

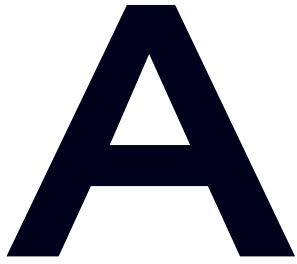
THE COLOR OF THOUGHTFUL LIVING



TOA COLOR TRENDS 2022

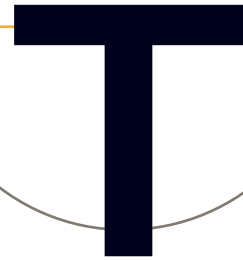


THE COLOR CURATORS



**AYUTT
MAHASOM**

AYUTT AND ASSOCIATES DESIGN (AAD)



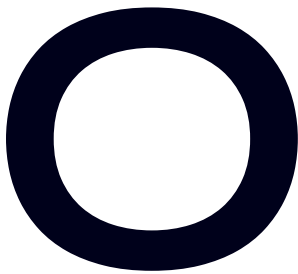
**TONKAO
PANIN**

RESEARCH STUDIO PANIN



**PHAITHAYA
BANCHAKITIKUN**

ATOM DESIGN



ONION



SIRIYOT CHAIAMNUAY



ARISARA CHAKTRANON



**HAS DESIGN
AND RESEARCH**



JENCHIEH HUNG

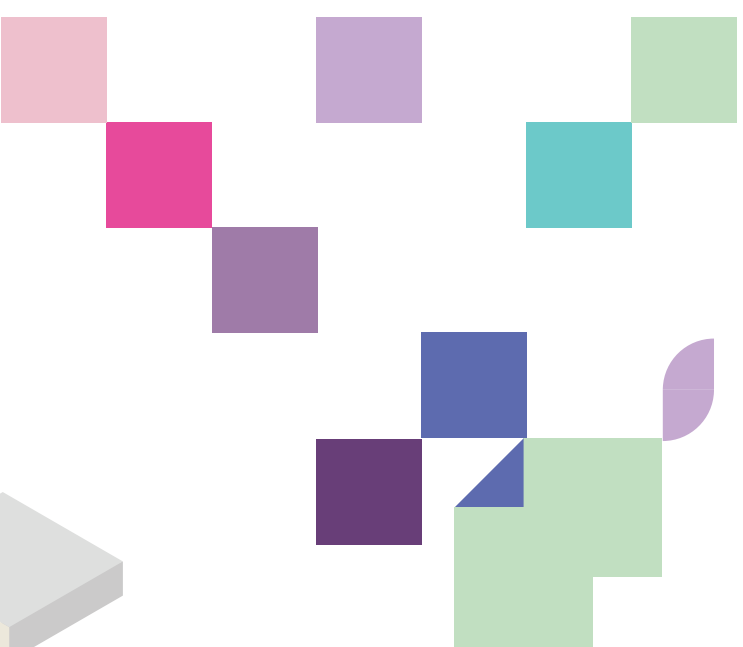


KULTHIDA SONGKITTIPAKDEE

COLOR FLOW

UNIVERSE WE

สีม่วงสว่าง



BIO-CENTRIC

กลุ่มสีทิวาสีเขียว
และทิวาสีเทา



SHELTERAL

(Shelter+Natural)
กลุ่มสีฟ้าเข้ม เทาเข้ม และเขียวเข้ม



UNREFINED WORLD

กลุ่มสีเทาเข้ม น้ำเงินเข้ม และดำ



AUTHENTIC IMPRESS

กลุ่มสีเบจ แดงหม่น ส้มอิฐ



CONTENT

COLOR TRENDS: THE RESEARCH

PAGE

2

THE COLOR CURATORS:

AYUTT MAHASOM

AYUTT AND ASSOCIATES DESIGN (AAD)

HAS DESIGN AND RESEARCH

JENCHIEH HUNG
KULTHIDA SONGKITTIPAKDEE

PHAITHAYA BANCHAKITIKUN

ATOM DESIGN

ONION

SIRIYOT CHAIAMNUAY
ARISARA CHAKTRANON

TONKAO PANIN

RESEARCH STUDIO PANIN

PAGE

4-35

COLOR SUMMARIZE:

NEW COLORS /
COLOR FLOW /
BIO-CENTRIC /
UNIVERSE WE /
AUTHENTIC IMPRESS /
SHELTERAL
(Shelter+Natural) /
UNREFINED WORLD

PAGE

36

ROOM SCENES

PAGE

37-48

THE COLOR OF THOUGHTFUL LIVING

TOA COLOR TRENDS 2022



นับจากปีแห่งการเผชิญหน้ากับวิกฤตการระบาดของ Covid-19 จวบจนถึงปัจจุบัน การรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและวิถีชีวิตใหม่แบบ New Normal ได้ดำเนินมาสู่ “Now Normal” ที่ทุกคนได้ผ่านการปรับตัว ปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิต จนถึงปรับมุมมองใหม่ในหลายมิติ เพื่อการก้าวเดินหน้าใช้ชีวิตต่อไปอย่างเป็นปกติสุขให้ได้มากที่สุด

“คิดอย่างรอบคอบ” จึงกลายเป็นคีย์สำคัญของเทรนด์เพื่อการอยู่อาศัยในวันนี้ เมื่อที่ผ่านมาระเรียนรู้แล้วว่าต้องไม่ตั้งตนในความประมาท พร้อมใช้ชีวิตอย่างคิดรอบคอบ และตระหนักรอบด้านมากขึ้น โดยเฉพาะการสร้างสุขภาวะที่ยั่งยืนอย่างแท้จริงในยุคนี้ ต้องครอบคลุมถึงเรื่อง Health & Well-Being สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี เคียงคู่กับการเติมเต็มคุณค่าความเป็นมนุษย์ พร้อมตระหนักถึงคุณค่าของโลกรรรมชาติ สอดผสานกับโลกยุค Digital Transformation ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีทันสมัย ก่อให้เกิดแนวความคิดการอยู่อาศัยที่คัดสรรครอบคลุมในหลากหลายมากขึ้น

THE COLOR CURATORS

TOA COLOR TRENDS 2022

“THE COLOR OF THOUGHTFUL LIVING” จึงเป็นแนวคิดใหม่สำหรับปี 2022 โดย TOA ผ่านการสำรวจและวิจัยแนวโน้มการใช้สีในงานออกแบบของสถาปนิกและนักออกแบบชั้นนำของไทย เพื่อให้ได้ชุดสีใหม่ที่ตอบโจทย์การอยู่อาศัยในปี 2022 และสอดคล้องกับทิศทางการออกแบบในยุค The Age of Now Normal จวบจนถึงอนาคต

นับจากนี้เราอาจต้องเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลง ความไม่แน่นอน และความผันผวนของสถานการณ์ต่าง ๆ อีกมากมาย ที่อาจเปลี่ยนมุมมองการมองโลกในนี้ของเราให้ต่างไปจากเดิม สีบนโลกที่เราเคยรับรู้อาจเปลี่ยนไป เช่นเดียวกับสีบนของการใช้ชีวิตที่อาจเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิมได้ทุกเมื่อ ความน่าสนใจคือ เราจะค้นพบโทนสีแห่งความสูงในแบบของตัวเองได้อย่างไร ผ่านการอยู่อาศัยในพื้นที่ที่ถ่ายทอดคุณค่าความเป็นตัวตน เติบโตความรู้สึก ส่งเสริมแรงบันดาลใจ และสะท้อนความหมายของการใช้ชีวิต ท่ามกลางโลกที่เต็มไปด้วยความหลากหลาย (Diversity) และความท้าทายมากมาย



AAD DESIGN

A

AYUTT MAHASOM

_FOUNDER

AYUTT AND
ASSOCIATES
DESIGN (AAAd)

เมื่อพูดถึง Ayutt and Associates Design (AAAd) เราอาจนึกถึงสถาปัตยกรรมแบบสมัยใหม่ที่มีเส้นสายเรียบเรียบคมโดดเด่น โดยเฉพาะบ้านที่มีจุดเด่นหลากหลายบ้านที่มีเจ้าของเป็นนักสะสม Super Car บ้านกลางทะเลทราย หรือบ้านที่เข้าถึงได้ด้วยเฮลิคอปเตอร์เท่านั้น...ซึ่งบ้านเหล่านี้เป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของงานที่น่าสนใจอีกจำนวนมากของ AAAd



ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อยุทธ์ มหาโสม สถาปนิกผู้ก่อตั้ง AAAd เริ่มมองหาโปรเจกต์งานออกแบบที่ท้าทายมากกว่านั้น AAAd เริ่มเปิดรับงานที่หลากหลายมากขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องเป็นงานที่โดดเด่นหรือมีมูลค่าสูงในสายตาของคนอื่น อย่างงานออกแบบบ้านสำหรับผู้สูงอายุที่มีความต้องการพิเศษ เช่น บ้านสำหรับผู้สูงอายุที่พิการทางสายตา ผู้สูงอายุที่เป็นโรคความดันโลหิตสูงหรือเป็นโรคเบาหวาน เป็นต้น

ผลลัพธ์ที่ตามมานั้น อยุทธ์บอกว่า พวกเขาได้เก็บเกี่ยวองค์ความรู้ใหม่ ๆ จากเจ้าของบ้านแต่ละท่านที่เขาไม่เคยมีโอกาสได้เรียนรู้มาก่อน ซึ่งความรู้เหล่านั้นก็ดูจะยิ่งเสริมให้ AAAd สามารถสร้าง “บ้าน” เพื่อตอบสนองต่อ “ความสุข” ของเจ้าของบ้านตามปรัชญาการทำงานของพวกเขาได้ดียิ่งขึ้น

LIVING & LIFESTYLE

สถาปัตยกรรมที่ตอบสนอง “ความสุข”

“แต่ความสุขของคนเราไม่เหมือนกัน เพราะฉะนั้นก่อนอื่นเราต้องดูก่อนว่า เจ้าของบ้านเป็นใคร อายุเท่าไร มีปรัชญาในการใช้ชีวิตแบบไหน มีข้อจำกัดอะไรบ้าง อย่างอายุ ช่วง 20 - 40 มักจะเป็นคนที่กำลังมองไปข้างหน้า เป็นวัยสร้างตัวทั้งในเรื่องงานและครอบครัว เราจึงโฟกัสที่ปัจจุบันและอนาคตของเขา โดยเฉพาะถ้าเขามีลูก เราก็ยังต้องคำนึงอนาคต เพราะภายในช่วงไม่กี่ปีตั้งแต่เด็กยังอยู่ในท้องจนกระทั่ง 4 ขวบ จะมีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพเยอะมาก ตั้งแต่แม่อุ้มท้องเดินขึ้นบันได ลูกเริ่มคลาน จนเดิน วิ่ง พูด คอย เกียง มันส่งผลถึงสถาปัตยกรรมทั้งหมด เราจึงเริ่มเข้าไปถึงขั้นที่ว่าถ้าเจ้าของบ้านมีลูก เขาวางแผนจะให้ลูกเรียนโรงเรียนแบบไหนด้วยซ้ำ เพราะสมมติว่าเขาเลือกให้ลูกเรียนโรงเรียนทางเลือกที่ไม่เน้นวิชาการมาก และอยากให้ลูกอยู่กับธรรมชาติ เราก็จะดึงเอาสวนเข้ามาในบ้าน แล้วทำเป็นสภาพแวดล้อมแบบปิด พอไม่สามารถมองจากทุกส่วนของบ้านมาเห็นลูกเล่นอยู่ได้ เรียกว่าเป็นบ้านที่สัมผัสต้นไม้ใบหญ้าได้ โดยที่ไม่ต้องกลัวยุง ภูม ดะเจบ ไม่เหมือนสนามหญ้านอกบ้านที่พ่อแม่อาจจะกังวลเรื่องสัตว์มีพิษ

“แต่ถ้าเป็นเจ้าของบ้านที่อายุ 60 ปีขึ้นไป หรือมีโรคประจำตัวร้ายแรง จะมีปัจจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายของเขาเข้ามา และคนในกลุ่มอายุนี้นะค่อนข้าง Sensitive กับอนาคตอนาคตอาจไม่ใช่ความสุขสำหรับเขาเพราะอนาคตไม่ใช่สิ่งที่เขาอยากไปหาหรอก แต่ความสุขจริง ๆ แล้วอาจเป็นอดีตของเขาเอง การประสบความสำเร็จ มีลูกหลาน เรียกว่าสำหรับคนกลุ่มนี้เขาน่าจะต้องการมองกลับไปยังอดีตเพื่อใช้เป็นแรงขับเคลื่อนไปในอนาคต

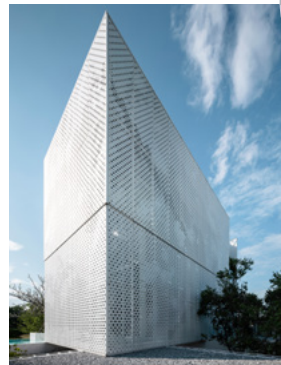
“ผมยกตัวอย่างบ้านหลังหนึ่งที่เรามีโอกาสทำให้ลูกค้าท่านหนึ่ง เจ้าของบ้านอายุประมาณ 70 ปี และเพิ่งเสียลูกสาวไปอนาคตสำหรับเขาอาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยากมาก การเสียลูกสาวในช่วงบั้นปลายชีวิตแทบจะเหมือนการที่มีคนมาดับแสงไฟ และพลังชีวิตของเขาตลอดไป อนาคตจากนี้ไปสำหรับเขาคือช่วงเวลาแห่งความทุกข์ ช่วงเวลาตอนที่เขายังมีลูกสาวอยู่ด้วยคือพลังของอดีตที่เขาต้องการมันเพื่อใช้เป็นแรงขับเคลื่อนชีวิตให้ได้ต่อไป เราก็เลยทำบ้านที่ทำให้เขารู้สึกเหมือนกับว่าลูกสาวยังคงอยู่กับเขา โดยเราใช้สิ่งที่มีความทรงจำที่ดีที่สุดของเจ้าของบ้านและลูกสาวส่งผ่านออกมาทางสี สีนํ้าทำให้เขารู้สึกว่าลูกสาวยังส่งผ่านความรักและกำลังใจมาให้เสมอ ๆ มันมีความทรงจำที่ดีค่าไม่ได้เลย แต่ขณะเดียวกัน เราก็ต้องหาให้เจอด้วยการใช้สีนี้จะเอฟเฟกต์กับชีวิตช่วงไหนของเขาบ้าง หรือเขาไม่ค่อยารู้สึกถึงลูกตอนไหนบ้าง เพราะถ้าต้องรู้สึกถึงลูกตลอดเวลาหรือทุกทีก็จะกลายเป็นผลเสียทันที เพราะชีวิตจะเดินหน้าไม่ได้”





трендบ้านที่เปลี่ยนไปในยุค COVID-19

“ก่อนหน้านี้ บ้านในอุดมคติของหลายคน อาจเป็นบ้านที่อยู่สบาย มีความสุขผ่อนคลาย แต่พอ Covid-19 หลายคนต้องทำงาน และทำอะไรหลาย ๆ อย่างที่บ้าน ความผ่อนคลาย เพียงอย่างเดียวอาจไม่ตอบโจทย์ผู้อยู่อาศัย เสมอไป เพราะการที่เรารู้สึกดีจากความสุขกายภายนอกนั้น ๆ เข้าใจว่าเรากำลังมีความสุข ความผ่อนคลายนั้น ผมมองว่ามันเป็นเสน่ห์ของการใช้ชีวิตนะ เหมือนกับการทำงานในบ้านที่ถ้าขี้เกียจมากไป หรือนั่งทำงานในสภาพแวดล้อมที่สงบ สวย เห็นทะเล วิวสวน แต่เห็นแบบเดิมทุกวัน ๆ ก็อาจไม่ Productive มันจะไม่เหมือนกับเวลาที่เรารู้สึกดี 5 วัน แล้วอีก 2 วัน นั่งทำงานอยู่บ้าน เพราะฉะนั้นตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา สเปซบ้านของ AAd ก็เลยจะเริ่มเปลี่ยนกลายเป็นสเปซที่สร้าง Energy ให้เจ้าของบ้านได้ด้วย



บ้านสำหรับครอบครัวที่มีลูกเล็ก เราวิเคราะห์ให้เขาเห็นว่าภายใน 5 ปี ลูกเขาจะใช้งานพื้นที่ของบ้านหลังนี้ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการและการเติบโตที่เปลี่ยนไปตามอายุได้อย่างไรบ้าง หรือเวลาคุณแม่มีเพื่อนมาหาที่บ้าน แต่ว่าไม่อยากรีบแก่ที่ห้องนั่งเล่น เพราะกังวลเรื่องสุขภาพ ก็อาจจะมาใช้พื้นที่ที่นอกประสาธต์ที่ปรับเปลี่ยนได้ตรงนี้แทน เป็นพื้นที่ที่ลูกและพ่อแม่สามารถประยุกต์ใช้ได้หลายกิจกรรมในแต่ละชั่วโมง แต่ละวัน สามารถยืดหดพื้นที่ได้โดยสะดวก โดยเรานำเอาไอเดียของห้องจัดเลี้ยงในโรงแรมที่ยับเคลื่อนพาร์ทิซันเพื่อปรับเปลี่ยนการใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่ต่าง ๆ กันได้ มาปรับใช้กับสเกลของบ้านและบริบทที่เปลี่ยนไป หรือสำหรับการใช้งานที่จะเปลี่ยนไปในอนาคต เราจะทำเลยเอาไว้หรือปรับเปลี่ยนเองก็ขึ้นอยู่กับการใช้งานได้โดยไม่ต้องเปลี่ยนตัวโครงสร้างหลัก”

