



90th ANNIVERSARY

Faculty of Architecture Chulalongkorn University



Photo credit: Nacasa & Partners

Lecture

ARCHITECTURE & DESIGN FOR SOCIETY LECTURE SERIES : WHAT IT MEANS TO CREATE A PLACE

24 April 2024

ARCHITECTURE & DESIGN FOR SOCIETY LECTURE SERIES:

WHAT IT MEANS TO CREATE A PLACE. . .

ค้นความหมายสู่การสร้างสรรค์สถานที่

วันที่ 24 เมษายน 2567 ณ ออดิทอเรียม ห้องสมุดคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้เข้าร่วมเสวนา: คุณธัญญา สุวรรณพงศ์ และ ดร. จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์ DESIGN DIRECTOR & STUDIO

DIRECTOR จาก GENSLER



ความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพนักออกแบบและสถาปนิกไม่ใช่เพียงสร้างสรรค์สิ่งสวยงามหรือโดดเด่น แต่คือการเล่าที่มาและค้นหาคำหมายอันนำไปสู่คุณค่าของผลงาน บริษัทออกแบบระดับโลกอย่าง Gensler ได้นำเสนอหลักการคิดเพื่อค้นหาคำหมายแห่งการออกแบบสถาปัตยกรรม โดยผ่านการเรียบเรียงความคิดจาก 2 คำถาม คือ “ทำไม?” และ “อย่างไร?”

“ทำไม?” กล่าวถึงความสำคัญของโครงการหรือผลงานที่กำลังจะเกิดขึ้น Gensler ตระหนักถึงภาพเล็กจนถึงภาพใหญ่ จากผู้ใช้งาน สังคม ชุมชน จนถึงสิ่งแวดล้อม โดยผู้ออกแบบสามารถลดหรือเพิ่มผลกระทบที่เกิดขึ้นได้

วิธีการออกแบบ “อย่างไร?” ในรูปแบบของ Gensler เพื่อตอบกับจุดประสงค์ (Design Purpose) ซึ่งวิธีการหนึ่ง คือ ให้ความสำคัญกับขั้นตอนศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์เพื่อนำไปต่อยอดสะท้อนผ่านการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามา หรือการสร้างประสบการณ์ในพื้นที่

เมื่อตอบคำถามสองข้อหลักนี้ ความหมายของการสร้างสรรค์สถานที่จึงคลี่คลาย โดย Gensler มองว่านักออกแบบและสถาปนิกควรตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นให้รอบด้าน พร้อมรับมือกับความเป็นไปได้ใหม่เสมอ ร่วมกันมีความคิดต่อยอดไปสู่อนาคต

Why...Is it so important? ความสำคัญที่ควรตระหนักถึง

สถาปนิกล้วนทราบดีถึงความสำคัญในการออกแบบพื้นที่ ไม่ว่าจะตอบรับด้านความงามและการใช้สอย ทว่าบริษัทระดับโลกอย่าง Gensler ได้วิเคราะห์และลงลึกในแต่ละประเด็น แสดงถึงที่มาและความสำคัญที่สถาปนิกควรตระหนักก่อนการออกแบบ เพื่อที่จะส่งเสริมและต่อยอดให้กับสังคม

Climate change ... สภาวะโลกร้อน

การเห็นความสำคัญถึงพื้นที่ปลอดภัยสำหรับมนุษย์ในปัจจุบันและอนาคต เรื่องการแปรปรวนของโลกในขณะนี้ทวีขึ้นมาก วิชาชีพอย่างนักออกแบบและสถาปนิกเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างปฏิเสธไม่ได้ Gensler จึงเสนอให้เห็นมุมมองกลับว่าวิชาชีพที่สร้างผลกระทบก็ย่อมลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมได้

Wellness ... สุขกายสบายใจ

หลังจากผ่านเหตุการณ์โรคระบาดของไวรัสที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพคนทั่วโลก ประเด็นดังกล่าวจึงมีความสำคัญในทุกพื้นที่ของงานออกแบบ โดยเฉพาะอาคารสาธารณะขนาดใหญ่ กล่าวคือการคำนึงถึงประเด็นนี้จะมีผลโดยตรงกับผู้ใช้งานอาคาร Wellness จึงควรเป็นหลักการพื้นฐานของนักออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างอารมณ์ สภาพแวดล้อม หรือที่สำคัญที่สุด คือ Purpose



ที่มา : 8 key elements of Design for Wellness, Gensler.

Community ... สังคมและชุมชน

ความสำคัญส่วนนี้ คือ เพื่อส่งเสริมกันและกัน ทั้งชุมชนและผู้ออกแบบ โดย community ในความหมายของ Gensler แบ่งเป็น 2 ประเด็น ส่วนแรกคือกลุ่มคนที่ผู้ออกแบบมีความเกี่ยวข้องโดยตรง และอีกส่วนหนึ่ง คือ กลุ่มที่ผู้ออกแบบสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ให้กับสังคมต่อไป ผู้ออกแบบทำงานร่วมกับชุมชน (Local Community) เพื่อแก้ปัญหาพื้นที่ด้อยพัฒนาและทำให้พื้นที่นั้นกลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง เช่น การออกแบบพื้นที่การเรียนรู้แก่เด็กที่มีปัญหาด้านการเขียน การอ่านและให้ความรู้เรื่อง Food safety ที่ Lupita's corner รวมถึงคุณธัญญากล่าวว่า ในการออกแบบนั้นควรมองให้ครบทุกด้าน มองหาโอกาสต่อยอดเพื่อนำโครงการและลูกค้า ออกไปสู่คุณค่าที่มีให้ต่อสังคม



ที่มา : Lupita's Corner, Gensler.

Diversity, Equity, Inclusivity (DEI) ... เข้าใจทุกข้อจำกัด

Inclusive design คือ การสร้างมาตรฐานการออกแบบสำหรับคนทุกสถานะ คำนึงถึงการสร้างสรรค์พื้นที่ตอบโจทย์ไม่เพียงแต่ตามกฎหมายของผู้มีภาวะทุพพลภาพ แต่รวมถึงความแตกต่างของคนทุกรูปแบบ กระทั่งน้ำหนัก ส่วนสูง หรือข้อจำกัดทางระบบประสาท เพื่อรองรับผู้ใช้งานทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

How! ทำอย่างไรให้เกิดการสร้างสรรคในภาษาของ Gensler

การเป็นผู้ออกแบบในนิยามของ Gensler ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบหลัก เริ่มที่จินตนาการ (imagination) ในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ตอบโจทย์มนุษย์ ต่อมาคือ ความคิดริเริ่ม (initiative) เพื่อให้เกิดวิธีการใหม่ ๆ ในการออกแบบโครงการที่ต่างกันไป และส่วนของการออกแบบเพื่อทุกคน (inclusion) เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสังคมที่ดีในการอยู่ร่วมกัน อีกหนึ่งสิ่งที่มีความสำคัญในการออกแบบ คือ เจตจำนง (intention) ในการสร้างสรรค์นี้มีจุดหมายเพื่อใครและสิ่งใด และนำไปสู่การสร้างผลกระทบ (impact) ในฐานะผู้ออกแบบ การออกแบบนี้จะสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ทั้งทางจิตใจและกายภาพต่อสังคมและสภาพแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นส่วนสำคัญที่เชื่อว่า การทำงานทุกงานควรมีองค์ประกอบเหล่านี้ เพื่อให้เกิดงานออกแบบที่สร้างประสบการณ์และสิ่งใหม่ ๆ ต่อมนุษย์

THE "FIVE I'S"



ที่มา : ภาพ Toyohashi-city-library จาก Gensler

Design Purpose ... จุดมุ่งหมายในการออกแบบ

Toyohashi City Library (Aichi, Japan)

ประเด็นของโครงการนี้เริ่มต้นที่การกำหนดจุดประสงค์หลักของการออกแบบ คือ การทำให้พื้นที่สาธารณะห้องสมุดแห่งนี้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง เพื่อการใช้งานได้ทุกวันสำหรับทุกคน โดยเดิมที Toyohashi City Library ที่ตั้งอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น จังหวัดโตโยฮาชิ ได้ประสบปัญหาผู้ใช้งานลดลง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุ ทาง Gensler จึงได้เห็นถึงความท้าทายจุดนี้และนำไปสู่การออกแบบเพื่อเพิ่มคุณค่าให้ห้องสมุดนี้ไม่เพียงแต่สำหรับนักอ่านวัยเยาว์ แต่ยังต้องเป็นพื้นที่ของผู้ใช้งานทุกวัยอยู่ร่วมกันได้



ที่มา : ภาพ Toyohashi-city-library จาก Gensler

โดยกระบวนการเริ่มจากการสัมภาษณ์และพูดคุยกับผู้คนในชุมชนซึ่งเป็นหัวใจหลักของงานนี้ Community at the center นำไปสู่การสร้างสเปซที่สามารถสร้างความเชื่อมโยงในชุมชน โดยให้บันไดกลางขนาดใหญ่เป็นศูนย์กลางที่เชื่อมพื้นที่ทั้งหมด สนับสนุนให้เกิดการทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างการละเล่นร้องเพลง ดนตรีสำหรับเด็ก ส่วนต่อมาก็คือการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น โดยการนำร้านค้าคาเฟ่ที่มีส่วนร่วมกับ local community มาไว้ส่วนกลางของพื้นที่ ความตั้งใจส่วนนี้เพื่อให้เกิดพื้นที่ที่มีการเคลื่อนไหวจากเสียงและกลิ่นของคาเฟ่ กระตุ้นประสาทสัมผัสของมนุษย์ เพื่อดึงดูดผู้คนเข้ามาใช้งาน



ที่มา : ภาพ Toyohashi-city-library จาก Gensler

ต่อมาในส่วนที่สาม การสร้างบรรยากาศสนุกสนาน (Fun at heart) เพื่อให้ห้องสมุดนี้มีความสุขและเข้าถึงได้กับทุกวัย โดยให้กราฟฟิคดีไซด์เนอร์และนักวาดท้องถื่นเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างเรื่องราวเพื่อสื่อสารโดยเชื่อมโยงกันผ่านการออกแบบลวดลายกราฟฟิค ตัวการ์ตูนตามมุมต่าง ๆ เชื่อมโยงกันตั้งแต่ชั้นล่างที่เล่าถึงเด็กเล็กจนเติบโต เมื่อเดินผ่านขึ้นไปชั้นบนกลายเป็นวัยรุ่นและเติบโตรวมกันเป็นครอบครัว นอกจากสัญลักษณ์ที่แสดงถึงการเชื่อมต่อกันของทุกวัยแล้ว พื้นที่ในการใช้งานยังทุกจัดเตรียมตามความต้องการของทุกคนอย่างการสร้างพื้นที่ขนาดเล็กที่เครื่องเรือนสามารถขยับย้าย เพื่อให้ผู้ใช้งานได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน หรือ พื้นที่พักผ่อนที่เตรียมโต๊ะและเก้าอี้ขนาดใหญ่เป็นพิเศษสำหรับผู้สูงวัย สุดท้ายอีกหนึ่งเรื่องสำคัญ คือ การเลือกวัสดุออกแบบเพื่อความยั่งยืน โดยการเลือกใช้ไม้สนพื้นถิ่นสร้างเป็นองค์ประกอบขึ้นวางหนังสือในงาน เพื่อให้สามารถ Recycling และ Re - use ได้ในอนาคต

การทำให้งานสถาปัตยกรรมชิ้นนี้สมบูรณ์ เห็นได้ว่าหัวใจสำคัญที่ออกแบบให้เกิดขึ้น คือ การนำชุมชนมาร่วมกันอีกครั้ง ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ การสร้างงาน จนถึงผู้คนในชุมชนเป็นผู้ใช้งานโครงการนี้

Human Experience ... การสร้างประสบการณ์แก่นมนุษย์

Conceptual design of Guangzhou Yinian City reconstruction project (Guangzhou, China)

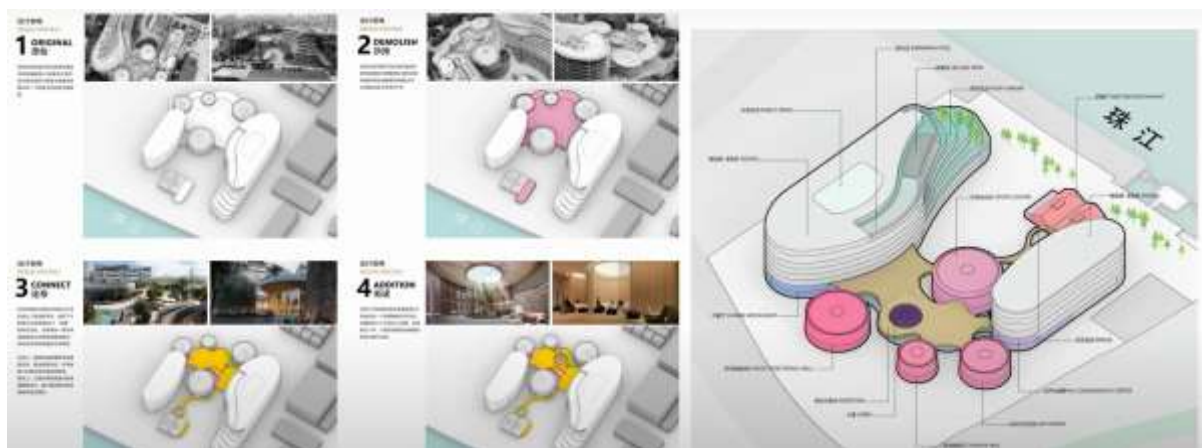


ที่มา : ภาพ Conceptual design of Guangzhou Yinian City จาก Gensler

โครงการตั้งอยู่ที่ประเทศจีน เมืองกวางโจว ริมแม่น้ำ เป็นงานที่ริเริ่มจากตัวอาคารเก่าซึ่งเดิมเป็นบ่อเก็บน้ำม้นที่มีขนาดต่างกัน โดยจุดประสงค์ให้โครงการนี้พัฒนาเป็นชุมชนและที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ทาง Gensler เริ่มจากความตั้งใจให้โครงการนี้มีการเล่าเรื่องราวของสถาปัตยกรรมและความเป็นพื้นที่

เดิม (sense of local) โดยให้เป็นการออกแบบต่อยอดจากอาคารเดิมที่มีอยู่รวมเรื่องราวให้กลมกลืนกับพื้นที่อาคารทรงกลมนี้

