใช้วัตถุดิบใหม่ๆ ที่หาได้จากในบ้านเรา เพื่อสร้างสรรค์รสชาติที่แตกต่าง กลมกล่อม และมีกลิ่นอายที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับบาร์ไหนๆ

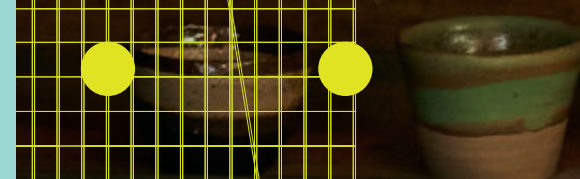
สำหรับส่วนที่เป็นไฮไลต์ของ 72 Courtyard ที่เรียกได้ว่าถ้าไม่ได้เข้ามาที่นี่ ก็อาจจะยังไม่ถึงคอมมูนิตี้มอลล์สุดเพียวแห่งยุคต้องยกให้กับ Beam คลับน้องใหม่ที่น่าจะร้อนแรงที่สุดในเวลานี้และไม่ใช่แค่ความสดใหม่เท่านั้นที่ทำให้ในแต่ละค่ำคืน Beam เต็มไปด้วยนักเที่ยว และกลุ่มคนที่หลงใหลในเพลงสไตส์ House และ Techno เป็นจำนวนมาก แต่เพราะไลน์อัพที่เจ๋งๆ จากทั้งในและต่างประเทศที่ถูกคัดสรรมาเป็นอย่างดี รวมถึงตัวร้านที่ถูกออกแบบให้เหมาะสำหรับรองรับรับขาแดนซ์ทั้งหลาย ด้วยพื้นที่แดนซ์ฟลอร์ขนาดใหญ่ พร้อมกับการตกแต่งที่จัดเต็มระบบแสงสี เสียง ไปจนถึงเอฟเฟคต่างๆ ที่สะท้อนถึงสไตล์อันเดอร์กราวนด์ได้อย่างลงตัวตึกต่างหาก ที่ทำให้ผู้คนหลงใหลกันมาออกสตัปवाद ลวดลายแดนซ์กันที่ Beam จนกลายเป็นคลับที่สร้างความคึกคักให้กับคืนดนตรี House / Techno และน่าจับตามองที่สุดในย่านทองหล่อในเวลานี้

นอกจากคาเฟ่ ร้านอาหาร บาร์ และคลับสุดยูนิคมากมายที่ถูกยกมาไว้ที่นี่แล้ว 72 Courtyard ยังจัดรูปแบบคอมมูนิตี้มอลล์แบบเดิมๆ ทั้ง ด้วยคอนเซ็ปต์ และดีไซน์รูปแบบที่ไม่ละทิ้งก่อนการใช้ชีวิตของคนเมืองได้อย่างลงตัว ด้วยสถาปัตยกรรมการออกแบบในสไตล์ Modern Loft ที่ดูโดดเด่น และเรียบหรู ผสมผสานเข้ากับงานศิลปะชิ้นใหญ่ของศิลปินชื่อดังระดับโลกอย่าง Nychos ที่มาสร้างสรรคผลงานสตรีทอาร์ตเฉพาะตัวของเขาเพื่อ 72 Courtyard โดยเฉพาะ ก็ช่วยทำให้คอมมูนิตี้มอลล์แห่งนี้เต็มไปด้วยลายเส้นและรสชาติอันจัดจ้านที่หาไม่ได้จากที่ไหน

72 COURTYARD
335/1 สุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ 17)
แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา
กทม. 10110
เปิดทุกวัน เวลา 8.00 - 00.00 น.
โทร. 089-152-2677

THE UNION OF SPIRIT

หากมี “ความเป็นหนึ่งเดียวกันระหว่างจิตวิญญาณของไม้และจิตวิญญาณของมนุษย์” อย่างที่ George Nakashima ช่างไม้ยอดศิลปินระดับโลกกล่าวไว้ ที่นี้อาจไม่ใช่แค่โชว์รูมเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผู้คนจะได้รับประโยชน์ใช้สอยจากดีไซน์ หรือสัมผัสกับความงามของวัสดุธรรมชาติจากเฟอร์นิเจอร์เหล่านั้น แต่อาจรับรู้ได้ถึงจิตวิญญาณแห่งความตั้งใจของผู้อยู่เบื้องหลังด้วย





THE WOODWORKER

IF I WERE A CARPENTER

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

ILLUSTRATION :
NAVARAT TECHARATANAPRASERT

ไม้เนื้อแข็งของไทยที่มีคุณค่าด้านเศรษฐกิจ เมื่อผ่านวันเวลายังมีเอกลักษณ์และเรื่องราวในตัวเอง เมื่อผนวกเข้ากับ Passion ของคนหนุ่มรุ่นใหม่ทีหลงใหลเสน่ห์งานไม้เป็นอย่างดี-วชิร ทองหล่อ จึงก่อเกิด “If I Were a Carpenter” แบนด์เพอร์นิเจอร์ไม้ดีไซน์เรียบเก๋ ที่พื้นคันทันไม้เก่าสู่รูปทรงและฟังก์ชันใหม่

โครงสร้างเหล็กอะลูมิเนียมสีเทาตัดแปลงจากตู้คอนเทนเนอร์เก่า ที่ตั้งอยู่ภายในซอยปรีดิพนมยงค์ 42 คือโชว์รูมและออฟฟิศสตูดิโอออกแบบแห่งใหม่ของ If I Were a Carpenter ที่ย้ายจากโลเคชั่นเดิมในซอยเอกมัย ในพื้นที่เดียวกันเป็นได้ทั้งโชว์รูม ออฟฟิศทำงาน ห้องประชุม และเวิร์คช็อป ผ่านดีไซน์และการตกแต่งภายในที่บอกเล่าเรื่องราวเดียวกับเพอร์นิเจอร์ของ If I Were a Carpenter ที่เน้นความดิบของวัสดุ และชวนให้ระลึกถึงเส้นที่พื้นบ้านและถิ่นกำเนิดเพอร์นิเจอร์ไม้เหล่านั้น

ผนังภายในของโชว์รูมกรุด้วยแผ่นสังกะสีเก่าที่รื้อจากซากก่อสร้าง โชว์ความดิบของพื้นผิวสนิมแบบวิถีชาวบ้านที่เรียบง่าย ฝ้าภายในปูด้วยฉนวนใยจากรีไซเคิล ที่ทำหน้าที่ช่วยกันความร้อนและให้ความสวยงามของวัสดุธรรมชาติได้ในตัว ภายในตกแต่งด้วยผ้าทอมือ และมีเพอร์นิเจอร์ไม้ที่ทำจากไม้เนื้อแข็งอย่างไม้เต็ง ไม้ตะแบก ไม้ประดู่ ไม้มะค่า และไม้แดงจัดวางอยู่ ซึ่งถือเป็นจุดยืนสำคัญของ If I Were a Carpenter ที่จะผลิตงานจากไม้เก่าเนื้อแข็งเท่านั้น และเน้นโชว์ลวดลายและสีธรรมชาติ

ของไม้ โดยเฉพาะไม้ที่เหลือจากการผลิตเพอร์นิเจอร์ยังนำมาทำเป็นโปรดัคส์ชิ้นเล็กในบ้านด้วย

เพอร์นิเจอร์ไม้ที่จัดวางอยู่ในโชว์รูมทั่วไป เราอาจสัมผัสความงามของรูปทรง สีเส้น ลวดลายภายนอก และฟังก์ชันของมัน แต่ที่นี่ เราจะเข้าใจเห็นภาพถึงที่มาของวัสดุ และกระบวนการเบื้องหลังด้วย ผ่านพื้นที่เวิร์คช็อปด้านหลังโชว์รูมสำหรับชิ้นงานตัวอย่าง จัดเก็บไม้และเครื่องมือช่างต่างๆ “เราอยากให้ลูกค้าเห็นภาพของกระบวนการ และตัวอย่างวัสดุไม้ว่าชิ้นส่วนนี้คือองค์ประกอบใดของบ้านไม้เก่ามาก่อน ทำให้ลูกค้าเข้าใจเรื่องราวเบื้องหลังได้ชัดเจนขึ้นกว่าแค่เห็นเพอร์นิเจอร์สำเร็จที่ตั้งโชว์อยู่ที่หน้าร้านเท่านั้น”

ย้อนไปยังสมัยที่คุณนิตยังร่ำเรียนด้านกราฟฟิคดีไซน์ที่ London’s Chelsea College of Art และมีโอกาสได้สัมผัสกับงานไม้ในห้องเรียนเวิร์คช็อปของมหาวิทยาลัย ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เขาสนใจเสน่ห์ของเนื้อไม้และกระบวนการงานไม้อย่างจริงจัง “ผมรู้ตัวตั้งแต่ยังเรียนไม่จบเลยว่าอยากทำงานไม้ ทั้งๆ ที่ตัวเองเรียน

ด้านกราฟฟิคดีไซน์ และไม่มีความรู้ด้านงานไม้เลย เมื่อกลับมาไทยเลยเริ่มศึกษาและทดลองเกี่ยวกับงานไม้จริงจังมากขึ้น” เรียกได้ว่าต้องเรียนรู้ทุกกระบวนการ ตั้งแต่ขั้นตอนการออกสกรหาไม้เก่าตามท้องถื่นต่างๆ ในไทย การออกแบบ และการเรียนรู้ทักษะงานฝีมือช่าง “ตอนแรกผมไม่รู้เรื่องงานไม้พวกนี้เลย ต้องอาศัยศึกษาจากช่างไม้ท้องถิ่นที่มาถ่ายทอดประสบการณ์ทำงานไม้มานานสิบๆปีให้ คุยกับโรงงานช่างฝีมือท้องถิ่นที่ผลิตงานให้เราว่าแบบไหนสามารถทำได้หรือไม่ บางครั้งเราก็คิดดีไซน์ให้สามารถนำไปประกอบและติดตั้งในบ้านลูกค้าได้เองด้วยครับ”