RESIDENTIAL TRENDS

“นอกจากนั้น อีกเทรนด์หนึ่งที่สำคัญ ผมคิดว่าพื้นที่บ้านต้อง Flexible ในระดับหนึ่ง คือแทนที่จะทำให้พื้นที่แต่ละส่วนเป็นพื้นที่สำหรับการใช้งานที่เฉพาะเจาะจงแบบตายตัว ก็ทำให้เป็นพื้นที่นอกประสาธต์ที่สามารถยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนตามการใช้งานที่หลากหลายได้ อย่างไอเดียหนึ่งที่เราเสนอไปแล้วลูกค้าชอบมากคือ



การใช้สีแบบ AAd

“AAd จะไม่ค่อยใช้สีฉูดฉาด ส่วนมากแล้วจะเป็นสี Monochrome อย่าง ขาว เทา ดำ และสีที่เป็นสีของธรรมชาติของตัววัสดุเอง เช่น ไม้ อะลูมิเนียม ก่อนหน้านี้เราใช้สีบนเหตุผลและผลของการควบคุมอารมณ์ของเจ้าของบ้านควบคู่ไปกับการใช้ Texture อย่างสีขาวให้ความรู้สึกสว่าง สีดำดูหนักแน่น ทำนองนี้ แต่ระยะหลังเราเริ่มปฏิรูปการใช้สีของตัวเองให้เป็นไปเพื่อควบคุมลักษณะทางกายภาพและพฤติกรรมตอบสนองตามสัญชาตญาณของมนุษย์รวมถึงมีชีวิตภายในบ้าน เพื่อให้เกิดเอฟเฟกต์บางอย่างในการเข้าถึงตัวสถาปัตยกรรม

“ผมยกตัวอย่างโปรเจกต์หนึ่งคือ Interlude House ตัวบ้านจะมีที่จอดรถที่ติดถนน เราทำที่จอดรถให้เป็นสีดำ เวลาเจ้าของบ้านกลับเข้ามาในบ้านและเปิดประตูที่จอดรถเข้าไป ภูมิทัศน์ของเขาจะขยายใหญ่เพราะเข้าไปในที่มืด ในโรงจอดรถนั้นจะมีช่องเปิดที่เห็นสวนข้างในบ้านด้วย ซึ่งเอฟเฟกต์ที่เกิดขึ้นเมื่อเขามองเห็นสวนนั้นจะค่อนข้างแรง มันเหมือนห้องสีเทาที่มีหน้าต่างกับห้องสีดำที่มีหน้าต่างให้แสงเข้า ถึงปริมาณแสงจะเท่ากัน แต่คุณภาพของแสงและเอฟเฟกต์ของแสงจะต่างกันมาก จากนั้นเมื่อเขาออกจากที่มืดในโรงจอดรถเพื่อเข้าสู่ตัวบ้าน เราจะเปิดทุกอย่างโดยให้แสงธรรมชาติทำหน้าที่สำคัญเติมศักยภาพของแสงมาบนตัวบ้านสีขาวและสวน ภูมิทัศน์ของเขาจะลดลงเพราะเข้าสู่พื้นที่สว่าง ซึ่งการใช้สีดำและขาวที่ทำให้ภูมิทัศน์ขยายและหดนี้ จะสร้างให้เกิดความรู้สึกถูกระตุ้นโดยไม่รู้ตัว เป็นการตอบสนองทางธรรมชาติของมนุษย์ ว่าเรากำลังเข้ามาในสเปซที่ไม่ปกติ ความรู้สึกตอนเดินเข้ามาถึงตัวบ้านจะได้อารมณ์และยังเกิดการโฟกัสไปที่บ้านยังไม่ดับแสงมาจากน้ำในสระว่ายน้ำที่สะท้อนขึ้นไปบนฝ้าก่อให้เกิดเป็นมิติของแสงอีกด้วย เราเลยตั้งชื่อบ้านหลังนี้ว่า Interlude House ที่หมายถึงการสลับฉากในละคร”

COLOR



AYUTT'S MOOD BOARD

1. ผนังคอนกรีตเปลือย (บ้านกลางทะเลทรายในอียิปต์)

ตัวคอนกรีตนี้ผสม Pigment สีดำและเทาเป็นชั้น ๆ ผลลัพธ์ที่ออกมาจึงเกิดเป็นความเรียบ-หยาบที่ไม่เท่ากัน ตามริ้วของธรรมชาติและการไหลของน้ำปูน เมื่อแสงแดดเข้ามา ยังผนังคอนกรีตที่มี Texture จะเห็นเงาสีที่แตกต่างกัน แล้วเกิดความรู้สึกว่าผนังมีหลายสี อย่างผนังบริเวณที่มี Texture ก็จะดูเข้มกว่าบริเวณที่เรียบ และยังมีเอฟเฟกต์เวลาที่ทรายปลิวมาเกาะอยู่ตามซอกของผนังอีก นั่นคือจะเกิดเงาสีส้มเพิ่มเข้ามา

2. หินสีขาว-ดำ

Mood ในภาพนี้เป็นการผสมผสานของแร่หินที่มีความกำกวม เพราะมีสีดำและขาวเกือบจะเท่า ๆ กัน เลยทำให้มองได้สองแง่ คือ หินดำแล้วเป็นแร่สีขาว หรืออาจจะเห็นหินขาวกับแร่สีดำ

3. ดินอัด

ดินอัดตามที่ต่าง ๆ จะมีสีไม่เหมือนกัน สำหรับอยุธยาแล้ว มันคือเสน่ห์ ดินบางที่อุดมสมบูรณ์ก็มีสีเข้ม บางที่เป็นดินทรายก็มีสีส้ม หรือบางที่อาจจะมียางเขียวผสมด้วยซ้ำ ถ้ามีแร่ธาตุบางอย่างก็ก่อให้เกิดสีเขียว

4. กองแดง+สนิมสีเขียว

อยุธยาถือว่าเป็นคนใช้สีไม่เก่ง หลายโปรเจกต์ของ AAd จึงจะไม่ค่อยมีสีโดดเด่นเท่าไร แต่ระยะหลังนี้จะเริ่มหันมาใช้มากขึ้น โดยจะเป็นการใช้สีในรูปแบบวัสดุธรรมชาติ แล้วให้ตัววัสดุเปลี่ยนสีเอง อย่างในภาพนี้คือ กองแดง พอกองแดงขึ้นสนิมจะเป็นสีเขียว ภาพนี้มันเสน่ห์เพราะเป็นคู่สีตรงข้ามที่เกิดจากธรรมชาติ สีที่เปลี่ยนไปนี้ธรรมชาติจัดการหมดทุกอย่าง

5. หอยมุก

สีของมุกคือขาว แต่ความน่าสนใจคือหอยมุกสามารถดึงพลังของแสงมาใช้จนเกิดเป็น Spectrum ได้ คุณสมบัติของมุกข้อนี้เป็นโจทย์หนึ่งที่ท้าทายอยุธยาตลอด เนื่องจากอยากทำงานสถาปัตยกรรมที่เรียบง่ายที่สุด แต่สามารถสร้างเอฟเฟกต์สีจากแสงธรรมชาติได้

6. AAd's Signature Facade

Facade ในภาพนี้ถ่ายตอนเวลาค่อนข้างเย็นแล้ว ก็จะเห็นเป็นสีเทาอมส้มหน่อย ๆ แต่ถ้าเป็นตอนกลางวัน จะเห็น Facade เป็นสีเงินวาว และถ้าเป็นตอนเย็นกว่านี้ ก็จะมีสีส้มเข้ามามากขึ้น... นี่คือการนำเสนอของสถาปัตยกรรม AAd ต้องการให้ตัวบ้านเปลี่ยนเงาได้ ซึ่งที่ผ่านมา ก็ค่อนข้างประสบความสำเร็จ แต่ก็อยากพัฒนาไปให้ไกลกว่านี้

7. ปรซึม

อยุธยาสนใจปรซึมในแง่ที่เป็นวัสดุโปร่งใสไม่มีสี แต่สามารถดึงเอา Spectrum ของแสงจนเกิดสีขึ้นมาได้ AAd เคยทดลองใช้ปรซึมในงานโปรเจกต์หนึ่งเป็นอันเล็ก ๆ แต่ควบคุมได้ยากมาก เพราะสีจะเปลี่ยนไปตามองศาของแสงที่แค่ว่าก็เดี๋ยวก็แตกต่างกันแล้ว แต่สุดท้าย AAd ไม่ตัดสินใจใช้ เพราะไม่คุ้มกับมูลค่าก่อสร้าง จึงเปลี่ยนมาใช้วัสดุทางเลือกอื่น เช่น Glass Block แทน

8. ผนังอะลูมิเนียมคอมโพสิตที่มีผิวเป็นกระจกเงา (Mirror Finish Aluminum Composite)

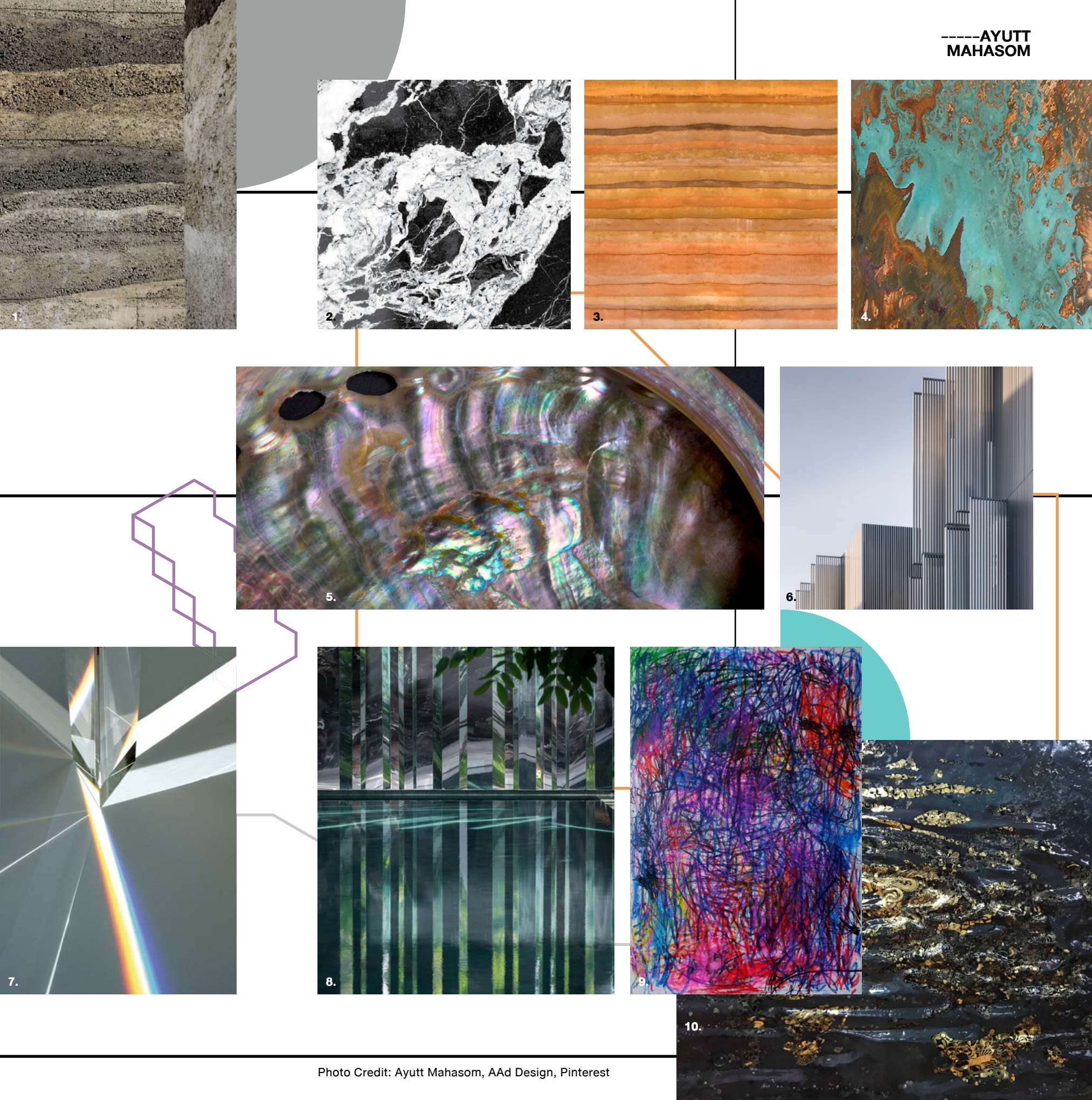
AAd ใช้ผนังนี้หุ้มผนังด้านข้างของที่จอดรถในบ้าน Interlude House โดยพบเป็นสามเหลี่ยมด้านไม่เท่าเพื่อกระจาย Spectrum ของแสง เหมือนปรซึมในขนาดที่ไม่เท่ากัน ตัวอะลูมิเนียมจริง ๆ แล้วเป็นสีเงิน แต่พอนำมาใช้ในบริบทตรงนี้ จะสะท้อนสภาพแวดล้อมออกมาหมด ทั้งแสงที่เปลี่ยนไปในแต่ละวัน ต้นไม้สีเขียว กำแพงหิน เงามจากสระว่ายน้ำ เรียกว่าจะทำหน้าที่หุ้มผนังของที่จอดรถให้กลืนหายไปกับสภาพแวดล้อม

9. ภาพวาดของลูกสาว

ภาพที่ลูกสาวของอยุธยาวาดไว้ตอน 2 ขวบ เป็นภาพที่แสดงให้เห็นสิ่งหนึ่งในตัวเด็ก นั่นคือ ความไม่รู้ หมายถึงเด็กอยากได้อะไรก็วาดไป ชอบสีอะไรก็ขีดไป ความไร้เหตุผลและผลนั้นก่อให้เกิด Combination ของการใช้สีในภาพนี้ “ลูกสาวผมเขาใช้ทุกสีเลย แล้วพอมาดูเราก็แยกไม่ออกด้วยว่าจริง ๆ แล้วมันเป็นภาพโทนสีอะไร จะว่าน้ำเงินก็ใช่ แดงก็ใช่ หรือโทนเขียวก็มิ ผมก็เลยคิดว่ามันคงจะดี ถ้าสถาปัตยกรรมจะสามารถมีทุกคู่สีเพื่อสร้างเอฟเฟกต์ให้คนมองแล้วรู้สึกต่าง ๆ กันว่า ตึกนี้ออกโทนแดงรู้สึกถึงความร้อน ส่วนอีกคนอาจจะมองว่าตึกนี้เย็นเพราะออกโทนน้ำเงิน ทั้ง ๆ ที่มันคือตึกเดียวกัน แต่คนแต่ละคนตีความไม่เหมือนกัน”

10. จิตรกรรม (Private Collection)

จิตรกรรมชิ้นนี้เป็นลายไทยรูปภาพสัตว์ในวรรณคดี ใช้สีกำกับทองเหมือนการลงรักปิดทองในสมัยโบราณ แต่เอามาใช้ในบริบทสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว เรียกว่าเป็นตัวอย่างของจิตรกรรมที่ Advance ไปถึงขั้นเอา Modernism และ Traditional มาอยู่ร่วมกัน แต่ในงานสถาปัตยกรรม อยุธยายังไม่ค่อยเห็นการนำเอาความเป็นไทยแบบ Traditional มาใช้ในองค์ประกอบสมัยใหม่ ภาพนี้ก็เลยท้าทายอยุธยาว่าสักวันอยากจะทำสถาปัตยกรรมที่เอาไทยแบบ Traditional อย่างสีทอง หรือองค์ประกอบอย่าง บัว มาใช้ในบริบทสมัยใหม่ให้ได้



