



Men of the year 2022

Breakthrough actors

Apo Nattawin Mile Phakphum

- Bright Vachirawit
- Nont Tanont
- Tu Tontawan
- Mew Suppasit
- Noom Kanchai
- Jay Chanathip
- Goy Natty Dream
- Bee Seksan
- Singh Wannasingh
- Nakrob Moonmanas
- Tilly Birds

THAILAND
 DEC22/JAN23
 NO. 094
 120 BATH

ISSN
 2525
 0757

9 772351 075013

CONTENTS



28

ACTOR OF THE YEAR

ปีแห่งความสำเร็จ
และมากไปด้วยความสุขของ
ไบรด์-วชิรวิชญ์

38

BREAKTHROUGH ACTORS OF THE YEAR

ความสำเร็จของ
คินน์พอร์ช เดอ-ชรีส์
กับชีวิตที่พลิกผัน
ของมาย-อาโป

BRIEF

12

THE MOST CHARMING MAN ALIVE WITH HIS BROSNAN

'เพียร์ซ-ดีแลน-ปาร์ริส'
ผู้ชายตระกูลบรอสแนน
ที่สืบทอดสเปคส์และ
ความสามารถบน
ถนนสายฮอลลีวูด

20

INTRODUCING ULTRA-LUXURY ELECTRIC SUPER COUPÉ

ราชาแห่งยนตรกรรม
กลับมากองบัลลังก์
ในฐานะยานยนต์ไฟฟ้า

STYLE

84

8 THINGS TO EXPECT IN 2023

เรื่องราวน่าสนใจ
ในโลกแฟชั่นปี ค.ศ.
2023 ที่คุณคาดไม่ถึง
ว่ามันจะต้องเกิดขึ้น
อย่างแน่นอน

112

WHAT ARE THE JEWELS IN A WATCH MOVEMENT?

อัญมณีอีกบทบาท
ในโลกนาฬิกาที่มี
คุณค่ามากกว่า
ความสวยงาม

LIFE
124

MEET 'KHAO SOI' THE BEST SOUP OF THE WORLD

ข้าวซอยกับตำแหน่ง
อาหารแห่งปี
'ซูปที่ดีที่สุดในโลก'

140

AN IDYLIC WELLNESS RESORT

เที่ยวแบบพจญภัย
และพักผ่อนร่างกาย
ที่รีสอร์ทเพื่อสุขภาพ
แห่งแรกของมัลดีฟส์

แฉกเก็ดวอร์มผ้าเจอร์ซีย์
และชุดหนังกันเปื้อนจาก
BURBERRY



interview

THE MOST CHARMING MAN ALIVE WITH HIS BROS NAN

'เพียร์ซ-ดีแลน-บรอสแนน' ผู้ชายตระกูล
บรอสแนนที่สืบทอดเสน่ห์และความ
สามารถบนถนนสายฮอลลีวูด

STORY **ALEX PAPPADEMAS**

PHOTO **DANIELLE LEVITT**

TRANSLATED **ชัชฎาพร จุ้ยจั่น**

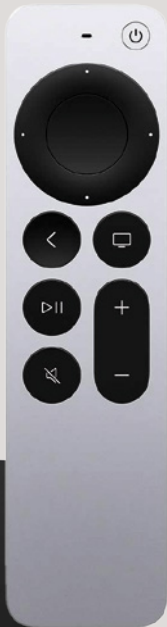
คนทั่วโลกรู้ว่าเพียร์ซ บรอสแนน (Pierce Brosnan) คือนักแสดงชาวไอริชในตำนาน และเป็นผู้ชายทรงเสน่ห์ที่ยังมีชีวิตอยู่ วันนี้ตระกูลบรอสแนนยังมีทีมกำลังเสริมความหล่อด้วยลูกชายทั้งสอง ซึ่งเป็นทั้งนายแบบ นักดนตรี และทำงานเบื้องหลังภาพยนตร์ของพวกเขาเอง น่าแปลกที่เขาไม่เคยประกาศบอกเพื่อนๆ ว่าพวกเขาคือทายาทของพระเอกดังระดับฮอลลีวูด

เมื่อสองสามปีก่อน เพื่อนสนิทของดีแลน บรอสแนน (Dylan Brosnan) มาร่วมงานปาร์ตี้ฉลองวันเกิดครบรอบอายุ 21 ปีของเขาในมาลิบู ที่นั่นเพื่อนๆ ได้พบกับคุณพ่อของดีแลน แล้วก็ต้องตะลึงเมื่อปรากฏว่าชายคนนั้นคือเพียร์ซ บรอสแนน นักแสดงชื่อดัง ซึ่งที่ผ่านมาเขาไม่เคยเอ่ยถึงพ่อบังเกิดเกล้าว่าคือใคร “ผมไม่ได้บอกใคร ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ใดๆ ทั้งนั้น” ดีแลนหัวเราะเล็กน้อย

ท้องฟ้าแจ่มใสแม้อากาศจะค่อนข้างร้อน บริเวณชายหาดในมาลิบู ที่มีเป็นอสังหาริมทรัพย์ของคุณพ่อและคุณแม่คีลีย์ เชย์ สมิธ (Keely Shaye Smith) ภรรยาคนที่สองของพระเอกตลอดกาล ซึ่งสมรสเมื่อปี 2001 หรือกว่า 20 ปีก่อน ดีแลนนอนเอกเขนกายอยู่บนโซฟาในห้องนั่งเล่น ซึ่งเมื่อมองผ่านออกไปนอกหน้าต่างจะเห็นท้องฟ้าและทะเลสีคราม เขาเล่าว่าการเติบโตขึ้นมาโดยที่ทุกคนรู้จักคุณพ่อของเขานั้น ชีวิตเป็นอย่างดี

เสื้อผ้า และรองเท้า
ทั้งหมดจาก
FEAR OF GOD

Apple TV 4K
แรม 64GB ราคา
5,290 บาท
และแรม 128GB
รองรับ Ethernet
ราคา 5,990 บาท
สามารถดู
รายละเอียดได้ที่
apple.com



**APPLE TV 4K (2022)
อัปเดตเพื่อรับ
ความบันเทิงสุดล้ำ**

Apple TV 4K รุ่นใหม่ล่าสุด แม้ว่าจะหน้าเดิมๆ แต่สิ่งที่ได้มาเพิ่มเติมนั้นคือรูปร่างเพรียวบางลงและอัดแน่นไปด้วยประสิทธิภาพพร้อมรับความบันเทิง อย่างชิปรุ่น A15 Bionic ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นไปให้ตอบสนองการทำงานต่างๆ ได้รวดเร็วมากขึ้น รวมไปถึงได้นำมาเล่นเกมก็จะเพิ่มความลื่นไหลและกราฟิกที่เร็วขึ้น อีกทั้งแรมยังมีให้เลือก 64GB และ 128GB มาพร้อมกับรีโมตที่รองรับคำสั่ง Siri สามารถชาร์จไฟด้วย USB-C แถมราคายังถูกกว่าเดิม



Dell XPS 13 Plus
ราคา 73,990 บาท
สามารถดูรายละเอียด
ได้ที่ dell.com

gadget

GREAT GADGETS

7 ไอเท็มล่าสุด เพื่อมอบเป็นของขวัญ
สำหรับคนสำคัญในยุคดิจิทัล

FOR

**FOREO ISSA
ไอเท็มที่ขาดไม่ได้สักวัน**

แปรงสีฟันซิลิโคนไฟฟ้าอัจฉริยะ ISSA 3 จากฟอริโอ (FOREO) มาพร้อมหัวแปรง Hybrid Wave พลาสมอนแปรงซิลิโคนที่ใช้ในทางการแพทย์และพอลิเมอร์ชนิดพิเศษ PBT (Polybutylene Terephthalate) ขนแปรงนุ่มพิเศษ ยืดหยุ่น นกานและคลื่นรูปได้ดีกว่าขนแปรงในลอนทั่วๆ ไป ตัวเครื่องใช้เทคโนโลยีการสั่นแบบ T-Sonic ความถี่สูง ช่วยให้การทำความสะอาดฟันและคราบพลัคเป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ สามารถปรับตั้งค่าได้ตามความต้องการ อุปกรณ์มีอายุการใช้งานยาวนานกว่า สามารถใช้งานได้มากถึง 365 วัน ต่อการชาร์จเพียง 1 ครั้ง นอกจากนี้ยังไม่จำเป็นต้องใช้ทันตแพทย์ สามารถพกพาและโหลดสีนการะได้เครื่องอื่นได้อีกด้วย