“ที่สำคัญคือต้องศึกษาตัวตนของลูกค้าเกี่ยวกับสไตล์ ความชอบ รสนิยม และความต้องการ เพื่อนำมาวิเคราะห์ก่อนออกแบบ ไม่ใช่ว่าลูกค้าเดินเข้ามาสั่งเพอร์นิเจอร์แล้วจบเลย บางครั้งเราต้องไปบ้านลูกค้าเพื่อดูสไตล์การแต่งบ้าน และออกแบบขนาดเพอร์นิเจอร์ให้เหมาะสมกับพื้นที่ด้วย อย่างลูกค้าที่อยู่อาศัยในคอนโดมีเนียมเราก็ปรับออกแบบเพอร์นิเจอร์และให้บริการติดตั้งด้วย เพราะเรามีทั้งทีมไม้ และทีมช่างพร้อม”



ปัจจุบันนอกจากจะรับผลิตเฟอร์นิเจอร์ตามความต้องการของลูกค้า (Made to Order) แล้วตอนนี้แบรนด์ยังเตรียมออกคอลเลกชันเฟอร์นิเจอร์ไม้ของตัวเอง ที่มีครบชุด อาทิ โต๊ะ ชั้นวางของ ตู้หนังสือ ตู้วางโทรทัศน์ และม้านั่ง ภายใต้งานไม้เรียบเท่แบบ If I Were a Carpenter ที่เข้ากับรสนิยมคนเมืองแต่แฝงด้วยกลิ่นอายเสน่ห์ของพื้นถิ่นไทย “เมื่อก่อนเราจะได้ไม้เก่าแยกเป็นชิ้นส่วนมา แต่ตอนนี้เราเริ่มรับซื้อบ้านไม้เก่าโดยเหมาทั้งหลังตามต่างจังหวัด จากการที่เราเดินทางบ่อย ทำให้เราได้แรงบันดาลใจจากงานพื้นบ้าน-พื้นถิ่นมาต่อยอดสูงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ของเราด้วย โดยถอดองค์ประกอบของบ้านไม้ในต่างจังหวัดมาประยุกต์ เช่น นำบานหน้าต่างมาเป็นบานตู้ นำไม้คานมาทำขาโต๊ะ หรือท็อปของโต๊ะเป็นรูปทรงเดียวกับบานประตู เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเห็นภาพชัดเจนในสิ่งที่เราทำมากขึ้น”

เจ้าของแบรนด์ที่ตั้งชื่อสถานที่นี้ว่า The Jungle เพราะเดิมทีเคยเป็นพื้นที่รกร้างที่มีต้นไม้ขึ้นหนาที่บ เราเองมองว่าที่ If I Were a Carpenter แห่งนี้ ก็ไม่ต่างจากป่าที่ให้กำเนิดคุณค่าใหม่ให้กับไม้เก่า ให้เนื้อไม้ได้มีชีวิตและสร้างประโยชน์ใหม่อีกครั้ง



“PASSION คือความรู้สึก
ผมเชื่อว่าทุกคนมี Passion
หามันให้เจอ”

CHANOND RUANGKRITYA LIVE WITH PASSION

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

Passion คือ DNA เป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวเราทุกคน มันอยู่ในหัวใจ Passion ช่วยให้เป็นตัวเราในแบบที่ดีที่สุดได้ มันเปลี่ยนทุกอย่าง เปลี่ยนทั้งความคิด ทั้ง Attitude ของเรา ทำให้เรามองต่อสิ่งต่างๆ เปลี่ยนไป มันทำให้เราเห็นอุปสรรค เป็นความท้าทาย มองปัญหาเป็นโอกาส และทำให้ทุกอย่างเป็นไปได้

อนันดาฯ ไม่เคยหยุดที่จะหามุมมองใหม่ๆ และพัฒนาตัวเองในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ชีวิตคนเมือง Urban Living Solutions

Passion คือ การทำในสิ่งที่เรารักให้ออกมาได้ดีที่สุด ไม่ว่าจะหน้าที่ไหน บทบาทอะไร ทุกคนสามารถมี Passion กับสิ่งที่ตัวเองทำและทำมันอย่างมุ่งมั่น ความมุ่งมั่น จะทำให้เราทำสิ่งๆ นั้นให้ออกมาได้ดี นี่คือนิสัยที่ชาวอนันดาฯ ทุกคนยึดถือไว้

Passion ของอนันดาฯ คือสิ่งที่เราเชื่อ คือสิ่งที่เราถามตัวเองในทุกๆ วันคือสิ่งที่เราทำอย่างมุ่งมั่น เพื่อให้สามารถตอบทุกโจทย์ของชีวิตคนเมืองได้อย่างแท้จริงและนำไปสู่เป้าหมายของเรา คือให้ทุกคนได้ #LIVELWITHPASSION

“ทุกคนบนโลกนี้ล้วนอยากเห็น
อยากเจอ หรืออยากสัมผัสอะไร
ที่ไม่เคยมาก่อน ไม่ใช่เฉพาะแค่
งานสถาปัตยกรรม”

WEERAPAT CHOKEDEETAWEEANAN

PASSION FOR INNOVATION

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

ILLUSTRATION :
SUPICHAPAK RATTATHANIKTHANASAK

บริษัท Tofu แม้จะตั้งชื่อจาก “Tofu” ที่หมายถึงเต้าหู้ จากความคิดเองว่าง่ายๆ ในชีวิตประจำวัน มีแค่ 4 ตัวอักษร จิดๆ ซัดๆ แต่กลับมีประโยชน์มากมาย น่าจะดีหากตั้งเป็นชื่อของสตูดิโอแห่งนี้ที่มีผลงานตั้งแต่ บ้าน ออฟฟิศ รีเทล ช็อปปิ้งมอลล์ คอนโดมิเนียม จนถึงโรงแรม ทำให้ย้อนแย้งจากชื่อ และเป็นข้อตรงข้าม กับความมีนิมอลของเต้าหู้วางเรียบจัดชิดอย่างสิ้นเชิง โดยมีผู้นำทัพอย่างคุณบอน วีรภัฏ โชคดีทวีนันต์ สถาปนิกหัวก้าวหน้าที่มี Passion ในการสร้างผลลัพธ์แตกต่างจากการผสานรายละเอียดเล็กๆ

“เราไม่ได้ออกแบบงานเรียบ น้อย แบบมินิมอล ตรงกันข้าม งานเรามีรายละเอียด ดูดีเยี่ยม และผสมผสานความสนใจต่างๆ เข้าด้วยกัน เราทำงานหลากหลายสไตล์ และยังทำงานกับผู้คนหลากหลายทางทั้งนักออกแบบ ศิลปิน ช่างภาพ แฟชั่นดีไซเนอร์ด้วย” คุณบอนก่อตั้งบริษัทสถาปนิก Tofu ขึ้นในปี 2007 และนำพา Tofu ให้อยู่เบื้องหลังงานอินทีเรียและสถาปัตยกรรมโดดเด่นมากมาย เช่น โรงแรม Hansar เขาใหญ่, โรงแรม Klubb ราชเทวี, ออฟฟิศ Stetis&Matina Amanita, ร้านอาหาร Greyhound Cafe ร้าน Roast Cafe และช็อป Greyhound, Playhound, Realistic Situation, Sretsis, Asava เป็นต้น

แนวคิดการทำงานออกแบบของ Tofu คือ การค้นคว้าพัฒนา การทดลอง การเอาใจใส่ทุกรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ การผสมผสานองค์ประกอบเข้าด้วยกัน ทำให้อาคารสถาปัตยกรรมนั้นสร้างปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและผู้คนได้ ในขณะที่เดียวกันก็สร้างจุดเชื่อมระหว่างมุมมองด้านธุรกิจจากลูกค้า และการนำเสนอเรื่องของดีไซน์และฟังก์ชันจาก Tofu

“เวลาที่เราได้รับโจทย์มาจากลูกค้า ผมจะพยายามไม่ติดกรอบที่मानทุกคน เพราะอยากได้ในสิ่งใหม่และไม่เคยเห็นมาก่อน สิ่งสำคัญคือเราต้องทดลองเทคนิคใหม่ๆ อยู่ตลอด พยายามหามุมมองที่แตกต่าง และมีเครื่องมือในการทำงานหลายรูปแบบ อย่างผมมี Passion ในแต่ละช่วงแต่ละยุคแตกต่างกัน และความคิดก็เปลี่ยนแปลงทุกปีเป็นวิวัฒนาการทางความคิด ผมจะนำ Passion เหล่านั้นมาผลักดันสู่ผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์ผ่านแนวคิดเชิงนวัตกรรม”

“เริ่มตั้งแต่ Innovative Idea ความคิดริเริ่มที่ทำให้เกิดไอเดียต้นแบบที่สร้างสรรค์และ

แตกต่าง จากนั้นคือ Innovative Design ส่วนของการออกแบบ ที่ทำให้ไอเดียสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงนวัตกรรมที่เป็นจริงได้ ต่อมาจึงเป็นขั้นตอนของ Innovative Construction การก่อสร้างโดยใช้เทคนิคช่างร่วมกับเทคโนโลยีทันสมัยเพื่อสร้างมาตรฐานคุณภาพสุดท้ายคือ Innovative Post-Occupation ที่ผลงานสถาปัตยกรรมของเรานั้นสามารถใช้งานได้จริง ซึ่งบางโปรเจกต์เราเข้าไปสังเกตพฤติกรรม และความรู้สึกของลูกค้าด้วยการได้เจอลูกค้าที่มี Innovative Thinking ทำให้เราได้เรียนรู้อะไรใหม่ๆ ด้วยเหมือนกัน”

คุณบอนหยิบยกตัวอย่างไอเดียเชิงนวัตกรรมที่สนใจ และอาจต่อยอดสู่งานสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ หรือเป็นต้นแบบดีไซน์แห่งอนาคตก็ได้ “ผมสนใจเรื่องของ Clean Energy หรือพลังงานสะอาด จนคิดอยากทำกรังห้อย หรือทางจักรยานที่เลี้ยงห้อย แล้วทำให้เป็นโลตัสตองกลางคืน เสมือนชีวะเทคโนโลยี (Bio Technology) อีกเรื่องที่สนใจคือแนวคิดเกี่ยวกับ Intensify Reality หรือการทำความจริงที่มนุษย์เราได้เห็นให้มันเข้มข้นขึ้น โดยอาศัยการออกแบบ ที่เราสามารถประยุกต์ใช้ทั้งในเรื่องของพื้นที่กับการสร้างห้องพื้นที่จำกัดให้มีมิติที่เชื่อมโยงกับผู้อยู่อาศัย ในด้านวัสดุ คือการนำวัสดุประเภทหนึ่งมาผ่านกระบวนการหลายเทคนิค อย่างเหล็กหนึ่งชิ้นผ่านขั้นตอนทั้งตัด พับ เจาะ และชุบ เป็นต้น”