เริ่มด้วยการศึกษาประวัติศาสตร์การก่อตั้งถึงน้ำมันเดิมที่มีขนาดแตกต่างกัน เพื่อนำไปสู่การออกแบบให้ผู้ใช้งานได้ใช้โปรแกรมใหม่ที่ตอบโจทย์แต่ยังคงความรู้สึกคุ้นเคยกับพื้นที่นี้ อย่างการนำวัฒนธรรมวางตั่งเข้ามาสร้างเสริมส่วนสถาปัตยกรรม ขณะเดียวกันยังสอดแทรกโปรแกรมที่ส่งเสริมสุขภาพแผนปัจจุบันของผู้สูงอายุเข้ามาในโครงการ เพื่อให้เกิดการใช้งานได้จริง



ที่มา : ภาพ Diagram design of Guangzhou Yinian City จาก Gensler

เพื่อให้โครงการนี้เกิดการใช้งานได้จริง จึงมีกระบวนการออกแบบคือ การเก็บสภาพดั้งเดิม – การทำลายบางส่วน – การเชื่อมต่อ – การต่อเติม (Original – Demolish – Connect – Addition) หมายถึง เริ่มจากการเก็บโครงสร้างหลักที่ยังใช้งานได้ดีและเป็นเอกลักษณ์ไว้ ต่อมาทำการรื้อถอนบางส่วนให้น้อยที่สุด และนำมาใส่องค์ประกอบเชื่อมเรื่องราวแต่ละส่วนของโครงการเข้าด้วยกัน สุดท้ายคือการเติมโครงสร้างสถาปัตยกรรมและการใช้งานใหม่ เป็นการเพิ่มคุณค่าให้อาคารถึงน้ำมันเก่าโดยยังคำนึงถึงสิ่งที่ผู้ใช้งานจะได้รับ จึงให้ส่วนนี้กลายเป็นโปรแกรมพื้นที่สาธารณะแทนที่พิกอัคัย โดยเพิ่มการใช้งานตั้งแต่โรงหนัง ร้านอาหาร รวมไปถึงศูนย์แสดงงานศิลปะ อีกหนึ่งความตั้งใจ คือ การใช้ Carbon Bank ที่มีอยู่มาต่อยอดให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการต่อยอดอาคารที่มีอยู่เดิมจึงทำให้เกิดการหมุนเวียนคาร์บอนมาใช้อีกครั้ง

จากโครงการนี้ เห็นได้ว่าการสร้างประสบการณ์ใหม่ทั้งรูปแบบการใช้งานและสถาปัตยกรรม ไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการสร้างอาคารตั้งแต่แรกเริ่ม แต่อาจเป็นการสร้างคุณค่าของอาคารเข้าไปใหม่โดยการเปลี่ยนวัตถุประสงค์การใช้งาน และการต่อเติมเพียงเล็กน้อย

JT Office Relocation



ที่มา : ภาพการปรับเปลี่ยน JT Office จาก Gensler

การย้ายที่ตั้งของสำนักงานที่นอกจากการจำหน่าย Tobacco จนไปถึงผลิตภัณฑ์ยาและอาหารเสริมต่าง ๆ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้กับทั้งพนักงานและผู้มาเยือนเพื่ออนาคตที่ยั่งยืน ทางผู้ออกแบบจึงเริ่มจากการศึกษาแกนความคิดของธุรกิจนี้ พบแนวคิดที่น่าสนใจในเรื่องของนวัตกรรมอาหารเสริมที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย และเพื่อที่จะสร้างทัศนคติใหม่ ๆ จึงนำไปสู่การใช้เครื่องมือดิจิทัลในการสร้างบรรยากาศและประสบการณ์แปลกใหม่ การเปลี่ยนแปลงนี้เริ่มตั้งแต่ส่วนทางเข้าของโครงการ โดยสร้างพื้นที่และบรรยากาศเล่าเรื่องการดำดิ่งสู่ป่าลึก (Deeper into the Forest) ให้เหมือนกับการเริ่มต้นใหม่ ลบภาพของความเป็นยาสูบสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ผ่านพื้นที่มืดและการใช้เครื่องฉายภาพในการนำทางไปสู่ใจกลางของป่าในพื้นที่ถัดมาที่เป็นพื้นที่ทำงานและพื้นที่กิจกรรมพักผ่อนเล็ก ๆ เสมือนการสร้างประสบการณ์การใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น พื้นที่ฟังเสียงฝน เสียงฟังเสียงนก ทั้งยังแทรกองค์ประกอบที่นั้งคล้ายต้นไม้ใหญ่ให้เป็นความตั้งใจในเชิงสัญลักษณ์ เพื่อตอบย้ำความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดบทสนทนาระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าบ้าน ถือเป็นหัวใจของการออกแบบในการสร้างประสบการณ์นี้ให้เกิดขึ้น



ที่มา : Diagram การปรับเปลี่ยน JT Office จาก Gensler

Brand and Technology Integration ... การผสมผสานกันของแบรนด์และเทคโนโลยี

ในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการออกแบบสื่อสาร เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ต่างจากการใช้กระบวนการออกแบบดั้งเดิม โดยผู้ออกแบบทำหน้าที่เป็นนักเล่าเรื่องผ่านทางผลิตภัณฑ์จนไปถึงสถาปัตยกรรม ให้ผู้ใช้งานได้มีส่วนร่วมในการมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมจนเกิดเป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำ และการนำแบรนด์มาผนวกจึงเป็นการเน้นย้ำถึงข้อความในการสื่อสารให้ผู้รับเข้าใจชัดเจนมากขึ้น

ในฐานะผู้ออกแบบ Gensler ได้มองเห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรมที่เข้ามา จึงมีการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบมากขึ้น เช่น การสร้างประสบการณ์ผ่านการฉายภาพ Mapping โดยขั้นตอนการทำงานยังคงเริ่มต้นด้วยการตั้งโจทย์ที่ต้องการสื่อคือสิ่งใด และตอบวัตถุประสงค์นั้นผ่านการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเสริมเรื่องเล่าให้สมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นการให้ผู้ใช้งานได้ดื่มด่ำเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราว การสร้างความเชื่อมโยงโดยให้เสมือนได้เข้าไปอยู่ในพื้นที่จริง และใช้เครื่องมือเพื่อดึงประสิทธิภาพการรับรู้ของมนุษย์สูงสุด เพื่อสร้างการสื่อสารสู่ลูกค้าที่สมบูรณ์ขึ้น

Experiences are ...

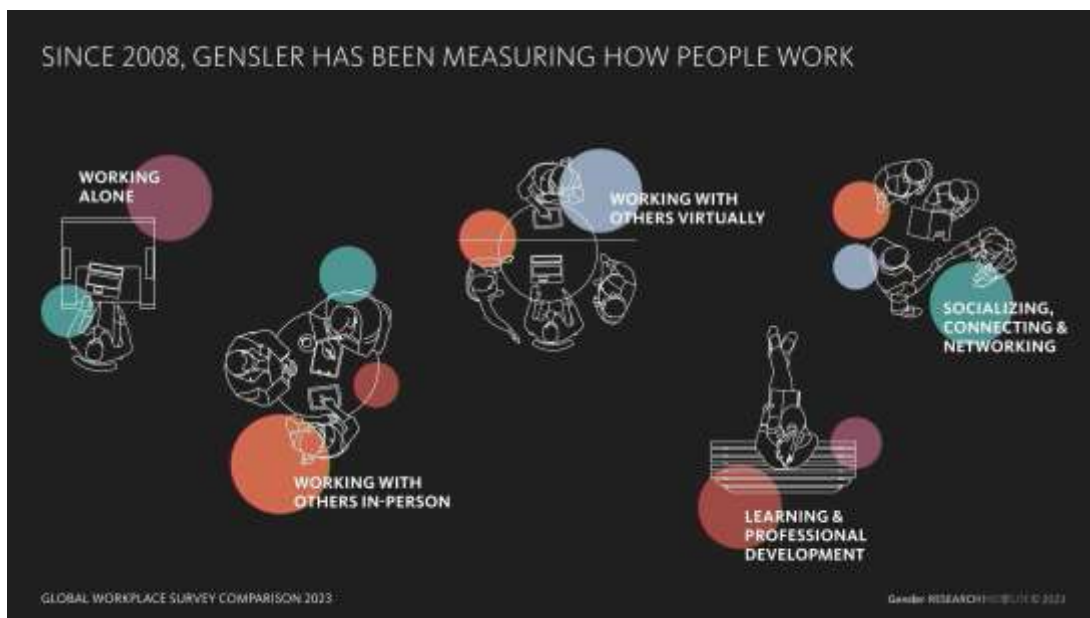


ที่มา : Brand and Technology จาก Gensler

Data and Research การค้นคว้าข้อมูล

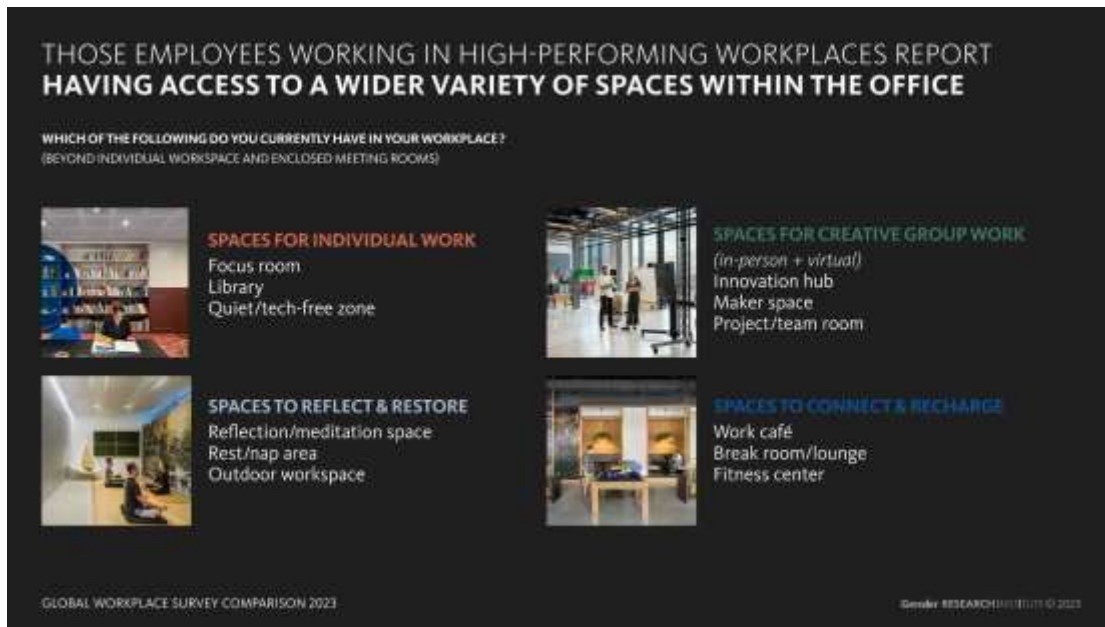
การสร้างสรรค์งานสถาปัตยกรรมไม่เพียงแต่มีแง่มุมของการออกแบบ แต่ยังคำนึงถึงข้อมูลในการสร้างงานให้เกิดขึ้นจริงอย่างมีประสิทธิภาพ โดยงานวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เป็นส่วนสำคัญในการนำมาออกแบบทั่วโลกอย่างเช่น หนึ่งในงานวิจัยที่ Gensler ให้ความสนใจในเรื่องสถานที่การทำงาน ตัวข้อมูลที่มีการรวบรวมและแยกประเภทตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบ ปัจจัยประกอบไปด้วยประเทศ อุตสาหกรรม ช่วงอายุ เพศ และขนาดขององค์กร เป็นต้น เห็นได้ว่าการรวบรวมข้อมูลหลากหลายแง่มุมนี้ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีมาตรฐานระดับสากล และฐานข้อมูลเหล่านี้จะส่งเสริมในการออกแบบแต่ละงาน โดยสามารถตอบสนองแต่ละวัตถุประสงค์ที่ต่างกันไปในอนาคต

ตัวอย่างงานวิจัยที่มีการรวบรวมและนำไปออกแบบ เช่น รูปแบบการทำงานของมนุษย์มีกี่แบบในแต่ละประเทศทั่วโลกต่างกันอย่างไรมากน้อยแค่ไหนในแต่ละวันผู้คนใช้เวลาไปกับสิ่งไหนในที่ทำงานมากที่สุด จนไปถึงการใช้ข้อมูลเพื่อคาดคะเนขนาดพื้นที่ในสำนักงานที่จำเป็นของผู้ใช้งาน จนไปถึงการระบุเพิ่มหรือลดพื้นที่นั้น



ที่มา : ตัวอย่างงานวิจัยรูปแบบการทำงานของมนุษย์ จาก Gensler

อีกหนึ่งข้อมูลที่น่าการวิเคราะห์ไปสู่การใช้งานและรูปแบบพื้นที่ส่วนตัวที่สามารถตอบโจทย์การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานได้ดียิ่งขึ้น อย่างการมีห้องสมุดภายในสำนักงานสำหรับพนักงาน การสร้างพื้นที่การทำงานกลุ่มร่วมกันหรือส่งเสริมความคิดให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมไปถึงข้อมูลที่แสดงถึงพื้นที่สร้างเสริมสุขภาพกายและพักผ่อนใจ ได้กลายมาเป็นหนึ่งในความต้องการของผู้คนในยุคนี้



ที่มา : ตัวอย่างงานวิจัยรูปแบบพื้นที่เสริมสร้างการทำงาน จาก Gensler

การใช้งานวิจัยและฐานข้อมูลเหล่านี้จะสร้างให้แนวโน้มการออกแบบและช่วยให้งานเหล่านี้เห็นภาพชัดมากยิ่งขึ้น และสามารถตอบตามหลักเหตุและผล ถึงที่มาของการออกแบบได้

กระบวนการออกแบบและตั้งคำถามของ Gensler ถูกสะท้อนให้เห็นผ่านเจตจำนงของผลงานที่สร้าง และผลกระทบที่สร้างคุณค่าแก่สังคม โดยจุดเริ่มต้นจาก “ทำไม” คือ ส่วนสำคัญที่แสดงให้ถึงแง่มุมที่หลากหลายที่จะเกิดขึ้นได้โดยมีผู้ออกแบบเป็นผู้ตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นแง่มุมของสภาพแวดล้อม ความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคมทั้งทางกายภาพและจิตใจ ล้วนสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงของสังคมได้ และในส่วนของการสร้างกระบวนการให้เกิดขึ้นได้ “อย่างไร” ผู้ออกแบบได้สื่อสารผ่านทุกจุดประสงค์ในการออกแบบ ผ่านการคำนึงถึงประสบการณ์ที่จะได้รับ หรือแม้กระทั่งการนำนวัตกรรมและงานวิจัยเข้ามาเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ กล่าวได้ว่าวิธีการการสร้างสรรค์สถานที่ของ Gensler คือการสร้างความเป็นไปได้ในการออกแบบเพื่อดำเนินชีวิตที่ดีขึ้นของทุกคน