H

HAS DESIGN AND RESEARCH

J

JENCHIEH HUNG

_CO-FOUNDER AND
PRINCIPAL ARCHITECT

HAS DESIGN
AND RESEARCH



เจอรี่ หง สถาปนิกชาวไต้หวัน และ กุลธิดา ทรงกิตติภักดี สถาปนิกชาวไทย เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท HAS Design and Research ในเชียงใหม่แล้วขยายมาที่กรุงเทพฯ จากประสบการณ์การเดินทาง และอาศัยอยู่ในหลายเมืองหลายประเทศ รวมถึงประสบการณ์การทำงานในบริษัทสถาปนิกระดับโลกอย่าง Kengo Kuma และ Renzo Piano ทั้งคู่จึงให้ความสำคัญในการศึกษาเรื่องบริบทของสังคม เมือง และวัฒนธรรม ด้วยการประยุกต์ความเป็นธรรมชาติเข้ามาสู่ความเป็นเมืองในแต่ละผลงานที่มีขนาดต่าง ๆ กัน ควบคู่ไปกับการศึกษาทำวิจัย และเป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัยชั้นนำทั้งในไทยและจีน

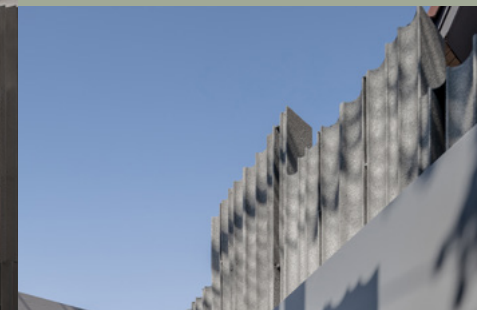
K

KULTHIDA SONGKITTIPAKDEE

_CO-FOUNDER AND
PRINCIPAL ARCHITECT

HAS DESIGN
AND RESEARCH

-----HAS DESIGN
AND RESEARCH



NEW AGE OF COLOR

“ยุคที่สีไม่ได้เป็นแค่สี คนดูสีพร้อมองค์ประกอบมากขึ้น”

“ถึงแม้สถานการณ์โลกจะเปลี่ยนไปแบบไหน แต่โดยพื้นฐานนิสัยของคนจะไม่เปลี่ยนไปมากนัก” กุลธิดาให้ความเห็นเกี่ยวกับวิถีชีวิตคนในปัจจุบันและอนาคต แม้จะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างให้เข้ากับสภาพสถานการณ์ สิ่งที่ถูกเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกลับเป็นสภาพแวดล้อมที่ต้องปรับให้อำนวยความสะดวกกับมนุษย์ให้ใกล้เคียงกับชีวิตที่เคยเป็นมากที่สุด เมื่อทุกอย่างเริ่มเข้าสู่ภาวะปกติในอนาคต สิ่งที่ถูกซึมซับเข้ามาเรื่อย ๆ จนสุดท้ายมนุษย์จะปรับพฤติกรรม และสิ่งแวดล้อมทั้งเก่าและใหม่ให้เข้ากันโดยไม่รู้ตัวทั้งในลักษณะของพื้นที่อยู่อาศัยหรือการใช้ชีวิตตามแบบที่คุ้นเคย

“วิถีชีวิตที่ทำให้สภาพแวดล้อมเปลี่ยนไปมากที่สุดคือพื้นที่ส่วนตัวเริ่มจางหายไป” กุลธิดาให้เหตุผลว่าส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดจากการที่ทุกคนถูกกักพื้นที่ให้ใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ส่วนตัวติดต่อกันเป็นระยะเวลานาน คนจึงเริ่มหันมามองพื้นที่และสิ่งรอบตัว และแสดงออกให้ผู้อื่นเห็นว่าตนอยู่สภาพแวดล้อมที่สบายอย่างไร ซึ่งทำให้คำจำกัดความประเภทของพื้นที่ในอนาคตจะจางหายไปกลายเป็นพื้นที่สาธารณะ ที่คนภายนอกสามารถรับรู้ได้เกือบทั้งหมด เพราะฉะนั้นแนวทางการออกแบบที่ตอบโจทย์ของ HAS จึงสร้างพื้นที่ว่างหรือ Void ให้เกิดขึ้นในพื้นที่เพื่อทำให้คนรับรู้และรู้สึกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ และกลายเป็นพื้นที่ส่วนตัวที่แสดงออกต่อผู้คนภายนอกได้



NOW NORMAL

เจอรรีให้นิยามสิ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการออกแบบของ HAS ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้แม้ช่วงเวลาเปลี่ยนไปคือ

1

DREAM**ความฝัน**

ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันความฝันเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความหวังให้ชีวิต ในส่วนของเจอรรีในฐานะสถาปนิกคือการฝัน จินตนาการความรู้สึกที่จะให้ผู้ใช้งานรับรู้ได้ในงานออกแบบ และสร้างภาพฝันนั้นให้เกิดขึ้นจริง

2

CONTEXT**บริบท**

ประชากรประมาณ 90% ใช้ชีวิตอยู่ในเมืองหลายขนาดทั่วโลก เจอรรีเล่าถึงโปรเจกต์ที่ออกแบบส่วนใหญ่มีบริบทอยู่ในเมืองทุกผลงานถูกนำเสนอให้มีบทบาทเชื่อมโยงพื้นที่เพื่อสร้างประสบการณ์ และความฝันให้เกิดการระลึกถึงบริบทธรรมชาติที่สอดคล้องกลับเข้ามาในเมืองอีกครั้ง

3

EXPERIENCE**ประสบการณ์**

จุดกำเนิดความรู้สึกและความทรงจำ โดยทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์และความฝัน ทำให้เกิดการสัมผัส การสร้างสีสัน และต่อยอดจากความสงสัยในมุมมองของเจอรรี การสร้างประสบการณ์เป็นเรื่องสำคัญที่เริ่มตั้งแต่กระบวนการออกแบบ

การสร้างประสบการณ์โดยอาศัยองค์ประกอบของพื้นที่ สี วัสดุ อธิบายเกี่ยวกับความรู้สึกจากความฝันซึ่งล้อมรอบด้วยบริบทเป็นสิ่งที่สำคัญในมุมมองการออกแบบ โดย HAS ยกตัวอย่างโปรเจกต์งานออกแบบที่มีองค์ประกอบดังกล่าวในประเทศไทย

PHETKASEM ARTIST STUDIO / MOMA

Phetkasem Artist Studio คือออฟฟิศและบ้านพักอาศัยที่อาจไม่ค่อยพบเห็นได้มากนักในเมืองไทย เนื่องจากเป็นผลงานที่ผู้ออกแบบทำร่วมกับผู้ผลิตโดยตรง ซึ่งสามารถใช้อธิบายองค์ประกอบทั้งสามได้เป็นอย่างดี โดยเห็นถึงจุดประสงค์ที่สถาปนิกให้ความสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นส่วนออฟฟิศ ห้องทานข้าว หรือพื้นที่กลางแจ้งของอาคารพักอาศัยเชิงพาณิชย์ซึ่งถูกซ่อนอยู่ในบริเวณชานเมืองกรุงเทพฯ อีกหนึ่งโครงการที่น่าสนใจคือ MoMA (Museum of Modern Aluminium) คือโชว์รูมแสดงผลผลิตกันที่นำเสนอในเชิงพิพิธภัณฑ์ ซึ่งเป็นอาคารพาณิชย์ที่ถูกต่อเติมจากบ้านพักอาศัยขึ้นมา ทำให้ไม่ได้รับบทของอาคารประเภทเดียวกันในบริเวณใกล้เคียงนอกจากถนนขนาดใหญ่ที่มีการสัญจรอย่างรวดเร็ว ผู้ออกแบบจึงสร้างเรื่องราวใหม่ให้กับตัวตึกด้วยวัสดุและสีครบองค์ประกอบ เพื่อสร้างประสบการณ์จากแนวคิดให้เกิดการระลึกถึงลักษณะของธรรมชาติได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

COLOR

“วิถีชีวิตในปัจจุบันที่คนอยู่กับบ้านและครอบครัวมากกว่าที่เคยเป็น การอาศัยอยู่ในที่หนึ่งเป็นเวลานานทำให้คนสนใจรายละเอียด เสาะหาความสวยงามที่ไม่เคยสังเกตมาก่อนมากขึ้น” กุสริดาเล่า ยกตัวอย่างการตื่นนอนขึ้นมาตอนเช้าแล้วเห็นแสงเงาของใบไม้ที่กระทบผนัง ความเคลื่อนไหวและสิ่งของทำให้เกิดพลังในการดำเนินชีวิตอะไรบางอย่าง

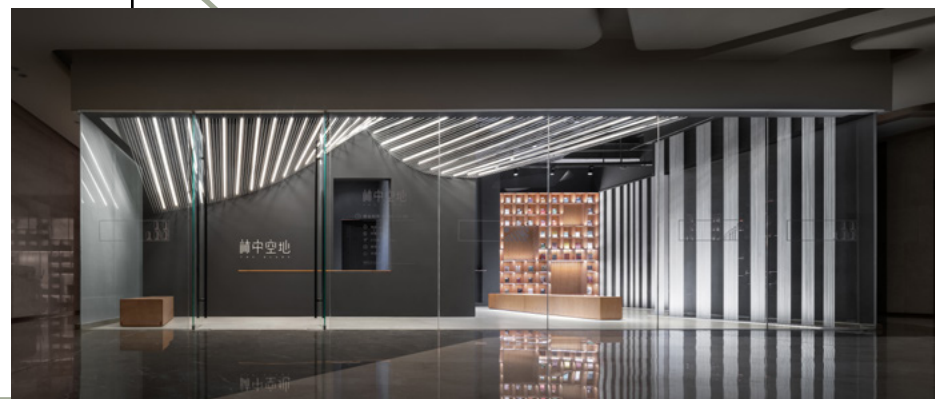
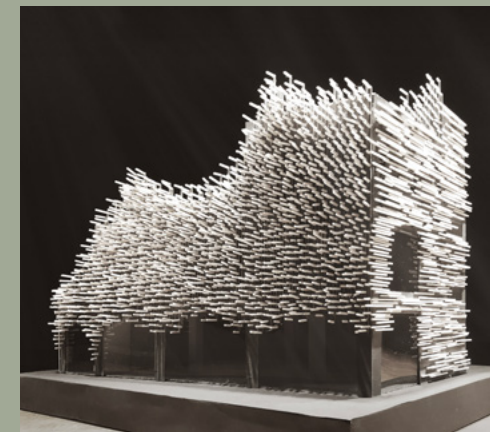
“ดังนั้นทิศทางของสีที่สามารถทำให้ธรรมชาติหรือสิ่งรอบตัวโดดเด่นขึ้นมาได้บนพื้นที่อาคารจะมีความสำคัญมากขึ้น เฉดของสีสามารถลงรายละเอียดอธิบายถึงการตกกระทบของแสงสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างไปได้ สีแม่สีที่มีความสอดคล้องลดทอนลงไปเนื่องจากการกระจายสี แสง เงา กับองค์ประกอบธรรมชาติทำได้ไม่เท่าสีเรียบอ่อน ๆ ที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้แตกต่างกันไปในพื้นที่ของแต่ละวัน”

หากมองเทียบย้อนกลับไปร้อยปีก่อนที่มนุษย์ใช้สีตามธรรมชาติตามสัญจะของวัสดุ เราจึงพบว่าปัจจุบันสีมีบทบาทสำคัญมากกว่าแต่ก่อน ปัจจุบันสถาปนิกมองทุกสิ่งที่เกิดขึ้นในบริบทเพื่อสร้างผลงานให้มีความกลมกลืน หรือทำให้อาคารเสมือนหายไปกับสภาพแวดล้อม เพื่อคืนพื้นที่และทัศนียภาพให้กับบริบท

สีจึงเป็นปัจจัยหลักที่สร้างความรู้สึกสบายให้กับผู้คน ในขณะที่สีเดียวกันเมื่อมองภาพผ่านหน้าจอทางอินเทอร์เน็ต กับภาพอาคารจริงก็ส่งผลต่อการรับรู้ที่ต่างกัน

นอกจากนั้นสีที่เคยบ่งบอกความเป็นวัฒนธรรม และแบ่งแยกความเป็นประเทศได้ชัดเจน เกิดการผสมผสานผ่านเครื่องมือและสื่อสารในสังคมดิจิทัลกันมากขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้การแยกแยะแหล่งที่มาของสีทำได้ยากขึ้นไปด้วย ดังเช่นในสังคมไทยซึ่งเป็นประเทศที่เปิดรับสื่อหลากหลายจากทั่วโลก ความหมายของสีในปัจจุบันจึงหมายถึงสิ่งของวัฒนธรรมสากล (Global Culture) มากกว่าการเป็นสีที่บ่งบอกความเป็นประเทศหรือสีที่บ่งบอกว่ามาจากวัฒนธรรมนั้น ๆ

HAS ได้กล่าวถึงท้ายถึงบทบาทของสีในยุค Now Normal ได้น่าสนใจว่า “ด้วยสถานการณ์ที่ทุกคนถูกจำกัดพื้นที่และไม่สามารถออกไปทำกิจกรรมเช่นปกติได้ ส่งผลให้สีกลายเป็นรายละเอียดสำคัญที่สามารถเปิดประสบการณ์ใหม่ให้สถาปัตยกรรมสร้างความแตกต่างในพื้นที่ และกลายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ทุกวันในชีวิตมีความหมายยิ่งขึ้น”



HAS DESIGN AND RESEARCH'S MOOD BOARD

Mood Board ของ HAS เป็นรูปภาพจาก Site Plan ของโครงการที่เคยออกแบบมา แต่ละภาพเคยถูกใช้เป็นจุดเริ่มต้นในการออกแบบ แต่ละครั้งมีวิธีการแบ่งเขตสีไล่จากสีอ่อนไปสีเข้ม โดยขึ้นอยู่กับขนาดและบริบทของแต่ละสถานที่ กำหนดให้สีอ่อนแทนธรรมชาติและสีเข้มแทนสถาปัตยกรรม

1. Bangkok Grand Buddhist Temple

วัดจีนในไทย อยู่แถบชานเมืองซึ่งมีบริบทเป็นที่โล่งกว้าง เว้งว่าง เหมาะกับสีทวนเฉดที่เป็นทวนบริสุทธิ์

2. Tangible Scene

Pavilion ฟ้าในจีน มีบริบทอยู่ในป่าเขา การออกแบบประกอบไปด้วยความเรียบง่าย โดยใช้ผ้าสีทวนเอื้อให้ผู้คน ที่เข้ามาเยี่ยมชมงานสามารถเห็นสีสันของต้นไม้ได้ เขตสีทวนที่เลือกเป็นสีที่เมื่อกระทบแสงเกิดเป็นเงาที่มีความนวลกลมกล่อม เหมาะกับธรรมชาติที่รายล้อมอยู่รอบบริบท

3. InJoy Hotel

โครงการปรับปรุงบ้านเดี่ยว ในบริบทของชุมชนกรมตำรวจ ที่มีพื้นที่สีเขียวแทรกอยู่ระหว่างหลังคาตึกหนา ทำให้ไม่รู้สึกรัดอึด จึงแทนบริบทด้วยเขตสีทวนซึ่งเริ่มเจือสีเข้มเข้ามา

4. Hualamphong Field

โครงการนำเสนอแนวคิดความเป็นไปได้ของการพัฒนาสถานีหัวลำโพงเป็นพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ มีชุมชนชาวจีนขยายที่อยู่อาศัยออกมาจากเขาวราชล้อมรอบโครงการ เขตสีเทาอ่อนที่เข้มขึ้นมาอีกระดับจึงเหมาะกับความเป็นเมืองและพื้นที่สีเขียว

5. Mega Villa

บ้านขนาดใหญ่ซึ่งอยู่ในหมู่บ้าน แต่ล้อมรอบด้วยอาคารขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับโครงการ เป็นอีกหนึ่งโครงการที่มีองค์ประกอบสำคัญสามอย่างที่กล่าวมาข้างต้นค่อนข้างชัดเจน เขตสีเทาที่เลือกจึงเข้มขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง

6. Phetkasem Artist Studio

บ้านและออฟฟิศในอาคารทาวนเฮ้าส์รายล้อมด้วยป่าคอนกรีต ซึ่งเกิดการเจือสีอื่นจากวัสดุหลากหลายที่ถูกใช้ต่อเติมอาคารโดยผู้อยู่อาศัย เขตสีเทาที่เลือกมีความใกล้เคียงกับโครงการ Mega Villa เพราะบริบทที่คล้ายคลึงกัน แต่เขตที่เลือกสามารถสื่อสารแทนความหนาแน่นของพื้นที่ได้ และเป็นตัวแทนของการเป็นเงาที่เมื่อเกิดการสะท้อนของแสงเสมือนให้อาคารหายไปกับเงา

1.



2.



3.



4.

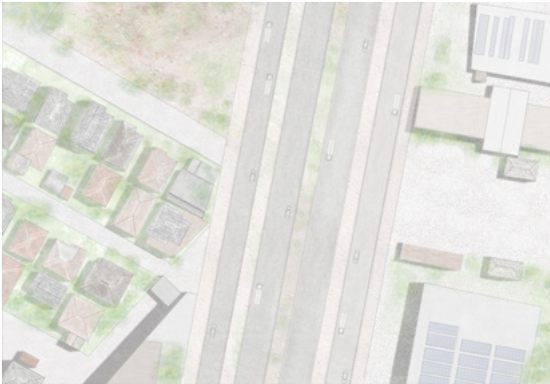
5.