FOREO ISSA 3
ราคา 8,500 บาท และ ISSA mini 3
ราคา 6,300 บาท สามารถ
ดูรายละเอียดได้ที่ foreo.com



**SONY ZV-1F กล้อง
คอมแพ็คตัวยาว VLOG**

กล้องโซนี่ แซดวี-วันเอฟ (Sony ZV-1F) ช่วยปลูกพลังสร้างสรรค์ ด้วยฟังก์ชันการถ่ายวิดีโอที่ใช้งานง่ายและการเชื่อมต่อขั้นสูง มาพร้อมการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เหมาะสำหรับนักสร้างวิดีโอ บล็อกเกอร์ และคอนเทนต์ครีเอเตอร์ โดดเด่นด้วยเลนส์ Ultra-Wide Angle Prime ที่มีทางยาวโฟกัส 20 มิลลิเมตร F2.0 ช่วยให้การถ่ายภาพเซลฟี่เป็นเรื่องที่ง่าย

อีกทั้งยังให้ระยการมองเห็นที่กว้าง รวมถึงฟังก์ชัน Soft Skin Effect ช่วยปรับโทนสีผิวสำหรับวิดีโอและภาพนิ่ง ยิ่งไปกว่านั้นกล้อง ZV-1F

กล้อง Sony ZV-1F มีให้เลือก 2 สี คือสีขาวและสีดำ สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ศูนย์ข้อมูลโซน InS. 0-2715-6100 หรือ sony.co.th

ยังมาพร้อมระบบป้องกันภาพสั่นไหวแบบอิเล็กทรอนิกส์ Active Mode5 พร้อมฟังก์ชัน Creative Look ที่ได้รับการปรับปรุงใหม่ ช่วยให้ผู้ใช้มีตัวเลือกปรับโทนหลายแบบ นอกจากนี้ยังมีไมโครโฟนในตัวแบบ 3-Capsule Mic และอุปกรณ์ช่วยป้องกันเสียงลม ช่วยให้การบันทึกเสียงชัดเจน ลดเสียงรบกวนในพื้นที่กลางแจ้ง แม้ในขณะที่มีลมแรงได้อย่างมีประสิทธิภาพ



(ชาย)
สูทแจ็คทอร์เนอร์
เชิ้ตผ้าฝ้าย
และกางเกงขาสั้นผ้าฝ้าย
จาก BURBERRY

(งว)
แจ็กเก็ตทอร์เนอร์ผ้าเจอร์ซีย์
กางเกงเจอร์ซีย์
ชุดหนึ่งกับเสื้อ
และบูตหนังจาก
BURBERRY

ปีนี้เป็นอีกหนึ่งปีแห่งความสำเร็จของ 'ไบร์ท-วชิรวิชญ์ ชีวอารี' นักแสดงหนุ่มไทยเชื้อสายจีน-อเมริกัน ที่ไม่ได้เกิดขึ้นเพราะโชคช่วยเท่านั้น แต่คือการตั้งใจรับในทุกโอกาส บวกกับความมานะพยายาม ส่งผลให้เขาขึ้นแท่นเป็นนักแสดงนำมากความสามารถคนหนึ่งของวงการบันเทิง อีกทั้งการได้ร่วมงานในอุตสาหกรรมแฟชั่นระดับนานาชาติ ทำให้ไบร์ทได้รับการแต่งตั้งเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์คนแรกแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกตอนใต้ของแบรนด์แฟชั่นสัญชาติอังกฤษอย่างเบอร์เบอร์รี่ (Burberry) อีกด้วย

เกือบสิบปีของการทำงานบนเส้นทางสายบันเทิง เด็กหนุ่มวัย 25 ปีคนนี้ไม่เคยละทิ้งโอกาสเลยสักครั้ง เขาเพียรพยายาม ตั้งใจทำงาน และมุ่งมั่นพัฒนาตัวเองผ่านงานละครและซีรีส์มาหลายต่อหลายเรื่อง กระทั่งถึงจังหวะเวลาที่ถูกต้องถูกทาง ผลงานการแสดงจากซีรีส์เรื่อง *เพราะเราคู่กัน 2gether The Series* ของค่าย GMMTV ส่งผลให้ชื่อของไบร์ท-วชิรวิชญ์ กลายเป็นซูเปอร์สตาร์ของเมืองไทยและเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในอีกหลายประเทศทั่วโลก

มาถึงวันนี้ ทุกสายตา ทุกความรักของแฟนคลับจับจ้องมาที่หนุ่มไบร์ท ทำให้เราทราบว่าเขาไม่ได้มีดีแค่หน้าตา แต่บวกกับความสามารถมากขึ้น ทั้งการเล่นดนตรี ร้องเพลง และการแสดงที่มีเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการก้าวขึ้นมารับบทนำในซีรีส์เรื่อง *F4 Thailand: หัวใจรักสี่ดวงดาว Boys Over Flowers* หรือซีรีส์ *คืนนับดาว Astrophile* ประกอบคู่กับดาวิกา โฮร์เน่ นางเอกแถวหน้าของเมืองไทย จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ไบร์ท-วชิรวิชญ์ ควรค่ากับรางวัลนักแสดงแห่งปี

จากความสามารถด้านการแสดง จากแรงบันดาลใจจากแฟนคลับ ส่งให้ คุณได้รับรางวัล Actor of the Year จาก GQ Thailand ในปีนี้ รัฐกิจอย่างไรบ้าง

โอ้โฮ... (ยิ้มกว้าง) ผมต้องบอกว่าเหลือเชื่อครับ เหลือเชื่อจริงๆ ผมติดตามการประกาศรางวัลของ GQ มาทุกปี รู้สึกว่าคุณแต่ละท่านที่ได้รับรางวัลนี้เขาเก่งมาก มีความสามารถ ซึ่งผมก็ไม่ได้คิดว่าตัวเองจะมีโอกาสได้รับรางวัลนักแสดงแห่งปีในปีนี้เหมือนกัน ก็ต้องบอกว่าดีใจมาก ๆ ครับ

ชีวิตนี้มีชีวิตเดียวจริงๆ ไม่มีใครรู้เราไว้นอกจากตัวเรา
มีแต่เราเท่านั้นที่ดูแลตัวเรา ถ้าไม่มีพ่อแม่เราก็ต้องพึ่งตัวเอง
ตัดสินใจด้วยตัวเอง ถ้าวันนี้เป็นวันสุดท้ายของชีวิตเรา
จะเสียใจไหมที่ตัดสินใจแบบนี้

อาโป-ณัฐวิญญู วัฒนกิตพิพัฒน์

อาโป: ผมทำมาหลายอย่าง แต่ชอบการแสดงที่สุด ก็อยากร่วมงานกับคนที่
ตั้งใจจากทั่วโลก อยากรู้ว่าการทำงานสโตนด์เขาเป็นอย่างไร ถ้าทำงานร่วมกัน
ได้มันน่าสนใจดี เป็นเป้าหมายในชีวิต อยากพาชื่อเสียงชาวไทย วัฒนธรรม
ไทยไปสู่สายตาชาวโลก ซึ่งทุกวันนี้เป็นแบบนี้ อยู่ ขอใช้คำว่า 'On the Right
Track' กับคนที่เราเป็นคนไทยไปเล่นคอนเสิร์ตให้คนสิงคโปร์และอีกหลายๆ
ประเทศได้ดู และอนาคตน่าจะเป็นรูปธรรมมากขึ้น

การที่ได้รับรางวัล Breakthrough Actors ของ GQ รู้สึกอย่างไรบ้าง

มาย: ความรู้สึกแรกก็คือเขินที่ได้รางวัล อาจไม่ใช่รางวัลแรก แต่ก็ยังเขินอยู่
ซึ่งเกี่ยวกับสาขาการแสดงด้วย ก็ดีใจที่มีคนให้เกียรติเรา มีความสวยงาม
แบบนี้เข้ามาในชีวิต ผมมีความสุขที่คนชื่นชอบผลงานและให้รางวัล ก็ตื่นเต้น
ครับ ยิ่งต้องไปรับรางวัลบนเวทีด้วย

อาโป: ดีใจมากที่มีคนเห็นสิ่งนี้ และมีคนรู้จักเรามากขึ้น ผมมองว่าเรื่องนี้เป็น
ผลพลอยได้จากการทำงาน เพราะไม่รู้ว่าชื่อเสียงและความนิยมชมชอบ
จะยังอยู่กับเราไหมในอนาคต แต่สิ่งนี้เป็นกำลังใจสูงว่ามีคนเห็นในความ
ตั้งใจของเรา ก็ขอบคุณมากๆ ครับ

