การศึกษารูปแบบมาตรฐานการวางผังและการออกแบบตกแต่งภายใน สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

A STUDY OF THE STANDARD LAY-OUT AND INTERIOR DESIGN FOR THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD., OFFICE IN FOREIGN COUNTRIES

อนุชา แพ่งเกษร

ANUCHA PANGKESORN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ.2541

ISBN 974-622-150-7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A STUDY OF THE STANDARD LAY-OUT AND INTERIOR DESIGN FOR THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD., OFFICE IN FOREIGN COUNTRIES

ANUCHA PANGKESORN

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE
MASTER OF ARCHITECTURE (INTERIOR ARCHITECTURE)
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGDUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
1998

ISBN 974-622-150-7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COPYRIGHT 1998

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษารูปแบบมาตรฐานการวางผังและการออกแบบตกแต่งภายใน สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในต่างประเทศ
A STUDY OF THE STANDARD LAY-OUT AND INTERIOR DESIGN FOR THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD., OFFICE IN FOREIGN COUNTRIES

ชื่อนักศึกษา ร.ต.อ.อนุชา แพ่งเกษร **รหัสประจำตัว** 34627012

หลักสูตร สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา สถาปัตยกรรมภายใน

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์นพปฎล สุวัจนานนท์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ลายมือชื่อ
อาจารย์นพปฎล สุวัจนานนท์	
อาจารย์ฉัตรชัย อินทรโชติ	
อาจารย์จันทนี เพชรานนท์	

ค่าระดับคะแนนที่ผ่านเป็นเอกฉันท์จากคณะกรรมการ PASS

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 16 เมษายน 2541 เวลา 10.30 น. เป็นต้นไป

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รศ.ดร.มนัส สังวรศิลป์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 26 **เดือน** ..... **พ.ศ.** 2541

หมายเหตุ การวัดผลวิทยานิพนธ์ให้ใช้ค่าระดับคะแนนดังนี้

ค่าระดับคะแนน	ผลการศึกษา	
O	Outstanding	(ดีเยี่ยม)
G	Good	(ดี)
P	Pass	(ผ่าน)
F	Fail	(ไม่ผ่าน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษารูปแบบมาตรฐานการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
นักศึกษา	ร.ต.อ.อนุชา แพ่งเกษร
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	อาจารย์ นพปฏล สุวัจนานนท์
หลักสูตร	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2541

บทคัดย่อ

บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ดำเนินกิจการในด้านการบินพาณิชย์ในประเทศและต่างประเทศ ในฐานะเป็นสายการบินแห่งชาติ และดำเนินกิจการแข่งขันกับต่างประเทศในธุรกิจการบินโลก มีขั้นตอนและระเบียบปฏิบัติตามแนวนโยบายแห่งรัฐ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ร่วมส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถทำรายได้เกิน 72,798 ล้านบาท (2.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ) มีจำนวนผู้โดยสารถึง 12.8 ล้านคน ในปี 2539 การบินไทยมีเส้นทางบริการในจุดบิน 71 แห่ง ครอบคลุมประเทศต่างๆ 37 ประเทศใน 4 ทวีป สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ เปรียบเสมือนประตูบานแรกที่เปิดรับนักท่องเที่ยวให้รู้จักประเทศไทย พร้อมทั้งให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, การบริการด้านการเดินทางและขนส่งทางอากาศแก่องค์กรที่ถือได้ว่าทำรายได้ให้ประเทศเป็นอันดับหนึ่ง

ดังนั้นจึงได้ทำการศึกษารูปแบบของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ เพื่อศึกษาการใช้พื้นที่ ขนาด และพฤติกรรมของผู้ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการตลาด ส่งเสริมประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และนำเสนอแนวความคิดให้เป็นแนวทางในการออกแบบและจัดสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้มากที่สุด

ผลจากการศึกษานี้ทำให้สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศมีเอกลักษณ์ (IDENTITY) และมีความเป็นหนึ่งเดียว (UNIQUENESS) เป็นการเผยแพร่และรักษามรดก วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาติให้นานาประเทศรู้จักประเทศไทยดียิ่งขึ้น เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับประเทศชาติ และเป็นแหล่งข้อมูลและประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ขยายตัวมากขึ้น เพื่อสนองนโยบายของรัฐและแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	A Study of the Standard Lay-out and Interior Design for Thai Airways International Ltd., Offices in Foreign Countries
Student	Pol.Capt Anucha Pangkesorn
Thesis Advisor	Mr. Nobpadol Suvachnanonda
Degree	Master of Interior Architecture
Year	1998

ABSTRACT

Thai airways international Public Co.,Ltd. The National carrier; played and active role in organizing number actives in honor both domestic and international.

In order to complete with other foreign airlines in this globally Thai has a sharp focus on enhanced noticeable improvements that ultimately will see Thai positioned net just to complete but to lead the worldwide both airline and travel industries through the total support of Board management and facet of the organization in order to step toward realizing the vision of a commercially viable global routenet, brough Thai and expanded routenet and a dramatic rise in passenger volume and income which Thai earned more than 72,798 Million baht (2.9 thousand million U.S. dollar) and carried around 12.8 million passengeres in 1997 and in the course of the year under review Thais offered 71 destinations to 37 countries on 4 continents through out the world.

Thai airways international offices in foreign countries are the first gate to open Thailand both custom and tradetional for tourists who wish to visit Thailand. The mission to promote Thailand as a business and tourism destination by giving ass informations about Thailand to those tourism who with to visit Thailand in order to increased competitiveners in the aviation industry that will ultimately see us become the leading airline in the region and the world.

So it is challenging to foues on the interior and Physical behaviors of users in order to play a leadership rote both Environment, Marketing and Promotion Thai tourism industry, Especially upgrading the interior design and the urban area around; to the

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

highest standard for better working and more efficiently of both users and environment around; so the out come is to Emphasize on the significant and important.

Identity and Uniqueness of Thai airways international through out the world Promoting Thailand as a quality destination well worth visiting both customs and traditional.

The Identity and Uniqueness have played a major role in the company in order to keep customs and traditional and launch to increase the standard of Thai tourism industry Nationwide and enable oversea visitor to comfortably travel throughout the kingdom in order to boost National earning from tourist to continue establishing clear. Goal from both Thai Government and Board management of Thailand.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ก็เพราะได้รับความเมตตาจาก อาจารย์ นพปฎล สุวัจนานนท์ ที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำแก่ผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่กรุณาแนะแนวทางให้แก่ผู้วิจัยอย่างมีค่า

ขอขอบพระคุณ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด และเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานในต่างประเทศที่ได้สละเวลาให้ข้อมูล

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณต่อลาภ พรน้อย เจ้าหน้าที่ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ที่ได้มอบข้อมูลที่มีอยู่ ตลอดจนคำแนะนำซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงด้วยดี

ร.ต.อ.อนุชา แพ่งเกษร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... III
กิตติกรรมประกาศ..... V
สารบัญ..... VI
สารบัญตาราง..... IX
สารบัญภาพ..... X

บทที่ 1 บทนำ..... 1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... 5
1.3 จุดมุ่งหมายของการวิจัย..... 5
1.4 ขอบเขตการวิจัย..... 6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 6
1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย..... 6
1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย..... 9
1.8 สมมติฐานในการวิจัย..... 10

บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัย..... 11
2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดของสำนักงานบริการ (Service Office Concept).... 11
2.1.1 ระบบและวิธีปฏิบัติงานภายในสำนักงาน..... 11
2.1.2 จิตวิทยาและสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน..... 13
2.1.3 การออกแบบและการใช้พื้นที่ภายในสำนักงาน..... 25
2.1.4 เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำหรับสำนักงาน..... 34
2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดของสำนักงานอัตโนมัติในระบบนานาชาติ (International)..... 40
2.2.1 ความหมายของสำนักงานอัตโนมัติ..... 40
2.2.2 ลักษณะปฏิบัติการของการจัดสำนักงานอัตโนมัติ..... 43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 รายละเอียดพื้นที่ฐานของโครงการวิจัย..... 52

3.1 ความรู้เกี่ยวกับ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)..... 52

3.2 สภาพแวดล้อมและปัญหาของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน).. 59

3.2.1 ด้านกายภาพ.....59

3.2.2 ด้านเศรษฐกิจ.....64

3.2.3 ด้านสังคมและประชากร..... 66

บทที่ 4 การรวบรวมข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 77

4.1 การรวบรวมข้อมูลตัวอย่างกรณีศึกษา (Case Study)..... 77

4.1.1 สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในประเทศ..... 81

4.1.2 สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 91

บทที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment Analysis)..... 132

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง..... 132

5.2 สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในประเทศ.....151

5.3 สำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 156

5.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 174

บทที่ 6 การวิเคราะห์แนวความคิดในการออกแบบเพื่อให้มีเอกลักษณ์ไทย.....188

6.1 มรดกไทย (Thai's Heritage).....188

6.1.1 วัฒนธรรมและประเพณีไทย.....188

6.1.2 สังคมไทย.....194

6.1.3 ศิลปกรรมไทย.....199

6.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมไทย.....210

6.2.1 การออกแบบวางผังสำนักงานตามแนวความคิดในการออกแบบ เอกลักษณ์ไทย (Process of Design).....210

6.2.2 สรุปเอกลักษณ์บ้านเรือนไทยในแต่ละภาค.....248

6.2.3 เอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถาปัตยกรรมภายในประจำชาติต่าง ๆ.....249

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 7 บทสรุป.....262

7.1 การวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Office.....262

7.2 บทวิจารณ์และข้อเสนอแนะ.....268

7.3 การประเมินผลการวิจัย.....269

บรรณานุกรม.....270

ภาคผนวก.....271

ภาคผนวก ก.....272

ภาคผนวก ข.....296

ประวัติผู้เขียน.....347

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

1.1 แสดงผลการดำเนินงานของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)..... 4
2.1 แสดงการใช้แสงไฟให้เหมาะสมกับลักษณะงาน..... 20
2.2 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอย..... 26
2.3 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะการจัดภายในและประโยชน์ใช้สอยของสำนักงานแบบเปิดตลอดและแบบแลนด์เสคป..... 28
2.4 สรุปการเปรียบเทียบข้อดี - ข้อเสียของการจัดสำนักงานแบบแยกห้องเฉพาะ..... 29
2.5 สรุปการเปรียบเทียบข้อดี - ข้อเสียของการจัดสำนักงานแบบเปิดโล่ง..... 30
3.1 แสดงผลการดำเนินงานในรอบ 10 ปีของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน).... 65
3.2 แสดงผลงานสำคัญด้านการเงินปีงบประมาณ 2539..... 66
4.1 สรุปผลการดำเนินกิจการในปีงบประมาณ 2539..... 80
5.1 ลักษณ์ทั่วไปของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 134
5.2 แสดงระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบตกแต่งภายใน..... 141
5.3 แสดงระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งภายใน..... 141
5.4 ลักษณะทั่วไปของพนักงานประจำสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 143
5.5 แสดงระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการออกแบบตกแต่งภายใน..... 147
5.6 แสดงระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งภายใน..... 147
5.7 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารและพนักงานที่มีต่อการตกแต่งภายในสำนักงาน..... 148
5.8 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารและพนักงานที่ต่อการปรับปรุงพื้นที่ภายในสำนักงาน..... 149
5.9 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ใช้สอยในสำนักงานประเทศต่างๆ 179
5.10 แสดงภายในพื้นที่ของเครื่องใช้สำนักงาน..... 181

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

1.1 แสดงสัญลักษณ์ของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)..... 1

1.2 กราฟแสดงรายได้ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)..... 2

1.3 กราฟแสดงจำนวนผู้โดยสาร..... 2

1.4 แสดงเส้นทางการบินของการบินไทยทั่วโลก..... 3

2.1 แสดงถึงวงจรของสี..... 21

2.2 แสดงการจัดแสงสว่างในการทำงาน..... 22

2.3 แสดงแนวความคิดของสำนักงานบริการ (Service Office Concept)..... 38

2.4 แสดงแนวความคิดของสำนักงานอัตโนมัติในระบบนานาชาติ(Office Automation and International System)..... 50

4.1 แสดงการมอง LOGO ด้านหน้าสำนักงาน..... 81

4.2 แสดงการยืนรอรับบริการหน้าเคาน์เตอร์แคชเชียร์กับเคาน์เตอร์ขายบัตร..... 82

4.3 แสดงการมองป้ายสัญลักษณ์ของลูกค้า..... 82

4.4 แสดงจุดนั่งพักคอยกับเคาน์เตอร์ขายบัตร..... 83

4.5 แสดงพื้นที่การสัญจรภายในเคาน์เตอร์และพื้นที่สำหรับงานเอกสาร..... 84

4.6 แสดงพื้นที่หน้าโต๊ะทำงาน..... 85

4.7 แสดงมุมมองที่ลูกค้ามาติดต่อ..... 85

4.8 แสดงภายในเคาน์เตอร์..... 86

4.9 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BANGKOK THAILAND..... 88

4.10 แสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร..... 90

4.11 แสดงพฤติกรรมของพนักงาน..... 90

4.12 แสดงบริเวณสวนหลังอาคารสำนักงานการบินไทยในอดีตและปัจจุบัน..... 93

4.13 แสดงการเดินผ่านไปมาของลูกค้าบนถนน..... 94

4.14 แสดงการเดินเข้าสู่อาคารสำนักงาน..... 94

4.15 แสดงการเดินเข้าสู่อาคารสำนักงาน..... 95

4.16 แสดงเส้นทางสัญจรภายในสำนักงาน..... 96

4.17 แสดงระดับพื้นภายในสำนักงาน..... 97

4.18 แสดงการติดต่อระหว่างลูกค้ากับพนักงาน..... 97

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ หน้า

4.19 แสดงกรณีที่ลูกค้าหรือพนักงานไม่ได้รับความปลอดภัยจากเครื่องใช้สำนักงาน... 98
4.20 แสดงระหว่างการพักคอยลูกค้าสามารถชมงานศิลปะและการตกแต่ง..... 98
4.21 แสดงผนังมีการตกแต่งด้วยฝาประกน บุด้วยผ้า มีช่องสามารถวางของ..... 99
4.22 แสดงการตกแต่งผนังภายในสำนักงาน..... 99
4.23 แสดงการปฏิบัติงานของพนักงานกับลูกค้า..... . 104
4.24 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) PARIS FRANCE..... 105
4.25 แสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร..... 107
4.26 แสดงพฤติกรรมของพนักงาน.....108
4.27 แสดงการเดินผ่านด้านหน้าอาคาร..... 109
4.28 แสดงการติดต่อภายในสำนักงาน..... ..110
4.29 แสดงการมองนาฬิกาบอกเวลาและแผนที่การเดินทาง..... 110
4.30 แสดงส่วนพักคอยที่ผู้โดยสารสามารถทำกิจกรรมอื่นได้..... 111
4.31 แสดงภาพประกอบ DISPLAY.....111
4.32 แสดงพื้นที่ของเคาน์เตอร์ที่มีพื้นที่น้อยเกินไป.....112
4.33 แสดงการเดินเข้าออกของเคาน์เตอร์..... 113
4.34 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษา สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A.....114
4.35 แสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร..... 116
4.36 แสดงพฤติกรรมของพนักงาน.....116
4.37 แสดงการตกแต่ง DISPLAY.....117
4.38 แสดงการมองหมายเลขลำดับคิว.....118
4.39 แสดงพฤติกรรมของลูกค้าในการเข้าลำดับการใช้บริการ..... 118
4.40 แสดงพฤติกรรมของผู้โดยสารกับพนักงาน.....118
4.41 แสดงพื้นที่ด้านหน้าเคาน์เตอร์.....119
4.42 แสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร..... 119
4.42 แสดงทางสัญจรที่มีความคับแคบภายในเคาน์เตอร์.....120
4.43 แสดงมุมมองของผู้โดยสารหน้าเคาน์เตอร์..... 121

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.45 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน การบินไทย จำกัด(มหาชน) HONG KONG..... 123
4.46 แสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร..... 125
4.47 แสดงพฤติกรรมของพนักงาน..... 125
4.48 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA.....129
4.49 แสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร..... 131
4.50 แสดงพฤติกรรมของพนักงาน..... 131
5.1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BANGKOK THAILAND..... 152
5.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน..... .153
5.3 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย..... 153
5.4 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่าง ๆ ภายในสำนักงาน..... 154
5.5 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ.....154
5.6 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BANGKOK THAILAND.....155
5.7 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BANGKOK THAILAND.....155
5.8 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) PARIS FRANCE..... .157
5.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน..... .158
5.10 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย..... 158
5.11 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่าง ๆ ภายในสำนักงาน.....159
5.12 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ.....159
5.13 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) PARIS FRANCE.....160
5.14 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) PARIS FRANCE.....160

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

5.15 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) HONG KONG.....162
5.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน.....163
5.17 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย.....163
5.18 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน.....164
5.19 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ.....164
5.20 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) HONG KONG..... 165
5.21 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) HONG KONG..... 165
5.22 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A..... 166
5.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน.....167
5.24 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย..... 167
5.25 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน..... 168
5.26 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ.....168
5.27 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A..... 169
5.28 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A..... 169
5.29 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA..... 170
5.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน.....171
5.31 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย.....171
5.32 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน..... 172
5.33 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ.....172
5.34 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA..... 173

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

5.35 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA..... 173
5.36 แสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร..... 174
5.37 แสดงพฤติกรรมของพนักงาน..... 175
5.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน..... 176
5.39 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ภายในสำนักงาน..... 177
5.40 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์การใช้พื้นที่ใช้สอยภายในสำนักงาน..... 180
5.41 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ใช้สอยภายในสำนักงาน..... 182
5.42 แสดงสัดส่วนการปฏิบัติงานของพนักงาน..... 183
5.43 แสดงพื้นที่การปฏิบัติงานของพนักงาน..... 184
5.44 แสดงแนวความคิดในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 209
6.1 สถาปัตยกรรมไทย บ้านทรงไทยสงบนิ่ง ร่มเย็น.....210
6.2 แผนภูมิแสดงแนวความคิดในการออกแบบเอกลักษณ์ไทย.....211
6.3 แผนภูมิแสดงการนำเอกลักษณ์มาใช้ในงานออกแบบ.....211
6.4 รูปแบบและการวางผังของบ้านทรงไทย(ภาคกลาง) ซึ่งจัดเป็นกลุ่มแบบ CLUSTER HOUSE.....212
6.5 รูปแบบและการวางผังของบ้านทรงไทย.....212
6.6 แผนภูมิแสดงการวางผังหน้าบ้านทรงไทย.....212
6.7 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์การใช้พื้นที่ใช้สอยภายในสำนักงาน FUNCTION DIAGRAM.....212
6.8 แสดงแบบการวางผังบ้านไทยแบบมีองค์ประกอบ ประธาน และรองประธาน..... 213
6.9 แสดงเรือนนางอิ่ม เทียมแพ 214
6.10 แสดงเรือนนายคร้าม สุขสมวัฒน์.....215
6.11 แสดงเรือนนางสัมกิ่ง ทองระย้า.....216
6.12 แสดงอุทยานพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย.....217
6.13 แสดงเรือนพี่เรือนน้องชานบ้านติดกัน.....217
6.14 แสดงการจัด ZONING ของสำนักงาน..... ..218
6.15 แสดงจุดศูนย์กลางของห้อง..... ..218

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ หน้า

6.16 แสดงทางเข้าบ้านเรือนไทย..... 219
6.17 แสดงทางเข้าบ้านทรงไทยด้านหน้าจะเห็นชุ้มประตู ที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่น (สถานที่บ้านทรงไทยภาคกลาง)..... 220
6.18 แสดงประตูทางเข้ามีลวดลายแกะสลักที่ประตู..... 220
6.19 แสดงผนังไม้หลัง COUNTER TICKETING..... 221
6.20 แสดงแบบจิตรกรรมบานประตูสำนักงาน..... 221
6.21 แสดงการออกแบบบ้านคนไทยที่คำนึงถึงการถ่ายเทอากาศสำหรับเมืองร้อน....222
6.22 แสดงเรือนไทยภาคเหนือ..... 223
6.23 สถานที่เรือนไทยเขตเชียงใหม่.....223
6.24 แสดงการประกอบอาชีพของชาวบ้านทางภาคใต้..... 224
6.25 แสดงเรือนหลังคาแพนที่นครพนม..... 224
6.26 แสดงเปรียบเทียบบ้านไทย ญี่ปุ่น และจีน 225
6.27 แสดงช่วงหน้าฝนน้ำท่วม..... 225
6.28 แสดงช่วงหน้าแล้งสามารถประกอบกิจกรรมต่างๆ ได้..... 225
6.29 แสดงระเบียงและชานพระตำหนักเรือนต้น.....226
6.30 แสดงการยกระดับพื้นบ้านทางภาคใต้..... 226
6.31 แสดงชานบ้านและเติ่น (ภาคเหนือ)..... 227
6.32 แสดงบรรยากาศมองจากเติ่นออกไปสู่ชานหน้าบ้าน..... 227
6.33 แสดงเหนือชุ้มประตูตกแต่งด้วยไม้แกะสลัก..... 228
6.34 แสดงการยกระดับพื้นที่ใช้สอย..... 228
6.35 แสดงสถานที่อุทยานพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย.....229
6.36 แสดงกรอบเซ็ดหน้า และหย่องที่หน้าต่าง..... 230
6.37 แสดงการตกแต่งเคหะภัณฑ์ริมระเบียงพระตำหนักเรือนต้น..... 230
6.38 แสดงรูปแบบผนังของบ้านทรงไทย..... 231
6.39 แสดงเรือนพาไล วัดเกาะ จังหวัดเพชรบุรี..... 231
6.40 แสดงสถานที่สามแยกบ้านเพียง จังหวัดยะลา.....231
6.41 แสดงฝาประกนลูกพัก..... 232
6.42 แสดงฝาสายบัว.....232

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่ หน้า

6.43 แสดงฝาเพี้ยม..... 232
6.44 แสดงหย่องหน้าต่างแบบแกะสลักเป็นลวดลาย..... 232
6.45 แสดงฝาประกน..... 232
6.46 แสดงฝาสำหรวด..... 232
6.47 แสดงฝาขัดแตะ..... 232
6.48 แสดงฝาประกนกระดานเจียด..... 232
6.49 แสดงฝาประกันลูกฟักกระดานดุม และการเข้าปากไม้หางเหยี่ยว..... 233
6.50 แสดงซานพักหน้าเรือนผนังเล่นฝาประกนเจาะช่องหน้าต่างโค้ง..... 233
6.51 แสดงด้านหน้าของห้องนอน ผนังตกแต่งด้วยฝาประกน..... 233
6.52 ทัศนียภาพภายนอกบ้านเรือนไทยภาคกลาง..... 234
6.53 ทัศนียภาพภายในบ้านเรือนไทย..... 234
6.54 แสดงผนังภายในบ้านเรือนไทยภาคเหนือ..... 235
6.55 แสดงผนังภายนอกบ้านเรือนไทยภาคเหนือ..... 236
6.56 แสดงผนังบ้านทรงไทยภาคใต้..... 236
6.57 แสดงผนังบ้านทรงไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ..... 236
6.58 แสดงฝาลูกฟัก กระดานดุน และช่องลมไม้ตาตาราง..... 237
6.59 แสดงฝาสายบัวและประตูลูกฟักกระดานดุน..... 237
6.60 แสดงฝาเพี้ยมลูกฟักกระดานดุน..... 237
6.61 แสดงฝาสำหรวดไม้จริง..... 237
6.62 แสดงฝาขัดแตะ ฝาสำแพนของเรือนเครื่องผูก..... 237
6.63 แสดงกรอบเช็ดหน้า ไม้อกเลาประจำยาม ลูกฟักบน-ล่าง..... 238
6.64 แสดงกรอบเช็ดหน้าต่างล่าง และหย่องไม้สลัก..... 238
6.65 แสดงลูกกรงไม้ซี่และหย่องไม้กลึง..... 238
6.66 แสดงกรอบเช็ดหน้าบานประตูและฝาไม้กระดานเรียบ..... 238
6.67 แสดงลายไม้แกะสลัก..... 239
6.68 แสดงลายไม้ฉลุ..... 239
6.69 แสดงช่องระบายอากาศของบ้านทรงไทย..... 239
6.70 แสดงโครงสร้างหลังคาบ้านทรงไทยในแต่ละภาค..... 240
6.71 แสดงโครงสร้างเพดานเรือนไทยภาคกลาง..... 241

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ หน้า

6.72 แสดงโครงสร้างของหลังคาที่มีจั่ว, คาน, ขื่อ, แป และระแนง..... 241
6.73 เรือนไทยศูนย์ส่งเสริมวัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย..... 242
6.74 เรือนไทยภาคใต้ไม่นิยมทำตัวฝ้าเพดานแต่เน้นที่ช่องลม..... 242
6.75 แสดงโครงสร้างของการรับพื้นชั้นบน..... 243
6.76 แสดงมุมมองจุดนำสายตาให้เด่นชัด..... 243
6.77 แสดงของตกแต่ง DECORATION ที่เป็นงานจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ภาพไทย..... 244
6.78 แสดงส่วนพื้นบ้านทรงไทย..... 244
6.79 แสดงชานพักและพื้นบ้านทางภาคเหนือ..... 244
6.80 แสดงพื้นบ้านไทยภาคกลาง..... 244
6.81 แสดงชานพักและพื้นบ้านทางภาคเหนือ..... 245
6.82 แสดงพื้นนอกชานบ้านเรือนไทยทางภาคเหนือ..... 245
6.83 แสดงชานแล่นของเรือนไทยที่หมู่กุฏิสงฆ์วัดแห่งหนึ่งในจังหวัดเพชรบุรี..... 246
6.84 แสดงชานพักและพื้นบ้านเรือนไทยภาคกลาง..... 246
6.85 แสดงชานพักและพื้นบ้านกลางแจ้งบ้านเรือนไทยภาคอีสาน..... 247
6.86 แสดงการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในในรูปแบบของ GREEK STYLE.... 249
6.87 แสดง SPACE พื้นที่ว่างภายในห้อง..... 250
6.88 แสดงลวดลายของผนังเล่นจังหวะที่ทำให้เกิดความสมดุลที่สวยงาม..... 251
6.89 แสดงลักษณะการใช้วัสดุมุงหลังคาของสถาปัตยกรรมภูฐาน..... 251
6.90 แสดงการจัดองค์ประกอบของห้องที่มีความสมดุลของการวางผัง..... 252
6.91 แสดงรูปแบบในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายใน (PROT OTYPE)..... 253
6.92 แสดงทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 257
6.93 แสดงแนวคิดในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 260
7.1 แผนภูมิแสดงการนำเอกลักษณ์มาใช้ในการออกแบบ..... 263
7.2 แสดงการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ..... 266
7.3 แสดงทัศนียภาพในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ 267

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม ดำเนินกิจการในด้านการบินพาณิชย์ในประเทศและต่างประเทศในฐานะสายการบินแห่งชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นรัฐวิสาหกิจของชาติที่ดำเนินกิจการแข่งขันกับต่างประเทศในธุรกิจการบินโลก[1] มีขั้นตอนและระเบียบปฏิบัติสอดคล้องตามแนวนโยบายแห่งรัฐและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติ เป็นตัวแทนของประเทศไทยในการดำรงรักษาและเพิ่มพูนสิทธิด้านการบิน ร่วมส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว[2]

ภาพที่ 1.1 สัญลักษณ์ของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)



---

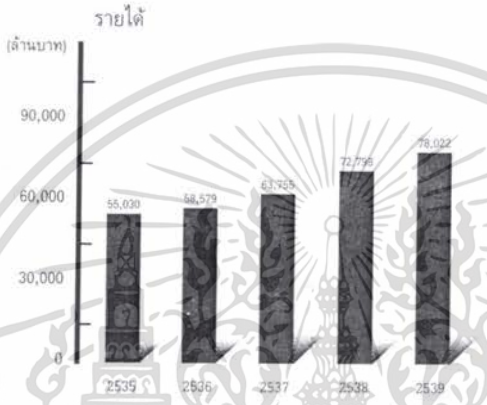
[1] การบินไทย, สำนักงานประชาสัมพันธ์, หน้า 1,2533

[2] การบินไทย, สำนักงานประชาสัมพันธ์, หน้า 2,2535

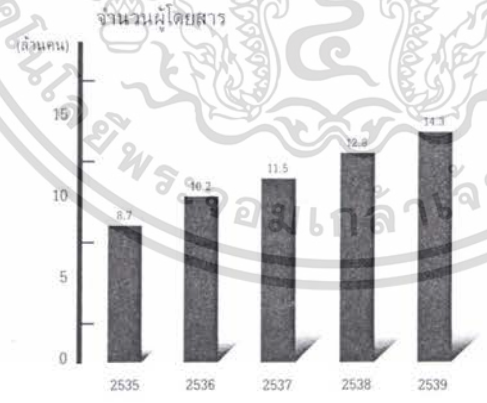
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการดำเนินงานของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) มีกำไรอย่างต่อเนื่องมา และส่งรายได้สู่รัฐดังในปีงบประมาณ 2538 ตัวเลขผู้โดยสารของการบินไทยสูงถึง 12.8 ล้านคน และทำรายได้เกิน 72,798 ล้านบาท (2.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 11.6 และ 11.7 ตามลำดับ[1]

ภาพที่ 1.2 กราฟแท่งแสดงรายได้ของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)



ภาพที่ 1.3 กราฟแท่งแสดงจำนวนผู้โดยสารของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)



[1] 36 ปี การบินไทย 1 พ.ค. 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นทางบินของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2539 ได้ให้บริการในจุดบินเพิ่มขึ้นรวมทั้งสิ้น 71 แห่ง ซึ่งครอบคลุมประเทศต่าง ๆ 37 ประเทศ ใน 4 ทวีป[1]

ภาพที่ 1.4 แสดงเส้นทางการบินของการบินไทยทั่วโลก



[1] 36 ปี การบินไทย 1 พ.ค. 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) มีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเมื่อเริ่มมีการก่อตั้งการบินไทยในปี 2503 นั้น จำนวนการท่องเที่ยวขาเข้าประมาณ 81,000 คน จนกระทั่งในปี 2539 ได้เพิ่มขึ้นจนถึงประมาณ 12.8 ล้านคน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็กลายเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศสูงเป็นอันดับหนึ่ง โดยทำรายได้ต่อปีให้กับประเทศได้ประมาณ 72,798 ล้านบาท (2,910 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) และยังทำให้เกิดการว่าจ้างงานอีกหลายล้านคนทั่วประเทศ[1]

ตารางที่ 1.1 แสดงผลการดำเนินงานของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

		2539	2538	2537	2536
จำนวนเครื่องบิน		73	69	61	62
จำนวนชั่วโมงที่ทำการบิน	(ชั่วโมงบินของเครื่องบินต่อปี)	185,847	178,478	164,235	155,272
ปริมาณการผลิต	(ล้านตัน-กม.)	5,789	5,469	5,011	4,662
ปริมาณการขนส่ง	(ล้านตัน-กม.)	3,940	3,755	3,467	3,066
อัตราส่วนการบรรทุก	(%)	68.1	68.7	69.2	65.8
จำนวนผู้โดยสาร	(000)	14,308	12,834	11,502	10,183
ปริมาณที่นั่ง	(ล้านที่นั่ง-กม.)	42,099	39,795	36,279	33,878
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร	(ล้านคน-กม.)	29,226	26,558	24,733	22,208
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร	(%)	69.4	66.7	68.2	65.6
ปริมาณการผลิตพัสดุภัณฑ์	(ล้านตัน-กม.)	2,000	1,864	1,746	1,613
ปริมาณการขนส่งพัสดุภัณฑ์	(ล้านตัน-กม.)	1,266	1,320	1,197	1,020
อัตราส่วนการขนส่งพัสดุภัณฑ์	(%)	63.3	70.8	68.6	63.2
จำนวนพนักงาน	(คน)	22,136	21,541	19,944	19,560
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	(ล้านบาท)	4,885.6	4,595.6	4,212.2	1,380.8

หมายเหตุ ข้อมูลทั้งหมดเป็นข้อมูลสำหรับปีการเงิน ตั้งแต่ 1 ตุลาคม - 30 กันยายน หรือ ณ วันที่ 30 กันยายน

การดำเนินงานด้านการตลาดต่างประเทศได้เน้นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ โดยพิจารณาเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมายที่จะดำเนินกิจกรรมส่งเสริมตลาดอย่างจริงจัง เพื่อสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ในการนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ร่วมกับบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) และธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนอื่น ๆ ดำเนินการส่งเสริมการขายในตลาดต่างประเทศ[2] เพื่อให้บริการต่างๆ เกี่ยวกับข้อมูลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

[1] 36 ปี การบินไทย 1 พ.ค. 2539, การพัฒนาการท่องเที่ยว

[2] รายงานประจำปี 2531 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, หน้า 52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเดินทางและการขนส่งทางอากาศในสำนักงานต่างประเทศ ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, การบริการด้านการเดินทาง และการขนส่งทางอากาศแก่องค์กรที่ถือได้ว่าทำรายได้ให้ประเทศเป็นอันดับหนึ่ง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรศึกษาและวิจัยรูปแบบที่เหมาะสมของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศที่เปรียบเสมือนประตูบานแรกที่เปิดรับนักท่องเที่ยวให้รู้จักประเทศไทย พร้อมทั้งให้ข่าวสารข้อมูลที่สามารถดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อช่วยให้การตัดสินใจง่ายขึ้นในการมาเยือนประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งที่จะศึกษาพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับพื้นที่ และสภาพแวดล้อมภายในด้านกายภาพของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางผังสำนักงาน และออกแบบตกแต่งภายใน เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ (Identity) และมีความเป็นหนึ่งเดียว (Uniqueness) ของสำนักงาน

1. เพื่อศึกษาการใช้พื้นที่ภายในสำนักงาน ขนาดของพื้นที่ภายในสำนักงาน และพฤติกรรมความสัมพันธ์ ระหว่างองค์ประกอบภายในสำนักงานด้านกายภาพ
2. เพื่อศึกษาการจัดพื้นที่ภายในสำนักงานให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการตลาด
3. เพื่อให้เป็นแหล่งข้อมูลและประชาสัมพันธ์ให้กับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
4. เพื่อเสนอแนวความคิดให้เป็นแนวทางในการออกแบบและจัดสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

1.3 จุดมุ่งหมายในการทำวิทยานิพนธ์

เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบสำนักงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ โดยการวางผังสำนักงานและออกแบบตกแต่งภายในให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) และมีความเป็นหนึ่งเดียว (Uniqueness) ของสำนักงาน เพื่อนำไปสู่ภาพพจน์ที่ดีของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) จนถึงระดับประเทศชาติ ทำให้มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่เหมาะสมทั้งด้านกายภาพและการตลาด โดยเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทยเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการได้รู้จักและจดจำประเทศไทย อันจะก่อให้เกิดศักยภาพต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และนำไปสู่การให้บริการด้านการเดินทางและการขนส่งทางอากาศ ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งสามารถนำเงินตราเข้าประเทศ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาวิจัยการใช้พื้นที่ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Area ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

2. ศึกษาแนวทางการออกแบบวางผังสำนักงานในส่วน Ticketing Area ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) และมีความเป็นหนึ่งเดียว (Uniqueness) สำหรับทุก ๆ สำนักงานในต่างประเทศเพื่อให้มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่เหมาะสมทางด้านกายภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับพื้นที่ และสภาพแวดล้อมภายในด้านกายภาพของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

2. เป็นแนวทางการออกแบบวางผังภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Area ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม มีเอกลักษณ์ (Identity) และมีความเป็นหนึ่งเดียว (Uniqueness) สำหรับสำนักงานในต่างประเทศทุกแห่ง

3. เป็นแหล่งข้อมูลและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ขยายตัวมากขึ้น

4. เป็นการเผยแพร่และรักษามรดก วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาติให้นานาประเทศได้รู้จักประเทศไทยดียิ่งขึ้น และเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับประเทศชาติ

5. สนองนโยบายของรัฐ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย

การทำการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบวางผังภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Area ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ โดยมีวิธีการดำเนินการ 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ศึกษานโยบายแนวความคิดในการปฏิบัติงาน แผนงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ทางแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารต่าง ๆ ของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

2. เดินทางไปสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศเพื่อได้มีโอกาสสัมภาษณ์, ออกแบบสอบถาม, สังเกตพฤติกรรมและการปฏิบัติงานภายในสำนักงาน

3. การรวบรวมข้อมูล มีการรวบรวมข้อมูลจาก

3.1 ผู้โดยสารที่ใช้บริการของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

3.2 พนักงานในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

3.3 พนักงานในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

- <u>แบบสอบถาม</u> แยกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. แบบสอบถามสำหรับผู้ใช้บริการ เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้โดยสารหรือผู้ใช้บริการของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) เป็นผู้ให้ข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลจะเกิดจากผู้ที่เข้ามาใช้บริการในสำนักงานนั้นๆ ใน 4 ประเทศ และ 4 ภูมิภาค ดังนี้
   - ทวีปเอเชีย ประเทศฮ่องกง (HONG KONG)
   - ทวีปยุโรป ประเทศฝรั่งเศส (PARIS)
   - ทวีปอเมริกา ประเทศสหรัฐอเมริกา (LOS ANGELES)
   - ทวีปออสเตรเลีย ประเทศออสเตรเลีย (SYDNEY)

   โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 25 ชุด ต่อหนึ่งสำนักงาน ทั้งนี้เนื่องจากประเทศที่ทำการเก็บข้อมูลเป็นประเทศตัวแทนของภูมิภาคนั้น ๆ เนื่องจากเป็นสำนักงานที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก
2. แบบสอบถามสำหรับพนักงานในสำนักงานของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) เขียนแบบสอบถามที่สอบถามความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานนั้น ๆ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง สำนักงานในต่างประเทศกลุ่มเดียวกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ใช้บริการ โดยการส่งแบบสอบถามให้พนักงานทุกตำแหน่งในสำนักงานนั้น ๆ เป็นผู้ตอบ

- <u>แบบสัมภาษณ์</u> แบบสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับงานภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์สถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อและตำแหน่ง วัน เวลา และสถานที่ที่ให้สัมภาษณ์ เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. แบบสัมภาษณ์ขอแสดงความคิดเห็นจากพนักงาน ผู้โดยสาร ผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) เพื่อประเมินความรู้สึก ภาพพจน์ของสภาพ แวดล้อมทางกายภาพที่เป็นอยู่ และศึกษาความต้องการใช้รูปแบบพื้นที่ นำไปสู่การออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Area ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการศึกษาจากเอกสาร จากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ นำเสนอในเชิงพรรณนา โดยอาศัย หลักการแนวคิดและทฤษฎีทางการศึกษา และสถาปัตยกรรมสนับสนุนให้มากที่สุด

4.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติโดยการหาค่าทางสถิติ และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบบวิธีการ Mode และการจัดลำดับความสำคัญ เพื่อนำผลจากการวิเคราะห์มาใช้เป็นแนวทางการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Area ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

5. วิธีและรูปแบบที่นำเสนอ

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) โดยนำเสนอแนวความคิดในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในสำนักงาน โดยศึกษาจากข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

5.2 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล จึงออกแบบวางผังสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดย

5.2.1 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ใช้สอยของกิจกรรม (Area Requirement)

5.2.2 แสดงความสัมพันธ์พื้นที่ใช้สอยของกิจกรรม (Functional Diagram)

5.2.3 การจัดขนาดของพื้นที่ให้เหมาะสมกับการใช้งานของกิจกรรม (Lay-out, Plan)

5.3 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวความคิดในการออกแบบ (Conceptual Design)

5.3.1 แนวความคิดในการวางผังและออกแบบ ตกแต่งภายในสำนักงาน (Service Office Concept)

5.3.2 แนวความคิดของสำนักงานอัตโนมัติในระบบนานาชาติ (International)

5.3.3 มรดกและเอกลักษณ์ไทย (Thai's Heritage)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 สรุปการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Area ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศขั้นตอนสังเคราะห์ (Synthesis) มีดังนี้

5.4.1 ขั้นตอนการออกแบบวางผังสำนักงาน (Process of Design)

5.4.2 การแสดงรูปแบบต่างๆ ในการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Office ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ในรูปแบบต่าง ๆ (Prototype)

5.5 บทวิจารณ์ และข้อเสนอแนะ

5.6 การประเมินผลการวิจัย

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

รูปแบบมาตรฐานของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ที่ทำการศึกษานี้เป็นสำนักงานในต่างประเทศ

คำจำกัดความเบื้องต้น

1. รูปแบบมาตรฐาน ได้แก่ การวางผังและการออกแบบตกแต่งภายในสำนักงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการตลาดที่เหมาะสมกับท้องถิ่น คือ

1.1 รูปแบบในส่วนที่เป็นแบบมาตรฐาน (Standard Type)

1.2 รูปแบบต่างๆ (Prototype) ในส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพและเป็นไปตามนโยบายการตลาดของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

2. ต่างประเทศ (Foreign Countries) ได้แก่ สถานที่ตั้งของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

3. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ทางกายภาพไม่ว่าเป็นสิ่งที่ปรากฏตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งระบบสภาพแวดล้อมด้วย เช่น ระบบแสง, สี, เสียง, ระบบปรับอากาศ โดยจัดแยกหมวดหมู่ที่จะศึกษาดังนี้

3.1 การจัดความสัมพันธ์ของพื้นที่ (Diagram) ได้แก่ การจัดแบ่งบริเวณให้เป็นพื้นที่ประกอบกิจกรรมภายในสำนักงานเพื่อให้เกิดความเหมาะสม ตลอดจนใช้ประโยชน์ได้ดี (Functional Diagram)

3.2 การจัดปริภูมิ (Space) ได้แก่ การจัดแบ่งห้องและพื้นที่ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้นในสำนักงาน (Zoning)

3.3 การวางผังและออกแบบตกแต่งภายใน (Lay-out for Interior Space

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Planning) ได้แก่ การวางผังเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องและพื้นที่ต่าง ๆ ตามประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับกิจกรรมในสำนักงาน

3.4 การออกแบบระบบสภาพแวดล้อมภายใน (Interior Environmental System) ได้แก่ระบบแสง, ระบบสี, ระบบเสียง, ระบบปรับอากาศที่ใช้ภายในสำนักงาน

1.8 สมมติฐานในการทำวิจัย

สภาพแวดล้อมทางกายภาพและการตลาดที่ต่างกัน ทำให้เกิดความแตกต่างในรูปแบบของการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Office ของบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัย

2.1 ทฤษฎี และแนวคิดของสำนักงานบริการ (SERVICE OFFICE CONCEPT)

2.1.1 ระบบและวิธีปฏิบัติงานภายในสำนักงาน

งานส่วนใหญ่ในสำนักงานประกอบด้วยรูปแบบของระบบสำนักงาน วิธีปฏิบัติ กระบวนการปฏิบัติ คำว่า "ระบบ" จะครอบคลุมไปถึงบุคคล แบบฟอร์ม เอกสาร เครื่องจักร เครื่องมือในสำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ

ความหมายของวิธีปฏิบัติ กระบวนการปฏิบัติ และระบบ

1. วิธีปฏิบัติ (Method) หมายถึง แบบหรือท่าทีในการดำเนินงานชนิดใดชนิดหนึ่ง

2. กระบวนการปฏิบัติ (Procedure) หมายถึง ลำดับขั้นตอนของการปฏิบัติงานชนิดใดชนิดหนึ่งตั้งแต่เริ่มต้นจนแล้วเสร็จ

3. ระบบ (System) หมายถึง กระบวนการปฏิบัติงานหลาย ๆ อย่างซึ่งเกี่ยวข้องกัน โดยมีจุดมุ่งหมายให้กิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์การลุล่วงไป

การวิเคราะห์ระบบ

การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) หมายถึง การตรวจสอบระบบโดยละเอียด ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับการวิจัย วิเคราะห์ ปรับปรุง และแก้ปัญหา โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะปรับปรุงการดำเนินงานให้ดีขึ้น หรือเพื่อจัดระบบใหม่ให้เหมาะสม หรือเพื่อสร้างระบบให้เกิดประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ระบบก็คือ การพิจารณาวางแผนงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ซึ่งใช้วิธีการกำจัด (Eliminate) การรวมเข้าด้วยกัน (Combine) ทำให้ง่ายขึ้น (Simplify) และสลับที่กัน (Mechanise the repetitive) มาใช้กับงานที่ต้องปฏิบัติโดยจะทำการวิเคราะห์วิธีปฏิบัติ กระบวนการปฏิบัติ และการทำงานให้ง่ายขึ้น

ขั้นตอนในการวิเคราะห์ระบบ

กระบวนการในการจัดระบบ สามารถแยกได้เป็นขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดวัตถุประสงค์เป็นหน้าที่ของกรรมการบริหารระดับสูง ตัวอย่างเช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรในการดำเนินการจัดระบบ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลเกิดความรับผิดชอบในงานและรู้หน้าที่ของงาน

3. การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นและมีประโยชน์ จะช่วยให้ทราบเอกลักษณ์ของระบบ ทิศทางของข้อมูล และวิธีการปรับปรุงที่จำเป็น ข้อมูลต่างๆ หาได้จากสิ่งต่อไปนี้

3.1 แผนภูมิต่าง ๆ

3.2 แผนผังการจัดองค์การ

3.3 คู่มือการปฏิบัติงาน

3.4 เอกสารของกิจการ

3.5 การสังเกตงาน

3.6 จากการสนทนากับผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

3.7 ข้อมูลทางบัญชี

3.8 จากการออกแบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์จัดระบบและปรับปรุงงาน ข้อมูลที่รวบรวมได้จากข้อ 3 จะนำวิเคราะห์จัดระบบและปรับปรุงงาน โดยการตอบคำถามต่อไปนี้

4.1 จะทำอะไร (What)

4.2 จะทำเมื่อใด (When)

4.3 จะทำทำไม (Why)

4.4 ใครเป็นคนทำ (Who)

4.5 ทำอย่างไร (How)

4.6 ทำที่ไหน (Where)

วัตถุประสงค์การถามคำถามดังกล่าวข้างต้นเพื่อ

- กำจัดงานบางส่วนที่ไม่มีประโยชน์ออกไป
- การรวมงานหลายอย่างที่เกี่ยวข้อง และซ้ำซ้อนกันให้เป็นงานเดียวกัน
- การจัดลำดับขั้นงานใหม่
- การปรับปรุงในแต่ละขั้นตอน
- การดำเนินการเป็นขั้นการการปฏิบัติตามแนวทาง ซึ่งได้วิเคราะห์ไว้แล้วเพื่อดูผลที่เกิดขึ้น
- การประเมินผลการดำเนินงานว่าสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และควรดำเนินการต่อไปหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อควรคำนึงในการจัดระบบและวิธีปฏิบัติ

1. ต้องกำหนดขึ้นตามความเหมาะสมสำหรับองค์การนั้น โดยพิจารณาถึงจำนวนและประเภทของคนงาน ทัศนคติของผู้บริหาร โครงสร้างขององค์การ ประเภทของผลิตภัณฑ์ วิธีการจำหน่าย และปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปัจจัยทางกายภาพ เครื่องมือ อุปกรณ์ ฯลฯ

2. ต้องคำนึงถึงการแก้ไขเปลี่ยนแปลงในอนาคตด้วย

3. มีความยืดหยุ่นต่อการมอบหมายงาน และเป็นระบบการทำงานเฉพาะของกิจการไม่ใช่เลียนแบบของกิจกรรมอื่นมาใช้ เพราะอาจไม่เหมาะสม

4. ต้องดำเนินงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานอื่นๆ โดยช่วยกันแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับระบบงานต่างๆ ตามความต้องการของหน่วยงานนั้นๆ

5. ผู้ปฏิบัติการจัดระบบต้องมีความยุติธรรมและป้องกันปัญหาที่จะมีการทุจริต

2.1.2 จิตวิทยาและสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน

มโนทัศน์พื้นฐานของวิชามนุษย์สัมพันธ์[1] พื้นฐานของวิชามนุษยสัมพันธ์ยึดธรรมชาติของมนุษย์ และธรรมชาติขององค์การเป็นสำคัญ

ธรรมชาติของมนุษย์

เกี่ยวกับมนุษย์มีข้อสมมุติพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual differences) แนวความคิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคลมาจากจิตวิทยา เมื่อแรกเกิดมนุษย์ก็มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) และประสบการณ์หลังจากนั้นยิ่งทำให้มนุษย์แตกต่างกันมากขึ้น การที่จะก่อให้เกิดการจูงใจในการทำงานจะต้องปฏิบัติต่อบุคคลต่าง ๆ แตกต่างกันไปเพราะบุคคลมีความแตกต่างกัน

2. บุคคลในลักษณะรวม (A whole person) แม้ว่าผู้บริหารองค์การบางแห่งอาจจะปรารถนาที่จะจ้างเฉพาะทักษะ หรือสมองของบุคคล แต่ที่เขาจ้างได้ก็คือบุคคลในลักษณะรวม (บุคคลโดยตลอด) ทักษะในการทำงานไม่สามารถแยกออกมาจากภูมิหลังหรือความรู้ของบุคคล และยังได้รับบทบาทมากมายภายนอกบริษัทอีกด้วย ถ้าบุคคลในลักษณะรวมได้รับการปรับปรุงส่งเสริมให้ดีขึ้น ผลประโยชน์จะเกิดขึ้นทั้งแก่หน่วยงาน และสังคมที่ใหญ่กว่าที่คนงานอาศัยอยู่

3. การจูงใจ (Caused behavior motivation) พฤติกรรมย่อมมีสาเหตุ สาเหตุเหล่านี้อาจเกี่ยวข้องกับความต้องการ และหรือผลที่ตามมาจากการกระทำของบุคคล การจูงใจเป็นสิ่งที่จำเป็นในการทำงานจะมีประสิทธิภาพเมื่อบุคคลมีแรงจูงใจในการทำงาน

[1] Davis, Human Behavior at Work : Organizational Behavior, pp. 12-14.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. คุณค่าของบุคคล (ศักดิ์ศรีของมนุษย์) (Value of the person human dignity) ศักดิ์ศรีของมนุษย์เป็นเรื่องทางปรัชญามากกว่าวิทยาศาสตร์ มนุษย์รู้ชั่วรู้ดีและมีใจอิสระที่จะเลือกกระทำ ดังนั้นมนุษย์ต้องการที่จะได้รับการปฏิบัติต่ออย่างมีเกียรติ และก็เป็นการสมควรอย่างยิ่งที่เขาจะได้รับการปฏิบัติต่อเช่นนั้น ผู้บริหารที่มองข้ามศักดิ์ศรีของมนุษย์ของผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา ย่อมจะประสบปัญหามนุษยสัมพันธ์

ธรรมชาติขององค์การ

องค์การเป็นระบบสังคม และมีพื้นฐานบนความสนใจร่วมกัน

1. ระบบสังคม (Social system) ความรู้จากสังคมวิทยาบอกเราว่า องค์การเป็นระบบสังคม ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ในองค์การอยู่ภายใต้กฎของสังคมและกฎของจิตวิทยา การปรากฏอยู่ของระบบสังคมส่อถึงการที่สภาพขององค์การมีการเปลี่ยนแปลอยู่ตลอดเวลา ทุกส่วนของระบบขึ้นอยู่ต่อกัน มโนทัศน์ของระบบสังคมช่วยทำให้ปัญหาของพฤติกรรมองค์การเป็นที่เข้าใจและแก้ไขได้

2. ความสนใจร่วมกัน (Mutual Interest) สะท้อนจากคำกล่าวที่ว่า "องค์การต้องการบุคคล และบุคคลก็ต้องการองค์การ" องค์การถูกก่อให้เกิดขึ้นและคงอยู่จากพื้นฐานของการมีความสนใจร่วมกันของสมาชิกขององค์การ บุคคลอาศัยองค์การเพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมายของเขา ในขณะเดียวกันองค์การต้องการพึ่งบุคคลเพื่อที่จะทำให้วัตถุประสงค์ขององค์การบรรลุผล

ขอบข่ายของวิชามนุษยสัมพันธ์

ความสามารถและความทะเยอทะยานของบุคคลต้องพอเหมาะกับงาน งานนั้นจะสำเร็จด้วยดีและก่อให้เกิดความพอใจในงานขึ้น งานต่างชนิดก็ต้องการทักษะของมนุษยสัมพันธ์แตกต่างกัน ปัญหาทางมนุษยสัมพันธ์เกิดจากสาเหตุต่าง ๆ แตกต่างกันแยกออกได้เป็น 5 ประเภท[1] คือ

1. ความสามารถเฉพาะของแต่ละบุคคล
2. ความต้องการของบริษัท
3. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
4. ความต้องการความรับผิดชอบ
5. คนงานใหม่ที่ยังขาดประสบการณ์

การที่มีสาเหตุมากมายของปัญหาทางมนุษยสัมพันธ์ ย่อมเป็นไปไม่ได้ที่จะใช้เพียงวิธีหนึ่งวิธีใดโดยเฉพาะ เพื่อก่อให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีได้โดยตลอด เนื่องจากมีองค์ประกอบต่างๆ กันที่สามารถก่อให้เกิดความยุ่งยาก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้วิธีต่างๆ หลายวิธีแก้ปัญหาที่แตกต่างกัน

---

[1] Halloran, Applied Human Relations : An Organizational Appreach, pp. 12-13.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แรงจูงใจในการทำงาน (Motivation)

องค์ประกอบที่มีผลต่อการทำงาน ก็คือแรงจูงใจในการทำงาน **(Motivation at work)** การที่พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานสูงโดยเฉพาะแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวพนักงานเองก็จะทำงานได้ดีและมีประสิทธิภาพสูงตามไปด้วย

ความหมายของการจูงใจ

ในทางจิตวิทยา แรงจูงใจหมายถึง สภาวะของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมไปยังจุดหมายปลายทางตามที่ต้องการ ซึ่งจะมีลักษณะดังนี้ [1]

ความหิว

ความกระหาย

ความต้องการทางเพศ

อุณหภูมิที่เหมาะสม

การหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด

ความต้องการพักผ่อนนอนหลับ

ความต้องการอากาศบริสุทธิ์

ความต้องการการขับถ่าย

ความต้องการที่เกิดจากสังคม

ความต้องการทางสังคมที่เกิดจากการเรียนรู้

มูลเหตุจูงใจในการทำงาน

การทำงานของแต่ละคนย่อมขึ้นอยู่กับมูลเหตุจูงใจที่เป็นแรงกระตุ้นให้คนแต่ละคนทำงาน ผลงานจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่อไปนี้

1. สิ่งแวดล้อมในการทำงาน เช่น สถานที่ แสงสว่าง ระเบียบ กฎเกณฑ์ของสถานที่ทำงาน สี บรรยากาศในการทำงาน เป็นต้น

2. เศรษฐกิจ เป็นผลตอบแทนจากการทำงาน

3. ฐานะทางสังคม หน้าที่การงานของแต่ละคนได้รับการยอมรับจากสังคม ก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความภาคภูมิใจ มีความรับผิดชอบมากขึ้น

4. เจตคติต่องาน ความรู้สึกว่างานนั้นเป็นสิ่งที่มีคุณค่า เป็นการรับผิดชอบต่อสังคม จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนและสังคม บุคคลนั้นย่อมจะรักงาน

5. ความอิสระในการทำงาน มีอิสระในการทำงานเป็นมูลเหตุให้คนตั้งใจทำงาน และมีความสุขในการทำงานด้วย

---

[1] Rickard M. Stree & Lyman W. Porter "Motivation and work Behavion. P 3.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction) ความพึงพอใจในการทำงานของบุคคลในองค์การมีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์การ ความพึงพอใจในการทำงานยังเป็นเครื่องหมายแสดงถึงประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์การ การสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้เกิดขึ้นกับคนในหน่วยงานของตน และมีความเข้าใจในปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน อีกทั้งตระหนักอยู่เสมอว่าความรู้สึกพึงพอใจนั้น สามารถเปลี่ยนได้ตลอดเวลาตามสภาพการณ์หรือตามเวลา[1]

ความพึงพอใจในการทำงานก็ได้ปรากฏเป็นงานวิจัยครั้งแรกจากงานฮอพพอต (Hoppock 1935) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจงานโดยรวมปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นความรู้สึกทางจิตใจ เช่น แรงจูงใจความสนใจ สภาพทางด้านตัวบุคคล เช่น อายุ ประสบการณ์ ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น ลักษณะงาน ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน สิ่งเหล่านี้เป็นมูลเหตุให้บุคคลรู้สึกว่าเขามีความพึงพอใจในการทำงาน[2]

<u>ความหมายและความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจในการทำงาน</u>

ความพึงพอใจในการทำงาน เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งการส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ

ความสำคัญในการศึกษาความพึงพอใจในการทำงาน มีดังนี้

1. การรับรู้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน
2. ความพึงพอใจในการทำงาน จะทำให้บุคคลมีความตั้งใจในการทำงาน
3. ความพึงพอใจในการทำงานเป็นการเพิ่มผลผลิตของบุคคล ทำให้องค์การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ได้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

---

1 Keith Davis and John W. News from. "Haman Behavior at Work : Organizational Behavior." p 109-110.

2 Edward E. Lawler. "Satisfaction and Behavior in Perspertive on Behavior in Organization" p 78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการทำงาน

ความพึงพอใจในการทำงานมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ และปัจจัยเหล่านี้ใช้เป็นเครื่องมือชี้บ่งถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งมีปัจจัยอยู่ 3 ประการ คือ[1]

1. ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factors)
   - ประสบการณ์
   - เพศ
   - จำนวนสมาชิกในความรับผิดชอบ
   - อายุ
   - เวลาในการทำงาน
   - เชาวน์ปัญญา
   - การศึกษา
   - บุคลิกภาพ
   - ระดับเงินเดือน
   - แรงจูงใจในการทำงาน
   - ความสนใจในงาน บุคคลที่สนใจในงาน
2. ปัจจัยด้านงาน (Factors in the Job)
   - ลักษณะของงาน
   - ทักษะในการทำงาน ความชำนาญ
   - ฐานะทางอาชีพ
   - ขนาดของหน่วยงาน
   - ความห่างไกลของบ้าน และที่ทำงาน
   - สภาพทางภูมิศาสตร์
   - โครงสร้างของงาน
3. ปัจจัยด้านการจัดการ (Factors Controllable by Management)
   - ความมั่นคงในงาน
   - รายรับ
   - ผลประโยชน์
   - โอกาสก้าวหน้า
   - อำนาจตามตำแหน่งหน้าที่

---

[1] Thomas Willard Harrell. "Industrial Psychology" pp. 260-274

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สภาพการทำงาน
- เพื่อนร่วมงาน
- ความรับผิดชอบงาน
- การนิเทศงาน
- การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา
- ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร
- ความเข้าใจกันระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน

ผลที่ได้รับจากความพึงพอใจในการทำงาน

จากการศึกษาความพึงพอใจในการทำงาน (Srivastva and others 1799) ได้ข้อสรุปสิ่งที่พบจากผลงานวิจัยความพึงพอใจในการทำงานมี 5 ประการคือ[1]

1. แรงจูงใจภายในในการปฏิบัติงาน
2. ความอิสระของงานที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจในการทำงาน (Job Performance)
3. รูปแบบของผู้บังคับบัญชาที่เป็นประชาธิปไตย
4. รูปแบบของผู้บังคับบัญชาที่สนับสนุน
5. บรรยากาศขององค์การ

การเพิ่มความพึงพอใจในการทำงาน ควรพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนในการให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานด้วย

การเลือกสถานที่ตั้งหน่วยงานการขยายสาขาของหน่วยงาน ควรคำนึงถึงความพึงพอใจในการทำงานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั่วไป รวมทั้งคิดว่าวิธีที่จะไม่ให้การทำงานเกิดความเบื่อหน่าย

การจัดบรรยากาศของหน่วยงานให้เหมาะสมกับการทำงาน บรรยากาศแบบแจ่มใส มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างเปิดเผย มีอิสระในการทำงาน จะสร้างความพึงพอใจให้กับการทำงานมากขึ้น

การจัดการ และการบริหารเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน สิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งก็คือ เจตคติที่ดีของพนักงานที่มีต่องานที่ปฏิบัติ ความสนใจในงาน

บทสรุปความพึงพอใจในการทำงาน

ความพึงพอใจในการทำงานมีส่วนสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ ปัจจัยด้านงานได้แก่ สถานที่ทำงาน ลักษณะงาน ลักษณะของหน่วยงาน โครงสร้างของงาน ทำเลที่ตั้งและขนาดของหน่วยงาน สิ่งสำคัญอีก

---

[1] Suresh Srivastva and Others. "Job Satisfaction and Productiuitiy" p. XVI

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหนึ่งก็คือด้านการจัดการที่มีส่วนสัมพันธ์กับความพึงพอใจเช่นกัน ได้แก่ ความมั่นคง ความก้าวหน้า สถานการทำงาน ความศรัทธาที่มีต่อผู้บังคับบัญชา รวมทั้งความเข้าใจที่ดีต่อกันระหว่างพนักงานกับพนักงาน

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงใจงานมีหลายแนวคิด ได้แก่ ความพึงพอใจทำให้เกิดการทำงาน การทำงานทำให้เกิดความพึงพอใจ และรางวัลเป็นปัจจัยของการทำงาน การวัดความพึงพอใจในการทำงานมีทั้งแบบสำรวจปรนัย และแบบสำรวจเชิงพรรณนา ลักษณะของแบบวัดมี 2 แบบคือ แบบวัดความพึงพอใจในการทำงานทั่วไป และแบบวัดความพึงพอใจงานโดยเฉพาะ ผลที่ได้จากความพึงพอใจในการทำงานก็คือ แรงจูงภายในการปฏิบัติงาน ความอิสระของงาน รูปแบบของการบังคับบัญชา บรรยากาศของหน่วยงานที่มีส่วนสัมพันธ์กับความพึงพอใจงาน

สภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน (Physical Environment in Office)

แสงสว่างภายในสำนักงาน

พนักงานในสำนักงานมีงานยุ่งตลอดทั้งวัน แม้จะมีสิ่งแวดล้อมที่ดีแต่ถ้าแสงไม่เหมาะสมก็ย่อมประสบปัญหาความตึงเครียดของสายตา และประสาททำให้เกิดอารมณ์ฉุนเฉียวได้ง่าย แสงสว่างที่เหมาะสมในสำนักงานจะช่วยเพิ่มผลผลิต คุณภาพงาน และลดความตึงเครียดของสายตาและประสาท บำรุงขวัญของพนักงานและสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน

ลักษณะแสงสว่างในสำนักงาน แบ่งได้เป็น 2 แบบคือ

1. แสงธรรมชาติ สำนักงานที่ดีนั้นต้องไม่ก่อสร้างให้มืดทึบ โดยพยายามให้มีหน้าต่างใหญ่ ๆ หลายบาน เพื่อให้นำแสงธรรมชาติมาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด
2. แสงเทียนเป็นแสงที่ประดิษฐ์ขึ้นมา มีลักษณะการให้แสง 4 แบบคือ
   - แสงทางตรง (Direct Lighting) เป็นแสงที่เกิดจากหลอดไฟ หรือโคมไฟฟ้าทึบแสงที่แขวนบนเพดาน แสงสว่างจะส่งตรงลงมาข้างล่าง
   - แสงกึ่งทางตรง (Semi Direct Lighting) เป็นแสงที่เกิดจากโคมไฟฟ้าโปร่งแสง แสงส่วนใหญ่ (ประมาณ 65-90 %) ส่องลงมาข้างล่างและส่วนน้อย (ประมาณ 10-35 %) ที่ส่องทะลุขึ้นไปเพดาน
   - แสงทางอ้อม (Indirect Lighting) เป็นแสงที่เกิดจากโคมไฟฟ้าแบบทึบแสง โดยแสงสะท้อนขึ้นไปยังเพดานแล้วสะท้อนกลับมายังเบื้องล่างอีกทีหนึ่ง
   - แสงกึ่งทางอ้อม (Semi Indirect Lighting) เป็นแสงที่เกิดจากโคมไฟฟ้าโปร่งแสง โดยแสงส่วนใหญ่ (ประมาณ 65-90 %) สะท้อนขึ้นไปบนเพดาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้วสะท้อนกลับมาข้างล่างและแสงบางส่วน (ประมาณ 10-35 %) ส่องทะลุโคมไฟฟ้ามาข้างล่างด้วย

ข้อเสนอแนะในการให้แสงสว่างในสำนักงาน การให้แสงสว่างในสำนักงานควรมีลักษณะดังนี้

1. ให้มีแสงสว่างกระจายทั่วถึงโดยปราศจากเงามืด
2. ให้มีแสงสว่างเพียงพอทุกห้อง แต่ไม่ควรให้แสงสว่างมากเกินไป
3. ไม่ควรให้มีแสงสะท้อนโดยตรงจากธรรมชาติหรือสะท้อนจากวัตถุอื่น เพราะทำให้เคืองตา
4. พยายามจัดให้มีแสงธรรมชาติมากที่สุด เพราะเป็นการประหยัดโดยพยายามออกแบบตัวอาคารให้มีหน้าที่ใหญ่ๆ ให้เพียงพอ สำนักงานส่วนมากใช้หน้าต่างหรือประตูกระจก เพราะเป็นการช่วยนำแสงธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด
5. มีการเปลี่ยนหลอดไฟตามอายุการใช้งาน และมีการทำความสะอาดอยู่เสมอ
6. การใช้แสงไฟฟ้าให้เหมาะสมกับลักษณะของงานตามตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงการใช้แสงไฟให้เหมาะสมกับลักษณะงาน

ลักษณะของงาน	ฟุต - กำลังเทียน
งานออกแบบ	200
งานตรวจสอบบัญชี	150
งานสำนักงาน	100
งานที่ไม่ต้องใช้สายตามาก	30

<u>การใช้สีตกแต่งสำนักงาน</u>

กิจการจะใช้สีสำนักงานแบบไหนนั้นขึ้นอยู่กับความพอใจ หรือความชอบส่วนบุคคล แต่ก็ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมทางด้านอื่นๆ ด้วย เช่น ความสว่างของห้องทำงาน บรรยากาศในการทำงาน เป็นต้น ในส่วนที่เกี่ยวกับการใช้สีในสำนักงานจะพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการใช้สี และข้อแนะนำในการใช้สี

วัตถุประสงค์ในการใช้สี การใช้สีในสำนักงานมีวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. สร้างความสวยงาม ความประทับใจแก่ผู้ที่พบเห็น และความภาคภูมิใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

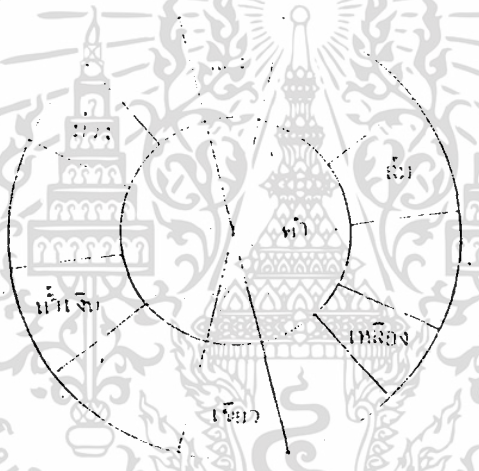
2. สร้างบรรยากาศในการทำงาน การใช้สีที่เหมาะสมจะช่วยให้ผู้ทำงานมีอารมณ์อยากทำงานและทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น สีในสำนักงานมักจะใช้สีอ่อนเพราะเป็นสีที่ช่วยให้ห้องทำงานสว่างมากขึ้น

3. การใช้สีเพื่อให้เกิดผลทางจิตวิทยา กล่าวคือ การใช้สีมีผลกระทบต่ออารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด และขวัญของผู้ปฏิบัติงาน

ข้อแนะนำในการใช้สีในสำนักงาน การใช้สีในสำนักงานควรพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

1. พิจารณาถึงความกลมกลืนกันของสีและคุณสมบัติของสี การศึกษาวงจรของสีจะช่วยเลือกสีที่เหมาะสม

ภาพที่ 2.1 แสดงถึงวงจรของสี



วงจรของสีแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสีปฐมภูมิ คือ แดง เหลือง และน้ำเงิน สีทุติยภูมิเป็นสีที่เกิดจากการรวมกันของสีปฐมภูมิ เช่น สีแดง และสีเหลืองผสมกันเป็นสีส้ม ในศูนย์กลางของวงกลม คือ สีดำ สีกลางเป็นสีที่เกิดจากการรวมกันของสีที่อยู่ตรงกันข้าม (สีดำ เช่น เขียวและแดง น้ำเงินและส้ม)

สีสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ สีร้อนและสีเย็น สีร้อนได้แก่ สีแดง ส้ม เหลือง เป็นสีที่ทำให้เกิดความอบอุ่นและเร่งเร้า สีเย็นได้แก่ สีน้ำเงิน ม่วง เขียว ทำให้เกิดความรู้สึกเยือกเย็นและจิตใจสงบ

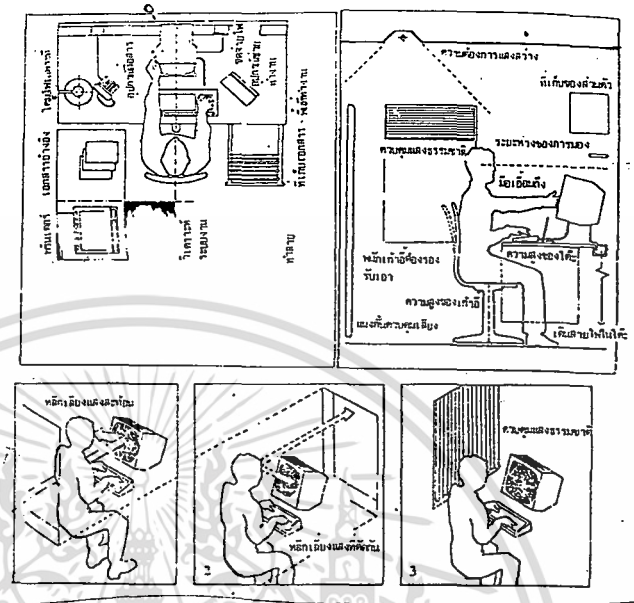
วิธีการที่จะทำให้เกิดความสดใสและความกลมกลืนกัน ก็คือ การใช้สีกลางร่วมกับสีอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. พิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสีและแสงสว่าง สีอ่อนจะทำให้ห้องสว่างขึ้น สีทึบจะทำให้ความสว่างลดน้อยลง เพราะสีอ่อนสามารถสะท้อนแสงได้ดีกว่าสีทึบ แสงสะท้อนของสีต่าง ๆ มีดังนี้

- สีขาวสะท้อนแสงได้ 88 %
- สีเขียวอ่อน 70 %
- สีอิฐ 58 %
- สีเหลืองมะนาว 52 %
- สีเทาเงิน 36 %
- สีชมพู 36 %
- สีเทาหม่น 12 %
- สีน้ำตาลอ่อน 8 %
- สีน้ำตาลเข้ม 4 %
- สีช็อคโกแลต 2 %

ภาพที่ 2.2 แสดงการจัดแสงสว่างในการทำงาน



ดังนั้นการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสีและแสงสว่าง มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การใช้สีที่สามารถสะท้อนแสงได้มากจะช่วยให้ห้องสว่างขึ้น และการใช้สีที่สะท้อนแสงได้น้อยจะทำให้ห้องมืด

2. ผนังด้านที่อยู่ตรงกันข้ามกับแสง ควรใช้สีเย็นเป็นการป้องกันแสงสะท้อนเข้าตา

3. พิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสีและสัดส่วนของห้อง ดังนี้

- การใช้สีห้องและเพดานสีอ่อนและเย็น จะทำให้ห้องแลดูกว้างและดูสูงขึ้น
- การใช้สีมืดและร้อนทำให้ห้องเล็กลง

4. การใช้สีที่ปลอดภัยที่สุดก็คือ เลือกใช้สีกลาง ๆ เช่น สีครีม สีเนื้อ สีเทา สีขาว สีน้ำตาลอ่อน เป็นสีที่กระตุ้นให้คนอยากทำงาน และใช้ร่วมกับสีที่มีลักษณะเด่นได้

5. ไม่ควรใช้สีเดียวกันทั้งหมดในสำนักงาน ถ้าใช้สีอ่อนสีเย็นทั้งหมดในสำนักงานก็จะทำให้เกิดบรรยากาศเหมาะแก่การพักผ่อน ถ้าใช้สีเข้มประเภทร้อนทั้งหมด ก็จะทำให้เกิดการกระตุ้นมากเกินไป และทำให้พนักงานเกิดความไม่สบายใจ

6. ข้อแนะนำในการใช้สีภายในสำนักงาน ห้องต่าง ๆ สามารถใช้สีที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมได้ดังนี้

- ห้องทำงานทั่วไป เพดานใช้สีขาวหรือสีครีม ฝาผนังด้านที่พนักงานหันเข้ามาหรือด้านที่รับกับแสงอาทิตย์ ควรใช้สีอ่อนประเภทเย็น ส่วนฝาผนังด้านอื่น ๆ ใช้สีอ่อนประเภทร้อน พื้นใช้สีเท่าอ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ห้องประชุม ใช้สีอ่อนหรือสีกลาง ๆ (สีครีม สีเนื้อ สีเทา สีขาว สีน้ำตาลอ่อน) หรืออาจใช้สีประเภทร้อนเพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าประชุมเกิดความกระตือรือร้นในการอภิปรายอย่างเต็มที่
- ห้องรับแขกและห้องโถงใหญ่ ใช้สีอ่อนไม่ควรใช้สีเข้ม
- ระเบียงหรือทางเดินใช้สีอ่อน ๆ

→ เสียงภายในสำนักงาน

เสียงภายในสำนักงานมี 2 ประเภทคือ เสียงรบกวน และเสียงดนตรี เสียงรบกวนนั้นกิจการจะต้องหาวิธีกำจัด ส่วนเสียงดนตรีนั้นต้องรู้จักนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน

1. เสียงดนตรี งานสำนักงานหลายชนิดที่ควรจัดให้มีเสียงดนตรีและเสียงเพลงประกอบ เพราะทำให้ผลงานเพิ่มขึ้น

1.1 ประโยชน์ของเสียงดนตรี เสียงดนตรีจะช่วยสร้างและปรับปรุงรูปแบบของพฤติกรรมได้ดังนี้

- ทำให้บุคคลกระตือรือร้นในการทำงาน หรือเป็นการสร้างบรรยากาศในการทำงาน
- ผ่อนคลายความตึงเครียด และความเหน็ดเหนื่อยในการทำงาน ซึ่งเป็นผลให้พนักงานมีขวัญดี ลดจำนวนผู้ขาดงานหรือลางาน
- เพิ่มผลผลิต ลดข้อบกพร่องและลดงานผิดพลาดในการทำงาน มีผลทำให้การทำงานประสบผลสำเร็จทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ

1.2 ข้อแนะนำในการให้เสียงดนตรี เราได้ทราบถึงประโยชน์ของเสียงดนตรีมาแล้ว แต่อย่างไรก็ตามการให้เสียงดนตรีในสำนักงานจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

- จัดให้เหมาะสมกับลักษณะงาน งานที่ควรจัดให้มีดนตรีที่สำคัญ ได้แก่ งานจัดเก็บเอกสาร งานรับส่งเอกสาร งานพิมพ์หนังสือ งานต้อนรับผู้มาติดต่อ เป็นต้น งานที่ต้องใช้ความคิด และความเงียบ เช่น งานประชุมไม่เหมาะที่จะให้เสียงดัง
- จัดให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้ฟัง ในข้อนี้ต้องพิจารณาถึงรสนิยม การศึกษาของผู้ฟังว่าชอบเสียงดนตรีประเภทไหน
- ควรให้เสียงดนตรีบางช่วงเวลาเท่านั้น ในบางครั้งบุคคลก็ต้องการความเงียบสงบในการทำงานบ้าง ดังนั้นการให้เสียงดนตรีบางช่วงเวลาจะให้ประโยชน์มากกว่าการให้เสียงดนตรีตลอดเวลา โดยทั่วไปจะให้เสียงดนตรีประมาณ 50% ของเวลาในการทำงานทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เสียงรบกวน เสียงรบกวนในสำนักงานย่อมทำให้เกิดความรำคาญ หนวกหู และทำให้ขาดสมาธิในการทำงาน สำนักงานจึงต้องหาวิธีจำกัดเสียงรบกวนให้หมดไป

เสียงรบกวนภายในสำนักงานนั้นเกิดขึ้นได้ทั้งจากแหล่งภายในและภายนอก เสียงที่เกิดจากแหล่งภายในได้แก่ เสียงคุยกัน เสียงโทรศัพท์ เสียงปิด-เปิดประตู เสียงเดิน เสียงจากเครื่องพิมพ์ดีด เครื่องคิดเลข และเครื่องจักรต่าง ๆ เสียงที่เกิดจากแหล่งภายนอก ได้แก่ เสียงที่เกิดจากการจราจร หรือเสียงจากโรงงานอุตสาหกรรมที่อยู่ใกล้เคียง

การกำจัดเสียงรบกวนในสำนักงานอาจทำได้โดย

2.1 ใช้วัสดุเก็บเสียงทำพื้น เพดาน และผนังห้อง เช่น ใช้กระเบื้องยางหรือพรมปูพื้น ช่วยเก็บเสียง ใช้ผ้าม่านบางชนิดที่สามารถเก็บเสียง ใช้ยางไม้ทำเพดาน เป็นต้น การใช้วัสดุเก็บเสียงทำพื้นเพดานและผนังห้อง จะช่วยกำจัดเสียงรบกวนต่างๆ ได้ เนื่องจากคลื่นเสียงเมื่อกระทบพื้น เพดาน และผนังห้องที่มีคุณสมบัติดูดเสียงจะช่วยเก็บเสียงเอาไว้

2.2 กำจัดแหล่งกำเนิดเสียง แหล่งกำเนิดเสียงต่างๆ ได้แก่ เครื่องพิมพ์ดีด เครื่องบวกเลข เครื่องจักรต่างๆ เครื่องโทรศัพท์ และการคุยกัน การกำจัดเสียงเหล่านี้โดยใช้เบาะรองเครื่องจักรต่างๆ ด้วยยางหรือผ้าเก็บเสียง การใช้น้ำมันหล่อลื่นแก่เครื่องจักรต่างๆ การแบ่งงานที่เหมาะสมและการใช้เสียงดนตรีที่เหมาะสมจะสามารถลดเสียงคุยกันได้

2.3 แยกแหล่งกำเนิดเสียงให้ห่างจากสำนักงาน โดยการจัดเครื่องโทรศัพท์ เครื่องพิมพ์ดีด และเครื่องจักรต่างๆ ไว้ให้ห่างหรือแยกห้องต่างหาก

2.4 จัดสำนักงานให้อยู่ในที่เงียบ ๆ ให้ห่างจากเสียงจราจร เป็นต้น

การปรับอากาศภายในสำนักงาน

อากาศเป็นสิ่งแวดล้อมในสำนักงานที่มีอิทธิพลต่อการทำงาน การกำหนดสภาพอากาศในสำนักงานจะต้องพิจารณา 4 ประการคือ อุณหภูมิ การถ่ายเท ความชุ่มชื้น และความสะอาดของอากาศ โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้

1. อุณหภูมิของอากาศในสำนักงานที่มีอากาศร้อน ซึ่งมีผลทำให้เกิดความอึดอัด ง่วง เหนื่อยง่าย และการทำงานล่าช้าผิดพลาด การติดตั้งเครื่องปรับอากาศจะแก้ปัญหาอากาศร้อนในสำนักงาน ทำให้เกิดความสบายร่างกายและเพิ่มผลผลิตในการทำงาน แต่กิจการต้องพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนเครื่องปรับอากาศ ค่าไฟฟ้า และค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาด้วย

ถ้าออกแบบสำนักงานให้เหมาะสม มีอากาศถ่ายเทสะดวก และสำนักงานไม่อยู่ในย่านที่ผู้คนแออัด ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องปรับอากาศ เพราะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้เครื่องปรับอากาศสูงมาก อุณหภูมิอากาศที่เหมาะสมประมาณ 72 องศาฟาเรนไฮท์ หรือ 22 องศาเซนติเกรด

2. การถ่ายเทของอากาศ อากาศไม่ถ่ายเทจะมีผลให้ร้อน อึดอัด ง่วง และเหนื่อยง่าย สำนักงานควรจะกำหนดบริเวณอากาศ 2,000 ลูกบาศก์ฟุตต่อคนต่อชั่วโมง และควรออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานให้อากาศถ่ายเทเข้าออกได้โดยสะดวก เช่น มีช่องลม ประตู และหน้าต่างให้เพียงพอ การใช้พัดลมช่วยในกรณีที่ไม่สามารถใช้เครื่องปรับอากาศ จะช่วยให้การถ่ายเทของอากาศดีขึ้น

3. ความชื้นของอากาศ ปริมาณความชื้นในอากาศจะมีผลกระทบต่อสภาพร่างกายของมนุษย์ในกรณีที่อุณหภูมิเท่ากัน ถ้าอากาศชุ่มชื้นมากจะรู้สึกร้อนและเหงื่อออก ถ้าอากาศแห้งมากผิวอาจแตก สำนักงานที่อากาศไม่ชุ่มชื้นหรือแห้งแล้งมากเกินไปจะทำให้ร่างกายไม่สบาย หงุดหงิด และไม่มีสมาธิในการทำงาน ประมาณความชื้นที่เหมาะสม 40-60% ของอากาศ

4. ความสะอาดของอากาศ ความสะอาดของอากาศพิจารณาจากความแออัดในสำนักงาน กลิ่นฝุ่นละออง และเชื้อโรคในอากาศ ดังนั้นจึงควรมีการทำความสะอาดสำนักงานและเครื่องใช้ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ และจัดจำนวนพนักงานให้เหมาะสมกับห้อง

2.1.3 การออกแบบการใช้พื้นที่ภายในสำนักงาน

ชนิดของการจัดสำนักงาน

การจัดสำนักงานแบ่งได้ตามแนวคิด (Concept) หลัก ๆ ได้ 3 ประเภทคือ

1. การจัดสำนักงานแบบเป็นห้อง (Cell Office) การจัดแบบนี้เหมาะสำหรับคน 2-5 คน มักจัดไว้กับสำนักงานระดับบริหารที่ต้องการเป็นส่วนตัวสูง ลักษณะห้องจะเตี้ยลึก ความลึกประมาณ 4-6 เมตร มากที่สุดที่นิยมคือ 5 และ 5.5 เมตร เนื่องจากมากกว่านี้การติดต่อประสานงานจะไม่สะดวก และเสียเวลามาก องค์ประกอบของการจัดแบบนี้มี 2 ส่วนคือ ส่วนเดินร่วมและส่วนที่เป็นห้องทำงานแต่ละบุคคล

2. การจัดสำนักงานแบบเป็นกลุ่ม (Group Office) กลุ่มหนึ่ง ๆ จะประกอบด้วย 7-9 คน มีลักษณะกลุ่มเดี่ยว ๆ แยกจากกลุ่มอื่น เป็นการหลีกเลี่ยงการรบกวนหรือล่วงล้ำจากคนอื่น การจัดสำนักงานแบบนี้ได้รับการกล่าวขานว่าเป็นการจัดสำนักงานแบบที่สมเหตุสมผลที่สุด การจัดสำนักงานแบบกลุ่มควรมีผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความลึกประมาณ .5 เมตร แต่ไม่เกิน 2.5 เท่าของความสูง ใช้แสงธรรมชาติและการระบายอากาศ ปรับอากาศด้วยเครื่องกล เพราะการระบายอากาศตามธรรมชาติไม่เหมาะกันสำนักงานแบบนี้

3. การจัดสำนักงานแบบพื้นที่ขนาดใหญ่ (Large-space Office)

การจัดแบบนี้ยังแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 แบบเปิดตลอด (Open Plan)

3.2 แบบแลนด์สเคป (Landscape Office)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดรูปแบบภายในสำนักงาน (Office Scenery)

มีแนวความคิดในลักษณะต่าง ๆ กันโดยมี Space ตั้งแต่น้อยไปจนถึง Space ที่กว้างขวางมาก

ประเภทของการจัดภายในสำนักงาน แบ่งเป็น 2 ระบบคือ

1. การจัดสำนักงานแบบแยกเป็นห้องโดยเฉพาะ เป็นแบบที่นิยมทำกันมากในประเทศแถบยุโรป โดยมีกฎเกณฑ์ว่าในการติดต่อเข้าถึงห้องต่าง ๆ โดยการใช้ทางเดินร่วม (Corridor) เป็นทางเชื่อมระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ลักษณะเช่นนี้จะมีข้อดีอยู่ที่ การทำงานที่มีความเป็นส่วนตัว (Privacy) แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงทั้งยิ่งสิ้นเปลืองเนื้อที่ การจัดวางผัง (Lay-out) เฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเรียงเป็นแถว หรือการจัดแบบเรขาคณิต (Geometric) เนื่องจากต้องการเน้นถึงความเป็นระเบียบ

นอกจากนี้การจัดแบบแยกเฉพาะยังสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1.1 จัดแบ่งเป็นห้องเดี่ยวสำหรับบุคคล ถือเป็นรูปแบบที่เป็น Tradition ของการจัดสำนักงานประเภทนี้ และจะพบมากในสำนักงานที่มีความลึกไม่มาก (Depth of Space ประมาณ 12 เมตร) ประกอบด้วยสองส่วนสำคัญคือ โถงทางเดินร่วม ภายใน (Corridor) และห้องทำงานเล็ก ๆ หลาย ๆ ห้อง

1.2 จัดแบ่งเป็นห้องสำหรับทำงานเป็นกลุ่ม ประกอบด้วยการทำงานเป็นทีม (Teamwork) ประมาณ 10-15 คนต่อหน่วยขนาดกลางหนึ่งห้อง การจัดเตรียมSpace ที่พอเหมาะสำหรับห้องทำงานในลักษณะนี้จะต้องมี Depth of Space ประมาณ 15-20 เมตร

ตารางที่ 2.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอย

จัดแบ่งเป็นห้องเดี่ยวสำหรับบุคคล	จัดแบ่งเป็นห้องสำหรับทำงานเป็นกลุ่ม
1. เหมาะสมกับสำนักงานบริหารที่ต้องการความเป็นส่วนตัวโดยเฉพาะ ทั้งการทำงานส่วนตัวและต้อนรับแขก	1. มีความเหมาะสมกับงานบริหารชั้นสูงเช่นกันแต่ควรคำนึงถึงขนาดของห้องว่าใหญ่เกินไปหรือไม่
2. ไม่เหมาะกับการทำงานที่เป็นทีม เพราะต้องแยกกัน ทำให้การติดต่อประสานงานไม่สะดวก และล่าช้า	2. เหมาะกับการทำงานเป็นทีมที่ต้องการติดต่อประสานงานกันอย่างใกล้ชิด แต่จะต้องกำหนดขนาดของห้องให้แน่นอน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิก
3. ใช้ได้ดีเมื่อเน้นถึงความสามารถบุคคล และเป็นสำนักงานที่ต้องการคนทำงานจำนวนน้อย	3. ขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำงานร่วมกัน และการควบคุมดูแล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การจัดสำนักงานแบบเปิดโล่งตลอด (Open Lay-out System) การจัดสำนักงานแบบนี้จะตัดปัญหาเรื่องการใช้ทางเดินติดต่อภายใน ระหว่างห้องของแต่ละหน่วยออกไป สามารถใช้เนื้อที่ใช้สอยของห้องทั้งหมดได้อย่างเต็มที่โดยไม่มีผนัง หรือฉากมาบังกั้นสายตา หรือมาเบียดบังเนื้อที่ในการทำงานออกไป ทำให้ราคาค่าก่อสร้างถูกลงไปด้วย แต่จะต้องคำนึงถึงระบบระบายอากาศ เพราะต้องใช้เครื่องปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพสูงและสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกอย่างคือ ระบบการให้แสงสว่าง

การจัดสำนักงานแบบนี้เป็นสำนักงานสมัยใหม่ ซึ่งยังสามารถแบ่งลักษณะการจัดวางผังแบบออกไปได้อีกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การจัดแบบเปิดตลอด (Open Plan) เป็นการวางผังแบบเปิดโล่งตลอดธรรมดาหลักโดยทั่วไปก็เพื่อต้องการให้ได้พื้นที่ใช้สอยอย่างเต็มที่ และเน้นในเรื่องการติดต่อภายในหน่วยงานเพื่อความสะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น แต่การจัดวาง Lay-out เฟอร์นิเจอร์ยังคงจัดวางในลักษณะเรขาคณิต

2.2 การจัดแบบแลนด์เสคป (Landscape Office) เป็นแนวคิดในการจัดแบบเปิดจากระบบเก่า ซึ่งได้มีผู้นำไปพัฒนาโดยคิดค้นเพิ่มเติมจนได้หลักการที่จะทำให้การจัดสำนักงานรวมถึงสภาพภายในและบริหารดีขึ้น ซึ่งแนวความคิดนี้เกิดขึ้นประมาณปี ค.ศ. 1960 (พ.ศ. 2503) ได้นำมาใช้ในแถบประเทศทางยุโรปและอเมริกา โดยมีแนวความคิดไปในทางการติดต่อ ประสานงานระหว่างพนักงานในที่ทำงานเป็นหลักใหญ่ (เป็นการติดต่อโดยทางตรง หรือทางโทรศัพท์) ลักษณะการจัดโต๊ะทำงานจะเป็นแบบการจัดกลุ่ม โดยเลือกให้ผู้มาติดต่อกันมากที่สุดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน การจัดโต๊ะจะไม่เป็นแถว ทางเดินไม่ตรงตลอด ไม่เป็นมุมฉาก แต่ละโค้งวนไป-มาระหว่างหมวดหมู่ของกลุ่ม แยกส่วนต่างๆ ให้แยกจากกันเพื่อกันความสับสน และใช้ผนังเตี้ยซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงโยกย้ายได้ง่ายเป็นตัวกั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะการจัดภายในและประโยชน์ใช้สอยของสำนักงานแบบเปิดตลอดและแบบแลนด์เสคป

สำนักงานแบบเปิดตลอด	สำนักงานแบบแลนด์เสคป
1. เน้นเรื่องการใช้พื้นที่ และการติดต่อภายในทั้งทางตรงและทางโทรศัพท์	1. เน้นเรื่องการติดต่อประสานงานระหว่าง พนักงานในที่ทำงานเป็นหลักใหญ่ โดย เฉพาะในกลุ่มทำงานเดียวกัน
2. เหมาะสมกับหน่วยงานที่มีพนักงานจำนวนมาก และต้องการที่จะควบคุมการติดต่อประสานงานภายในอย่างทั่วถึงโดยสะดวก และรวดเร็ว	2. เน้นเรื่องการยืดหยุ่น (Flexibility) ตลอดจนระยะเวลาการทำงาน
3. การทำงานใน Open Plan ที่มีพนักงานจำนวนมาก บางครั้งไม่เหมาะสมกับการทำงานที่ต้องการ และต้องติดต่อปรึกษาหารือกันเป็นส่วนตัว เนื่องจากไม่มีการกั้นผนัง นอกจากจะต้องกั้นห้องเฉพาะ	3. Landscape สามารถทำให้เห็นลักษณะ Grouping privacy เพื่อเฉพาะบุคคลได้โดยใช้ Partition เคลื่อนที่เคลื่อนย้ายได้
4. ในสำนักงานที่มีพนักงานจำนวนมากและทำงานอยู่ใน Floor เดียวกัน อาจทำให้ดูสับสนระหว่างหน่วยงานถ้าไม่มีการกั้นส่วน	4. ผู้มาติดต่อสามารถทำได้สะดวกกว่า เนื่องจากคำนึงถึงการติดต่อทั้งจากภายนอกและภายในเป็นสำคัญ
4. การจัด Lay-out ของเฟอร์นิเจอร์ทั่วไปจะเป็นแบบเรขาคณิต ซึ่งจะดูเป็นระเบียบ แต่ถ้ามีจำนวนมากเกินไปก็ทำให้เบื่อหน่าย	5.สร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี เพราะคำนึงถึงความต้องการด้านจิตใจ และด้านกายภาพ
5. ส่วนทำงานสำหรับผู้บริหาร หัวหน้า พนักงานจะแยกออกไปต่างหาก โดยจัดเป็นห้องเฉพาะ	6.การจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์จะไม่เน้นแถวตามเรขาคณิต ทางเดินจะไม่ตรงตลอดเนื่องจากการจัดโต๊ะทำงานจัดแบบเป็นกลุ่ม แต่จัดให้เฟอร์นิเจอร์ภายในกลุ่มหันไปในทิศทางเดียวกัน ก็ทำให้ดูเป็นระเบียบดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.4 สรุปและเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของการจัดสำนักงานแบบแยกห้องเฉพาะ

ข้อดี	ข้อเสีย
1. การทำงานมีลักษณะเป็นส่วนตัว (Privacy) ทำงานได้อย่างสบายไม่จำต้องกังวลกับคนทำงานในแผนกอื่น	1. ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างสูง เนื่องจากต้องมีการกั้นผนังแบ่งเป็นห้อง ๆ และยังสิ้นเปลืองเนื้อที่โดยใช่เหตุ
2. เน้นถึงความเป็นระเบียบ และตำแหน่งหน้าที่	2. ทำการโยกย้ายเปลี่ยนแปลงได้ยากเมื่อมีการขยายหน่วยงานในอนาคต
3. ทำให้ผู้ทำงานใช้สมองในการทำงานและตัดสินใจได้อย่างมีสมาธิ ปราศจากการรบกวนจากภายนอก	3. ต้องคอยระมัดระวังเพื่อป้องกันการเกิดอัคคีภัยเป็นอย่างมาก เพราะการแยกห้องยากต่อการป้องกัน และทราบเหตุได้โดยฉับพลัน
4. เหมาะสมสำหรับการทำงานที่ต้องการประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะสำนักงานที่ดำเนินธุรกิจด้านบริหารส่วนใหญ่	4. ขาดความเป็นกันเอง ตลอดจนการติดต่อประสานงานกับพนักงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า
5. การควบคุมสภาพแวดล้อมภายในทำได้ง่ายไม่ค่อยมีปัญหาสลับซับซ้อนนัก	5. จำเป็นต้องใช้โถงทางเดินกลาง (Corridor) เป็นตัวกำหนดเส้นทางติดต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 สรุปและเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของการจัดสำนักงานแบบเปิดโล่ง

ข้อดี	ข้อเสีย
1. ไม่มีผนังกั้น ช่วยประหยัดค่าก่อสร้าง	1. ส่วนใหญ่ขาดลักษณะความเป็นส่วนตัว คนที่ทำงานอยู่ต้องคอยกังวลกับคนทำงานในแผนกอื่น
2. ง่ายต่อการโยกย้ายเปลี่ยนแปลงตามความต้องการ ทั้งตามความกว้างและความลึก	2. มีปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมสภาพแวดล้อมทั่วไปภายในสำนักงาน เช่น เสียงรบกวนการให้แสงสว่างและระบบปรับอากาศ ต้องมีคุณภาพดีและให้แสงสม่ำเสมอ
3. มีความเหมาะสมของการใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่า ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลที่ได้รับมากที่สุด	
4. การติดต่อประสานงานทั้งภายในและกับบุคคลภายนอกเป็นไปด้วยความรวดเร็ว มีความคล่องตัว	
5. สร้างความเป็นกันเองในกลุ่มทำงาน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	
6. ไม่ต้องมีทางเดินเชื่อมระหว่างแผนกกว้างเกินความจำเป็น ช่วยให้พื้นที่เพิ่มขึ้น	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวางผังสำนักงาน (Office Lay-out)

องค์ประกอบที่สำคัญของการวางผังภายในสำนักงานโดยละเอียดประกอบด้วย

1. การจัดพื้นที่ใช้สอย

การจัด Space สำหรับส่วนที่ทำงานภายในอาคารสำนักงาน ขั้นตอนแรกจะเป็นการจัดวางแบบเคร่าๆ ในรูปแบบที่ต้องการ โดยเป็นไปตามความเหมาะสม โดยพิจารณาถึงสัดส่วนของพื้นที่ทำงานทั้งหมดตามต้องการ ตลอดจนทางสัญจรหลัก ต่อจากนั้นก็เป็นการจัด Space สำหรับส่วนทำงานย่อยของแต่ละกลุ่ม รวมทั้งส่วนบริการอื่นๆ เพื่อวางตำแหน่งของ Work Space พิจารณาได้ตามลักษณะความลึกของ Space (Depth of space) ภายในอาคารนั้นๆ

การวางผัง Lay-out แบ่งเป็น 3 ประเภทได้แก่

1.1 การจัดวางผังแบบ Single Zone Lay-out จัดให้ Working area อยู่ด้านใดด้านหนึ่งของอาคาร โดยอีกด้านหนึ่งกำหนดเป็นทางเดินหลัก (Corridor) การวางผังแบบนี้ตั้งแต่อาคารที่มี Depth of space น้อยไปจนถึงลึกมาก

1.2 การจัดวางผังแบบ Double Zone Lay-out จัดให้มี Working area อยู่ทั้งสองด้านของอาคาร โดยมีโถงทางอยู่ตรงกลาง ใช้ได้ทั้งอาคารสำนักงานแบบ Shallow space และ Medium space

1.3 การจัดวางผังแบบ Tripple Zone Lay-out ลักษณะคล้ายกับจัดแบบ Double Zone Lay-out แต่เพิ่มส่วนบริการไว้ตรงกลางและปลายทั้งสองของทางเดินร่วมการจัด Space แบบนี้จะพบในอาคารสำนักงานขนาดกลางที่เป็น Medium space

การบริหารพื้นที่และการจัดแผนผังสำนักงาน (Space Management and Office Lay-out)

การบริหารพื้นที่ (Space Management) เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ทางกายภาพในสำนักงาน ประกอบด้วย การออกแบบตัวอาคาร เช่น ตำแหน่งหน้าต่าง ลิฟท์ เครื่องปรับอากาศ ระบบไฟฟ้า การกำหนดที่ตั้งของฝ่ายต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการขององค์การ การพิจารณาจำนวนและลักษณะของบุคลากรที่เหมาะสมในปัจจุบัน และที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ลักษณะต่าง ๆ ที่ต้องมีการปฏิบัติการกำหนดอุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้งานบรรลุผล[1]

---

[1] Lewis Keeling, Adminstrative Office Management. P.73

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดแผนผังสำนักงาน (Office Lay-out) มีผู้ให้ความหมายของการจัดการแผนผังสำนักงานได้ดังนี้

1. การจัดแผนผังสำนักงาน คือ การจัดบรรดาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับเนื้อที่ที่มีอยู่เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุด และให้ความสัมพันธ์ระหว่างวัสดุ อุปกรณ์

2. การจัดแผนผังสำนักงานนั้น เป็นการจัดให้มีความคล่องตัวอย่างสมบูรณ์ที่สุด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

3. การจัดการแผนผังสำนักงานนั้น หมายความถึงการจัดโต๊ะ เครื่องจักร และเครื่องมือต่างๆ เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ

4. การจัดแผนผังสำนักงาน "เป็นการจัดวัสดุ อุปกรณ์ และส่วนประกอบต่างๆ ภายในสำนักงานให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีอยู่ ส่วนการบริหารพื้นที่เป็นเรื่องของการบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ เพื่อให้เกิดผลผลิตสูงสุดและประสิทธิภาพสูงสุดโดยใช้ต้นทุนต่ำสุด"[1] การบริหารพื้นที่เป็นกิจกรรมที่จะต้องทำต่อเนื่องกันไปและเป็นลักษณะงานบริหาร การจัดแผนผังสำนักงานเป็นกิจกรรมหนึ่งของการบริหารพื้นที่

<u>วัตถุประสงค์ของการบริหารพื้นที่ในสำนักงานและการจัดแผนผังสำนักงาน</u>

การบริหารพื้นที่และการจัดแผนผังงานมีวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. เพื่อจัดให้มีพื้นที่ในสำนักงานที่เพียงพอและถูกใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด
2. เพื่อให้บุคลากร ลูกค้า และผู้มาติดต่อสะดวกสบายและเกิดความพอใจ
3. เพื่อให้การไหลของงานมีประสิทธิผลและประหยัดต้นทุน
4. เพื่อกำหนดตำแหน่งงานให้เกิดวิธีการปฏิบัติ และมีระบบการหมุนเวียนของงาน (Work Flow) ที่มีประสิทธิภาพ
5. เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากการใช้พื้นที่ร่วมกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เช่น แสงสว่าง เสียง สี และอากาศ ที่เหมาะสม
6. เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการจัดผังสำนักงาน และการขยายปริมาณงานในอนาคต
7. เพื่อให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสะดวก รวดเร็ว
8. เพื่อการตรวจสอบแผนการบริหารพื้นที่และมีการปรับปรุงได้เมื่อความจำเป็น
9. เพื่อให้สะดวกต่อการควบคุมบังคับบัญชา
10. เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กันที่เหมาะสมระหว่างเครื่องใช้ และบุคลากรในแต่ละขั้นตอนของงาน

---

[1] C.L. Littlefield, Management of Office Operations. P. 204

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มูลเหตุที่มีการจัดแผนผังสำนักงานและการบริหารพื้นที่สำนักงาน

สาเหตุที่ต้องมีการจัดแผนผังสำนักงานและการบริหารพื้นที่สำนักงาน มีดังนี้

1. ราคาของเนื้อที่ที่จะใช้เป็นสำนักงานมีราคาแพงมาก หรือมีความต้องการเนื้อที่ในการทำงานมากขึ้น หรือเพราะมีการขยายงานหรือต้องการเปลี่ยนแปลง

2. ความยุ่งยากในการทำงานเพิ่มขึ้น หรือเมื่อมีการเปลี่ยนย้ายสำนักงานเพื่อปรับปรุงสำนักงาน

หลักทั่วไปในการจัดแผนผังสำนักงานและการบริหารพื้นที่ในสำนักงาน

หลักเกณฑ์ทั่วไปมีดังนี้

1. ลดการติดต่อสื่อสารที่ไม่จำเป็นให้สายทางเดินของงาน (Work Flow) ตรงไปข้างหน้าในลักษณะเส้นตรง หรือเป็นรูปวงกลม เป็นรูปตัว U หรือ L เพื่อลดการเคลื่อนไหวอันไม่จำเป็นของบุคคลและของงาน คือไม่ทำงานเดินวกวนกลับไปกลับมา

2. บริเวณห้องโถงขนาดใหญ่จะดีกว่าห้องขนาดเล็ก เพราะการควบคุมบังคับบัญชาจะทำได้ง่ายและการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลรวดเร็วขึ้น

3. ม่าน ฉากกั้น หรือฝากั้นที่เคลื่อนย้ายได้จะดีกว่าผนังถาวรเพื่อการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงในอนาคต

4. หลังจากใช้พื้นที่ควรจะมีการใช้อย่างประหยัด โดยยึดหลักว่าไม่ทำให้พื้นที่แลดูคับแคบ ปราศจากการกีดขวางทางให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

5. สำนักงานที่จำเป็นต้องติดต่อกับบุคคลทั่วไป เช่น ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายขาย ฝ่ายบุคคล ก็ควรจัดไว้ในที่สะดวกในการติดต่อ ส่วนสำนักงานที่ต้องอาศัยความสงบและสมาธิในการทำงาน เช่น งานบัญชี คอมพิวเตอร์ ควรจัดไว้ในที่สงบไม่มีคนพลุกพล่าน

6. การจัดสรรพื้นที่ ควรยึดหลักการไหลเวียนของงานและความเกี่ยวข้องของงาน แผนกการเงินและการบัญชีควรอยู่ติดกัน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรอยู่ทำเลที่ติดต่อได้ง่ายที่สุด

7. การคาดคะเนความต้องการด้านสถานที่ในอนาคต ควรจะทำพร้อมๆ กัน การคาดคะเนยอดขายและมาเปรียบเทียบกัน

8. หน่วยงานที่เป็นศูนย์บริหารแก่ฝ่ายต่างๆ ควรอยู่ตำแหน่งใกล้ที่ให้ความสะดวกแก่หลายฝ่ายโดยเฉพาะบุคลากรที่เกี่ยวข้องโดยตรง

9. งานที่คล้ายคลึงกัน หรืองานที่ติดต่อกันบ่อยๆ ควรอยู่ใกล้กัน เพื่อลดเวลา และระยะทางในการติดต่อ

10.เฟอร์นิเจอร์และวัสดุอุปกรณ์ ควรจัดไว้เป็นแนวเส้นตรง เพื่อความเป็นระเบียบและเพื่อให้การไหลของงานเป็นเส้นตรง

11.ควรมีที่ว่างเหลือพอสมควรสำหรับงานที่จะเพิ่มขึ้นและสำหรับความสะดวกสบายของพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12.ขนาดของเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ ควรเตรียมไว้เพื่องานขยายขึ้นในอนาคต

13.ช่องทางเดินระหว่างที่นั่งควรกว้างพอที่จะเดินผ่าน โดยไม่กระทบโต๊ะของพนักงาน

14.พนักงานควรนั่งหันหน้าไปทางเดียวกัน และให้ผู้บังคับบัญชาอยู่ด้านหลังคุมลูกน้อง

15.ไม่ควรจัดโต๊ะพนักงานหันหน้าเข้าหาแสดงสว่าง ควรให้แสงสว่างมาจากข้างบนด้านข้างหรือด้านหลังของพนักงาน

16.ควรจัดหน่วยงานที่ต้องใช้ที่มีเสียงดังไว้ในสถานที่ที่เก็บเสียง เพื่อป้องกันการรบกวนหรือห้องส่วนตัว

17. พนักงานที่ต้องติดต่อกับคนจำนวนมาก หรือมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรอยู่ในที่ที่จะพบปะติดต่อได้ง่าย

18. มีแสงสว่าง เครื่องปรับอากาศ สี ที่เหมาะสม

19.ควรจัดให้มีห้องพักผ่อนและสโมสร เพื่อให้พนักงานได้พบปะพูดคุยกันเมื่อเวลาหยุดพัก

2.1.4 เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องใช้สำหรับสำนักงาน

พนักงาน และเนื้อที่ในการทำงานที่เหมาะสมกันย่อมทำให้สำนักงานสมบูรณ์ แต่สำนักงานจะสมบูรณ์ไปไม่ได้ถ้าปราศจากอุปกรณ์ในสำนักงาน คือ เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องใช้สำนักงาน

ลักษณะของเฟอร์นิเจอร์

เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้อยู่ในสำนักงานนั้น ส่วนมากจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบมาในแบบเรียบง่าย เน้นประโยชน์ใช้สอย และมีความสัมพันธ์กันกับของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี ในเวลาที่จะใช้เฟอร์นิเจอร์เหล่านั้น

ลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ที่จะออกมาในสำนักงานนี้ จะต้องใช้หลักในการออกแบบอยู่ 4 ประการด้วยกันคือ

1. <u>ความแข็งแรง</u> ความแข็งแรงของเฟอร์นิเจอร์ที่จะรับน้ำหนักของมนุษย์ และการถูกแรงที่มากระทำต่อเฟอร์นิเจอร์นั้น ทั้งในด้านแรงดึงและแรงฉุดด้วย

2. <u>ความคงทน</u> ความคงทนนี้จะต้องขึ้นอยู่กับวัสดุที่จะนำมาใช้ในการทำเฟอร์นิเจอร์นั้น ๆ ทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ ด้วยเหตุนี้จะต้องเลือกวัสดุต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ให้ถูกต้องกับสภาพภูมิภาคของประเทศนั้น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความสวยงาม ความสวยงามของเฟอร์นิเจอร์ ต้องออกแบบมาให้ผู้ใช้รู้สึกว่ามีความสวยงามน่าใช้

4. ประโยชน์ใช้สอย ให้มีประโยชน์มากที่สุดและเหมาะสมกับสำนักงาน

องค์ประกอบสำคัญในการเลือกเฟอร์นิเจอร์

องค์ประกอบสำคัญ 4 ประการในการเลือกเฟอร์นิเจอร์ที่ถูกต้อง อันสัมพันธ์กับการออกแบบอาคารด้วย

1. สภาพแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ (Immediate Effective Environment) มีความสัมพันธ์กับ 3 สิ่งต่อไปนี้

- งานที่จะทำ
- วิธีการทำงานนั้น
- จะทำงานนั้น ณ ที่ใด

สภาพการทำงานที่ดีของมนุษย์นั้น ต้องให้ความสะดวกสบายทั้งทางกายและจิตใจจึงจะให้ผลดีที่สุด โดยทั่วไปประสิทธิภาพในการทำงานด้วยเครื่องมืออุปกรณ์ที่ดี ช่วยเสริมสร้างความเป็นระเบียบ แต่หากว่าเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้กับงานที่ทำต่างได้รับการออกแบบเหมาะสมกันด้วยแล้ว ทุก ๆ สิ่งที่ต้องการมีอำนวยให้ และสวยงามราบรื่นก็จะช่วยให้ได้งานที่ดีขึ้น

2. การใช้พื้นที่และมีความยืดหยุ่นภายในสำนักงาน (Space and Flexibility) พื้นที่การจัดเฟอร์นิเจอร์ควรมีขนาดเหมาะสม เฟอร์นิเจอร์แต่ละชิ้นต้องมีความยืดหยุ่นที่สำคัญประการแรกคือ ในเรื่องเกี่ยวกับการวางแผนผังในอาคารสมัยใหม่ (Planning Grid) มักจะสัมพันธ์กับขนาดของเฟอร์นิเจอร์ซึ่งเป็นตัวกำหนดขนาดของห้องต่าง ๆ ถ้าเฟอร์นิเจอร์ไม่พอดีกับ Grid จะทำให้มีเนื้อที่สูญเปล่า เฟอร์นิเจอร์ที่ดีจึงมีระบบหน่วยมาตรฐาน (Unit Furniture)

ความยืดหยุ่นที่ได้รับการพิจารณา มีอย่างอื่นอีก 2 ประการที่ต้องคำนึงถึง

- การบำรุงรักษาเฟอร์นิเจอร์
- เนื่องจากความยืดหยุ่นต้องเกี่ยวเนื่องกับการทำงานกับผู้ที่จะใช้งานด้วย เพื่อประสิทธิภาพในการทำงาน

3. ราคาและค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา (First Cost and Maintenance) เพื่อความสมดุลย์และประสิทธิภาพในทางเศรษฐกิจ เฟอร์นิเจอร์ที่จะใช้ในสำนักงานควรจะจับจ่ายในการซื้ออุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพดีมากกว่าที่จะใช้ซื้สัญลักษณ์ที่น่าประทับใจ ดังที่ปรากฏข้อความในเศรษฐศาสตร์

4. รูปร่างลักษณะ (Appearance) รูปร่างลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ก็เช่นเดียวกับของสิ่งอื่น ๆ ที่จะต้องตัดสินด้วย Subjective Criteria ซึ่งส่วนหนึ่งได้แก่การจำเป็นในการตอบสนอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการ 3 ประการด้วยกันคือ ประสิทธิภาพ รูปร่าง สี และวัสดุต่าง ๆ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เครื่องตกแต่งสำนักงาน

การตกแต่งสำนักงาน **(Office Furniture)** ให้ผู้ติดต่อและพนักงานที่ทำงานในสำนักงานเห็นแล้วเกิดความพึงพอใจ ซึ่งการที่จะตกแต่งสำนักงานให้สวยงามและเหมาะสมนั้นมักต้องอาศัยผู้ชำนาญเฉพาะด้าน

เครื่องตกแต่งสำนักงานเป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสำนักงาน ซึ่งมีผลกระทบต่อการทำงานของบุคลากร การตกแต่งสามารถดัดแปลงได้ง่ายตามความพอใจของผู้ใช้

การตกแต่งสำนักงาน หมายถึง การจัดหา จัดวาง เครื่องใช้ต่าง ๆ ในสำนักงานให้เป็นระเบียบและสวยงาม เช่น การปูพื้นห้อง โต๊ะ เก้าอี้ ตู้เก็บเอกสาร ม่าน การปลูกไม้ประดับ เป็นต้น