6.



7.



8.

9.



10.

7. Namtaothong Café

น้ำเต้าทงคาเฟ่เพื่อสุขภาพของคนรุ่นใหม่ที่ตั้งบริเวณย่านสีลม ซึ่งบริบทเมืองที่เชื่อมมาจากเขาวราชใช้เขตสีเทาเจือทวนจึงไม่ได้เข้มมาก เป็นตัวแทนของบริบทการพัฒนาอาคารตึกแถวเชิงพาณิชย์ตามผังเมือง

8. MoMA

โชว์รูมทั้งพิพิธภัณฑ์แถวชานเมืองที่รายล้อมด้วยบริบทของถนนและอาคารที่มีขนาดใหญ่ สีเทาเข้มที่เลือกจึงเข้มขึ้นตามขนาดของบริบทในพื้นที่

9. Fosun Architecture Micromuseum

แกลเลอรี่ที่เชื่อมโยงตั้งอยู่ระหว่างแม่น้ำและเมืองเก่า ด้วยขนาดของอาคารและความหนาแน่นของความ เป็นเมือง สีเทาเข้มที่เลือกจึงเป็นเขตที่เข้มเกือบมากที่สุด จากชุดสีทั้งหมด

10. The Glade

ร้านหนังสือทั้งร้านอาหารและคาเฟ่ที่ตั้งอยู่ ในห้างสรรพสินค้าใจกลางเมือง รายล้อมด้วยตึกระฟ้าเขตสีเทาเข้มจนเกือบดำ ใช้แทนตามขนาดของสถาปัตยกรรม ที่เข้มขึ้นที่สุดกว่าทุก Site Plan ของโครงการทั้งหมด



ATOM DESIGN

-----PHAITHAYA
BANCHAKITIKUN

P

PHAITHAYA BANCHAKITIKUN

_MANAGING DIRECTOR
AND PARTNER

ATOM DESIGN



ไพบยา บัญชาติติคุณ สถาปนิก และ Managing Director แห่ง ATOM Design
บริษัทออกแบบที่ก่อตั้งมาครบ 10 ปี ซึ่งมีผลงานออกมามากมายต่อเนื่อง และเป็น
ที่ยอมรับของดีเวลลอปเปอร์ชั้นนำของเมืองไทย ด้วยอุดมการณ์ขอเป็นส่วนหนึ่ง
ที่มีผลต่อการช่วยพัฒนาเมืองจากการรับงานออกแบบในทุกสเกล



IN RESIDENCE

“ลำดับการทำงานออกแบบมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยและความต้องการ โดย Design Criteria มักตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานก่อน (Human Needs) แล้วจึงมาเป็นการใช้ทรัพยากรและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environment)” ไพบยาอธิบายความคิดเห็นเกี่ยวกับลำดับการทำงานออกแบบก่อนหน้านี้ยุค New Normal พอสังเขป ก่อนอธิบายถึงสิ่งที่ ATOM เล็งเห็นหากต้องการเพิ่มคุณภาพการออกแบบให้มากขึ้นตามยุคสมัยและ Global Trend

“ปัจจุบัน ความหมายของสิ่งแวดล้อมถูกขยายคำจำกัดความให้กว้างขึ้นในเรื่องธรรมชาติและสิ่งมีชีวิตโดยรอบ เป็นพัฒนาการการขยายโฟกัสในการออกแบบที่ยั่งยืนได้ชัด โดยมีศูนย์กลาง (Centricity) จากมนุษย์ สิ่งแวดล้อม และสิ่งมีชีวิต”

ในยุคก่อนหน้าการระบาดของ Covid-19 อุตสาหกรรมการออกแบบพัฒนารูปร่างของสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่อาศัยและสำนักงานเน้นให้ความสำคัญด้านการอำนวยความสะดวกสบาย (Convenience Conscious) โดยที่เรื่องสุขภาพ (Health Conscious) ไม่ได้ถูกให้ความสำคัญมากนักในงานออกแบบ

จากช่วงการเปลี่ยนแปลงที่ผ่านมา Covid Solution ถือเป็นเรื่องที่นักพัฒนาทุกองค์กรให้ความสำคัญมาเป็นอันดับแรก โดยแต่ละโครงการเมื่อถูกปล่อยสู่ตลาด สถานการณ์กลายเป็นตัวเร่งทิศทางการพัฒนาไปในทิศทางสุขภาพกันขึ้น เพื่อสร้างแต้มต่อให้กับโครงการของตน

“ในฐานะนักออกแบบ เราต้องเข้าไปช่วยแก้ปัญหาพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปโดยฉับพลัน เรื่องการรักษาระยะห่างเพื่อการใช้งานระหว่างบุคคลกับบุคคล และระหว่างกลุ่มคนกับกลุ่มคนมากขึ้น โดยที่พื้นที่ส่วนตัว พื้นที่นั่งเล่น พื้นที่ทำงาน มีขนาดการรับรู้และคุ้นเคยที่เปลี่ยนไปจากการใช้เวลาที่เปลี่ยนไป (Human Perception Dimension, Distancing Dimension)

“โดยมีเรื่องของสุขอนามัยทุกจังหวะเคลื่อนไหว (Health and Hygiene Conscious) เข้ามาเป็นตัวกำหนดการออกแบบใช้งานในพื้นที่มากขึ้น เช่นก่อนการเข้าอาคารต้องมีการเช็ดอุณหภูมิอุปกรณ์ทำความสะอาด เช่นเจลแอลกอฮอล์เป็นเรื่องสามัญที่ต้อง

คำนึงถึงพื้นที่ Cleaning Station เคาเตอร์หรือห้องสำหรับใช้ Delivery ซึ่งมีตู้ UV ข่าเชื้อโรคโดยเฉพาะ เพื่อลดความกังวลในการใช้พื้นที่ร่วมกันมาแตรกระหว่าง Human Needs และ Environment ใน Design Criteria กันนี้”

ไพบยาอธิบายถึงหน้าที่ในฐานะผู้ออกแบบที่ต้องเข้าไปจัดสรรและปรับโครงการต่าง ๆ เพื่อรองรับสถานการณ์ในช่วงที่ผ่านมาเรื่องพฤติกรรมผู้อยู่อาศัยที่ใช้ทรัพยากรและมีปริมาณขยะบรรจุก้นมากขึ้นอย่างมากจากการสั่งอาหาร Delivery และการซื้อสินค้าในรูปแบบ E-Commerce ซึ่งมีผลกับการออกแบบและปรับเปลี่ยนพื้นที่ภายในอาคารให้สามารถรองรับการใช้งานได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

ก่อนมี Covid-19 จากการสำรวจเก็บข้อมูลผู้อยู่อาศัยในกลุ่มคอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่จำกัด พบว่าครึ่งเป็นส่วนที่มีการใช้งานน้อยมาก บางคนถึงขนาดต้องการลดพื้นที่ครึ่งลงเพื่อเพิ่มส่วนใช้งานส่วนอื่น พื้นที่ทำงานเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น และสามารถใช้โต๊ะทานข้าวนั่งทำงานแทนได้เนื่องจากไม่ได้นั่งทำงานในที่ที่ทึบมากนัก แต่พอมี Covid-19 เกิดการ Lockdown มีการ Work From Home ครึ่งและที่ทำงานกลับมาเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากและใช้งานอย่างเต็มที่เป็นเวลา 6 - 12 ชั่วโมงต่อวัน โครงการที่อยู่ระหว่างการออกแบบมี Requirement เพิ่มเติมโดยทันทีและต้องการพื้นที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับการออกแบบต่อไปในระยะยาว

ไพบยายังเพิ่มเติมว่าจากวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงความต้องการพื้นฐานในการออกแบบที่ต้องให้ความสำคัญมากขึ้นแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ 1. ความยืดหยุ่นของการใช้งานพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนการใช้สอยได้หลากหลาย (Space and Function Resilience) 2. คุณภาพสภาพแวดล้อมของพื้นที่ใช้งาน (Quality Space Requirement) เช่น การถ่ายเทอากาศ คุณภาพของแสงธรรมชาติ ความสว่างที่เหมาะสมและการใช้สีที่มีผลเชิงจิตวิทยา 3. สุขลักษณะทางสรีรศาสตร์ของเฟอร์นิเจอร์และพื้นที่ใช้งาน (Ergonomic Demand) เช่น เก้าอี้ทำงานที่ถูกสรีระในการนั่งทำงานเป็นเวลานานขึ้น ความสูงโต๊ะทำงาน ขนาดพื้นที่ครัว และอื่น ๆ

COLOR

สำหรับกลุ่มสีที่ทาง ATOM มีการใช้ในการออกแบบร่วมกับทางโครงการต่าง ๆ ในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 3 เฉดสีหลัก

SHIFTED SHADE COLOR

สีกลุ่มที่เบี่ยงเฉดออกไปจากสีหลักเดิม เช่น สีแดง ก็จะเป็นสีแดงที่เบรกดให้สดน้อยลง และดูเย็นตาขึ้น (Cooler Warm Tone) หรือ สีน้ำเงินที่เบรกดให้ดูตัดโทนอุ่นมากขึ้น (Warmer Cool Tone) หรือสีเทาที่มีการเจือสีอื่นร่วมด้วย



BRIGHT NEUTRAL

สีโทนสว่างเป็นสีกลาง ๆ ที่อยู่ร่วมได้กับทุกโทนสีเป็นสีที่ให้ความรู้สึกสบายตาสบายใจ



DARK DEEP

สีโทนเข้มเป็นสีที่ได้รับความนิยมมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง โดยมีทั้งเป็นเทากลางสีเข้ม (Dark Neutral Gray) และการใช้สีเทาเข้ม เจือสีอื่น เช่น Deep Dark Blue หรือ Deep Dark Red การใช้สีกลุ่มนี้เป็นสีอาคารภายนอกจะสร้างเฉดที่แตกต่างกันตามมุมมองเวลาที่เปลี่ยนไป เวลาที่มีแสงน้อยอาคารจะเป็นเทาเข้ม แต่เมื่อแสงสว่างจะเห็นเนื้อสีที่ซ่อนอยู่ชัดเจนขึ้นมาอย่างเป็นพิเศษ



ไททียากล่าวถึงบทสรุปของยุค Now Normal ได้น่าสนใจว่า “สิ่งที่ผู้คนถกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปหลังจากเกิด Paradigm Shift เพราะโรคระบาดแล้ว สิ่งหลงเหลือในยุคต่อไปกลายเป็นวิถีชีวิตแบบ Old Norm หรือ New Norm และ Now Norm ดำเนินควบคู่ไปพร้อมกัน โดยสิ่งไหนที่ยังคงทำให้คนสะดวกสบายยังคงอยู่ต่อไป ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป วิถีชีวิตที่มีความเป็นดิจิทัลมากขึ้น เพียงแต่มีการเติมเรื่องสุขภาพอนามัยเข้ามาในช่วงเวลานี้ โดยที่โมเมนต์ของคนจะกลับเข้าหาความสะดวกสบายมากกว่าเรื่องสุขภาพหลังผ่านสถานการณ์เหล่านี้ไปได้แล้วช่วงระยะเวลาหนึ่งนั่นเอง”

NOW NORMAL

แกนองค์ประกอบสำคัญสำหรับการออกแบบของ ATOM ในปัจจุบันและอนาคตแบ่งออกเป็น 3 ข้อ

1

HUMAN, NATURE AND ENVIRONMENTAL CENTRICITY

ผู้คน สิ่งมีชีวิต ธรรมชาติ และสภาพแวดล้อม

จุดโฟกัสการออกแบบที่ขยายตัวออกมามากขึ้น ลำดับและคำจำกัดความของธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมมีการปรับเปลี่ยนตามวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป ล้วนเป็นสิ่งที่ ATOM ให้ความสำคัญในการเพิ่มคุณภาพให้การออกแบบ



2

WELL-BEING BUILT AND UNBUILT ENVIRONMENT: HEALTH AND WELLNESS

คุณภาพการอยู่อาศัยที่ดีทั้งสิ่งปลูกสร้างและไม่ปลูกสร้าง

แม้สถาปนิกมีหน้าที่ออกแบบพื้นที่ให้คนเข้าไปอยู่อาศัย ปัจจุบันมุมมองของการพัฒนาโครงการเพื่อรักษาระบบนิเวศที่มีอยู่ดำเนินต่อไปได้ โดยใช้วิธีศึกษาสิ่งมีชีวิตและพืชพันธุ์ของโครงการตั้งแต่ก่อนการพัฒนา เพื่อทำให้โครงการปลูกสร้างมีการพัฒนาเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพดีเสมือนตอนยังไม่ปลูกสร้าง และเพื่อสร้างความสมดุล ลดผลกระทบปฏิกิริยาจากโซนระบบนิเวศที่ถูกทำลายไปให้มากที่สุด

3

UNIVERSAL: MULTI-GENERATION, MULTI-GROUP OF USER

การออกแบบที่ครอบคลุมทุกผู้คน ธรรมชาติ และสิ่งมีชีวิต

การกล่าวถึง Universal Design ในปัจจุบันมีความครอบคลุมถึงสังคมผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน ตามการนับสำรวจสาม-ใน-ประชากรปี 2564 เป็นปีแรกที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยสมบูรณ์ มีสัดส่วน 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด ในยุค Now Normal จำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องเหล่านี้มากขึ้น โดยเฉพาะวัฒนธรรมของสังคมตะวันออกนั้นให้ความสำคัญเรื่องครอบครัวและผู้สูงอายุ การอยู่อาศัยในบ้านปัจจุบันกลับเข้าสู่การอยู่อาศัยของคน 3 รุ่น อีกครั้ง ห้องของการออกแบบบ้านมีโจทย์ห้องพักของผู้สูงอายุอยู่ ทั้งการสร้างบ้านเดี่ยวและบ้านจัดสรร โดยถูกบรรจุอยู่ในวิถี Now Normal เรียบร้อยแล้ว



PHAITHAYA'S MOOD BOARD

BRIGHT NEUTRAL

1. ช่วงเวลาพระอาทิตย์ขึ้นยามเช้า แสงสีอุ่นแต่ดูเย็นตา เป็นสีพิเศษให้ความรู้สึกสงบแต่สดชื่นได้อย่างดี

2. คอนกรีตสีเทาอ่อนธรรมชาติทุ่งหญ้าเขียวสดสบายตา ความรู้สึกผ่อนคลายจนกระทั่งเดินเข้าสู่ Glenstone Museum

3. สีขาวที่ไม่ขาว สีขาวเปลี่ยนแปลงตามแสง เงา สภาพแวดล้อม เสริมเน้นความพิเศษของรูปทรงและที่ว่างให้โดดเด่น ชัดเจนได้เสมอ

4. การผสมของสีโทนสว่างต่างเฉด เพื่อสร้างมิติในรายละเอียดเพิ่มเติมให้กับ Space ภายในอาคาร

SHIFTED SHADE COLOR

5. การผสมของสีต่างเฉดในธรรมชาติ ความประทับใจทุกก้าวเดิน ผ่านมิติแสงสีที่เปลี่ยนแปลงตามทรวงดทรงที่ว่างที่เปลี่ยนไปใน Lower Antelope Canyon

6. ส่วนผสมของสีที่ต่างเฉดไปจากสีชุดหลัก ทำให้เกิดความสวยงามแปลกตายน่าแปลกใจ

7. สีที่ผ่านการเวลาและสภาพแวดล้อมเกิดเป็นสีใหม่ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ

8. สีและแสงสะท้อนที่มองเห็นได้ในวัสดุโลหะบางชนิด การผสมของสีจากสภาพแวดล้อมลงบนตัววัสดุเกิดเนื้อสีที่แปลกตาสวยงามพิเศษ

