

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการเสนอแนะออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน  
เดอะ เนเชอรัล เฮลท์ แอนด์ บิวตี้ เซนเตอร์  
( THE NATURAL HEALTH AND BEAUTY CENTER )



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ( สถาปัตยกรรมภายใน )  
ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2542 - 2543

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... 38109  
วัน, เดือน, ปี 21 พ.ย. 2543

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้มหาวิทยาลัยพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ( สถาปัตยกรรมภายใน )

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
( ผศ. เอกพงษ์ จุลเสณีย์ )

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

กลุ่มอาจารย์ที่ปรึกษา

กลุ่มอาจารย์ตรวจวิทยานิพนธ์

|             |             |                       |           |                 |
|-------------|-------------|-----------------------|-----------|-----------------|
| อ. สมศักดิ์ | แยมพราย     | กรรมการ               | อ.ฉัตรชัย | อินทรโชติ       |
| อ. นิรมล    | แยมพราย     | กรรมการ               | อ.นรินทร์ | เลิศอัศววิวัฒน์ |
| อ. นพปฎล    | สุวัจนานนท์ | กรรมการ               | อ.พวงเพชร | รัตนรามา        |
| อ. ทรงชม    | จุลาสัย     | กรรมการ และ เลขานุการ | อ.น้ำอ้อย | สายหู           |

..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
( อ. ทรงชม จุลาสัย )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

คำนำ

บทคัดย่อ

บทที่ 1 บทนำ

---

1.1 ความเป็นมาและเหตุผลในการจัดตั้งโครงการ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.3 ขอบเขตและขอบข่ายของโครงการ

1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 การศึกษาข้อมูลประกอบโครงการ

---

2.1 การศึกษาการบริหาร หน่วยงานและอัตรากำลังจากโครงการเปรียบเทียบ

2.1.1 WESTIN BANYAN TREE SPA ( BANGKOK )

- สายงานบริหาร
- กิจกรรมของหน่วยงาน
- หน่วยงานและอัตรากำลัง

2.1.2 PHILLIP WAIN

- สายงานบริหาร
- กิจกรรมของหน่วยงาน
- หน่วยงานและอัตรากำลัง

2.1.3 HAIR DECOR

- สายงานบริหาร
- กิจกรรมของหน่วยงาน
- หน่วยงานและอัตรากำลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.1.4 ED ' S FRESH FRUITS

- สายงานบริหาร
- กิจกรรมของหน่วยงาน
- หน่วยงานและอัตรากำลัง

#### 2.1.5 SHISEIDO [ SIAM DISCOVERY ]

- สายงานบริหาร
- กิจกรรมของหน่วยงาน
- หน่วยงานและอัตรากำลัง

### 2.2 การศึกษาองค์ประกอบของกิจกรรมในโครงการจากโครงการเปรียบเทียบ

#### 2.2.1 WESTIN BANYAN TREE SPA ( BANGKOK )

- ลักษณะโครงการ
- ความเป็นมาและวัตถุประสงค์
- บทบาทหน้าที่
- องค์ประกอบของโครงการ
- หน่วยงานที่บริการ

#### 2.2.2 ROYAL GARDEN SPA & FITNESS CLUB ( PATTAYA )

- ลักษณะโครงการ
- ความเป็นมาและวัตถุประสงค์
- บทบาทหน้าที่
- องค์ประกอบของโครงการ
- หน่วยงานที่บริการ

#### 2.2.3 SHISEIDO , THAILAND ( HEAD OFFICE & SIAM DISCOVERY )

- ลักษณะโครงการ
- ความเป็นมาและวัตถุประสงค์
- บทบาทหน้าที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- องค์ประกอบของโครงการ
- หน่วยงานที่บริการ

#### 2.2.4 INSTITUT CLARINS PARIS

- ลักษณะโครงการ
- ความเป็นมาและวัตถุประสงค์
- บทบาทหน้าที่
- องค์ประกอบของโครงการ
- หน่วยงานที่บริการ

#### 2.3 สรุปหน่วยงานที่บริการในโครงการวิทยานิพนธ์

### บทที่ 3 การศึกษาข้อมูลทั่วไปของโครงการ

#### 3.1 ประวัติความเป็นมาของโครงการ

##### 3.1.1 ความเป็นมา คำจำกัดความ และชนิดของสปา

#### 3.2 คำจำกัดความและขอบเขตการทำงาน

##### 3.2.1 โครงการหลัก ( ส่วนขาย บริการ และ สินค้า )

###### 3.2.1.1 ข้อคำนึงในการจัด C – Store & Supermaket

###### 3.2.1.2 ข้อคำนึงในการจัด Shop windows cosmetics

- อุปกรณ์และการใช้พื้นที่
- การเลือกใช้แสงในการ Display สินค้า

##### 3.2.2 โครงการรอง ( สำนักงาน )

###### 3.2.2.1 รูปแบบการจัดสำนักงาน

- ระบบการจัดให้เป็นห้องเฉพาะ
- ระบบการจัดแบบเปิด

#### 3.3 การวิเคราะห์ที่ตั้ง

#### 3.4 รายละเอียดที่ตั้งโครงการ

#### 3.5 รายละเอียดอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4 การศึกษาผู้ใช้โครงการ

- 4.1 พฤติกรรมผู้ให้บริการ
- 4.2 พฤติกรรมผู้ใช้บริการ

## บทที่ 5 ระบบสภาพแวดล้อมภายใน

- 5.1 ระบบปรับอากาศ
- 5.2 ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง
- 5.3 ระบบป้องกันอัคคีภัย
- 5.4 ระบบป้องกันเสียง
- 5.5 ระบบอุปกรณ์พิเศษเฉพาะโครงการ
  - ห้องเช่า
  - สปา

## บทที่ 6 การวิเคราะห์พื้นที่ส่วนต่างๆของโครงการ

## บทที่ 7 สรุปรายละเอียดการออกแบบ

- 7.1 อภิปรายผลงานการออกแบบ
- 7.2 ภาพถ่ายผลงาน

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

- การใช้วัสดุในการออกแบบ
- การนัดเพื่อสุขภาพ
- การอบเช่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| ครอบครัวของข้าพเจ้า         | คอยเป็นกำลังใจในการเรียนและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน<br>เสมอมา  |
| อาจารย์ทุกท่าน              | ที่ช่วยให้คำแนะนำปรึกษา อบรมบ่มนิสัยให้เป็นนักออกแบบที่ดี  |
| อาจารย์ทรงชม จุลาสัย        | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อ.อ้อที่แสนใจดีและเมตตาข้าพเจ้า<br>เสมอมา  |
| อาจารย์กลุ่มที่ปรึกษา       | ไม่ว่าจะเป็นอ. สมศักดิ์ ( อ. แยม ) อ. นพปฎล ( อ.โต๊ะ ) โดย<br>เฉพาะ อ. นิรมล ( อ. แต้ว ) ที่คอยให้คำแนะนำ ตักเตือนข้อผิดพลาด<br>รวมทั้ง กำลังใจที่อาจารย์อ้อและอาจารย์แต้วมีให้ลูกศิษย์<br>คนนี้เสมอมา |
| อาจารย์กลุ่มตรวจวิทยานิพนธ์ | อ. จัตรชัย, อ. พวงเพชร ( อ. ปู ) , อ. น้ำอ้อย , อ. นรินทร์ ( อ. ตู )<br>ที่ช่วยติเตียนข้อผิดพลาด ให้ข้อคิดและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ใน<br>การทำงานจริงภาคหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง                          |
| อ. จัตรชัย อินทรโชติ        | ที่ให้คำปรึกษาและกำลังใจในช่วงวิกฤติ ซึ่งแนวทางชีวิตให้มีวันนี้ได้   |
| อ. ตู ผู้สุดแสนใจดี         | ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ลูกศิษย์เจ้าปัญหาคนนี้เสมอมา   |
| คุณชลชัย อนามัยนารถ         | ผู้ช่วยผู้จัดการ Banyan Tree Spa กรุงเทพฯ  |
| คุณรวิภา ( คุณจอย )         | ผู้จัดการ INSTITUT CLARINS PARIS   |
| คุณหน้อย                    | Member Manager THE GRANDE SPA & FITNESS CLUB   |
| MR. JOHN D. LIGHTBODY       | Design Director ผู้ออกแบบและควบคุมโครงการ<br>ROYAL GARDEN SPA & FITNESS CLUB PATTAYA   |
| คุณเสาวภา                   | Membership Coordinator ROYAL GARDEN SPA &<br>FITNESS CLUB  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณสุรเชษฐ์ แก้วกาญจน์

Retail Manager FPD SPORTathlon( THAILAND ) LTD.

ผู้ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดวางและเลือกเครื่องออกกำลังกาย

ดร. ปรีชญา สิทธิพันธ์

President PROFESSIONAL FITNESS TRAINING CO.,LTD

คุณยงศักดิ์ ยั้งยีน

Mechanical Engineer ESCON Engineering System

Consultants Co.,Ltd

คุณปรีดา

เกษรพลาซ่า

คุณนพพรณ ผดุงมาศ

Client Relations Executive G.S. PROPERTY MANAGEMENT  
CO.,LTD.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## SPECIAL THANKS

พี่เจี๊ยบ , พี่นุ้ม

ให้คำแนะนำ และข้อมูล ช่วงเริ่มทำ วิทยานิพนธ์

พี่ๆที่ช่วยเหลือ ไม่ว่าจะเป็

พี่กรรณัท , พี่โอ(ใจ) , พี่ตุ๊ตู่...พี่สาวผู้เป็นทั้งกำลังใจและแรงงาน  
ให้น้องสาวคนนี้

พี่อู่ม , พี่ไอ้ครู , พี่หมา

ที่ให้คำแนะนำ และตักเตือนไม่ให้ไขว้เขว หรือท้อแท้ จนมีวันนี้ได้

น้องรหัส 38 ที่แสนน่ารัก

น้องปาน , น้องปิ๊อป , น้องยอด , น้องโก้ โดยเฉพาะยอดที่ช่วยพี่  
เสมอมา

เพื่อนสถาปัตย์ ลาดกระบัง

ทุกๆคนที่มอบประสบการณ์ชีวิตอันล้ำค่า  
บ้างก็มอบน้ำตา.... บ้างก็มอบรอยยิ้ม ... และเสียงหัวเราะ  
โดยเฉพาะ .... ต๋านต๋าน , อู่ม , อ้อ , เจี๊ยบ (สกุลรัตน์) , เก๋  
อู๋ , ปู , แอร์ , ตัน , เอก . อวด . ทิพย์ ขอบใจจริงๆ

เพื่อนห้องชาวสาธิตทุมวัน

ผู้เป็นกำลังใจและแรงงานให้เสมอมาตั้งแต่ก้าวสู่มหาวิทยาลัย  
ไอ้ , จ๊ิบแจจ , วรรณ , นุ้ม , (กลุ่มศรีรัตน์ 8 คน) , เอ๊ะ , อู๊ด  
ตินัน , วิรพันธุ์ , นิดา , ปิยะวรรณ , เกาะ , โอม , ฯลฯ

เพื่อนประถมและอนุบาล

เอ , ทัย

**ขอบคุณความรู้สึกดี....ดี และกำลังใจ จากหัวใจทุกดวง**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสภาวะปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในภาวะชะลอตัว ผู้คนมีความเครียด อันเป็นสาเหตุประการสำคัญของโรคภัยไข้เจ็บ และร่างกายที่ทรุดโทรมตามมา คนจึงหามาหาวิธี ในการปฏิบัติตนให้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง และคงความสมบูรณ์สวยงามของร่างกายเอาไว้

หนึ่งในวิธีที่ได้รับความนิยมเชื่อถือจากกลุ่มคนจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศในการฟื้นฟู สุขภาพร่างกาย ก็คือ การหันมาปฏิบัติตนที่อาศัยธรรมชาติเป็นตัวปรับ วิถีชีวิตใหม่ จากการบริโภค อาหารที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย การใช้สารเคมีในการปรุงแต่งอาหารหรือสินค้าอุปโภคบริโภค การขาดการออกกำลังกาย การมุ่งทำงานหนักจนละเลยไม่ใส่ใจสุขภาพร่างกายของตนเองและ ครอบครัว อย่างไรก็ตามด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า อีกทั้งวิถีชีวิตของผู้คนไม่เอื้อให้ ดำรงชีวิตโดยอิงธรรมชาติอย่างสุดขีด หรือหวนกลับไปสู่การใช้ชีวิตโดยปราศจากความสะดวกรบาย ดังเช่นสมัยโบราณ การหันกลับเข้าสู่ธรรมชาติของผู้คนในยุคปัจจุบันจึงมีการประยุกต์ให้เข้ากับวิถี ชีวิตคนเมืองยิ่งขึ้น

โครงการ THE NATURAL HEALTH AND BEAUTY CENTER จึงเป็นโครงการที่ถือ กำเนิดขึ้น เพื่อเป็นการเสนอแนะแนวทางการสร้างสรรค์ องค์กรหนึ่งๆ ในสังคมที่ให้บริการในด้าน สุขภาพและความงาม อันมีการประยุกต์ใช้วิถีธรรมชาติ เช่น การกินอาหารที่มีประโยชน์ครบ 5 หมู่ การออกกำลังกาย ฯลฯ ผสมกับกรรมวิธีสมัยใหม่ในด้านวิทยาศาสตร์และสุนทรียศาสตร์ที่ไม่ขัดกับ แนวทางธรรมชาติเพื่อก่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ

อีกทั้งนโยบายของรัฐที่ต้องการส่งเสริมให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ ในการส่งออกสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ซึ่งประเทศไทยมี ทรัพยากรที่เอื้อต่อการเป็นผู้นำในด้านดังกล่าว

อย่างไรก็ตามโครงการฯ จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นไปได้ในการเลือกทำเลที่ตั้ง ลักษณะดำเนินการ การตกแต่งสถาปัตยกรรม ภายในเพื่อดึงดูดลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้มาใช้บริการในโครงการดังกล่าว วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้ จึงได้จัดทำขึ้นโดยอาศัยการเก็บข้อมูล จากโครงการจริงที่มีการเปิดดำเนินการแล้วทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ(ไม่ครบวงจรเช่นโครงการฯ) , หนังสืออ้างอิง วารสารด้านสุขภาพและ ความงามทั้งในและต่างประเทศ , INTERNET ฯลฯ เพื่อให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์และก่อประโยชน์ สูงสุดแก่ผู้คนและสังคม

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน THE NATURAL HEALTH AND BEAUTY CENTER

ชื่อนักศึกษา นางสาว ศรียรัตน์ อรรถพันธ์มาศ  
ที่อยู่ 97/25 ถ.เจริญกรุง แขวงตลาดน้อย เขต สัมพันธวงศ์ กทม. 10100  
โทร. 2363460  
ภาควิชา สถาปัตยกรรมภายใน  
ปีการศึกษา 2542 - 2543

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษาโครงการนี้ คือ เพื่อทำการค้นคว้า , วิจัย , และเน้นให้เห็นบทบาทความสำคัญของการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน ศึกษาในเรื่องของพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการภายในศูนย์เสริมความงามและสุขภาพ เพื่อนำความรู้มาปรับปรุงและใช้เสนอแนะกิจกรรม เพื่อให้เป็นโครงการที่สมบูรณ์แบบ โดยศึกษาสภาพปัจจุบันของโครงการ ประเภทเสริมความงามและสุขภาพทั่วไปทั้งข้อดีและข้อเสีย และความน่าจะเป็นไปได้ ตลอดจนนโยบายของบริษัทและโครงการ เพื่อให้การออกแบบอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงทางด้านธุรกิจ ดังนั้นจึงเห็นสมควรที่จะดำเนินการศึกษาโครงการนี้ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าว

### วิธีการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ พฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้โครงการ ได้ทำการศึกษาวิจัยดังนี้

1. ศึกษาความเป็นมาของโครงการ
2. ศึกษาข้อมูลประกอบโครงการ
3. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโครงการ
4. ศึกษากิจการของสถานบริการด้านความงามและสุขภาพ ในประเทศไทยเพื่อเป็นกรณีศึกษาก่อนการออกแบบ
5. ศึกษาพฤติกรรมของผู้ให้บริการ
6. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ

7. ศึกษาแนวทางการออกแบบ และหลักเกณฑ์ในการออกแบบส่วนต่าง ๆ ภายในโครงการ
8. วิเคราะห์โครงการ
9. ศึกษาแนวทางการออกแบบ ตกแต่งสภาพแวดล้อมภายใน ให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมภายนอก, สภาพแวดล้อม , ที่ตั้งโครงการ และปัจจัยอื่น ๆ
10. สรุปผลการออกแบบ ตกแต่งโครงการ

## สรุปผลการวิจัย

1. โครงการ THE NATURAL HEALTH AND BEAUTY CENTER เป็นสถานบริการชนิดครบวงจรที่ให้บริการและขายสินค้าประเภทเสริมความงามและสุขภาพ
2. การวางผัง และองค์ประกอบต่างๆ ภายในโครงการ รวมถึงรูปแบบการตกแต่งภายใน ถูกกำหนดโดยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้
  - ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม
  - พฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร
  - ประโยชน์ใช้สอย
  - โครงสร้าง และระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.1 ความเป็นมาและเหตุผลในการเลือก

ในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในภาวะชะลอตัวผู้คนมีความเครียดมาก เกิดโรคภัยไข้เจ็บขึ้นมากมาย ทำให้คนหันตระหนักถึงสุขภาพของตนเองและครอบครัว หวนกลับไปสู่ธรรมชาติด้วยความเชื่อว่า สิ่งที่มีการผลิตหรือปนเปื้อนของสารเคมีเกิดอันตรายต่อร่างกาย หันมาใช้ผลิตภัณฑ์อันมีที่มาจากธรรมชาติ ใส่ใจกับสุขภาพและความงามอันมีที่มาจากความสมบูรณ์แข็งแรงจากภายในร่างกายเป็นสำคัญ ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในด้านนี้กลับมีภาวะสวนกระแส มีอัตราการเจริญเติบโตขึ้นทุกปี

อีกทั้งนโยบายของรัฐ ที่ต้องการส่งเสริมการส่งออกสินค้าธุรกิจและบริการสุขภาพ และความงามอันเป็นธุรกิจที่มีชื่อเสียงของไทย จนได้รับเลือกให้เป็นสถานที่บริการด้านสุขภาพที่ดีที่สุด 1 ใน 5 ของโลก<sup>1</sup>

โดยเฉพาะการวางแผนโบราณนั้น เป็นการผสมผสานศาสตร์แห่งวิทยาการวางแผนโบราณ พร้อมกับนำสมุนไพรไทย มาใช้บำรุงสุขภาพและเสริมความงาม อันเป็นมนต์เสน่ห์และเอกลักษณ์ที่มีการกวด นวด ตามจุดต่างๆ ทั้งร่างกายซึ่งทำให้เกิดการผ่อนคลายได้อย่างน่าอัศจรรย์ จนกลายเป็นแบบฉบับของคนไทย เช่นเดียวกับสมุนไพรไทยที่มีชื่อเสียงยอมรับในวงการแพทย์แผนปัจจุบัน

นอกจากนั้นในส่วนของเทคโนโลยีแห่งความงามและการบำรุงสุขภาพ ไทยได้มีการพัฒนาไปสู่คุณภาพบำบัด เช่น การบริหารร่างกาย การบำบัดด้วยสมุนไพรอบไอน้ำ การพอกตัวเพื่อกำจัดพิษด้วยโคลน การนวดหน้า ชัดตัว ซึ่งธุรกิจบริการเหล่านี้ ไทยเราพร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและความงามในเอเชียและตลาดส่งออกธุรกิจบริการที่สำคัญของโลกในระยะยาวด้วย<sup>2</sup>

หากแต่ประเทศไทยกลับขาดสถานที่ศูนย์กลางที่ให้บริการในด้านนี้อย่างครบวงจร มีการแยกดำเนินการออกเป็นส่วน ๆ อยู่อย่างกระจัดกระจาย

<sup>1</sup> ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ คู่แข่งรายสัปดาห์ "งานแสดงสินค้าธุรกิจบริการสุขภาพและความงาม'42 "

31 พฤษภาคม – 6 มิถุนายน 2542 , หน้า 8

<sup>2</sup> นายกวี วยรินทร์ รองอธิบดีกรมส่งเสริมการส่งออก "งานแสดงสินค้าธุรกิจบริการสุขภาพและความงาม'42 "

หนังสือพิมพ์ คู่แข่งรายสัปดาห์ 31 พฤษภาคม – 6 มิถุนายน 2542, หน้า 8

ด้วยตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงสมควรที่จะมีศูนย์เสริมสุขภาพและความงามขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดสินค้าและบริการ นำเงินตราเข้าประเทศ ลดการขาดดุลการค้า และดุลบริการ เพราะเป็นการเพิ่มทางเลือก ให้แก่ประชาชนที่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการเสริมสุขภาพและความงาม ทำให้ไม่ต้องเดินทางไปต่างประเทศเพื่อใช้บริการในด้านดังกล่าว

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นสถานที่ให้บริการด้านสุขภาพและความงามอย่างครบวงจร เพื่อส่งเสริมสุขภาพพลานามัยให้แก่ประชาชนทั้งร่างกายและจิตใจ และสามารถเป็นกำลังที่เข้มแข็งในการ
2. พัฒนาประเทศเพื่อเป็นสถานที่พบปะของผู้คน ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน เกิดสัมพันธภาพที่ดีขึ้นในสังคม สามารถเป็นที่พบปะกันในยามว่าง
3. เพื่อเป็นสถานที่เผยแพร่วิทยาการในด้านสุขภาพและความงามอันเป็นผลผลิตจากธรรมชาติอันไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือผลข้างเคียงหากนำไปใช้ ให้เป็นที่แพร่หลายแก่ประชาชน
4. เพื่อตอบสนองต่อนโยบายของรัฐ ในการนำเงินตราเข้าสู่ประเทศอีกทั้งยังเป็น สถานที่ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรภายในประเทศให้มีความรู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ด้านสุขภาพ และความงาม
5. เพื่อเป็นสถานที่อำนวยความสะดวก เอื้อต่อผลิตภัณฑ์และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น เกษตรกรผู้ปลูกผักด้วยวิถีธรรมชาติ ผู้ผลิตเครื่องสำอางจากสมุนไพรไทย เกิดการกระจายรายได้ โดยมี โครงการ<sup>3</sup> เป็นแหล่งดึงเงินตราจากผู้มีรายได้สูงและชาวต่างประเทศ เกิดการหมุนเวียนของเงิน
6. เพื่อนำความรู้ด้านสถาปัตยกรรมภายในมาใช้ในการออกแบบ โดยตอบสนองต่อประโยชน์ใช้สอย