ข้อควรคำนึงถึงในการเลือกเครื่องตกแต่งสำนักงาน การพิจารณาเลือกเครื่องตกแต่งสำนักงานจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่อไปนี้

1. การออกแบบ ให้พิจารณาถึงรูปแบบ สี ขนาด ให้เหมาะสมกับสำนักงาน
2. ค่าใช้จ่ายในการลงทุน
3. ความทนทาน
4. การประหยัดพื้นที่
5. ความเสียหายจากอัคคีภัย
6. น้ำหนัก
7. ความสะอาด
8. ความสะดวกสบายและการประหยัดแรงงานของพนักงาน
9. การบำรุงรักษาเครื่องตกแต่ง

เครื่องมือเครื่องใช้สำนักงาน

เนื่องจากงานสำนักงานมีปริมาณมาก จึงมีความจำเป็นต้องใช้เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อให้การทำงานรวดเร็ว เรียบร้อย และถูกต้อง

- **ประโยชน์จากการใช้เครื่องใช้สำนักงาน** มีประโยชน์ดังต่อไปนี้
  1. ประหยัดแรงงาน
  2. ประหยัดเวลา
  3. ลดค่าใช้จ่าย
  4. ความถูกต้องและความเป็นระเบียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

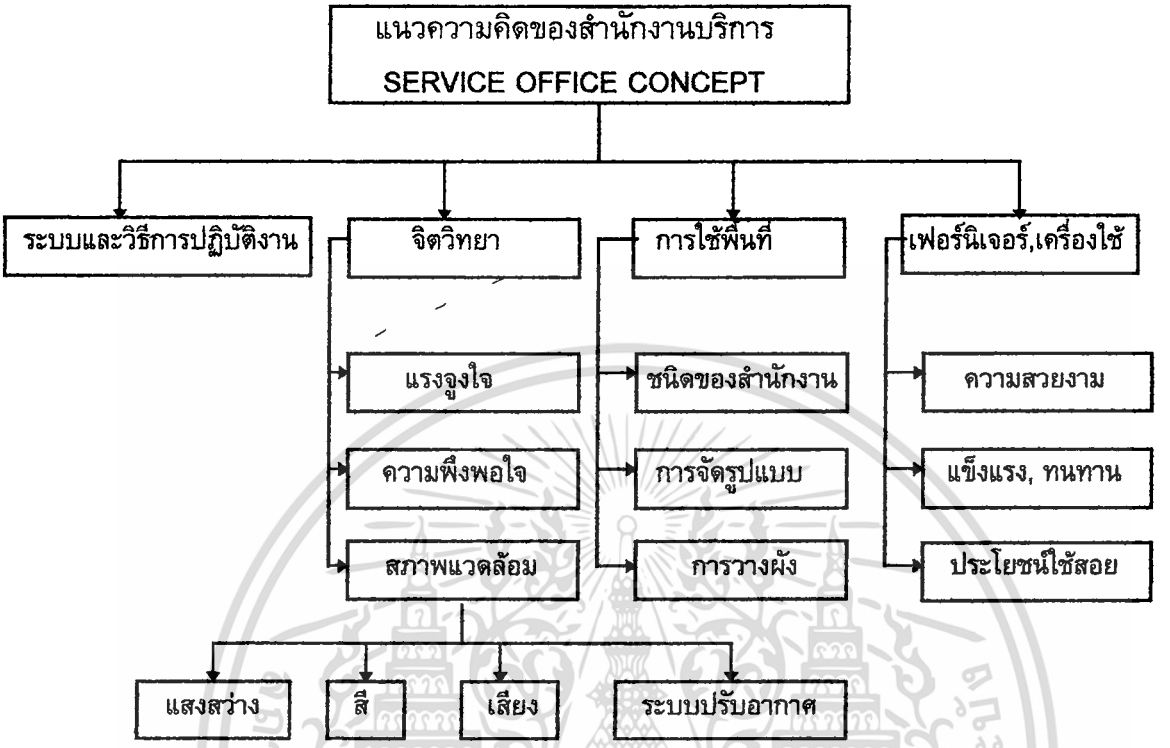
5. ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน
6. การควบคุมได้สะดวก

- **หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกเครื่องมือเครื่องใช้สำนักงาน** การพิจารณาเลือกเป็นสิ่งสำคัญ ข้อที่ควรพิจารณามีดังนี้

1. ความจำเป็นต่อการทำงาน
2. พิจารณาถึงเครื่องใช้ที่เหมาะสมกับงาน
3. พิจารณาถึงผลตอบแทนที่จะได้ หรือรายจ่าย
4. พิจารณาต้นทุน
   - ซื้อ
   - เช่า
5. เปรียบเทียบผลประโยชน์ หรือผลตอบแทน
6. ความเกี่ยวข้องระหว่างบุคลากรกับเครื่องใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.3 แผนผังแสดงแนวความคิดของสำนักงานบริการ (SERVICE OFFICE CONCEPT)



การนำแนวความคิดของสำนักงานบริการ ซึ่งมีปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ตามแผนผังข้างต้น จึงมีความจำเป็นจะต้องศึกษาระบบและวิธีปฏิบัติงานของสำนักงาน, จิตวิทยา, สภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน, การศึกษาการใช้พื้นที่ ตลอดจนการเลือกเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ภายในสำนักงาน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานที่ดียิ่งขึ้น

การศึกษาระบบและวิธีปฏิบัติงานภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ "ระบบ" ในที่นี้ได้ครอบคลุมไปถึง บุคคล เอกสาร เครื่องใช้สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ ตลอดถึงสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน "วิธีปฏิบัติ" **(Method)** หมายถึง แบบแผนในการดำเนินการไปจนถึงกระบวนการปฏิบัติ ลำดับขั้นตอนในการปฏิบัติ **(Procedure)** ให้รู้ถึงแนวทางการดำเนินงานให้เหมาะสมตามนโยบายของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ส่วน "ระบบ" **(System)** หมายถึงกระบวนการปฏิบัติงานโดยมีจุดมุ่งหมายที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย, วิเคราะห์, ปรับปรุง และแก้ปัญหา โดยการกำหนดวัตถุประสงค์, หน้าที่ของบุคลากร และสุดท้ายก็คือ การรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์เพื่อนำไปปรับปรุงให้เหมาะสมกับสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)ในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาจิตวิทยาและสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ โดยศึกษาธรรมชาติของมนุษย์และธรรมชาติขององค์กร เพื่อทราบถึงความต้องการพื้นฐานทั่วๆ ไปของมนุษย์และองค์กร ก่อให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจในการทำงานของบุคคลในองค์กรที่มีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์กร การเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานโดยการเลือกสถานที่ตั้งขององค์กร, สภาพแวดล้อมทั่วไป ตลอดไปจนถึงการจัดบรรยากาศของสำนักงานด้วย แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมไปยังจุดหมายที่ต้องการที่มีผลต่อการทำงาน จะเกิดอยู่ที่ตัวพนักงานจะทำงานได้ดี และมีประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมีมูลเหตุจูงใจในการทำงาน คือ สภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน (Interior Environmental) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน, สีภายในสำนักงาน, เสียงภายในสำนักงาน และการปรับอากาศภายในสำนักงาน เพื่อให้เหมาะสมกับสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

การศึกษาการใช้พื้นที่ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ เพื่อศึกษาตามแนวความคิดของการจัดสำนักงาน (Office Concept) ให้ทราบถึง ชนิดและประเภทของการจัดภายในสำนักงาน (Office Scenery) การวางผังสำนักงาน (Office Lay-out) โดยการจัดพื้นที่ใช้สอยตามความต้องการในการใช้พื้นที่, ทางสัญจร, ส่วนบริการอื่นๆ ส่วนทำงานตามความจำเป็นภายในสำนักงาน และการจัด Space สำหรับการทำงานของแต่ละบุคคล (Work Space for Individual) เนื่องจากพนักงานมีหน้าที่ต่างกันทำให้ความต้องการในการปฏิบัติงานต่างกันด้วย นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาถึงการบริหารพื้นที่และการจัดแผนผังสำนักงาน (Space Management and Office Lay-out) เพื่อกำหนดที่ตั้งฝ่ายต่างๆ เพื่อสนองความต้องการขององค์กร, จำนวนบุคลากร, ลักษณะของหน่วยงาน, เครื่องใช้อุปกรณ์, เฟอร์นิเจอร์ และระบบต่างๆ ที่จำเป็น ตลอดไปจนถึงแนวทางในการขยายตัวในอนาคตของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศอีกด้วย

การศึกษาเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ เพื่อศึกษาระบบและวิธีปฏิบัติงานขององค์กร และทราบถึงพื้นที่ในการทำงานที่เหมาะสม ย่อมทำให้สำนักงานสมบูรณ์ แต่สำนักงานจะสมบูรณ์ไม่ได้ถ้าปราศจากอุปกรณ์สำนักงาน คือ เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องใช้สำนักงาน จึงต้องทำการศึกษาลักษณะของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงานโดยเน้นประโยชน์ใช้สอยที่สัมพันธ์กับสรีระของมนุษย์ได้ดีในเวลาใช้งาน โดยคำนึงถึงความแข็งแรง, ความคงทน, ความสวยงาม และสำคัญมากที่สุดคือประโยชน์ใช้สอยให้เหมาะสมกับสำนักงาน เครื่องใช้ภายในสำนักงานเป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสำนักงานมีผลกระทบต่อผู้มาติดต่อ และพนักงาน ทำให้เกิดความพึงพอใจและความสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปการศึกษาแนวความคิดของสำนักงานบริการ (Service Office Concept) ดังกล่าวต้างต้นจะเห็นได้ว่าการจัดสภาพแวดล้อมมีความจำเป็นทั้งทางด้านกายภาพและจิตใจ ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจ จึงนำทฤษฎีมาเป็นแนวทางความคิดในการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Office ของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดของสำนักงานอัตโนมัติ (Office International) ในระบบนานาชาติ

2.2.1 ความหมายของสำนักงานอัตโนมัติ (บางทีอาจเรียกว่า "สำนักงานยุคใหม่")

การให้ความหมายของสำนักงานอัตโนมัตินั้น อาจพูดได้ว่ายังไม่คำอธิบายที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นสากลว่ามีความหมายกว้างขวาง หรือลึกซึ้งแค่ไหน ซึ่งก็มีนักวิชาการด้านการจัดการสำนักงานหรือผู้อยู่ในวงการสำนักงานให้ความหมายไว้หลาย ๆ อย่าง ดังต่อไปนี้

"สำนักงานอัตโนมัติ" คือ การสร้างระบบที่ใช้ในการประมวลข่าวสารข้อมูลไม่ว่าจะเป็นอยู่ในรูปแบบของข้อมูลที่เป็นตัวเลข รูปภาพ ข้อความและเสียงที่ไม่มีรูปแบบให้เป็นข้อมูลที่มีระบบเป็นรูปแบบสามารถเก็บ และเรียกมาใช้งานได้ตามที่ต้องการ จากความหมายที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเพียงคอมพิวเตอร์ที่ใช้กันอยู่อย่างเดียวจึงไม่อาจสนองความต้องการได้ทั้งหมด เพราะคอมพิวเตอร์ยังไม่สามารถที่จะรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทุกรูปแบบได้ทั้งหมด ดังนั้นการมีคอมพิวเตอร์ใช้ในสำนักงานจึงไม่อาจพูดได้ว่ามีระบบสำนักงานอัตโนมัติในที่นั้น ๆ จนกว่าคอมพิวเตอร์นั้นจะสามารถประมวลผลต่อข่าวสารข้อมูลรูปแบบต่าง ๆ ได้ เพื่อให้การบริหารข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ สะดวกรวดเร็วและปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการเกิดระบบสำนักงานอัตโนมัติคือ ระบบการสื่อสาร โทรคมนาคม ซึ่งเป็นสื่อสารเชื่อมต่อในการรวบรวมแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ดังนั้นควรได้เปรียบและเสียเปรียบจึงวัดกันที่ใครมีข้อมูลข่าวสารเพื่อการนำมาตัดสินใจได้ดีกว่า ถูกต้องกว่า ทันสมัยกว่า และรวดเร็วกว่า

"ระบบสำนักงานอัตโนมัติ คือ การรวมผลิตภัณฑ์หลายชนิดเข้ามาอยู่ในระบบเดียวกัน หรือเชื่อมต่อให้ทำงานสัมพันธ์กันโดยอาศัยระบบสื่อสารทางโทรคมนาคมเป็นตัวเชื่อมหาใช้การซื้ออุปกรณ์อีเล็กทรอนิคส์มาเพียง 2-3 อย่าง โดยมิให้ทำงานประสานกัน

"ระบบสำนักงานอัตโนมัติ" คือ ระบบการสื่อสารข้อมูล ความคิดเห็นไปสู่ผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการเก็บสะสมข้อมูล ทั้งนี้โดยใช้ระบบการทำงานของคอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

"สำนักงานอัตโนมัติ" คือ กระบวนการในการนำเทคโนโลยีมาช่วยคนในสำนักงานให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้น อาจจะมีอุปกรณ์เครื่องทุ่นแรง และประหยัดเวลาชนิดต่าง ๆ เช่น ระบบไปรษณีย์อีเล็กทรอนิกส์ ระบบการต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ต่างขนาดกัน ตลอดจนการใช้ซอฟแวร์ต่าง ๆ

เทคโนโลยีหลักสำหรับงานสำนักงานอัตโนมัติมีอยู่ 3 ประเภท คือ

- เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ หมายถึง อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ทั้งหมด
- เทคโนโลยีสำนักงาน ได้แก่ เครื่องพิมพ์ดีดที่ใช้ทำสำเนาได้หลายชุด เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น
- เทคโนโลยีการสื่อสาร ได้แก่ โทรศัพท์ การสื่อสารผ่านดาวเทียม

"สำนักงานอัตโนมัติ" คือ การสื่อสารสมัยใหม่ที่ใช้ในสำนักงาน OA ซึ่งได้แก่ การสร้างดัดแปลง ตกแต่งข้อมูลนำไปเก็บไว้ และนำเอามาใช้ได้อีก รวมทั้งส่งผ่านต่อไปได้ Dr.Hitoshi Watanabe ได้กล่าวถึงระบบการติดต่อสื่อสารสมัยใหม่ดังนี้

- การสร้างข้อมูล (Information generation)
- การเก็บรักษาข้อมูล และการนำข้อมูลกลับมาใช้ (Information storage and retrieval)
- การสื่อสารข้อมูล (Information transmission)

ในสมัยก่อน ความหมายของการสื่อสารนั้นมีเพียงแต่การสื่อสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับเท่านั้น แต่ในปัจจุบันนอกจากการส่งผ่านข้อมูลแล้วยังต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล (Information relation) การสร้างข้อมูล (Information creation) การเก็บข้อมูลและการนำข้อมูลกลับมาใช้ (Information storage and retrieval) เมื่อรวมสิ่งนี้เข้าด้วยกันแล้ว ก็จะเป็นการสื่อสารสมัยใหม่และสื่อที่ใช้ก็ไม่ใช่เป็นเพียงแต่เสียงพูด การเขียน หรือข้อมูลธรรมดาแต่จะเป็นรูปภาพ กร๊าฟตัวหนังสือ ฯลฯ รวมกัน ซึ่งระบบสื่อสารสมัยเก่าเป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งในการสื่อสารสมัยใหม่

"สำนักงานอัตโนมัติ" หมายถึง การจัดระบบการดำเนินงานภายในสำนักงานด้วยระบบอัตโนมัติทั้งหมดด้วยบทบาทของ "คอมพิวเตอร์"

<u>องค์ประกอบของการจัดสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation)</u>

OA ประกอบด้วยข้อมูลตัวเลข รูปภาพ ข้อความ และเสียงที่สามารถเชื่อมโยงกันได้หมด และจุดเริ่มต้นของ OA เป็นการต่อคอมพิวเตอร์เข้ากับเครื่องพิมพ์ดีด โทรศัพท์ที่สามารถทำงานได้อย่างอัตโนมัติ และจะพัฒนาถึงขั้นสามารถใช้โดยไม่ต้องเปลี่ยนเครื่อง จนนำโทรศัพท์มาใช้เป็นหัวใจสำคัญของ OA ที่จะขยายเครือข่ายออกไปได้ทั่วถึงทุกจุดในอนาคตข้างหน้า OA จะพยายามหาวิธีการเชื่อมอุปกรณ์ต่าง ๆ หรือเครื่องใช้ในสำนักงานที่มีอยู่แล้วไม่ว่าจะเป็นยี่ห้อใดก็ตามมาใช้ร่วมกันได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นจะเห็นว่ามีความแตกต่างของความหมายคำว่า "สำนักงานอัตโนมัติ" อยู่มากมาย เพราะผู้นำด้านนี้ คือ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ก็มีแนวความคิดในด้านนี้ไม่เหมือนกัน โดยสหรัฐอเมริกามองว่าสำนักงานอัตโนมัติต้องเป็นระบบประสานงานกัน แต่ญี่ปุ่นมองเห็นว่า OA เป็นการหาเครื่องมือหรือวิธีการใด ๆ ก็ตามเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการทำงานในสำนักงาน ดังนั้นสำนักงานใดที่มุ่งเครื่องมืออุปกรณ์เพียงแต่เครื่องคิดเลขไฟฟ้าเท่านั้น ก็อาจเรียกว่า สำนักงานอัตโนมัติได้

นอกจากนั้นผู้เกี่ยวข้องกับวงการ OA ยังมองความสัมพันธ์ของคนที่ทำงานอยู่ในสำนักงานร่วมกับวัตถุต่าง ๆ ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ เครื่องจดบันทึกคำบอก เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ดีดและอุปกรณ์ต่าง ๆ ในลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างคนกับเครื่องจักร (Man Machinerelation) และพยายามจัดสร้างที่ทำงานให้เหมาะสมกับการรองรับเครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัยอื่น ๆ

Dr.Hitoshi Watanabe รองประธานบริษัท NEC ฝ่าย OA ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับ OA ว่าแม้ปัจจุบันนี้จะมีการกล่าวขวัญถึงเรื่อง Office Automation กันอย่างแพร่หลาย แต่ Office Automation ที่สมบูรณ์แบบจริง ๆ ก็ยังเป็นเพียงเป้าหมายในอนาคตเท่านั้น ปัจจุบันยังไม่มีระบบ OA ที่สมบูรณ์แบบจริง

<u>วัตถุประสงค์ของการจัดสำนักงานอัตโนมัติ</u>

จุดประสงค์สูงสุดของการจัดสำนักงานอัตโนมัติ คือ การจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อที่จะช่วยเหลือผู้ปฏิบัติงานในสำนักงาน ในการรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์หาวิธีการแก้ปัญหาที่เป็นไปได้ และเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ให้ผู้อื่นได้ทราบวัตถุประสงค์ของการนำ OA มาใช้ คือ

1 ต้องการความสะดวก

2 ต้องการสั่งผ่านสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง

3 เพื่อลดปริมาณคนงาน และปริมาณงานทางด้านสารสนเทศ

4 ต้องการความยืดหยุ่น

5 เพื่อที่จะสามารถขยายงานได้ต่อไปในอนาคต

<u>ประโยชน์ของสำนักงานอัตโนมัติ</u>

1 ได้ข้อมูลรวดเร็วทันกับความต้องการ จากอดีตที่ผ่าน ๆ มา ปัญหาที่ยุ่งยากของผู้บริหารคงหลีกไม่พ้นงานที่จะต้องตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลในอดีต อันเป็นข้อมูลเก่า ระบบสำนักงานธรรมดามีความยุ่งยากเสียเวลาในการค้นหาตรวจสอบ ทำให้บางครั้งได้ข้อมูลกลับมาไม่ทันเวลา จนเกิดการตัดสินใจผิดพลาดหรือพลาดโอกาสทองไปหลายต่อหลายครั้ง ซึ่งในขณะที่จะต้องการแข่งขันกันนับเป็นเรื่องที่ต้องแก้ไขให้ดีขึ้น

2 ข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องมากขึ้น ระบบสำนักงานอัตโนมัตินี้จะช่วยลดที่ผิดพลาดลงไปได้มาก เพราะมีเวลาที่จะมาตรวจสอบมากขึ้น ระบบการทำงานเป็นระเบียบ ตรวจสอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ง่ายกว่าการจัดการข้อมูลแบบเดิมทำด้วยแรงงานคน โอกาสเกิดความผิดพลาดจึงสูงกว่า ยิ่งถ้ามีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขหลาย ๆ หนแล้วก็ยิ่งพบว่ามีโอกาสผิดพลาดมากขึ้นไปอีก

3 ประหยัด คงต้องใช้การประเมินผลในระยะยาว เพราะระบบคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อีเล็คทรอนิกส์ในสำนักงานอัตโนมัติจะมีทุนค่อนข้างสูง ระบบนี้จะช่วยให้ประหยัดในด้านใดบ้าง ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คงเป็นการประหยัดเวลา ทำให้สามารถนำเวลาที่เหลือไปสร้างสรรค์สิ่งที่มีประโยชน์ได้มากขึ้น ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประหยัดเนื้อที่ถ้าใช้ระบบเก็บเอกสารอีเล็คทรอนิกส์ ลดเวลาในการรื้อค้นข้อมูล ช่วยลดจำนวนการเพิ่มขั้นของพนักงานลงได้ เพราะสำนักงานอัตโนมัติมีประสิทธิภาพในการทำงานสูง ทำงานได้หลาย ๆ อย่างโดยไม่ต้องอาศัยคนหรือสามารถทดแทนคนได้จำนวนมาก จึงสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือนพนักงานได้

4 เพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดต่อสื่อสารการใช้ระบบการทำงานของคอมพิวเตอร์ซึ่งปรากฏข้อมูลบนจอภาพ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดต่อสื่อสาร เพราะสามารถใช้ประสาทสัมผัสทางตา และหู ไปพร้อมกัน จึงช่วยให้เกิดความเข้าใจและความจำสมบูรณ์ขึ้นกว่าการใช้สื่อความหมายด้านภาพ หรือเสียงเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง พร้อมทั้งสื่อสารได้ไกลและกว้างขึ้น นอกจากนั้นช่วยลดความจำเจซ้ำซากของงานลงได้มาก ซึ่งเป็นผลทางจิตวิทยาคือทำให้ไม่เบื่องานเร็วขึ้น

2.2.2 ลักษณะปฏิบัติการของการจัดสำนักงานอัตโนมัติ

การได้นำระบบสำนักงานอัตโนมัติเข้ามาแก้ปัญหาต่างๆ นั้น สิ่งที่ระบบสำนักงานอัตโนมัติก่อให้เกิดขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับระบบสำนักงานธรรมดาที่มีลักษณะเดิมดังนี้

1 การรับข้อมูลเข้าในสำนักงานอัตโนมัติ

ผู้ที่ต้องการจะสั่งงานหรือเขียนข้อความใดแทนที่จะจดด้วยมือ หรือพิมพ์ดีดลงบนกระดาษ ก็สามารถใช้ฮาร์ดแวร์ทำการบันทึกข้อความลงบนสื่อกลางระบบแม่เหล็กได้ทันที แล้วตรวจทานข้อความที่ปรากฏบนจอภาพ พบที่ผิดหรือต้องการเพิ่มเติมอะไรก็ทำได้ทันที โดยแก้หรือเพิ่มเฉพาะส่วนนั้นไม่ต้องพิมพ์ใหม่หมดทั้งแผ่น เหมือนกับบันทึกลงบนกระดาษธรรมดา จึงไม่ต้องสิ้นเปลือกกระดาษที่จะต้องโยนทิ้ง เมื่อทำผิดในกรณีที่ผู้สั่งงานไม่สามารถที่จะทำการพิมพ์เข้าเครื่องในขณะนั้นได้ทันที ก็สามารถใช้เครื่องเทปบันทึกสั่งงานอัตโนมัติพูดสั่งงานลงเก็บไว้ก่อนโดยเครื่องจะบันทึกเสียงผ่านสายโทรศัพท์มาโดยอัตโนมัติ และเมื่อผู้รับได้ตรวจสอบดูพบว่า มีการสั่งงานลงเครื่องก็จะทำการถอดความโดยใช้เครื่องถอดความแล้วพิมพ์ลงเก็บในสื่อกลางระบบแม่เหล็กของฮาร์ดแวร์นั้น ๆ ได้ทันที

2 การจัดการประมวลผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อผ่านขั้นที่ 1 ซึ่งไม่ต้องกระดาษเลย ก็เป็นการนำข้อมูลที่บันทึกไว้แล้วในสื่อกลางระบบแม่เหล็ก เช่น เทป หรือดิสต์ของคอมพิวเตอร์ หรือเวิร์ดโพรเซสเซอร์ไปใช้ การเก็บข้อมูลในระบบอีเล็กทรอนิคส์นี้ ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ได้หลายรูปแบบ เช่น การจัดหน้าใหม่ การเปลี่ยนรูปแบบของการวางเรื่อง ลดหรือเพิ่ม เว้นวรรคหรือย่อหน้าหรือเปลี่ยนบรรทัด การเปลี่ยนคำขึ้นต้น และลงท้ายในจดหมายเมื่อเห็นว่าถูกต้องแล้วก็สั่งให้พรินเตอร์ที่พ่วงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ออกมา แต่ถ้าไม่ต้องการใช้เดี๋ยวนั้นยังสามารถถ่ายทอดข้อความลงบันทึกในระบบเก็บเอกสารอีเล็กทรอนิคส์ เพื่อมิให้สิ้นเปลืองหน่วยความจำของคอมพิวเตอร์ หรือเวิร์ดโพรเซสเซอร์นั้น ๆ ได้เช่นกัน เมื่อสิ้นสุดกระบวนการเก็บข้อมูลต่อมาคือการดึงข้อมูลที่เก็บไว้ออกมาใช้ ซึ่งสามารถทำได้โดยการค้นหาจากดัชนีที่ทำไว้ตอนเก็บข้อมูล ดัชนีอาจกำหนดตามเนื้อหาชื่อผู้เก็บ วันที่ที่เก็บ เพื่อให้สะดวกแก่การเรียกใช้ในภายหลัง เมื่อได้กดรหัสตามดัชนีของข้อความที่ต้องการแล้ว เครื่องคอมพิวเตอร์จะค้นหาให้อย่างรวดเร็วให้ไปปรากฏบนจอภาพในชั่วเวลาเพียงไม่กี่วินาทีเท่านั้น และถ้าต้องการได้ข้อมูลออกมาก็สามารถสั่งพรินเตอร์ให้พิมพ์ข้อมูลลงบนกระดาษได้อย่างรวดเร็วทันใจอีกเหมือนกัน จะเห็นได้ว่าระบบเก็บและค้นหาเอกสารอีเล็กทรอนิคส์ไม่ใช้จะสะดวก และรวดเร็วแต่เพียงอย่างเดียว หากยังช่วยประหยัดเนื้อที่ที่จะต้องเก็บเอกสารได้อย่างมหาศาล และยังให้ความปลอดภัยกับข้อมูลบางอย่างโดยใช้รหัสเฉพาะของแต่ละบุคคล อันเป็นรหัสลับ ซึ่งผู้ทราบรหัสเท่านั้นจึงจะสามารถดึงข้อมูลไปใช้ได้

3 การเตรียมนำข้อมูลออก

ในขั้นตอนนี้สำหรับสำนักงานอัตโนมัติ จะไม่แตกต่างจากสำนักงานธรรมดามากนัก คือ เมื่อต้องการทำสำเนาเอกสารบางอย่างก็สั่งให้พรินเตอร์พิมพ์ออกมาแล้วนำไปถ่ายเอกสาร จนได้จำนวนตามต้องการเพื่อเตรียมนำส่งให้แก่ผู้เกี่ยวข้องต่อไป และถ้าได้พัฒนาให้สมบูรณ์ถึงขั้นแล้วก็อาจสามารถส่งข้อมูลให้แก่บุคคลใด ๆ ได้โดยตรง โดยใช้ส่งสัญญาณดิจิทัล ผ่านสื่อกลางการคมนาคม เช่น สายโทรทัศน์ สายเคเบิล หรือดาวเทียม ซึ่งในอนาคตข้างหน้าคงทำได้ (ดิจิทัล คือ สัญญาณซึ่งจะแปลข้อมูลตัวเอง ข้อความภาพและแม้กระทั่งเสียงให้เป็นสัญญาณ 0 หรือ 1 แล้วจัดระบบเพื่อเก็บหรือส่งไปตามสายเคเบิลสำหรับการสื่อสาร)

4 การส่งข้อมูลออก

ในสำนักงานธรรมดา การส่งข้อมูลนอกบริษัทต้องอาศัยระบบไปรษณีย์ของรัฐหรือบริการส่งไปรษณีย์ของเอกชน แต่สำนักงานอัตโนมัติมีความสามารถสูงกว่า เพราะนอกจากจะเก็บและเรียกใช้ข้อมูลได้แล้ว ยังส่งข้อมูลในรูปสัญญาณดิจิทัลไปตามสื่อกลางต่าง ๆ ได้ด้วย ซึ่งเรียกว่า ระบบไปรษณีย์อีเล็คทรอนิคส์ คือ เทเล็กซ์ โทรสาร เวิร์ดโพรเซสเซอร์ เพื่อการสื่อสาร และระบบไปรษณีย์ที่ใช้คอมพิวเตอร์ (ระบบนี้ไม่ต้องใช้กระดาษเลย เพียงแต่ผู้ส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และผู้รับต้องมีจอภาพของตัวเอง การส่งข้อความต่าง ๆ ก็จะไปปรากฏที่ฝ่ายรับได้ทันที และถ้าฝ่ายใดต้องการใช้ข้อความใดก็สั่งให้พรินเตอร์พิมพ์ลงกระดาษได้ทันที)

การจัดสิ่งแวดล้อมเพื่อระบบสำนักงานอัตโนมัติ

ความสำเร็จในการทำงานรวมกัน ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับบรรยากาศในการทำงาน การได้รับความสะดวกสบายจากการมีเครื่องใช้ช่วยทุ่นแรง ประหยัดเวลา การมีระบบการจัดเก็บเอกสารข้อมูลอย่างมีระเบียบ สามารถนำมาใช้ได้ทันทีเมื่อต้องการโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริหาร ซึ่งเปรียบเสมือนสมองที่คอยสั่งการให้มีการใช้ปัจจัยต่างๆ ให้ดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพราะภาวะในโลกธุรกิจปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการแข่งขันอย่างรุนแรง และต้องการความแม่นยำฉับพลันทันทีจากการตัดสินใจด้วยข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความต้องการที่จะดำรงอยู่ และก้าวเป็นผู้นำทางธุรกิจ ทุกคนจึงพยายามใฝ่หาวิธีการหรือเครื่องมือมาสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน จนกระทั่งได้พบระบบสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation หรือ OA) นักบริหารทั้งหลายจึงได้ใช้เวลาที่ประหยัดจาก OA ไปเป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาอื่นๆ เช่น สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีหรือระบบงานใหม่ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมและธุรกิจของตน

ความสำเร็จของการสร้างสำนักงานอัตโนมัติ มิใช่การนำเครื่องมือต่างๆ มาใช้เท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยสิ่งอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยเสริมให้ระบบ OA ทำได้สะดวกและคล่องตัวยิ่งขึ้น ดังนั้นเมื่อจะตัดสินใจนำระบบ OA เข้ามาใช้ในสำนักงานจะต้องเตรียมและจัดสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้เพื่อรองรับอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัยอื่นๆ ให้พร้อมด้วย โดยออกแบบตกแต่งสำนักงานจนสามารถเรียกได้ว่าเป็น Intelligent Building (ไม่ใช่ตึกที่ไร้ชีวิตชีวาแต่จะมีสมองขนาดใหญ่เป็นศูนย์เชื่อม และแจกจ่ายข้อมูลด้านธุรกิจไปทั่วบริเวณตึกสำนักงาน) จะเป็นโครงสร้างอาคารที่รวมเอาระบบอัตโนมัติต่างๆ เข้าด้วยกันตั้งแต่ การประชุมทางโทรศัพท์ ระบบเครือข่ายไมโครคอมพิวเตอร์ ระบบการสื่อสาร โทรคมนาคม การจัดการด้านพลังงานที่ใช้ในอาคารรวมไปถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะรวมระบบต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น พื้นที่ทำงานของระบบ OA จะไม่มีเพียงโต๊ะและเก้าอี้เหมือนแต่ก่อน หากจะต้องมีจอคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ อุปกรณ์อีเล็คทรอนิกส์รูปแบบต่างๆ ที่จะเข้ามามีบทบาทขึ้นไปเรื่อยๆ ดังนั้นปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงคือ

1. ระบบที่จะนำมาใช้ว่าเป็นระบบชนิดใด

2. จำนวนผู้ปฏิบัติงานลักษณะทำงานของแต่ละคน แต่ละแผนก ความสัมพันธ์ระหว่างงาน

3. การเลือกและการกำหนดพื้นที่ว่ามีขนาดเท่าใด อะไร ควรตั้งอยู่ตรงไหน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การเลือกเฟอร์นิเจอร์ อาจใช้แบบสำเร็จรูปก็ได้ แต่ถ้าต้องการลักษณะพิเศษเฉพาะก็อาจต้องสั่งทำ มีการเปรียบเทียบราคา ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของเฟอร์นิเจอร์ในแต่ละบริษัท โดยยึดหลักว่าควรยืดหยุ่นและดัดแปลงได้ในภายหลัง

ระบบที่เลือกใช้สำหรับสำนักงานอัตโนมัติ มีดังนี้

ระบบแสงสว่าง

มีหลักการจัดระบบแสงสว่างภายในสำนักงานอัตโนมัติ ดังนี้

1. ระบบแสงสว่างต้องให้คุณภาพของแสงที่ดีที่สุด และเหมาะสมที่สุดสำหรับการทำงานแต่ละประเภท ปัญหาอาจเกิดจากจอภาพของคอมพิวเตอร์ที่ผู้ปฏิบัติงานต้องดูตลอดเวลาที่ใช้เครื่องและแสงสะท้อนของจอที่หน้าจอ ดังนั้นถ้าปริมาณคุณภาพของแสงในพื้นที่ราบ ๆ นั้นไม่ดีพอจะสร้างปัญหาให้กับผู้ใช้ได้ เช่น ถ้าตั้งโคมไฟติดบนเพดานต้องมีอุปกรณ์บังแสงกระทบหน้าจอ แสงที่ให้ต้องสม่ำเสมอ หากแสงรอบข้างสว่างเกินไปจอภาพก็จะมองไม่เห็น แต่ถ้าแสงในพื้นที่รอบข้างมืดเกินไปอาจทำให้สายตาต้องทำงานหนัก เพราะจอสว่างมากแต่พื้นที่ด้านหลังมืด

2. ถ้าแสงสว่างจากจอภาพคอมพิวเตอร์มากเกินไป อาจซื้อฟิล์มกรองแสงช่วยถนอมสายตาเพราะเป็นตัวหรี่แสง อีกสิ่งหนึ่งที่ควรหลีกเลี่ยงคือ การติดรูปภาพ หรือสิ่งของที่ทำให้เกิดแสงสะท้อนที่จอภาพได้ นอกจากนั้นแสงจากภายนอกอาจส่องผ่านหน้าต่างมากระทบก็ควรหาม่านมาปิด

ระบบควบคุมไฟฟ้า

หัวใจสำคัญต่อประสิทธิภาพของ OA คือ ต้องอาศัยกระแสไฟฟ้าที่มีค่าสม่ำเสมอทั้งในด้านแรงดันและความถี่ เพื่อตัดปัญหากระแสไฟตก ไฟเกิน ไฟกระพริบ สัญญาณรบกวนทางไฟฟ้า และไฟดับ ซึ่งการลดหรือเพิ่มของกระแสไฟฟ้ามีผลทำให้เครื่องต้องทำงานหนักเกินไป ซึ่งเครื่องอาจทำงานผิดพลาด การประมวลผลคลาดเคลื่อน ภาพบนจอแสดงสิ่งผิดปกติ อุปกรณ์ช่องจ่ายพลังงานเสียหาย เป็นต้น มีผลให้คอมพิวเตอร์มีอายุการใช้งานไม่ยืนยาว และเกิดความเสียหายในด้านข้อมูล ในปัญหานี้ OA ต้องใช้อุปกรณ์พิเศษบางอย่างมาควบคุมระบบไฟฟ้า ดังนี้

1. เครื่องควบคุมแรงดันไฟฟ้า (Voltage Stabiliser) จะแก้ปัญหากระแสไฟตก ไฟเกิน และปรับกระแสไฟฟ้าให้มีแรงดันสม่ำเสมอ

2. เครื่องรักษาสภาพไฟฟ้า (Line Conditioner) จะป้องกันและขจัดสัญญาณรบกวนทางไฟฟ้า ที่ติดจากการเปิดปิดสวิทซ์ไฟฟ้า ฟ้าผ่า ซึ่งจะช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่อง และป้องกันซอฟท์แวร์และฮาร์ดแวร์ ที่มีค่าไม่ให้เสียหาย

3. เครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรอง (Un-interruptible Power System / UPS) ใช้จ่ายไฟในกรณีไฟดับในยามฉุกเฉิน และคอยควบคุมแรงดันไฟฟ้าและขจัดสัญญาณรบกวนได้อีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในอุปกรณ์พิเศษที่กล่าวมานี้ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับ OA ในเมืองไทยที่ยังไม่สามารถมั่นใจในคุณภาพของกระแสไฟฟ้าที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

ระบบปรับอากาศ

อากาศที่ร้อนหรือเย็นเกินไปมีผลต่อ OA ได้เช่นเดียวกับตัวของบุคคล ดังนั้นประสิทธิภาพการทำงานของคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อีเล็คทรอนิกส์ต่างๆ ต้องมีอุณหภูมิและความชื้นที่มีมาตราฐาน ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องสร้างระบบอากาศให้ OA โดยเฉพาะ เนื่องจากแอร์ที่ใช้ในห้องคอมพิวเตอร์จะต่างกับแอร์ธรรมดา แอร์คอมพิวเตอร์ออกแบบมาเพื่อระบายความร้อนให้กับอุปกรณ์ไม่ใช่ให้บุคคล ถ้าใช้คอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ในขณะที่เครื่องต่างๆ จะเกิดความร้อนสูงมาก เครื่องคอมพิวเตอร์จะมีปฏิกิริยาต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิเร็วมาก ซึ่งอาจทำให้ IC เกิดความคลาดเคลื่อนและเสียหายได้ ฉะนั้นภายในห้องคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่จึงต้องมีระบบปรับอากาศพิเศษ สำหรับระบายความร้อนและปรับอุณหภูมิภายในห้องให้อยู่ในระดับคงที่ คือ มีปริมาณลมเย็นที่ส่งมายังเครื่องต่อนาทีมากกว่าระบบปรับอากาศทั่วไป จึงช่วยระบบความร้อนได้ดีและยังทำให้ฝุ่นละอองในอากาศลอยต่ำอยู่ไม่ตกลงบนแผ่งวงจรของเครื่อง แต่จะมาติดอยู่ที่แผ่นกรองชนิดพิเศษของเครื่องปรับอากาศแทน ทำนองเดียวกับความชื้นสัมพัทธ์ถ้าต่ำจะทำให้เกิดการประจุไฟฟ้าได้ ทำให้แผ่นวงจรที่ละเอียดซับซ้อนเกิดการเปลี่ยนแปลงทำให้ข้อมูลพลาด ถ้าสูงเกินไปจะเกิดการกลั่นตัวเป็นหยดน้ำไปเกาะพวกอีเล็คทรอนิกส์ต่างๆ ทำให้เกิดความเสียหาย

ตามปกติอุณหภูมิของห้องคอมพิวเตอร์จะตั้งเกณฑ์ประมาณ 23 องศาเซสเซียล หรือสูงต่ำกว่านี้ไม่เกิน 1-2 องศาเซสเซียล และความชื้นสัมพัทธ์อยู่ในระดับ 50% หรือสูงต่ำกว่านี้ไม่เกิน 5% แต่บางเครื่องก็สามารถอยู่ได้ในอุณหภูมิ 26-27 องศาเซสเซียล และความชื้นสัมพัทธ์ 60-70% การเปลี่ยนของอุณหภูมิไม่ให้เปลี่ยนเกิน +1 และการเปลี่ยนแปลงความชื้นไม่เกิน +5%

ดังนั้นการเลือกใช้เครื่องปรับอากาศ และการกำหนดอุณหภูมิภายในจึงต้องให้สอดคล้องกับลักษณะการใช้งาน และความต้องการของเครื่องเป็นสำคัญ เช่น ต้องสามารถใช้แอร์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง หรือไม่หยุดเลย แอร์จึงต้องถูกออกแบบให้มีความทนแทน สามารถทำงานสลับกันได้ตลอดเวลา ถ้าส่วนใดส่วนหนึ่งเสีย เครื่องก็ยังสามารถทำงานต่อไปได้โดยไม่กระทบกระเทือนด้วยระบบอัตโนมัติ ควบคุมการทำงานด้วยไมโครโปรเซสเซอร์ ซึ่งตั้งโปรแกรมต่างๆ ได้โดยตั้งเครื่องใช้สลับกันทำงานหรือถ้าความเย็นของเครื่องอาจจะสั่งให้หยุดการทำงาน เพื่อประหยัดพลังงาน และเมื่อเกิดความบกพร่องของส่วนใดส่วนหนึ่งเครื่องจะแจ้งให้ทราบทันที นับตั้งแต่การควบคุมอุณหภูมิไม่ได้ผล ความชื้นเปลี่ยนแปลงเกิดความต้องการใต้พื้นมีน้ำหรือการระบายความร้อนไม่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในระบบการควบคุมความชื้นในหน้าหนาว ความชื้นจะต่ำ เครื่องจะมีระดับต้นน้ำขึ้นมา เพื่อเพิ่มความชื้นให้ขึ้นเป็น 50% หรือถ้าความชื้นมากเกินไป เครื่องจะใช้ฮีทเตอร์ช่วยหรือลดความเย็นลง ซึ่งในระบบปรับอากาศธรรมดาจะไม่มีระบบนี้

ระบบป้องกันภัยอัคคีภัย

สำนักงานอัตโนมัติมีการใช้อุปกรณ์อีเล็คทรอนิกส์ต่างๆ เป็นจำนวนมาก ดังนั้นโอกาสที่จะเกิดไฟฟ้าลัดวงจรหรือการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เกินกำลังจนเกิดความร้อนมาก จนกระแสไฟไหม้นั้นมีความเป็นไปได้สูงมาก ดังนั้นระบบป้องกันอัคคีภัยจึงเป็นเรื่องที่จะต้องทำควบคู่กันไปกับการสร้างสำนักงาน โดยการติดตั้งระบบสัญญาณการเตือนไฟ และระบบดับไฟฟ้าไว้ในตัวอาคาร

ตามปกติการติดตั้งระบบเตือนอัคคีภัย จะต้องทำตั้งแต่เริ่มก่อตั้งอาคาร และต้องมีห้องควบคุมแยกไว้ต่างหาก แต่ถ้าเป็นอาคารขนาดเล็กๆ อาจไม่จำเป็นเพียงแต่หาตู้ควบคุมที่มีขนาดเหมาะสมไปติดตั้งไว้ในจุดที่ที่คนดูแล

การติดตั้งระบบดับไฟอาจใช้เครื่องดับเพลิงที่มีส่วนประกอบเป็น "แก๊สฮาลอน" ซึ่งไม่ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เสียหาย เพราะมันจะระเหยไปเองหลังจากไฟดับ โดยไม่ทิ้งคราบสกปรกไว้ให้ต้องเช็ดถูกทำความสะอาดในภายหลังอีกด้วย

การสร้างระบบป้องกันอัคคีภัยแม้จะมีค่าใช้จ่ายสูง แต่เมื่อเปรียบเทียบกับความเสียหายอันอาจเกิดขึ้นต่อข้อมูลที่มีค่า อุปกรณ์ราคาแพงแล้วก็นับได้ว่าเป็นการลงทุนที่คุมค่าทีเดียว

ระบบการเดินสายเคเบิล

ระบบ OA จะเชื่อมและประสานงานกันได้ดีขึ้น จะต้องมีการเคลื่อนที่ของข่าวสารข้อมูลผ่านเครือข่ายของระบบสื่อสารอีเล็คทรอนิกส์สายเคเบิลต่างๆ แบบเดิมนั้น ตัวสำนักงานจะมีการทำงานด้วยระบบไฟฟ้า และใช้สายไฟฟ้าเป็นหลักของระบบเฉพาะโทรศัพท์เท่านั้น ซึ่งเดินสายต่างหาก ดังนั้นสำนักงานในลักษณะนี้จึงมีเพียงสายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์เดินคู่กันไป

คราวนี้เมื่อมาถึงยุค OA เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ จะต้องใช้สอยในการส่งข้อมูลข่าวสารต่างจากสายธรรมดา ก็เพราะข้อมูลที่ส่งไปมาจะถูกแปรออกเป็นสัญญาณดิจิทัลไปตามสายเคเบิลที่ใช้สำหรับการสื่อสารข้อมูล (มีความสามารถในการส่งผ่านข้อมูลในอัตราความสูงมาก) และด้วยเหตุที่ OA ต้องมีการเชื่อมระบบต่างๆ เข้าหากันเป็นระบบเดียวทั่วทั้งสำนักงาน จึงเต็มไปด้วยสายต่างๆ ซึ่งโยงระยางกันวุ่นวายไปหมด หากไม่มีการตระเตรียมวางแผนไว้ล่วงหน้าแล้ว อาจเกิดปัญหาตามมาหลังจากการติดต่อระบบไปแล้วคือ ไม่มีการวางระบบการเดินสายเคเบิลให้ดี เช่น

อาจมีการเพิ่มขึ้นของอุปกรณ์ต่างๆ หรือการเปลี่ยนแปลง เคลื่อนย้ายอุปกรณ์อย่างที่เคยตั้งไว้ที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งเพื่อความเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเชื่อมโยงอุปกรณ์แต่ละชนิดมีความยุ่งเหยิง ทำให้แบบแผนและข้อมูลของสายสัญญาณไม่เด่นชัด

ดังนั้นการวางระบบสายเคเบิลคงไม่ง่ายเหมือนการเดินสายไฟ จึงอาจต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะเพื่อให้ได้ระบบที่ถูกต้อง เหมาะสมเชื่อใจได้ในผลของการสื่อสารข้อมูล และในราคาที่ประหยัดกว่าการเดินสายที่ไม่ถูกวิธี เช่น สามารถลดปัญหาความซับซ้อนและการใช้สัญญาณ เป็นต้น

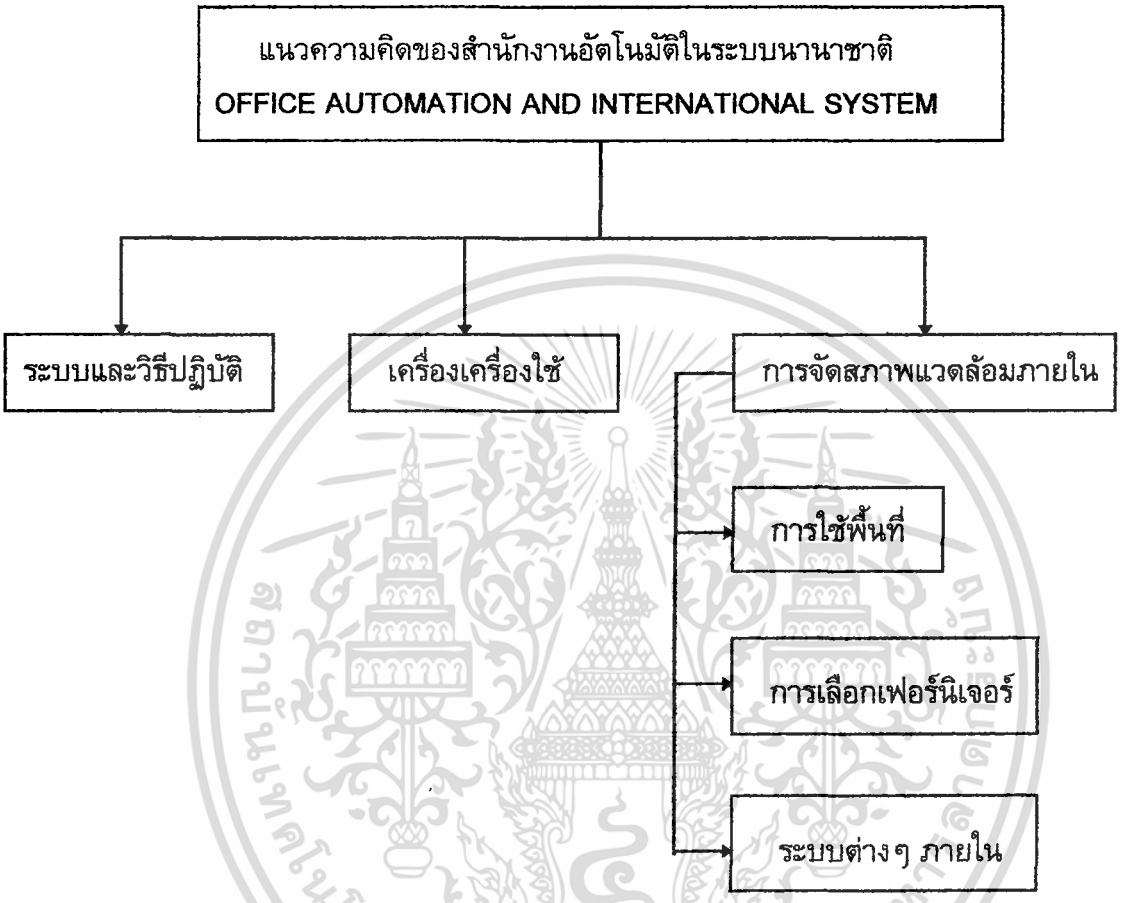
ระบบการยกพื้นระดับ

ห้องคอมพิวเตอร์จำเป็นต้องต่อสายเคเบิลมากมาย การยกพื้นแยกระดับจึงเป็นวิธีการจัดการกับสายเคเบิลต่างๆ ที่มีอยู่มากมายเกะกะรกรุงรัง และเป็นอันตรายไว้ใต้พื้น และต่อปลั๊กขึ้นมาในตำแหน่งที่ต้องการด้วยการยกระดับพื้นห้องขึ้นมาอีก เมื่อจะทำการติดตั้งพื้นยกระดับจะต้องมีการกำหนดผังการวางสายเคเบิล และจุดที่ติดตั้งคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อื่นๆ รวมทั้งจุดที่จะให้ความเย็นจากเครื่องปรับอากาศส่งผ่านเข้ามาเสียก่อน จากนั้นก็ติดตั้งแท่งเหล็กไว้ตามจุดที่กำหนด แล้วจึงเอาแผ่นพื้นมาปูทับอีกที สิ่งที่ควรคำนึงถึงคือ การรับน้ำหนักอันเป็นหัวใจสำคัญของการยกพื้น ยังให้ประโยชน์และความสะดวกในการทำความเย็นให้กับคอมพิวเตอร์ สามารถ Control ให้เป่าลมเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ถูกจุด

พื้นยกระดับที่ดีควรมีคุณลักษณะในการป้องกันไฟฟ้าสถิตย์ได้ ไม่ติดไฟเมื่อเกิดเพลิงไหม้ และสามารถรื้อออกเพื่อการเคลื่อนย้ายหรือตรวจสอบสายเคเบิลต่างๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2.4 แผนผังแสดงแนวความคิดของสำนักงานอัตโนมัติในระบบนานาชาติ (OFFICE AUTOMATION AND INTERNATIONAL SYSTEM)



การศึกษาแนวความคิดของสำนักงานอัตโนมัติในระบบนานาชาติ (Office Automation and International System) มาเป็นแนวทางในการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ เป็นกระบวนการในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในสำนักงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับอย่างเป็นสากล คือ นำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์, เทคโนโลยีสำนักงาน และเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ตามวัตถุประสงค์ของการจัดสำนักงานอัตโนมัติ เพื่อช่วยเหลือผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์หาวิธีการแก้ปัญหา โดยเน้นองค์ประกอบของการจัดสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation) คือ ความสัมพันธ์ของคนทำงานในสำนักงานร่วมกับเครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ในลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างคนกับเครื่องจักร และพยายามจัดสร้างที่ทำงานให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสมกับการรองรับเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย และให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมภายในของสำนักงานอัตโนมัติ (OFFICE AUTOMATION) ดังต่อไปนี้

1. ระบบแสงสว่าง
2. ระบบควบคุมไฟฟ้า
3. ระบบปรับอากาศ
4. ระบบป้องกันอัคคีภัย
5. ระบบการเดินสายเคเบิล
6. ระบบการยกพื้นระดับ

การศึกษาแนวความคิดของสำนักงาน อัตโนมัติในระบบนานาชาติ (Office Automation and International System) เพื่อได้รับข้อมูลรวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำ ประหยัด เพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดต่อสื่อสารได้กว้างไกล และมีผลทางจิตวิทยา และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น เป็นผลนำไปสู่การคลาดและสอดคล้องกับธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างสูงในธุรกิจการบิน จึงนำทฤษฎีมาเป็นแนวทางความคิดในการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Office ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
รายละเอียดพื้นฐานของโครงการวิจัย

3.1 ความรู้เกี่ยวกับ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

ในปี พ.ศ. 2502 บริษัทเดินอากาศไทย จำกัด ได้เข้าร่วมทำสัญญากับสายการบินสแกนดิเนเวียแอร์ไลน์ซีสเต็ม (เอส.เอ.เอส.) เมื่อ 24 สิงหาคม 2502 เพื่อจัดตั้ง บริษัท การบินไทย จำกัด ขึ้นดำเนินธุรกิจสายการบินระหว่างประเทศ มีทุนเริ่มต้น 2 ล้านบาท บริษัทเดินอากาศไทย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 70 และ เอส.เอ.เอส. ถือหุ้นร้อยละ 30 ของเงินทุนได้มีการยื่นจดทะเบียนบริคณฑ์สนธิเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2502 ประชุมใหญ่ก่อตั้งบริษัทเมื่อ 14 และ 15 ธันวาคม 2502 และจดทะเบียนพาณิชย์เป็นบริษัทเรียบร้อยเมื่อ 24 มีนาคม 2503 นับแต่ก่อตั้งบริษัทเป็นต้นมามีการเพิ่มทุนจดทะเบียนตามลำดับ ดังนี้

พ.ศ. 2505	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	40 ล้านบาท
พ.ศ. 2512	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	100 ล้านบาท
พ.ศ. 2519	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	200 ล้านบาท
พ.ศ. 2521	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	600 ล้านบาท
พ.ศ. 2523	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	950 ล้านบาท
พ.ศ. 2524	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	1,100 ล้านบาท
พ.ศ. 2525	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	1,400 ล้านบาท
พ.ศ. 2526	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	1,400 ล้านบาท
พ.ศ. 2527	เพิ่มทุนขึ้นเป็น	1,400 ล้านบาท

บริษัท เอส.เอ.เอส. ร่วมทุนกับบริษัทการบินไทย จำกัด โดยถือหุ้นร้อยละ 30 จนถึงปี 2519 ในการเพิ่มทุนจาก 100 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาท บริษัท เอส.เอ.เอส. ไม่ซื้อหุ้นเพิ่มทุน เนื่องจากเตรียมเลิกสัญญาร่วมทุน

เมื่อ 30 มีนาคม 2520 บริษัท เอส.เอ.เอส. ได้โอนหุ้นที่ถืออยู่ทั้งสิ้นให้แก่ บริษัทเดินอากาศไทย จำกัด และเลิกสัญญาร่วมทุนในบริษัท การบินไทย จำกัด ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ปัจจุบัน บริษัทการบินไทย จำกัด มีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 1,400 ล้านบาท โดยบริษัทเดินอากาศไทย จำกัด ถืออยู่ 370 ล้านบาท กระทรวงการคลังถือหุ้น 1,030 ล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นโยบายและวัตถุประสงค์

กิจการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศ เป็นธุรกิจที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่น และเป็นกิจการที่มีบทบาทสำคัญสลับซับซ้อน เป็นกิจการระดับประเทศ ซึ่งนานาอารยประเทศถือเป็นกิจการที่ต้องกระทำเพื่อเกียรติภูมิ ศักดิ์ศรีแห่งประเทศของตน บริษัทการบินไทย จำกัด ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งยึดถือนโยบายที่จะ

- เป็นตัวแทนของรัฐในการดำรงรักษา และเพิ่มพูนดุลสิทธิการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศ
- ดำเนินงานในฐานะเป็นสายการบินแห่งชาติ บริการรับขนผู้โดยสาร พัสดุภัณฑ์ระหว่างประเทศ
- นำธงไตรรงค์ สัญลักษณ์ของชาติไทยแสดงให้นานาชาติรู้จัก
- เผยแพร่เกียรติคุณความสามารถในด้านการบิน วัฒนธรรม ขนบประเพณีของชาติให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ
- ส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศในด้านเพิ่มพูนรายได้จากต่างประเทศ การสงวนและเพิ่มพูนเงินตราต่างประเทศ ช่วยบรรเทาปัญหาขาดดุลการค้าระหว่างประเทศ
- ส่งเสริมและสนับสนุนกิจการของรัฐ อาทิเช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา การพาณิชย์ การศาสนา และวัฒนธรรม การฝึกศึกษา ฯลฯ
- เป็นกำลังสำรองสำหรับกำลังทางอากาศในยามฉุกเฉิน ทั้งในด้านการบินและการสนับสนุนการบิน
- ประสานและสนับสนุนกิจการท่าอากาศยานสากลของรัฐ อาทิเช่น จัดดำเนินงานสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่สมบูรณ์ มีมาตรฐานสูงทัดเทียมท่าอากาศยานสากลชั้นนำโดยทั่วไป และเป็นตัวแทนจัดเก็บค่าธรรมเนียม ค่าอากร ค่าบริการ ฯลฯ จากสายการบินต่างๆ นำส่งรัฐ ฯลฯ

วัตถุประสงค์ประกอบกิจการค้าของ บริษัท การบินไทย จำกัด ตามที่ได้จดทะเบียนบริคณฑ์สนธิไว้ มีดังต่อไปนี้

1. ทำการขนส่งคน สิ่งของ และไปรษณีย์ภัณฑ์ทางอากาศ และกิจการอื่นที่เกี่ยวเนื่องกัน

2. ซื้อ เช่า เช่าซื้อ หรือทำอย่างอื่นใดเพื่อให้ได้มาและขาย ให้เช่า เช่าซื้อ หรือจำหน่ายไปด้วยประการอื่น ซึ่งสังหาริมทรัพย์ อสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งเครื่องบิน และเครื่องยนต์ เครื่องอะไหล่ บริภัณฑ์ เครื่องอุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอื่นๆ ที่สัมพันธ์หรือเกี่ยวกับเครื่องบินหรือกิจการบิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ดำเนินกิจการท่าอากาศยาน สถานีการบิน โรงเก็บ และการซ่อมบำรุงเครื่องบินของบริษัทและของผู้อื่น จัดบริการคลังสินค้ารวมทั้งบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับกิจการ เก็บของในคลังสินค้า และจัดบริการที่เกี่ยวเนื่องกันให้แก่ผู้ขนส่งทางอากาศอื่น

4. ดำเนินการทัศนาจร โรงแรม ภัตตาคาร ครัวการบิน การจำหน่ายสินค้าปลอดอากร การพิมพ์และการโฆษณา และอุตสาหกรรมหรือกิจการที่เกี่ยวข้อง

5. ทำการเป็นตัวแทนหรือผู้แทนของผู้ขนส่ง หรือบุคคลอื่น ในเรื่องที่เกี่ยวกับธุรกิจหรือกิจการของบริษัท

6. ลงทุนแสวงหาผลประโยชน์ด้วยการเข้าถือหุ้น หรือลงทุนในหลักประกันอื่น รวมทั้งการซื้อขาย แลกเปลี่ยนหลักทรัพย์หรือหลักประกันดังกล่าว

7. ดำเนินกิจการร่วมกับผู้ขนส่งอื่น

8. ทำการส่งออกหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้าต่างๆ

9. กู้ยืมเงินหรือให้กู้ยืมเงินเพื่อดำเนินกิจการบริษัท รวมทั้งเพื่อการสวัสดิการของพนักงาน

10.ดำเนินกิจการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

11.การจัดตั้งโรงเรียนฝึกสอน อบรม บุคคลภายนอก และพนักงานในเรื่องที่เกี่ยวเนื่องกับกิจการบริษัท

12.เป็นผู้ค้ำประกันหรือดำเนินการ หรือทำสิ่งใดๆ ที่เกี่ยวกับ หรือเพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ข้างต้นประการใด หรือทุกประการ

การตลาด

เนื่องจากการแข่งขันระหว่างสายการบินสากลในปัจจุบันเป็นไปอย่างกว้างขวาง สายการบินต่างๆ ต้องพยายามปรับปรุงบริการของตนในทุกวิถีทาง นับแต่การพิจารณาเลือกแบบเครื่องบินที่จะนำมาใช้บริการ การบริการบนเครื่องบิน การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ผู้โดยสาร ฯลฯ ให้ถูกกับความนิยมและให้เกิดความประทับใจในบริการอยู่เสมอ และสิ่งที่สำคัญที่สุด การกำหนดอัตราค่าโดยสาร การกำหนดตารางเวลาบิน จะต้องเป็นไปโดยเหมาะสม สายการบินต่างๆ ซึ่งเป็นสายการบินชั้นนำจะต้องรักษามาตรฐานแห่งการบริการอยู่สม่ำเสมอ และปรับปรุงให้ทัดเทียมกับสายการบินอื่นๆ และก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา กับจะต้องดำเนินการให้อยู่ในกรอบข้อตกลงแห่งองค์การที่เกี่ยวข้องกับการบินพาณิชย์สากลด้วย

บริษัท การบินไทย จำกัด ดำเนินนโยบายการตลาดโดยยึดหลักการแข่งขันที่เป็นธรรมและอยู่ในกรอบขอบเขตกติกาข้อตกลงของสายการบินกระหว่างประเทศที่มีความสัมพันธ์ต่อกันโดยสุจริต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจำหน่ายบัตรโดยสารและการรับขนพัสดุภัณฑ์

บริษัทจัดดำเนินการจำหน่ายบริการโดยดำเนินการเอง หรือโดยการให้สายการบินอื่นเป็นตัวแทน หรือโดยการตั้งตัวแทนจำหน่ายทั่วไป ทั้งนี้ สุดแต่เหตุการณ์และความเหมาะสม โดยบริษัทคำนึงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการประหยัด เป็นหลักในการพิจารณา

- ดำเนินการเอง โดยการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศที่การบินไทยเปิดบินไปถึง และ/หรือในบางประเทศที่มีสถิติการจำหน่ายสูง
- โดยการให้สายการบินอื่นเป็นตัวแทนหรือโดยการตั้งตัวแทนการขายทั่วไป โดยมอบให้บริษัท สำนักงาน หรือสายการบินที่ประกอบกิจการบิน การท่องเที่ยว เดินทาง เป็นผู้จำหน่ายบริการของบริษัท ปัจจุบันผู้โดยสารของบริษัทการบินไทยสามารถซื้อบริการและสำรองที่นั่งจากตัวแทนต่างๆ โดยตรงมากกว่า 100 แห่งใน 77 ประเทศ ผู้โดยสารที่ถือบัตรโดยสารของบริษัทสามารถเดินทางกับสายการบินต่างๆ ที่มีสัญญารับขนส่งร่วมกันทั่วโลก

ผลประโยชน์ที่บริษัท การบินไทย จำกัด นำสู่รัฐ

รัฐบาลจัดตั้งบริษัทการบินไทยขึ้นก็เพื่อให้ประเทศไทยมีสายการบินพาณิชย์ประจำชาติ ใช้สิทธิทำการบินขนส่งตอบแทนสายการบินต่างประเทศที่บินมายังประเทศไทย เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณความสามารถด้านการบินพาณิชย์ของชาติไทยในต่างประเทศ กับเพื่อฝึกฝนคนไทย นักบินไทย ให้มีความรู้ความชำนาญในกิจการบินสากล ความรู้ความชำนาญดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทยอย่างมหาศาล ทั้งในยามประเทศชาติมีความสงบ และแม้เมื่อมีภาวะวิกฤติก็จะยังเป็นกำลังสำคัญด้วย

หากจะพิจารณาถึงประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ซึ่งบริษัทการบินไทยมีส่วนร่วมช่วยเหลือรัฐแล้ว บริษัทการบินไทยก็ภูมิใจยิ่งที่จะกล่าวได้อย่างมั่นใจว่า การบินไทยได้ทำประโยชน์ให้กับรัฐทั้งทางตรงและทางอ้อมนับเป็นมูลค่ามหาศาล สูงกว่าเงินซึ่งรัฐบาลได้นำมาลงทุนในกิจการของบริษัทเป็นอย่างมาก ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจซึ่งการบินไทยได้มีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาประเทศไทย อาจสรุปได้ดังนี้

1. <u>บริษัท การบินไทย จำกัด เป็นสายการบินประจำชาติ</u>

บริษัทการบินไทยก่อตั้งขึ้นโดยบริษัทเดินอากาศไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัท มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ และเป็นบริษัทสายการบินที่รัฐบาลกำหนดให้เป็นสายการบินแห่งชาติ เป็นตัวแทนของรัฐในการใช้สิทธิการบินตามสนธิสัญญาการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศ เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำรงรักษาสิทธิและดุลแห่งสิทธิการบินระหว่างประเทศ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่รับใช้รัฐรักษาสิทธิ ประโยชน์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ระหว่างประเทศ

2. บริษัท การบินไทย จำกัด เป็นแหล่งประกอบอาชีพสำคัญเฉพาะสาขา

บริษัทการบินไทยเริ่มดำเนินกิจการในครั้งแรกมีพนักงานเพียง 150 คน มียอดรายรับปีประมาณ 100 ล้านบาท กิจการได้เจริญก้าวหน้าเป็นลำดับในรอบ 23 ปีที่ผ่านมา บริษัทมีพนักงานมากกว่า 8,000 คน มียอดเงินรายรับรายปีสูงกว่า 15,000 ล้านบาท นับเป็นแหล่งประกอบกิจการและแหล่งอาชีพ เฉพาะสาขาที่สำคัญยิ่งแห่งหนึ่ง

พนักงานของบริษัทบางประเภทเป็นเจ้าหน้าที่ชำนาญงานเฉพาะ บริษัทได้ลงทุนในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เหล่านี้ และมอบงานรับผิดชอบให้พนักงานปฏิบัติจนเกิดความชำนาญเป็นที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบกิจการอื่นๆ เป็นอันมาก มีพนักงานจำนวนไม่น้อยออกจากบริษัทไปประกอบอาชีพแห่งอื่น มีความเจริญก้าวหน้าและส่งเสริมให้การประกอบการที่ไปร่วมงานเจริญเป็นปึกแผ่น นับว่าบริษัทเป็นแหล่งผลิตบุคคลในสาขาวิชาชีพเฉพาะอย่างให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการสาขาอื่นๆ มิใช่น้อย

3. บริษัท การบินไทย จำกัด ช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ

บริษัทการบินไทยรับขนผู้โดยสารเข้า-ออกประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างรวดเร็ว เมื่อเริ่มดำเนินการในปี 2503 บริษัทรับขนผู้โดยสารจำนวน 15,264 คน (ระยะเวลาดำเนินการเพียง 5 เดือน) ต่อมาในปี 2504 ได้ขนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นเป็น 61,849 คน และในปี 2525 การบินไทยรับขนผู้โดยสารเป็นจำนวน 2,402,884 คน ผู้โดยสารเหล่านี้หากคำนวณว่าเป็นนักทัศนาจรเพียงร้อยละ 28 และนักทัศนาจรแต่ละคนอยู่ในประเทศไทยโดยเฉลี่ยคนละ 4 วัน วันหนึ่งๆ ใช้จ่ายคิดเป็นเงิน 50 เหรียญสหรัฐ ดังนั้น จำนวนเงินที่นักทัศนาจรนำเข้ามาใช้จ่ายจะเป็นเงินประมาณ 3,068 ล้านบาท ซึ่งเป็นทางหนึ่งที่ช่วยเศรษฐกิจของประเทศอย่างดียิ่ง

4. รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปต่างๆ จากบริษัทการบินไทย จำกัด

บริษัทการบินไทย จำกัด เป็นรัฐวิสาหกิจของรัฐบาล ปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลเสมอมา จากตารางสถิติจะเห็นได้ว่าบริษัทการบินไทยนำเงินส่งเป็นค่าภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้พนักงาน ภาษีการค้า เงินตอบแทนกรมศุลกากรเนื่องจากร้านค้าปลอดอากร ค่าธรรมเนียมศุลกากร เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน เป็นต้น ในปี 2524 บริษัทการบินไทยนำเงินส่งสูงกว่า 305 ล้านบาท และในปี 2525 ได้นำส่งสูงกว่า 375 ล้านบาท ซึ่งเป็นจำนวนมิใช่น้อย

5. บริษัท การบินไทย จำกัด ช่วยดุลการค้าของประเทศและนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ

ธุรกิจการบินของบริษัทการบินไทย ได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในสาขาต่างประเทศ ก่อนปี 2514 บริษัทยังมิได้ดำเนินการบินข้ามทวีป แต่ในปัจจุบันบริษัทมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เที่ยวบินเข้ามทวีปสัปดาห์ละ 19 เที่ยว ไปกลับ และยังทำการบินในภูมิภาคอีกวันละหลายเที่ยว บินไปกลับประมาณร้อยละ 85 ของรายได้ของบริษัทเป็นเงินตราต่างประเทศจากประเทศต่างๆ รายได้ดังกล่าวนี้ได้เพิ่มทวีสูงขึ้นเป็นลำดับทุกปี เพราะบริษัทได้ขยายกิจการและบริการไปยังต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ผู้ใช้บริการของบริษัทเป็นชาวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ จึงสามารถรวบรวมรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ให้แก่ประเทศไทยปีหนึ่งเป็นจำนวนมิใช่น้อย ดังจะเห็นได้ว่าในปี 2521 บริษัทนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศคิดเป็นเงินเหรียญสหรัฐประมาณ 101 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 2,000 ล้านบาท ปี 2523 เป็นเงิน 151 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 3,080 ล้านบาท ปี 2524 ประมาณ 234 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 4,000 ล้านบาท ในปี 2525 เป็นเงินประมาณ 261 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 5,957 ล้านบาท นับว่าการบินไทยได้มีส่วนช่วยส่งเสริมดุลการค้าและเงินตราต่างประเทศแก่รัฐอยู่มิใช่น้อย

6. บริษัท การบินไทย จำกัด ช่วยขนส่งผลิตผลออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม มีผลผลิตทางเกษตรจำนวนมากที่เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ เช่น ดอกไม้ กล้วยไม้ ผัก ผลไม้ อาหารประเภทเนื้อสัตว์ ฯลฯ สามารถจำหน่ายในต่างประเทศได้ราคาดีและในปริมาณสูง การบินไทยได้มีส่วนช่วยขนส่งผลิตผลทางเกษตรไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ ฮ่องกง ญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส วันละหลายสิบตัน สามารถช่วยส่งเสริมฐานะทางเศรษฐกิจของเกษตรกร และผู้ประกอบการค้าผลิตผลทางการเกษตรได้มาก มูลค่าของสินค้าที่ส่งออกไปจำหน่ายโดยทางเครื่องบินของบริษัทแต่ละปีมีมูลค่าหลายร้อยล้านบาท

7. บริษัท การบินไทย จำกัด มีส่วนช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศ

การบินไทยมีส่วนร่วมมือในการช่วยเหลือเผยแพร่ศาสนา วัฒนธรรม กีฬา การศึกษา ฯลฯ ประสานกับส่วนราชการ องค์การ สมาคม วงการต่างๆ ตามที่ได้ขอร้องให้ร่วมมือช่วยเหลือทุกวิถีทาง เช่นลดอัตราค่าโดยสารพิเศษ จัดส่งพัสดุภัณฑ์ อำนวยความสะดวกการบริการตลอดจนรับเป็นผู้อุปการะกิจกรรมต่างๆ ตามที่เห็นสมควรอยู่เป็นประจำ ทำให้การเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศซึ่งจะต้องกระทำในต่างประเทศเป็นผลสำเร็จเสมอมา

8. บริษัท การบินไทย จำกัดมีส่วนช่วยรัฐบาลแก้ปัญหาฉุกเฉิน

เมื่อรัฐบาลสั่งหรือขอร้องให้แก้ปัญหา การบินไทยได้รับปฏิบัติด้วยดีทุกกรณีเพื่อช่วยเหลือรัฐบาล เช่น การนำชุดปฏิบัติการกันยายนทมิฬเดินทางจากประเทศไทย การนำนักการเมืองลี้ภัย เดินทางออกจากประเทศไทยเพื่อแก้ปัญหาวิกฤติ การรับขนผู้โดยสารตกค้างของสายการบินที่ทอดทิ้งผู้โดยสาร ฯลฯ เป็นต้น

9. บริษัท การบินไทย ช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมในประเทศและส่งเสริมอาชีพบริการ

ในการดำเนินกิจการประจำ บริษัทการบินไทยจำเป็นต้องจัดซื้ออุปกรณ์ตลอดจนบริการที่จำเป็นต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก นับเป็นมูลค่าปีละหลายร้อยล้านบาท บริษัทยึด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นโยบายที่จะจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการภายในประเทศเป็นหลักเสมอ สามารถช่วยส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ รวมทั้งส่งเสริมอาชีพบริการของผู้ประกอบการในประเทศหลายประเภท โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์บางประเภทริเริ่มขึ้นในประเทศไทยเพราะการบินไทยสั่งซื้อ ปัจจุบันกลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมกว้างขวางขึ้นในธุรกิจการบิน เช่น อุตสาหกรรมแก้ว ภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้บนเครื่องบินบางประเภท ฯลฯ เป็นต้น

10. บริษัท การบินไทย จำกัด เป็นสื่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ในฐานะที่บริษัทการบินไทยดำเนินธุรกิจติดต่อกับประเทศต่างๆ หลายประเทศเพื่อความเรียบร้อยในการดำเนินกิจการจำเป็นต้องสร้างสัมพันธ์อันดีกับ บุคคล องค์การ หน่วยงานรัฐของแต่ละประเทศในแน่นแฟ้นอยู่เสมอ ในบางโอกาสบริษัทได้ทำหน้าที่สื่อกลางกระชับความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยราชการของไทยกับต่างประเทศด้วย

11. บริษัท การบินไทย จำกัด ช่วยเผยแพร่เกียรติคุณ ชื่อเสียง ค่านิยมแก่ประเทศ

ในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติ และมีเจตจำนงแน่วแน่ในอันจะรักษาเกียรติคุณ ชื่อเสียงของประเทศ บริษัทได้ดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อเสริมสร้างให้แก่ผู้โดยสาร ผู้ติดต่อธุรกิจสัมพันธ์กับบริษัทโดยทั่วไปเกิดความประทับใจ ชื่นชม นิยมเลื่อมใสคนไทย ประเทศไทย อย่างเต็มความสามารถและตลอดเวลา การปฏิบัติธุรกิจประจำวันของการบินไทย การบริการบนเครื่องบินที่ทำการบินไปยังทุกจุดในเส้นทางบินของบริษัทสามารถสร้างภาพพจน์ค่านิยม เกียรติคุณแก่ประชาชนคนไทยและประเทศไทยได้เป็นอย่างดียิ่ง การนำธงไตรรงค์ไปอวดถึงต่างประเทศหลายประเทศ นับเป็นการรักษาเกียรติภูมิของประเทศไทยว่าไม่อ่อนด้อยกว่าประเทศอื่น

12. บริษัท การบินไทย จำกัด ช่วยเหลือรัฐดำเนินงานด้านการบินพาณิชย์สากล

บริษัทการบินไทยดำเนินกิจการโดยมุ่งส่งเสริม และสนับสนุนประสิทธิภาพของส่วนราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศอย่างเต็มที่ ทั้งในด้านการรักษาดุลสิทธิทางการเมืองระหว่างประเทศ และการรักษาประสิทธิภาพด้านบริการ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ การบินไทยได้ดำเนินกิจการด้านบริการเครื่องบิน การบริการผู้โดยสาร การคลังสินค้า การบริการอาหารบนเครื่องบิน ภัตตาคารท่าอากาศยาน ฯลฯ กิจการเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นบริการจำเป็นสำหรับท่าอากาศยาน บริษัทการบินไทยได้รับมอบกิจการเหล่านี้มาดำเนินงาน และเป็นผู้บริการแก่สายการบินต่างๆ ที่มาแวะใช้ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ บริษัทจำเป็นต้องลงทุนและปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพสูงอยู่ตลอดเวลา เพราะถือว่าเป็นผลสะท้อนถึงมาตรฐานของท่าอากาศยานกรุงเทพฯ โดยตรง ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศไปจากประเทศไทย ได้มีความพยายามและแข่งขันทุกวิถีทาง บริษัทการบินไทยถือว่าการรับภาระจากรัฐบาลมิใช่เพียงเพื่อประกอบการให้ผลแก่บริษัทแต่ลำพังด้านเดียวเท่านั้น จะต้องรักษาประสิทธิภาพ ความนิยมเชื่อถือของทุกสายการบินให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำรงคงอยู่เพื่อรักษาความเป็นศูนย์กลางการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศ ไว้ในประเทศไทยมั่นคงไว้ตราบกาลนาน ซึ่งการบินไทยถือว่าเป็นเป้าหมายประการสำคัญสูงสุดของบริษัทประการหนึ่ง

3.2 สภาพแวดล้อมและปัญหาของ บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน)

3.2.1 ด้านกายภาพ

การศึกษาประเภท และพฤติกรรมของผู้ใช้โครงการ (POPULATION)

ผู้ใช้โครงการอาคารสำนักงานใหญ่ บริษัทการบินไทย จำกัด สามารถแบ่งตามลักษณะการเข้าใช้ได้ดังนี้คือ

1. STAFF แบ่งตามขั้นของหน้าที่การงาน ดังนี้

1.1 MANAGERIAL STAFF เป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบสำคัญ และควบคุมการดำเนินงานของบริษัท มีหน้าที่วางนโยบายบริษัท และดูแลกิจการ การทำงานของพนักงานทั้งหมด มีตำแหน่งตามความสำคัญดังนี้

- PRESIDENT
- VICE PRESIDENT
- DIRECTOR
- DEPARTMENT MANAGER
- ASSISTANCE DEPARTMENT MANAGER
- DIVISION MANAGER
- ASSISTANCE DIVISION MANAGER

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารเหล่านี้ ยังทำหน้าที่ติดต่อธุรกิจสำคัญ และมีแขกพิเศษมาติดต่อเป็นประจำ

1.2 NON MANAGERIAL STAFF เป็นกลุ่มที่ปฏิบัติงานในหน้าที่ต่างๆ ในแต่ละหน่วยงานของบริษัท ประกอบไปด้วย

- SENIOR SUPERVISOR
- SUPERVISOR
- GENERAL STAFF

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. VISITOR เป็นผู้ที่มาติดต่อกับทางบริษัท ซึ่งพอจะจำแนกได้ดังนี้

2.1 ลูกค้าผู้มาติดต่อทั่วไป ซึ่งพอแยกประเภทดังนี้

- ประชาชนทั่วไป ที่มาติดต่อสำรองที่นั่ง
- AGENCY ตัวแทนสายการบิน และบริษัททัวร์ต่างๆ
- หน่วยราชการ

2.2 แขกพิเศษ

2.3 พนักงานที่ไปประจำหน่วยย่อย หรือพนักงานประจำเครื่อง

2.4 อื่นๆ ได้แก่ ผู้มาติดต่อขอเอกสารข้อมูลทางการบิน หรือชมกิจการบริษัท

การศึกษาลักษณะการเข้าใช้อาคารของผู้รับบริการ

บุคคลทั่วไป	จะมาสำรองที่นั่งเพื่อการโดยสาร จ่ายค่าโดยสาร และรับบัตรฯ
GENERAL	ติดต่อกับพนักงานขายโดยตรง (GENERAL TICKETING)
ผู้มาติดต่อทั่วไปตัวแทนจำหน่าย	ปกติมีการสำรองที่นั่งกันด้วยระบบโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์
AGENCY	จะมาติดต่อโดยตรง เมื่อมารับบัตรโดยสาร หรือเพื่อชำระค่าโดยสาร ส่วนใหญ่จะติดต่อกับ SENIOR SUPERVISOR
หน่วยราชการ	จะเป็นการติดต่อกันตามระเบียบราชการ ถ้าเป็นรายการเล็กน้อย พนักงานขายจะเป็นผู้ให้บริการ ยกเว้นในกรณีพิเศษ จึงจะต้องมี SUPERVISOR มารับผิดชอบร่วม
OFFICIAL	
VIP.	มักจะเป็นแขกสำคัญระดับชาติ อาจเป็นนักธุรกิจที่มาติดต่อด้านบริหารสิทธิการบินระหว่างประเทศ และผลประโยชน์ทางการบิน หรือเป็นตัวแทนของหน่วยงานทางรัฐบาล แขกระดับนี้จะติดต่อกับผู้บริหารโดยตรง
พนักงานในเขตปฏิบัติการอื่น	จะมีการติดต่อกันเสมอ เกี่ยวกับการบริหาร การโดยสาร และเส้นทางการบิน ซึ่งต้องมาติดต่อกับแผนกบุคคล และฝ่ายปฏิบัติการบิน
ETC.	เป็นผู้ที่จะมาติดต่อ ขอรายละเอียด การบริหารเส้นทางการบิน กำหนดเวลาบิน หรือสอบถามรายละเอียดอื่นของบริษัท ซึ่งกำหนดให้ติดต่อกับประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการตามประเภทผู้ใช้โครงการ (NEED OF USER)

STAFF

1. PRESIDENT
   - ห้องทำงานส่วนตัวของ PRESIDENT และห้องพักผ่อนส่วนตัวพร้อมห้องอาบน้ำ ห้องสุขา และบริเวณแต่งตัว
   - ส่วนรับแขกส่วนตัวในห้องทำงาน พร้อมบาร์ส่วนตัว (EXECUTIVE BAR)
   - ห้องทำงานเลขานุการส่วนตัว 2 คน พร้อมบริเวณพักคอยที่ดูภูมิฐาน และเป็นทางการ
   - ต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่ผู้ใช้จะภาคภูมิใจ และแสดงถึงความเป็นผู้บริหารที่ดูภูมิฐาน และมีความเป็นส่วนตัวสูง
2. VICE PRESIDENTS
   - ห้องทำงานส่วนตัวของ VICE PRESIDENT แต่ละฝ่าย พร้อมห้องน้ำส่วนตัวอ่างอาบน้ำและโต๊ะแต่งตัว
   - ส่วนรับแขกส่วนตัวในห้องทำงาน รวมทั้งบาร์ส่วนตัว (EXECUTIVE BAR)
   - ต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่แสดงถึงความเป็นผู้บริหารที่ดูภูมิฐาน และมีความเป็นส่วนตัวสูง
   - ห้องทำงานเลขานุการส่วนตัว 1 คน พร้อมบริเวณพักคอย
3. DIRECTORS
   - ห้องทำงานส่วนตัวที่ภูมิฐาน และสะดวกสบายตามฐานะ
   - ส่วนรับรองแขกส่วนตัว
   - บางครั้งมีการประชุมย่อย ภายในห้องทำงาน 3-4 คน
   - บริเวณทำงานเลขานุการส่วนตัว 1 คน พร้อมส่วนพักคอย
4. DIVISION MANAGERS
   - ต้องการห้องทำงานส่วนตัวที่ภูมิฐานสะดวกสบายแก่ฐานะ พร้อมบริเวณสำหรับผู้มาติดต่อและส่วนรับรองแขกส่วนตัว
5. ASSISTANCE DIVISION MANAGERS
   - บริเวณทำงานส่วนตัวเป็นเฉพาะ พร้อมบริเวณสำหรับผู้มาติดต่อ 2 คน
6. SENION SUPERVISORS
   - บริเวณทำงานส่วนตัว พร้อมบริเวณสำหรับผู้มาติดต่อ 2 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. SUPERVISORS

- บริเวณทำงานส่วนตัวที่สามารถดูแลพนักงานในรับผิดชอบได้อย่างใกล้ชิด

8. GENERAL STAFFS

- บริเวณทำงานส่วนตัวที่มีความยืดหยุ่น และสะดวกสบายในการทำงาน

VISITORS

1. GENERAL VISITOR

- บริเวณ Information
- ส่วนพักคอย
- ส่วนสำรองการโดยสาร
- หน่วยงานประชาสัมพันธ์

ซึ่งบริเวณที่มีการติดต่อกับบุคคลภายนอกควรชัดเจน และสะดวกในการติดต่อ ต้องสามารถสร้างภาพพจน์ ทัศนคติ และความประทับใจที่ดีและผู้มาติดต่อ นอกจากนี้ควรแสดงเอกลักษณ์ของบริษัทได้ด้วย

ความต้องการของหน่วยงานในโครงการ (NEED OF PROGRAME)

EXTABLISHING NEED

1. PUBLIC RELATION OFFICE

- ส่วนทำงาน MANAGER
- ส่วนทำงานของ STAFF อื่นๆ
- ส่วนพักคอย
- ส่วน MEETING (8 PERSONS)

2. TICKETING OFFICE

- พนักงานขายตั๋ว 5 คน
- พนักงานสำรองบัตร 1 คน
- SENIOR SUPERVISOR 2 คน
- ส่วนพักคอย (8-10 SEATS)

VISITOR'S NEED

1. LOBBY LOUNGE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพื่อเป็นที่พักรอการเดินทางของผู้ซื้อบัตรโดยสาร และเป็นส่วนพักคอยในโถงบริษัท

2. INFORMATION & RECEPTION

- ส่วนสอบถาม และให้การต้อนรับบริเวณโถงทางเข้า

ตำแหน่ง	จำนวน	หน้าที่
P. Relation Dept. Office		
Dept. Manager	1	ดำเนินงานตามนโยบายฝ่ายบริหาร รับผิดชอบ และจัดการด้านงานประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่โฆษณาข่าวสารของบริษัทแก่สื่อมวลชน ตลอดจนการให้ความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคลทั่วไป
ASS. Dept. Manager	2	-การโฆษณา -การประชาสัมพันธ์
Senior Supervisor	2	ดูแลรับผิดชอบงานในหน้าที่และอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนติดต่อผู้มาใช้บริการ
Supervisor	6	ปฏิบัติงานในหน้าที่ และดูแลพนักงานในรับผิดชอบ
General Staff	8	ปฏิบัติงานตามหน้าที่ และอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

มาตรฐานการใช้พื้นที่ทำงานของแต่ละบุคคล

ความต้องการการใช้พื้นที่ของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ระดับต่างๆ ภายในบริษัทการบินไทย ได้คำนึงถึงความต้องการขั้นมูลฐาน ซึ่งเป็นการใช้พื้นที่ใช้งานขนาดมาตรฐานชั้น 1 (1st Class Standard Space) ประกอบกับความต้องการการใช้งาน ในกิจกรรม และแต่ละประเภทของบุคคล ซึ่งก็พิจารณาได้จากการใช้ Space จากที่เป็นอยู่เดิมด้วย

พื้นที่การทำงานเฉพาะตัว

เนื่องจากมีงานประเภทต่างๆ ในสำนักงาน ทำให้บุคคลต้องทำงานต่างๆ กัน ทำให้ความต้องการอาจแตกต่างกัน หรือบางทีอาจคล้ายคลึงกัน ซึ่งจำนวนของบุคคลที่ทำงานต่างๆ กันนี้ มีจำนวนมากน้อยเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับระบบการบริหาร และข่ายงานของบริษัท ซึ่งการที่จะจัดสำนักงานได้นั้น ต้องทราบประเภทบุคคลเหล่านั้น ตลอดจนความต้องการ สำหรับบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบินไทย นั้น สามารถจำแนกประเภทของเจ้าหน้าที่ตามตำแหน่งหน้าที่ เพื่อหาพื้นที่การทำงานเฉพาะตัว และสรุปเป็นขนาดความต้องการในการใช้โต๊ะ ดังนี้

1. General Staff ต้องการพื้นที่ทำการขนาดมาตรฐานธรรมดา ไม่จำเป็นต้องใช้เฟอร์นิเจอร์พิเศษมากนัก ควรมีโต๊ะข้างเพื่อให้สะดวกสามารถวางอุปกรณ์การทำงาน เช่น เครื่องพิมพ์ดีด ฯลฯ ได้ นอกจากนี้ควรมีความคล่องตัวด้วย เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 1.7 x 2.0

2. ระดับหัวหน้างาน ได้แก่ Supervisor, Senior Supervisor, Assistant Manager และ Manager ซึ่งนอกจากจะต้องการพื้นที่ทำงานและโต๊ะข้างแล้ว ควรมีส่วนเก็บเอกสารเพิ่มอีกด้วย เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 3.0 ม. - 4.0 ม.

3. Secretary ต้องการความสบายและการให้แสงสว่างที่ดี ตลอดจนต้องการลุกนั่งสะดวก มีการเคลื่อนไหวร่างกายมาก ดังนั้นเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ต้องได้รับการออกแบบที่ดี สัดส่วนดี และการสัญจรที่ดีจะช่วยได้ การจัดพื้นที่สำหรับเก็บแฟ้ม และหนังสือต่างๆ ต้องเพียงพอ เพราะต้องทำให้ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย เนื่องจากต้องต้อนรับแขกซึ่งรอพบบุคคลสำคัญในสำนักงาน ฉะนั้นจึงต้องมีชุดรับแขก ชุดพักคอย สำหรับแขก และชุดทำงานที่คล่องตัว เก้าอี้ควรเคลื่อนย้ายสะดวก ติดลูกล้อ มีน้ำหนักเบา มีโทรศัพท์และเครื่องติดต่อภายใน

4. Director ในระดับนี้ นอกจากจะต้องตระเตรียมเก้าอี้สำหรับผู้มาติดต่อแล้ว ยังต้องการพื้นที่เก็บเอกสารเป็นพิเศษ และส่วน Executive Bar นอกจากนี้บางครั้งยังมีการประชุมย่อยเฉพาะหน่วยงาน เป็นการภายในอีกด้วย

5. ผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ Vice President และ President ต้องการโต๊ะทำงานขนาดใหญ่ ซึ่งโอ่อ่าภูมิฐาน มีการประดับด้วยวัสดุมีค่า ให้ดูหรูหราสมฐานะ

3.2.2 ด้านเศรษฐกิจ

ผลงานสำคัญด้านการดำเนินงานปีงบประมาณ 2539

- มีผลกำไรติดต่อกันเป็นเวลา 32 ปี และเป็นบริษัทที่มีรายได้สูงสุดในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- รับมองเครื่องบินใหม่ 5 ลำ ขายเครื่องบิน 3 ลำ ปัจจุบันมีเครื่องบินในฝูงบินทั้งสิ้นจำนวน 73 ลำ
- แนะนำวิสัยทัศน์ใหม่เพื่อการพัฒนา "The First Choice Carrier : Smooth as Silk. First Time. Every Time."
- ทำความตกลงพันธมิตรการบินกับสายการบินลุฟท์ฮันซ่า สายการบินยูไนเต็ด สายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ และสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ เพื่อเป็นเครือข่ายการบินที่ใหญ่ที่สุดในโลกธุรกิจการบิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การเป็นสายการบินที่ดีที่สุดในโลกอันดับที่ 5 สำรวจโดยนิตยสาร TRAVEL & LEISURE
- ยกเลิกระบบการยืนยันที่นั่งผู้โดยสารระหว่างประเทศ เพื่อความคล่องตัวในการเดินทาง ตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2539
- วางศิลาฤกษ์ศูนย์ซ่อมอากาศยานแห่งที่ 2 ที่อู่ตะเภา จังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2539
- ได้รับใบรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการตามมาตรฐาน มอก. 1300-2539 หรือ ISO/IEC GUIDS 25 จากสำนักงานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- จุดการประชุม Corporate Planning Conference (CPC) เพื่อแถลงนโยบายการบริหารงานและทิศทางการดำเนินงานในอนาคตให้กับพนักงานระดับบริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วโลก

ตารางที่ 3.1 แสดงผลการดำเนินงานในรอบ 10 ปี

		2539	2538	2537	2536
จำนวนเครื่องบิน		73	69	61	62
จำนวนชั่วโมงที่ทำการบิน	(ชั่วโมงบินของเครื่องบินต่อปี)	185,847	178,478	164,235	155,272
ปริมาณการบิน	(ล้านตัน-กม.)	5,789	5,469	5,011	4,662
ปริมาณการขนส่ง	(ล้านตัน-กม.)	3,940	3,755	3,467	3,066
อัตราส่วนการบรรทุก	(%)	68.1	68.7	69.2	65.8
จำนวนผู้โดยสาร	(000)	14,308	12,834	11,502	10,183
ปริมาณที่นั่ง	(ล้านที่นั่ง-กม.)	42,099	39,795	36,279	33,878
ปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร	(ล้านคน-กม.)	29,226	26,558	24,733	22,208
อัตราส่วนการขนส่งผู้โดยสาร	(%)	69.4	66.7	68.2	65.6
ปริมาณการผลิตพัสดุภัณฑ์	(ล้านตัน-กม.)	2,000	1,864	1,746	1,613
ปริมาณการขนส่งพัสดุภัณฑ์	(ล้านตัน-กม.)	1,266	1,320	1,197	1,020
อัตราส่วนการขนส่งพัสดุภัณฑ์	(%)	63.3	70.8	68.6	63.2
จำนวนพนักงาน	(คน)	22,136	21,541	19,944	19,560
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	(ล้านบาท)	4,885.6	4,595.6	4,212.2	1,380.8

หมายเหตุ ข้อมูลทั้งหมดเป็นข้อมูลสำหรับปีการเงินตั้งแต่ 1 ตุลาคม - 30 กันยายน หรือ ณ วันที่ 30 กันยายน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 แสดงผลงานสำคัญด้านการเงินปีงบประมาณ 2539

ปีงบประมาณ	2539	2539	2537
สินทรัพย์รวม	131,715	127,503	123,192
ส่วนของผู้ถือหุ้น	30,116	26,548	24,415
ทุนเรือนหุ้น	14,000	14,000	14,000
รายได้จากการดำเนินงาน	78,022	72,798	63,755
กำไรจากการดำเนินงาน	9,422	9,365	8,495
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	4,886	4,596	4,212
กำไรสุทธิ	3,383	3,236	3,117
หน่วยต่อหุ้น(บาท)			
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	10	10	10
กำไรสุทธิ	2.42	2.31	2.23
สินทรัพย์รวม	94.08	91.07	87.99
ส่วนของผู้ถือหุ้น	21.51	18.96	17.44

ปริมาณผู้โดยสารที่บริษัทฯ ทำการขนส่งมีจำนวนทั้งสิ้น 14,308,270 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1,474,371 คน หรือร้อยละ 11.5 ชั่วโมงที่ทำการบินของเครื่องบินทั้งหมดในปีงบประมาณ 2539 มีจำนวน 185,847 ชั่วโมง เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 4.1 ชั่วโมง ทำการบินของเครื่องบินแต่ละลำเฉลี่ยคิดเป็น 8.2 ชั่วโมงต่อวัน

3.2.3 ด้านสังคมและประชากร

สำนักประชาสัมพันธ์ (Public Relation Office)

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทฯ ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการประกอบการด้านธุรกิจการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศและภายในประเทศ โดยบริษัทฯ มีแนวนโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2503

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของการบินไทยในระยะแรก ๆ นั้น บริษัทฯ เน้นแนวทางประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนด้านการตลาด และต่อมาเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2532 จึงได้จัดตั้ง "สำนักประชาสัมพันธ์" ขึ้น โดยปรับเปลี่ยนการบริหารงานประชาสัมพันธ์ให้ตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ซึ่งนับเป็นหน่วยกลางที่มีขอบเขตการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อสนับสนุนกิจการทุกด้านของบริษัทฯ ทำให้มีแนวทางการปฏิบัติงานที่กว้างขวางยิ่งขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทยจึงได้ยกย่องและมอบรางวัลสังข์เงิน สาขาส่งเสริมระบบการประชาสัมพันธ์ ประจำปี 2532 ให้กับการบินไทย สำนักประชาสัมพันธ์ได้พัฒนาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการบินพาณิชย์ การท่องเที่ยว ตลอดจนแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติอยู่เสมอ

วัตถุประสงค์

สำนักประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ดังนี้

1. เพื่อสร้างภาพพจน์และความเข้าใจอันดีของบริษัทฯ กับสถาบันต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ในฐานะสายการบินแห่งชาติที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์สังคม
2. เพื่อสนับสนุนและเผยแพร่กิจการของบริษัทฯ ในด้านต่าง ๆ
3. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในบทบาทของบริษัทฯ ต่อการพัฒนาบุคลากรทางด้านการบินพาณิชย์ของประเทศ
5. เพื่อให้มหาชนยอมรับว่า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทฯที่ดำเนินกิจการโดยคนไทย มีระบบการจัดการ เทคโนโลยี และการบริการที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

ภาระหน้าที่

สำนักประชาสัมพันธ์ มีฐานะเป็นฝ่ายขึ้นตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการใหญ่มีหน้าที่รับผิดชอบซึ่งมีขอบข่ายทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ ดังนี้คือ

1. วางแผนและปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทฯ
2. ประสานงานด้านข้อมูลและนำเสนอต่อฝ่ายบริหาร เพื่อกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ ให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์และเชิงรุก
3. เป็นกลไกสนับสนุนการบริหารและเสริมสร้างความภูมิใจ รวมทั้งทัศนคติที่ดีต่อบริษัทฯ
4. ร่วมดำเนินโครงการ รวมทั้งสำรวจทัศนคติที่มีต่อบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในด้านการประชาสัมพันธ์ และการบริหารงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของการบินไทยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จึงได้กำหนดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง 3 หน่วยงานดังนี้คือ

- กองปฏิบัติการประชาสัมพันธ์
- กองธุรการประชาสัมพันธ์
- กองพาณิชย์สัมพันธ์

1. กองปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่วางแผนและปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาภาพพจน์และชื่อเสียงของบริษัทฯ กับสถาบันต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ในฐานะสายการบินแห่งชาติที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์สังคม รวมทั้งประสานงานด้านข้อมูลและนำเสนอต่อฝ่ายบริหาร เพื่อกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ แบ่งหน่วยงานรับผิดชอบออกเป็น 3 แผนกคือ

1.1 แผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์ มีภาระและหน้าที่หนักในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจการของ บริษัทฯ ผ่านสื่อมวลชนไทยแขนงต่าง ๆ เป็นศูนย์กลางในการประสานงานและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนไทย ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทฯ รวมทั้งการปฏิบัติการด้านสื่อมวลชนเฉพาะกิจต่าง ๆ

นอกจากนี้ ยังมีงานข้อมูลซึ่งสนับสนุนด้านการจัดวางระบบและดูแลข้อมูลเอกสารของบริษัทฯ รวมทั้งรวบรวมข่าวสารจากสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการของการบินไทย สายการบินอื่นและข่าวอื่น ๆที่เกี่ยวข้องเป็นที่สนใจของสาธารณชนเพื่อเสนอฝ่ายบริหารและหน่วยงานต่าง ๆ ในบริษัทฯ และเพื่อให้เป็นข้อมูลพื้นฐานการค้นคว้าในงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งรวมไปถึงการจัดทำข่าวตัดและสรุปประมวลข่าวสารที่เสนอผ่านสื่อมวลชน แล้วนำมาวิเคราะห์ผลกระทบเพื่อหาทางป้องกันและแก้ไขต่อไป

จัดทำเอกสาร วารสารภายในร่วมกับแผนสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่แก่พนักงาน เช่น ทีจีอัพเดท Dialogue เป็นต้น

1.2 แผนกวิเทศสัมพันธ์ มีภาระหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ แก่ชาวต่างประเทศทั้งในและนอกประเทศ รวมทั้งปฏิบัติการและประสานงานกิจกรรมประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชน องค์กรสถาบันต่างประเทศตลอดจนพนักงานการบินไทยทั่วโลก

นอกจากนั้น ยังดำเนินการผลิตเอกสารภาษาต่างประเทศและเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ร่วมจัดและประสานงานในกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านต่างประเทศ เพื่อยังคุณประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

1.3 แผนกกิจกรรมพิเศษ เป็นหน่วยงานที่ดำเนินการประสานและส่งเสริมกิจกรรมกับองค์การหรือสถาบันต่าง ๆ ภายนอกบริษัทฯ เพื่อเป็นการสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ ซึ่งรวมทั้งงานด้านต้อนรับ งานพิธีการต่าง ๆ และงานสาธารณกุศล โดยรวมมือกับหน่วยงานของทั้งภาครัฐและเอกชน

นอกจากนั้นแผนกกิจกรรมพิเศษยังเน้นถึงด้านพนักงานสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อหน่วยงานภายในองค์การ ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานทุกระดับชั้น เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน รวมถึงการสร้างขวัญ กำลังใจและความสามัคคีภายในองค์การ

2. กองธุรการประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ด้านธุรการและงบประมาณของสำนักประชาสัมพันธ์ทั้งหมดและเป็นหน่วยงานให้บริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของแผนกต่าง ๆ ในสำนักประชาสัมพันธ์และภายในบริษัทฯ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีแบ่งหน่วยงานรับผิดชอบออกเป็น 2 แผนกคือ

2.1 แผนกธุรการและงบประมาณ ทำหน้าที่ด้านธุรการและงบประมาณของสำนักประชาสัมพันธ์ทั้งหมด เช่น งานการเจ้าหน้าที่ การโต้ตอบจดหมาย งานพิมพ์ งานด้านการเงิน/การบัญชี/งบประมาณ เป็นต้น รวมทั้งให้การสนับสนุนและประสานงานเมื่อมีกิจกรรมพิเศษในด้านต่าง ๆ เช่น งานพิธีการ งานสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ฯลฯ ร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ในสำนักงานประชาสัมพันธ์

2.2 แผนกสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงานเผยแพร่ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานในสำนักงานประชาสัมพันธ์และหน่วยงานอื่น ๆ ในบริษัทฯ โดยการผลิตสื่อต่าง ๆ เพื่อใช้ในงานด้านประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นงานถ่ายภาพ งานบันทึกเทปโทรทัศน์ งานบันทึกเสียง งานด้านศิลปกรรม รวมทั้งการควบคุมเกี่ยวกับระบบโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เป็นไปด้วยความคล่องตัว รวมทั้งการจัดการด้านนิทรรศการภายในบริษัทฯ

3. กองพาณิชย์สัมพันธ์ มีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผน กำกับ ดูแล สั่งการ และบริหารงานการประชาสัมพันธ์ด้านการพาณิชย์ ทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด ติดต่อกับสาขาต่างประเทศในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายของสาขาต่างประเทศ ประสานงานการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ ควบคุมการจัดทำวารสาร "สวัสดี" และ "กินรี" สำหรับบริการบนเครื่องบิน ดำเนินงานเกี่ยวกับเที่ยวบินพิเศษ การเปิดสำนักงาน ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายงานความเคลื่อนไหวในกิจการพาณิชย์ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนแนวโน้มประชามติที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพของฝ่ายการตลาด รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

หลักการและเหตุผล

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจที่ประกอบธุรกิจด้านการขนส่งผู้โดยสาร สินค้า และพัสดุไปรษณียภัณฑ์ ในฐานะของสายการบินแห่งชาติ โดยเฉพาะธุรกิจการบินเป็นธุรกิจทางด้านการบริการ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพทางด้านการบริการครบวงจร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับสายการบินอื่นในระดับสากล ดังนั้น บทบาทและภาพพจน์ของบริษัทฯ จึงเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในธุรกิจแขนงนี้ และเนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจการบินมีค่อนข้างมาก แต่ละสายการบินจึงพยายามที่จะปรับปรุงภาพลักษณ์ของตนให้เด่นชัด การปรับปรุงภาพลักษณ์นั้นนอกจากจะปรับปรุงในด้านชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร และด้านการบริหารงานแล้ว สิ่งสำคัญที่ทุกสายการบินเน้นก็คือการปรับปรุงด้านบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการภาคพื้น และบนเครื่องบินซึ่งมีการนำเทคโนโลยี เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทันสมัยและสะดวกสบายต่อผู้โดยสารมาใช้ นอกจากนี้ยังเน้นในเรื่องความปลอดภัยในการบินเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้โดยสารจึงจำเป็นต้องมีแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสนองนโยชายดังกล่าว และเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ "FIRST CHOICE CARRIER : SMOOTH AS SILK FIRST TIME EVERY TIME"

ระยะเวลาของแผน

ตุลาคม 2539 ถึง กันยายน 2543

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างภาพพจน์และความเข้าใจอันดีของบริษัทฯ กับสถาบันต่างๆ ทั้งภายในและต่างประเทศในฐานะสายการบินแห่งชาติ

2. เพื่อสนับสนุนและเผยแพร่กิจการของบริษัทฯ ในเชิงพาณิชย์ต่างๆ

3. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลไทย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนการมีส่วนร่วมกับสังคม

4. เพื่อเผยแพร่ความรู้และบทบาทในการพัฒนาบุคลากรการบินพาณิชย์ของประเทศ

5. เพื่อให้มหาชนยอมรับว่า บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) เป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการโดยคนไทย มีระบบการจัดการ เทคโนโลยีการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาระของการประชาสัมพันธ์

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สำนักประชาสัมพันธ์จึงได้กำหนดสาระในการดำเนินงานเพื่อเป็นแนวปฏิบัติทั้งในและต่างประเทศดังนี้คือ

1. จัดทำโครงการเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนทุกประเภท เพื่อการเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวและการดำเนินงานของบริษัทการบินไทย อย่างถูกต้องผ่านสื่อมวลชนทุกแขนง

2. จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อประโยชน์ต่อพนักงาน และครอบครัวอันเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจ ตลอดจนความภาคภูมิใจต่อบริษัทฯ

3. จัดทำโครงการและให้การสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมความเป็นไทย ในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้เพื่อธำรงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ

4. จัดทำโครงการและให้การสนับสนุนกิจการด้านสาธารณกุศล และกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

5. จัดทำโครงการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

6. จัดทำโครงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนทั่วไป

7. ประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์กับสถาบันต่างๆ

8. กิจกรรมพิเศษอื่นๆ

กลุ่มเป้าหมาย

1. ผู้ใช้บริการของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. สถาบันและหน่วยงานต่างๆ
3. กลุ่มสื่อมวลชน
4. ฝ่ายบริหารพนักงานบริษัทฯ และครอบครัว
5. ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร (TRAVEL AGENCY)
6. กลุ่มผู้ถือหุ้น
7. ประชาชนทั่วไป

วิธีการประชาสัมพันธ์และสื่อที่ใช้

วิธีการประชาสัมพันธ์ ได้กำหนดโครงการตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ไว้ 7 โครงการ โดยแต่ละโครงการประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ คือ

1 โครงการด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์

1.1 กลุ่มเป้าหมาย สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วิธีการดำเนินการ

- การให้ข่าวสาร จัดให้การเสนอข่าวสารแก่สื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ อาทิ จัดแถลงข่าวผลการดำเนินงาน จัดทำเอกสารข่าวเผยแพร่ จัดให้มีการสัมภาษณ์ฝ่ายบริหารและผู้เกี่ยวข้อง จัดทำฉบับพิเศษวันครบรอบบริษัทฯ การบรรยายความรู้แก่สื่อมวลชน เป็นต้น
- งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนทุกแขนง เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์ของฝ่ายบริหารกับสื่อมวลชน งานขอบคุณสื่อมวลชนในโอกาสต่างๆ จัดให้มีการพบปะเยี่ยมเยือนสื่อมวลชน การพาสื่อมวลชนชมกิจการในโอกาสพิเศษต่างๆ การจัดกิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชน เช่น การแข่งขันกีฬาร่วมกับสื่อมวลชน การจัดสัมมนาร่วมกัน การจัดพาสื่อมวลชนชมเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นต้น
- จัดทำ PRESS CLIPPING เพื่อตัดข่าวที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของบริษัทฯ รวมทั้งความเห็นและทัศนะของสื่อมวลชนเสนอฝ่ายบริหาร ตลอดจนการวิเคราะห์สื่อและแนวโน้มต่างๆ ให้ฝ่ายบริหารได้ทราบ
- จัดทำทำเนียบสื่อมวลชนและปรับปรุงอยู่เสมอเพื่อให้ทันสมัย ติดต่อได้สะดวก และตรงตามวัตถุประสงค์

2. โครงการประชาสัมพันธ์ภายใน

2.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ ฝ่ายบริหาร พนักงานและครอบครัวของบริษัทฯ

2.2 วิธีดำเนินการ

- การให้ความรู้และข่าวสารแก่พนักงาน เช่น การพาชมกิจการทั้งภายในและภายนอก การสัมมนาและบรรยาย การเผยแพร่ความรู้แก่พนักงานโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น การติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ การจัดทำโปสเตอร์ และระบบ C.I.S. (Central Information System) และระบบกระจายเสียงภายในของบริษัทฯ ตลอดปี
- การจัดทำวารสารภายใน "รักคุณเท่าฟ้า" "TG UP DATE" และ "DIALOGUE" เผยแพร่แก่พนักงานบริษัทฯ เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวและข่าวสารของบริษัทฯ รวมทั้งการสะท้อนทัศนคติของพนักงาน และแนวนโยบายของฝ่ายบริหารอีกด้วย
- การจัดกิจกรรมให้แก่พนักงาน เช่น กีฬา สันทนาการ นิทรรศการ กฐินของบริษัทฯ การเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมโรงเรียนตำรวจตระเวนชาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แดน การบรรยายพิเศษสำหรับพนักงาน จัดการแสดงคอนเสิร์ต ดนตรีดีๆ ให้พนักงานชม ฯลฯ

3. โครงการส่งเสริมด้านศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีของไทย

3.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ สื่อมวลชนและประชาชนทั่วไป

3.2 วิธีดำเนินการ

- จัดกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมและธำรงไว้ซึ่งศิลปะและวัฒนธรรมอันดีงามของไทย โดยร่วมกับหน่วยงานราชการหรือเอกชนอื่นๆ เช่น รวมกับสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ จัดการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม งานลอยกระทง จัดงานผ้าไทยสนับสนุนการแสดงแฟชั่นผ้าไทยร่วมกับศูนย์ศิลปาชีพพิเศษ และดีไซเนอร์ชื่อดังยังต่างประเทศ และการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทยให้พนักงานได้ชมร่วมกับศิลปิน จัดแสดงภาพจิตรกรรม
- สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้สื่อมวลชนทุกแขนงทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมทั้งเอกสารสิ่งพิมพ์และโปสเตอร์ ฯลฯ

4. โครงการสร้างสาธารณกุศลและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

4.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนและสถาบันต่างๆ

4.2 วิธีดำเนินการ

- จัดกิจกรรมโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ ณ ศูนย์การศึกษาห้วยทราบ จังหวัดเพชรบุรี
- จัดนำหน่ายสินค้าให้กับพนักงาน โดยนำรายได้เพื่อช่วยเหลือการกุศลต่างๆ เช่น ร่วมออกร้านในงานกาชาด การจำหน่ายดอกป๊อปปี้ในวันทหารผ่านศึก ดอกมะลิในวันแม่แห่งชาติ ธง และสติ๊กเกอร์ในวันมหิดล เป็นต้น
- จัดกิจกรรมร่วมกับองค์กรและหน่วยงานสาธารณกุศลต่างๆ เช่น จัดคอนเสริต์สายใจไทย การแสดงแฟชั่นโชว์ เป็นต้น
- สนับสนุนกิจกรรมสาธารณกุศลช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสและยากไร้ในชนบท เช่น มูลนิธิดวงแก้ว มูลนิธิหมู่บ้านช้างการบินไทย จ.สุรินทร์ ฯลฯ
- สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อมวลชน และสื่อสิ่งพิมพ์

5. โครงการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

5.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ สื่อมวลชน ฝ่ายบริหาร พนักงานบริษัทฯ และผู้สนใจทั่วไป