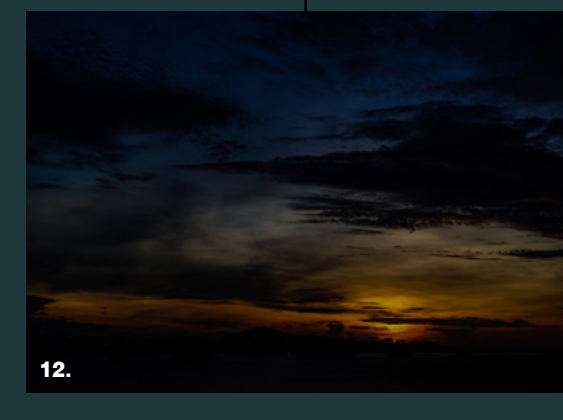
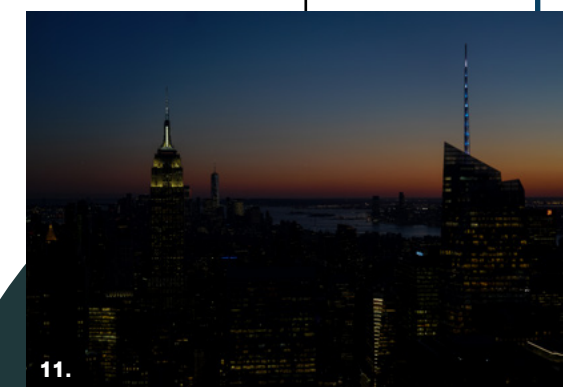
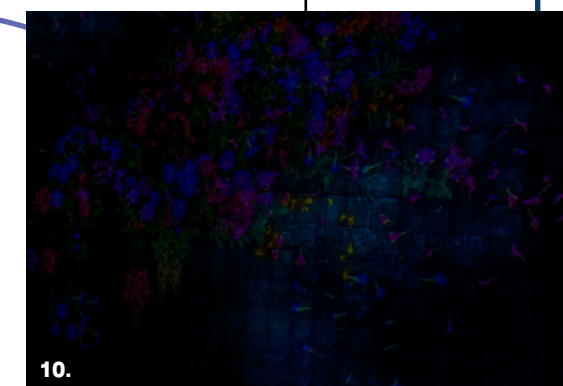
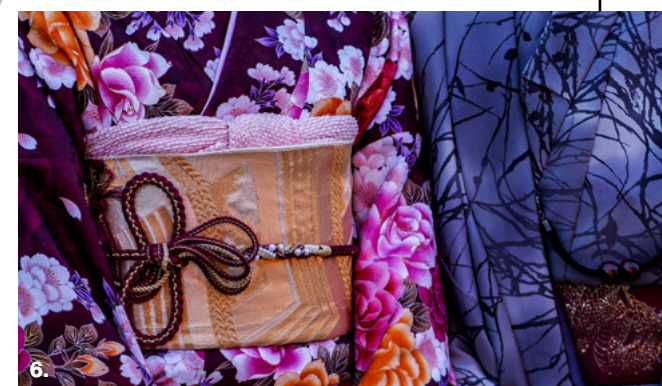
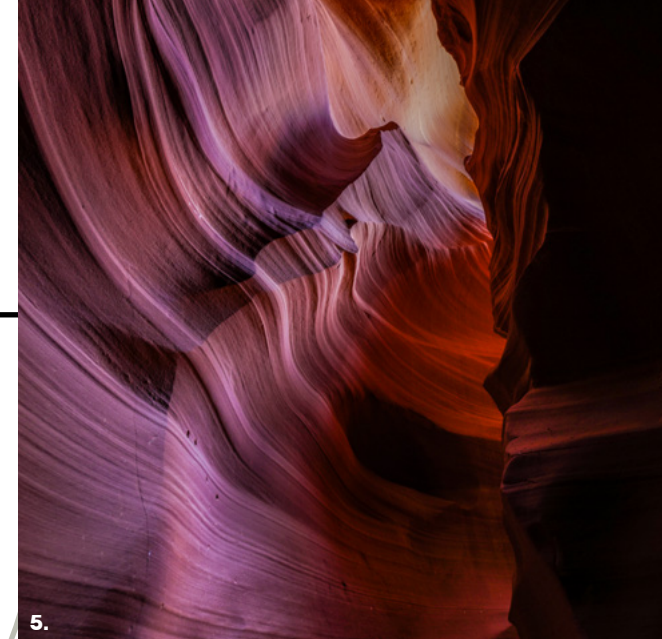
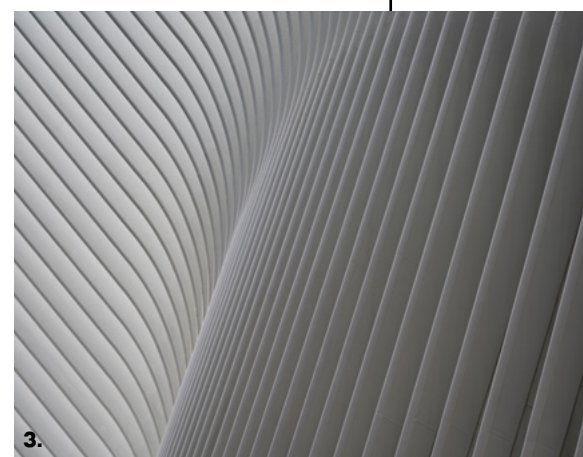
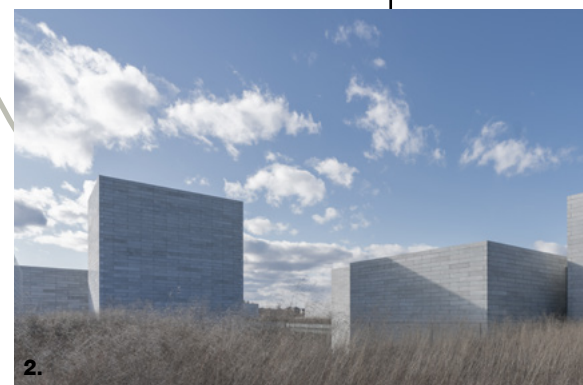
DEEP DARK COLOR

9. อาคารสีเข้มเจือแดง สี Red Wine สีแดงหลักที่จะมองเห็นได้เฉพาะในบางช่วงเวลา มิติสีพิเศษที่เล่นกับแสงแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

10. เราเห็นสีได้เมื่อมีแสง ความมืดเปลี่ยนทุกสีให้ดูสีกลับอย่างมีเสน่ห์ สีเอดสุดท้ายก่อนดำของแต่ละสีให้ความรู้สึกน่าค้นหาได้เสมอ

11. แสงสุดท้ายของแต่ละวัน ท้องฟ้าสีสุดท้ายก่อนดำสนิทสีดำที่ไม่ดำ สีดำที่มีสีสัน

12. แสงสีบนความมืดมิด จากผลงาน Digital Art by Teamlab Deep Color สดใสในความมืดให้ความรู้สึกกลับอย่างมีเสน่ห์



O

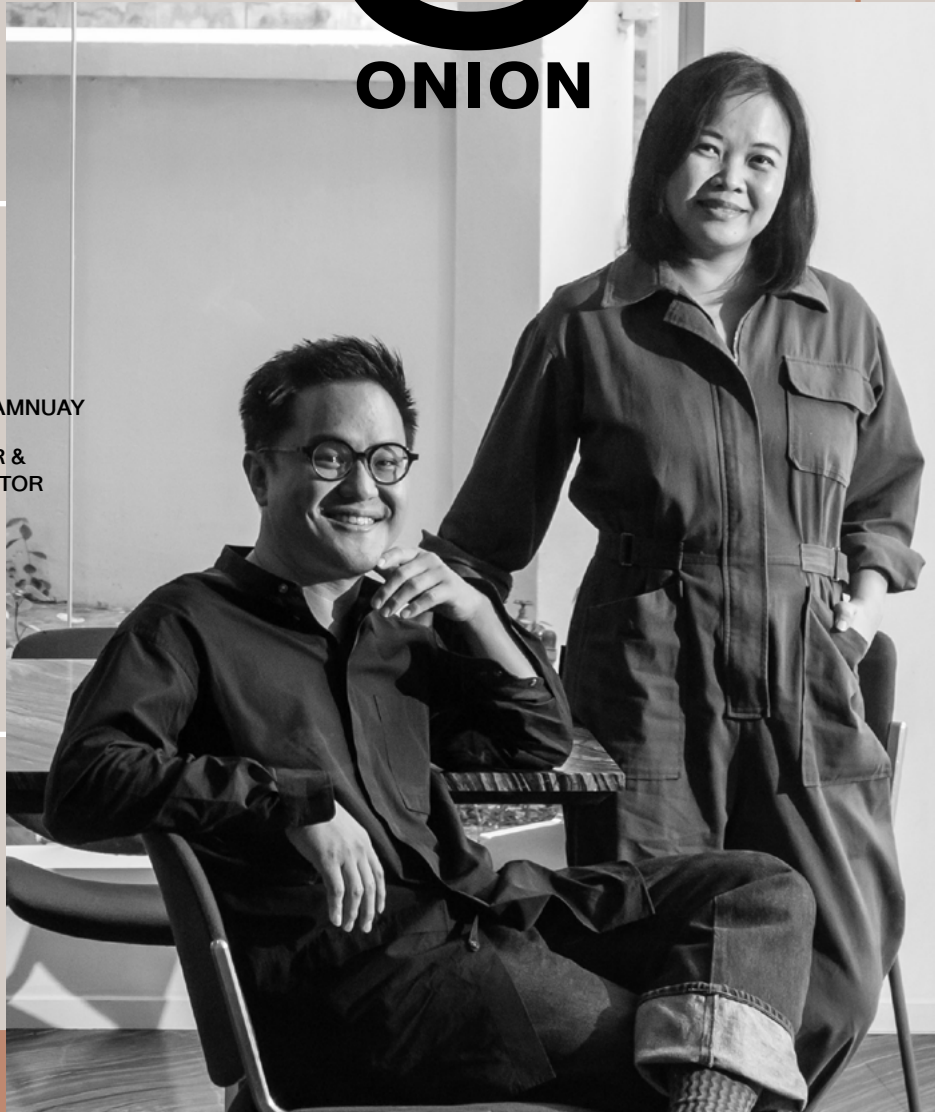
ONION

S

SIRIYOT CHAIAMNUAY

_CO-FOUNDER &
DESIGN DIRECTOR

ONION



A

ARISARA CHAKTRANON

_CO-FOUNDER &
DESIGN DIRECTOR

ONION

ศิริยศ ชัยอำนวย และ อริศรา จักรธรานนท์ คือสองสถาปนิกนำทีม

ของ Onion สตูดิโอออกแบบที่อยู่เบื้องหลังงานดีไซน์ของโรงแรม

หลายแห่งที่บอกว่า “ฮอต” ที่สุดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็น

SALA Ayutthaya, SALA Samui Chaweng Beach Resort,

SALA Khao Yai รวมทั้งยังมีพื้นที่การใช้งานร่วมสมัยแบบ Co-Working

Space อย่างที่ Samyan CO-OP และ Boonthavorn Design Village

นอกจากเรื่องแสงธรรมชาติที่ช่วยสร้างความรู้สึกโปร่งโล่งให้กับพื้นที่และความสัมพันธ์ระหว่างแสงกับสีแล้ว การสร้างบรรยากาศเฉพาะของแต่ละพื้นที่เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ Onion ให้ความสำคัญอย่างมากในงานออกแบบแต่ละชิ้น ซึ่งการสร้างบรรยากาศที่แตกต่างดังกล่าวจะตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่มีไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ ในการเข้าพักโรงแรม เช่น Staycation ได้อย่างดี งานออกแบบสถาปัตยกรรมของ Onion ยังโดดเด่นในเรื่องการใช้สี ทั้งการใช้สีวางสร้างความรู้สึกที่เป็นสมัยใหม่ การใช้สีสร้างบรรยากาศที่แตกต่าง การใช้สีของวัสดุธรรมชาติ และที่ดูจะน่าสนใจไม่แพ้เรื่องไหนก็น่าจะเป็นการใช้สีสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่นั้น ๆ

NEW AGE OF COLOR

สร้างบรรยากาศที่แตกต่างในแต่ละพื้นที่

บรรยากาศที่แตกต่างไปในแต่ละไซซ์ของโครงการเป็นหนึ่งในสิ่งที่ Onion ให้ความสำคัญมากในงานออกแบบ เพื่อให้ผู้ที่เลือกออกจากบ้านมาเปลี่ยนที่พักหรือที่ทำงานชั่วคราว ไม่ว่าจะเป็นการเข้าพักโรงแรมหรือการนั่งทำงานใน Co-Working Space ได้รับรู้ประสบการณ์ว่าพวกเขาได้เปลี่ยนบรรยากาศจริง ๆ “การที่คนออกจากบ้านมายังพื้นที่ข้างนอก เพราะเขาต้องการบรรยากาศที่ไม่เหมือนเดิม และเรามีหน้าที่สร้างบรรยากาศที่แตกต่างกันให้เป็นตัวเลือกของเขา” โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาช่วยให้หลายคนสามารถทำงานอยู่ที่บ้านและประชุมทางไกลจากที่ไหนก็ได้ รวมทั้งการระบาดของ Covid-19 ที่ทำให้หลายองค์กรออกนโยบายให้พนักงาน Work From Home ทั้งศิริยศและอริศราจึงเชื่อว่าพื้นที่ในสำนักงานจะลดขนาดและความสำคัญลงเรื่อย ๆ ในขณะพื้นที่บ้านและโรงแรมจะเพิ่มความสำคัญมากขึ้น “สิ่งหนึ่งที่เรเห็นได้จากโรงแรมที่เราออกแบบก็คือโรงแรมขนาดเล็กที่มีพื้นที่ส่วนตัว อย่างพูลวิลล่า กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะเป็นผลมาจากไลฟ์สไตล์ใหม่ของคนในยุคปัจจุบันที่ไม่ได้ไปพักโรงแรมแล้วเน้นการออกไปเที่ยวข้างนอก แต่เขาไปใช้เวลาอยู่ในโรงแรมมากขึ้น บางคนก็อาจไม่นั่งทำ ไปใช้เวลาอยู่ตรงนั้นจริง ๆ เป็น Staycation”

นอกจากสร้างบรรยากาศที่ไม่เหมือนกันตามแต่ละโครงการแล้ว Onion ยังให้ความสำคัญกับบรรยากาศที่แตกต่างกันของพื้นที่ต่าง ๆ ภายในไซต์เดียวกันด้วย ซึ่งก็น่าจะยังตอบโจทย์ได้ดีกับไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของผู้เข้าพักโรงแรมในยุค New Normal หรือ ‘Now Normal’ อย่าง SALA Samui Chaweng ที่ Onion ออกแบบให้มีคอร์ทยาร์ดหลาย ๆ คอร์ทยาร์ดเพื่อให้แต่ละคอร์ทยาร์ดทำหน้าที่เป็นเหมือนห้องนั่งเล่นกลางแจ้ง แล้วทั้งสองโซนของโรงแรมก็ใช้สีต่างกันเพื่อสร้างบรรยากาศที่ต่างกัน อย่างโซนริมทะเลก็เป็นสีขาว-เหลือง ดูสดใสสว่าง ส่วนโซนด้านในเป็นน้ำเงิน-ขาว ที่ให้ความรู้สึกเย็นสบาย เข้ากันได้ดีกับสวนสีเขียว

“ส่วน Samyan CO-OP เราออกแบบให้ผู้ใช้สามารถมีวิธีการนั่งอ่านหนังสือหรือทำงานในหลาย ๆ แบบ บางมุมก็หันหน้าเข้าผนังเพื่อที่เงาจะได้โฟกัสกับงาน บางมุมก็เห็นวิวหรือเห็นคนอื่น ๆ เพราะเราเชื่อว่าคนเรามีความต้องการไม่เหมือนกัน แล้วถึงอินเตอร์เน็ตจะเข้ามาช่วยให้เราสามารถทำงานทางไกลได้ แต่เราก็ยังต้องการ Interaction กับคนอื่น ๆ อยู่”

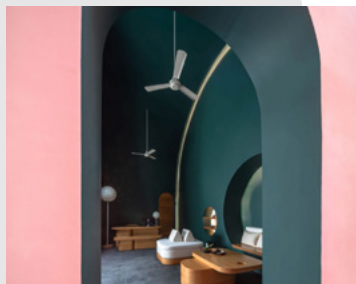
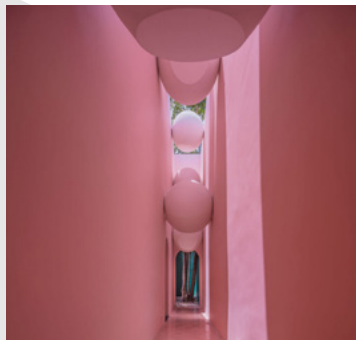




สร้างการจดจำ... ด้วย “สี”

“จริง ๆ พวกเราชอบใช้สีมากนะ” แต่แน่นอนว่าในฐานะนักออกแบบ การตัดสินใจเลือกใช้สีใดสีหนึ่งในแต่ละโปรเจกต์ Onion ก็ต้องคำนึงถึงปัจจัยร่วมอื่น ๆ ด้วย เช่น ความต้องการของลูกค้า การเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และโทนสีที่เป็นกลาง ไม่บ่งชี้ไปในทางใดทางหนึ่งที่ชัดเจนเกินไป เพราะผู้ที่เข้ามาใช้พื้นที่นั้น ๆ ไม่ได้มีแค่เพศใดเพศหนึ่งหรือรุ่นอายุเดียวกัน “แต่เราก็อยากใช้สีให้มันจดจำได้ด้วย คือพอเห็นคู่สีนี้ก็รู้เลยว่านี่เป็นโรงแรมในการทำงาน แต่ครั้งเราก็เลยต้องเอาปัจจัยทั้งหมดมาชั่งน้ำหนักแล้วตัดสินใจว่าเราจะใช้สีอะไร”