“ผมว่าคนต้องการแนวคิดที่เป็นนวัตกรรมในทุกสิ่งของชีวิต และเรื่องของนวัตกรรมก็เกิดขึ้นได้ทุกที่และกับทุกคน แม้แต่คนใกล้ตัวของเราอย่างลูกของผม ก็ยังทำให้ผู้ใหญ่อย่างผมทั้งกับความคิดตามประสาเด็กของเขาได้ เด็กที่คิดต่างจากผู้ใหญ่ ทำให้เราต้องหัดมองต่าง และค้นหาความหมายใหม่ๆ ด้วย”



“คนทำงานศิลปะต้องก้าวข้ามจากเทคนิคเดิม จากความรู้สึกเดิมๆ แล้วค้นหา และทดลองสิ่งใหม่ที่ทำให้รู้สึกสนุกกับสิ่งที่ทำ”

ALEX FACE

PASSION FOR DESIGN

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

ILLUSTRATION :
WATCHARAPORN THONGARAM

ย้อนไปเมื่อประมาณสามสิบปีก่อน ถ้าเด็กชายพัชรพล แดงรัตน์คนนั้นไม่ใช้เวลาหมกมุ่นอยู่กับการวาดรูปไม่เรียนรู้และฝึกฝนฝีมือด้วยตัวเอง ไม่ก้าวข้ามความล้มเหลวแล้วเริ่มต้นนับหนึ่งใหม่ ไม่เคยลองผิดลองถูก หากผู้ชายคนนั้นละทิ้งงานศิลปะไว้กลางทาง วันนี้คงไม่มีชื่อของ Alex Face ที่โด่งดังไกลถึงต่างประเทศ เพราะฝันฝ่าใบ หรือทำเพงคองวางเปล่า ไร้สีสัน และไร้คาแรคเตอร์เด็กหญิง Mardi หน้าบู๊ที่คนจดจำ

“เราเริ่มวาดรูปตั้งแต่ตัวกะเบียด ลองวาดด้วยตัวเอง ตั้งแต่ยังไม่มีความรู้เรื่องศิลปะให้เลย จำได้ว่าตอนเด็กเห็นห้องศิลปะที่มีสี กระดาษ และอุปกรณ์ศิลปะวางเต็มไปหมด แล้วรู้สึกว่ามันเจ๋งมาก กินข้าวกลางวันเสร็จต้องเดินอ้อมเพื่อให้เห็นห้องศิลปะ เวลาส่วนใหญ่จะขลุกวาดรูปอยู่ในห้องศิลปะ” Alex เล่าถึงชีวิตวัยเด็ก ที่ต่อมาฝีมือการวาดรูปของเขาเริ่มฉายแววโดดเด่นจนกลายเป็นตัวเก็งกวาดรางวัลประกวดงานศิลปะตั้งแต่ระดับเขตจนถึงจังหวัด “พอโตขึ้นมาสมัยเรียนปวช. เริ่มสนใจวาดรูปเหมือน จนต้องพกกระดาษสเก็ตช์ กระดาษหนัง และดินสอติดตัวไว้ พอเจอหน้าใครก็ขอวาดรูปเหมือนของเขา เราชอบวาดรูปศิลปะทุกแบบ ลองศึกษาและหัดวาดด้วยตัวเองทุกอย่าง โดยไม่ต้องรอครูมาสอน อย่างเรียนรู้เรื่องสีน้ำมัน ก็ไปซื้อสีน้ำมันถูกๆ มาวาดเอง ได้กลิ่นสีน้ำมันยังรู้สึกว้าวเลย”

เมื่อสเก็ตบอร์ด สตรีทแวร์ และสตรีทอาร์ต เป็นวัฒนธรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากกระแสดนตรีฮิพฮอปที่มาแรงในยุคนั้น Alex ที่เรียนมหาวิทยาลัยก็เริ่มสนใจงานกราฟฟิตี้ด้วย “เจอหนังสือสตรีทอาร์ตเมืองนอก ได้เห็นงานของศิลปินดังอย่าง Barry MacGee และ Dave Kinsey แล้วรู้สึกว่ามันเพียวกว จากนั้นก็เริ่มซื้อสีมาพ่นกำแพงกับเพื่อน ครั้งแรกที่พ่นก็สนุกเลย เมื่อก่อนการพ่นกราฟฟิตี้ด้วยความคิดคะนองของวัยรุ่น ทำให้มีแต่คนเกลียดงานเรามากกว่าชอบนะ”

ชีวิตช่วงหนึ่งของ Alex เคยผ่านการลองผิดลองถูกในสายอาชีพอื่นมาแล้วทั้งงานโฆษณา ภาพยนตร์ พร็อพ และเมคอัพเอฟเฟกต์ รวมทั้งยังเคยล้มเหลวกับการเปิดร้านขายงานศิลปะตกแต่งบ้านมาก่อนด้วย “เราคิดว่าเพราะตอนนั้นเราไม่ได้เต็มที่กับงาน ไม่ได้ทำด้วยความรู้สึกข้างในจริงๆ เข้าใจเลยว่ารูปมันมีจิตวิญญาณจริงๆ ถ้าเราไม่ได้ใส่ความรู้สึก ไม่ใส่ความตั้งใจลงไป คนอื่นก็จะสัมผัสไม่ถึง”

จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญที่กลายเป็นแรงผลักดันสำคัญของชีวิต และเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานด้วยหัวใจและจิตวิญญาณ คือเมื่อน้องมาร์ตี้ ลูกสาวของเขาล้มตาดูโลกขึ้นในปี 2009 ทำให้ปรากฏคาแรคเตอร์ของเด็กหญิง Mardi หน้าบู๊ขึ้นในโลกศิลปะ “งานศิลปะก็เหมือนกับบันทึกชีวิตรูปแบบหนึ่ง เมื่อเราโตขึ้น เป็นผู้ใหญ่มากขึ้น ก็คิดมากขึ้น เมื่อก่อนทำงานศิลปะแบบฉบับพ่น เป็นงานพ่นกราฟฟิตี้ที่ปลดปล่อยความสนุกความสะใจของตัวเองเท่านั้น แต่ต่อมาเริ่มโฟกัสกับเทคนิคและเนื้อหาของงานมากขึ้น นำทักษะเข้าไปใส่ในงานมากขึ้น ใช้เวลาคิดและทำงานกับมันมากขึ้น”

ตอนนี้ Alex Face ก็กำลังง่วนอยู่กับการเตรียมจัดแสดงนิทรรศการเดี่ยวครั้งแรกที่จะสร้างเซอร์ไพรส์ให้กับผู้ชมในช่วงปลายปีนี้

ไม่ว่าจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่อย่างไร แต่เมื่อได้จับอุปกรณ์สร้างสรรค์งานศิลปะ เขายังคงเป็นเด็กชายพัชรพล แดงรัตน์ ที่ตกอยู่ในภาวะค้ำจุนการวาดรูปด้วยอารมณ์สนุกไม่ต่างกับตอนเป็นเด็ก “เวลาวาดรูปเพลินๆ ก็ยังเผลอทำปากแหลมเหมือนตอนเด็กๆ อยู่นะ” เขากล่าว

“เราลองผิดลองถูกมา แต่สิ่งหนึ่งที่เขาไม่เคยหยุดคือวาดรูป เพราะศิลปะคือการเข้าใจตัวเอง เข้าใจจากเหง้าและวัฒนธรรมตัวเอง ทำให้เรามีกระบวนการคิด มีจิตใจที่ละเอียดละไมขึ้น ศิลปะไม่ใช่แค่วัตถุ แต่เป็นความรู้สึก อารมณ์ และรสนิยมของคน”

“ยิ่งได้ไปเจอศิลปินต่างชาติฝีมือดีๆ ที่เต็มที่กับชีวิต และทำการทำงานอย่างหนัก ไม่หลับไม่นอนเพื่อทำงานศิลปะ ยิ่งเป็นแรงผลักดันเชิงบวกให้เราไม่โฟกัสสิ่งอื่น ยิ่งรู้สึกว่าเป็นไปไม่ได้ที่จะทำอะไรมั่วๆ แล้วคาดหวังให้คนอื่นมาชอบ และยิ่งรู้สึกว่าต้องเต็มที่ที่สุดในตอนที่เรากำลังกายเอาจริง”

“ในฐานะที่เราเป็นนักออกแบบ
เจ้าของแบรนด์ และเป็นส่วนหนึ่ง
ของกลไกรธุรกิจที่ต้องผลิตสินค้า
สู่ตลาด เราต้องมีส่วนรับผิดชอบ
ต่อสิ่งแวดล้อมด้วย”



MAD MATTER

PASSION FOR ENVIRONMENT & ECO

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

ILLUSTRATION :
NARONGCHAI CHUYOD

“แต่ละปีมีเสื้อผ้าเก่าถูกทิ้งเป็นขยะฝังกลบถึงประมาณ 20 ล้านตัน ซึ่งต้องใช้เวลาเป็นร้อยๆ ปี กว่าจะย่อยสลายหมด” ธนิสรา โพธิ์นทีโก และปราณิน งามกิจเจริญลาภ บอกเล่าถึงความจริงของเสื้อผ้าตัวโปรดที่เคยแขวนในตู้เสื้อผ้าว่า สุดท้ายกลายเป็นขยะที่สร้างมลพิษให้กับโลก ทำให้เกิดไอเดียสร้างธุรกิจใหม่ให้เสื้อผ้ามือสอง เปลี่ยนเป็นหมวกใบใหม่ดีไซน์เก๋ภายใต้แบรนด์ “Madmatter”

ความหลงใหลในเสื้อผ้ามือสองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว บางชิ้นมีลวดลายและเท็กซ์เจอร์ที่หาไม่ได้จากเสื้อผ้ามือหนึ่ง ทำให้ทั้งคู่ออกเสาะแสวงหาเสื้อผ้ามือสองจากตลาดมือสอง จนรู้ว่าประเทศไทยมีตลาดเสื้อผ้ามือสองเยอะมาก และเกิดเป็นความสงสัยว่าเสื้อผ้าพวกนี้มาจากไหน?