<sup>3</sup>โครงการฯ หมายถึง โครงการศูนย์เสริมสุขภาพและความงามการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3 ขอบข่ายและขอบเขตของโครงการ

ลักษณะโครงการ THE NATURAL HEALTH AND BEAUTY CENTER คือ ศูนย์สุขภาพและความงามสำหรับไทยที่นำเคล็ดลับสำหรับไทยโบราณมาผสมผสานกับเทคโนโลยีตะวันตกเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้ที่แสวงหาความสุขให้กับชีวิตทั้งร่างกายและจิตใจ

เป็น โครงการเสนอแนะ ซึ่งเป็นของเอกชน โดยจะจดทะเบียนในลักษณะบริษัท จำกัด มีคณะกรรมการบริษัทบริหาร และเปิดดำเนินการโดยมีการประสานกับคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) , การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) , สมาคมผู้ผลิตยาและขายยาแผนโบราณ , สมาคมเสริมสวยแห่งประเทศไทย

ซึ่งโครงการประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

#### 1. OFFICE

380

M<sup>2</sup>

- โถงทางเข้า
- ติดต่อสอบถาม
- พักคอย
- ส่วนสำนักงาน

#### 2. SALE AREA [ goods & service ]

##### 2.1 SALON

230

M<sup>2</sup>

- RECEPTION & WAITING AREA
- STYLING AREA
- DRYER AREA
- COLORING AREA
- SHAMPOO AREA
- DISPENSARY
- MANICURE AND PEDICURE AREA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 SPA & FITNESS

2.2.1 SPA & FITNESS FL. 3<sup>rd</sup> [ MASSAGE AREA ] 750 M<sup>2</sup>

- ENTRANCE HALL & WAITING AREA
- MINI SALON
- BODY MASSAGE [ FEMALE , MALE ]
- FOOT MASSAGE [ FEMALE , MALE ]

2.2.2 SPA & FITNESS FL. 4<sup>th</sup> 800 M<sup>2</sup>

- MEMBER LOBBY
- LOCKER ROOM , STEAM ROOM , SHOWER ROOM [ FEMALE , MALE ]
- JUICE BAR
- AEROBICS ROOM [ MULTI - PURPOSE ROOM ]
- GYM. [ EXERCISE MACHINE ROOM ]
- FIT TEST ROOM
- BACK OF THE HOUSE

2.4 HEALTHY RESTAURAUNT 250 M<sup>2</sup>

- ENTRANCE HALL & WAITING AREA
- DINING AREA
- KITCHEN
- COUNTER BAR

2.5 HEALTHY SHOP 60 M<sup>2</sup>

2.6 COSMETICS SHOP 100 M<sup>2</sup>

TOTAL 2570 M<sup>2</sup>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. โครงการฯ ช่วยให้ประชาชนหันมาใส่ใจกับสุขภาพใจและกายของตนเองและบุคคลอื่นรวมทั้ง เป็นการกระตุ้นเตือนให้เห็นความสัมพันธ์กันระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม
2. ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว และเผยแพร่ชื่อเสียงธุรกิจบริการสุขภาพและความงาม ให้แพร่หลาย เป็นที่รู้จักไปทั่วโลกมากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างการท่องเที่ยวแนวใหม่ นั่นคือ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ นอกเหนือไปจาก การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ฯลฯ
3. โครงการฯ เป็นแหล่งดึงดูดเงินตราจากผู้มีรายได้สูงและชาวต่างประเทศ กระจายรายได้สู่ธุรกิจบริการและผลิตภัณฑ์อันมีที่มาจากธรรมชาติ เป็นตลาดรับซื้อที่สำคัญ อันจะนำมาซึ่งแรงจูงใจในการประกอบอาชีพที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม เช่น การทำไร่นาสวนผสมแบบวิถีธรรมชาติ
4. ช่วยให้ประชาชนไทยตระหนักถึงสมุนไพรไทยที่เรามี ว่าเปี่ยมคุณค่าหันกลับมาอนุรักษ์ให้พืชพันธุ์ไทยเหล่านั้นคงอยู่ตลอดไป

**INTRODUCTION**  
ศูนย์บริการสุขภาพและเวชภัณฑ์

**กิจกรรมโรลเพลย์**

**จากยุโรปถึงเอเชีย**

1. บริษัทที่ประสบความสำเร็จในสุขภาพและเวชภัณฑ์  
 2. ธุรกิจการแพทย์และสุขภาพมีความเป็นอยู่  
 3. ธุรกิจการแพทย์มีความเป็นอยู่ที่ดีในจีน  
 4. โลกของเรามีแนวโน้มที่จะเข้าสู่สุขภาพและเวชภัณฑ์  
 5. โลกของเรามีแนวโน้มที่จะเข้าสู่สุขภาพและเวชภัณฑ์  
 6. โลกของเรามีแนวโน้มที่จะเข้าสู่สุขภาพและเวชภัณฑ์

อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจโลก

Our Wellness Business Has A Healthy Future

The Natural Health & Beauty Center



**INTRODUCTION**  
ศูนย์บริการสุขภาพ

**OFFICE**

**MAIN SERVICE**

**SALON & COSMETICS SHOP**

**HEALTHY RESTAURANT**

**SUB SERVICE**

The Natural Health & Beauty Center

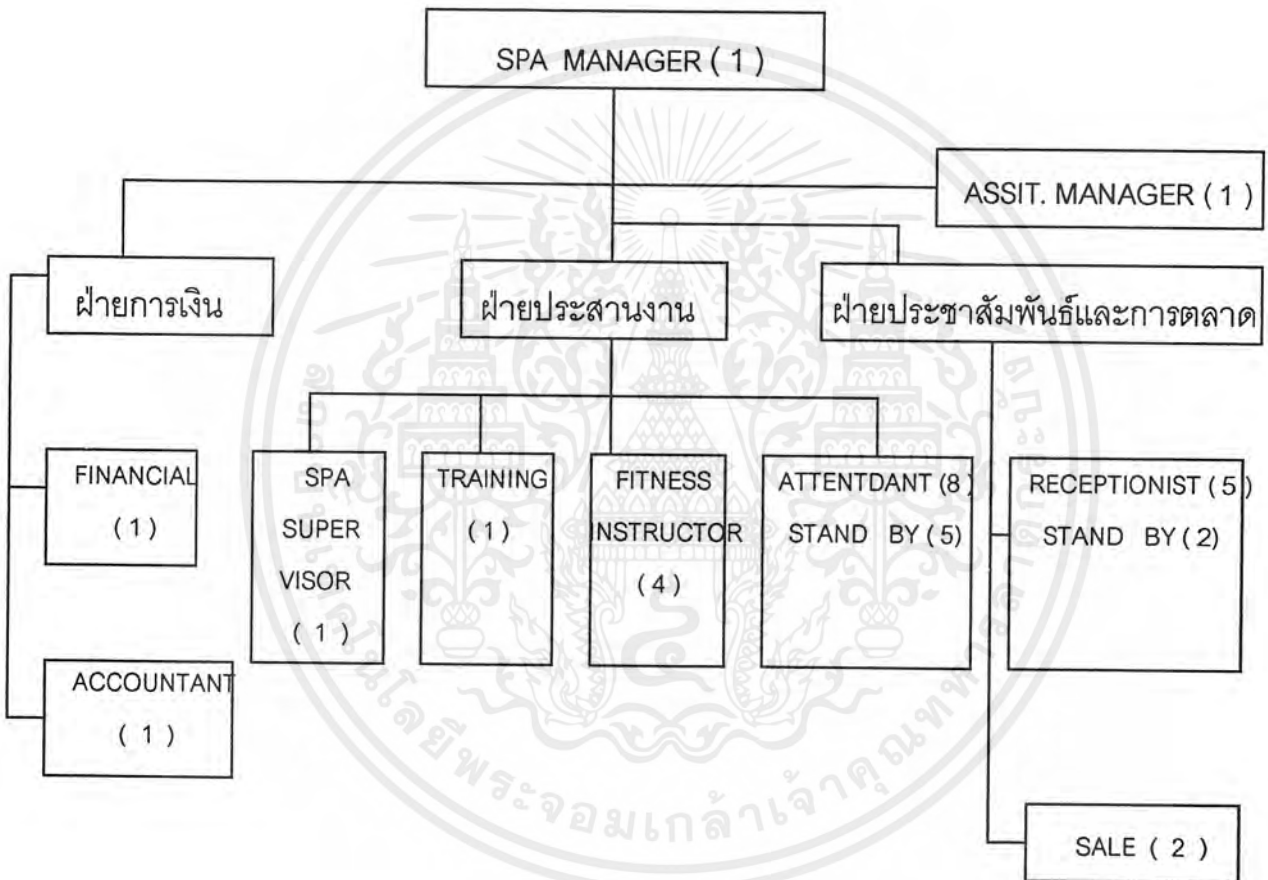
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### การศึกษาข้อมูลประกอบโครงการ

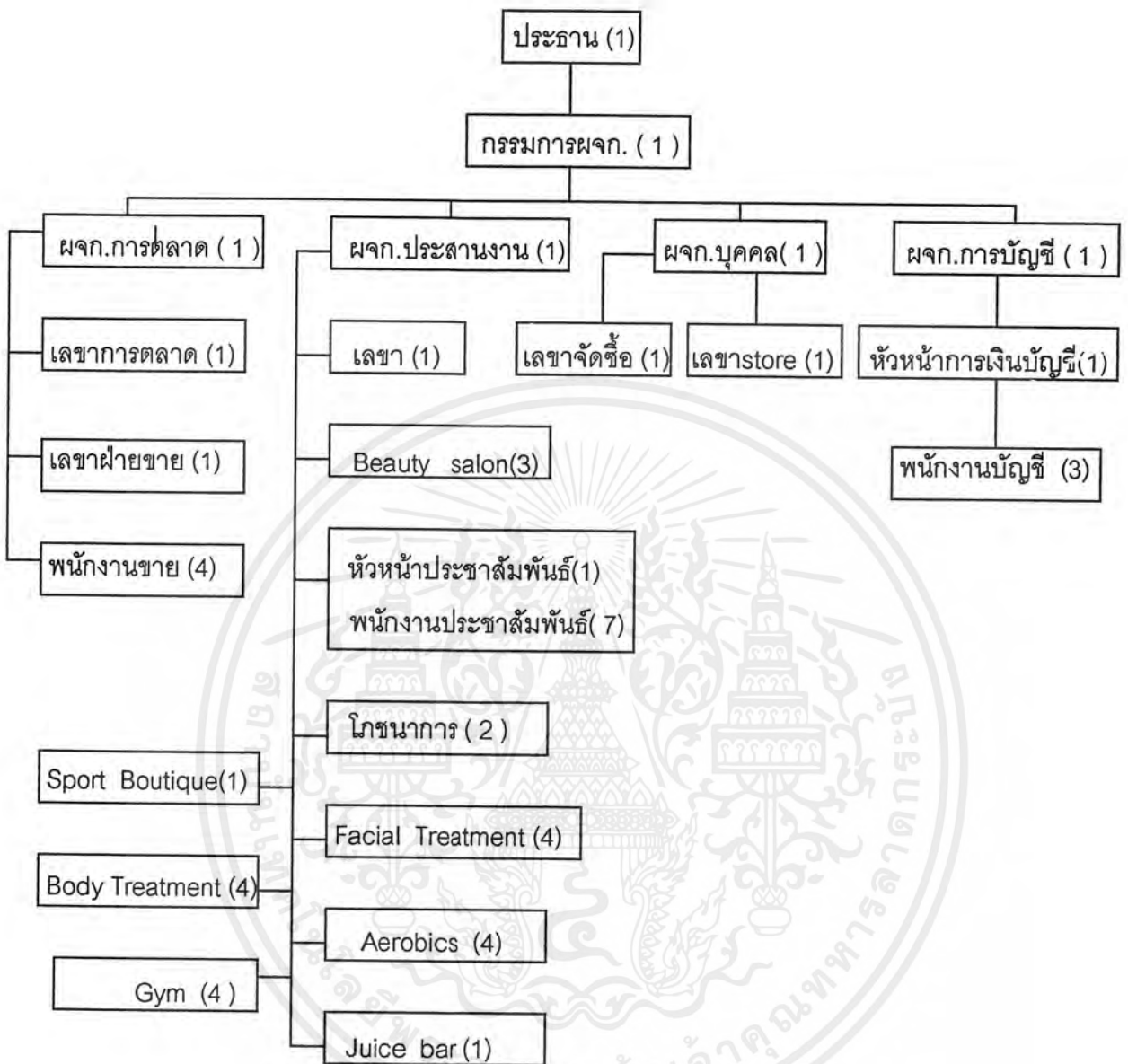
#### 2.1 การศึกษาการบริหาร หน่วยงานและอัตรากำลังจากโครงการเปรียบเทียบ

##### 2.1.1 WESTIN BANYAN TREE SPA ( BANGKOK )

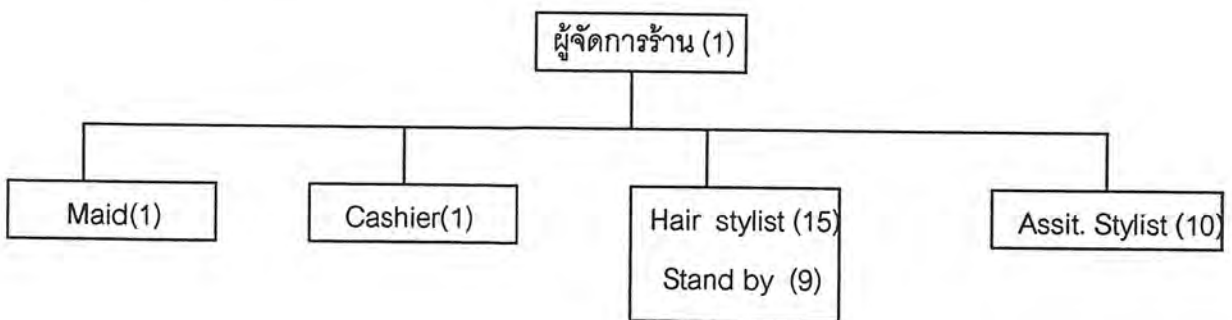


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.2 PHILLIP WAIN



### 2.1.3 HAIR DECOR



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.1.4 ED' S FRESH FRUIT



#### 2.1.5 SHISEIDO ( SIAM DISCOVERY )



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## 2.2 การศึกษาองค์ประกอบของกิจกรรมในโครงการจากโครงการเปรียบเทียบ

### 2.2.1 WESTIN BANYAN TREE SPA ( BANGKOK )

WESTIN BANYANTREE SPA ตั้งอยู่ที่ 21 / 100 ตึกไทยวา 2 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขต  
สาทร กรุงเทพฯ ๙ 10120 บนชั้นที่ 53

#### 2.2.1.1 ประเภทผู้รับบริการ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. สมาชิก
2. ผู้ใช้บริการที่พักในโรงแรม
3. ผู้ใช้บริการแบบ WALK - IN

สัดส่วนของผู้ใช้บริการแบบไป - กลับมีประมาณ 60 - 70 % ของผู้บริการทั้งหมด โดยเฉลี่ย  
แล้ว ในวันจันทร์ - ศุกร์ มีผู้ให้บริการประมาณ 30 -40 คน และในวันหยุด มีประมาณ 70 -80  
คน

#### 2.2.1.2 กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีฐานะค่อนข้างสูง โดยเป็นทั้งนักท่องเที่ยว  
ของโรงแรม นักธุรกิจ และผู้ที่พักอาศัยในแถบสาทร
2. อายุ ในช่วง 27 - 35 ปี กรณีที่เป็นเด็กเล็ก สามารถใช้บริการในส่วน SWIM SPA ได้เพียง  
อย่างเดียว
3. เพศ ชาย และ หญิง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก

#### 2.2.1.3 การให้บริการส่วน สปา

ส่วนที่ 1. ประกอบด้วย

1. SPA RECEPTION
2. WAITING AREA ประกอบด้วยชุดที่นั่งพักผ่อน 2 ชุด มีส่วนแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์  
ต่าง ๆ เช่น น้ำมันหอมระเหย ตะเกียงจุดน้ำมันหอมระเหย เป็นต้น
3. FITNESS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2. เป็นชั้นที่มีการเปิดโล่งทั้ง 2 ด้าน เป็น ลักษณะ SEMI OUTDOOR ประกอบด้วย

1. HOT SPA BATH 1 สระ
2. SWIM SPA น้ำที่ใช้ เป็นน้ำที่มีอุณหภูมิปกติ
3. COLD SPA BATH 1 สระ

ส่วนที่ 3 ชั้นสำหรับห้องนวดรวม โดยแยกเป็น

1. ห้องนวด ( MASSAGE ROOM ) จำนวน 1 ห้อง ประกอบด้วย
  - เตียงนวด 2 เตียง
  - เตียงสำหรับการทำ AFOTION จำนวน 2 เตียง 2 เครื่อง
  - ส่วน พักคอยด้านหน้าห้อง ที่นั่ง ARM CHAIR 2 ตัว
  - RELAXING AREA บริเวณ เตียงนวด สามารถ take view จากภายนอกได้
2. ห้องนวดรวม 1 ห้อง จำนวน 2 เตียง
3. ห้องทำ TREATMENT ประกอบด้วย
  - เตียงนวด 2 เตียง
  - SHOWER AREA
  - อ่างน้ำวน 1 อ่าง
4. THAI MASSAGE ROOM จำนวน 2 ห้อง
5. ห้อง TREATMENT ด้วย OZONE 1 ห้อง เป็นห้องเตียงเดียว บริเวณเตียงนวด มีลักษณะพิเศษ คือ มีการเจาะช่อง เพื่อให้วางหน้าลงไป ด้านล่างของเตียง มีการวาง อ่างใสดอกไม้ เพื่อสร้างบรรยากาศให้ผู้รับบริการ สำหรับกรณีการทำ TREATMENT บริเวณหลัง
6. BEAUTY SALON จำนวน 1 ที่นั่ง ให้บริการด้านการทำผม แต่งหน้า
7. SAUNA สำหรับ 3 - 4 คน จำนวน 1 ห้อง

ส่วนที่ 4 MALE & FEMALE SPA โดยแยก เป็น MALE FLOOR และ FEMALE FLOOR แต่ละชั้นประกอบด้วย

1. LOCKER ROOM
2. STEAM ROOM สำหรับ 7 - 8 คน จำนวน 1 ห้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. SAUNA สำหรับ 7 – 8 คน จำนวน 1 ห้อง
4. SHOWER JET จำนวน 1 ห้อง
5. THAI MASSAGE จำนวน 2 ห้อง

## 2.2.2 ROYAL GARDEN SPA & FITNESS CLUB ( PATTAYA )

ตั้งอยู่ ณ The royal garden plaza , level 3 . Pattaya . Chonburi

ลักษณะโครงการ เป็นสถานบริการเพื่อสุขภาพและความงามโดยเน้นผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความเครียดเป็นสิ่งสำคัญ อาศัยเทคนิคการนวดและ TREATMENTS ควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย เพื่อให้สุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง

### 2.2.2.1 ประเภทผู้รับบริการ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. สมาชิก
2. ผู้ใช้บริการที่พักในโรงแรม
3. ผู้ใช้บริการแบบ WALK - IN

สัดส่วนของผู้ใช้บริการที่เป็นแขกของโรงแรมมีประมาณ 20 % ของผู้บริการทั้งหมด โดยเฉลี่ยแล้ว มีผู้เข้าใช้บริการ ประมาณ 100 คน ต่อวัน

หมายเหตุ ณ วันที่ทำการเก็บข้อมูลนั้น ทางโครงการยังไม่เปิดรับสมาชิกแบบ walk – in แต่ในแผนการดำเนินงานของโครงการ มีวางกลุ่มเป้าหมายไว้

### 2.2.1.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีฐานะค่อนข้างสูง โดยเป็นทั้งนักท่องเที่ยวของโรงแรม นักธุรกิจ และผู้ที่พักอาศัยในแถบพัทยา

เพศ ชาย ประมาณ 60% และ หญิง 40 % ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดในปัจจุบัน

และเป็นชาวต่างชาติ 70 % และคนไทย 30 % ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.2.2.3 องค์ประกอบกิจกรรมของโครงการ แบ่งออกเป็น 2 ชั้น ได้แก่

- Roof floor ประกอบไปด้วย
  1. Hall & waiting area
    - Reception ( key & towel control )
  2. Gym room
  3. Female locker room
    - Locker
    - Changing room ( 2 rooms )
    - Shower room ( 6 rooms )
    - w.c. ( 2 rooms )
    - Sauna room limit 8-10 persons( 1 rooms )
    - Dressing area ( 2 Seats )
  4. Male locker room
    - Locker
    - Shower room ( 6 rooms )
    - w.c. ( 1 rooms 2 urinals )
    - Sauna room limit 8-10 persons( 1 rooms )
  5. Back of house
    - Towel storage
    - Office
  6. Aerobics room
- Mezzanine floor ประกอบไปด้วย
  1. Juice bar
  2. Conference room
  3. Massage room ( 4 rooms )
  4. Salon ( 2 styling chairs)
  5. Steam room ( 10 - 15 persons )
  6. w.c. ( female 2 rooms, male 1 room )
  7. Back of house
    - Mechanical room
    - A.H.U.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.3 SHISEIDO , THAILAND ( SIAM DISCOVERY )

ตั้งอยู่ที่ชั้น 1 ศูนย์การค้า สยามดิสคัฟเวอรี สีแยกปทุมวัน กทม.