5.2 วิธีดำเนินการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และใบปลิว แผ่นพับเพื่อประโยชน์แก่งานด้านการประชาสัมพันธ์ เอกสารทางวิชาการ เอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
- การร่วมและจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ
- การผลิตสื่อโสตทัศน์ เช่น ภาพนิ่ง (ทั้งสี ขาวดำ และสไลด์) ภาพยนตร์ ภาพทัศน์ รายการวิทยุกระจายเสียง รายการเสียงตามสาย (เพื่อกระจายเสียงในบริษัทและตามรถรับส่งพนักงานทั่วไป)

6. โครงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
   6.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ ฝ่ายบริหาร พนักงานบริษัทฯ สื่อมวลชน และบุคคลภายนอก
   6.2 วิธีดำเนินการ
   - การรวบรวมข้อมูลและเอกสาร เช่น ข้อมูลของการบินไทย การรวบรวมและจัดเก็บข่าวสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ประวัติสื่อมวลชน สถิติเที่ยวบินต่างๆ ฯลฯ
   - การจัดทำเอกสารและบทความต่างๆ เช่น โครงสร้างบริษัทฯ ประวัติ เอกสารสรุปและวิเคราะห์ข่าวสื่อมวลชน ปฏิทินข่าว บทความเพื่อตีพิมพ์ลงในหนังสือที่ระลึก กระทรวงคมนาคม และจัดทำผลงานประจำปีในหนังสือของกระทรวงคมนาคม เป็นต้น
   - การวิเคราะห์สถานการณ์ และผลกระทบ (Issue Analysis) โดยการประสานและผลิตข้อมูล

7. โครงการกิจกรรมพิเศษ
   7.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วไป ผู้ใช้บริการ สื่อมวลชน
   7.2 วิธีดำเนินการ
   - โครงการด้านสิ่งแวดล้อม
   - วันครบรอบวันคล้ายวันสถาปนาบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) 1 พ.ค.
   - โครงการหมู่บ้านช้างการบินไทย จ.สุรินทร์
   - โครงการ "การบินไทยรวมใจแก้ไขปัญหาจราจร"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป การบินไทยมีส่วนช่วยเหลือ สร้างสรรค์สังคมไทย

ตลอดระยะเวลา 36 ปี ของการดำเนินงาน การบินไทยได้พิสูจน์บทบาทของตัวเองแล้วว่า "เป็นมากกว่าสายการบิน" โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทที่มีต่อสังคมตลอดจนโครงการต่อเนื่องมาจากพระราชดำริ แม้การบินไทยเป็นสายการบินประจำชาติก็จริงอยู่ ทว่าภาระและความผูกพันที่มีต่อสังคมไทยนั้นได้หยั่งรากลึกมานานแล้ว นับตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการ การบินไทยได้ทำหน้าที่ทูตสันถวไมตรีนำธงไทยไปโบกสะบัดสู่สายตาชาวโลก เป็นตัวแทนของประเทศไทยในโลกกว้าง หลายๆ กิจกรรมที่การบินไทยมีบทบาทในการเป็นผู้นำทั้งในส่วนของความตั้งใจที่จะเผยแพร่วัฒนธรรมไทย และในส่วนของการดำเนินงานในบริษัทฯ เอง อาทิ การเปิดเส้นทางบินเชื่อมโยงประเทศไทยไปยังบาหลีและกาฐมาณฑุ เช่นเดียวกับจุดหมายรองอย่างฮ่องกงและสิงคโปร์เข้ากับจุดหมายต่างๆ ระดับนานาชาติ

ที่ผ่านมาการบินไทยให้ความสำคัญในการเผยแพร่ 3 สถาบันหลักของประเทศ อันได้แก่ สถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ นับตั้งแต่วินาทีแรกที่ผู้โดยสารก้าวเข้าสู่เครื่องของการบินไทย ผู้โดยสารจะรู้สึกเหมือนได้เหยียบย่างลงบนแผ่นดินไทยแล้ว เพราะจะได้สัมผัสกับรอยยิ้มและกิริยาอันนุ่มนวลของการไหว้ต้อนรับ ซึ่งล้วนแล้วแต่อยู่ในจิตสำนึกของพนักงานต้อนรับของการบินไทยทุกคน นอกจากนี้ความตั้งใจที่จะเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมยังปรากฏอยู่ในรายละเอียดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นลวดลายของดอกกล้วยไม้ และวัดวาอารามภายในตัวเครื่องและบนเบาะที่นั่ง ตลอดจนการเสิร์ฟอาหารและผลไม้ซึ่งเป็นผลผลิตภายในประเทศ แม้แต่ชื่อของเครื่องบินแต่ละลำก็ได้รับพระราชทานนามจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระสังฆราชทรงประกอบพิธีเจิมเพื่อเป็นศิริมงคล

โฆษณาของการบินไทยแต่ละชุดต่างให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ศิลปะวัฒนธรรมและหัตถกรรมไทยในแง่มุมต่างๆ โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ได้เน้นความสำคัญของเทคโนโลยีที่มีต่อการพัฒนาประเทศ โดยไม่ทิ้งคุณค่าของประเพณีและมรดกทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติ ตลอดจนการบริการของการบินไทยซึ่งมีเอกลักษณ์โดยเด่นเฉพาะตัว

นับตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการ การบินไทยให้ความสำคัญกับการต้อนรับบนเครื่องบินด้วยมารยาทและวัฒนธรรมแบบไทยๆ จิตสำนึกดังกล่าวส่งผลถึงการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ด้อยโอกาสผ่านงานบริการสังคมต่างๆ กิจกรรมที่การบินไทยได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการจรรโลงสังคม ได้แก่ โครงการด้านอนุรักษ์ธรรมชาติ การจัดงานหาเงินสมทบทุนการกุศลทั้งของภาครัฐและเอกชน โครงการเพื่อการศึกษา การมอบทุนการศึกษา และอื่นๆ อีกมากมาย

บทบาทของการบินไทยยังครอบคลุมไปถึงแวดวงการกีฬา ศิลปะหัตถกรรม และองค์การธุรกิจสำคัญๆ ด้วย สำนักงานของการบินไทยในต่างประเทศเองก็มีบทบาทสำคัญในการเป็นทูตสันถวไมตรีของประเทศ โดยการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองไทย เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้น ในช่วงปี พ.ศ. 2539-2539 สำนักงานดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ เพื่อเฉลิมฉลองปีกาญจนาภิเษกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รวมทั้งการจัดแพคเกจทัวร์เป็นพิเศษเพื่อรองรับกิจกรรมเฉลิมฉลองปีกาญจนาภิเษกด้วย

ความตั้งใจของการบินไทยที่จะจรรโลงสังคมยังได้ปรากฏอยู่ในกิจกรรมต่างๆ หลากหลายแขนง อาทิ การแข่งขัน Thailand Open Golf Championship การเผยแพร่วัฒนธรรมไทยโดยการนำภาพวาดการละเล่นพื้นบ้านของเด็กไทยมาพิมพ์ไว้บนกล่องใส่อาหารที่เสิร์ฟบนเครื่องบิน เป็นผู้สนับสนุนการประชุมการท่องเที่ยวแห่งอาเซียน การแข่งขันเทนนิสของคนพิการในอัมสเตอร์ดัม ให้การสนับสนุนวิทยาลัยศัลยแพทย์ในพระบรมราชูปถัมภ์ในออสเตรเลีย งานแสดงแฟชั่นโชว์นาการ่าเพื่อสนับสนุนโครงการส่งเสริมศูนย์ศิลปาชีพพิเศษในพระบรมราชินูปถัมภ์ ริเริ่มโครงการปลูกป่าในพื้นที่โครงการหลวงห้วยทราย ที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็นผู้สนับสนุนหลักในการแข่งขันซีเกมส์ โดยการเพิ่มเที่ยวบินระหว่างกรุงเทพฯ กับเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสถานที่จัดงาน ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการสำรองที่นั่งและการซื้อบัตรโดยสาร อีกทั้งได้สนับสนุนการจัดงานเวิลด์เทคเมื่อเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม พ.ศ. 2538 โดยการเพิ่มเที่ยวบินระหว่างกรุงเทพฯกับนครราชสีมา

เมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมา การบินไทยมีส่วนร่วมในการเหตุการณ์อันน่าตื่นเต้น เมื่อผู้โดยสารชาวไทยท่านหนึ่งให้กำเนิดบุตรสาวขณะเดินทางจากญี่ปุ่นมาเมืองไทย โดยหนูน้อยลืมตาขึ้นมาดูโลกช่วงที่เครื่องบินลงจอดที่ท่าอากาศยานกรุงเทพพอดี

คงไม่ต้องสงสัยเลยว่า คนไทยทุกคนต่างรู้สึกภาคภูมิใจและหวงแหนการบินไทย ประดุจสถาบันหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ การบินไทยจึงถือเป็นความรับผิดชอบที่จะต้องตอบแทนต่อสังคมต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
การรวบรวมข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1 การรวบรวมข้อมูลตัวอย่างกรณีศึกษา (CASE STUDY)

การพัฒนาเส้นทางบินและจุดบิน

บริษัทได้ให้บริการในจุดบินเพิ่มขึ้นรวมทั้งสิ้น 71 แห่ง ซึ่งครอบคลุมประเทศต่างๆ 37ประเทศ ใน 4 ทวีป และด้วยวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในการขยายเครือข่ายเส้นทางบินครอบคลุมทั่วโลก โดยการแสวงหาพันธมิตรการบินเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดในสภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงของอุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ ในปีงบประมาณ 2539 บริษัทฯ ได้ทำการบินในเส้นทางพันธมิตรทางการบินกับสายการบินลุฟท์ฮันซ่า และสายการบินยูไนเต็ดแอร์ไลน์ ครอบคลุม 3 พื้นที่เศรษฐกิจของโลก คือ ตะวันออกไกล ยุโรป และสหรัฐอเมริกา และเริ่มต้นทำการบินกับสายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ และสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ ในเส้นทางกรุงเทพฯ ฟูกูโอกะ นาโกย่า และโอซาก้า รวมถึงขณะนี้กำลังอยู่ในระหว่างการเจรจากับสายการบินแอนเซทในเส้นทางออสเตรเลีย สายการบินเซาท์แอฟริกันแอร์เวย์ในเส้นทางแอฟริกาใต้ และสายการบินแวริกบราซิลเลี่ยนในเส้นทางอเมริกาใต้ สำหรับเส้นทางบินระหว่างประเทศในปีที่ผ่านมา มีดังนี้คือ

เส้นทางแปซิฟิกเหนือ

ให้บริการเที่ยวบินไปลอสแองเจลิสผ่านโซล 4 เที่ยวต่อสัปดาห์

เส้นทางยุโรป มีเที่ยวบินสัปดาห์ละ 35 เที่ยว โดยมีการเปลี่ยนแปลงเส้นทางบินดังนี้

- เส้นทางบิน กรุงเทพฯ - ปารีส ทำการบินตรง 4 เที่ยวต่อสัปดาห์ และแวะสตอกโฮล์ม 3 เที่ยวต่อสัปดาห์
- ปรับเส้นทางบิน กรุงเทพฯ - เอเธนส์ - อิสตันบูล เป็นกรุงเทพฯ - เอเธนส์ - โรม 2 เที่ยวต่อสัปดาห์ และกรุงเทพฯ - ดูไบ - อิสตันบูล 2 เที่ยวต่อสัปดาห์
- ปรับเส้นทางบินตรง กรุงเทพฯ - สตอกโฮล์ม เป็น กรุงเทพฯ - สตอกโฮล์ม - ปารีส 3 เที่ยวต่อสัปดาห์

เส้นทางออสเตรเลีย

- ยังคงทำการบินไปยัง ซิดนีย์ เมลเบิร์น บริสเบน และโอกแลนด์ 7 เที่ยวต่อสัปดาห์ และไปเพิร์ธ 3 เที่ยวต่อสัปดาห์เช่นเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นทางภูมิภาคเอเชีย เส้นทางบินมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

- เพิ่มเส้นทางบิน กรุงเทพฯ - นาโกย่า 1 เที่ยวต่อสัปดาห์
- เพิ่มเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - ปักกิ่ง จาก 4 เที่ยวต่อสัปดาห์ เป็น 7 เที่ยวต่อสัปดาห์
- เพิ่มเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - เซี่ยงไฮ้ จาก 2 เที่ยวต่อสัปดาห์ เป็น 3 เที่ยวต่อสัปดาห์
- เพิ่มเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - ปีนัง จาก 5 เที่ยวต่อสัปดาห์ เป็น 7 เที่ยวต่อสัปดาห์
- เพิ่มเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - ดูไบและมัสกัต เป็น 4 เที่ยวต่อสัปดาห์
- ปรับเปลี่ยนเส้นทางบิน ภูเก็ต - กรุงเทพฯ - เกาซุง เป็น กรุงเทพฯ - เกาซุง
- เพิ่มเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - ย่างกุ้ง จาก 8 เที่ยวต่อสัปดาห์ เป็น 10 เที่ยวต่อสัปดาห์
- เพิ่มเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - เวียงจันทน์ จาก 5 เที่ยวต่อสัปดาห์ เป็น 6 เที่ยวต่อสัปดาห์
- เพิ่มเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - พนมเปญ จาก 11 เที่ยวต่อสัปดาห์ เป็น 12 เที่ยวต่อสัปดาห์
- เพิ่มเที่ยวบิน กรุงเทพฯ - ดัคคา จาก 6 เที่ยวต่อสัปดาห์ เป็น 9 เที่ยวต่อสัปดาห์

การตลาด

ผลการดำเนินงานด้านการตลาดในปี 2539 โครงการรอยัลออร์คิด พลัส นับได้ว่าเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างยิ่ง นับแต่เริ่มโครงการมาเป็นเวลา 3 ปี ได้สร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่บริษัทฯ จนสามารถทำให้บริษัทฯ มีกำไรอย่างต่อเนื่องได้เป็นปีที่ 32 โดยในปี 2539 โครงการสะสมไมล์เดินทางรอยัลออร์คิด พลัส มีสมาชิกเพิ่มขึ้นกว่า 600,000 คน ใน 190 ประเทศทั่วโลก ด้วยสมาชิกใหม่ที่เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 2,000 คนต่อสัปดาห์

ส่วนหนึ่งของความสำเร็จนี้เนื่องมาจากการที่การบินไทยมีความร่วมมือพันธมิตรการบินกับสายการบินชั้นนำ ซึ่งมีเครือข่ายครอบคลุมถึงทุกส่วนของโลก สมาชิกไม่เพียงแต่สามารถสะสมและแลกรางวัลของการบินไทยเท่านั้น หากยังสามารถสะสมและแลกรางวัลของสายการบินพันธมิตรอีกด้วย ซึ่งได้แก่ สายการบินยูไนเต็ดแอร์ไลน์ สายการบินลุฟท์ฮันซ่า สายการบินเซาท์แอฟริกันแอร์เวย์ สายการบินแอนเซท และสายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ และยังรวมถึงคู่สัญญาธุรกิจอื่นๆ อีก คือ กลุ่มโรงแรมชั้นนำ บัตรเครดิต และบริษัทรถเช่า

ในปีนี้บริษัทฯ ยังได้มีการปรับปรุงระบบการบริการสมาชิกเพื่อรองรับจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้น โดยนอกจากจะได้รับวารสารรอยัลออร์คิด พลัส ทุกๆ สองเดือน สมาชิกยังสามารถสอบถามข้อมูลข่าวสารรวมทั้งรายละเอียดการสะสมไมล์ได้จากบริการไทยโฟน (THAI PHONE) 1566 ตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมการบริการของ MEMBER SERVICE CENTER เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก ดังคำขวัญที่ว่า MERMBER FIRST, EVERY TIME

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดบิน บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน)

จุดบินภายในประเทศ (21 จุดบิน ไม่รวมกรุงเทพฯ)

ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
(8 จุดบิน)	**(7 จุดบิน)**	**(6 จุดบิน)**
เชียงใหม่*	ขอนแก่น	ตรัง
เชียงราย	นครราชสีมา	หาดใหญ่*
แพร่	นครพนม	นครศรีธรรมราช
พิษณุโลก	สกลนคร	นราธิวาส
น่าน	อุดรธานี	ภูเก็ต*
แม่สอด	อุบลราชธานี	สุราษฎร์ธานี
แม่ฮ่องสอน	บุรีรัมย์	
ลำปาง		

จุดบินต่างประเทศ(36ประเทศ, 53 จุดบินไม่รวมกรุเทพฯ และประเทศไทย)

เอเชีย/แปซิฟิค (21 ประเทศ, 37 จุดบิน)

กัมพูชา	-พนมเปญ	**ตะวันออกลาง (2ประเทศ, 2 จุดบิน)**	
เกาหลี	-โซล	โอมาน	-มัสกัต
จีน	-ปักกิ่ง, คุนหมิง,	สาธารณรัฐอาหรับอามิเจต	-ดูไบ
	กวางเจา, เซี่ยงไฮ้	**ยุโรป (12 ประเทศ, 13 จุดบิน)**	
ญี่ปุ่น	-โตเกียว, นาโกยา,**	กรีซ	-เอเธนส์
	โอซากา, ฟูกูโอกะ	เดนมาร์ก	-โคเปนเฮเกน
ไต้หวัน	-ไทเป, เกาซุง	ตุรกี	-อิสตันบูล
เนปาล	-กาฐมาณฑุ	ฝรั่งเศส	-ปารีส
บังคลาเทศ	-ธากา	เบลเยี่ยม	-บรัสเซลส์
บรูไน	-บันดาร์เสรีเบกาวัน	เยอรมัน	-แฟรงก์เฟิร์ต,มิวนิค
ปากีสถาน	-การาจี, ละฮอร์	สเปน	-มาดริด
พม่า	-ย่างกุ้ง	สวีเดน	-สตอกโฮล์ม
ฟิลิปปินส์	-มะนิลา	สวิตเซอร์แลนด์	-ซูริค
มาเลเซีย	-กัวลาลัมเปอร์,**ปีนัง**	อังกฤษ	-ลอนดอน
ลาว	-เวียงจันทน์	อิตาลี	-โรม
เวียดนาม	-โฮจิมินท์, ฮานอย	ฮอลแลนด์	-ฮัมสเตอร์ดัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศรีลังกา	-โคลัมโบ	**อเมริกาเหนือ (1ประเทศ, 1 จุดบิน)**	
สิงคโปร์	-สิงคโปร์	สหรัฐอเมริกา	-ลอสแองเจลีส
อินโดนีเซีย	-จาการ์ตา,		
	เดนปซาร์, สุราบายา	* สนามบินนานาชาติ	
อินเดีย	-กัลกัตตา, เดลลี	** ทำการบินร่วมกับสายการบินอื่น	
ออสเตรเลีย	-บริสเบน, เพิร์ท,		
	เมลเบิร์น, ซิดนีย์		
ฮ่องกง	-ฮ่องกง		
นิวซีแลนด์	-โอกแลนด์		

ตารางที่ 4.1 สรุปผลการดำเนินกิจการในปีงบประมาณ 2539

แบบเครื่องบิน	จำนวน	
	2539	2538
โบอิ้ง 777-200	2	-
โบอิ้ง 747-200	4	6
โบอิ้ง 747-300	2	2
โบอิ้ง 747-400	9	8
โบอิ้ง 737-400	7	7
แอร์บัส 300 บี 4 (เช่า)	-	4
แอร์บัส 300 บี 4	7	7
แอร์บัส 300-600	16	16
แอร์บัส 330-300	8	6
แอร์บัส 310-200	2	2
เอ็มดี 11	4	4
เอทีอาร์ 72	2	2
เอทีอาร์ 42	2	2
ดีซี 10-30 อีอาร์	3	3
บีเออี 146-300	5	-
รวม	73	69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.1 สำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ภายในประเทศ

SITE...STATION SILOM BANGKOK

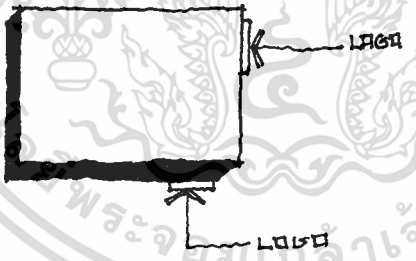
พฤติกรรมของลูกค้า Passenger Behaviour

โลโก้ LOGO

บริเวณด้านหน้าอาคารมีสัญลักษณ์ของบริษัทการบินไทย จำกัด เมื่อลูกค้าผ่านมาสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ด้านหน้า Office เป็นกระจกใสสามารถมองเห็นบรรยากาศและการทำงานในสำนักงาน

ก่อนเข้าสู่ตัว Office สำนักงานการบินไทย ด้านหน้าอาคารสำนักงานมีการตกแต่งอาคารด้วยรูปภาพ Display การตกแต่งเพื่อเชิญชวนให้ลูกค้าได้มาใช้บริการ ทางเข้าด้านหน้าเมื่อเปิดประตูเข้าไปจะเห็นเคาน์เตอร์สูงล้อมรอบพนักงาน ทำให้ลูกค้าสามารถมาใช้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์

ภาพที่ 4.1 แสดงการมอง LOGO ด้านหน้าสำนักงาน



เคาน์เตอร์ (Ticketing Counter)

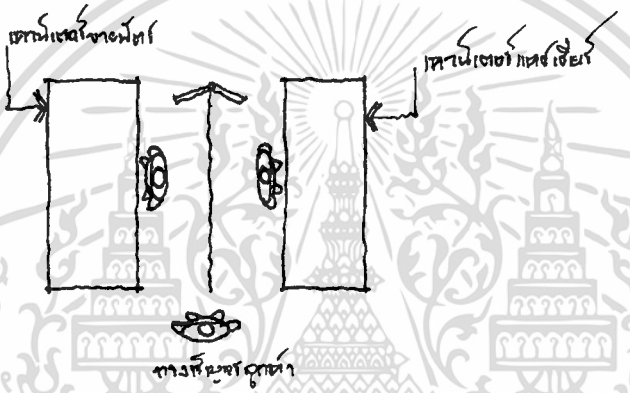
เคาน์เตอร์ขายบัตรจะเป็นลักษณะวงกลม พนักงานจะนั่งอยู่ด้านในที่ให้ลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการได้สะดวก ส่วนเคาน์เตอร์ขายบัตรกับเคาน์เตอร์แคชเชียร์จะถูกแยกจากกัน เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความสะดวก ง่าย และรวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การติดต่อเคาน์เตอร์ของลูกค้าจะเป็นลักษณะยืน พนักงานดำเนินการในส่วน ขายบัตรเสร็จเรียบร้อย ลูกค้าจะไปยังเคาน์เตอร์แคชเชียร์เพื่อจ่ายค่าบัตรและ ค่าธรรมเนียม ต่อจากนั้นลูกค้าจะกลับไปรับบัตรที่เคาน์เตอร์สูงอีกครั้ง

ปัญหาของเคาน์เตอร์ลักษณะล้อมรอบพนักงาน ทำให้เห็นสภาพภายในสำนักงานได้ชัด ซึ่งทำให้เห็นความไม่เรียบร้อย ส่วนเคาน์เตอร์บริเวณด้านหลังจะว่างเหมือนร้าง ทำให้ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ ลูกค้าที่มาใช้บริการจะมาติดต่อ ยืนอยู่บริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์สูง ส่วนพนักงานนั่งทำงานอยู่ด้านใน

ภาพที่ 4.2 แสดงการยืนรอรับบริการหน้าเคาน์เตอร์แคชเชียร์ กับเคาน์เตอร์ขายบัตร

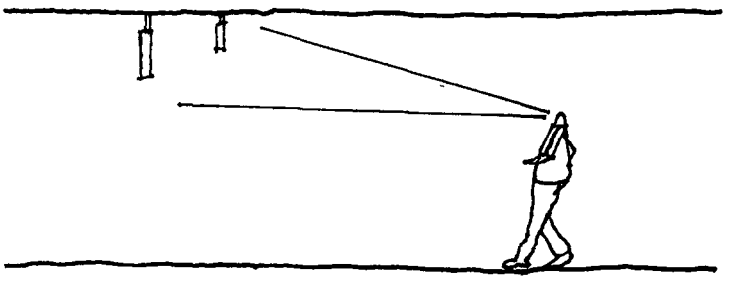


<u>ป้ายสัญลักษณ์ (Symbol)</u>

ป้ายบอกทางไม่มีความเด่นชัด ไม่มีการออกแบบที่สวยงามให้เหมาะสมกับสถานที่ทำให้สภาพแวดล้อมภายในสำนักงานขาดความสวยงาม

การกำหนดแผนกต่างๆ ไม่เด่นชัด ไม่ชี้นำสายตาของผู้โดยสารทำให้เกิดความสับสนได้ บางครั้งป้ายบอกทิศทางไปยังส่วนต่างๆ ภายในสำนักงานไม่ได้เตรียมไว้ให้กับลูกค้า แต่เป็นการแก้สถานการณ์เฉพาะหน้าทำให้หมดความสวยงาม

ภาพที่ 4.3 แสดงการมองป้ายสัญลักษณ์ของลูกค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพพจน์ศิลปวัฒนธรรม

ภาพตกแต่ง Office แสดงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยให้ชาวต่างประเทศได้รู้จักการตกแต่งสำนักงานการบินไทย ที่สื่อถึงความเป็นไทยออกมาให้เกิดภาพพจน์ที่ดี

ผนังด้านหน้าเป็นกระจกใส และบางส่วนตกแต่งด้วยกระจกเงาพ่นสีทองตัดขอบเป็นแนวเส้นสินเทาแบบงานจิตรกรรมฝาผนัง ตัดขอบด้วยบัวไม้พ่นสีขาว บนผนังฉาบปูนเรียบ

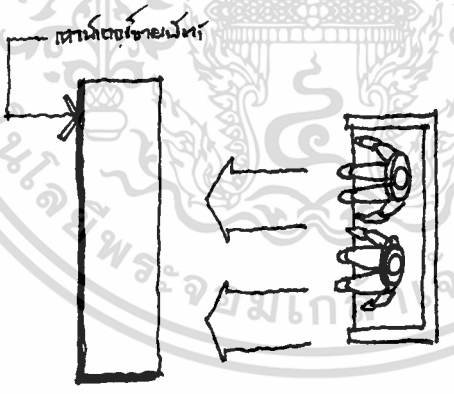
การตกแต่งสถานที่ให้เกิดเป็น "ภาพลักษณ์" ทำให้เกิด Sense ใหม่ของสถานที่ในโลกของธุรกิจและการตลาด Office Automation รูปแบบโฉมใหม่ที่ทันสมัยเป็นมาตรฐานสากลในระดับนานาชาติ เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารต่างๆ มีความคล่องตัวทำให้ผู้ให้บริการและลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว

ส่วนพักคอย (Wating Area)

เป็นโซฟา 3 ที่นั้ง โครงสร้างไม้สักจริง เบาที่นั่งหุ้มหนังสีดา จากส่วนพักคอยถึงเคาน์เตอร์ขายบัตรมีความกระชั้นชิดมาก

จุดพักคอยบางจุดอยู่ห่างจากด้านหน้าเคาน์เตอร์ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวก ที่นั่งในส่วนที่พักคอยจะมีคนมาใช้น้อยมาก หรือถ้านั่งก็จะนั่งเพียงคนเดียวจึงไม่เหมาะที่จะใช้ที่นั่งในส่วนพักคอยนี้เป็นแบบโซฟาติดกัน

ภาพที่ 4.4 แสดงจุดนั่งพักคอยกับเคาน์เตอร์ขายบัตร



ระบบงานสภาพแวดล้อมภายใน Ticketing Division

พื้น ปูด้วยกรเบื้องเคลือบขนาด 8" x 8" และพรมทำให้ส่วนระหว่างรอยต่อของพื้นไม่เสมอกันอาจทำให้ลูกค้าและพนักงานเดินสะดุดได้

ผนัง เป็นผนังก่ออิฐฉาบปูนเรียบ ตกแต่งด้วยกระจกเงาพ่นลายสีทองเป็นกระจกใสเพื่อมองเห็นทัศนียภาพด้านนอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพดาน ในส่วนพักคอยเป็นเพดานสูงและลดต่ำลงมาเป็นขั้นบันได ทำให้ในส่วนทำงานถูกลดต่ำลง ดูอึดอัดไม่โปร่งสบาย

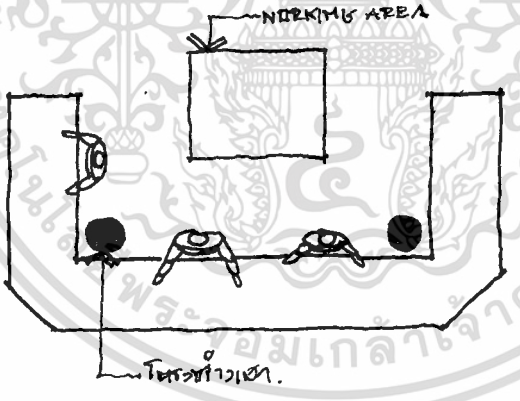
ระบบแสงสว่าง ในส่วนการทำงานใช้หลอดไฟแบบ Incandescent และแผ่นกรองแสงเป็นกระจกฝ้า ทำให้แสงสว่างไม่เพียงพอ และอายุการใช้งานน้อยต้องเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา พนักงานจึงต้องหาโคมไฟมาช่วยให้แสงสว่างมากขึ้น

พฤติกรรมของผู้ปฏิบัติการ Staff Behaviour

เคาน์เตอร์ Ticketing Counter

เคาน์เตอร์เป็นลักษณะวงกลมพนักงานนั่งทำงานอยู่ด้านใน ปัญหาของเคาน์เตอร์ล้อมรอบพนักงาน บริเวณเคาน์เตอร์บางจุดถูกบดบังด้วยโครงสร้างทำให้ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นสภาพภายในสำนักงาน ทำให้ไม่มีความเรียบร้อยบริเวณภายในเคาน์เตอร์ ไม่มีการแบ่งพื้นที่สำหรับเก็บเอกสารจึงทำให้เอกสารต่างๆ วางกองอยู่บนโต๊ะและกีดขวางเครื่องมือทำงาน

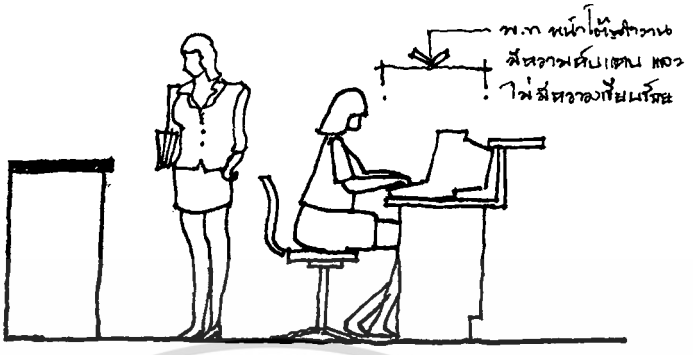
ภาพที่ 4.5 แสดงพื้นที่การสัญจรภายในเคาน์เตอร์และพื้นที่สำหรับงานเอกสาร



ทางสัญจรภายในเคาน์เตอร์ค่อนข้างคับแคบ ทำให้ไม่สะดวกต่อการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานสำหรับพนักงานภายในเคาน์เตอร์สูง ผู้โดยสารจะยืนอยู่ด้านหน้าเคาน์เตอร์ทำให้ลูกค้าเห็นความไม่เป็นระเบียบบริเวณพื้นที่หน้าโต๊ะทำงาน พื้นที่มีไม่เพียงพอและคับแคบจนเกินไป

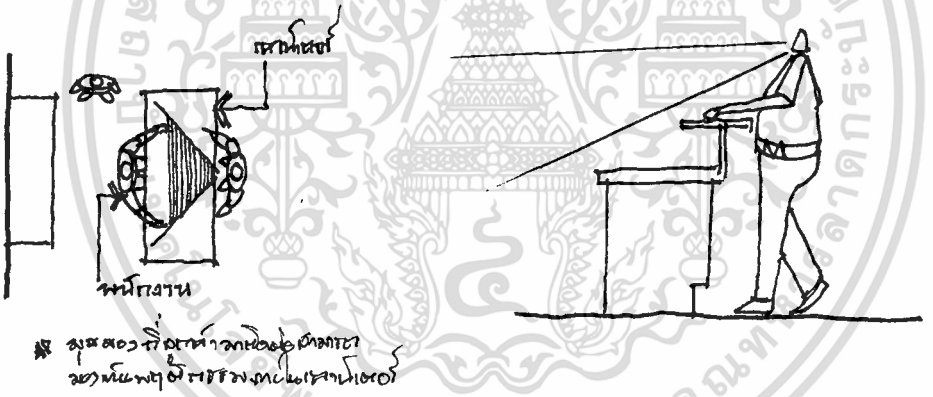
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.6 แสดงพื้นที่หน้าโต๊ะทำงาน



มุมมองจากเคาน์เตอร์ด้านหลัง มองเห็นการทำงานของพนักงานและความไม่เรียบร้อยได้ทุกมุม

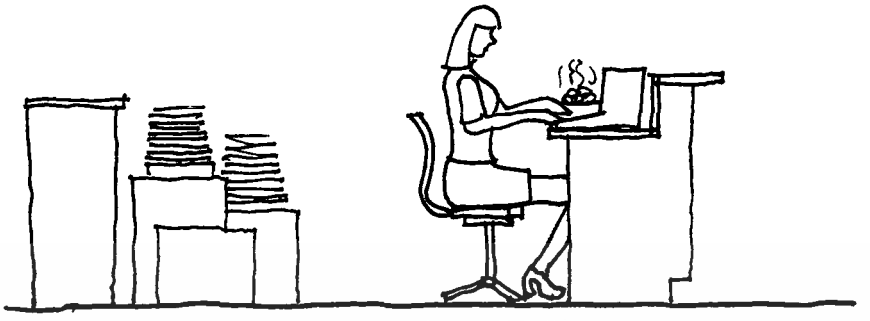
ภาพที่ 4.7 แสดงมุมมองที่ลูกค้ามาติดต่อ



บางครั้งบริเวณใต้โต๊ะทำงานของพนักงาน จะเป็นที่เก็บเอกสารและสัมภาระต่างๆ จึงเป็นอุปสรรคในการนั่งปฏิบัติงาน สภาพภายในเคาน์เตอร์บางมุมดูเหมือนร้าง เพราะผู้โดยสารไม่เข้ามาใช้บริการ และสภาพแวดล้อมไม่เหมาะกับการปฏิบัติงานทำให้ดูเหมือนเป็นห้องเก็บของ อีกทั้งพนักงานไม่มีมุมพักสายตาทำให้เกิดความเมื่อยล้าได้ง่ายและมองไม่เห็นลูกค้าที่เดินเข้ามาใช้บริการ จึงต้องลุกขึ้นเพื่อเรียกให้ลูกค้ามาใช้บริการ พนักงานไม่มีห้องพักผ่อนสำหรับดื่มน้ำหรือทานกาแฟ ทานของว่าง จึงต้องนั่งทานหลังเคาน์เตอร์ โดยใช้เคาน์เตอร์สูงเป็นฉากบังสายตาของลูกค้าไม่ให้มองเห็น พนักงานมักจะนำอาหารมาวางรับประทานขณะทำงาน จึงทำให้พนักงานปฏิบัติงานผิดพลาดได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.8 แสดงภายในเคาน์เตอร์ไม่มีความเป็นระเบียบ



ปัญหาต่างๆ ภายในส่วน Ticketing Division

1. เคาน์เตอร์เป็นลักษณะยืนเพื่อไม่ให้ใช้เวลานานมากนัก แต่ผู้โดยสารจะมองไม่เห็นพนักงานเมื่อเดินเข้ามาในสำนักงาน เนื่องจากเป็นเคาน์เตอร์สูง

2. ลักษณะเคาน์เตอร์บริการเป็นลักษณะล้อมรอบพนักงาน ทำให้เห็นการทำงานของพนักงานได้ทุกจุด

3. การทำงานของพนักงานไม่เท่าเทียมกัน เนื่องจากผู้โดยสารจะติดต่อเฉพาะด้านหน้า ส่วนด้านหลังผู้โดยสารจะไม่เข้ามาใช้บริการ

4. พื้นที่ในการทำงานไม่เพียงพอในขณะทำงาน Paper Work

5. ไม่มีห้องเก็บเอกสารที่แน่นอนซึ่งในส่วนนี้จะต้องมีเอกสารจำนวนมากทำให้ดูไม่เรียบร้อย

6. ลักษณะของเคาน์เตอร์ทำงานไม่ถูกต้องกับสรีระในการทำงาน ทำให้เกิดอาการเมื่อยล้า

7. พื้นที่ที่เป็นส่วนตัวไม่มีและไม่เพียงพอสำหรับพนักงาน

8. ทางสัญจรภายในส่วนทำงานยังไม่ดีพอ คับแคบ และสวนทางกัน

9. ป้ายบอกทางและตำแหน่งไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้โดยสารที่มาติดต่อ

10. สภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในสำนักงานอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของลูกค้า Passenger Requirement

- โลโก้ซึ่งมีขนาดที่พอเหมาะสมสามารถมองเห็นได้สะดวกและชัดเจน
- แสงไฟที่โลโก้มีความสว่างมากเพียงพอต่อความต้องการ
- ส่วนเคาน์เตอร์ควรมีป้ายบอกถึงจุดต่างๆ ว่าจุดไหนบริการอะไรให้ชัดเจน
- ที่รับบัตรคิว
- ส่วนพักคอยมีไว้สำหรับลูกค้าให้เพียงพอแก่ความต้องการ
- ส่วนโทรศัพท์สาธารณะเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า
- แผ่นโบร์ชัวร์สำหรับให้ลูกค้าหยิบใช้บริการได้
- แผ่นป้ายโปสเตอร์แนะนำเชิญชวนการท่องเที่ยว และรูปภาพวัฒนธรรม
- Display การตกแต่ง
- แสงไฟตามจุดเคาน์เตอร์ เพื่อให้แสงสว่างมีมากเพียงพอ
- แท่นที่สำหรับวางเขียนเอกสาร ก่อนยื่นที่เคาน์เตอร์ หรือตรงส่วนเคาน์เตอร์อาจจะมี Line สำหรับให้ลูกค้าเข้าแถวต่อคิว
- จุดการบริการต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถบริการด้วยตนเอง เช่น จุดน้ำดื่ม
- ที่วางสำหรับหนังสือพิมพ์ หรือข่าวสารต่างๆ ในส่วนพักคอย
- ควรมีพื้นที่เพื่อให้ลูกค้าติดต่อได้สะดวกในส่วนหน้าเคาน์เตอร์
- เคาน์เตอร์ที่ให้การบริการต่างๆ
  - จุดขายบัตร
  - จุดประชาสัมพันธ์
- ตารางการเดินทางและตารางเวลา
- ความกว้างของพื้นที่บนเคาน์เตอร์ ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวก
- โทนสีหรือโลโก้ที่สื่อออกมาทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในการใช้บริการ

ความต้องการของพนักงาน Staff Requirement

- เคาน์เตอร์ควรแยกเป็นล็อคๆ ต่างหากของพนักงาน เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการทำงาน
- เคาน์เตอร์ควรมีพื้นที่กว้างเพื่อสะดวกในการทำงาน และสะดวกในการใช้เครื่องใช้สำนักงาน
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

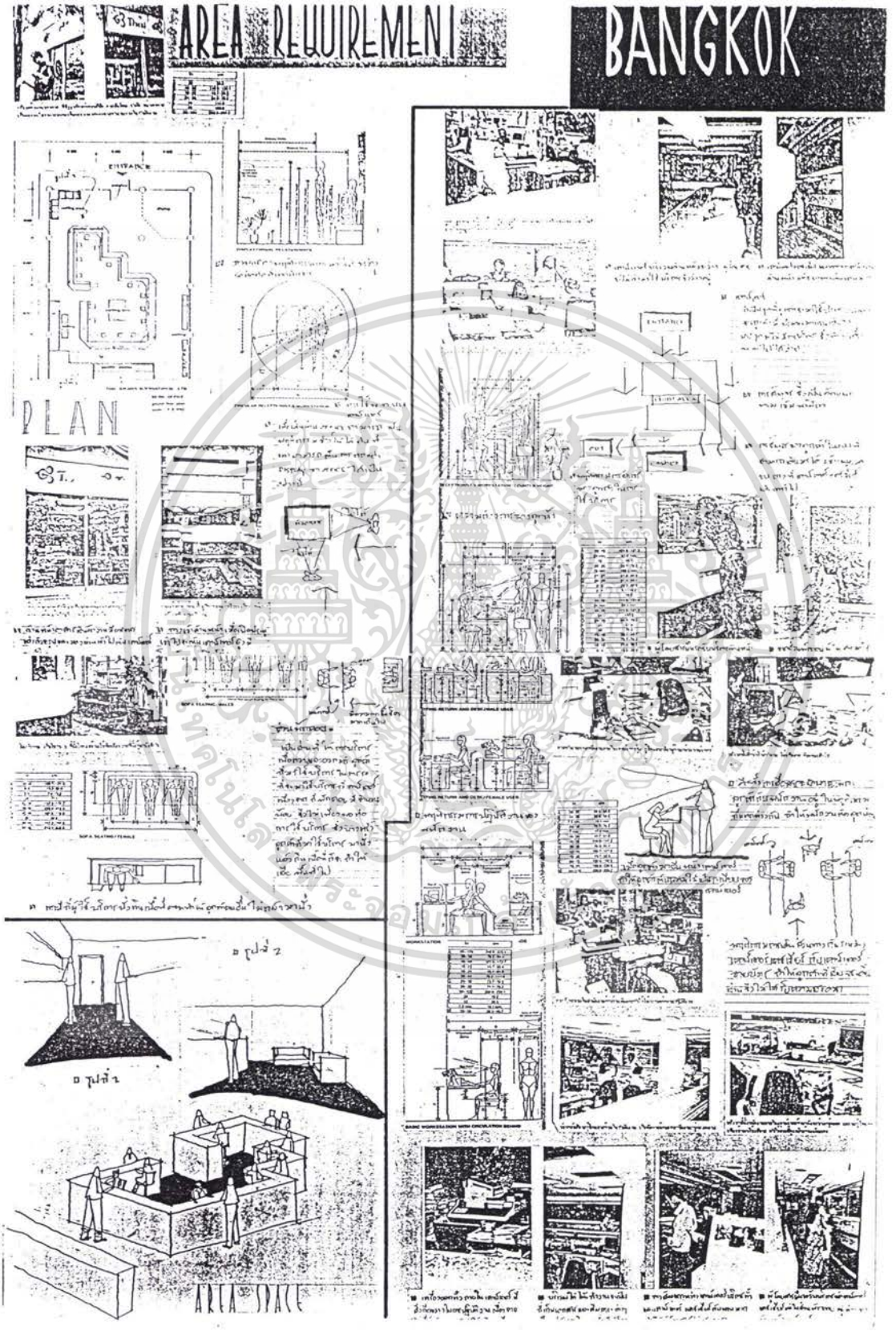
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน
- ควรมีตู้ล็อคเกอร์ไว้ให้สำหรับพนักงาน เพื่อไม่ให้พนักงานเอาของส่วนตัวมาไว้ตรงเคาน์เตอร์ ทำให้ดูเหมือนเป็นส่วนเก็บของ
- ควรมีแสงไฟให้เพียงพอแกความต้องการของพนักงาน

ภาพที่ 4.9 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BANGKOK THAILAND



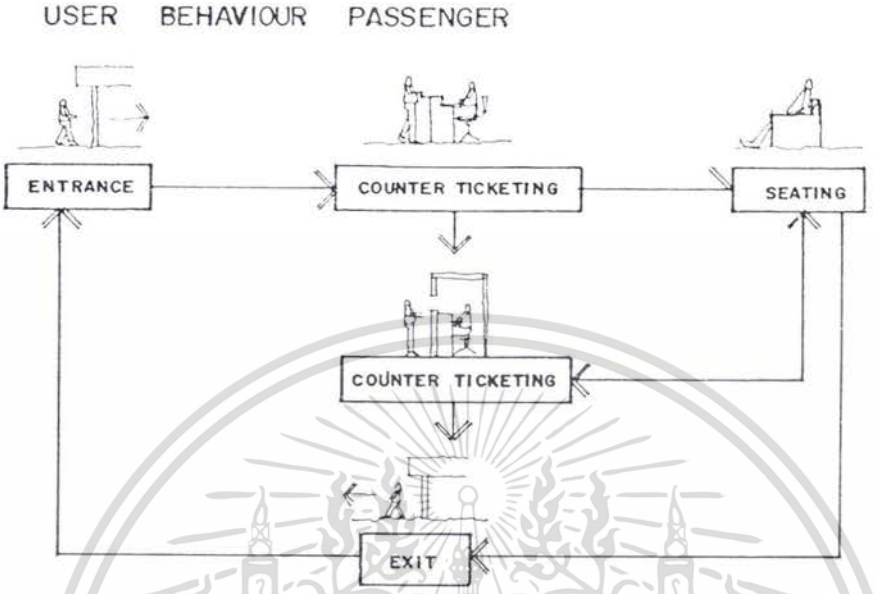
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.9 (ต่อ)

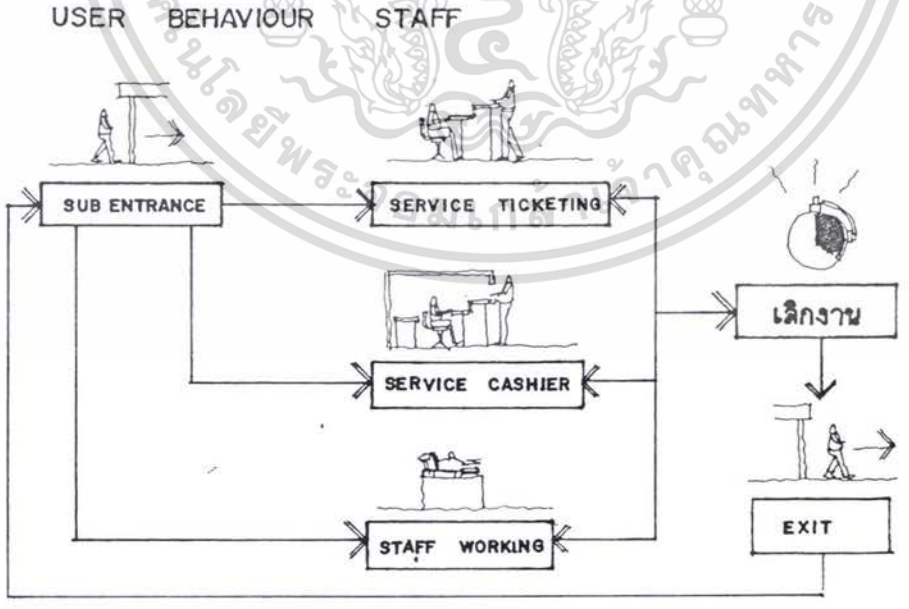


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.10 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 4.11 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

สำนักงานการบินไทยในต่างประเทศ

ไม่น่าแปลกใจเลยที่คนส่วนมากจะเชื่อว่าการบินไทยในฐานะสายการบินหนึ่ง มีบทบาทอย่างเดียว คือให้บริการรับส่งผู้โดยสารไปยังจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัย สะดวกสบายและตรงเวลา

ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวก็เป็นความจริง แต่นั่นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานบริการทั้งหมดของการบินไทย ในความเป็นจริงแล้ว การบินไทยมีภารกิจที่ปฏิบัติอยู่หลายหน้าที่ด้วยกัน รวมไปถึงการส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลกอีกด้วย

การส่งเสริมนี้ได้ดำเนินการในสำนักงานต่างประเทศของการบินไทยทุกๆ แห่ง ซึ่งมีอยู่หลายต่อหลายแห่งด้วยกัน โดยสำนักงานเหล่านี้ได้ตั้งอยู่ที่จุดหมายปลายทางสำคัญๆ ทั่วทุกมุมโลก แม้ว่าหน้าที่ขั้นต้นของสำนักงานต่างประเทศของการบินไทย คือจำหน่ายตั๋วโดยสารและบริการสำรองที่นั่ง แต่สำนักงานต่างประเทศยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยการให้บริการข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับเกี่ยวกับโรงแรม คู่มือการท่องเที่ยว และโปสเตอร์ เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ การบินไทยจึงมีส่วนร่วมในความสำเร็จของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งในปีนี้คาดว่าจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศได้ถึงกว่า 7 ล้านคน ที่สำคัญ การบินไทยมีสำนักงานตั้งอยู่ 28 แห่งในจำนวน 30 ประเทศชั้นนำของโลกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด ยกเว้นประเทศอิสราเอล และรัสเซียเท่านั้น

นอกจากสำนักงานในเมืองต่างๆ ทั่วโลกที่การบินไทยมีเที่ยวบินไปถึงแล้ว การบินไทยยังมีสำนักงานในเมืองที่ไม่มีเที่ยวบินไปถึงด้วย ได้แก่ เมืองแมนเชสเตอร์ในอังกฤษ เมืองมิลานในอิตาลี เมืองนีซในฝรั่งเศส เมืองออสโลในนอร์เวย์ เมืองเฮลซิงกิในฟินแลนด์ เมืองโจฮันเนสเบิร์กในแอฟริกาใต้ เมืองโตรอนโตในคานาดา และอีกหลายเมืองในสหรัฐฯ ได้แก่ นิวยอร์ก ชิคาโก วอชิงตัน ดีซี ซานฟรานซิสโก ซีแอตเติล และดัลลัส ซึ่งสำนักงานการบินไทยในเมืองต่างๆ เหล่านี้ล้วนมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยทั้งสิ้น

พนักงานท้องถิ่นที่ประจำอยู่ที่สำนักงานการบินไทยในต่างประเทศ ซึ่งต่างก็ได้รับการอบรมมาเป็นพิเศษ พร้อมเสมอที่จะให้คำตอบแก่ลูกค้า ซึ่งไม่ใช่เฉพาะคำถามทั่วๆ ไปเกี่ยวกับประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงคำถามเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในประเทศไทยด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE...STATION PARIS FRANCE

ความเป็นมา

บริษัทการบินไทย ปารีส เคยมีร้านขายตั๋ว และ Office เล็กๆ ตั้งอยู่บนเลขที่ 123 ถนน Champs Elysees ด้านที่ติดกับประตูชัย

เมื่อปี 1989 สัญญาเช่าของตึกนี้กำลังจะหมดลง ในขณะนั้นผู้จัดการการบินไทย ปารีส คือ คุณประจักษ์ แจ่มรัศมีโชต ได้หาที่ขยับขยายสำนักงานและห้องขายตั๋วใหม่ ในย่านเดิมเพราะถนน Champs Elysees นับเป็นย่านธุรกิจระดับ International ของมหานครปารีส และถือได้ว่าเป็นถนนที่สวยที่สุดในโลก ในที่สุดก็มาเลือกอาคารแห่งหนึ่งซึ่งอยู่เลขที่ 23 ถนนสายเดียวกัน

กว่าจะได้มาเป็นสำนักงานการบินไทยที่สวยที่สุดในโลก

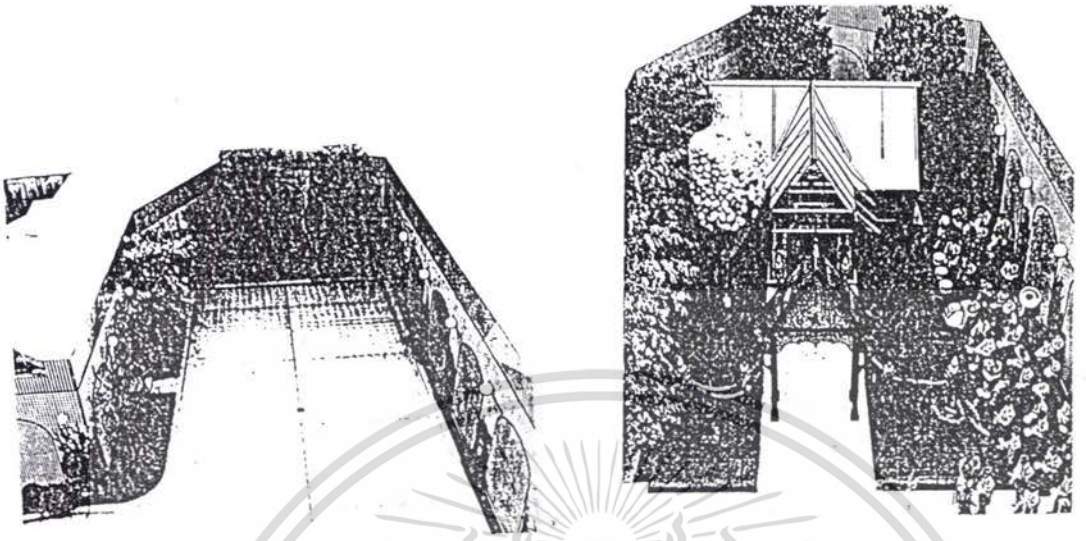
ในปี 1989 บริษัทการบินไทย ปารีส มีนโยบายจะเปลี่ยนแปลง สำนักงานการบินไทยในปารีส เป็นสำนักงานใหญ่ ภาคพื้นยุโรปของบริษัท ซึ่งเดิมอยู่ที่ลอนดอน แต่ในขณะนั้นการตลาดการท่องเที่ยวในประเทศของชาวฝรั่งเศสนั้นกำลังรุ่งเรืองถึงขีดสุด อีกประการหนึ่งการที่ปารีสเองเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สวยที่สุดในโลก ในการที่มีนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกในกรุงปารีสนี้มาเป็นโอกาสที่จะเผยแพร่ชื่อเสียงของบริษัทการบินไทย ในแง่ของภาพพจน์ที่ดีทางด้านวัฒนธรรมไทย

จากงานตกแต่งภายในสำนักงานง่ายๆ ที่เคยคิดกันในขั้นต้นต้องกลายเป็น "งานช้าง" ทางด้านเทคโนโลยีอาคาร และเป็นงานในกึ่ง Renovation เพื่อใช้ประโยชน์ใช้สอยให้ได้เต็มที่ ทำให้ 2 สถาปนิกต้องทำงานหนักในขั้นต้นในการศึกษาข้อมูล รวมทั้งผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทางด้านการตลาด เกี่ยวกับการเข้าถึงของห้องไทยที่ตั้งลึกเข้าไปด้านหลังอาคารสำนักงานที่ติดถนนใหญ่ ยังไม่มีใครเชื่อว่า การที่นำ Ticketing Office ที่ปกติต้องการการเข้าถึงโดยตรงจากท้องถนน เข้าไปไว้ส่วนที่ลึกที่สุดของ Site นั้น จะมีความเป็นไปได้อย่างไร จะขัดกับการขายและการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ไทยที่อยู่ชั้นใต้ดินนั้น จะทำให้ไม่มีใครสนใจที่จะเดินเข้าไปถึงส่วนนั้นได้ อีกประการหนึ่ง ทางเข้าของอาคารและสถานที่ก็มีกฎห้ามขั้นต้นว่าจะไม่ให้สร้างส่วนยื่น หรืออาคารเพิ่มเติมไปจากสิ่งที่เขาได้สร้างไว้แล้วในส่วนหรือส่วนของ Parking นั้น แนวความคิดในการสร้าง "ศาลาแก้ว" ครอบโถงทางเข้าส่วน Ticketing จึงได้เกิดขึ้น

นี่ก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งด้วยที่ทำไมสำนักงานการบินไทย ปารีส จึงไม่มีการติดโลโก้บริษัทตัวใหญ่ ใช้สีสัญลักษณ์ ม่วง-ชมพู ที่โดดเด่นของบริษัทมาติดไว้ที่หน้าอาคารได้ สถาปนิกต้องการปรับให้ใช้แผ่นป้ายหินสีเข้ากับตึก และแกะสลักโลโก้การบินไทยลงไปในหินแล้วปิดทองคำเปลว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.12 แสดงบริเวณสวนหลังอาคารสำนักงานการบินไทยในอดีตและปัจจุบัน



จากภาพอดีต จนถึงปัจจุบัน

แนวคิดในการออกแบบเพื่อแสดงลักษณะไทย

การนำเสนอลักษณะไทยในบริเวณสวนหลังอาคารสำนักงานการบินไทย ในส่วนที่เรียกว่า "ศาลาแก้ว" นั้น เป็นการนำเอาแนวความคิดที่ขณะนั้น บริษัทการบินไทยกำลังสร้างสโลแกนที่ว่า "ศตวรรษแห่งศิลปะไทย สู่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี" เป็นการนำเสนอภาพโฆษณาที่ผนวกศิลปะโบราณของช่างไทยควบคู่ไปกับเทคโนโลยีบนโลโก้ของการบินไทย ซึ่งซีกหนึ่งเป็นศิลปะไทยไม่ว่าจะเป็นงานเบญจรงค์, งานไม้, งานแกะสลัก, งานถมทอง ฯลฯ และอีกซีกหนึ่งเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์, ภาพถ่ายผ่านดาวเทียม, เครื่องยนต์กลไกต่างๆ ซึ่งเป็น Campaign ในการโฆษณา ซึ่งถูกใจสถาปนิกทั้ง 2 มาก จึงได้นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบให้ "ศาลาแก้ว" ซึ่งมีการผนวกทั้งฝีมือไม้แกะสลักของช่างไทย และโครงสร้างสเตนเลส-กระจก ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ดูโปร่งเบา และยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน

การจัดผังบริเวณใช้ลักษณะการจัดแบบ Symetrical Plan เพื่อให้เกิดความงามสง่าแบบผังบริเวณของวัดไทยมีการ Approach ด้านหน้าด้วยซุ้มประตูแบบวัดไทย และเลือกการจัดวางจังหวะของการตกแต่งภูมิทัศน์ที่มี Order ให้เกิดความเป็นระเบียบ และหรูหราแบบ Classic

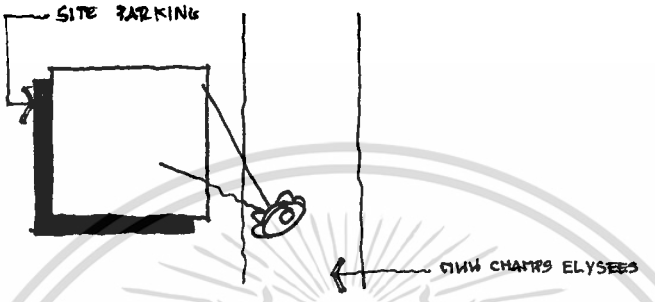
พฤติกรรมของลูกค้า Passenger Behaviour

จากประตูทางเข้าเหล็กหล่อแบบฝรั่งเศส (ซึ่งได้ถูกสร้างไว้แล้วโดยเจ้าของสถานที่) ผู้คนที่เดินผ่านมาทางถนน Champs Elysees จะมองเห็นศาลาแก้วกลางๆ อยู่ในส่วนลึกของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

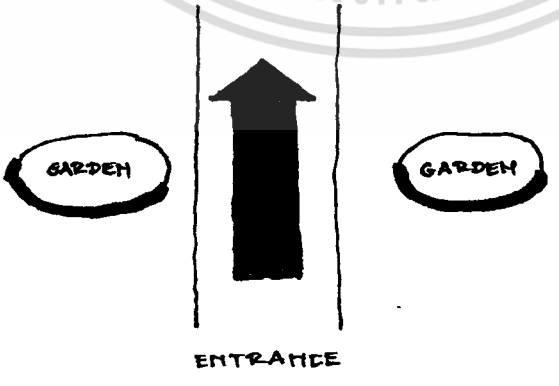
พื้นที่ด้านหลังอาคาร 5 ชั้น ซึ่งเป็นอาคารสำนักงาน ทำให้เกิดความสงสัยอยากรู้อยากเห็นและอยากเข้าไปค้นพบ

ภาพที่ 4.13 แสดงการเดินผ่านไปมาของลูกค้าบนถนน



เมื่อเดินเข้าไปในประตูรั้วนี้ จะเห็นทางเข้าอาคารสำนักงานอยู่ด้านขวามือ ด้านซ้ายเป็นส่วนเริ่มงานตกแต่งสวน ที่ทางเจ้าของอาคารได้จัดประดับไว้ด้วยไม้ระแนงแบบฝรั่งเศส (Treillage) ติดอยู่ตามแนวรั้งเขตพื้นที่ ในส่วนนี้แทนที่สถาปนิกจะนำของตกแต่งซึ่งเป็นรูปปั้นหิน รูปตะวันตกที่เข้ากับสวนฝรั่งเศสดังที่ทำกันทั่วไป กลับเลือกรูปปั้น "กินนรี" ในวรรณคดีไทย อันเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับ "การบิน" บริการหลักของการบินไทย รูปปั้นบรอนซ์รูปกินนรีนี้ ขนาดสูงเท่าคนจริงยืนเรียงรายเป็นจังหวะ ทำท่า "สวัสดี" ต้อนรับแขกผู้มาเยือนอย่างอบรุ่น เชื้อเชิญให้เดินลึกเข้าไปค้นพบสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ด้านใน

ภาพที่ 4.14 แสดงการเดินเข้าสู่อาคารสำนักงาน



" ก่อนเข้าสู่อาคาร ทั้งสวนด้วย มีสวนประดับตกแต่ง "

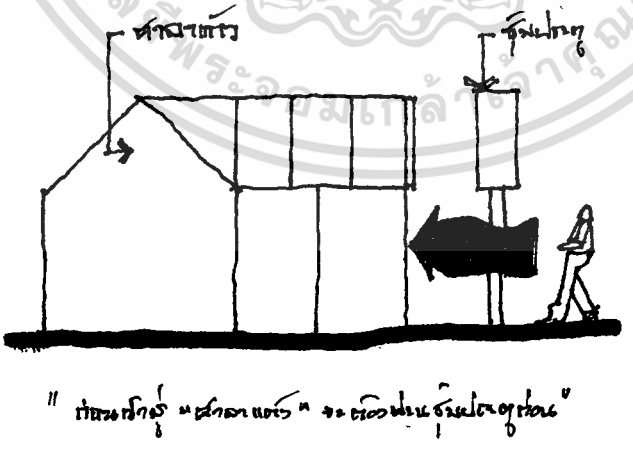
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่ามกลางสวนแบบฝรั่งเศสที่ตกแต่งรายรอบด้วยไม้ระแนง และอาคารเพื่อนบ้านแบบฝรั่งเศส "ศาลาแก้ว" ตั้งเด่นตระหง่านอยู่กลางสวนนี้ บนแท่นหินแกรนิตที่สั่งตรงจาก บราซิล ซึ่งเป็นแหล่งเดียวในโลกที่ค้นพบหินลายนี้ ผู้ออกแบบตั้งใจเลือกลายหินแกรนิต "ลานน้ำ" สีเขียวเข้มให้เกิดสัญลักษณ์น้ำ อันเป็นองค์ประกอบหนึ่งในเอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทย

ก่อนที่จะเดินเข้าไปถึงตัวศาลาแก้ว แขกมาเยือนจะต้องเดินลอดซุ้มประตูไม้สักแกะสลักที่หน้าบันด้วยลวดลายไทยภาคกลาง ที่มีสัญลักษณ์โลโก้ของการบินไทยตกแต่งอยู่ด้วยตรงกลางหน้าบัน แต่ขนาดสัดส่วนดูไม่ใหญ่เกินไปเพื่อให้เกิดความ "มีค่า" และไม่เน้นการบินไทยมากเกินไป เพื่อไม่ให้เกิดข่มกันระหว่าง "ธุรกิจ" และ "วัฒนธรรม"

เมื่อเดินต่อไปบนแกรนิตที่ขัดด้านไม่ให้เกิดการลื่นล้ม สองข้างทางจะพบของตกแต่งที่แปลกตา สูงด้วยคุณค่าทางงานศิลปะ คือฐานดินเผารูปช้างแบก เลียนแบบศิลปะหริภุญไชยทางภาคเหนือของไทย ที่บรรจงปั้นขึ้นมาและเผาที่เตาเผา "บ้านพ่อเลี้ยหมื่น" ที่จังหวัดเชียงใหม่ ผู้เชี่ยวชาญในงานปั้นดินเผาเลียนแบบศิลปะโบราณของไทยและเขมร ก่อนที่จะนำมาตั้ง ได้ถูกแช่น้ำไว้หลายเดือนให้มีตระไคร่มาจัด ดูเก่า และมีคุณค่าของร่องรอยอดีต ฐานนี้รองรับกระถามเซรามิคแบบเรียบสีน้ำเงินเหลือบเขียว แสดงเทคนิคในการทำสีที่หาตัวจับได้ยาก ฝีมือช่างราชบุรี จากร้าน "เถ้าฮงไถ่" ที่ขึ้นชื่อ ต้นไม้ในกระถางเลือกต้นไม้ท้องถิ่นในฝรั่งเศส เพราะต้องทนสภาพภูมิอากาศที่นั่นได้ แต่ตัดแต่งให้เป็นรูปกรวยทรงสูงเพื่อให้ดูค้างฉัตร จัดวางไว้เป็นจังหวัดให้เกิด Orger ดูงดงามเป็นระเบียบ

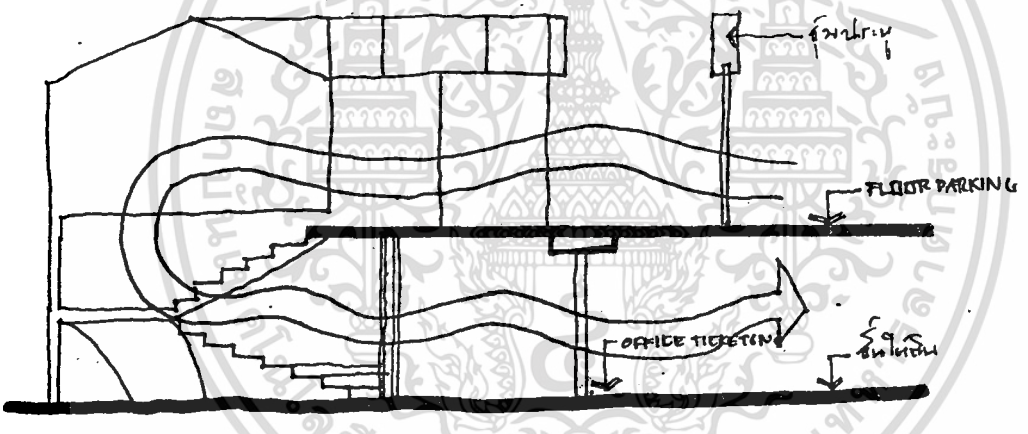
ภาพที่ 4.15 แสดงการเดินเข้าสู่อาคารสำนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อเดินมาใกล้ศาลาแก้วจะพบเห็นความละเอียดละออในฝีมือแกะสลักของช่างไทย จากเหนือบนบานประตู และหน้าต่าง ผู้ออกแบบได้เลือกลายเลียนแบบจากหน้าต่างหอไตรวัดระฆังโฆษิตาราม กรุงเทพฯ ที่ลายนี้ถูกเลือกมาก็เพราะถือเป็นวิวัฒนาการลวดลายไทย ที่นำอิทธิพลฝรั่งเข้ามาปนในศิลปะอยุธยาตอนปลาย เรียกลายก้านขดแบบฝรั่ง หรือลายอะแคนทัส ด้านล่างของลายเป็นลายนกเทศ ซึ่งเป็นสื่อหนึ่งที่แสดงถึงศิลปะไร้พรมแดน, ความเป็นนานาชาติ และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นการให้เกียรติช่างไทยโบราณที่รู้จักนำของนอกมาดัดแปลงให้ดูเป็นไทยได้อย่างมีสุนทรียภาพ และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ไทย ที่ชายคาศาลาแก้วตรงปลาย "จันทัน" มีการตกแต่งด้วยระฆังทองเหลือง รูปแบบเหมือนที่ใช้ตามชายคาวัดไทยทำให้เกิดเสียงกรุ๋งกริ๋งเมื่อยามลมพัด เกิดบรรยากาศทางโสตทัศน์เหมือนเดินอยู่ในวัดไทย

ภาพที่ 4.16 แสดงเส้นทางสัญจรภายในสำนักงาน

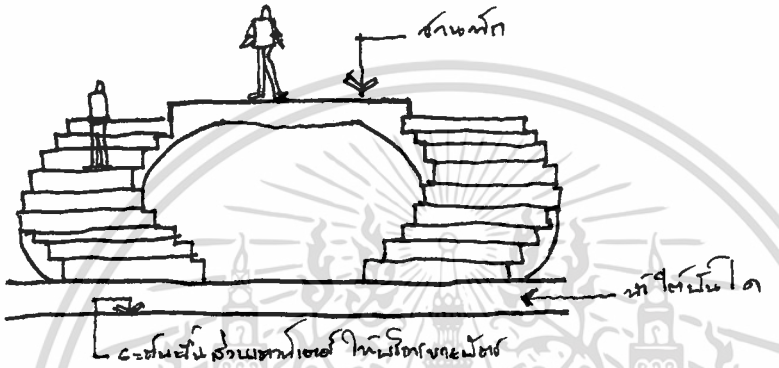


เมื่อเปิดประตูเดินเข้าไปภายในศาลาแก้ว ซึ่งในขณะนั้นทำหน้าที่เป็นโถงทางเข้าแบบ **Greenhouse** ได้มีการจัดพื้นที่ให้ปลูกต้นไม้ในเขตร้อนชื้นแบบภูมิอากาศในเมืองไทยเรา มีพวกต้นจั๋ง ต้นหมาก และไม้ใบนานาชนิด ให้ผู้เข้ามาเยือนได้เปลี่ยนบรรยากาศจากความหนาวเย็นภายนอก เข้ามาในที่อบอุ่น ชุ่มชื้นไปด้วยต้นไม้เขียว เตรียมกายเตรียมใจที่จะลงไปสู่ "อีกโลกหนึ่ง" ซึ่งอยู่ใกล้ไปอีกเพียงไม่กี่ขั้นบันได ที่ชั้นใต้ดินของตกแต่งมีกี่เซรามิครองรับกระถางเซรามิคสไตล์จีน ที่มีใช้และพบเห็นได้ทั่วไปในเมืองไทย ซึ่งปลูกดอกกล้วยไม้เป็นสัญลักษณ์ของการบินไทย และบริการ **Royal Orchid** ที่เลื่องชื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อเดินลงไปตามบันได ทอดตรงลงสู่ชานพักกลางและมีบันไดโค้งลง 2 ข้าง นำไปสู่ห้อง **Ticketing Office** ที่ชั้นใต้ดิน พื้นบันไดยังคงเป็นแกรนิตลายน้ำ ทอดลงไปก่อนที่จะถึงพื้นใต้ดิน ผู้มาเยือนจะต้องเดินข้ามบันไดขั้นใหญ่ ที่เป็นแผ่นกระจกใสมองลอดออกไปเป็นพื้นน้ำจริงของบ่อน้ำ ซึ่งจัดเป็นส่วนตกแต่งใต้บันได

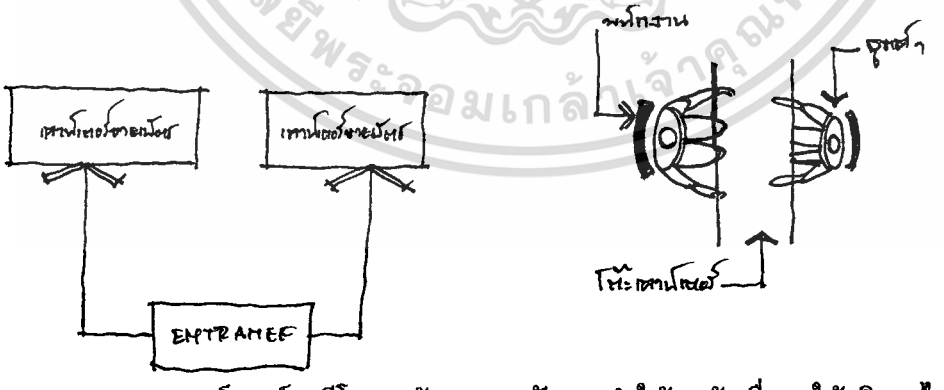
ภาพที่ 4.17 แสดงระดับพื้นภายในสำนักงาน



เคาน์เตอร์ Ticketing Counter

เมื่อลูกค้าลงมาจะพบกับเคาน์เตอร์ขายบัตร ลูกค้าจะเข้าไปติดต่อที่เคาน์เตอร์จะมีพนักงานให้การบริการอยู่ ลูกค้าจะนั่งอยู่ตรงข้ามกับพนักงาน ทำให้การติดต่อสะดวกเพราะลูกค้าไม่ต้องยืนอีก ทั้งเป็นการพักคอยด้วย

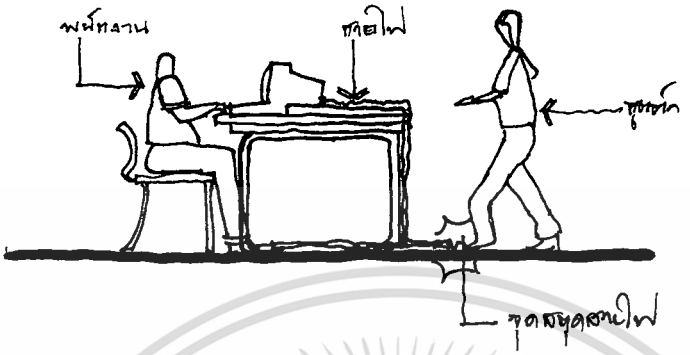
ภาพที่ 4.18 แสดงการติดต่อระหว่างลูกค้ากับพนักงาน



บางจุดของเคาน์เตอร์ มีโครงสร้างมาบดบังและทำให้ลูกค้าเมื่อมาใช้บริการไม่ได้รับความสะดวก เพราะเมื่อลูกค้าลุกจากเก้าอี้จึงทำให้เก้าอี้ชนกับโครงสร้างเสาได้ อีกทั้งโต๊ะเคาน์เตอร์ไม่ได้มีลักษณะเป็นโต๊ะที่สำนักงานทั่วไปได้ใช้กัน จึงทำให้ไม่มีที่เก็บซ่อน สายไฟสายโทรศัพท์จึงทำให้ลูกค้าหรือพนักงานอาจเดินเหยียบ และอาจได้รับอันตรายจากไฟฟ้ารั่วได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

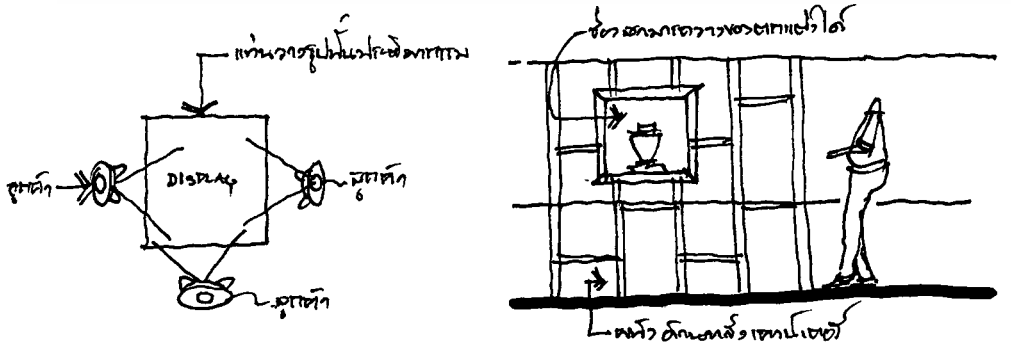
ภาพที่ 4.19 แสดงกรณีที่ลูกค้าหรือพนักงานไม่ได้รับความปลอดภัยจากเครื่องใช้สำนักงาน



ภาพพจน์ศิลปวัฒนธรรม

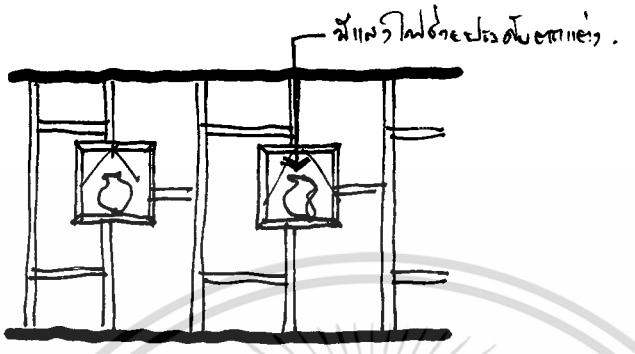
ผู้มาเยือนจะได้พบกับบรรยากาศอีกซีกโลกหนึ่ง ที่มีความอบอุ่นใช้สีโทนร้อน ซึ่งเป็นสีสัญลักษณ์การบินไทย ม่วงสด และชมพูสด ครอบคลุมบรรยากาศทั้งหมด ทั้งที่พื้น ผนัง และผ้าบุเฟอร์นิเจอร์ ที่ผนังตกแต่งเป็นฝาปะกนไม้สักย้อมสีเข้ม บุด้วยผ้าไหมที่สั่งทอพิเศษสำหรับงานนี้โดยเฉพาะ จึงได้เนื้อสีชมพูสด ผ้าบุเก้าอี้สีม่วงสด สีทอพิเศษเช่นเดียวกัน เป็นสีที่สมเด็จพระสังฆราชทรงตรัสว่า ม่วงนี้แหละคือม่วงการบินไทย ดูงามสง่าตามสโลแกน "Smooth as Silk" ของการบินไทย ช่องผนังจัดเป็นหลืบลึกเข้าไปตกแต่งด้วยงานศิลปะตกแต่งแบบเรียบๆ แต่ดูหรูหรา และมีค่า ส่วนบนของแต่ละซุ้มแต่ด้วยไม้แกะสลักลายไทย ที่มีลวดลายโลโก้การบินไทยอยู่ที่ส่วนกลาง ที่กลางห้องโดนเด่นด้วยฐานไม้แกะสลัก รองรับผลงานประติมากรรมบรินซ์รูป "หงส์เหิร" ฝีมือช่างเอก "คุณไข่มุกด์ ชูโต" ผู้ที่เพิ่งล่วงลับไป และที่ Back Ground หลังสุดของห้องเป็นภาพจิตกรรมฝาผนังไทย ฝีมือละเอียดที่บรรจงวาดโดย "คุณภาพตะวัน สุวรรณกูฏ" ในโทนสีที่เข้ากับห้อง

ภาพที่ 4.20 แสดงระหว่างการพักคอยลูกค้าสามารถชื่นชมกับงานศิลปะและการตกแต่งสถานที่



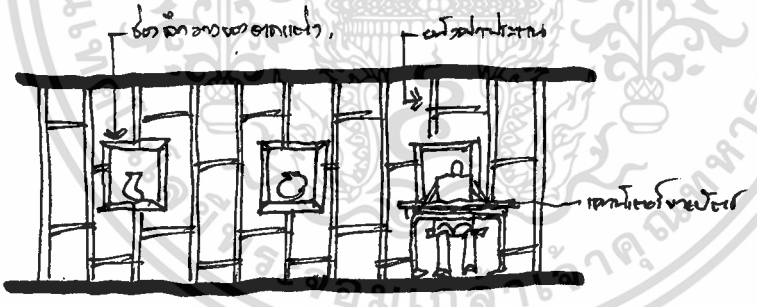
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.21 แสดงผนังมีการตกแต่งด้วยฝาประกน บุด้วยผ้า มีช่องลึกสามารถวางของตกแต่งได้โดยมีแสงไฟส่องเพื่อสร้างบรรยากาศ



เพดานของห้องนี้ นำเอาเอกลักษณ์การย่อมุมของช่างไทย ในการตกแต่งประดับเพดานเลือกใช้สีขาวเพื่อให้ดูโปร่ง โล่ง เพราะความสูงของห้องมีน้อย หากใช้สีเข้มไปทั้งหมดเหมือนตามวัดไทยจะทำให้ดูหนักเกินไป และจะเกิดความอึดอัด

ภาพที่ 4.22 แสดงการตกแต่งผนัง สามารถวางของตกแต่งได้



ใต้บันไดถูกจัดให้เป็นบ่อน้ำ เพื่อให้เกิดสัญลักษณ์น้ำอีกแห่งหนึ่ง ในบ่อน้ำมีของตกแต่งรูปดอกบัวทองเหลือง และใบบัวเป็นกระจกใส มีการปล่อยน้ำให้ไหลลงมาบนใบบัว ให้เกิดความเพลิดเพลินทางโสตทัศน์ในการได้ยินเสียงน้ำไหล แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าในเรื่องการดูแลรักษาบ่อน้ำนี้ ค่อนข้างมีปัญหาภายหลังจึงไม่ค่อยมีการเปิดน้ำให้ไหลบ่อยครั้งนัก

เก้าอี้และโต๊ะทำงานก็ล้วนแต่เป็นไม้สัก เป็นของที่สั่งทำส่วนใหญ่จากเชียงใหม่ทั้งสิ้น

จะสังเกตได้ว่า จุดประสงค์หลักในการเลือกของตกแต่งที่สำนักงานนี้ เน้นไปที่การนำเสนอความสามารถของช่างไทย ในงานหัตถกรรมทั้งหลาย ก็เพื่อให้สำนักงานนี้เป็นเสมือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องแสดงหัตถกรรมไทยไปในตัว เพราะเมื่อผู้พบเห็นได้มีความซาบซึ้ง และชื่นชมในงานศิลปะเหล่านี้ และทราบว่าเป็นของที่ช่างไทยเรายังทำกันอยู่ ไม่ใช่เป็นเพียงงานหัตถกรรมไทยในอดีต

ทัศนะทางด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรมและตกแต่งภายใน

1. ในแง่มุมของการส่งเสริมวัฒนธรรม

การโปรโมทตัวเองในทางอ้อมในการเป็นตัวแทนแห่งแรก และแห่งเดียวในกรุงปารีส มหานครระดับนานาชาติ ที่แสดงถึงเอกลักษณ์สถาปัตยกรรม และการเผยแพร่วัฒนธรรมไทย ซึ่งอันที่จริงการบินไทยไม่ได้มีหน้าที่นี้โดยตรง แต่หากบริษัทระดับอินเตอร์ที่นับได้ว่าเป็นตัวแทนความภาคภูมิใจของชาวไทยทั้งชาติ ที่มีกำลังทรัพย์เพียงพอที่จะโปรโมทประเทศชาติของตนได้ไม่ทำแล้ว หน่วยงานภาครัฐบาลอื่นๆ ของไทยที่ใดจะมีงบประมาณพอที่จะทำได้

มีชาวต่างชาติหลายต่อหลายคนที่เดินผ่านไปผ่านมาในย่านนั้น เมื่อมองลอดรั้วทรงฝรั่งเศสเข้ามาเห็นตัวศาลาแก้วภายในแล้ว ก็อดที่จะเดินเข้ามาชื่นชมถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึก และอดที่จะสงสัยไม่ได้ว่าที่นี่เป็น "ศูนย์วัฒนธรรมไทย" หรืออะไรกันแน่ การสร้างภาพพจน์ที่ดีของเมืองไทยเป็นจุดประสงค์ใหญ่ของผู้จัดการการบินไทย ปารีสในขณะนั้น และเป็นความเห็นที่ตรงกันกับผู้ออกแบบที่เห็นว่าในช่วงปี 1989 นั้น การท่องเที่ยวในประเทศนั้นกำลังเฟื่องฟูมาก แต่ภาพพจน์ที่ชาวฝรั่งเศสที่มีต่อการไปเที่ยวเมืองไทย มีเพียงการไปเที่ยวผู้หญิงที่พัฒน์พงศ์ และการไปเสพย์ หรือซื้อยาเสพติดในแถบสามเหลี่ยมทองคำมากกว่าที่จะมาซาบซึ้งถึงวัฒนธรรมไทย และการท่องเที่ยวในแง่วัฒนธรรมความเป็นอยู่ อาหารการกิน และโบราณสถานในบ้านเรา อีกประการหนึ่งตามที่ข่าวหรือสารคดีทางโทรทัศน์ในประเทศฝรั่งเศสในขณะนั้น มีรายการเจาะข่าวที่มาทำสารคดีในเมืองไทยเกี่ยวกับเรื่องมุมมืดของบ้านเรา มีเรื่องเกี่ยวกับการค้าประเวณีของเด็กบ้าง ยาเสพติดบ้าง การที่ฝรั่งโดนจับขังคุกบ้าง อาชญากรรมต่างๆ ที่สร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีแก่ประเทศไทยให้ปรากฏแก่สายตาสาธารณชนอยู่เนืองๆ ภาพพจน์นี้ได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปได้ก็ต่อเมื่อเราต้องมีการโปรโมทกันในประเทศของเขา ก่อนที่เขาจะเข้ามาได้ชมของจริงในเมืองไทยเรา และเกิดภาพพจน์ที่ดีก่อนที่จะมาคิดแต่เรื่องร้ายๆ ที่มีอยู่แล้วอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่เราก็ต้องพยายามทุกวิถีทางที่จะให้ภาพพจน์ร้ายๆ เหล่านี้เป็นรองให้ได้

คนที่ไม่ได้ใช้ชีวิตอยู่ในประเทศฝรั่งเศส ก็ย่อมจะไม่เข้าใจถึง Impact ที่แท้จริง ที่สำนักงานการบินไทย ปารีส ที่มีต่อสาธารณชนฝรั่งเศส จึงไม่ได้รู้สึกปลื้มกับสถานที่นี้เท่าไรนัก เพราะศิลปะวัฒนธรรมไทยเราก็พอจะเห็นได้อยู่ทุกวันตามหน้าหนังสือตามโบราณสถานหรือตามโรงแรมหรูต่างๆ ในเมืองไทย แต่ที่กรุงปารีสนั้นที่นี่เป็นแห่งแรกและแห่งเดียวที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาปัตยกรรมแบบไทยได้ไปตั้งตระหง่านอยู่ในยานธุรกิจนานาชาติ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอื่นของโลก ไม่มีสายการบินไหนเคยทำมาก่อน ไม่เคยมีศูนย์วัฒนธรรมของชาติใดที่มีสิ่งก่อสร้างที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชาติตน ที่ตั้งอยู่ในมหานครแห่งนี้ จะมีก็เพียงบางแห่งซึ่งเป็นลักษณะงานแบบ Contemporary Architecture มากกว่า เช่นที่ Institute du Monde Arab และที่ Japanese Foundation สถานที่ส่งเสริมวัฒนธรรมของชาติอื่นๆ ล้วนแล้วแต่อยู่ในอาคารทั่วไปแบบฝรั่งเศสเท่านั้น

ถ้าจะมองกลับไปในอดีตก็ได้เคยมีการสร้างอาคารแบบเก๋งจีนอยู่ 2-3 แห่งในกรุงปารีสในปลายศตวรรษที่แล้ว แต่อาคารเหล่านี้ก็ไม่ได้ใช้เป็นสัญลักษณ์ หรือศูนย์กลางวัฒนธรรมของชาวจีนเลย แต่ใช้ประโยชน์เป็นอาคาร สำนักงาน, โรงภาพยนต์ หรือที่พักอาศัยธรรมดา เพราะเป็นกระแสความนิยมในสมัยนั้นที่จะสร้างอาคารให้เป็นแบบจีน

ได้มีการศึกษาและแสดงออกอย่างลึกซึ้งถึงการใช้ Space การสร้างบรรยากาศโดยรวมให้เป็นไทยได้ใน Context ที่ต่างออกไป คือการที่ไปตั้งอยู่ในส่วนฝรั่งเศส

2. ในแง่มุมการตลาด

งานออกแบบสถาปัตยกรรมและตกแต่งภายในของสำนักงานการบินไทย เป็นตัวอย่างอันดีของการนำการออกแบบในลักษณะการส่งเสริม Coperate Indentity ของบริษัทโดยผ่านการออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ให้เกิดเป็น "ภาพลักษณ์" ที่ดีและชัดเจนของบริษัท ผลพลอยได้ในแนวความคิดในการออกแบบลักษณะที่นำมาส่งเสริมวัฒนธรรมเข้ามาใช้ได้ด้วยนี้ ทำให้เกิด "Sense" ใหม่ของอาคารสถานที่ที่ไม่เพียงแต่อำนวยประโยชน์ใช้สอยได้เท่านั้น ยังกลายเป็นสัญลักษณ์ หรือ เอกลักษณ์ของบริษัทที่มีผลต่อประเทศชาติสืบไปได้ด้วย นับเป็นการ "Upgrade" คุณภาพอาคาร,สถานที่ อย่างหนึ่งขยายความก็คือ ในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจและทางการตลาด การลงทุนในการสร้างอาคารหรือการตกแต่งสถานที่นั้น บริษัทห้างร้านต่างๆ ควรหันมาสนใจกับการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่บริษัทตัวเอง ไม่ใช่เฉพาะการลงทุนในงบประมาณมหาศาลหรือออกแบบก่อสร้างอาคาร หรือตกแต่งอาคาร หรือสำนักงานของตนเพียง "ดูหรูหรา" หรือ "ดูโมเดิร์น" เท่านั้น แต่ควรมีการค้นคิด ปรึกษากันระหว่างเจ้าของ, ฝ่ายการตลาด และสถาปนิก มัณฑนากร ศึกษาลึกซึ้งถึงความเป็นมา ประวัติศาสตร์ หรือ "วัฒนธรรม" ของบริษัท (Company Culture) เพื่อสร้างความโดดเด่น ความแตกต่าง ความเป็นเอกลักษณ์แล้ว จัดเป็น Requirement หรือ Target อย่างแรกของการออกแบบอาคารสำนักงานของตน ไม่ใช่มัวแต่ไปคิดลอกเลียนแบบอาคาร หรือตกแต่งที่บริษัทต่างประเทศได้เคยทำไว้ตามที่เห็นๆ กันอยู่ในแมกกาซีนต่างประเทศ เพราะถึงแม้ว่าจะเป็นผู้ออกแบบชาวต่างชาติที่เขาจะทำงานอะไรออกมา เขาก็ย่อมต้องศึกษาลึกซึ้งถึงเอกลักษณ์ และ Company Culture ของบริษัทนั้นๆ เสียก่อนที่จะนำมาผนึกกับ Basic Requirement ทางด้านประโยชน์ใช้สอย จึงจะเกิดเป็นงานตกแต่งออกมา แต่การที่ผู้ออกแบบจะบรรลุเป้าหมายนี้ได้ ก็ย่อมต้องได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความร่วมมือจากเจ้าของงานที่เข้าใจในจุดนี้ ให้โอกาสในการทำงานที่ดี ให้งบประมาณ และเวลาในการศึกษาค้นคว้าที่พอสมควร ทำงานร่วมกันเสมือนหนึ่งผู้ออกแบบเป็นหนึ่งในทีมของบริษัทนั้นๆ แล้วสิ่งที่เจ้าของงานได้รับก็ย่อมจะเป็นผลงานที่ดี สถานที่ของตนก็จะมีความหมายใหม่ขึ้นมา ความหมายของการแสดงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของบริษัทตนเองออกมาโดดเด่น และแตกต่างจากบริษัทอื่น ซึ่งเอกลักษณ์เหล่านี้จะเป็นสิ่งเฉพาะตัวของแต่ละบริษัท,ห้างร้าน, สถานประกอบธุรกิจต่างๆ หรือแม้แต่อาคารราชการที่มีความเป็นมา มีวัฒนธรรมภายในของตนที่แตกต่างกันไปและจะถูกนำเสนอออกมาในความหมายต่างๆ กันไม่จำเป็นต้องเป็นเอกลักษณ์ไทยเสมอไป อาจเป็นโมเดิร์นแต่ก็เป็นโมเดิร์นที่มีที่มาที่แตกต่างที่สื่อความหมายได้ และมีแนวคิดเป็นตัวของตัวเองอย่างเด่นชัด

ในตลาดสายการบินนานาชาติ การบินไทยก็นับเป็นสินค้าระดับ HI CLASS แห่งหนึ่ง เพราะฝ่ายการตลาดของการบินไทยคงไม่ได้คิดที่จะใช้กลยุทธ์แบบลดราคาสินค้าให้ไปเทียบเท่ากับตลาดล่าง เพื่อเพิ่มการขาย แต่ก็ยังคงใช้กลยุทธ์อื่นเพื่อส่งเสริมการขาย การที่จะยึดตลาดบนได้อยู่นั้น "ภาพลักษณ์" ของบริษัทก็ควรจะรักษาระดับตนเองไว้ให้มีความเป็นแนวหน้าในด้านใดด้านหนึ่ง และมีกลยุทธ์อื่นๆ ในการขายที่ส่งเสริมกันตราบใดที่เรายังโปรโมทการท่องเที่ยวในแง่วัฒนธรรมในเมืองไทยอยู่ หน้าตาที่งดงามของบริษัทการบินไทยบนถนน Champs Elysees นี้ก็น่าจะยังคงมีบทบาทสำคัญในด้านการตลาดของบริษัทเอง และตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่มาก

3. <u>ในแง่มุมทางด้านจิตวิทยาและส่งเสริม Working environment</u>

การสร้างความภูมิใจต่อสถานที่ทำงานของคน ของคนในสำนักงานการบินไทยเอง Politic ของการสร้างสถานที่ทำงานที่มีสุนทรียภาพ ทำให้พนักงานบริษัทการบินไทยทุกคนมีความภาคภูมิใจในบริษัทของตนเอง ไม่เกิดความรู้สึกด้อยกว่าบริษัทอื่น ในอันที่จะทำงานทางด้านส่งเสริมการขายและชักชวนให้ผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย โดยบางครั้งไม่ต้องเสียงบประมาณเพิ่มมากในการที่จะชักจูงบรรดาเอเย่นทัวร์ต่างๆ ให้เข้ามาสนใจเมืองไทย ก็สามารถทำได้ในขั้นต้นที่สำนักงานของตนเองคือ มี "ตัวอย่างสินค้า" ที่ดี ชัดเจน ให้เห็นๆ อยู่กันแล้ว

แม้ว่าการก่อสร้างสำนักงานการบินไทยที่ลงทุนสูง และได้ผลทางสุนทรียภาพสูง จึงเป็นธรรมดาที่บรรดาพนักงานการบินไทยที่สาขาอื่นก็ต้องเกิดความรู้สึกที่ไม่เท่าเทียมกับผู้ที่ได้ทำงานอยู่ในสำนักงานปารีส แต่พนักงานการบินไทยทุกคน ลึกๆ แล้วก็คงจะมีความภาคภูมิใจในบริษัทของตนที่มีสำนักงานสาขาที่นับได้ว่าสวยที่สุดในโลกก็ว่าได้ เมื่อพนักงานในบริษัทมีความภูมิใจในบริษัทของตนแบบนี้ ก็จะช่วยได้ในเรื่องของการอุทิศตนทำงานให้บริษัทได้เต็มความสามารถต่อไป ซึ่งการให้ความสำคัญในเรื่อง Working Environment นี้ บรรดาอารยะประเทศก็ให้ความสำคัญกับมานานแล้ว ไม่ว่าจะเป็นสำนักงาน, โรงงาน, สถานประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจประเภทใดๆ ก็ตาม และในหน่วยงานราชการต่างๆ ซึ่งนับเป็นการเพิ่มผลผลิตและเพิ่ม Effective ในการทำงานในทางอ้อม องค์กรใหญ่อย่างบริษัทการบินไทยนี้ก็ย่อมประกอบไปด้วยบุคคลหลายฝ่าย หลายพรรค หลายพวก ประกอบเข้าด้วยกัน บางคนอาจคิดว่าการที่บริษัทใช้งบประมาณมากมายขนาดนั้น ลงทุนไปกับการก่อสร้างสำนักงานสาขาเพียงแห่งเดียว จะเป็นผลดีกับทางบริษัทได้อย่างไร หรือ จะเป็นเพียงการตอบสนองความทะเยอทะยานของคนบาคน หรือกลุ่มคนบางคนเท่านั้น หรือเป้าหมายแรกในการเริ่มทำโครงการนี้อาจเป็นความทะเยอทะยานที่สูงเกินไปก็จริง แต่ผลกระทบด้านดีที่ได้รับตามมานั้นเล่า มันสูงเกินกว่าจะคาดเดาได้ ทำให้เราควรลืมไปเสียถึงเรื่องการโปรโมทส่วนบุคคลควรมามองที่ส่วนรวม มองไกลไปถึงความภูมิใจของคนการบินไทยทั้งบริษัท และของคนไทยทั้งชาติที่ควรจะมีให้กับสำนักงานแห่งนี้ และมาช่วยร่วมกันใช้สถาปัตยกรรมชิ้นน้อยนิดแห่งนี้เป็นเอกลักษณ์ของชาติ เป็นตัวแทนวัฒนธรรมไทยในต่างแดนที่ถูกเลือกที่ตั้งได้อย่างเหมาะสมที่สุด บนถนนสายที่สวยที่สุดในโลกในมหานครที่สวยที่สุดในโลก

บทสรุป

ในช่วงเวลาที่ประเทศไทยเรากำลังถึงจุดวิกฤติทั้งทางด้านการเมือง การเงิน และจุดวิกฤติทางวัฒนธรรม ที่แม้แต่ในประเทศไทยเองกำลังพยายามค้นคว้าหาเอกลักษณ์ของชาติและต่อสู้ที่จะรักษามันไว้ เรายังมีสถานที่ดีๆ ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชาติอยู่แล้ว ได้ลงทุน ลงแรง และกำลังใจในการสร้างสรรขึ้นมากแล้ว ก็น่าที่จะให้ความสำคัญในการดำรงไว้ซึ่งสถานที่แห่งนี้

พฤติกรรมของผู้ปฏิบัติการ Staff Behaviour

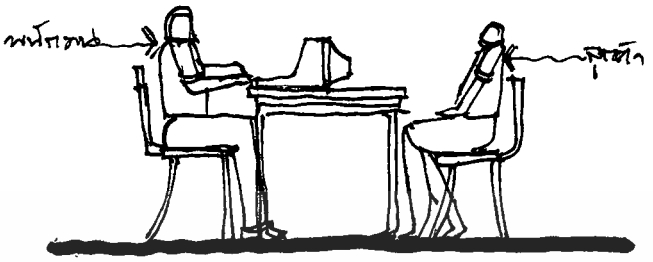
ส่วนเคาน์เตอร์

การให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการโต๊ะเคาน์เตอร์จะแบ่งเป็น 2 ฝั่ง ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ตามโต๊ะต่างๆ

การปฏิบัติงานสำหรับพนักงานภายในเคาน์เตอร์สูง ลูกค้านั่งอยู่ด้านหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการใช้บริการ โต๊ะทำงานของพนักงานจะไม่มีที่เก็บงานเอกสารข้อมูลทุกอย่างจะถูกบรรจุอยู่ในคอมพิวเตอร์ เพื่อสะดวกและการบริการต่างๆ มีความรวดเร็วเป็นมาตรฐานสากล ที่ระบบงาน Office ต่างได้ใช้กันทำให้เกิดความคล่องตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.23 แสดงการปฏิบัติงานของพนักงานกับลูกค้า



ความต้องการของลูกค้า Passenger Requirement

- โลโก้ซึ่งมีขนาดที่พอเหมาะสมสามารถมองเห็นได้สะดวกและชัดเจน
- แสงไฟที่โลโก้มีความสว่างมากเพียงพอต่อความต้องการ
- ส่วนเคาน์เตอร์ควรมีป้ายบอกถึงจุดต่างๆ ว่าจุดไหนบริการอะไรให้ชัดเจน
- ที่รับบัตรคิว
- ส่วนพักคอยมีไว้สำหรับลูกค้าให้เพียงพอแก่ความต้องการ
- ส่วนโทรศัพท์สามารถเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า
- แผ่นโบร์ชัวร์ สำหรับให้ลูกค้าหยิบใช้บริการได้
- แผ่นป้ายโปสเตอร์แนะนำเชิญชวนการท่องเที่ยว และรูปภาพวัฒนธรรม
- Display การตกแต่ง
- แสงไฟตามจุดเคาน์เตอร์เพื่อให้แสงสว่างมีมากเพียงพอ
- แท่นที่สำหรับวางเขียนเอกสารก่อนยื่นที่เคาน์เตอร์ หรือตรงส่วนเคาน์เตอร์อาจจะมี Line สำหรับให้ลูกค้าเข้าแถวต่อคิว
- จุดการบริการต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถบริการด้วยตนเอง เช่น จุดน้ำดื่ม
- ที่วางสำหรับหนังสือพิมพ์หรือข่าวสารต่างๆ ในส่วนพักคอย
- ควรมีพื้นที่เพื่อให้ลูกค้าติดต่อได้สะดวกในส่วนหน้าเคาน์เตอร์
- เคาน์เตอร์ที่ให้การบริการต่างๆ
  - จุดขายบัตร
  - จุดประชาสัมพันธ์
- ตารางการเดินทางและตารางเวลา

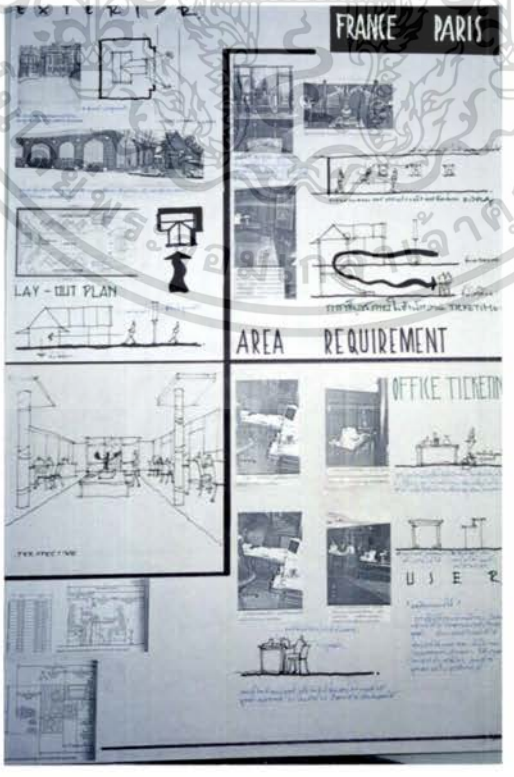
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความกว้างของพื้นที่บนเคาน์เตอร์ ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวก
- โทนสีหรือโลโก้ที่สื่อออกมาทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในการใช้บริการ

ความต้องการของพนักงาน Staff Requirement

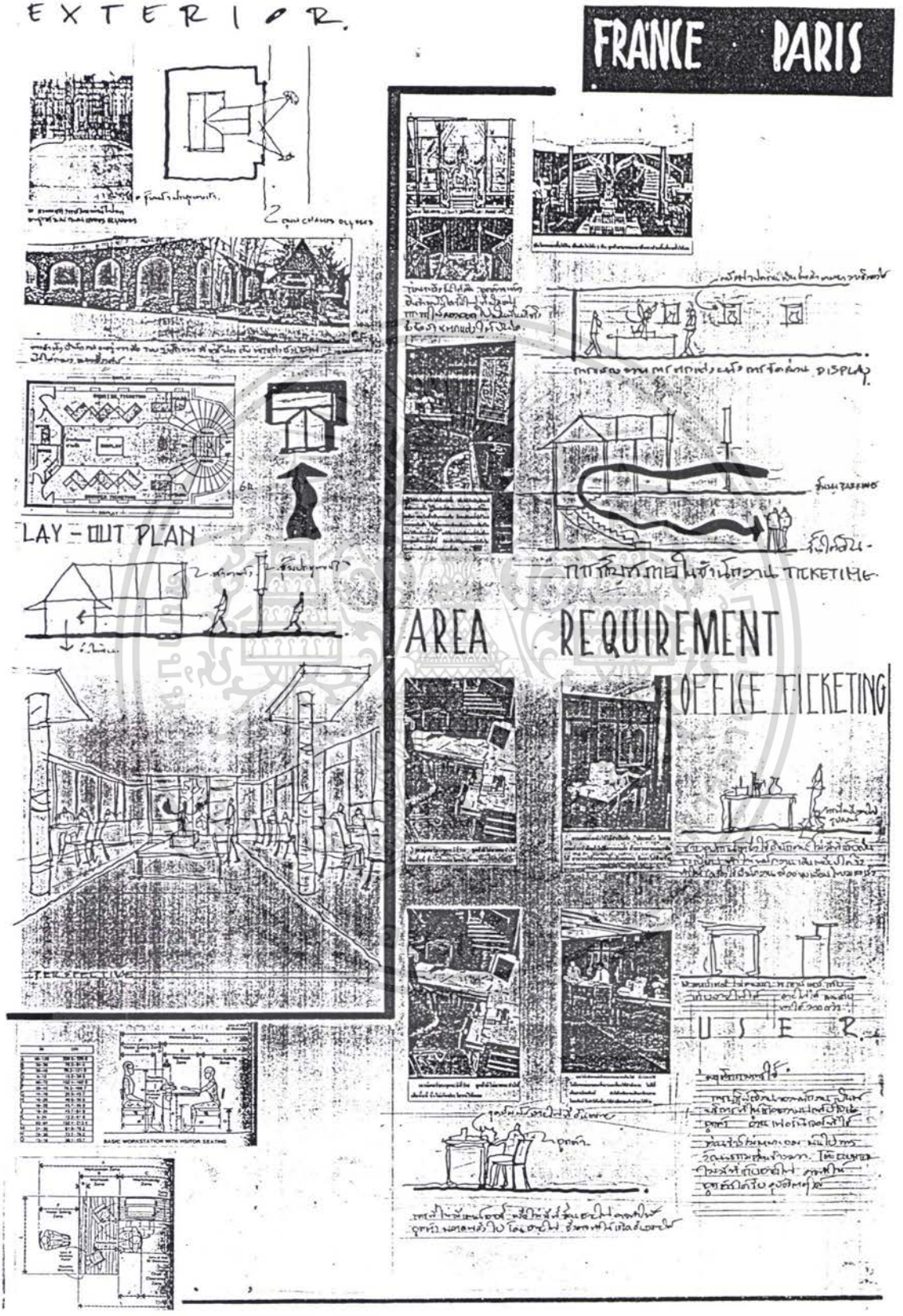
- เคาน์เตอร์ควรแยกเป็นล๊อคๆ ต่างหากของพนักงาน เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการทำงาน
- เคาน์เตอร์ควรมีพื้นที่กว้างเพื่อสะดวกในการทำงาน และสะดวกในการใช้เครื่องใช้สำนักงาน
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน
- ควรมีตู้ล็อคเกอร์ไว้ให้สำหรับพนักงาน เพื่อไม่ให้พนักงานเอาของส่วนตัวมาไว้ตรงเคาน์เตอร์ ทำให้ดูเหมือนเป็นส่วนเก็บของ
- ควรมีแสงไฟให้เพียงพอแกความต้องการของพนักงาน

ภาพที่ 4.24 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) PARIS FRANCE



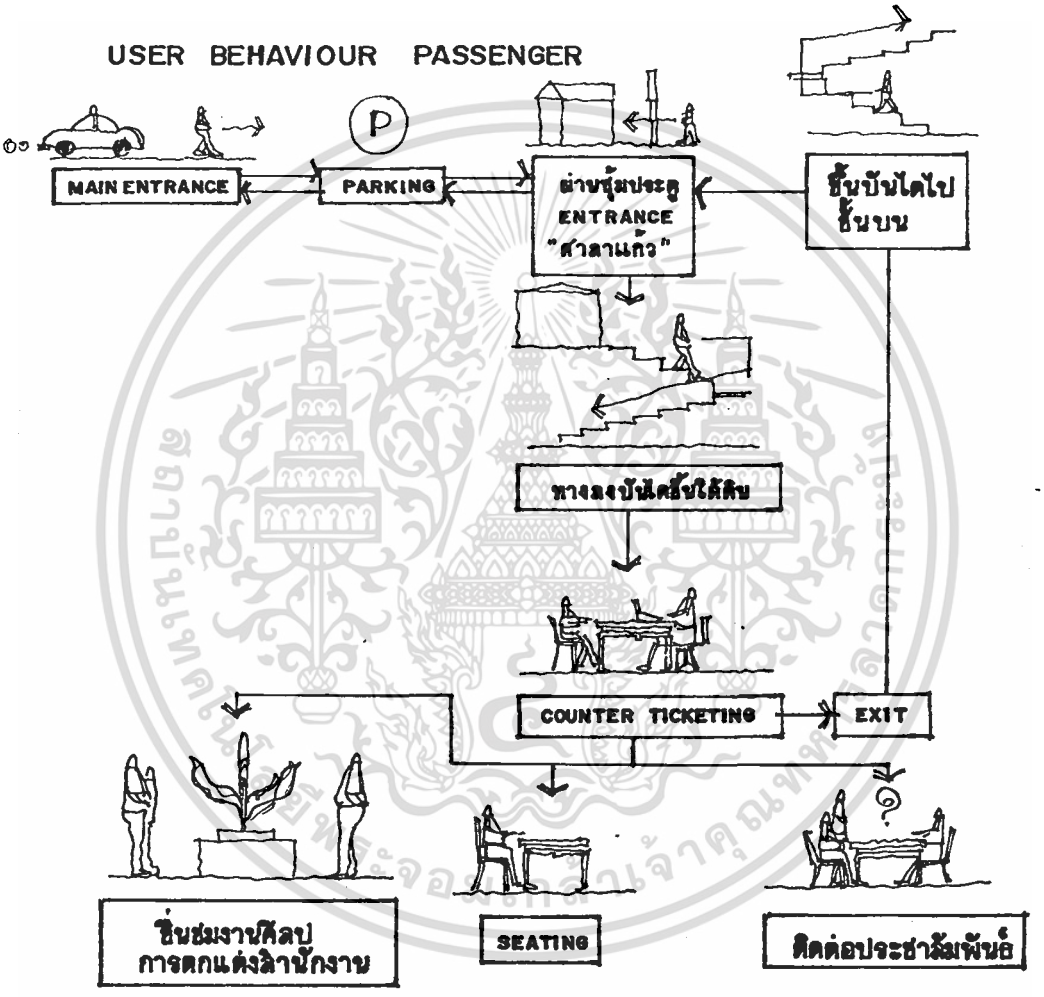
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.24 (ต่อ)



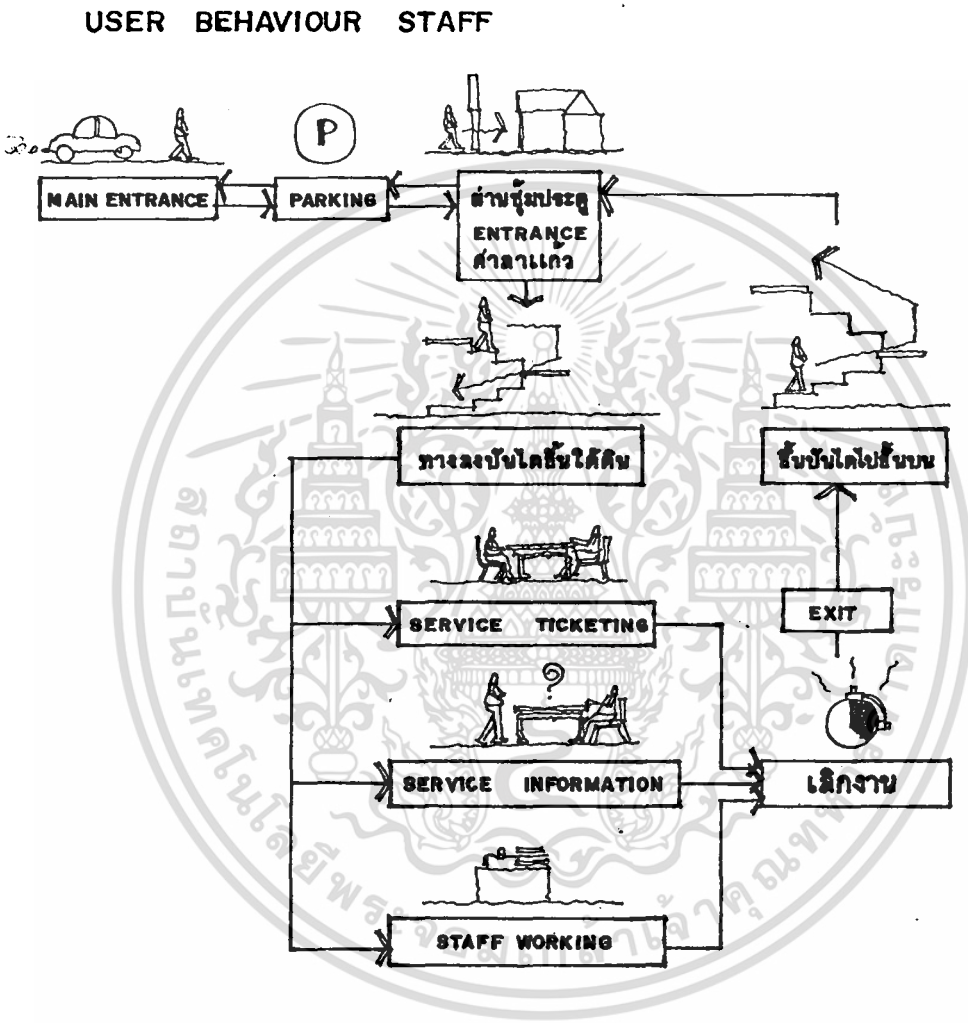
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.25 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.26 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

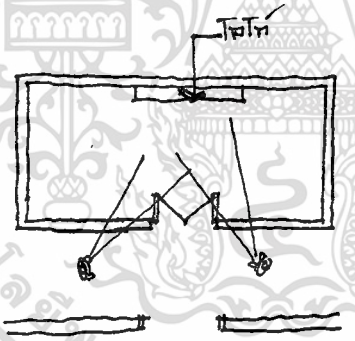
SITE... STATION LOS ANGELES U.S.A.