“เราหาข้อมูลจนพบข้อเท็จจริงว่า ประเทศแถบอเมริกา ยุโรป เกาหลี และญี่ปุ่น เป็นประเทศเมืองหนาวที่มี 4 ฤดู ทำให้เขาต้องคอยผลิตเปลี่ยนเสื้อผ้าทุกปี วัฒนธรรมประเทศเขาคือ เมื่อเสื้อผ้าออกไปจากตู้หนึ่งตัว มักหาซื้อเสื้อผ้าใหม่เพิ่มเข้ามาอีกตัว แล้วนำตัวเก่าไปบริจาค เสื้อผ้าที่ไม่ใช้แล้วเหล่านั้นจะถูกส่งมายังประเทศกำลังพัฒนาอย่างบ้านเรา เมื่อปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ จึงกลายเป็นธุรกิจเสื้อผ้ามือสอง”

ถ้าทั้งโลกมีเสื้อผ้าเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ขนาดนี้ แล้วท้ายสุดเสื้อผ้ามันหายไปไหน? เป็นสิ่งที่พวกเขาตั้งคำถามจนนำไปสู่การค้นคว้าเพิ่มเติมจนได้รู้ว่าวัฏจักรสุดท้ายของมันเป็น คือเป็นขยะถูกฝังกลบในกองขยะ ที่ต้องใช้เวลาเป็นร้อยๆ ปีจึงย่อยสลายได้หมด อุตุสภกรกรมแพชั่น นอกจากเป็นอุตุสภกรกรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติมหาศาลแล้ว ยังสร้างมลพิษให้กับโลกด้วย “เรามองว่า ตัวเราน่าจะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดขยะตรงนี้ได้ เสื้อผ้ามือสองจากต่างประเทศส่วนใหญ่ก็ยังอยู่ในสภาพดี ไม่ขาด ไม่เปื่อย ทำให้เกิดไอเดียว่าสุดท้ายยังมีคุณค่าในตัวเหล่านั้น กลับมาสร้างประโยชน์ใหม่ กลายเป็นจุดเริ่มต้นของแบรนด์ Madmatter นั่นเอง”

เสื้อผ้ามือสองถูกคัดสรรแต่ละชิ้นอย่างพิถีพิถัน คัดเลือกสี สีน ลวดลาย และคุณภาพที่ต่อยอดใช้งานได้จริง จากนั้นนำมาเข้ากระบวนการฆ่าเชื้อในโรงงาน ก่อนสร้างสรรคเป็นหมวกที่มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร “โดยเฉลี่ยแล้วเสื้อหนึ่งตัวสามารถทำหมวกได้ 2 - 4 ใบ

แต่บางแพทเทิร์นที่ต้องใช้ผ้าต่อกันหลายชิ้น เสื้อหนึ่งตัวสามารถทำหมวกได้ถึง 10 ใบ แต่ถึงจะใช้ผ้าจากเสื้อตัวเดียวกัน หมวกแต่ละใบของ Madmatter ก็ไม่เหมือนกัน เรียกได้ว่าเป็นหมวกใบเดียวในโลกก็ได้”

ปัจจุบันแบรนด์ Madmatter จำหน่ายทั้งช่องทางออนไลน์ และวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและซื้อปิ่นนำหลายแห่ง อาทิ สยามดิสคัฟเวอรี พารากอน เซ็นทรัลลาดพร้าว ซีโอป Greyhound และ Red Dot Design Museum ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น และในอนาคตยังเตรียมต่อยอดพัฒนาเป็นกระเป๋า และรองเท้าด้วย “ถือเป็นจังหวะดีสำหรับเราด้วย ที่องค์กรและแบรนด์ใหญ่ต่างๆ ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนสินค้า Eco มากขึ้น”

“คนมักมองว่าเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องไกลตัว ทำให้ไม่ต้องผลิตสินค้า Eco เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย ทั้งที่ต้นทุนสูงกว่า ราคาสินค้าแพงกว่า หน้าตาที่ไม่ค่อยดึงดูดลูกค้าสักเท่าไร แต่สำหรับแบรนด์ของเรา เราทำการบ้านว่าโจทย์ของเราคืออะไร และสามารถนำเสนอคุณค่าอะไรให้กับผู้บริโภคได้บ้าง สำหรับเรา Madmatter ชูเรื่องสิ่งแวดล้อมควบคู่กับดีไซน์ด้วย”

“แม้คนที่ไม่รู้เรื่องการรักษาสีสิ่งแวดล้อมก่อน แต่สนใจผลิตภัณฑ์ Madmatter ในเรื่องดีไซน์ ก็สามารถได้รับความรู้เพิ่มเติมว่าผลิตภัณฑ์ของเราดีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างไร ในที่สุดลูกค้าอาจไม่ได้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแค่เรื่องความสวยงามอย่างเดียว แต่เพราะสิ่งแวดล้อมด้วย”

www.madmatterstore.com

SUTTHILUCK NAMLUCK

PASSION FOR CONVENIENCE

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

ILLUSTRATION :
CHATTAYA TIPSIRIPHONG

Longboard หนึ่งในกีฬาสายเอ็กซ์ตรีมตระกูลเดียวกับสเก็ตบอร์ด ที่ทำให้เหล่าคนรักความเร็วและความผาดโผนคลั่งไคล้ ซึ่งในประเทศไทยเองก็มีกลุ่ม URETHANE Longboard ที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2011 เป็นเหมือนคลับแฮสส์สำหรับรวมสาวกคนรักกีฬาตัวนี้ ให้มาเล่นสนุก ออกทริป หรือเริงวัน Longboard ด้วยกัน โดยมีสาวสวยร่างเล็กคนนี้อาศัยเอกลักษณ์ นามลักษณะ หรือฝ้าย เป็นหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งด้วย

จากจากหนึ่งในหนังเรื่อง The Secret Life of Walter Mitty จากที่ทำให้เรารู้สึกตื่นเต้นอยากออกเดินทาง ปลดปล่อยตัวเองให้เป็นอิสระ และโลดโผนเหมือนกับ Mitty พระเอกในเรื่อง จากนั้นเขาใช้บอร์ดหนึ่งอันเป็นพาหนะลื่นไถลด้วยความเร็วลงจากเนินเขาผ่านวิวสวยสุดใจ เป็นตัวอย่างของประสบการณ์สนุกสุดมันที่ได้จาก Longboard “เราเคยรวมกลุ่มกันเป็น 20 คนออกทริปเล่น Longboard แบบ Down Hill โดยลื่นไถลจากบนเขาลงมา เป็นทริปที่ทุกคนสนุกสนานกันมาก อยู่บนเขาตั้งแต่เช้าจนพระอาทิตย์ตก เล่นแบบลื่นหัวกันเลยทีเดียว” สำหรับเธอแล้วกิจกรรม Longboard เป็นจุดเชื่อมสัมพันธ์ของกลุ่มเพื่อนได้ดีมาก

“ย้อนไปเมื่อประมาณ 6 ปีที่แล้ว ฝ้ายเดินทางไปเที่ยวภูเก็ตโดยตั้งใจว่าจะไปเล่นเซิร์ฟ แต่พอไปถึงกลับไม่มีคลื่นเลย ทำให้เล่นเซิร์ฟไม่ได้ แฟนเลยจับหัดให้เล่น Longboard จริงๆ แล้วในต่างประเทศ ช่วงฤดูที่ไม่มีคลื่น เขาก็เล่น Longboard แทน ซึ่งเทคนิคคล้ายๆ กัน แตกต่างกันที่เราเล่น Longboard ที่ไหนก็ได้ ฝ้ายเลยกลายเป็นผู้หญิงที่เริ่มมาจับ Longboard ก่อนใครในช่วงที่กระแส Longboard เพิ่งเริ่มเข้ามาในประเทศไทยคะ และตอนนี้ก็เปิดร้านขาย Longboard ที่พัทยาด้วย”

เธอมองว่า Longboard เป็นอีกหนึ่งกีฬาที่ผู้หญิงสามารถเล่นได้ไม่ยาก “ส่วนใหญ่

80% ของคนที่ไม่เคยมีพื้นฐานการเล่นบอร์ดมาก่อน มักเริ่มหัดจาก Longboard ก่อน เพราะไม่ต้องกระโดดหรือเล่นท่าผาดโผนมาก ทำให้ผู้หญิงเล่นกันเยอะ และมีความเป็นแฟชั่นด้วย แถมได้ออกกำลังกายในตัว บางคนคิดว่าก็แค่ไถ Longboard ไป ไม่ได้ออกกำลังกายอะไรหรอก จริงๆ ไม่ใช่เลย เราต้องเกร็งขาบนบอร์ดตลอดเพื่อคุมทิศทางและใช้ขาอีกข้างไถส่งแรงบอร์ดให้วิ่งไปข้างหน้าได้”

“มันเป็นกีฬาที่เราสามารถเล่นได้ทุกที่ หรือจะใช้เป็นพาหนะก็ได้ สำหรับฝ้ายนั้นเล่นสายชิลมากกว่า เช่น ไถเดินทางออกไปข้างนอกในละแวกบ้าน หรืออาจจัดทริปเที่ยวรอบเมืองกับกลุ่มเพื่อนไถ Longboard จากแถวสยามฯ ไปลานพระรูปทรงม้า ถึงเสาชิงช้า เป็นต้น สำหรับผู้ชายอาจจะชอบสาย Down Hill ซึ่งอย่างนั้นต้องสวมใส่อุปกรณ์ครบชุดเพื่อความปลอดภัย ทั้งหมดนี้นั่นคือ สนับเซ้า และสนับเข่า เพราะความเร็วเวลาไถลงจากเนินเขา ลงมานั้นเร็วมาก และเราไม่สามารถเหยียบเบรกได้เหมือนรถ ฉะนั้นคนที่จะเล่นผาดโผนมากต้องฝึกทักษะให้พร้อมก่อนคะ”