คำถามสุดท้ายในฐานะที่แจ้งเกิดจากซีรีส์สวย ปฏิเสธไม่ได้ว่ามีฐาน แฟนส่วนหนึ่งจากกลุ่ม LGBTQ+ คุณคิดว่าจำเป็นไหมที่นักแสดง ต้องมาทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงเรียกร้องสิทธิให้กับพวกเขา

มาย: อย่างผมอยากมีอิสระ ส่วนหนึ่งคือเลือกที่จะชอบ เลือกรักและปฏิบัติ
โดยไม่เบียดเบียนคนอื่น ซึ่งการที่ใครจะรักจะชอบกันแบบไหน จะแสดงออก
อย่างไร ก็เป็นเรื่องที่ควรสนับสนุนอยู่แล้ว ถ้าเรามีปากมีเสียงเยอะขึ้น คนให้
เกียรติฟังเรามากขึ้น และเป็นจังหวะดีที่เราควรขยายความ หรือพูดในสิ่งที่
ทำให้ภาพรวมดีขึ้น ผมว่าความหลากหลายทางเพศเป็นหนึ่งในองค์ประกอบ
ที่ทำให้ทุกอย่างสวยงามนะครับ

อาโป: เราอาจคิดไม่เหมือนเขาก็ได้ อย่างไรก็ตาม สื่อโซเชียลฯ ไปทุกที่
เข้าถึงทุกคน และใช้วิจารณญาณของตัวเองได้ ซึ่ง *คินน์พอร์ช* เป็นรูปแบบ
ที่ชัดเจนมากๆ ว่าอยากเลือกแบบไหน พอร์ชไม่ได้บอกว่าตัวเองเป็นเกย์
แต่รักคินน์และทำตามหัวใจของเขา คนดูก็น่าจะมีความสุขมากขึ้น และ
อยากทำตามความรู้สึกของตัวเองเช่นกัน ผมว่าขึ้นอยู่กับจังหวะ เวลา และ
วิจารณญาณของแต่ละคน ซึ่งถ้ามีคนตรงหน้าถามผมและเขากำลังทุกข์อยู่
เราอาจจะบอกอะไรสักอย่าง แต่ถ้ามาบอกให้คอลเอادتั้นหน่อย มันก็อีกเรื่อง
หนึ่ง ผมว่า *คินน์พอร์ช* มันทำหน้าที่ตรงนั้นอย่างสมบูรณ์แบบไปแล้ว 🙏

นายแบบ: มาย-ภาคภูมิ รมโนทอง และอาโป-ณัฐวิญญู วัฒนกิตพิพัฒน์

แต่งหน้า: ภคณัฐ พูลสวัสดิ์

ทำผม: ธันย์นิภา พยัพเมษ

ผู้ช่วยสไตล์ิสต์: จูคาร์ย์ คริสส์ธันยกร



สร้อยคอพร้อมจี้ ต่างหู
กำไลข้อมือ และแหวน
คอลเล็กชั่น B.Zero1
ทั้งหมดจาก BVLGARI

ชุดกระโปรงผ้าทอจาก
BALENCIAGA



Activist of the Year

วรรณสิงห์ ประเสริฐกุล นักสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม
เพราะโลกจะฉิบหายกันหมด ถ้าเราไม่ร่วมมือกัน

STORY **อริญชัย วิรคฺษุญฺณนํ** PHOTO **พัชฺศุณ ชมชิตฺธิษฺมณฺศ** STYLIST **POP KAMPOL**

▼ ‘วรรณสิงห์ ประเสริฐกุล’ ทำมาหลาย
อย่างมากในชีวิต ตั้งแต่พิธีกรรายการ *เก๋ออน*
วิทยุรุ่น นักคิด นักเขียน นักแสดง
นักดนตรี นักทำสารคดี ผู้ก่อตั้งรายการ *เก๋ออน*
Channel และนักสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม ถึงขนาด
ลงเรียนปริญญาโทด้านการจัดการขยะพลาสติก
ในทะเลที่สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) เลยกี่เดียว
ความสนใจด้านสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นตอนเป็นนักทำ
สารคดีที่ต้องเดินทางไปหลายสิบประเทศ นอกจาก
เนื้อหาที่มุ่งเน้นด้านสังคม การเมือง วัฒนธรรม และ
สงครามความขัดแย้งแล้ว การลงพื้นที่พบเห็นเหตุการณ์
เช่น ไฟป่า ธารน้ำแข็งละลาย ทำให้เขาเข้าใจว่าทุกสิ่ง
ล้วนสัมพันธ์กับระบบนิเวศของโลก และส่งผลกระทบต่อ
สิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

“จำได้ว่าเดินเข้าไปในร้านหนังสือคิโนะคุนิยะ แล้วซื้อ
หนังสือ *Climate Change For Dummies* กลับมานั่งอ่าน
ทุกหน้าเลย จนเราใช้ข้อมูลจากหนังสือเล่มนี้ไปพูดในที่
ต่างๆ คือเนื้อหาจะบอกว่าโลกเรามีประชากรเท่าไร
ปริมาณการบริโภคเนื้อสัตว์มีผลต่อการปล่อยคาร์บอน
อย่างไร พลาสติกเป็นอย่างไร และพลังงานทางเลือก
ต่างกันอย่างไร คือหนังสือมันไม่ได้ลึกลับนัก แต่ก็ช่วย
ให้เราเข้าใจภาพรวม และเวลาเราพูดกันว่ารักษากัน
กันเถอะ จริงๆ มันมีประเด็นย่อยเยอะมาก ซึ่งทุกเรื่อง
ต้องอาศัยความรู้และการจัดการที่ต่างกัน

“เรามักมองว่าเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองต้อง
ดีก่อน แล้วค่อยเอาเวลาไปรักษ์โลก ซึ่งมันเป็นปัญหา
พอสมควร เพราะกลายเป็นสิ่งแวดล้อมถูกแยกออกจาก
สังคมมนุษย์ และคิดว่าต้องกินดีอยู่ดีก่อน แล้วถึงทำเรื่อง
นี้ได้ แต่จริงๆ แล้วสังคมมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมไม่เคยแยก
จากกัน ถ้าพูดเรื่องความยุติธรรมในสังคม เรื่องโครงสร้าง
พื้นฐาน ล้วนต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ

ถ้าสิ่งแวดล้อมไม่รอด สังคมมนุษย์ก็ไม่รอดเช่นกัน

“เพื่อให้เราพูดกันแบบตายเรื่องระบบโครงสร้างของสังคม
ไทย แต่ถ้าเกิดน้ำท่วมอย่างมหาศาลมันก็พังหมดอยู่ดี”
วรรณสิงห์ให้ความเห็น

ดังนั้นเขาจึงพยายามสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมออกไป
ในวงกว้าง โดยเชื่อมโยงกับเรื่องของเศรษฐกิจ สังคม และ
การเมือง เพื่อให้คนเข้าใจและมองเห็นภาพว่ามันเกี่ยวข้อง
กัน พร้อมกับใจความสำคัญหลักของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

อยู่ที่ระบบโครงสร้าง ซึ่งต้องได้รับการเปลี่ยนแปลง
แล้วพฤติกรรมและจิตสำนึกของคนจะตามมา

“ที่ผ่านมาเราพูดเรื่องจิตสำนึกกันมาก ซึ่งมันไม่ค่อย
เวิร์กนัก เพราะเป็นการโยนทุกอย่างให้กับพฤติกรรม
ส่วนบุคคล คือถ้ามีการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบ จะทำให้การ
เปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมเกิดขึ้นได้ง่าย มีประสิทธิภาพ
และประสิทธิผลมากขึ้น นี่คือนุชนุษย์ยุคแรกที่กำลังต้อง
ตัดสินใจว่าจะเผชิญเหตุการณ์สูญพันธุ์ได้อย่างไร เพราะ
โลกของเรากำลังเติบโตทั้งจำนวนประชากร และอัตรา
การบริโภคทรัพยากรที่สูงขึ้นเรื่อยๆ คาดว่าอีก 70 ปี เราจะ
ชนเพดานของทรัพยากรที่มีและความสามารถของ
ระบบนิเวศที่จะรองรับสิ่งมีชีวิต