พฤติกรรมของลูกค้า Passenger Behaviour

โลโก้ Logo

ภายในอาคารสำนักงานมี Office อยู่หลายบริษัท แต่ละ Office จะมีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไปบางครั้งโลโก้ของ Office สามารถบอกถึงความมั่นคงได้ จากจุดนี้เอง ภาพรวมที่เห็นผนังก่อนทางเข้าจะเป็นกระจกใสโล่ง มองเห็นโลโก้ได้ง่ายชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงไม่จำเป็นต้องให้อยู่สูงหรือวางไว้ให้โดดเด่น เพราะตัว Office อยู่ภายในอาคาร สามารถรับรู้มองเห็นได้โดยทั่วถึง

ภาพที่ 4.27 แสดงการเดินผ่านหรือเข้าลูกค้าสามารถทราบได้ทันทีเพราะทางเข้าเป็นกระจก สามารถมองเห็นได้ง่าย

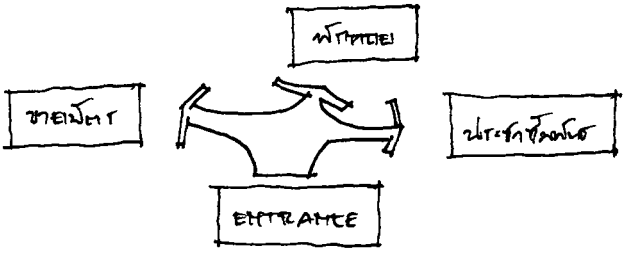


เคาน์เตอร์

ภายใน Office ได้แบ่งแยกการวาง Plan เป็นส่วนๆ ทุกส่วนจะมีพฤติกรรมการสัญจรที่ค่อนข้างสะดวก ตรงหน้าเคาน์เตอร์จะมีพื้นที่ว่าง จากการที่ลูกค้าเข้ามา ลูกค้าสามารถกำหนดไว้ว่าจะไปทิศทางใด จะมีป้ายบอกทิศทางมีความเด่นชัด แยกให้เป็นสัดส่วน ส่วนขายบัตรกับส่วนติดต่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ จะแยกกัน โดยมีส่วนพักคอยอยู่ตรงกึ่งกลาง แล้วเว้นตรงกลางไว้ให้พื้นที่มีความโล่งกว้างต่อการสัญจร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.28 แผนภูมิการติดต่อภายในสำนักงาน



ส่วนตรงกลางของห้องพื้นเล่น วัสดุพื้นผิวเพื่อไม่ให้ห้องดูโล่งเกินไป ส่วนเคาน์เตอร์ในเรื่องของนาฬิกาบอกเวลาควรจัดตั้งไว้ให้อยู่ในที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่าย โดยมีแสงไฟช่วยให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้ใช้บริการมีระดับสายตาที่ไม่เหมือนกัน ส่วนแผนที่เส้นทางการเดินทางรายละเอียดตารางการเดินทางต้องชัดเจน

ภาพที่ 4.29 แสดงการมองนาฬิกาบอกเวลาและแผนที่การเดินทาง



ระยะการมอง ระยะการมองของตารางการเดินทาง

<u>ภาพพจน์ศิลปวัฒนธรรม</u>

การสอดแทรกวัฒนธรรมเข้าไปในสถานที่อาจไม่จำเป็นได้ บางครั้งภาพลักษณ์ต้องการในเรื่องของสภาพแวดล้อม เป็นเรื่องของธุรกิจ การตลาดมากกว่า จะเน้นในเรื่องของความทันสมัยงานระบบ แต่จะสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศจะมีแต่เพียงรูปที่สื่อถึงวัฒนธรรมก็พอเพียงเพื่อให้ทราบได้เห็น เพราะการมีรูปโปสเตอร์ รูปผู้หญิงที่สวัสดีก็มากพอเพียงกับการสื่อออกมาให้เด่นชัด

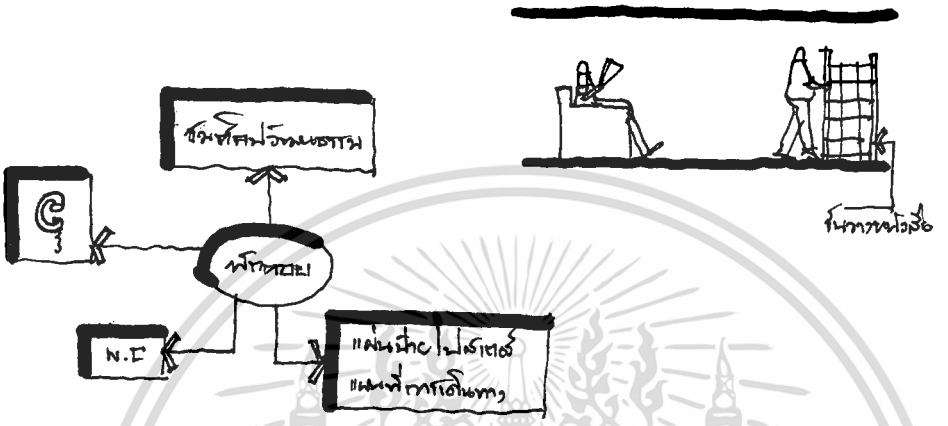
<u>ส่วนพักคอย</u>

พฤติกรรมผู้มาใช้บริการเมื่อเข้าสู่ประตูมาถึงตรงโถง จะมีความรู้สึกเขิน ตรงกลางเป็นที่โล่ง ผู้มาใช้บริการจะต้องผ่านเคาน์เตอร์จะมีพนักงานเรียกถามหรือจะติดต่อเลย พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการจะมีความรู้สึกชอบความโล่งๆ ดูไม่อึดอัด สามารถติดต่อง่าย สะดวก รวดเร็ว การตอบสนองจากพนักงานจะดูไม่สับสน ความโอ่โถงทำให้สถานที่ดูมีความหรูหราที่ทันสมัยมาก ลูกค้านั่งพักคอยตรงกลางสามารถพร้อมที่จะติดต่อได้สะดวกทั้งสองเคาน์เตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนพักคอยลูกค้าสามารถประกอบกิจกรรมอื่นๆ ได้ และความต้องการสิ่งเหล่านั้นจะขาดไม่ได้เสียเลยดังต่อไปนี้

ภาพที่ 4.30 แผนภูมิแสดงส่วนพักคอยที่ผู้โดยสารสามารถประกอบกิจกรรมอื่นได้



Display

ภาพลักษณ์ของ Office เป็นเรื่องของการนำเสนอสิ่งวัตถุที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเชิญชวนมากที่สุด บางครั้งอาจไม่จำเป็น เพราะมีรูปภาพศิลปวัฒนธรรมได้บอกเล่าถึงเรื่องราวในประเทศ ทำให้ลูกค้ามีความสนใจก็ได้ แต่ต้องมีบ้าง เพราะจะขาดไม่ได้เลย ภาพลักษณ์ของประเทศ จัดองค์ประกอบน้อย แต่ก็ดูน่าสนใจยิ่งกว่า

ภาพที่ 4.31 แสดงภาพประกอบ Display



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมของผู้ปฏิบัติการ Staff Behaviour

ส่วนของเคาน์เตอร์

การให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเมื่อลูกค้าเข้ามา จุดแรกการต้อนรับ "สวัสดี" ที่เป็นสิ่งที่เชื้อเชิญให้แขกผู้มาเยือนมีความรู้สึกอบอุ่น พฤติกรรมของพนักงานในการทำงานมีหลายประเภท พนักงานบางคนมีความรู้สึกตื่นตัว **Active** บางคนมีพฤติกรรมที่ไม่ตื่นตัว เคาน์เตอร์ขายบัตรเป็นภาพลักษณ์ของ **Office** ที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการบริการ

ภาพที่ 4.32 แสดงพื้นที่ของเคาน์เตอร์มีพื้นที่น้อยเกินไป



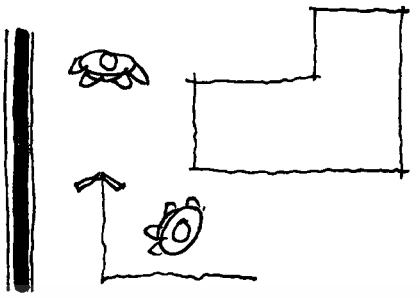
ปัญหาที่จะเกิดขึ้นสำหรับพฤติกรรมของพนักงานมีหลายประเภท

เนื้อที่การบริการน้อยเกินไป ในส่วนของเคาน์เตอร์เพราะการทำงานของพนักงาน ในส่วนหนึ่งจะทำงานอยู่สองอย่าง ส่วนคอมพิวเตอร์กับส่วนเอกสาร เนื้อที่มีจำกัดจึงทำให้ไม่สะดวกในการทำงาน พฤติกรรมการทำงานของพนักงานกับลูกค้ามีพฤติกรรมที่แตกต่างกันจึงไม่สะดวกในการสื่อสาร พนักงานนั่งต่ำกว่าการสื่อสาร หรือติดต่อดูไม่ถนัด พนักงานมีการลุกขึ้นหรือเอื้อมมือทำให้ไม่สะดวกในการทำงาน อีกทั้งยังมีเครื่องใช้สำนักงานที่ดูขวางในการปฏิบัติงาน

ส่วนการเข้าออกภายในเคาน์เตอร์มีความคับแคบจนเกินไป ทำให้พนักงานเดินเข้าลำบาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.33 แสดงการเดินเข้าออกของเคาน์เตอร์



ส่วนความต้องการพฤติกรรมของพนักงาน

- ควรมีผนังกั้นเพื่อไม่ให้ลูกค้าซึ่งนั่งตรงส่วนของพักผ่อน สามารถมองเห็นพฤติกรรมการทำงานภาพลักษณ์ในส่วนทางเข้าของ Office Area

ความต้องการลูกค้า Passenger Requirement

- โลโก้ซึ่งมีขนาดที่พอเหมาะสมสามารถมองเห็นได้สะดวกและชัดเจน
- แสงไฟที่โลโก้มีความสว่างมากเพียงพอต่อความต้องการ
- ส่วนเคาน์เตอร์ควรมีป้ายบอกถึงจุดต่างๆ ว่าจุดไหนบริการอะไรให้ชัดเจน
- ที่รับบัตรคิว
- ส่วนพักคอยมีไว้สำหรับลูกค้าให้เพียงพอแก่ความต้องการ
- ส่วนโทรศัพท์สาธารณะเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า
- แผ่นโบร์ชัวร์สำหรับให้ลูกค้าหยิบใช้บริการได้
- แผ่นป้ายโปสเตอร์แนะนำเชิญชวนการท่องเที่ยว และรูปภาพวัฒนธรรม
- Display การตกแต่ง
- แสงไฟตามจุดเคาน์เตอร์ เพื่อให้แสงสว่างมีมากเพียงพอ
- แท่นที่สำหรับวางเขียนเอกสาร ก่อนยื่นที่เคาน์เตอร์ หรือตรงส่วนเคาน์เตอร์อาจจะมี Line สำหรับให้ลูกค้าเข้าแถวต่อคิว
- จุดการบริการต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถบริการด้วยตนเอง เช่น จุดน้ำดื่ม
- ที่วางสำหรับหนังสือพิมพ์ หรือข่าวสารต่างๆ ในส่วนพักคอย
- ควรมีพื้นที่เพื่อให้ลูกค้าติดต่อได้สะดวกในส่วนหน้าเคาน์เตอร์
- เคาน์เตอร์ที่ให้การบริการต่างๆ
  - จุดขายบัตร
  - จุดประชาสัมพันธ์

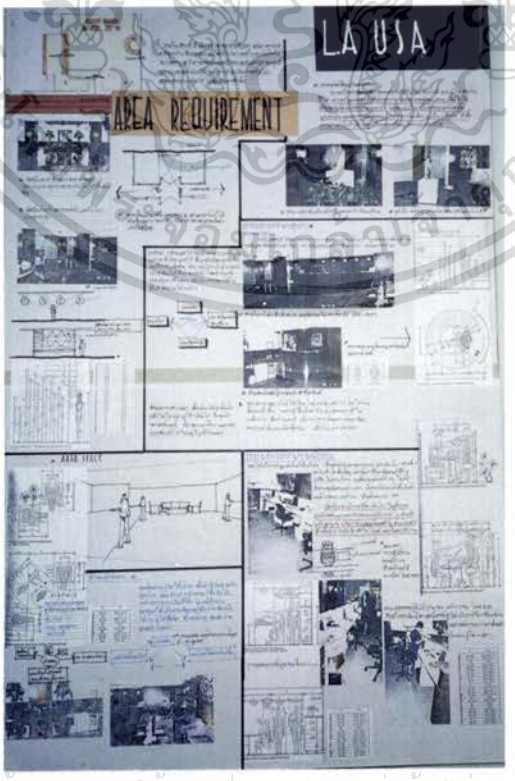
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ตารางการเดินทางและตารางเวลา
- ความกว้างของพื้นที่บนเคาน์เตอร์ ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวก
- โทนสีหรือโลโก้ที่สื่อออกมาทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในการใช้บริการ

ความต้องการของพนักงาน Staff Requirement

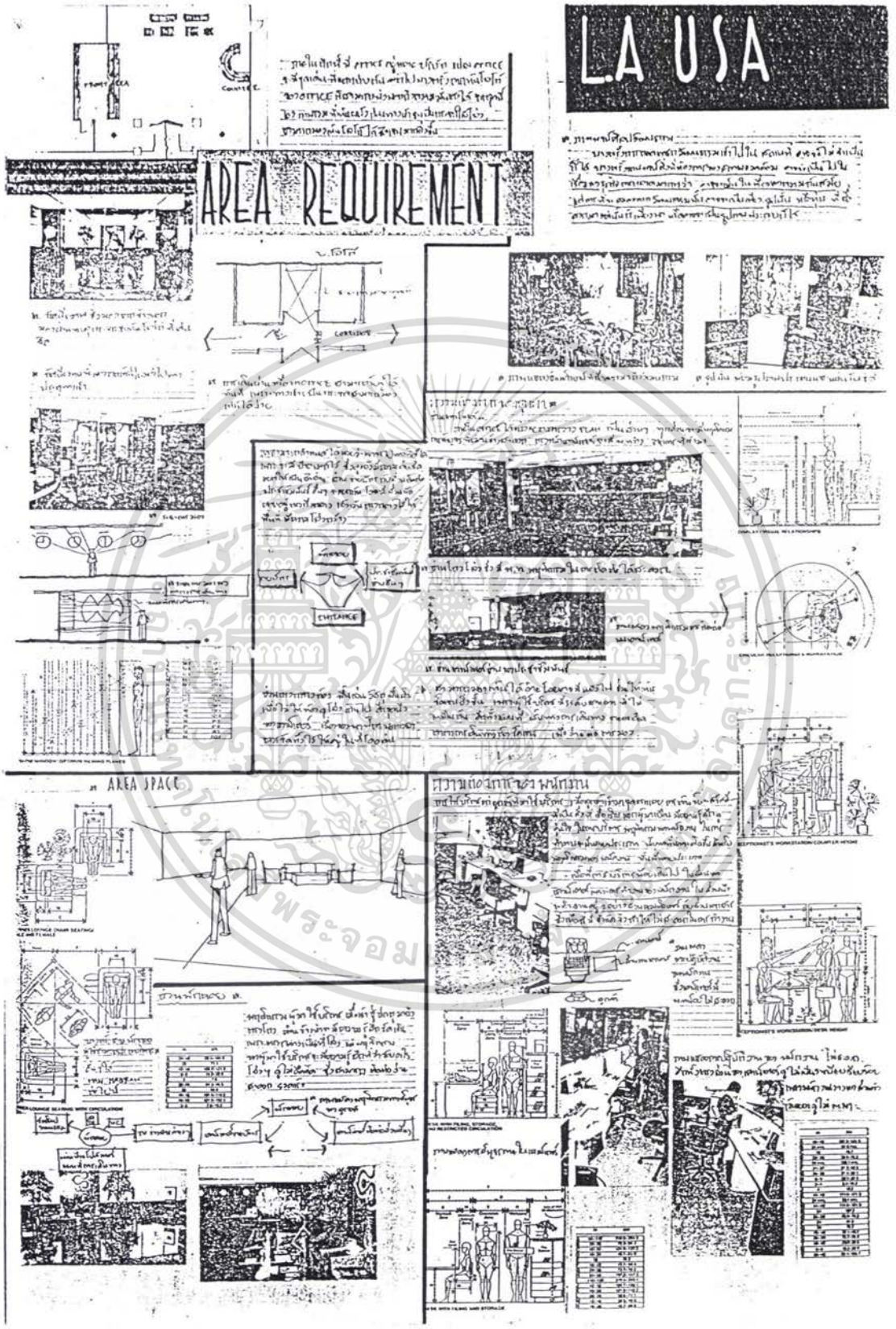
- เคาน์เตอร์ควรแยกเป็นล็อคๆ ต่างหากของพนักงาน เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการทำงาน
- เคาน์เตอร์ควรมีพื้นที่กว้างเพื่อสะดวกในการทำงาน และสะดวกในการใช้เครื่องใช้สำนักงาน
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน
- ควรมีตู้ล็อคเกอร์ไว้ให้สำหรับพนักงาน เพื่อไม่ให้พนักงานเอาของส่วนตัวมาไว้ตรงเคาน์เตอร์ ทำให้ดูเหมือนเป็นส่วนเก็บของ
- ควรมีแสงไฟให้เพียงพอแกความต้องการของพนักงาน

ภาพที่ 4.34 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A.



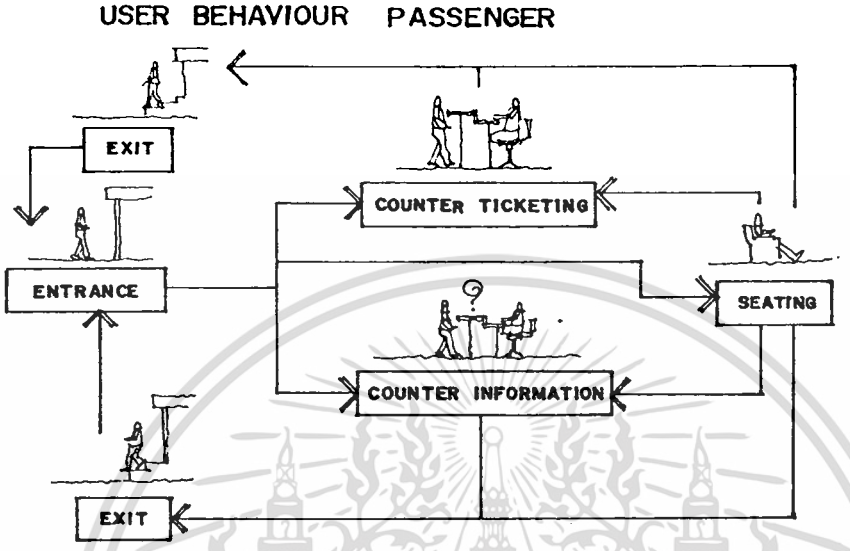
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.34 (ต่อ)

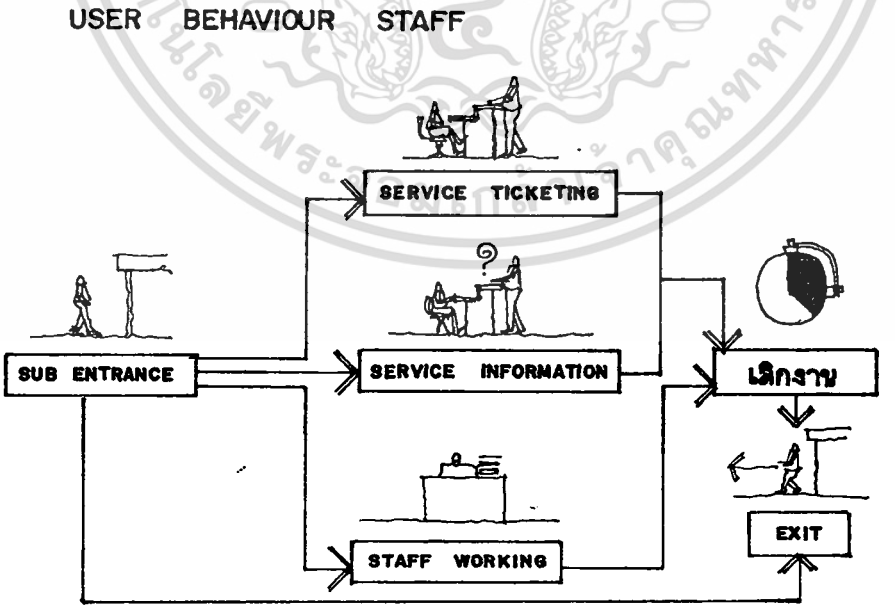


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.35 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 4.36 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

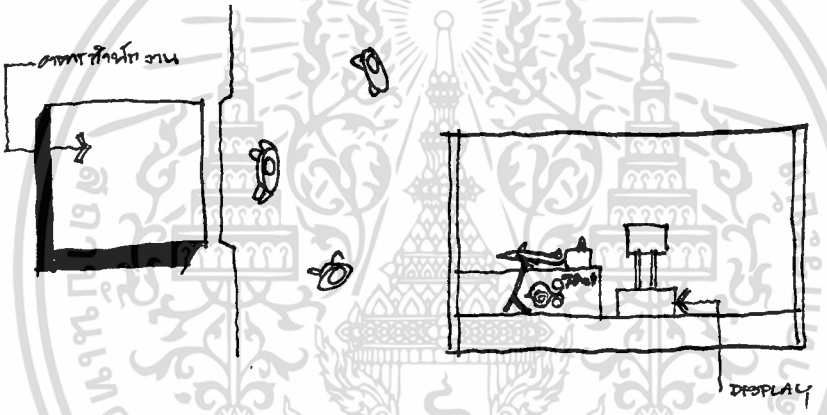
SITE...STATION HONG-KONG

พฤติกรรมของลูกค้า Passenger Behaviour

สำนักงานการบินไทยตั้งอยู่ภายในอาคาร การผ่านไปมาของลูกค้าจึงง่ายต่อการหา Office เพราะเมื่อเข้าไปภายในอาคารสามารถติดต่อกับประชาสัมพันธ์ จะทราบได้ทันที่ว่า Office การบินไทยตั้งอยู่ชั้นที่เท่าไร

เมื่อถึงชั้นที่จะติดต่อกับ Office การบินไทยด้านหน้า Office เป็นผนังกระจกใส สามารถมองเห็นพฤติกรรมภายใน Office ได้อย่างชัดเจน ด้านหน้า Office มีการตกแต่ง Display เพื่อเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการ

ภาพที่ 4.37 ภาพแสดงการตกแต่ง Display



เมื่อก้าวเข้าสู่ตัว Office ลูกค้าจะต้องไปรับบัตรคิวก่อนที่จะติดต่อที่เคาน์เตอร์

ส่วนพักคอย (Waiting Area)

มีส่วนพักคอยไว้บริการให้ลูกค้า 2 ฝั่ง เป็นโซฟา 3 ที่นั่ง อยู่ด้านหน้าหลัง Display มีโต๊ะข้างๆ ไว้สำหรับหยิบหนังสือมาอ่านในระหว่างการพักคอย

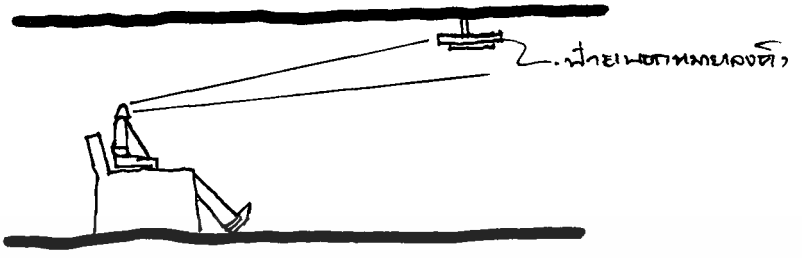
โซฟาอีกด้านหนึ่ง มีชั้นสำหรับที่ใส่โบร์ชัวร์ลูกค้าไปอ่านได้

ขณะที่ลูกค้านั่งพักคอย ลูกค้าสามารถลุกขึ้นไปติดต่อที่เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ได้ จะมีพนักงานให้การบริการในเรื่องของการท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ

ขณะที่ลูกค้าอยู่ในระหว่างการพักคอย บริเวณหน้าเคาน์เตอร์จะมีหมายเลขลำดับการเข้ารับการซื้อตั๋ว ขณะนั่งพักคอยลูกค้าสามารถมองผ่านออกไปภายนอก Office ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.38 แสดงการมองหมายเลขลำดับคิว ในระหว่างการพักคอย

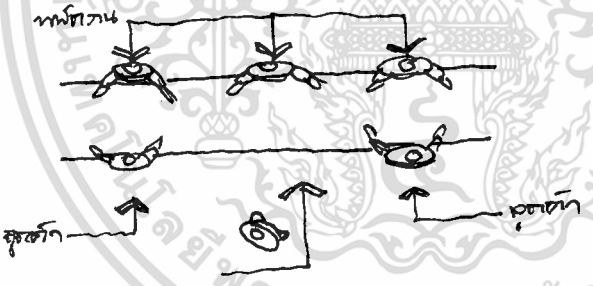


เคาน์เตอร์ (Ticketing Counter)

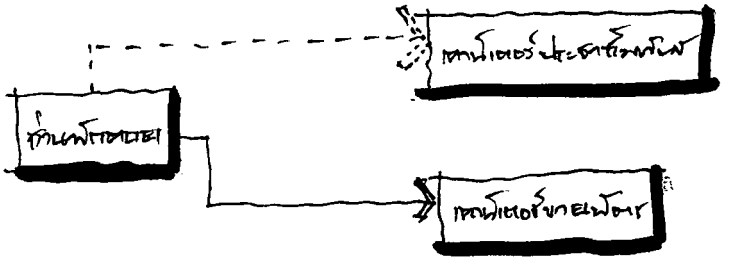
เมื่อถึงลำดับการเข้าติดต่อ ลูกค้าจะเดินไปที่เคาน์เตอร์จุดที่ว่างเพื่อติดต่อซื้อตั๋ว พร้อมทั้งจ่ายเงินโดยที่ลูกค้าจะติดต่อกับพนักงานคนเดียว พฤติกรรมจึงไม่ซับซ้อน

บางครั้งการติดต่ออาจล่าช้าออกไปทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความรู้สึกเบื่อหน่าย

ภาพที่ 4.39 แสดงพฤติกรรมของลูกค้าในการเข้าลำดับการใช้บริการ



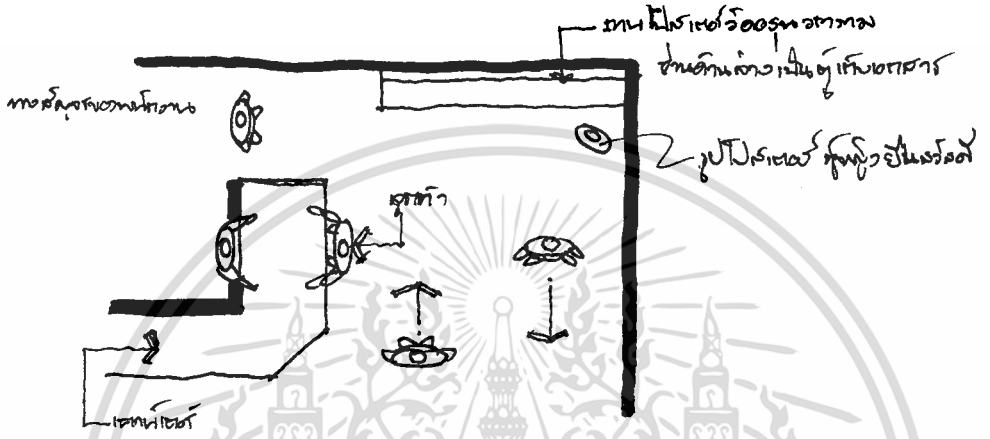
ภาพที่ 4.40 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของลูกค้าระหว่างการติดต่อกับพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

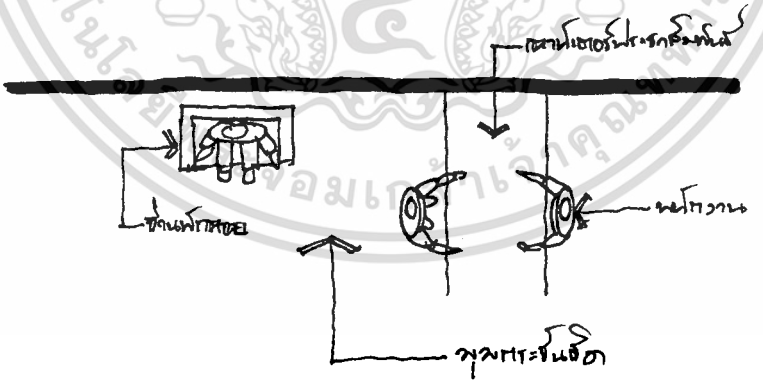
บางจุดของเคาน์เตอร์เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการด้านหน้าที่มีพื้นที่แคบ จะทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวก เพราะพื้นที่มีความกระชั้นชิด อีกทั้งเป็นมุมการสัญจรเข้าออกของพนักงานอีกด้วย

ภาพที่ 4.41 แสดงพื้นที่ด้านหน้าเคาน์เตอร์ที่มีความกระชั้นชิดทำให้พฤติกรรมทั้งพนักงานและลูกค้ามีความอึดอัด



จุดเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ก็เป็นอีกจุดหนึ่งที่มีความประชั้นชิด โซฟาในส่วนพักคอยใกล้ชิดกับเคาน์เตอร์ ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการจึงไม่สะดวก

ภาพที่ 4.42 แสดงพฤติกรรมของลูกค้า



<u>ภาพพจน์ศิลปวัฒนธรรม</u>

การตกแต่ง Office แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยให้ชาวต่างชาติได้รู้จักสำนักงานการบินไทย Office เป็นลักษณะสากล มีความทันสมัย การตกแต่งไม่ได้สื่อถึงวัฒนธรรมไทยมากนัก จะเป็นเพียงการใช้รูปภาพ "วัดอรุณราชวราราม" และการประดับตกแต่งลวดลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสาของโครงสร้าง ก็นับว่าพอเพียง อีกทั้งยังมีโลโก้การบินไทยที่แสดงให้เห็นอีกเป็นลักษณะ Office ที่ดูเป็นทางการ มีการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อให้เกิดความคล่องตัว

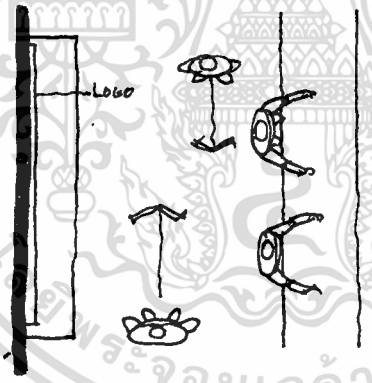
พฤติกรรมของผู้ปฏิบัติการ Staff Behaviour

เคาน์เตอร์ Ticketing Counter

เคาน์เตอร์อยู่เป็นสัดส่วนของพนักงาน ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาข้างในได้ การบริการของพนักงานในส่วน Ticketing นั้น พนักงานประจำอยู่ที่เคาน์เตอร์เพื่อขายตั๋วให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนพนักงานที่ให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ ก็จะประจำอยู่ที่เคาน์เตอร์เช่นกัน ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการเป็นลำดับ ทำให้สะดวกทั้งผู้บริการและผู้ให้บริการ ทำให้รวดเร็วและคล่องตัว

ทางสัญจรภายในเคาน์เตอร์ค่อนข้างแคบทำให้ไม่สะดวกต่อการปฏิบัติงาน มีทั้งเครื่องใช้สำนักงานที่มีขนาดใหญ่ ทำให้เสียพื้นที่ทางสัญจร

ภาพที่ 4.43 แสดงทางสัญจรที่มีความคับแคบภายในเคาน์เตอร์

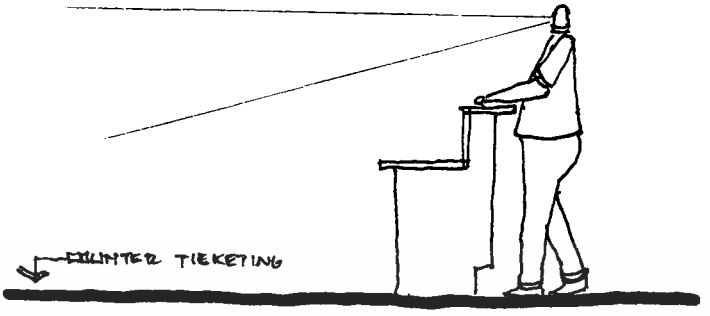


ภายในบริเวณเคาน์เตอร์ ใต้โต๊ะทำงานของพนักงานจะเป็นที่เก็บเอกสารและสัมภาระต่างๆ จึงเป็นอุปสรรคในการนั่งปฏิบัติงาน สภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน อีกทั้งพนักงานจะวางเสื้อคลุมมาไว้ที่เก้าอี้ ทำให้ดูเหมือนเป็นส่วนเก็บของหรือเก็บเสื้อผ้า ดูไม่สวยงาม เมื่อมีลูกค้ามาติดต่ออาจทำให้ภาพพจน์พนักงานการบินไทยไม่ดี จึงทำให้ลูกค้าไม่ไว้วางใจในการให้บริการ

มุมมองจากเคาน์เตอร์ด้านหลัง ลูกค้ามองเห็นการทำงานของพนักงานและความไม่เรียบร้อยได้ทุกมุม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ **4.44** แสดงมุมมองของผู้โดยสารหน้าเคาน์เตอร์



ทัศนะทางด้านการตลาดของสำนักงานการบินไทย Office Hong-Kong

1. ในแง่มุมของการส่งเสริมวัฒนธรรม

เป็นการโปรโมทตัวเองในทางอ้อมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ และการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยเมื่อเดินผ่าน **Office** ที่มีผนังเป็นกระจกใสโล่ง มี **Display** ตกแต่งเพื่อเชิญชวน และต้นเสาโครงสร้างที่มีลวดลายแกะสลักก็อดที่จะเดินเข้ามาชมไม่ได้ มีตู้ไฟเป็นการ **Promotion** การท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะ "ภูเก็ต" เป็นแหล่งท่องเที่ยวของไทยที่สำคัญ ประเทศฮ่องกง กับประเทศไทยก็อยู่ในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งคนไทย-ชาวต่างชาติจึงเดินทางไปมาได้สะดวก การตกแต่งที่เป็นสากลเป็นรูปแบบ **Office** ที่เป็นแบบการติดต่องานธุรกิจ มีการสอดแทรกในเรื่องความเป็นไทยบางจุดให้ได้รู้ และแสดงออกอย่างลึกซึ้งถึงการใช้ **Space** ได้อย่างทั่วถึง

2. ในแง่มุมการตลาด

ลักษณะที่นำการส่งเสริมวัฒนธรรมเข้ามาใช้ได้ดังนี้ ทำให้เกิด "**Sense**" ใหม่ของสถานที่ที่ไม่เพียงแต่อำนวยประโยชน์ใช้สอยอย่างเดียว ยังเป็นเอกลักษณ์ของบริษัทในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจที่ค่อนข้างสูง การตกแต่ง **Office** เพื่อเชิญชวนให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการเป็นการสร้างภาพพจน์ให้กับบริษัท การลงทุนไม่ใช่เพียงแต่จะต้องสื่อออกมาถึงความเป็นไทยอย่างเดียว อาจสื่อออกมาในแนวที่ดู "หรูหรา" หรือ "โมเดิร์น" เพื่อให้สอดคล้องกับภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมว่าอยู่ในย่านสถานที่ใดเป็นย่านธุรกิจการค้าขาย จะต้องสื่อออกมาให้เป็นรูปแบบสำนักงานที่เป็นแนวคิดเป็นตัวของตัวเองอย่างเห็นได้ชัด ในตลาดสายการบินนานาชาติ การบินไทยก็นับเป็นสินค้าระดับ **Hi Class** แห่งหนึ่ง เพราะฝ่ายการตลาดของการบินไทยคงใช้กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขาย ตราบใดที่เรายังโปรโมทการท่องเที่ยวในแง่วัฒนธรรมไทยอยู่ ก็น่าจะมีบทบาทสำคัญในด้านการตลาดธุรกิจของ **Office Automation** จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นสำนักงานรูปโฉมใหม่ที่ทันสมัย เป็นมาตรฐานสากลในระดับนานาชาติ เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารต่างๆ จะนำมาใช้เพื่อให้เกิดความคล่องตัวทั้งผู้ให้บริการและลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว

3. ในแง่มุมทางด้านจิตวิทยาและส่งเสริม (Working Environment)

การสร้างความภูมิใจต่อสถานที่ทำงานของคนในสำนักงานการบินไทย การสร้างความสุนทรียภาพ ทำให้พนักงานบริษัทการบินไทยทุกคนมีความภาคภูมิใจในบริษัทของตน ไม่เกิดความรู้สึกด้อยกว่าบริษัทอื่นในอันที่จะทำงานด้านการส่งเสริมการขาย ในการที่จะชักจูงเอเย่นทัวร์ต่างๆ นอกจากนี้ทำให้ผู้โดยสารที่เข้ามาติดต่อเกิดความประทับใจในการบริการ และเป็นตัวแทนที่จะสร้างภาพพจน์ของสำนักงานการบินไทย

ความต้องการของลูกค้า Passenger Requirement

- โลโก้ซึ่งมีขนาดที่พอเหมาะสมสามารถมองเห็นได้สะดวกและชัดเจน
- แสงไฟที่โลโก้มีความสว่างมากเพียงพอต่อความต้องการ
- ส่วนเคาน์เตอร์ควรมีป้ายบอกถึงจุดต่างๆ ว่าจุดไหนบริการอะไรให้ชัดเจน
- ที่รับบัตรคิว
- ส่วนพักคอยมีไว้สำหรับลูกค้าให้เพียงพอแก่ความต้องการ
- ส่วนโทรศัพท์สาธารณะเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า
- แผ่นโบร์ชัวร์สำหรับให้ลูกค้าหยิบใช้บริการได้
- แผ่นป้ายโปสเตอร์แนะนำเชิญชวนการท่องเที่ยว และรูปภาพวัฒนธรรม
- Display การตกแต่ง
- แสงไฟตามจุดเคาน์เตอร์ เพื่อให้แสงสว่างมีมากเพียงพอ
- แท่นที่สำหรับวางเขียนเอกสาร ก่อนยื่นที่เคาน์เตอร์ หรือตรงส่วนเคาน์เตอร์อาจจะมี Line สำหรับให้ลูกค้าเข้าแถวต่อคิว
- จุดการบริการต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถบริการด้วยตนเอง เช่น จุดน้ำดื่ม
- ที่วางสำหรับหนังสือพิมพ์ หรือข่าวสารต่างๆ ในส่วนพักคอย
- ควรมีพื้นที่เพื่อให้ลูกค้าติดต่อได้สะดวกในส่วนหน้าเคาน์เตอร์
- เคาน์เตอร์ที่ให้การบริการต่างๆ
  - จุดขายบัตร
  - จุดประชาสัมพันธ์
- ตารางการเดินทางและตารางเวลา

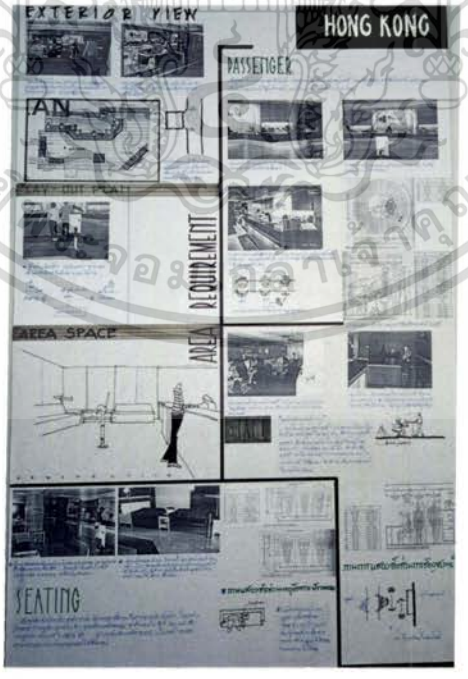
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความกว้างของพื้นที่บนเคาน์เตอร์ ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวก
- โทนสีหรือโลโก้ที่สื่อออกมาทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในการใช้บริการ

ความต้องการของพนักงาน Staff Requirement

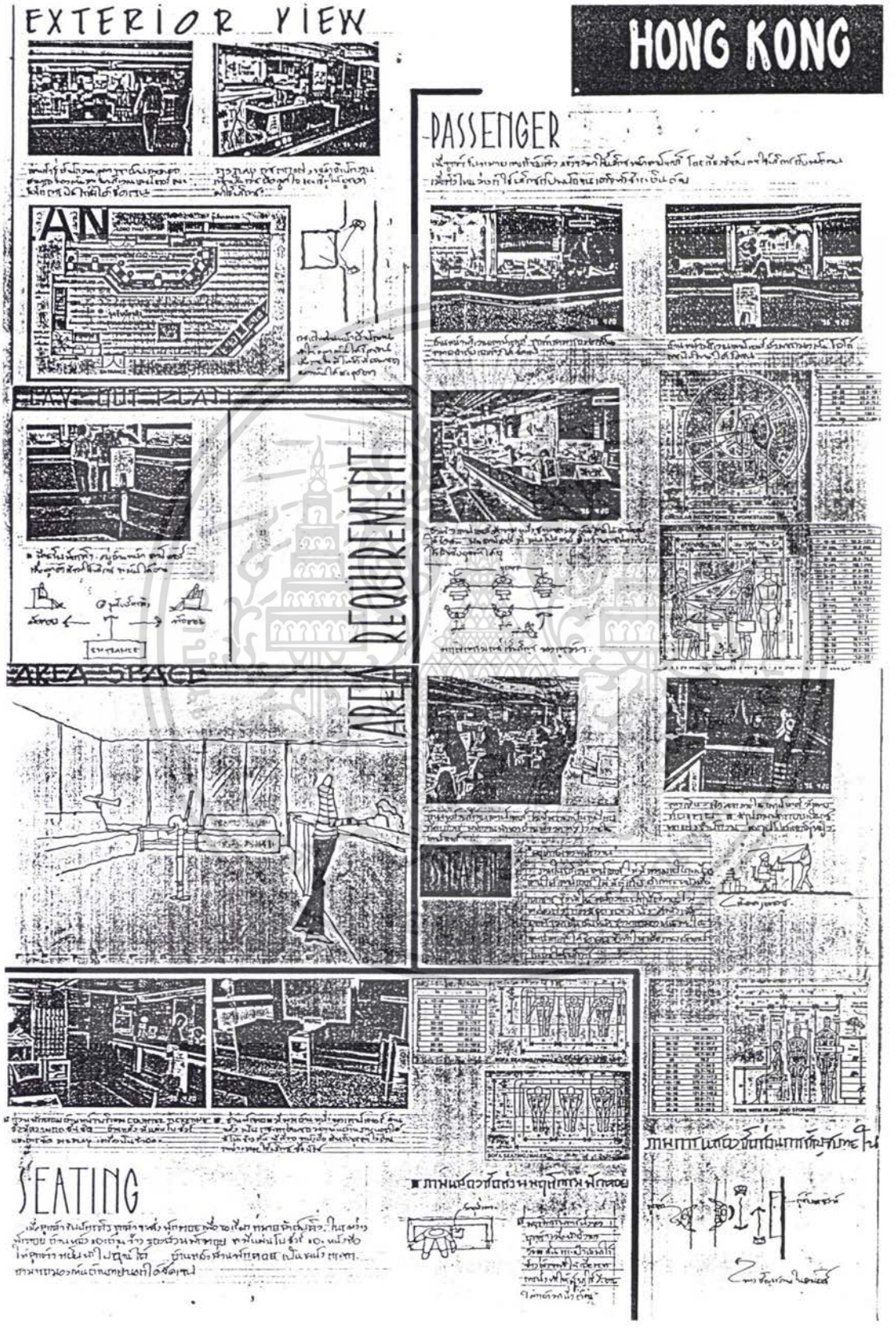
- เคาน์เตอร์ควรแยกเป็นล๊อคๆ ต่างหากของพนักงาน เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการทำงาน
- เคาน์เตอร์ควรมีพื้นที่กว้างเพื่อสะดวกในการทำงาน และสะดวกในการใช้เครื่องใช้สำนักงาน
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน
- ควรมีตู้ล็อคเกอร์ไว้ให้สำหรับพนักงาน เพื่อไม่ให้พนักงานเอาของส่วนตัวมาไว้ตรงเคาน์เตอร์ ทำให้ดูเหมือนเป็นส่วนเก็บของ
- ควรมีแสงไฟให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน

ภาพที่ 4.45 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) HONG KONG



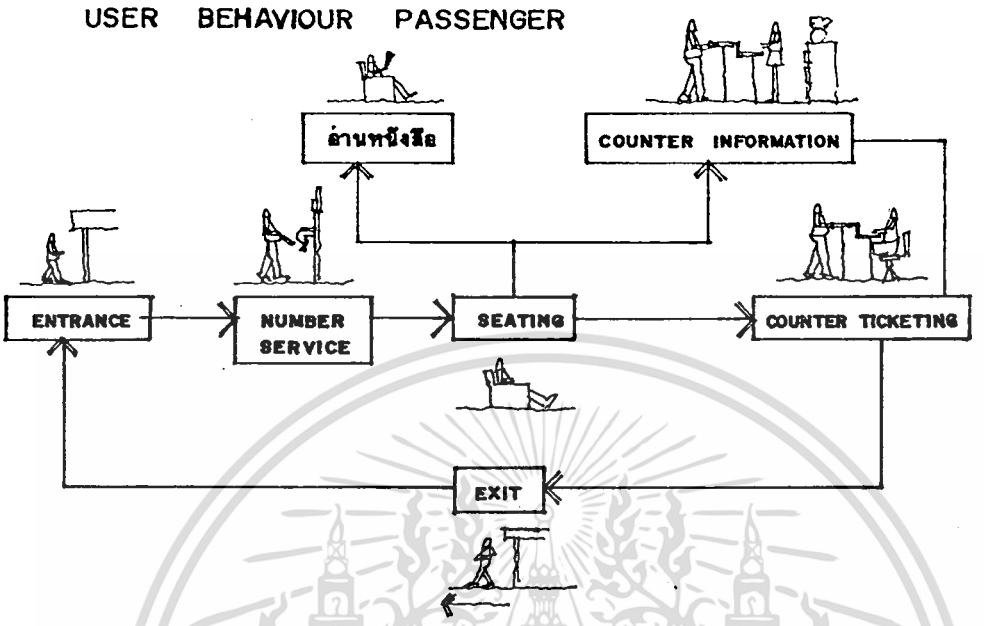
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.45 (ต่อ)

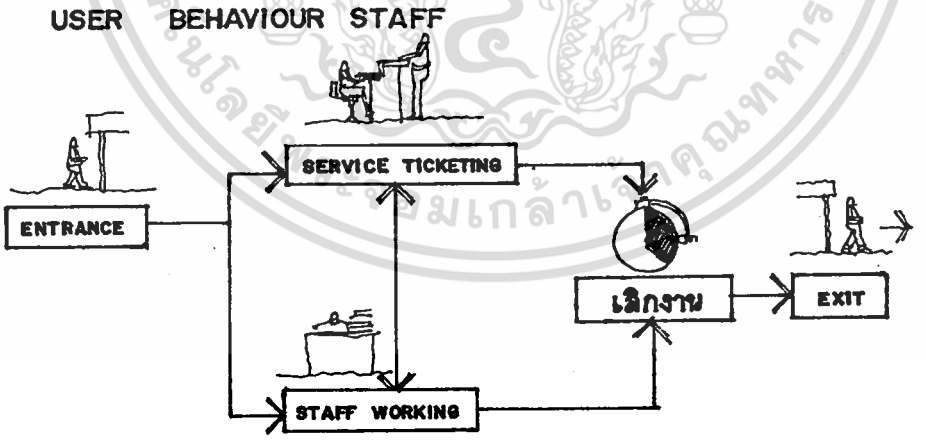


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.46 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 4.47 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE...STATION SYDNEY AUSTRALIA

พฤติกรรมของลูกค้า Passenger Behaviour

- แผ่นป้ายของสำนักงานก่อนเข้า Office
  - แสงไฟในการช่วยส่องของตัวโลโก้เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศ
  - ควรมีแผ่นป้ายบอกทิศทาง เช่น ที่จอดรถ, สำนักงาน
- ป้ายโลโก้ตรงส่วนของที่ขายตั๋วแสงบ่งบอกถึงสำนักงาน
  - แสงไฟช่วยให้โลโก้มีความโดดเด่น
  - ผนังมีการบ่งบอกถึงลักษณะวัฒนธรรมให้มีความโดดเด่น
- เคาน์เตอร์ Ticketing Counter
  - เป็นเคาน์เตอร์สูงลูกค้ายืนติดต่อ แต่พนักงานนั่งทำงานภายในทำให้เห็นสภาพแวดล้อมหลังเคาน์เตอร์ได้ง่าย ดูไม่เรียบร้อย
  - เคาน์เตอร์ควรมีพื้นที่ให้ลูกค้ามากพอเพื่อสามารถติดต่อได้สะดวก
  - แต่ละจุดของเคาน์เตอร์ควรมีโคมไฟเป็นจุดๆ ไว้เพื่อสามารถเขียนเอกสารได้สะดวก
- จุดเอกลักษณ์ของศิลปะวัฒนธรรม
  - จุดนี้ควรจะมีความโดนเด่นมากเมื่อลูกค้าเข้ามาในสำนักงานเพื่อใช้บริการ ฉะนั้นบรรยากาศที่ลูกค้าสามารถเห็นได้ คือ เอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม เช่น รูปปั้น, งานแกะสลักที่บ่งบอกถึงความเป็นไทย
- จุดที่นั่งพักคอย Waiting Area
  - เป็นโซฟาที่มีขนาดพอเหมาะกับความต้องการของพื้นที่
  - ตู้โทรศัพท์สำหรับติดต่อสื่อสาร
  - ที่วางหรือแขวนหนังสือพิมพ์ และหนังสือ
  - ควรมีโทรทัศน์สำหรับรับรู้ข่าวสารหรือเพื่อการบันเทิงในยามเมื่อมาติดต่อ
  - ห้องน้ำแยก ชาย-หญิง
  - แท่นที่สำหรับวางเขียนเอกสารต่างๆ
  - จุดประชาสัมพันธ์ในการติดต่อสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยวและอื่นๆ
  - ป้ายบอกสัญลักษณ์ต่างๆ ให้เกิดมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
  - ควรมีที่สำหรับแยกส่วนสำหรับผู้สูบบุหรี่
  - ควรมีป้ายลอกตารางเวลาสายการบินเที่ยวที่เท่าไหร่ วันไหน อย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ควรมีแผนที่เส้นทางการเดินทางในลักษณะเป็นแผนที่โลกเป็นตู้ไฟ
- ควรมีที่รับบัตรคิว

พฤติกรรมของพนักงาน Staff Behaviour

- เคาน์เตอร์ของ Front Area
  - ควรแยกเป็นสัดส่วนต่างหากของพนักงาน เพื่อให้เกิดการเป็นระเบียบเรียบร้อยในการทำงาน
  - เคาน์เตอร์ควรมีพื้นที่ทำงานมากพอเพื่อสำหรับวางเครื่องคอมพิวเตอร์
  - ควรมีตู้เก็บเอกสารให้มากกว่านี้
  - ควรมีพื้นที่ในการทำงานให้ถูกลักษณะของด้านกายภาพ
  - ควรมีแสงไฟทำให้เกิดสว่างที่เพียงพอต่อการทำงาน
  - ข้างหลังฉากของโลโก้ควรมีความห่างกับเคาน์เตอร์ ให้มีเนื้อที่สำหรับการเดินเข้าออกของพนักงาน
- ส่วนของ Office Area
  - การจัดงาน Plan Office ควรจัดแยกเป็นฝ่ายๆ เพื่อสะดวกในการติดต่องานในการประสานงาน
  - โต๊ะทำงานควรมีที่เก็บเอกสารให้มากหรือมีชั้นวางหรือตู้สำหรับวางเอกสารกระดาษให้เพียงพอ เพื่อให้ดูสะดาดและเรียบร้อยร้อยเป็นระเบียบ
  - โต๊ะทำงานควรมีบอร์ดสำหรับติดเอกสารหรือบันทึกข้อความต่างๆ
  - ควรมีฉากกั้นไว้สำหรับส่วนของหัวหน้าแผนก และกั้นส่วนของประชุมเล็กๆ
  - ตู้เอกสารควรมีให้มากพอกับพนักงาน
  - แสงไฟประจำโต๊ะควรมี
- ส่วนภายใน Office องค์ประกอบอื่นๆ
  - พนักงานประชาสัมพันธ์พบปะลูกค้าให้คำแนะนำบริการต่างๆ
  - ควรมีพื้นที่สำหรับให้พนักงานได้มีการพักผ่อนคลายเครียด เป็นส่วนห้องเล็กๆ สำหรับดูทีวี มีเคาน์เตอร์สำหรับกินกาแฟ อ่านหนังสือเพื่อให้เกิดมีความผ่อนคลาย หรืออื่นๆ
  - ควรมีตู้ล๊อคเกอร์ส่วนตัวของพนักงาน
  - ควรมี Sub Entrance เพื่อสำหรับเมื่อมีสิ่งของมาส่ง หรือไม่ต้องการให้ผู้มาใช้บริการเห็นจะเป็นภาพที่ดูไม่เหมาะสม และเป็นการเข้าออกของพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการลูกค้า Passenger Requirement

- แผ่นป้ายโลโก้ที่สามารถมองเห็นได้สะดวกและชัดเจน
- แสงไฟให้มีความสว่างที่เพียงพอ
- ควรมีแผ่นป้ายบอกว่าสำนักงานไปทางทิศใดหรือลูกศรชี้นำ
- ควรมีที่รับบัตรคิว
- ส่วนพักคอยมีไว้สำหรับเพียงพอแก่ความต้องการของลูกค้า
- ส่วนโทรศัพท์สาธารณะเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า
- แผ่นโบชัวร์สำหรับ Promotion การท่องเที่ยว, เทศกาล, ประเพณี, ข้อมูลการเดินทาง
- แผ่นป้ายโปสเตอร์และนำเชิญชวนการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์
- Display การตกแต่งเพื่อเชิญชวนให้แก่ลูกค้า
- แสงไฟตามจุดเคาน์เตอร์เพื่อให้แสงสว่างมีมากเพียงพอ
- แท่นที่สำหรับวางเขียนเอกสาร ก่อนยื่นที่เคาน์เตอร์หรือตรงส่วนเคาน์เตอร์อาจจะมีล๊อคสำหรับให้ลูกค้าเข้าแถวต่อคิว
- จุดน้ำดื่มเพื่อให้ลูกค้าบริการด้วยตนเอง
- ที่วางสำหรับหนังสือพิมพ์หรือข่าวสารต่างๆ หรือมีโทรทัศน์สำหรับให้ลูกค้าไว้ดูระหว่างการรอคอย
- เคาน์เตอร์ที่ให้การบริการต่างๆ ได้ทั่วถึง
  - จุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
  - จุดขายบัตร
- เส้นทางบินของการบินไทยทั่วโลก Global Routenet
- นาฬิกาเปรียบเทียบเวลา
- เอกลักษณ์การสื่อถึงความเป็น Thai International อาจจะเป็นแบบจำลองหุ่นหรือรูปภาพประกอบ

ความต้องการของพนักงาน Staff Requirement

- เคาน์เตอร์ควรแยกเป็นสัดส่วนของพนักงานเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการทำงาน
- เคาน์เตอร์ควรมีพื้นที่กว้างเพื่อสะดวกในการทำงาน และสะดวกในการใช้เครื่องใช้สำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

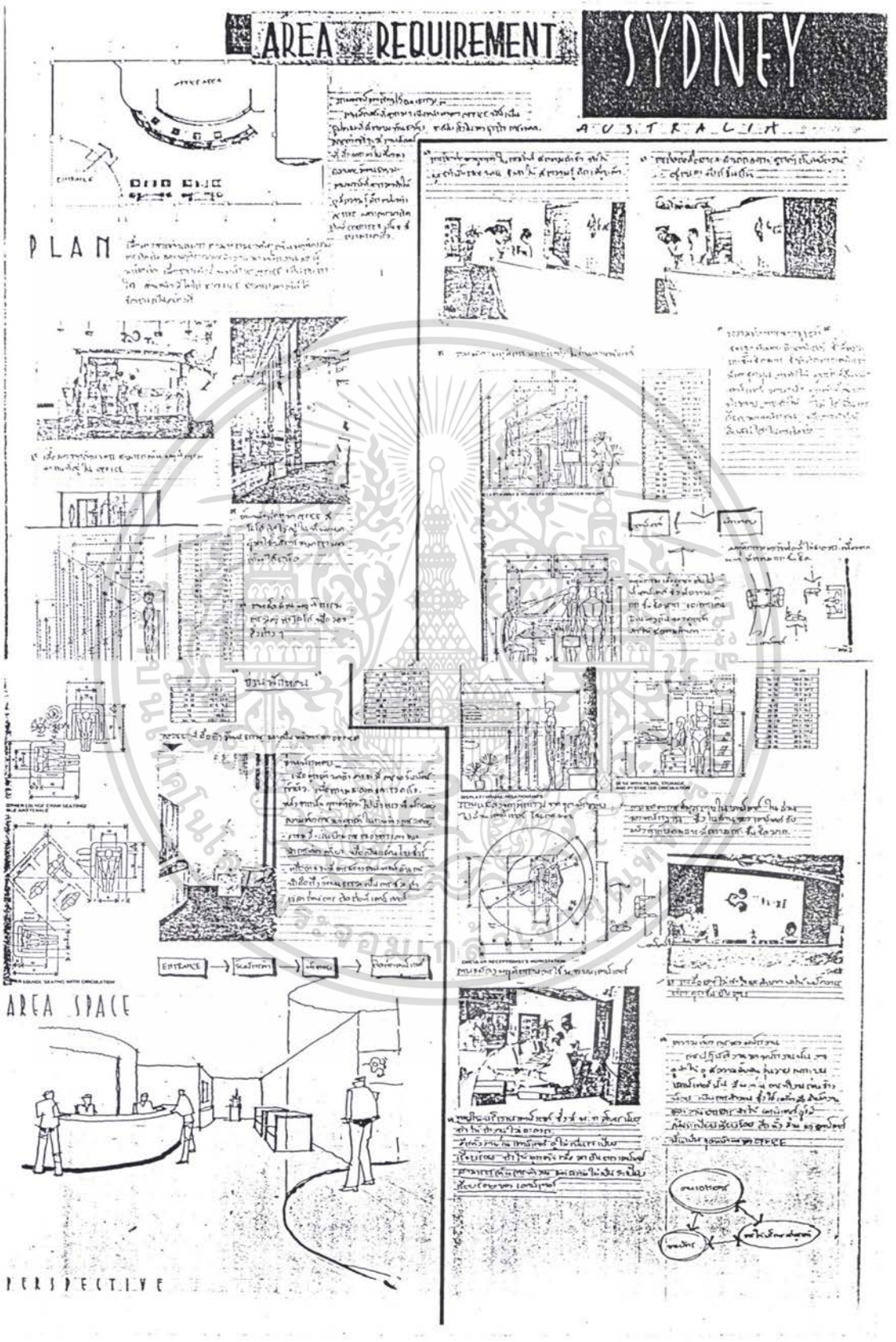
- ควรมีตู้เก็บเอกสารให้เพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน
- ควรมีตู้ล็อคเกอร์ไว้ให้สำหรับพนักงานเพื่อไม่ให้พนักงานนำของส่วนตัวมาไว้ตรงเคาน์เตอร์ขณะปฏิบัติงาน

ภาพที่ 4.48 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA



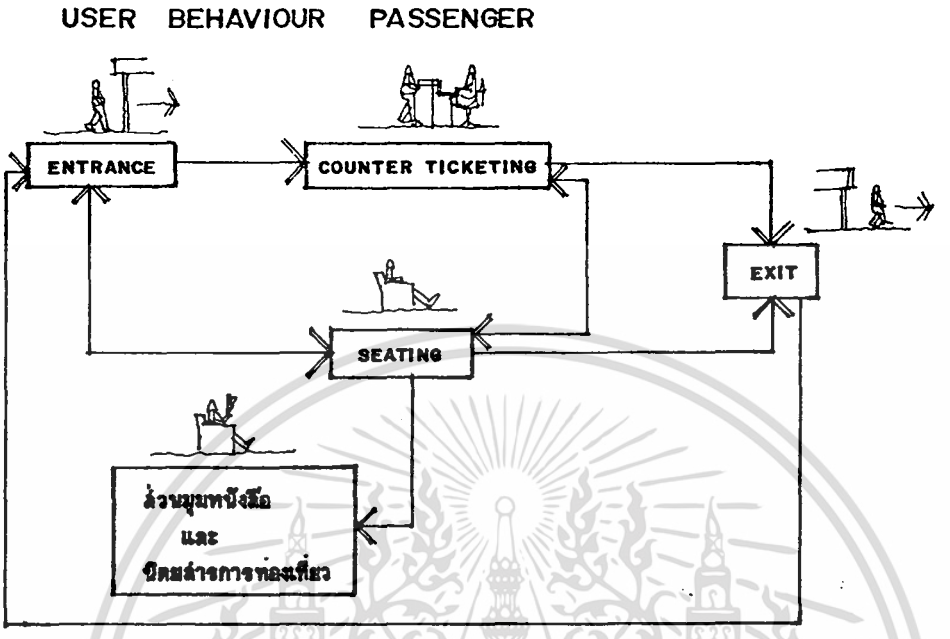
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.48 (ต่อ)

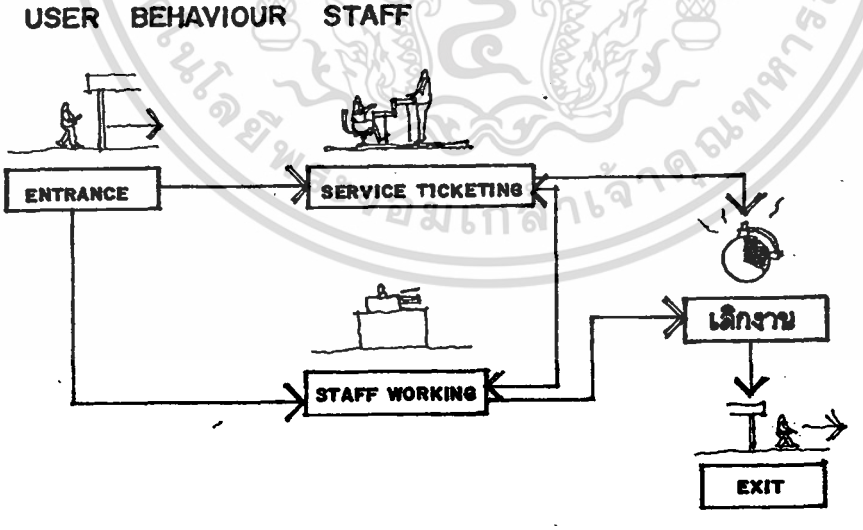


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.49 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 4.50 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
(PHYSICAL ENVIRONMENT ANALYSIS)

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ โดยแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

2. ความคิดเห็นของพนักงานที่ประจำอยู่ในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่ม ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นดังนี้

1. ผู้โดยสารที่ใช้บริการสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
   - 1.1 ลักษณะทั่วไปของผู้โดยสารที่ใช้บริการสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
   - 1.2 ความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
   - 1.3 ความคิดเห็นต่อการบริการที่ได้รับจากสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
   - 1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่ผู้โดยสารต้องการได้รับจากสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
   - 1.5 ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการตกแต่งภายในของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
2. พนักงานที่ประจำอยู่ในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
   - 2.1 ลักษณะทั่วไปของพนักงานการบินไทยที่ประจำอยู่ในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ
   - 2.2 ความคิดเห็นของพนักงานการบินไทยที่ประจำอยู่ในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่พนักงานการบินไทยต้องการได้รับจากสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

2.4 ความคิดเห็นของพนักงานการบินไทยที่มีต่อการตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

2.5 ความคิดเห็นของพนักงานการบินไทยที่มีต่อระบบการจัดสำนักงานและเครื่องใช้สำนักงานที่มีอยู่ในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

1. วิเคราะห์กลุ่มผู้โดยสาร

1.1 ลักษณะทั่วไปของผู้โดยสารที่ใช้บริการสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ผู้โดยสารที่ทำการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ จำนวน 85 คน โดยแยกตามสำนักงานต่างประเทศที่ไปใช้บริการ ดังนี้

สหรัฐอเมริกา	25	คน	(สำนักงาน LOS ANGELES)
ฝรั่งเศส	25	คน	(สำนักงาน PARIS)
ออสเตรเลีย	23	คน	(สำนักงาน SYDNEY)
ฮ่องกง	12	คน	(สำนักงาน HONG KONG)

จากการสำรวจผู้โดยสารที่ใช้บริการของสำนักงาน การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ทั้งสิ้น 85 คน เป็นเพศชายร้อยละ 53 เพศหญิงร้อยละ 47 ในจำนวนนี้เป็นผู้โดยสารที่มีสัญชาติไทยร้อยละ 16.9 และเป็นสัญชาติอื่นร้อยละ 83.1 มีอายุในช่วง 30-39 ปี ร้อยละ 32.5 รองลงมาอายุ 40-49 ปีร้อยละ 29.0 อายุ 50-64 ปีร้อยละ 19.2 ตามลำดับ ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวร้อยละ 48.8 รองลงมาได้แก่ นักธุรกิจร้อยละ 19.5 ผู้ประกอบอาชีพอิสระร้อยละ 13.4 และข้าราชการร้อยละ 12.2 ตามลำดับ ในการเดินทางผู้โดยสารมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนร้อยละ 58.5 รองลงมาได้แก่ การเดินทางไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อนในประเทศนั้นๆ ร้อยละ 15.9 และเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจร้อยละ 12.2 ตามลำดับ ผู้โดยสารเคยใช้บริการของบริษัท การบินไทย มาก่อนร้อยละ 49.4 และไม่เคยใช้บริการของบริษัทการบินไทยมาก่อนร้อยละ 50.6 ลักษณะของการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางเองร้อยละ 64.6 และเดินทางโดยใช้บริการของบริษัททัวร์ (แพคเกจ) ร้อยละ 35.4 การเดินทางส่วนใหญ่ของผู้โดยสารเดินทางในชั้นประหยัดร้อยละ 85.5 ชั้นธุรกิจร้อยละ 13.3 และชั้นหนึ่งร้อยละ 1.2 ตามลำดับ ในการเดินทางของผู้โดยสารเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

75.9 องค์กรหรือบริษัทที่ผู้โดยสารทำงานเป็นผู้จ่ายร้อยละ 8.4 และญาติหรือเพื่อนเป็นผู้จ่ายร้อยละ 4.8 ผู้โดยสารเคยเดินทางมาแล้วในรอบหนึ่งปีที่ผ่านมาร้อยละ 51.8 และไม่เคยเดินทางในรอบหนึ่งปีที่ผ่านมาร้อยละ 48.2 ในรอบหนึ่งปีส่วนใหญ่ผู้โดยสารเดินทางไม่เกินปีละ 4 ครั้งมีถึงร้อยละ 84.9 ส่วนที่เหลือเดินทางมากกว่า 4 ครั้งในหนึ่งปีร้อยละ 15.1 สายการบินที่ชอบมากที่สุดจากประสบการณ์ที่เคยใช้บริการมาปรากฏว่า การบินไทยเป็นสายการบินที่มีผู้โดยสารชอบมากที่สุดร้อยละ 81.2 รองลงมาได้แก่ นอร์ทเวสท์ ยูไนเต็ดแอร์ไลน์ และคาเธ่ย์แปซิฟิคร้อยละ 2.9 สายการบินที่ใช้บริการบ่อยที่สุดได้แก่ การบินไทยร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ แควนตัส และแอร์ฟรานส์ ร้อยละ 12.5 และ11.1 ตามลำดับ ในการเลือกใช้บริการของบริษัท การบินไทย ร้อยละ 59.0 ผู้โดยสารจะเป็นผู้เลือกเอง ส่วนที่เหลือร้อยละ 41.0 ผู้อื่นเป็นผู้เลือกให้ ผู้โดยสารที่ใช้บริการของการบินไทยได้สมัครเป็นสมาชิกของ รอยัลออคิดพลัส ร้อยละ 32.5 และผู้โดยสารที่สะสมจำนวนไมล์ ร้อยละ 51.5

ตารางที่ 5.1 ลักษณะทั่วไปของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ลักษณะทั่วไป		ร้อยละ
เพศ	ชาย	53.0
	หญิง	47.0
สัญชาติ	ไทย	16.9
	อื่น ๆ	83.1
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	2.4
	20 - 24 ปี	10.8
	25 - 29 ปี	6.0
	30 - 34 ปี	12.0
	35 - 39 ปี	20.5
	40 - 44 ปี	13.3
	45 - 49 ปี	15.7
	50 - 54 ปี	7.2
	55 - 64 ปี	12.0
อาชีพ	ลูกจ้าง	48.4
	เจ้าของธุรกิจ	19.5
	อาชีพอิสระ	13.4
	ข้าราชการ	12.2
	อื่น ๆ	3.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป		ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	พักผ่อน	58.5
	เยี่ยมญาติ / เพื่อน	15.9
	ธุรกิจ	12.2
	อื่น ๆ	13.4
เคยเดินทางโดยการบินไทยมาก่อนหรือไม่	เคย	49.4
	ไม่เคย	50.6
เดินทางครั้งนี้โดยวิธีใด	ทัวร์ (แพคเกจ)	35.4
	เดินทางเอง	64.6
เดินทางโดยใช้บริการชั้นไหน	ชั้นหนึ่ง	1.2
	ชั้นธุรกิจ	13.3
	ชั้นประหยัด	85.5
ใครเป็นผู้ออกค่าตั๋วเครื่องบินให้สำหรับการเดินทางครั้งนี้	ผู้เดินทางออกเอง	75.9
	เพื่อน / ญาติ	4.8
	องค์กร / บริษัท	8.4
	อื่น ๆ	1.8
ในรอบหนึ่งปีเคยเดินทางออกนอกประเทศหรือไม่	เคย	51.8
	ไม่เคย	48.2
สายการบินใดที่ชอบมากที่สุด	THAI AIRWAYS	81.2
	UNITED AIRLINE	2.9
	CATHAY PACIFIC	2.9
	NORTH WEST	2.9
	DELTA AIRLINE	1.4
	K.L.M.	1.4
	LUFTHANSA	1.4
	ANY ASIAN AIRLINES	1.4
	BRITISH AIRWAY	1.4
	CHINA AIRLINE	1.4
	J.A.L.	1.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป		ร้อยละ
สายการบินใดที่เดินทางบ่อยที่สุด	THAI AIRWAYS	44.4
	QUANTAS	12.5
	AIR FRANCE	11.1
	DELTA AIRLINES	6.9
	NORTH WEST	4.2
	UNITED AIRLINES,	
	BRITISH AIRWAYS,	
	CATHAY PACIFIC	2.8
	OTHERS	18.10
ท่านเป็นผู้เลือกเดินทางโดยการบินไทยเองใช่หรือไม่		
	ใช่	59.0
	ไม่ใช่	41.0
ท่านเป็นสมาชิกรอยัลออคิดพลัสใช่หรือไม่	ใช่	32.5
	ไม่ใช่	67.5
ท่านเป็นผู้โดยสารที่สะสมจำนวนไมล์ในการเดินทางใช่หรือไม่		
	ใช่	59.5
	ไม่ใช่	40.5

1.2 <u>ความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ และบริการที่ได้รับ</u>

การสำรวจความคิดเห็นของผู้โดยสารข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ผู้โดยสารต้องการ โดยพิจารณาในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 73.5 เห็นว่าทำเลที่ตั้งของสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมดี - ดีมาก และร้อยละ 25.3 เห็นว่าอยู่ในตำแหน่งที่พอใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ตำแหน่งที่ตั้งของ LOGO ตราเครื่องหมายการบินไทย ร้อยละ 74.7 เห็นว่าเครื่องหมายการบินไทยติดตั้งอยู่นอกตัวอาคารวางอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมดี - ดีมาก และร้อยละ 25.3 เห็นว่าอยู่ในตำแหน่งที่พอใช้
- การวางตำแหน่งเคาน์เตอร์รับลูกค้า ร้อยละ 72.3 เห็นว่าเคาน์เตอร์ต้อนรับอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมดี - ดีมาก ร้อยละ 27.9 เห็นว่าอยู่ในตำแหน่งที่พอใช้
- ความเหมาะสมของพื้นที่สำนักงาน ร้อยละ 72.3 เห็นว่าพื้นที่สำนักงานที่ใช้อยู่ในเกณฑ์เหมาะสมดี - ดีมาก ร้อยละ 27.7 เห็นว่าพอใช้
- ความสะดวกสบายในพื้นที่พักคอยสำหรับผู้โดยสาร ร้อยละ 69.9 เห็นว่าดี ร้อยละ 25.3 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่า ดี และร้อยละ 2.4 ควรปรับปรุง ตามลำดับ
- ความสะดวกสบายของเก้าอี้ขณะที่ผู้โดยสารนั่งคอย ร้อยละ 66.3 เห็นว่าดี ร้อยละ 27.7 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 3.6 มีความเห็นว่าดีมาก และร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าต้องปรับปรุง
- แสงที่ใช้ในสำนักงาน ร้อยละ 64.2 เห็นว่าแสงที่ใช้ในสำนักงานดี - ดีมาก ร้อยละ 45.8 มีความเห็นว่าพอใช้
- อุณหภูมิภายในสำนักงาน ร้อยละ 50.6 มีความเห็นว่าดี และร้อยละ 49.4 มีความเห็นว่าพอใช้
- ระบบเสียงภายในสำนักงาน ร้อยละ 50 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 47.6 มีความเห็นว่าดี และร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ลักษณะการตกแต่งภายใน ร้อยละ 59.8 มีความเห็นว่าการตกแต่งภายในของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ร้อยละ 15.9 มีความเห็นว่าดีมาก และร้อยละ 24.4 มีความเห็นว่าพอใช้
- ระบบรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 14.6 มีความเห็นว่า ระบบรักษาความปลอดภัยอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 74.4 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 11.0 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ห้องน้ำ ร้อยละ 63.4 มีความเห็นว่าห้องน้ำที่มีให้บริการในสำนักงานพอใช้ ร้อยละ 6.1 มีความเห็นว่าดีแล้ว และร้อยละ 30.5 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การใช้สีของสำนักงาน ร้อยละ 69.9 มีความเห็นว่าสีของสำนักงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดี - ดีมาก ร้อยละ 27.7 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- เครื่องใช้สำนักงาน ร้อยละ 57.8 มีความเห็นว่าเครื่องใช้สำนักงานที่มีไว้สำหรับให้บริการผู้โดยสารอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 41.0 มีความเห็นว่าพอใช้ แสละร้อยละ 1.2 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- การวางผังสำนักงาน ร้อยละ 75.9 เห็นว่าสำนักงาน การบินไทย มีการวางผังสำนักงานดี - ดีมาก ร้อยละ 24.1 มีความเห็นว่าพอใช้
- การวางผังสำนักงานโดยรวม ร้อยละ 75.9 มีความเห็นว่าการวางผังสำนักงานการบินไทยโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก และร้อยละ 24.1 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้

1.3 <u>ความคิดเห็นต่อการบริการที่ได้รับจากสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ</u>

- การให้ความช่วยเหลือของพนักงาน ร้อยละ 66.3 มีความเห็นว่าพนักงานการบินไทยในสำนักงานต่างประเทศให้ความช่วยเหลือผู้โดยสารอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 28.9 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี และร้อยละ 4.8 เห็นว่าควรปรับปรุง
- พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ร้อยละ 49.4 มีความเห็นว่าจำนวนพนักงานอยู่ในเกณฑ์ดี เพียงพอในการให้บริการ ร้อยละ 48.2 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 1.2 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง และดีมากร้อยละ 1.2
- ระบบการให้บริการง่ายและชัดเจน ร้อยละ 57.8 มีความเห็นว่าดี ร้อยละ 42.2 มีความเห็นว่าพอใช้
- ระยะเวลาในการรอรับตั๋วโดยสาร ร้อยละ 57.8 มีความเห็นว่าระยะเวลาในการรอรับตั๋วโดยสารอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 19.5 อยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 21.7 ควรปรับปรุง
- ความประทับใจที่ได้รับจากการให้บริการของพนักงาน ร้อยละ 55.4 มีความประทับใจในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 38.6 มีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ดี และร้อยละ 6.0 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรยากาศโดยรวมของสำนักงาน ร้อยละ 51.8 มีความเห็นว่าบรรยากาศโดยรวมของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 47.0 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 1.2 มีความเห็นว่าดีมาก
- การแสดงความเป็นไทยในการตกแต่งภายใน ร้อยละ 44.6 มีความเห็นว่าการตกแต่งภายในแสดงความเป็นไทยได้ดี ร้อยละ 34.9 มีความคิดเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 20.5 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

1.4 <u>สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่ผู้โดยสารต้องการได้รับจากสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ</u> พิจารณาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- จุดให้ข้อมูล ข่าวสารในการเดินทาง ร้อยละ 62.2 ของผู้โดยสารมีความเห็นว่าการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของสำนักงานการบินไทย อยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 31.7 มีความคิดเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 4.9 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง และร้อยละ 1.2 เห็นว่าดีมาก
- ตารางเวลาการเดินทาง ร้อยละ 79.3 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 14.6 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 3.6 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง และร้อยละ 2.4 เห็นว่าดีมาก
- นาฬิกาบอกเวลาในประเทศต่างๆ ร้อยละ56.1 มีความเห็นว่าสำนักงาน การบินไทยมีนาฬิกาบอกเวลาสำหรับประเทศต่างๆ อยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 41.5 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี และร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- แผนที่แสดงเส้นทางปลายทาง ร้อยละ 85.3 มีความเห็นว่ามีแผนที่แสดงเส้นทางบินอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ร้อยละ 13.4 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 2.0 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่ต้องการเดินทางไปถึง ร้อยละ 55.0 มีความเห็นว่ามีข้อมูลประเทศปลายทางให้ผู้โดยสารอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 31.3 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก และร้อยละ 3.8 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ข้อแนะนำเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทางไป ร้อยละ 42.7 มีความเห็นว่ามีข้อแนะนำเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทางไปอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 34.1 มีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง ร้อยละ 23.2 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การเข้าคิวรับบริการ ร้อยละ 91.4 มีความเห็นว่าการเข้าคิวรับบริการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี - ดีมาก ร้อยละ 7.3 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 1.2 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ข้อมูลการให้บริการ ร้อยละ 67.1 มีความเห็นว่ามีข้อมูลการให้บริการอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 23.2 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี และร้อยละ 9.8 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพื่อให้บริการผู้โดยสารขณะรอรับบริการในสำนักงานการบินไทย ร้อยละ 70.7 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง ร้อยละ 19.5 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 9.8 มีความเห็นว่าดี
- การให้บริการเครื่องดื่มในสำนักงานการบินไทย ร้อยละ 90.3 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง ร้อยละ 1.2 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 8.5 มีความเห็นว่าดี
- โทรศัพท์ ร้อยละ 52.4 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 36.6 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง และร้อยละ 11.0 มีความเห็นว่าดี
- โทรทัศน์ ร้อยละ 57.3 มีความเห็นว่าสำนักงานการบินไทยมีเครื่องรับโทรทัศน์ไว้บริการอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 37.8 เห็นว่าควรปรับปรุง และร้อยละ 4.9 มีความเห็นว่าดี
- ห้องน้ำ ร้อยละ 67.1 มีความเห็นว่าห้องน้ำที่มีไว้ให้บริการในสำนักงานการบินไทยอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 23.1 เห็นว่าควรปรับปรุง และร้อยละ 9.8 มีความเห็นว่าดี
- เก้าอี้สำหรับพักคอย ร้อยละ 77.5 มีความเห็นว่าเก้าอี้สำหรับนั่งพักคอยอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 21.3 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 1.3 มีความเห็นควรปรับปรุง
- สิ่งที่แสดงความเป็นไทยที่ใช้ในการตกแต่งภายในสำนักงาน ร้อยละ 83.0 มีความเห็นว่ามีการออกแบบภายในและการตกแต่งสำนักงานการบินไทยโดยใช้สิ่งที่แสดงความเป็นไทยอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ร้อยละ 14.6 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 <u>ความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการตกแต่งภายในของ สำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ</u>

เพื่อนำไปปรับปรุงและออกแบบการใช้พื้นที่สำนักงานการบินไทยให้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารยิ่งขึ้น สามารถแสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 5.2 แสดงระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อการออกแบบตกแต่งภายใน

ลำดับ	AREA SPACE	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)		
		ดี - ดีมาก	พอใช้	ควรปรับปรุง
1	EXTERIOR	82.0	16.8	1.2
2	TICKETING AREA	69.9	27.7	2.4
3	SEATING AREA	59.1	38.6	2.3
4	INFORMATION AREA	60.2	36.2	3.6
5	DISPLAY AREA	89.0	9.8	1.2

การออกแบบตกแต่งภายในของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ในส่วนต่างๆ ข้างต้น โดยเฉพาะในส่วนของหน้าสำนักงาน และส่วน DISPLAY นั้น ค่อนข้างเป็นที่ยอมรับ โดยผู้โดยสารมีความเห็นว่าดี และดีมากร้อยละ 82.0 และ ร้อยละ 89.0 ตามลำดับ ส่วนในส่วนของด TICKETING AREA และ SEATING AREA และ INFORMATION AREA ผู้โดยสารก็เห็นว่าดี - ดีมาก ร้อยละ 69.9, 59.1 และ 60.2 ตามลำดับ

- ความคิดเห็นต่อวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งภายใน ในส่วนต่างๆ ของสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ตารางที่ 5.3 แสดงระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งภายใน

ลำดับ	AREA SPACE	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)		
		ดี - ดีมาก	พอใช้	ควรปรับปรุง
1	EXTERIOR	62.6	36.2	1.2
2	TICKETING AREA	56.1	41.5	2.4
3	SEATING AREA	54.9	43.9	1.2
4	INFORMATION AREA	51.2	47.6	1.2
5	DISPLAY AREA	69.5	30.5	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้วัสดุในการตกแต่งภายในในส่วนต่างๆ ของสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก โดยเฉพาะส่วนของ EXTERIOR และ DISPLAY AREA ค่อนข้างได้รับการยอมรับจากผู้โดยสาร โดยมีความคิดเห็นว่า ดี - ดีมาก ร้อยละ 62.6 และ 69.0 ตามลำดับ ส่วน TICKETING AREA , SEATING AREA และ INFORMATION AREA ผู้โดยสารมีความเห็นว่าดี - ดีมาก ร้อยละ 56.1 , 54.9 และ 51.2 ตามลำดับ

2. วิเคราะห์กลุ่มพนักงาน

2.1 <u>ลักษณะทั่วไปของพนักงานการบินไทยที่ประจำอยู่ในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ</u>

พนักงานการบินไทยที่ประจำอยู่ในสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ได้แก่ พนักงานซึ่งถูกส่งไปประจำในสำนักงานของประเทศนั้นๆ หรืออาจเป็นคนท้องถิ่นที่ทำงานกับบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) จำนวน 42 คน โดยแยกตามสำนักงานต่างๆ ดังนี้

สหรัฐอเมริกา	14	คน	(สำนักงาน LOS ANGELES)
ฝรั่งเศส	12	คน	(สำนักงาน PARIS)
ออสเตรเลีย	6	คน	(สำนักงาน SYDNEY)
ฮ่องกง	10	คน	(สำนักงาน HONG KONG)

จากการสำรวจพนักงานการบินไทยในสำนักงานข้างต้น โดยสอบถามพนักงานทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารถึงพนักงานปฏิบัติการทั้งสิ้น 42 ราย เป็นเพศชายร้อยละ 31.0 เพศหญิงร้อยละ 69.0 ในจำนวนนี้มีพนักงานที่มีสัญชาติไทยร้อยละ 21.4 และสัญชาติอื่นๆ ร้อยละ 78.6 แสดงว่าพนักงานส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่น ส่วนใหญ่ทำงานกับบริษัทมาแล้ว 2-3 ปีร้อยละ 43.9 3 ปีขึ้นไปร้อยละ 41.5 1-2 ปีร้อยละ 12.2 และ 6 เดือนถึง 1 ปีร้อยละ 2.4 อายุของพนักงานอยู่ในช่วง 25-34 ปีร้อยละ 76.2 35-44 ปีร้อยละ 14.2 45-49 ปีร้อยละ 4.8 และ20-24 ปีร้อยละ 4.8 พนักงานเคยทำงานในสำนักงานต่างประเทศมาก่อนร้อยละ 41.5 และไม่เคยทำงานในสำนักงานต่างประเทศมาก่อนร้อยละ 58.5

ลักษณะทั่วไปของพนักงานการบินไทยที่ประจำอยู่ในสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.4 ลักษณะทั่วไปของพนักงานประจำสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ลักษณะทั่วไป		ร้อยละ
เพศ	ชาย	31.0
	หญิง	69.0
สัญชาติ	ไทย	21.4
	อื่น ๆ	78.6
อายุ	20 - 24 ปี	4.8
	25 - 29 ปี	38.1
	30 - 34 ปี	38.1
	35 - 39 ปี	7.1
	40 - 44 ปี	7.1
	45 - 49 ปี	4.8
ระยะเวลาทำงาน	6 เดือน - 1 ปี	2.4
	1 - 2 ปี	12.2
	2 - 3 ปี	43.9
	3 ปีขึ้นไป	41.5

2.2 ความคิดเห็นของพนักงานการบินไทย เกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

การสำรวจความคิดเห็นพนักงานการบินไทยในสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ข้างต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการให้บริการแก่ผู้โดยสาร โดยพิจารณาในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 57.1 เห็นว่าทำเลที่ตั้งของสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ อยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมดี - ดีมาก และร้อยละ 42.9 เห็นว่าอยู่ในตำแหน่งที่พอใช้
- ตำแหน่งที่ตั้งของ LOGO ตราเครื่องหมายการบินไทย ร้อยละ 58.5 เห็นว่าเครื่องหมายการบินไทยติดตั้งอยู่นอกตัวอาคารวางอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมดี - ดีมาก และร้อยละ 41.5 เห็นว่าอยู่ในตำแหน่งที่พอใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การวางตำแหน่งเคาน์เตอร์รับลูกค้า ร้อยละ 66.7 เห็นว่าเคาน์เตอร์ต้อนรับอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมดี - ดีมาก ร้อยละ 28.6 เห็นว่าอยู่ในตำแหน่งที่พอใช้
- ความเหมาะสมของพื้นที่สำนักงาน ร้อยละ 76.2 เห็นว่าพื้นที่สำนักงานที่ใช้อยู่ในเกณฑ์เหมาะสมดี - ดีมาก ร้อยละ 23.8 เห็นว่าพอใช้
- ความสะดวกสบายในพื้นที่พักคอยสำหรับผู้โดยสาร ร้อยละ 63.4 เห็นว่าดี ร้อยละ 34.1 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ความสะดวกสบายของเก้าอี้ขณะที่ผู้โดยสารนั่งคอย ร้อยละ 58.5 เห็นว่าดี ร้อยละ 39.0 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าต้องปรับปรุง
- แสงที่ใช้ในสำนักงาน ร้อยละ 70.7 เห็นว่าแสงที่ใช้ในสำนักงานดี - ดีมาก ร้อยละ 26.8 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- อุณหภูมิภายในสำนักงาน ร้อยละ 61.0 มีความเห็นว่าดี และร้อยละ 36.6 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ระบบเสียงภายในสำนักงาน ร้อยละ 60 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 35 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 4.8 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ลักษณะการตกแต่งภายใน ร้อยละ 70.7 มีความเห็นว่าการตกแต่งภายในของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี - ดีมาก ร้อยละ 19.5 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 9.8 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ระบบรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 24.4 มีความเห็นว่า ระบบรักษาความปลอดภัยอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ร้อยละ 46.4 มีความเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 29.2 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ห้องน้ำ ร้อยละ 34.1 มีความเห็นว่าห้องน้ำที่มีให้บริการในสำนักงานพอใช้ ร้อยละ 29.3 มีความเห็นว่าดี - ดีมาก และร้อยละ 36.6 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- การใช้สีของสำนักงาน ร้อยละ 58.5 มีความเห็นว่าสีของสำนักงานอยู่ในเกณฑ์ที่ดี - ดีมาก ร้อยละ 3.9 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 2.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- เครื่องใช้สำนักงาน ร้อยละ 51.2 มีความเห็นว่าเครื่องใช้สำนักงานที่มีไว้สำหรับให้บริการผู้โดยสารอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 39.0 มีความเห็นว่าพอใช้ แสละร้อยละ 9.8 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การวางผังสำนักงาน ร้อยละ 51.2 เห็นว่าสำนักงาน การบินไทย มีการวางผังสำนักงานดี - ดีมาก ร้อยละ 46.3 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 2.4 เห็นว่าควรปรับปรุง
- การวางผังสำนักงานโดยรวม ร้อยละ 73.2 มีความเห็นว่าการวางผังสำนักงานการบินไทยโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก และร้อยละ 26.8 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้

2.3 <u>สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่ผู้โดยสารต้องการได้รับจากสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ</u> พิจารณาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- จุดให้ข้อมูล ข่าวสารในการเดินทาง ร้อยละ 56.4 ของผู้โดยสารมีความเห็นว่าการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของสำนักงานการบินไทย อยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ร้อยละ 41.0 มีความคิดเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 2.6 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ตารางเวลาการเดินทาง ร้อยละ 85.0 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 15.0 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้
- นาฬิกาบอกเวลาในประเทศต่างๆ ร้อยละ 59.0 มีความเห็นว่าสำนักงานการบินไทยมีนาฬิกาบอกเวลาสำหรับประเทศต่างๆ อยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 38.4 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 2.6 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- แผนที่แสดงเส้นทางปลายทาง ร้อยละ 84.6 มีความเห็นว่ามีแผนที่แสดงเส้นทางบินอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ร้อยละ 12.8 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 2.6 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่ต้องการเดินทางไปถึง ร้อยละ 48.7 มีความเห็นว่ามีข้อมูลประเทศปลายทางให้ผู้โดยสารอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 46.2 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก และร้อยละ 5.1 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- ข้อแนะนำเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทางไป ร้อยละ 59.0 มีความเห็นว่ามีข้อแนะนำเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทางไปอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ร้อยละ 35.9 มีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 5.1 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- การเข้าคิวรับบริการ ร้อยละ 85.4 มีความเห็นว่าการเข้าคิวรับบริการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี - ดีมาก ร้อยละ 9.8 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 4.9 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ข้อมูลการให้บริการ ร้อยละ 55.5 มีความเห็นว่ามีข้อมูลการให้บริการอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ร้อยละ 40.0 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 5.0 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง
- นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์อื่นๆ เพื่อให้บริการผู้โดยสารขณะรอรับบริการในสำนักงานการบินไทย ร้อยละ 50.0 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง ร้อยละ 40.0 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 10.0 มีความเห็นว่าดี - ดีมาก
- การให้บริการเครื่องดื่มในสำนักงานการบินไทย ร้อยละ 74.4 มีความเห็นว่าควรปรับปรุง ร้อยละ 20.5 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 5.1 มีความเห็นว่าดี
- โทรศัพท์ ร้อยละ 51.2 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุง ร้อยละ 35.9 มีความเห็นว่าพอใช้ และร้อยละ 12.8 มีความเห็นว่าดี
- โทรทัศน์ ร้อยละ 59.0 มีความเห็นว่าสำนักงานการบินไทยมีเครื่องรับโทรทัศน์ไว้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุง ร้อยละ 33.3 เห็นว่าเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 7.7 มีความเห็นว่าดี
- ห้องน้ำ ร้อยละ 53.8 มีความเห็นว่าห้องน้ำที่มีไว้ให้บริการในสำนักงานการบินไทยอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ร้อยละ 30.8 เห็นว่าควรปรับปรุง และร้อยละ 15.4 มีความเห็นว่าดี
- เก้าอี้สำหรับพักคอย ร้อยละ 51.3 มีความเห็นว่าเก้าอี้สำหรับนั่งพักคอยอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 43.6 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และร้อยละ 5.1 มีความเห็นควรปรับปรุง
- สิ่งที่แสดงความเป็นไทยที่ใช้ในการตกแต่งภายในสำนักงาน ร้อยละ 77.5 มีความเห็นว่ามีการออกแบบภายในและการตกแต่งสำนักงานการบินไทยโดยใช้สิ่งที่แสดงความเป็นไทยอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ร้อยละ 22.5 มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์พอใช้

2.4 <u>ความคิดเห็นของพนักงานการบินไทยในสำนักงานการบินไทยในต่างประเทศที่มีต่อการตกแต่งภายในของ สำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ</u>

เพื่อนำไปปรับปรุงและออกแบบการใช้พื้นที่สำนักงานการบินไทยให้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารยิ่งขึ้น สามารถแสดงได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.5 แสดงระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการออกแบบตกแต่งภายใน

ลำดับ	AREA SPACE	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)		
		ดี - ดีมาก	พอใช้	ควรปรับปรุง
1	EXTERIOR	60.0	40.0	
2	TICKETING AREA	60.0	37.5	2.5
3	SEATING AREA	55.0	40.0	5.0
4	INFORMATION AREA	55.0	42.5	2.5
5	DISPLAY AREA	71.8	28.2	

การออกแบบตกแต่งภายในของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ในส่วนต่างๆ ข้างต้น โดยเฉพาะในส่วนของหน้าสำนักงาน และส่วน DISPLAY นั้นค่อนข้างเป็นที่ยอมรับ โดยผู้โดยสารมีความเห็นว่าดี และดีมากร้อยละ 82.0 และ ร้อยละ 89.0 ตามลำดับ ส่วนในส่วนของด TICKETING AREA และ SEATING AREA และ INFORMATION AREA ผู้โดยสารก็เห็นว่าดี - ดีมาก ร้อยละ 69.9, 59.1 และ 60.2 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งภายใน ในส่วนต่างๆ ของสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ตารางที่ 5.6 แสดงระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งภายใน

ลำดับ	AREA SPACE	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)		
		ดี - ดีมาก	พอใช้	ควรปรับปรุง
1	EXTERIOR	47.5	50.0	2.5
2	TICKETING AREA	57.5	42.5	
3	SEATING AREA	52.5	45.0	2.5
4	INFORMATION AREA	52.5	45.0	2.5
5	DISPLAY AREA	59.1	35.9	5.1

การใช้วัสดุในการตกแต่งภายในในส่วนต่างๆ ของสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ พนักงานการบินไทยในสำนักงานการบินไทยในต่างประเทศมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ในส่วนของ DISPLAY AREA , TICKETING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AREA , SEATING AREA และ INFORMATION AREA เห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมาก ร้อยละ 59.0, 57.5, 52.5 และ 52.5 ตามลำดับ ส่วนของ EXTERIOR มีความเห็นว่าพอใช้ร้อยละ 50.0 และเห็นว่าดี - ดีมากร้อยละ 47.5

จากข้อมูลความคิดเห็นทั้งส่วนของผู้โดยสารและพนักงานการบินไทยที่ประจำอยู่ในสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่แล้วเห็นว่าทำเลที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงานการบินไทยในต่างประเทศส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว ยกเว้นในบางรายการที่ต้องทำการปรับปรุง ในความคิดเห็นของผู้โดยสาร ได้แก่ ระบบเสียง, ระบบรักษาความปลอดภัย, ห้องน้ำ, เวลาในการรอรับตั๋ว, ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง, ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่ต้องการเดินทางไปถึง, ข้อแนะนำเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทางไป, ระบบข้อมูลการให้บริการ, นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ที่มีไว้บริการ การบริการเครื่องดื่ม ระบบโทรศัพท์สาธารณะ เครื่องรับโทรทัศน์

ส่วนพนักงานการบินไทยที่ประจำสำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ มีความคิดเห็นว่า ควรต้องปรับปรุงในสิ่งต่อไปนี้คือ ระบบรักษาความปลอดภัย, ห้องน้ำ, ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่ต้องการเดินทางไป, นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ที่มีไว้บริการ, เครื่องรับโทรทัศน์

การใช้เกณฑ์วัดความคิดเห็นของผู้โดยสารและพนักงาน ในปัจจัยต่างๆ ข้างต้นจะใช้เกณฑ์การพิจารณาความคิดเห็นที่ออกมาในแต่ละกลุ่ม ถ้าความคิดเห็นว่า พอใช้มากกว่าร้อยละ 50.0 แสดงว่าจะต้องมีการปรับปรุง

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นของผู้โดยสารและพนักงานการบินไทยในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ในด้านการตกแต่งภายในสำนักงาน สามารถจัดลำดับได้ดังนี้

ตารางที่ 5.7 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารและพนักงานที่มีต่อการตกแต่งภายในสำนักงาน

AREA SPACE	ผู้โดยสาร		พนักงาน	
	ดี - ดีมาก	พอใช้ - ปรับปรุง	ดี - ดีมาก	พอใช้ - ปรับปรุง
EXTERIOR	81.9	18.1	60	40
TICKETING AREA	66.9	30.1	60	40
SEATING AREA	59.0	41.0	55	45
INFORMATION AREA	60.2	39.8	55	45
DISPLAY AREA	89.0	11.0	71.8	28.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางความคิดเห็นข้างต้นจะเห็นได้ว่าในส่วนของ DISPLAY AREA ทั้งผู้โดยสารและพนักงานการบินไทย มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีและดีมาก ในส่วนของ SEATING AREA และ INFORMATION AREA ทั้งผู้โดยสารและพนักงานการบินไทย มีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีและดีมากประมาณร้อยละ 60 ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่ไปสูงนัก ซึ่งเห็นว่าในส่วนนี้ควรจะต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ ทั้งนี้เพื่อผลทางด้านการตลาดและการสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ

ในส่วนของการปรับปรุง ผู้โดยสารและพนักงานการบินไทยให้ความเห็นว่า ควรปรับปรุงในส่วนใดบ้างดังนี้

ตารางที่ 5.8 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารและพนักงานที่มีต่อการปรับปรุงพื้นที่ภายในสำนักงาน

AREA SPACE	ผู้โดยสาร		พนักงาน	
	ดี - ดีมาก	พอใช้ - ปรับปรุง	ดี - ดีมาก	พอใช้ - ปรับปรุง
EXTERIOR	64.2	35.8	61.5	51.5
TICKETING AREA	54.3	45.7	59.0	41.0
SEATING AREA	48.1	51.9	56.4	43.6
INFORMATION AREA	50.6	49.4	51.3	48.7
DISPLAY AREA	75.3	24.7	61.5	38.5

เมื่อจัดลำดับความคิดเห็นของผู้โดยสารว่าในส่วนใดของการตกแต่งภายในจะต้องมีการปรับปรุงบ้างนั้น จะเห็นว่าส่วนที่จะต้องทำการปรับปรุงเป็นส่วนแรก คือ SEATING AREA ซึ่งผู้โดยสารมีความเห็นว่าดี - ดีมาก คือไม่จำเป็นต้องปรับปรุงเพียงร้อยละ 48.1 ขณะที่พนักงานการบินไทยก็มีความคิดเห็นว่า ดี - ดีมาก เพียงร้อยละ 56.4 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือร้อยละ 50.0 เพียงเล็กน้อย ซึ่งควรมีการปรับปรุงในส่วนนี้ให้มีความสะดวกสบายต่อผู้โดยสารในขณะที่พักคอยดียิ่งขึ้น

ส่วนของ INFORMATION AREA ทั้งผู้โดยสารและพนักงานการบินไทย มีความเห็นว่าดี - ดีมาก คือไม่จำเป็นต้องปรับปรุงเพียงร้อยละ 50.6 และ 51.3 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้น้อยมาก จึงควรมีการปรับปรุงในพื้นที่ของการให้ข้อมูล ข่าวสาร ให้เกิดความสะดวกทั้งต่อผู้โดยสารและพนังกานการบินไทย โดยในส่วนผู้โดยสารควรจะได้รับข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข่าวสาร ที่ต้องการอย่างครบถ้วน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศปลายทางที่จะเดินทางไป ข้อมูลการท่องเที่ยว เป็นต้น

รองลงมาได้แก่ ส่วนของ TICKETING AREA ซึ่งผู้โดยสารและพนักงานการบินไทยมีความเห็นว่า ดี - ดีมาก คือไม่จำเป็นต้องปรับปรุงร้อยละ 54.3 และ 59.0 ตามลำดับ ซึ่งก็สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ไม่มากนัก จึงควรมีการปรับปรุงให้ส่วน TICKETING AREA สามารถอำนวยความสะดวกให้ทั้งผู้โดยสารและพนังกานการบินไทยอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ส่วน EXTERIOR ผู้โดยสารและพนักงานการบินไทยมีความคิดเห็นว่า ดี - ดีมาก ร้อยละ 64.2 และ 61.5 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าร้อยละ 60.0 จึงเห็นว่าอยู่ในระดับที่พอใช้ เนื่องจากส่วน EXTERIOR เป็นเสมือนด้านหน้าและเป็นหน้าตาของสำนักงาน จึงควรมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

ส่วนของ DISPLAY AREA ผู้โดยสารมีความเห็นว่า ส่วน DISPLAY AREA อยู่ในเกณฑ์ดี - ดีมากร้อยละ 75.3 ขณะที่พนักงานการบินไทยมีความเห็นว่าดี - ดีมากร้อยละ 61.5 ซึ่งค่อนข้างสอดคล้องกัน แต่จะคำนึงถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารเป็นหลักมากกว่า เพราะ DISPLAY AREA จัดขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้มาใช้บริการมากกว่าพนักงาน แต่ขณะเดียวกันเมื่อพนักงานมีความคิดเห็นว่า ยังไม่ได้เท่าที่ควรก็ควรมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยหาข้อมูลจากผู้ใช้บริการว่าต้องการอะไร

โดยสรุปจากความคิดเห็นของทั้งผู้โดยสารและพนักงานการบินไทย ควรมีการปรับปรุงการตกแต่งภายในในส่วนต่างๆ โดยเรียงลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของทั้งผู้โดยสารและพนักงานการบินไทย ดังนี้

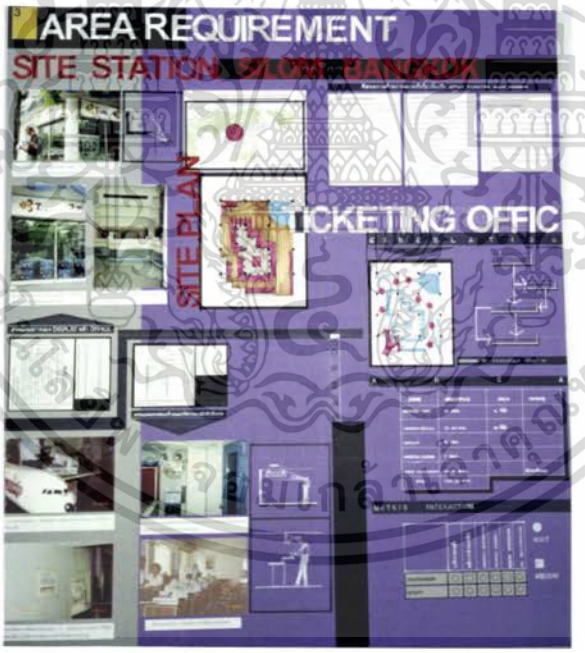
1. SEATING AREA
2. INFORMATION AREA
3. TICKETING AREA
4. EXTERIOR
5. DISPLAY AREA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 สำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

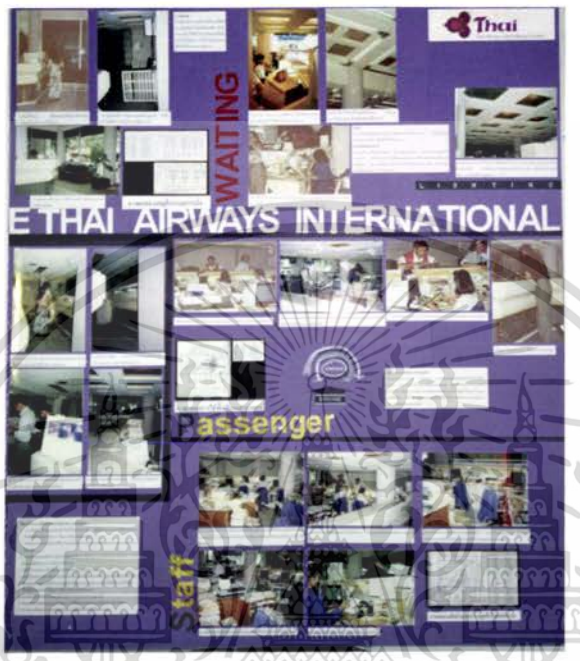
จากการศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงาน สีลม กรุงเทพ ได้วิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงถึง

1. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน (MATRIX INTERACTION)
2. ความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย (FUNCTION DIAGRAM)
3. ความต้องการในการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)
4. แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละของพื้นที่ภายในสำนักงาน
5. แสดงการจัดวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน
6. แสดงทัศนียภาพภายในสำนักงาน (PERSPECTIVE VIEW)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BANGKOK THAILAND



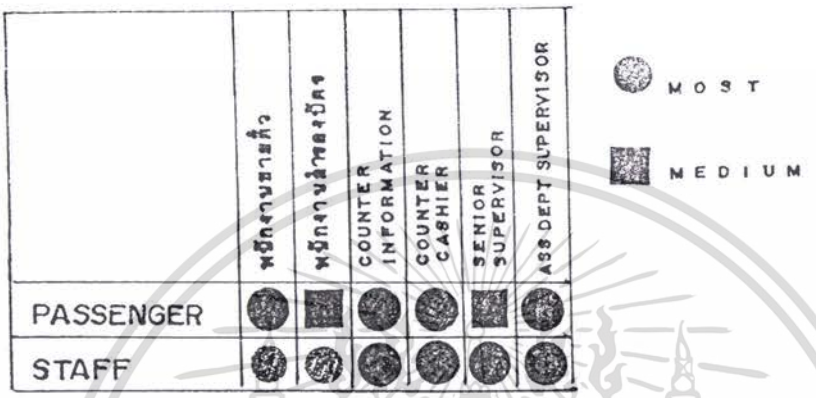
ศึกษาสภาพแวดล้อมทางภายภาพ (PHYSICAL ENVIRONMENT) พื้น, ผนัง, เพดาน, เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งระบบสภาพแวดล้อมภายใน (INTERIOR ENVIRONMENTAL SYSTEM) ได้แก่ ระบบแสง สี ระบบเสียง และระบบปรับอากาศที่ใช้ภายในสำนักงาน โดยจะเน้นพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (USER BEHAVIOUR) และความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE STATION SILOM BANGKOK THAILAND

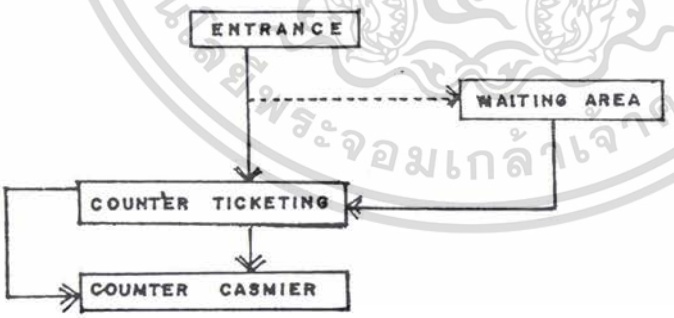
ภาพที่ 5.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 5.3 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

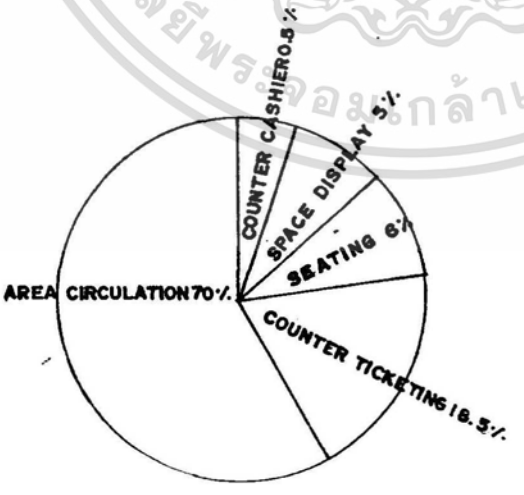
SITE STATION SILOM BANGKOK THAILAND

ภาพที่ 5.4 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

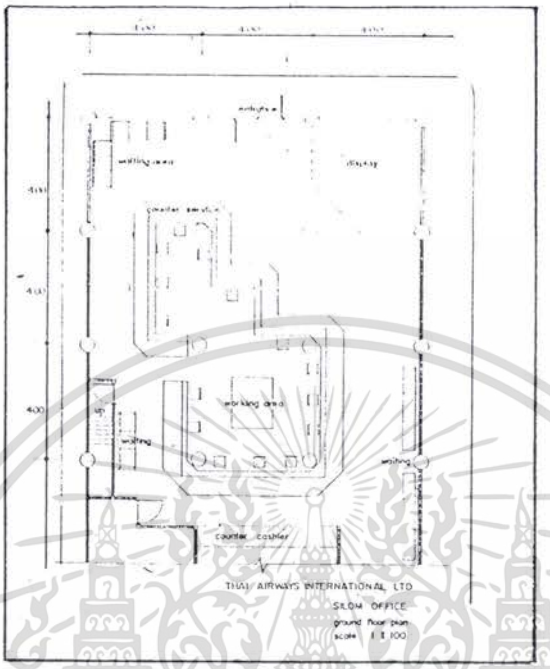
ZONE	AREA SPACE	AREA
SEATING	16.00 ต.ร.ม	6 ที่นั่ง
COUNTER TICKETING	32.64 ต.ร.ม	15 ที่นั่ง
DISPLAY	14.00 ต.ร.ม	
COUNTER CASHIER	7 ต.ร.ม	
AREA CIRCULATION	84.99 ต.ร.ม	
รวม	154.63 ต.ร.ม	

ภาพที่ 5.5 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.6 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BANGKOK THAILAND



ภาพที่ 5.7 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BANGKOK THAILAND

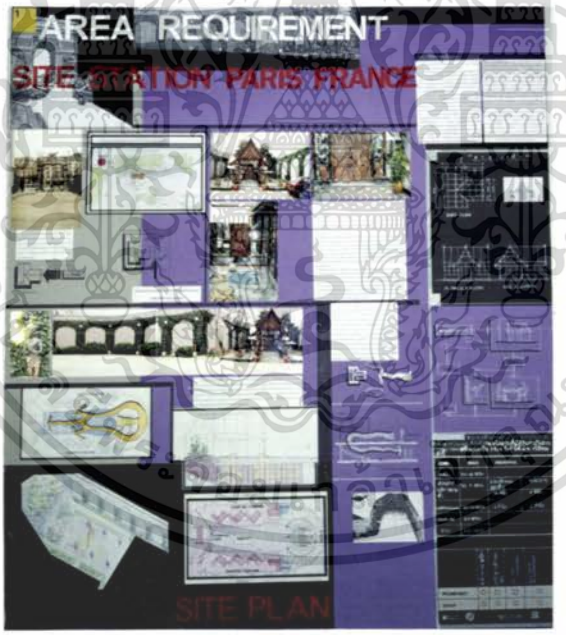


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 สำนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)ในต่างประเทศ

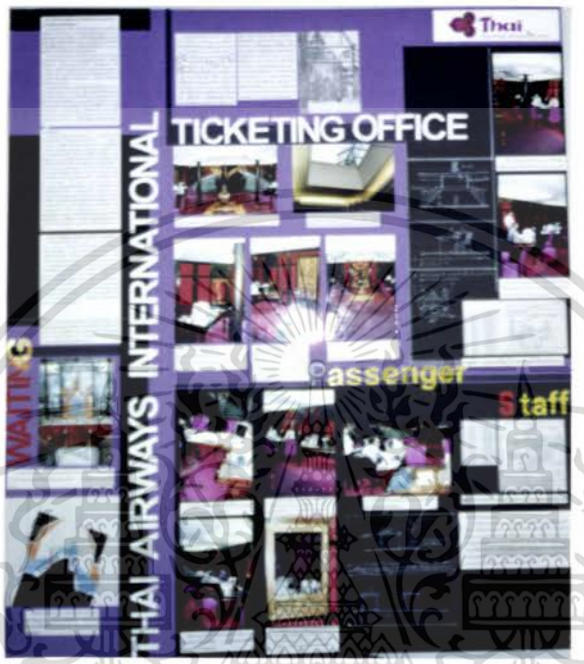
การศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ สำนักงาน PARIS FRANCE ได้วิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงถึง

1. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน (MATRIX INTERACTION)
2. ความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย (FUNCTION DIAGRAM)
3. ความต้องการในการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)
4. แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละของพื้นที่ภายในสำนักงาน
5. แสดงการจัดวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน
6. แสดงทัศนียภาพภายในสำนักงาน (PERSPECTIVE VIEW)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.8 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) PARIS FRANCE



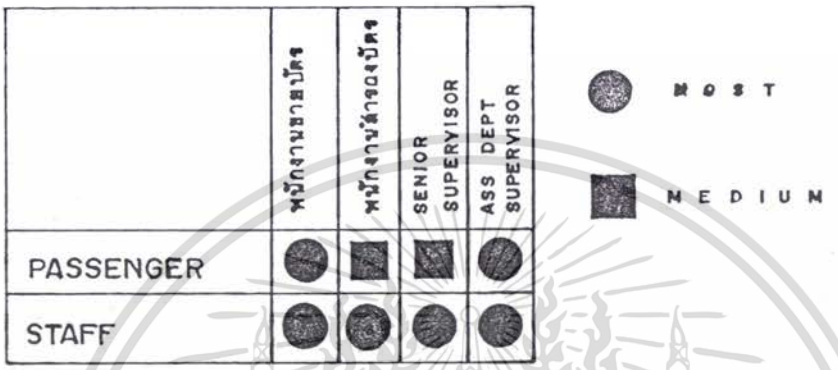
ศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (PHYSICAL ENVIRONMENT) พื้น, ผนัง, เพดาน, เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งระบบสภาพแวดล้อมภายใน (INTERIOR ENVIRONMENTAL SYSTEM) ได้แก่ ระบบแสง, ระบบสี, ระบบเสียง และระบบปรับอากาศที่ใช้ภายในสำนักงาน โดยจะเน้นพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (USER BEHAVIOUR) และความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE STATION PARIS FRANCE

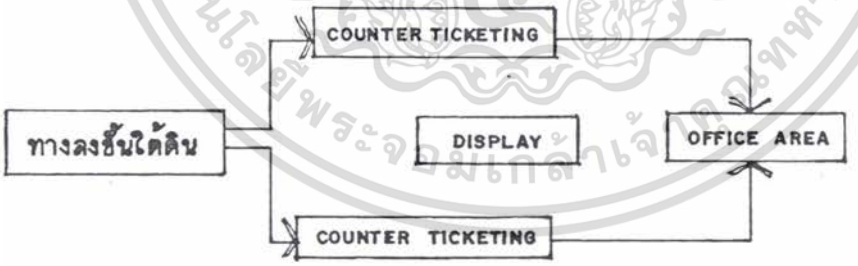
ภาพที่ 5.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 5.10 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

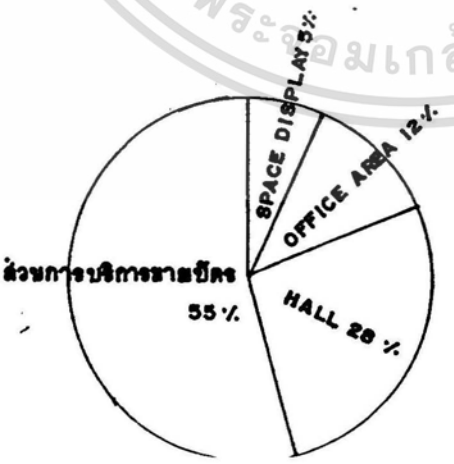
SITE STATION PARIS FRANCE

ภาพที่ 5.11 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

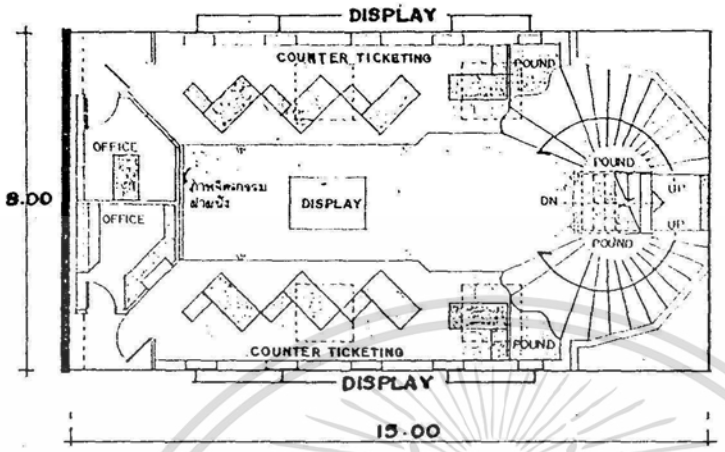
ZONE	AREA	AREA SPACE	
HALL	34.16 ต.ร.ม		
ส่วนบริการขายบัตร	52.50 ต.ร.ม	ส่วนพักคอย	
		ลูกค้า	พนักงาน
		16 ที่นั่ง	8 ที่นั่ง
OFFICE AREA	25.34 ต.ร.ม		
DISPLAY	3.50 ต.ร.ม		
รวม	115.10 ต.ร.ม		

ภาพที่ 5.12 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.13 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) PARIS FRANCE



ภาพที่ 5.14 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) PARIS FRANCE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

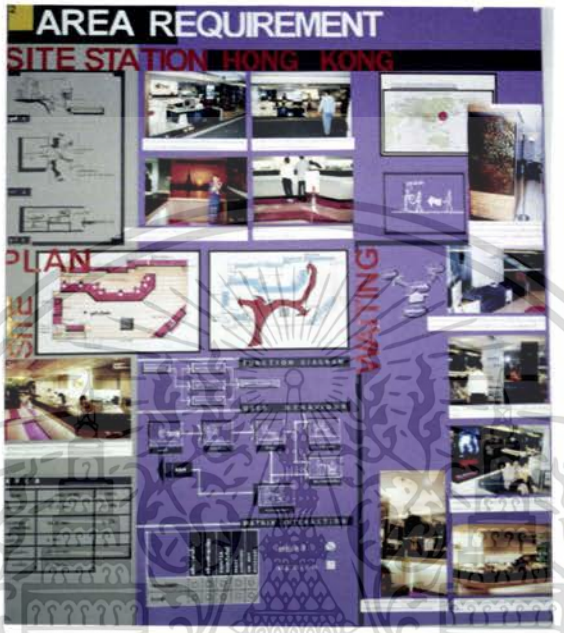
การศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ สำนักงาน HONGKONG ได้วิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงถึง

1. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน (MATRIX INTERACTION)
2. ความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย (FUNCTION DIAGRAM)
3. ความต้องการในการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)
4. แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละของพื้นที่ภายในสำนักงาน
5. แสดงการจัดวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน
6. แสดงทัศนียภาพภายในสำนักงาน (PERSPECTIVE VIEW)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.15 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) HONGKONG



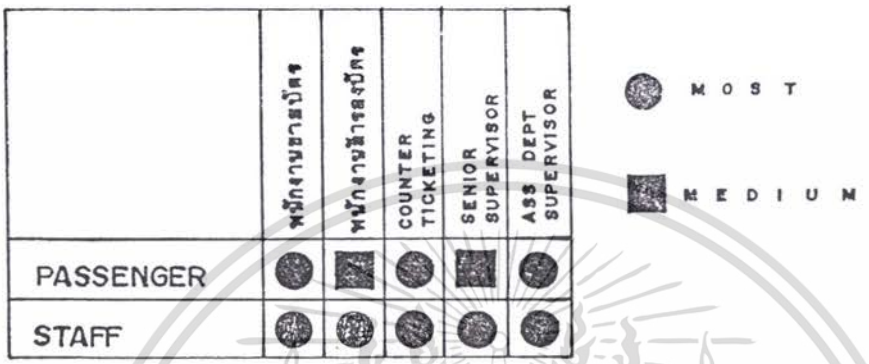
ศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (PHYSICAL ENVIRONMENT) พื้น, ผนัง, เพดาน, เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งระบบสภาพแวดล้อมภายใน (INTERIOR ENVIRONMENTAL SYSTEM) ได้แก่ ระบบแสง, ระบบสี, ระบบเสียง และระบบปรับอากาศที่ใช้ภายในสำนักงาน โดยจะเน้นพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (USER BEHAVIOUR) และความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE STATION HONG KONG

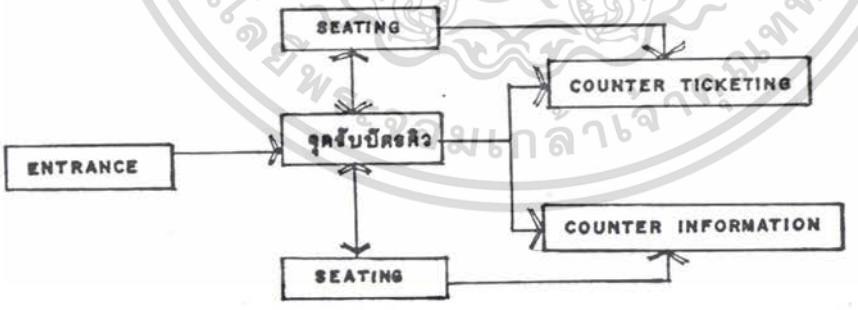
ภาพที่ 5.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 5.17 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

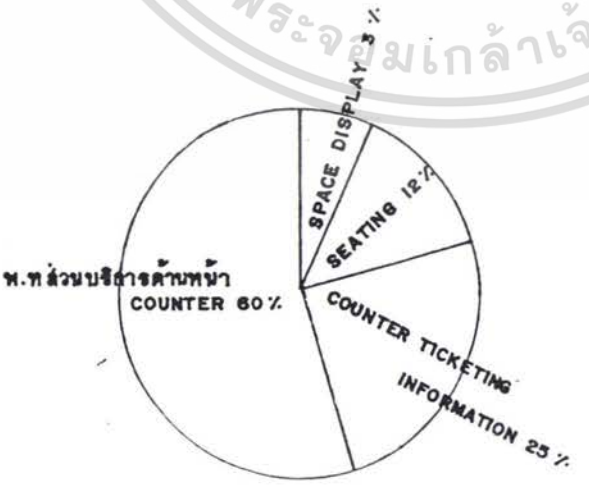
SITE STATION HONG KONG

ภาพที่ 5.18 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

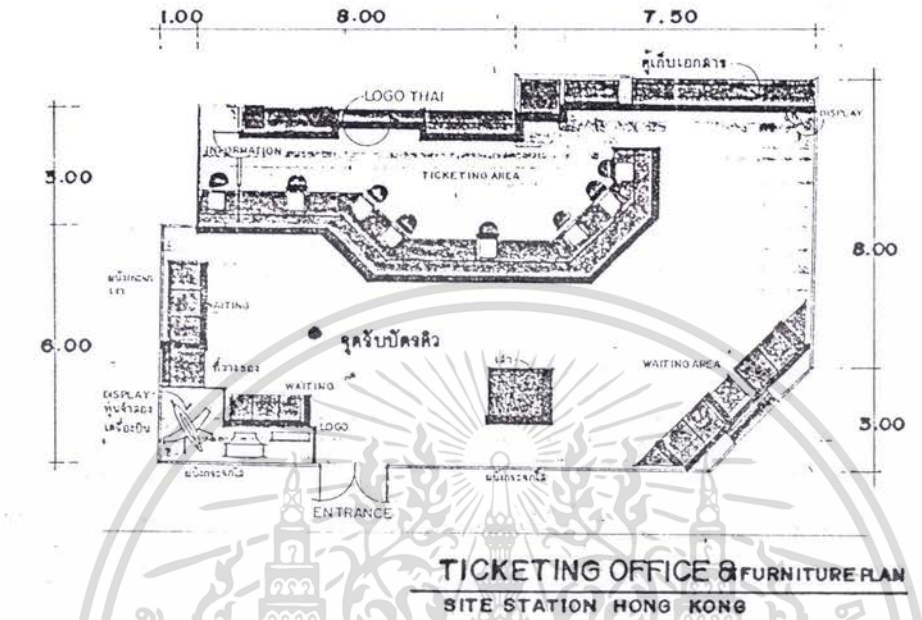
ZONE	AREA SPACE	AREA
SEATING	31.3 ต.ร.ม	10 ที่นั่ง
COUNTER TICKETING INFORMATION	58.16 ต.ร.ม	8 ที่นั่ง
DISPLAY	5 ต.ร.ม	
พ.ท ส่วนบริการด้านหน้าเคาน์เตอร์	66.49 ต.ร.ม	
รวม	161.39 ต.ร.ม	

ภาพที่ 5.19 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.20 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) HONG KONG

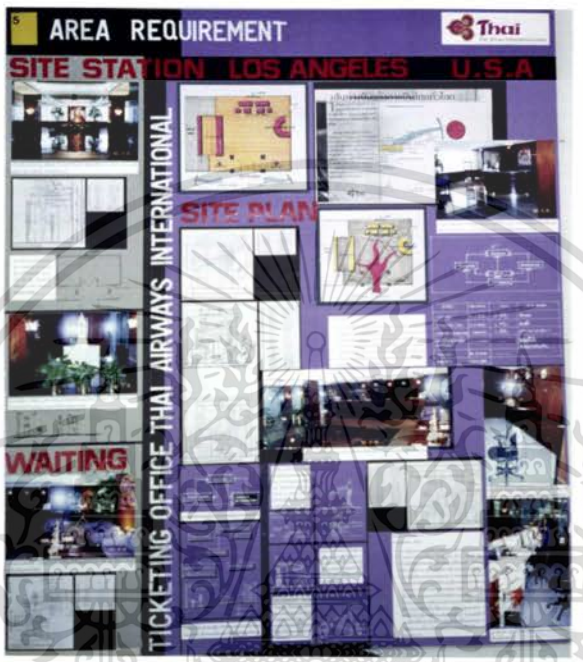


ภาพที่ 5.21 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) HONG KONG



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.22 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A.