ลักษณะโครงการ เป็นศูนย์ให้บริการลูกค้าที่ซื้อสินค้าของผลิตภัณฑ์เซโด้ทั้งในด้านขายสินค้าและบริการนวดร่างกายด้วยผลิตภัณฑ์ที่ทำการขาย

### 2.2.3.1 ประเภทผู้รับบริการ

1. ลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์อย่างเดียว
2. ลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์และซื้อบริการนวด

โดยเฉลี่ย แล้ว มีผู้เข้าใช้บริการ ประมาณ 20 คน ต่อวัน

โดยเฉพาะเสาร์-อาทิตย์อาจถึง 40 คนต่อวัน

### 2.2.1.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีฐานะค่อนข้างสูง โดยเป็นทั้งนักท่องเที่ยวที่มาช้อปปิ้ง ณ ศูนย์การค้า และพนักงานออฟฟิศ , ผู้ปกครองนักเรียนที่มาส่งบุตรหลานเรียนละแวก สยามสแควร์, วิทยาลัย นพศ ชาย ประมาณ 15% และ หญิง 85 % ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดในปัจจุบัน และเป็นชาวต่างชาติ 10 % และคนไทย 90 % ของลูกค้าทั้งหมดในปัจจุบัน

### 2.2.3.3 องค์ประกอบกิจกรรมของโครงการ ได้แก่

1. Window display
2. Test
3. Goods sale zone
4. Massage room ( 3 rooms )
5. Stock
6. Pantry ( for staff )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.4 INSTITUT CLARINS PARIS

ตั้งอยู่ในอาคารเซนทรัล ซิดลม ถ.เพลินจิต ปทุมวัน

ลักษณะโครงการ เป็นศูนย์ให้บริการเสริมความงามด้วยการนวดและบำรุงผิวพรรณ ด้วยผลิตภัณฑ์คลาแรงส์ โดยอยู่ภายใต้การดูแลของ สถาบันคลาแรงส์ ปารีส ซึ่งลักษณะการดำเนินงาน รวมทั้งลักษณะการตกแต่งภายในจะอยู่ภายใต้ corporate Design ของบริษัทแม่

### 2.2.4.1 ประเภทผู้รับบริการ

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมักโทรเข้ามาจองห้องและสอบถามคอร์สต่างๆก่อน

โดยเฉลี่ย แล้ว มีผู้เข้าใช้บริการ ประมาณ 15 - 20 คน ต่อวัน

โดยเฉพาะเสาร์ - อาทิตย์อาจถึง 40 คนต่อวัน

### 2.2.1.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีฐานะค่อนข้างสูง เพศ ชาย ประมาณ 20% และ หญิง 80% ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดในปัจจุบัน

### 2.2.3.4 องค์ประกอบกิจกรรมของโครงการ ได้แก่

1. Make up area
2. Massage room ( 8 rooms , V.I.P. room 2 rooms )
3. w.c. ( 2 rooms )
4. Hall & waiting area ( cashier )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 สรุปหน่วยงานที่บริการในโครงการวิทยานิพนธ์

2.3.1 SALON

2.3.2 SPA & FITNESS

- MASSAGE AREA
- ENTRANCE HALL & WAITING AREA
- LOCKER ROOM , STEAM ROOM , SHOWER ROOM ( FEMALE , MALE )
- JUICE BAR
- AEROBICS ROOM [ MULTI - PURPOSE ROOM ]
- GYM. [ EXERCISE MACHINE ROOM ]
- FIT TEST ROOM
- BACK OF THE HOUSE

2.3.4 HEALTHY RESTAURAUNT

2.3.5 HEALTHY SHOP

2.3.6 COSMETICS SHOP







# CASE STUDY

## COSMETICS SHOP WITH MASSAGE



SHEDDO (SAM DISCOVERY)



CLANNING (CENTRAL CHUCKING)



# CASE STUDY

## COSMETICS SHOP



พื้นที่นี้ใช้สำหรับจัดวางสินค้าที่ขายดีและเป็นที่สะดุดตาแก่ลูกค้า

พื้นที่นี้ใช้สำหรับจัดวางสินค้าที่ขายดีและเป็นที่สะดุดตาแก่ลูกค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ห้ามใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหาและห้องอ้างอิงต่างๆ ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# CASE STUDY

## HEALTHY SHOP

ชื่อโครงการ Healthy Shop  
ชื่อทีม ทีม 10



วัตถุประสงค์  
เพื่อส่งเสริมการขาย และ บริการ

วัตถุประสงค์  
เพื่อส่งเสริมการขาย และ บริการ



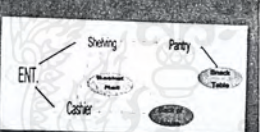
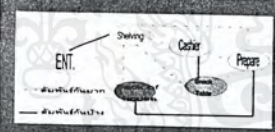
ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

- วัตถุประสงค์ของร้าน
- 1. เพื่อส่งเสริมการขาย
  - 2. เพื่อให้บริการ
  - 3. เพื่อเพิ่มยอดขาย
  - 4. เพื่อเพิ่มกำไร
  - 5. เพื่อเพิ่มลูกค้า
  - 6. เพื่อเพิ่มชื่อเสียง
  - 7. เพื่อเพิ่มความรู้
  - 8. เพื่อเพิ่มประสบการณ์
  - 9. เพื่อเพิ่มความสะดวก
  - 10. เพื่อเพิ่มความปลอดภัย

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน



ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

ชื่อร้าน Healthy Shop  
ที่ตั้งร้าน สุขุมวิท 101  
ประเภทร้าน ร้านขายยา  
ขนาดร้าน 20 ตารางเมตร  
จำนวนพนักงาน 3 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้าม

นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
การทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### การศึกษาข้อมูลทั่วไปของโครงการ

#### 3.1 ประวัติความเป็นมาของโครงการ

##### 3.1.1 ความเป็นมา คำจำกัดความ และชนิดของสปา

#### ความเป็นมาของสปา

SPA มีรากศัพท์จากภาษาละตินว่า "Sanus per aqua" ซึ่งหมายถึงการดูแลสุขภาพด้วยการบำบัดโดยน้ำ เช่น การอาบน้ำ ชาวา หรือการนวด วิธีการเช่นนี้มีมาตั้งแต่สมัยโรม ที่คนในสังคมชั้นสูงจะนิยมอาบน้ำที่โรงอาบน้ำสาธารณะ (therme) โดยใช้เวลาน้ำร้อนเพื่อการพักผ่อนและเป็นที่พักผ่อน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องการเมือง จากนั้นในช่วงของ puritism ความนิยมดั้งเดิมนี้ได้หายไป จนกระทั่งมาถึงต้นศตวรรษที่ 19 ได้กลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง เมื่อเมืองชื่อว่า SPA ในเบลเยียมได้ใช้ชื่อนี้ในการผลิตน้ำแร่บรรจุขวดขาย

ในยุโรป คำว่า "SPA" ได้มีการใช้กันทั่วไปและมีความหมายที่ชัดเจน ซึ่งหมายถึง แหล่งบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพเฉพาะด้าน ในบางเมืองจะนำเอาคำนี้ขึ้นต้นชื่อเมือง เพื่อเป็นการแสดงว่าเมืองนั้นๆ มี SPA ที่เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป ในเรื่องของคุณภาพว่าด้วยเรื่องของบริการ เครื่องมืออุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์ โภชนาการ ยา และผลิตภัณฑ์การบำบัด และมีที่พักรักษาโรค (SPA - house) ท่ามกลางบรรยากาศสวนขนาดใหญ่ เมืองที่ได้รับการขึ้นต้น SPA นี้ ส่วนมากจะเป็นเมืองที่มีภูมิประเทศสวยงาม มีพื้นที่ติดภูเขาหรือทะเล มีอากาศที่ดีและมีน้ำที่สะอาด เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ คนทั่วไปที่มาที่นี่มาเพื่อฟื้นฟูสุขภาพจากการป่วยไข้หรือ หลังจากการผ่าตัด โดยคนกลุ่มนี้จะมาสปาเป็นประจำอย่างน้อยทุกๆ 2 ปี<sup>1</sup>

แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย เริ่มตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 17 แหล่งน้ำแร่ (Mineral Water) ที่อาจพบในรูปของน้ำพุร้อน หรือบ่อน้ำร้อน เนื่องจากเชื่อว่ามีคุณค่าทางการบำบัดรักษา จากการดื่มหรืออาบน้ำ โดยรู้จักกันโดยทั่วไปในนามของ "สปา" (Spa) ซึ่งได้มาจากชื่อของหมู่บ้านเล็ก ๆ แห่งหนึ่งในประเทศเบลเยียมซึ่งถือว่าเป็นสถานบริการบำบัดรักษาด้วยน้ำแร่เป็นแห่งแรก แห่งหนึ่งของโลก และ การบำบัดรักษาด้วยน้ำแร่นี้เอง ได้กลายมาเป็น "สิ่งจำเป็นทางสังคม" สำหรับชาวยุโรปไปในคริสต์ศตวรรษ 1750

<sup>1</sup> ข้อมูลจาก วารสารสถาปัตยกรรมของสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ ฉบับ 09 : 42 หน้า 10 - 17

แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ที่ให้บริการน้ำแร่เพื่อการบำบัดรักษา ( Spa ) ได้รับการพัฒนาต่อไปจากความต้องการหลากหลายของนักท่องเที่ยว โดยได้มีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจ ฯลฯ จนกลั้บกลายเป็นโรงแรมแหล่งท่องเที่ยว ( Resort hotel ) ไปในช่วง ค.ศ. ที่ 18 และ 19 Bath ในประเทศอังกฤษ Baden Baden ในประเทศเยอรมัน Alic spring ในออสเตรเลีย และบ่อน้ำร้อนอื่น ๆ ได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพถึงกว่า 1900 แห่ง และในจำนวน 750 แห่ง อยู่ในยุโรป และอาณาบริเวณใกล้เคียง ในสหรัฐอเมริกา แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่มีชื่อเสียงได้แก่ White Sulphur Springs , French Lick Spring และ Saratoga Springs ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อบริการนักท่องเที่ยวจากพื้นฐานความเชื่อที่ว่า การได้ดื่ม หรืออาบน้ำแร่ มีคุณประโยชน์ด้านการแพทย์

### คำจำกัดความของสปา

ทุกวันนี้คำว่า SPA ถูกใช้ในหลายๆความหมายด้วยกัน แต่ก็เกี่ยวข้องกับเรื่องของสุขภาพและความงาม ความมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ( Wellness ) เป็นแนวคิดสำคัญของ SPA ความมีสุขภาพสมบูรณ์ในที่นี้หมายถึง การมีสมดุลของกาย จิต และวิญญาณ ทั้งสามเป็นส่วนหนึ่งเดียวกัน ในร่างกาย การมีสมดุลนี้เป็นการสร้างพลังงานในร่างกายที่จะช่วยให้มนุษย์มีสุขภาพดี ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของ SPA รวมทั้งเรื่องบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และมีความเป็นส่วนตัวให้แก่ลูกค้า

### จุดประสงค์

เพื่อสร้างความสงบ ความพักผ่อน การควบคุมร่างกายและจิตใจที่สมดุล จากที่ปัจจุบันเราอาศัยอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อน ไร้ระเบียบ การเจริญเติบโต เกิดสิ่งใหม่ๆ อย่างรวดเร็ว เป็นนวัตกรรมที่ไร้ขอบเขต พลังแห่งจิตเป็นวัตถุดิบที่จะพาให้ผ่านช่วงของการเปลี่ยนแปลงในอนาคตนี้ได้

### แนวทางการออกแบบสปา

คือ การออกแบบตามลักษณะของ Human Design ดัง 5 หัวข้อนี้

1. พื้นที่กิจกรรม : ส่วนออกกำลังกาย ส่วนสุขภาพ
2. พื้นที่ทรีทเมนต์ : ส่วนความสงบ เสริมสวย
3. ลักษณะการอาบ : sauna, steam, cleopatra, thalasso เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. พื้นที่สันทนาการ : ส่วนของการพักผ่อน
5. พื้นที่น้ำ : สระสปา สระน้ำวน น้ำตก น้ำแร่

ทั้ง 5 ส่วนนี้มีความสำคัญเท่าเทียมกัน และสัมพันธ์กัน การจัดวางทั้งหมดนี้อย่างสมดุลก็จะส่งผลดีต่อการตลาด

พื้นฐานสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการสร้างสปา คือ ทำเลที่ตั้งสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และกลุ่มลูกค้า ซึ่งเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและละเอียดอ่อนควรมีผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ เป็นที่ปรึกษาควบคู่ไปด้วย

### ประเภทของ สปา

SPA มักพบในส่วนของโรงแรม รีสอร์ท สปอร์ตคลับ การแยกทำ สปา ออกมาโดยเฉพาะก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน สปา แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

- Day Spa เป็นคลินิก สถานเสริมความงามที่มีระยะเวลาเข้าคอร์สสั้นๆ
- Hotel หรือ Resort SPA จะตั้งอยู่เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม รีสอร์ท โดยมีกลุ่มลูกค้าคือ กรุ๊ปทัวร์
- Destination Spa ที่ที่ออกแบบเป็นสปา โดยเฉพาะ

แนวคิดของสปา แต่ละประเภทจะแตกต่างกันขึ้นกับประเภทของสปา แต่สิ่งที่ทุกประเภทต้องมีเป็นพื้นฐาน คือ เรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ธรรมชาติ วัฒนธรรม กลุ่มลูกค้า และอุปกรณ์เครื่องมือ จากนั้นจึงเป็นเรื่องของการสร้างลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละ สปา<sup>1</sup>

นอกจากนี้ผลการวิจัยของ HEALTH FITNESS DYNAMIC INC หรือ HFD พบว่า เนื่องจากผลของสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงในทางลบ ทำให้คนเกิดความเครียดในการดำรงชีวิต จึงต้องการสถานที่เพื่อเพิ่มความสุขชีวิต และช่วยลดความเครียด โดยการใช้ธรรมชาติ อาหาร และน้ำ ตลอดจนความสะอาดสบายในสปา และได้มีการแบ่งการจัดสปาออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

#### 1. THE DESTINATION SPA

คือ สถานที่พักผ่อนที่คงรักษาสภาพธรรมชาติไว้ และมีกิจกรรมอันประกอบไปด้วยการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การบริการทางสุขภาพ เช่น การนวด การดูแลถอนผมผิวหน้า และผิวกาย

---

<sup>1</sup> ข้อมูลจาก วารสารสถาปัตยกรรมของสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ ฉบับ 09 : 42 หน้า 10 - 17

## 2. THE AMINITY SPA

คือสถานที่พักผ่อนที่มีการตกแต่งเต็มธรรมชาติ เสริมกิจกรรมและบริการอื่น ๆ เหมาะสำหรับกลุ่มบุคคลที่ต้องการพักผ่อน และคลายความเครียด ในบรรยากาศที่สวยงาม และมีความสะดวกสบาย จากการดูแลและบริการ

## 3. THE DAY SPA

โดยทั่วไป จะเน้นเกี่ยวกับความงาม และการดูแลผิวพรรณ ซึ่งอาจพบสปาแบบนี้บริเวณสรรพสินค้า หรือตั้งแยกต่างหาก

## 4. CLUB SPA

คือสถานที่บริการด้านความงาม การออกกำลังกาย การดูแลร่างกายและผิวพรรณให้กับบุคคลเฉพาะที่เป็นสมาชิก เช่น HEALTH CLUB และ HOSPITAL WELLNESS CENTER

## 5. RESIDENTAL SPA

คือ สปา สำหรับกลุ่มผู้อาศัยในบริเวณ หรือสังคมเดียวกัน เช่น เจ้าของบ้านในละแวกเดียวกัน เข้ามาใช้บริการเพื่อคลายเครียด และการพักผ่อนร่วมกัน

THE NATURAL HEALTH AND BEAUTY CENTER จัดอยู่ในลักษณะร่วมกันระหว่าง DAY SPA และ CLUB SPA เนื่องจากลักษณะการเข้าใช้บริการเป็นคอร์สสั้นๆ ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ในอาคารศูนย์การค้า อีกทั้งมีการรับสมัครสมาชิกอีกด้วย สำหรับการบริการเพื่อสุขภาพ โครงการฯ มีการนำหลักการด้านธรรมชาติบำบัดมาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำศาสตร์การนวดแผนไทยมาให้บริการแก่ลูกค้า

โครงการฯ เน้นการให้บริการเพื่อความสวยงาม เป็นสำคัญอย่างไรก็ตาม การให้บริการภายในโครงการฯ ได้ถูกจัดขึ้น เพื่อบริการด้านความสงบ และผ่อนคลายแก่ลูกค้าอีกด้วย และเพื่อให้สุขภาพร่างกายของลูกค้ามีความสมบูรณ์และสวยงามอย่างแท้จริงนั้น โครงการฯ ยังมีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพ จำกัดในด้านการรับประทานอาหาร และเครื่องดื่ม ให้เหมาะสมกับสุขภาพของแต่ละบุคคล เพื่อความสวยงามที่สะท้อนมาจากภายในอย่างแท้จริง โดยนำหลักการของ HEALTH RESORT มาประยุกต์ใช้ดังนี้ คือ

1. สภาพแวดล้อม มีการจัดให้เหมาะสมกับการฟื้นฟูสุขภาพ โดยเน้นด้านความสงบของจิตใจ ผ่อนคลายความเครียด เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการ อยากเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น
2. มีผู้เชี่ยวชาญ คอยแนะนำด้านสุขภาพ วิธีการปฏิบัติตน และจัดโปรแกรมกิจกรรมในแต่ละวันให้เหมาะสมกับสมรรถภาพ และสุขภาพของแต่ละคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เน้นการปฏิบัติกิจกรรมเพื่อสุขภาพทั้งทางร่างกาย และจิตใจ
4. มีบรรยากาศที่เป็นกันเอง สงบ และสบาย

### 3.1.2 ข้อค้ำนึ่งในการจัด C – Store & Supermaket

การออกแบบตกแต่งภายใน C – Store & Supermaket นั้น ต้องมีความเข้าใจในตัวสินค้า ซึ่งแบ่งได้เป็น สองประเภท หลักๆ ได้แก่

1. FOODS
2. NON – FOODS

ซึ่งในกรณีที่เป็นอาหารนั้น ยังแบ่งออกได้เป็น

- สด
- แปรรูป
- สำเร็จพร้อมรับประทาน

ใน Supermaket นั้น สินค้าอาหารที่ขายสามารถแบ่งหมวดหมู่ที่ขายตามมาตรฐานได้ดังนี้

1. FRESH FRUIT
2. HEALTHY BEVERAGE
3. CEREALS
4. HEABAL TEA
5. HOME MADE BAKERY
6. NON – CHEMECAL VETGETABLE
7. PROCESSED FRUIT & DESSERT
8. ORGANICS RICE
9. SPECIAL PRICE CORNER

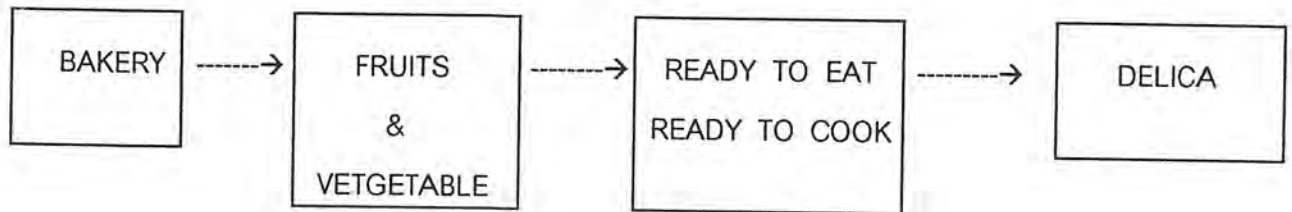
#### หมายเหตุ

ใน Supermaket แต่ละแห่งอาจมีสินค้าหลากหลายกว่านี้ได้ ขึ้นอยู่กับ Concept และแนวทางการดำเนินงานของร้าน เช่น มี Book corner เป็นต้น

การจัดวางลำดับของสินค้าที่ขายภายในร้านนั้นก็ขึ้นอยู่กับ Concept และแนวทางการดำเนินงานของร้านเช่นกัน ตัวอย่างเช่น Lotus Super Center ใช้ เเบเกอรี่ในการชักนำลูกค้าเข้าสู่ภายใน เรียกว่า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเซปรีเซนต์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการนำ " กลิ่น " มาใช้

อนึ่ง ลำดับการจัดวางสินค้าภายใน Lotus Super Center เป็นดังนี้



### 3.2.1.2 ข้อคำนึงในการจัด Shop windows cosmetics

หน้าร้านมีความจำเป็นสำหรับร้านค้าทุกชนิดยกเว้นร้านที่อยู่ภายใน Enclosed mall หรือ ร้านหย่อมเดียวที่มีขนาดใหญ่ เช่น Supermarket

หน้าที่ของร้าน คือ การดึงดูดผู้คน สร้างเอกลักษณ์ของร้าน และการแบ่งช่วงร้านค้าออกจากลูกค้า (ถ้าต้องการ) หรือเป็นการเชิญเชิญลูกค้าเข้าสู่ร้าน สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบ คือ

1. จำนวนและตำแหน่งของทางเข้าซึ่งจะสัมพันธ์กับหน้าร้าน การออกแบบภายนอกแบบภายนอกและองค์ประกอบภายใน
2. ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดพื้นที่หน้าร้าน กับขนาดพื้นที่ขายของ
3. ลักษณะและความมากมายของตู้โชว์

- อุปกรณ์และการใช้พื้นที่

ซูเปอร์มาร์เกตหรือร้านค้าหย่อม อาจจะมีเพียงกระจกเรียบ และประตูไฟฟ้าเพื่อที่จะได้เห็นการจัดภายใน ไม่มีตู้โชว์หรือมีน้อยที่สุด เพื่อดึงคนเข้าสู่ภายใน

ส่วนร้านค้าหย่อมอื่นๆ ควรจะมีตู้โชว์เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ตู้โชว์อาจจะเป็นแบบที่มีความสูงเต็ม หรือ ตู้โชว์แบบลอยตัว หรือ แบบกระบะไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2.5 โครงการรอง ( สำนักงาน )

ขอบเขตการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของโครงการฯ เน้นไปที่ โครงการหลัก ได้แก่ ส่วนขายสินค้าและบริการ สำหรับโครงการรอง คือ ส่วนสำนักงานของโครงการฯ นั้น ทำเฉพาะการจัดวางผัง

#### 3.2.5.1 รูปแบบการจัดสำนักงาน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนทำงาน - ส่วนใหญ่จะเป็นส่วนบริหารงานโดยแบ่งตามประเภทของงานแต่ละด้าน แต่ละฝ่ายมีส่วนเฉพาะสามารถติดต่อกับฝ่ายอื่นๆ ได้ทั่วถึงและจะต้องมีส่วนพักคอยพร้อมกับส่วนต่างๆ เช่นเดียวกับสำนักงานทั่วไป

2. ส่วนที่พนักงานใช้ร่วมกัน - เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พนักงาน ได้แก่ PANTRY ซึ่งพนักงานใช้ร่วมกันสำหรับดื่มชา กาแฟ หรือ มาผ่อนคลายอิริยาบถในห้องนี้ W.C. ควรอยู่ไม่ห่างจากตัวสำนักงานมากนัก เพื่อสะดวกในการใช้งาน

นอกจากนี้แล้ว ลักษณะการจัดผังออฟฟิศยังใช้ระบบการจัดเป็นห้องเฉพาะในกรณีเป็นผู้จัดการฝ่าย ( ผู้บริหารระดับสูง ) ผสมผสานกับการใช้ระบบออฟฟิศแบบเปิดกับส่วนทำงานของพนักงานทั่วไป

ตู้โชว์ ควรเปิดติดต่อกันได้โดยตรง ซึ่งด้านหลังอาจจะเป็นผนังทึบหรือกระจกเงา ที่เป็นเช่นนี้เพราะจำเป็นต้องเข้าไปแต่งตู้โชว์ ซึ่งควรจะใช้เวลาน้อยและง่าย ขนาดของตู้โชว์ทำได้แตกต่างกัน ซึ่งแล้วแต่ลักษณะของสินค้า และนโยบายการค้า เช่น ถ้าเป็นเฟอร์นิเจอร์ตู้โชว์อาจลึก 0.80 – 1.00 ม. ถ้าเป็นเครื่องสำอางสามารถลึกได้เพียง 0.30 ม.