ARCHITECTURE & DESIGN FOR SOCIETY LECTURE SERIES 2024

หัวข้อ: WHAT IT MEANS TO CREATE A PLACE

โดย: Tanya Suvannapong and Chakkrit Luangcharoenrat, PhD

ไฟล์: Gensler.m4a

เวลา: 01:13:35

- | | | |
|----------|---|--|
| 00:00:02 | อาจารย์
สิรินทรา
เอื้อ ศิริทรัพย์
(พิธีกร) | <p>ยินดีต้อนรับเข้าสู่ Lecture Series ของเราในครั้งนี้ Architecture and Design for Society 2024 เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่เราจัดเพื่อร่วมเฉลิมฉลองการครบรอบการสถาปนาคณะ 90 ปี ซึ่งจะมีเป็นประจำทุก ๆ เดือน โดยจะมีผู้บรรยายที่มีความเชี่ยวชาญจากหลากหลายศาสตร์ทั้งระดับชาติและนานาชาติมาแชร์ความรู้ แง่คิด และประสบการณ์เกี่ยวกับการออกแบบ งานศึกษาวิจัยที่คำนึงถึงประเด็นทางสังคม เพื่อประโยชน์ต่อสังคมแก่ผู้ร่วมฟังทุกท่าน</p> <p>สำหรับผู้ร่วมฟังในวันนี้หากว่าท่านมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพสถาปนิกในสาขาต่าง ๆ ท่านสามารถที่จะสะสมแต้ม พวด. ได้จากการฟังบรรยายในครั้งนี้โดยลงทะเบียนและแจ้งเลขที่สมาชิกเอาไว้ นะคะ คณะสถาปัตย์ขอขอบคุณบริษัทสกุลไทยที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมดี ๆ ในครั้งนี้ ลำดับถัดไป ขอเรียนเชิญท่านคณบดี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สรายุทธ ทรัพย์สุข กล่าวเปิดงานค่ะ</p> |
| 00:01:17 | ผศ. สรายุทธ
ทรัพย์สุข | <p>สวัสดีทุกท่านนะคะ ยินดีต้อนรับอีกครั้งนะคะ เราก็ท่างหายกันไป ชักพักนึง หยุดสงกรานต์กันไป เรามีกิจกรรมประจำ เลกเชอร์พิเศษครบรอบ 90 ปีของคณะ เป็นกิจกรรมที่ให้มีการบรรยายนอกเหนือจากหลักสูตรที่เรา มี แล้วเป็นประโยชน์ต่อสังคมและนิสิตนักศึกษาที่เรียนอยู่ในด้านการออกแบบนะคะ</p> |

00:01:40

ผศ. สรายุทธ
ทรัพย์สุข

สำหรับวันนี้เป็นเรื่องที่จะได้รับฟังมุมมองจากบริษัทออกแบบชั้นนำจริง ๆ เป็นเรื่องค่อนข้างยาก อาจารย์จักรกฤษณ์เป็นตัวแทนจากบริษัท Gensler ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงมายาวนานจริง ๆ ผมก็ได้ยินมาตั้งสมัย จะบอกว่าผมเป็นเด็กก็กระไรอยู่ เอาเป็นว่าเป็นหนุ่ม ๆ ละกันนะครับ (หัวเราะ) เวลาทำงานประกอบวิชาชีพ จะได้ยินชื่อ บริษัท Gensler อยู่ตลอดในเรื่องของงาน Interior ต่าง ๆ และงาน Showroom งาน Office Space เป็นงานที่เราจะเห็นว่าเป็นงานที่ทันสมัยและตอบโจทย์อะไรที่น่าสนใจหลายหลายครั้ง ซึ่งวันนี้เป็นเรื่องของการสร้าง Place ถูกมั๊ยครับ การสร้างสังคมของการใช้อาคารต่าง ๆ นะครับ

วันนี้เราคุยกันตอนต้นนิดนึงว่า ตอนนี้โลกเราก็เปลี่ยนเร็ว ผมว่านอกจากสถานศึกษาที่ได้รับผลกระทบ ทางบริษัทออกแบบเองก็น่าจะเจอโจทย์อะไรที่เปลี่ยนแปลงเยอะ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของมิติของการใช้งานในปัจจุบัน สภาพสังคมที่เปลี่ยนไป พฤติกรรมจนกระทั่งวิธีการใช้งานของอาคารด้วยซ้ำที่มันจะต้องเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว ปรับตัว วันนี้ก็เป็นโอกาสอันดีที่เราจะได้รับฟังจากท่านวิทยากร ก็ขอบคุณทางบริษัท Gensler นะครับ แล้วตอนท้ายท่านใดมีอะไรอยากจะพูดคุยกัน เรียนเชิญนะครับ ขอบคุณครับ

00:03:13

คุณธัญญา
สุวรรณพงศ์

ก่อนอื่นต้องกราบขอบพระคุณทางคณะสถาปัตย์ จุฬามาก ๆ เลยนะค่ะ ที่ให้เกียรติเราสองคน จะเรียนตรง ๆ ว่า ตอนได้รับโจทย์มานี้เย็น ตื่นเต้นยิ่งกว่าตอน Pitch งานอีกค่ะ เพราะรู้ว่าการมาบรรยายในสมัยนี้ให้กับน้อง ๆ ที่เป็นดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ เราจะฝากข้อคิดอะไร นอกจากเรื่องความรู้อย่างเดียว ในสมัยนี้ความรู้น้อง ๆ ได้จากคณาจารย์อยู่แล้ว ได้จากการเรียนการสอนอยู่แล้ว แต่สิ่งที่นอกเหนือจากนั้น คืออะไรที่เราจะสามารถฝากไว้เพื่อเป็นการต่อยอดในการศึกษาต่อไป

What it means to create a place

00:03:56 คุณธัญญา
สุวรรณพงศ์ [รูปภาพหัวข้อ WHAT IT MEANS TO CREATE A PLACE] ตรง ๆ
เลย What it means to Create a Place จริง ๆ หัวข้อนี้เราสองคน
เคยคุยไปเมื่องาน ASA ปีที่แล้วหนึ่ง พอได้โจทย์มานี้ เราเลยเริ่ม
คิดว่า เราจะ Pivot เรื่อง Conversation หรือ Subject ตรงนี้ไปด้าน
ไหนได้บ้าง

วันนี้เลยจะเป็นเหมือนการมาเล่าดีกว่าว่า จริง ๆ แล้วอะไรคือสาเหตุ
สำคัญที่เราจะต้อง Pay attention ในเรื่องนี้ กับที่ Gensler ในแง่ของ
การออกแบบในบริษัทเราว่า เราทำในเรื่องนี้กันยังไง

00:04:40 คุณธัญญา
สุวรรณพงศ์ [รูปหัวข้อ WHY? and HOW!] อย่างที่เรียนไปในขั้นต้น ในหลาย ๆ
ครั้งอาชีพเราจะโดนมองว่า ความสวยงามต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่ง
มันก็เป็นเรื่องจริง แต่นอกจากความสวยงามที่มาเป็นอันดับหนึ่งแล้ว
เนี่ย มันยังมีเหตุผลอีกหลาย ๆ อย่างที่มา Support ความสวยงามที่
เราพยายาม Create ขึ้นมา เพราะฉะนั้นวันนี้เราจะมาพูดเรื่องนี้ว่า
เรื่องแรกคือ “ทำไม” ในเซคชั่นแรก เรื่องที่สอง คือ เราทำ “ยังไง” ใน
ประเด็นของภาษาของเรา

Why... Is it so important?

00:05:10 คุณธัญญา
สุวรรณพงศ์ [รูปหัวข้อ WHY... Is it so important?] หัวข้อแรกเลยคือ “ทำไม”
ทำไมมันถึงสำคัญ สิ่งหนึ่งเลยที่เราปฏิเสธกันไม่ได้เลย คือ [รูป
ประเด็น Climate Change] คงเคยเห็นภาพนี้กันมาเยอะแล้ว มัน
คือตามนี้จริง ๆ Safe space สำหรับ Humanity ที่จะอาศัยอยู่บน
โลกนี้มันน้อยลงเข้าเรื่อย ๆ ไม่ใช่เป็นการถ่ายรูปหรือ Make up
ข้อมูลขึ้นมา แต่ว่ามีการศึกษาโดย Stockholm University

- 00:05:42 คุณธัญญา
 สุวรรณพงศ์ [รูปกราฟ Boundaries] หลักการอย่างในกราฟนี้เลยก็คือ ปี 2009 มี 3 Boundaries ที่สำคัญเริ่ม reach ในการที่ให้ภาวะโลกร้อนนี้เกิดขึ้น ถัดมาจะเห็นเลยว่าในปี 2015 กลายเป็น 4 Boundaries ที่ Safe zone ของเราเริ่มหายไป และล่าสุดในปี 2023 เพิ่มเป็น 6 Boundaries ที่ reach ไปในขั้นอันตราย ซึ่งเห็นได้จากปรากฏการณ์ธรรมชาติ แม้แต่ในตอนนี้เองประเทศไทยก็ประสบปัญหาเรื่องร้อน เรื่องทะเลที่เป็นภาวะกรดมากขึ้น เรื่องอัคคีภัย และภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เริ่มร้ายแรงมากขึ้นทุกวัน นี่คือสาเหตุว่าทำไมต้องเป็นเรื่องแรกที่เราต้องคุยกันในเรื่องนี้
- 00:06:43 คุณธัญญา
 สุวรรณพงศ์ [รูป The Gensler Cities Climate Challenge (GC3)] ถัดมาเราพูดกันมาก ๆ เรื่อง GC3 ซึ่งคือ Net zero จริง ๆ เรื่องนี้โลกเซอร์ได้เป็นอีกหัวข้อหนึ่งเป็นวัน ๆ เลย ซึ่งพี่จะไม่ Touch ขออนุญาตเรียกตัวเองว่าพี่นะคะ (หัวเราะ) จะไม่ Touch ลงลึกเท่าไร แต่ว่าอยากจะเล่าคร่าว ๆ ว่าที่ Gensler เรา Fight เรื่องนี้ยังไงก็คือ Co-Chairman ของเรา Sign an agreement แล้วว่าเรา Commit ที่จะพยายามเป็น Carbon net zero ภายในปี 2030 ซึ่งเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวเรามาก ๆ ที่เราสามารถทำได้ อย่างที่เห็นว่าวิชาชีพของเรามีผลกระทบโดยตรงกับการสร้าง หรือ Contribute กับภาวะโลกร้อน ในขณะเดียวกันถ้าเรามองมุกกลับเราก็สามารถช่วยให้มันน้อยลงได้ในส่วนตรงนี้ จึงเป็นเรื่องแรกที่ยากจะ Touch on ว่าทำไมมันถึงสำคัญในการสร้าง Create a place ตรงนี้ คุณจักรกฤษณ์มีอะไรจะเสริมมั๊ยคะ
- 00:07:58 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ ครับ อย่างที่เราเห็นนะครับ ใน Built environment ของเรามัน Contribute CO₂ กับสภาพแวดล้อมหนักหนาเลย ซึ่งตรงนี้ที่เราเห็นมันจะแบ่งเป็น 2 Sections คือ Embodied carbon โดยงานของ Workplace หรือ Interior พวกพื้น ฝ้า ผนังนี้แหละครับ ตัวตึกเองก็ด้วยเหมือนกัน และอีกส่วนที่เราคุยกันมากคือ Operating carbon พลังงานที่ใช้ในการเปิดน้ำ เปิดไฟ บริหารจัดการอาคาร ก็เป็นสาระสำคัญซึ่งเป็น 2 ส่วนที่ Gensler ให้ความสำคัญ

00:08:33	ดร. จักรกฤษณ์ เหลือองเจริญรัตน์	ในส่วนของการสถาปัตยกรรมเองเรามองถึงเรื่อง Embodied carbon มาก ในส่วนของ Workplace เราก็พูดถึงเรื่อง Operating carbon เหมือนกัน แต่สุดท้ายแล้วใน Gensler เองก็มี Offset ในส่วนสุดท้ายที่พูดถึงเรื่องของการใช้ 8 พลังงาน หรือการปลูกป่าทดแทนแต่คือส่วนสุดท้าย ที่เราจะต้องทำอย่างอื่นก่อนถึงจะไปทำในส่วนสุดท้าย ซึ่งตอนนี้เราก็ Tackle ที่ Embodied carbon และ Operating carbon อย่างที่พูดไปนะครับ
00:09:06	คุณธัญญา สุวรรณพงศ์	คือเราเคยคิด Research กันคร่าว ๆ ว่าในทีมงานของ Gensler ที่ทำ Worldwide เราคิดว่าทั้งหมดประมาณ 1 ส่วน 3 เลย ที่มันเป็น Energy use สำหรับการ Use Develop ในส่วนงานทั้งหมดที่เราทำกันมา คือทำให้เกิดปัญหาตัวนี้ นั่นคือสาเหตุว่าทำไมเราถึงต้อง Tackle ตัวนี้เป็น Issue อันดับหนึ่งคะ
00:09:30	ดร. จักรกฤษณ์ เหลือองเจริญรัตน์	ผมเสริมนิดนึงในเรื่องของ Embodied carbon เราอาจไม่ได้พูดรายละเอียดในวันนี้ แต่ถ้าเกิดทุกท่านสนใจ ไป Search ในอินเทอร์เน็ตได้เลย เรามี Publication บอกเลยว่าการลด Embodied carbon สำหรับ Gensler แล้วทำอย่างไร Free of charge ครับ (หัวเราะ) ทุกท่านที่สนใจสามารถเข้าไปดาวน์โหลดได้เลย เราก็บอก Strategy ไว้เลยว่าจะทำอย่างไรบ้างเพื่อลด Embodied carbon เพราะว่า Operating carbon ใคร ๆ ก็รู้ อย่างการใช้หลอดประหยัดพลังงาน การใช้ Day lighting หรือการใช้ Passive design แดด ลม ฝน พวกนี้คือ Low operating carbon แต่ Embodied carbon คนไม่รู้ ฐาน้อยทาง Gensler Contribute ตรงนี้ให้กับสังคม ลองไป search ดูครับ

00:12:24 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ พื้นฐานของการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็น Purpose, Emotional, Environmental, Organizational, Social, Professional, Intellectual และ Physical นะครับ เป็น 8 Criteria ที่ Gensler ใช้ อันที่สำคัญที่สุดที่จะพูดถึงต่อไปคือเรื่องของ Purpose อันนี้คือสำคัญที่สุดครับ