“Longboard ไม่ใช่แค่กีฬาที่ทำให้เราได้ออกกำลังกาย แต่ทำให้เราได้รู้จักเพื่อนในหลากหลายอาชีพ ได้มิตรภาพและสังคมใหม่ๆ บางครั้งสนุกมากจนลืมกินข้าวเลยก็มีคะ”

“สิ่งที่ชอบที่สุดของการเล่น Longboard ไม่ใช่แค่ความสุข แต่มันนำไปสู่การเดินทางท่องเที่ยว และการรวมกลุ่มเพื่อน นั่นแหละที่สนุก”

“แบ่งเวลาให้เป็น เรียงเวลาทำเรื่อง
ดีๆ ให้ตัวเองบ้าง คนเราไม่จำเป็นต้องทำอะไรด้านเดียว ทำอะไรหลายๆ
อย่าง ชีวิตน่าจะมีอะไรสนุกกว่า”

CH Aidan Tiamsai

PASSION FOR LIFE BALANCE

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

ILLUSTRATION :
WACHIRA SINGHAPHAN PARK

ความจริงของชีวิตคนทำงานสายครีเอทีฟ คือ สมองชิกงวาส่วนสร้างสรรค์ต้องเดินเครื่องอย่างหนัก ชั่วโมงทำงานสามารถลากยาวตั้งแต่เช้าถึงดึกดื่น ปฏิทินวันพักผ่อนอาจเปลี่ยนเป็นวันทำงานได้ตลอดเวลา ชายแดน เกียบไสย์ หรือคุณแตก Creative Group Head ของบริษัทโฆษณาแห่งหนึ่งก็ต้องเผชิญชีวิตรูปแบบนี้ แต่เขามีหลักอยู่ว่า เมื่อใส่กี๋รเดินหน้าทำงานเต็มที่ที่สุดแล้ว ชีวิตด้านอื่นก็ต้องสนุกเต็มที่ด้วย

“งานของผมคือคิดงานโฆษณา คิดคำ เขียนสคริปต์ และไดอะล็อกต่างๆ ซึ่งงานสายนี้ไม่มีเทคก่อนข้างเยอะ และเครียดตรงที่เราจะทำอย่างไรให้ลูกค้าซื้อสิ่งที่เราคิด และสิ่งที่เราเขียน ไหนจะต้องคิดงานหาไอเดียใหม่มาขายลูกค้าอีก ขายไม่ผ่านรอบแรก-รอบสอง-รอบสามก็มี ความเครียดก็สะสมทับถมกันมาเรื่อยๆ บางทีแค่ลูกค้าไม่ซื้อไอเดียอันเดียวเราก็เครียดแล้ว ซึ่งเป็นบ่อยครับ แถมนงานสายโฆษณาไม่ได้มีเวลาเบ๊ๆ ว่าต้องเลิกงานกี่โมง เลิกดึกๆ ดื่นๆ ก็มี บางทีเสาร์อาทิตย์ก็ต้องทำงาน แต่ผมพยายามสนุกกับมัน ทำให้เต็มที่ รับผิดชอบหน้าที่ให้ดีที่สุด และทำให้ผลงานออกมาดี”

“ผมเป็นคนใช้ชีวิตค่อนข้างเยอะเหมือนกัน ไหนจะทำงาน ไหนจะปาร์ตี้ด้วย เพราะมีเพื่อนค่อนข้างเยอะและหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มก็จะมีไลฟ์สไตล์ต่างกันโดยสิ้นเชิง ซึ่งเวลาอยู่กับเพื่อนผมก็สนุกเต็มที่ สุดคือสุด”

จะทำอย่างไรให้ชีวิตสมดุลทั้ง Live, Play และ Work? สำหรับหนุ่มคนนี้ มีตั้งแต่ลงมือวาดรูปช่วยบำบัดความเครียด และวิ่งออกกำลังกาย “เวลาวาดรูปหนึ่งรูป คล้ายกับการนั่งสมาธิ มันคือการบังคับใจเราให้มีสมาธิ ต้องจดจ่อกับมันมากเหมือนกัน ทำให้ลืมเรื่องเครียดๆ ไปได้บ้าง และเป็นคนชอบออกกำลังกายมาตั้งแต่เด็ก เคยเป็นนักกีฬามาก่อน เลยเริ่มหันมาวิ่งออกกำลังกายจริงจังได้ปีครึ่งแล้ว เพราะเห็นเพื่อนไปวิ่งตามงานวิ่งเลยอยากลองบ้าง อยากรู้ว่าวิ่งลึกลับมันเป็นไง”

“ปรากฏสมัครวิ่งงานแรกนี้แทบบ้า คือเรารู้สึกว่า 10 กิโลเมตรที่ลงสมัครไปมันไกลมาก แต่สุดท้ายก็วิ่งจบ จำได้ว่าเดินไปเยอะเหมือนกัน (หัวเราะ) หลังๆ เริ่มตั้งใจ เริ่มวิ่งบ่อยขึ้น เริ่มมีเพื่อนวิ่งเยอะขึ้น รู้สึกว่าสุขภาพดีขึ้น แล้วเริ่มเพิ่มระยะทางวิ่งเยอะขึ้น จนตอนนี้วิ่งจบมาหลายฟูลมาราธอนแล้วครับ”

“เวลาวิ่งมันเหมือนเราได้ระบายอารมณ์ไปในตัวครับ มันเหนื่อยนะ แต่มันทำให้เรารู้สึกดี รู้สึกว่าได้ลืมเรื่องเครียดๆ เพราะตอนวิ่งเราจะไม่คิดอะไรเลย นอกจาก ‘เหนื่อยวะ’ ‘ไม่ไหววะ’ ‘เดินมั้ย?’ ‘พอมั้ย?’ ‘เลิกเหอะ’ ฯลฯ คือเลิกเครียดเรื่องที่คิดมาก แต่หันมาจดจ่อเรื่องวิ่งแทน (หัวเราะ) ตอนนั้นก็ชอบไปวิ่งที่สวนรถไฟกับสวนจตุจักรที่ใกล้บ้าน ไม่ก็สวนสวนลุมฯ ใกล้ออฟฟิศครับ วันไหนเสร็จงานเร็ว ก็เจียดเวลาไปวิ่งสวนลุมฯ สักชั่วโมง หลังจากนั้นอยากทำอะไรทำ ปาร์ตี้อะไรก็ว่ากันไป เสาร์อาทิตย์ก็พักผ่อน แบ่งเวลาให้เป็น และใช้เวลากับสิ่งที่อยากทำ”

“ออกกำลังกายก็ได้ทั้งเรื่องของสุขภาพ และทำให้เราได้อยู่กับตัวเอง ได้ขำเล่นของตัวเอง ชื่นใจตัวเอง ซึ่งบางทีมันช่วยสร้างสมาธิให้เราโดยไม่รู้ตัว”

ชีวิตที่ไม่ได้มีแค่ด้านเดียว ใคว่าคนเราเต็มที่กับทุกอย่างไม่ได้ ทำงานให้เต็มที่ ปาร์ตี้สนุกสนานให้สุด และออกกำลังกายให้เหงื่อไหลเหมือนอย่างหนุ่มอารมณ์ดีคนนี้ดูสิ

OCCUPATION



LETTER LAND

LAND OF EVERYDAY UNIQUE

PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

หากมีใครสามารถมองเห็นจินตนาการและความคิดของคนได้ เราคงเห็นมวลความคิดสร้างสรรค์ของผู้คนลอยฟุ้งอยู่บนอากาศเต็มไปหมด แต่มีสักที่เปอร์เซ็นต์ที่เฝ้ามองบรรเจิดเหล่านั้น ถูกสร้างให้เกิดขึ้นจริง แต่สองหนุ่มสาวหัวสมัยใหม่อย่าง เอ้อมฤทธิ จิรวัดมนเกษตร (เอ) และจิรัชญ์ พลอยเจิง (ต่าย) จะไม่ปล่อยให้ความคิดดีๆ ต้องลอยคว้างแล้วหายไป พร้อมก่อตั้งแบรนด์ Letter Land ขึ้น

Letter Lamp โคมไฟสไตล์มินิมอลที่ดีไซน์รูปทรงเป็นตัวอักษร A-Z คือโปรดักส์คอลเลคชั่นแรกของ Letter Land ที่มีคุณเอ สาวกราฟิกดีไซน์เนอร์เป็นผู้ออกแบบ ส่วนหนุ่มสายมาร์เก็ตติ้งอย่างคุณต่าย คอยดูแลด้านการตลาด เป็นส่วนผสมลงตัวสำหรับธุรกิจ Start-up เล็กๆ “เริ่มจากเราทำโคมไฟขึ้นใช้เอง แต่เมื่อทำออกมาแล้วเห็นความเป็นไปได้ในตลาด เพราะยังไม่มีโปรดักส์หน้าตาแบบนี้ เลยเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างแบรนด์ขึ้น แต่กว่าจะทำออกมาเป็นรูปเป็นร่างพร้อมสู่ตลาดได้นั้น เราต้องทดลองและลองผิดลองถูกกันเยอะเหมือนกัน”

คุณเอและคุณต่ายต้องเสาะแสวงหาแหล่งวัสดุคุณภาพที่สเปกตรงกับดีไซน์ที่ต้องการ รวมทั้งโรงงานผลิตที่ฝีมือต้องเนียบแบบ Well-Craft “ถึงแม้ดีไซน์เรียบง่าย แต่เป็นงานที่ต้องใช้ความ

ละเอียดค่อนข้างมาก เพื่อคุณภาพและตลาด เราเลยกำหนดให้มีสีและไซส์เดียวก่อนโดยวัสดุทำจากอะคริลิกและโลหะ ในอนาคตอาจเพิ่มดีไซน์หรือไซส์ให้ลูกค้าเลือกหลากหลายขึ้น”

