CONVERSATION
THIS WEEK TOPIC
INTERIOR DESIGN

નવું ઘર પસંદ કરવા માટેના લોકોના માપદંડોમાં મહામારીના કારણે બદલાવ આવ્યો છે. હવે ઘરમાં જ ઓફિસ વર્ક, મનોરંજન પ્રવૃત્તિ તથા મિત્રો-સ્વજનોનો મેળાવડો થાય છે. આ સ્થિતિમાં હવે ઈન્ટીરીયર ડિઝાઈનર્સ માટે ઘરમાં કળાત્મક રીતે કન્વર્ટીબલ સ્પેસ બનાવતા થયા છે.

માત્ર સુંદર લૂક નહીં પણ ઘરની સ્પેસ કન્વર્ટીબલ, મલ્ટીફંક્શનલ હોય એ લોકો વધુ પસંદ કરે છે

છેલ્લા એક વર્ષમાં જે એકવાત વારંવાર આપણને કહેવામાં આવતી હતી તે હતી કે - ઘરે રહો. આ સમયગાળા દરમિયાન આપણને એ વાતનો ખ્યાલ આવ્યો કે ઘરની એકએક સ્પેસ કેટલી જરૂરી છે. અમે કેટલાક જાણીતા ઈન્ટીરીયર ડિઝાઈનર્સ સાથે બેસીને ચર્ચા કરી કે કોવિડ મહામારીની ઈન્ટીરીયર ડિઝાઈનીંગના ટ્રેન્ડ્સ પર કેવી અસર પડી છે. અમદાવાદ પોસ્ટના કન્સલ્ટીંગ એડિટર જૂમાના શાહે આ સંવાદનું સંચાલન કર્યું હતું.

પેનલીસ્ટ

દિપાલી મેની	રત્ના પરીખ	હિરેન પટેલ	તન્વી કારીયા	શ્વેતા લુહાના
કેડીએ આર્કિટેક્ટ્સ	ઈન્ટીરીયર ડિઝાઈનર	આર્કિટેક્ટ-ડિઝાઈનર	ઈન્ટીરીયર ડિઝાઈનર	ઈન્ટીરીયર ડિઝાઈનર

KEY NOTE

- લોકો હવે મલ્ટીફંક્શનલ અને કન્વર્ટીબલ સ્પેસને પ્રાધાન્ય આપે છે.
- ઓનલાઈન મીટીંગ માટે લોકો હવે ઘરનું બેકડ્રોપ સતત ચેન્જ પણ કરાવતા રહે છે.
- એન્ટરટેઈનમેન્ટ એરિયા, ઈન હાઉસ જીમની ડિમાન્ડ વધી છે.
- ક્લાઉડ કીચનની ડિમાન્ડ વધી છે. રેસ્ટોરન્ટ્સની સ્પેસ ઘટી છે

Q. ઇન્ટીરીયર ડિઝાઇનીંગ પ્રત્યે લોકોના દષ્ટિકોણ પર કોવિડ મહામારીની કેવી અસર રહી છે?

રત્ના: પહેલા એવું હતું કે લોકો બહારના બધા કામ પૂરા કરીને ઘરે આવતા હતા. કોવિડ મહામારીના લીધે હવે આ સ્થિતિમાં ધરમૂળથી પરિવર્તન આવ્યું છે. હવે લોકો ઘરમાં જ ઓફિસ, વ્યવસાયના કામ, પ્લે એરિયા, લોકોને મળવાની જગ્યા, ફિટનેસ સેન્ટર, મનોરંજન પ્રવૃત્તિ વિગેરે બધું હોય એવું ઈચ્છે છે. એટલે કે હવે બધા જ કામ ઘરમાં જ થાય છે. લોકો હવે ઘરમાં મલ્ટીફંક્શનલ અને કન્વર્ટીબલ સ્પેસને પ્રાધાન્ય આપતા થયા છે. એટલે એવી સ્પેસ જેનો જીવનજરૂરી કામોમાં કંઈક ઉપયોગ કરી શકાય. આ હવે સમયની તાકીદની જરુરિયાત છે.