Community

00:12:48 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ [รูปประเด็น COMMUNITY] ที่นี้ในเรื่องของ Community สิ่งที่เราพูดถึงภาพรวมแล้วว่า Global warming, Wellness และสิ่งสำคัญที่เราให้ความสำคัญในฐานะ Designer คือเรื่องของ Community ซึ่ง Gensler ให้ความสำคัญเรื่องของ Community มากเพราะถ้าเราไม่มี Community support แล้ว Designer ก็ไม่มีประโยชน์ ในฐานะของผู้ออกแบบก็ต้องแคร์สภาพแวดล้อมที่สำคัญ และส่วนหนึ่งที่พูดตรงนี้คือในฐานะดีไซน์เนอร์ เราต้อง Contribute นะครับ

00:13:15 คุณธัญญา
 สุวรรณพงศ์ อาจเรียนเสริมนิดหนึ่งว่า ทำไมการออกแบบควรจะคิดถึงโดยเฉพาะ Local community ที่อยู่ในพื้นที่ออกแบบนั้น ๆ ซึ่งเป็น Win-Win Situation ก็คือการที่เราไป Engage เพื่อรู้ความต้องการ หรือรู้ข้อมูลในทางลึกซึ้งของตัวเองพื้นที่เอง นอกจากจะสามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าหรือนายทุนที่เราทำโปรเจกต์แล้ว ยังจะได้เรื่องของ Local community ด้วยซึ่ง Community ในที่นี้เราพูดกัน 2 ประเด็นคือ Community ที่ไปเกี่ยวข้องกับการออกแบบ กับ Community ในเชิงที่ทำยังไงที่เราในฐานะผู้ออกแบบสามารถจะ Give back ให้กับสังคมให้ได้ ในทุก ๆ โครงการที่เราทำอยู่ อย่างน้อย ๆ เราควรมี Angle นี้ที่สามารถนำเสนอให้กับลูกค้าหรือนายทุนโปรเจกต์นั้น ๆ ได้ว่าเราสามารถ Engage ตัว Community ในอีกระดับหนึ่งเลย หรือในฐานะผู้ออกแบบเอง เราควรมีเรื่องพวกนี้ใน Mindset ของเราด้วย

ดร. จักรกฤษณ์
เหลื่องเจริญรัตน์

[รูปตัวอย่างงาน] ตัวอย่างที่ในฐานะผู้ออกแบบได้ Contribute สังคม
ยังไบบ้าง อย่างตัวอย่างแรกที่ San Jose อันนี้เราก็ทำกับชุมชน
เพราะปฏิเสธไม่ได้เพื่อเข้าไปดูชุมชนและทำงานร่วมกับคน อันที่สอง
สามสี่ เราทำให้กับสังคม หรือกลุ่มคนผู้ด้อยโอกาสในสหรัฐอเมริกา
คือเข้าไปช่วยเรื่องของ Design สำหรับเด็กที่ด้อยโอกาสที่มีปัญหา
เรื่องการเรียนรู้ การเขียน การอ่าน ในฐานะผู้ออกแบบ เราเข้าไปช่วย
ทำ Space ให้เขาารู้สึกต้องการเรียนรู้มากขึ้น อย่างรูป Lupita's
corner เราก็มองว่าในปัจจุบัน Food safety นั้นสำคัญ ในฐานะ
ผู้ออกแบบเราเข้าไปช่วย Local community ทำ Space เพื่อ
Educate คนว่าอาหารมีความสำคัญอย่างไรบ้าง และอันสุดท้าย
Better block foundation ในบ้านเราจะเห็นเลยว่าในโครงการนี้เป็น
องค์กร Nonprofit ทั้งหมดที่เราเข้าไปช่วยทำงาน คือเขาเข้าไป
ทำงาน Community โดยหาพื้นที่ที่ด้อยพัฒนาแล้วเข้าไปทำให้พื้นที่
ตรงนั้นกลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งโครงการพวกนี้ในฐานะ
ผู้ออกแบบ Gensler เราเข้าไปมีส่วนร่วม ถึงจะเป็นส่วนเล็ก ๆ ก็เถอะ
แต่ก็ทำให้โครงการพวกนี้เป็นที่รับรู้ในสังคมเป็นวงกว้าง วันนี้ที่มา
อ่านเพิ่มเติม ผมว่าบ้านเรายังขาดพวกนี้ ในสาระการศึกษา และ
designer มันควรจะมีเรื่องพวกนี้เข้ามาเกี่ยวข้องในสังคมบ้านเรา
มากขึ้น

คุณธัญญา
สุวรรณพงศ์

จริง ๆ ใน Asia-Pacific เรามีหลายโครงการที่ Gensler เริ่มทำแล้ว เป็น Project global give back initiative อย่างประเทศไทยเราทำ กับเสถียรธรรมสถาน และที่สิงคโปร์เราทำกับ Mental health organization ซึ่งพวกนี้เราดึงเอาลูกค้าเราเข้ามามีส่วนด้วยได้คือ เรื่องที่หนึ่ง เรื่องที่สองคือลูกค้าสามารถเอาพวกนี้เป็น Case study เพื่อไป Plug-in กับโปรแกรมของโปรเจกต์ที่พวกเขากำลังจะทำได้ด้วย ดังนั้นมันจะกลับไปพุดไปข้างต้นคือ มันเป็น Win-win situation เวลาเราออกแบบอะไร พยายามมองจาก 360° คือมองให้ครบทุก ด้านว่าเราสามารถต่อยอดให้กับลูกค้า ต่อยอดให้กับโปรเจกต์เราได้ อย่างไร เพื่อให้มีคนค่าทางสังคมและได้ผลลัพธ์ที่ลูกค้าอยากได้ด้วย

00:17:01

คุณ ธิ ญ ญา
สุวรรณพงศ์

[รูปประเด็น DEI] อันสุดท้าย DEI คาดว่าทุกคนคงทราบแล้วคือเรื่อง Diversity, Equity, Inclusivity สำหรับพวกเราจะ Push beyond code compliance คือไม่ใช่แค่ Meet code, Local code ของแต่ละที่ เราต้องไปมากกว่านั้นอย่างน้อย ๆ เราจะต้องให้ลูกค้าทราบว่าการออกแบบในหลาย ๆ ทางจะมีเรื่อง 8 ข้อนี้ Gensler ชอบเลข 8 เนอะ (หัวเราะ) ซึ่ง 8 หัวข้อนี้มันเป็น Standard ที่เราใช้ในการออกแบบด้วย คำว่า Inclusivity, Equity มันคืออะไร จริง ๆ ในภาพรวมมันคือ Design for all size, Design สำหรับคนในทุกสภาวะ ไม่ใช่แค่เรื่องกฎหมายผู้พิการอย่างเดียว มันแยกออกมาได้ตั้งหลายเรื่อง เรื่องผู้พิการทางสายตา หรือแม้แต่ขนาดของคนที่ยาว หนัก ผอม หรือสูง ต่ำไม่เท่ากัน หรือแม้แต่เรื่องปัญหาสุขภาพชั่วคราว หรือเรื่องทางประสาท พวกนี้คือเรื่องของ Inclusivity ในเคสของที่เราทำงาน

How...?

00:18:41

คุณธิ ญ ญา
สุวรรณพงศ์

[รูปหัวข้อ HOW...?] พี่จะพยายามไปเร็ววันนี้ Section ที่ 2 ในข้างต้นเราก็พูดไปแล้ว ว่า Why แล้ว Touch on นิดนึงว่าเราทำอย่างไรที่อย่างไรที่ Gensler [รูป FIVE I] เรื่องแรกเราอยากพูดเรื่อง Design Purpose การเป็นผู้ออกแบบจะมี 5 เรื่องนี้ที่เป็น Key หัวใจของเรา จะทำอะไรเราต้องมี Imagination ถูกมั๊ยคะ ไม่อย่างนั้นเราจะไม่สามารถสร้างงานได้เลย เรื่องที่ 2 คือ Initiative เราต้องมีความคิดริเริ่ม เราต้อง Initiate ให้ได้ว่าโปรเจกเราจะทำยังไง มาเรื่อง Inclusion ที่เพิ่ง Touch ไป Intention คือ Purpose ว่าเราทำเพื่ออะไร ใจทย์ของเราคืออะไร ที่เราจะทำมี Intention เพื่อใคร อันสุดท้ายคือ Impact ซึ่งเรื่องนี้สำคัญมาก โดยส่วนตัวและที่ Gensler เราโดนสอนเสมอว่า Design สามารถสร้าง Impact ให้เกิดขึ้นในโลกนี้ได้ ไม่ว่าจะเป็น Impact ทาง Mentality หรือ Physicality เราสามารถทำได้ เพราะฉะนั้นตัวนี้ให้คิดไว้นะใจ เวลาเราตั้งโจทย์ก่อนที่เราจะทำงานทุกงานของเราด้วยคะ

00:22:20

คุณธัญญา
สุวรรณพงศ์

[รูป Community Circle] เพราะฉะนั้นตอนแรกเลยที่เราทำ Workshop กับลูกค้า กับคน แม้กระทั่งเด็ก เพราะ Library ต้องใช้ได้ทุกวัย ถูกมั๊ยคะ เรามีการสัมภาษณ์ มีการทำ Workshop กับแม้แต่ Librarian เอง กับ User ในแต่ละระดับ เราพูดว่า Community คือ Core ที่เราจะต้องคิดให้ได้ในโปรเจกต์นี้ การทำ Community เป็น Core เราใช้วิธีไหนได้บ้าง หนึ่ง คือเรามีการ Propose คล้าย ๆ ที่นั่นเลย คือมีการเจาะบันไดกลาง นอกจากบันไดกลางจะเชื่อม Space ทั้งหมดแล้วยังเป็นเหมือน Performance theater มันจะเป็น Multi-purpose space จริง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเด็กเล็กหรือเด็กโตเวลามี Launch book หรืออะไรต่าง ๆ จะมี Activity เกิดขึ้น แล้วใช้ตรงนี้เป็นศูนย์กลาง เรื่องที่สองที่เราดึงมาคือเรื่องกาแฟ ซึ่งเป็นอะไรที่ Work จริง คือเป็นกาแฟที่เรา Engage กับ Local community ด้วยว่าเมล็ดกาแฟมาจาก Community ตรงนั้น Vender เองก็มาจาก Community ตรงนั้นนั่นแหละ แล้วเขาเข้ามาแล้วได้กลิ่นของกาแฟ หรือเสียงของเครื่องบดกาแฟ มันทำให้ Active space เกิดขึ้น โดยที่เป็น Subtle background noise ที่พอคน Step เข้ามาในพื้นที่แล้วได้กลิ่นของกาแฟได้ยินเสียงบด มัน Inviting ให้เข้ามา

00:23:58

คุณธัญญา
สุวรรณพงศ์

[รูป Fun at heart] อันที่สามคือ Fun at heart คือทำอย่างไรให้ Library มันสนุก ซึ่งเรามีการใช้ EGD เรามี In-house EGD ในการออกแบบ เรามีการชวนมุกตลก ญี่ปุ่นเขาจะมีเรื่องตลก เรื่องการ์ตูน อยู่แล้ว EGD หรือ Environmental graphic มาเป็นตัวชูโรงแอบซ่อนเนื้อหาหรือมุกเอาไว้ให้เด็ก Engage ได้ แล้วตัว EGD เอง Travel ขึ้นไป 4 ชั้น ตัว EGD เองก็จะเริ่มโตเป็นผู้ใหญ่ จากเด็กเล็กชั้นล่าง กลายเป็นวัยรุ่น และผลสุดท้ายจะเป็น Family มันเป็นเหมือนการชวนเรื่องราวที่เราพยายาม Communicate กับ User โดย Environment graphic ตัวนี้

00:24:50 คุณธัญญา
 สุวรรณพงศ์ [รูป Connecting all generations] อันนี้คืออีกเรื่องหนึ่งที่สำคัญที่ได้มาจาก Workshop ว่า Space นี้จะ Successful ได้ถ้าเราสามารถตอบสนองให้เป็นพื้นที่ที่คนทุก Generation สามารถมาใช้งานได้ในครอบครัวทั้งคุณพ่อ คุณแม่ ปู่ ย่า ตา ยาย ลูก หลาน เพราะฉะนั้น Connection to all generation คืออีกเรื่องหนึ่งที่เราให้ความสำคัญในการออกแบบ [รูป Re-usable shelves] สุดท้ายเราก็ต้อง Touch เรื่อง Sustainability อยู่ดี การที่เราใช้ Reused shelf ให้มากที่สุด หรือ Shelf ใหม่ที่เราทำก็ใช้เป็น Local timber ที่ทำจากไม้สน ซึ่งกิ่งไม้สนนอกจากเป็น Local timber ที่หาง่าย ทนทาน และสามารถ Re-usable ได้ในอนาคตแล้ว กลิ่นของไม้สน เวลาคนไปหยิบหนังสือ มันจะให้อีกความรู้สึกหนึ่ง แทนที่จะได้กลิ่น Lacquer กลายเป็นได้กลิ่นไม้สนแทน มันเป็น Hint เล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เราพยายามสอดแทรกในโปรเจกต์ที่ทำให้ผลสุดท้ายแล้วโปรเจกต์นี้ Successful ขึ้นมา ซึ่งเป็นอะไรที่มัน Touch สำหรับตัวเองในหลาย ๆ ด้านนั่นคือโปรเจกต์ที่เราอยากมากล่าวถึงมาเป็น Case study

00:26:05 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ [รูป Local artist] และรูปสุดท้ายนี้นะครับ สองคนนี้ก็ Local artist คือแทนที่เราจะพรีนตกราฟฟิกแล้วเอาสติ๊กเกอร์มาติด เราก็ Engage local อย่างที่พูดไปว่าทำอย่างไรให้คนมีส่วนร่วม เมื่อเราเอางานเข้ามาในชุมชนเขาแล้ว ถ้าเราเอาผู้รับเหมาทั้งหมดเข้าไปก็จะเป็นงานของเธอ ไม่ใช่เป็นงานของฉัน ใน Gensler เองเวลาทำงานกับลูกค้า เราต้องเป็นคนริเริ่มไอเดีย เพราะลูกค้าก็บอกว่าฉันมีเงิน เธอจัดการให้ฉันหน่อย แต่เราดีไซน์เนอร์ เราต้องบอกว่าถ้าทำโครงการนี้ต้องเอา Community engagement เข้ามา Contractor และ Sub-contractor ถ้าเรา Engage local เข้ามา มันจะเกิด Sense of ownership ถ้าเกิดเราเอาผู้รับเหมาที่อื่นเข้ามา ฉันสร้างเสร็จแล้วฉันก็ไปสิ พอเป็นแบบนี้สองคนนี้อาจพาลูกของเขามาดู นี่ฝีมือของพ่อ พาปู่พาหลานมาดู นี่งานของฉัน สุดท้ายแล้วคือ Create sense of ownership นี่คือ Design purpose เพราะเรารู้อยู่แล้วว่าห้องสมุดแต่จริง ๆ แล้วต้องการคนมาอยู่ด้วยกัน Community คือ Key ส่วนห้องสมุดคือ Product แต่ Key จริง ๆ คือทำให้คนเข้ามาอยู่ร่วมกันได้