“มีความเป็นไปได้สองสามอย่าง อย่างแรกคือเรา
ฉิบหายร่วมกัน (หัวเราะ) ซึ่งคนฉิบหายก่อนคือคนจนที่
ไม่มีทรัพยากรมากพอในการตอบรับการเปลี่ยนแปลงของโลก
กับอย่างที่สองคือคิดแบบคิดจี้ทฤษฎีโดยย้าย
ประชากรไปอยู่ดาวเคราะห์ดวงอื่น หรือคิดค้นวิธีผลิต
อาหารและน้ำแบบปฏิวัติวงการไปเลย เช่น ไม่ต้องถางป่า
เพื่อเพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์อีกต่อไป แต่ทุกบ้านอาจมีห้อง
แล็บปลูกเนื้อ แล้วนำมากินเองได้ ซึ่งอาจทำให้เรามีชีวิต
อยู่ต่อไปได้ แต่หากมองจากปัญหาในปัจจุบันและเครื่องมือ
ที่มีอยู่ ดูไม่ได้มีความหวังมากนักเลย”

วรรณสิงห์ในวัย 38 ปี เดินทางมาถึงจุดที่ชีวิตไม่ต้องการ
สปอร์ตไลท์เหมือนอย่างวัยรุ่นอีกแล้ว อยู่ตรงไหนก็ได้ ขอแค่
มีส่วนช่วยหรือสร้างประโยชน์อะไรบางอย่างให้แก่สังคม
ด้วยความรู้ที่เรียนปริญญาโทด้านการจัดการขยะพลาสติก
ทำให้เขามีส่วนร่วมในการให้คำแนะนำและแสดงความเห็น
กับทีมที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ว่าฯชชาติ สิทธิพันธุ์
ในเรื่องของการบริหารจัดการขยะของกทม.

“ช่วงพีคสุดๆ ตอนอายุ 31-32 ปี เราเดินทางมาก
ถึง 13-14 ทริป ต่อปี แต่ในวัยนี้มากที่สุด 5 ทริปก็เหนื่อย
แล้ว อยู่บ้านมากขึ้น มีทีมงานและครอบครัวต้องดูแล
สมัยก่อนเราคิดแค่เส้นทาง การเติบโตในอาชีพการงาน
เพราะอยากเป็นคนอย่างทุกวันนี้ที่เป็นที่พึ่งให้กับครอบครัว
ตัวได้ คิดแล้วหมกมุ่นต้องออกไปข้างนอก ด้วยความ
เชื่อว่าต้องเปลี่ยนโลกให้ได้ ซึ่งในวัยนี้มาพร้อมกับ
ความเป็นผู้ใหญ่ ใจเย็นลง เราเห็นหลายอย่างมาก
มากแล้ว และทำความเข้าใจโลกว่าอะไรที่เปลี่ยนได้
และเปลี่ยนไม่ได้ เราอยู่ในจุดที่สามารถแก้ไขหรือ
เปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างได้ดีกว่ามานั่งถ่า นั่นคือ
การเน้นให้ความรู้และเชื่อว่าความรู้เหล่านี้จะส่งต่อ
จนเกิดแอ็กชันต่อไปได้” วรรณสิงห์กล่าวทิ้งท้าย ☺



แต่งหน้า: พิชณน์พา สันติพลากร
ทำผม: ยีหว่า ประทุมชาติ

แจ็กเก็ตสูท ทางเกงผ้าวูล์ และเชิ้ตผ้าฝ้ายจาก DIOR



COURTESY OF THE BRANDS, GETTY IMAGES

7 FASHION SHOW IS BACK

ก่อนที่จะเกิดวิกฤติโควิด-19 โลกแฟชั่นต่างมีเสียงเป็นเอกฉันท์ว่าการจัดแฟชั่นโชว์แบบรันเวย์นั้นเป็นเรื่องของอดีตและไม่น่าสนใจอีกต่อไป จนกระทั่งเกิดโรคระบาดขึ้นและเข้าสู่ปี ค.ศ. 2022 การจัดงานในแบบรันเวย์ก็กลับมาเป็นเรื่องฮิต ไม่ถูกมองว่าเป็นของเชยของน่าเบื่ออีกครึ่ง

ดังตัวเลขสถิติที่ถูกเปิดเผยโดย Tagwalk ซึ่งเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแฟชั่นวีคฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน 2023 ที่เดินช่วงกลางปี ค.ศ. 2022 ในซีซั่นนี้มีแฟชั่นโชว์เกิดขึ้นทั้งสิ้นถึง 247 โชว์ มากกว่าฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2022 ซึ่งจัดแสดงกันในช่วงต้นปี ค.ศ. 2022 ในปริมาณแค่ 187 โชว์เท่านั้น ดังนั้นจึงไม่ต้องแปลกใจถ้าในปี ค.ศ. 2023 จะเต็มไปด้วยอีเวนต์แฟชั่นโชว์ที่พร้อมจะเกิดขึ้นทุกที่ทั่วโลก เพราะ ‘แฟชั่นโชว์’ มันกลับมาฮิตอีกครั้งในที่สุด

8

THE YEAR OF ALTERNATIVE MATERIALS

แน่นอนว่าในปี ค.ศ. 2023 จะเป็นที่เรายังจะได้เห็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นมากมายในวัสดุแปลกใหม่ที่เปี่ยมมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วย โดยหนึ่งในวัสดุที่หลายแบรนด์เริ่มมีการนำมาใช้แล้วคือวัสดุหนังทางเลือก ตัวอย่างเช่น Mylo และ Reishi ซึ่งเป็นหนังทางเลือกผลิตจากเส้นใยราที่ฟอกสีผ่านกรรมวิธีให้ดูเหมือนหนังสัตว์ โดยมีแบรนด์ดังอย่างสเตลลา แมคคาร์ตนี (Stella McCartney) อาดิดาส (Adidas) และกุชชี เริ่มใช้เส้นใยนี้ในการสร้างสินค้ารูปแบบต่างๆ แล้วนอกจากนั้นยังมีการคิดค้นหนังทางเลือกที่



ผลิตจากเปลือกแอปเปิลและเปลือกผลไม้เหลือใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยถูกนำมาทำเป็นสายหนังวีแกน ให้นาฬิการุ่น Tank SolarBeat จากแบรนด์คาร์เทียร์ (Cartier) เป็นต้น อีกทั้งยังมีการคิดค้นเส้นใยใหม่ๆ อย่าง Piñatex ซึ่งเป็นวัสดุที่ผลิตจากขยะเส้นใยสับปะรด โดยมีแบรนด์ดังอย่างเอช แอนด์ เอ็ม (H&M) และฮูโก บอส (Hugo Boss) ใช้ในงานออกแบบ ดังนั้นในปี ค.ศ. 2023 จึงไม่ต้องแปลกใจถ้าจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มาพร้อมกับวัสดุแปลกๆ แต่รักโลกมากมายเกิดขึ้นในตลาดแฟชั่น ♻️

ONLY THE BEST

STORY เกริ่นทร์ เกิดสุข

เฉลิมฉลองการเดินทางของชีวิตด้วยสิ่งที่ดีที่สุดให้สมกับที่ต่อสู่มาทั้งปี บรรจงเลือกสรรกลิ่นที่ง่ายต่อการตกหลุมรักและคงคุณค่าผ่านกาลเวลาเพื่อเติมเต็มความสุขให้ครบทั้งรูป สัมผัส และกลิ่นกำจาย เริ่มโล่เรียงด้วยความสดชื่นราวกับริ้วหมอกบางแวะที่กลืนอบอุ่นดังอ้อมกอดน่าจดจำสำหรับคืนสำคัญ ไปจนถึงกลิ่นหอมเหนือระดับเฉพาะโอกาสพิเศษ และผลงานชิ้นเอกแห่งยุคที่คุณไม่ควรพลาด ทั้งหมดล้วนถูกกลั่นกรองมาเพื่อเติมเต็มความสมบูรณ์แบบให้ทุกภาพลักษณ์ของคุณที่จะถูกบันทึกไว้ในความทรงจำของคนสำคัญไปอีกราวนาน



MOONLIGHT IN CHIANGMAI

PARFUMS DUSITA

สุดสว่างและเป็นประกายด้วยกลิ่นสัมผัสยูซู แต่เนื้อกลิ่นไม่เบาหวิว ทั้งยังอ้อมออบไปด้วยพลังปลูกเร้าย้ายวนจากกลิ่นไม้สักหอมฉ่ำฝน และน้ำลอยดอกมะลิ เมื่อบรรยากาศนำตื่นตาของบ้านเราได้ผสมเข้ากับวิธีการรังสรรค์ชิ้นงานสุดประณีตตำรับฝรั่งเศส จึงเป็นการบรรจบพบกันอย่างลงตัวที่สุด ดังแสงเทียนและแสงดาวที่ทิวาววิบในคืนวันยี่เป็ง ใบหน้าเป็นยิ้มและท่วงท่าองเกี้ยวพาราสีของชายหนุ่ม ชุขชน แสนสนุก ทั้งยังระคนด้วยความรัก ความปรารถนาที่จะอยู่กันบนเรือนกายและเสื้อผ้าของท่านไปได้ตั้งแต่ค่ำจรดเช้า