โปรเจกต์ SALA Samui Chaweng Beach Resort น่าจะเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นอย่างดีถึงการใช้สีให้เกิดการจดจำของ Onion โดยเฉพาะในส่วนห้องสปา ในโทนสีเขียวเข้ม-ชมพู ที่นอกจากจะสร้างบรรยากาศที่แตกต่างจากส่วนอื่นของโรงแรมและทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายมากขึ้นแล้ว ก็ยังเป็นคู่สีที่โดดเด่นจนใครเห็นก็จดจำได้ทันทีว่าคือสปาของโรงแรมแห่งนี้



น้ำหนักรสชาติต่างกัน สร้างบรรยากาศที่แตกต่าง

“ที่ Samyan CO-OP เราใช้โทนสีฟ้าออกน้ำเงิน แบบฟ้าไธราอมอน ที่ให้ความรู้สึก Friendly และก็ไม่เด็กเกินไป ไม่ผู้ใหญ่เกินไป ไม่ออกเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายชัดเจนจนเกินไป ถ้าเราใช้ฟ้าที่อ่อนกว่านี้อีกนิดเดียวมันจะ Baby Blue แล้ว จะเด็กไป หรือถ้าเข้มกว่านี้อีกหน่อย ก็จะดูเข้ม ดูซีเรียสไป คือถึงจะเป็นสีเดียวกัน แต่ถ้าน้ำหนักต่างกันนิดเดียว บรรยากาศที่ออกมาก็ต่างกันแล้ว”

SALA Ayutthaya และบ้านป้อมเพชร สองโปรเจกต์ที่ตั้งอยู่ติดกัน ยังแสดงให้เห็นถึงการใช้สีของวัสดุพื้นถิ่น (Local Materials) ที่ Onion สนใจได้เป็นอย่างดี “ทั้งสองโปรเจกต์นี้ เราใช้วัสดุคืออิฐชนิดเดียวกัน แต่ดินที่นำมาใช้ทำอิฐนั้นมาจากคนละที่ และกระบวนการก็ต่างกัน อย่างอิฐของ SALA ใช้แก๊สในการเผา สีที่ออกมาก็จะเข้มกว่า สม่ำเสมอกว่า ให้ความรู้สึกกลับ ส่วนบ้านป้อมเพชร เราใช้ถ่านเผา สีก็จะมีความเข้มอ่อนต่างกัน แล้วดูสว่างกว่า ให้บรรยากาศที่สดใสกว่า”



EXPLORATION

Explore การใช้สีใหม่ ๆ

เมื่อพูดถึงงานออกแบบของ Onion หลายคนน่าจะนึกถึง “สีขาว” ที่ให้ความรู้สึกโมเดิร์น เพราะเป็นโทนสีที่พวกเขาใช้มาตลอดกว่าสิบปีที่ผ่านมา ทั้งศิรศและอริศราเองยอมรับว่าพวกเขาสงสารสีขาวมาก แต่ในขณะเดียวกัน Onion ก็พยายามที่จะทดลองหาวิธีการใช้สีใหม่ ๆ ด้วย

“อย่างโปรเจกต์ที่เราทำลังทำอยู่คือ SALA Khao Yai w/2 เราไม่ได้ใช้สีขาวโมเดิร์นแล้ว แต่เป็นสี Off-White ที่ผสมสีครีมเข้าไป ผลลัพธ์ที่ออกมาคือความรู้สึกเป็นธรรมชาติมากขึ้น ความรู้สึกที่ซอฟต์แวร์ไม่ใช้ความเรียบแบบโมเดิร์น แล้วบรรยากาศมันเปลี่ยนไปทั้งห้องเลย ทั้ง ๆ ที่เราเปลี่ยนสีแค่ชนิดเดียว ความสัมพันธ์ระหว่างแสงกับสีก็เปลี่ยนไป เพราะแสงที่เข้ามาจะนวลและนุ่มขึ้น ไม่เหมือนกับแสงเงาที่คมชัดเวลาอยู่บนสีขาว แล้วในโปรเจกต์นี้นี่น่าจะเสร็จเดือนตุลา เราใช้แต้มสีชมพูเข้าไปด้วย เป็นสีชมพูคอตตอน ย้อมแบบธรรมชาติเบา ๆ เหมือนสีดิน”



ONION'S MOOD BOARD

รูปแบบความทรงจำของการเดินทางไปประเทศต่าง ๆ
ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

01. Jaipur, December 2012 (Onion Trip)

สีของผนังอาคารที่สดใส หลากหลาย และความมีเสน่ห์
ของวัฒนธรรมอินเดีย

02. Ayutthaya, September 2014 (Site Visit Trip)

สีส้มเข้มของอิฐเจดีย์เผาเทคนิคโบราณ ด้วยขนาดใหญ่
และมีผิวสัมผัสที่ชัดเจน สร้างความรู้สึกลึกกลับ น่าค้นหา

03. Fez, December 2014 (Private Trip)

สีส้มของเมือง บริเวณย้อมหนังสัตว์ของเมือง สร้างสีสัน
ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาให้กับเมือง ย้อนไปถึงประเพณี
และการดำรงชีวิตที่สืบมาจากอดีต

04. Jodhpur, February 2017 (Onion Trip)

สีส้มสดใส รวมทั้งรายละเอียดของเสื้อผ้าและสินค้า
ที่อยู่ในตลาด

05. Petra, January 2017 (Private Trip)

สีของการทับถมของกาลเวลา ทำให้รู้สึกเคลื่อนไหว
และมีชีวิตชีวา

06. Beijing, October 2018 (Onion Trip)

สีเทาต้นของอิฐในจีน สร้างความรู้สึกขรึมและประวัติศาสตร์
ที่ผ่านมายาวนาน

07. Matera, June 2019 (Private Trip)

การใช้สีโทนเดียวของเมือง ให้ความรู้สึกกลมกลืน สบายตา
และอบอุ่น

08. Samui, September 2019 (Site Visit Trip)

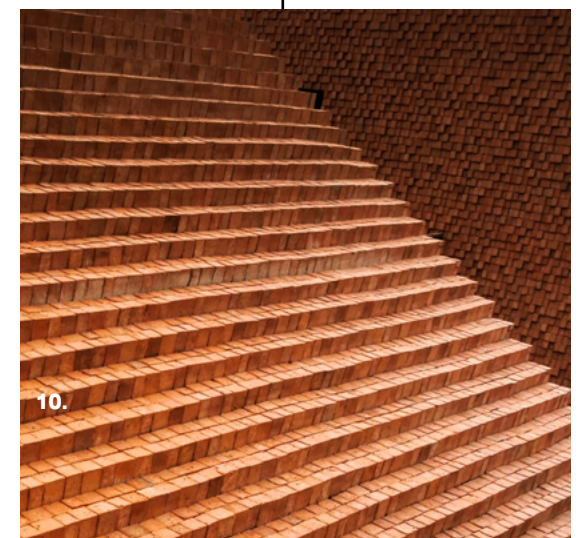
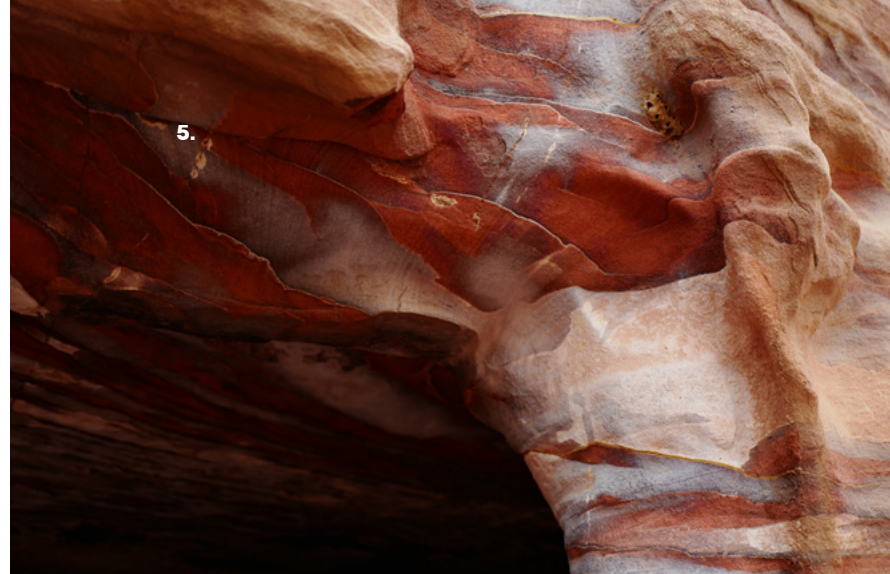
สีท้องฟ้าตอนพระอาทิตย์ใกล้จะตกดิน เป็นสีของความ
สนุก สดใส และน่าค้นหา

09. Khaoyai, June 2020 (Site Visit Trip)

ทุ่งหญ้า ต้นไม้ ท้องฟ้า ธรรมชาติ และการผ่อนคลาย

10. Ayutthaya, September 2020 (Site Visit Trip)

สีส้มอมชมพูของอิฐทำมือที่เผาจากถ่านไม้ ที่เป็นวิธีเผา
แบบดั้งเดิม สีที่ไม่สม่ำเสมอของอิฐ สร้างความรู้สึกอบอุ่น
ผ่อนคลาย



----- ONION

RESEARCH STUDIO PANIN

T

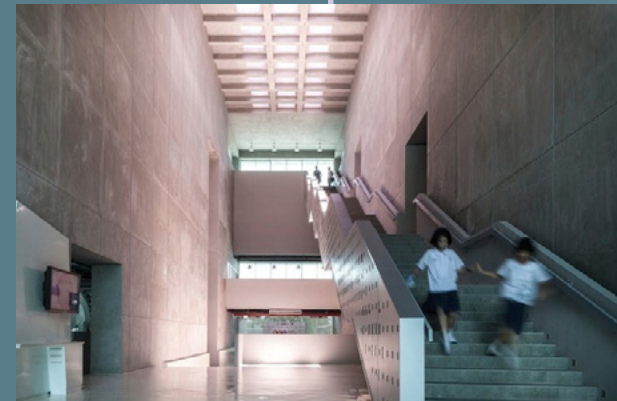
TONKAO PANIN

_ARCHITECT
RESEARCH
STUDIO PANIN

_PROFESSOR
FACULTY OF
ARCHITECTURE,
SILPAKORN
UNIVERSITY



นอกจากจะเป็นอาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรแล้ว ศ. ดร.ต้นข้าว ปาณินท์ ยังเป็นสถาปนิกและผู้ก่อตั้ง Research Studio Panin รวมทั้งรับหน้าที่เขียนแปล และเป็นบรรณาธิการต้นฉบับแปล ให้กับหนังสือทางสถาปัตยกรรมหลายเล่ม เมื่อถูกถามถึงการระบาดของ Covid-19 ในปัจจุบันที่ย่อมส่งผลถึงการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนในสังคม รวมทั้งงานออกแบบสถาปัตยกรรม ศ. ดร.ต้นข้าว จึงมีความเห็นที่น่าสนใจให้เราในหลายประเด็น



THE MORE ISOLATION, THE MORE PUBLIC (OUTDOOR) SPACE NEEDED



“สิ่งที่น่าจะเกิดขึ้นแน่ ๆ คือ คนจะกระจายตัวออก (Decentralize) ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การเรียน การสอน เราไม่จำเป็นต้องมาอยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก ๆ อีกแล้ว แต่ทุกคนจะมีพื้นที่ของตัวเอง ใช้เวลากับบ้านมากขึ้น และใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารแทน หรือถึงแม้ว่าในอนาคต เราจะมีวัคซีน ควบคุมการระบาดของโรคได้ แต่รูปแบบการทำงานหรือประชุมก็น่าจะเปลี่ยนไปในที่สุด เพราะผู้คนคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารทางไกลกันแล้ว และมันก็จะสะดวกสบาย การที่เทคโนโลยีช่วยลดข้อจำกัดเรื่องการเดินทางออกไป ทำให้เรามีเวลามากขึ้น เพราะฉะนั้น Work Space แบบรวมศูนย์น่าจะลดพื้นที่และความสำคัญลง เช่น คนอาจจะทำงานที่บ้านแล้วอาทิตย์หนึ่งมาประชุมกันสัก 2 - 3 ครั้ง

“แต่ในขณะที่เราถูก Isolate มากขึ้น อยู่ในพื้นที่ของตัวเองมากขึ้น ก็มีแนวโน้มว่าเราต้องการพื้นที่สาธารณะที่เป็นเอาท์ดอร์มากขึ้นตามมา เพราะเราน่าจะต้องการการปลดปล่อยหรือผ่อนคลายหลังจากใช้เวลาอยู่ในพื้นที่ของตัวเองมาก ๆ เพราะฉะนั้นคิดว่าในอนาคตพื้นที่สาธารณะอย่างสวนสาธารณะขนาดใหญ่ น่าจะเป็นที่ต้องการมากขึ้น”

FLEXIBILITY / TRANSFORMATION / ORGANIZATION

“หลังจากเกิดโควิด ลูกค้าหลายคนก็เข้ามาหาเราว่ามีความต้องการที่เปลี่ยนไป คือทุกคนคาดว่าจะใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น เพราะฉะนั้นบ้านจะกลายเป็นพื้นที่ Multifunction ไม่ใช่ที่ที่เรากลับมาแล้วนอน แล้วก็ออกไปทำงานอีกต่อไป บ้านจะต้องทำหน้าที่หลายๆ อย่าง ยกตัวอย่างเช่น เราอาจจะไม่ต้องออกไปกินกาแฟข้างนอกบ่อย ๆ อีกก็ได้ แต่สามารถนั่งกินกาแฟในบ้านเหมือนคาเฟ่ได้ หรือสำหรับบ้านใหญ่ ๆ ก็อาจจะมียิม มีพื้นที่กิจกรรมอื่น ๆ อยู่ในนั้นเลย เพราะเจ้าของบ้านอยากให้อยู่ในบ้านแล้วผ่อนคลาย ไม่ต้องออกไปข้างนอก

“เราจึงนำเสนอไอเดียหนึ่งให้กับลูกค้า เป็นไอเดียที่มีศักยภาพสำคัญอยู่ 3 ข้อ คือ หนึ่ง Flexibility บ้านจะไม่เป็นพื้นที่ตายตัวสำหรับกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง แต่พื้นที่แต่ละส่วนจะต้องถูกปรับเปลี่ยนเพื่อการใช้งานที่แตกต่างกันได้ ซึ่งก็คือข้อสอง Transformation เช่น ห้องนอนเวลากลางวันก็อาจจะเปลี่ยนเป็นห้องทำงาน เป็นต้น และสุดท้ายก็คือ Organization หมายถึงเมื่อเราใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น การจัดระบบระเบียบบ้านจะเป็นสิ่งสำคัญ มันไม่ได้แปลว่าบ้านต้องใหญ่ขึ้น อาจจะเป็นคนโดนขนาดเล็ก แต่มีการ Organize พื้นที่ที่สามารถทำให้ผู้อยู่อาศัยใช้พื้นที่ที่มีจำกัดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

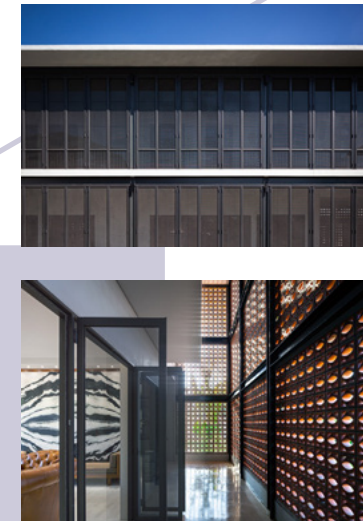
“ความยากสำหรับสถาปนิกคือเราต้องใช้พื้นที่ให้ได้ประสิทธิภาพจริง ๆ และการที่เราเบลอ Boundary ของพื้นที่แต่ละส่วนมากขึ้น เพื่อให้มันเป็นพื้นที่ที่เนกประสงค์ ก็เป็นเรื่องยากที่จะสื่อสารทำความเข้าใจกับเจ้าของบ้าน เพราะปกติเราจะมีคำจำกัดความที่ชัดเจน เช่น เรียกห้องนี้ว่าห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องทำงาน ฯลฯ ซึ่งเจ้าของบ้านจะเข้าใจได้ทันทีว่าห้องนั้น ๆ มีฟังก์ชันอะไร แต่พอเราบอกว่ามันเป็นพื้นที่เนกประสงค์ ซึ่งส่วนตัวเราเรียกมันว่าพื้นที่ A, B, C, D เราก็ต้องค่อย ๆ อธิบายด้วยว่าพื้นที่ A ที่ว่าสามารถใช้ทำอะไรได้บ้าง”



ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ ภายในและภายนอก

“เมื่อคนเราใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น สิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ตามมา ก็คือ เราควรจะรู้สึกว่าได้ Connect กับสภาพแวดล้อมภายนอกจริง ๆ แล้ว ก่อนหน้านี้ เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ภายในและภายนอกมีความสำคัญอยู่แล้ว แต่พอเกิดโควิด มันก็ยิ่งกลายเป็น Concern หลักที่สำคัญมาก ไม่อย่างนั้นเราจะไม่รู้สึกติดติดกับการใช้เวลาอยู่บ้านมาก

“ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ภายในและภายนอกที่ว่า เช่น เรื่องแสง ถ้าเราออกแบบให้คนที่อยู่ในบ้านได้รับรู้ถึงแสงที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วงเวลาของวัน หรือได้ยินเสียงฝนที่ตกอยู่ด้านนอก ได้รับละอองฝนบ้างเวลาเดินจากห้องนี้ไปห้องนั้น นี่คือความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้อยู่อาศัยกับสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเราคิดว่ามันคือการสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นส่วนตัวในพื้นที่ที่เป็นส่วนตัว แต่ในขณะเดียวกันผู้อยู่อาศัยก็สามารถมีความสัมพันธ์กับธรรมชาติภายนอกที่ทำให้เขาไม่รู้สึกว่า Isolate จนเกินไป หรือยกตัวอย่างง่าย ๆ เมื่อเราอยู่บ้านมากขึ้น เราคงไม่สามารถหันโต๊ะทำงานเข้าหาผนังแล้วจ้องผนังทั้งวันทั้งคืนได้อีกต่อไป อย่างน้อยเราจะต้องหันข้างเพื่อให้เห็นแสงเข้ามาบ้าง”



เจดสีที่แตกต่างกัน สร้างอารมณ์ที่ต่างไป

“การเลือกใช้สีเป็นเรื่องของปัจเจก แต่ละคนมีความชอบไม่เหมือนกัน ก็จะเลือกใช้สีตามความชอบของตัวเอง แต่สำหรับผู้คนส่วนมาก มักต้องการสีที่ค่อนข้างจะกลาง ๆ เพียงแต่เราคงไม่ได้อยากใช้สีกลาง ๆ ที่เหมือนกับหมดทุกพื้นที่ เพราะถ้าเราอยู่ในบ้านที่ทาสีขาวหมดเลย พื้นที่ทั้งหมดจะแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงของ Mood และบรรยากาศเลย จึงคิดว่าเราจะต้องการสีที่มีโทนกลาง ๆ แต่ขณะเดียวกันก็เป็นสีที่มีน้ำหนักต่างกันในแต่ละพื้นที่ เพราะความต่างของเจดสีนั้นจำเป็น แต่จะเข้มจะหนักก็แล้วแต่ความชอบส่วนบุคคล เพราะฉะนั้นเราอาจจะเสนอลูกค้าให้ใช้สีที่ทำาให้แต่ละพื้นที่มีเจดสีหรือโทนสีที่ต่างกัน เพื่อให้เราเปลี่ยนแปลง Mood ของเราในแต่ละวันได้

“สำหรับงานออกแบบที่ทำอยู่ สีที่ใช้บ่อยมากคือสีโทนเทา มีหลายเฉด แล้วแต่จะเลือกใช้ บางทีเลือกใช้เทาออกน้ำเงิน หรือบางทีก็เทาออกน้ำตาล คือโทนเทามันมีหลายเฉดมากเลย มันสามารถอ่านเป็นเทาออกน้ำเงินก็ได้ เทาออกเขียวหรือแดงก็ได้ ก็จะชอบโทนเทา จะมีพัดสีโทนเทาของ TOA ติดมือไว้เกือบตลอด มีเบอร์สีที่ใช้ประจำเป็นชุด ๆ ถ้าลูกค้าให้เลือกสีให้ก็มักจะใช้โทนเทา แต่เป็นเทาที่ต่างเฉดกันไป หรือถ้าลูกค้าอยากได้สีอื่น อย่างมีครั้งหนึ่งที่ลูกค้าอยากได้สีชมพู เราก็จะเลือกชมพูในโทนที่อยู่กับเทาได้ที่จะเป็นความชอบของลูกค้าและสถาปนิกด้วยกัน

“เราเห็นว่า สีนอกจากจะเป็นเครื่องมือในการสร้างบรรยากาศสำหรับผู้อยู่อาศัยแล้ว มันยังเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร และการแสดงออกของความเป็นตัวตนของผู้อยู่อาศัยด้วย ซึ่งก็แปลว่า คุณสมบัติเชิงกายภาพและเชิงนามธรรมของสี ส่วนสำคัญต่อเราในการอยู่อาศัย และเป็นตัวกลางในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเราทุกคนและสภาพแวดล้อมที่เราอาศัยอยู่”

TONKAO'S MOOD BOARD

1. Mies van der Rohe, Seagram Building

ความเรียบนิ่งของสถาปัตยกรรมสมัยใหม่

2. Otto Wagner, Postsparkasse

การเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต

3. Gottfried Semper, Semper Depot

การเปลี่ยนผ่านสู่สมัยใหม่

4. Mies van der Rohe, Seagram Building

ความเข้มลึกของการแสดงออก

5. Mies van der Rohe, Villa Tugendhat

ความสงบของการอยู่อาศัย

6. Kevin Roche and John Dinkeloo, Ford Foundation

ธรรมชาติที่พบได้รอบตัว

7. Otto Wagner, Postsparkasse

การแลกเปลี่ยนที่สง่างาม

8. Marcel Breuer, The Met Breuer

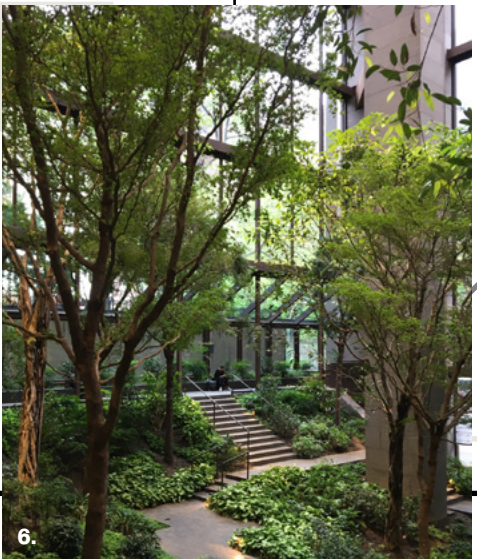
ความกระฉับกระเฉงของความคิด

9. Mies van der Rohe, Villa Tugendhat

ความอ่อนโยนของบรรยากาศ

10. Mies van der Rohe, Villa Tugendhat

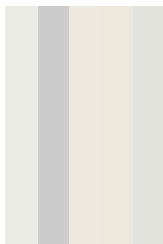
ตัวแทนของสมัยใหม่



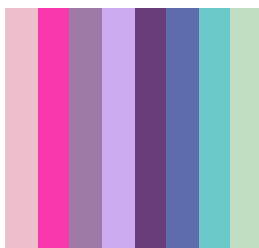
COLOR FLOW

จากแรงบันดาลใจของทั้ง 5 กลุ่มสถาปนิก ผ่านการวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ จากทีโอเอ จนได้ออกมาเป็น Trendscape ที่แสดงให้เห็นความสอดคล้องในการเรียงตัวกัน ของ Hue และ Value สำหรับเทรนด์สี ปี 2022

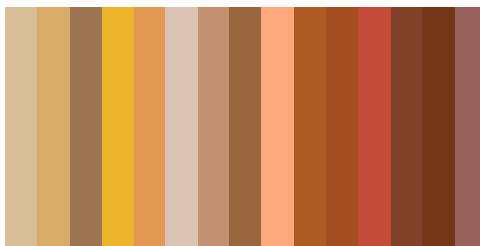
BIO-CENTRIC



UNIVERSE WE



AUTHENTIC IMPRESS



SHELTERAL (Shelter+Natural)



UNREFINED WORLD



COLOR SUMMARIZE

TOA COLOR TRENDS 2022

5 กลุ่มเทรนด์สีปี 2022 ในยุค Now Normal

กำเนิดเทรนด์สีใหม่ ผ่านการสำรวจและวิเคราะห์มุมมองจากนักออกแบบและสถาปนิก ที่มีต่อทิศทางการออกแบบ รวมถึงแนวคิดการถ่ายทอดสีสันที่เปลี่ยนแปลงไปในยุค Now Normal เมื่อวิถีการใช้ชีวิต และมุมมองด้านการอยู่อาศัยของคนเปลี่ยนแปลงไป จึงนำมาสู่กลุ่มแนวคิดสีใหม่ที่นำจับตาเหล่านี้

BIO-CENTRIC

กลุ่มสีทางสะอาดตา และขาวโพลน (W9119, W9109)

กลุ่มสีทางสะอาดตา และขาวโพลน ให้ความหมายถึงความสะอาด สุขอนามัย และความปลอดภัยต่อสุขภาพ เป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้สำหรับการใช้ชีวิตแบบ Now Normal สิ่งอีกที่ตามมาคือพื้นที่อยู่อาศัยที่ต้องมาพร้อมแนวคิด Hygienic Design เน้นความปลอดภัย สดอาดตา และดีไซน์ที่สร้างเสริมการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขลักษณะ ยกกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ และจิตใจ ในขณะที่ผู้คนต้องดูแลรักษาสุขภาพให้ปลอดภัยจากโรค พร้อมกันนั้นยังคำนึงถึงความยั่งยืนของโลก ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่ต้องดูแลร่วมกันด้วย

UNIVERSE WE

สีม่วงสว่าง (V3096)

สีม่วงสว่างที่สะท้อนถึงความเป็นหนึ่งเดียว ไม่แบ่งแยก ไม่ว่าชาย หญิง ไม่ว่าเพศใด ๆ เด็กหรือผู้ใหญ่ ก็สามารถใช้นี้ได้ ไม่มีแค่เธอ หรือแค่ฉัน (ME) จะมีแต่ “เรา (WE)” ที่รวมทุกสิ่งมีชีวิตบนโลก ไม่ว่าจะเป็น มนุษย์ สัตว์ และธรรมชาติ ความเป็นหนึ่งเดียวกันในทุกสรรพสิ่งได้เข้ามาแทนที่แนวคิด “Youiverse” สู่ “Universe” ที่หลอมรวมคนทุกเชื้อชาติ ทุกภาษา ทุกวัฒนธรรม ทุกความเชื่อ ทุกความฝัน และทุกแรงบันดาลใจ ไม่แบ่งแยกเพศและวัย เพราะเราล้วนเชื่อมโยงและโยงใยกัน ไม่ว่าจะเป็นโลกที่เสมือนบ้านหลังใหญ่ของสิ่งมีชีวิต หรือแม้แต่ในบ้านหลังเดียวกันของครอบครัว ที่มีสมาชิกหลากหลายวัย (Multigeneration) อยู่อาศัยและใช้ชีวิตร่วมกัน

AUTHENTIC IMPRESS

กลุ่มสีใบจาง แดงหม่น ส้มอิฐ (N6161, R2170, O1105)

กลุ่มสีใบจาง แดงหม่น และส้มอิฐ ตัวแทนของการคิดถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม แม้วิถีชีวิตใหม่จะเคียงคู่กับการพัฒนาตัวตนใหม่ แต่ยังคงไม่ลืมคุณค่าแห่งอดีต รากเหง้า และเนื้อแท้ทางวัฒนธรรม ความสูง และความประทับใจใหม่ ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากการรับรู้ผ่านความทรงจำ ที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ที่ผ่านมา ผู้คนสามารถมองเห็นสีสันความงามของชีวิตที่เชื่อมโยงระหว่างตัวตน พื้นที่ และสิ่งแวดล้อมรอบตัว การผสมผสานความเก่า - ใหม่เป็นจุดเริ่มต้นนำไปสู่แรงบันดาลใจใหม่ ๆ ของการใช้ชีวิต

SHELTERAL (Shelter+Natural)

กลุ่มสีฟ้าตุ่น เทากลาง เขียวอ่อน (B4224, N6262, N6316)

กลุ่มสีฟ้าตุ่น เทากลาง และเขียวอ่อน ที่ให้ความรู้สึกสงบสบายใจ เปรียบเสมือนสถานที่หลบภัย บ้านเป็นปราการส่วนตัว ที่ให้ความรู้สึกอุ่นใจ และปลอดภัยที่สุด เมื่อผู้คนรู้สึกว่าโลกข้างนอกเต็มไปด้วยความวุ่นวาย อันตราย และความไม่แน่นอน พื้นที่อยู่อาศัยจึงต้องพร้อมเป็นศูนย์กลางทุกอย่างของการใช้ชีวิต รองรับการปรับสมดุลชีวิตใหม่ รวมถึงปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมและบรรยากาศใหม่ให้ผ่อนคลาย ดังความเป็นธรรมชาติเข้ามาสู่พื้นที่อยู่อาศัย ที่ช่วยลดทอนความตึงเครียด เพิ่มความผ่อนคลาย สบายตาสบายใจ ในขณะที่ใช้ชีวิตในพื้นที่ปลอดภัยที่บ้าน ก็ยังรู้สึกเชื่อมโยงกับโลกธรรมชาติภายนอกได้

UNREFINED WORLD

กลุ่มสีเทาเข้ม น้ำเงินเข้ม และสีดำ (K7050, N6272, K7055)

กลุ่มสีเทาเข้ม น้ำเงินเข้ม และสีดำ แสดงออกถึงสิ่งจะแท้จริงในโลกปัจจุบันเมื่อโลกสงบลงอย่างที่ยังดูไกลออกไปเราจึงต้องใช้ชีวิตในโลกแห่งความจริง ผ่านมุมมองที่สร้างสรรค์ อาศัยโลกการออกแบบช่วยสร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ และถ่ายทอดความงามจากโลกที่ไม่สมบูรณ์แบบนี้ผ่านสิ่งจะวัสดุความเป็นเนื้อแท้ตามธรรมชาติ ความไม่สมบูรณ์แบบ ความจริง ความดิบ ความไม่สมบูรณ์แบบ ฯลฯ เชิดชูความจริงที่นั่นสู่ความมีเอกลักษณ์ ความเฉพาะ และความแตกต่างที่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความหมาย เปิดประสบการณ์การรับรู้ใหม่ในรายละเอียดให้กับงานสถาปัตยกรรม