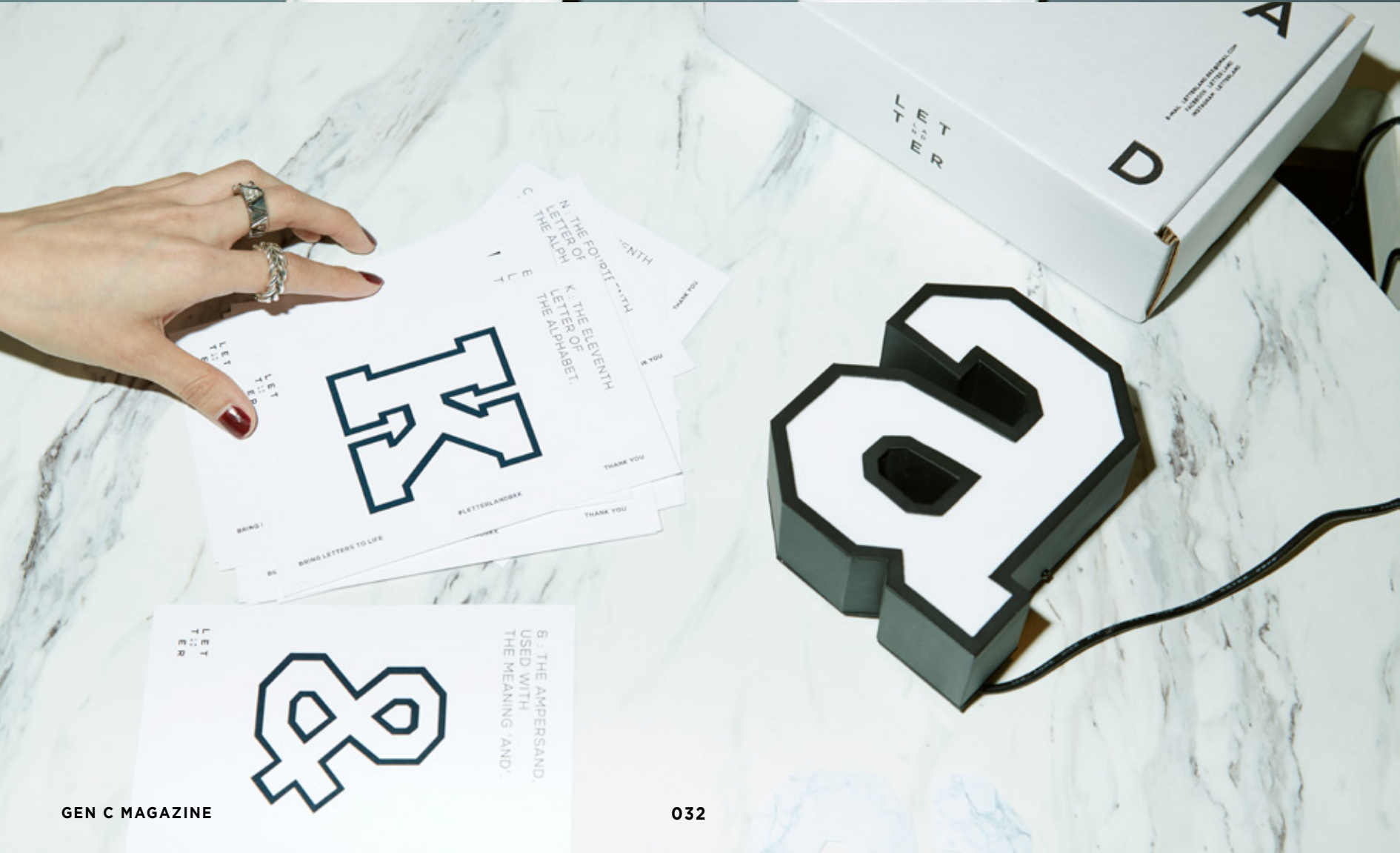
“เราอยากให้ Letter Land เป็นแบรนด์สินค้าไลฟ์สไตล์ที่เข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของคนได้ทุกที่ ไม่ว่าจะเป็นโคมไฟในบ้าน หรือแผ่นน้ำหอมปรับอากาศในรถ ที่จะออกเป็นโปรดักส์ใหม่ของเรากับราคาที่เราตั้งใจได้ง่ายขึ้น เพราะเราอยากให้สินค้าเข้าไปอยู่รอบตัวผู้บริโภคได้มากขึ้น แต่ยังคงคอนเซ็ปต์ความเป็น Letter Land ที่เล่นกับตัวอักษร กับดีไซน์สวยเรียบมีสไตล์ และมีฟังก์ชัน”

กลุ่มเป้าหมายของ Letter Land คือกลุ่มคนสมัยใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชัดเจน และเลือกสินค้าโดยให้ความสำคัญกับเรื่องของดีไซน์ด้วย “อย่างเราชอบสินค้าดีไซน์เรียบและโทนสีเรียบๆ ที่อยู่กับเราได้นาน และใช้งานได้ดี จากตัวตนของเราเองเลยสะท้อนไปถึงแบรนด์ที่ทำได้ด้วย”

“ต่ายเป็นคนที่มีโปรเจกต์ในหัวเยอะมาก แต่เป็นพวกชอบคิดแล้วไม่ทำ ส่วนเอะจะลงมือทำเลย ทำให้อยู่ด้วยกันแล้วเหมาะเจาะลงตัว หลายครั้งที่เราปล่อยโอกาสดีๆ ให้หลุดลอยไปเป็นของคนอื่น เพราะความขี้เกียจ ความกลัว หรืออะไรก็แล้วแต่”

“ดังนั้นขอให้คิด และลงมือทำกันเถอะครับ”

Instagram : Letterland



A BRILLIANT SNAP



INK WARUNTORN

วรินทร์ เปานิล หรืออิงค์ ศิลปินดาวรุ่งที่ถูกเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลนักแสดงหญิงยอดเยี่ยมหลายรางวัล อาทิ สตาร์พิคส์ไทยอวอร์ด และรางวัลสาขา “นักแสดงดาวรุ่งยอดเยี่ยม” จาก Asian Film Awards ครั้งที่ 13 ซึ่งเทียบได้กับรางวัลออสการ์ของเอเชีย จากผลงานแสดงครั้งแรก! ในภาพยนตร์เรื่อง “Snap แค...ได้คิดถึง” ของผู้กำกับคงเดช จาตุรันต์รัศมี ในขณะเดียวกัน เสียงร้องหวานๆ ของเธอกับดนตรีฟังสบายในซิงเกิ้ลเพลงแรก “เหงา เหงา” ก็ทำให้เราเปิดเพลงเดิมฟังวนซ้ำแล้วซ้ำเล่าได้เหมือนโดนสะกด

“จำความได้ว่าตอนเด็กๆ ชอบร้องเพลงในรถกับคุณพ่อทุกเช้าตอนเดินทางไปโรงเรียน แล้วอิงค์ร้องเพลงตรงเคีย และจำเนื้อได้ คุณพ่อสงสัยบอกว่าอิงค์ชอบร้องเพลง เลยส่งให้ไปเรียนร้องเพลง พอได้เรียนยิ่งสนุก และทำให้เริ่มจริงจังกับการร้องเพลงมากขึ้น แต่นอกจากเรียนร้องเพลงแล้วยังเรียนรำและเต้นเหมือนเด็กทั่วไป แต่ปรากฏว่าสิ่งที่อยู่กับเรามาถึงทุกวันนี้ได้คือร้องเพลงค่ะ”

จริงๆ แล้วสาวสวยคนนี้เข้าวงการครั้งแรกเมื่อตอนอายุ 14 ในฐานะสมาชิกเกิร์ลกรุ๊ปวัยใสแห่ง Chilli White Choc ก่อนจะลาออกมาเพื่อทุ่มเวลาให้กับการเรียนเต็มตัวขึ้น ตั้งแต่เด็กจนถึงจบปริญญาตรี อิงค์เลือกเรียนด้านดนตรีมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นเลือกเรียนแผนดนตรีด้านดุริยางคศิลป์ตะวันตกที่โรงเรียนและต่อปริญญาตรีที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชาดุริยางคศิลป์ “เคยถามตัวเองว่าจะอยู่กับอะไรได้ตลอดชีวิต คำตอบคือดนตรีเลยเริ่มต้นปูพื้นฐานตั้งแต่ต้นเลย ไม่อยากเรียนสายอื่น เพราะรู้สึกว่าคุณดนตรีเป็นสิ่งที่อยู่กับเราได้จริงๆ ครอบครัวก็สนับสนุนให้ได้เรียนในสิ่งที่อยากเรียนค่ะ”

“อิงค์เรียนตั้งแต่ทักษะการร้องเพลง เรื่องของทฤษฎี และลงลึกทุกองค์ประกอบของดนตรี เมื่อเข้ามหาวิทยาลัยได้เรียนรู้เกี่ยวกับดนตรีคลาสสิก ซึ่งเป็นพื้นฐานของดนตรีทุกแขนง เป็นอีกมุมที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน ใช้เทคนิคการร้องที่แตกต่าง

จากดนตรีป๊อป แต่ในขณะเดียวกันก็ยังไม่ทิ้งดนตรีป๊อปค่ะ”

“อิงค์ร้องเพลงได้ทุกแนว เพราะชอบเรียนรู้เทคนิคการร้องที่แตกต่างกันของคนตรีแต่ละแนว ส่วนตัวเป็นคนชอบฟังเพลงเยอะมาก แต่ตอนนี้กำลังอินกับแนว Electronic และ Synth Pop อยู่ค่ะ”

ทำให้ซิงเกิ้ลแรกในนามศิลปิน Ink Waruntorn ชื่อเพลง “เหงา เหงา (INSOMNIA)” สังกัด BOXX MUSIC ออกมาในสไตล์เพลง Synth Pop ที่ใช้ Electronic Sound มาสร้างจังหวะดนตรีเก๋ๆ คู่กับเสียงร้องหวานฟังสบายของเธอ โดยอิงค์ก็ยังจับเปียโนเล่นดนตรีอินโทรเองด้วย