ศึกษาสภาพแวดล้อมทางภายภาพ (PHYSICAL ENVIRONMENT) พื้น, ผนัง, เพดาน, เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งระบบสภาพแวดล้อมภายใน (INTERIOR ENVIRONMENTAL SYSTEM) ได้แก่ ระบบแสง, ระบบสี, ระบบเสียง และระบบปรับอากาศที่ใช้ภายในสำนักงาน โดยจะเน้นพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (USER BEHAVIOUR) และความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

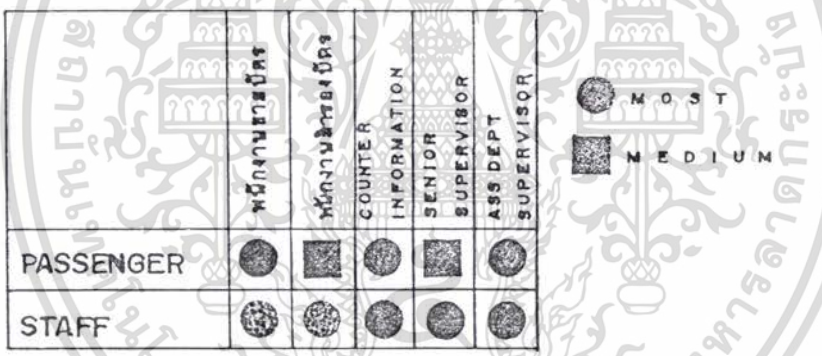
SITE STATION LOS ANGELES U.S.A.

แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A. ได้วิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงถึง

1. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน (MATRIX INTERACTION)
2. ความต้องการในการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)
3. แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละของพื้นที่ภายในสำนักงาน
4. แสดงการจัดวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน
5. แสดงทัศนียภาพภายในสำนักงาน (PERSPECTIVE VIEW)

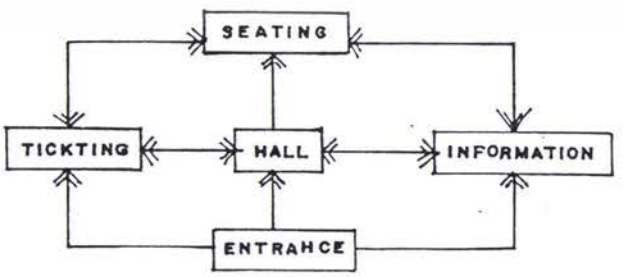
ภาพที่ 5.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 5.24 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

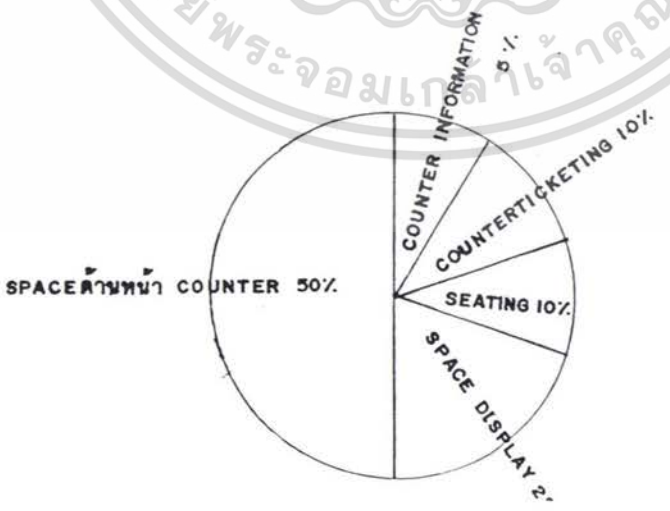
SITE STATION LOS ANGELES U.S.A.

ภาพที่ 5.25 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่าง ๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

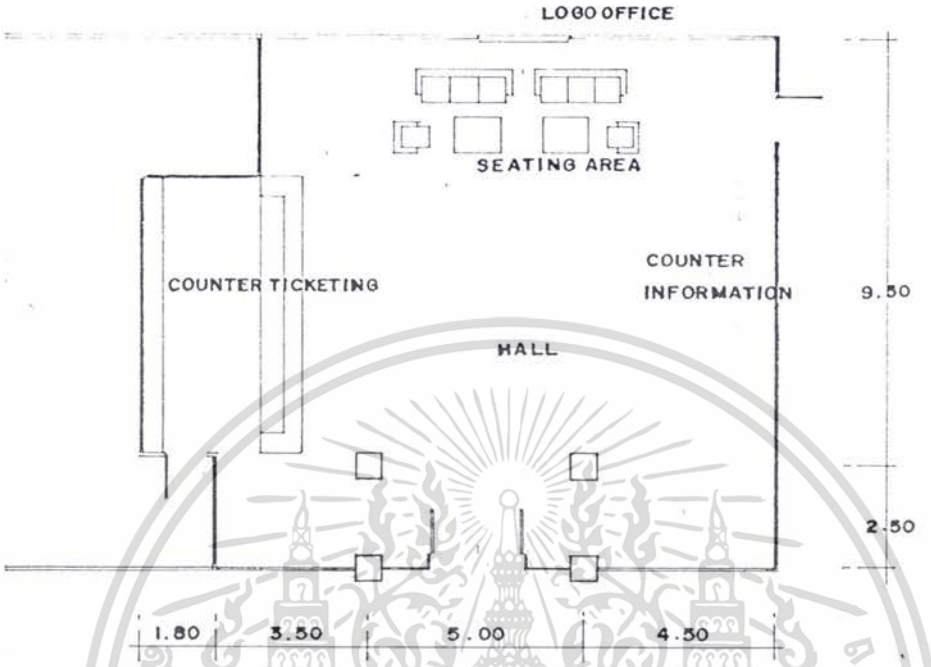
ZONE	AREA SPACE	AREA
SEATING	22.18 ต.ร.ม	8 ที่นั่ง
COUNTER TICKETING	20.65 ต.ร.ม	4 ที่นั่ง
COUNTER INFORMATION	7.66 ต.ร.ม	1 ที่นั่ง
SPACE บริเวณด้านหน้า COUNTER	59.36 ต.ร.ม	
DISPLAY	38.52 ต.ร.ม	
รวม	148.39 ต.ร.ม	

ภาพที่ 5.26 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.27 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A.



ภาพที่ 5.28 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LOS ANGELES U.S.A.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.29 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA



ศึกษาสภาพแวดล้อมทางภายภาพ (PHYSICAL ENVIRONMENT) พื้น, ผนัง, เพดาน, เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งระบบสภาพแวดล้อมภายใน (INTERIOR ENVIRONMENTAL SYSTEM) ได้แก่ ระบบแสง, ระบบสี, ระบบเสียง และระบบปรับอากาศที่ใช้ภายในสำนักงาน โดยจะเน้นพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (USER BEHAVIOUR) และความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE STATION SYDNEY AUSTRALIA

แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA ได้วิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงถึง

1. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน (MATRIX INTERACTION)
2. ความต้องการในการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)
3. แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละของพื้นที่ภายในสำนักงาน
4. แสดงการจัดวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน
5. แสดงทัศนียภาพภายในสำนักงาน (PERSPECTIVE VIEW)

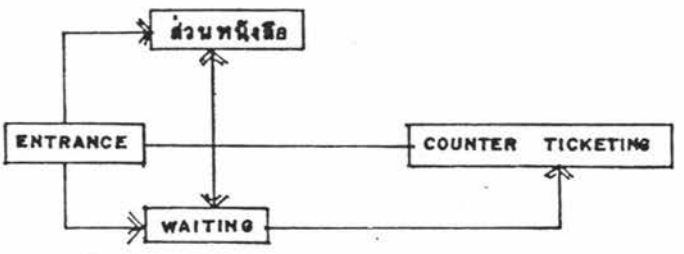
ภาพที่ 5.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 5.31 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

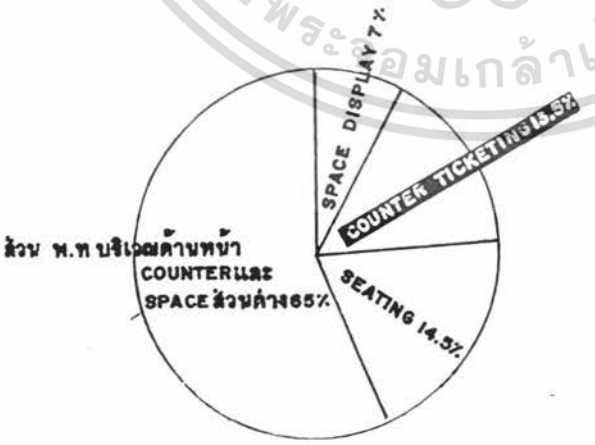
SITE STATION SYDNEY AUSTRALIA

ภาพที่ 5.32 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่าง ๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

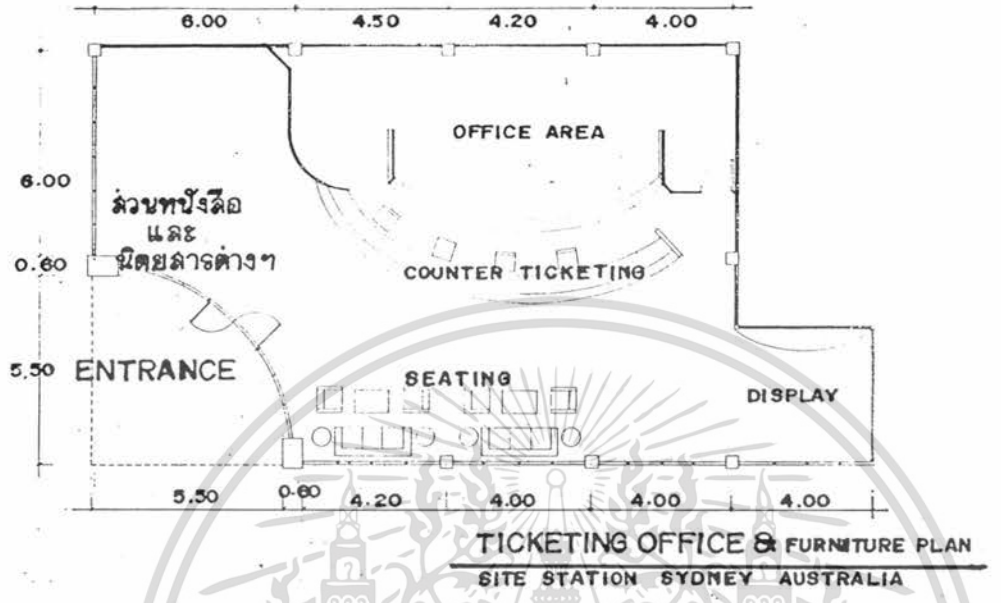
ZONE	AREA SPACE	AREA
ส่วนบริการด้านหน้า เคาน์เตอร์และ พ.ท ส่วนต่าง ๆ	79.54 ต.ร.ม	
DISPLAY	15.20 ต.ร.ม	
SEATING	26.10 ต.ร.ม	10 ที่นั่ง
TICKETING	25.62 ต.ร.ม	4 ที่นั่ง
รวม	146.46 ต.ร.ม	

ภาพที่ 5.33 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.34 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA



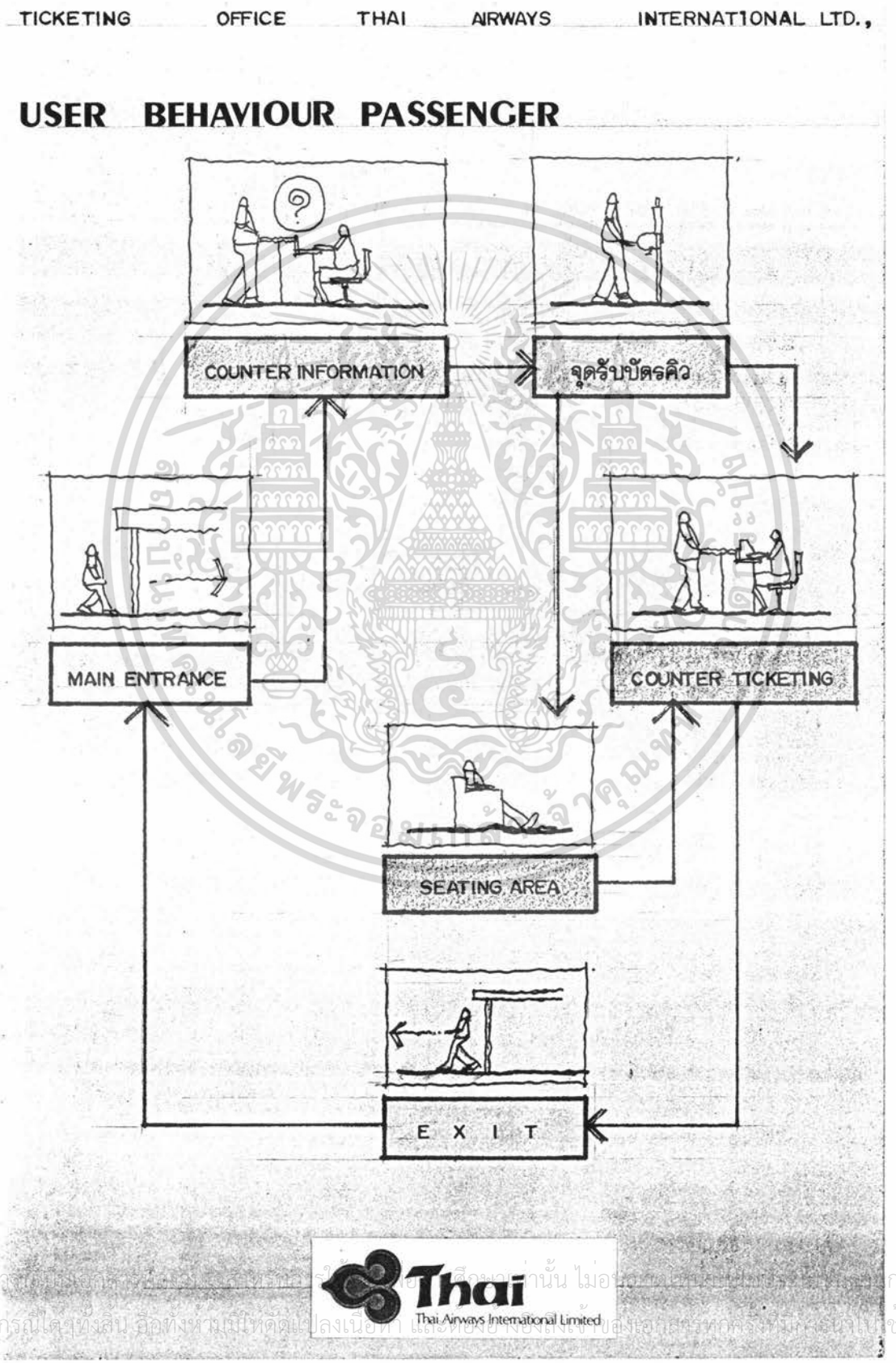
ภาพที่ 5.35 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SYDNEY AUSTRALIA



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

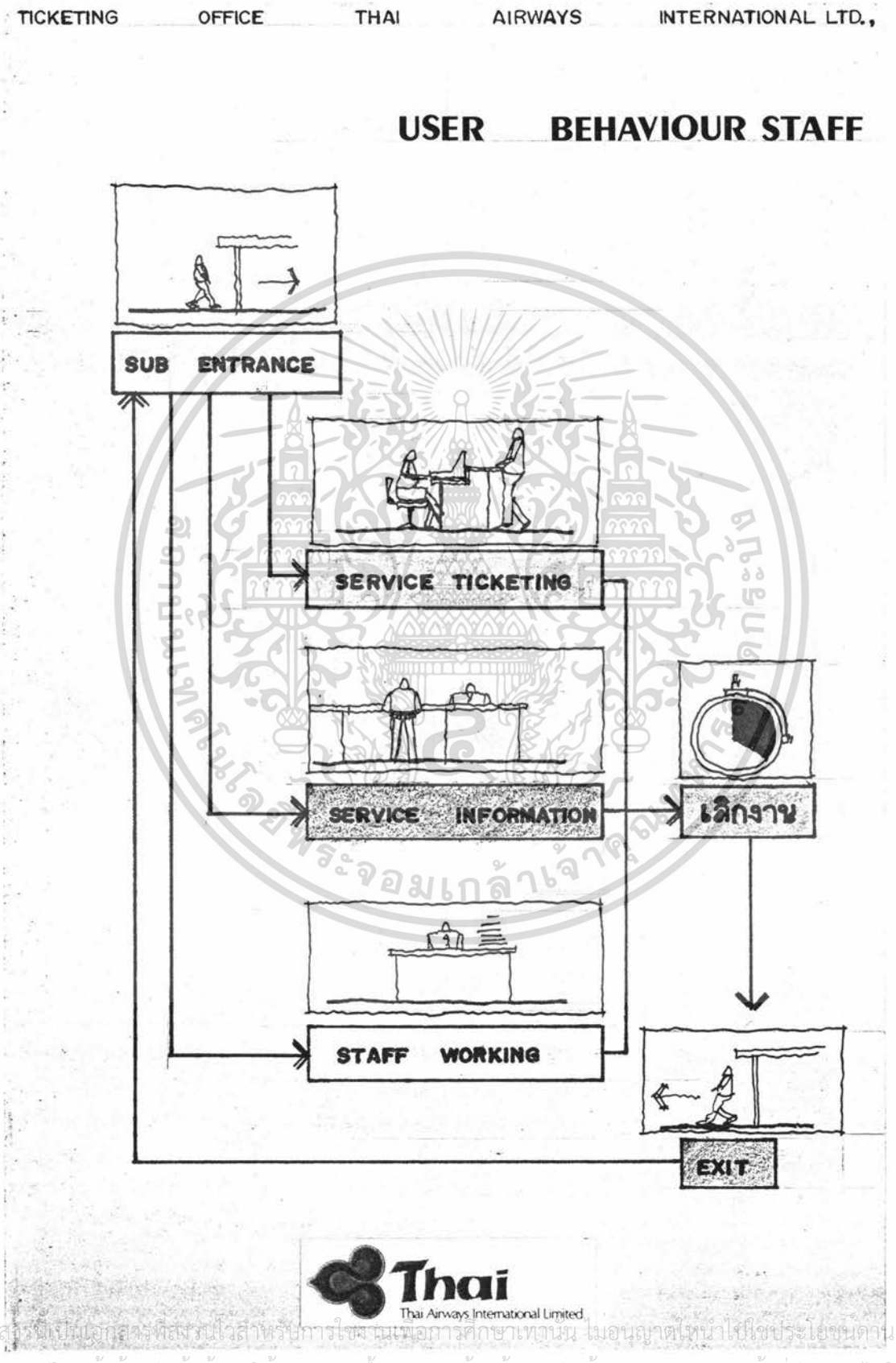
5.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ภาพที่ 5.36 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.37 แสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

TICKETING OFFICE THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD.,

Thai
Thai Airways International Limited

MATRIX INTERACTION

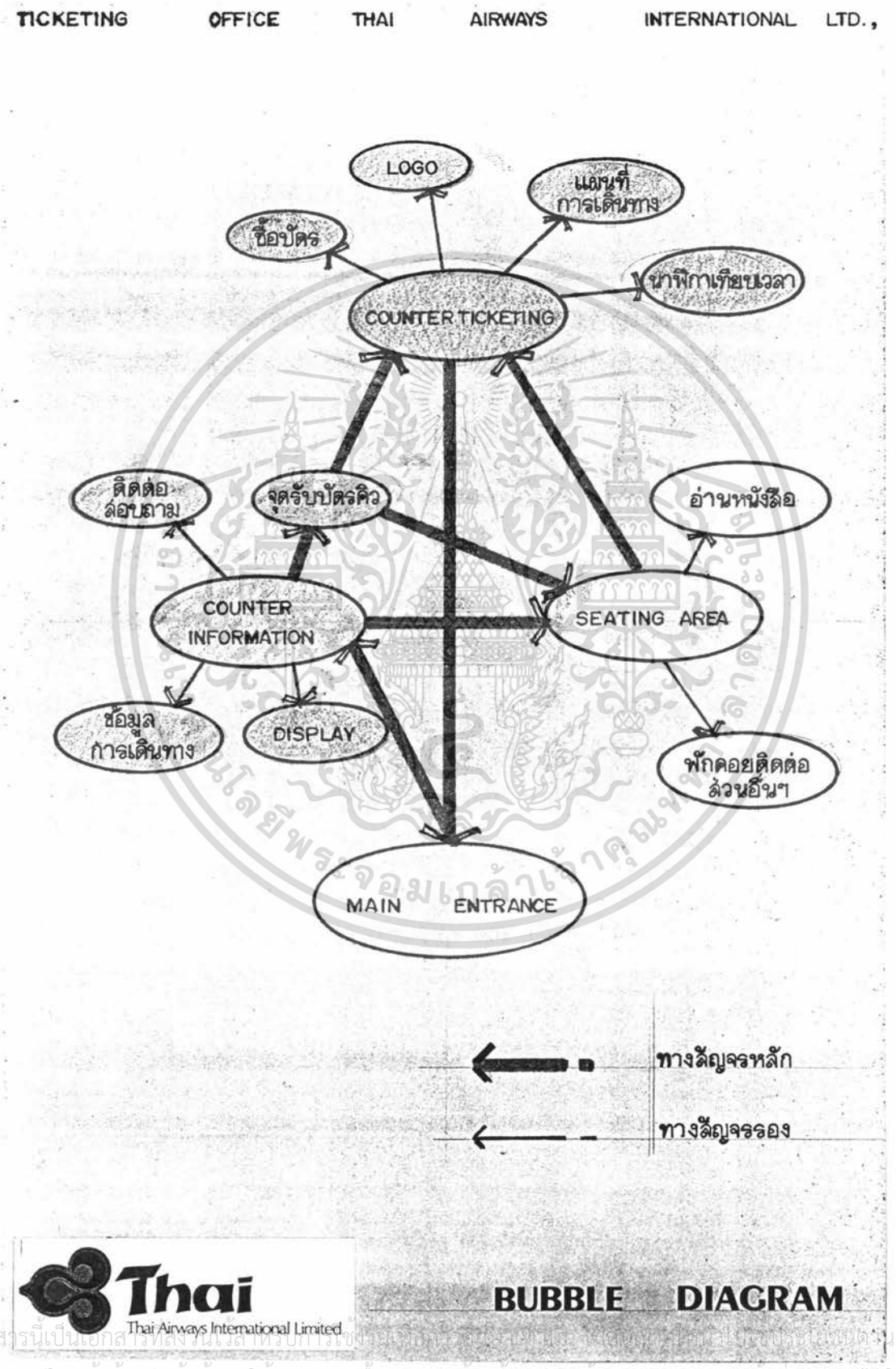
	MAIN ENTRANCE	จุดรับบัตรคิว	SEATING AREA	WAITING HALL AND CIRCULATION	COUNTER TICKETING	COUNTER INFORMATION	พนักงานขายบัตร	พนักงานประชาสัมพันธ์
MAIN ENTRANCE								
จุดรับบัตรคิว	○			○				
SEATING AREA	○			○				
WAITING HALL AND CIRCULATION	□	○						
COUNTER TICKETING	□	□	○	○			○	
COUNTER INFORMATION		□	○	○	○			○
PASSENGER		○	○	○	○	○	○	○
STAFF					○	○	□	

○ MOST

□ MEDIUM

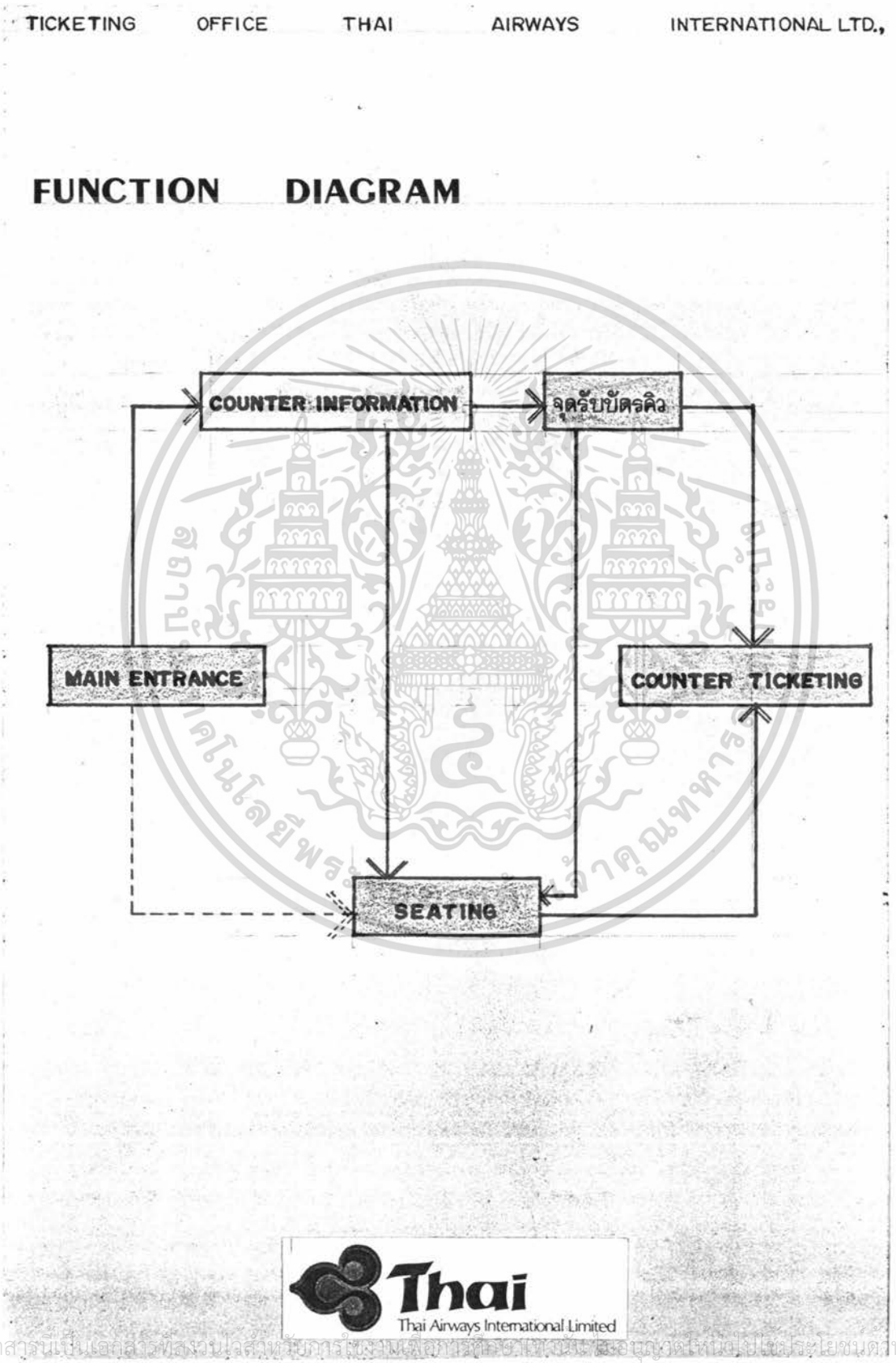
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.39 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ภายในสำนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.40 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์การใช้พื้นที่ใช้สอยภายในสำนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.9 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ใช้สอยในสำนักงานประเทศต่างๆ

TICKETING OFFICE THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD.,

FUNCTION / SITE STATION	PARIS FRANCE	HONG KONG	LOS ANGELES U.S.A	SYDNEY AUSTRALIA	ค่าเปรียบเทียบระหว่าง ท.ท / ตอน.	ค่าเฉลี่ยของหน่วย ท./คน
AREA REQUIREMENT	115.10	161.39	148.39	146.36	140-150	
SEATING	16	31.30 / 10	22.18 / 8	26.10 / 10	20.00-25.00	8-10
COUNTER TICKETING	52.30 / 8	58.16 /	20.65 / 4	25.62 / 4	40.00-45.00	4-6
COUNTER INFORMATION		/ 8	7.68 / 1		7.00-8.00	1
DISPLAY SPACE	3.30	5	38.52	15.2	15.00-18.00	
WAITING HALL AND CIRCULATION	34.16	66.49	59.36	79.54	60.00-62.00	
ส่วนรับบัตรคิว		0.80			0.80	
แท่นวางหนังสือและนิตยสาร				1.00	1.00-1.20	
ตารางการเดินทาง					0.60-1.10	
LOGO	0.30	1.60	1.50	1.80	1.30-1.50	
รูปภาพ	1.10	1.30	1.20	1.20	1.20-1.50	
จอมิเดอร์บอกหมายเลขลำดับคิว		0.20			0.20-0.40	
นาฬิกาเทียบเวลา			1.60		1.60-2.00	
แผนที่การเดินทาง					1.30-1.80	

Thai
Thai Airways International Limited

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

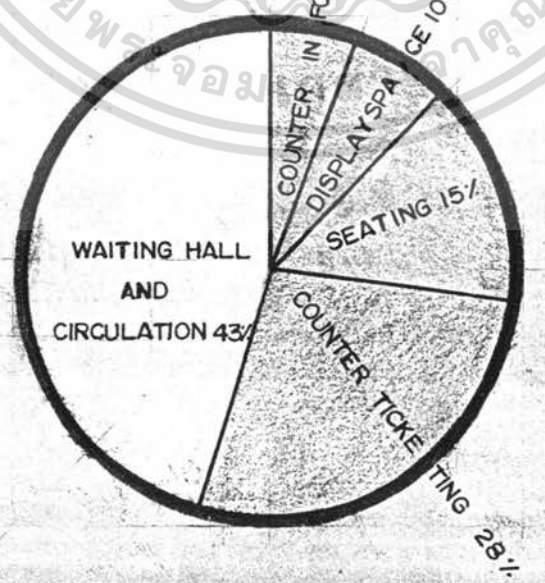
ภาพที่ 5.41 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ใช้สอยภายในสำนักงาน และอัตราส่วนร้อยละ

TICKETING OFFICE THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD,

Thai
Thai Airways International Limited

AREA REQUIREMENT

ZONE	AREA SPACE	AREA
SEATING	20.00 - 25.00 ตรม.	8 - 10 ที่นั่ง
COUNTER TICKETING	40.00 - 45.00 ตรม.	4 - 6 ที่นั่ง
COUNTER INFORMATION	7.00 - 8.00 ตรม.	1 ที่นั่ง
SPACE WAITING HALL AND CIRCULATION	60.00 - 62.00 ตรม.	
DISPLAY SPACE	15.00 - 18.00 ตรม.	
ร ว ม	140.00 - 150.00 ตรม.	



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษา เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.10 แสดงการใช้พื้นที่ของเครื่องใช้สำนักงาน

TICKETING OFFICE THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD.,

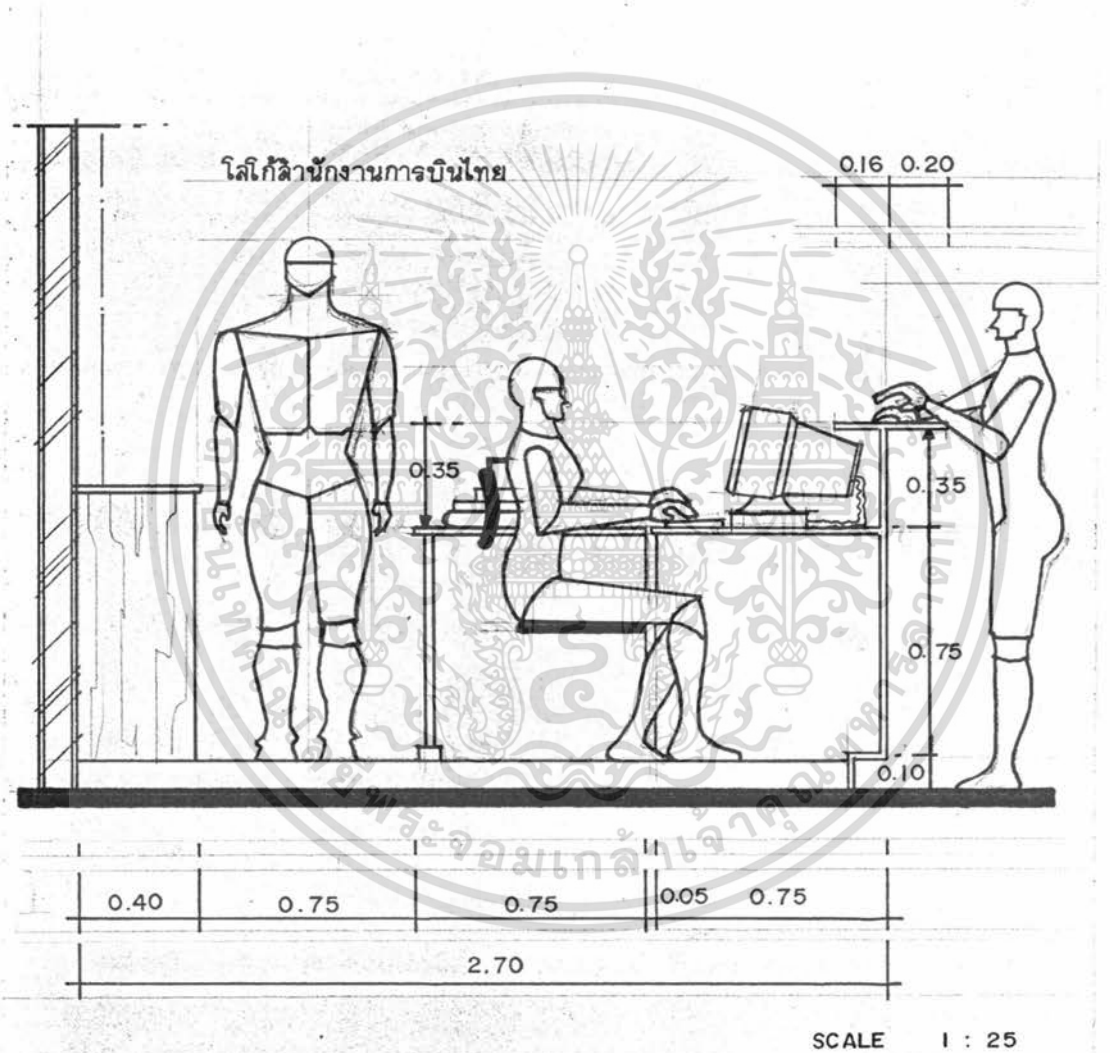
รายการเครื่องใช้สำนักงาน	ขนาดและสัดส่วน
จุดรับบัตรคิว	
ส่วนพักคอยเก้าอี้แบบเดี่ยว	0.85 x 0.85
ส่วนพักคอยเก้าอี้แบบยาว	0.85 x 2.20
โต๊ะกลาง	0.50 x 0.40 x 0.40
เคาน์เตอร์สูง	0.75 x 1.10
เคาน์เตอร์ต่ำ	0.75 x 0.75
มาตราฐานเฟอร์นิเจอร์	
ตู้ไม้เก็บเอกสาร CL-189	0.40 x 1.60 x 0.90
โต๊ะคอมพิวเตอร์ CD-775	0.75 x 0.75 x 0.75
ตู้ลิ้นชักประกอบโต๊ะคอม ฯ CA-460	0.40 x 0.60 x 0.75
โต๊ะปริ้นเตอร์ DD-675	0.60 x 0.75 x 0.75
โต๊ะพิมพ์ดีด TD-451	0.45 x 1.00 x 0.65
เก้าอี้สำหรับโต๊ะคอม ฯ และพิมพ์ดีด CI - 005	
เครื่องถ่ายเอกสาร	มาตราฐานของรุ่นและขนาด

Thai
Thai Airways International Limited

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.42 แสดงสัดส่วนการปฏิบัติงานของพนักงาน

TICKETING OFFICE THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD.,

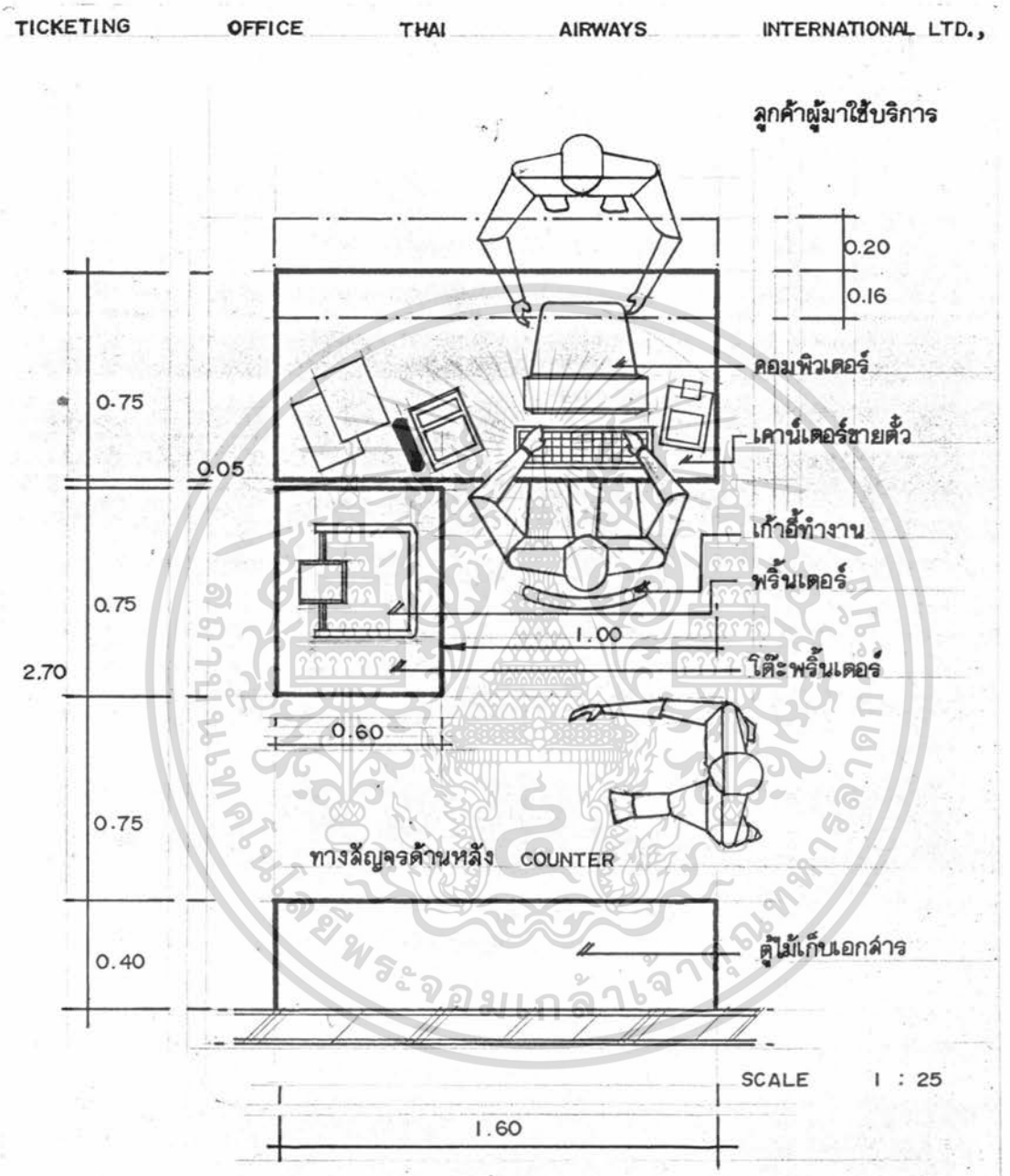


SCALE 1 : 25

รูปด้านการแสดงสัดส่วนการปฏิบัติงานของพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

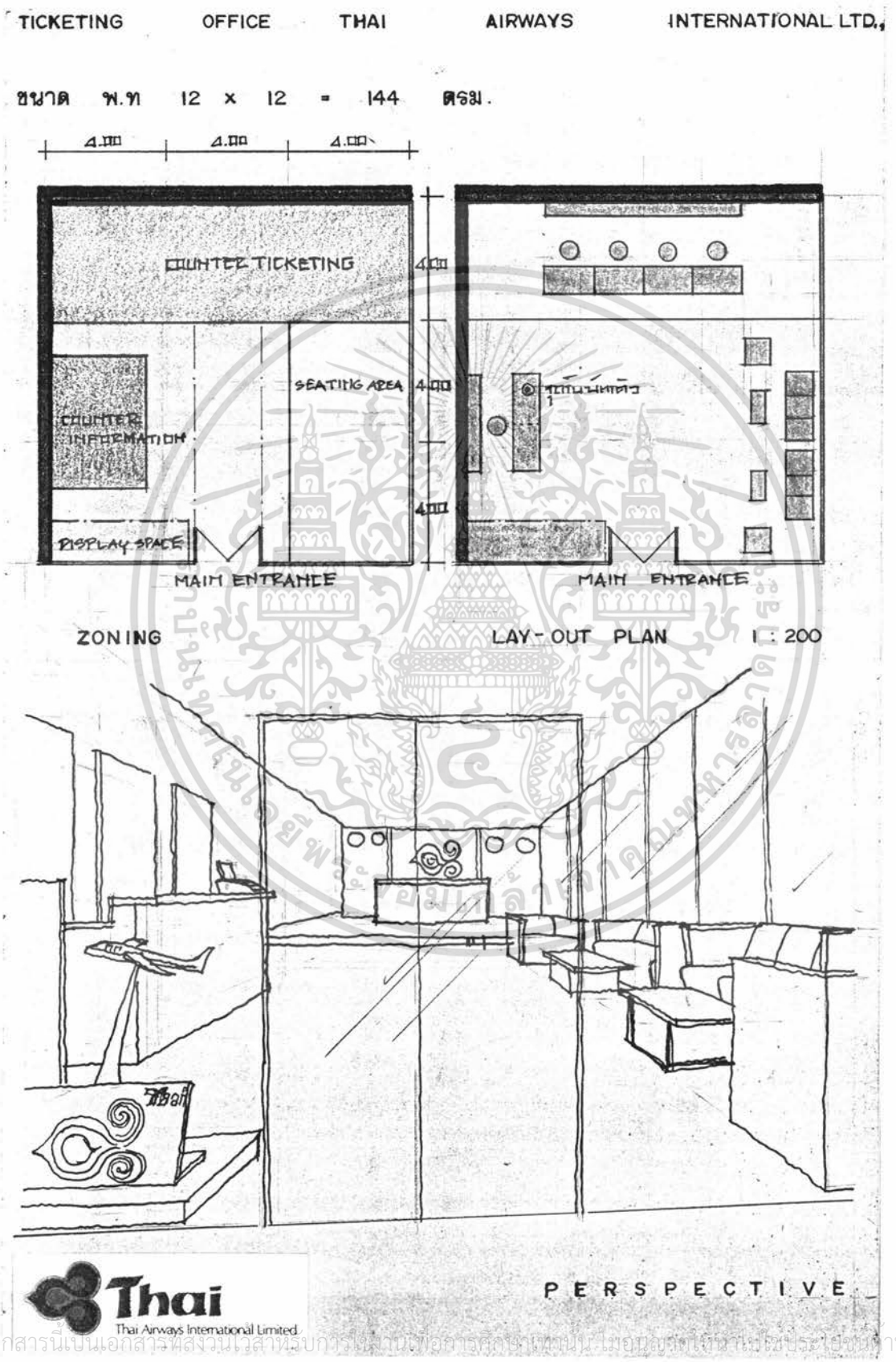
ภาพที่ 5.43 แสดงพื้นที่การปฏิบัติงานของพนักงาน



ภาพแสดงการปฏิบัติงานของพนักงาน พื้นที่ 4.32 ต.ร.ม / คน

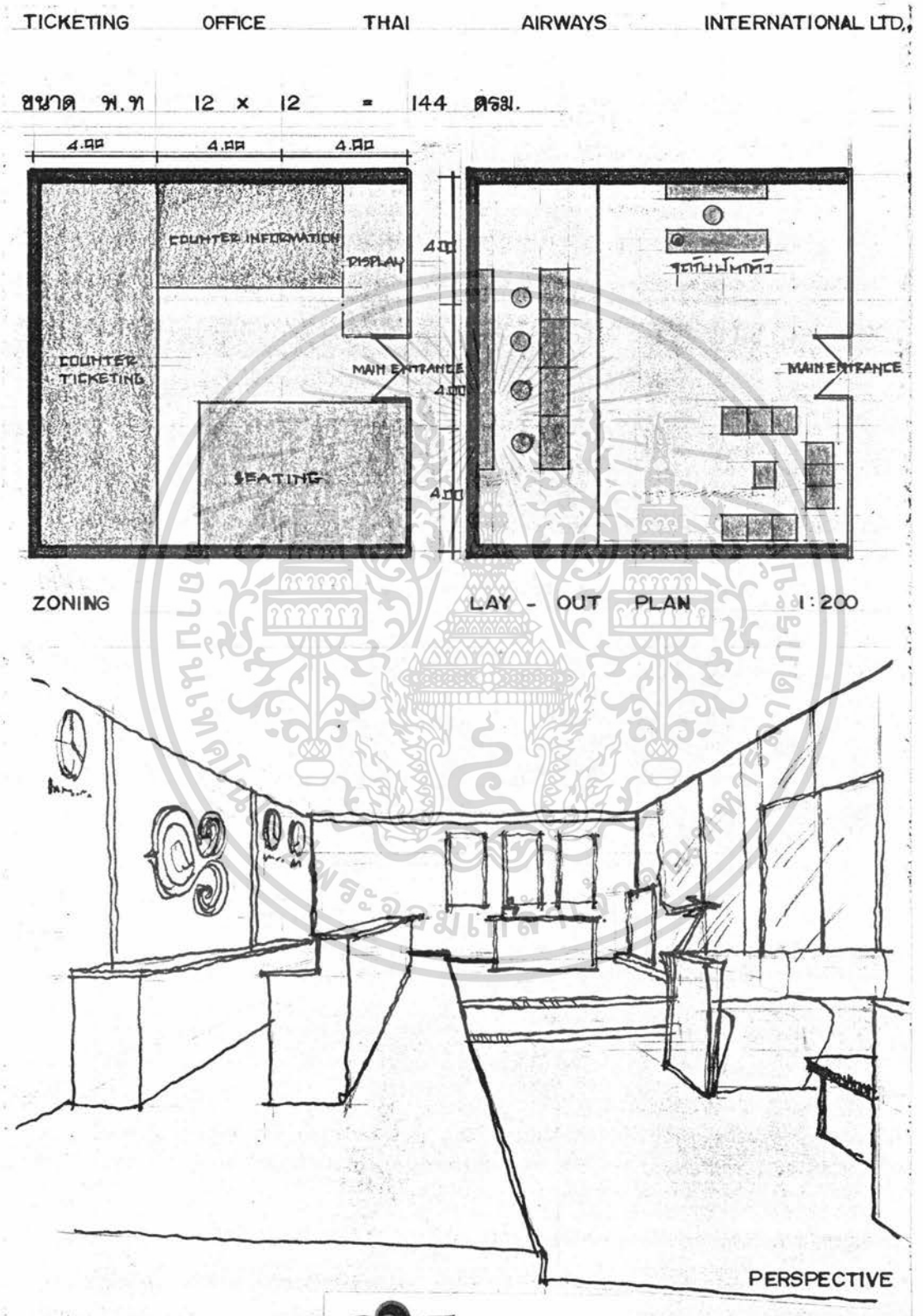
Thai
Thai Airways International Limited
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.44 แสดงรูปแบบในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายใน (LAY-OUT)



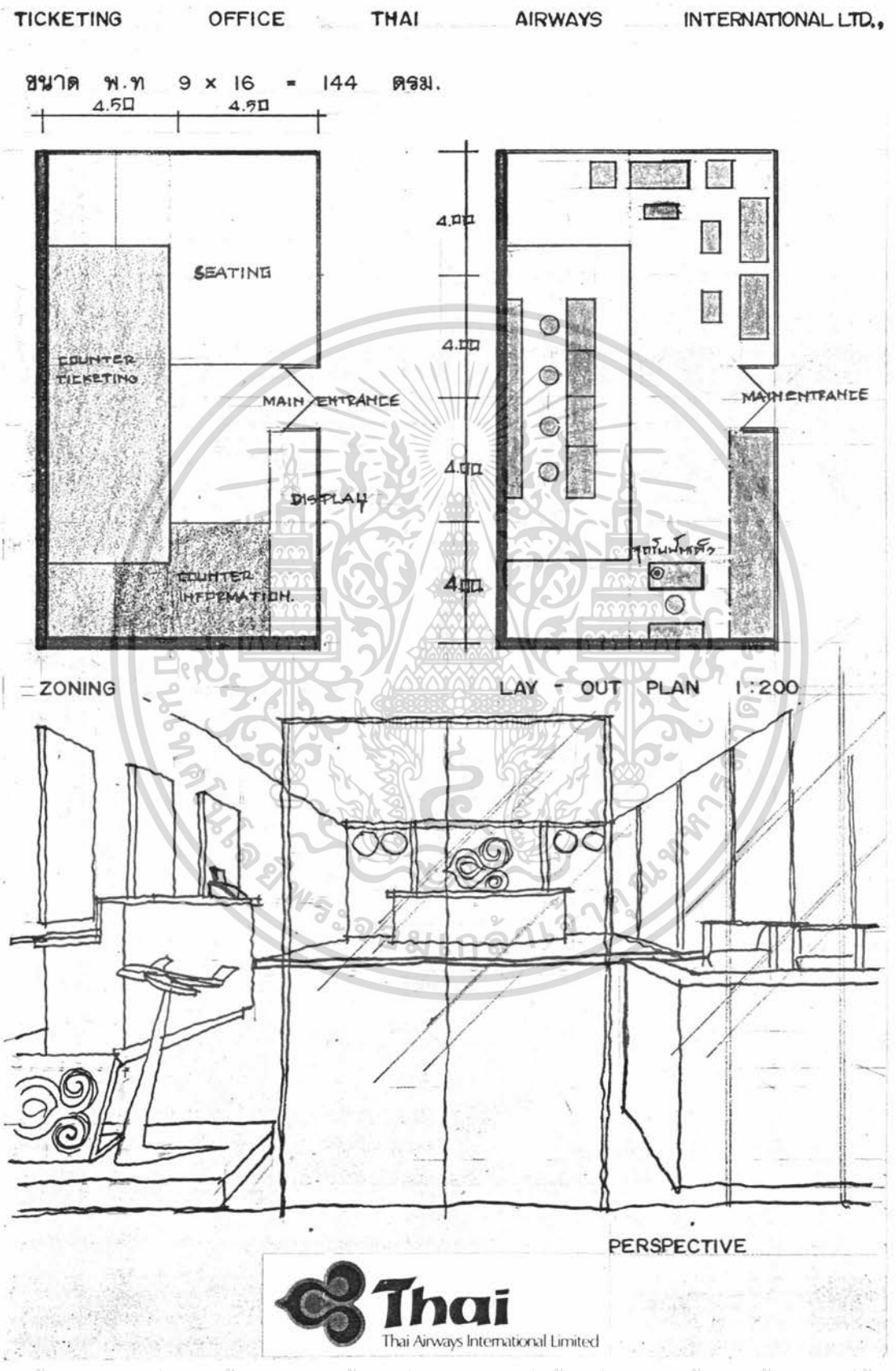
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.44 (ต่อ)



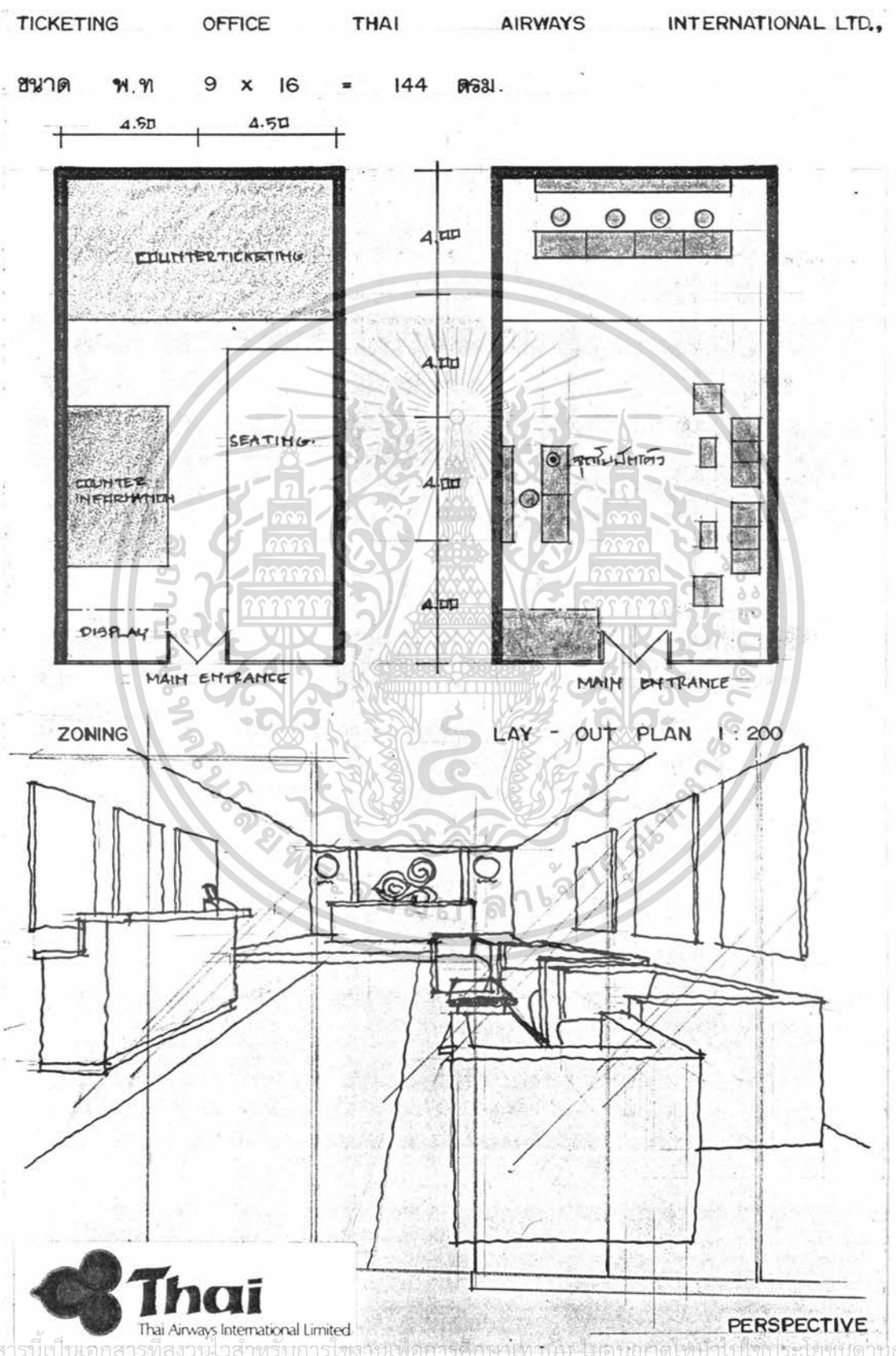
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.44 (ต่อ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.44 (ต่อ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6
การวิเคราะห์แนวความคิดในการออกแบบเพื่อให้มีเอกลักษณ์ไทย

6.1 มรดกและเอกลักษณ์ไทย (Thai's Heritage)

6.1.1 วัฒนธรรมและประเพณีไทย

ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรม

ความหมายของวัฒนธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาวัฒนธรรมของมนุษย์มีมาช้านานแล้ว จนกระทั่งคริสต์ศตวรรษที่ 18 นี้เองที่การศึกษานี้เริ่มกระทำกันอย่างจริงจังในกลุ่มของนักมนุษยวิทยา และนักสังคมวิทยายุโรปตะวันตก ความหมายวัฒนธรรมที่บัญญัติเมื่อ ค.ศ.1871 ของบิดานักมนุษยวิทยาชาวอังกฤษนาม เอ็ดเวิร์ด เบอร์เนทท์ ไทเลอร์ (Edward Bernett Tyior) เป็นความหมายอมตะสำหรับนักวิชาการและผู้สนใจวัฒนธรรมทั่วไปที่นำมาศึกษาต่อมาจนถึงทุกวันนี้

คำว่า "วัฒนธรรม" ได้เข้ามาสู่ภาษาไทยภายหลังคำว่า "อารยธรรม" พระราชวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ขณะทรงพระยศเป็นพระองค์เจ้าวรรณไวทยากร เป็นผู้ทรงใช้คำว่า "วัฒนธรรม" เมื่อ พ.ศ. 2475 โดยแปลมาจากคำว่า Culture รากศัพท์ในภาษาลาตินมาจากคำว่า Cult ซึ่งหมายถึง ลัทธิธรรมเนียมประเพณีหรือศาสนา Cult หรือ Culture เมื่อแปลว่างอกเป็นศัพท์คำเดียวกับ Agriculture ที่แปลว่า เกษตรศาสตร์ (ส.ศิวรักษ์ 2531:19)

Kroeber and Kluckhohn (Schwartz and Ewald. 1968 : 41-42) ได้รวบรวมความหมายของคำว่า "วัฒนธรรม" พิมพ์ในหนังสือ Culture, 1963 จากความหมายของนักวิทยาการสาขาต่าง ๆ เช่น นักมนุษยวิทยา นักสังคมวิทยา นักจิตวิทยา นักประวัติศาสตร์ ฯลฯ จัดจำแนกประเภทนิยามเหล่านั้นเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. นิยามเชิงพรรณนา (Descriptive or Enumerative Definitions) บรรยายความหมายวัฒนธรรมตามความคิดเห็นและเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น

2. นิยามเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Definitions) อธิบายเกี่ยวกับลักษณะความเป็นมรดกทางสังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถ่ายทอดจากชุนรุ่นหนึ่งไปสู่ชนอีกรุ่นหนึ่ง (Social Heritage of Tradition)

3. นิยามเชิงบรรทัดฐาน (Normative Definitions) อธิบายเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ทางสังคมและรูปแบบพฤติกรรมทางสังคม (Social Rules or Socially Patterned Behavior)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. นิยามเชิงจิตวิทยา (Psychological Definitions) อธิบายความหมายของวัฒนธรรมว่า มีส่วนสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนรู้ของมนุษย์

ความเป็นสากลทางวัฒนธรรม (Universal Culture)

วัฒนธรรมมีอยู่เฉพาะสังคมมนุษย์เท่านั้น หมายความว่า มนุษย์ทุกชาติทุกภาษาต่างต้องการความเป็นสากลทางวัฒนธรรม (Universal Culture) อันจะนำไปสู่สันติภาพในโลก ในที่นี้ขอสรุปคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรมว่า

1. วัฒนธรรมแสดงถึงอัจฉริยะภาพเกี่ยวกับการดำรงชีวิต (Culture Reveals Man's Intelligence in Leading Ways of Life.) เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ไม่เอื้ออำนวยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตได้อย่างสมบูรณ์ แม้เพียงเพื่อตอบสนองความต้องการอย่างปกติ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความปรารถนาที่ลึกซึ้งและซับซ้อนยิ่งขึ้นทุกที เหล่านั้น ตัวอย่างเช่น การค้นพบและนำเทคโนโลยี "อัตโนมัติ" เข้าใช้ในการดำรงชีวิตทั่ว ๆ ไป ของผู้คนตั้งแต่กลางคริสตศตวรรษที่ 20 ดังจำแนกความสำคัญประการนี้ว่า

1.1 วัฒนธรรมเป็นการปรับใช้สิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณค่าเพื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์

1.2 วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่แสดงว่ามนุษย์มีความสามารถเหนือกว่าสัตว์ประเภทอื่นในการดำรงชีวิตบนโลกนี้ เพราะเหตุที่ชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ปัจจุบันสะดวกสบายเปลี่ยนไปจากเดิมมาก ขณะที่มีชีวิตสัตว์อื่นคงเดิมตลอดมา จึงสรุปว่า วัฒนธรรมมีอยู่เฉพาะสังคมมนุษย์เท่านั้น

2. วัฒนธรรมสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของมนุษย์ (Culture is an Organization and Unity of Society) มนุษย์เป็นสัตว์สังคมจึงต้องสร้างข้อตกลง กฎ และระเบียบขึ้นใช้เพื่อเป็นเครื่องมือควบคุมสังคม มนุษย์ได้กำหนดบรรทัดฐานทางสังคมต่าง ๆ เช่น วิถีประชา (Folkways) ขนบประเพณี (Mores) กฎหมาย (Laws) ค่านิยม (Values) และความเชื่อ (Beliefs) ฯลฯ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมลักษณะหนึ่งขึ้นใช้เป็นแนวทางการดำเนินชีวิต และขณะเดียวกันก็สร้างความรู้สึกชัดเจนเกี่ยวกับความเป็นกลุ่มพวกเดียวกันของพวกตนจากคนกลุ่มอื่น ดังจำแนกความสำคัญประการนี้ว่า

2.1 วัฒนธรรมกำหนดแบบแผนของพฤติกรรม และรูปแบบของสถาบันทางสังคมของแต่ละสังคม

2.2 วัฒนธรรมเป็นสิ่งควบคุมสังคม เมื่อสังคมกำหนดมาตราฐานความประพฤติ

2.3 วัฒนธรรมทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และความมั่นคงในสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. วัฒนธรรมเป็นเครื่องแสดงถึงความเหมือนและความต่างกันของสังคมมนุษย์ (Culture is an Similarity and Diversity of Society) แต่ละวัฒนธรรมต่างมีวิถีชีวิตเฉพาะที่เป็นของตนเองจากการถ่ายทอดและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องมาหลายชั่วอายุขัย จนกลายเป็นบุคลิกภาพหรือเอกลักษณ์ของกลุ่มคนนั้น ๆ

3.1 วัฒนธรรมเป็นเครื่องหล่อหลอมบุคลิกภาพทางสังคมให้กับสมาชิก บุคคลเมื่ออยู่ในสังคมใดย่อมมีความคิด ความเชื่อ อุปนิสัยใจคอและการปฏิบัติตัวในสังคมเหมือนกันจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของสังคมนั้น (Social Identification)

3.2 วัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเหมือนกัน และความแตกต่างกันของแต่ละสังคม เนื่องจากพบว่าแต่ละสังคมย่อมมีแนววัฒนธรรม (Culture Traits) บางอย่างที่เหมือนหรือต่างจากสังคมอื่นได้

ลักษณะของวัฒนธรรม

เมื่อเราต้องการศึกษารายละเอียดของวัฒนธรรม จึงต้องพิจารณาแยกแยะให้เห็นธรรมชาติของวัฒนธรรมที่ปรากฏเป็นจริง ดังนี้

1. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นสิ่งที่เหนืออินทรีย์ (Superorganism) โคร์วเบอร์ (Kroeber. 1952 : 20-30) กล่าวว่า "มนุษย์เท่านั้นที่มีวัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งเหนืออินทรีย์ มนุษย์มีการถ่ายทอดทั้งลักษณะอินทรีย์ และวิธีการปรับตนเหนือธรรมชาติที่เป็นระบบสัญลักษณ์ (Symbolic system) อันเกิดจากการใช้ปัญญาที่มีอยู่ในตัวมนุษย์คิดสร้าง และเปลี่ยนแปลงลักษณะธรรมชาติให้เหมาะต่อการดำรงชีวิตที่ดี การถ่ายทอดระบบสัญลักษณ์ต่อกันของมนุษย์นั้น กระทำเป็นกระบวนการเรียนรู้ (Learned process)

2. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นแบบแผนพฤติกรรมที่เกิดการเรียนรู้ (Pattern of Learned Behavior) พฤติกรรมที่จัดเป็นวัฒนธรรม หมายถึง พฤติกรรมที่กระทำกันภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นแบบฉบับ หรือนิสัยของกลุ่มนั้น ๆ ผู้คนต้องเรียนรู้แบบแผนพฤติกรรมนี้จึงจะสามารถปรับตัวและชีวิตร่วมกับคนอื่น ๆ

3. วัฒนธรรมแสดงให้เห็นเป็นผลผลิตของพฤติกรรม (Products of Behavior) ผลงานซึ่งเป็นผลผลิตจากการกระทำของมนุษยชาติ มีทั้งที่เป็นลักษณะนามธรรม และลักษณะรูปธรรม ผลผลิตที่เป็นนามธรรมได้แก่ ปรัชญา (Philosophy) ความรู้ (Knowledge) ค่านิยม (Values) ความเชื่อ (Beliefs) ประเพณี (Tradition) ฯลฯ และผลผลิตที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ (Tools) เครื่องจักรกล (Machines) อาคารสิ่งก่อสร้าง (Buildings) ผลงานของศิลปะ (Art works) เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ (Ways of life) โฮว์เบล และ วีเบอร์ กล่าวว่า "วัฒนธรรมเป็นแบบแผนการดำเนินชีวิตเฉพาะของสังคมมนุษย์นั้น ๆ ที่ทุกคนต้องปฏิบัติตาม"

5. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สมาชิกรู้สึกมีส่วนเป็นเจ้าของ (Culture is shared) คลัคโฮฮันกล่าวว่า "วัฒนธรรมเป็นแกนรวมมนุษย์ให้อยู่ด้วยกันได้"

6. วัฒนธรรมเป็นมรดกของสังคม (Social Heritage) โฮว์เบล และวีเวอร์ กล่าวว่า "ผลิตผลของมนุษย์ชิ้นที่มีคุณค่าและเกิดประโยชน์แก่ผู้คนทั่วไปจะส่งผ่านให้แก่กันเพื่อใช้ภายในสังคม"

7. วัฒนธรรมสิ่งที่เปลี่ยนแปลง (Culture is changed) วัฒนธรรมต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับให้เหมาะสมกับสภาพสมัย

ส่วนประกอบของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นของผสมประกอบขึ้นจากส่วนผสมประกอบสำคัญ 2 ส่วน โดยที่ประกอบทั้งสองได้หลอมรวมอย่างกลมกลืนเป็นเนื้อเดียวกัน ซึ่งถ้าหากปราศจากความใส่ใจลึกซึ้งแล้วย่อมยากที่จะแยกแยะและเข้าใจกันได้ดี โดยทั่วไปผู้คนมักเข้าใจวัฒนธรรมส่วนที่รูปร่างก่อน แล้วจึงค่อยเข้าใจส่วนที่เป็นความคิด

วัฒนธรรมประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นนามธรรม (Abstraction) คือ ส่วนของความคิดหรือจิตใจ (Ideal or mental culture) และส่วนที่เป็นรูปธรรม (Reality) คือส่วนของวัตถุสิ่งของ หรือกริยาอาการ (Material or behavioral culture) ดังจะอธิบายรายละเอียดต่อไป

1. <u>วัฒนธรรมส่วนที่เป็นนามธรรม</u> นักวิชาการต่างเรียกชื่อกันหลายอย่าง เช่น วัฒนธรรมส่วนที่ใช้วัตถุ (Nonmaterial culture) วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับจิตใจหรือความคิด (mental or ideal culture) วัฒนธรรมส่วนที่ซ่อนเร้น (Covert culture) และวัฒนธรรมส่วนที่อยู่ภายใน (Inplicit culture)

วัฒนธรรมส่วนที่เป็นนามธรรมนั้นเป็นส่วนของวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยบรรทัดฐาน สถาบัน ค่านิยมและความเชื่อ เป็นต้น ซึ่งผสมผสานอยู่ในวิถีชีวิตของมนุษย์ ดังจะอธิบายรายละเอียดดังนี้

บรรทัดฐาน (Norms) เป็นแบบแผนของพฤติกรรมมนุษย์สังคม ถ้าเป็นแนวทางปฏิบัติโดยทั่วไปที่ไม่เกี่ยวกับกฎศีลธรรมเรียกว่า วิถีประชา (Folkways)

สถาบัน (Institutions) มีลักษณะเป็นนามธรรมมีขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้มนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการที่จำเป็นได้อย่างมีระบบระเบียบ และปราศจากความขัดแย้งภายในกลุ่มพวก สถาบันหลักของสังคมมีดังนี้

- สถาบันครอบครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สถาบันทางเศรษฐกิจ
- สถาบันการศึกษา
- สถาบันศาสนา
- สถาบันการปกครอง
- สถาบันสันทนาการ

ค่านิยม (Values) เป็นส่วนประกอบของวัฒนธรรมอีกประการหนึ่ง แสดงถึงความเป็นหน่วยเดียวกันของผู้คน เพราะเป็นความรู้สึกนึกคิดกันของกลุ่มที่กำหนดให้เกิดมีการแสดงออกเป็นแบบเดียวกัน

ความเชื่อ (Beliefs) หมายถึง ความคิดที่คนเรายอมรับและยึดถืออาจเป็นความคิดที่เป็นสากลหรือที่ยอมรับของบางกลุ่ม หรือเป็นความจริงทั้งหลายที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา

2. วัฒนธรรมส่วนที่เป็นรูปธรรม นักวิชาการเรียกชื่อกันหลายอย่าง เช่น วัฒนธรรมส่วนที่เป็นวัตถุ (Material Culture) วัฒนธรรมส่วนที่เป็นพฤติกรรม (Behavioral Culture) วัฒนธรรมส่วนที่เปิดเผย (Overt Culture) และวัฒนธรรมส่วนที่อยู่ภายนอก (Explicit Culture)

วัฒนธรรมส่วนที่เป็นรูปธรรมนั้น เป็นวัฒนธรรมที่เห็นเป็นรูปร่างของสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ (Artifacts) เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ อาคารสิ่งก่อสร้าง เสื้อผ้าอาภรณ์ เครื่องประดับตกแต่งผลงานศิลปแขนงต่าง ๆ ผลงานวิทยาศาสตร์ ฯลฯ ตัวอย่างสิ่งประดิษฐ์ไทย เช่น ว่าวจุฬา อาหารไทย ผ้าลายขิต กระเป๋าสิเพา บ้านทรงไทย วัดพระศรีสรรเพชร ฯลฯ และวัฒนธรรม ซึ่งที่จริงเป็นกริยาอาการของสังคมนั้นเอง ตัวอย่างเช่นการทำกระดาษสาเพื่อนำไปประกอบเป็นว่าวไทย การสานกระเป๋าสิเพา การทอผ้าพื้นบ้านด้วยมือและเครื่องมือพื้นบ้าน การปลูกบ้านทรงไทย การเล่านิทานพื้นบ้านของผู้เฒ่าอบรมสั่งสอนลูกหลาน การปลูกพืชสมุนไพรสำหรับเป็นยาพื้นบ้าน ฯลฯ

คติความเชื่อและประเพณี

ความนำ

เรือนพักอาศัยนั้นถือว่าเป็นศูนย์รวมของชีวิตในสังคมทุก ๆ สังคม เพราะสะท้อนให้เห็นถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่อาศัยอยู่ การศึกษาเรื่องเรือนพักอาศัยของแต่ละแห่งนั้นย่อมหยั่งทราบถึงเนื้อหาสาระของสังคมที่แฝงเร้นอยู่ในรูปทรงของอาคารนั้นอีกด้วย[1] โดยที่สาขาชีวิตพื้นถิ่นได้เน้นถึงวัฒนธรรมทางด้านวัตถุ เช่น สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น (Folk

---

[1] K.G. Lzikowitz, "The House in East and Southeast Asia" Anthorpological and Architectural Aspects, London, Cuzon Press, 1982, p.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Architecture) ศิลปกรรมพื้นถิ่น (Folk Art.)[1] เป็นต้น เพราะเรือนของแต่ละท้องถิ่นย่อมมีลักษณะเฉพาะตัวและเป็นรูปแบบทางประเพณีนิยม (Tradition Building Type) ที่ประชาชนนิยมสร้างสืบเนื่องกันมาเป็นเวลาหลายชั่วอายุคนแล้ว อีกทั้งลักษณะเรือนพักอาศัยแบบพื้นบ้านหรือพื้นถิ่นยังเป็นสถาปัตยกรรมที่นักมนุษยวิทยา และนักสังคมวิทยาถือว่าเป็นแหล่งศูนย์กลางที่สะท้อนถึงสภาพวัฒนธรรมของแต่ละสังคมได้เป็นอย่างดี[2]

ความหมายของสถาปัตยกรรม

สถาปัตยกรรมจำแนกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สถาปัตยกรรมแบบพื้นบ้าน (Arche-types) และสถาปัตยกรรมแบบยิ่งใหญ่ (Master works)

สถาปัตยกรรมแบบพื้นบ้านนั้น ได้แก่ อาคาร ประเภท บ้าน โรงนา และอาคารที่แสดงถึงฝีมือการปลูกสร้างของบ้านชาวนาโดยทั่วไป ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความชาญฉลาดของวิธีการก่อสร้างและฝีมือของผู้สร้าง ซึ่งมีประสบการณ์จากความรู้พื้น ๆ และการแก้ปัญหาอย่างซื่อ ๆ และตรงไปตรงมา ทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงการดำรงชีวิตที่อยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติเพื่อความอยู่รอดอีกด้วย

ส่วนงานสถาปัตยกรรมแบบยิ่งใหญ่นั้น คือสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมของแต่ละชุมชนเป็นสัญลักษณ์ของความเจริญ และแสดงศักยภาพของการก่อสร้างของสังคมแต่ละสังคม เป็นประดุจดั่งสิ่งแสดงถึงหลักชัยของความก้าวหน้า (Milestone) ทางประวัติศาสตร์ของมนุษย์ของแต่ละประเทศหรือแต่ละภูมิภาค ตัวสถาปัตยกรรมมักเป็นอาคารที่มีชื่อเสียงในประวัติศาสตร์ ในแต่ละยุคสมัยของแต่ละประเทศ เช่น พีรามิด อียิปต์ โคโรเซียมของโรมัน วิหารเซนต์บีเตอร์ ที่นครวาติกัน[3] หรือวัดพระแก้วของไทย เป็นต้น ตัวสถาปัตยกรรมมักเป็นที่กล่าวถึงกันโดยทั่วไป

---

[1] ดร.วรรณี วิบูลย์สวัสดิ์ แอนเดอร์ลันม "ศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น" โบราณคดี ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 น.5

[2] Architectural Association School of Architecture Prospectus 1997-78 p.55

[3] Paul Jacques Grillo "From Function and Design" Dover Publication, Inc. New York 1960. P.18-19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.2 สังคมไทย

แนวความคิดเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม และการบริหาร

ก่อนที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมกับการบริหาร ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับการบริหารในประเด็นต่างๆ ได้นั้น เราจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับแนวความคิดเกี่ยวกับ "ระบบสังคม" ตลอดจนลักษณะของการบริหารเสียก่อน ทั้งนี้ก็เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพการณ์และปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับการบริหาร ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจ

แนวความคิดเกี่ยวกับระบบ (System Concept)

การศึกษาแบบวิเคราะห์ระบบนั้น เป็นการศึกษาแบบสมมติว่า สังคมนั้นอยู่นิ่งในขณะที่ศึกษา (Static or Synchronic Assumption) โดยมุ่งศึกษาสัมพันธภาพระหว่างส่วนต่าง ๆ ของระบบ ว่ามีการทำงานที่ต่อกันและกันอย่างไรเป็นสำคัญ

รากฐานของแนวความคิดเกี่ยวกับระบบ เกิดขึ้นมาจากความเชื่อมั่น (Axiom) ในทางวิทยาศาสตร์บางประการ ได้แก่

1. การสันนิษฐาน (Assume)ว่านอกเหนือไปจากประสาทสัมผัส (Sensations) ต่าง ๆ ของผู้สังเกตการณ์ ย่อมจะมีแหล่งที่มาร่วมกันของประสาทสัมผัสต่าง ๆ เหล่านี้ แหล่งนี้ก็คือจักรวาล (Universe) ซึ่งเชื่อว่าพฤติกรรมของจักรวาลมีความเป็นไปแบบสม่ำเสมอ คงเส้นคงวาพอที่จะทำการพยากรณ์ได้

2. ได้มีการสันนิษฐานเพิ่มเติมว่า ระบบประสาทและมันสมองของมนุษย์ที่มีความเป็นปกติดีย่อมจะมีการกระทำต่อจักรวาลในลักษณะที่สม่ำเสมอพอสมควร พอที่จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์กันโดยตรง ระหว่างเหตุการณ์ต่าง ๆ ของจักรวาลกับความรู้ทางสัมผัสของระบบสมองและประสาท

จากความเชื่อมั่น 2 ประการข้างต้น เราสามารถแยกสาระสำคัญที่แสดงถึงคุณลักษณะของระบบออกมาได้ดังนี้คือ

- ความสม่ำเสมอในพฤติกรรม
- ความคล้องจองกันระหว่างพฤติกรรม
- ความสม่ำเสมอและความคล้องจองของพฤติกรรมดังกล่าว

พฤติกรรมต่าง ๆ เป็นไปแบบสม่ำเสมอพอที่จะคะเนทิศทางได้นี่เอง ได้แก่ให้เกิดแนวความคิดเรื่องระบบขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตามความหมายอย่างกว้างที่สุด ระบบ หมายถึง สัมพันธภาพระหว่างส่วนต่าง ๆ ของพฤติกรรมชุดใดชุดหนึ่งอย่างไรก็ตาม เราอาจจะแยกระบบออกตามสภาพของมันได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ระบบวิเคราะห์ (Analytical System)

2. ระบบจริง (Real System)

ระบบวิเคราะห์ คือ ตัวแบบ (Model) นั่นเอง เราสร้างระบบวิเคราะห์ขึ้นมาเพื่อทำความเข้าใจ เพื่อพรรณนาภาพ เพื่อวิเคราะห์สัมพันธภาพ และเพื่อเตรียมแผนกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนระบบจริงนั้น มีปรากฏอยู่ 2 แบบ คือ แบบที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (Natural system) กับแบบที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manmade system)

นอกจากนี้ เรายังอาจจำแนกประเภทของระบบออกเป็นระบบใหญ่ ๆ ได้ 2 แบบ คือ

1. ระบบปิด เป็นระบบที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกน้อยที่สุดหรืออาจไม่มีเลย ในระบบนี้จะให้ความสนใจเฉพาะปัจจัยในระบบเท่านั้น

2. ระบบเปิด เป็นระบบที่การทำงานของระบบนั้นมีขึ้นอยู่แล้ว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยแวดล้อมภายนอกเป็นอันมาก ซึ่งในบางกรณีปัจจัยภายนอกก็มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของระบบนั้นเสียยิ่งกว่าปัจจัยภายในระบบเอง ระบบต่าง ๆ ในทางสังคม เช่น องค์การ สมาคม บริษัท และส่วนราชการต่าง ๆ ที่มักจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ด้วย เช่น ปัจจัยแวดล้อมทางด้านการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น

ขอบเขตของระบบ (Boundaries of a system)

จากแนวความคิดเกี่ยวกับระบบดังกล่าวข้างต้น ทำให้เราทราบว่าในระบบนั้นมีส่วนประกอบมากมายแตกต่างกันออกไป จากส่วนประกอบของระบบที่ใหญ่กว่า หรือสิ่งแวดล้อม ดังนั้นในการศึกษาระบบใดระบบหนึ่งหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง จึงเป็นที่จะต้องจำกัดขอบเขตของการศึกษา เพื่อความสะดวกและความเข้าใจในการวิเคราะห์พิจารณาเป็นสำคัญ โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตระบบจึงเป็นการพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่อยู่ภายในระบบกับสิ่งที่อยู่ภายนอกระบบ ซึ่งสิ่งที่อยู่ภายนอกระบบนี้อาจถือได้ว่าเป็นสิ่งแวดล้อมของระบบก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำหน้าที่ของระบบ

ในระบบทุกระบบต้องประกอบไปด้วยหน้าที่ที่จำเป็นต่อการดำรงอยู่ได้ของระบบ และในระบบเองก็จำเป็นต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างส่วนประกอบต่าง ๆ ภายในระบบเพื่อให้ระบบอยู่ในภาวะสมดุล Talcott parsons มีความเห็นว่า ปฏิสัมพันธ์หรือสัมพันธภาพระหว่างส่วนย่อยต่าง ๆ ของระบบซึ่งต้องพึ่งพาอาศัยกันและมีผลกระทบต่อกันนั้น จำเป็นที่จะต้องกระทำหน้าที่ของมันไปในทางที่จะรักษาระบบสังคมให้อยู่ในภาวะสมดุล โดยทุกระบบจะต้องกระทำหน้าที่ในการปรับตัวเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตลอดจนการธำรงรักษาระบบและจัดการกับความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในระบบ[1] สำหรับ Marion J. Jevy เห็นว่า เพื่อให้ระบบสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ ทุกระบบจึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อม มีการแบ่งแยกและกำหนดบทบาททางสังคม การคัดเลือกบุคคลเพื่อเข้ามาทำหน้าที่ในบทบาทนั้น ๆ การธำรงรักษาไว้ซึ่งความเชื่อและความรู้ร่วมกัน ตลอดจนการเรียนรู้ของสมาชิกและการควบคุมพฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดความวุ่นวายในสังคม[2]

การทำหน้าที่ของระบบจึงเป็นเรื่องของการปรับตัวให้สอดคล้องกับระบบอื่น ๆ และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของระบบด้วย

ข้อสรุปเกี่ยวกับลักษณะของระบบ

- ในระบบหนึ่ง ๆ จะประกอบด้วยระบบย่อย (Subsystem) และภายในระบบย่อยก็อาจจะประกอบด้วยระบบย่อยลงไปอีก หรือมีส่วนประกอบย่อยของระบบของตนเอง
- ส่วนต่าง ๆ ของระบบจะอยู่ในภาวะที่เคลื่อนไหวได้
- การเคลื่อนไหวหรือแสดงออกของส่วนต่าง ๆ จะมีปฏิกิริยากระทบต่อกันเสมอ การแสดงออกหรือการกระทำหน้าที่ของแต่ละส่วนจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน
- การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในส่วนหนึ่งของระบบ ย่อมมีผลกระทบที่ต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงส่วนอื่นของระบบด้วย เพื่อรักษาภาวะสมดุลของระบบไว้ ในทำนองเดียวกันการเปลี่ยนแปลงของระบบย่อยต่าง ๆ ย่อมมีผลกระทบถึงระบบที่ใหญ่กว่าหรือสิ่งแวดล้อมด้วย

---

[1] Talcott Parsons, Economic and society. (New York: The Rree Press of Glencoe 1956), pp.15-17

[2] Marion J. Levy Jr., Modernization and the Strucure of Societies. (Princeton University Press, 1966), p.149

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบสังคม (Social system)

ในสังคมนั้นมนุษย์ซึ่งเป็นสมาชิกของสังคม จะมีปฏิสัมพันธ์ต่อสังคมอยู่ตลอดเวลา ด้วยบทบาทต่าง ๆ กัน ซึ่งบทบาทของแต่ละคนจะมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันในลักษณะที่เป็นระบบหรือรูปแบบ (Pattern) ที่มีความเชื่อมโยงกัน สภาพชีวิตหรือการดำเนินชีวิตของคนในสังคมจะเกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ กัน โดยมีการปฏิสัมพันธ์ต่อกันทางสังคมเป็นประจำในระหว่างกลุ่มคน องค์กรหรือสถาบันเล็กสถาบันใหญ่ การกระทำต่อกันเป็นประจำนั้นทำให้ลักษณะของความสัมพันธ์หรือการกระทำต่อกันนั้น มีลักษณะเป็นแบบฉบับหรือเป็นกระสวนของพฤติกรรม (Pattern of Behavior) ขึ้นมา

ความหมายและลักษณะของสังคม

ในระบบของสังคม (Social system) หรืออาจหมายถึง ระบบของสังคมซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะในการที่จะรักษาตนเองได้จนอาจเรียกได้ว่า เป็นระบบที่สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเอง ส่วน K. Mannheim กล่าวว่าสังคมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกระดับของวิวัฒนาการ เป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน เป็นสิ่งที่มีโครงสร้างเป็นปึกแผ่น มีการจัดระเบียบและแบ่งงานกันภายในสามารถดำรงอยู่ได้[1]

Hoult กล่าวว่า "สังคม" โดยทั่วไปน่าจะหมายถึง[2]

1 กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม และมีความสัมพันธ์ต่อกันทางสังคม

2 กลุ่มคนที่มีความเป็นอิสระ และดำรงอยู่ได้อย่างถาวร อันประด้วยดินแดน ประชากร และวัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตที่มีลักษณะเป็นตัวของตัวเองโดยเฉพาะ

ลักษณะและองค์ประกอบของสังคม

จากความหมายและคำจัดกัดความต่างๆ ของคำว่า "สังคม" ดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าสังคมมีลักษณะที่สำคัญ ๆ พอสรุปได้ดังนี้

1 สังคมแต่ละสังคมจะต้องประกอบด้วยคนจำนวนหนึ่งที่เป็นสมาชิกของสังคม มีความผูกพันกันและกันในทางสังคม

2 สังคมแต่ละสังคมจะต้องมีอาณาบริเวณ หรือแหล่งที่ตั้งในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน

3 ในสังคมจะมีการจัดระเบียบกฎเกณฑ์ในเรื่องโครงสร้าง หน้าที่ในการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน มีวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตในลักษณะเดียวกัน

---

[1] สุพัตรา สุภาพ, สังคมวิทยา, (กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์, 2514), หน้า 93.