Human Experience

- 00:27:28 คุณธัญญา
 สุวรรณพงศ์ [รูปประเด็น Human Experience] ต่อไปจะพูดเรื่อง Human experience จะมี 2 Case study ตัวแรกจะให้คุณจักรกฤษณ์เล่าให้ฟัง ซึ่งเป็นอีกโปรเจกหนึ่งที่กำลังทำอยู่และค่อนข้างน่าสนใจมาก
- 00:27:39 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ [รูป Guangzhou yinian city reconstruction project] อันนี้ก็เป็นงานที่เราทำเมืองจีนนะครับ ที่กว่างโจว เมื่อที่คุณธัญญา Touch ในเรื่องของ Global warming แล้ว มันเป็นงานที่เราเก็บอาคารเก่าไว้ [รูปแผนที่ History of Guangzhou] พื้นที่จะอยู่ตรงเส้นสีเหลืองบน Pearl river ในกว่างโจว เป็นอาคารเก่าซึ่งเมื่อก่อนนี้เป็นที่เก็บน้ำมัน มันคือบ่อเก็บน้ำมัน เป็น Brown field ที่นี้พอลูกค้า Engage เรา ลูกค้าคือ Ping An Insurance เขาทำ Senior living community เราที่ตั้งใจเลยว่าจะทำอย่างไรให้โครงการนี้เป็นโครงการที่มี Sense of local และเก็บความเป็นเดิม เพราะถ้าน้ำมัน 4 ถังนี้อยู่มาเป็นสิบสิบปีทุกคนผ่านไปผ่านมาเห็น ถ้าวันหนึ่งเราเข้าไปแล้วรื้อทิ้งใหม่ทั้งหมดก็แสดงว่าเรา Introduce สิ่งแปลกปลอมเข้าไปในพื้นที่ตรงนั้น Gensler เลย Approach อีกแบบหนึ่งว่า Create ของเดิมโดย Integrate 8 อีกแล้ว (หัวเราะ) 8 เรื่อง 8 โปรแกรมนี้ เข้าไปอยู่ในสิ่งดั้งเดิมของมัน มันเป็นงานที่เมืองจีน เลขแปดคงเป็นเลขที่แบบ Infinity เลยมี 8 โปรแกรมในพื้นที่ตรงนี้ครับ
- 00:29:06 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ [รูปผังบริเวณเดิมและ Retrofit concept] ตรงนี้ก็จะเห็นว่ามี 4 ก้อน ซึ่งคือถังน้ำมันเก่า ซึ่งแปลดเลยคือถังน้ำมันเก่าพวกนี้ Diameter ของมันแตกต่างกันไปด้วย ไม่รู้ว่าเพราะอะไร เราเลยใช้โจทย์ตรงนี้นะครับ เข้ามา Integrate ว่าแต่ละถังน้ำมันถ้าเรา Retain ไว้แล้ว Purpose ของมันจะทำอะไร เราก็ Integrate โปรแกรมเข้าไปโดยสานเรื่องราวของประวัติศาสตร์ตั้งแต่ปี 1903 ซึ่งมันมีถังน้ำมันนี้ขึ้นมาแล้ว ร้อยกว่าปีแล้ว เก็บอย่างไรให้มันอยู่ได้ เพื่อสุดท้ายแล้วคนที่เข้ามาอยู่ก็ยังรู้สึกว่ามันก็คือของเดิมนั่นแหละ เพียงแต่ทำให้ชีวิตใหม่มันเข้าไป

00:29:48

ดร. จักรกฤษณ์
เหลือองเจริญรัตน์

[รูป Circle] อันนี้คือเรื่องของรักโลกนี้แหละคือ Circle ของมัน ทำ
อย่างไรให้มันกลายเป็น Circular คือสิ่งที่เกิดขึ้นมาให้มันใช้
หมุนเวียนได้นี้คือ Design ของดีไซน์เนอร์ที่เราสนใจของมันเป็นแล้ว
ทำอย่างไรให้มันอยู่ได้ แล้วก็สามารถอยู่กับสภาพดั้งเดิมของมันได้
[รูป Design Process] อย่างที่เห็นนี้ครับ อย่างรูปแรกเบอร์ 1 เลยคือ
ของเดิมทั้งหมด เราก็ Demolish บางส่วนแต่เก็บ Core structure ไว้
แล้ว Integrate function ใหม่เข้าไป Linkage ใหม่เข้าไปทั้งหมด จะ
เห็นได้เลยว่าสุดท้ายแล้วมันก็อาจมี Theater มี Lobby และตึกซ้าย
ขวานี้คือ Residential นะครับ ซึ่งเป็น Senior living ก่อนหน้านี้นี้ตึกนี้
มาแล้วแต่ยังไม่มี Amenity มีเฉพาะห้องพักให้ Senior อยู่ ตอน
Gensler เข้าไปแล้ว อ้าว ต้อง Add function ไปใหม่เนี่ย รื้อใหม่ก็
ง่ายเกินไป เราก็เลยคิดโจทย์ว่าเก็บถึงน้ำมันนี้เอาไว้แล้ว Integrate
โปรแกรมใหม่เข้าไปนะครับ มันก็มี Theater มี Art center มี
ร้านอาหารต่าง ๆ นานาเข้าไป สุดท้ายแล้วมันก็ Success เพราะว่า
คนที่อยู่ในพื้นที่ตรงนั้นเขาก็เห็นของเดิม เห็นมาตั้งแต่ 40 ปี 50 ปี 60
ปีก่อน Local เลยสามารถ Engage ได้ ซึ่งสุดท้ายแล้วพื้นที่ 4 ก่อน
กลม ๆ นั่นคือสำหรับ Local

00:31:04

คุณธัญญา
สุวรรณพงศ์

อันหนึ่งที่อยากเสริมก็คือว่า เราพยายามมาก ๆ ที่เราจะไม่ทุบทำลาย
สิ่งเดิม ซึ่งก็เป็นเรื่องหนึ่งของ Sustainability angle เหมือนกัน ของเรา
จะทำอย่างไรที่จะ Reposition หรือ Repurpose ของตึกต่าง ๆ แล้ว
ต่อเติมให้เขาเพื่อให้เขา Complete มากขึ้น โดยที่การเป็นถึงน้ำมัน
จริง ๆ เราคิดกันค่อนข้างหนักว่า การเป็นถึงน้ำมัน คนจะติดเรื่อง
Toxic สภาพแวดล้อมอยู่ใช่มั้ยคะ นั่นคือสาเหตุหลักว่าทำไมเราถึง
เอาตัวถึงน้ำมันไปสวมโปรแกรมอื่นที่ไม่ใช่ส่วนที่พักอาศัย เป็นส่วนที่
Public engagement คนไม่จำเป็นต้อง Occupy ในระยะนาน ๆ

00:31:49	ดร. จักรกฤษณ์ เหลือองเจริญรัตน์	[รูป Perspective จากแม่น้ำ] แล้วก็ผมเสริมนิดนึง เมื่อที่ผมพูดถึงเรื่อง Embodied carbon คือถ้าเราพูดถึง Carbon มันจะมีศัพท์อยู่สามคำที่ผมพูดเสริมอีกคือ Carbon sink ต้นไม้คือ Carbon sink เมื่อเราตัดต้นไม้คือ Carbon Source เมื่อเราตัดต้นไม้มาสร้างตึกคือ Carbon bank ตอนนี้ตึกมันมีอยู่แล้ว มันสร้างเมื่อร้อยปีที่แล้วมันคือ Carbon bank เหมือนกับ Carbon ที่เราเสียไปเพื่อ Maintenance อาคารไว้ ถ้าเราทูปมันทิ้งเมื่อไหร่มันคือ Carbon source คือละลาย Carbon ออกมา Gensler เลยเอา Concept นี้ออกมา ในเมื่อคุณมี Carbon อยู่ในกระเป๋แล้ว ต่อยอดจากมันต่อไปอันนี้เป็น 3 คำที่ใน Gensler เราก็พูดถึงนะครับ Carbon sink, Carbon source และ Carbon bank อย่างบ้านเราตึกเก่า ๆ ทั่วกรุงเทพอย่าไปทูปทิ้ง นั่นคือ Carbon bank เพราะในโลก 50 ปีก่อน โลกยังไม่ร้อนนะครับ
00:32:46	คุณธัญญา สุวรรณพงศ์	[รูป Perspective จากมุมสูง] อย่างที่เห็น เราพยายามเชื่อมโยงโปรแกรมเข้าด้วยกันโดยที่เราไม่ไปแตะตัวตึกเดิมมาก แต่ทั้งโครงการจะเห็นว่ามันเชื่อมต่อเหมือนเป็นเรื่องเดียวกัน โดยที่ตึกที่เป็นถังน้ำมันเก่า เขาก็ยังคงความเป็นถังน้ำมันเก่าอยู่ เพียงแต่เราไป Add value ให้เขาเป็นเหมือนการ Reposition เขาให้มีคุณค่ามากขึ้นโดยที่เราไม่จำเป็นต้องไปแตะต้องหรือทำอะไรกับเขามากเกินไป
00:33:17	คุณธัญญา สุวรรณพงศ์	[รูป Perspective lobby entrance] อันนี้จะเป็นตัวตึกถังน้ำมันที่เห็นทางขวามือ เป็น Drop off ที่เรา Purposely ทำเนื่องจากเป็น Retired เป็น Seniority การ Approach โครงการเราอยากสร้างให้เป็นเหมือน Story มากขึ้น คือแทนที่จะ Approach โครงการตรง ๆ เรามี Site ที่มันเอื้อในส่วนนี้อยู่แล้ว เราสามารถสร้าง Story ตัวนี้ให้เกิดขึ้นได้
00:33:46	คุณธัญญา สุวรรณพงศ์	[รูป Perspective reception] อันนี้จะเป็นส่วน Drop off ที่เป็น Canopy เชื่อมระหว่างถังน้ำมันถึงหนึ่งที่เราเห็นด้านนอกกับอีกด้านหนึ่ง

00:33:52	คุณธัญญา สุวรรณพงศ์	[รูป Perspective Yue Gallery] อันนี้เป็นหนึ่งในตัวอย่างของถังน้ำมันที่เรา Repurpose ให้เป็น Exhibition Hall เรื่อง Art ซึ่งจริง ๆ ตัวนี้ก็เป็นโปรแกรมของ Senior living ที่เราคุย Workshop กับลูกค้าว่าเขาอยากมีโปรแกรมอะไรบ้างใน Senior living ตัวนี้ คือหากิจกรรมให้ผู้สูงวัยทำด้วยกัน นี่เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ผู้สูงวัยสามารถ Exhibit งานตัวเองได้ หรือมี Workshop หรือสามารถ Engage กับ External party เพื่อที่จะให้เขารู้สึกว่ายังมีคุณค่าอยู่แทนที่จะเป็นเหมือน Retirement village
00:34:30	คุณธัญญา สุวรรณพงศ์	[รูป Top view] อันนี้คือภาพจากด้านบน มีการใช้ Lighting เข้ามาช่วยด้วย
00:31:36	ดร. จักรกฤษณ์ เหลือองเจริญรัตน์	4 ถังน้ำมันแล้วก็เมื่อที่ที่พูดถึง Lobby ที่กลม ๆ ตรงนั้นนะครับ
00:34:42	คุณธัญญา สุวรรณพงศ์	[รูป JT Office Relocation] Case study ที่สองอันนี้เป็นโปรเจกต์เล็ก ๆ ความจริง Story เขาจะค่อนข้าง Strong คือตัวโปรเจกต์นี้ตัวบริษัทแม่เขามีชื่อเสียงในด้านขายบูห์ ซึ่งอันนี้โจทย์ยากละ ในด้านหนึ่ง Gensler จะคิดว่าบางครั้งการรับงาน เราก็ Debate ว่ามันขัดกับอะไรกับในใจเราหรือเปล่า แต่ในโปรเจกต์ที่เราทำเนื่องจากว่าเราสามารถ Repurpose vision ของเขาได้ จากการที่เราคิดว่าเขาเป็นบริษัทขายบูห์ ซึ่งปัจจุบันไม่ค่อยมีคนดูแล้ว เราช่วยลูกค้าโดยที่กลับไปดูว่า ทำอย่างไรที่เราจะให้โอกาสที่เขาย้ายสำนักงานใหม่ สร้าง Mindset ใหม่ ๆ ให้กับทั้งตัว Employee ของเขาเองแล้วก็รวมถึงคนที่มาเยือน [รูป Prototyping the experience] เราเข้าไปดูว่าจริง ๆ แล้ว Core ของ Business เขามีอะไรอีกบ้าง นอกจากการที่เขาตั้งมาจากการขายบูห์ จริง ๆ แล้วเขาขายยา ขายอาหารเสริมที่มีประโยชน์กับร่างกาย ซึ่งตัวนี้เนี่ยมันจะเป็น Business Model แบบใหม่ ซึ่งเราดึงพวกนี้ออกมาใช้ได้ โดยเฉพาะเรื่องนี้คือเราเหมือนเอา Human Experience เข้าไป Map เพื่อที่จะสร้าง Mindset ใหม่

เราสามารถเอาเรื่อง DXD คือ Digital Experience ในการสร้างบรรยากาศใหม่ ๆ เข้าไปช่วย enhance เรื่องนี้ยังไปได้บ้าง [รูป Toki-No-Mori: The forest of moments] โปรเจกต์นี้ไม่ได้ใหญ่มาก ส่วนที่นำมานำเสนอเป็นส่วนที่เราแมพนั่นคือพื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ Forest of the moment จริง ๆ มันมี Specific Word ที่เข้าเรียกเลย นี่คือ Moment ของการ Immerse ตัวเองในป่า

[รูปทัศนียภาพภายในส่วน Reception] อันนี้จะเป็นส่วนของ Reception ด้านหน้า ก่อนเข้าไป Immersive ด้านหลัง [รูปทัศนียภาพภายใน Deeper into the forest] เรา set scene ตั้งแต่ก้าวเข้าไปในบริเวณนั้นว่าทำยังไงให้เหมือนล้าภาพเดิม ๆ ของทุกคนออกให้หมดให้ได้ ว่าเป็น Tobacco Company กลายเป็นว่าเราจะทำอะไรใหม่เพื่อสร้างสินค้าใหม่ ๆ ตัวนี้ให้ออกไปให้ได้ เราเลยสร้างเป็นซีนเลย เหมือนเขียนหนังสือหรือ Chapter ในหนังสือว่าเข้าไปถึงเลยไม่ได้ ต้องมี Prefix หรือบทนำก่อน เพื่อ set mindset ว่านี่คือการเริ่มบทใหม่ของ Chapter ของตัวเองแล้วนะ