“ทำเพลงๆ หนึ่ง อิงค์และพี่ในค่ายเริ่มจากศูนย์พร้อมกัน นั่งคุยกัน และเริ่มไปด้วยกันว่าอยากได้แบบไหน อย่างแนวเพลงอิงค์เป็นคนเลือก สำหรับเพลง ‘เหงา เหงา’ เนื้อหาที่มาจากอิงค์ ที่บางโมเมนต์คิดถึงใครสักคน เวลาไปที่ไหนหรือเจอสิ่งของบางอย่าง ก็จะคิดขึ้นมาว่าเราจะคิดถึงเราบ้างมั๊ย เพลงก็จะมาจากตัวตนความเป็นอิงค์ด้วย แต่อิงค์เหงาสุดได้แค่นี้แหละ ไม่ใช่เศร้าร้องให้พุ่มพวย หรือสุขก็สุขประมาณนั้นะ”

ส่วนซิงเกิ้ลเพลงใหม่ล่าสุด “SNAP” ยังคงเป็นแนวเพลง Synth Pop แต่ดนตรีจัดจ้าน และมีจังหวะเร็วขึ้น เท็กเจอร์ของดนตรีลึกซึ้งขึ้น โดยเธอเองก็มีส่วนร่วมทำดนตรีเยอะขึ้นด้วย “ยังเป็นเพลงที่ฟังง่าย ดิดู และร้องตามง่ายเหมือนเดิม เนื้อเพลงบอกเล่าถึงการแอบชอบใครคนหนึ่งมาก แต่รู้ว่าเป็นไปไม่ได้ เมื่อมีโอกาสได้ใกล้กัน ทำให้เรายากหยุดเวลาไว้ เป็นเพลงแนวคิดบวกเหมือนเดิมค่ะ”

“ต่อให้ทำเพลงแล้วไม่ประสบความสำเร็จ ก็ไม่ได้หมายความว่าอิงค์จะไม่ชอบร้องเพลง หรือเลิกร้องเพลงได้ เพราะมันเป็นชีวิตของอิงค์ไปแล้วค่ะ เราทำมันทุกวันจนกลายเป็นกิจวัตร ไม่ว่าจะร้องเพลงจริงจังหรือร้องเล่นๆ อิงค์มีความสุขที่ได้ทำมันจริงๆ ค่ะ”



PHOTOGRAPHER:
BINN BUEMUANCHOL

WRITER:
M. RUJIRA

ILLUSTRATION :
CHANIDSARA THONGMA

AMC NEWS



วันดีดี กับ AMC โครงการไอดีโอ โมบี จรัญ อินเทอร์เน็ต

“วันดีดี กับ AMC โครงการไอดีโอ โมบี จรัญ อินเทอร์เน็ต” เชิญลูกบ้านร่วมงานทำบุญ ฟังพระธรรมเทศนาจากพระมหาสมปอง ตาลปุตโต วัดสร้อยทอง (พระอารามหลวง) พร้อมร่วมถวายสังฆทานและถวายเพลพระภิกษุสงฆ์ 9 รูป งานจัดขึ้นเพื่อต้อนรับสมาชิก Ananda Member Club (AMC) เข้าสู่บ้านหลังใหม่อย่างอบอุ่น สำหรับลูกบ้านโครงการไอดีโอ โมบี จรัญ อินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ ซึ่งภายในงานนอกจากจะเต็มไปด้วยพระธรรมเทศนาแล้ว ลูกบ้าน AMC ยังได้ร่วมกิจกรรมตรวจสุขภาพฟรีกับโรงพยาบาลพญาไท 3 พร้อมรับของที่ระลึกและข้อปึงสินค้าราคาพิเศษกับบูธสิ่งของออนไลน์อีกด้วย



AMC UNIO Pre-sales

UNIO Condo เปิดตัว Pre-Sales โครงการใหม่ 2 โครงการ 2 ท่าเล UNIO คอนโด สุขุมวิท 72 และ พระราม 2 – ท่าข้าม เพื่อมอบสิทธิพิเศษให้ลูกค้าสมาชิก Ananda Member Club (AMC) ในการเลือกจองซื้อ พร้อมรับส่วนลดก่อนใคร ซึ่งภาพบรรยากาศในวันเปิดจองวันแรกคึกคักอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี พร้อมมอบสิทธิผู้โชคดีจับสลากห้รางวัลพิเศษเพียง 950,000 บาท



AMC Arden The Exclusive Welcome Dinner

เมื่อวันที่ 24 มิ.ย.59 ที่ผ่านมา บริษัทอนันดาฯ ได้จัดงาน “AMC Arden The Exclusive Welcome Dinner” เพื่อเป็นการต้อนรับและขอบคุณลูกค้าค่านสำคัญโครงการ Arden ทั้ง 3 โครงการ คือ อาร์เด็น พระราม 3 , อาร์เด็น ลาดพร้าว 71 และอาร์เด็นพัฒนาการ ที่ให้การสนับสนุนบริษัทอนันดาฯ อย่างดีมาโดยตลอด โดยได้จัดสรรกิจกรรมสิทธิพิเศษต่างๆ พร้อมทั้งเมนูอาหารพิเศษ

จากฝีมือของเชฟมากประสบการณ์กว่า 40 ปี เชฟวิชิต มุกระ พร้อมพิงบทเพลงไพเราะ จากคุณตึก วิยะดา โสมากุล ณ นคร และพบกับพิธีกรสาวสวยอารมณ์ดี ไดอานา จงจินตนาการ ซึ่งภายในงานเต็มไปด้วยบรรยากาศความอบอุ่นและเป็นกันเองอย่างน่าประทับใจ



อนันดาฯ จัดแคมเปญ “LIVE NOW by Ananda อยู่เลย...ชีวิตไม่ต้องรอ” ฟรี! ทุกรายการ ต่อทุกมาตรการรัฐ

คุณพงษ์พันธ์ สุขเกษม ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายการตลาด บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้นำตลาดคอนโดมิเนียมติดรถไฟฟ้า จัดแคมเปญสุดพิเศษ “LIVE NOW by Ananda อยู่เลย...ชีวิตไม่ต้องรอ” กับ 10 โครงการ พร้อมอยู่ ได้แก่ 3 คอนโดมิเนียมคุณภาพ ไอเดีย สกทร-ท่าพระ, ไอเดีย วุฒากาศ และไอเดีย โมบี จรัญ-อินเทอร์เน็ต พร้อมด้วย 4 โครงการบ้านเดี่ยวพร้อมอยู่บ้านเลคดียภาพใกล้สนามบึงสุวรรณภูมิ เอโกล จาวา เบย์ (บางนา-กิ่งแก้ว), เอโกล บาทลี บีช (อ่อนนุช-ลาดกระบัง) และเอโกล ไวกิกิ ซอร์ (พระราม 9-มอเตอรไทย์) เอโกล มัลดีฟส์ บีช และ 3 โครงการทาวน์โฮมนิยามใหม่ รองรับทุกจินตนาการ ภายใต้แบรนด์ “อาร์เด็น” ใน 3 ท่าเลยอดนิยม “พระราม 3 – พัฒนาการ 20- ลาดพร้าว 71” ในราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 1.9 – 12.8 ล้านบาท พร้อมรับข้อเสนอพิเศษ ฟรี! ทุกรายการ ต่อทุกมาตรการรัฐ เฉพาะโครงการที่ร่วมรายการฯ พร้อมรับส่วนลดของแถมสูงสุดกว่า 800,000 บาท

(เฉพาะบ้านเดี่ยว) และสำหรับลูกค้าที่ลงทะเบียนผ่าน Website และมาจองที่โครงการจะได้รับส่วนลดเพิ่มอีก 20,000 บาท ตั้งแต่บัดนี้ถึง 30 มิ.ย. นี้เท่านั้น สามารถเข้าเยี่ยมชมโครงการได้ที่ Sales Gallery ทั้ง 10 โครงการ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ 02-316-2222 หรือ www.ananda.co.th

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ
ที่ปรึกษาฝ่ายประชาสัมพันธ์ นันทพร บุญหลง, สมฤทัย ผลพะ
บริษัท สยาม พรีอาร์ท คอนซิลแทนท์ จำกัด โทร. 02-693-7835-8 ต่อ 20, 22

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
คุณกุลนรี มีแก้ว (มีนท) ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายประชาสัมพันธ์
Email : kulnaree@ananda.co.th โทร : 02-697-3300 ต่อ 3208



อนันดาฯ จัดโปรแรงสุดฮอต “UNIO Friend Get Friend รับทั้งเงิน ลุ้นทั้งทอง”

คุณสุริ ศิริจารรัตน์ ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่อาวุโสฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์และวิจัการตลาด บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้นำตลาดคอนโดมิเนียมติดรถไฟฟ้า พร้อมด้วยคุณสุทธิชัย ศรีรัตนวงศ์ บริษัท เฮลิกซ์ จำกัด (บริษัทในเครือ บมจ.อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์) มอบสร้อยคอทองคำมูลค่ากว่า 200,000 บาทให้กับสมาชิก AMC (Ananda Member Club) ที่มียอดการแนะนำสูงสุด 5 อันดับแรก จากแคมเปญ “UNIO Friend Get Friend : รับทั้งเงิน ลุ้นทั้งทอง” กับโชค 2 ต่อ โชคต่อที่ 1 เพียงแนะนำเพื่อนมาจองซื้อ ยูนิโอ คอนโดฯ ในระหว่างวันที่ 16 ก.ค. – 31 ต.ค. 58 รับทันทีเช็คเงินสด มูลค่า 5,000 บาท พร้อมลุ้นโชคต่อที่ 2 รับสิทธิ์ลุ้นรับสร้อยคอทองคำหนักสูงสุด 5 บาททันที โดยอันดับที่ 1 รับสร้อยคอทองคำหนัก 5 บาท อันดับที่ 2 รับสร้อยคอทองคำหนัก 2 บาท ขณะที่อันดับที่ 3-5 รับสร้อยคอทองคำหนัก 1 บาท 3 รางวัล



ไอคอนิก คลินิก (Iconic Clinic)

ต่อที่ 1 รับสิทธิ์ทดลองบริการฟรี 1 ครั้ง/1 ท่าน มูลค่าสูงสุด 10,000 บาท ต่อที่ 2 รับสิทธิ์ส่วนลดพิเศษ 20% สำหรับเปิดคอร์สฟรี 1 เดือนและเลเซอร์ และส่วนลดค่ายาหรือเวชสำอางค์ 5% จากราคาปกติ
วันนี้ - 31 ธันวาคม 2559