[2] Hoult Thoman Ford, Dictionary of Modern Sociology. (New Jersy : A Littlefield Adam Co., 1972), p.306

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4 ในสังคมจะมีการแบ่งแยกหน้าที่ บทบาท ความรับผิดชอบ ตลอดจนบรรทัดฐานต่าง ๆ เพื่อการอยู่ร่วมกัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

5 ในสังคมจะมีระบบของการสืบทอดสมาชิก และถ่ายทอดทางวัฒนธรรมไปยังรุ่นหลัง ๆ เพื่อรักษาแบบแผน ตลอดจนวัฒนธรรมต่าง ๆ ของสังคมไว้

ขนาดของสังคม

ดังได้กล่าวไว้แล้วว่า สังคมประกอบไปด้วยคนจำนวนหนึ่งที่อยู่ร่วมกันอย่างถาวร มีการปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกัน มีความสนใจร่วมกันหรือคล้าย ๆ กัน ตลอดจนมีวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตร่วมกัน มีความรู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกัน อย่างไรก็ตามภายในแต่ละสังคมย่อมจะมีความแตกต่างกันออกไปบ้าง ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของสังคมและปัจจัยภายนอกอื่น ๆ สภาพภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ตลอดจนความกว้างหน้าในด้านต่าง ๆ ทั้งองค์ประกอบภายในสังคม และปัจจัยอื่น ๆ ที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นสังคมนั้น ย่อมทำให้แต่ละสังคมมีขนาดและความสลับซับซ้อนแตกต่างกันออกไป

ในเรื่องเกี่ยวกับระดับหรือขนาดของสังคมนั้น อาจมีตั้งแต่สังคมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดจนถึงสังคมที่มีขนาดเล็กที่สุด หรือตั้งแต่ระดับโลก ระดับชาติ และระดับที่ต่ำกว่าชาติ เป็นต้น

ระบบโครงสร้าง-หน้าที่ของสังคม

1. โครงสร้างของสังคม

แนวความคิดเกี่ยวกับระบบโครงสร้าง-หน้าที่ของสังคม เป็นการนำเอาแนวความคิดเกี่ยวกับระบบมาศึกษาสังคมมนุษย์ โดยมุ่งที่จะศึกษาโครงสร้างและการทำหน้าที่ของระบบย่อยต่าง ๆ ภายในสังคม "โครงสร้างของสังคม" (Structure of society) ดังนั้นโครงสร้างของสังคมจึงหมายถึง สัมพันธภาพของกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีปรากฏอยู่ในสังคมทุกสังคม โครงสร้าง-หน้าที่ของสังคมจึงมุ่งพิจารณาถึงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับ กลุ่ม บทบาท สถานภาพ บรรทัดฐานทางสังคม สถาบันทางสังคม และรูปแบบของความสัมพันธ์ของระบบย่อยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ในสังคม

2. หน้าที่ของสังคม

นอกจากนี้การศึกษาระบบโครงสร้าง-หน้าที่ของสังคม ยังมีฐานคติว่า ภายในสังคมจะมีการทำหน้าที่ (Function) ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบเพื่อการดำรงอยู่ของแต่ละสังคม โดยระบบย่อยต่าง ๆ ภายในสังคมจะปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะที่ต่อเนื่องและประสานสัมพันธ์กันเพื่อดำเนินไปสู่ความมุ่งหมายสุดท้าย (Goal) ของแต่ละสังคม การปรับตัวให้สอดคล้องกับภาวะแวดล้อมภายในและภายนอกต่าง ๆ นั่นเอง ซึ่งนักสังคมวิทยาชื่อ Talcott Parsons ได้ให้ทรรศนะว่า เพื่อที่จะให้สังคมดำรงอยู่ได้ ทุกระบบภายในสังคมจะต้องมีการทำหน้าที่ต่าง ๆ อย่างน้อย 4 ประการคือ [1]

1 หน้าที่ในการรักษาแบบแผนพื้นฐานของตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2 หน้าที่ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ตาม

3 หน้าที่ในการสร้างความผูกพันและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขึ้นในสังคม

4 หน้าที่ในการดำเนินกิจกรรมในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สังคมสามารถบรรลุเป้าหมายในการอยู่ร่วมกันในสังคม และมีการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าของสังคม

ข้อสรุปเกี่ยวกับระบบสังคม

สังคมเป็นระบบที่ประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ โดยแต่ละส่วนจะมีสัมพันธภาพหรือปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกัน ส่วนย่อยภายในระบบสังคมจะมีลักษณะทางโครงสร้างและหน้าที่ของตนเองที่จะต้องกระทำ หน้าที่ของส่วนต่าง ๆ ภายในสังคมจะมีผลกระทบต่อระบบย่อยอื่น ๆ และมีผลกระทบต่อระบบของสังคมหรือประเทศโดยส่วนรวม

สังคมมีส่วนประกอบที่สำคัญคือ คน ซึ่งเป็นสมาชิกของสังคม มีส่วนประกอบทั้งทางร่างกายและจิตใจ และมีพฤติกรรม ส่วนประกอบที่สำคัญของสังคมอีกอย่างหนึ่งก็คือ ระบบของวัฒนธรรม

6.1.3 ศิลปกรรมไทย

ความหมายของศิลปะ

ศิลปะเป็นสิ่งที่แสดงถึงวัฒนธรรมของชาติหนึ่ง ๆ ในลักษณะของการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา วรรณคดี จิตกรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ

โดยทั่วไปแต่ละชนิดแม้จะมีอะไรที่มีลักษณะเฉพาะ หรือเป็นเอกลักษณ์ของตนเองตามสภาพภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ แต่ศิลปะที่แสดงถึงลักษณะประจำชาติออกมา บางทีก็มีลักษณะสากลรวมอยู่ด้วย

อย่างไรก็ตาม ศิลปะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงประวัติความเป็นมาของแต่ละชาติ ซึ่งเราสามารถจะศึกษาความเป็นมาของแต่ละยุคได้จากศิลปวัตถุ และขนบธรรมเนียมประเพณีที่แสดงออก

ความรู้และความซาบซึ้งในศิลปะ

ศิลปะเป็นสิ่งที่แสดงถึงลักษณะวัฒนธรรมประจำชาติ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นเป็นลักษณะความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา วรรณคดี จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ

---

1 Talcott Parsons, The Social system. (New York : the Free Press of Glencoe, 1951), p. 83

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิลปะจึงเป็นแรงดลใจจากจากความรักสวยรักงาม ศิลปะช่วยให้เกิดความสุขและความสดชื่นในจิตใจ

ศิลปะจึงมีผลต่อจิตใจของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ เช่น รู้จักทำบ้านเรือนให้สวยงาม ตกแต่งให้น่าอยู่ ทำเครื่องนุ่งห่มให้สวยงาม ปรุงอาหารให้น่ารับประทาน ขายของก็พยายามจัดของให้น่าซื้อ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จัดเป็นศิลปะทั้งสิ้น

ศิลปะมีหลายอย่าง

- สถาปัตยกรรม ได้แก่ศิลปะหรือวิชาว่าด้วยการก่อสร้าง เช่น การก่อสร้างพระราชวัง วัด โบสถ์ วิหาร เจดีย์ อาคารบ้านเรือน
- ประติมากรรม ได้แก่ การปั้น หล่อ และแกะสลัก
- จิตรกรรม ได้แก่ ภาพเขียน ภาพวาด
- วรรณกรรม ได้แก่ ประพันธ์ กวี
- นาฏกรรม ได้แก่ การฟ้อนรำ ขับร้อง ดนตรี

ความรู้และความซาบซึ้งในศิลปะไทยจึงควรจะออกมาในรูป

1. ศึกษาศิลปะของชาติ รู้จักประวัติความเป็นมา คุณค่าทางประวัติศาสตร์

2. รู้จักชื่นชมและหวงแหนศิลปะของชาติ โดยเฉพาะศิลปะโบราณที่หายากและหาค่าไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม วรรณกรรม นาฏกรรม ไม่ควรดูหมิ่น ควรจะมีความซาบซึ้งชื่นชมในสิ่งเหล่านี้ เพราะสมบัติโบราณล้ำค่าเหล่านี้ทำให้เราทราบถึงความเป็นมาของชาติ

3. ส่งเสริมศิลปะของชาติ เป็นการถ่ายทอดความรู้สึกให้กับผู้ที่เราติดต่อเกี่ยวข้องด้วย หรือให้กับอนุชนรุ่นหลังเพื่อให้เกิดความซาบซึ้งในความสวยงาม ความสำคัญที่มีต่อชาติ

<u>คำนิยามทางศิลปะ</u>

การหาความหมายของคำว่า "ศิลปะ" นักปราชญ์ นักการศึกษา และผู้รู้รุ่นก่อน ๆ ได้พยายามกำหนดความหมาย หรือพยายามศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของศิลปะในอดีตตามสภาพที่เหลืออยู่ในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับสภาพศิลปะปัจจุบัน ทำให้ได้ความหมายที่เหลือตกทอดเป็นคำนิยามต่าง ๆ กันคือ

1. ศิลปะ คือ การเลียนแบบธรรมชาติ **(Art is the imitation of nature)** เป็นนิยามที่เก่าแก่ที่สุดที่ อริสโตเติล **(Aristotle, 384-322 B.C.)** นักปราชญ์ชาวกรีกเป็นผู้ตั้งขึ้น

2. ศิลปะ คือ การแสดงออกทางอารมณ์ของบุคลิกภาพของมนุษย์ **(Art is the emotional expression of human personality)** ซึ่งนักปราชญ์ เวร็อง **(Eugene Veron)** เป็นผู้ให้ความหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ศิลปะ คือ การสื่อสารอย่างหนึ่งระหว่างมนุษย์ ด้วยการใช้คำพูดถ่ายทอดความคิดและงานศิลปะถ่ายทอดความรู้สึก (Art is one of the means of intercourse between man and man : Whereas by words a man transmits his thought to another, by means of art he transmits his feeling) ลีโอ ตอลสตอย (Leo Tolstoi, 1828-1910) เป็นผู้ให้ความหมายไว้[1]

4. ศิลปะ คือการระบายความปรารถนาในจิตใจของศิลปินออกมา[2] (Art is the imaginative expression of a wish) พาร์เดอร์ (W.H. Parker) ถือว่าเป็นความปรารถนาในรูปของจิตนาการ

5. ศิลปะ คือ การแสดงให้เห็นการเข้าใจลึกซึ้งภายในซึ่งบรรยายให้รู้ด้วยวิธีอื่นไม่ได้นอกจากสร้างเป็นงานศิลปะ (Art is vision or intuition) ซึ่งศิลปะจะเป็นการเห็นภาพใน และนอกจากนั้น ศิลปะ คือ การแสดงออกของการสังเคราะห์อย่างสุนทรีย์ในจิตใจ (Art is the expression of spiritual synthesis) ที่โครเช่ (Benedetto Croce, 1899-1952) ได้ให้เหตุผลอย่างน่าสนใจ

6. ศิลปะ คือ การแสดงออก (Art is the expression)[3] ที่ เฮอร์เบิร์ต รีด (Herbert Read) นักวิจารณ์ศิลปะชาวอังกฤษได้นิยามไว้อย่างกระทัดรัดที่สุด โดยยึดหลักว่า อารมณ์และความรู้สึกเป็นสิ่งผลักดันให้เกิดการแสดงออก

7. ศิลปะ คือ ผลแห่งพลังความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่แสดงออกในรูปลักษณะต่าง ๆ ให้ปรากฏซึ่งสุนทรียภาพ ความประทับใจ หรือความสะเทือนอารมณ์ตามอัจฉริยภาพ พุทธิปัญญา ประสบการณ์ รสนิยม และทักษะของแต่ละคนเพื่อความพอใจ ความรื่นรมย์ ขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณี หรือความเชื่อในลัทธิศาสนา

โดยสรุปของคำว่า ศิลปะ คือ อะไรโดยไม่ต้องนึกถึงความพยายามที่จะทำให้ความหมายและคำจำกัดความของศิลปะที่ผ่านมาให้เป็นรูปธรรมแล้ว บรรดาคำจำกัดความของความงามในทางสุนทรียศาสตร์ทั้งหมดได้นำเราไปสู่มโนทัศน์พื้นฐานสองอย่างที่สำคัญด้วยกัน คือ

1. ความงามเป็นลักษณะที่มีการดำรงอยู่ด้วยตนเอง เป็นการทำให้ประจักษ์ออกมาซึ่งความสมบูรณ์ที่เพรียบพร้อมไปด้วย ความคิด จิตใจ และเจตจำนง อันเป็นความงามทางอัตวิสัย (Subjective)[5] เน้นความรู้สึกภายในที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้เหตุผลและไม่เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ

---

[1] John Canaday. What is Art p.3

[2] วิรุณ ตั้งเจริญ ทัศนศิลป์เชิงปฏิบัติการ

[3] กีรติ บุญเจือ ปรัชญาศิลปะ

[4] ราชบัณฑิตยสถาน พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ

[5] อัตวิสัย เป็นความงามที่ให้ความรู้สึก พอใจ-ยินดี เฉพาะส่วนคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความงามเป็นความพึงพอใจและความยินดีลักษณะหนึ่ง ซึ่งเรารับมาโดยได้รับประโยชน์ส่วนตัวในเป้าหมายของความงามนั้น เป็นความงามทางภาววิสัย (Objective)[1] ที่เน้นให้เห็นความเป็นจริงภายนอกและความประสานสัมพันธ์กับความมุ่งหมายของสิ่งนั้น

มโนทัศน์ทางอัตวิสัย และภาววิสัย โดยความเป็นจริงแล้วทั้งสองรูปแบบมีพื้นฐานร่วมกันอยู่เพียงประการเดียวเท่านั้น คือ การรับรู้ทางความงามที่กระตุ้นอารมณ์ ความรู้สึก และความพอใจยินดีต่ออินทรียประสาท โดยไม่ได้ปลูกความปรารถนาให้เกิดขึ้นกับเรานั่นเอง

ความเข้าใจเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม

ความหมายของสถาปัตยกรรม คำว่า "สถาปัตยกรรม" (Architecture) พจนานุกรมศัพท์ศิลปะของราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายไว้ว่า "ศิลปะและวิทยาการแห่งการก่อสร้าง ซึ่งอธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า เป็นการจัดระวาง 3 มิติ (Three dimensional space) เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ[2]

น.ณ ปากน้ำ ได้ให้ความหมายไว้ว่า "คือวิชาการก่อสร้างซึ่งสมัยโบราณเรียกว่านวกรรม"[3]

ศิลป พีระศรี ได้ให้ความหมายไว้ว่า "เนื่องด้วยสถาปัตยกรรมเกี่ยวกับวิชาก่อสร้าง เนื่องด้วยโครงสร้าง (Structural)"[4]

สถาปัตยกรรมเป็นทัศนศิลป์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ในด้านก่อสร้างอาคารชนิดต่าง ๆ การวางผังเมือง การจัดผังบริเวณ การตกแต่งภายในอาคาร ออกแบบและก่อสร้าง สิ่งเหล่านี้จะขึ้นอยู่กับความรู้ความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ และประสบการณ์ของสถาปนิกแต่ละคน ซึ่งเป็นผู้กำหนดขอบเขตที่ว่างให้เกิดประโยชน์ตามต้องการ

สถาปัตยกรรมเป็นสิ่งกำหนดขอบเขตบริเวณที่ว่างเพื่อให้เกิดประโยชน์ (The limitation of space) เป็นต้น

การกำหนดหรือให้ความหมายจะพิจารณาถึงลักษณะทางกายภาพ (Physical) เป็นเกณฑ์มากกว่าทางด้านความงาม (Beauty)

---

[1] ภาวสัย เป็นความงามที่ให้ความรู้สึกแบบอย่างที่สมบูรณ์ที่สุด เป็นเรื่องของความจริงทางภายนอก

[2] ราชบัณฑิตยสถาน พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ

[3] น.ณ ปากน้ำ พจนานุกรมศิลปะ

[4] ศิลป พีระศรี ศิลปสงเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดประสงค์ของสถาปัตยกรรม

สถาปัตยกรรมเป็นงานสร้างสรรค์ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ เริ่มตั้งแต่ความต้องการเฉพาะตัว เฉพาะกลุ่ม ขยายออกไปจนถึงความต้องการของกลุ่มชนและสังคม ทำให้มีความจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับกลุ่มชนต่าง ๆ

สถาปนิกจึงออกแบบอาคารโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของการใช้สอยกับความงามในสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นถึงคุณภาพของสิ่งที่อยู่ภายนอกอาคาร (Exterior) เช่น ต้นไม้ ภูเขา แม่น้ำ และอาคารโดยรอบ กับภายในอาคาร (Interior) พื้นที่ของการใช้สอยและความสัมพันธ์กันระหว่างห้องแต่ละห้อง

ศิลปะกับสถาปัตยกรรม

สถาปัตยกรรมตามความเข้าใจของคนในยุคหนึ่งเชื่อกันว่า เป็นศาสตร์แขนงวิจิตรศิลป์ที่สร้างสรรค์รูปทรงภายนอกให้เกิดคุณค่าทางความงามแก่ผู้พบเห็น ศิลปะในการออกแบบจึงดูเป็นสิ่งที่สถาปนิกให้ความสำคัญ จนเกิดปรัชญาทางด้านสถาปัตยกรรมในยุคหนึ่งว่า "Function follow form" คือรูปทรงของอาคารจะต้องมาก่อนประโยชน์ใช้สอย แนวคิดดังกล่าวแพร่หลายมาก โดยสถาปนิกพยายามเน้นรูปทรง สัดส่วน การตกแต่งของอาคารอย่างพิถีพิถัน สถาปัตยกรรมของกรีก โรมัน โกธิค บาโรค รอกโกโก และสมัยฟื้นฟูศิลปวิทยาสะท้อนให้เห็นคำตอบที่ชัดเจน

ประติมากรรมและจิตรกรรมมีความสัมพันธ์เป็นอย่างดีกับสถาปัตยกรรมในยุคนั้น เพราะเป็นส่วนประกอบในการตกแต่งที่ทำให้อาคาร สิ่งก่อสร้างมีความสง่างามขึ้น

ส่วนงานสร้างสรรค์ทางสถาปัตยกรรมเป็นงานสร้างสรรค์ในทางการออกแบบ (Design) มิใช่การสร้างสรรค์ทางศิลปะไม่ว่าสถาปนิกจะได้รับความประทับใจหรือความบันดาลใจมาจากสิ่งใด เพื่อการสร้างสรรค์ก็ตาม สถาปนิกไม่สามารถผลิตงานออกมาแต่เพียงคุณค่าของงานสร้างสรรค์ลักษณะทัศนศิลป์ (Visual Art) เท่านั้น หากต้องสนองตอบความต้องการของผู้ใช้สถาปัตยกรรมด้วย

ประติมากรรม

มนุษย์กับประติมากรรม

ความเข้าใจเกี่ยวกับประติมากรรม

ความหมายของประติมากรรม คำว่า "ประติมากรรม" มีผู้ให้ความหมายไว้ในหนังสือต่าง ๆ ซึ่งพอจะรวบรวมมาได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อารี สุทธิพันธุ์ ได้ให้ความหมายไว้ว่า "ประติมากรรมเป็นทัศนคติศิลป์แขนงหนึ่ง เกี่ยวข้องการสร้างสรรค์รูปทรงที่มองเห็น (Visual Form) มีลักษณะเป็นสามมิติ คือ มีความกว้าง ความยาว ความหนาหรือความสูง[1]

สงวน รอดบุญ ได้ให้ความหมายว่า "ได้แก่การปั้นซึ่งเป็นกรรมวิธีก่อขึ้นเพิ่มขึ้น (Building up) และการแกะสลักอันเป็นกรรมวิธีของการลด สกัดตัดหรือเฉือนออก (Cutting down) ให้เป็นรูปทรง (Plastic form) ในลักษณะสามมิติ[2]

กำจร สุนพงษ์ศรี ได้ให้ความหมายว่า "ประติมากรรม คือสิ่งหนึ่งในการกระทำของมนุษย์ซึ่งมีลักษณะกินที่ในอากาศเป็นรูปทรงต่างๆ มีทั้งที่ต้องการเรื่องปริมาตรและไม่ต้องการ[3]

ความสำคัญของประติมากรรม

ประติมากรรมจะเป็นการบันทึกเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ และกิจกรรมของมนุษย์ในแต่ละวันมีความสำคัญตามกาลเวลาต่าง ๆ ที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมของสังคมในแต่ละยุคแต่ละสมัยได้เป็นอย่างดี

หน้าที่ของประติมากรรม

ประติมากรรมยังมีหน้าที่สนองประโยชน์ต่อสังคมทั้งด้านวัตถุและจิตใจ อันเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอย และความรื่นรมย์ยินดีที่มนุษย์สามารถรับรู้คุณค่าจากผลงานสร้างสรรค์เหล่านี้ได้ เพื่อประโยชน์ใช้สอย เพื่อส่งเสริมลัทธิความเชื่อและศาสนา เพื่อส่งเสริมอำนาจและบารมีของกษัตริย์และนักปกครอง เพื่อยกระดับจิตใจและรสนิยม เพื่อแก้ปัญหาที่ว่างทางสถาปัตยกรรมซึ่งมีคุณค่าอยู่แล้ว ให้พบคุณค่ายิ่งขึ้นไปอีกมีลักษณะต่าง ๆ ได้แก่

- การแก้ปัญหาที่ว่างด้วยประติมากรรมตกแต่ง
- การแก้ปัญหาที่ว่างด้วยประติมากรรมแขวน
- การแก้ปัญหาที่ว่างด้วยประติมากรรมฝาผนัง
- การแก้ปัญหาที่ว่างด้วยประติมากรรมสิ่งแวดล้อม

ประติมากรรมด้วยลักษณะทางกายภาพเป็นวัตถุที่กินเนื้อที่ในอากาศ และมีปริมาตรแน่นอนเป็น 3 มิติ คุณสมบัติดังกล่าว การแก้ปัญหาความว่างในทางสถาปัตยกรรมทั้งภายในหรือภายนอก ประติมากรรมจึงมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ด้วยเสมอ ในฐานะรูปทรงเพื่อการสื่อความหมายทางความคิด ทางอารมณ์ ความรู้สึก และทางการแสดงออก ด้วยรูปแบบหลายหลากชนิด

---

[1] อารี สุทธิพันธ์ ศิลปนิยม

[2] สงวน รอดบุญ ศิลปกับมนุษย์

[3] กำจร สันพงษ์ศรี ศิลป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแก้ปัญหาที่ว่างด้วยประติมากรรมตกแต่ง ในอดีตที่ผ่านมาประติมากรรมกับสถาปัตยกรรมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด ส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่ว่างบนอาคารจะได้รับการตกแต่งด้วยผลงานปั้นหรือแกะสลักอย่างวิจิตรพิสดาร เรื่องราวที่นิยมตกแต่งจะเป็นเรื่องราวทางความเชื่อทางศาสนา หรือเรื่องราวของลวดลายประดิษฐ์

การแก้ปัญหาที่ว่างด้วยประติมากรรมแขวน นอกจากแก้ไขปัญหาที่ว่างดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีการแก้ปัญหาที่ว่างทางประติมากรรมอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างไปจากการแก้ปัญหาที่ว่างในรูปแบบอื่น ๆ คือ แทนที่จะใช้ที่ว่างโดยประโยชน์ใช้สอยในแนวระนาบแต่เพียงทางเดียว กลับติดตั้งประติมากรรมการแก้ปัญหาที่ว่างนั้นในอากาศ ซึ่งเป็นระนาบทางตั้งอีกทางหนึ่งขึ้นมาด้วย เช่น "โมไบล์" (Mobile) ส่วนมากใช้แขวนห้อยจากเพดาน มีจำนวนไม่น้อยเหมือนกันใช้วางติดอยู่กับพื้น ซึ่งมีชื่อเรียกพิเศษว่า "ฟรี สแตนดิง โมไบล์" (Free standing mobiles)

การแก้ปัญหาที่ว่างด้วยประติมากรรมบนฝาผนัง วิธีการแก้ปัญหาด้วยประติมากรรมลักษณะนี้ ภาษาอังกฤษใช้ว่าเป็นแบบ **Mural sculpture** ที่ยึดครองที่ว่างของสถาปัตยกรรมด้วยรูปทรงทางประติมากรรม ซึ่งนิยมทำเป็นลักษณะแบบนูนต่ำ และนูนสูง เป็นส่วนใหญ่

การแก้ปัญหาของที่ว่างด้วยประติมากรรมกับสิ่งแวดล้อม การแก้ปัญหาที่ว่างด้วยประติมากรรมในหัวข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับภายนอกอาคาร และภูมิประเทศโดยรอบเป็นสำคัญ โดยประติมากรรมที่นำไปประกอบหรือติดตั้งจะไม่เกี่ยวข้องกับส่วนผนังอาคาร เช่นเดียวกับหัวข้อที่ผ่านมา รูปทรงที่ลอยตัวเป็นลักษณะเฉพาะของประติมากรรมในเรื่องนี้ การติดตั้งอาจจะประกอบกับสถาปัตยกรรมสวนสาธารณะวงเวียน น้ำพุ เป็นต้น

<u>ประเภทของประติมากรรม</u>

ประติมากรรมมีอยู่มากมายหลายลักษณะ และสนองประโยชน์ต่องานหลายประเภท การจัดแบ่งให้เป็นหมวดหมู่เป็นสิ่งสำคัญที่จำทำให้เกิดการศึกษา และค้นคว้าได้ง่ายขึ้น แนวคิดในการจัดประเภทในครั้งนี้พิจารณาจากหลักฐานทางประติมากรรมที่หลงเหลืออยู่ ประกอบกับหน้าที่ของประติมากรรมเป็นเกณฑ์ ซึ่งพอจะแบ่งประเภทออกได้ดังนี้

ประติมากรรมประเภทรูปเคารพ หมายถึง งานประติมากรรมที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่เคารพบูชาหรือเกี่ยวข้องกับศาสนาที่มีรูปทรงอันเกิดจากการสร้างสรรค์ของประติมากรรม เพื่อเป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งแทนในทางความเชื่อ และศาสนา

ประติมากรรมประเภทตกแต่ง หมายถึง งานประติมากรรมที่สร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมศิลปะแขนงสถาปัตยกรรมให้มีความโดดเด่น และสวยงาม

ประติมากรรมประเภทอนุสรณ์สถาน หมายถึง งานประติมากรรมที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นราชอนุสาวรีย์ของพระมหากษัตริย์ หรืออนุสาวรีย์ของบุคคลสำคัญ ประติมากรรมประเภทอนุสรณ์สถานสามารถแบ่งเพิ่มออกมาในทางอุดมคติอีก 3 ข้อ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1 รูปธรรม (Realistic) รูปสัญลักษณ์เหมือนจริง

2 นามธรรม (Abstract-Modern) รูปสถาปัตยกรรมทั่วไป

3 ทางใจ (Spiritual) พระพุทธรูป เทวรูป

หลักองค์ประกอบ 9 ประการ ตามหลักวิชาศิลปะเพื่ออนุสาวรีย์ประกอบกับอุดมคติของศิลปินเอง คือ

1 ความตระหง่าน (Lofty)

2 ความงาม (Beauty)

3 ทำให้มีชีวิต (Vivify)

4 ภูมิทัศน์ (Atmospheric)

5 มีแกนจุดศูนย์กลาง (Axial)

6 ความเข้ากัน (Accord)

7 สถิติ (Static)

8 ทางด้านหน้า (Frontal)

9 ค่าแห่งแสงเงา (Chiaroscuro)[1]

จิตรกรรม

ความเข้าในเกี่ยวกับจิตรกรรม

ความหมายของจิตรกรรม : จิตรกรรม (Painting) เป็นทัศนศิลป์รูปแบบหนึ่งโดยโครงสร้างทางกายภาพของตัวมันเองเป็นศิลปะกินระวาง เนื่อที่ (Space Art) และมีลักษณะเป็น 2 มิติ คือ มีความกว้างและความยาว ความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่า "จิตรกรรม" โดยทั่วไปจะมีทัศนะต่อสิ่งนี้ในความหมายแตกต่างกันออกไปคือ

อารี สุทธิพันธุ์ ได้ให้ความหมายไว้ว่า "จิตรกรรม หมายถึง การระบายสี การใช้สี หรือการกระทำด้วยสี โดยใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่เหมาะสมเพื่อถ่ายทอดพฤติกรรมให้เป็นสารรูปหรือความรู้สึกซึ่งจิตรกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้อง[2]

จอห์น แคนาเดย์ (John Canaday) ได้ให้ความหมายของจิตรกรรมไว้ว่า "จิตรกรรม หมายถึง การระบายชั้นของสีลงบนพื้นระนาบรองรับ เป็นการจัดรวมกันของรูปทรง และสีที่เกิดขึ้นจากการเตรียมการของศิลปินแต่ละคนในการเขียนภาพนั้น[3]

เหตุผลและเงื่อนไขที่สร้างจิตรกรรม

การสร้างสรรค์จิตรกรรม หรือภาพเขียนระบายสีมีเหตุผลเงื่อนไขบางประการที่อยู่เบื้องหลังที่พอจะประมวลไว้ได้ดังต่อไปนี้

---

[1] ดึกเดช กันตามระ โลกศิลป

[2] John Canaday. What is Art

[3] ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประการแรกมีพื้นฐานมาจากความสวยงามของสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ เป็นเงื่อนไขหนึ่งที่สร้างความรื่นรมย์ ความสุขใจ และความประทับใจให้เกิดขึ้นกับมนุษย์ ความรู้สึกเหล่านี้ย่อมตราตรึงอยู่ในใจตราบเท่าที่มนุษย์จะเก็บไว้ในความทรงจำได้มากน้อยเพียงใด แต่ศิลปินเขาย่อมมีธรรมชาติของอารมณ์และความรู้สึกภายใน ที่ต้องการถ่ายทอดและแสดงออกเกี่ยวกับการรับรู้ที่ตัวเขาเองมีต่อธรรมชาติ ให้ปรากฏต่อสายตาของผู้อื่นด้วย โดยผ่านสื่อกลางชนิดต่าง ๆ เป็นผลงานศิลปะที่มีสาเหตุแห่งศิลปะอยู่สองสาเหตุ และเฉพาะจากสองสาเหตุนี้เท่านั้นที่ทำให้งานศิลปะเกิดมีขึ้นในโลก

"สาเหตุแรกคือ สิ่งเร้าจากวัตถุภายนอก
อีกสาเหตุหนึ่งคือ บุคลิกภาพของศิลปิน" [1]

จิตรกรรมจึงเป็นเครื่องมือของศิลปินที่จะถ่ายทอดประสบการณ์ดังกล่าวให้ปรากฏเป็นผลงานทางศิลปะทั้งรูปธรรม และนามธรรม โดยอาศัยรูปแบบและวิธีการทางจิตรกรรมทำให้ปรากฏขึ้น

ประการที่สอง มีผลมาจากความปรารถนาของศิลปินที่จะถ่ายทอดโลกภายในที่เขามีความรู้สึกและเข้าใจออกมาให้ปรากฏเพื่อสร้างความซาบซึ้ง ความประทับใจและความยินดีต่อผู้ชม การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมในประการนี้ส่วนใหญ่รูปแบบเป็นการสื่อความหมายทางความคิด การแสดงออก และเทคนิคเป็นสำคัญ โดยแสดงคุณค่าของภาษาทางศิลปะโดยเฉพาะ เช่น เส้น สี รูปร่าง รูปทรง ผิว เป็นต้น

จิตรกรรมฝาผนังของประเทศไทยมักจะบันทึกเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ประกอบไว้ในภาพพุทธประวัติเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะผลงานในสมัยรัตนโกสินทร์ "จิตรกรได้รับความบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมที่เป็นจริง ทั้งสิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรม เครื่องแต่งกาย พิธีเนื่องด้วยประเพณีชีวิตประจำวัน และธรรมชาติ องค์ประกอบของภาพส่วนมากเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ ศาสนา และชีวิตสามัญของชาวไทยเป็นกำหนดนิยมตามประเพณี[2]

<u>ความหมายของสัญลักษณ์</u> คือ สื่อความหมายที่แสดงนัยหรือเงื่อนความคิด เพื่อเป็นการบอกให้ทราบถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะไม่มีผลในทางปฏิบัติ แต่มีผลทางด้านการรับรู้ความคิด หรือทัศนคติ[3] หรือ คือ "สิ่งที่มนุษย์ออกแบบสร้างขึ้นเพื่อใช้แทนสื่อความหมายที่ให้ทุกคนในสังคมปฏิบัติเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สิ่งที่มนุษย์ออกแบบเป็นรูปนี้อาจจะได้รับแบบมาจากรูปแบบธรรมชาติ หรือรูปแบบของสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมนุษย์ดัดแปลงขึ้นใหม่

---

[1] นิติ วัตุถยา เปลวไฟแห่งยุคสมัย

[1] วรรณิภา ณ สงขลา การอนุรักษ์จิตรกรรมฝาผนังประเทศไทย

[2] สน สีมาตรัง วารสารมหาวิทยาลัยศิลปกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ มนุษย์มีเผ่าพันธุ์แตกต่างกัน มีภาษาการดำรงชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีแตกต่างกันไป แต่มนุษย์ก็ยังสามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดซึ่งกันและกันได้ โดยการใช้เสียง ใช้ท่าทาง ใช้ควันไฟ เป็นสัญญาณ และการเขียนภาพอย่างง่าย ๆ เป็นเครื่องหมาย (Sign)

ศิลปะที่เป็นสื่อติดต่อระหว่างกันแบบนี้กล่าวได้ว่า เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายและสัญลักษณ์ (Sign and Symbol) ซึ่งปรากฏทั่วไปในผลงานศิลปะทุกแขนงทั้งสมัยโบราณและปัจจุบัน สัญลักษณ์หมายถึง เครื่องหมายที่แสดงให้เห็นเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งตามความเข้าใจร่วมกันในสังคมหนึ่งโดยเฉพาะ

หลักฐานทางวัตถุเหล่านี้เป็นเครื่องยืนยันให้สามารถตีความหมายได้ว่า เป็นแม่บทในทางศิลปกรรมโดยเฉพาะด้านรูปแบบและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่ง สิ่งที่มนุษย์สร้างนั้นเป็นเพียงเครื่องหมายในระยะแรก (Sign) ซึ่งอาจเป็นเส้นโค้ง เส้นตรง หรือเส้นแสดงรูปทรงต่อเนื่องบางชนิด ต่อเมื่อเครื่องหมายนั้นมีรูปแบบพาดพิงกับสิ่งที่มนุษย์เข้าใจ มนุษย์รู้เห็นเสมอ ๆ ก็กลายเป็นสัญลักษณ์[1]

<u>สัญลักษณ์ในทางจิตรกรรม</u> การแสดงออกด้วยการใช้สัญลักษณ์ ดูจะเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ยาก เมื่อเปรียบเทียบกับศิลปะทางวรรณศิลป์ และไม่นิยมพูดกันมากนัก

สามัญชนบางคนมักจะคิดเสมอว่า จิตรกรมีส่วนเกี่ยวกันกับวรรณกรรม ดังนั้นจึงใคร่จะเห็นรูปแบบจิตรกรรม สอดคล้องกับความคิดของวรรณกรรมมากกว่าที่จะมองจิตรกรรมในลักษณะของจิตรกรรมโดยตรง การอธิบายอย่างแจ่มแจ้งชัดเจนที่สุดเพื่อชี้แจงความประสงค์ของจิตรกรนั้นไม่มีอะไรดีไปกว่าการให้ผลงานอธิบายความหมายของมันด้วยตัวมันเอง[2]

สัญลักษณ์ในทางจิตรกรรมมักจะมีความหมายลึกซึ้งยิ่งไปกว่าสิ่งที่มองเห็นเป็น วัตถุ สิ่งของ หรือรูปทรงธรรมดา เช่น รูปนกพิราบหมายถึงอิสระภาพ เป็นการแปลความหมายผ่านวัตถุในภาพออกมาอย่างลึกซึ้งด้วยเนื้อหาทางศิลปะ ปรากฏออกมาเป็นอีกความหมายหนึ่งตามทัศนะที่ศิลปินกำหนด รูปทรงที่ปรากฏอยู่ในภาพจึงเป็นสัญลักษณ์ของความคิด ความรู้สึก และอารมณ์ของศิลปินเอง[3]

---

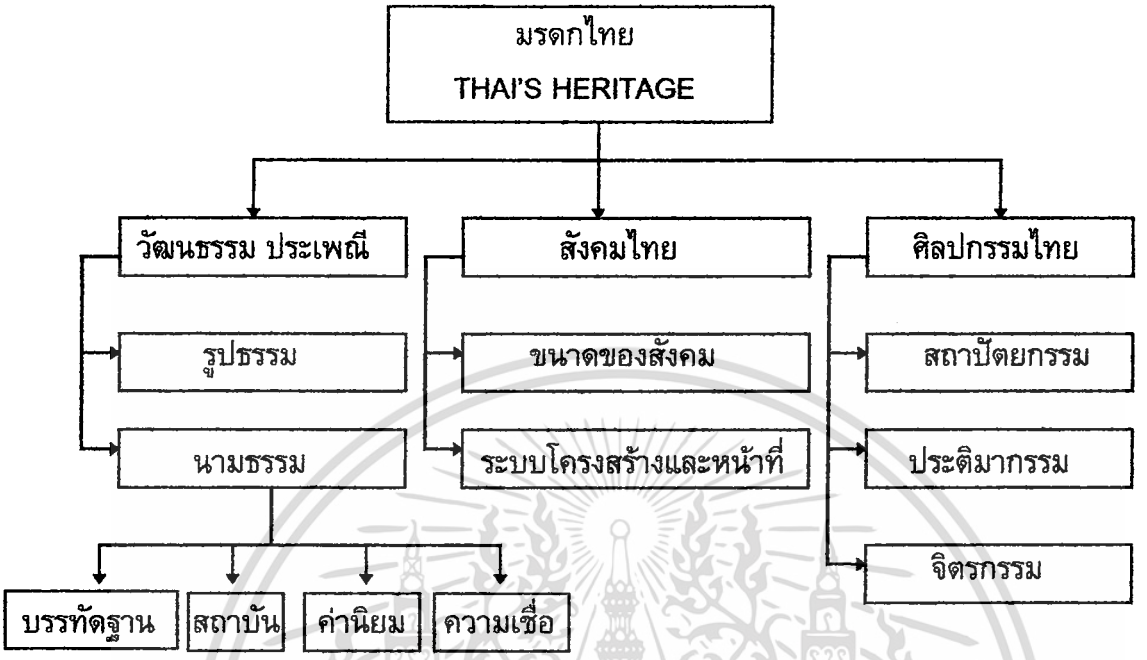
[1] อารี สุทธิพันธุ์ ศิลปนิยม

[2] พิษณุ ศุภ ตกแต่ง

[3] พิษณุ ศุภ ตกแต่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.1 แผนผังแสดงแนวความคิดของมรดกไทย (THAI'S HERITAGE)



การศึกษาแนวความคิดของมรดกและเอกลักษณ์ไทย (Thai's Heritage) เป็นการศึกษาวัฒนธรรมปรเพณีไทย สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อย และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือควบคุมสังคมโดยกำหนดบรรทัดฐานทางสังคม เช่น วิถีประชา, ขนบประเพณี, กฎหมาย, ค่านิยม, ความเชื่อ และกำหนดแบบแผนของพฤติกรรม รูปแบบสถาบันควบคุมสังคมเมื่อสังคมกำหนดความประพฤติ นอกจากนี้วัฒนธรรมทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สร้างความมั่นคงทางสังคมต้องพัฒนาไปในทิศทางที่สอดคล้องกันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ประกอบด้วยส่วนต่างๆ แต่ละส่วนมีปฏิบัติสัมพันธ์ต่อกัน หน้าที่และโครงสร้างมีผลกระทบต่อระบบของสังคมหรือประเทศ สังคมมีส่วนประกอบที่สำคัญคือ คน ซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมที่มีทั้งร่างกาย จิตใจ และพฤติกรรม ในด้านศิลปกรรมไทย เป็นสิ่งที่แสดงถึงวัฒนธรรมของชาติ ในลักษณะการดำเนินชีวิต, ความเป็นอยู่ และประวัติศาสตร์ ความเป็นมาแสดงออกในด้านวรรณคดี จิตกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ (Identity) เป็นผลนำไปสู่งการสร้างภาพพจน์ของชาติให้นานาอารยประเทศได้ทราบถึงความเป็นไทยซึ่งเป็นหนึ่งเดียว (Uniqueness) จึงเป็นแนวความคิดในการออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงานในส่วน Ticketing Office ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

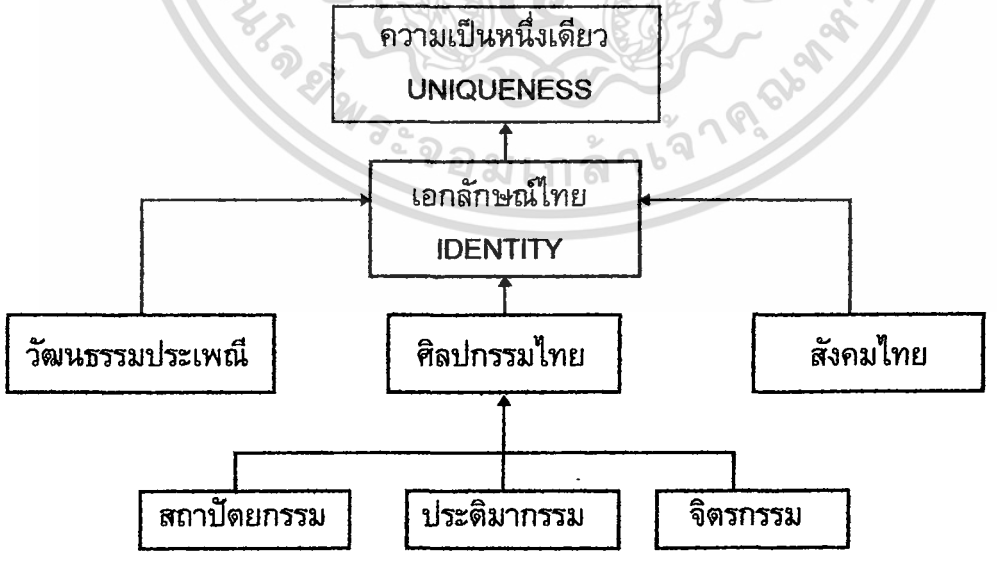
6.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมไทย

จากการศึกษาองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมไทย โดยเน้นศึกษาเกี่ยวกับบ้านเรือนไทย โดยศึกษาองค์ประกอบของบ้านเรือนไทย เช่น พื้น ผนัง เพดาน เฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งภายในอาคาร พร้อมทั้งศึกษาระบบการถ่ายเทอากาศและภูมิปัญญาของไทยที่อยู่ร่วมกับสภาพแวดล้อมในต่างถิ่นกัน โดยมีวัฒนธรรมประเพณี, สังคมไทย และศิลปกรรมไทย เช่น งานสถาปัตยกรรม, ประติมากรรม, จิตรกรรม เป็นแนวทางการออกแบบเอกลักษณ์ไทย (IDENTITY)

6.2.1 การออกแบบวางผังสำนักงานตามแนวความคิดในการออกแบบเอกลักษณ์ไทย (PROCESS OF DESIGN)

เอกลักษณ์ (IDENTITY) หมายถึง การแสดงออกทางสุนทรียภาพด้วยรูปทรง องค์ประกอบ สี การตกแต่ง แสดงออกทางรูปร่างลักษณะ ความละเอียดอ่อน รวมถึงการใช้โครงสร้าง วัสดุ การจัดที่ว่างภายในอาคาร และการวางผังพื้นที่เพื่อสนองความต้องการตามประโยชน์ใช้สอย ทั้งหมดนี้มีผลนำไปสู่ความเป็นหนึ่งเดียว (UNIQUENESS) คือ ความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียวให้ชาวต่างชาติได้รู้จักเอกลักษณ์ไทย

ภาพที่ 6.2 แผนภูมิแสดงแนวความคิดในการออกแบบเอกลักษณ์ไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

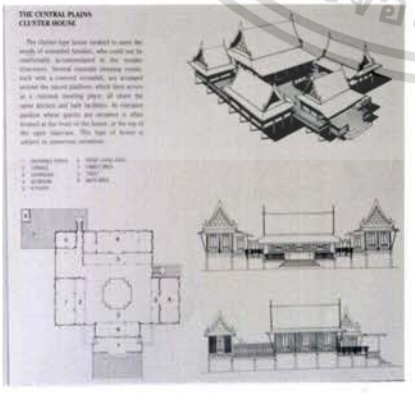
การนำแนวความคิดเอกลักษณ์บ้านเรือนไทยมาเป็นแนวทางในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ภาพที่ 6.3 สถาปัตยกรรมไทย บ้านทรงไทยสงบนิ่ง ร่มเย็น



การนำแนวความคิดของรูปแบบและการวางผังของบ้านเรือนไทยมาเป็นแนวความคิดในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงานนั้น ได้นำเอกลักษณ์ของเรือนไทยที่แสดงออกทางสุนทรียภาพด้วยรูปทรง องค์ประกอบ สี การตกแต่ง การจัดที่ว่างภายในอาคาร เพื่อสนองความต้องการตามประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับขนาดของสำนักงานในส่วน TICKETING OFFICE จึงได้ทำการศึกษาเอกลักษณ์ของบ้านเรือนไทยทั้ง 4 ภาค และองค์ประกอบอื่นๆ ของบ้านเรือนไทย เช่น พื้น, ผนัง, เพดาน, วัสดุ และเครื่องตกแต่งเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ

ภาพที่ 6.4 รูปแบบและการวางผังของบ้านทรงไทย(ภาคกลาง) ซึ่งจัดเป็นกลุ่มแบบ CLUSTER HOUSE



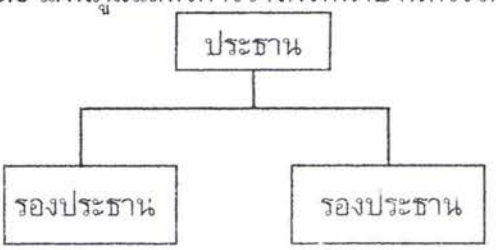
การจัดผังบริเวณใช้ลักษณะการจัดแบบ SYMMETRICAL PLAN เพื่อก่อให้เกิดความสง่าแบบผังบริเวณของบ้านไทย มีการ APPROACH ด้านหน้าด้วยซุ้มประตูบ้านทรงไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.5 รูปแบบและการวางผังของบ้านทรงไทย



ภาพที่ 6.6 แผนภูมิแสดงการวางผังหน้าบ้านทรงไทย

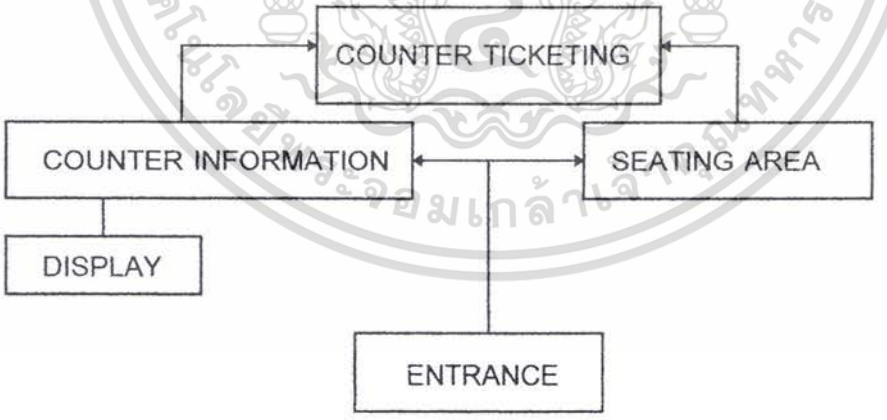


SPACE จะถูกแยกหน้าที่ต่างๆ แยกออกจากกัน โดยมี TERRACE ที่เป็นที่ว่างตรงกลางเป็นตัวเชื่อมกับส่วนต่างๆ ตามประโยชน์ใช้สอย PLAN จะถูกแบ่งออกเป็นส่วนในลักษณ์ที่สมดุลกัน

แนวความคิดในการวางผังของบ้านทรงไทยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างประโยชน์ใช้สอยกับความงามในสภาพแวดล้อมภายใน โดยเน้นพื้นที่ของการใช้สอยและความสัมพันธ์กันระหว่างพื้นที่ภายในอาคาร (INTERIOR) จึงก่อให้เกิดความสวยงามและความประทับใจแก่ผู้พบเห็น

การออกแบบวางผังและตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศในส่วนของ TICKETING OFFICE

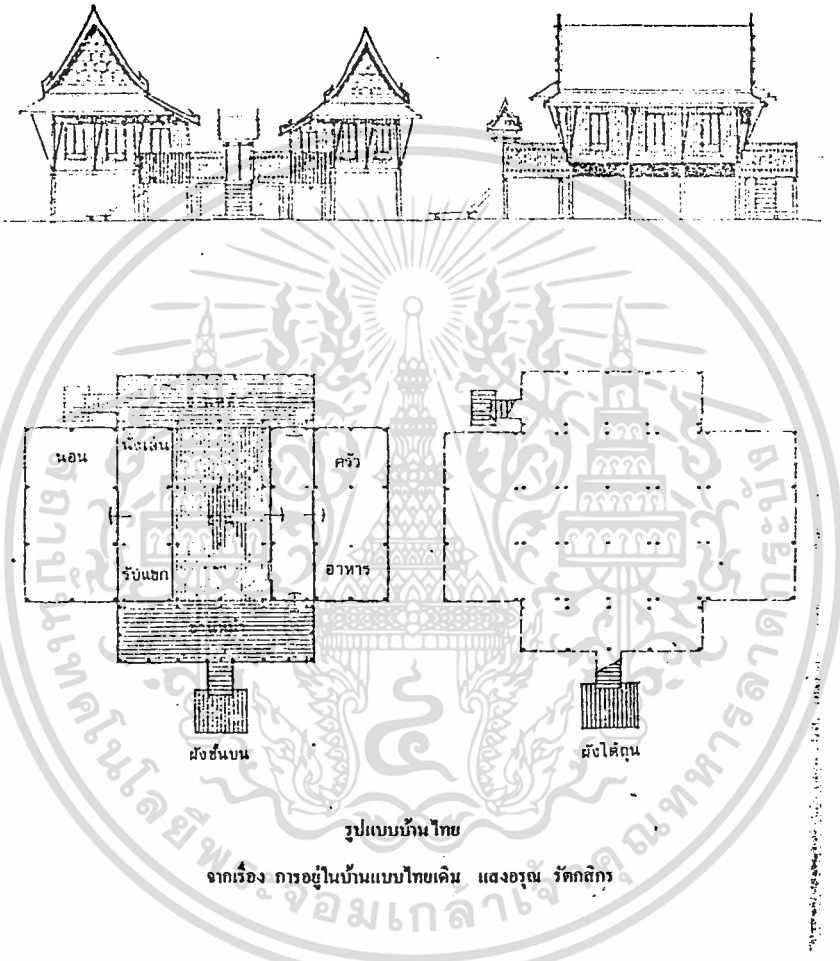
ภาพที่ 6.7 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์การใช้พื้นที่ใช้สอยภายในสำนักงาน FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำแนวความคิดรูปแบบผังบ้านมาเป็นแนวทางในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน

ภาพที่ 6.8 แสดงแบบการวางผังบ้านไทยแบบมีองค์ประกอบ ประธาน และรองประธาน

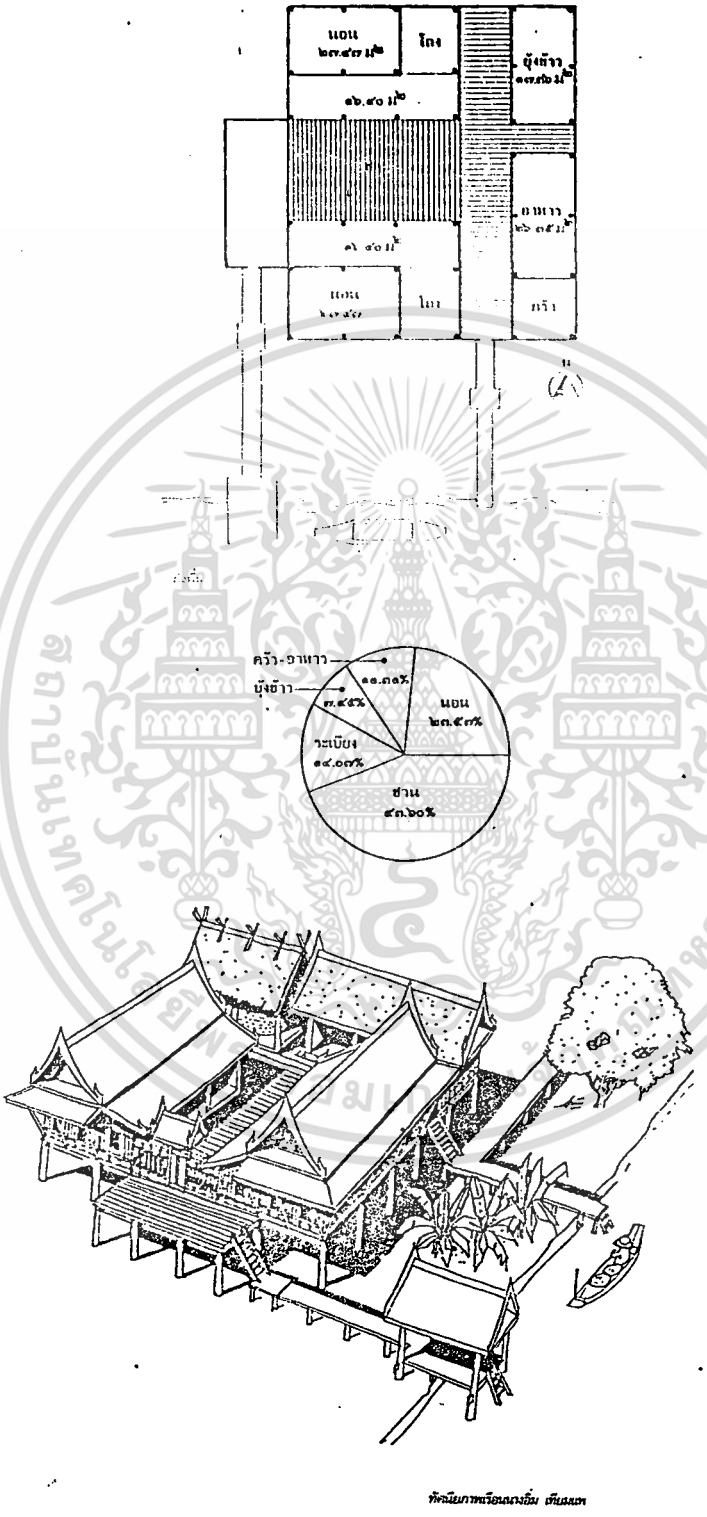


รูปแบบบ้านไทย
จากเรื่อง การอยู่ในบ้านแบบไทยเดิม แสงอรุณ รัตกสิกร

การจัดผังบริเวณใช้ลักษณะการจัดแบบ SYMMETRICAL PLAN เพื่อก่อให้เกิดความสง่าและสมดุลกัน แบบผังบริเวณของบ้านเรือนไทยมีการ APPROACH ด้านหน้าด้วยซุ้มประตูบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

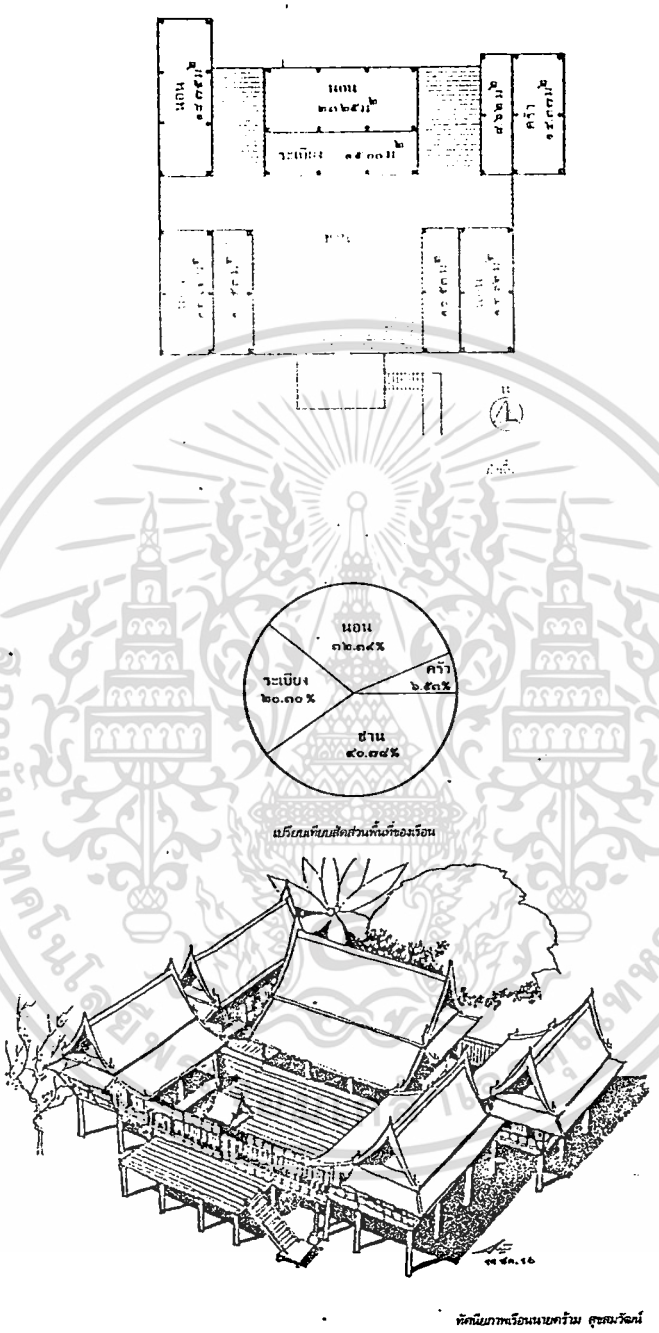
ภาพที่ 6.9 แสดงเรือนนางอิ่ม เทียมแพ 27 หมู่ 7 ตำบลบางพรหม อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นเรือนไทยติดริมแม่น้ำซึ่งทางเข้าบ้านจะเข้าทางด้านท่าน้ำ



ทัศนียภาพเรือนนางอิ่ม เทียมแพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

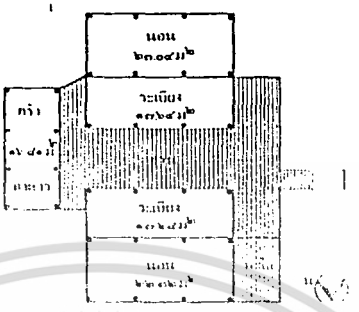
ภาพที่ 6.10 แสดงเรือนนายคร้าม สุขสมวัฒน์ 6 หมู่ 4 ตำบลท่าวาสุกรี อำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

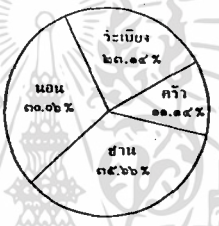


เป็นเรือนหมู่ 5 มีชานเรือนเชื่อมอาคารทุกอาคารเข้าด้วยกันจากประตูทางเข้าจะเป็นเรือนเอกอยู่ตรงกลาง ซึ่งเป็นเรือนประธานของเรือนไทยหมู่นี้ ลักษณะการจัดจะมีความสมดุลเท่ากันสองด้าน

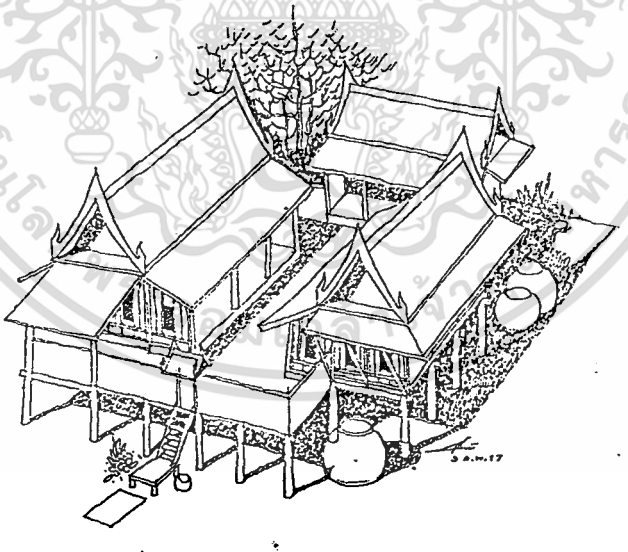
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.11 แสดงเรือนนางสัมกิ่ง ทองระย้า 1011 ตำบลพุดชา อำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี





สัดส่วนเทียบสัดส่วนพื้นที่ของเรือน



ทัศนียภาพเรือนนางสัมกิ่ง ทองระย้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บ้านทรงไทยเอกลักษณ์ของชาติ

ภาพที่ 6.12 อุทยานพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม

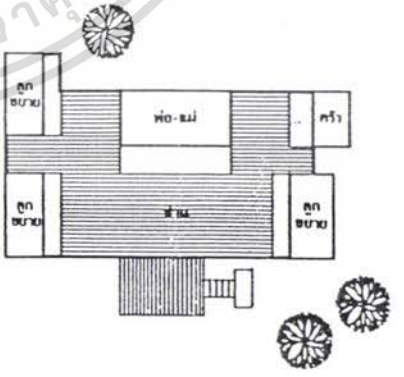


บ้านเรือนเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ในวิถีชีวิตและวงจรของครอบครัวคนไทย รูปแบบและโครงสร้างของสิ่งที่เรียกว่าเรือนไทยที่เป็นเรือนไม้ฝาประกน ตั้งอยู่บนเสาสูง และมีหลังคาสูง มีปั้นลมและหน้าจั่วนั้นไม่อาจเรียกได้เต็มปากว่าเป็นเรือนไทยที่เป็นตัวอย่างหรือตัวแทนของทุกภาคได้ หากเป็นเรื่องของเรือนที่พัฒนาขึ้นจากสภาพแวดล้อมแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด

ภาพที่ 6.13 เรือนพี่เรือนน้องชานบ้านติดกัน

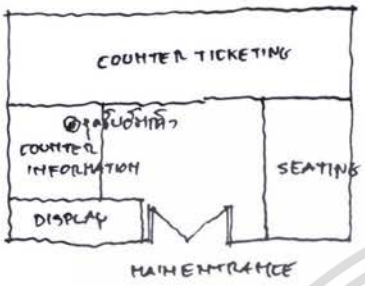
เป็นการเชื่อมโยงของ AREA ให้มีความสัมพันธ์ในพื้นที่ใช้สอย

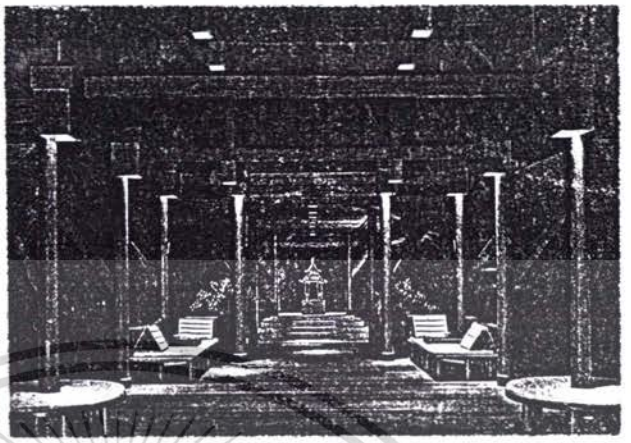




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.14 แสดงการจัด ZONING ของสำนักงาน





การออกแบบในลักษณะที่มีองค์ประธานและรองประธาน การจัดแบบ SYMETRICAL PLAN องค์ประธานเป็นจุดเด่นของห้อง มีความโดดเด่นชัดเจน ส่วนรองประธานเป็นส่วนพักคอยทั้งสองข้าง ทำให้ห้องมีความสมดุล

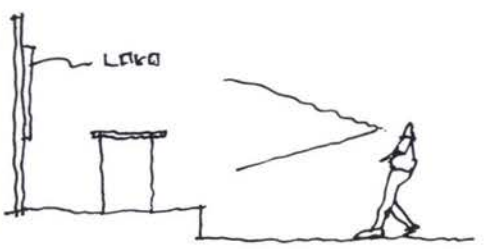
การนำเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมภายในมาเป็นแนวทางในการออกแบบ

การจัดวางผังบริเวณภายในอาคาร โดยจัดพื้นที่ประโยชน์ใช้สอยให้สะดวก สามารถเชื่อมติดต่อกันได้อย่างเหมาะสมและสะดวกต่อการปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

ภาพที่ 6.15 แสดงจุดศูนย์กลางของห้อง

เมื่อก้าวเข้ามาภายในสำนักงานจะเห็นส่วนประธานคือ COUNTER TICKETING และสามารถมองเห็น LOGO อย่างชัดเจน





รศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.16 แสดงทางเข้าบ้านเรือนไทย



ทางเข้าด้านหน้าที่จุดนำสายตาเมื่อมองเข้าไปสามารถมองเห็นภายใน มีองค์ประธานที่เป็นจุดเด่นได้ชัดเจน มีการ APPROACH ด้านหน้าด้วยซุ้มประตูทางเข้า



สำนักงาน OFFICE TICKETING การบินไทย สิ่งแรกที่พบเห็นคือจุด COUNTER TICKETING เป็นจุดประธาน ส่วน COUNTER INFORMATION และ SEATING เป็นรองประธาน อีกทั้งยังเห็น LOGO สำนักงานได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.17 แสดงทางเข้าบ้านทรงไทยด้านหน้าจะเห็นชุ้มประตู ที่มีเอกลักษณ์อันโดนเด่น (สถานที่บ้านทรงไทย ภาคกลาง)

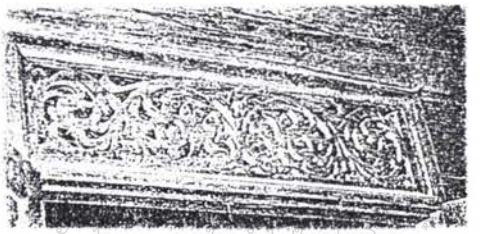


การตกแต่งด้านหน้าบ้านเรือนไทย และประตูทางเข้าเพื่อการให้ด้านหน้าเป็นจุดสนใจ และมีเอกลักษณ์ไทย

ภาพที่ 6.18 ประตูทางเข้ามีลวดลายแกะสลักที่ประตู มีความสวยงามและอ่อนช้อยส่งถึงความเป็นไทย

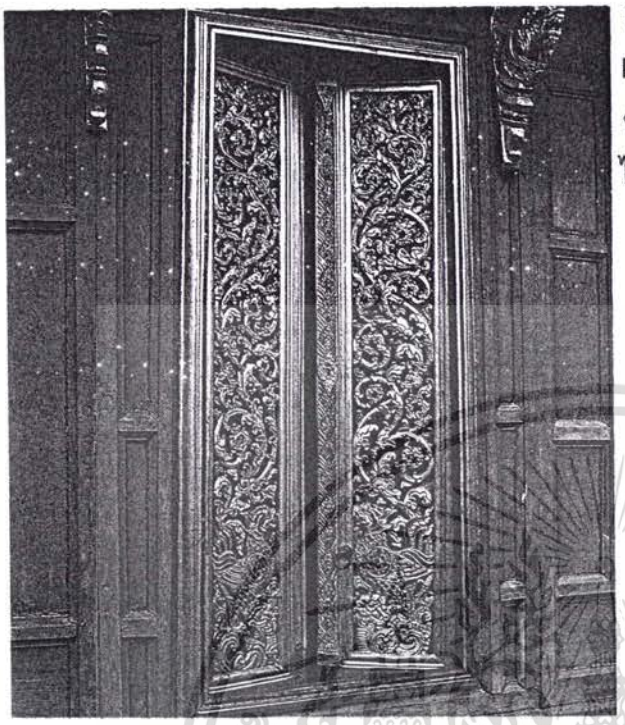


ภาพที่ 6.19 เหนือประตูมีลวดลายฉลุอันเป็นเอกลักษณ์ของไทย (ลวดลายแกะสลักบ้านของนายห้างล่ำซำ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น จ.กำแพงเพชร)

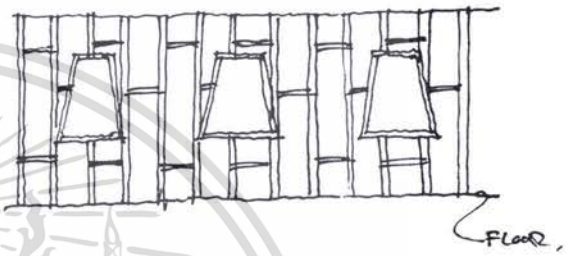


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.19 แสดงผนังไม้หลัง COUNTER TICKETING



ผนังไม้หลัง COUNTER TICKETING มี PATTERN ของฝาประกน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของฝาผนังบ้านไทย ดูสวยงาม อบอุ่นแบบไทยๆ

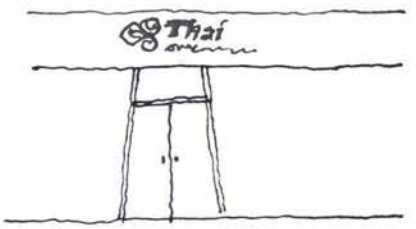


ทางเข้า (MAIN ENTRANCE) ซึ่งอยู่ด้านหน้านอกอาคาร (EXTERIOR) เป็นส่วนสำคัญอย่างมากนอกจาก LOGO การบินไทยที่เห็นเด่นชัดแล้ว ประตูทางเข้าก็ต้องมีความสวยงามเพื่อให้สอดคล้องจากด้านนอกไปจนถึงภายในสำนักงาน ได้นำภาพจิตรกรรมมาเป็นแนวทางในการออกแบบประตูทางเข้าสำนักงาน

ภาพที่ 6.20 แบบจิตรกรรมบานประตูสำนักงาน







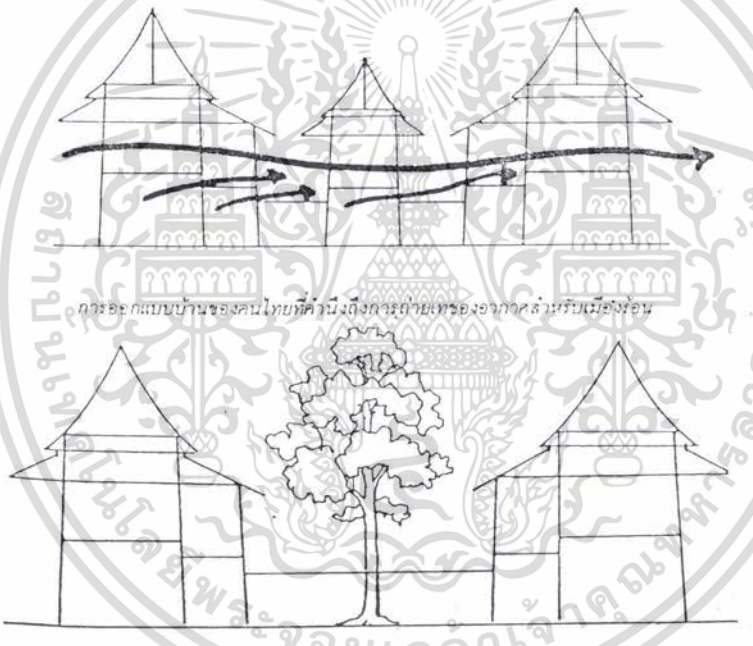
ประตูทางเข้าบานเปิดคู่ตกแต่งด้วยลวดลายเทวดาทำท่า “สวัสดี” แสดงถึงการเชื้อเชิญให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาใช้บริการ ยินดีต้อนรับ แสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีไทยด้วยการไหว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบเรือนไทยที่ยกพื้นสูงเพื่อการถ่ายเทอากาศ

บ้านเรือนไทยมีการถ่ายเทอากาศในแนวขนานกับตัวเรือนนั้น เกิดจากการจัดระดับพื้นของเรือนให้ต่างระดับกันหลายระดับ เช่น ยกพื้นชานนอกชายคาเป็นระดับที่ต่ำสุด พื้นระเบียงและพื้นห้องยกให้มีระดับสูงขึ้นเป็นลำดับกัน พื้นห้องในตัวเรือนอยู่ในระดับสูงสุด ความสูงของพื้นแต่ละระดับห่างกันพอดีกับการนั่งห้อยเท้า

ภาพที่ 6.21 แสดงการออกแบบบ้านคนไทยที่คำนึงถึงการถ่ายเทของอากาศสำหรับเมืองร้อน



การออกแบบบ้านของคนไทยที่คำนึงถึงการถ่ายเทของอากาศสำหรับเมืองร้อน

การปลูกต้นไม้กลางชานเรือน เป็นการแก้ปัญหาเรื่องความร้อนจากแสงแดดวิธีหนึ่ง โดยใช้ธรรมชาติแก้ปัญหาธรรมชาติ ประหยัดกว่าการใช้เทคโนโลยีแก้ปัญหาธรรมชาติ

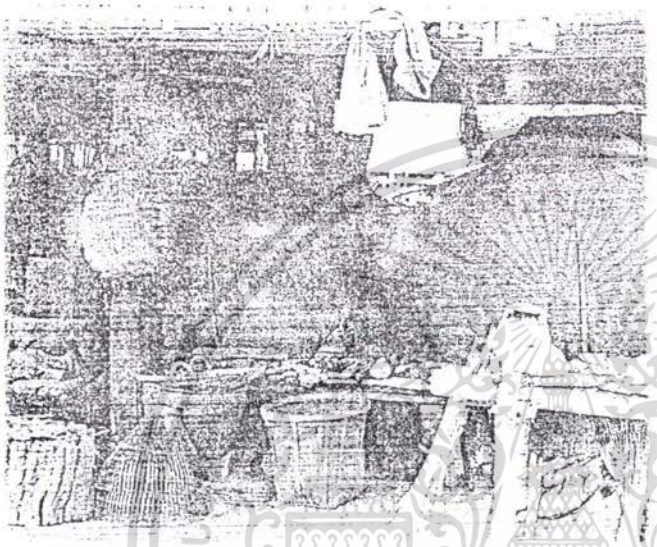
การปลูกต้นไม้กลางชานเรือน เป็นการแก้ปัญหาเรื่องความร้อนจากแสงแดดวิธีหนึ่ง โดยใช้ธรรมชาติแก้ปัญหาธรรมชาติ ประหยัดกว่าการใช้เทคโนโลยีแก้ปัญหาะรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบเรือนไทยที่ยกพื้นสูงแต่ละภาค

เรือนไทยภาคกลาง ใต้ถุนบ้านจัดทำเป็นที่ประกอบกิจกรรมต่างๆ เช่น ทำอาหาร ขนม เพื่อนำไปทำบุญ หรือเป็นที่เก็บเครื่องใช้ทำมาหากิน

ภาพที่ 6.22 เรือนไทยภาคเหนือ

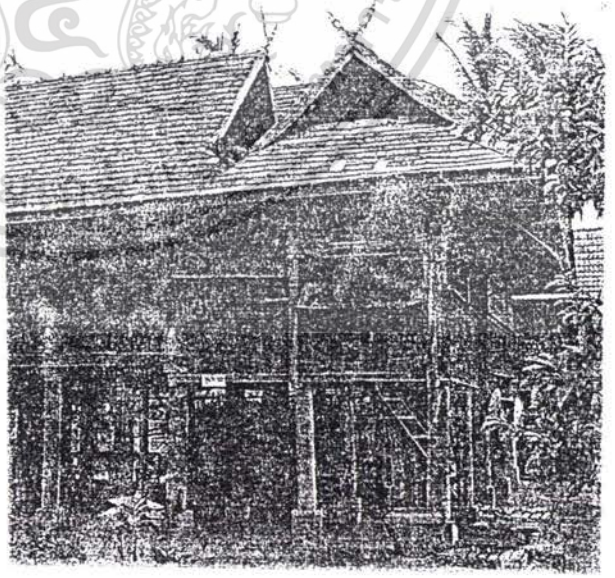






ภาพที่ 6.23 สถานที่เรือนไทยในเขตเชียงใหม่



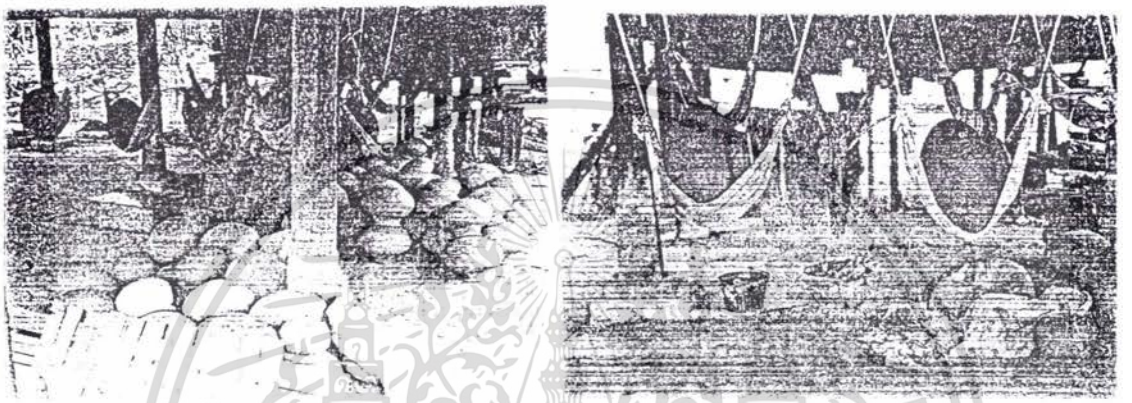


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรือนไทยภาคใต้

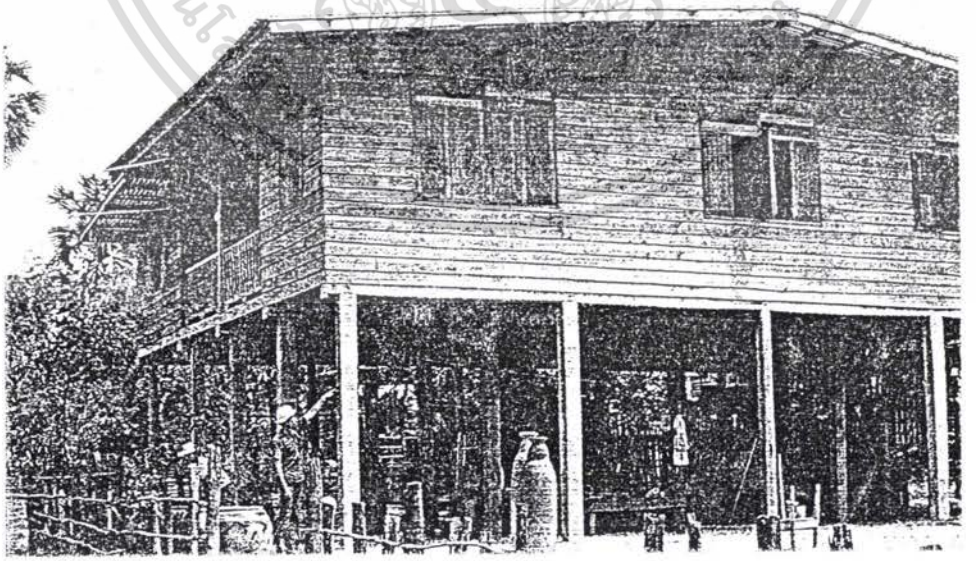
ใต้ถุนบ้านมีการประกอบอาชีพต่างๆ เช่น สวนยาง เหมือนแร่ ประมง อีกทั้งเป็นที่เก็บอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ หม้อ ต่างๆ

ภาพที่ 6.24 แสดงการประกอบอาชีพของชาวบ้านทางภาคใต้



เรือนไทยภาคอีสาน

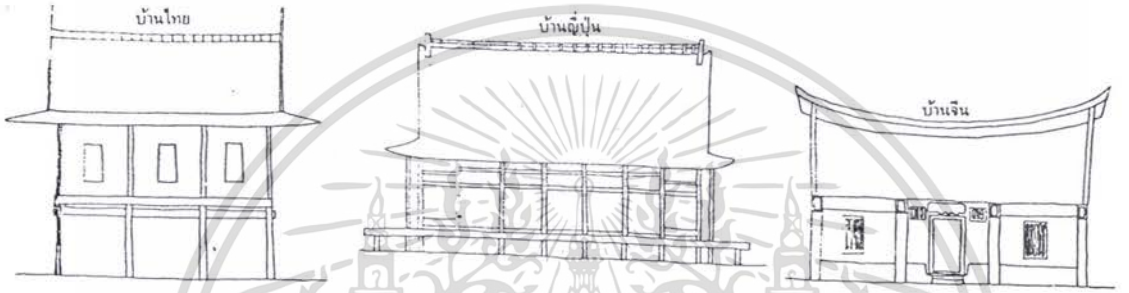
ภาพที่ 6.25 เรือนหลังคาแพนที่นครพนม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

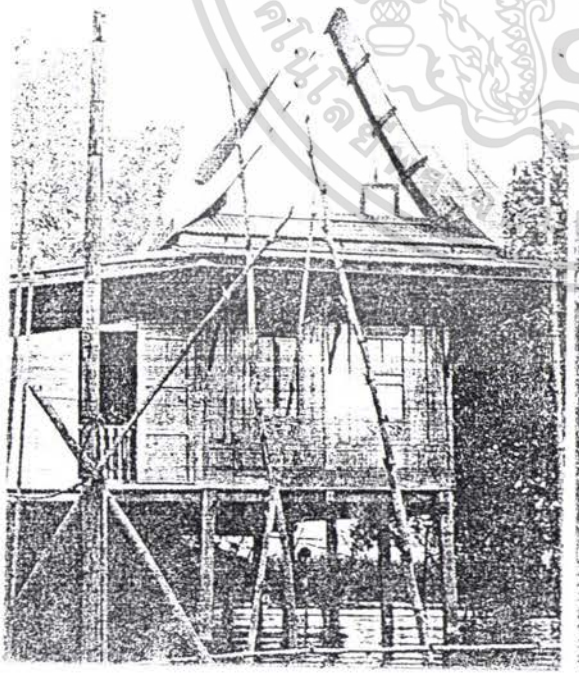
เรือนไทยเป็นสถาปัตยกรรมสะเทินฟ้าสะเทินบกอย่างแท้จริงในฤดูน้ำ น้ำท่วมใต้ถุน เอาเรือเข้ามาจอดใต้ถุนบ้านได้ ในฤดูแล้งใต้ถุนแห้งใช้เป็นที่สำหรับประกอบกิจกรรมต่างๆ สารพัดประโยชน์

ภาพที่ 6.26 แสดงเปรียบเทียบบ้านไทย ญี่ปุ่น และจีน เรือนไทยยกพื้นสูงที่สุด บ้านญี่ปุ่นยกพื้นเล็กน้อย ส่วนบ้านคนจีนพื้นอยู่ติดกับดิน

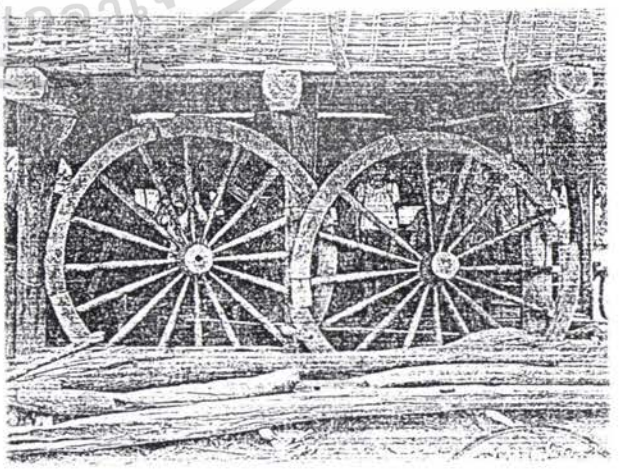


บ้านไทย บ้านญี่ปุ่น บ้านจีน

ภาพที่ 6.27 ช่วงหน้าฝนน้ำท่วม



ภาพที่ 6.28 ช่วงหน้าแล้งสามารถประกอบกิจกรรมต่างๆ ได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การยกระดับพื้นภายในบ้านทรงไทยเป็นการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ประโยชน์ใช้สอยต่างๆ ทำให้จุดที่มีความสำคัญภายในบ้านมีความโดดเด่น

ภาพที่ 6.29 ระเบียงและชานพระตำหนักเรือนต้น บริเวณพระที่นั่งอัมพรสถาน พระราชวังดุสิต กรุงเทพมหานคร

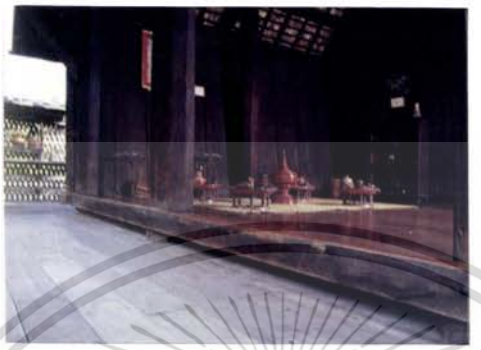


ภาพที่ 6.30 แสดงการยกระดับพื้นบ้านทางภาคใต้ (บ้านคุณหะยีสะนิ อาแล อ.เมือง ต.ท่าลาน จ.ยะลา

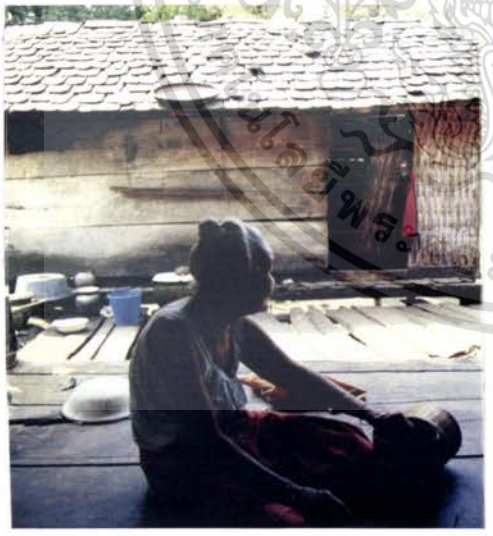


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.31 ชานบ้านและเติ่น (ภาคเหนือ)



ภาพที่ 6.32 บรรยากาศมองจากเติ่นออกไปสู่ชานหน้าบ้าน



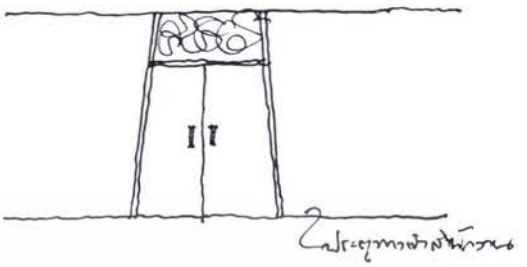




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.33 แสดงเหนือซุ้มประตูตกแต่งด้วยไม้แกะสลัก



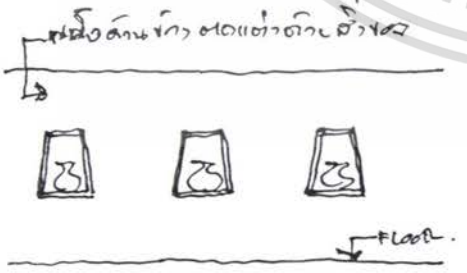


เหนือซุ้มประตูทางเข้า (MAIN ENTRANCE) ตกแต่งด้วยไม้แกะสลักเพื่อเน้นทางเข้าสำนักงานให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 6.34 แสดงการยกระดับพื้นที่ใช้สอย



การแบ่ง SPACE พื้นที่ใช้สอยที่แตกต่างกันด้วยการยกระดับพื้นที่ขึ้น ทำให้จุดที่ต้องการเน้นความสำคัญนั้นเด่นชัดขึ้น และเป็นการแบ่ง FUNCTION ของพื้นที่ได้ชัดเจน





ช่องหน้าต่างบ้านทรงไทย ทำให้มีความรู้สึกโล่ง มีมิติ ไม่อึดอัดเหมือนผนังเรียบๆ ส่วนกรอบช่องหน้าต่างที่ลึกเข้าไปสามารถตกแต่งด้วยงานประดิมากรรม ซึ่งเป็นส่วนของ DECORATION สร้างบรรยากาศให้อบอุ่นและสามารถซ่อน LIGHTING ได้ดีด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.35 สถานที่อุทยานพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม



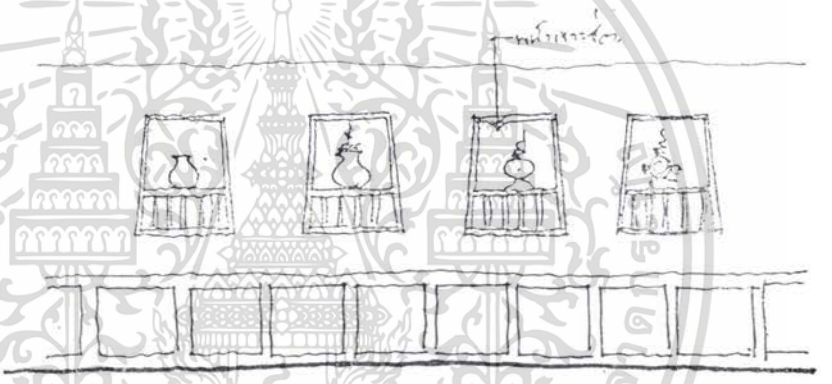
ผนังตัวบ้านเรือนไทยมีการเว้นช่องหน้าต่างเป็นจังหวะที่เหมาะสม เพื่อรับแสงสว่างและการถ่ายเทอากาศได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.36 กรอบเช็ดหน้า และหย่องที่หน้าต่าง

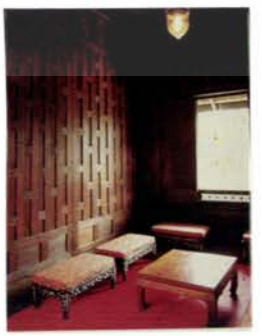


การนำฝ่า "ประกน" ของตัวบ้านและช่องหน้าต่างมาใช้ในการออกแบบในส่วนของสำนักงาน ผนังมีช่องเจาะลึกสามารถวางสิ่งของตกแต่งและซ่อนไฟได้



แสดงการตกแต่งผนังภายใน OFFICE TICKETING

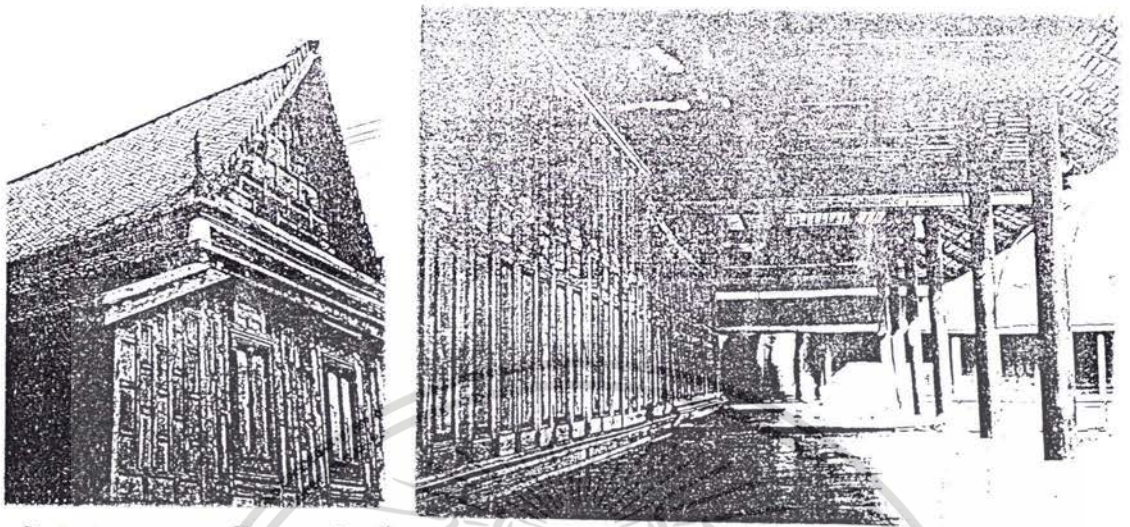
ภาพที่ 6.37 แสดงการตกแต่งเคหะภัณฑ์ริมระเบียงพระตำหนักเรือนต้น บริเวณพระที่นั่งอัมพรสถาน พระราชวังดุสิต กรุงเทพมหานคร



ในส่วนของ SEATING ผนังด้านหลังยังคงเป็นฝา "ประกน" เช่นเดิม และช่องหน้าต่างก็ยังคงมีการประดับตกแต่งด้วยของตกแต่ง DECORATION ที่แสดงสื่อถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

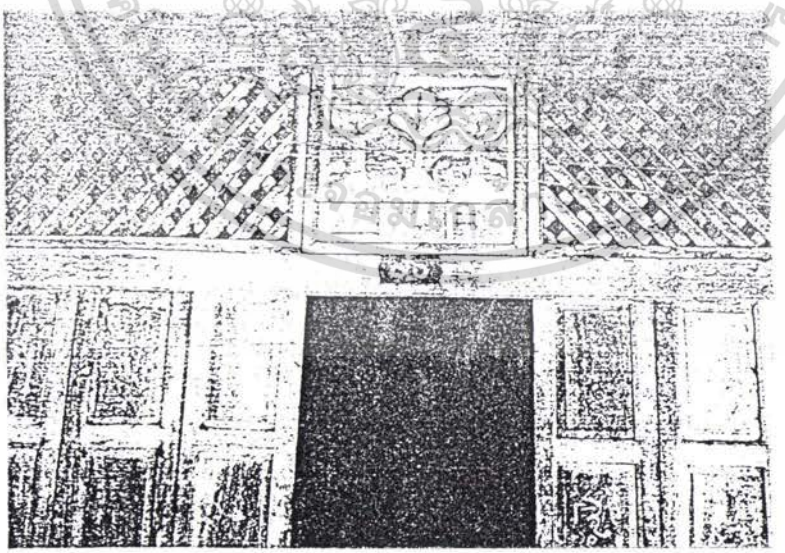
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.38 รูปแบบผนังของบ้านทรงไทย ภาพที่ 6.39 เรือนพาไล วัดเกาะ จ.เพชรบุรี



ผนังฝาประกน ตำหนักแดง เดิมเป็นของ
สมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ ต่อมาย้าย
มาไว้ที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร

ภาพที่ 6.40 สถานที่สามแยกบ้านเพียง จ.ยะลา

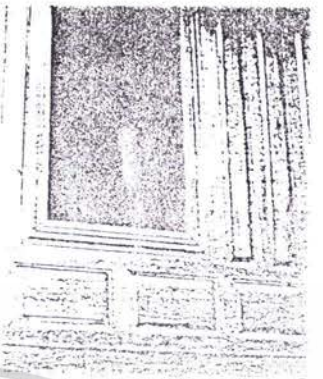


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.41 ฝาประกนลูกพัก



ภาพที่ 6.42 ฝาสายบัว



ภาพที่ 6.43 ฝาเพี้ยม



ภาพที่ 6.44 หย่องหน้าต่างแบบแกะสลักเป็นลวดลาย



ภาพที่ 6.45 ฝาประกน



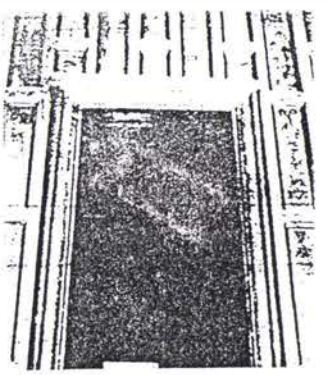
ภาพที่ 6.46 ฝาสำหรวด



ภาพที่ 6.47 ฝาขัดแตะ



ภาพที่ 6.48 ฝาประกนกระดานเจียด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

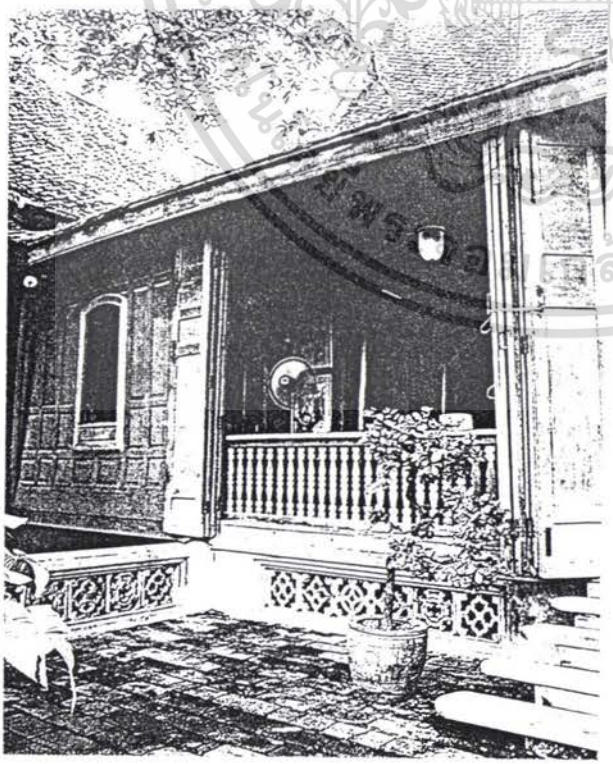
ภาพที่ 6.49 ฝาประกนลูกฟักกระดานดุม และการเข้าปากไม้หางเหยี่ยวที่ฝาหุ้มกลอง



การนำลวดลายฝาของบ้านนำตกแต่งเป็นแบบอย่าง

แบบตัวอย่างบ้านจิมทอมป์สัน ถนนพระราม 1 ปทุมวัน กรุงเทพฯ

ภาพที่ 6.50 ชานพักหน้าเรือนผนังเล่นฝาประกน เจาะช่องหน้าต่างโค้ง

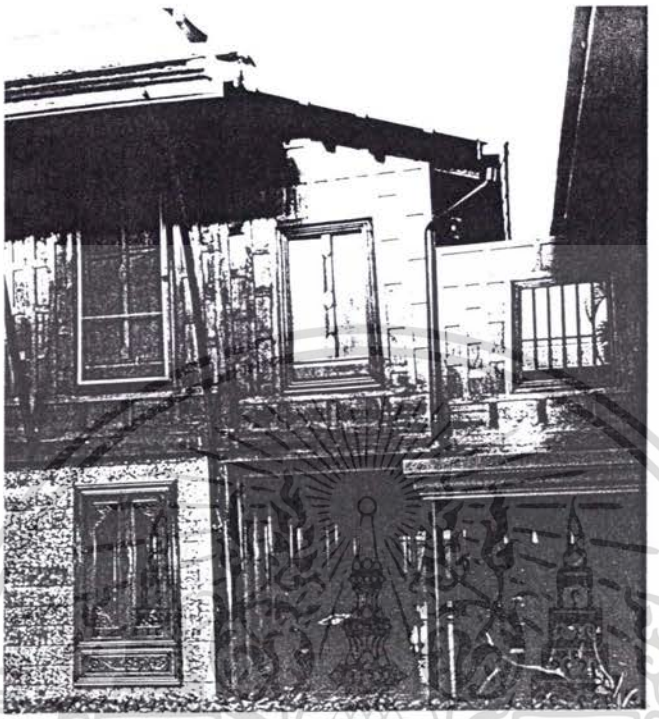


ภาพที่ 6.51 ด้านหน้าของห้องนอน ผนังตกแต่งด้วยฝาประกน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.52 ทัศนียภาพภายนอกบ้านเรือนไทยภาคกลาง



ภาพที่ 6.53 ทัศนียภาพภายในบ้านเรือนไทย

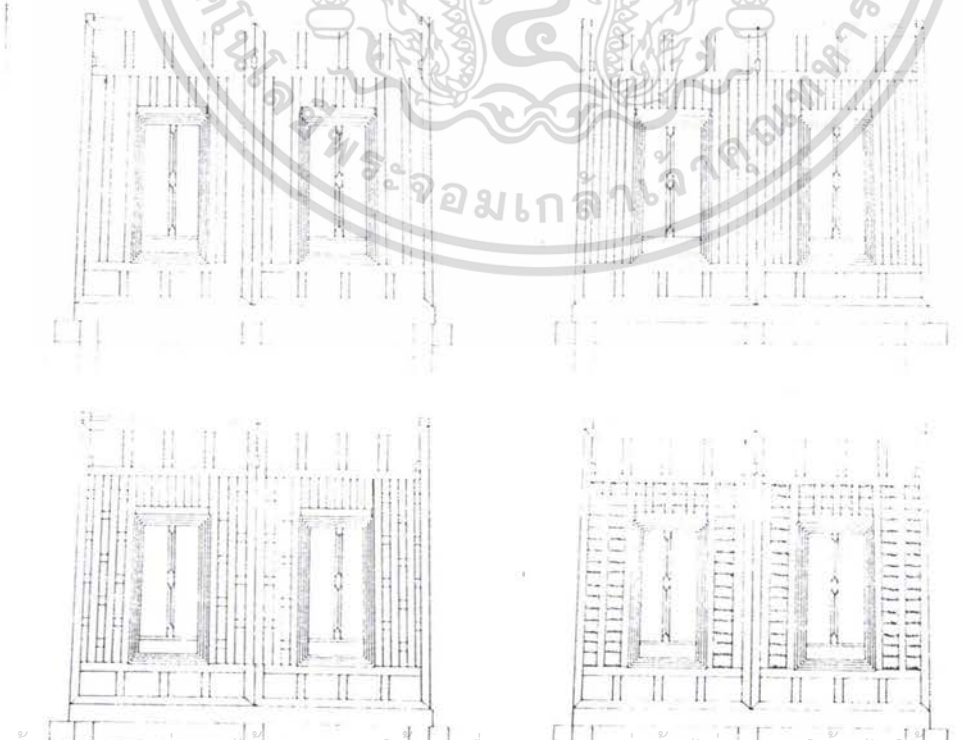


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.54 ผนังภายในบ้านเรือนไทยภาคเหนือ



ภาพที่ 6.55 ผนังภายนอกบ้านเรือนไทยภาคเหนือ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.56 ผนังบ้านทรงไทยภาคใต้





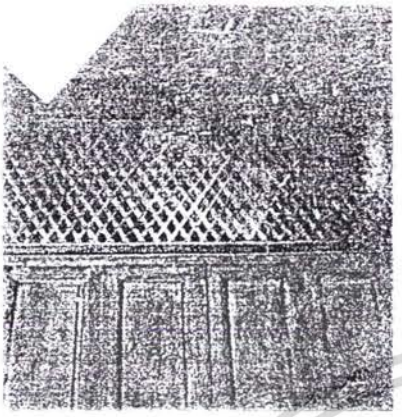
ภาพที่ 6.57 ผนังบ้านทรงไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

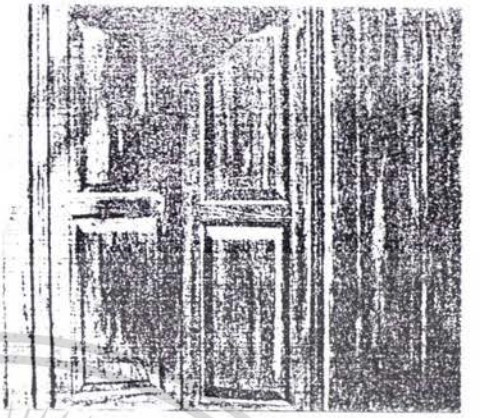





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

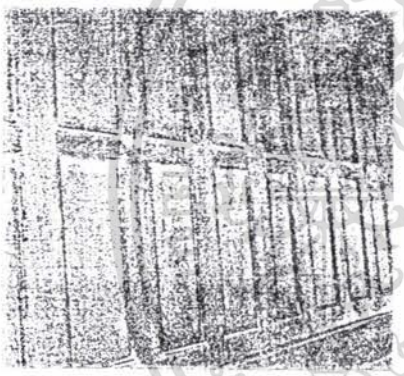
ภาพที่ 6.58 ฝาลูกฟัก กระดานดุนและช่องลมไม้ตาตาราง ภาพที่ 6.59 ฝาสายบัวและประตูลูกฟักกระดานดุน

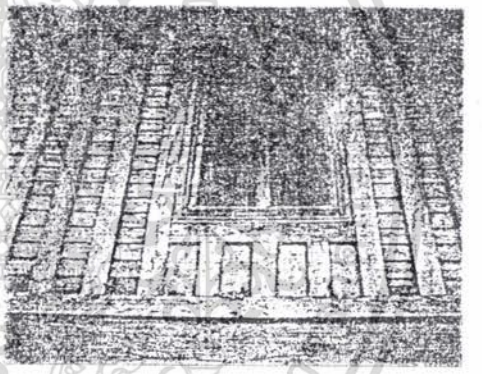




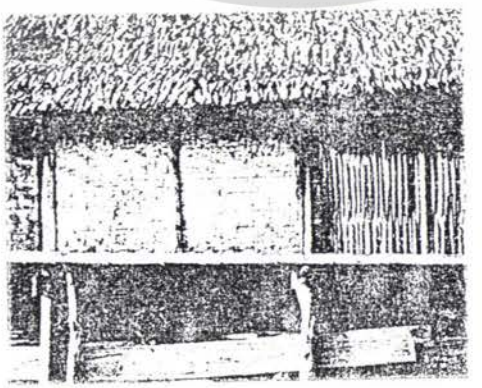
ภาพที่ 6.60 ฝาเพี้ยมลูกฟักกระดานดุน

ภาพที่ 6.61 ฝาสำหรวดไม้จริง



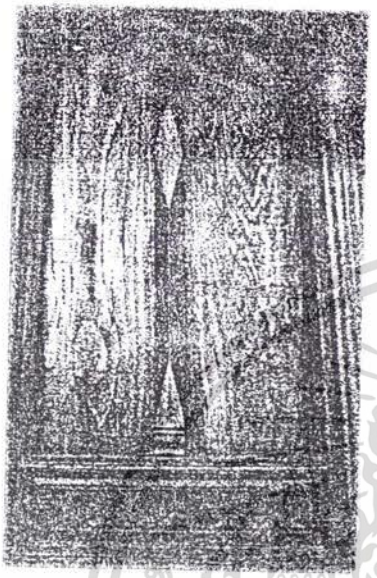


ภาพที่ 6.62 ฝาขัดแตะ ฝาลำแพนของเรือนเครื่องผูก

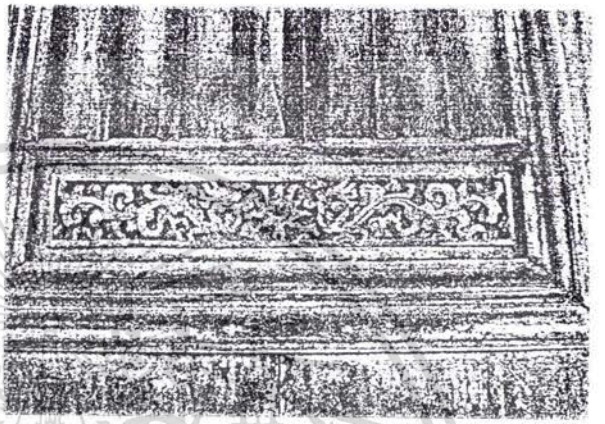


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

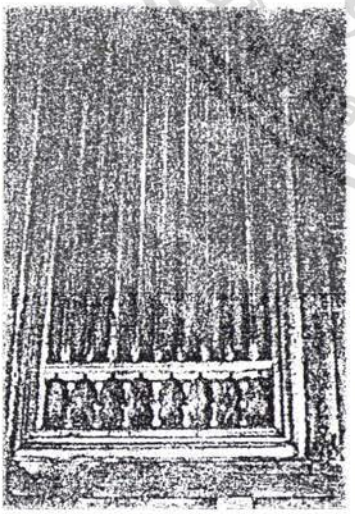
ภาพที่ 6.63 กรอบเช็ดหน้า ไม้อกเลา ประจำยาม ลูกฟักบน-ล่าง



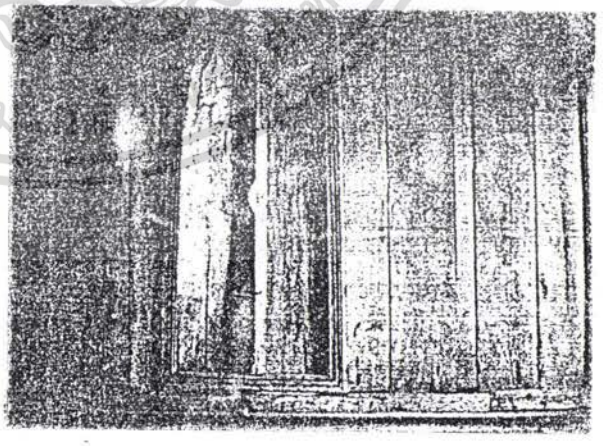
ภาพที่ 6.64 กรอบเช็ดหน้าด้านล่าง และหย่องไม้สลัก



ภาพที่ 6.65 ลูกกรงไม้ซี่และหย่องไม้กลึง

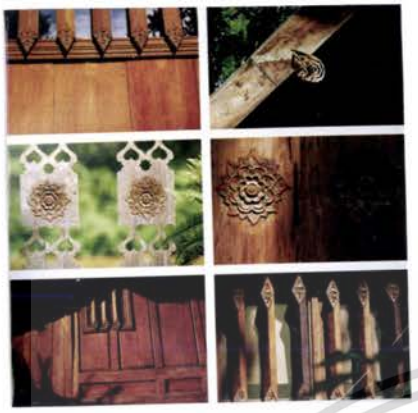


ภาพที่ 6.66 กรอบเช็ดหน้าบานประตู และฝาไม้กระดานเรียบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.67 แสดงลายไม้แกะสลัก

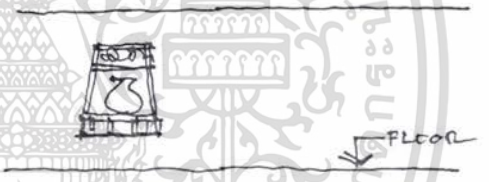


นำเอาส่วนลูกกรงหน้าต่างซึ่งเป็นไม้แกะลวดลายเป็นตัวแบ่งจังหวะของพื้นที่ที่ต้องการเล่นจังหวะไม่ให้เกิดความเรียบจนเกินไป

ภาพที่ 6.68 แสดงลายไม้ฉลุ



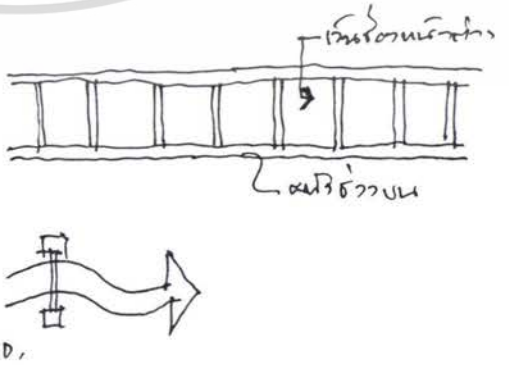
ลายฉลุไม้เหนือหัวเสาเป็นลวดลายที่อ่อนช้อยงดงามมาประกอบกับซุ้มหน้าต่างเพื่อเพิ่มความสวยงามยิ่งขึ้น



ภาพที่ 6.69 แสดงช่องระบายอากาศของบ้านทรงไทย



การนำช่องระบายอากาศที่เป็นลูกกรงไม้กลึงเป็นการถ่ายเทลมมาใช้ในการออกแบบตกแต่งรอบห้องเพื่อความสวยงาม และเป็นช่องสำหรับระบบปรับอากาศได้อีกด้วย

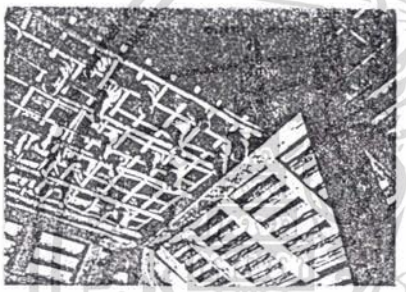


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.70 แสดงโครงสร้างหลังคาบ้านทรงไทยในแต่ละภาค









การทำช่องตะแกรงโปร่งนี้มีขนาดช่องแคบกว่าเส้นผ่าศูนย์กลางของคนโท เมื่อเก็บคนโทด้วยการคว่ำลงเอาคอคนโทเสียบลงตรงช่วงตะแกรง เพดานตะแกรงโปร่งนี้ภาษาล้านนาเรียกว่า "ควั่น"



หลังคามุงจาก ศูนย์ศิลปชีพบางไทย พระนครศรีอยุธยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.71 โครงสร้างเพดานเรือนไทยภาคกลาง



ภาพที่ 6.72 แสดงโครงสร้างของหลังคาที่มีจั่ว, คาน, ขื่อ, แป และระแนงยึดวัสดุปูหลังคา



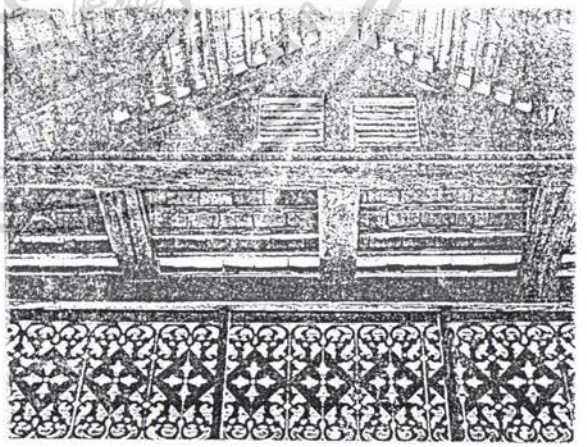
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.73 เรือนไทยศูนย์ส่งเสริมวัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 6.74 เรือนไทยภาคใต้ไม่นิยมทำตัวฝ้าเพดานแต่จะเน้นที่ช่องลมเพื่อให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.75 แสดงโครงสร้างของการรับพื้นชั้นบน



การนำเอาส่วนของงานสถาปัตยกรรมไทยตงรับพื้นไม้ชั้นบนมาเป็นแนวทางตกแต่งฝ้าเพดานเพื่อให้เกิดมิติไม่เรียบจนเกินไป และสามารถซ่อนงานระบบไฟฟ้าแสงสว่างในส่วนที่เป็นคาน นอกจากนี้ให้ความรู้สึกอบอุ่นที่ถูกห่อหุ้มด้วยบรรยากาศแบบไทยที่ใช้วัสดุที่เป็นไม้ที่ต่อเนื่องและสัมพันธ์กันภายในบรรยากาศ (ATMOSPHERE)

ภาพที่ 6.76 แสดงมุมมองจุดนำสายตาให้เด่นชัด

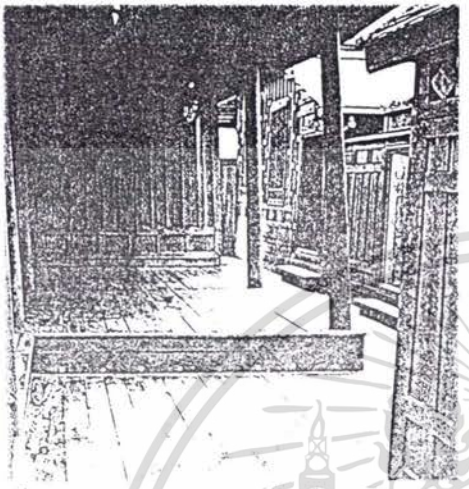


นำงานจิตรกรรมมาตกแต่งในส่วน COUNTER TICKETING เป็นการนำศิลปแขนงงานจิตรกรรมมานำเสนองานแบบ "การค้นพบ" (DISCOVERY) และ "การสร้างความประหลาดใจ" (SURPRISE) ให้แก่ผู้ที่มาพบเห็น

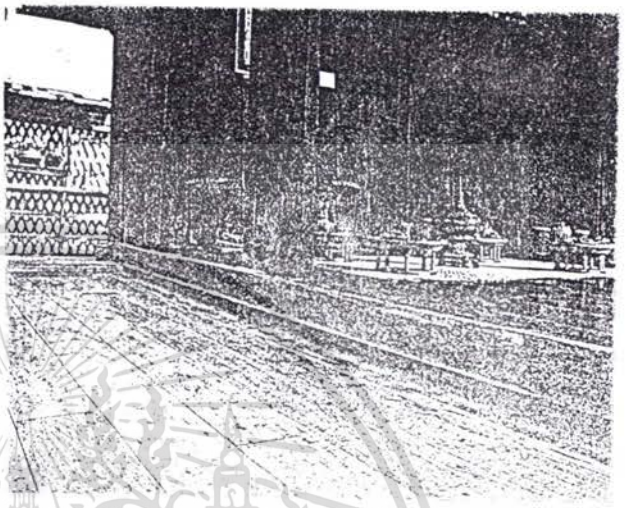
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนชานบริเวณบ้านเป็นส่วนเชื่อมพื้นที่ต่าง ๆ ของเรือน พื้นบ้านทรงไทยจึงต้องมีลักษณะแข็งแรงและทนทาน ทนต่อสภาพดิน ฟ้า อากาศ เพราะพื้นบางส่วนจะอยู่นอกชาน

ภาพที่ 6.77 แสดงส่วนพื้นบ้านทรงไทย

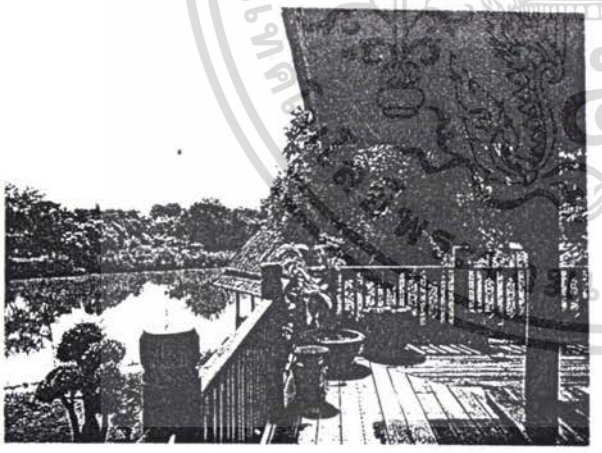


ภาพที่ 6.78 ชานพักและพื้นบ้านทางภาคเหนือ



ระเบียงและชานพระตำหนักเรือนต้น บริเวณ
พระที่นั่งอัมพรสถาน พระราชวังดุสิต กรุงเทพฯ

ภาพที่ 6.79 พื้นบ้านไทยภาคกลาง



ภาพที่ 6.80 ชานพักและพื้นบานทางภาคเหนือ

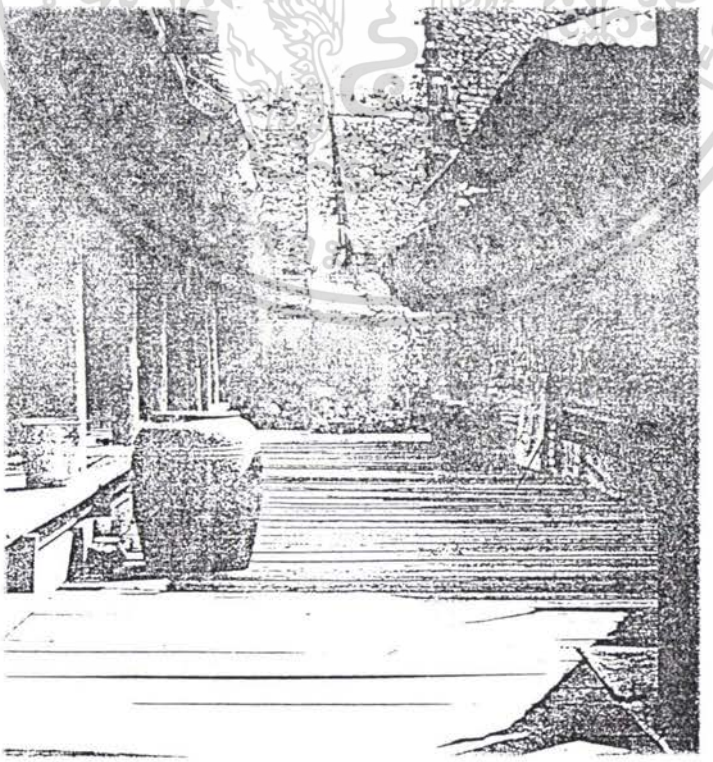


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.81 พื้นด้านนอกชานบ้านเรือนไทยทางภาคเหนือ

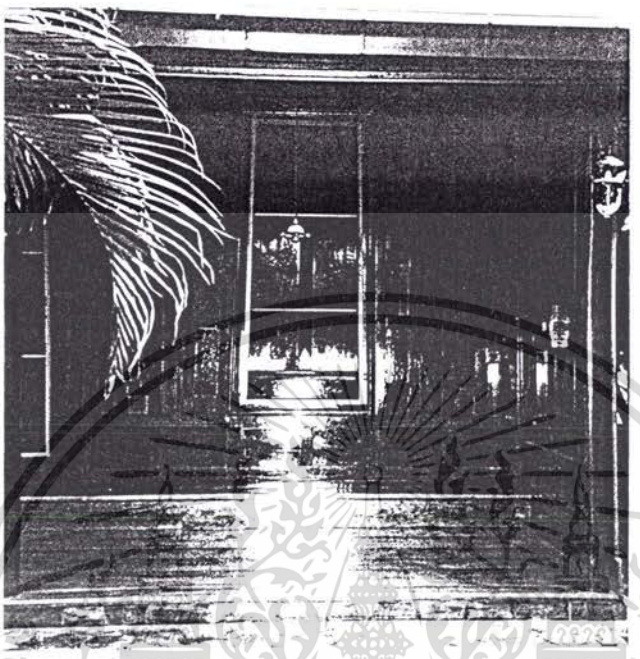


ภาพที่ 6.82 ชานแล่นของเรือนไทยที่หมู่กุฏิสงฆ์วัดแห่งหนึ่งในเพชรบุรี บ่งถึงวิถีชีวิตคนไทยของครอบครัวใหญ่ที่น่าสงบสุขอย่างยิ่ง

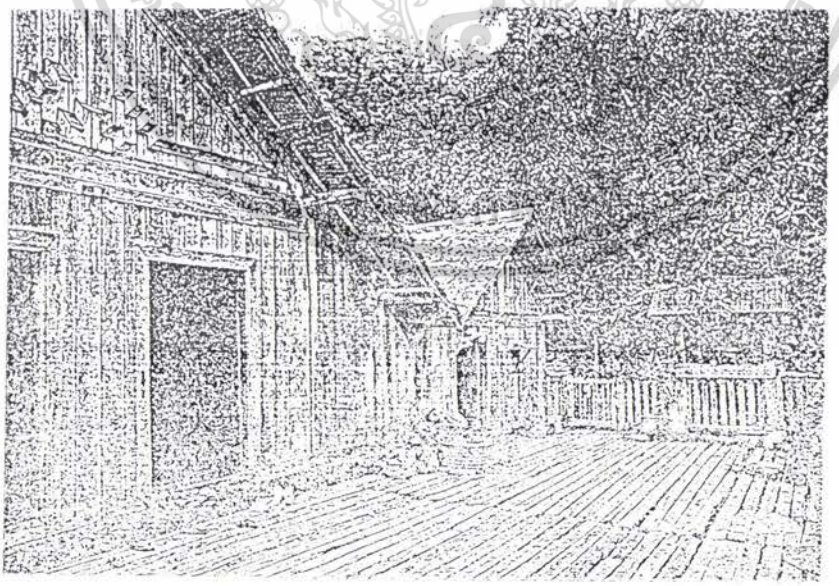


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.83 ชานพักและพื้นบ้านเรือนไทยภาคกลาง



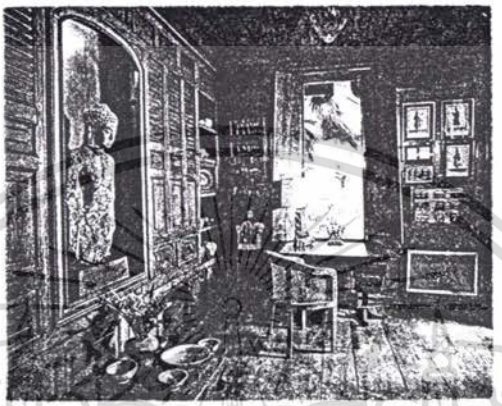
ภาพที่ 6.84 ชานพักและพื้นบ้านกลางแจ้งบ้านเรือนไทยภาคอีสาน



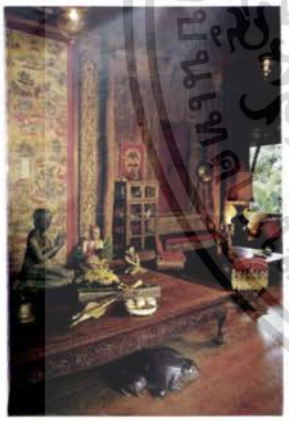
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในส่วนของ DECORATION ภายในสำนักงาน เป็นการรวบรวมงานศิลปทุกแขนงมาใช้ในการตกแต่งทั้งงานประติมากรรม ภาพพิมพ์ ภาพไทย จิตรกรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของงานช่างฝีมือไทย

ภาพที่ 6.85 แสดงของตกแต่ง DECORATION ที่เป็นงานจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ภาพไทย



เอาโบราณวัตถุแสดงถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันยาวนานของชาติ



แสดงถึงวัฒนธรรมประเพณี "การไหว้" อ่อนน้อมเชื้อเชิญยินดีต้อนรับ



พระพุทธรูปที่นำเสนอถึงพุทธศาสนาซึ่งเป็นศาสนาประจำชาติ



รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ที่นำมาใช้ภายในสำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2.2 สรุปเอกลักษณ์บ้านเรือนไทยในแต่ละภาค

1. เอกลักษณ์เรือนไทยภาคเหนือ
   1.1 ลักษณะตัวกาแล
   1.2 ลักษณะรูปทรงหลังคาของเรือนกาแลและเรือนเฝ้าทุ่ง
   1.3 ลักษณะชานเรือน
   1.4 ร้านน้ำต้น
   1.5 ลักษณะใต้ถุนโปร่ง
2. เอกลักษณ์เรือนไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
   2.1 ลักษณะทรงหลังคาทรงสูง
   2.2 ลักษณะตัวเหงาปั้นลม
   2.3 ลักษณะชานแล่นเชื่อมระหว่างเรือนพักและเรือนครัว
   2.4 ลักษณะใต้ถุนสูง
3. เอกลักษณ์เรือนไทยภาคกลาง
   3.1 ลักษณะทรงหลังคาแอ่นทรงสูง
   3.2 ลักษณะปั้นลมทรงจอมแห
   3.3 ลักษณะฝาผนังเป็นไม้เข้าเดือยติดต่อกันทั้งผนัง
   3.4 ลักษณะใต้ถุนสูง
   3.5 ลักษณะชานและระเบียงมีเนื้อที่ประมาณ 40% ของพื้นที่ทั้งหมด
   3.6 ลักษณะการจัดหมู่เรือนกระจายไม่บังลมแก่กัน
4. เอกลักษณ์เรือนไทยภาคใต้
   4.1 ลักษณะทรงหลังคาทรงสูง
   4.2 ลักษณะปั้นลมแบบหางปลา
   4.3 ลักษณะเสาตั้งบนตอม่อ
   4.4 ลักษณะใต้ถุนเตี้ย
   4.5 ลักษณะการตกแต่งบ้านด้วยลายฉลุไม้แบบบ้านไทยมุสลิม

การจะนำเอกลักษณ์ของเรือนไทยแต่ละแบบมาใช้นั้น ควรพิจารณาเลือกเอาแต่สิ่งที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบันเท่านั้น ไม่ควรจะต้องทำให้เหมือนแบบเดิมเสมอไป นอกเสียจากว่าจะทำการสร้างขึ้นใหม่เพื่ออนุรักษ์ให้เหมือนเดิมก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง องค์ประกอบบางอย่างไม่เหมาะสมก็ควรมีการเปลี่ยนแปลงได้ เช่น การทำบันไดและนอกชานไม้ตากแดดตากฝนเห็นว่าเป็นสิ่งที่ไม่สมควร เนื่องจากไม้ในปัจจุบันคุณภาพไม่ดี ผุเร็ว และยังมีราคาแพงหายากควรเปลี่ยนไม้เป็นคอนกรีต หรือตั้งบันไดไว้ภายในร่มชายคาเสีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

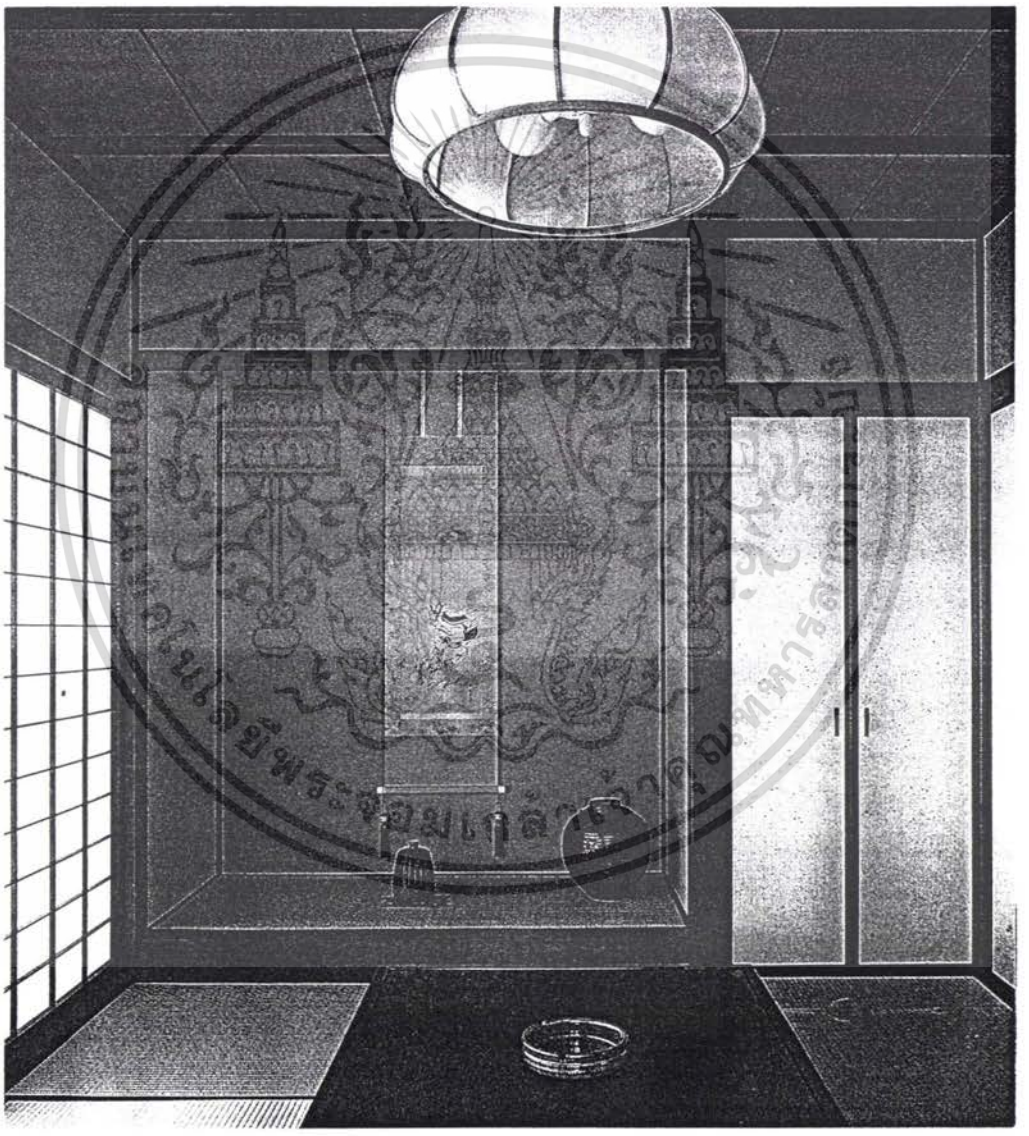
6.2.3 เอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถาปัตยกรรมภายในประจำชาติต่าง ๆ

ภาพที่ 6.86 แสดงการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในในรูปแบบของ GREEK STYLE เพดาน, ผนัง, พื้น ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถาปัตยกรรมประจำชาติ



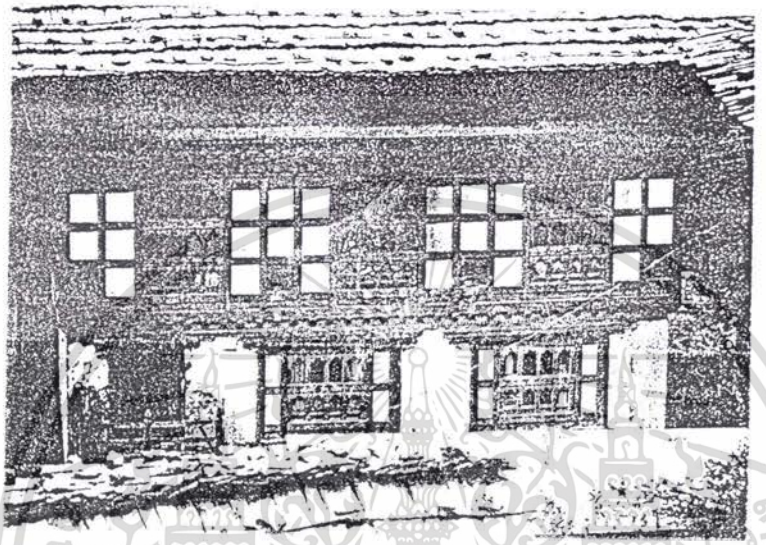
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.87 แสดง SPACE พื้นที่ว่างภายในห้องโดยมีเส้นต่างๆ ทำให้เกิดจังหวะที่สมดุลกัน ในลักษณะรูปแบบของ JAPANESE STYLE ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว การเลือกใช้วัสดุ การใช้พื้นที่ใช้สอยที่สอดคล้องกับพฤติกรรมก่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอยอย่างเต็มที่ สถาปัตยกรรมภายในของญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์ประจำชาติที่แสดงออกได้อย่างชัดเจน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.88 แสดงลวดลายของผนังเล่นจังหวะที่ทำให้เกิดความสมดุลที่สวยงามตามลักษณะสถาปัตยกรรมของภูฐานที่มีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งวัสดุ และลวดลายและศิลปวัฒนธรรมประจำชาติ ก่อให้เกิดเอกลักษณ์

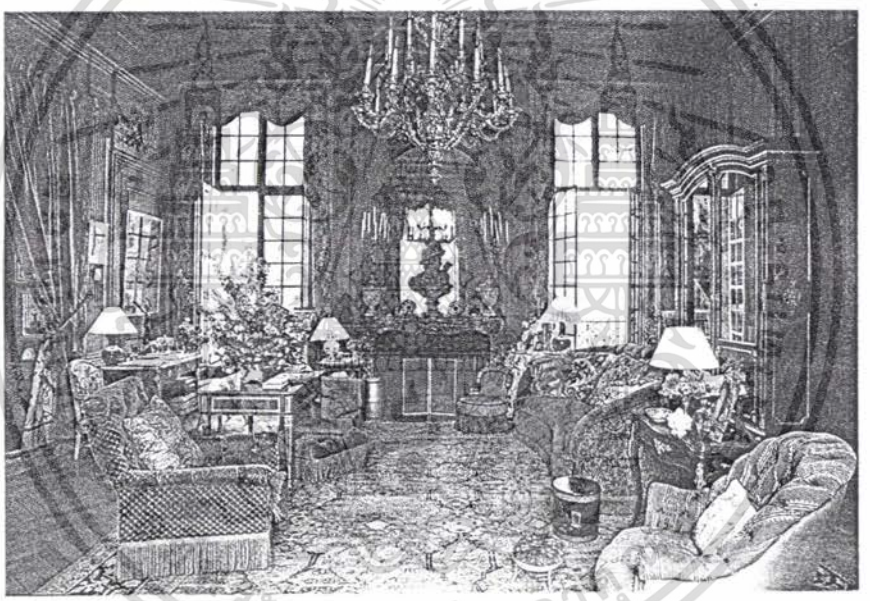


ภาพที่ 6.89 แสดงลักษณะการใช้วัสดุมุงหลังคาของสถาปัตยกรรมภูฐาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.90 แสดงการจัดองค์ประกอบของห้องที่มีความสมดุลของการวางผังและตกแต่งภายในในแบบ FRENCH STYLE การเลือกใช้เครื่องเรือน เฟอร์นิเจอร์ และองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติโดยเฉพาะ เช่น FRENCH WINDOW



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 เอกลักษณ์ของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) (THAI CORPORATE IDENTITY)

บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม ดำเนินกิจการในด้านการบินพาณิชย์ในประเทศและต่างประเทศ ในฐานะสายการบินแห่งชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นรัฐวิสาหกิจของชาติที่ดำเนินกิจการแข่งขันกับต่างประเทศในธุรกิจการบินโลก

ในฐานะที่เป็นสายการบินแห่งชาติ เป็นตัวแทนของประเทศไทยในการดำรงรักษาและส่งเสริมศิลปวัฒนาธรรมของชาติ และเผยแพร่ให้นานาประเทศได้รู้จักประเทศไทย โดยเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้รู้จักและจดจำประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 6.91 แสดงสัญลักษณ์ของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)



ความหมายของสัญลักษณ์

สัญลักษณ์ของการบินไทย เป็นการนำเอาแนวความคิดและลวดลายอันอ่อนช้อยงดงามทางด้านศิลปะไทยมาผสมผสานสร้างรูปแบบสัญลักษณ์ขึ้น เพื่อให้สื่อความหมายภาพลักษณ์ของความเป็นไทยได้อย่างเด่นชัด ซึ่งปรากฏว่าสัญลักษณ์ของการบินไทยนี้มีส่วนคล้ายคลึงกับกลีบดอกกล้วยไม้หรือกลีบดอกรัก อันถือว่าเป็นดอกไม้ประจำชาติที่งดงามได้โดยบังเอิญ และไม่เพียงเท่านั้น สัญลักษณ์ดังกล่าวยังมีส่วนคล้ายคลึงกับใบเสมา ซึ่งเป็นศาสนาวัตถุของชาติที่สำคัญและพบเห็นอยู่เป็นประจำอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีและความหมาย

สีเหลือง: สื่อความหมายของศิลปะไทยที่ได้รับอิทธิพลมาจาก ศาสนา อันได้แก่ ความระยิบระยับของสีทองตามวัดวาอาราม

สีชมพูและสีม่วง: สื่อความหมายของภาพลักษณ์ที่คุ้นตาทั้งคนไทย และคนต่างประเทศ ที่มักพบเห็น 2 สีดังกล่าว จากผ้าลายไหมไทย และสีของดอกกล้วยไม้

ดังนั้น สัญลักษณ์ของการบินไทย ซึ่งประกอบขึ้นด้วยลวดลาย และสีสันแบบไทย จึงสามารถแสดงเอกภาพบ่งบอกลักษณะของความเป็นไทยได้อย่างเด่น

THIS IS THAI INTER.