[รูปโปรแกรมและที่มากิจกรรมที่จะเกิดขึ้นภายใน] อันนี้คือสิ่งที่เราเอามาใส่ เป็นโปรแกรมอีกเช่นกัน ที่เรา engage กับทาง User เอง เป็นโปรแกรมเล็ก ๆ น้อย ๆ ในแต่ละ Touch Point ที่เราสร้างขึ้นมาก ในแต่ละ Node ของ Space เนี่ยเราทำเพื่ออะไร เราทำเพื่อให้เกิด Activity อะไรในพื้นที่นั้น ๆ เพราะฉะนั้นทุกอย่างต้องมีที่มา เราถึงค่อยไปสวมและสร้างประสบการณ์ให้มันเกิดขึ้นตรงนั้นให้ได้

[รูป JT Tree] อันนี้เรียก JT Tree Purpose เป็นในแง่สัญลักษณ์ด้วย ในขณะเดียวกันคือ Purpose ของการสร้างป่า หรือว่าการจำลองต้นไม้ หรือพุดง่าย ๆ คือกิมมิก เพื่อมาช่วยเสริม Story ของเรา ที่เราพยายามจะเปลี่ยน Mindset [รูปข้อความ To a brighter future] อันสุดท้ายก็คือสิ่งที่ได้ผลลัพธ์ตอบสนองของคนข้างดีจากทางลูกค้าเอง และ Visitor ที่มาเยือน คือ ทุกคน flip mindset จริง ๆ ว่าจากเดิมเป็นบริษัทขายบุหรี่ยี่ เรามีด้านนี้ด้วยหรือ? อย่างนี้ เหมือนเป็น

Question ที่เกิดขึ้น สร้างเป็น dialogue ให้ลูกค้าที่มาเยือนได้คุยกับเจ้าบ้าน เจ้าบ้านเองก็มีโอกาสที่จะสร้าง conversation แนะนำ products ใหม่ ๆ ของบริษัทตัวเองได้ด้วย

Brand & Technology Integration

- 00:39:53 คุณ ธิญญา สุวรรณพงศ์ [รูปหัวข้อ Brand & technology integration] อันนี้ที่อยากจะเล่าให้ฟัง คือ เรื่องแบรนด์และเทคโนโลยีซึ่งสมัยนี้ โดยเฉพาะน้องรุ่นใหม่ เทคโนโลยีคือตัวชูโรง คือเราไม่สามารถดีไซน์ไปใช้หลักการการเดิม ๆ เท่านั้นได้อีกต่อไป มันจะต้องมีการนำเรื่อง Branding กับ Technology เข้ามาช่วยในการออกแบบเพื่อสร้าง Human Experience [รูป We are Storytellers] พวกเราที่เป็นนักออกแบบเนี่ยเราเป็นนักเล่าเรื่องค่ะ เราเล่าเรื่องผ่านกับงานของเรา สมัยก่อนเราอาจเล่าเรื่องผ่าน products ที่ออกมาเป็น products อย่างเดียว แต่สมัยนี้เราสามารถเล่าเรื่องผ่านอย่าง User Experience ที่เข้าไปใช้งาน ไป Interact กับตึกได้ ตัวตึกอาจจะพูด story กับสายลมแสงแดดใน concept เดียวกันนี้ การออกแบบ interior เอง เราต้องให้ space ภายใน พูดกับคนที่เข้าไปใช้งานได้ด้วยเพราะฉะนั้น story อะไรที่เราจะพยายามสื่อสาร อันนั้นคือสิ่งที่เป็หัวใจของการออกแบบ การเอาแบรนด์มาผสม คือจะเป็นเรื่องที่มันสามารถทำให้การสื่อสารชัดขึ้นนะคะ หรือสามารถ steer ให้ไปทางใดทางหนึ่งได้ด้วยเช่นกัน
- 00:41:12 ดร. จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์ [รูป Design Innovative Solutions] อันนี้เสริมที่พี่เอ่ยพูดถึงก่อนหน้านี้ เรื่องของ Tobacco Company ในฐานะดีไซเนอร์หรอฮะ เราเป็นคนเล่าเรื่องมันก็เลยเท่ากับเรื่องของ Story Telling เพราะว่าถ้าเกิดดีไซน์เสร็จ ไม่มีเรื่องราวมันก็คือเป็นพื้นที่ ตรงนี้คือความหมาย ใน Gensler เองเราถึงให้ความสำคัญเรื่องของ Branding, Story Telling และที่กำลังพูดถึง คือ เทคโนโลยี ที่เราพูดถึงว่า Design Innovative

Solution เพราะว่าเรามองว่าอนาคต Interactive media มันมาเข้ามามีส่วนสำคัญ ซึ่งไปที่ไหนก็มี Touch screen ในฐานะดีไซน์เนอร์ สิ่งพวกนี้เราต้องเข้าไป Integrate กับดีไซน์ของเรา เราคงไม่ได้ออกแบบสเปซแล้วมองว่าขอให้มันเป็นเหมือนที่มันเป็น

00:41:59 คุณ ธิญญา
สุวรรณพงศ์

[รูป] Oue Skyspace, Los Angeles, CA] อันนี้เป็นตัวอย่างที่บริษัทเราทำ เรามีทีมดู Mapping Experience คือไม่ใช่แค่เอา Branding หรือ EGD ไปแปะบนผนัง แต่ว่าเราจะคุยว่า Experience ที่ลูกค้าต้องการสื่อ หรือ ลูกค้าต้องการให้ได้คืออะไร แล้วเราสร้างมันผ่าน Experience ตัวนี้ ในการตอบคำถามนั้น บางครั้งเราสามารถทำได้โดย 3 วิธีนี้ [รูป] 3 วิธีสร้าง Experience คือ Immersive, Connected and Intelligent]

00:42:31 ดร. จักรกฤษณ์
เหลือเจริญรัตน์

อันแรกเลย คือ เรา engage Immersive เข้ามา interact กับ Brand เลย อันที่สอง คือ Connected คือถ้าเกิดเราเข้าไปอยู่ใน space ที่เป็น green space เป็นโซนสะอาดไม่มีตัวอักษรหรืออะไรที่จะทำให้คนรู้ เราต้องสื่อสารต้อง connect กับคน ต่อมา Intelligent คือ เรามองถึงเรื่องของ detail เมื่อก่อน เราพูดถึง online และ offline แต่ตอนนี้มันจะ hybrid อย่างภาพที่เห็น เราทำให้กับแบรนด์หนึ่ง ในเมืองจีน ก่อนหน้านั้นเขาให้ Gensler ทำแอปพลิเคชัน ปรากฏว่าเขาขายดีมากเลย เขาคุยกับเราว่าขึ้นต้องดูที่ physical store นะแต่ว่ายังไม่ต้องรู้ size เรื่องของออนไลน์นะ เพราะว่ายังไง online ยังเป็น mainstream อยู่ แล้ว Gensler เลยออกแบบ space ร้านค้าไม่มีพนักงานเลย คือเข้าไปบู๊ปให้ลูกค้าได้ประสบการณ์วัสดุ แล้วทุกอย่างเนี่ยคือเป็นผ่าน mobile หมด ชื้อแล้วก็มิกดเอาของ ถ้าเขาจะรับของวันนั้นเลย ทำได้ แต่ว่าไม่มีพนักงานมาแบบว่ามาถามหรืออะไร เพราะว่าอันนี้คือ แล้วจะเห็นเลยว่า Online/Offline จะเบลอไปเรื่อย ๆ ในฐานะ Designer เราต้อง create ตรงนี้ด้วย

00:43:51 คุณ ธิญญา
สุวรรณพงศ์

[รูป] Omni Channel Transformation จาก Uniqlo] อันนี้แบรนด์ยอดฮิตที่เป็นหนึ่งในลูกค้าเรา ซึ่งจริง ๆ ตัวนี้ก็คือจะ touch เรื่องที่

คุณจักรกฤษณ์พูดด้วย แล้วเรา engage กับเขาถึงขนาดว่าเราทำ
ยังไงที่เราจะ engage หรือสร้างแบรนด์เขา ว่าเขาต้องการสื่อสาร
brand เขาออกไปยังไง ทั้งในแง่อินสตาแกรม ในแง่โปรดัคต์ออนไลน์
หรือแม้แต่ flagship store ซึ่ง experience พวกนี้มักจะเคยเห็น
ตามยูนิโคลท์ทุก ๆ ที่ เป็นงานการทำงานร่วมกับการสร้างแบรนด์

[รูปร้านกาแฟที่นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้] อันนี้อีก flagship หนึ่ง บาง
ท่านอาจจะเคยไปคงทราบว่าเป็นร้านกาแฟที่ไหน อันนี้คือเรื่อง
เดียวกันเลยคือทำยังไงให้ตัว physical space สามารถออกไปหรือ
สื่อสารในโลกในเรื่องโปรดัคส์ที่กว้างขึ้น โดยผ่านการ craft เรื่อง
Story and brand engagement เทคโนโลยีที่เราเอาแบรนด์ตัวนี้ไป
สวม

00:44:51 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ ตอนที่เขา engage Gensler เนี่ยครับ เขาบอกต้องการร้านกาแฟ เรา
ต่างหากที่เป็นดีไซน์เนอร์ก็เข้าไปสัมภาษณ์ว่า Production เรื่องราวที่
คุณอยากสื่อสารคืออะไรแล้วค่อย ๆ พูดออกมาสุดท้ายเราจึงช่วยเค้า
วาง plotting เพื่อให้ลูกค้าเข้าไปอยู่ใน space ได้นานที่สุด

00:45:15 คุณธัญญา
 สุวรรณพงศ์ [เปิดวิดีโอ] เอาอะไรมาให้คุณคิดเรื่องแบรนด์และเทคโนโลยี
ในสเปซคะ

Data & Research

00:46:15 คุณธัญญา
 สุวรรณพงศ์ [รูปหัวข้อ DATA & RESEARCH] ขออนุญาต Session สุดท้าย
นิดหนึ่ง คือว่าทุกอย่างที่เราทำทั้งหมดนี้ เนื่องจากอาชีพเรา ส่วนตัว
แล้วพี่ว่าเป็นการ Balance ระหว่าง ศิลปะกับความเป็นไปได้
Physical คือ reality เราไม่สามารถคิดปะอย่างเดียวนะได้ ไม่ฉะนั้นงาน
ที่สร้างมันจะไม่ใช้สถาปัตยกรรม งานที่เราทำจึงมี data and
research ที่เราเน้นในส่วนนี้ของเรา [รูป Workplace research,
Gensler] อันนี้อาจจะหนักไปทาง workplace นิดหนึ่ง ที่เป็น core
ของตัวเอง คือว่าตัวเวิร์กที่เราทำ ทำมาตั้งแต่ปี 2006 จนถึงในช่วง

ปัจจุบันซึ่งเรารีเสิร์ชเริ่มขยายวงเรื่อย ๆ จนตั้งแต่ปี 19 หรือ 20 เริ่มขยายออกมาเองคือทั่วโลก เพราะฉะนั้นข้อมูลที่เรามีมันเป็นข้อมูลที่ เราสามารถยืนยันให้ลูกค้าได้ มี QR CODE ให้สแกน ถ้าคนสนใจจะดาวน์โหลด เราแชร์กับ public เราไม่เก็บ เราแชร์กับทุกคน เราแชร์กับ competitors เราเองด้วยซ้ำคือเราทำเป็นทุกปีเพื่อให้ข้อมูล ที่เราจะใช้ในการออกแบบ ตั้งแต่ปี 2005 [รูป Respondents represent a broad cross section of demographics, Gensler] อ่านชาร์ตให้ดูนิดนึงว่ามันคืออะไร คือว่าเวลาเรารีเสิร์ชเราคัดเรื่องข้อมูลกับทุกเพศ ทุกวัย ทุก business angle ทุก layer ของ organization มันจะไม่ใช่เป็น research ที่แบบคัดข้อมูลด้านเดียว dissect หลาย ๆ ด้านมากเพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลที่เป็น standardize เป็นบรรทัดฐานในเรื่อง Global scale มากที่สุด [รูปแสดงหัวข้อที่ Gensler ทำการศึกษา] เรา research โดยเฉพาะด้าน workplace เราดูว่าโมเดลการทำงานของเรามีที่ way กับทั่วโลกด้วย ไม่ใช่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง จริง ๆ จะเห็นว่าคนเราใช้ชีวิตกับการทำงานค่อนข้างเยอะ เพราะฉะนั้นมูลค่า คุณค่าของเวลาของเขาตรงนั้นมันจะต้องใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และตอบสนองสิ่งที่เขาต้องการใช้ให้ดีที่สุด เป็น big chunk of time ที่แต่ละคนต้องใช้ในการทำงานในกลางวัน [รูปแผนภูมิแสดง How Do You Spend Your Time Working?, Gensler] จะแสดงให้เห็นตัวอย่างว่าจริง ๆ แล้ว เราคัดข้อมูลถึงขนาดว่าในแต่ละวันของแต่ละคนในทั่วโลก ในทุกทวีป ใช้เวลากับอะไรมากที่สุด ซึ่งตัวนี้จะเป็นข้อมูลดิบออกมาว่าเวลาเราดีไซน์อะไรขึ้นมาสักอย่าง เรามีฐานข้อมูลรองรับไม่ใช่ว่าเราสร้างขึ้นเพราะเราคิดว่ามัน cool มันสวยจริง ๆ แล้วมันคือ purpose ที่มันทำไมเราถึงจะต้องตอบสนองในส่วน data เรื่องพวกนี้ [รูปแผนภูมิแสดง How People Work Is Fairly Similar Globally] อันนี้จะให้ให้เห็นแพทเทิร์นของการทำงาน ว่าจริง ๆ แล้ว ในแพทเทิร์นของแต่ละที่ การทำงานของแต่ละที่จะเป็นยังไง ว่าในโหมด work alone, In-person หรือ Virtually เรารีเสิร์ชเรา dissect คำถามมากขึ้น [รูป Hybrid Mode Is Here To Stay But So Is The Office]

เนื่องจากว่า Hybrid model ที่เรารู้กันคือ เพื่อที่จะมาดูว่า hybrid จริง ๆ มันจะยังอยู่ต่อไปมั้ยหลังจากโควิด หรือออฟฟิศมันจำเป็นจะต้องมีต่อไปไหม เมื่อถ้าจะมีออฟฟิศ สิ่งที่จะควรมี หรือสถานที่ทำงานมันควรจะเป็นยังไง