Moonlight in Chiangmai 7,000 บาท สอบถามรายละเอียดได้ที่เฟซบุ๊ก [dusitathailand](https://www.facebook.com/dusitathailand)



MODERN FAMILY

คริสเตียน ลูบูแตง (Christian Louboutin) แบรินดรีองเท้าและแอ็กเซสซอรีสุดหรู เตรียมเปิดตัว 'LoubiFamily' ซึ่งเป็นหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุดสำหรับทั้งครอบครัว รวมถึงสัตว์เลี้ยง นำเสนอจักรวาลของคาแร็กเตอร์ตัวการ์ตูนซูเปอร์ฮีโรในโทนสีอันโดดเด่น และของใช้ในแนวคิดที่แตกต่าง เน้นสินค้าสำหรับผู้ใหญ่ เด็ก และสัตว์เลี้ยง ในเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา ในคอลเล็กชันจะมีตัวการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ที่ประกอบ

ด้วย Superloubi, Wonderloubi และ Pilou the Lemur ในสีนีกเกอร์ 3 รุ่น ซึ่งรุ่น Super Loubi Sneakers สำหรับเด็ก ออกแบบตาม Fun Louis Sneakers มีจำหน่ายในสีแดง Loubi พิมพ์ลายการ์ตูน นอกจากนี้ยังมี Melodie Chick รองเท้าทรงบัลเลต์ที่มีเส้นตัดด้านบนแบบเดียวกับรุ่น Hot Chick ในขณะเดียวกันรุ่น Melodie Strass ก็นำเสนอในแบบ Maison's Follies Strass Pump ซึ่งมีให้เลือก

หลายสีและเนื้อผ้า โดยแคปซูลคอลเล็กชัน Maxi Me & Mini Me จะเป็นคอลเล็กชันที่นำร่องเท้าสำหรับเด็ก ออกแบบสำหรับผู้ใหญ่ ผลิตภัณฑ์ในหมวดหมู่ใหม่นี้จะเปิดตัวผ่านคอนเซ็ปต์สตรีทในลอนดอน นิวยอร์ก เชียงไฮ้ และทางออนไลน์ ก่อนที่จะเปิดตัวทั่วโลก ในทำนองเดียวกันก็จะมีวางจำหน่ายที่แฟล็กชิปสโตร์ของแบรนด์ในปารีส ซึ่งคาดว่าจะเปิดตัวในปี ค.ศ. 2023 ด้วย

flower or never

เพราะมิวเซียม พราดา (Miuccia Prada) ยืนยันเองว่าทิศทางของมิวมิว (Miu Miu) ต่อจากนี้จะมีความยูนิเซ็กส์มากขึ้น ดังนั้นการที่เราจะหยิบเครื่องประดับมาใส่จึงไม่ใช่เรื่องที่จะต้องเคอะเขินอีกต่อไป โดยเจ้าสร้อยคอดอกไม้ไม่เป็นการร่วมมือกับศิลปินคู่ชาวสวีเดนนาม นาตาลีเยเจอร์เบิร์ก (Natalie Djurberg) และฮันส์ เบิร์ก (Hans Berg) ในการผลิตสร้อยคอโลหะตกแต่งเรซินแบบร่วมสมัย กาสีด้วยมือในอดสีสดใส เหมาะกับวันสบายๆ หรือจะแมตช์กับลุคสตรีตก็ดูน่าสนใจ

สร้อยคอโลหะตกแต่งเรซิน สอบถามราคาได้ที่บูติก Miu Miu ชั้น M สาขาพารากอน



COURTESY OF THE BRANDS

One of a Kind



OYSTER PERPETUAL YACHT-MASTER 40
ROLEX

ไม่ได้พิเศษแค่สามารถบอกเวลาเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เหมือนอัญมณีล้ำค่าที่สะท้อนแสงผ่านอัญมณีรอบหน้าปัดบนข้อมือคุณ รุ่นล่าสุดประจำปีที่ถูกออกแบบมาเพื่อนักสะสมโดยเฉพาะ กับหน้าปัดขนาด 40 มิลลิเมตร พร้อมอัญมณีล้ำค่าตกแต่งขอบตัวเรือนที่เป็นแซปไฟร์หลากสี ทั้งโทนน้ำเงิน ขาว และชมพู รับแรงบันดาลใจจากอดีตสีส้มของบ้านแสงออโรรา หรือเดดค็องฟายามต้องแสงอรุณรุ่ง

ทั้งนี้ รุ่นล่าสุดตัวเรือนก็มีความพิเศษไม่แพ้กัน เพราะออกแบบด้วยไวท์โกลด์ 18 กะรัต โดยวงแหวนหน้าปัดตกแต่งอัญมณีทรงสี่เหลี่ยมคางหมูและยังเป็นชนิดที่สามารถหมุนได้อีกด้วย ซึ่งถือเป็นครั้งแรกในงานออกแบบของโรเล็กซ์ นอกจากนี้วงแหวนหน้าปัดยังมีเพชรเม็ดเด่นในตำแหน่ง 12 นาฬิกาที่จียรโรเป็นทรงสามเหลี่ยม จึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่านาฬิกาเรือนนี้เป็นหนึ่งในคอลเล็กชั่นพิเศษจากโรเล็กซ์ที่ต้องสะสมอย่างแท้จริง

สอบถามรายละเอียดได้ที่บูติก Rolex ชั้น G เซ็นทรัล เอ็มบาสซี และตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ

สายนาฬิกา Oysterflex มีความทนทานเท่ากับสายนาฬิกาโลหะ เพราะมีแผ่นไทเทเนียมและแผ่นโลหะบิกเทล อัลลอยผสมอยู่ อีลาสโตเมอร์สีดำจึงมีสมรรถนะสูง ทนทานต่อสภาวะแวดล้อมได้ดีเป็นพิเศษ ขณะเดียวกันก็มีความนุ่มสบายเวลาสวมใส่



ตัวเรือนระบบอัตโนมัติ คาลิเบอร์ 3235 สร้างองพลังงานนานถึง 70 ชั่วโมง เป็นกลไกที่พัฒนาโดยโรเล็กซ์เอง และเปิดตัวตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015



watch

นาฬิกาข้อมือสุดหรูหราระดับไอคอน
ชนิดที่ใครเห็นก็ต้องเหลียวหลัง

STORY **POP KAMPOL**



โค้ดผ้าวูล ชุดสูทกางเกงผ้าไหม
เชิ้ตผ้าฝ้าย เนกไทผ้าไหม
และแว่นกับเคคคจาก DIOR

THE ORIGINAL FLAVOR

จากวัตถุดิบท้องถิ่น
สู่เมนูไฟน์ไดนิ่ง

STORY **ปราชญ์ อรรถวิวัฒน์**

ROYAL OSHA อาหารต้นตำรับไทย ในรูปแบบ CHEF'S TABLE

รอยัล โอชา (Royal Osha) ร้านอาหารไทยในรูปแบบไฟน์ไดนิ่ง (Fine Dining) ที่ได้รับการแนะนำจากมิชลินไกด์สองปีซ้อน โดยเชฟวีชาติ มุกะระ เชฟอาหารไทยเจ้าของมิชลินสตาร์ 1 ดาว นำเสนอเมนู Chef's Table ที่รังสรรค์เป็นอาหาร 8 คอร์สจากวัตถุดิบประจำฤดูกาลและสมุนไพรที่ยังคงรสชาติอาหารไทยแบบโบราณไว้อย่างครบรส ภายใต้แนวคิด 'Classic Thai Elegance Reinvented' ความสง่างามของอาหารไทย รสชาติดั้งเดิมสู่ระดับโลก

สำหรับเมนู Chef's Table ของร้านรอยัล โอชา จะหมุนเวียนไปตามฤดูกาล อย่างเช่น ทองม้วน ต้มยำกุ้งคาเวียร์ ที่สอดไส้กุ้งเข้าไปแล้วใส่หมูสับ ต้มยำ ซอสมะม่วง รอยดอกไม้และใบมะกรูดกรอบ จนออกมาเป็นแท่งขนาดพอดีคำ ถัดมาคือแตงโมหอยสังข์กับบีตรูตปลาแห้ง แต่งโมสตัดจ๋าที่อปด้วยหอยสังข์จากญี่ปุ่นที่นำมาหั่นเป็นชิ้นบางๆ เหยาะด้วยเกลือหิมาลัย แล้วนำมาย่างให้เกิดกลิ่นหอม เสิร์ฟคู่กับน้ำจิ้มซีฟู้ด ซอนลูกเล่นด้วยการอินฟิวส์กับบีตรูต รังสรรค์เป็นกรานิต้าสีม่วงแดง ให้รสจัดจ้าน ดัดเปลี่ยนได้ดี

สำหรับจานซิกเนเจอร์คือยำมะเขว่น ส้มโอ กับชาบูทาราบะ มะเขว่นคือเครื่องเทศเมืองเหนือ มีกลิ่นหอมคล้ายผักชี รสเผ็ดเล็กน้อย



EMBASSY ROOM-

CATALAN CUISINE

ชั้น 9 เซ็นทรัล เอ็มบาสซี

ถนนวิภาวดี แขวงอนุสาวรีย์

เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ

เปิดบริการทุกวัน

เวลา 12:00-14:30 น.