#### - การเลือกใช้แสงในการ Display สินค้า

การจัดแสงมีความจำเป็นที่จะให้สินค้าเด่นขึ้น สำหรับแสงที่ใช้ในการตกแต่ง แบ่งเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. หลอดมีไส้ Incandescent จะทำให้อุณหภูมิสูงขึ้นและให้แสงสีในโทนร้อน ค่อนข้างเหลือง – แดง เหมาะที่จะใช้ในส่วน ร้านอาหาร
2. หลอด Fluorescent และหลอดไม่ไส้ใ้้อื่นๆ โดยเฉพาะหลอด Fluorescent มีประโยชน์มาก เนื่องจากมีอายุการใช้งานสูง โดยมากใช้กับส่วนที่ต้องการทำงาน และไม่ต้องการความสวยงามมากนัก เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก เช่น โต๊ะทำงานภายในออฟฟิศ ทางเดินในส่วน Service
3. แสง Infra – Heating ใช้ในส่วนบริการต่างๆ ส่วนที่ต้องการใช้แสงในบรรยากาศที่อบอุ่น
4. หลอดไฟประดับ ใช้สำหรับแขวนเหนือโต๊ะ เคาน์เตอร์ ฯลฯ ให้ประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมในการตกแต่ง

#### ลักษณะการกระจายแสง

ลักษณะการกระจายแสงของดวงโคมที่ใช้ในโครงการฯ แบ่งเป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่

1. Direct light - แสงส่องลงข้างล่าง 90 – 100 % เหมาะใช้ในกรณีที่ต้องการการส่องสว่างมากๆ เช่น โต๊ะทำงาน โต๊ะเครื่องแป้ง  
( แสงช่วยในการแต่งหน้า )
2. Indirect light - แสงส่องลงข้างล่าง 10% ส่องขึ้น 10 - 100 % เหมาะใช้ในกรณีไม่ต้องการให้แสงแยงตาผู้รับบริการ เช่น ภายในห้องนวด
3. Uplight - แสงส่องจากล่างขึ้นบน โดย ใช้ในบริเวณที่ไม่ต้องการให้แสงแยงตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 การวิเคราะห์ที่ตั้ง

#### - ที่ตั้งของโครงการ

โครงการฯ ตั้งอยู่ภายในอาคารเกษรพลาซ่า บริเวณ ชั้น 3 และ ชั้น 4 ของอาคาร โดย อาคาร ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกราชประสงค์ ถ.เพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ

#### - การเข้าสู่โครงการ

สามารถเข้าถึงโครงการฯ ได้โดยสะดวก จากการคมนาคมทั้ง 3 เส้นทาง คือ

1. ทางรถยนต์ส่วนตัวและรถรับจ้างไม่ประจำทาง ผ่านทาง ถนน เพลินจิต และราชดำริ
2. ทางรถโดยสารประจำทาง เช่น สาย 25 ,40 , ปอ. 1, ปอ. สาย 25 เป็นต้น
3. ทางรถไฟฟ้าบีทีเอส โดย ลงที่สถานีเพลินจิต

#### - สภาพแวดล้อมรอบโครงการ

อาคารข้างเคียงของที่ตั้งโครงการฯ เนื่องจากศูนย์การค้าเกษรพลาซ่าตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมืองในย่านช้อปปิ้งเซนต์เอเธอร์ อาคารที่แวดล้อมจึงได้แก่ อาคารสาธารณะ ประเภท โรงแรม ศูนย์การค้า โรงพยาบาล ได้แก่ โรงพยาบาลตำรวจ , โรงแรมแกรนด์ไฮแอท เอราวัณ , นารายณ์ , ศูนย์การค้าเวิร์ลเทรดเซนเตอร์ เป็นต้น อันมีผลต่อโครงการฯ ในแง่ ช่วยสนับสนุน ส่งเสริม ให้กลุ่มเป้าหมายมาเยือนโครงการฯ มากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นจุด Land mark ของกรุงเทพฯ

### 3.4 รายละเอียดที่ตั้งโครงการ

#### - อาณาเขตติดต่อ

|             |                                 |
|-------------|---------------------------------|
| ทิศเหนือ    | ติด ถนนเพลินจิต                 |
| ทิศใต้      | ติดกับนารายณ์                   |
| ทิศตะวันออก | ติดกับถนนราชดำริ                |
| ทิศตะวันตก  | ติดกับอาคารเพรสซิเดนซ์ ทาวเวอร์ |

#### - สภาพแวดล้อม

ปัญหามลภาวะ

บริเวณสี่แยกราชประสงค์มีปัญหาเรื่องฝุ่นควันพิษ จากท่อไอ

เสียรถยนต์เช่นเดียวกับย่านใจกลางเมืองอื่นๆ รวมทั้งเสียงจากยวดยาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาแสงอาทิตย์,ความร้อน จากทิศทางที่ตั้งของโครงการ อาคารจะได้รับแสงอาทิตย์ในตอนเช้า ด้านอาคารฝั่งติดกับอาคารเพรสซิเดนท์ ทาวเวอร์ ได้รับแสงอาทิตย์ช่วงบ่าย ด้านติด ถ. ราชดำริ

- การแก้ปัญหา

ภายในอาคาร ได้ออกแบบให้ใช้ระบบปรับอากาศทั้งหมด จึงเป็นอาคารปิด ควบคุมสภาพแวดล้อมภายในได้ง่าย

ช่องแสง ได้ใช้ผนังบุหินทรายร่วมกับกระจกตัดแสง ช่วยลดพื้นที่ในการใช้กระจกเป็นปริมาณมาก ช่วยลดปริมาณความร้อนอีกทางหนึ่ง

ตารางแสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของที่ตั้งโครงการ

| CRITERIA                | GRADE |
|-------------------------|-------|
| ZONING                  | ●     |
| TRAFFIC & ACCESSIBILITY | ⦶     |
| APPROACH & INVITATION   | ●     |
| ENVIRONMENT             | ⦶     |
| CENTER & RELATIONSHIP   | ●     |
| POPULATION              | ●     |
| INFRASTRUCTURE          | ⊘     |
| FUTURE EXPANSION        | ⊘     |
| TOTAL                   | ●     |

GRADE 4 ●      GRADE 2 ⦶  
 GRADE 3 ⊘      GRADE 1 ●

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.5 รายละเอียดอาคาร

#### - SHAPE & FORM

อาคารเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าวางขนานไปกับถนนเพลินจิต - ด้านสั้น ถนนราชดำริ - ด้านยาว รูปแบบภายนอก นำเส้นนอนมาใช้ เน้นย้ำถึงความเป็นอาคารศูนย์การค้าที่ไม่สูง คือ 7 ชั้น (รวม ออฟฟิศให้เช่า) อันเป็นลักษณะเด่นที่น่าสนใจประการหนึ่ง ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองแสดงถึงการคำนึงถึงมุมมองของเมืองมากกว่าการใช้ประโยชน์อย่างสูงสุดจากที่ดินที่มีอยู่

#### - FUNCTION

อาคารศูนย์การค้าให้เช่า สูง 7 ชั้น ได้ดิน 3 ชั้น แบ่งเป็นส่วน โชปปิงเซนเตอร์ และ ออฟฟิศให้เช่า สูง 3 ชั้น ซึ่งแยกออกจากกันด้วย รูปแบบและขนาดออฟฟิศซึ่งเล็กกว่า

#### - ACCESSIBILITY CIRCULATION

##### Main Entrance

- จากถนนเพลินจิตเลี้ยวเข้าถนนของโครงการติดกับอาคารเพรสซิเดนซ์ทาวเวอร์ สู่ที่จอดรถใต้ดินของอาคารเกษรพลาซ่า
- จากถนนราชดำริเลี้ยวเข้าถนนด้านต่อ./เหนือของเกษรพลาซ่าสู่ที่จอดรถชั้นใต้ดิน
- เดินเข้าได้จากประตูทางเข้าพลาซ่าด้านทิศต่อ/เหนือ และทิศตะวันตกเฉียงใต้

##### Sub Entrance

- เช่นเดียวกับ Main Entrance แต่ขึ้นลิฟท์พนักงานและขนส่งสินค้า
- เช่นเดียวกับ Main Entrance แต่เดินเข้าประตูด้านทิศตะวันออก

#### - CONSTRUCTION

|                    |   |
|--------------------|---|
| ประเภท             | เสาและคาน   |
| SPAN เสา           | มีความกว้างมาก ตามลักษณะ Public space คือ 9.00ม. กับ8.30 ม.                                 |
| ระยะความสูงของชั้น | ชั้นที่เลือกมาใช้คือ ชั้น 3 มีความสูง 6.60 ( FL TO FL)<br>ชั้น 4 มีความสูง 4.20 ( FL TO FL) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- CORE OF BLD.

Core หลัก อยู่ด้านทิศตะวันออกของอาคารส่วนกลาง ซึ่งมี ลิฟท์โดยสาร , ลิฟท์ขนส่งสินค้า ซึ่งมี บันไดหนีไฟ อยู่ 4 จุดของอาคารตั้ง ที่แสดงในแปลน

- MECHANICAL EQUIPMENT

มี AHU. ทุกชั้น ๆ ละ 2 ห้อง แบ่งความรับผิดชอบห้องละปีกตึก

AIR CONDITION ระบบ Water – cooled Water Chiller แต่ละunit ของผู้เช่าจะได้รับลมเย็น จาก Fan coil ซึ่งควบคุมการเปิดปิดได้เฉพาะส่วน

ชั้น 3 เดิม อาคารวางแผนให้เป็นศูนย์อาหาร จึงมีงานระบบสุขาภิบาลเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**INTRODUCTION**

**BUILDING INDEX**

| CRITERIA                  | GRADE |
|---------------------------|-------|
| ZONING                    | ●     |
| TRAFFIC & ACCESSIBILITY   | ○     |
| LAND-USE & INFRASTRUCTURE | ○     |
| ENVIRONMENT               | ○     |
| CENTER & RELATIONSHIP     | ○     |
| POPULATION                | ○     |
| REPRESENTATIVENESS        | ○     |
| FUTURE EXPANSION          | ○     |
| TOTAL                     | ●     |

GRADE 4 ● GRADE 3 ○  
GRADE 2 ○ GRADE 1 ●

ศูนย์สุขภาพ  
ศูนย์ความงาม  
ศูนย์บริการ  
ศูนย์ออกกำลังกาย

การเข้าถึงโครงการ

## The Natural Health & Beauty Center

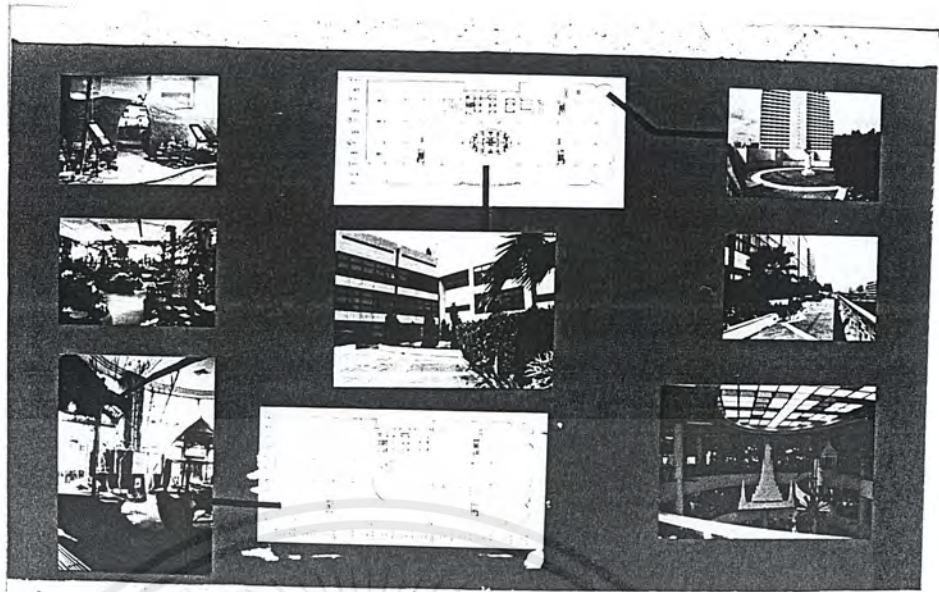


**INTRODUCTION**

แผนพัฒนาสี่แยกฯ ประสงค์เป็น **SHOPPING STREET**

## The Natural Health & Beauty Center

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## The Natural Health & Beauty center



EXISTING CONDITION

**FUNCTION**  
 อาคารสำหรับให้บริการสุขภาพและเสริมสวย  
 อาคาร 3 ชั้น, พื้นผิวอาคารภายนอกใช้วัสดุสังเคราะห์

**SHAPE & FORM**  
 อาคารรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า 3 ชั้น, วัสดุที่ใช้สร้าง  
 พื้นผิวอาคารใช้วัสดุสังเคราะห์ 3 ชั้น, วัสดุที่ใช้สร้าง  
 พื้นผิวอาคารใช้วัสดุสังเคราะห์ 3 ชั้น, วัสดุที่ใช้สร้าง  
 พื้นผิวอาคารใช้วัสดุสังเคราะห์ 3 ชั้น, วัสดุที่ใช้สร้าง

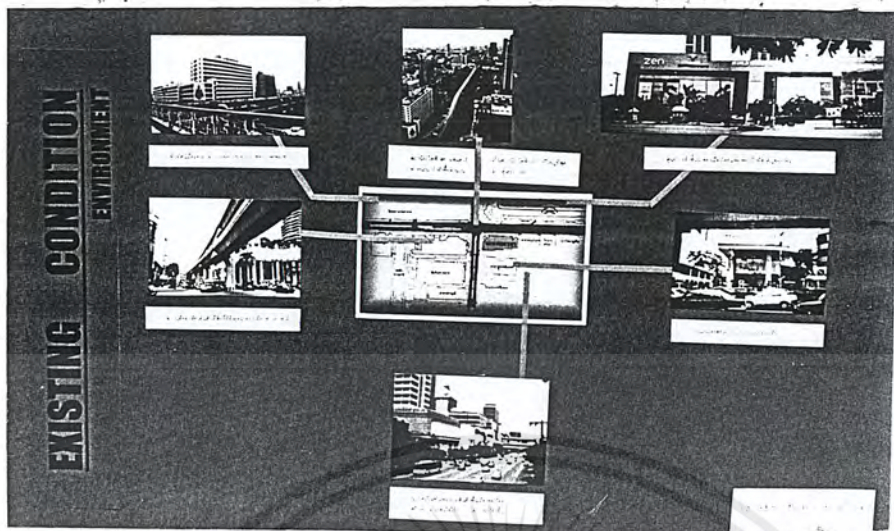
**ACCESSIBILITY CIRCULATION**  
 - มีทางลาดขึ้นลงอาคาร  
 - มีทางขึ้นลงอาคาร  
 - มีทางขึ้นลงอาคาร  
 - มีทางขึ้นลงอาคาร

**CONSTRUCTION**  
 วัสดุ - วัสดุ  
 วัสดุ - วัสดุ  
 วัสดุ - วัสดุ

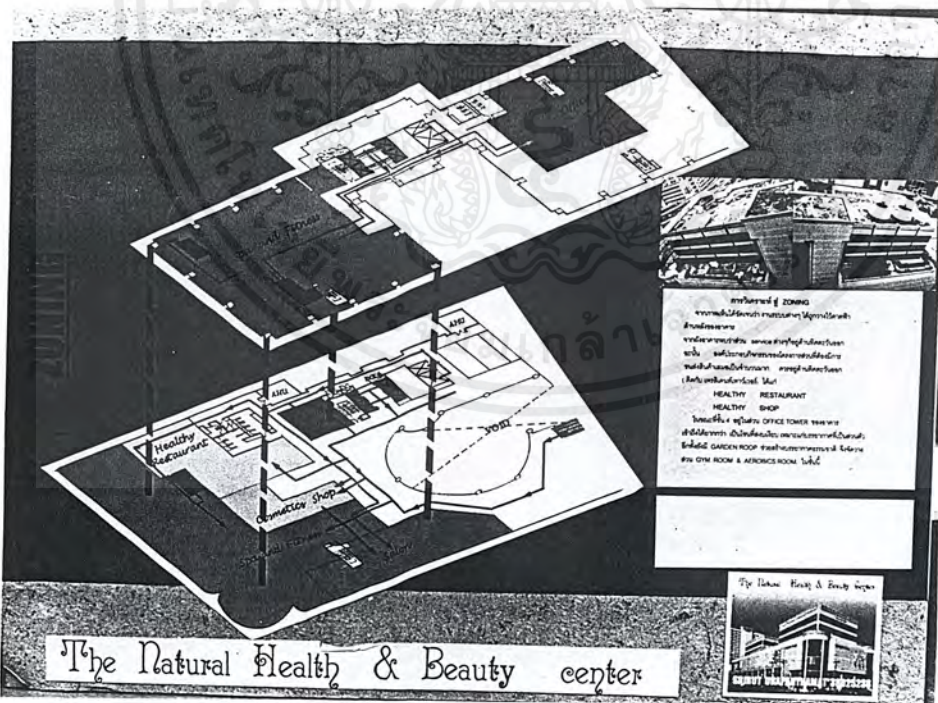
**MECHANICAL EQUIPMENT**  
 - มีเครื่องปรับอากาศ  
 - มีเครื่องปรับอากาศ  
 - มีเครื่องปรับอากาศ

**CORE OF BLD**  
 Core of Bld  
 Core of Bld

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



The Natural Health & Beauty Center



The Natural Health & Beauty center



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4  
การศึกษาผู้ใช้โครงการ

ผู้ใช้โครงการฯ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1 ผู้ให้บริการ คือ ผู้อำนวยการความสะอาดต่างๆ ภายในโครงการฯ

ได้แก่ STAFF ผู้ให้บริการในส่วนขายสินค้าและบริการ

OFFICER ผู้ให้บริการในส่วนสำนักงาน

EXECUTIVE DEPARTMENT บุคคลที่ทำงานระดับบริหาร

เพื่อวางแผนทางและนโยบายการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมายที่

วางไว้

(หมายเหตุ : ในบางกรณีโครงการฯ มีผู้ให้บริการ เพิ่มขึ้น ได้แก่ วิทยากรพิเศษ ( THE EXPERT )  
คือ บุคคลที่ได้รับเชิญมาเพื่อให้บริการด้านความรู้แก่ผู้ใช้บริการในบางครั้ง )

4.2 ผู้รับบริการ คือ ผู้ที่มาใช้บริการของโครงการฯ ได้แก่ ผู้มาซื้อสินค้าและบริการของโครงการฯ

ได้แก่ MEMBER ผู้สมัครสมาชิกของโครงการฯ

WALK - IN ลูกค้าที่ Walk - in เข้ามาวันต่อวัน โดยมิได้มีการ

ทำสัญญาเป็นสมาชิก เช่นลูกค้าประเภทแรก

VISITOR ผู้มาติดต่อกับส่วนสำนักงาน

พฤติกรรมของผู้ให้บริการเป็นดังนี้ คือ

- STAFF ระดับเจ้าหน้าที่

เวลาทำงานแบ่งทำงานเป็นผลัด ( ซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันไปขึ้นกับมีหน้าที่ในหน่วยงานใด )

เวลา 6.30 - 21.30 น. แบ่งออกเป็น 2 ผลัด คือ

เวลา 6.30 - 14.00 น.

เวลา 14.00 - 21.30 น.

เอกสารนี้เป็น **สิ่ง** เวลาพัก **ผลัด**กันไปพักงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**พฤติกรรม** พนักงานในระดับนี้ จะเข้าสู่โครงการฯ ด้วย Sub Entrance หรือ Main Entrance ก็ได้เช่นกัน เมื่อมาถึงก็จะเข้าสู่ส่วน Back of house เพื่อตอกบัตรและเปลี่ยนเสื้อผ้าเป็นแบบฟอร์มของโครงการฯ แล้วจึงเข้าประจำตามตำแหน่งหน้าที่ของแต่ละคน ที่กระจายอยู่ตามองค์ประกอบกิจกรรมของโครงการฯ อาจมีบางตำแหน่งที่จะเข้าทำงานเป็นกะ เป็นช่วงเวลา ดังนั้น พนักงานจะเข้าและเลิกงานไม่พร้อมกันทุกคน เมื่อถึงเวลาพักก็ผลัดกันไป รับประทานอาหารที่ห้องอาหารพนักงาน ปฏิบัติหน้าที่ของตนจนหมดเวลาทำงาน ไปตอกบัตรเพื่อลงเวลาเลิกงานแล้วเดินทางกลับ

- OFFICER ผู้ให้บริการในส่วนสำนักงาน

เวลาทำงาน 9.00 - 18.00 น.

เวลาพัก 12.00 - 13.00 น.

**พฤติกรรม** พนักงานในระดับนี้ จะเข้าสู่โครงการฯ ด้วย Lift เพื่อเข้า Office Tower จากนั้นทำการตอกบัตรและทำงานในส่วนของตนตามหน้าที่ เมื่อถึงเวลาพักก็ไปรับประทานอาหาร จากนั้นปฏิบัติหน้าที่ของตนจนหมดเวลาทำงาน ไปตอกบัตรเพื่อลงเวลาเลิกงานแล้วเดินทางกลับ

- EXECUTIVE DEPARTMENT บุคคลที่ทำงานระดับบริหาร

เวลาทำงาน 9.00 - 18.00 น.