[รูปแผนภูมิแสดง How Much Of Your Time Do you Spend Working In Each of These Location?] อันนี้จะเป็นตัวอย่างอีก อันหนึ่งที่เราข้อมูลออกมาเพื่อดูว่า จริง ๆ แล้วในแต่ละที่ เวลาที่คุณใช้ทำงานที่บ้านหรือทำงานที่ Third space อย่าง Starbucks หรืออะไรแบบนี้ หรือว่าการเดินทางในแต่ละที่มันแตกต่างกันมั้ย ตัวนี้เนี่ยเราจะได้ว่าเวลาเราคุยกับ global clients ที่มีออฟฟิศใหญ่หลายประเทศ เราสามารถใช้ข้อมูลตัวนี้เพื่อ support ว่าใน setting ของแต่ละอย่างของเขามันสามารถปรับขึ้น ปรับลงเพื่อให้ตอบสนองกับข้อมูลตัวนี้ให้ได้ยิ่งขึ้น ให้ Inline กับตัวสแตนด์ดาร์ด [รูปแผนภูมิแสดง The Sweet-Spot In the Office for Productivity] อันนี้แค่อยากจะโชว์ว่าจริง ๆ แล้วเนี่ย เท่าที่ข้อมูลติดตาม ทุกที่เลยทั่วโลก ไฮบริดโมเดลที่คิดว่าเหมาะสำหรับทุกคนจะอยู่ประมาณ 3 วันต่อหนึ่ง อาทิตย์ 3-4 วันที่เป็น preferred choice model ไม่แค่ prefer อย่างเดียวมาจากข้อมูลจริง ๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ [รูป Space ที่ควรมีภายใน Office] โดยอันนี้คือเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่น่าสนใจที่ได้จากการตัดข้อมูลเหมือนกันว่า สเปซที่ทุกคนคิดว่าเราจำเป็นที่จะต้องมีคืออะไรบ้าง ซึ่งตัวข้อมูลพวกนี้มันจะมาช่วยเสริมในการออกแบบพื้นที่ในสำนักงานด้วยว่าจริง ๆ เรื่องพวกนี้จำเป็นแค่ไหน ซึ่งเป็นเหมือนพื้นฐานข้อมูล basic ให้ลูกค้าพิจารณาว่า ถ้าในโปรแกรมของเขายังไม่มีตัวใดตัวหนึ่งเขาจะ dry up หรือ dry down ยังไงบ้างคือเพิ่มหรือลด [รูปแผนภูมิแสดง Companies That Provide Both Effective Space and Great Experience Are More Likely to Be Located In Amenity-Rich Neighborhoods.] อันนี้เป็นอีกตัวหนึ่งที่ค่อนข้างน่าสนใจ Type ของ space ว่าเราได้อะไรออกมา จริง ๆ แล้วเนี่ยพอได้ข้อมูลมันกลายเป็นว่าออฟฟิศซึ่งเขาแบบ provide flexibility ให้ employee ดี ๆ จริง ๆ แล้วอยู่ใกล้สถานที่พวกนี้เลย คือ CBD

ตัวนี้เอง นอกจากข้อมูลจะใช้ใน workplace design ได้ ก็ยังใช้เรื่อง
สร้าง City planning หรือ Urban planning ได้ด้วย

00:52:49 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ หรือที่ตอนนีเราทำอยู่โครงการหนึ่ง กำลังจะเสร็จตึก F ก่อนที่เราจะ
engage Gensler คือออฟฟิศล้วน ๆ แต่พอ engage เราอะ เขา
อยากจะมี Third space คือเป็น space ที่ดึงให้คนอยู่ที่ตึก คือปกติมี
ตึกบูบ เทียง ชั้นก็เดินไปข้างนอก ทำไงให้พนักงานของทั้งหมดอยู่ใน
พื้นที่เขา engage ทีมเราเข้าไปช่วย create ตัวนี้แหละ เพื่อ draw ให้
คนอยู่ในตึกได้นานที่สุด

00:53:23 คุณ ธิญญา
 สุวรรณพงศ์ ไซค์ะ [รูปแผนภูมิแสดง Ideal Space ของพนักงานแต่ละ
Generation, Gensler] อันนี้เป็นเรื่องที่น่าสนใจคือตอนนี้สิ่งที่เกิดขึ้น
สำหรับรุ่นเรา คือมันจะเป็นการออกแบบสถานที่แต่ละที่ โดยเฉพาะ
สถานที่ทำงานซึ่ง mix generation มาก เพราะฉะนั้นข้อมูลที่เรา
จะต้องตัด ต้องถาม คือ เราจะได้ทราบว่าจริง ๆ แล้ว priority ของแต่ละ
generation คืออะไร ที่คิดว่าควรจะมีในสถานที่ทำงาน ตัวนี้จะ
เป็นข้อมูลดิบ เป็นข้อมูลตั้งต้นที่เราใช้ engage กับลูกค้าแต่ละราย

[รูปกราฟแสดง Fewer Birth + Longer Lives, Gensler] อันนี้
น่าสนใจมาก ๆ คือเพิ่งเห็นข้อมูลเหมือนกัน คือเราทั้งโลกเลย เราเจอ
ปัญหานี้ ก็คือ Older workforce [รูปแผนภูมิ World Population,
Gensler] เป็นข้อมูลดิบที่เราได้มา น่าสนใจมากเลยตั้งแต่ 1960
มาถึงปีนี้ แล้วถึงปี 2060 กราฟ pyramid ของ generation ของ
workforce มันแตกต่างกันถึงขนาดไหน ซึ่งก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่เราใช้
พิจารณาเวลาเรา engage ลูกค้าในการออกแบบทุกอย่าง ไม่แม้แต่
สำนักงานอย่างเดียว แม้แต่ตึกที่จะเป็นอาคารสำนักงานเป็นต้น [รูป
% Of Population Age 60+ Globally, Gensler] อันนี้คือแบบว่าโชว์
ให้ดูว่าจริง ๆ แล้วเราคิดข้อมูลในแต่ละที่เลยยังงี้

00:54:45 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ ไซค์รับ เพราะข้อมูลพวกนี้ คือเวลาเราดีไซน์ ลูกค้าจะถามเราว่าสิ่งที่
Gensler ออกแบบ มัน future proof หรือเปล่า อันนี้เป็นคำถามที่

ยากมาก แต่การที่จะตอบว่ามันคือ future proof หรือเปล่า มันต้อง based on data ตรงนี้ Gensler ถึงลงทุนทำรีเสิร์ชทุกปี เพราะว่าเรา จะรู้เทรนด์หมดเลย แต่ถ้าไม่ทำเลย ก็คงนั่งเทียนอย่างเดียว ว่า เฮ้ย อนาคตจะเป็นอย่างนี้ แต่เมื่อเรารีเสิร์ชปั๊บ เราบอกได้ว่า Future proof ของเรา เราเห็นแล้วว่า มันมาแน่ ล่าง ๆ แต่ล่างๆ ยังดีกว่า ไม่เห็นอะไรเลย

- 00:55:28 คุณธัญญา สุวรรณพงศ์ เราจะเดาได้แม่นขึ้น เราจะ set the trend
- 00:55:29 ดร. จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์ ใช่ นี่คือการที่เราคุยกันตลอดเวลา ว่าเวลาคุยกับลูกค้า คือถ้าเราใช้ gut feeling อย่างเดียว นั่นคือโลกสมัยที่เราเป็นเด็ก ๆ เดียวนี้ gut feeling ไม่ได้ “ฉันรู้สึกว่าจะเป็นอย่างนี้แหละ” ไม่ได้ คือต้อง base on data ซึ่งตรงนี้ที่เราเห็นอยู่ [รูป How to ride the Silver Tsunami.] และนี่ที่กำลังมาแน่นอนไม่ใช่ไหมพี่เอ๋ Silver tsunami
- 00:56:00 คุณธัญญา สุวรรณพงศ์ [รูป QR code : Gensler Survey] อันนี้คือที่บอก คือเอาข้อมูลของ workplace survey ต่าง ๆ คิวอาร์โค้ด แกนตอนนี้จะสามารถดาวน์โหลดตัว data หรือ research ได้เลย ฟรี ซึ่งเราแชร์กันทุกปีอยู่แล้ว
- 00:56:13 ดร. จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์ ขายเป็นเพิ่มละกันครับ คืออันนี้ workplaces เรามี survey ของ city planning ด้วย เราเพิ่ง publish เมื่อปลายปีที่แล้ว เรื่องของ CBD ซึ่งเป็นปีแรกที่ Gensler ลงทุนทำ survey ซึ่งรวมกรุงเทพตรงนี้ด้วย ผมได้แชร์ทางอาจารย์ฟินิจไปแล้ว ลองดูครับว่าคนที่อยู่ใน CBD กรุงเทพฯมีความรู้สึกยังไงบ้าง
- 00:56:42 คุณธัญญา สุวรรณพงศ์ [รูป What if...-?] สุดท้ายแล้วค่ะ ที่อยากฝากไว้ อันนี้ก็คือ base on ข้อมูล และ trend ที่เรารู้มากขึ้น ตัวนี้เกิดแน่ สมัยก่อนเทคโนโลยีคืออะไร มาสมัยนี้เราต้องเริ่มเห็นมัน tangible ขึ้น มันเริ่มเป็น hybrid model และอนาคตของการดำเนินชีวิตของพวกเรา อนาคตของพวกน้อง ๆ เป็น Virtual ทั้งหมดหรือเปล่า possibilities ที่จะเกิดขึ้นใน

การสร้างโปรเจค สร้างงาน สร้างการออกแบบ อย่าลืมตัวนี้ด้วย สมัยก่อนมันอาจจะเป็นแค่เหมือนข้อมูลที่เราเราเข้าไป tap เฉย ๆ

[รูป MR – AR – VR] ตอนนี้เริ่มเห็นชัดเจนขึ้น ในอนาคตอะไรที่เป็นไปได้ มันเป็นไปได้ถูกไหมคะ เราเริ่มเห็นเทรนด์นั้นที่จะเกิดขึ้นแล้ว ลอง imagine สักวันหนึ่ง [รูป Iron Man] เหมือนคล้าย ๆ ภาพนี้ เราไปเรียนหรือไปทำงานมันอาจจะเป็นโมเดลนี้ก็ได้

สุดท้ายแล้ว ต้องขอบคุณมาก ๆ อาจจะ touch นิดหนึ่ง คือว่าบริษัทเรา จริง ๆ เราเป็นบริษัท global นะคะ สิ่งหนึ่งที่ได้จากการทำ global จริง ๆ คือ pool of knowledge กับคนที่ เป็น expertise แต่ละด้าน ที่เรามาช่วยกันคิดช่วยกันทำงาน โมเดลการทำงานของเรา เราสามารถให้น้อง cross ได้คืออย่างดีไซเนอร์บางคนเนี่ยพอเริ่มเป็น architect เฉยๆ ผลสุดท้ายแล้วโอเค เดือนต่อมาค้นพบตัวเองว่าอยากเป็น Technology leader หรือเป็น Branding เขาสามารถไปได้เลย คือที่ Gensler เราจะมี culture อย่างหนึ่งคือ Entrepreneur คือเราไม่จำกัดคุณว่า คุณอยากทำอะไร ขอแต่ให้มีแพชชั่นของการทำงาน คุณสามารถปรับโมเดล สามารถไปต่อยอดได้เสมอ

00:58:54 ดร. จักรกฤษณ์
 เหลืองเจริญรัตน์ ตอนนี้กำลัง 53 แต่ว่าน่าจะมี 54 ภายในปีนี้ครับ แล้วตอนนี้ 6,500 แต่คิดว่ามันก็ค่อยเพิ่มทุกวันนะครับ คือมันก็เป็น digit เพิ่มทุกวัน แต่ตอนนี้ ณ วันที่ ตามสโตร์อยู่ประมาณนี้ เราคิดว่าปลายปี อาจจะถึง 7000 นะครับ

00:59:13 คุณธัญญา
 สุวรรณพงศ์ [รูป If not now, Then when?] พบกับสโตร์สุดท้าย ที่พูดมาทั้งหมดในข้างต้น คือ ถ้าเราไม่ทำตอนนี้ then when อันนี้ถามตัวเองให้ได้ตลอดว่าสิ่งที่เราพยายามเข้าไปไม่ว่าจะเรื่อง sustainability ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง human experience ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง virtual world, branding เราสามารถสร้างสตอรี่ของเราได้ เราสามารถ create impact ผ่านดีไซน์ของเราได้ อย่าง underestimate ตัวเอง ให้ push boundary เสมอ สำหรับคนที่เขื่อนักออกแบบพยายามคิดในเรื่องต่อยอดให้ได้

มันจะไม่ใช่แค่เรื่องดีไซน์เรื่องเดียวมันสามารถสวมบทบาทอื่นว่า
งานของเราเอง มันจะมีบทบาทที่ไป engage กับ ไม่ว่า user หรือ
แม้แต่ผลสุดท้ายคือตัวเราเอง ยังไงได้บ้าง ซึ่งจริง ๆ ตอนนี้
possibility นี่มัน unlimit มาก คือทุกอย่างมันสามารถเป็นไปได้หมด
เพราะฉะนั้นอย่าตีกรอบตัวเองให้แคบจนเกินไป แล้วอยากจะเรียน
ฝากเลย คือ เรื่อง sustainability เรื่องนี้คือ มันใกล้ตัว แล้วเราเป็น
หนึ่งในสาขาวิชาชีพที่สร้างผลกระทบกับโลก สร้างผลกระทบตรง ๆ
เพราะฉะนั้นต้องฝากเลย คือตอนนี้เราเองดูด้วยซ้ำว่าโปรเจกไหนที่
เราจะทำให้เรื่อง Carbon Impact มันลด

01:00:56	ดร. จักรกฤษณ์ เหลือองเจริญรัตน์	ในกรุงเทพฯ พี่เอ๋กับผมก็มีโอกาสได้ทำหลายโครงการ ที่รอดูครับใน อนาคต จะเป็นโครงการที่ low impact หรือ low carbon foot print ให้กับบ้านเรา ซึ่งผมคิดว่าน่าจะเป็นโครงการแรก ๆ ที่สามารถ claim ได้ว่าเรา low carbon จริง ๆ stay tune ครับ
----------	------------------------------------	--