THE COLOR OF THOUGHTFUL LIVING

TOA COLOR TRENDS 2022

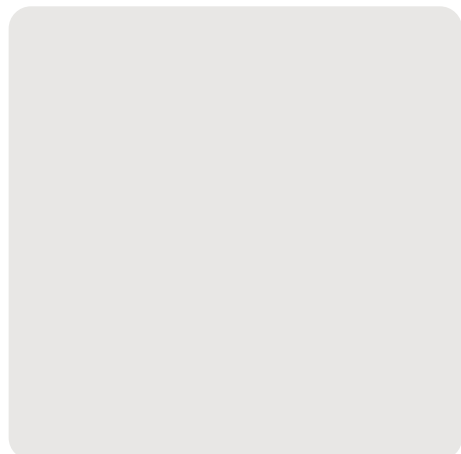


SCAN FOR DOWNLOAD BOOKLET
TOA COLOR TRENDS 2022

TOA COLOR TRENDS 2022

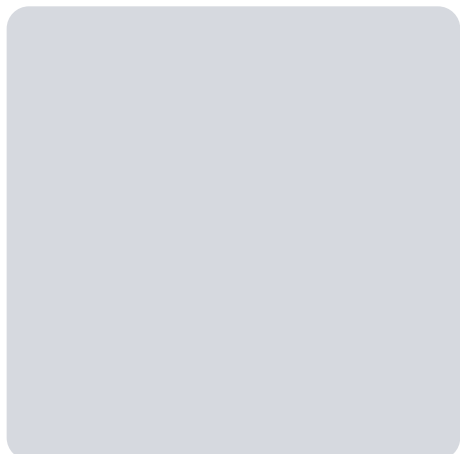


W9119



RGB 231, 230, 230

W9109



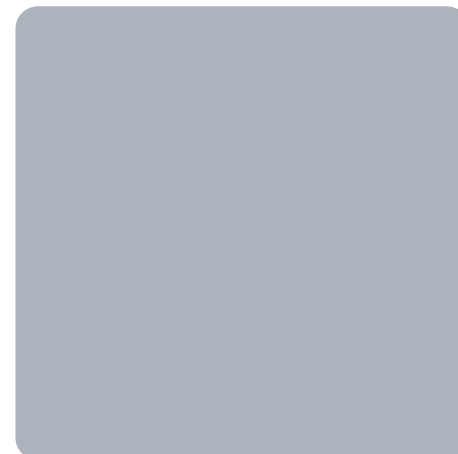
RGB 214, 217, 223

B4224



RGB 90, 125, 139

N6262



RGB 172, 178, 187

V3096



RGB 205, 203, 219

N6161



RGB 213, 205, 199

N6316



RGB 161, 169, 150

K7050



RGB 107, 109, 113

R2170



RGB 155, 104, 113

O1105



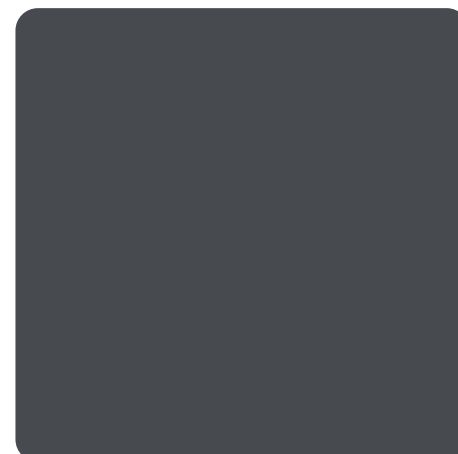
RGB 190, 136, 112

N6272



RGB 64, 79, 91

K7055



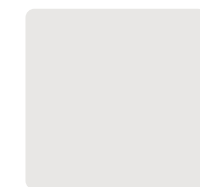
RGB 70, 73, 78

TOA COLOR TRENDS 2022

ROOM SCENES

TOA

01

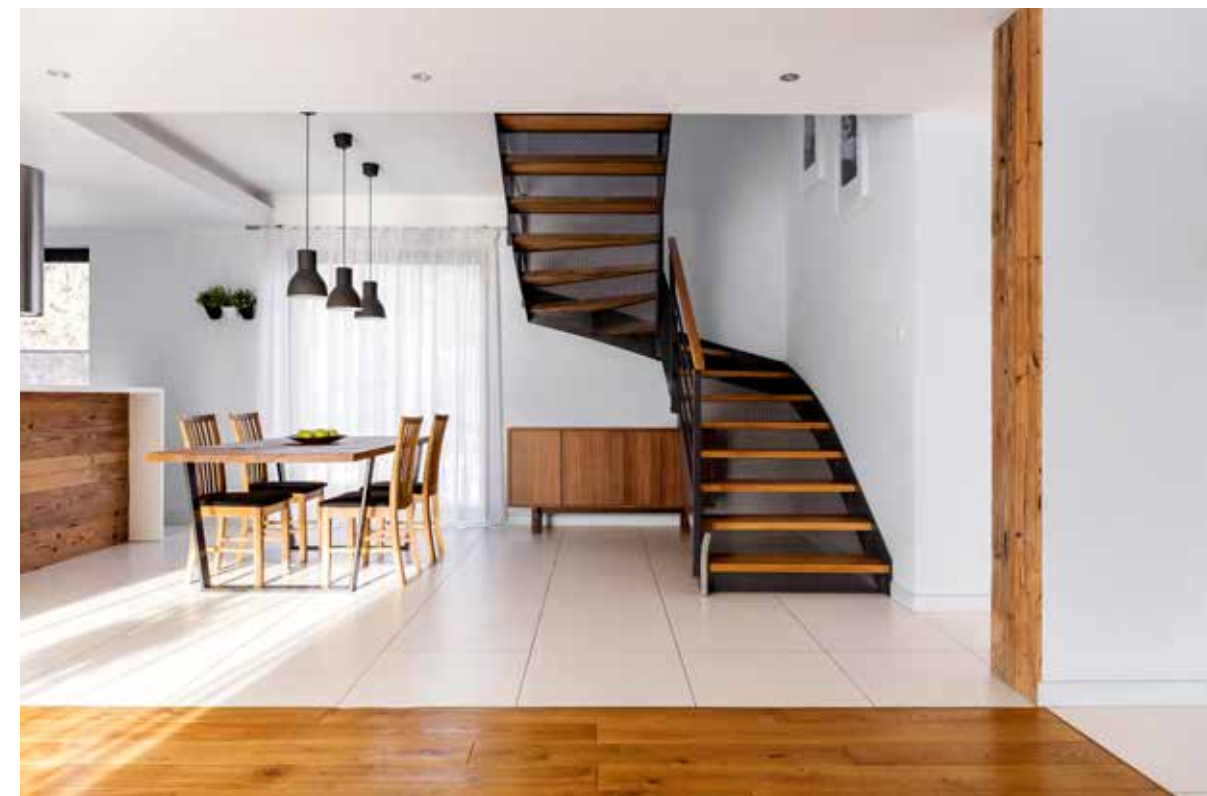


สีขาวสะอาดตา (W9119)

สะท้อนความสว่าง พื้นที่ว่าง ความสงบ ความสบายตา และความสะอาด ที่สร้าง Cleanliness ทั้งกายภาพ อารมณ์ และจิตใจ โทนสีขาวสะอาดตาเป็นสีพื้นฐานเรียบง่าย ที่เหมาะสำหรับบ้านทุกสไตล์ และยังถ่ายทอดกับความเป็น Hygienic Space ที่ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสุขภาพได้ด้วย

* ตัวอย่างเดคสีกใกล้เคียงกับสิ่งจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.

TOA

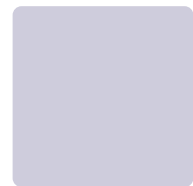


สีขาวโทนเย็น (W9109)

ให้ความรู้สึกสดชื่น ปลอดโปร่ง และความ
กันสมัย เมื่อใช้กับพื้นที่ภายในจะช่วยเพิ่มมูม
มองให้โปร่งโล่ง และสร้างโครงเส้นสายที่เรียบ
แต่คมชัด สำหรับงานพื้นที่ภายนอก โทนสีนี้
จะช่วยลดทอนความสว่างจ้าจากแสงที่กระทบ
สู่ความขาวโทนเย็นที่นุ่มนวล สบายตา และให้
ความรู้สึกอยู่สบาย

02

03



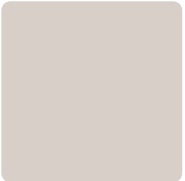
สีม่วงสว่าง (V3096)

โทนสีแห่งความเป็นหนึ่งเดียวที่ไม่แบ่งแยกความเป็นชาย หญิง เด็ก หรือผู้ใหญ่ ทุกคนสามารถใช้สีม่วงสว่างเติมพื้นที่ว่างให้มีเสน่ห์ สว่างามส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และสัมผัสกับสุนทรียภาพความงามร่วมกันได้ โดยสามารถใช้ร่วมกับสีอื่นโทนทั้งเดจอ่อนและเข้ม

TOA



* ตัวอย่างเดคสีใกล้เคียงกับสิ่งจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.



04

สีเบจ
(N6161)

สีแห่งเนื้อแท้ของมนุษย์ ซึ่งชวนให้นึกถึงสิ่งของ
ธรรมชาติที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวลและเป็นมิตร
โดยสีเบจเป็นสีคลาสสิก ที่เชื่อมโยงระหว่าง
เก่า-ใหม่ เป็นการใชีวิตกันสมัยที่เรียบง่าย และ
ยังให้คุณค่ากับรากเหง้าดั้งเดิมและความทรงจำ
ที่คุ้นเคย อีกทั้งโทนสีเบจยังผสานระหว่างพื้นที่
และธรรมชาติได้อย่างสมดุล



* ตัวอย่างเดสก็งสีเคียงกับสิ่งจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.



สีแดงหม่น (R2170)

โทนสีที่กระตุ้นพลังงานและแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ของการใช้ชีวิต โดยสามารถสร้างบรรยากาศที่สะท้อนสีสันโดดเด่นของธรรมชาติได้อย่างร่วมสมัย ภายใต้ความหรูหราสง่างาม โดยสีแดงหม่นสามารถเข้าถึงตัวตน และแรงบันดาลใจของคนยุคใหม่ที่ต้องการสร้างความประทับใจใหม่ ๆ ได้อย่างไม่เหมือนใคร

TOO



* ตัวอย่างเดคสโกลีเคียงกับสิ่งจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.



สีส้มอิฐ (O1105)

โทนสีแห่งพื้นดิน ผนังทราย และแสงแดด ที่ให้ทั้งความรู้สึกรอบอุ่นและความมีชีวิตชีวา เหมือนได้ใกล้ชิดกับเนื้อแท้ความงามของธรรมชาติ สีส้มอิฐให้กลิ่นอายความเป็น Rustic และ Tropical Style ที่โดดเด่นด้วยองค์ประกอบธรรมชาติ ทั้งบรรยากาศ เเดดสี และวัสดุ

* ตัวอย่างเดคสีใกล้เคียงกับสิ่งจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.



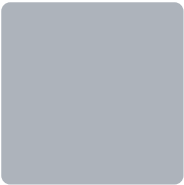
07



สีฟ้าตุ่น (B4224)

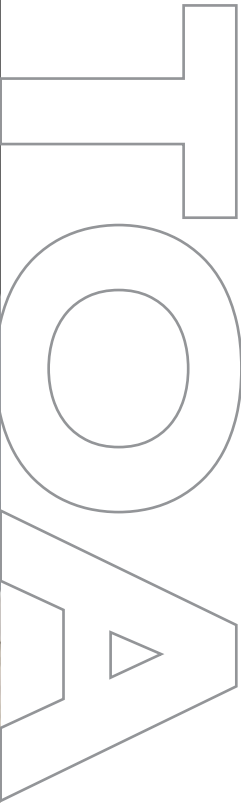
โอบอุ้มจิตใจให้รู้สึกสงบ คลายกังวล และเป็นพื้นที่ปลอดภัย ที่เสมือนถูกโอบกอดด้วยพลังธรรมชาติ จากโทนสีฟ้าตุ่นที่สามารถจับคู่กับสีขาว เพื่อสร้างมุมพักสายตาและผ่อนคลาย หรือร่วมกับโทนสีเทาและสีเขียวอ่อน เหมือนโอบล้อมด้วยปราการท้องฟ้าและท้องทะเลที่เติมพลังบวกอย่างเต็มที่

* ตัวอย่างเดคสีกใกล้เคียงกับสีจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.



**สีเทากลาง
(N6262)**

โทนสีแห่งความสูงส่ง และความมั่นคงทางจิตใจ เป็นโทนสีที่นิยมใช้ทั้งงานภายในและภายนอก โดยสะท้อนความเรียบเท่ทันสมัย ความมีรสนิยม และสามารถใช้ร่วมกับสีอื่นได้ทุกโทนสี อีกทั้งยังกลมกลืนกับทุกสภาพแวดล้อม



08



* ตัวอย่างเดสก์ทอปสีใกล้เคียงกับสิ่งจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.

09



สีเขียวอ่อน (N6316)

รักษาสมดุลระหว่างโลกทันสมัยและโลกธรรมชาติ ด้วยโทนสีเขียวอ่อนแห่งการปล่อยประโลม ที่สร้าง Natural Shelter เสมือนปราการที่โอบล้อมจิตใจให้รู้สึกอุ่นใจ ปลอดภัย และเป็นที่สุดแห่งพื้นที่บำบัด โดยมอบทั้งความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย และสุขสบายใจเหมือนอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ

* ตัวอย่างเดสก์ทอปสีใกล้เคียงกับสีจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.



ROOM SCENES


**สีเทาเข้ม
(K7050)**

เพิ่มระดับความอบอุ่น สุกุม และความเท่ในโทน
สีเทาเข้ม ที่สร้างมิติแสงเงาเมื่อกระทบกับแสง
พร้อมเสริมคาแรคเตอร์เฉพาะตัว ผ่านเส้น
พื้นผิวของวัสดุต่าง ๆ ที่นำมาใช้ร่วม อย่าง
ไม้ เหล็ก กระเบื้อง ฯลฯ ในงานเฟอร์นิเจอร์
พื้น และผนัง รวมถึงการมีช่องเปิดสีอื่น ๆ
อย่างเอิร์ธโทน ไม่ว่าจะเป็นสีเบจ สีน้ำตาล สี
เขียว และสีน้ำเงิน เพิ่มความมีชีวิตชีวาให้พื้นที่

* ตัวอย่างเดคส์ใกล้เคียงกับสิ่งจริงเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.

TOA

11



สีน้ำเงินเข้ม (N6272)

สีน้ำเงินเข้ม โทนสีแห่งท้องฟ้าหรือท้องทะเล ยามค่ำคืน ที่ช่วยบำบัดจิตใจให้นิ่งสงบ สู่ความ ลุ่มลึก และสร้างพื้นที่ปลอดภัยส่วนตัว เพิ่ม บรรยากาศแห่งความผ่อนคลาย เมื่อใช้ร่วมกับ เฟอร์นิเจอร์สไตล์ไม้และหวายโทนอบอุ่น หรือ สามารถเพิ่มความสุขและความมีชีวิตชีวาขึ้น ด้วยต้นไม้ เฟอร์นิเจอร์ หรือของตกแต่งที่มี ลวดลายและสีสันสดใสขึ้น



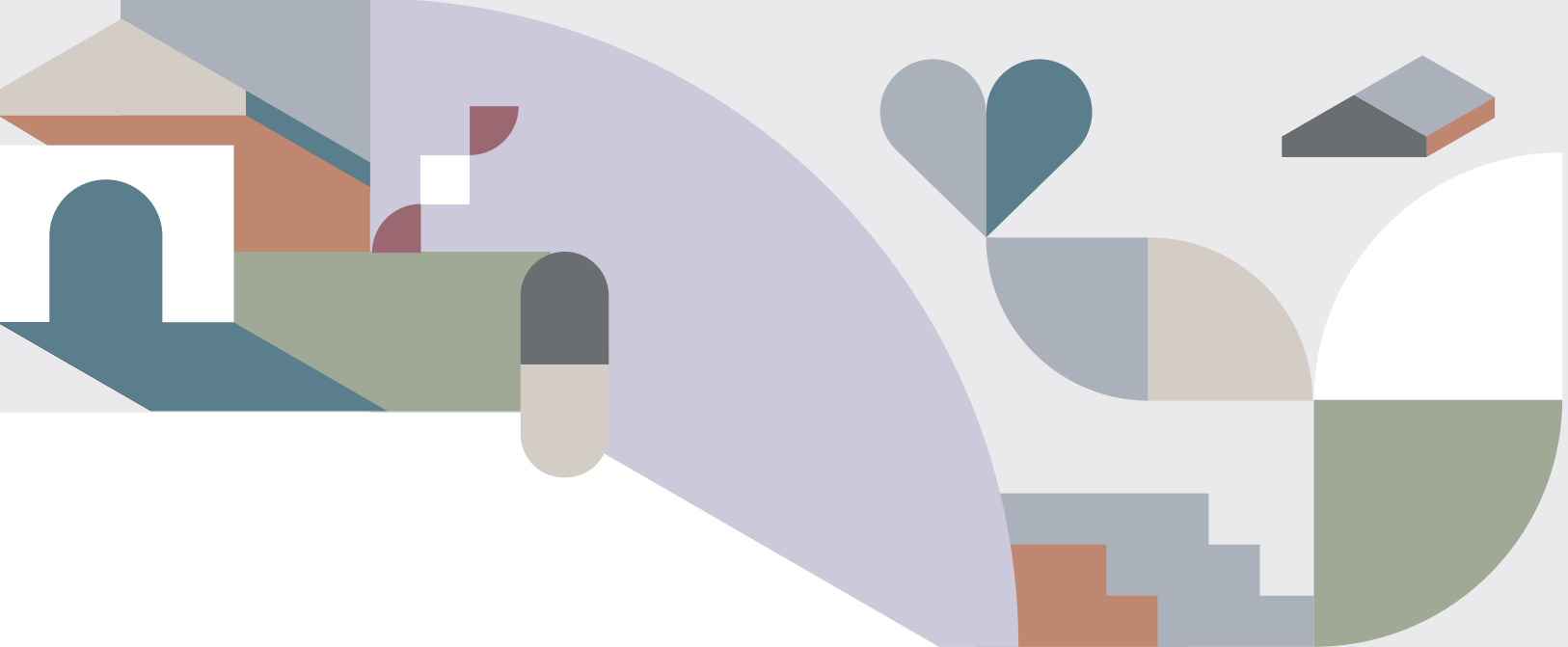
* ตัวอย่างเดคโกลีเกี่ยวข้องกับสิ่งรบกวนนั้น เนื่องจากข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์
The color shown in this book are approximately only.



**สีดำ
(K7055)**

สะท้อนความเท่ ความกล้า อีสรະแห่งความคิด
และตัวตนที่แตกต่าง ผ่านโทนสีดำที่ดูมีรสนิยม
และสามารถร่วมสะท้อนความงามของงาน
สิ่งจะวัสดุ ทั้งงานกระเบื้องหิน งานปูน งานไม้ และ
งานเหล็กได้หลากหลายสไตล์ไม่ว่าจะเป็น Industrial,
Loft และ Luxury ฯลฯ อีกทั้งยังเป็นโทนสี
ให้ความเรียบเท่ หรูหรา และน่าค้นหา





idea@color®
the real color expert



บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
31/2 หมู่ 3 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางเสาธง
อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570

เบอร์โทรศัพท์ 02-335-5555

TOA Paint (Thailand) Public Company Limited
31/2 Moo 3, Bangna-Trad Road,
Bangsaothong, Bangsaothong, Samutprakan 10570

Business Line 02-335-5555

 www.toagroup.com
 [toapaint](https://www.facebook.com/toapaint)
 [toapaintthailand](https://www.instagram.com/toapaintthailand)