เวลาพัก 12.00 - 13.00 น.

**พฤติกรรม** เดินทางเข้าสู่โครงการฯ โดยใช้ Lift จอดรถในบริเวณที่จัดไว้ หลังจากนั้น ไปยังห้องตอกบัตรเพื่อลงเวลาเข้าทำงาน แล้วจึงเข้าทำงานประจำตำแหน่งหน้าที่ โดยจะทำงานอยู่ภายในส่วน OFFICE เท่านั้น อาจมีการพบปะกับผู้รับบริการบ้าง แต่เป็นส่วนน้อย เมื่อถึงเวลาพักเพียง เข้าไปรับประทานอาหาร แล้วทำงานต่อจนถึงเวลาเลิกงาน ตอกบัตรออก เดินทางกลับ

พฤติกรรมของผู้รับบริการเป็นดังนี้ คือ

จากการศึกษาโครงการเปรียบเทียบ สามารถวิเคราะห์ถึงผู้เข้ารับบริการ โดยแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

1. MEMBER ผู้สมัครสมาชิกของโครงการฯ
2. WALK - IN ลูกค้าที่ Walk - in เข้ามาวันต่อวัน โดยมีได้มีการทำสัญญาเป็นสมาชิก เช่นลูกค้าประเภทแรก
3. VISITOR ผู้มาติดต่อกับส่วนสำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1. MEMBER ผู้สมัครสมาชิกของโครงการฯ

เนื่องจากโครงการฯ มีลักษณะเป็นศูนย์เสริมความงามและสุขภาพที่ครบวงจร มีองค์ประกอบกิจกรรมของโครงการดังต่อไปนี้ คือ

1. SPA & FITNESS
2. SALON
3. COSMETICS SHOP
4. HEALTHY RESTAURANT
5. HEALTHY SHOP

โดยลักษณะการดำเนินงานเป็นการผสมกันระหว่าง Day SPA ซึ่งให้บริการลูกค้า Walk - in กับ Club SPA ซึ่งให้บริการเฉพาะสมาชิก

ทางโครงการฯ จึงให้บริการแก่ลูกค้าทั้ง 2 ประเภท ข้างต้น โดยผู้รับบริการที่ได้สมัครสมาชิก จะได้รับสิทธิประโยชน์ที่คุ้มค่ากว่า ลูกค้าประเภท Walk - in อาทิเช่น

ในการรับบริการ ใน SPA & FITNESS ส่วน Massage นั้น หาก ลูกค้า Walk - in กับสมาชิก มีความต้องการรับบริการในเวลาเดียวกัน ( จองห้องนวดเดียวกัน , ร้องขอพนักงานนวดคนเดียวกัน , ฯลฯ ) สมาชิก จะได้รับสิทธิในการรับบริการก่อนลูกค้า Walk - in

สำหรับในส่วน Fitness ( Gym room ) นั้น จะมีตารางวันและเวลาในการจำกัดเวลาเข้าใช้แก่ผู้รับบริการประเภท Walk - in เช่น ในส่วน SPA & FITNESS 4<sup>th</sup> FL. นั้น ก่อนเวลาอาคารเกษรพลาซ่าเปิด คือ ก่อน 10.00 น. ผู้ที่ไม่ใช่สมาชิกจะไม่สามารถเข้ามาใช้บริการได้

ในการซื้อสินค้า ใน COSMETICS SHOP , HEALTHY SHOP สมาชิกจะได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้า เป็นต้น

### พฤติกรรม SPA & FITNESS

ผู้เข้าใช้บริการในกรณีที่เป็นสมาชิกจะได้รับตรวจสุขภาพ ( fitness Test ) และมีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลไว้ในคอมพิวเตอร์เรียบร้อยแล้ว ซึ่งก่อนจะเลือกใช้บริการแบบใดๆ จะมีการนำข้อมูลมาช่วยในการให้คำแนะนำแก่ผู้รับบริการ เพื่อวางโปรแกรมให้ตรงตามจุดประสงค์ที่ผู้เข้ารับบริการต้องการว่าจะมาเพื่อความงาม , บำบัดหรือ เสริมสุขภาพ หรือเพื่อการลดน้ำหนัก เป็นต้น เพื่อให้เหมาะสมกับสมรรถภาพของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันไป

โดยปกติแล้วสมาชิกจะโทรศัพท์เข้ามาจองห้องนวดก่อนเวลา เมื่อเข้ามาถึงโครงการฯ ในส่วน SPA & FITNESS จะติดต่อในส่วน Massage Reception บริเวณ Hall & Waiting area ของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

( SPA & FITNESS 3<sup>rd</sup> FL. ) แจ้งชื่อจากนั้นพนักงานจะโทรศัพท์เรียก Therapist ซึ่งพักอยู่ใน Back of house ให้ออกมาเชิญแขกเข้าห้องนวดนั้นๆ ที่ได้ทำการจองไว้ หากไม่ได้โทรมาจองก่อนก็สามารถสอบถามถึง ห้องนวดที่ว่าง ได้ที่ Massage Reception บริเวณ Hall & Waiting area ของ ( SPA & FITNESS 3<sup>rd</sup> FL. ) เช่นกัน โดยอาจต้องรอนห้องว่างสักครู่ ซึ่งในระหว่างนั้นสามารถนั่งคอยที่ส่วน Massage Waiting area หรือ ไปใช้บริการอื่นของโครงการฯ ก่อน เช่น COSMETICS SHOP

เมื่อเข้าไปในห้องนวด แขกจะผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้าเป็น Piyama ( ชุดคลุมยาว ) เพื่อให้สะดวกต่อการนวดและเก็บเสื้อผ้าไว้ในตู้เก็บเสื้อผ้าภายในห้อง จากนั้นจะเป็นขั้นตอนในการนวดและทำทรีทเมนต์ ซึ่งมีรายละเอียดแตกต่างกันไปตามแต่คอร์สที่แขกได้ทำการเลือก

หลังจากดำเนินตามกรรมวิธีเรียบร้อยแล้ว เสร็จสิ้นขั้นตอนในการเสริมความงามนั้นๆแล้ว แขกจะผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้า แต่งหน้าภายในห้อง หรือ มายัง MINI SALON ที่มีบริการภายในส่วน MASSAGE อีกด้วย จากนั้น พนักงานจะนำไปสู่ Massage Reception บริเวณโถงอีกครั้งเพื่อชำระเงิน

2. WALK - IN ลูกค้ำที่ Walk - in เข้ามาวันต่อวัน โดยมีได้มี การทำสัญญาเป็นสมาชิก เช่นลูกค้ำประเภทแรก ลูกค้ำประเภทนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือผู้คนที่มาเดินช้อปปิ้งในเกษรพลาซ่า เมื่อเดินผ่านโครงการฯ มีความสนใจจึงเข้ามาสอบถาม และใช้บริการ

### พฤติกรรม SPA & FITNESS

สำหรับลูกค้ำประเภท Walk - in นั้นขั้นตอนในการใช้บริการก็เช่นเดียวกับลูกค้ำประเภทสมาชิก เพียงแต่ไม่มีข้อมูลประวัติส่วนตัวเก็บไว้ มักไม่ได้โทรศัพท์มาจองห้องนวดก่อน แต่เป็นการเข้ามาสอบถามรายละเอียดการใช้บริการโดยตรง

ลูกค้ำประเภท Walk - in นั้นมักเข้ามาใช้บริการในส่วน MASSAGE AREA ( SPA & FITNESS 3<sup>rd</sup> FL. ) มากกว่าส่วน SPA & FITNESS 4<sup>th</sup> FL. เนื่องจากกิจกรรมในชั้นนี้นั้น เป็นกิจกรรมที่ควรทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลสำเร็จอย่างแท้จริง เช่น การเดินแอโรบิค การออกกำลังกายโดยเครื่องออกกำลังกาย ดังนั้นเมื่อลูกค้ำไม่ได้สมัครเป็นสมาชิก เมื่อใช้บริการในลักษณะ Walk - in คือ มีสิทธิใช้ Gym room ได้ในเวลาจำกัด ขึ้นกับคอร์สที่ทำการซื้อไป เช่น 1 วัน เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ที่กล่าวมา SPA & FITNESS 4<sup>th</sup> FL จึงมักมีแต่สมาชิกเข้ามาใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการไม่ว่าจะเป็น สมาชิกหรือ Walk - in ในส่วนของอประกอบการ  
กรรมอื่นๆ ภายใจโครงการฯ ไม่ว่าจะเป็น SALON , COSMETICS SHOP , HEALTHY RESTAURANT,  
HEALTHY SHOP นั้นมีลักษณะเดียวกัน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### พฤติกรรม SALON

ในกรณีที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในส่วน SPA & FITNESS ด้วยและต่อเนื่องมายังส่วน SALON  
นั้น ลูกค้ามักจะมาใช้บริการนี้เป็นอันดับสุดท้ายก่อนกลับ เพราะอาจต้องมีการไปประกอบธุรกิจอื่นหรือ  
นัดพบปะสังสรรค์ต่อ ฉะนั้นจึงต้องให้ดูดีอยู่เสมอ ผู้รับบริการเข้า Main Entrance ของโครงการฯเดินไป  
ยังส่วน SALON ไปยัง Salon Reception เพื่อแจ้งแก่พนักงานถึงความต้องการที่จะทำ พนักงานจะ  
โทรศัพท์เรียก Hair Stylist หรือผู้ช่วย ซึ่งพักอยู่ใน Back of house ให้เชิญลูกค้าไปทำผมต่อไป หาก  
Hair Stylist ที่ลูกค้าต้องการ ติดงานอยู่ อาจต้องนั่งพักคอย ซึ่งโครงการฯ ได้จัดเตรียมส่วน Waiting  
Area ไว้บริการ เมื่อใช้บริการเรียบร้อยแล้ว ก็มาชำระเงินที่ Counter Reception

### พฤติกรรม COSMETICS SHOP

เป็นร้านขายเครื่องสำอางที่มีที่มาจากธรรมชาติ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีอันตรายต่อผู้ใช้ สินค้า  
ที่จำหน่ายภายในร้าน ส่วนหนึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในโครงการฯ เช่น น้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากดอกไม้  
ครีมนวดสมุนไพร , โยบวบสำหรับทำความสะอาดผิว , ฯลฯ

### พฤติกรรม HEALTHY RESTAURANT

เป็นร้านอาหารที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเท่านั้น เป็นอาหารที่เน้นความสด  
และสะอาดปราศจากสารพิษ และให้คุณประโยชน์แก่ร่างกาย เป็นเมนูอาหารประเภท Low - calory  
เครื่องดื่มที่บริการ เป็นเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ และน้ำตาล เช่น ชาสมุนไพร น้ำผลไม้สด  
น้ำแร่ เป็นต้น

ในกรณีที่ป็น MEMBER ของโครงการฯ และแจ้งความจำนงในการรับบริการในส่วนร้าน  
อาหารไว้แล้วนั้น เมื่อเข้ามาภายในร้านก็แจ้งชื่อกับกัปตันหรือ Reception

บริการจะเชิญไปยังโต๊ะที่ทำการจองไว้และนำอาหารมาเสิร์ฟในกรณีที่ต้องการให้โครงการฯ  
จัดเมนูให้ เพื่อควบคุมปริมาณแคลอรีที่จะได้รับสำหรับการลดน้ำหนัก หรือ แจ้งความประสงค์ว่าต้องการ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกอาหารจากเมนูเอง โดยให้ทางร้านคำนวณปริมาณแคลอรีให้ว่าเหมาะสมตามแผนการดูแลร่างกายที่ตนเองและนักโภชนาการได้วางไว้หรือไม่ หากปริมาณแคลอรีจากอาหารที่ตนเลือกไม่เหมาะสมก็สามารถเลือกเมนูใหม่ได้ตามความต้องการ

ในกรณีที่เป็นลูกค้าทั่วไปนั้น ในเมนูอาหารจะมีรายละเอียดบอกถึงปริมาณแคลอรีที่คนปกติควรได้รับต่อวันอยู่แล้ว เมื่อลูกค้าทำการเลือกอาหารจากเมนู ก็สามารถคำนวณถึงปริมาณแคลอรีที่ตนเองควรได้รับอย่างคร่าวๆ หรือแจ้งความจำนงให้ทางร้านจัดเตรียมให้เช่นเดียวกับกรณี MEMBER

หลังจากรับประทานอาหาร ชำระเงินตามบิล

### 3. VISITOR ผู้มาติดต่อกับส่วนสำนักงาน

ช่วงเวลา 9.00 – 18.00 น.

พฤติกรรม เดินทางเข้ามายังโครงการฯ ผ่านลิฟท์เข้ามายัง Office Tower เข้ามาส่วนสำนักงานในชั้น 4 ของอาคาร ติดต่อสอบถาม หรือ แจ้งความประสงค์ว่ามาพบใคร ที่ Reception Counter จากนั้นนั่งพักคอยบริเวณ Waiting Area เมื่อ Receptionist โทรศัพท์แจ้งแก่พนักงานหรือผู้บริหารว่า มีแขกมาขอพบแล้ว พนักงานที่มีผู้มาติดต่อขอพบจะมาเชิญแขกเข้าไปติดต่อธุระภายในส่วนทำงานหรือ Meeting room หรือในกรณีมาติดต่อผู้บริหาร เลขานุการจะเป็นผู้มาเชิญแขกเข้าไปนั่งรอพบผู้บริหารในส่วน Waiting Area ภายในส่วนทำงานซึ่งอยู่ใกล้ห้องผู้บริหารโดยเฉพาะ หรือ Conference room

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ใช้เอกสาร ทั่วไป  
 \* ผู้ให้บริการ ทั่วไป 1. OFFICER 9.00 a.m. - 6.00 p.m.  
 2. STAFF 6.30 a.m. - 9.30 p.m.  
 \* ผู้รับบริการ ทั่วไป 1. CUSTOMER 10.00 a.m. - 9.00 p.m.  
 โดย ผู้ให้บริการในสวน Spa เท่านั้นจะมี 2 ประเภท คือ  
 1. Waik - m 10.00 p.m. - 9.00 p.m.  
 2. Members 7.00 p.m. - 9.00 p.m.  
 กรุณาอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมที่หน้าประตูทางเข้า

11.00 a.m. - 6.00 p.m.  
 8.30 a.m. - 9.30 p.m.

Main Ent. Plaza Healthy Restaurant Staff Ent.

| พื้นที่       | เวลา                   | วัน | จันทร์ | อังคาร | พุธ | พฤหัสบดี | ศุกร์ | เสาร์ | อาทิตย์ |
|---------------|------------------------|-----|--------|--------|-----|----------|-------|-------|---------|
| Plaza         | 9.00 a.m. - 6.00 p.m.  |     | ●      | ●      | ●   | ●        | ●     | ●     | ●       |
| Spa & Fitness | 10.00 a.m. - 9.00 p.m. |     | ●      | ●      | ●   | ●        | ●     | ●     | ●       |
| Salon         | 10.00 a.m. - 9.00 p.m. |     | ●      | ●      | ●   | ●        | ●     | ●     | ●       |
| Cosmetics     | 10.00 a.m. - 9.00 p.m. |     | ●      | ●      | ●   | ●        | ●     | ●     | ●       |
| Restaurant    | 7.00 p.m. - 9.00 p.m.  |     | ●      | ●      | ●   | ●        | ●     | ●     | ●       |
| Healthy Shop  | 7.00 p.m. - 9.00 p.m.  |     | ●      | ●      | ●   | ●        | ●     | ●     | ●       |
| Office        | 9.00 a.m. - 6.00 p.m.  |     | ●      | ●      | ●   | ●        | ●     | ●     | ●       |
| Office        | 9.00 a.m. - 6.00 p.m.  |     | ●      | ●      | ●   | ●        | ●     | ●     | ●       |

The Natural Health & Beauty Center

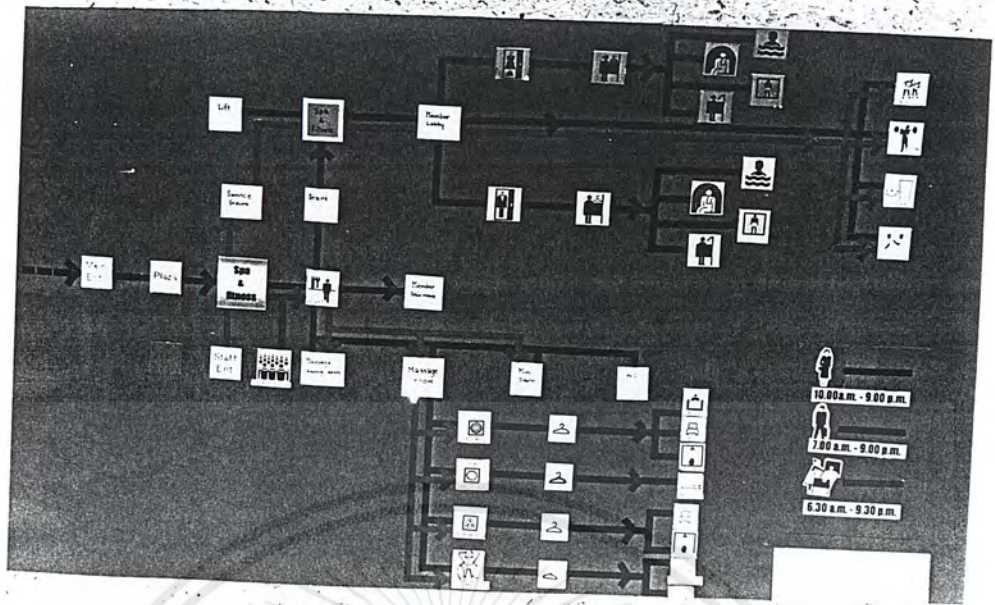
9.00 a.m. - 6.00 p.m.  
 9.00 a.m. - 6.00 p.m.

Leading  
 Parking  
 MAIN ENT.  
 Plaza  
 Office  
 Spa & Fitness  
 Cosmetics Shop  
 Salon  
 Healthy Restaurant  
 Healthy Shop

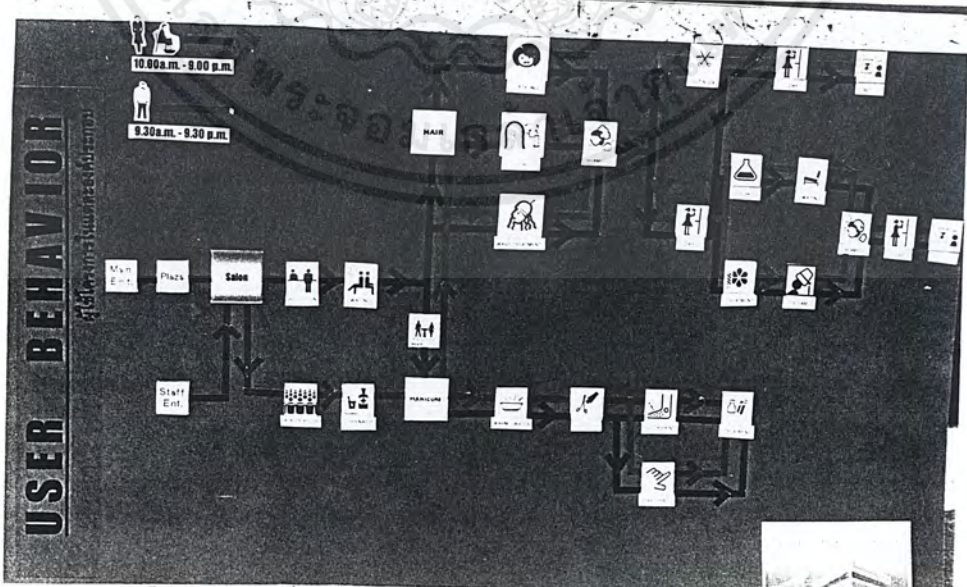
Main Ent. Plaza Office Staff Ent.