Springfield @ Sea Resort & Spa

- ส่วนลดค่าห้องพัก 40% จากราคาปกติ (พร้อมอาหารเช้าสำหรับ 2 ท่าน)
- ส่วนลดค่าอาหาร 10% ที่ห้องอาหาร Gourmet @ Sea และ Aqua Bar and Grill @ Sea
- ส่วนลดค่าเครื่องดื่ม 10% ที่ร้าน Coffee @ Sea



Springfield Village Golf & Spa

- ส่วนลดค่าห้องพัก 40% จากราคาปกติ (พร้อมอาหารเช้าสำหรับ 2 ท่าน)
- ส่วนลดค่าอาหาร 10% ที่ห้องอาหาร Bird of Paradise, Bosco the Restaurant
วันนี้ - 31 ธันวาคม 2559
*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด



อนันดาฯ พร้อมเปิด “ไอดีโอ โมบี วงศ์สว่าง อินเทอร์เน็ต” ชูคอนเซ็ปต์ “1 STEP AHEAD – เชื่อมต่อทุกมิติ”

คุณวิไล กับปิยจรรยา กรรมการผู้จัดการ สายงานธุรกิจคอนโดมิเนียม (คนกลาง) พร้อมด้วยคุณพงษ์พันธ์ สุขเกษม ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายการตลาด (ที่ 2 จากขวา) และคุณอมรรัตน์ บุญสอน Head of Business Unit (IDEO Mobi) (ที่ 2 จากซ้าย) บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้นำตลาดคอนโดมิเนียมติดรถไฟฟ้า นำโครงการสุดฮอตทำเลทองในอนาคต “ไอดีโอ โมบี วงศ์สว่าง อินเทอร์เน็ต” คอนโดฯ พร้อมอยู่ พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และความรู้สึที่เป็นส่วนตัวสูง ในคอนเซ็ปต์ “1 STEP AHEAD – เชื่อมต่อทุกมิติ เพียงหนึ่งก้าว ทุกความสมบูรณ์แบบอยู่ในมือของคุณ” พบกับความเหนือกว่า 4 ระดับ “ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าบางซื่อเพียง 1 ก้าว – เพื่อการลงทุนที่คุ้มค่า - ดีไซน์และ Facilities ที่ครบครัน - เียบพร้อมด้วยระบบรักษาความปลอดภัยอย่างสูงสุด” จัดไปโมชั่นมอบส่วนลดสูงสุดกว่า “ครึ่งล้าน” พร้อมฟรีเงินคาวนและเงินจอง + ทำสัญญา เพียง 50,000 บาท และผ่อน 0% นาน 10 เดือน สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่เข้าร่วมงานเปิดตัวโครงการครั้งแรก ในวันที่ 2-3 กรกฎาคม 2559 นี้ สามารถเข้าเยี่ยมชมโครงการได้ที่ Sales Gallery โครงการไอดีโอ โมบี วงศ์สว่าง อินเทอร์เน็ต หรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ 02-316-2222 หรือ www.ananda.co.th

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ
ที่ปรึกษาฝ่ายประชาสัมพันธ์ นันทพร บุญหลง, สมฤทัย ผลพะ
บริษัท สยาม พรีอาร์ท คอนซิลแทนท์ จำกัด โทร. 02-693-7835-8 ต่อ 20, 22

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
คุณกุลนรี มีแก้ว (มีนท) ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายประชาสัมพันธ์
Email : kulnaree@ananda.co.th โทร : 02-697-3300 ต่อ 3208
คุณเขมรัตน์ บุญหล่อสุวรรณ (ภา) ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ Email : khemmarut@ananda.co.th



อนันดาฯ ปลุก Passion คนเมือง ผ่าน Corporate Campaign ครั้งแรกเปิดตัว Online Film ชุด #LIVEWITHPASSION

คุณชานนท์ เรืองกฤตยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้นำตลาดคอนโดมิเนียมติดรถไฟฟ้า ประกาศตัวตน ANANDA ผ่านแนวคิด “PASSION” ที่มาจากการไม่เคยหยุดหามุมมองใหม่ๆ และพัฒนาตัวเองในด้านต่างๆ ให้สามารถตอบโจทย์ชีวิตคนเมือง นำไปสู่เป้าหมายในการพัฒนาทุกโครงการของเราให้สามารถเป็น Urban Living Solutions ได้อย่างแท้จริง เพื่อให้ทุกคนได้ #LIVEWITHPASSION ใช้ชีวิตได้อย่างเต็มที่ในทางของตัวเอง พร้อมเปิดตัว Online Film ชุด “#LIVEWITHPASSION” ที่จะช่วยจุดพลัง และแรงบันดาลใจในการก้าวสู่จุดหมายให้กับคนเมือง ให้กล้าทำตาม Passion ของตัวเอง เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายของชีวิตเปลี่ยนจากสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ให้เป็นไปได้...

ติดตามชมและแชร์ได้ที่ <https://youtu.be/kQKHv8MQPI> ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป กับ Campaign #LIVEWITHPASSION ANANDA : Urban Living Solutions

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ
ที่ปรึกษาฝ่ายประชาสัมพันธ์ นันทพร บุญหลง, สมฤทัย ผลพะ
บริษัท สยาม พรีอาร์ท คอนซิลแทนท์ จำกัด โทร. 02-693-7835-8 ต่อ 20, 22

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
คุณกุลนรี มีแก้ว (มีนท) ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายประชาสัมพันธ์
Email : kulnaree@ananda.co.th โทร : 02-697-3300 ต่อ 3208
คุณเขมรัตน์ บุญหล่อสุวรรณ (ภา) ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ Email : khemmarut@ananda.co.th



ANANDA | URBAN LIVING SOLUTIONS

ที่อยู่อาศัยตอบโจทย์ชีวิตคนเมือง

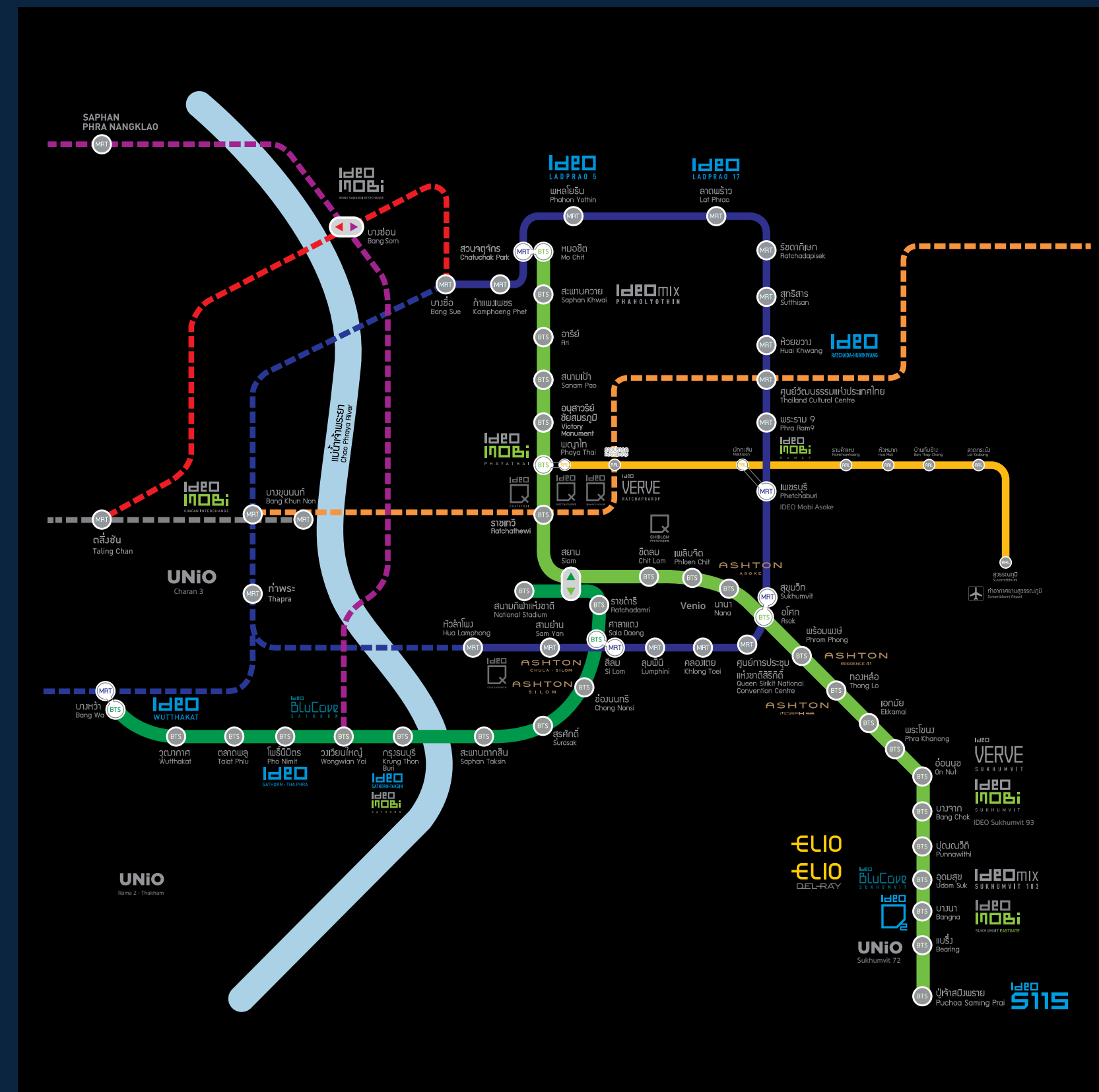
#LIVELWITH
PASSION

ASHTON



ANANDA.CO.TH
02 316 2222

ANANDA DEVELOPMENT



DIRECTORY

72 COURTYARD

335/1 สุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ 17)
แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา
กทม. 10110
เปิดทุกวัน เวลา 8.00 - 00.00 น.
โทร. 089-152-2677

IF I WERE A CARPENTER

ปรีดิพนมยงค์ 42 แยก 12 สุขุมวิท 71
แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา
กทม. 10110
โทร. 083-929-2822
E-mail : iwereacarpenterstudio@gmail.com