เบื้องหลังตรา "เจ้าจำปี"

พิเศษ: กัปตันพร้อม ณ ถลาง บันทึก

ในฟ้าเมืองไทย ฉบับที่ 904 หน้า 45 คุณ "ชั้นสี่" เขียนเรื่อง "เครื่องหมายสัญลักษณ์การบินไทยมากจากไหน?" เป็นเรื่องที่ 3 ของ "โพฯทรี" มีใจความย่อๆ ว่า หนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน ฉบับวันที่ 5 มิถุนายน 2529 ลงข่าวและภาพเรื่องกรมศิลปากรขุดค้นเตาเผาเครื่องถ้วยชามและเศษภาชนะดินเผาที่ตำบลพิหารแดง จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อเร็วๆ นี้ ในภาพข่าวเป็นรูปเศษภาชนะดินเผาที่มีลวดรายซึ่งคุณ "ชั้นสี่" เขียนบรรยายว่า "....มันมาเกิดอัศจรรย์ใจเอาตอนที่พบข่าวและภาพในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ.....ลวดลายมันทำไมถึงไปละม้าย (ผมไม่อยากใช้คำว่าเหมือน) กับสัญลักษณ์ของ "การบินไทย" เข้าได้ เห็นจะต้องยุให้บริษัทการบินไทยไปขอเงินค่าออกแบบจากบริษัทโฆษณา(ฝรั่ง) กลับคืนมาบ้าง เพื่อทำบุญอุทิศส่วนกุศลส่งไปให้ช่างไทยโบราณเมืองสุพรรณฯ ที่แกออกแบบล่วงหน้าไว้ให้ตั้งแต่บรมสมกัปปโน่น"

บ่ายวันนั้น ในขณะที่ผมกำลังนั่งคุยกับ บ.ก.อาจินต์ อยู่ในห้องของ บ.ก.คุณ "ชั้นสี่" เดินเข้ามาในห้องนั่งลงคุยด้วยและเอ่ยถึงเรื่องประหลาดนี้ขึ้น บ.ก.อาจินต์ถามผมถึงเรื่องนี้ ผมก็เล่าเรื่อง "เจ้าจำปี" ให้ฟัง บ.ก.อาจินต์พูดว่าเรื่องนี้จะเขียนให้อ่านกันทั่วๆ ไป เพราะเป็นเรื่องกล่าวถึงกันมาก ผมก็ตกลง

เย็นวันหนึ่งขณะที่คณะวันพุธของ "ฟ้าเมืองไทย" กำลังสังสรรค์ บ.ก.อาจินต์มีท่าทางครุ่นกังวลอะไรอยู่สักอย่าง แล้วก็โพล่งออกมาว่า "ไอ้โลโก้ (Logo) นี่ภาษาไทยมันแปลว่าอะไรกันแน่?" เท่านั้นเองก็ได้การ เสียงออกความเห็นวิพากษ์วิจารณ์ก็ดังขึ้นกลบเสียงพูดคนอื่นๆ ทั้งสิ้น คำแปลเท่าที่พูกันมี ตรา เครื่องหมาย สัญลักษณ์ และยังพูดถึงคำภาษาอังกฤษอีก 2-3 คำ เช่น **symbol, emblem, crest** แต่แล้วก็ยังหาข้อยุติไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากที่การเลี้ยงเลิกราไป ผมก็เกิดครุ่นกังวลเหมือน บ.ก.อาจินต์ว่า Logo นี้ควรจะแปลว่าอะไร และเลยเถิดไปถึงว่ามันมาจากไหนกัน เปิดดิกชันนารี่หลายเล่มก็ไม่พบ จนกระทั่งไปเจอะคำว่า Logogram ในดิกชันนารี่ The Merriam-Wevster พิมพ์ปี ค.ศ.1972 เขียนไว้ดังนี้:-

Logogram : A Letter or character or symbol or sign used to represent an entire word. A : A graphic sign'that represents a camplete word or morpheme but without providing separate phonetic representation of the individual phonemes or syllables composing the word or morpheme (as "&" represents "and") :B:An often conventionaliaed picture or a symbol that represents an object not easily indicated by simple picture. ซึ่งพอจะแปลได้ว่า Logogram คือ ตัวอักษร หรือ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายที่ใช้แทนคำทั้งคำ

ก: เป็นภาพเครื่องหมายสำหรับใช้แทนคำคำหนึ่ง หรือเป็นตัวย่อของคำคำหนึ่ง แต่มิได้กำหนดการออกเสียงของตัวย่อหรือคำย่อนี้ไว้ (เช่น "&" ใช้แทน "and")

ข: เป็นภาพหรือสัญลักษณ์ที่คิดประดิษฐขึ้น และเป็นที่ยอมรับกันทั่วๆ ไป เพื่อใช้แทนสิ่งไม่สามารถจะใช้ภาพเขียนธรรมดาๆ แทนได้ คำแปลของ Logogram ในข้อ ข. นี้ ตรงพอดีกับความหมายของ Logo จึงสันนิษฐานเอาว่า คำว่า Logo มาจากคำว่า Logogram แต่เพื่อให้กระทัดรัดและทันสมัยจึงตัดคำว่า gram ออกไป เหลือแต่ Logo ซึ่งเป็นคำที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางอยู่ในขณะนี้ ส่วนจะแปลว่าอะไรดีนั้น ก็ต้องค้นต่อไปอีก ไปพบคำว่า crest ในหนังสือ New Model English-Thai Dictionary ของคุณสอ เสถบุตร ซึ่งท่านแปลคำนี้ไว้ว่า ตราที่พิมพ์ไว้บนกระดาษเขียนจดหมาย ประตู รถ จาน ชาม ฯลฯ ซึ่งคำแปลนี้ตรงกับคำแปลของ Logogram ในข้อ ข. จึงขอเสนอว่า Logo ควรแปลว่าตรา ขอให้ท่านนักปราชญ์ราชบัณฑิตได้กรุณารับไว้พิจารณาด้วย

ตราของการบินไทยในตอนแรกเริ่มใช้รูปละครรำ (มีบางคนบอกว่าเป็นรูปเทวดา-รูปที่ 4) เราไม่รู้ว่าใครเป็นผู้ออกแบบ และก็ไม่สนใจที่จะรู้ด้วย เพราะตอนนั้นมีเรื่องอื่นๆ อีกร้อยแปดพันประการที่จะต้องรู้และปฏิบัติ ต่างคนต่างมีงานเต็มมือ และไม่ปรากฏว่ามีใครวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องตรานี้แต่อย่างใด จนทุกๆ คนออกจะลืมๆ เรื่องนี้ไป กิจการของบริษัทเริ่มเข้าที่และเริ่มมีกำไรเจริญเติบโตขึ้นเป็นลำดับ จนกระทั่งประมาณปี 2515 ก็เริ่มมีเสียงกระแนะกระแหนเรื่องตราของบริษัท และมีมากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งคณะกรรมการบริหารได้นำเรื่องนี้ขึ้นมาพิจารณาประกับกับมีเหตุผลอื่นๆ สนับสนุนอีกหลายประการ จึงมีความเห็นพ้องกันว่าสมควรแก่เวลาแล้วที่บริษัทจะต้องเปลี่ยนตราของบริษัทเสียที เมื่อได้ไฟเขียวจากคณะกรรมบริษัท ก็เริ่มดำเนินการพิจารณาเลือกบริษัทโฆษณาที่มีผลงานดี และอยู่ในระดับมาตรฐานโลก ผลสุดท้ายก็เลือกได้บริษัท Landor Associates ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ ซานฟรานซิสโก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท Landor ส่งตัวแทนชื่อ Mr.Peter McDonald มาทำการสำรวจทั่วเมืองไทย ตั้งแต่เหนือจดใต้เพื่อรวบรวมรูปแบบของศิลปโบราณ รูปแบบของวัดและข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีของไทย เพื่อใช้ในการพิจารณาออกแบบก่อนที่จะกลับไปอเมริกา ปีเตอร์แวะมาหาและเล่าให้ฟังว่า เมืองไทยมีสิ่งที่จะให้เลือกเป็นสัญลักษณ์ของไทยได้แทนจะนับไม่ถ้วน ผิดกับประเทศใหม่ๆ บางประเทศในภูมิภาคนี้ ที่ไม่รู้ว่าจะเอาอะไรมาเป็นสัญลักษณ์ของประเทศได้เลย

ประมาณปลายปี พ.ศ. 2517 บริษัท Landor แจ้งมาว่าได้ออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้ส่งคนไปดูและพิจารณาเลือกแบบ การบินไทยได้จัดให้คุณฉัตรชัย บุญยะอนันต์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและฝ่ายขาย (ตำแหน่งในขณะนั้น) คุณนีลส์ ลุมโฮลท์ รองกรรมการผู้จัดการ (ตำแหน่งในขณะนั้น) และผม เป็นคณะกรรมการไปพิจารณาและตัดสินเลือกแบบ

สำนักงานของ บริษัท Landor เป็นเรือเก่าชื่อ "Klamath" เคยใช้เป็นเรือรับส่งผู้โดยสาร (ferry boat) ในอ่าวซานฟรานซิสโก เอามาดัดแปลงเป็นสำนักงานอย่างสวยงาม มีอุปกรณ์ทุกอย่างครบครัน เรือนี้จอดอยู่ริมฝั่งในอ่าวซานฟรานซิสโก เดินไปจากโฮเต็ลไฮแอตรีเจนซี่ที่เราพักประมาณ 5-10 นาทีก็ถึง เมื่อเราไปถึงก็พบ Mr.Walter Landor และคณะคอยต้อนรับอยู่แล้ว และนำพวกเราเข้าไปในแคบินที่จัดเป็นห้องประชุม มีเจ้าหน้าที่มาอธิบายและแสดงแบบต่างๆ ที่ออกแบบไว้ทั้งหมดประมาณสิบกว่าแบบ ที่เด่นที่สุดเป็นรูปดอกบัวสีกลมกลืนสดใสมาก ตกลงในขั้นนี้ว่าจะเอารูปดอกบัวนี้ แต่ผมตั้งข้อสังเกตไว้ 2 ประมาณ ประการแรกบริการของบินไทยเราใช้สมญาว่าบริการเอื้องหลวง (Royal Orchid Service) จะใช้ตราดอกบัวมันก็ขัดกัน ประการหลังซึ่งสำคัญมากเพราะคนไทยเราใช้ดอกบัวบูชาพระ ถ้าเอาตราดอกบัวไปติดที่เครื่องบินก็จะดูสวยดี แต่ถ้าเอาไปติดที่รถดูดสัมภาระ (ของเครื่องบิน) เป็นเกิดเรื่องแน่ ผมได้ฝากข้อสังเกตนี้ให้คณะออกแบบเอาไว้คิดเป็นการบ้าน แล้วเราก็กลับโฮเต็ล คืนนั้นนีลส์กับผมพยายามพิชิตเจ้าสก๊อตซ์ขวดเหลี่ยมอยู่กระทั่งยามสามจึงแยกกันไปนอน ตื่นเช้าก็เดินระโหยไปที่เรือ Klamath พอไปถึงเรือ ปีเตอร์ก็พาเราไปที่บาร์ผสมบลัดดี้-แมรี่อย่างเข้มเป็นพิเศษให้ เมื่อดื่มหมดแล้วก็รู้สึกว่าโลกสดใสเจิดจ้าขึ้นมาในบัดดล เดินเข้าไปในแคบินห้องประชุมพบคณะออกแบบรออยู่แล้ว รู้สึกว่าทุกคนมีสีหน้ากังวลและเพลียๆ ยังไงอยู่ ได้รับคำอธิบายว่าเมื่อคืนคณะออกแบบแทบไม่ได้นอนกันเลย เพราะต้องยกเลิกตราดอกบัว เนื่องจากไม่เหมาะสมตามข้อสังเกตดังกล่าว และพยายามคัดเลือกเอาตราที่เห็นว่าดีที่สุดที่ออกแบบไว้แล้วมาดัดแปลงแก้ไขจนได้ตราใหม่ที่คณะออกแบบภูมิใจที่จะเสนอคือตรา "เจ้าจำปี" ที่สลับด้วยสีทอง สีชมพู และสีม่วงสด ผสมผสานกันอย่างกลมกลืนที่สุด พอเราได้เห็นเราทั้ง 3 คนอุทานออกมาคล้ายๆ กับนัดกันว่า "That's It"

มันเป็นเรื่องประหลาดทั้งๆ ที่ตรานี้ก็มีอยู่ในแบบต่างๆ ที่แสดงให้ดูเมื่อวาน แต่ก็ไม่สะดุดตาใครเลย ทั้งนี้เป็นเพราะรูปลักษณะของตราและสีของตรายังไม่สมบูรณ์เท่ากับตราที่ได้ดัดแปลงใหม่ ทุกๆ คนรวมทั้งคณะออกแบบและพวกเรารู้สึกเหมือนยกภูเขาออกจากอก และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างก็รู้สึกว่าทุกคนได้พยายามทำหน้าที่ของตนอย่างสมบูรณ์แล้ว คณะออกแบบอธิบายว่าตรานี้ได้แรงดลใจจากใบเสมา ซึ่งเห็นได้ทั่วไปในเมืองไทย ถ้าจะนำมาใช้กับสายการบินหรือเครื่องบิน ซึ่งมีความหมายหรือการแสดงออกเกี่ยวกับความเร็ว ต้องจับใบเสมานี้ตะแคงเอาข้างลงและเพิ่มเส้นความเร็ว (speed line) เข้าไปก็จะได้ความหมายสมบูรณ์ ใบเสมาที่ตั้งตรงอย่างที่เห็นกันทั่วๆ ไป ถ้าจะให้มีความหมายของความเร็ว จะหมายถึงความเร็วที่พุ่งขึ้นตรงไปในท้องฟ้า เช่น จรวด หรือยานอวกาศ

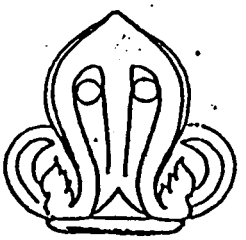
สำหรับเรื่องสี อธิบายว่า สีทองได้แรงดลใจจากสีทองอันอร่ามของวัดวาอารามในเมืองไทย สีม่วงสดคือสีของกล้วยไม้ ซึ่งเป็นสีของการบินไทย ส่วนสีชมพูจะหมายถึงสีดอกบัว หรือสีของผ้าไหมไทยก็ได้ทั้งสามสีรวมกันเข้าเป็นสีสัญลักษณ์ของเมืองไทยและของการบินไทย เมื่อเอาสีทั้งสามมาสลับเลื่อมอย่างเหมาะเจาะและมีศิลป์บนตัวเจ้าจำปี เราก็ได้ตราเจ้าจำปีของการบินไทยที่มีรูปลักษณ์ และสีสวยสดงดงามมีความหมายของความเป็นไทยอย่างสมบูรณ์ที่สุด และเป็นที่ยอมรับกันทั่วๆ ไปว่า เมื่อเครื่องบินของการบินไทยไปจอดที่สนามบินไหนๆ ในโลก จะเห็นเครื่องบินของการบินไทยเด่นโพลนขึ้นท่ามกลางเครื่องบินอื่นๆ ทั้งหมด

เมื่อจะเขียนเรื่องนี้ผมก็ต้องไปหาข้อมูลเพิ่มเติม ผมโทรศัพท์ไปถามท่านอธิบดีกรมศิลปากร ทวีศักดิ์ เสนาณรงค์ ท่านบอกให้ไปพบผู้อำนวยการกองโบราณคดี สมศักดิ์ รัตนกุล ซึ่งท่านกรุณาให้คุณธราพงศ์ และคุณอมรา ศรีสุชาติ นำชิ้นภาชนะที่ขุดพบที่สุพรรณมาให้ดูเป็นรูปตราเล็กๆ (stamp) ไม่โตเท่าที่หนังสือพิมพ์ลงรูป (รูปที่ 5) ผอ.สมศักดิ์ฯ บอกว่าสมัยที่ท่านเป็นหัวหน้าพิพิธภัณฑ์ที่อยุธยาเมื่อประมาณสิบกว่าปีมาแล้ว ท่านเคยเห็นเศษภาชนะที่มีลวดลายลักษณะนี้ในพิพิธภัณฑ์ ผมก็ขึ้นไปอยุธยา คุณเรียม พุ่มพงศ์แพทย์ ผู้ช่วยหัวหน้าพิพิธภัณฑ์ที่อยุธยากรุณาพาไปดูชิ้นส่วนที่ว่า ผมเอารูปถ่ายมาให้ ผอ.สมศักดิ์ฯ ดู ท่านบอกว่าไม่ใช่ที่ท่านเคยเห็น ผมถามท่านว่าเป็นไปได้ไหมที่ฝรั่งนักออกแบบจะเคยเห็นรูปตราชนิดนี้มาก่อน ท่านบอกว่าเป็นไปได้ยาก อย่าว่าแต่นักออกแบบเลยแม้แต่นักโบราณคดีเองก็จะสังเกตลวดลายนี้ได้ยาก จะต้องใช้เวลาในการพินิจพิเคราะห์และต้องมีความสนใจอย่างจริงจังเป็นพิเศษ ผมเล่าให้ท่านฟังว่าตราเจ้าจำปีนี้ฝรั่งได้แรงดลใจจากรูปใบเสมา เรามีใบเสมาประดิษฐด้วยลายกระหนกอยู่ดาดดื่น ถ้าฝรั่งเอาใบเสมาที่ประดิษฐ์ลายกระหนกมาตะแคงเอาข้างลงแล้วใส่ลายเส้นครอบลายกระหนกเพื่อให้เกิดลักษณะเพรียวลม (Stream line) แล้วเอาลายกระหนกภายในออกเสีย ก็จะได้ตราเจ้าจำปีนั่นเอง ผมลองวาดภาพตามข้อสันนิษฐานนี้ให้ท่านผู้อ่านได้พิจารณาดู

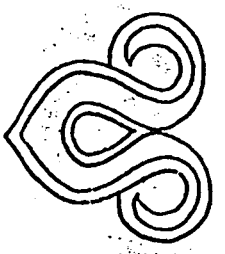
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ ๑



รูปที่ ๒



รูปที่ ๓

รูปที่ 1 เป็นรูปใบเสมา

รูปที่ 2 รูปใบเสมาตะแคงเอาข้างลงมีลายเส้นเพรียวลมครอบลายกระหนก

รูปที่ 3 เป็นรูปใบเสมาลบลายกระหนกภายในออก

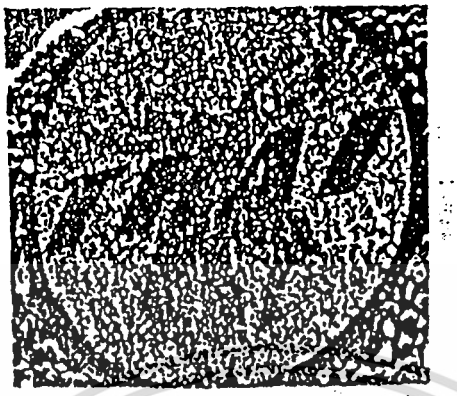
ในขณะที่กำลังเขียนเรื่องนี้ ผมเผอิญมีธุระที่ฮ่องกง ก็เลยหาโอกาสไปคุยกับ Mr.Rodeny McKnew ซึ่งเป็น Executive Director ของบริษัท Landor Associates สาขาฮ่องกง มร.แม้คนิวเคยเป็นเจ้าหน้าที่คนหนึ่งในคณะออกแบบตราเจ้าจำปี ผมเอารูปที่ตัดจากหนังสือพิมพ์และข้อความที่คุณ "ชั้นสี่" เขียนในฟ้าเมืองไทยให้ดูและอธิบายให้ฟัง มร.แม้คนิวพอรู้เรื่องตลอดแล้วก็ส่ายหัวไปมาช้าๆ แล้วพูดเบาๆ กับตัวเองว่า มหัศจรรย์มาก ไม่น่าเชื่อ ไม่น่าจะเป็นไปได้ และเล่าเรื่องเพิ่มเติมให้ฟังว่า

เมื่อคราวที่คณะสำรวจมาเมืองไทยนั้น ไม่ได้ทำการสำรวจเฉพาะที่เมืองไทยเท่านั้น ยังเลยไปสำรวจถึงมาเลเซียและอินโดนีเซีย เพื่อให้แน่ใจว่าสัญลักษณ์ที่จะใช้ให้ความหมายแทนเมืองไทยนั้นจะต้องเป็นสัญลักษณ์ของเมืองไทยแท้ๆ เมื่อได้เห็นรูปลวดลายบนภาชนะโบราณนี้ ก็เป็นเครื่องพิสูจน์ให้เห็นอย่างแน่ชัดว่า ตราเจ้าจำปีนี้เป็นสัญลักษณ์ของไทยซึ่งมีลักษณะรูปทรงและลวดลายละม้ายคล้ายคลึงกับศิลปกรรมไทยโบราณสมัยประมาณ 800 ปีมาแล้ว มันเป็นเรื่องมหัศจรรย์เหลือเชื่อราวกับพระผู้เป็นเจ้ามีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ด้วย (The gods had a hand in it) มร.แม้คนิวพูดต่อไปว่าตอนนี้ปีเตอร์เกษียณอายุแล้ว จะถ่ายรูปและเรื่องเหล่านี้ส่งไปให้ปีเตอร์ถ้าปีเตอร์จะมีอะไรชี้แจงเพิ่มเติม ก็จะแจ้งให้ผมทราบ

เรื่องนี้จะมหัศจรรย์เหลือเชื่ออย่างไรก็ตาม แต่มันก็เกิดขึ้นแล้ว รูปลวดลายศิลปกรรมไทยโบราณเมื่อสมัย 800 ปี แปลงรูปออกมาในลักษณะของศิลปสมัยใหม่ เป็นตรา "เจ้าจำปี" ขึ้นไปประดิษฐานอยู่บนกระโดงหางของเครื่องบินโดยสารไอพ่นอันทันสมัยของการบินไทย บินไปทั่วทุกแห่งหนในโลก ต้องถือเป็นนิมิตมงคลสำหรับบริษัทการบินไทยอันสมัญญา "เจ้าจำปี" นั้นก็หมายถึง การก่อกำเนิดการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้า สรุปรวมได้ว่าตรา "เจ้าจำปี" ให้ความหมายแก่บริษัทการบินไทยอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ทุกประการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.92 แสดงตราการบินไทยสมัยเริ่มแรกปละปัจจุบัน



(รูปที่ ๔) ตราการบินไทยสมัยเริ่มแรก



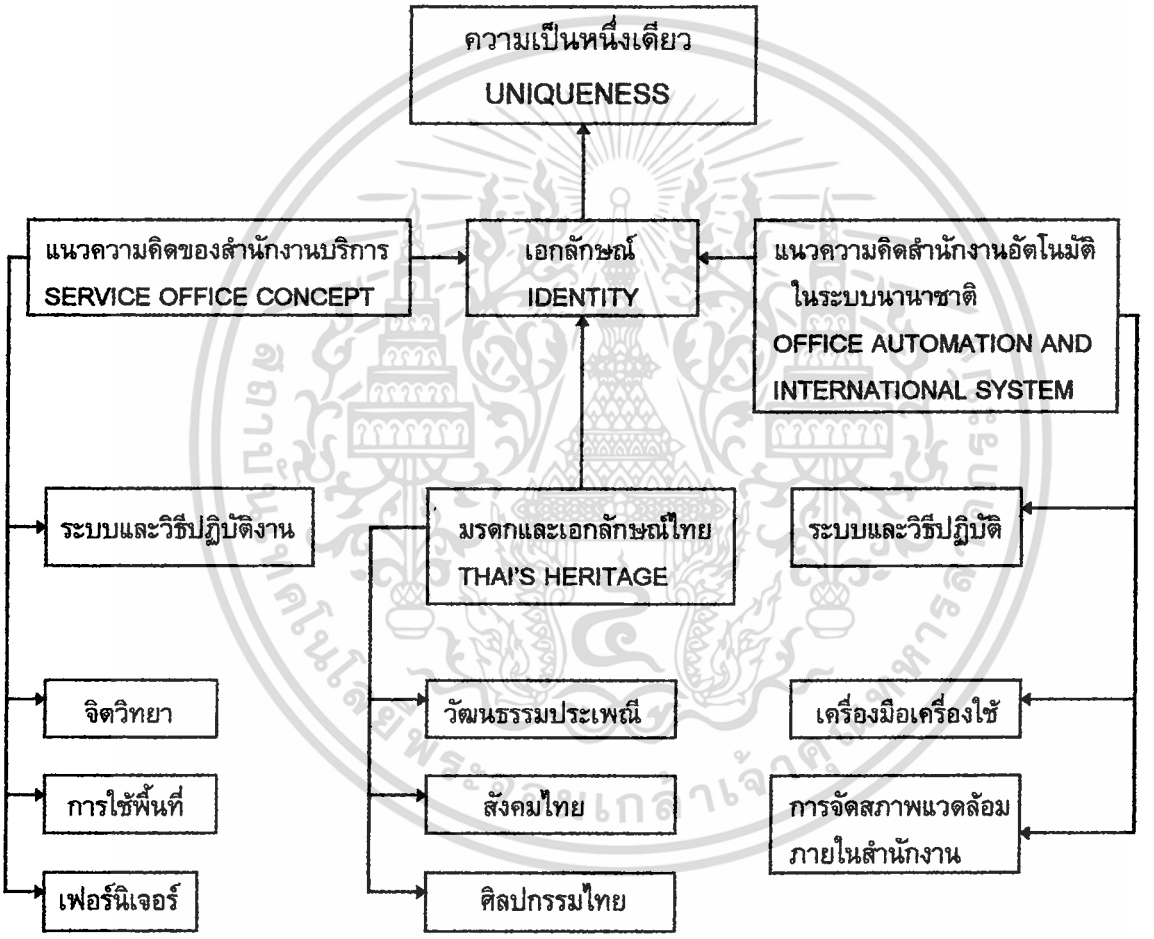
(รูปที่ ๕) ภาพจากน.ส.พ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.4 สรุปแนวความคิดในการออกแบบ (CONCEPTUAL DESIGN)

การนำทฤษฎีและแนวความคิดมาเป็นแนวทางในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ภาพที่ 6.93 แสดงแนวคิดในการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ (CONCEPTUAL DESIGN FOR THAI AIRWAYS NTERNATIONAL PUBLIC CO.,LTD. IN FOREIGN COUNTRIES)



การนำทฤษฎีและแนวความคิดของสำนักงานบริการ (Service Office Concept) และแนวความคิดของสำนักงานอัตโนมัติในระบบนานาชาติ (Office Automation and International System) เพื่อศึกษาและทราบถึงแนวทางในการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในสำนักงาน (Interior Environmental System) ให้สอดคล้องกับความต้องการในการปฏิบัติงาน การใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่, จิตวิทยา, เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องมือเครื่องใช้ภายในสำนักงานอัตโนมัติให้เหมาะสมกับสำนักงาน ส่วนแนวความคิดในการนำมรดกและเอกลักษณ์ไทย (Thai's Heritage) มาเป็นแนวทางในการออกแบบเพื่อศึกษาวัฒนธรรมประเพณีไทย, สังคมไทย และศิลปกรรมไทย เป็นการสร้างเอกลักษณ์ไทยในการออกแบบ ก่อให้เกิด Identity หมายถึง การแสดงออกทางสุนทรียภาพทางสัญลักษณ์ (Symbolic Esthetic) ด้วยรูปทรงองค์ประกอบ สี การประดับตกแต่ง แสดงออกทางรูปร่างลักษณะความละเอียดอ่อน รวมถึงการใช้โครงสร้าง วัสดุ การจัดที่ว่างภายในอาคาร และการวางผังพื้นที่เพื่อสนองความต้องการตามประโยชน์ใช้สอย ทั้งหมดนี้จะมีผลนำไปสู่ความเป็นหนึ่งเดี่ยว (Uniqueness) ก่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจ และจดจำได้ชัดเจน เมื่อนำทั้งส่วนนี้มารวมกัน เอกลักษณ์ของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) (THAI CORPORATE IDENTITY) ซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่นในเรื่องของสัญลักษณ์ สี ตลอดจนการบริการที่ให้กับผู้โดยสาร และเป็นไปตามนโยบายทางการตลาดของบริษัทก็จะยิ่งทำให้สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ มีความสมบูรณ์ในรูปแบบที่โดนเด่นเป็นหนึ่งเดี่ยวของ "การบินไทย" สายการบินแห่งชาติที่สร้างความภูมิใจให้กับคนไทยทั้งชาติ และเป็นการเผยแพร่ศิลปะวัฒนธรรมของชาติให้นานาชาติได้รู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7
บทสรุป

7.1 การวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน ในส่วน TICKETING OFFICE ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (PHYSICAL ENVIRONMENT) ได้ทราบถึง

1. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน (METRIX INTERACTION)
2. ความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย (FUNCTION DIAGRAM)
3. ความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (USER BEHAVIOUR)
4. ความต้องการในการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT)
5. ความจำเป็นในการออกแบบระบบสภาพแวดล้อมภายใน (INTERIOR ENVIRONMENTAL SYSTEM)

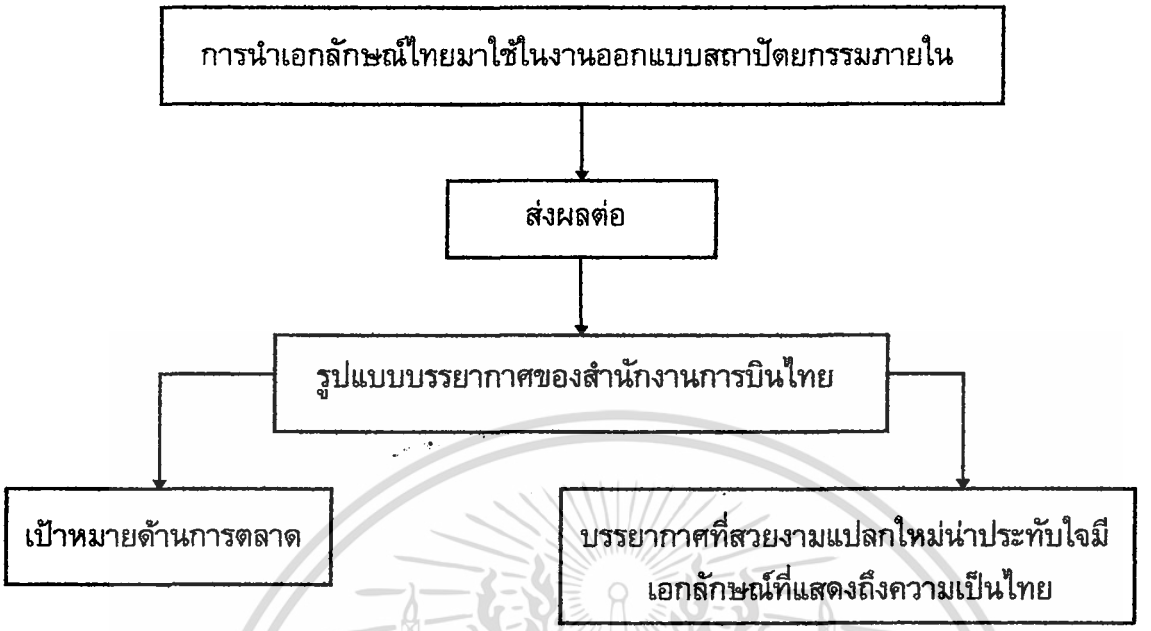
จากผลวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นจึงนำมาจัดปริภูมิ (SPACE) โดยการจัดแบ่งพื้นที่ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในสำนักงาน (ZONING) แล้วทำการวางผังและออกแบบตกแต่งภายใน (LAY-OUT PLAN) ตามความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน (AREA REQUIREMENT) ตามพื้นที่ที่ได้ทำการศึกษามา คือ

1. SEATING AREA
2. INFORMATION AREA
3. TICKETING AREA
4. DISPLAY AREA

ซึ่งทั้งหมดเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญภายในส่วน TICKETING OFFICE ของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ได้อย่างเหมาะสม มีเอกลักษณ์ (IDENTITY) และมีความเป็นเอกภาพ (UNIQUENESS) สำหรับสำนักงานในต่างประเทศทุกแห่ง เพื่อให้มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่เหมาะสมทางด้านกายภาพ ให้สอดคล้องกับความต้องการตามนโยบายการตลาดของ บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 7.1 แผนภูมิแสดงการนำเอกลักษณ์มาใช้ในการออกแบบ



เอกลักษณ์ดังกล่าวนี้ หากได้เห็น สัมผัส และรับรู้ จะก่อให้เกิดความประทับใจกับสถานที่ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้รู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น เป็นการแสดงเอกลักษณ์ไทยให้ปรากฏในลักษณะที่เหมาะสม สนองความต้องการตามประโยชน์ใช้สอย

การออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ได้นำแผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (PHYSICAL ENVIRONMENT) มาผสมผสานกับเอกลักษณ์ไทย (IDENTITY) ที่แสดงออกทางสุนทรียภาพด้วยรูปทรง องค์ประกอบ สี การตกแต่ง การจัดที่ว่างภายในของบ้านเรือนไทย และการวางผัง (LAY-OUT) พื้นที่เพื่อสนองความต้องการตามประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับรูปแบบและบรรยากาศของสำนักงานการบินไทยในต่างประเทศ มีเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นไทย บวกกับเอกลักษณ์ของการบินไทย (THAI CORPORATE IDENTITY) ในส่วนของความหมายสัญลักษณ์การบินไทย (LOGO) เพื่อให้สื่อความหมาย ภาพลักษณ์ของความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีส่วนคล้ายคลึงกับกลีบดอกกล้วยไม้หรือกลีบดอกรัก อันถือว่าเป็นดอกไม้ประจำชาติและไม่เพียงเท่านั้น สัญลักษณ์ดังกล่าวยังมีส่วนคล้ายคลึงกับใบเสมา ซึ่งเป็นศาสนวัตถุของชาติที่สำคัญและพบเห็นอยู่เป็นประจำอีกด้วย นอกจากนี้ได้นำสีและความหมายของสีสัญลักษณ์การบินไทย คือ สีเหลือทอง สื่อความหมายของศิลปะไทยที่ได้รับอิทธิพลมาจาก ศาสนา อันได้แก่ ความระยิบระยับของสีทองตามวัดวาอาราม สีชมพูและสีม่วง สื่อความหมายของภาพลักษณ์ที่คุ้นตาทั้งคนไทยและคนต่างชาติ ที่มักพบเห็น 2 สีดังกล่าวจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าลายไหมไทยและสีของดอกกล้วยไม้ สัญลักษณ์ของการบินไทยซึ่งประกอบด้วยลวดลายและสีสันแบบไทยจึงสามารถแสดงเอกภาพ (UNIQUENESS) บ่งบอกลักษณ์ของความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน

ดังนั้นการออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ในส่วน TICKETING OFFICE ได้ถึงเอกส่วนสำคัญทั้ง 3 ส่วนคือ

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (LPHYSICAL ENVIRONEMENT)
2. เอกลักษณ์ไทย (IDENTITY)
3. เอกลักษณ์ของการบินไทย (THAI CORPORATE IDENTITY)

มาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวางผัง (LAY-OUT) มีการจัดแบ่ง FUNCTION ได้โดยชัดเจน ในส่วน TICKETING AREA ยกพื้นขึ้นประมาณ 20 ซม. เพื่อเน้นให้เห็นจุดเด่นจากผู้ที่เดินเข้ามาในบริการ โดยจะเห็นสัญลักษณ์ของการบินไทย (LOGO) เด่นชัด มีพื้นพรมทางเดินสีม่วงตามสัญลักษณ์ เป็นการ APPROACH จากประตูทางเข้า (MAIN ENTRANCE) การจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์ใช้ลักษณ์การจัดแบบ SYMMETRICAL PLAN เพื่อก่อให้เกิดความสมดุลซึ่งใช้ในแบบผังของบ้านเรือนไทย โดยถือว่าเป็นรองประธานทั้ง 2 ข้าง เน้น LOGO ให้เป็นองค์ประธานเพื่อความโดดเด่นชัดเจน นอกจากนี้แล้วการยกพื้นในส่วน TICKETING AREA นี้ มีประโยชน์ในเรื่องระบบ OFFICE AUTOMATION เพื่อซ่อนสายไฟและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทำให้ไม่สวยงาม เพราะพื้นที่ส่วนนี้จะมีเครื่องมือสื่อสารและอุปกรณ์ไฟฟ้าจำนวนมาก จึงทำให้เกิดความสวยงามเรียบร้อยอีกด้วย

การจัดวางผังบริเวณภายในสำนักงาน โดยจัดพื้นที่ประโยชน์ใช้สอยให้สะดวกสามารถเชื่อมติดต่อกันได้อย่างเหมาะสมและสะดวกต่อการปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

ผนังภายในสำนักงานนำฝา "ประกน" เป็น PATTERN อยู่ด้านหลัง TICKETING COUNTER เน้นด้วยฟ้าไหมสีชมพูสดตามสีสัญญาลักษณ์ (LOGO) รองรับตัวสัญญาลักษณ์การบินไทยที่มีสีม่วง ชมพู และสีทอง ด้านบนเป็นงานจิตรกรรมแสดงจุดยินทั่วโลก ผนังด้านข้างทำเป็นช่องหน้าต่างแบบบ้านไทยลึกเข้าไปในผนังประมาณ 40 ซม. ซ่อนไฟเพื่อให้เกิดมิติสีเข้าไป และสามารถวางของตกแต่ง (DECORATION) ที่มีสีทองเงาแววเป็นส่วนของการตกแต่งทำให้บรรยากาศดูมีความเป็นไทยมากยิ่งขึ้น ตอนบนของช่องหน้าต่างทำเรียนแบบช่องลมของบ้านไทย แต่ภายในสำนักงานนี้ใช้เป็นที่ซ่อน AIR CONDITION หรือ HEATER ตามสภาพภูมิอากาศประเทศนั้น ๆ

ฝ้าเพดาน เอาเอกลักษณ์บ้านเรือนไทยที่นิยมยกพื้นสูง และใช้ประโยชน์ให้ถุนบ้านตามแต่ฤดูกาล หรือสัมมาอาชีพ เมื่อมองขึ้นไปจะเห็นโครงสร้างของพื้นชั้นบนโดยมีคานตง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

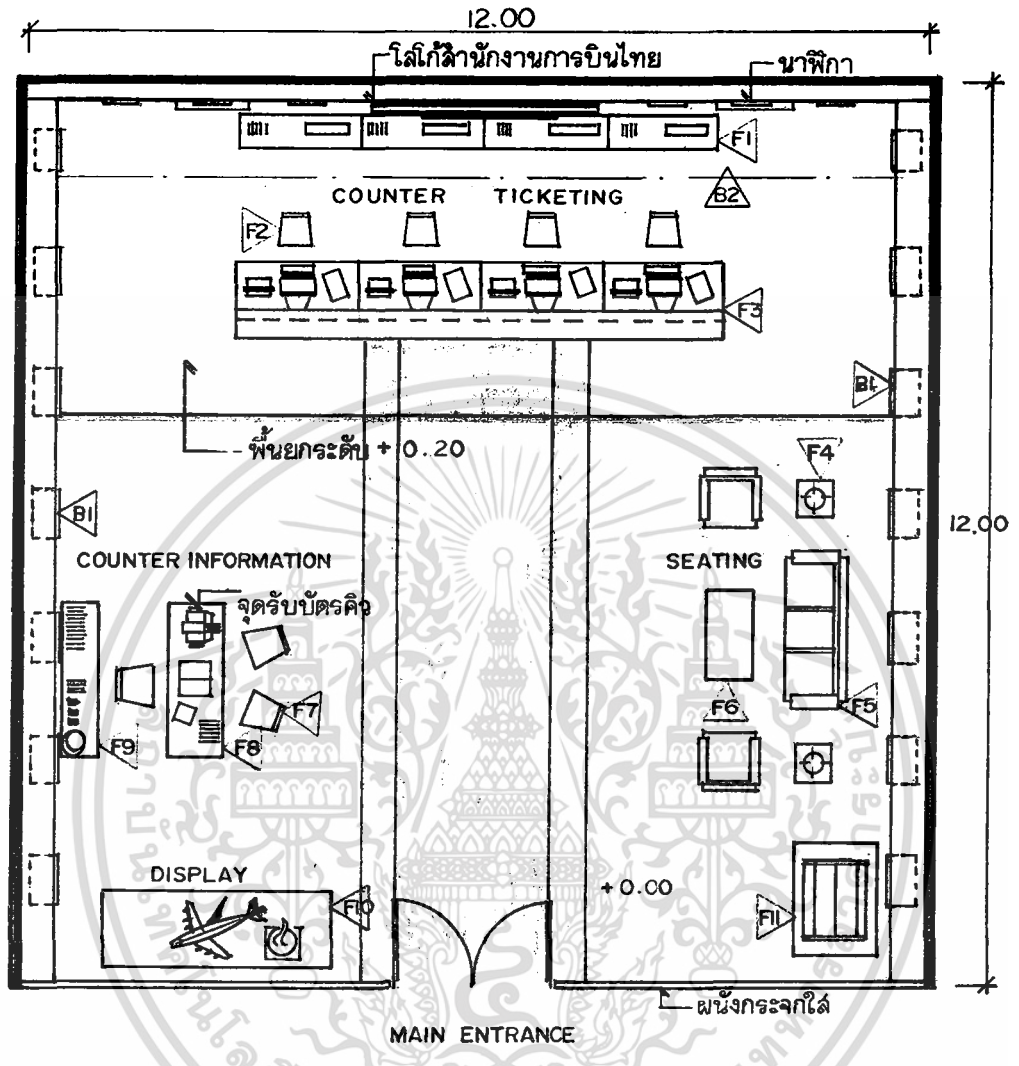
พื้นไม้ปูในส่วนที่ทำเป็นคานหลอกสามารถเดินระบบไฟฟ้าแสงสว่างและระบบระบายอากาศได้ ปิดซ่อนความไม่เรียบร้อยของงานระบบด้วย นอกจากนี้ให้ความรู้สึกอบอุ่นที่ถูกห่อหุ้มด้วยบรรยากาศ (ATMOSPHERE) แบบไทย ๆ

สีภายในสำนักงานวัสดุส่วนใหญ่เป็นสีธรรมชาติ เช่น ไม้ ผ้าไหม ในส่วนที่เป็นสีธรรมชาติทำให้เกิดความอบอุ่นเหมือนอยู่ในบ้าน ทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกเป็นกันเองไม่รู้สึกอึดอัด สีจากสัญญาลักษณ์การบินไทยจะเห็นว่าสีม่วงเป็นสีที่มีเปอร์เซนต์พื้นที่มากที่สุด ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของการบินไทยจึงใช้สีม่วงเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนพรมทางเดินผ้าบุเฟอร์นิเจอร์ ส่วนสีชมพูจะใช้ในส่วนตกแต่งรองลงมา และสีท่องจะใช้ในส่วนที่เป็นของตกแต่ง (DECORATION) การนำเอาเอกลักษณ์ของการบินไทย (THAI CORPORATE IDENTITY) โดยเฉพาะสีสัญญาลักษณ์ (LOGO) สื่อความหมายของภาพลักษณ์ที่คุ้นตาทั้งคนไทยและคนต่างชาติ ซึ่งประกอบด้วยลวดลายและสีสันแบบไทย จึงสามารถแสดงเอกภาพ (UNIQUENESS) บ่งบอกลักษณะของความเป็นเอกลักษณ์ไทยและความเป็นเอกลักษณ์ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้อย่างชัดเจนอีกด้วย

การนำเอาเอกลักษณ์ไทยมาใช้ในงานออกแบบ สำนักงาน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในต่างประเทศที่มีเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้ หากได้เห็นสัมผัสและรับรู้ จะก่อให้เกิดความประทับใจกับสำนักงานในส่วน TICKETING OFFICE สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้รู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น เป็นการแสดงเอกลักษณ์ไทยให้ปรากฏในลักษณะที่เหมาะสม สนองความต้องการตามประโยชน์ใช้สอย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 7.2 แสดงการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในต่างประเทศ



ขนาด พ.ท 12 x 12 = 144 ตรม.
SCALE 1 : 100

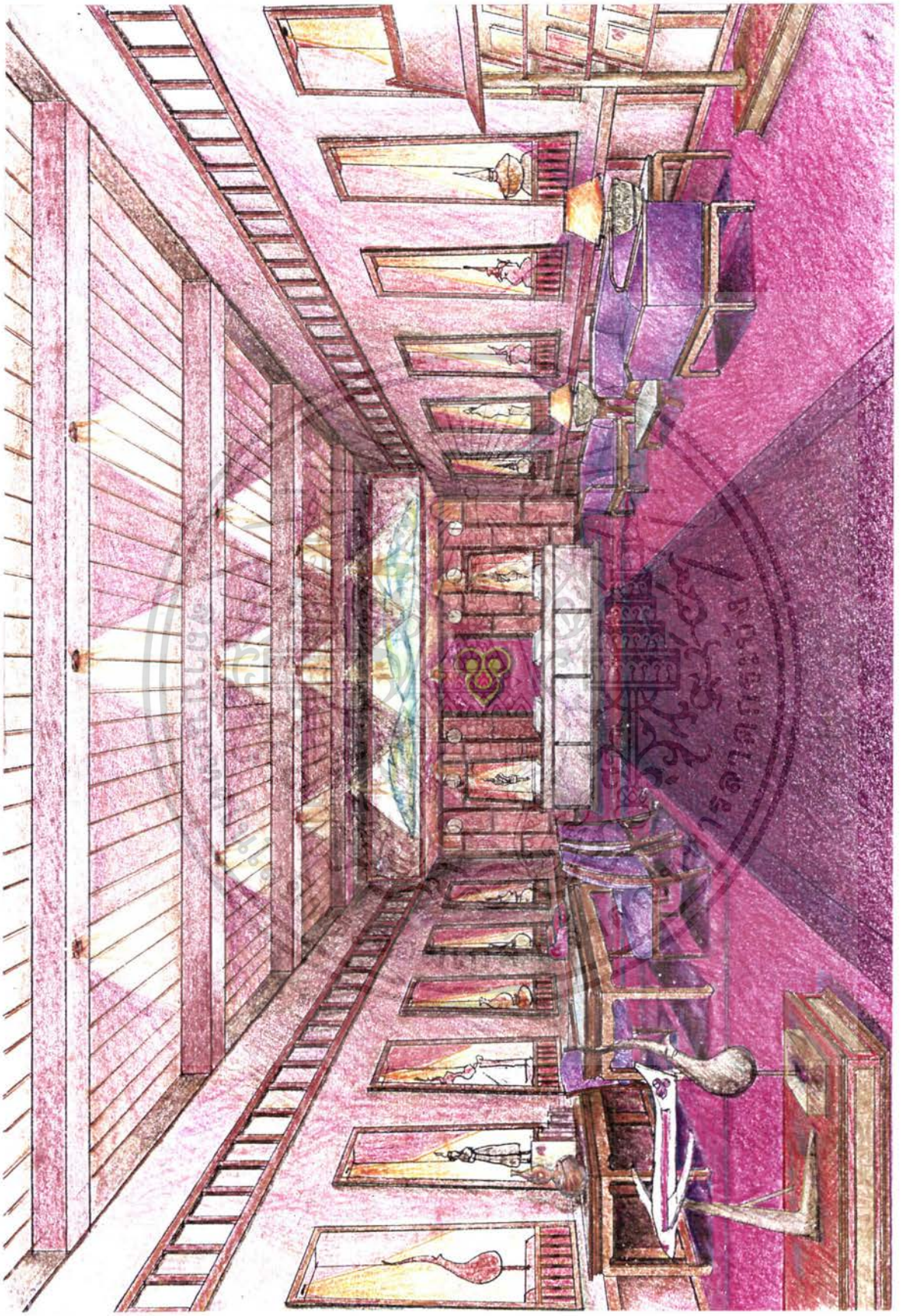
Thai
Thai Airways International Limited

รายการประกอบแบบ

F 1 ตู้เก็บเอกสาร
F 2 เก้าอี้สำหรับพนักงาน
F 3 เคาน์เตอร์ขายบัตร
F 4 โต๊ะข้าง
F 5 โซฟาล่วนพักคอย
F 6 โต๊ะกลาง
F 7 เก้าอี้สำหรับลูกค้า
F 8 เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์
F 9 ตู้เก็บเอกสาร
F 10 ฐานวาง DISPLAY
F 11 ชั้นวางหนังสือ
B 1 ผนังชั้นวางของตกแต่ง
B 2 ผนังแสดงเส้นทางการเดินทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 7.3 แสดงทัศนียภาพในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.2 บทวิจารณ์และข้อเสนอแนะ

บทวิจารณ์

จากผลการศึกษารูปแบบมาตรฐาน การวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในต่างประเทศ ได้มุ่งเน้นในการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็น คือ

1. การศึกษาทางด้านกายภาพเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางผังสำนักงาน
2. การออกแบบตกแต่งภายในเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ (IDENTITY) และเป็นหนึ่งเดียว (UNIQUENESS) ของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในต่างประเทศ

เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องทำเลที่ตั้งของสำนักงาน และขนาดของพื้นที่ในแต่ละสำนักงานประกอบกับสภาพแวดล้อมต่างๆ รวมทั้งข้อจำกัดของแต่ละประเทศที่สำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด เข้าไปตั้ง ทำให้ไม่สามารถเสนอรูปแบบการวางผังและการตกแต่งภายในให้เหมือนกันได้ทุกแห่ง และที่สำคัญคือ งบประมาณที่จะต้องนำมาใช้ในการเปลี่ยนแปลง การวางผัง และออกแบบตกแต่งสำนักงานอีกด้วย

อย่างไรก็ตามจะเห็นว่า ธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด เป็นธุรกิจด้านการให้บริการซึ่งผู้โดยสารมีความต้องการที่จะได้รับการให้บริการที่สะดวก สบาย รวดเร็ว จากผลการวิจัยด้านความต้องการของผู้โดยสารได้แสดงให้เห็นว่า ผู้โดยสารให้ความสนใจต่อการตกแต่งภายในน้อยกว่าระดับการให้บริการ ซึ่งการให้บริการนี้ไม่เพียงแต่การให้บริการภายในสำนักงาน และองค์ประกอบต่างๆ ที่มีอยู่ภายในสำนักงาน ยังรวมไปถึงการให้บริการขณะเดินทางและขึ้นลงจากเครื่องด้วย แต่รูปแบบของสำนักงานก็เป็นสิ่งที่ละเลยเสียมิได้ เพราะเป็นองค์ประกอบที่จะสามารถสร้างภาพพจน์และชักจูงให้กลุ่มลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. สถานที่ตั้งสำนักงาน OFFICE TICKETING ควรตั้งอยู่ในสถานที่ย่านธุรกิจที่มีการค้าหรือแหล่งชุมชน ในทำเลที่ดึงดูดความสนใจผู้คนที่ผ่านไปมาพบเห็นได้สะดวกชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยในการบริการ

2. การตกแต่งภายในส่วนของ EXTERIOR ด้านหน้าสำนักงานควรมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณะเฉพาะตัวของความเป็นไทย มีความสวยงาม ประณีต เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดใจให้กับลูกค้าและผู้ได้พบเห็นสามารถจดจำและระลึกถึงบริษัทได้ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ อีกทั้งเป็นตัวแทนของประเทศที่จะสร้างภาพพจน์และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมให้ชาวต่างชาติได้รู้จัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ภายในสำนักงาน OFFICE TICKETING การบินไทย ควรจัดรูปแบบให้ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความสะดวกสบายรวดเร็ว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เป็นระบบสากลนานาชาติ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศภายในสำนักงาน เมื่อลูกค้ามาใช้บริการมีความรู้สึกเป็นกันเองและอบอุ่นใจ

4. พนักงาน OFFICE TICKETING การบินไทย ควรมีความพร้อมในด้านการบริการ เพื่อเป็นตัวแทนของประเทศที่จะสร้างความอบอุ่นใจให้กับลูกค้า พนักงานควรมีจิตสำนึกที่ดีถึงการบริการและหน้าที่ของตัวเอง เพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกรักสำนักงาน พร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่ในการบริการ และสามารถแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ได้

5. บริษัท การบินไทย จำกัด และภาครัฐบาล ควรร่วมมือสนับสนุนจัดตั้งงบประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นการโปรโมท โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการและชาวต่างชาติได้รู้จักประเทศไทย เพราะไม่เพียงแต่จะได้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในสำนักงานเท่านั้น ยังเป็นการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเพื่อรับกับปี AMAZING THAILAND

7.3 การประเมินผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบมาตรฐานการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในต่างประเทศ ได้เอาทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์เข้ากับการจัดวางผังและออกแบบตกแต่งสำนักงาน ทั้งทฤษฎีเกี่ยวกับสำนักงานบริการ ทฤษฎีการใช้พื้นที่ภายในสำนักงาน การวางผังสำนักงาน และนำมาประยุกต์ให้เข้ากับวัฒนธรรมประเพณี และสังคมไทย รวมถึงแนวคิดทางการบริการ ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตกรรม เพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ (IDENTITY) และเป็นหนึ่งเดียว (UNIQUENESS) ของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในต่างประเทศ ซึ่งผลของการวิจัยที่ออกมาจะแสดงให้เห็นถึง FUNCTION ต่างๆ ภายในสำนักงานที่เหมาะสมกับขนาดการใช้พื้นที่ของสำนักงาน ผนวกเข้ากับความเป็นไทย ซึ่งนำมาประยุกต์ให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ (IDENTITY) และเป็นตัวแทนของความเป็นไทยในประเทศนั้นๆ จึงเห็นว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ถ้าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และถ้าสามารถนำไปใช้กับทุกสำนักงาน จะยิ่งก่อให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว (UNIQUENESS) ของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ซึ่งจะเป็นผลในเชิงการตลาด และภาพพจน์ของบริษัทและประเทศไทยอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, รายงานประจำปี 2531-2533

การบินไทย, สำนักงานประชาสัมพันธ์ 21 พ.ค. 2535.

โยธิน ศันสนบุตร. มนุษย์สัมพันธ์ จิตวิทยาการทำงานในองค์การ, สำนักพิมพ์ส่งเสริมวิชาการ, กรุงเทพ, 2535.

ตุ้ย ชุมสาย, ม.ล., และญิบพัน พรหมโยธิน. ปฐมแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2527.

ไพบูลย์ ช่างเรียน. วัฒนธรรมกับการบริหาร. สำนักพิมพ์ อักษรเจริญทัศน์, กรุงเทพมหานคร: 2532.

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, พ.ศ. 2522.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร : สหมิตรออฟเซท. 2535

วินิจ วีรยางกูร, ร.ศ., การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2532.

สมชาย หิรัญกิจ, พ.อ.ข่าวสารการท่องเที่ยว, ปีที่ 3 ฉบับที่ 10, ก.พ. 2529.

เสฐียรโกเศส. วัฒนธรรมเบื้องต้น. ราชบัณฑิตยสถาน. ไทยมิตรการพิมพ์. กรุงเทพมหานคร: 2524.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. พฤติกรรมมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

อรุณ รักธรรม พฤติกรรม. องค์การ กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ โอเดียนสโตร์ 2526.

สมภพ ภิรมย์. บ้านไทย.

ฤทัย ใจจงรัก. สถาปัตยกรรมไทยเดิม.

ปากน้ำ [น.ณ.]. แบบแผนบ้านเรือนในสยาม.

นุกูล ชมภูนิช. บ้านไทยเอกลักษณ์ของชาติ.

สุเมธ ชุมสาย ณ อยุธยา. ลักษณะไทย. เล่ม 1 ภูมิหลัง ภาค 3: สถาปัตยกรรมบนน้ำ

ศรีศักร์ วัลลิโภดม. เรือนไทยบ้านไทย.

หน่วยอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น. บ้านนายห้างล่ำซำ. จังหวัดกำแพงเพชร.

Davis, Human Behavior at work : Organisafional behavior, pp. 12-14.

Halloran, Ayylied Human Relationa : An Organiganal Ayyroach, pp. 12-13

Richard M. Stcre & Lyman W. Porter "Motivalion and Work Behavior. P 3.

Thomas Willard Harrell, : Industrai (Psychology pp. 305-330.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ชุดที่ 1

แบบสอบถามสำหรับผู้ใช้บริการ

✈ ข้อมูลส่วนตัวของผู้โดยสาร (PASSENGER) ✈

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. สัญชาติ ☐ ไทย ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

3. ที่พักอาศัย(ที่อยู่นานที่สุดในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา)
   เมือง.....ประเทศ.....

4. อายุ
   ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 40 - 44 ปี
   ☐ 20 - 24 ปี ☐ 45 - 49 ปี
   ☐ 25 - 39 ปี ☐ 50 - 54 ปี
   ☐ 30 - 34 ปี ☐ 55 - 64 ปี
   ☐ 35 - 39 ปี ☐ สูงกว่า 64 ปี

5. อาชีพ
   ☐ เจ้าของกิจการ/หุ้นส่วน ตำแหน่ง.....
   ☐ รับราชการ ตำแหน่ง.....
   ☐ รับจ้าง ตำแหน่ง.....
   ☐ นักการเมือง/รัฐมนตรี ตำแหน่ง.....
   ☐ อาชีพอิสระ โปรดระบุ.....
   ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. สาเหตุที่บินครั้งนี้
   ☐ ธุรกิจการงาน
   ☐ ไปดูนิทรรศการ / งานแสดงสินค้า
   ☐ วันหยุด / พักผ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

☐ ไปเยี่ยมเพื่อน / ญาติ
☐ เรียนหนังสือ
☐ ย้ายที่อยู่
☐ เหตุผลอื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ท่านเคยเข้าไปใช้บริการในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด หรือไม่
☐ เคย ที่ไหน.....
☐ ไม่เคย

8. การจองเที่ยวบินครั้งนี้เป็นระบบ
☐ แพ็คเกจทัวร์ ☐ อิสระ

9. คุณนั่งในชั้นโดยสาร
☐ ชั้นหนึ่ง ☐ ชั้นธุรกิจ ☐ ชั้นประหยัด

10. บุคคลที่เป็นผู้ชำระค่าโดยสารครั้งนี้คือ
☐ ชำระเอง ☐ ญาติ / เพื่อน
☐ บริษัท / นายจ้าง ☐ บุคคลอื่น

11. หากไม่นับเที่ยวบินที่คุณบินไปต่างประเทศในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาหรือไม่
☐ บิน ☐ ไม่ได้บิน

12. คุณเดินทางไปต่างประเทศทั้งหมดปีละกี่ครั้ง (ให้นับไปกลับเป็นหนึ่งครั้ง)
☐ เพื่อธุรกิจ.....ครั้ง
☐ เพื่อเหตุผลส่วนตัว.....ครั้ง

13. จากประสบการณ์คุณชอบสายการบินใดมากที่สุด
โปรดระบุ.....เหตุผล.....

14. คุณเดินทางกับสายการบินใดบ่อยที่สุด ชื่อสายการบิน.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. คุณตัดสินใจเลือกเดินทางกับการบินไทยด้วยตัวเองใช่หรือไม่

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

16. คุณเป็นสมาชิกของรอยัลออคิดพลัสใช่หรือไม่

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

17. คุณเป็นสมาชิกโปรแกรมสะสมไมล์อื่นอีกใช่หรือไม่

☐ ใช่ โปรดระบุชื่อโปรแกรม.....

☐ ไม่ใช่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นต่อสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในต่างประเทศ โปรดลำดับความสำคัญ

	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสถานที่					
ความสะดวกในการเดินทางไปที่สำนักงานฯ					
ความชัดเจนของป้าย LOGO					
บริเวณเคาน์เตอร์ติดต่อมีพื้นที่เหมาะสมต่อการใช้บริการ					
ความกว้างของทางเดินในสำนักงาน					
บริเวณส่วนพักคอยกว้างขวางสะดวกสบาย					
เก้าอี้พักคอยนั่งสบาย					
มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน					
ระบบไฟแสงสว่าง					
อุณหภูมิพอเหมาะ					
ระบบเครื่องเสียง, โทรทัศน์					
โทนสีสวยงาม					
ระบบรักษาความปลอดภัย					
เครื่องใช้สำนักงานทันสมัย					
การจัดสำนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย					
ห้องน้ำสะอาดมีจำนวนเพียงพอในการใช้บริการ					
การตกแต่งภายใน					
การจัดพื้นที่ภายในสำนักงาน					
ด้านบริการ					
บริการของพนักงานในสำนักงานฯ					
ความเพียงพอของจำนวนพนักงาน					
ขั้นตอนการติดต่อใช้บริการมีความสะดวกและชัดเจน					
ระยะเวลาในการรอรับบัตรโดยสาร					
การให้บริการของพนักงาน					
บรรยากาศของสำนักงานโดยรวม					
ภาพรวมสำนักงานรู้สึกถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่านต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด มากน้อยเพียงใด
โปรดลำดับความสำคัญ

	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
จุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว					
ตารางการเดินทางและเวลา					
นาฬิกาเปรียบเทียบเวลา					
ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทาง					
แผนที่จุดหมายการเดินทาง					
เอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ					
ป้ายบอกขั้นตอนการใช้บริการ					
บัตรคิวเพื่อเข้ามารับการบริการ					
นิตยสาร เอกสาร หนังสือพิมพ์					
บริการเครื่องดื่ม					
โทรศัพท์					
โทรทัศน์					
ห้องน้ำ					
เก้าอี้พักคอยแบบเดี่ยว					
เก้าอี้พักคอยแบบยาว					
สิ่งแสดงถึงความเป็นไทย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่านมีความคิดเห็นต่อการตกแต่งภายในของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในต่างประเทศ
โปรดลำดับความสำคัญ

	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. FRONT AREA (ด้านหน้าสำนักงาน)					
2. TICKET AREA (COUNTER)					
3. WAITING AREA					
4. INFORMATION AREA					
5. DISPLAY					

6. วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งภายใน ในส่วนต่างๆ

- FRONT AREA				
- TICKET AREA				
- WAITING AREA				
- INFORMATION AREA				
- DISPALY				

7. ท่านต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการตกแต่งส่วนต่างๆ เพิ่มเติมอะไรบ้าง โปรดระบุ

- FRONT AREA.....
- TICKET AREA.....
- WAITING AREA.....
- INFORMATION AREA.....
- DISPALY.....

ข้อเสนอแนะ

1. สำนักงานควรมีการให้บริการอะไรเพิ่มเติม.....
.....
2. การให้บริการของพนักงาน.....
.....
3. ข้อแนะนำเกี่ยวกับการตกแต่งภายในของสำนักงานฯ.....
.....
4. ท่านคิดว่าสิ่งที่สามารถจะบ่งบอกความเป็นไทยที่ควรมีอยู่ในสำนักงานฯ ได้แก่.....
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

✈ PERSONAT DATA FOR PASSENGER ✈

1. SEX ☐ MALE ☐ FEMALE

2. NATIONALITY ☐ THAI ☐ OTHERS.....

3. PLACE OF LIVING (FOR THE LAST 12 MONTHS)
   CITY.....COUNTRY.....

4. AGE
   ☐ UNDER 20
   ☐ 21 - 24
   ☐ 25 - 29
   ☐ 30 - 34
   ☐ 35 - 39
   ☐ 40 - 44
   ☐ 45 - 49
   ☐ 50 - 54
   ☐ 55 - 64
   ☐ MORE THAN 64

5. OCCUPATION
   ☐ OWN BUSINESS
   ☐ GOVERMENT OFFICE
   ☐ LABOUR
   ☐ POLITICIAN / MINISTER
   ☐ PREELANCE
   ☐ OTHERS

6. WHAT IS THE PURPOSE OF THIS TRIP?
   ☐ ON BUSINESS
   ☐ VACATION
   ☐ VISTING FAMILY OR FRIENDS OR RETATIVES
   ☐ STUDY ABOARD
   ☐ EMIGRATING
   ☐ OTHERS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. HAVE YOU TRAVELLED WITH THAI AIRWAYS BEFORE?

☐ YES WHEN.....

☐ NO

8. HOW ARE YOUR TRAVELLING ON THIS TRIP?

☐ PACKAGE TOUR ☐ INDEPENDENT

9. WHAT KIND OF TICKET ARE YOU TRAVELLING ON THIS TRIP?

☐ 1" CLASS ☐ BUSINESS CLASS ☐ ECONOMY CLASS

10. WHO IS YOUR SPONSOR?

☐ YOUR SELF ☐ FRIEND / RELATIVES

☐ COMPANY ☐ OTHERS

11. HAVE YOU EVER BEEN TRAVELLING OUTSIDE THE COUNTRY WITHIN 1 YEAR? (NOT INDLUDE THIS TRIP)

☐ YES ☐ NO

12. HOW FREGUENT DO YOU TRAVEL OUTSIDE THE COUNTRY WITHIN 1 YEAR? (COMBIND ROUND TRIP AS TRIP)

☐ .....

13. WHICH AIRLINE DO YOU PREFER MOST? (FROM YOUR OWN EXPERIENCE)

☐ .....

14. WHICH AIRLINE DO YOU TRAVEL WITH MOST OF THE TIME?

☐ .....

15. DID YOU SELECT THAI AIRWAYS BY YOURSELF?

☐ YES ☐ NO

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. ARE YOU A MEMBER OF ROYAL ORCHID PLUS?

☐ YES ☐ NO

17. DO YOU QUALIFY FOR MILAGE POINTS WITH OTHER LINE?

☐ YES ☐ NO

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

WHAT DO YOU THINK ABOUT THAI AIRWAYS INTERNATIONAL OFFICE?

	EXCELLENT	GOOD	FAIR	POOR	LESS
LOCATION					
1. CONVENIENT ACCESSIBILITY (BY TRANSPOSTATION)					
2. EXPOSURE OF THE LOGO OUTSIDE					
3. THE LOCATION OF THE RECEPTION COUNTER IS LOCATED IN THE PROPER POSITION.					
4. THE COMFORT OF SPACE OFFICE.					
5. THE COMFORT OF WAITING AREA.					
6. THE COMFORT OF CHAIRS AND SOFA WHILE YOU ARE WAITING.					
7. LIGHTINGS.					
8. TEMPERATURE					
9. A.V.SYSTEM					
10. OVERALL INTERIOR DESIGN					
11. SECURITY SYSTEM					
12. TOILET ROOM					
13. COMFORTABLE OF TONE AND INTENSE COLOUR					
14. MODERN OFFICE APPLIANCES					
15. TIDY AND TRENDY OFFICE PLAN					
16. OVERALL OFFICE SPACE PLAN					
SERVICES					
1. STAFFS HOSPITALITY					
2. ADEQUATE SERVICE OF STAFF MEMBER					
3. SIMPLE AND CLEAR OF SERVICE SYSTEM					
4. "TIME" WAITING FOR TICKET ISSUANCE					
5. IMPRESION OF STAFFS VENDERING SERVICE					
6. OVERALL ATMOSPHERE					
7. THAI EXPRESSION IN INTERIOR DESIGN					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

IF YOU REQUIRE ANY OFFICE APPLIANCE PLEASE LIST BELOW

	EXCELLENT	GOOD	FAIR	POOR	LESS
1. TRAVEL TOURISM INFORMATION SERVICE POINT					
2. TIMETABLE					
3. TRANSNATIONAL CLOCK SYSTEM					
4. MAP OF DESTINATIONS					
5. INFORMATION OF COUNTRIES DESTINATIONS					
6. GUIDE LINE OF COUNTRIES DESTINATIONS (WHAT'S ON AND WHERE TO GO)					
7. QUEING TICKET					
8. GUIDE INFORMATION OF SERVICE SYSTEM					
9. SUPPLEMENTARY MAGAZINES, NEWSPAPER, PAMPHLETS ETC.					
10. BEVERAGE SERVICES					
11. TELEPHONE BOOTH					
12. T.V.					
13. TOILET ROOM					
14. SINGLE WAITING COACH					
15. COMMON COACH					
16. THAI EXPRESSION OBJECTS IN INTERIOR DESIGN AND DECORATION					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DO YOU HAVE ANY OPINION REGARDING THAI AIRWAYS INTERIOR OFFICE? PLEASE LIST BELOW

	EXCELLENT	GOOD	FAIR	POOR	LESS
1. FRONT OFFICE					
2. TICKETING AREA					
3. WAITING AREA					
4. INFORMATION AREA					
5. DIEPLAY					
6. WHAT DO YOU THINK OF THE MATERIALS WE HAVE USED?					
6.1 FRONT AREA					
6.2 TICKETING AREA					
6.3 WAITING AREA					
6.4 INFORMATION AREA					
6.5 DISPLAY AREA					
7. WHICH AREA DO YOU WANT TO CHANGE OF INTERIOR OFFICE?					
7.1 FRONT AREA					
7.2 TICKETING AREA					
7.3 WAITING AREA					
7.4 INFORMATION AREA					
7.5 DISPLAY AREA					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MORE SUGGESTIONS ON

✈ MORE SERVICE RUNCTION IN THE OFFICE.....

.....

.....

.....

✈ INTERIOR DESIGN AND DECORAYTION.....

.....

.....

.....

✈ THAI EXPRESSION IN YOUR OWN ACCENT.....

.....

.....

.....

✈ OFFICE PLAN.....

.....

.....

.....

✈ SERVICE PROCEDER.....

.....

.....

.....

✈ OFFICE APPLIANCE AND AUTOMATION SYSTEM.....

.....

.....

.....

Thank You...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดที่ 2

แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการ

✈ ข้อมูลส่วนตัวของพนักงาน (STAFF) ✈

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. สัญชาติ ☐ ไทย ☐ อื่นๆ ระบุ.....

3. ระยะเวลาที่ท่านทำงานในสำนักงานนี้
   - ☐ น้อยกว่า 6 เดือน
   - ☐ 6 เดือน - 1 ปี
   - ☐ 1 ปี - 2 ปี
   - ☐ 2 ปี - 3 ปี
   - ☐ 3 ปีขึ้นไป

4. อายุ
   - ☐ ต่ำกว่า 20 ปี
   - ☐ 20 - 24 ปี
   - ☐ 25 - 29 ปี
   - ☐ 30 - 34 ปี
   - ☐ 35 - 39 ปี
   - ☐ 40 - 44 ปี
   - ☐ 45 - 49 ปี
   - ☐ 50 ปีขึ้นไป

5. ท่านเคยประจำสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในประเทศอื่น หรือไม่
   - ☐ เคย โปรดระบุ.....
   - ☐ ไม่เคย

6. ตำแหน่งงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน
   - ☐
   - ☐
   - ☐
   - ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่านมีความคิดเห็นต่อสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในต่างประเทศ โปรดระบุความสำคัญ

ด้านสถานที่	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความสะดวกในการเดินทางไปที่สำนักงานฯ					
ความชัดเจนของป้าย LOGO					
บริเวณเคาน์เตอร์ติดต่อมีพื้นที่เหมาะสมต่อการใช้บริการ					
ความกว้างของทางเดินในสำนักงาน					
บริเวณส่วนพักคอยกว้างขวางสะดวกสบาย					
เก้าอี้พักคอยนั่งสบาย					
มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน					
ระบบไฟแสงสว่าง					
อุณหภูมิพอเหมาะ					
ระบบเครื่องเสียง, โทรทัศน์					
โทนสีสวยงาม					
ระบบรักษาความปลอดภัย					
ห้องน้ำสะดวกมีจำนวนเพียงพอในการใช้บริการ					
การตกแต่งภายใน					
บรรยากาศของสำนักงานโดยรวม					
ภาพรวมของสำนักงานรู้สึกถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่านมีความคิดเห็นต่อการจัดสำนักงาน เครื่องใช้สำนักงาน และระบบงานภายในของท่านอย่างไร

	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การจัดพื้นที่					
เครื่องใช้สำนักงานทันสมัย					
ระบบการจัดเก็บเอกสาร					
ระบบการติดต่อประสานงานภายในสำนักงาน					
ความเพียงพอของจำนวนพนักงาน					
สภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงาน					
ความสะดวกสบายในการทำงาน					
โต๊ะ เก้าอี้ ที่ใช้ทำงาน					
ความเป็นระเบียบของสำนักงาน					
ความสะอาด					
สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่านมีความคิดเห็นต่อการตกแต่งภายในของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด ในต่างประเทศ
โปรดลำดับความสำคัญ

	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. FRONT AREA					
2. TICKET AREA					
3. WAITING AREA					
4. INFORMATION AREA					
5. DISPLAY					

6. วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งภายใน ในส่วนต่างๆ

- FRONT AREA					
- TICKET AREA					
- WAITING AREA					
- INFORMATION AREA					
- DISPALY					

7. ท่านต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการตกแต่งส่วนต่างๆ เพิ่มเติมอะไรบ้าง โปรดระบุ

- FRONT AREA.....
- TICKET AREA.....
- WAITING AREA.....
- INFORMATION AREA.....
- DISPALY.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่านมีความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดไว้ให้ลูกค้า โปรดระบุลำดับความสำคัญ

	ดีมากที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
จุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว					
ตารางการเดินทางและเวลา					
นาฬิกาเปรียบเทียบเวลา					
ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทาง					
แผนที่จุดหมายการเดินทาง					
เอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ					
ป้ายบอกขั้นตอนการใช้บริการ					
บัตรคิวเพื่อเข้ามารับการบริการ					
นิตยสาร เอกสาร หนังสือพิมพ์					
บริการเครื่องดื่ม					
โทรศัพท์					
โทรสาร					
ห้องน้ำ					
เก้าอี้พักคอยแบบเดี่ยว					
เก้าอี้พักคอยแบบยาว					
สิ่งแสดงถึงความเป็นไทย					

ข้อเสนอแนะ

1. สำนักงานควรมีการให้บริการอะไรเพิ่มเติม.....
.....
2. ข้อแนะนำเกี่ยวกับการตกแต่งภายในของสำนักงานฯ.....
.....
3. ท่านคิดว่าสิ่งที่สามารถจำบ่งบอกความเป็นไทยที่ควรมีอยู่ในสำนักงานฯ ได้แก่.....
.....
4. การจัดสำนักงาน.....
.....
5. ระบบงาน.....
.....
6. เครื่องใช้สำนักงาน.....
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

✈ PERSONAL DATA FOR STAFF ✈

1. SEX ☐ MALE ☐ FEMALE

2. NATIONALITY ☐ THAI ☐ OTHERS.....

3. PERIOD OF WORKING IN THIS OFFICE

☐ LESS THAN 6 MONTHS
☐ MORE THAN 6 MONTHS - 1 YEAR
☐ MORE THAN 1 YEAR - YEARS
☐ MORE THAN 2 YEARS - 3 YEARS
☐ MORE THAN 3 YEARS

4. AGE

☐ UNDER 20 ☐ 35 - 39
☐ 20 -24 ☐ 40 - 44
☐ 25 - 29 ☐ 45 - 49
☐ 30 - 34 ☐ MORE THAN 50

5. HAVE YOU EVER BEEN WORKING WITH THAI AIRWAYS INTERNATIONAL IN ABOARD?

☐ YES COUNTRY.....
☐ NO

6. WHAT IS YOUR CURRENT POSITION?

☐ .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

WHAT DO YOU THINK ABOUT THAI AIRWAYS INTERNATIONAL OFFICE?

	EXCELLENT	GOOD	FAIR	POOR	LESS
LOCATION					
1. CONVENIENT ACCESSIBILITY (BY TRANSPOSTATION)					
2. EXPOSURE OF THE LOGO OUTSIDE					
3. THE LOCATION OF THE RECEPTION COUNTER IS LOCATED IN THE PROPER POSITION.					
4. THE COMFORT OF SPACE OFFICE.					
5. THE COMFORT OF WAITING AREA.					
6. THE COMFORT OF CHAIRS AND SOFA WHILE YOU ARE WAITING.					
7. LIGHTINGS.					
8. TEMPERATURE					
9. A.V.SYSTEM					
10. OVERALL INTERIOR DESIGN					
11. SECURITY SYSTEM					
12. TOILET ROOM					
13. COMFORTABLE OF TONE AND INTENSE COLOUR					
14. MODERN OFFICE APPLIANCES					
15. TIDY AND TRENDY OFFICE PLAN					
16. OVERALL OFFICE SPACE PLAN					

OVERALL ATMOSPHERE _____

_____

_____

THAI EXPRESSION IN INTERIOR DESIGN _____

_____

_____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

IF YOU REQUIRE ANY OFFICE APPLIANCE PLEASE LIST BELOW

	EXCELLENT	GOOD	FAIR	POOR	LESS
1. TRAVEL TOURISM INFORMATION SERVICE POINT					
2. TIMETABLE					
3. TRANSNATIONAL CLOCK SYSTEM					
4. MAP OF DESTINATIONS					
5. INFORMATION OF COUNTRIES DESTINATIONS					
6. GUIDE LINE OF COUNTRIES DESTINATIONS (WHAT'S ON AND WHERE TO GO)					
7. QUEING TICKET					
8. GUIDE INFORMATION OF SERVICE SYSTEM					
9. SUPPLEMENTARY MAGAZINES, NEWSPAPER, PAMPHLETS ETC.					
10. BEVERAGE SERVICES					
11. TELEPHONE BOOTH					
12. T.V.					
13. TOILET ROOM					
14. SINGLE WAITING COACH					
15. COMMON COACH					
16. THAI EXPRESSION OBJECTS IN INTERIOR DESIGN AND DECORATION					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DO YOU HAVE ANY OPINION REGARDING THAI AIRWAYS INTERIOR OFFICE?
PLEASE LIST BELOW

	EXCELLENT	GOOD	FAIR	POOR	LESS
1. FRONT OFFICE					
2. TICKETING AREA					
3. WAITING AREA					
4. INFORMATION AREA					
5. DIEPLAY					
6. WHAT DO YOU THINK OF THE MATERIALS WE HAVE USED?					
6.1 FRONT AREA					
6.2 TICKETING AREA					
6.3 WAITING AREA					
6.4 INFORMATION AREA					
6.5 DISPLAY AREA					
7. WHICH AREA DO YOU WANT TO CHANGE OF INTERIOR OFFICE?					
7.1 FRONT AREA					
7.2 TICKETING AREA					
7.3 WAITING AREA					
7.4 INFORMATION AREA					
7.5 DISPLAY AREA					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

WHAT DO YOU THINK ABOUT THE OFFICE'S SYSTEM, APPLIANCES AND INTERIOR OF THAI AIRWAYS INTERNTIONAL OFFICE?

	EXCELLENT	GOOD	FAIR	POOR	LESS
1. SPACE					
2. MODERN APPLIANCES					
3. FILING SYSTEM					
4. INTERCOMMUNICATION SYSTEM IN THE OFFICE					
5. HAVING ENOUGH STAFFS					
6. ENVIRONMENT OF WORKING IN THE OFFICE					
7. COMFORT OF WORKING					
8. TABLE & CHAIR OF WORKING					
9. TIDINESS OF THE OFFICE					
10. CLEANLINESS OF THE OFFICE					
11. EFFICIENT APPLIANCES USING IN THE OFFICE					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MORE SUGGESTIONS ON

✈ MORE SERVICE RUNCTION IN THE OFFICE.....

.....

.....

.....

✈ INTERIOR DESIGN AND DECORAYTION.....

.....

.....

.....

✈ THAI EXPRESSION IN YOUR OWN ACCENT.....

.....

.....

.....

✈ OFFICE PLAN.....

.....

.....

.....

✈ SERVICE PROCEDER.....

.....

.....

.....

✈ OFFICE APPLIANCE AND AUTOMATION SYSTEM.....

.....

.....

.....

Thank You...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

อธิบายสัญลักษณ์ / คำย่อ / คำนิยามของศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. รูปแบบมาตรฐาน (Standard) หมายถึง การวางผังและการออกแบบตกแต่งภายในสำนักงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการตลาด เพื่อเป็นต้นแบบต่อสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ ได้แก่

1.1 รูปแบบในส่วนที่เป็นแบบมาตรฐาน (Standard Type) และเสนอรูปแบบต่างๆ (Prototype)

1.2 รูปแบบในส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการตลาด

2. ต่างประเทศ (Foreign countries) หมายถึง สถานที่ตั้งของสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ

3. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง สิ่งต่างๆ ทางกายภาพไม่ว่าเป็นสิ่งที่ปรากฏตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งระบบสภาพแวดล้อมด้วย เช่น ระบบแสง, สี, เสียง, ระบบปรับอากาศ โดยจัดแยกหมวดหมู่ที่จะศึกษาดังนี้

3.1 การจัดความสัมพันธ์ของพื้นที่ (Diagram) หมายถึง การจัดแบ่งบริเวณให้เป็นพื้นที่ประกอบกิจกรรมภายในสำนักงาน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมตลอดจนใช้ประโยชน์ได้ดี (Functional Diagram)

3.2 การจัดปริภูมิ (Space) หมายถึง การจัดแบ่งห้องและพื้นที่ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้นในสำนักงาน (Zoning)

3.3 การวางผังและออกแบบตกแต่งภายใน (Lay-out for Interior Space Planning) หมายถึง การวางผังภายในห้องและพื้นที่ต่างๆ ตามประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับกิจกรรมในสำนักงาน

3.4 การออกแบบระบบสภาพแวดล้อมภายใน (Interior Environmental System) หมายถึง ระบบแสง, ระบบสี, ระบบเสียง, ระบบปรับอากาศ ที่ใช้ภายในสำนักงาน

4. หน้าที่ใช้สอย (Function) หมายถึง ประโยชน์ใช้สอยของสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งภายในและภายนอกอาคาร รวมทั้งพื้นที่ที่ถูกจัดขึ้นทั้งถาวรและปรับเปลี่ยนยืดหยุ่นได้ รวมถึงลักษณะแบบเอนกประสงค์ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การสร้างเอกลักษณ์ (Identity) หมายถึง การแสดงออกทางสุนทรียภาพ ทางสัญลักษณ์ (Symbolic Esthetic) ด้วยรูปทรง องค์ประกอบ สีสรร การประดับประดาตกแต่ง แสดงออกทางรูปร่างลักษณะความละเอียดอ่อน ความอ่อนช้อย เบาบาง รวมถึงการใช้โครงสร้าง วัสดุ การจัดที่ว่างภายในอาคาร การเจาะช่องประตู หน้าต่าง การจัดแปลนอาคาร และการวางผังบริเวณพื้นที่เพื่อสนองความต้องการ ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ตามลักษณะประจำชาติและเอกลักษณ์ของ บริษัท การบินไทย จำกัด

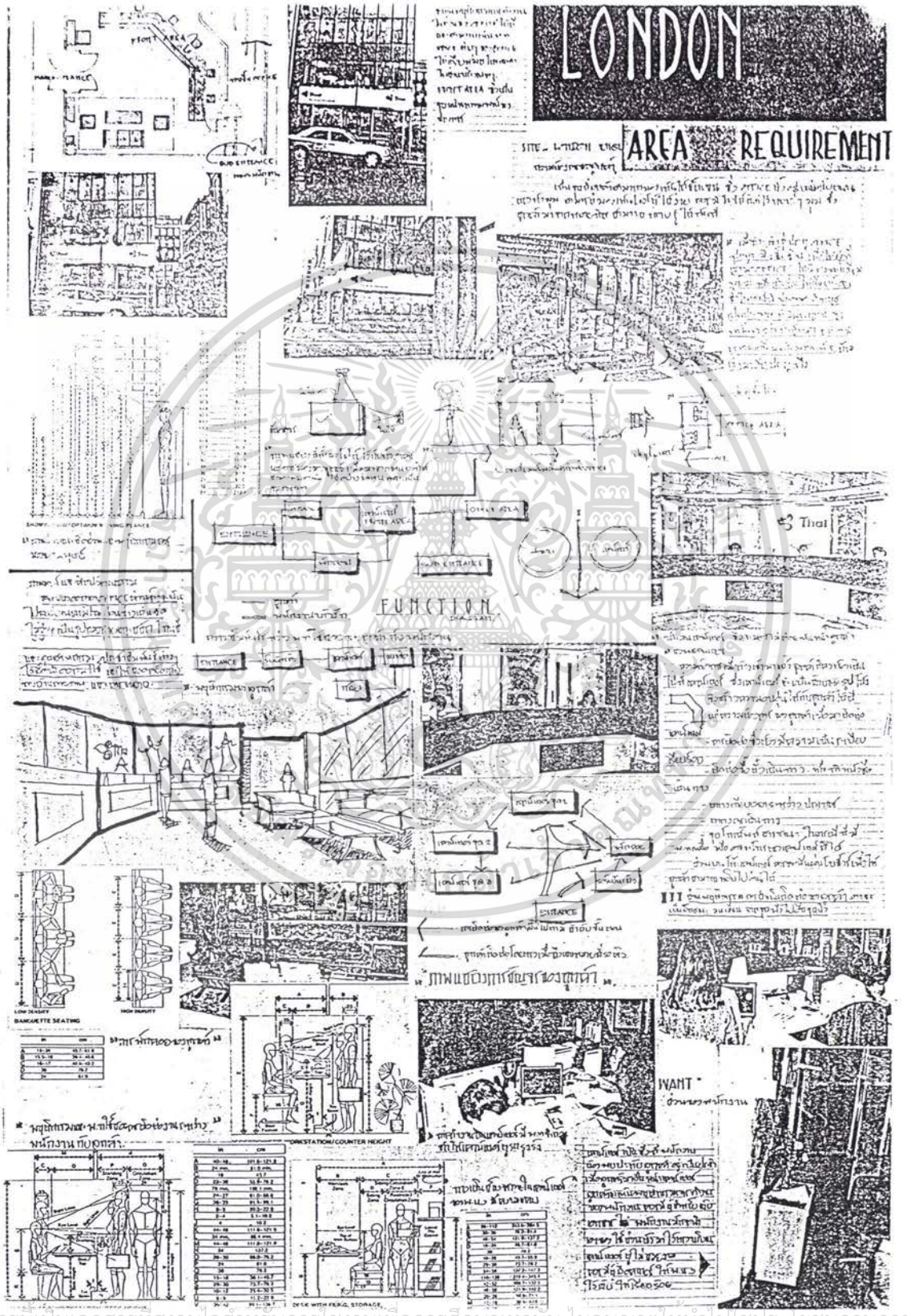
6. ความเป็นหนึ่งเดียว (Uniqueness) หมายถึง ความสมบูรณ์ในรูปแบบของการวางผังและออกแบบตกแต่งภายในที่มีความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียว

7. ผู้โดยสาร (Passenger) หมายถึง ผู้ใช้บริการกับสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

8. พนักงาน (Staff) หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงาน บริษัท การไทย จำกัด(มหาชน)

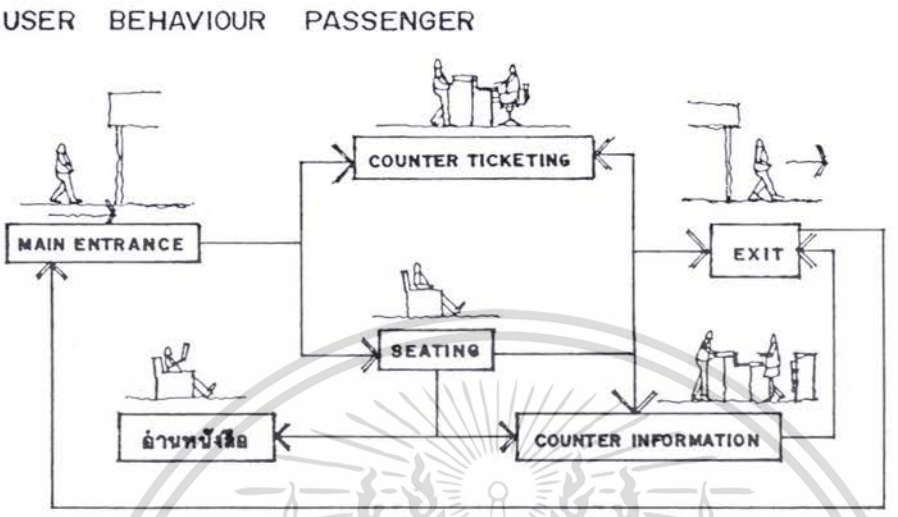
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)
LONDON ENGLAND

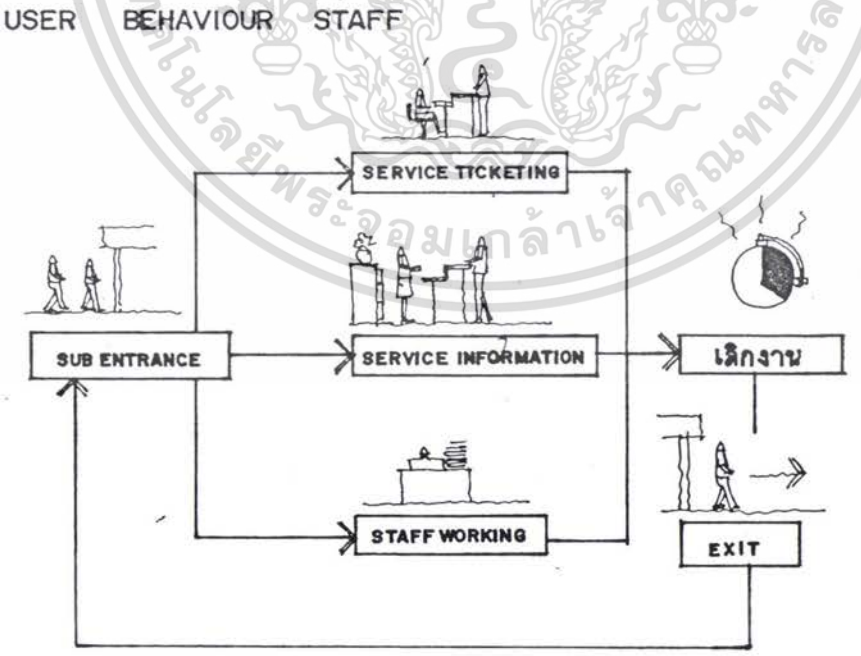


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

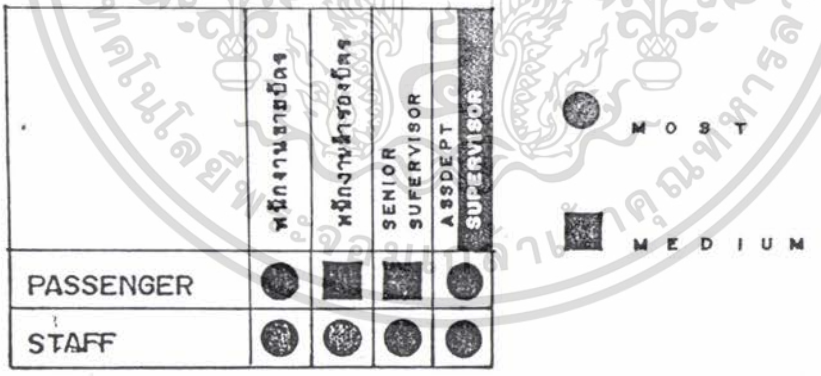
SITE STATION LONDON ENGLAND

ภาพที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LONDON ENGLAND



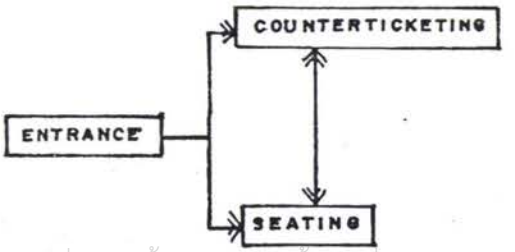
ภาพที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 6 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

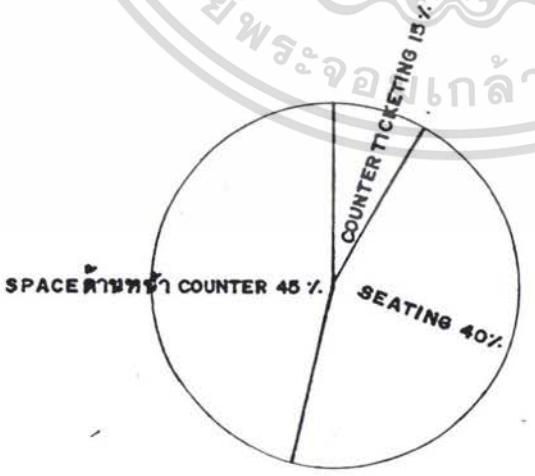
SITE STATION LONDON ENGLAND

ภาพที่ 7 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

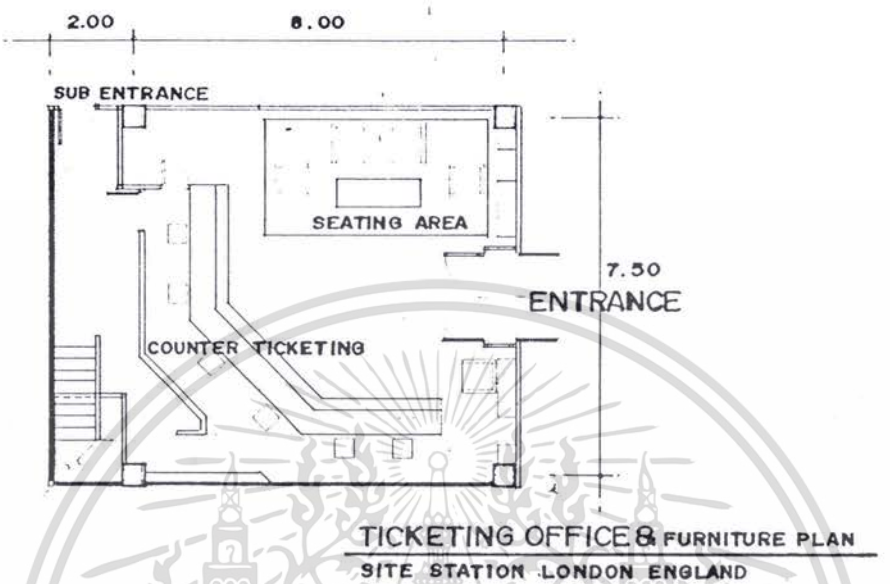
ZONE	AREA SPACE	AREA
SEATING	15 ต.ร.ม	6 ที่นั่ง
ส่วนบริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์	14.18 ต.ร.ม	
COUNTER TICKETING	11.26 ต.ร.ม	6 ที่นั่ง
รวม	38.44 ต.ร.ม	

ภาพที่ 8 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 9 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LONDON ENGLAND



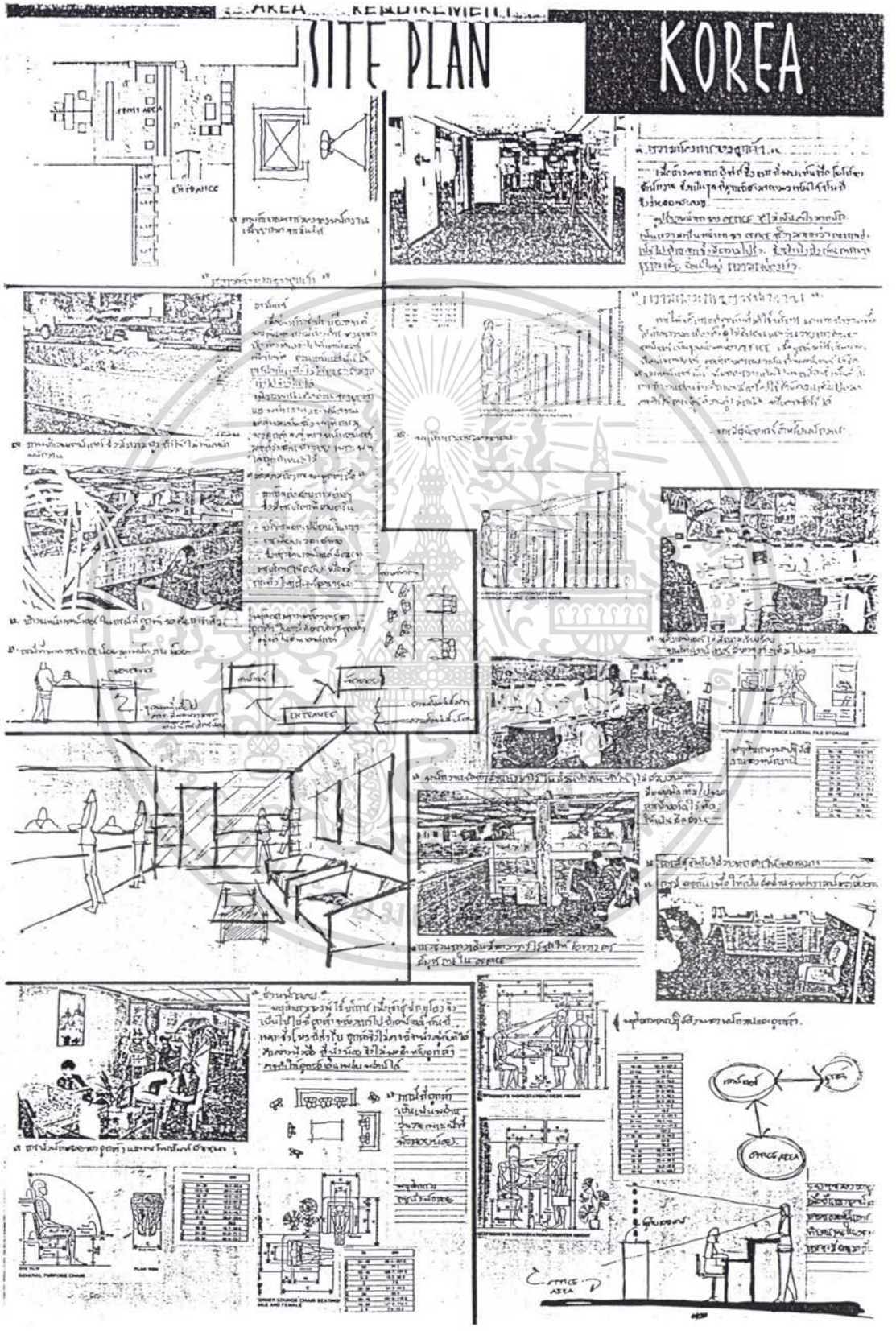
ภาพที่ 10 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) LONDON ENGLAND