The Natural Health & Beauty Center

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

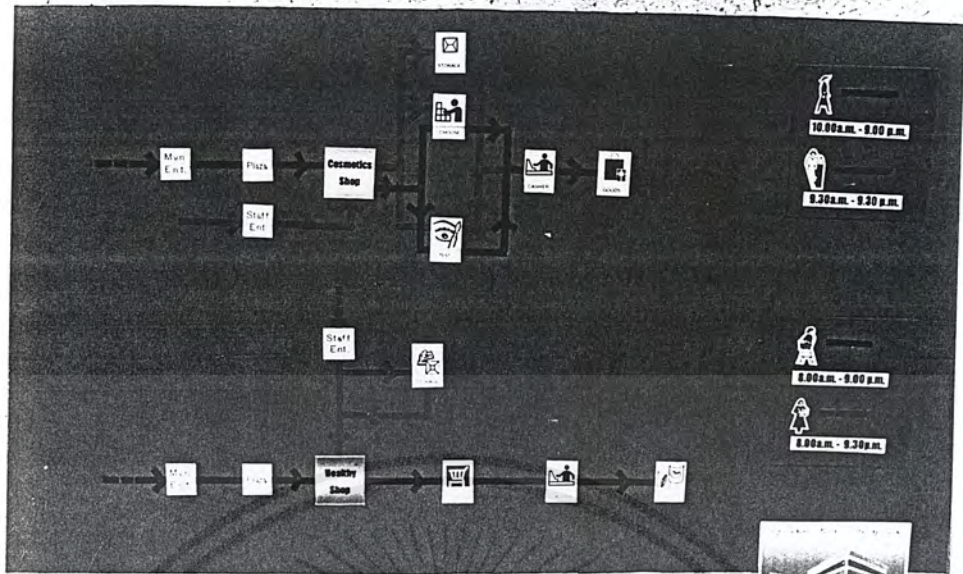


The Natural Health & Beauty Center

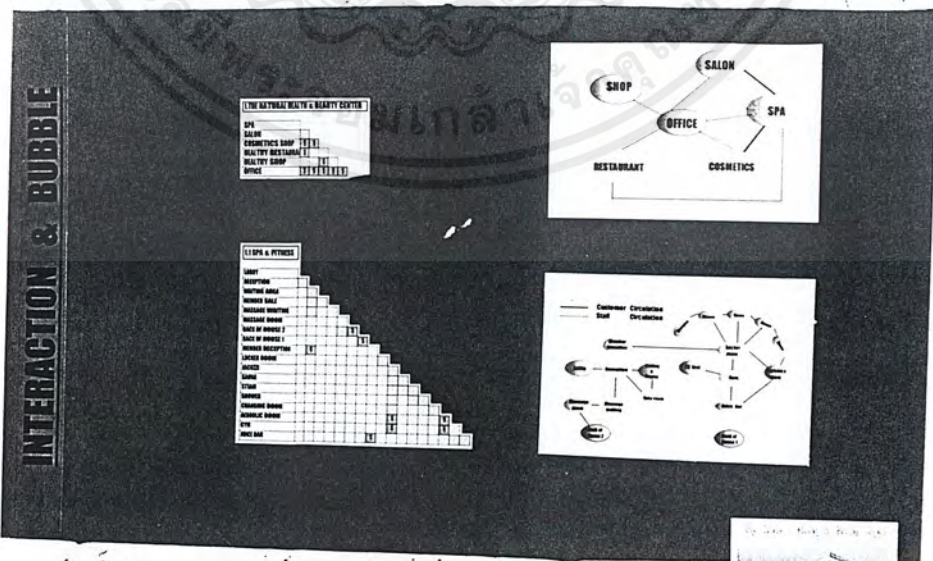


The Natural Health & Beauty Center

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

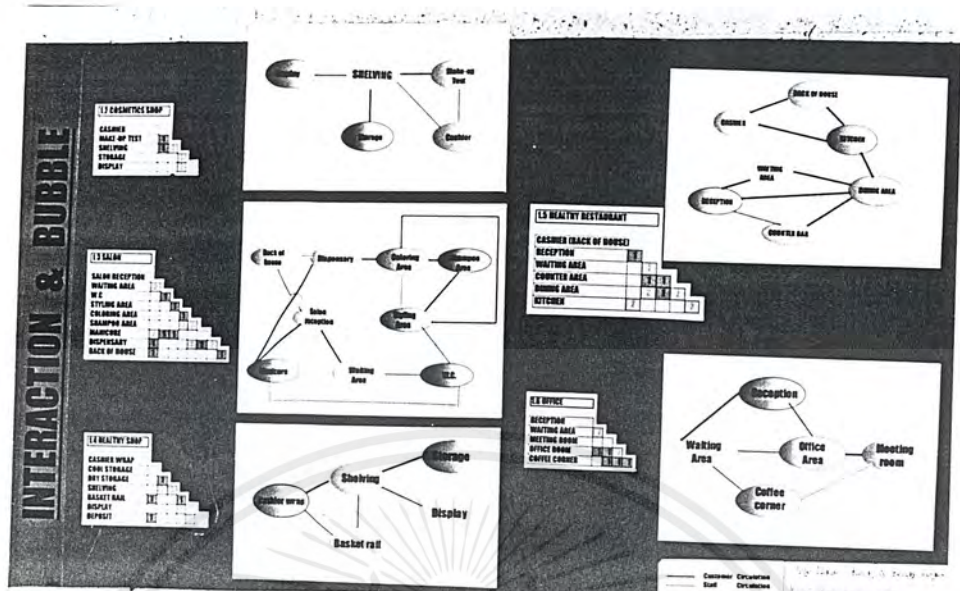


The Natural Health & Beauty center

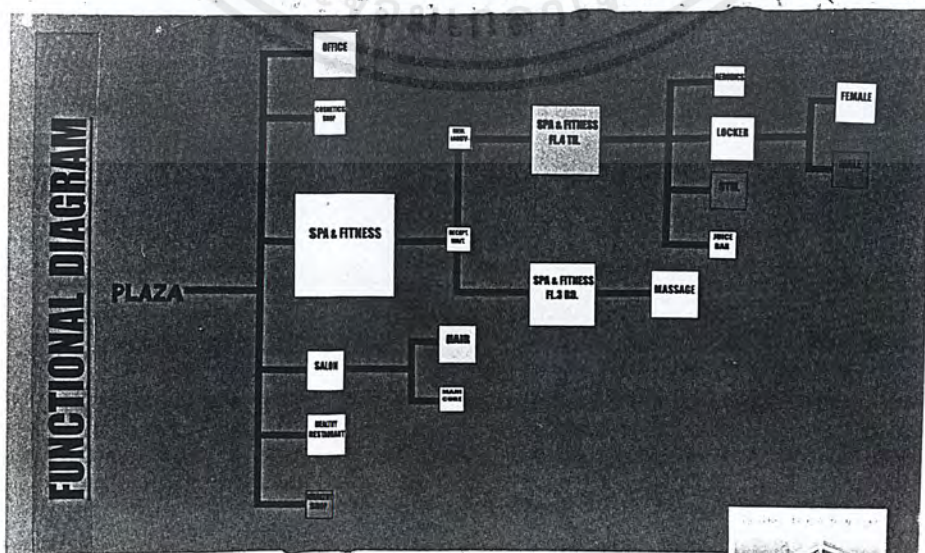


The Natural Health & Beauty Center

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## The Natural Health & Beauty Center



เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับโครงการ The Natural Health & Beauty Center  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีคำนำไปด้วย

## บทที่ 5

### ระบบสภาพแวดล้อมภายใน

#### 5.1 ระบบปรับอากาศ

ระบบปรับอากาศที่ใช้ในเมืองไทย แบ่งเป็น 3 ระบบ คือ

1. ระบบปรับอากาศแบบหน้าต่าง ( WINDOW TYPE )
2. ระบบปรับอากาศแบบแยกส่วน ( SPLIT TYPE )
3. ระบบปรับอากาศแบบศูนย์รวม ( CENTRAL SYSTEM )

การใช้ระบบปรับอากาศในโครงการฯ มี 2 ระบบ คือ

1. ระบบปรับอากาศแบบแยกส่วน ( SPLIT TYPE )
2. ระบบปรับอากาศแบบศูนย์รวม ( CENTRAL SYSTEM )

หลักการโดยทั่วไปของเครื่องปรับอากาศ ประกอบด้วยอุปกรณ์หลัก 4 ส่วน คือ

1. คอมเพรสเซอร์ ( COMPRESSOR )
2. ส่วนระบายความร้อน ( CONDENSING UNIT )
3. ลิ้นลดความดัน ( EXPANSION VALVE )
4. ส่วนทำความเย็น ( FAN COIL UNIT หรือ AIR HANDLING UNIT )

หลักการทำความเย็น มีดังนี้

วงจรน้ำยา มี 2 ภาค คือ ภาคหนึ่งความดันสูง และอีกภาคหนึ่งความดันต่ำ โดยส่วนระบายความร้อน จะอยู่ในภาคที่มีความดันสูง และส่วนที่ทำความเย็นจะอยู่ในภาคความดันต่ำ โดยมีตัวคอมเพรสเซอร์คั่นอยู่ระหว่างภาคที่มีความดันต่ำไปยังภาคที่มีความดันสูง ส่วนลิ้นลดความดันนี้ จะมีสภาพเป็นของเหลวที่มีความดันสูง เมื่อผ่านลิ้นลดความดันแล้ว จะแปรสภาพเป็นฝอยน้ำยาที่จะทำความเย็น เย็นขึ้น

ส่วนไอน้ำยา หลังจากออกจากส่วนที่ทำความเย็นแล้ว จะโดนตัวคอมเพรสเซอร์ดูด และอัดออกไป กลายเป็นไอน้ำยาที่มีความดันสูง เมื่อไอน้ำยาที่มีความดันสูง ก็จะกลั่นตัวเป็นของเหลวอีกครั้งหนึ่ง พร้อมทั้งคายความร้อนออกไปที่ส่วนระบายความร้อน

## 1. ระบบปรับอากาศแบบแยกส่วน (SPLIT TYPE)

เป็นเครื่องปรับอากาศที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมา เพื่อแก้ปัญหาสถานที่ที่ต้องการติดตั้งไม่มีผนังติดกับภายนอก หรือไม่สามารถนำเครื่องปรับอากาศมาติดตั้งใกล้สถานที่ปรับอากาศได้ โดยการแยกส่วนระบายความร้อนไปไว้นอกห้อง เนื่องจากเป็นส่วนที่มีเสียงดัง และเครื่องส่งลมเย็นอยู่ในห้อง ซึ่งจะได้ยินเสียงลม และเสียงน้ำยาฉีดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตำแหน่งที่ติดตั้งได้แก่

- เครื่องส่งลมเย็น มี 2 แบบคือ แบบแขวน และแบบตั้งพื้น โดยตำแหน่งติดตั้งจะต้องพิจารณาถึงตำแหน่งของเครื่องระบายความร้อนควบคู่กันไปด้วย คือ ควรให้เครื่องทั้งสอง มีระยะใกล้กัน (โดยเฉลี่ย 6 เมตร) เป็นอย่างมาก และถ้าจะให้ดีควรอยู่ใกล้กับแหล่งจ่ายไฟด้วย
- เครื่องระบายความร้อน ตำแหน่งควรอยู่ใกล้กับเครื่องส่งลมเย็น ซึ่งเป็นตำแหน่งที่ลมจะระบายความร้อนเข้า และออกจากเครื่องได้โดยสะดวก

### ข้อดี - ข้อเสีย ของระบบปรับอากาศแบบ SPLIT TYPE

| ข้อดี   | ข้อเสีย   |
|---|---|
| 1. สามารถปรับอุณหภูมิได้ตามความต้องการ<br>2. ไม่มีเสียงดังรบกวน<br>3. ติดตั้งง่ายกว่าระบบศูนย์รวม | 1. สำหรับห้องที่กว้าง หรือมีหลายห้อง จะทำให้การเดินทางท่อตัวนำยุ่งยาก และถึงแม้จะแยกชุด ก็คงยุ่งยากต่อการหาที่ติดตั้งหน่วยระบบความร้อน<br><br>2. การเดินทางยาวมาก ๆ ทำให้สิ้นเปลือง และเกิดการเสียดูดของความร้อนสู่ภายในท่อ |

## 2. ระบบปรับอากาศแบบศูนย์รวม

หรือที่เรียกว่า CHILLER หรือ CHILLER WATER SYSTEM หลักการทำงานของระบบนี้คือ เครื่องทำความเย็น หรือ CHILLER จะทำน้ำให้เย็น แล้วปั๊มส่งไปตามท่อซึ่งหุ้มด้วยฉนวน ส่งไปยังส่วนต่าง ๆ ของบริเวณที่ต้องการจะปรับอากาศ โดยจะมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์ที่เรียกว่า FAN COIL UNIT เปลี่ยนสภาพน้ำจากน้ำเย็นเป็นลมเย็นโดยผ่านน้ำเย็นออกมา ความร้อนที่เครื่อง CHILLER ดึงออกจากน้ำ คือความร้อนที่เครื่องต้องระบายออก โดยจะนำอากาศ หรือน้ำมาเป็นตัวนำพาไปก็ได้ ดังนั้น ระบบ CHILLER น้ำจึงแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ระบบ CHILLER ที่ระบายความร้อนด้วยอากาศ
2. ระบบ CHILLER ที่ระบายความร้อนด้วยน้ำ

### ข้อดี – ข้อเสีย ของระบบปรับอากาศแบบ CHILLER หรือ CENTRAL SYSTEM

| ข้อดี   | ข้อเสีย  |
|---|--|
| 1. เหมาะกับพื้นที่ปรับอากาศขนาดใหญ่                                     | 1. ต้องใช้ต้นทุนสูงมาก                                     |
| 2. มีเครื่องรวมที่จุดเดียว ทำให้การบำรุงรักษา<br>ง่าย                   | 2. การติดตั้งต้องพิถีพิถันและต้องมีการเตรียม<br>การเดินท่อ |
| 3. ไม่มีเสียงรบกวน  | 3. ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสูง                            |
| 4. มีให้เลือกใช้กับงานทุกประเภท   |  |
| 5. ใช้กับโครงการใหญ่ ๆ จะประหยัดกว่าใช้<br>เครื่องเล็ก ๆ หลาย ๆ เครื่อง |  |

อนึ่ง โครงการ THE NATURAL HEALTH AND BEAUTY CENTER นั้นตั้งอยู่ในอาคารเกษรพลาซ่า อันเป็นศูนย์การค้า ซึ่งมีระบบปรับอากาศรวมของทางโครงการอยู่แล้ว คือ Water – cooled Water Chiller เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น อันจะเป็นลมเย็นผ่าน Fan coil ที่กระจายมายังส่วนต่างๆของอาคาร ซึ่งในแต่ละ Unit สามารถควบคุมการปิดเปิดได้อย่างเป็นเอกเทศ ผ่านสวิทช์ควบคุมซึ่งจัดไว้ให้ในแต่ละ Unit

### 5.2 ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง

แสงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายนอกและภายในของอาคาร เพราะแสงช่วยเน้นให้เห็นลักษณะรูปทรงอาคาร ช่วยในการสร้างบรรยากาศให้เหมาะสมกับบริเวณต่าง ๆ ของโครงการฯ และยังมีส่วนช่วยในการ

รักษาความปลอดภัยและควบคุมระบบต่าง ๆ เช่นนั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดระบบแสงที่ใช้ภายในอาคาร สามารถแบ่งประเภทของแสงที่ใช้ได้ เป็น 2 ประเภทคือ

1. แสงประดิษฐ์ (ARTIFICIAL LIGHT) การใช้แสงไฟฟ้านี้เป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก แต่เนื่องจากสามารถนำมาใช้ส่องได้ในมุมต่าง ๆ ได้สะดวก และมีความสม่ำเสมอ จึงเป็นแสงที่นิยมกันแพร่หลาย ซึ่งตามธรรมชาติมักนิยมใช้แสงประดิษฐ์ โดยติดตามเพดาน ให้ปริมาณของแสงกระจายลงไป

2. แสงธรรมชาติ (NATURAL LIGHT) เป็นแสงที่เหมาะสม ที่จะใช้กับห้องต่าง ๆ ภายในอาคาร เพราะแสงธรรมชาติให้ปริมาณที่นุ่มนวล การที่จะใช้แสงธรรมชาตินั้นมีข้อเสียที่ว่า เป็นแสงที่ยากแก่การควบคุม แสงธรรมชาติใช้ได้ 2 วิธี

- ให้แสงสว่างส่องตรงจากหลังคา ซึ่งจะต้องออกแบบหลังคาเป็นกระจกฝ้า สามารถกรองแสงไวโอเล็ต
- แสงจากผนังด้านข้างแสงที่เข้ามา ชนิดนี้ส่วนใหญ่ คือแสงที่เข้ามาทางช่องแสง ช่องหน้าต่าง ประตู

ระบบการใช้แสงไฟฟ้านำมาใช้ภายในอาคาร สามารถเลือกใช้ได้ 2 อย่าง คือ หลอดเรืองแสง (FLUORESENT LIGHTING) และหลอดชนิดมีไส้ (INCANDESCENT – LIGHTING)

หลักในการจัดแสงไฟฟ้า

แสงสว่าง สามารถแบ่งได้ 3 ชนิด ซึ่งมีหน้าที่ และจุดประสงค์ในการใช้แตกต่างกันไป คือ

1. GENERAL LIGHTING แสงทั่วไปในห้อง
2. TASK LIGHTING ใช้สำหรับกิจกรรม หรือความต้องการบางอย่าง
3. ACCENT LIGHTING ใช้สำหรับตกแต่ง มากกว่าการใช้งาน เช่น ไฟส่องรูป

สรุปหลักในการจัดแสงไฟฟ้า

ให้แสงสว่างในปริมาณที่เหมาะสมกับที่สายตาต้องการ

ให้แสงที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของห้อง , กิจกรรม , การใช้งาน

เลือกใช้ดวงไฟ และกำหนดตำแหน่งติดตั้งให้เหมาะสม

คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 ระบบป้องกันอัคคีภัย

อาคารของโครงการฯ ซึ่งตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้าเกษรพลาซ่า จัดได้ว่าเป็นอาคารสาธารณะ ที่มีผู้คนเข้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การป้องกันเพลิงไหม้ จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง

#### การป้องกันอัคคีภัย

มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกระแสไฟฟ้า ตรวจสอบและซ่อมแซมสายไฟ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายช่างและซ่อมบำรุง

มีการเตรียมการป้องกันอัคคีภัยในขั้นตอนการออกแบบ เช่น การเลือกวัสดุในการตกแต่งสถาปัตยกรรมภายในที่ไม่ติดไฟง่าย เป็นต้น

โครงการฯ มีการติดตั้งสัญญาณแจ้งเหตุไฟไหม้ ในส่วนที่จำเป็น โดยใช้ Heat Detector

การทำงานของ SPRINKLER SYSTEM ซึ่งเป็นระบบป้องกันอัคคีภัยที่ใช้ในโครงการฯ

ระบบนี้ได้จัดให้มีการเดินท่อน้ำไว้เหนือฝ้าเพดานไปตามจุดต่างๆของโครงการฯ ในลักษณะตาข่าย โดยเว้นระยะของท่อให้หัวฉีดกระจายน้ำออก ควบคุมไปทุกจุดของอาคารที่ต้องการป้องกัน จะมีหัว SPRINKLER ติดตั้งไว้ เป็นหลอดแก้ว เมื่อเกิดเพลิงไหม้ หลอดแก้วได้รับความร้อนประมาณ 135 - 160 องศาฟาเรนไฮต์ หลอดแก้วจะแตก ลึนเปิดอัตโนมัติ แล้วปล่อยน้ำฉีดออกมา

SPRINKLER หัวหนึ่งพ่นน้ำออกเป็นบริเวณกว้างประมาณ 200 ตารางฟุต สำหรับการใช้งับอาคารที่ติดไฟยาก และประมาณ 90 ตารางฟุต สำหรับอาคารที่ติดไฟง่ายและยากแก่การติดตั้ง นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่มีควรมี คือ

- ท่อดับเพลิงด้านละ 1 แห่งของตัวอาคาร
- มีประตูน้ำสำหรับระบบประปา นอกเหนือจากท่อดับเพลิง

นอกจากมาตรการที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ควรมีการฝึกอบรม และฝึกซ้อมหนีไฟเป็นประจำ ทั้งสมาชิกและพนักงาน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ ไม่ตื่นกลัว

## 5.4 ระบบป้องกันเสียง

แหล่งกำเนิดเสียง โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. เสียงจากภายนอกอาคาร เช่น เสียงเครื่องยนต์ เป็นต้น
2. เสียงจากภายในอาคาร เช่น เสียงลิฟท์ เสียงเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

อนึ่ง โครงการฯ หากมีปัญหาเรื่องเสียงรบกวนนั้น น่าจะเป็นเสียงจากภายนอกตัวอาคารเป็นสำคัญ เนื่องจาก สถานที่ตั้งของโครงการฯ ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกราชประสงค์ ซึ่งมีการจราจรคับคั่ง เป็นย่านใจกลางเมือง อีกทั้ง ศูนย์การค้าเกษรพลาซ่า เป็นศูนย์การค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายระดับสูง ( HI – CLASS ) เสียงจากผู้คนที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยที่ดังรบกวนจึงไม่มี ( สังเกตจากสถานที่จริง )

องค์ประกอบของกิจกรรมที่ให้บริการในเกษรพลาซ่าที่จะส่งเสียงดังรบกวน เช่น Food court หรือ สวนสนุกในร่ม ก็ไม่มี

ดังนั้น การป้องกันเสียงรบกวนสำหรับโครงการฯ จึงเน้นไปที่การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอกเป็นหลัก

การแก้ปัญหาเสียงรบกวนจากภายนอก

1. ตัวอาคารจำเป็นต้องอยู่ในย่านใจกลางเมือง ควรป้องกันโดยการติดกระจก 2 ชั้น ติดเครื่องปรับอากาศ ซึ่งเกษรพลาซ่าได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว
2. ผนังอาคารควรเป็นผนังหนา เพื่อช่วยลดเสียง
3. ปลูกต้นไม้บริเวณ Garden Roof เป็นแนวในทิศทางของเสียง จะช่วยลดเสียงลงได้

## 5.5 ระบบอุปกรณ์พิเศษเฉพาะโครงการ

### ห้องซาวน่า ( SAUNA )

ห้องซาวน่าโดยทั่วไป มีลักษณะเป็นห้องรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือจัตุรัส เป็นกล่อง ส่วนการตกแต่งโครงสร้างด้านนอกก็อาจมีรูปร่างที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่การออกแบบ โครงสร้างของห้องซาวน่าส่วนใหญ่ทำด้วยไม้เนื้ออ่อนที่มีกลิ่นหอม มีความทนทานต่อความร้อนสูง ภายในห้องประกอบไปด้วยที่นั่งที่เป็นโครงไม้เว้นช่องระบายอากาศ ใช้ไม้แอสเพนในการทำที่นั่ง ผนังห้องมีการเจาะช่องนำอากาศเข้า และช่องระบายอากาศออก ผนังห้องจะเป็นผนังสองชั้น เป็นวัสดุฉนวนกันความร้อนรั่วออกสู่ภายนอก มีเตาเผาหินแกรนิตเพื่อให้ความร้อนแก่ห้อง

### ชนิดของห้องซาวน่า

1. แบบ PRODUCT SAUNA เป็นชนิดที่สร้างขึ้นตามความต้องการของพื้นที่ห้องที่มีอยู่แล้ว โดยมีการทำขึ้นส่วนประกอบตามขนาดที่ต้องการ
2. แบบ CUSTOM – BUILT SAUNA เป็นการสร้างห้องซาวน่าในรูปลักษณะคล้ายกระท่อมไม้ซุงชาวฟินแลนด์โบราณ แต่มีโครงสร้างภายในเช่นเดียวกับห้องซาวน่าโดยทั่วไป

### ขนาดและรูปร่างของห้องซาวน่า

องค์ประกอบในสวนซาวน่า ประกอบด้วย

1. ส่วน RECEPTION/STAFF AREA
2. CHANGING AREA WITH CLOTHES STORAGE
3. WASH AREA
4. LOUNGE / REST AREA
5. ห้อง SAUNA
6. บ่อน้ำเย็น ( PLUNGE POOL )

ขนาดของห้องซาวน่า ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้เข้าใช้ ซึ่งใช้พื้นที่ประมาณ 3 – 5 ตร.เมตร /คน ในการเข้าใช้แต่ละครั้ง การจัดวางที่นั่งในห้องซาวน่า ในกรณีที่จัดเป็นแนวยึดผนังด้านเดียวกับความยาวของที่นั่ง ต้องไม่น้อยกว่า 1.80 เมตร เพื่อให้ผู้เข้าใช้ห้องอบซาวน่า สามารถนอนเหยียดได้อย่างสบาย