และ 18:00-22:30 น.

โทร. 0-2011-7431

f EmbassyRoomBangkok

Embassy Room-Catalan Cuisine



EMBASSY ROOM- CATALAN CUISINE

อาหารคาตาลัน
จากฝีมือเชฟชาว
คาตาลันญาแท้ๆ

ร้านอาหารสเปนที่ตั้ง
อยู่บนชั้น 9 ของโรงแรม

หรรษา มองออกไปเห็นวิวใจกลางเมืองกับแสงอาทิตย์อุ่นๆ จากธรรมชาติสอง ให้ความรู้สึกผ่อนคลายไปกับมื้ออาหารจากเชฟเฟอร์รานทาดีโอ โดเมเนค (Ferran Tadeo Domènech) แห่งห้องอาหารเอ็มบาสซี รูม-คาตาลัน คิวซีน (Embassy Room-Catalan Cuisine)

โดยเชฟโดเมเนคเล่าถึงที่มาของเมนูพิเศษของเขาว่า "แรงบันดาลใจมาจากมรดกทางวัฒนธรรมจากบ้านเกิดของผมในสเปน บางจานเป็นอาหารที่ผมชอบกินในวัยเด็ก บางจานสะท้อนถึงการเดินทางในอาชีพพ่อครัวของผม บางจานได้รับแรงบันดาลใจมาจากวัตถุดิบ และบางจานมาจากอารมณ์ความรู้สึกล้วนๆ"

ทุกเมนูของเชฟมีความพิถีพิถันแบบดั้งเดิมผสานกับความประณีตที่มาจากประสบการณ์การเป็นเชฟมืออาชีพหลายปี ซึ่งเขามีความผูกพันกับมรดกด้านอาหารจากบ้านเกิด เพราะอาหารคาตาลันมาจากส่วนที่ติดกับทะเลเมดิเตอร์เรเนียนของประเทศสเปน ซึ่งเป็นแหล่งที่มีอาหารทะเลสดๆ ทุกวัน

ไม่ว่าจะเป็นปลาแมคเคอเรล หอยเชลล์ หมึกคาเวียร์ และล็อบสเตอร์ จึงได้นำเมนูคาตาลันต้นตำรับกลับมาตีความใหม่และใช้เทคนิคการทำครัวที่สั่งสมมาจากประสบการณ์การทำงานกับห้องอาหารระดับ 2 และ 3 ดาวมิชลินทั่วโลกเพื่อสร้าง 'ปฏิริยาทางอารมณ์ต่ออาหารคาตาลัน' จากแรงบันดาลใจที่มาจากประสบการณ์ชีวิต วัฒนธรรม

จากบ้านเกิด การเดินทาง และวัตถุดิบคุณภาพดีมากมายจากทั่วโลก อย่าง Octopus, Sofrito, Picada หนวดหมึกจากญี่ปุ่น นำไปทำให้อนุแล้วเสิร์ฟคู่กับไซฟริโตและพิคาด้า (ซอสสูตรคาตาลัน) คล้ายเพลโต้ซอสที่มีอัลมอนด์ ให้กลิ่นหอมของเครื่องเทศอย่างกระเทียมและหัวหอม หรือจาน Lobster, Duxelles, Puff Pastry, Hollandaise ล็อบสเตอร์เวลลิงตันที่มีดุกเชลล์เด็ดและเนื้อล็อบสเตอร์ราดด้วยซอสล็อบสเตอร์และซอสฮอลันเดสผสมส้ม กินคู่กับสลัดล็อบสเตอร์ส้มโอที่มีรสเค็มมาตัดอย่างลงตัว

เพื่อเติมเต็มมื้ออาหาร ที่นี้จึงมีไวน์ให้เลือกพร้อมสรรพทั้งไวน์โลกเก่าที่เก่าแก่หายาก ไปจนถึงไวน์อายุน้อยจากโลกใหม่มากกว่า 110 ฉลาก และยังเป็นร้านที่มีเมนูไวน์จากสเปนให้เลือกมากที่สุดในกรุงเทพฯ รวมไปถึงเซอร์ริและคาวา (Kava) ที่หาดื่มได้ยาก เสิร์ฟทั้งแบบเป็นแก้วและเป็นขวดหรือสำหรับแพริชคู่กับอาหารจานโปรด

นำมาคลุกเคล้ากับยาสมุนไพรไทยนานาชนิด เสิร์ฟคู่กับชาบูทาราบะจากประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนี้ยังมีดีมัลกรอกฟักกราส์ไก่ฝรั่งเศสหนึ่งไก่กรอบ ซุปต้นไถน้ำใสรสเข้มข้น แกงเหลืองปลาฮิราเมะยอดมะพร้าวอ่อนกับก้านทุ่นและขมเงินก่อนจะเข้าสู่เมนคอร์สล้อบสเตอร์ผัดจ๋า และอย่างจิ้มแจ่วข้าวหอมมะลิแดง หรือจะเป็นเมนู Surf & Turf ที่รวมอาหารทะเลและเนื้อแดงไว้ในจานเดียว

อย่างการนำล็อบสเตอร์เนื้อหวานจ๋าไปย่าง แล้วทาด้วยซอสผัดจ๋าที่มาในรูปแบบเจล มาพร้อมแกะย่างกับข้าวคั่วและพริกแห้ง ข้าวหอมมะลิแดงผัดแล้วคลุกกับข้าวซึ่ม่อน ให้เท็กซ์เจอร์ที่แปลกใหม่แต่ลงตัว

จบมื้ออร่อยด้วยขนมโบราณหากินยากอย่างเจลลี่ส้มจูนผลไม้กับมะกรูดเชื่อม ที่เชฟคิดค้นสูตรจากน้ำส้มชาน้ำมาลอยแก้วคู่กับมะกรูดเชื่อม



Royal Osha

ROYAL OSHA

99 Royal Resident Park

ซอยร่วบทุก ถนนวิภาวดี

แขวงอนุสาวรีย์ เขตปทุมวัน

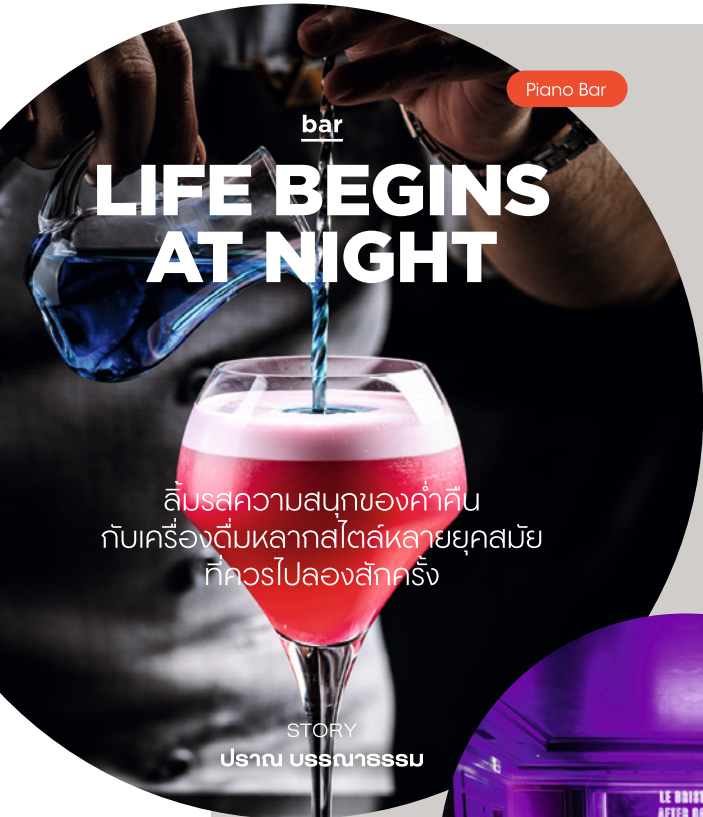
กรุงเทพฯ เปิดให้บริการ

วันอังคาร-อาทิตย์

เวลา 11:00-22:00 น.