Q. સાથે જ ઘર હવે નિરસ લાગવું જોઈએ નહીં. ડિઝાઇનરનું કામ તેને વધુને વધુ આવકારદાયક બનાવવાનું છે.

દિપાલી: પહેલા લોકોને ભવ્યતા વધારે પસંદ કરતા હતા. દરેક વસ્તુ લેવીશ હોવી જોઈએ. પણ હવે એવું થયું છે કે લોકો ખુરશી સુંદર છે એટલા માટે નથી ખરીદતા પણ તે કેટલી ઉપયોગી છે? એ વિચાર્યા બાદ ખરીદવાનો નિર્ણય કરતા થયા છે.

Q. શું મહામારીના લીધે ઘરમાં મનોરંજન માટે વધુ સ્પેસની ડિમાન્ડ વધી હોય એમ લાગે છે?

હિરેન: ઈન-હાઉસ જીમ અને એન્ટરટેઈનમેન્ટ એરિયાની ડિમાન્ડમાં એકદમ જ વધારો થયો છે. અગાઉ જેના માટે લોકો બહાર જતા એ તમામ જરૂરિયાતો હવે ઘરમાં જ મળી જાય એમ લોકો ઈચ્છે છે. હવે ટ્રાવેલ થઈ શકતું નથી એટલે ઘરમાં જ કુદરતની છટા અને સુંદરતા માણી શકાય એવું લોકો પસંદ કરે છે.

Q. મોલ્સની સ્પેસમાં પણ મહામારીના કારણે બદલાવ આવ્યો હોય એમ લાગે છે?

તન્વી: સ્ટ્રીટ શોપિંગના દિવસો પાછા આવ્યા હોય એવું હું જોઈ રહી છું. લોકો શોપિંગ મોલ્સ જેવી બંધ અને ભીડવાળી જગ્યાએ જવાનું ટાળે છે. શોપિંગ સ્પેસ હવે ખુલ્લી જગ્યાઓમાં આકાર લઈ રહી છે. જો કે આ નવી વ્યવસ્થા સાથે પાર્કિંગ તથા મર્યાદિત જગ્યા કે મોકળાશનો અભાવ જેવા નવા પ્રશ્નો પણ સંકળાયેલા છે.

હિરેન: અત્યારે સ્થિતિ એવી છે કે ખર્ચ પરવડે એમ ન હોવાથી 30 ટકા રેસ્ટોરન્ટ્સ બંધ થઈ ચૂકી છે. હવે ક્લાઉડ કીચનની ડિમાન્ડ જોર પકડી રહી છે ત્યારે કેફેઝ અને રેસ્ટોરન્ટ્સની સ્પેસમાં પણ ઘટાડો થઈ રહ્યો છે.

> **"હવે લોકો ઘરમાં જ ઓફિસ, વ્યવસાયના કામ, પ્લે એરિયા, મળવાની જગ્યા, ફિટનેસ સેન્ટર, મનોરંજન પ્રવૃત્તિ વિગેરે બધું હોય એવું ઈચ્છે છે.**
> - રત્ના પરીખ

Q. વર્ક ફ્રોમ હોમની ઇન્ટીરીયર્સ પર શું અસર રહી?

શ્વેતા: ઝૂમ કૉલ્સમાં તમારું બેકડ્રોપ તમારું ઘર કેવું છે એનો ખ્યાલ આપે છે. પહેલા આ બાબતને લઈને લોકો સભાન નહોતા પણ ઝૂમ કૉલ્સ કે ઑનલાઈન મીટીંગ્સ જીવનનો ભાગ બની જતા લોકો તેના વિશે વિચારતા થયા છે. હવે તેઓ ફેન્સી બેકડ્રોપ બનાવડાવે છે એટલું જ નહીં ફેક લાઈબ્રેરી સેટ-અપ કરાવે છે. સાથે જ ઑનલાઈન મીટીંગ માટે ઘરનું બેકડ્રોપ એક્નું એક જ દેખાય નહીં એ માટે તેમાં સતત ચેન્જ પણ કરાવતા રહે છે.