ขนาดของห้องเขาน้ำ ที่นิยมในการอบเขาน้ำภายในครอบครัวคือขนาด 1.50 \* 2.10 และ 1.80 \* 1.80 ความสูงประมาณ 2.10 เมตร และสำหรับ 8 คน ใช้ขนาด 2.5 \* 3.2 เมตร สำหรับ 11 คน ใช้ขนาด 3.2 \* 3.8 เมตร ความสูงจากพื้นถึงเพดานประมาณ 2.8 เมตร

## การออกแบบห้องเขาน้ำ

1. จำนวนคนที่มากที่สุดที่เข้าไปใช้ห้องเขาน้ำในเวลาเดียวกัน มาตรฐานกำหนดไว้ว่า 1 คน จะต้องใช้พื้นที่ในการอบเขาน้ำ 1.755 ลบ.เมตร หรือ 65 ลบ.ฟุต
2. ความต้องการที่จะจัดให้มีส่วนประกอบของห้องอบน้ำแร่ตั้งตัวอยู่ในที่เดียวกับห้องอบเขาน้ำหรือไม่
3. ถังน้ำ และจุกตักน้ำ ( Bucket and Ladle ) ส่วนมากนิยมทำด้วยไม้ เพราะไม้สามารถทนความร้อนได้ดี และดูดความร้อนไม่มาก
4. เครื่องหอม
  - Vigtas เป็นมดกึ่งไม้ ซึ่งทำมาจากก้านใบไม้ เอาไม้เนื้ออ่อนนำไปตากแห้ง และส่วนมากนิยมใช้ใบไม้ที่มีกลิ่นหอม เช่น ใบยูคาลิปตัส ก่อนใช้ Vigtas ให้นำไปจุ่มในน้ำให้มีความอ่อนตัว ใช้การสลัดน้ำให้ทั่วตัวระหว่างการอบเขาน้ำ จะเป็นการช่วยให้ร่างกายมีการหมุนเวียนโลหิตได้ดี
  - ในเมืองไทย นิยมใช้ พิมเสน การบูร หรือบางแห่งใช้สมุนไพร

กรณีที่ต้องการให้มีการมองออกไปภายนอกห้องเขาน้ำ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศในการสัมผัสกับธรรมชาติ โครงสร้างผนังด้านนี้ของห้องเขาน้ำ จะต้องเป็นลักษณะของบานกระจกชั้นติดตาย โดยกระจกนั้นต้องเป็นกระจกที่ทนความร้อนสูง เป็นกระจกประเภทกระจกเคลือบที่มีความอ่อนตัว " เฟล็กซ์ิกลาส " ( Flexiglass ) ระหว่างช่องว่างของกระจกทั้งสองชั้น เป็นช่องอากาศ

## สปา ( SPA )

ประเภทของสปา แยกเป็นประเภทดังนี้

### 1. PORTABLE SPA

เป็น SPA ที่มีระบบSUPPORTต่าง ๆ ในตัว มาในลักษณะที่เป็น PACKAGE วัสดุที่ใช้เป็น พลาสติกทนความร้อน ซึ่งมีน้ำหนักเบา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. IN – GROUND SPA

เป็นบ่อน้ำแร่ร้อนที่ฝังตัวในพื้นดิน หรือ บน DECK มีการติดตั้งส่วนเครื่อง SUPPORT ใกล้เคียง SPA วัสดุที่ใช้ มักใช้ คอนกรีต ไฟเบอร์กลาส พลาสติกทน ความร้อน และอะคริลิก

## 3. HOT TUB

เป็นการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ โดยส่วนใหญ่ไม้ที่นำมาใช้คือ ไม้เรดวู้ด , ซีดาร์ , ไอล์ ไม้จาร์ราห์ และไม้สัก สามารถติดตั้งระบบต่าง ๆ เช่นหัวฉีดน้ำ ได้เช่นเดียวกับ IN – GROUND SPA และนิยมตั้งเหนือพื้น

| ข้อดี  | ข้อเสีย  |
|--|--|
| <p>Portable Spa</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>เคลื่อนย้ายได้สะดวกเหมาะกับรูปแบบในการดำเนินชีวิตปัจจุบัน</li> <li>มีระบบทุกอย่างในตัว(ไม่ต้องติดตั้งอุปกรณ์เสริม)</li> <li>ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการติดตั้ง</li> <li>ติดตั้งที่กลางแจ้งได้โดยวางบนพื้นคอนกรีต</li> <li>ใช้กระแสไฟฟ้าบ้านมาตรฐาน(120 volt)</li> <li>ติดตั้งในอาคารได้ โดยต้องมีส่วนรองรับน้ำหนักที่เหมาะสมและระบบระบายอากาศ</li> <li>ราคาไม่แพง(แบบที่ดีที่สุด ราคาถูกกว่า ( in-ground spa มากทีเดียว)</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>อุปกรณ์ แรงต่ำทำให้น้ำร้อนช้ากว่าอ่างเล็กน้ำน้อย</li> <li>ไม่สามารถเปิดเครื่องทำน้ำร้อน ในขณะที่เดียวกับเครื่องคั้นน้ำได้นาน</li> <li>มีปัญหาอุณหภูมิไม่สม่ำเสมอเพราะอุณหภูมิจะลดลงเร็วกว่า</li> <li>ต้องขุดหลุมลงไปใต้ดินหรือค้ำฟ้า</li> </ol> |
| <p>In-ground spa</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>มีตัวเลือกให้มากในเรื่องขนาดและรูปแบบ</li> <li>สามารถสร้างคู่ไปกับการสร้างสระว่ายน้ำ</li> <li>ดูดีกว่าดูเด่นเป็นเป้าสายตาเป็นที่สนใจ</li> <li>สามารถออกแบบตกแต่งให้เข้ากับทิวทัศน์ที่แวดล้อม</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>ต้องติดตั้งอุปกรณ์พร้อมข้างนอก</li> <li>ต้องอาศัยการวางแผนและการก่อสร้างสิ่งที่ดี</li> <li>ต้องฝังท่อหรือซ่อนต้องมีสิ่งปกคลุมและสายไฟต่าง ๆ, อุปกรณ์เสริม</li> <li>ใช้เวลาและค่าติดตั้งสูง</li> </ol>   |
| <p>Hot tubs (wooden spas)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>เหมาะสำหรับคนที่ชื่นชอบธรรมชาติของไม้และเข้าได้ดีกับสวนและต้นไม้</li> <li>เหมาะสำหรับคนที่ชอบเปียกทั้งตัว</li> <li>เหมาะสำหรับพวกอนุรักษ์นิยม,ชอบบรรยากาศเก่าๆ</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>ชำรุดเสียหายได้ตามกาลเวลา</li> <li>ต้องมีการบำรุงที่เพียงพอ</li> <li>ใช้ไม่ได้ทันที(ต้องปล่อยน้ำเข้าให้เต็มหรือให้ไม้ขยายตัว,อาจต้องขัดล้างไม้ถ้าน้ำปนเปื้อนสีไม้</li> <li>ต้องใช้สารเคมีใส่น้ำเพื่อไม่ให้ทำลายเนื้อไม้</li> </ol>              |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ENVIRONMENT & MACHANICAL SPA**

| CONCEPT OF HEALTH & FITNESS        | SPORTS | PHYSICAL | HEALTHY | HEALTHY TREATMENT | BEAUTY TREATMENT | WELL-BEING |
|------------------------------------|--------|----------|---------|-------------------|------------------|------------|
| THE NATURAL HEALTH & BEAUTY CENTER |        |          |         |                   |                  |            |

**CHOOSING THE SPA**



Project Name: ...  
 Location: ...  
 Client: ...  
 Architect: ...  
 Date: ...



Project Name: ...  
 Location: ...  
 Client: ...  
 Architect: ...  
 Date: ...



Project Name: ...  
 Location: ...  
 Client: ...  
 Architect: ...  
 Date: ...



The Natural Health & Beauty Center



**ENVIRONMENT & MACHANICAL SPA & SAUNA**



**SAUNA COMPLEX**



**SPA CONSTRUCTION**



**SAUNA ACCESSORIES**

**CLEANSING YOUR SPA**



**EQUIPMENT MAINTENANCE**

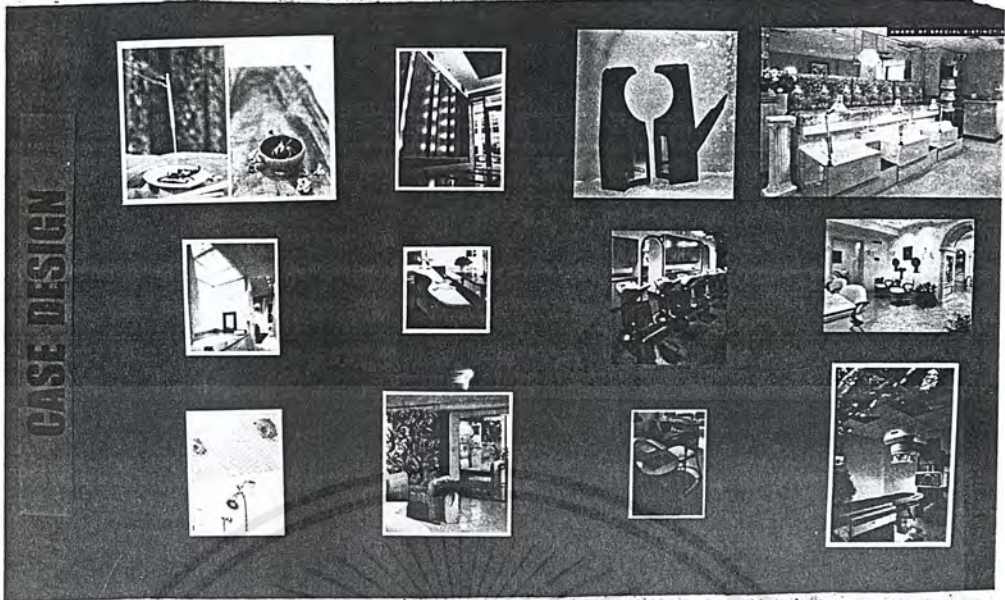


**SAUNA STOVE**



The Natural Health & Beauty center

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



CASE DESIGN

The Natural Health & Beauty center



**ENVIRONMENTAL AND MECHANICAL**

**THE BEST FULL SPECTRUM FLUORESCENT AGRICULTURE**

Cultivate rice and grow with a fluorescent lamp with 100-watt Sunburst™. A patent by Morgan Visual and Lighting, Inc. and Morgan. Each set has 2 4' x 8' T8 lamps.

**4' x 8' AGI T8**

**POWER GRID**

The Power Grid is a spectrum-balanced, self-contained lighting system. 100-watt grow bulb, the Sunburst, provides light for growing. Features Power and Sunburst, a 4' x 8' T8 lamp, and a 4' x 8' grid.

**High Intensity Grow Lights**

The Sunburst gives you the advantage of high intensity light for growing. The Sunburst is a 100-watt grow bulb. The Sunburst provides light for growing. Features Power and Sunburst, a 4' x 8' T8 lamp, and a 4' x 8' grid.

**Sunburst Systems for the grower**

- High intensity full spectrum
- Self-contained reflector as Sunburst 20' x 16' x 8' or 8' x 8' grid system
- 4' x 8' T8 lamp
- 4' x 8' grid system
- 4' x 8' T8 lamp
- 4' x 8' grid system
- 4' x 8' T8 lamp
- 4' x 8' grid system

**4' x 8' Sunburst shop**

Makes every day a "SUN" day

The Natural Health & Beauty Center



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### การวิเคราะห์พื้นที่ส่วนต่างๆ ของโครงการ

พื้นที่สำหรับโครงการ THE NATURAL HEALTH & BEAUTY CENTER นั้นตามที่ได้วิเคราะห์พฤติกรรมและความจำเป็นพร้อมเหตุผลในการจัดให้มีองค์ประกอบต่าง ๆ ขึ้นภายในโครงการ จะเห็นว่าแต่ละส่วนมี Function การใช้งานที่แตกต่างกันออกไปเป็นกรณี ภายหลังจากการที่ได้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้โครงการแบ่งตามประเภทของบุคคลที่มาใช้ในบทที่ 4 เพื่อหาข้อปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาแล้ว จึงได้กำหนดพฤติกรรมผู้ใช้แยกย่อยลงไปแต่ละส่วน รวมทั้งการประมาณการจำนวนผู้ใช้โครงการก่อนการวิเคราะห์หาพื้นที่ใช้สอยย่อยของส่วนๆ นั้น

เนื่องจากโครงการ THE NATURAL HEALTH & BEAUTY CENTER นั้น เป็นโครงการเสนอแนะ ซึ่งไม่เคยมีโครงการประเภทนี้เกิดขึ้นมาก่อน ดังนั้นการคิดจำนวนผู้เข้าใช้โครงการเพื่อนำไปคิดวิเคราะห์พื้นที่ประกอบพฤติกรรมนั้น จำเป็นต้องอาศัยการเก็บข้อมูลอ้างอิงจากกรณีศึกษา ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ผ่านมา แล้วนำมาคาดคะเนถึงจำนวนผู้เข้าใช้โครงการนี้

#### การคิดจำนวนผู้เข้าใช้โครงการโดยเฉลี่ย / วัน

- จาก CASE STUDY & PROGRAMMING พบว่าจากจำนวนผู้เข้าใช้โครงการทั้งหมด จะมีผู้เข้าใช้องค์ประกอบกิจกรรมของโครงการเป็นสัดส่วน ดังนี้  
( เฉพาะลูกค้า ไม่รวมผู้มาติดต่อ และ พนักงาน )

| FUNCTION           | BAN YAN TREE | GRAND SPA | H & B |
|--------------------|--------------|-----------|-------|
| SPA & FITNESS      | 35%          | 40%       | 38%   |
| COSMETICS SHOP     | 1%           | 5%        | 3%    |
| SALON              | 15%          | 10%       | 12%   |
| HEALTHY RESTAURANT | 20%          | 15%       | 17%   |
| HEALTHY SHOP       | 30%          | 30%       | 30%   |

**55 %  
OF  
TOTAL**

**หมายเหตุ** เลือก BAN YAN TREE และ GRAND SPA เป็นข้อมูลฐานที่ใช้ในการอ้างอิง เพราะมีลักษณะการดำเนินงานเดียวกัน โดยเฉพาะตั้งอยู่ในใจกลางเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

● CASE STUDY ตารางแสดงจำนวนผู้เข้าใช้ SPA & FITNESS โดยเฉลี่ยต่อวัน

| PLACE         | BAN YAN TREE | GRAND SPA | AVERAGE |
|---------------|--------------|-----------|---------|
| NUMBERS / DAY | 60           | 90        | 75      |

จึงคาดได้ว่า 38% ของผู้ใช้โครงการไม่รวมผู้มาติดต่อและพนักงานเป็น 75 คน  
จำนวนผู้ใช้โครงการทั้ง จึงน่าจะเป็น  $100 \times 75 = 200$  คน

38

ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

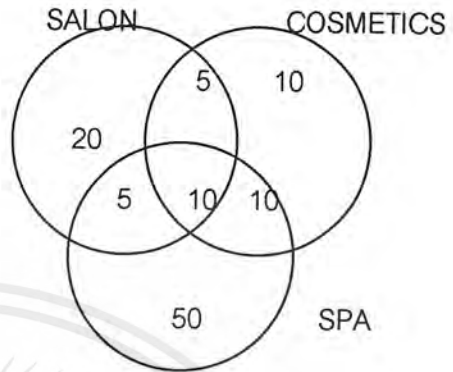
| % ผู้เข้าใช้โครงการในแต่ละกิจกรรม | BAN YAN TREE | GRAND SPA | H & B             |
|-----------------------------------|--------------|-----------|-------------------|
| ใช้ SPA                           | 25%          | 25%       | 25% คิดเป็น 50 คน |
| ใช้ SPA + COSMETICS SHOP          | 4%           | 5%        | 5% คิดเป็น 10 คน  |
| ใช้ SPA + SALON                   | 3%           | 3%        | 2.5% คิดเป็น 5 คน |
| ใช้ SPA + COSMETICS + SALON       | 7%           | 3%        | 5% คิดเป็น 10 คน  |
| ใช้ COSMETICS อย่างเดียว          | 5%           | 5%        | 5% คิดเป็น 10 คน  |
| ใช้ COSMETICS + SALON             | 4%           | 1%        | 2.5% คิดเป็น 5 คน |
| ใช้ SALON อย่างเดียว              | 7%           | 2%        | 10% คิดเป็น 20 คน |
| ใช้ RESTAURANT อย่างเดียว         | 10%          | 12%       | 11% คิดเป็น 22 คน |
| ใช้ RESTAURANT + HEALTHY SHOP     | 5%           | 5%        | 5% คิดเป็น 10 คน  |
| ใช้ RESTAURANT + SPA + SHOP       | 5%           | 5%        | 5% คิดเป็น 10 คน  |
| ใช้ RESTAURANT + SPA              | 6%           | 8%        | 7% คิดเป็น 14 คน  |
| ใช้ HEALTHY SHOP อย่างเดียว       | 15%          | 10%       | 12% คิดเป็น 24 คน |
| ใช้ HEALTHY SHOP + SPA            | 5%           | 5%        | 5% คิดเป็น 10 คน  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เข้าใช้ ส่วน SPA + FITNESS คือ 75 คน ตั้งแผนภาพ

ผู้เข้าใช้ ส่วน COSMETICS SHOP คือ 35 คน

ผู้เข้าใช้ ส่วน SALON คือ 40 คน

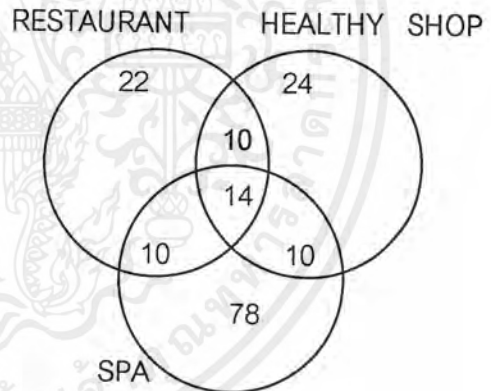


ผู้เข้าใช้ ส่วน RESTAURANT คือ 62 คน ตั้งแผนภาพ

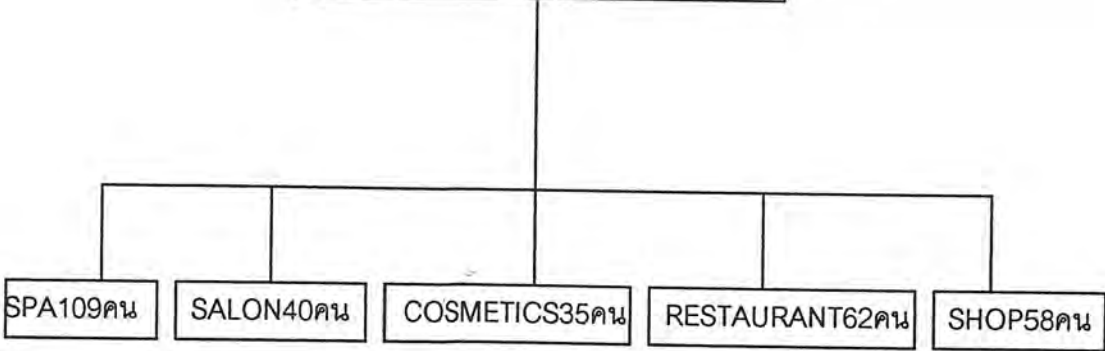
ผู้เข้าใช้ ส่วน HEALTHY SHOP คือ 58 คน

จน.ผู้เข้าใช้ส่วน SPA เมื่อนับผู้

เข้าใช้ ที่ซ้ำซ้อนกับ RESTAURANT



ผู้เข้าใช้โครงการทั้งหมด 200 คน / วัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆ ของโครงการฯ ได้ดังนี้

### 1. SPA & FITNESS

#### 1.1 SPA RECEPTION & LOBBY (4<sup>th</sup> FL.)

เวลาทำการ 10.00 – 21.00 น.

พฤติกรรม ผู้รับบริการ จะมาติดต่อสอบถามหรือแจ้งชื่อว่าได้โทรมาจองการบริการแล้วที่ Reception counter หากมีการรอก็จะนั่งพัก จะนั่งรอบริเวณชุดรับรอง กรณีที่มีการติดต่อล่วงหน้า มาถึงเมื่อแจ้งชื่อก็จะจัดพนักงานมาเชิญไปรับบริการที่จองไว้เลย

#### การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ  | พื้นที่/ หน่วย | จำนวน | รวม | หมายเหตุ           |
|---|----------------|-------|-----|--------------------|
| 1. โถงทางเข้า                                     | 0.64           | 10    | 6.4 | พท.มาตรฐาน 1 คนยืน |
| 2. COUNTER  | 2.60           | 1     | 2.6 |                    |
| 3. SOFA   | 10.00          | 2     | 20  | 1 ชุด / 5 คน       |
| CIRCULATION 16.1 m. <sup>2</sup> คิด 50% OF TOTAL |                |       |     | เพื่อความโล่ง      |
| TOTAL 45.1 m. <sup>2</sup>                        |                |       |     |                    |

#### 1.2 FIT TEST ROOM

เวลาทำการ 7.00 - 21.00 น.