โทร. 0-2256-6555

royaloshacom



Piano Bar

PIANO BAR
บาร์โรงแรมที่เสิร์ฟเครื่องดื่ม
คู่กับอาหารทากาปาสไทย

ชั้นล่างของโรงแรม VIE Hotel Bangkok, MGallery ในย่านใจกลางเมือง คือที่ตั้งของเปียโนบาร์ (Piano Bar) ที่เคล้าคลอด้วยดนตรีแจ๊ซและค็อกเทลชวนค้นหากาจากเซน-เจษฎา สุานาริยชัย มิกโซโลจิสต์มากด้วยประสบการณ์ พร้อมทั้งอาหารทากาปาสไทยจากเชฟแจ๊คกี้-ประเสริฐชัย ตรงวานิชนาม ผู้ชนะจากรายการเชฟกระทะเหล็กปี 2018 และ 2022 หัวหน้าเชฟคนใหม่ของที่นี่ ซึ่งทั้งคู่ต่างมีแพสชันกับการสร้างสรรค์เมนูใหม่อย่างเต็มเปี่ยม

อย่างค็อกเทลชื่อ Over The Rainbow (480 บาท) ที่ใช้จิน เวอร์มูท เหล้าบิตเตอร์ ราสป์เบอร์รี่โอลิโอ มะนาว ไช้ขาว และเหล้าลิเคียวร์ สีม่วง เทลงในแก้วแบบมิเลเยอร์ ใส่โทนจากสีฟ้าที่กันแก้ว ขยับมาเป็นม่วง และด้านบนเป็นสีแดง สะดุดตา ขวนลิ้มลองเป็นอย่างยิ่ง หรือจานคาวที่มาในรูปแบบของหวานอย่าง Tom Kha (180 บาท) ที่เชฟแจ๊คกี้เสิร์ฟเมนูต้มข่ามาในรูปแบบไอศกรีม ซึ่งใช้ต้มข่าแบบผงแซ่แข็ง เมอแรงก์หมัก และมะกรูดกับมะนาวที่มีลักษณะคล้ายคุกกี้ บดเป็นชิ้นเล็ก (Kaffir Lime Crumble) ซึ่งออกมามงตั่วและได้รสชาติของต้มข่าแบบเต็มๆ และยังมีส่วนอื่นๆ ที่มีแรงบันดาลใจและความสนุกอัดแน่นอยู่ในแต่ละแก้วหรือจานที่รอให้คุณไปลิ้มลองด้วยตัวเอง

LE BAR DU BRISTOL PARIS
โมเดิร์นคิสโกบาร์
ใจกลางกรุงปารีส

ที่ใจกลางกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เรามีบาร์ของเหล่าปารีเซียนชื่อว่า เลอ บาร์ ดู บริสโต (Le Bar du Bristol) ซึ่งมีห้องที่ไม่ลับ แต่เพิ่งปรับปรุงด้วยการเพิ่มดีกรีความสนุกไปอีกขั้นในชื่อ Bristol After Dark หรือ B.A.D ในธีมของยุคคิสโกอันรุ่งรวยไปด้วยแสงสีโทนม่วงอ่อนสะท้อนความระยิบระยับจากเหลี่ยมเพชรพลอยของดิสโกบอล พร้อมกับเพลย์ลิสต์ดิสโก้-คิสโกยุค 80s บาร์แห่งนี้เพิ่งเปิดตัวในช่วงงานปารีสแฟชั่นวีคเมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมา ใครที่เป็นคอปาร์ตี้ ซาแดนซ์ และมีแพลนจะไปท่องเที่ยวยุโรปหรือแดนน้ำหอม เราคิดว่าบาร์คิสโกในฉบับโมเดิร์นแห่งนี้น่าจะเหมาะสุด-หมายที่เต็มเต็มรสชาติความสนุกของชีวิตได้อย่างไร้ข้อกังขา

LE BAR DU BRISTOL PARIS
 112 rue du Faubourg Saint-Honoré,
 75008 Paris Open Hours: 06:00 PM
 to 01:30 AM Tel. +33 1 53 43 43 41
 @lebristolparis.com @bristolafterdark



Le Bar du Bristol Paris

THE JAPANESE HIGHBALL BAR 1923
KRUNG THEP ต้นตำรับ
บาร์ไฮบอลจากแดนญี่ปุ่น
ที่มาตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพฯ

บาร์ไฮบอลที่บอกเล่าวัฒนธรรมไฮบอล (สปิริตผสมโซดา) ซึ่งชาวญี่ปุ่นเป็นผู้ริเริ่มการกินดื่มในสไตล์ดังกล่าว ส่วนตัวเลขที่อยู่ภายในชื่อร้าน เดอะ เจแปนนิส ไฮบอล บาร์ 1923 กรุงเทพฯ (The Japanese Highball Bar 1923 Krung Thep) นั้นมีที่มาจากปี 1923 ที่นับเป็นปีแรกของต้นกำเนิดวิสกีในประเทศญี่ปุ่น ความพิเศษของบาร์ไฮบอลแห่งแรกจากแดนญี่ปุ่นคือการคราฟต์น้ำแข็งที่ใช้ระบบ On Tap ที่มีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย และการใช้น้ำแร่จากฮอกไกโดมาทำเป็น Hokkaido Natural Super Soft Water



The Japanese Highball

Bar 1923 Krung Thep

สลักให้มีขนาดพอดีและพร่างตัวอยู่ในแก้วแบบนินจา ตีมง่ายให้ความสดชื่น เหมาะสำหรับเป็นแก้วแรก หรือหากใครอยากลิ้มรสชาติของวิสกีขนานแท้ ที่นี่ก็มีวิสกีชั้นยอดจากโรงกลั่นของซันทอรี (Suntory) ที่ขึ้นชื่อของญี่ปุ่นจำนวนมาก เสิร์ฟมาในแก้ว 15 มิลลิลิตร และ 30 มิลลิลิตร ซึ่งได้ตั้งแต่ราคาหลักร้อยจนถึงหลักหมื่น

หรือการใช้โซเมเมดโซดาที่นำโซดามาปรุงรสชาติต่อ ซึ่งคอวิสกีคงรู้กันดีว่าสองสิ่งนี้มีผลกับรสชาติและสุนทรีย์ภายในแก้วทรงสูง (ไฮบอล) มากน้อยเพียงใด

โดยบาร์ไฮบอลในย่านทองหล่อแห่งนี้มีซิกเนเจอร์ค็อกเทลให้ลิ้มลองทั้ง 1923 Highball (220 บาท) ที่ใช้วิสกีที่มีขวดคล้ายกระดองเต่าชื่อ Suntory Kakubin โซเมเมดโซดา และ Ninja Ice น้ำแข็งสูตรเฉพาะที่ใช้มีด

THE JAPANESE HIGHBALL BAR 1923 KRUNG THEP
 The Commons ซอยทองหล่อ 17 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ
 เปิดบริการทุกวัน เวลา 17:00-24:00 u.
 @jhb1923
 @1923_highballbar_krunghthep

MISUNDERSTANDING ABOUT CRM

การตลาด CRM ที่คนส่วนใหญ่เข้าใจผิด

STORY ณัฐภา ม่วงท่า

การตลาดแบบ CRM ไม่ใช่การทำ Loyalty Program จากประสบการณ์ที่ผมเจอพบว่ายังมีคนอีกจำนวนไม่น้อยที่ยังคงเข้าใจว่าการทำการตลาดแบบ CRM หรือ Customer Relationship Management คือการใช้ระบบเก็บคะแนนสะสมแต้ม จะผ่านบัตรหรือผ่านแอปฯ อะไรก็แล้วแต่ครับ

แต่ในความเป็นจริงแล้วการตลาดแบบ CRM ถ้าเราย้อนกลับไปทำความเข้าใจความหมายของชื่อมันจริงๆ ก็คือการตลาดแบบบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนั้นการแค้มบัตรคะแนนดึงดูดให้คนอยากมาซื้อซ้ำเพื่อสะสมแต้มไม่ใช่หัวใจหลักของการทำ CRM แต่อย่างใด เป็นแค่เพียงจุดเริ่มต้นเล็กๆหนึ่งของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเท่านั้นเอง

ถ้าเปรียบเทียบกับร้านกาแฟที่เราซื้อประจำ พนักงานชงกาแฟหรือเจ้าของร้านมีบัตรสะสมแต้มให้เราใช้ แต่ไม่เคยบอกเลยว่าเหลืออีกกี่แก้ว เราถึงจะได้กินกาแฟฟรี หรือไม่เคยจำได้เลยว่าเรากินเมนูไหนเป็นประจำ ทั้งที่เจอหน้ากันทุกวัน แล้วก็สั่งเมนูเดิม ทุกครั้งคุณก็ต้องพูดชื่อกาแฟเมนูเดิม สมมติอเมริกาโน่หวานน้อยไซซ์กลาง คุณกินแบบนี้มา 2 ปีแล้วกับร้านกาแฟร้านนี้แล้วพนักงานหน้าร้านคนเดิมก็ยังคงถามคุณเหมือนเป็นคนแปลกหน้าทุกครั้ง คุณคิดว่าความสัมพันธ์ของคุณกับร้านนี้จะดีกว่าร้านอื่นหรือไม่?