રત્ના: ઈન્ટિરીયર એટલે માત્ર ઘરની જ વાત એવું નથી. તેમાં રેસ્ટોરન્ટ્સ તથા બાળકોના પ્લે એરિયા જેવી વિવિધ બાબતોનો સમાવેશ થાય છે. આશા રાખીએ કે બાળકો માટેની સ્પેસમાં ઘટાડો થાય નહીં. કારણ કે બાળકોને તેમના જેવા બાળકો જ જોઈશે. તેમને એકલા પાડીને ઉછેર કરી શકાય નહીં. તેમના વિકાસ માટે આ આવકારદાયક બાબત નથી. આશા રાખીએ કે તેમના માટેની સ્પેસમાં ઘટાડો થાય નહીં.

Q. શું અમદાવાદીઓ તેમના ઇન્ટીરીયરમાં હવે ઓછામાં ઓછી બાબતો હોય એવું પસંદ કરે છે ?

તન્વી: માત્ર અમદાવાદી જ નહીં પણ ભારતીયો પણ ક્યારેય એવું પસંદ કરતા નહોતા કે તેમના ઈન્ટીરીયરમાં ઓછામાં ઓછી બાબતો સામેલ હોય. પણ કોવિડ મહામારી બાદ લોકો આ અંગે વિચારતા થયા છે. હવે લોકો ઘર કે ઑફિસ માત્ર સારાં દેખાય એ માટે વધારે પૈસા ખર્ચવાનું ટાળે છે. તેઓ ઈચ્છે છે કે ઘર-ઑફિસમાં દરેક સ્પેસ અર્થપૂર્ણ અને રોજબરોજની લાઈફ કે કામગીરી માટે તે ઉપયોગી હોય.

Q. શું 2021 કેવો ટ્રેન્ડ રહેશે એ વિશે તમે કશું કહી શકશો?

તન્વી: હવે આર્ટનો વિચાર હવે બદલાઈ રહ્યો છે. આર્ટ એટલે માત્ર દિવાલો પર લટકતા પેઈન્ટીંગ્સ એવું નથી. હવે લોકો ફંક્શનલ આર્ટમાં માને છે. જેમ કે કળાત્મક કપ, સુંદર લેમ્પ, હાથબનાવટની સુંદર જાજમ કે પછી કળાત્મક રીતે બનાવેલા પડદા. ટૂંકમાં એવી દરેક બાબતો જે ઉપયોગી હોય એ સુંદર અને કળાત્મક હોય એવું એમનું માનવું છે. આ વર્ષે તથા એ પછીના વર્ષોમાં પણ આ બાબતો 'ઈન' રહેશે એ નક્કી છે.

Q. સરહદે ચીન સાથે તનાવને પગલે શું માત્ર ભારતમાં જ બનેલી ચીજવસ્તુઓ વાપરવાનો તમારો આગ્રહ રહે છે?

રત્ના: સરહદે તનાવ શરૂ થયો ત્યારથી નહીં પણ મેક ઈન ઈન્ડિયા રાષ્ટ્રીય મુદ્દો બન્યો એ પહેલેથી અમે ભારતમાં બનેલી કે મેન્યુફેક્ચર થયેલી ચીજવસ્તુઓનો આગ્રહ રાખતા હતા. ઘણીવાર એવું બન્યું છે કે આ અમારી નીતિના કારણે અમારે ઘણા પ્રોજેક્ટ પણ ગુમાવવા પડ્યાં હોય પણ અમે આ સિદ્ધાંતને વળગી રહ્યા છીએ.

હિરેન: એક પાસું એ પણ છે કે મકાન કે બિલ્ડિંગના ઝડપી નિર્માણ માટે અને અગાઉથી નિર્ધારીત થયેલી સમયમુદતમાં તમામ કામગીરી પૂરું કરવા માટે ચીનથી કન્ટેઈનર આયાત કરવા પડે છે. ખાસ કરીને નવા ડિઝાઈનર્સ મેડ ઈન ચાઈનાની ચીજવસ્તુઓ પસંદ કરતા હોય છે કારણ કે તે સસ્તી અને ઝડપથી મળી રહે છે. જોકે સારી વાત એ છે કે હવે આ બાબતોમાં પરિવર્તન આવ્યું છે.