Q&A Session

คำถามที่ 1

- 01:01:51 รศ.ดร.วาริชา วงศ์พยัต ขอขอบคุณพี่เอ้ และ ดร.จักรกฤษณ์ นะคะ ที่มาแชร์ต่อ ทั้งในแง่ของ ความคิดและการทำงานของบริษัท Gensler ซึ่งเป็นทีมที่ Professional มาก รักษาเวลาดีมาก เป็นหนึ่งชั่วโมงสั้นมาก ๆ แต่ว่า สนุก ได้เรียนรู้ประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจและจริง ๆ อยากจะถ่ายทอด ต่อให้เด็ก ๆ ด้วย presentation สวยมาก data visualization ที่มาจาก research-based ก็น่าติดตามมากเลย ส่วนตัวแล้วมีความ สนใจและข้อสงสัย ซึ่งอยากจะให้วิทยากรทั้งสองท่านช่วยอธิบาย เพิ่มเติม ว่าในส่วนที่เราทำด้านรีเสิร์ช กับส่วนที่ทำด้านดีไซน์ มีความ เชื่อมโยงกัน หรือแบ่งงานกัน ทีม หรือว่าสัดส่วนเวลาในการทำแต่ละโปรเจกต์เป็นเช่นไรค่ะ
- 01:02:56 ดร. จักรกฤษณ์ เหลืองเจริญรัตน์ Gensler มีรีเสิร์ช สองส่วนนะครับ รีเสิร์ชส่วนหนึ่งทำโดยดีไซน์เนอร์ ใน Gensler เอง เราพูดถึงเรื่อง research-based design คือ ดีไซน์เนอร์เรา 53 สำนักงานทั่วโลก สนใจเรื่องอะไร ทำ proposal ขึ้นมา submit มาที่บริษัท Headquarter ที่ San Francisco และเขา จะให้ทุน อันนี้คือดีไซน์เนอร์สนใจ สมมุติว่าให้ทุนเลยสมมุติว่า สนใจ เรื่องของ Inclusivity อย่างออฟฟิศเราเมื่อสองปีที่แล้วมีคนสนใจเรื่อง การทำห้องน้ำที่ไม่แบ่งบอกเพศมากคุยกับผม ว่า พี่จักรกฤษณ์ “หนู อยากจะทำเรื่องนี้ ทำยังไง?” ก็คือทำรีเสิร์ชขึ้นมาเลย เดียวพี่เป็นไกด์ ให้ แล้วส่งไปที่อเมริกาเค้าจะ curate มาว่า โอเค น่าสนใจให้เงินเธอ ทำ นี่เป็นหนึ่งใน อันที่สอง คือ ผ่านเกณฑ์ Gensler Research Institute คือ สถาบันรีเสิร์ชภายใน Gensler เอง ซึ่งสถาบันนี้ ปีนี้เรา กำลังทำอะไร กำลังหักค่าใช้จ่าย ไม่ว่าทำอะไรเท่าไร 5 ถึง 10% เรา contribute ไปกับ Research เรามีทีมที่ New York , San Francisco และที่ LA ประมาณ 13 ท่าน เหมือนอาจารย์เลยคือ หน้าที่เขาไม่ต้องทำอะไรเลยทำรีเสิร์ช แล้วตีไกด์ให้กับดีไซน์เนอร์ทั่วโลกที่ต้องการทำงานวิจัย เราจะมี Time frame ในรอบ 12 เดือน 3 เดือนส่งมา มี Progress ทั้งหมด แล้วปลายปีทุกคนต้องมาประกวด

กันว่าทั้งหมดทุกโครงการ อันไหนคือดีที่สุด แล้วให้รางวัลคือ Recognition คือไม่ได้เป็นตัวเงิน เช่น ประกาศทีม Gensler Bangkok ได้ดีที่สุดในปีที่แล้วอันนี้ สุดท้ายแล้วเด็ก ๆ ก็จะดีใจว่า ฉันอยากจะทำงานวิจัย แล้วเราให้ทุน อันนี้คือสำคัญ

01:05:01 คุณ ธีรญา
สุวรรณพงศ์

เสริมหนึ่งค่ะ คือเราจะมีทีม research ที่เก่าแล้ว คือ CEO เขาจะ invest เรื่องนี้มาก คือว่า 15% ของ profit เราทั้งหมด จะไปที่รีเสิร์ช ซึ่งรีเสิร์ชตัวนี้เราจะแชร์กับ public เราไม่ได้หวังไว้กับตัวเอง อีกอันหนึ่งคือ ตัวที่ให้ดีไซน์เนอร์เองทำ เราให้ชื่อว่า Innovative Awards มากกว่า Research Awards คือเป็นเรื่องที่เขามี Passion ส่วนตัว แล้วเขาต้องการ invest เวลาที่จะไปดูตัวนี้ อย่างเช่น ปีที่แล้วประเทศสิงคโปร์ที่พี base เราทำเรื่องเรื่อง food supply เพราะประเทศสิงคโปร์ไม่สามารถปลูกอะไรเองได้เลยนะ ทุกอย่าง import หหมด คือมีทีมหนึ่งที่เราไปเป็น Advisor แต่ละ ๆ นิดหนึ่ง ว่าจริง ๆ แล้วเราต้องการดูว่าทำยังไงที่เราสามารถเอาเรื่อง food supply ไป inmate ในเรื่องดีไซน์ ยังไงบ้าง เพื่อให้สิงคโปร์เองสามารถ sustainable อยู่ได้ด้วยตัวเอง โดยที่ไม่จำเป็นต้อง import food ตอนนี้เขาพึ่งพาเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์เลย จากการ import เรื่องอย่างนี้ค่ะ แต่ละปีจะได้หัวข้อที่น่าสนใจ ซึ่งสรุปพวกนี้มันจะมาเหมือนเหมือนเชื้อเพลิงในการความคิด ในการต่อยอดของเราด้วย อันนี้คือเรื่องที่เรากำลังเรื่องรีเสิร์ช

01:06:33 ดร. จักรกฤษณ์
เหลือองเจริญรัตน์

เรื่องที่แปลก คือ เราพูดถึงการที่เราเป็น Global Citizen เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในบ้านเราอาจจะเกิดขึ้นที่อื่นก็ได้ เรื่องจริงว่า ลูกค้ากรุงเทพเชิญเราไปคุย เรื่องทำอาคาร เผอิญว่าช่วงนั้น PM 2.5 บ้านเรากำลังมาแรง แต่ปรากฏว่าทีมผมที่ปักกิ่งมาก่อนแล้ว ทำรีเสิร์ชไว้แล้ว เราจึง โอเค เรามีโซลูชันนะ คือมีทีมเราที่ปักกิ่งทำมาแล้วก่อนหน้านี้ 2 ปี เพราะว่าอย่างที่เราทราบกันที่ปักกิ่งแยกว่าเรามาก่อน มันคือการ Sharing ข้อมูลพวกนี้จริง ๆ เราเปิด public เลย คือ ถ้าเกิดนักศึกษาหรือไม่ใช่นักศึกษา หรือว่าอาจารย์สนใจ เข้าไปที่ Gensler ที่เสริม skill มันจะมี drop down panel แล้วมี category ให้เราเลือกเลย ว่าอยากทราบเรื่องไหน สนใจเลือกไหนบ้างแล้วผลออ ๆ เด็กนักศึกษา

เอามาต่อยอดได้ เพราะว่าดีไซน์เนอร์เราเป็นนักวิชาการจำ แต่วามัน
อาจจะเป็นตัวเชื้อเพลิง เป็นหัวเพลิงให้เด็ก ๆ ที่เรียนปริญญาโทหรือ
ปริญญาเอกเนี่ยเอามาต่อยอดได้

01:07:37 คุณ รัชนีญา
 สุวรรณพงศ์ จริง ๆ มันก็เป็นสูตรใหม่ ingredient สำคัญ ในการออกแบบเรา พวก
เราจะถูกปลูกฝังว่า ขออนุญาต quote ตามคำหนึ่งที่รุ่นน้องเคยพูดไว้
เหมือนเราจะเขียนสูตรอาหารเนี่ย น้องเล่า ingredient ให้อาจารย์ฟัง
อาจารย์ต้องน้ำลายไหลแล้ว ว่าอยากลอง ingredient นี้รู้เลยว่า
อาหารออกมา healthy มาก หรือเวลาน้องจะเขียน Human
experience หรือจะเขียนบทหนังสือเรื่องหรือบทเพลงขึ้นมา พอเรา
ฟังจบเพลง น้องต้องเหมือน ฟังจบอยากลุกโทรหาแฟนแล้ว หรือ
ออกไปซื้อดอกไม้ให้แฟนแล้ว มันก็ต้องระดับนั้น ในการออกแบบ
เชื้อตัวนี้ตัวเล็ก ๆ ที่เราจะมีใน pool ของเรา ที่เราสามารถหยิบมาใช้
อันหนึ่งที่เรา proud มาก คือเราแชร์ เราไม่ได้หวงไว้ เราแชร์กับทุกคน
ไม่ว่าจะเป็นนิสิตหรืออาจารย์ บอกว่าคู่แข่งเราเองเขามาใช้ข้อมูล
ของเราด้วยในส่วนนี้

01:08:56 ดร. จักรกฤษณ์ เรื่องเล่า คือ มีงานใน pitching ลูกค้า brief แล้วเอางาน Research
 เหลืองเจริญรัตน์ Gensler ขึ้นมาโชว์ ต้องบอกว่ามันอยู่ตรงนี้ (หัวเราะ) จริง ๆ คือต้อง
บอกว่าเป็นอย่างหนึ่งที่เข้ามายังองค์กรแล้วเรา proud คือ take แล้ว
give นั่นคือสำคัญที่เราโชว์ เรื่อง community impact คือเป็นเรื่องที่
แปลกมาก เขา force ให้ 53 สำนักงาน ต้องมีโครงการอย่างนี้ทุกปี
จะขึ้นกี่เรื่องหรืออยู่ขนาดไหน ต้องเลือกมาหนึ่งโครงการทำให้สังคม
และ 53 ออฟฟิศจะมีโครงการที่ทำให้สังคมจะเล็กจะใหญ่ได้หมด
แต่ต้องทำ แล้วต้องมาแชร์ คือผมว่ามันเป็นเสน่ห์

01:09:42 คุณ รัชนีญา
 สุวรรณพงศ์ มีประกวดแบบด้วยค่ะ ว่างาน community impact ในเรื่องดีไซน์
ใครจะได้ชนะ นอกจากเรื่องเอา Award ในเรื่อง research เราก็มี
internal เราเรียกว่า GDEA หรือ Gensler Design Excellence
Awards คือเรายังสนใจดีไซน์อยู่ เราเอาตัวอื่นด้วย รวมศาสตร์กับ
ศิลปะอยู่ด้วยกันให้ได้ มันเป็น Specialty ที่เราไม่ค่อยเหมือนใคร

คำถามที่ 2

- 01:10:26 ผู้ฟัง
- ถามเพิ่มเติมนิดนึงค่ะ ในปัจจุบันข้อมูลเยอะไปหมด เราสามารถหาข้อมูลได้ง่าย แบบปลายนิ้วสัมผัส Gensler มีวิธีการหยิบยกข้อมูลตรงไหนมาใช้ใหม่คะ ให้ Balance กับการใช้ Creativity ในฐานะดีไซน์เนอร์ บางทีข้อมูลมันเยอะ แล้วเราไม่รู้ว่าจะเลือกตรงไหนมาใช้ ทำให้มันบล็อก Creativity เราในการดีไซน์ มีคำแนะนำหรือขั้นตอนวิธีการเลือกใหม่คะ
- 01:11:00 คุณ รัชฎา สุวรรณพงศ์
- เป็นคำถามที่ดีนะคะ อันแรกเลยเวลาก่อนเราทำงาน มันจะมี process ที่เราเรียกว่า smart start ใน Gensler โดย smart start คือเราจะมานั่งทั้งโปรเจกต์เลย เราจะมานั่งคุยกันให้รู้ว่า project brief คืออะไร project purpose คืออะไร ของลูกค้าก่อน เป็นเกณฑ์ว่าเหมือนเราจะต้องมีคำตอบให้กับโจทย์ที่ให้เราได้ ขณะเดียวกันเราจะต่ออีกยอหนึ่งว่า แล้ว purpose ที่เราสามารถต่อให้ลูกค้าคืออะไรพอเราทำเรื่องนี้ มันจะแคบลง มันจะช่วยเราได้ให้ prioritize ได้ว่าโอเค เราดูเรื่องนี้เท่านี้ก่อนนะ ถ้าดูเรื่องนี้แล้วมันยังจะต้องต่อยอดต่อ แล้วเราค่อยไปเอาข้อมูลมาเพิ่ม ถ้าเมื่อไหร่ที่น้องตอบได้ว่า project purpose คืออะไร ตัวนี้มันจะช่วย frame กรอบเราถึงระดับหนึ่งว่าเราควรหาในเรื่องไหน คือถ้าเราไม่มี purpose ตอนนี้จะเขววัง เหมือนที่น้องพูดเลย โอ้โฮ เยอะมาก ช่วงนี้เอามาได้หมดในโลกออนไลน์ แต่ถ้าเมื่อไหร่ที่ตัวนี้ ที่พี้นั้นมากในเรื่อง design purpose มันจะต้องมีคำตอบ แล้วมันจะช่วยให้เรา steer ไปในทางที่ถูกต้อง Project purpose จะเหมือนเป็น live document เลย ที่เช็คตั้งแต่เริ่มโปรเจค แล้วมาเช็คกันอีกทีด้วยกลางโปรเจค เพิ่มเติมเพราะ purpose อาจจะเปลี่ยน ซึ่งอาจเปลี่ยนโดยเนเจอร์ของลูกค้าเอง หรือ brief ที่เปลี่ยนไป สถานการณ์ ปัจจัย budget ที่เปลี่ยนไป ต้องมาเช็คกันด้วยสุดท้ายว่าจริง ๆ แล้ว purpose ที่เราตั้งมาตั้งแต่ต้น มาเช็คตรงกลาง เรา hit หรือเปล่า ตรงนี้มันคือคำตอบว่าเรา successful หรือเปล่า ในฐานะผู้ออกแบบ ที่เราสามารถทำตาม purpose โจทย์ที่เราตั้งไว้ตั้งแต่แรกให้ลูกค้าได้ค่ะ

01:13:33

อาจารย์
สิรินทรา
เอื้อ ศิริทรัพย์
(พิธีกร)

ขอขอบคุณวิทยากรทั้งสองท่าน จาก Gensler ที่มาแชร์วิธีการทำงาน และ Topic ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ รวมถึงแชร์ source research ที่เราสามารถจะไปนำมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นคนที่อยากทำหัวข้อวิจัย หรือแม้กระทั่งเอาไปออกแบบ มีเรื่องที่น่าสนใจมากมาย หลากหลายมิติจาก lecture ในครั้งนี้ แต่ว่าสิ่งที่คิดว่าอิมแพคมาก คือ วิชาชีพเราเอง เป็นอาชีพที่ค่อนข้างสร้างผลกระทบให้กับสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก แต่ว่าในวันนี้เป็นครั้งแรกที่รู้สึกว่าเป็นเมื่อถ้าเราสร้างผลกระทบได้ แล้วทำไมเราจะลดมันไม่ได้ เรียกว่า ปลุกให้เราคิดอีกมุมหนึ่ง ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจมาก ๆ จากท่านวิทยากรในวันนี้ ขอขอบคุณทุกท่านที่มาฟังในวันนี้ และวิทยากรอีกครั้งค่ะ