ผมคิดว่าไม่นะ

เปรียบเทียบกับอีกร้านครับ พนักงานชงกาแฟเจ้าเราได้ ถามประโยคเดิมเอาเมนูเหมือนเดิมไหม วันไหนมีเมนูใหม่ก็แนะนำให้เราลอง ถ้าบัตรสะสมแต้มเราใกล้เต็มก็มีการบอกเตือนว่าเดี๋ยวแก้วหน้าก็จะได้กินฟรีแล้ว วันไหนร้านจะปิดก็มีการบอกล่วงหน้าว่าพรุ่งนี้ไม่เปิดนะ จะได้ไม่ต้องให้เราเสียเวลาเดินมาเจอดีไม่ดีกว่าใจได้กระทั่งว่าคนข้างๆ ที่มาด้วยสัปดาห์ก่อนไม่ใช่คนเดียวกับคนที่เราควงพามาซื้อกาแฟที่ร้านสัปดาห์นี้ครับ

หรือดีไม่ดีกว่าคุณลืมเอากะเป๋าเงินมาแล้วแต่ข ไรค์พท์มือถือก็หมด โอนเงินไม่ได้ พนักงานอาจจะใจดีให้เครดิตคุณ สามารถติดค่านกาแฟไว้ก่อนได้ เพราะเชื่อว่าอย่างไรคุณก็ไม่โกงแน่ๆ

พอจะเห็นภาพความต่างระหว่างร้านกาแฟที่มีแค่ระบบ Loyalty Program สะสมแต้มโดยไม่ได้สะสมใจลูกค้า กับร้านที่มีทั้งระบบสะสมแต้มเหมือนกัน แต่เพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ละเอียดละน้อยไปเรื่อยๆ แล้วใช้ไหมครับ

ที่นี้ลองคิดว่าถ้าร้านไหนต้องปิดตัวไป คุณจะคิดถึงร้านกาแฟร้านไหนมากกว่ากัน ร้านแรก หรือ ร้านหลัง?

ผมเชื่อว่า คุณจะคิดเหมือนผมและคนส่วนใหญ่ เราน่าจะคิดถึงความรักของพนักงานร้านหลังมากกว่าอยู่แล้ว ดีไม่ดีกว่าใจขึ้นตามไปกินหากเขาเปิดร้านใหม่ ถ้าเดินทางไปไม่ลำบากมาก นี่แหละครับ คือหัวใจใหญ่ใจความของการตลาดแบบ CRM หรือ Customer Relationship Management

ที่นี้คำถามถัดมาที่เพื่อนๆ นักการตลาดอ่านอยู่อาจกำลังเริ่มสงสัย คือแล้วเราจะเริ่มทำการตลาดแบบ CRM จริงๆ ได้อย่างไร?

เรื่องนี้ผมคิดอยู่นานจนตกผลึกออกมาเป็น CRM Guidelines Canvas ที่นำไปแชร์ที่งาน Digital SME 2022 เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2565 เพื่อเป็นแนวทางให้เพื่อนๆ นักการตลาดและคนที่ทำธุรกิจได้พอเข้าใจว่าเราจะเริ่มต้นทำการตลาดแบบความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างไร

Prospect คือกลุ่มคนที่เป็กลุ่มเป้าหมายแต่ยังไม่ได้เป็นลูกค้าเราในตอนนั้น นั่นคือกลุ่ม

คนที่เริ่มรู้จักเรา เริ่มสนใจเรา คิดจะซื้อเรา แต่ยังไม่ได้จ่ายเงินเพื่อซื้อเรา ผมแบ่งตัวอย่างออกเป็นสองกลุ่มหลักๆ

1. คนที่เข้ามาในเว็บไซต์เรา ร้านเรา แต่ยังไม่ซื้อ ช้องัดมาแวนอนคือเราต้องคิดแล้วว่าจะทำการตลาดกับเขาแบบไหน

2. กลุ่มคนที่เลือกสินค้ากดใส่ตะกร้าแล้วแต่ยังไม่กดจ่ายเงิน คนกลุ่มนี้ก็ต้องมีวิธีการตลาดที่ไม่เหมือนกับคนกลุ่มแรกเสียทีเดียว เพราะเขาแสดงออกถึงความสนใจอย่างเต็มที่ เหลือก็แค่กดจ่ายเงินเท่านั้นเองครับ

แถว Customer คือกลุ่มคนที่เป็นลูกค้าเราแล้ว ซึ่งที่นี้ก็มีตั้งแต่กลุ่มที่เพิ่งซื้อไปเมื่อก็ กลุ่มที่ซื้อไปนานจนครบรอบของจะหมดต้องซื้อใหม่กับคนที่เคยซื้อแล้วหายไปนานมาก แต่ละกลุ่มก็จะมีวิธีการตลาดที่แตกต่างกัน

สุดท้ายกลุ่ม Fan คือลูกค้าประจำที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็ต้องมีไอเดียการตลาดที่แตกต่างกันไปตามความสัมพันธ์จริงใจไหมครับ

เป็นอย่างไรบ้างครับ กับ CRM Guidelines Canvas ที่ผมทำมาเป็นจุดตั้งต้นไอเดียให้เพื่อนนักการตลาดพอเห็นภาพว่าจะต้องเริ่มต้นบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบไหน ทั้งหมดนี้ไม่ยากแต่ต้องใช้ความใส่ใจให้มาก จะเห็นว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มก็มีความสัมพันธ์กับเราที่ต่างกันไปแล้วเราจะทำการตลาดกับพวกเขาแบบไม่ใส่ใจได้อย่างไร ลองเอาไปต่อยอดในแบบของคุณดู ส่วนใครอยากได้ CRM Guidelines Canvas เป็ลๆ ก็เสิร์ชหาในกูเกิล แล้วเข้าไปดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ของผมได้ หรือเข้าไปที่ www.everydaymarketing.co แล้วพิมพ์คำว่า CRM Canvas ในช่องเสิร์ชก็จะเจอทันที ขอให้สนุกกับการทำ CRM ที่ดีขึ้นกว่าแค่ Loyalty Program บัตรคะแนนสะสมแต้ม แต่ไม่เคยสร้างความสัมพันธ์นะครับ ☺

CRM Guidelines Canvas

Prospect	Marketing	Customer	Marketing	Fan	Marketing
คนที่เข้ามาแต่ยังไม่ซื้อ	- เปลี่ยนครีทีฟใหม่ - ให้ยูทูบเพิ่ม - เสริม Testimonial - โปรโมชันแบบจำกัดเวลา	เพิ่งซื้อไปไม่นาน	- ส่งข้อความขอบคุณ - ชวนสเปคสมาชิก - แนะนำสินค้าที่ใกล้เคียง	ซื้อประจำ	- ส่งให้ Friend get Friend - รับคัสตอเมอร์โฮเทล
เลือกสินค้าแล้วแต่ยังไม่จ่ายเงิน		ซื้อไปจนใกล้รอบซื้อใหม่แล้ว	- ส่งข้อความเตือน - เสนอทางเลือกโปรจำกัดเวลาให้	ซื้อประจำแบบขบถ	- แนะนำสินค้าใหม่ใกล้เคียงแต่ราคาสูงขึ้น - รับคัสตอเมอร์โฮเทล
		ซื้อไปนานแล้ว	- ส่งข้อความสินค้าใหม่ - สอบถามความพึงพอใจหลังใช้	ซื้อประจำไปเวลาประจำ	

จากภาพแวนอนแวน Y ผมแบ่งความสัมพันธ์กับลูกค้าตามลำดับดังนี้