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

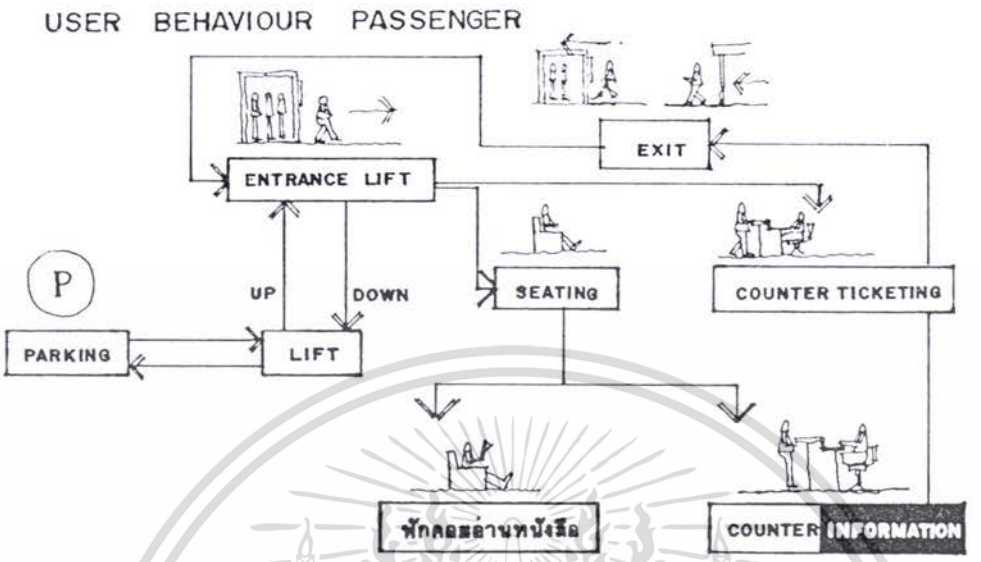
ภาพที่ 11 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

SEOUL KOREA

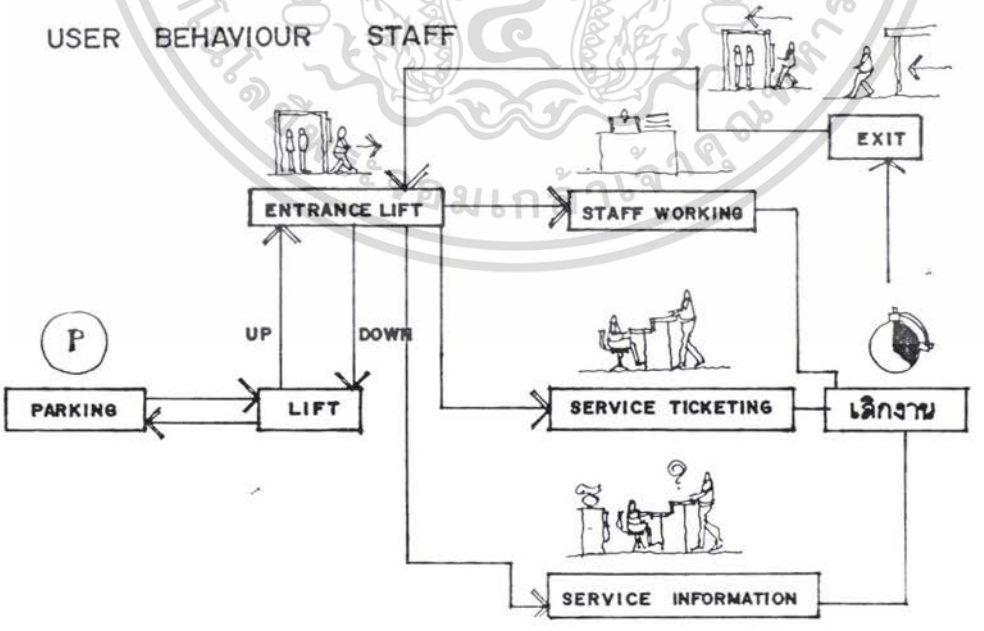


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 12 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 13 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

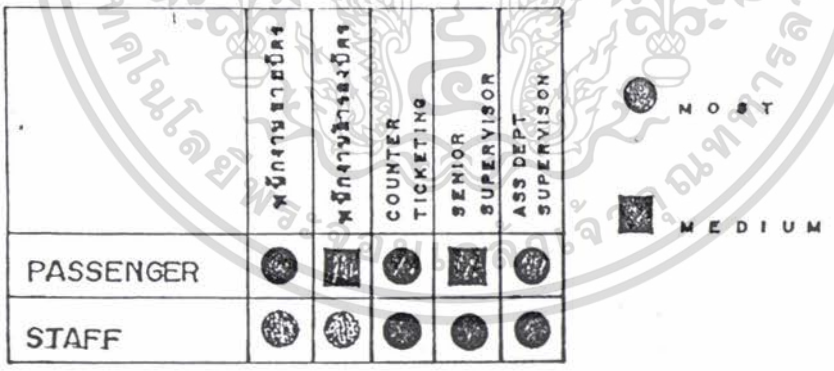
SITE STATION SEOUL KOREA

ภาพที่ 14 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SEOUL KOREA



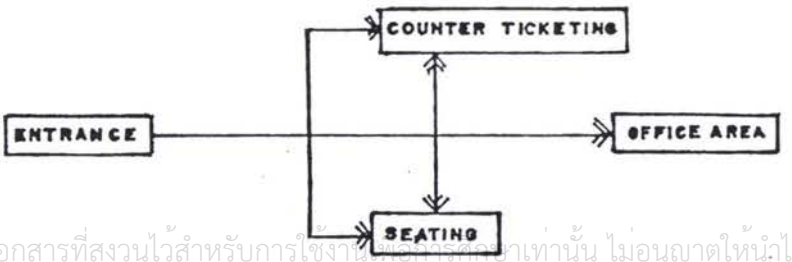
ภาพที่ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 16 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

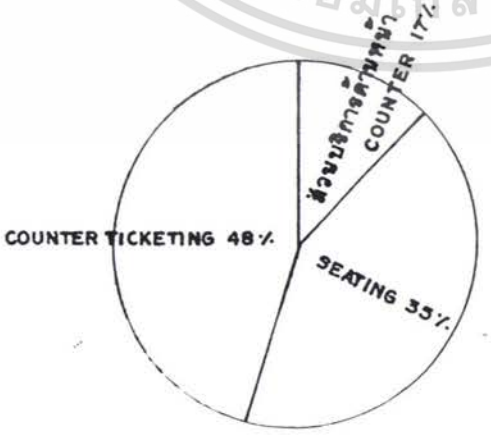
SITE STATION SEOUL KOREA

ภาพที่ 17 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

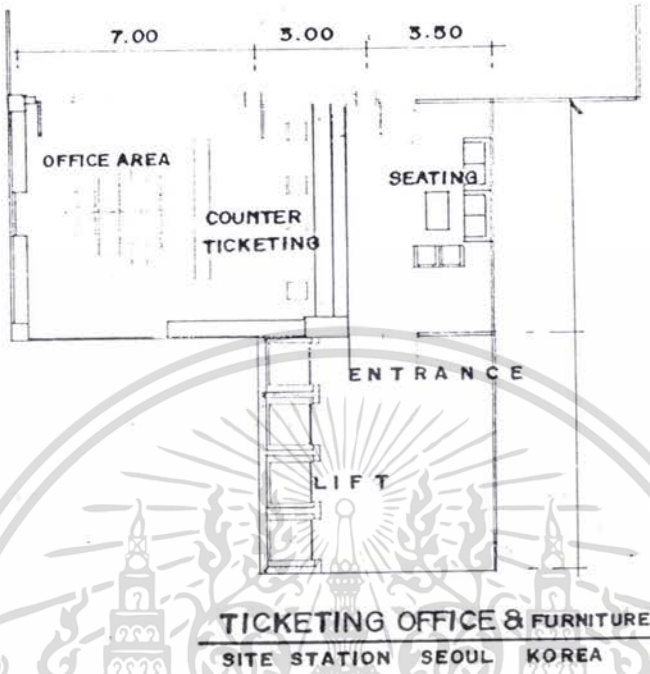
ZONE	AREA	AREA SPACE
WAITING	6 ที่นั่ง	14.95 ต.ร.ม
TICKETING	4 ที่นั่ง	28.60 ต.ร.ม
ส่วนบริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์		12.35 ต.ร.ม
รวม		35.90 ต.ร.ม

ภาพที่ 18 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ

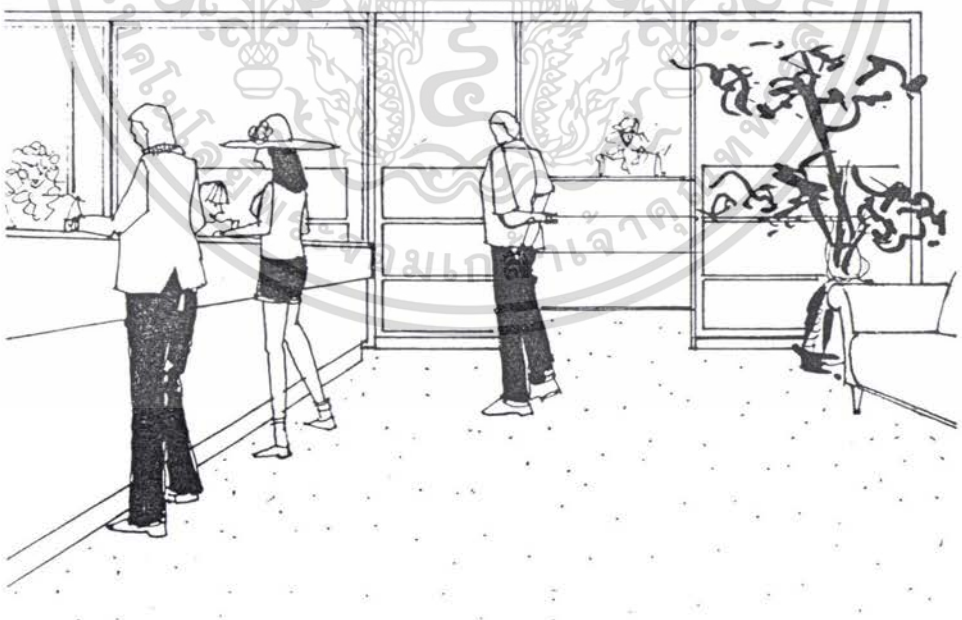


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 19 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SEOUL KOREA



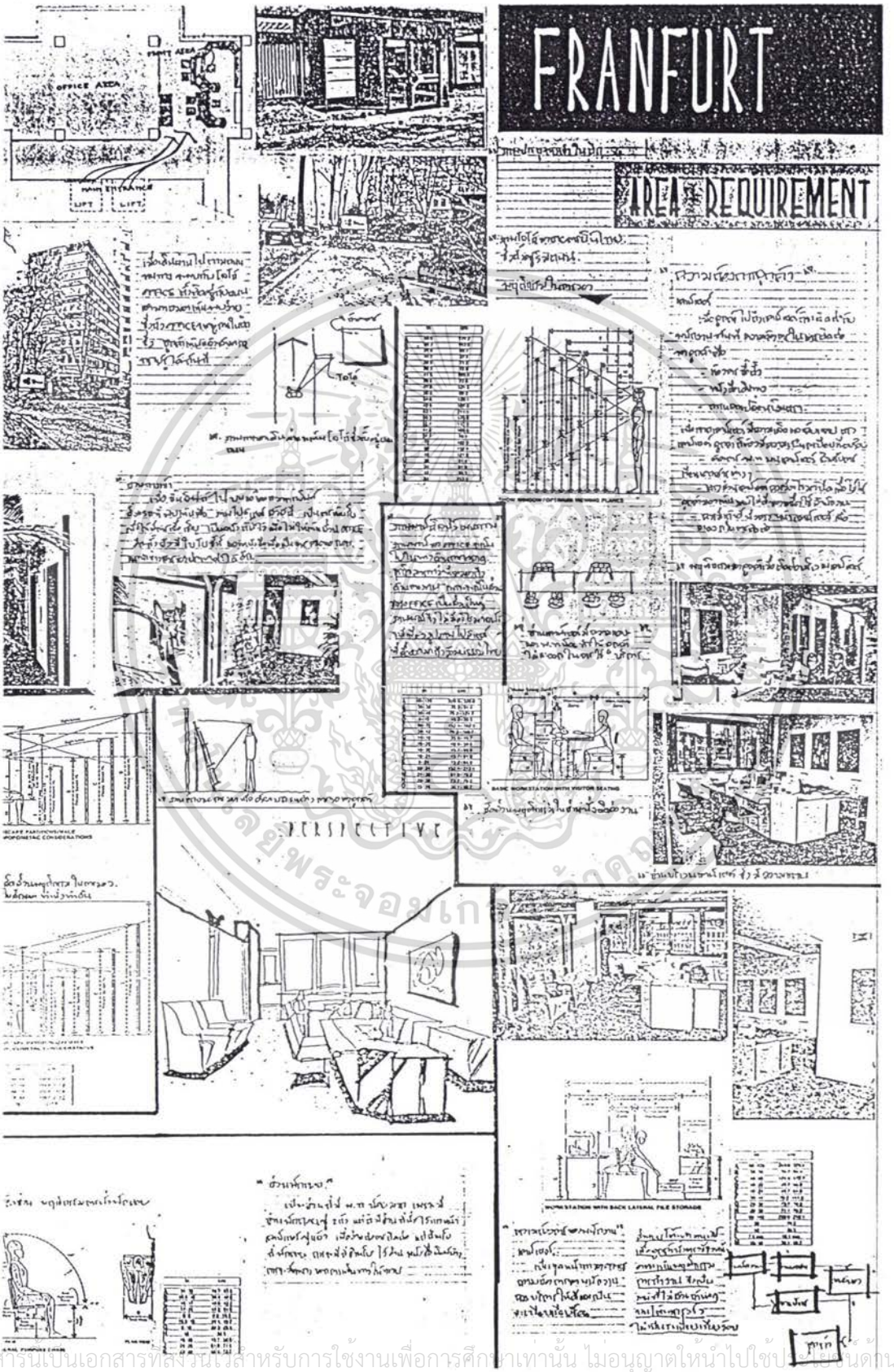
ภาพที่ 20 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SEOUL KOREA



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

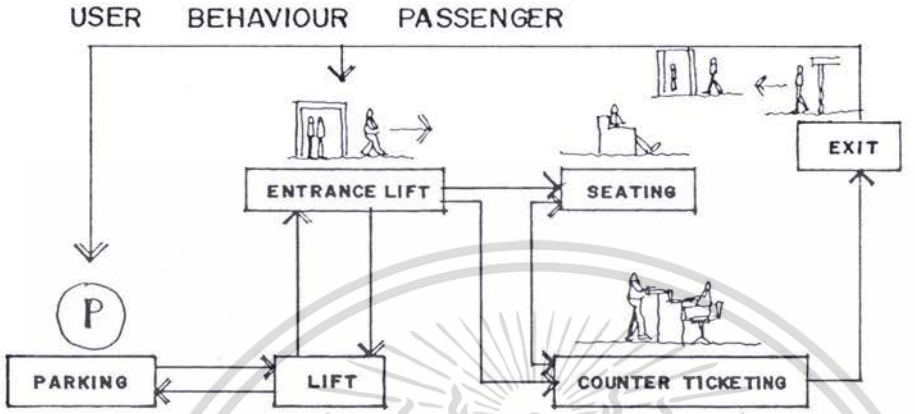
ภาพที่ 21 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

FRANKFURT GERMANY

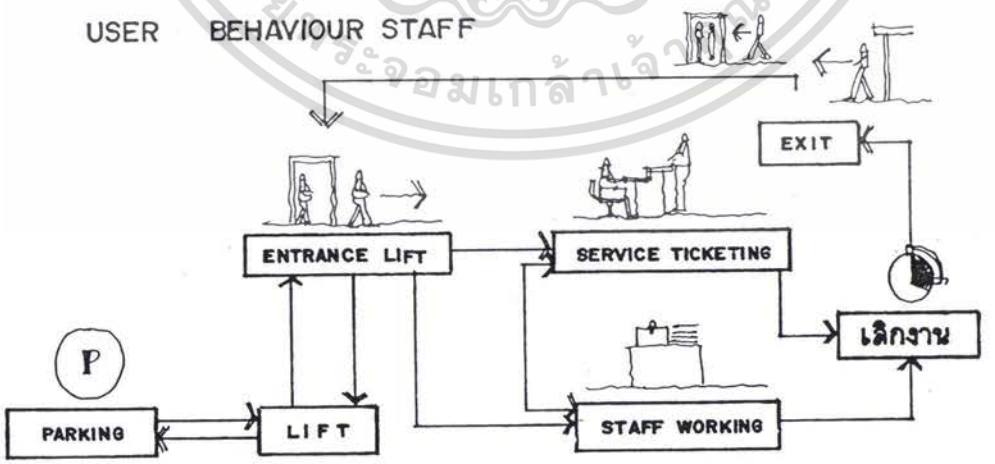


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 22 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 23 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

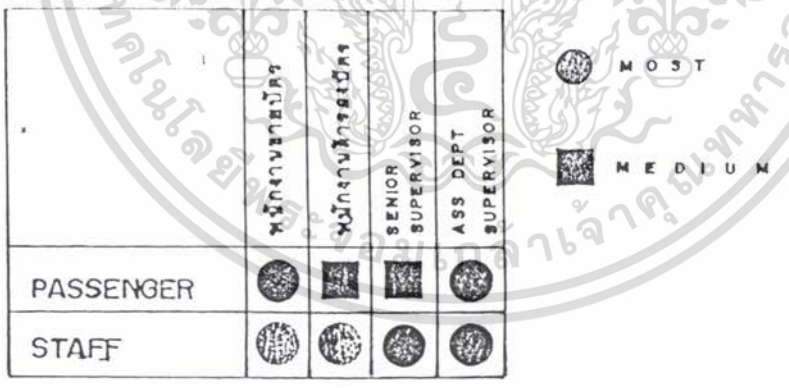
SITE STATION FRANKFURT GERMANY

ภาพที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) FRANKFURT GERMANY



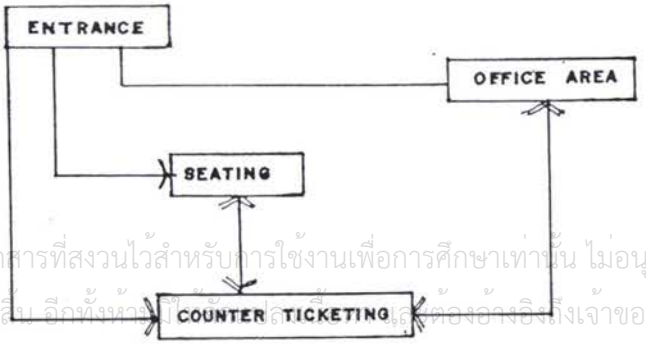
ภาพที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 26 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

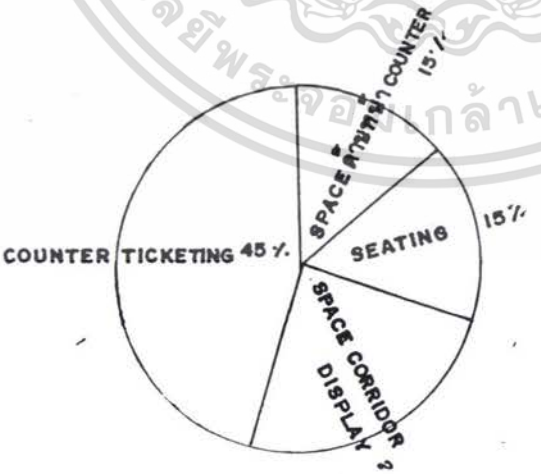
SITE STATION FRANKFURT GERMANY

ภาพที่ 27 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

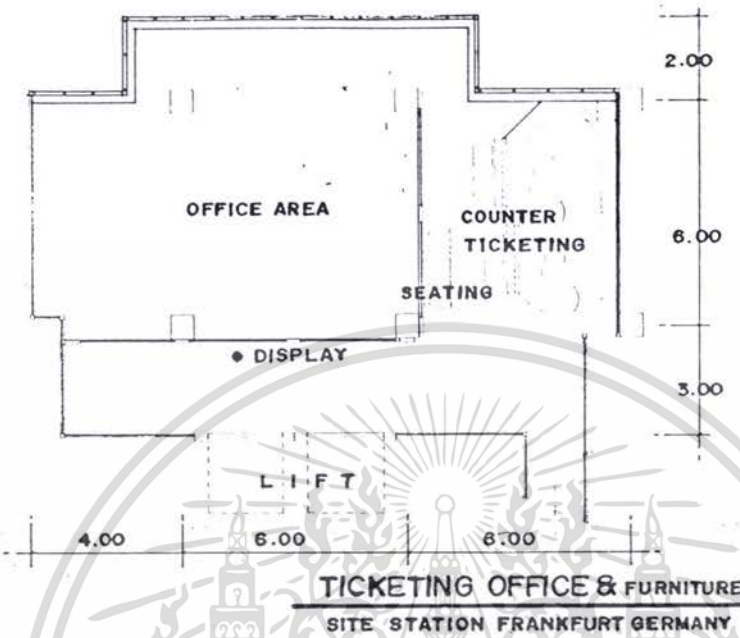
ZONE	AREA SPACE	AREA
* CORRIDOR OFFICE - DISPLAY	8.40 ต.ร.ม	
COUNTER TICKETING	19.68 ต.ร.ม	2 ที่นั่ง
SEATING	4.42 ต.ร.ม	2 ที่นั่ง
พ.ท บริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์	4.50 ต.ร.ม	4 ที่นั่ง
รวม	37 ต.ร.ม	

ภาพที่ 28 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 29 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) FRANKFURT GERMANY



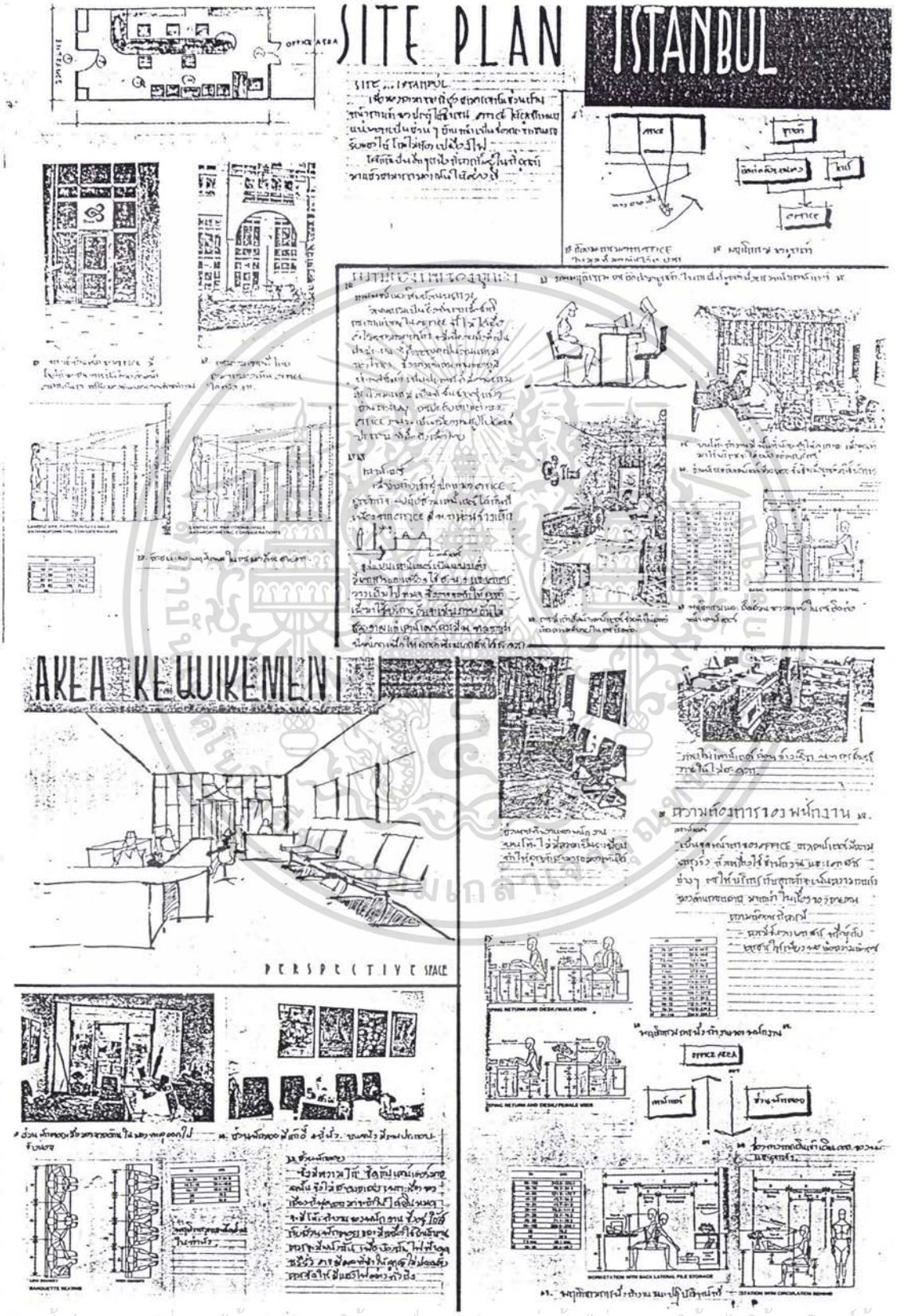
ภาพที่ 30 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) FRANKFURT GERMANY



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

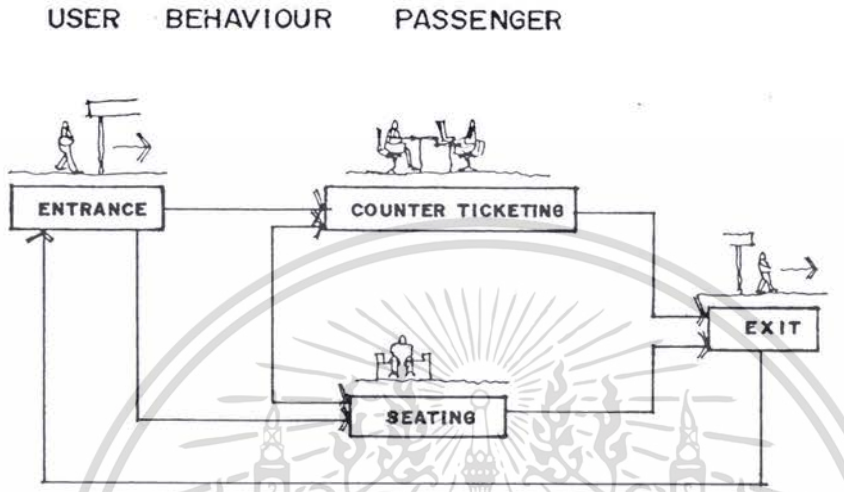
ภาพที่ 31 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

ISTANBUL TURKEY

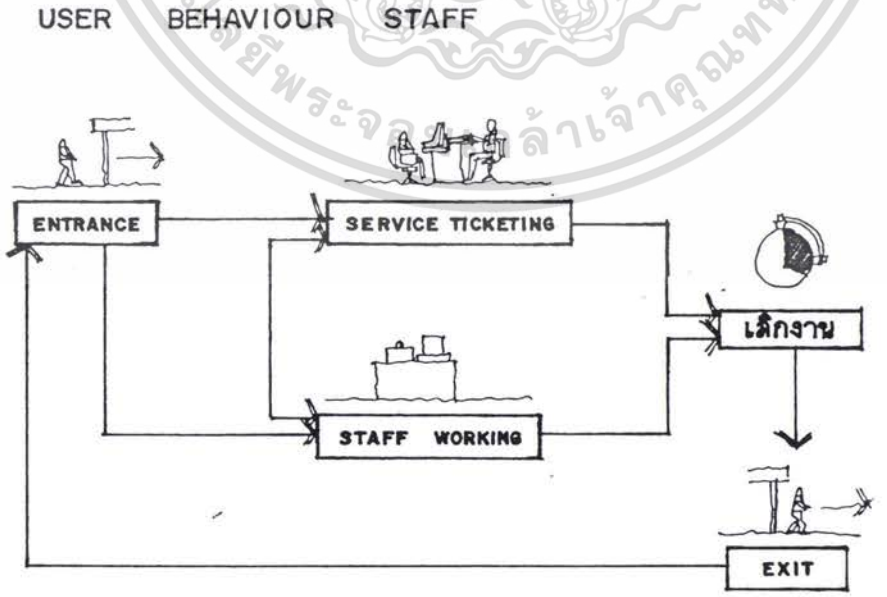


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 32 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 33 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE STATION ISTANBUL TURKEY

ภาพที่ 34 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ISTANBUL TURKEY



ภาพที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION

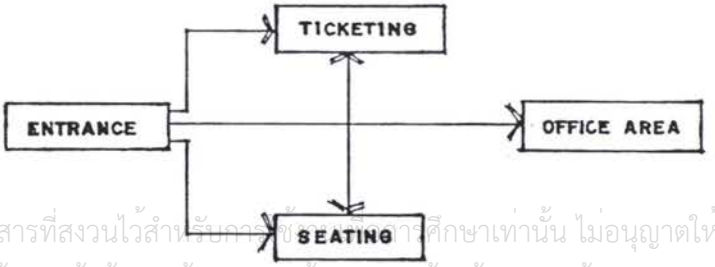
	หน้าที่งานขายบัตร	หน้าที่งานขายบัตร	SENIOR SUPERVISOR	ASS DEPT SUPERVISOR
PASSENGER	●	■	■	●
STAFF	●	●	●	●

● MOST

■ MEDIUM

ภาพที่ 36 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

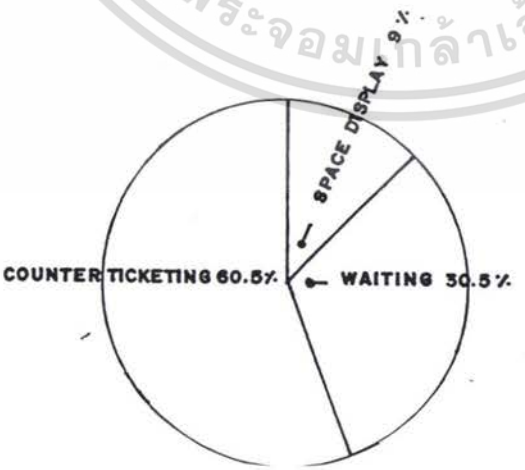
SITE STATION ISTANBUL TURKEY

ภาพที่ 37 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

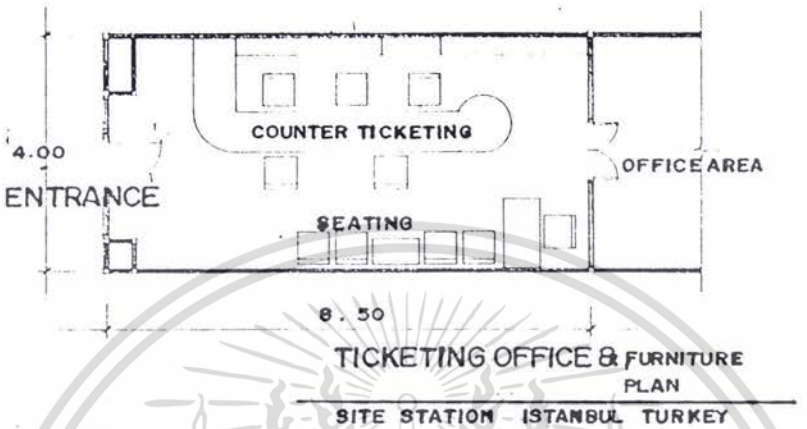
ZONE	AREA SPACE	AREA	
		ลูกค้า	พนักงาน
COUNTER TICKETING	21.46 ต.ร.ม	2 ที่นั่ง	3 ที่นั่ง
WAITING	7.70 ต.ร.ม		
DISPLAY	6 ต.ร.ม		
รวม	35.16 ต.ร.ม		

ภาพที่ 38 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 39 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ISTANBUL TURKEY

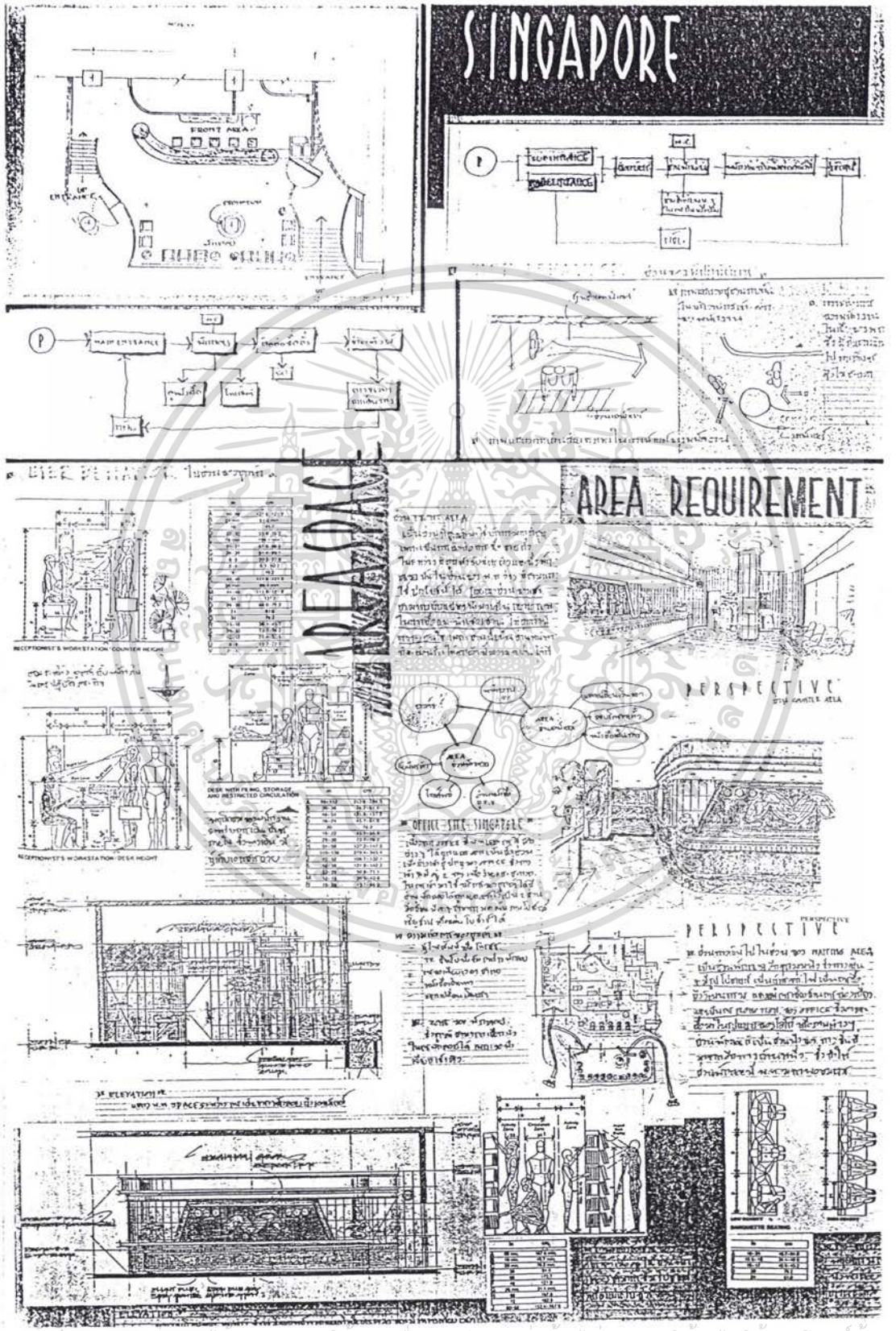


ภาพที่ 40 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ISTANBUL TURKEY



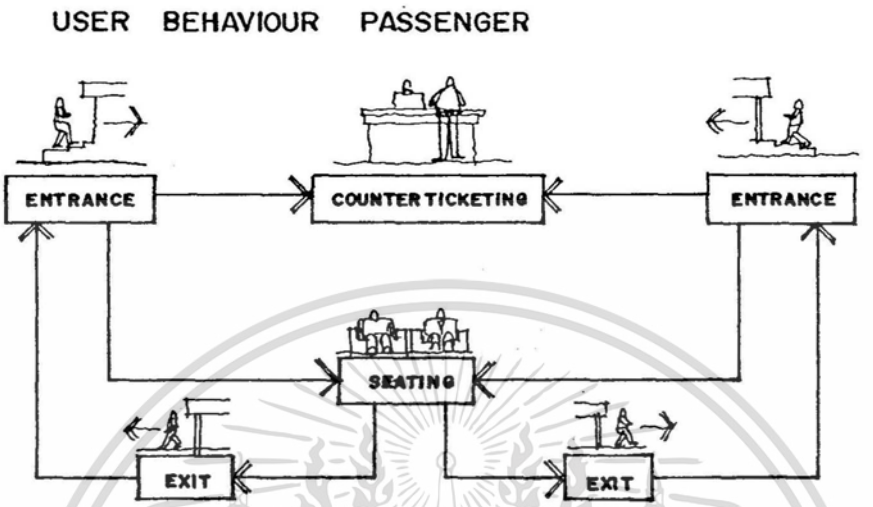
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 41 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SINGAPORE

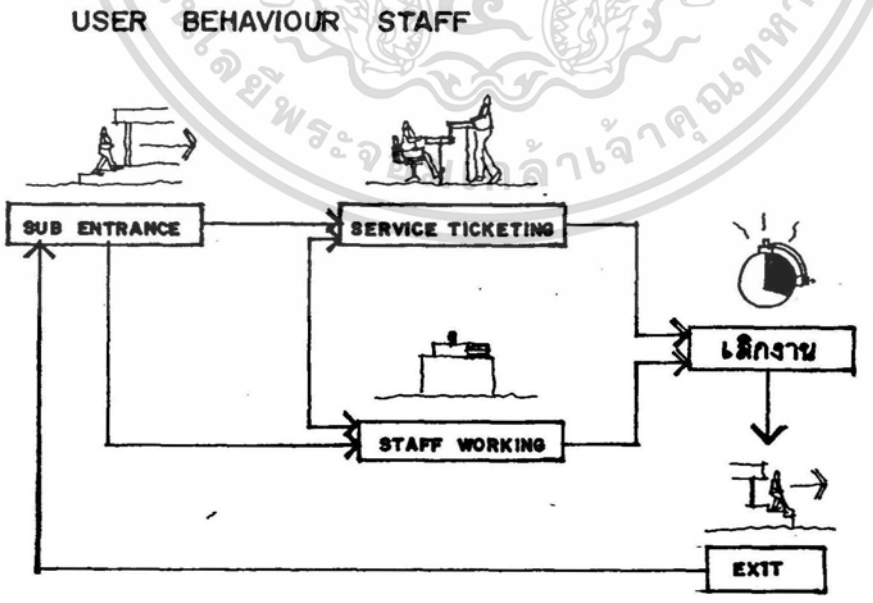


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 42 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 43 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

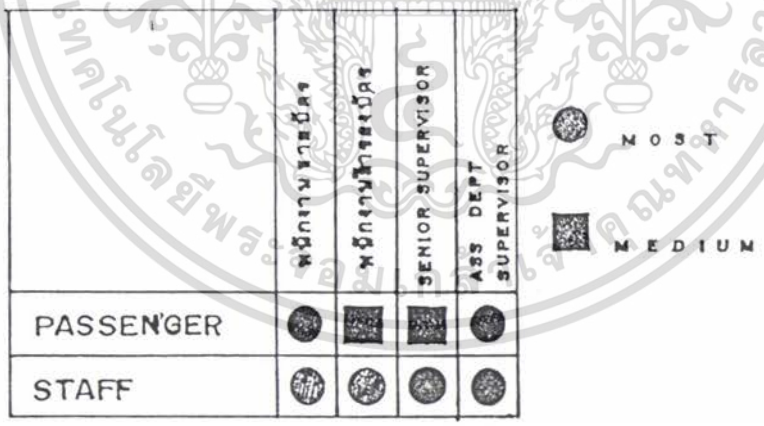
SITE STATION SINGAPORE

ภาพที่ 44 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SINGAPORE



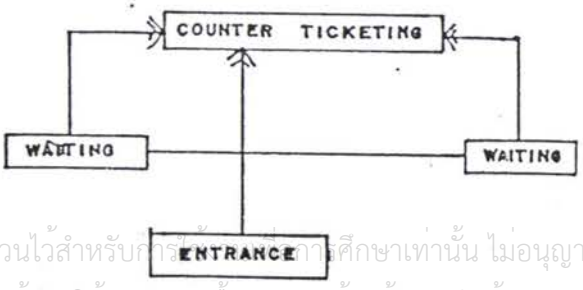
ภาพที่ 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 46 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

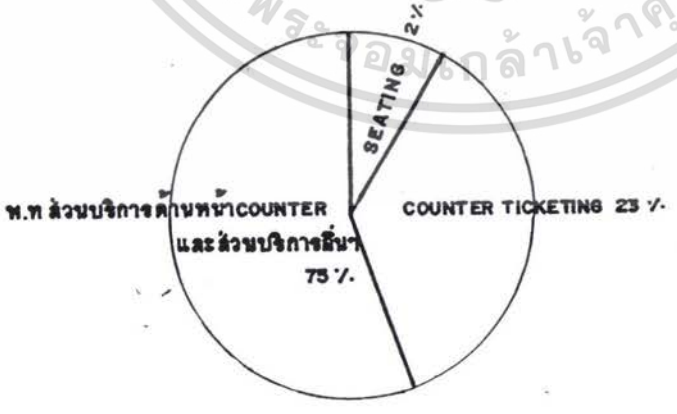
SITE STATION SINGAPORE

ภาพที่ 47 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

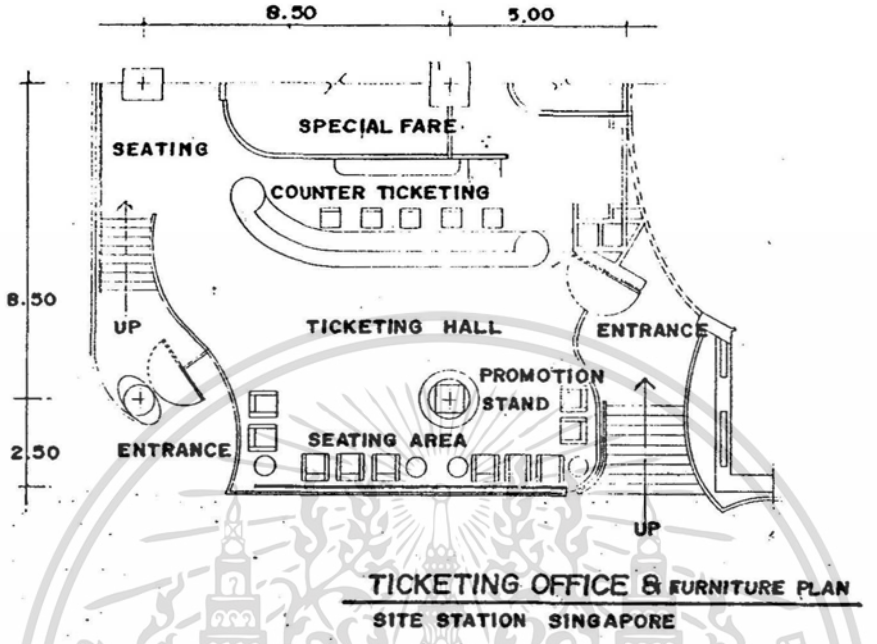
ZONE	AREA SPACE	AREA
TICKETING	30.74 ต.ร.ม	5 ที่นั่ง
SEATING	3.80 ต.ร.ม	10 ที่นั่ง
พ.ท ส่วนบริการด้านหน้าเคาน์เตอร์	46.37 ต.ร.ม	
รวม	80.91 ต.ร.ม	

ภาพที่ 48 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 49 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SINGAPORE

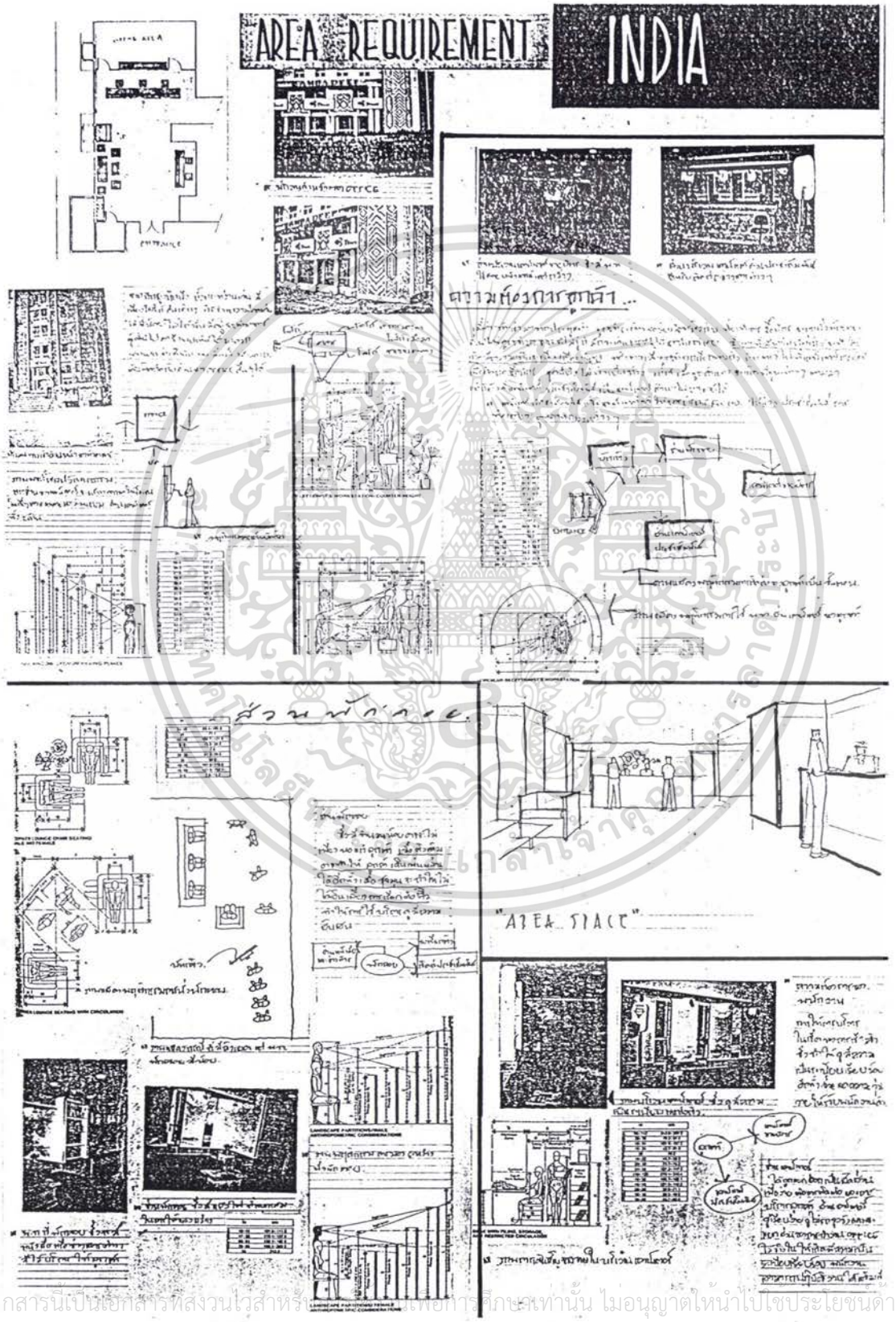


ภาพที่ 50 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) SINGAPORE



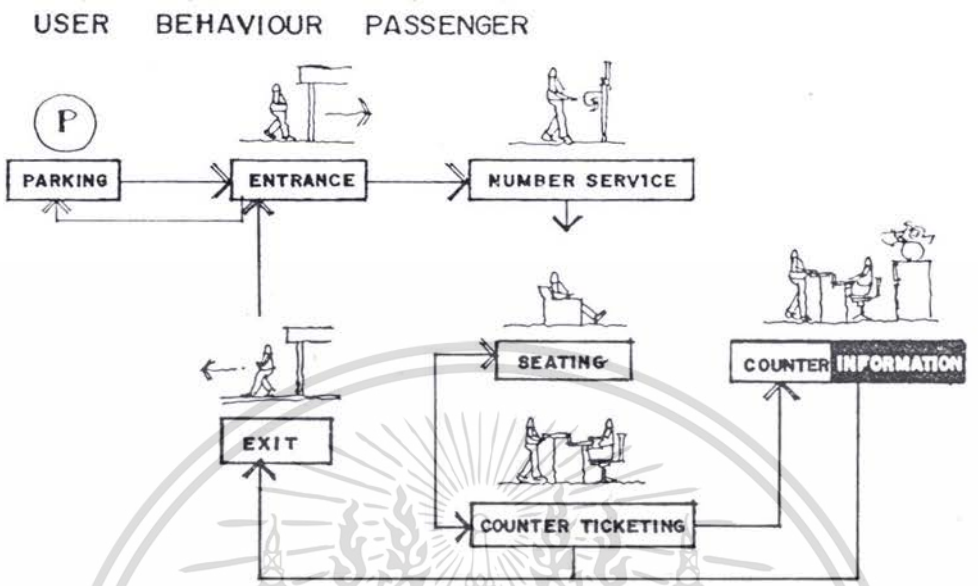
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 51 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)
NEW DELHI INDIA

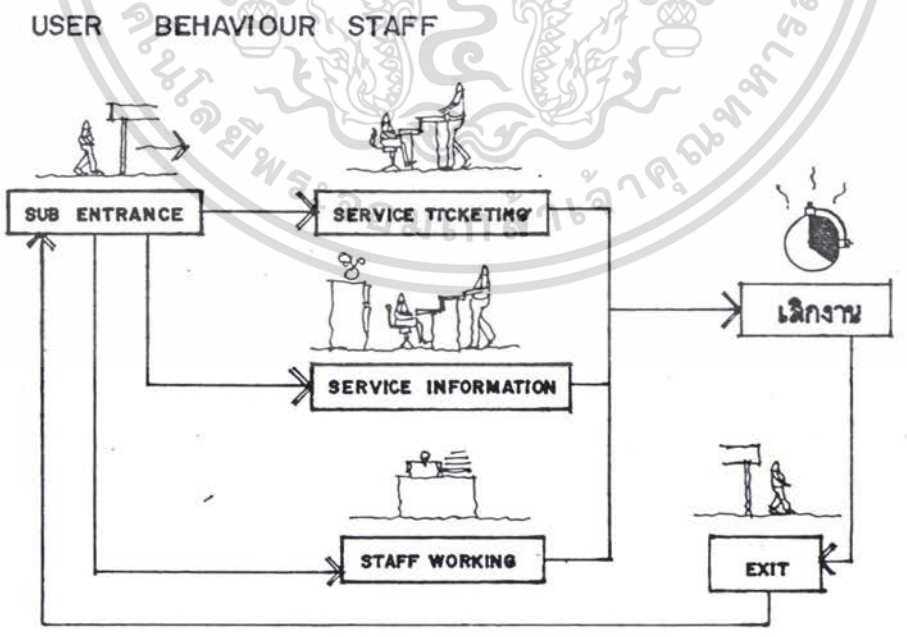


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 52 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 53 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE STATION NEW DELHI INDIA

ภาพที่ 54 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) NEW DELHI INDIA



ภาพที่ 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

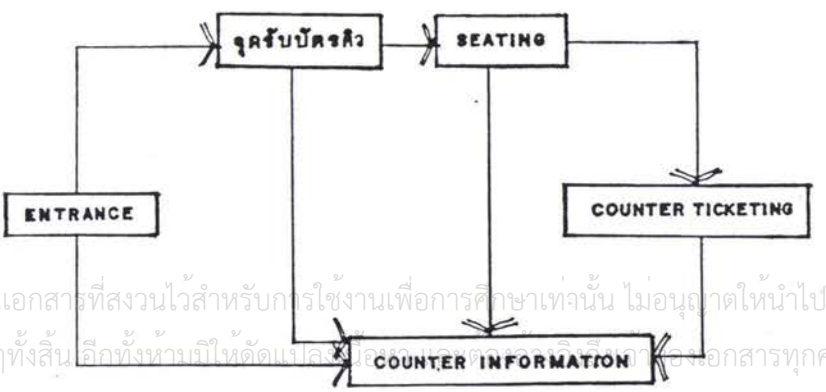
MATRIX INTERACTION

	หน้าที่งานขายบัตร	หน้าที่งานจัดรายบัตร	COUNTER INFORMATION	COUNTER TICKETING	SENIOR SUPERVISOR	ASS DEPT SUPERVISOR
PASSENGER	●	■	●	●	■	●
STAFF	●	●	●	●	●	●

● MOST
■ MEDIUM

แผนภูมิที่ 56 แสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE STATION NEW DELHI INDIA

ภาพที่ 57 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

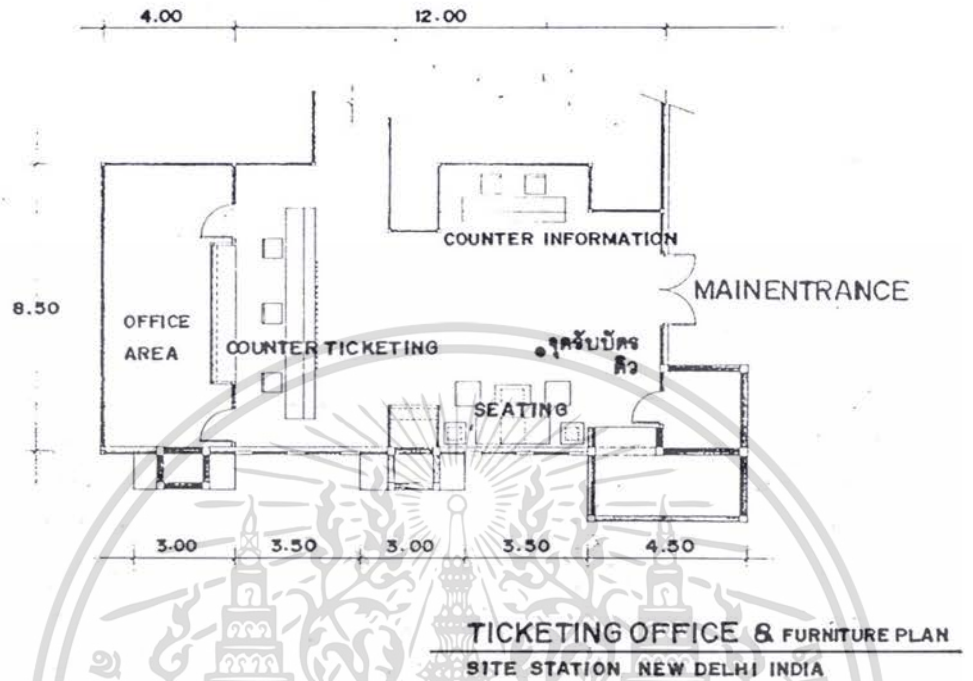
ZONE	AREA SPACE	AREA
COUNTER TICKETING	20.31 ต.ร.ม	3 ที่นั่ง
ส่วน พ.ท บริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์	49.10 ต.ร.ม	
COUNTER INFORMATION	3.79 ต.ร.ม	2 ที่นั่ง
SEATING	14.50 ต.ร.ม	5 ที่นั่ง
รวม	87.89 ต.ร.ม	

ภาพที่ 58 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ

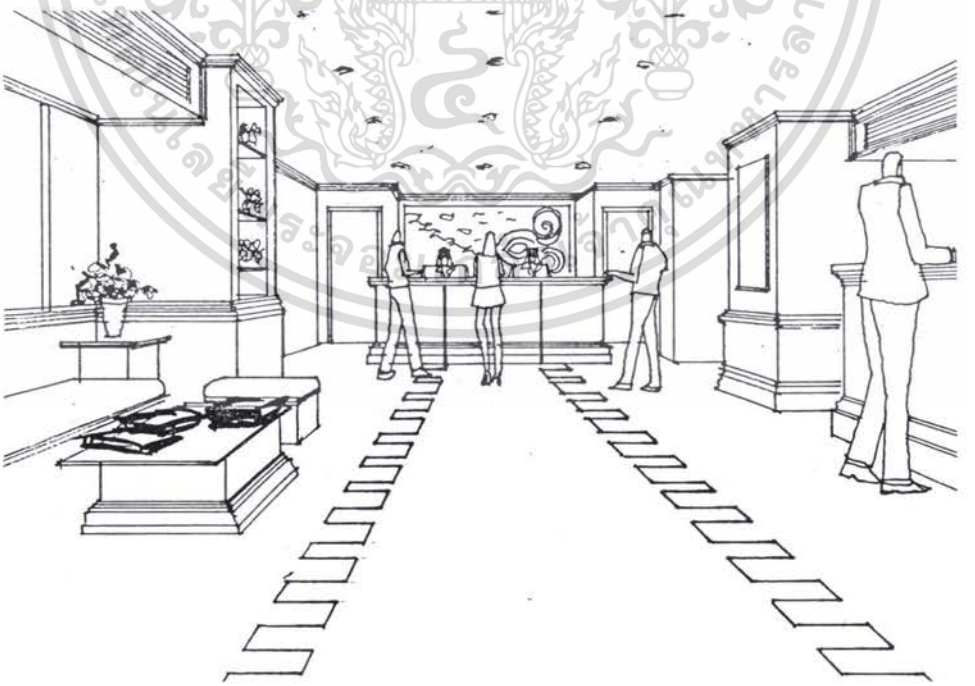


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 59 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) NEW DELHI INDIA

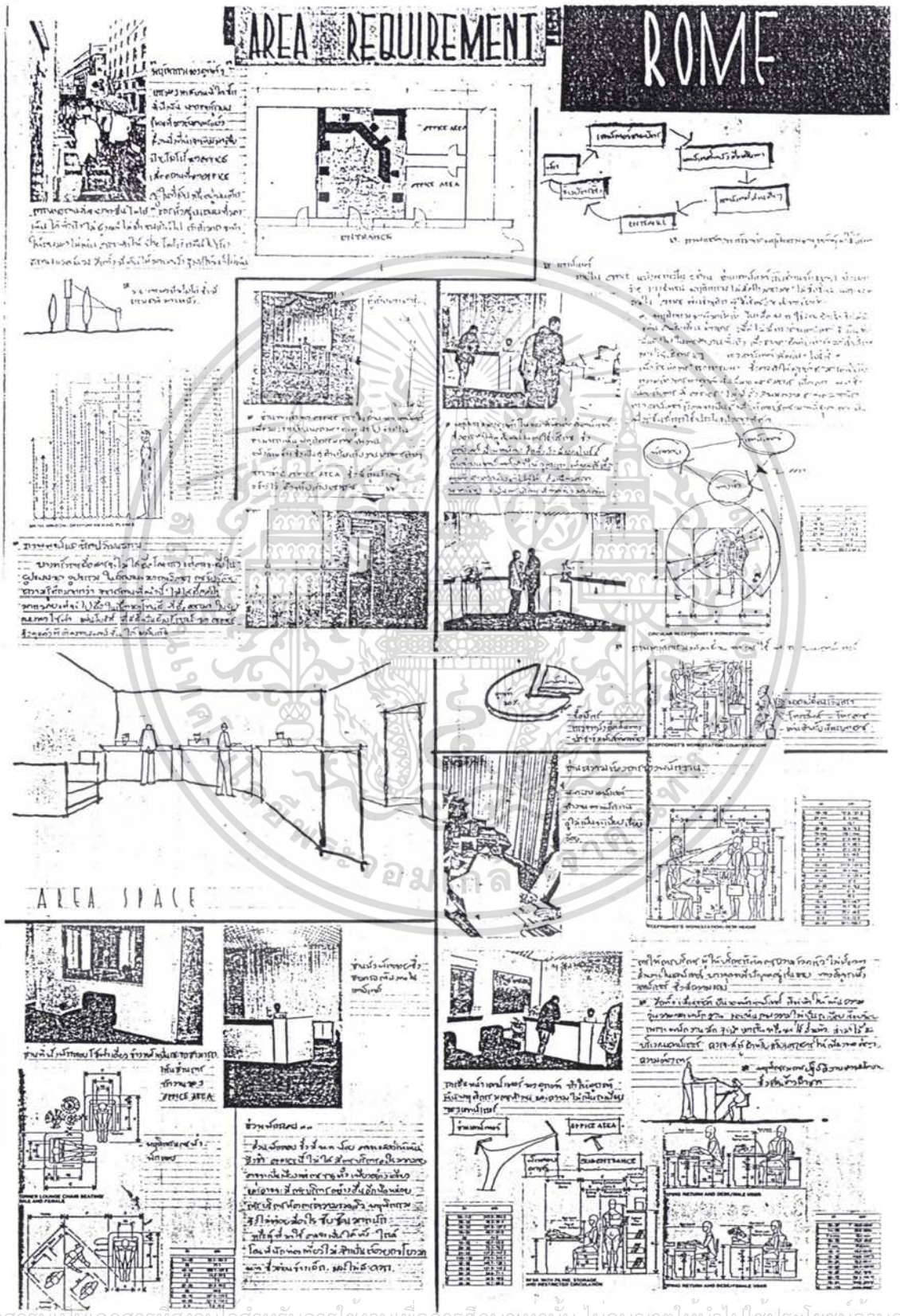


ภาพที่ 60 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) NEW DELHI INDIA



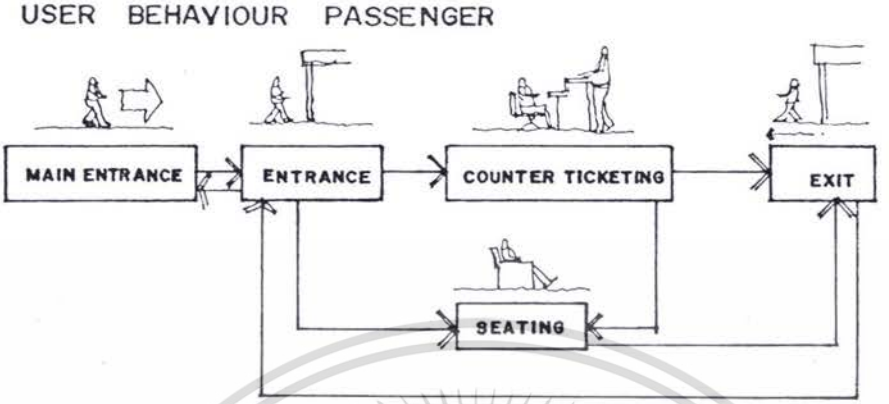
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 61 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ROME ITALY

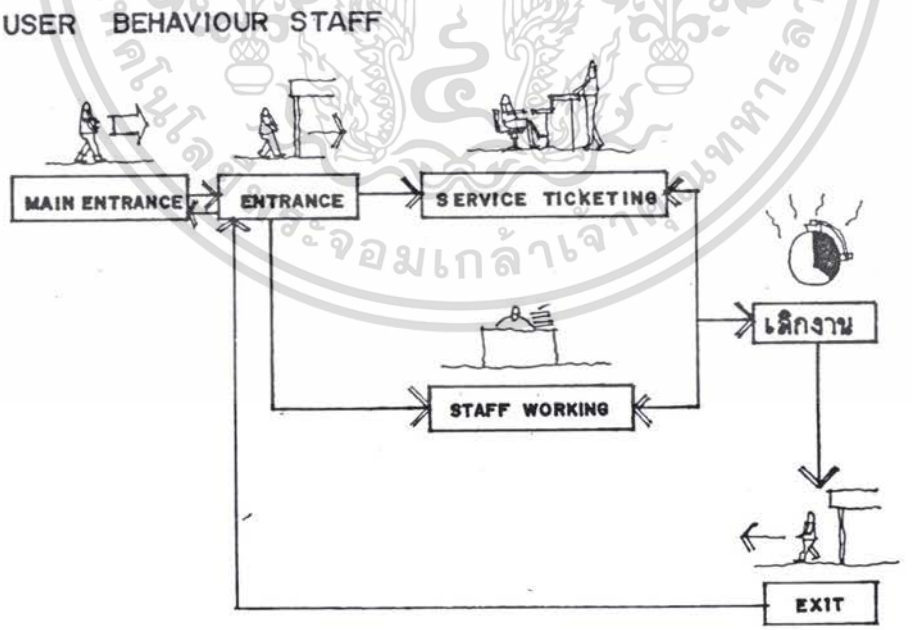


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 62 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 63 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



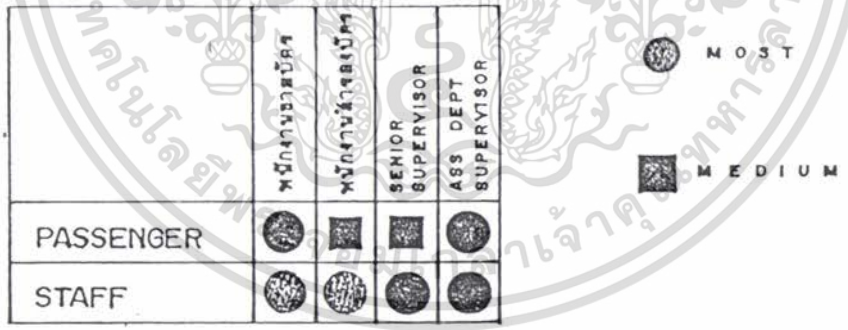
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE STATION ROME ITALY

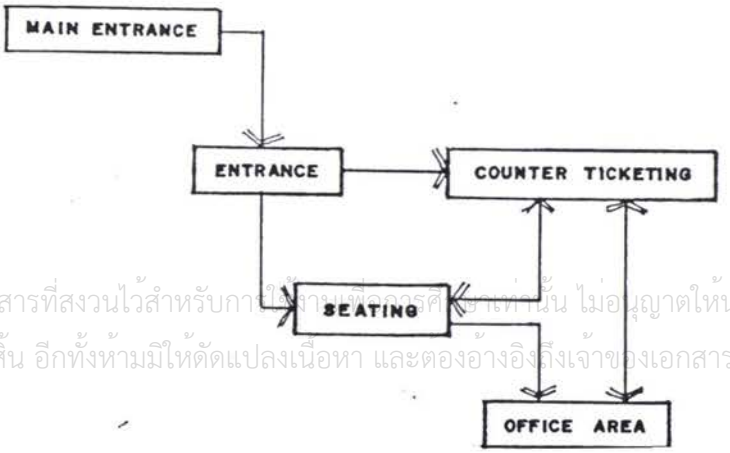
ภาพที่ 64 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ROME ITALY



ภาพที่ 65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 66 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

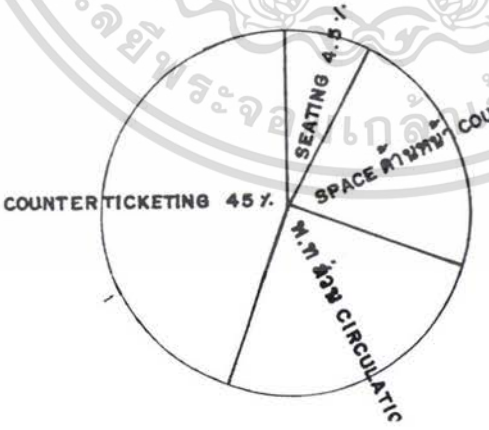
SITE STATION ROME ITALY

ภาพที่ 67 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

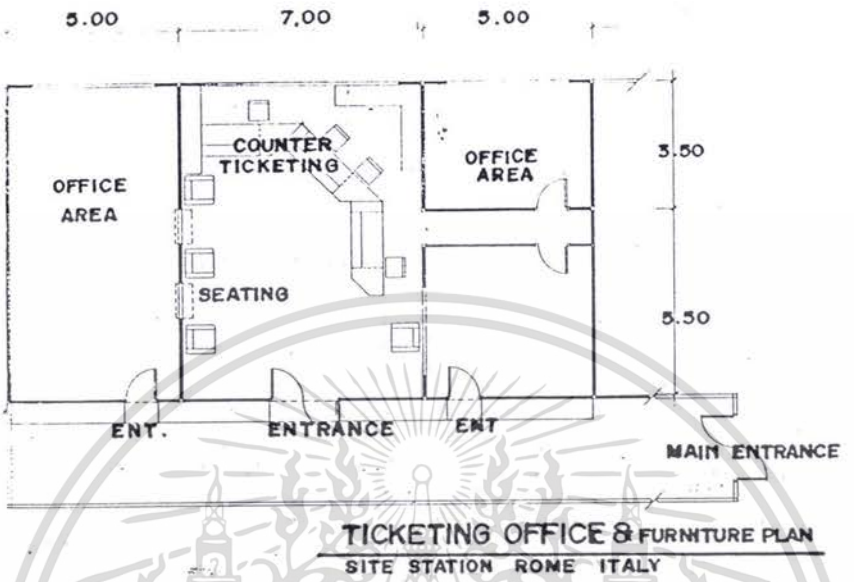
ZONE	AREA SPACE	AREA
WAITING	9.88 ต.ร.ม	4 ที่นั่ง
COUNTER TICKETING	22.41 ต.ร.ม	4 ที่นั่ง
ส่วนบริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์	12.87 ต.ร.ม	
พ.ท ส่วน CIRCULATION	16.24 ต.ร.ม	
รวม	61.40 ต.ร.ม	

ภาพที่ 68 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 69 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ROME ITALY

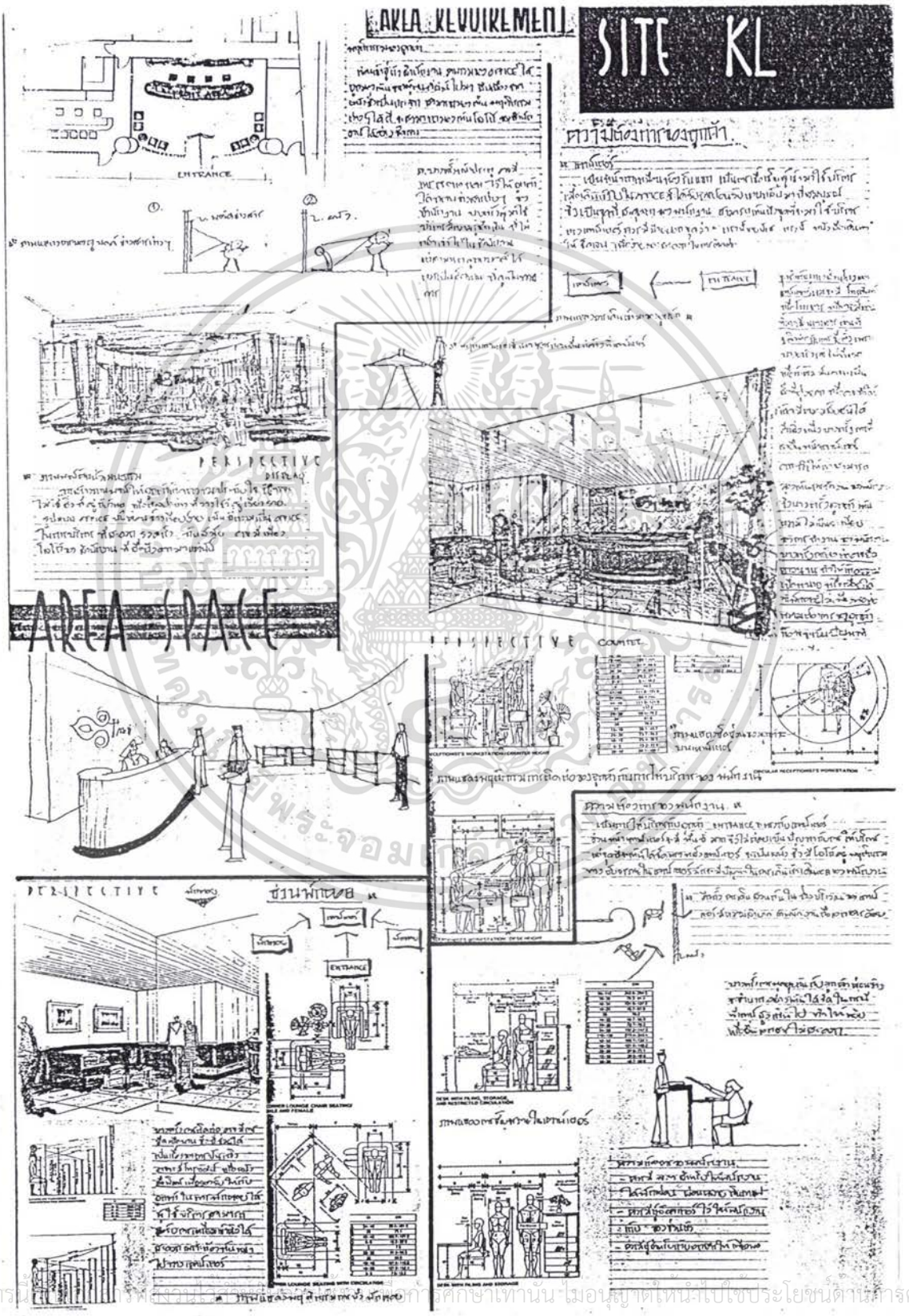


ภาพที่ 70 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ROME ITALY



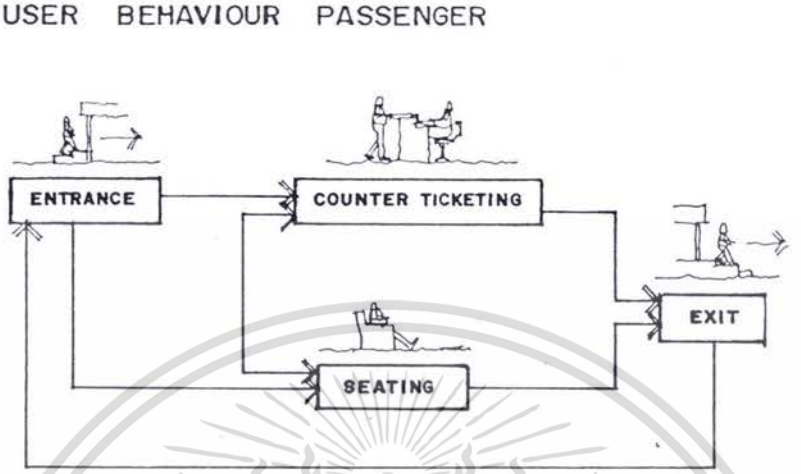
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 71 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)
KUALALUMPUR MALAYSIA

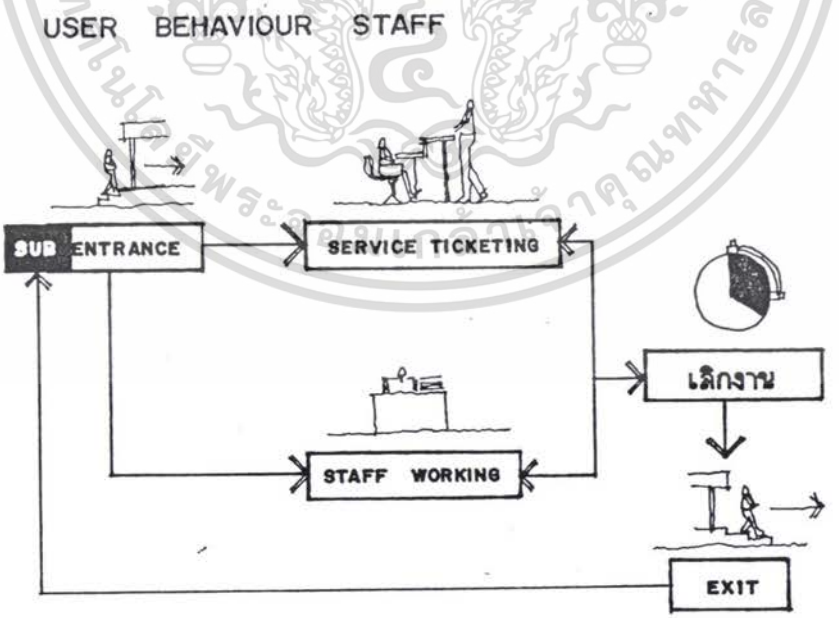


เอกสารนี้สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 72 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 73 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

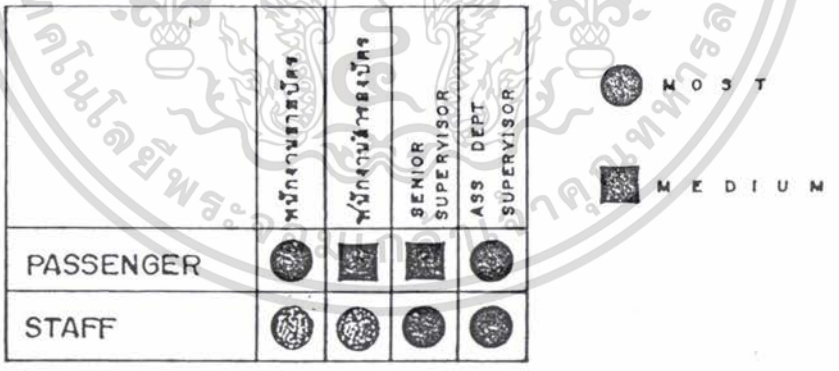
SITE STATION KUALALUMPUR MALAYSIA

ภาพที่ 74 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) KUALALUMPUR MALAYSIA



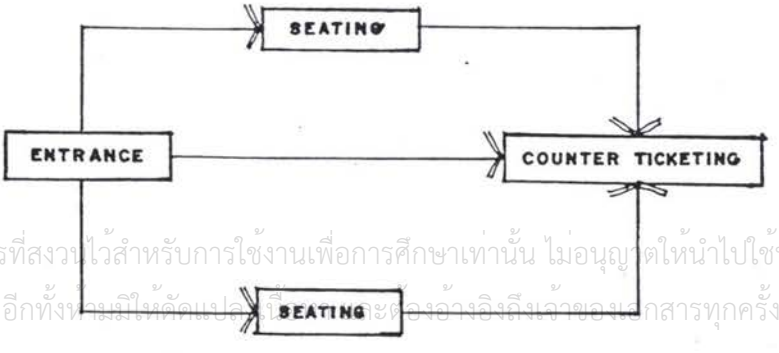
ภาพที่ 75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



ภาพที่ 76 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

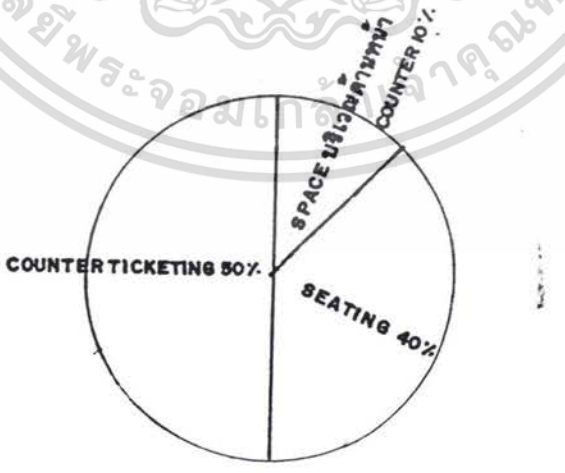
SITE STATION KUALALUMPUR MALAYSIA

ภาพที่ 77 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

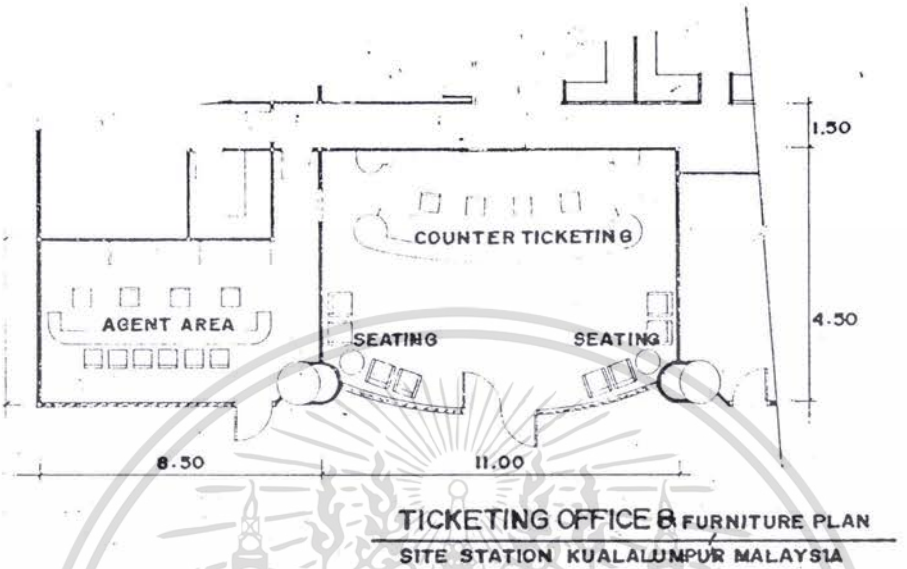
ZONE	AREA SPACE	AREA
COUNTER TICKETING	37.06 ต.ร.ม	4 ที่นั่ง
SEATING	32.96 ต.ร.ม	8 ที่นั่ง
ส่วน พ.ท บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์	10.56 ต.ร.ม	
รวม	80.58 ต.ร.ม	

ภาพที่ 78 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ

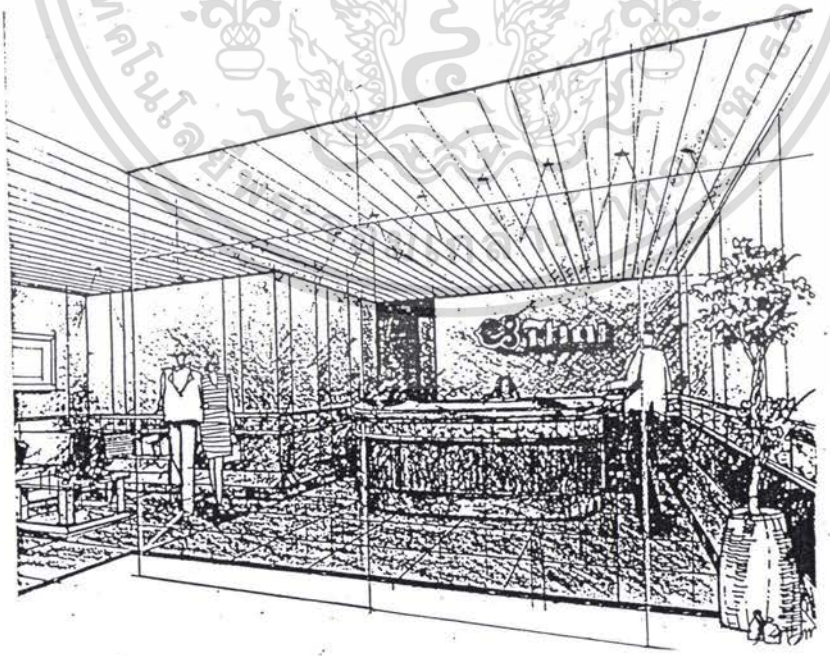


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 79 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) KUALALUMPUR MALAYSIA

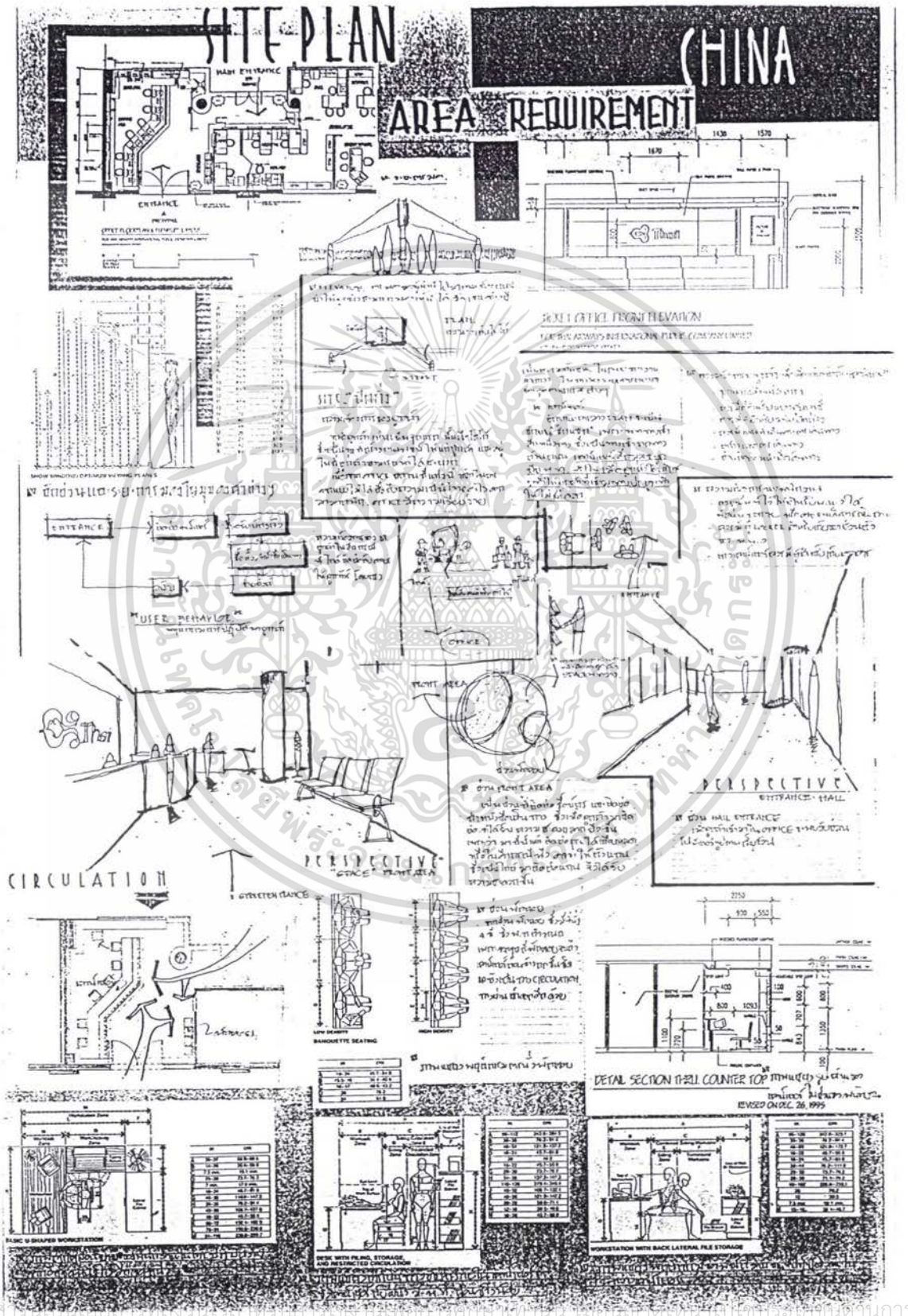


ภาพที่ 80 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) KUALALUMPUR MALAYSIA



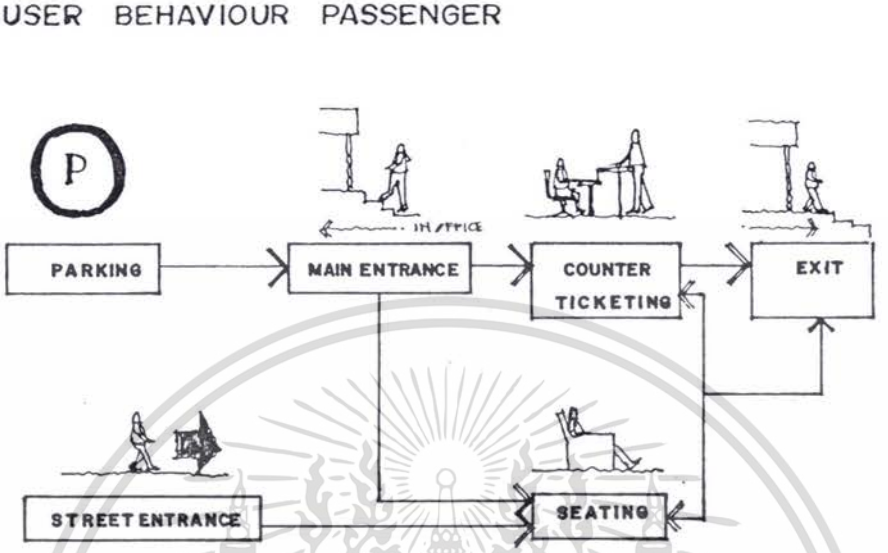
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 81 แสดงการรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BEIJING CHINA

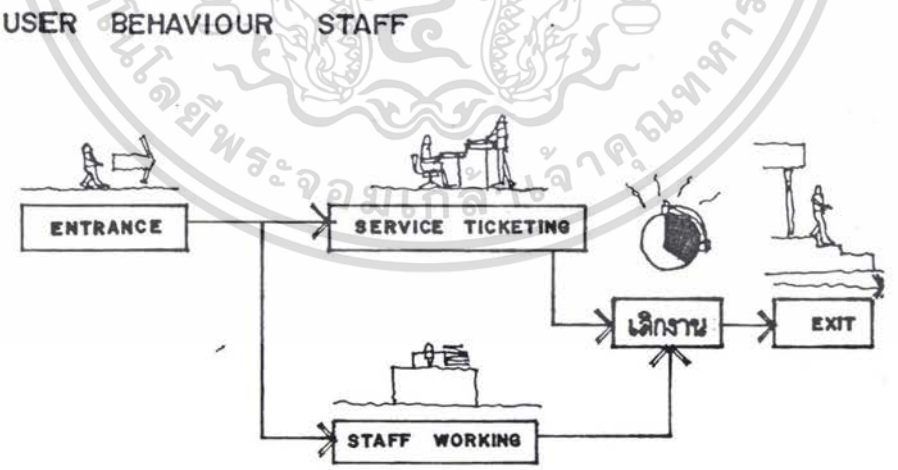


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 82 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของผู้โดยสาร



ภาพที่ 83 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

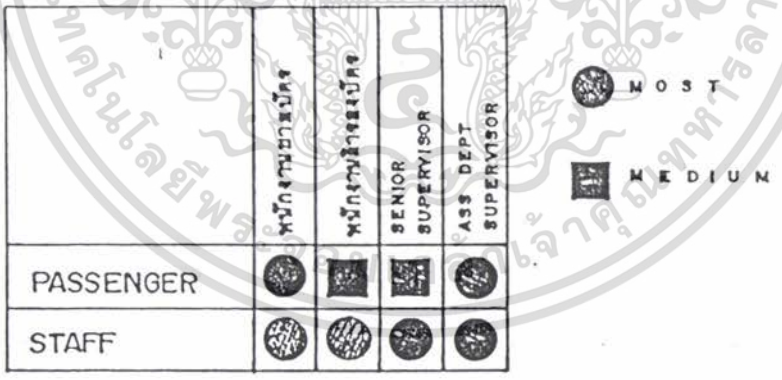
SITE STATION BEIJING CHINA

ภาพที่ 84 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษาสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BEIJING CHINA



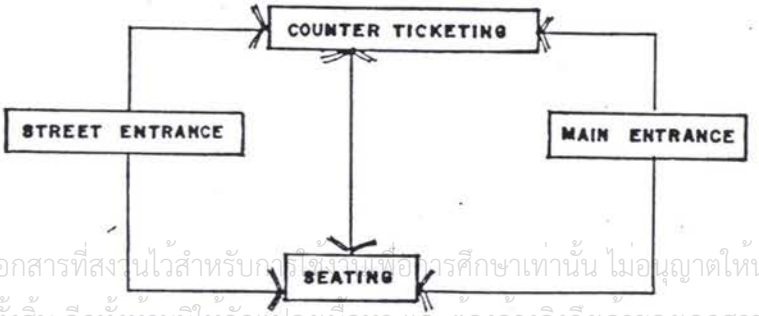
ภาพที่ 85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้โดยสารกับพนักงาน

MATRIX INTERACTION



แผนภูมิที่ 86 แสดงความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ใช้สอย

FUNCTION DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

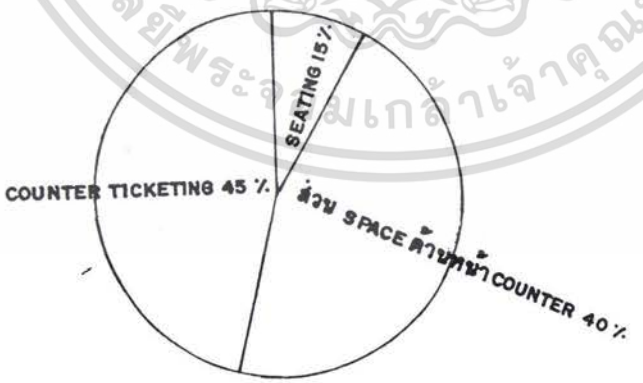
SITE STATION BEIJING CHINA

ภาพที่ 87 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในส่วนต่างๆ ภายในสำนักงาน

AREA REQUIREMENT

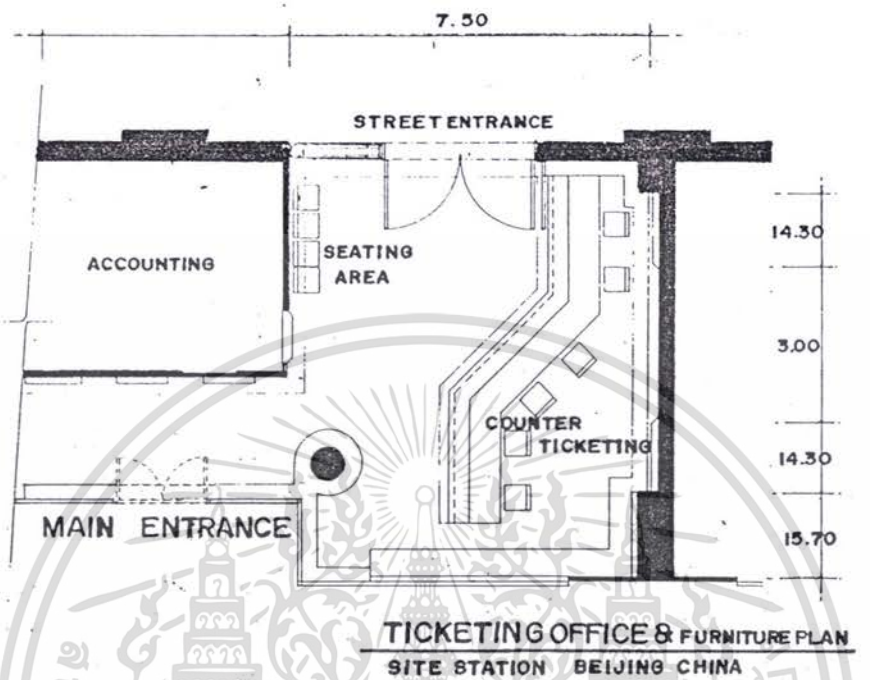
ZONE	AREA SPACE	AREA
COUNTER TICKETING	16.06 ต.ร.ม	6 ที่นั่ง
SEATING	8.36 ต.ร.ม	4 ที่นั่ง
ส่วน พ.ท บริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์	15.08 ต.ร.ม	
รวม	40.04 ต.ร.ม	

ภาพที่ 88 แสดงความต้องการใช้พื้นที่ในอัตราส่วนร้อยละ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 89 แสดงการวางผัง (LAY-OUT) ภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BEIJING CHINA

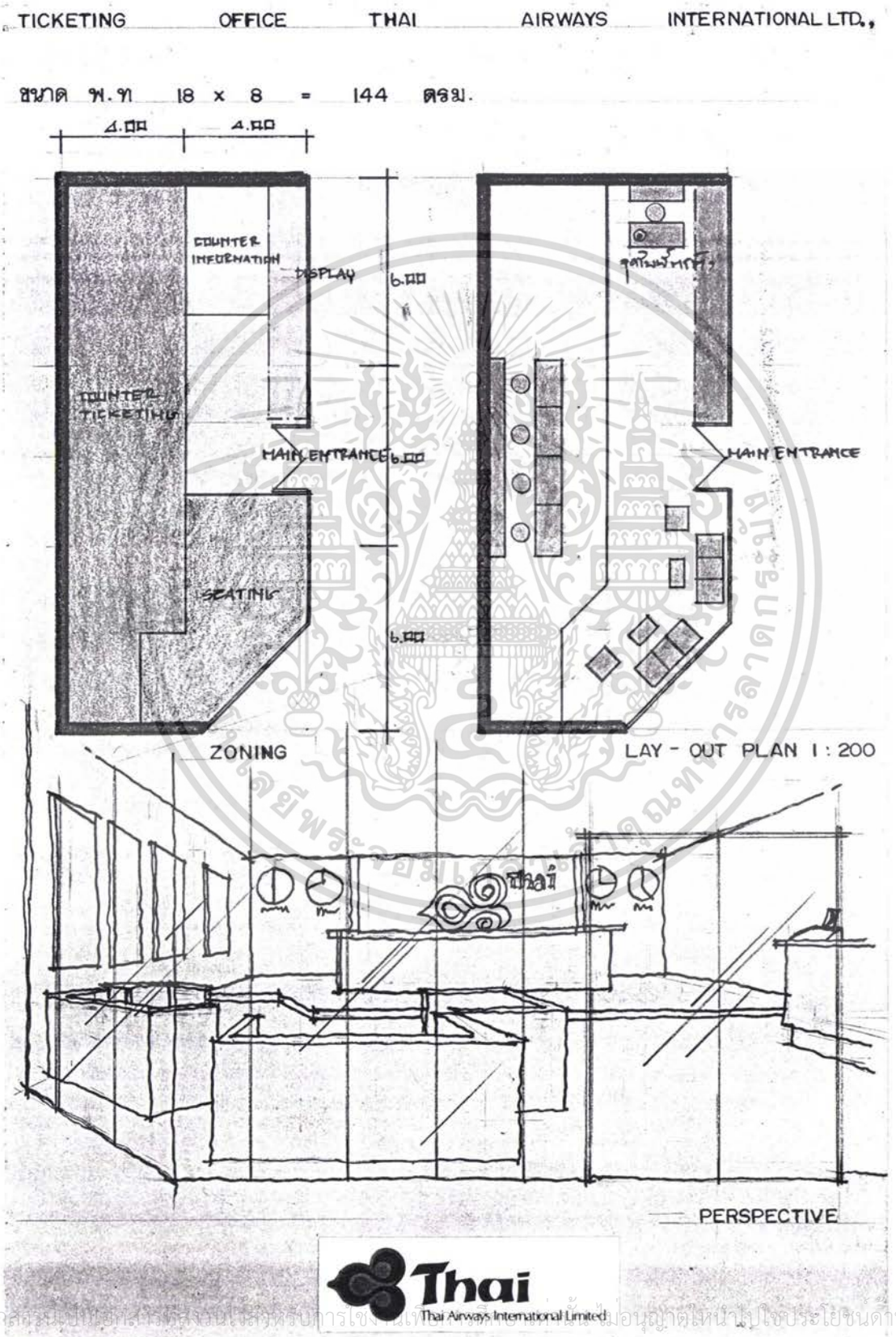


ภาพที่ 90 ทัศนียภาพภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) BEIJING CHINA



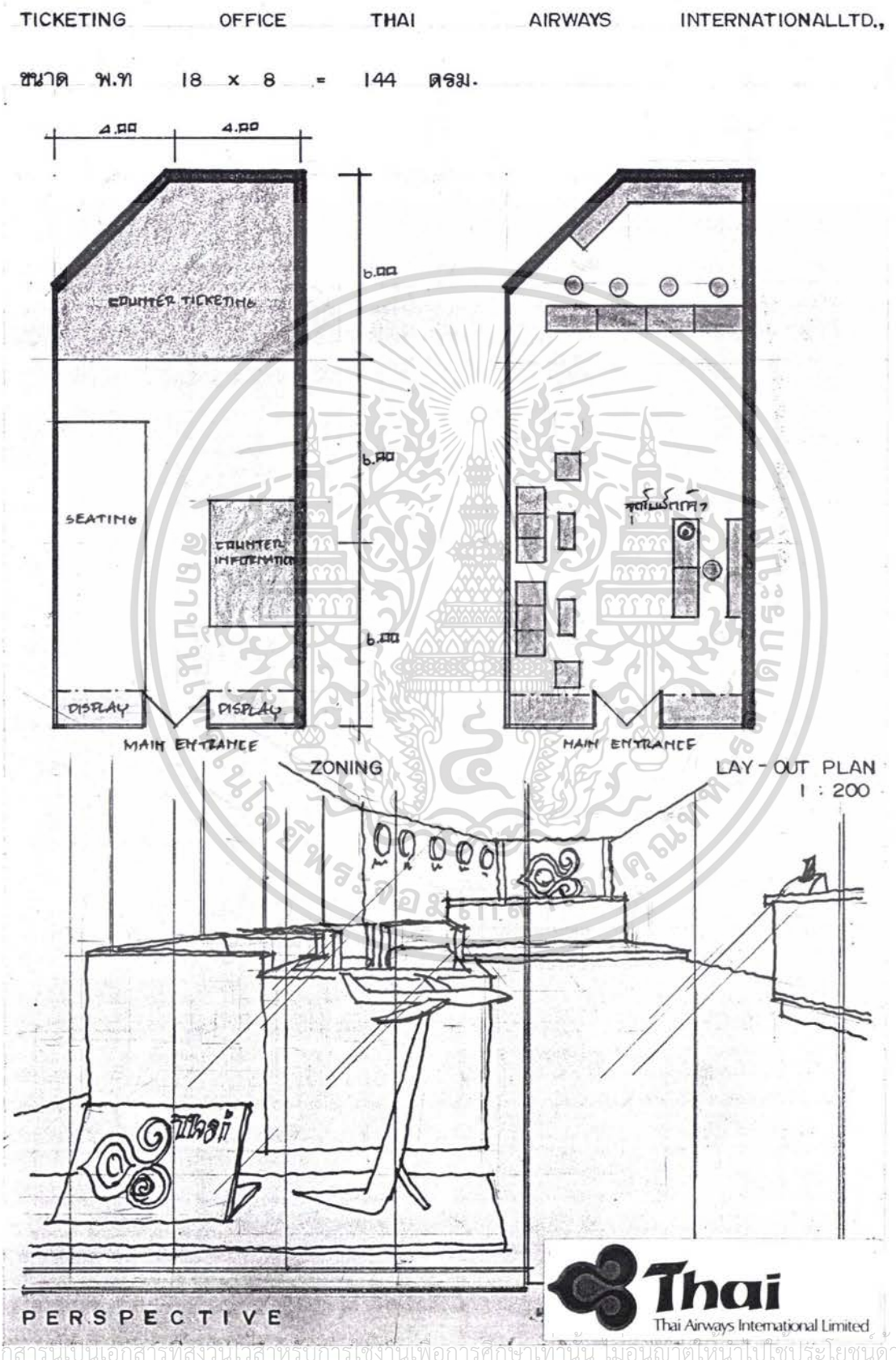
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 91 แสดงรูปแบบ PROTOTYPE การวางผังและออกแบบตกแต่งภายในสำนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ในต่างประเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

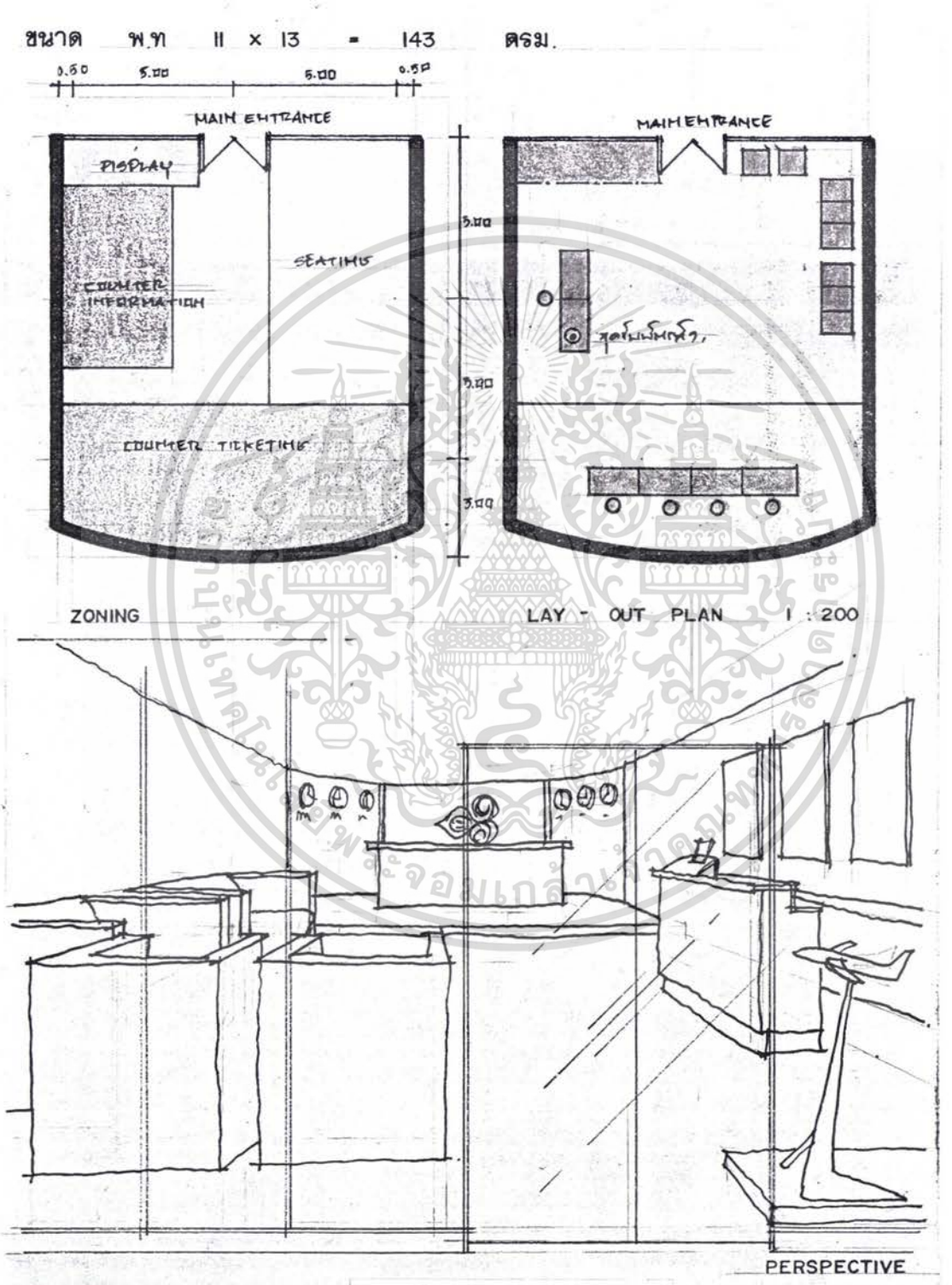
ภาพที่ 91 (ต่อ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 91 (ต่อ)

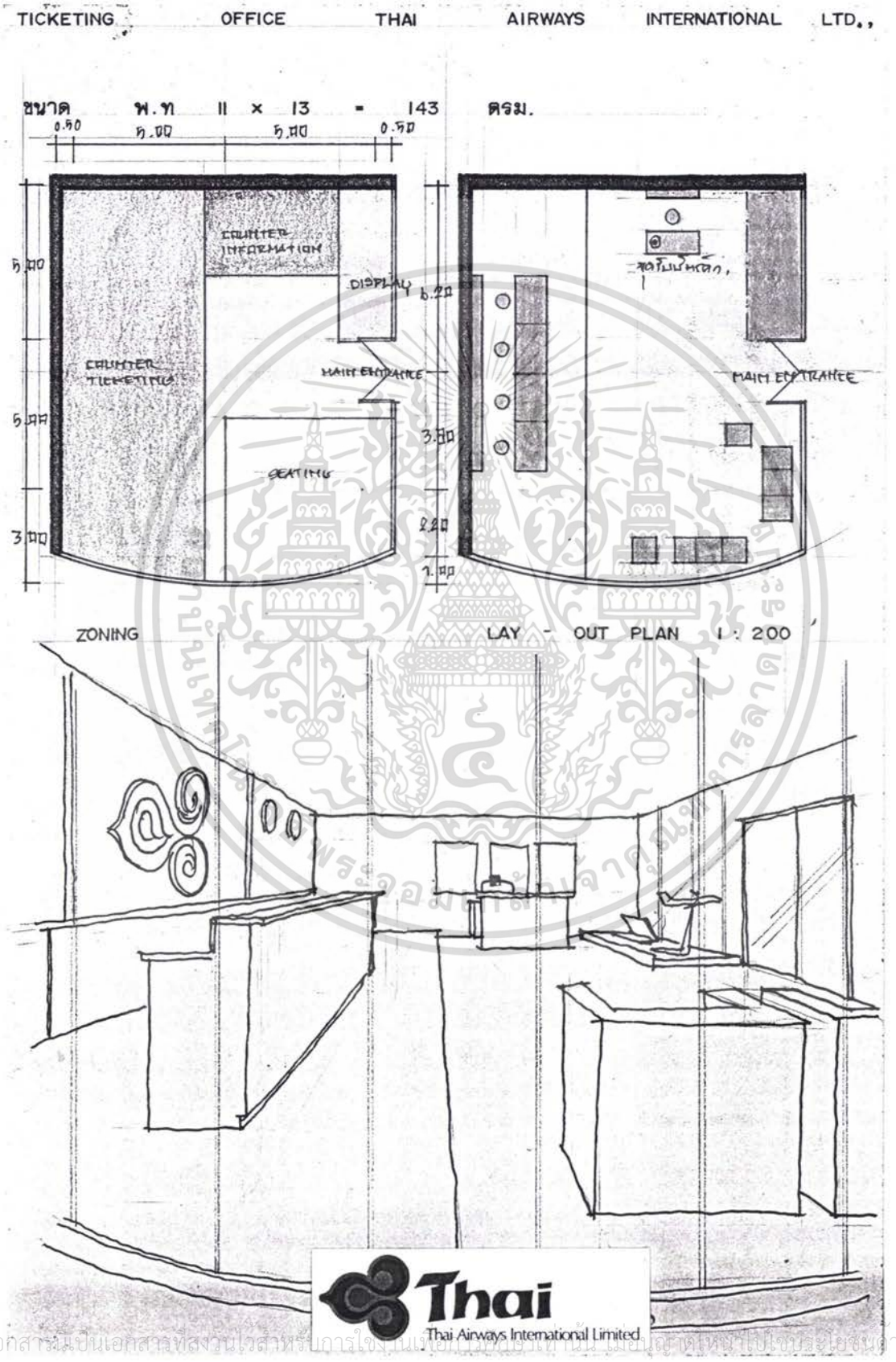
TICKETING OFFICE THAI AIRWAYS INTERNATIONAL LTD.,



Thai
Thai Airways International Limited

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 91 (ต่อ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	ร.ต.อ.อนุชา แพ่งเกษร
วัน เดือน ปีเกิด	15 ตุลาคม 2502
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ระดับปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยศิลปากร
วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี	ศิลปบัณฑิต (การออกแบบภายใน)
ปีการศึกษา	2526
ประสบการณ์การทำงาน	GENTLE ORGANIZER ของ CLUB MED จังหวัดภูเก็ต ปี 2530 รองสารวัตร กองโยธาธิการ (กลุ่มงานมัณฑนศิลป์) กรมตำรวจ กระทรวงมหาดไทย ปี 2531-2536
อาชีพปัจจุบัน	เป็นหุ้นส่วนและผู้จัดการ ฝ่ายออกแบบตกแต่งภายในและออกแบบภูมิทัศน์ ของ บริษัท NATURAL SCENE Co.,Ltd.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้