พฤติกรรม ผู้ใช้บริการทุกคนต้องผ่านการทำ FIT TEST ก่อนการเข้ารับบริการในส่วน SPA & FITNESS โดยเป็นการตรวจวัดความดัน ซึ่งน้ำหนัก ตรวจวัดชีพจร ฯลฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการออกกำลังกาย และการรับประทานอาหาร ซึ่ง INSTRUCTOR จะเป็นผู้กำหนดให้ หรือผู้ให้บริการจะเลือกโปรแกรมเอง ซึ่งต้องไม่ขัดกับสภาพร่างกายของผู้ใช้บริการ ในส่วนนี้ต้องมีการติดต่อประสานงานกับฝ่ายครัว และในส่วนนี้ยังทำหน้าที่ในการปฐมพยาบาลแก่ผู้ที่เกิดอุบัติเหตุฉุกเฉินด้วย

ในการเข้าตรวจร่างกาย จะทำในวันแรกที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกและทำการตรวจร่างกายเป็นระยะๆ ตามเวลาที่เหมาะสมเพื่อทำการประเมินผล และแนะนำการทำธรรมชาติบำบัดด้วยตนเองที่บ้านด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยมีขั้นตอนการให้บริการดังนี้ ผู้ใช้บริการเข้ามานั่งตรวจที่โต๊ะ แพทย์จะซักประวัติโดยทั่วไป , โรคประจำตัว หรือแพ้อะไรหรือไม่ เป็นต้น หลังจากนั้นทำการ FIT TEST เช่นการตรวจความดัน , ชั่งน้ำหนัก เป็นต้น เมื่อตรวจแล้วแพทย์จะบันทึกประวัติลงใน COMPUTER กรณีที่ต้องมีการออกแบบโปรแกรมอาหาร จะส่งไปยังนักโภชนาการเพื่อทำการออกแบบ หลังจากนั้น ข้อมูลต่าง ๆ จะถูกจัดส่งไปยังส่วนต่าง ๆ คือ ส่วนครัว ส่วนSPA TREATMENT และลงประวัติผู้ให้บริการ โดยผ่านคอมพิวเตอร์ เมื่อตรวจเสร็จแล้ว ผู้รับบริการอาจมานั่งจิบเครื่องดื่มที่ JUICE BAR หรือเข้าไปรับบริการในส่วน SPA TREATMENT หรือ GYM ROOMได้

วิเคราะห์พื้นที่

ส่วนประกอบต่าง ๆ สำหรับห้องตรวจร่างกายได้แก่

- EXAMINING TABLE
- DESK & 2 OR 3 CHAIRS
- STORAGE
- WASTE BASKET
- MEDICAL EQUIPMENT
- LAVATORY
- UTILITY FOR EQUIPMENT
- INTERNAL COMMUNICATION SYSTEM

กำหนดให้มีขนาด 2.80. X 3.00 = 8.40 ตร.ม.

มีจำนวนห้องตรวจ 1 ห้อง

จึงใช้พื้นที่ 8.40 ตร.ม.

### 1.3 MALE LOCKER ROOM

เวลา 07.00 – 21.00 น.

ให้บริการในส่วน LOCKER , ผ้ายนหนู เสื้อคลุม และรองเท้าฟองน้ำ สำหรับใช้ในส่วน SPA มีส่วนบริการ SAUNA , STEAM ROOM , JAGUZZI , ห้องอาบน้ำที่ใช้ระบบ JET SHOWER , บริเวณนั่งพัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรม เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามายังส่วน LOCKER ROOM เปลี่ยนเสื้อผ้าและรองเท้าเก็บไว้ใน LOCKER ซึ่งได้รับอนุญาตจากพนักงาน Member Reception พนักงานบริการอนุญาต LOCKER ผ้าขนหนู และเสื้อคลุม ผู้ใช้บริการเก็บของแล้วเปลี่ยนเป็นชุดเสื้อคลุมในห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า เพื่อเตรียมตัวไปใช้บริการในห้องต่าง ๆ

พฤติกรรมการใช้ห้อง SAUNA , STEAM และ JAGUZZI ทั้ง 3 ชนิดนี้ใช้เวลารวมกันประมาณ 45 นาที

- SAUNA ผู้ใช้บริการจะต้องอาบน้ำ ล้างตัวก่อน แล้วห่มตัวด้วยผ้าขนหนู เข้านั่งในห้องประมาณ 5 - 10 นาที เมื่อออกมาแล้วให้แช่ตัวในบ่อน้ำเย็นทันที
- STEAM ผู้ใช้บริการปฏิบัติตัวด้วยหลักการเดียวกับ SAUNA คือ ห่มตัวด้วยผ้าขนหนูแล้วเข้านั่งในห้อง STEAM 5 - 10 นาที สลับกับการแช่ตัวในบ่อน้ำเย็น 1 - 3 นาที ปฏิบัติเช่นนี้ 2 - 3 รอบ
- JAGUZZI ผู้ใช้บริการที่เสร็จจาก SAUNA หรือ STEAM ควรชำระล้างร่างกายให้สะอาดก่อนการลงบ่อ ลงแช่เป็นเวลา 10 - 15 นาที เพื่อให้หน้าที่พ่นจากหัวฉีดกระทบร่างกาย ซึ่งมีผลในการกระตุ้นปลายประสาท และเส้นเลือดตามผิวหนัง เพื่อให้ระบบหมุนเวียนเลือดดีขึ้น หลังจากการลงแช่อาจขึ้นมานั่งพักในบริเวณที่จัดเตรียมไว้ หรือไปยังส่วนบริการอื่น

วิเคราะห์ผู้เข้าใช้ ผู้ใช้บริการสูงสุด ใน 1 วัน จาก case study ( banyan tree & grand spa ) ผู้เข้าใช้ spa เป็นชาย 40% เป็นหญิง 60% จากจำนวนผู้ให้บริการในส่วน Spa 109 ต่อวันโดยเฉลี่ย

จึงมีผู้เข้าใช้บริการเป็นชาย 44 คน หญิง 66 คน

หมายเหตุ จาก case study & programing ควรเลือกใช้ locker ประเภท B คิดเป็น 15% ของประเภท A ดังนั้นจึงใช้ locker ประเภท A 44 อัน และ locker ประเภท B 8 อัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ  | พื้นที่/หน่วย | จำนวน | รวม   | หมายเหตุ                         |
|---|---------------|-------|-------|----------------------------------|
| 1. LOCKER   | 0.56          | 52    | 24.64 |                                  |
| 2. CHANGING AREA                                  | 6             | 1     | 6     |                                  |
| 3. W.C.   | 1.56          | 2     | 6     |                                  |
| 4. URINAL   | 0.56          | 2     | 1.12  |                                  |
| 5. LAVATORY                                       | 1.00          | 2     | 2     |                                  |
| 6. SHOWER   | 2.4           | 4     | 9.6   |                                  |
| 7. SAUNA  | 9             | 1     | 6.48  |                                  |
| 8. STEAM  | 6.48          | 1     | 6.24  |                                  |
| 9. JACUSSI  | 8.75          | 1     | 8.75  |                                  |
| 10. REST AREA แบบ A                               | 0.64          | 7     | 4.48  | คิด 15% ของจำนวนผู้เข้าใช้สูงสุด |
| 11. REST AREA แบบ B                               | 1.80          | 3     | 5.4   |                                  |
| 12. BENCH   | 3             | 1     | 3     |                                  |
| CIRCULATION 40 % OF TOTAL = 34.124 m <sup>2</sup> |               |       |       |                                  |
| TOTAL 119.51 m <sup>2</sup>                       |               |       |       |                                  |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 1.4 FEMALE LOCKER ROOM

เวลา 7.00 - 21.00 น.

พฤติกรรม มีลักษณะเช่นเดียวกับ MALE LOCKER ROOM

การวิเคราะห์พื้นที่

ผู้เข้าใช้บริการเป็นหญิง 60 % ของผู้เข้าใช้สูงสุดจะนั่นจึงเป็น 66 คน จาก case study & programming ควรใช้ locker ประเภท b 10 อัน

| องค์ประกอบ         | พื้นที่ / เฉลี่ย | จำนวน                   | รวม                        | หมายเหตุ                                 |
|--------------------|------------------|-------------------------|----------------------------|--|
| 1 LOCKER           | 0.56             | 66                      | 39.96                      |  |
| 2 CHANGING RM.     | 1.80             | 6                       | 10.8                       | คิด 10% ของจำนวนผู้เข้าใช้สูงสุด         |
| 3 DRESSING AREA    | 0.64             | 7                       | 4.48                       | คิด 10% ของจำนวนผู้เข้าใช้สูงสุด + เผื่อ |
| 4 W.C.             | 1.56             | 2                       | 3.12                       | อีกหนึ่งห้อง                             |
| 5 LAVATORY         | 1.00             | 3                       | 3                          |  |
| 6 SHOWER           | 2.00             | 5                       | 10                         |  |
| 7 SAUNA            | 9                | 1                       | 9                          |  |
| 8 STEAM            | 6.24             | 1                       | 6.24                       |  |
| 9 JACUZZI          | 4.84             | 1                       | 4.84                       |  |
| 10 REST AREA แบบ A | 0.64             | 10                      | 6.4                        |  |
| 11 REST AREA แบบ B | 1.80             | 3                       | 5.4                        | คิด 15% ของจำนวนผู้เข้าใช้บริการสูงสุด   |
| 12 BENCH           | 3                | 2                       | 6                          | คิด 5% ของจำนวนผู้เข้าใช้บริการสูงสุด    |
| CIRCULATION        |                  | 54.224 m. <sup>2</sup>  | คิด 40 % OF TOTAL = 44.016 |  |
| TOTAL              |                  | 154.056 m. <sup>2</sup> |                            |  |

#### 1.5 AEROBICS ROOM ( MULTI - PURPOSE ROOM )

เวลา 7.00 - 21.00 น.

พฤติกรรม การเต้นแอโรบิคหรือเล่นโยคะภายในห้องนี้นั้นจะเป็นตารางเวลา เนื่องจากเวลาเต้นแอโรบิค หรือฝึกโยคะ จะต้องมีการสอน ดังนั้นในช่วงเวลาที่ไม่มีตารางเรียนเต้น ก็สามารถให้ห้องนี้ในการประกอบกิจกรรมอื่นได้ เช่น จัดสัมมนา อบรม ข่าวสารน่ารู้เกี่ยวกับสุขภาพ โดยเชิญวิทยากรมาบรรยาย เฉลี่ยเดือนละ 1-2 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ลิขสิทธิ์หรือสิทธิการใช้งานโดยเจ้าของเอกสารเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ          | พื้นที่/หน่วย | จำนวน | รวม                    | หมายเหตุ              |
|---------------------|---------------|-------|------------------------|-----------------------|
| 1.EXERCISE AREA     | 7.2๙          | 20    | 145.8                  | [ eg. Mats,Step-ups ] |
| 2.INSTRUCTOR PODIUM | 0.72          | 1     | 0.72                   |                       |
| 3.STORAGE AREA      | 2.4           | 1     | 2.4                    |                       |
| CIRCULATION         |               |       | 44.676 ม. <sup>2</sup> | คิด 30 % OF TOTAL     |
| TOTAL               |               |       | 193.6                  | ม. <sup>2</sup>       |

1.6 GYMNASTIC ROOM

เวลา 7.00 - 21.00 น.

การวิเคราะห์พื้นที่

| อุปกรณ์                                      | ขนาด      | พื้นที่/หน่วย | จำนวน | รวม                         |
|--|-----------|---------------|-------|-----------------------------|
| 1.เครื่องปีนเขา(STEP CLIMBER)                | 0.55X0.90 | 0.49          | 2     | 0.99                        |
| 2.เครื่องวิ่ง(ARROW JOCKER)                  | 0.80X1.85 | 1.48          | 4     | 5.92                        |
| 3.ม้านั่ง(GYM)                               | 0.30X1.30 | 0.39          | 2     | 0.78                        |
| 4.WALL-MOUNTED LATISSIMUS<br>POWER LIFT UNIT | 1.47X0.90 | 1.323         | 3     | 3.969                       |
| 5.จักรยาน (EXERCISE BICYCLE)                 | 0.60X1.10 | 0.66          | 5     | 3.3                         |
| 6.เครื่องบริหารขาและน่อง (LEG CURL)          | 0.50X1.45 | 0.725         | 3     | 2.175                       |
| 7.ทิววง (DUMBBELL)                           | 0.45X1.5  | 0.675         | 1     | 0.675                       |
| 8.WEIGHT TRAINER (ใช้ 4 ด้าน)                | 4.0X4.0   | 16            | 2     | 32                          |
| 9.BICYCLE MOTORIZED MACHINE                  | 0.55X1.50 | 0.825         | 1     | 0.825                       |
| 10.TOWER & BASKET                            | 0.60X0.40 | 0.24          | 2     | 0.48                        |
| 11.NEW TORSO ARM                             | 0.8X1.20  | 0.96          | 1     | 0.96                        |
| 12.WEIGHT LIFT BENCH                         | 3.0X3.0   | 9             | 2     | 18                          |
| 13.ตู้น้ำดื่ม                                | 0.3X0.35  | 1.05          | 1     | 1.05                        |
| 14.CIRCULATION                               |           |               |       | 35.562m.                    |
|  |           |               |       | TOTAL 107 M. <sup>2</sup> . |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.7 JUICE BAR

เวลา 7.00 - 21.00 น.

การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ    | พื้นที่/หน่วย | จำนวน | รวม   | หมายเหตุ |
|---------------|---------------|-------|-------|----------|
| 1.COUNTER BAR | 16.17         | 1     | 16.17 |          |

### 1.8 MASSAGE ROOM

เวลา 10.00 - 21.30 น.

การกำหนดประเภทของห้องนวด และ จำนวนของห้องนวดนั้น ทางโครงการฯ อ้างอิงจาก Case study & Programming ดังแผนภาพ

| CASE STUDY                            | นวดเปียก |               |          |                |                 | นวดแห้ง  |          | รวม       |
|---------------------------------------|----------|---------------|----------|----------------|-----------------|----------|----------|-----------|
|                                       | 1 bed    | bed & jacuzzi | 2 beds   | 2 beds& jacuzz | 2 beds& afotion | 1 bed    | 2 beds   |           |
| BANYAN TREE                           | -        | 1             | 1        | -              | 1               | 3        | 1        | 10        |
| GRAND SPA                             | 4        | 2             | 1        | 1              | -               | -        | -        | 11        |
| <b>THE NATURAL HEALTH &amp; .....</b> | <b>2</b> | <b>1</b>      | <b>2</b> | <b>1</b>       | <b>-</b>        | <b>2</b> | <b>-</b> | <b>10</b> |

จากนั้นจึงทำการคิดวิเคราะห์พื้นที่ได้ดังตาราง

การวิเคราะห์พื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| องค์ประกอบ                            | พื้นที่/1unit<br>(cm <sup>2</sup> ) | จำนวน | รวม  | หมายเหตุ                      |
|---------------------------------------|-------------------------------------|-------|------|-------------------------------|
| 1. wet massage rm( 1 beds)            | 20                                  | 2     | 40   |                               |
| 2. wet massage rm( 1beds + 1jacuzzi ) | 28                                  | 1     | 28   |                               |
| 3. wet massage rm( 2beds )            | 30                                  | 2     | 60   |                               |
| 4. wet massage rm (2beds + 1jacuzzi ) | 27                                  | 2     | 27   |                               |
| 5. dry massage rm                     | 18                                  | 2     | 36   |                               |
| 6. Thai massage rm.                   | 20                                  | 2     | 40   |                               |
| 7.foot massage rm.                    | 4.5                                 | 5     | 22.5 | B<br>4.5m <sup>2</sup> /1unit |
| Circulation 30% = 75 m <sup>2</sup>   |                                     |       |      |                               |
| TOTAL 326.5 m. <sup>2</sup>           |                                     |       |      |                               |

### 1.9 MEMBER RECEPTION

เวลา 7.00 - 21.00 น.

พฤติกรรม โดยผู้เข้าใช้ในส่วนนี้ก่อนเวลา 10.00 น.จะเป็นสมาชิกเท่านั้น

ซึ่งจาก Case study ( BAN YAN TREE & GRAND SPA ) ผู้เป็นสมาชิกและมาใช้ในช่วงเวลานี้คือ 30 % ของผู้ใช้ใน 1 วัน

นั่นคือ  $30 \times 109 = 33$  คน

100

โดยปกติใช้เวลาอยู่บริเวณนี้ประมาณ 10 นาที ดังนั้น จะได้จำนวนคนสูงสุดในช่วงเวลาหนึ่งเป็น  $10 \times 33 = 2$  คน คิดเผื่อเป็น 5 คน

180

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ               | พื้นที่/หน่วย | จำนวน | รวม | หมายเหตุ |
|--------------------------|---------------|-------|-----|----------|
| 1. โถงทางเข้า            | 0.64          | 5     | 3.2 |          |
| 2. RECEPTION             | 2.60          | 1     | 2.6 |          |
| 3. SOFA                  | 10.00         | 1     | 10  |          |
| CIRCULATION 40% = 6.32   |               |       |     |          |
| รวม 22.12 m <sup>2</sup> |               |       |     |          |

## 2. SALON

เวลาทำการ 10.00 - 21.00 น.

พฤติกรรม ผู้เข้าใช้บริการมักมาในช่วง 14.00 - 17.00 น. คิดเป็น 70% ของผู้ให้บริการ โดยใช้เวลาโดยเฉลี่ยต่อคนประมาณ 1 ชม. ดังนั้น จำนวนผู้เข้าใช้โครงการ (เฉพาะ SALON) สูงสุดต่อวัน 40 คน

มาในช่วงเวลา 10.00 - 21.00 น. ประมาณ 70% ของผู้เข้าใช้บริการต่อวัน นั่นคือ มีผู้มาใช้บริการ  $40 \times 70 / 100 = 28$  คน ต่อเวลา 300 นาที

จะได้จำนวนคนสูงสุดต่อช่วงเวลาหนึ่งเป็น  $60 \times 28 / 300$  ประมาณ 6 คน คิดเผื่อเป็น 8 คน จึงได้ STYLIST CHAIR 8 ที่นั่ง หรือ CHECK จำนวน STYLIST CHAIR ได้จาก CASE STUDY (HAIR DÉCOR ที่ SIAM DISCOVERY) กล่าวคือ

HAIR DECOR มีจำนวน HAIR STYLIST (STAND BY) 9 คน ต่อเก้าอี้ 14 ตัว

แต่โครงการฯ มีจำนวน HAIR STYLIST 5 คน ดังนั้น จึงใช้เก้าอี้ 8 ตัว จาก (  $14/9 \times 5$  )

การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ                                      | ขนาด        | พื้นที่ / หน่วย | จำนวน | รวม   | หมายเหตุ   |
|---|-------------|-----------------|-------|-------|--|
| 1. โถงทางเข้า                                   |             | 0.64            | 11    | 7.04  | คิดเผื่อผู้ติดตามอีก 5 คน  |
| 2. RECEPTION & CASHIER                          |             | 6               | 1     | 6     | นั่นคือ 80% ของผู้เข้าร้าน                                       |
| 3. WAITING AREA                                 |             | 10.00           | 2     | 20.00 | จะมีเพื่อนมาด้วย   |
| 4. STYLING CHAIR                                | 1.37 X 1.80 | 2.47            | 8     | 19.76 |  |
| 5. DRYER CHAIR                                  | 1.37 X 1.80 | 2.47            | 4     | 9.88  | 1/4 ของ STYLING CHAIR  |
| 6. SHAMPOO CHAIR                                | 1.20 X 2.25 | 2.70            | 4     | 10.8  | 1/2 ของ STYLING CHAIR  |
| 7. MAKE-UP AREA                                 | 1.20 X 1.20 | 8               | 1     | 8     |  |
| 8. DIPENSARY                                    | 1.65 X 1.90 | 7.5             | 1     | 7.5   |  |
| 9. W.C.   |             | 2.24            | 2     | 4.48  | หญิง 1, ชาย 1  |
| 10. MANICURE & PEDICURE RM.                     |             | 13.33           | 1     | 13.33 | MANICURE TABLEขนาด 1.05 x 0.4 x 0.75 x 0.85<br>CHAIR 0.45 x 0.45 |
| 11. STORAGE                                     |             | 9.4             | 1     | 9.4   | เก็บอุปกรณ์ทำผม ได้แก่ ผ้า , น้ำยาเปลี่ยนสีผม                    |
| 12. VIP. MANICURE                               |             | 16.00           | 1     | 16.00 |  |
| 13. WINDOW DISPLAY                              |             | 10.00           | 1     | 10.00 |  |
| CIRCULATION 40% OF TOTAL 62,348 m. <sup>2</sup> |             |                 |       |       |  |
| TOTAL 218.2 = 218 ม. <sup>2</sup>               |             |                 |       |       |  |

จาก CASE STUDY ผู้เข้า SALON จะทำ MANICURE คิดเป็น 40% ของผู้เข้า SALON ดังนั้น ในช่วงเวลาหนึ่งมีผู้ใช้เฉพาะส่วน MANICURE  $0.4 \times 6 = 2.4$  คน หากแต่ช่วงเวลาในการใช้สามารถสับหว่างกันได้ โดยสามารถไปใช้บริการในส่วนอื่นก่อน เช่น SHAMPOO AREA , etc. จึงคาดคะเนว่ามีผู้ใช้บริการในส่วน MANICURE ในเวลาเดียวกัน 2 - 3 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. COSMETICS SHOP

เวลา 10.00 a.m. – 9.00 p.m.

จาก CASE STUDY COSMETICS SHOP ที่มีลักษณะการให้บริการ กลุ่มเป้าหมาย และผลิตภัณฑ์ ที่ขายใกล้เคียงกับโครงการฯ ได้แก่ 1. BODY SHOP ( WORLD TRADE CENTRE )

2. ANNE SEMONIN ( FRANCE )

3. SHU UEMURA สาขา FRANCE , PARIS

4. CRABTREE & EVELYN สาขา St. Germain

Paris เป็นดังนี้

| SHOP                    | THE BODY SHOP<br>( ZEN ) | ANNE SEMONIN<br>( FRANCE ) | SHU UEMURA<br>(PARIS FRANCE) | CRABTREE & EVELYN<br>PARIS FRANCE) | <b>H&amp;B</b> |
|-------------------------|--------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| AREA ( m <sup>2</sup> ) | 81                       | 80                         | 90                           | 60                                 | 90             |

หมายเหตุ : พื้นที่ให้เช่าในเกษรพลาซ่า 1 UNIT ประมาณ 75ม.<sup>2</sup> ( UNIT ใหญ่ 68 ม.<sup>2</sup>  
UNIT เล็ก 34 ม.<sup>2</sup> )

การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ  | ขนาด        | พื้นที่ / หน่วย | จำนวน | รวม   | หมายเหตุ           |
|---|-------------|-----------------|-------|-------|--------------------|
| 1. CASH & WRAP  | 3.00 X 3.00 | 9.00            | 1     | 9.00  |                    |
| 2. TEST( self-service)                                  | 4.00 X 4.00 | 16.00           | 1     | 16.00 |                    |
| 3. DISPLAY  | 2.25 X 2.00 | 5.50            | 1     | 5.50  |                    |
| 4. STORAGE  | 2.50 X 3.6  | 9.0             | 1     | 9.00  |                    |
| 5. SHELVING   | 0.90 X 0.45 | 0.405           | 1     | 5.67  | 0.9 X 0.45 / 1unit |
| 6. TEST BY SPECIALIST                                   | 2.50 X 2.50 | 6.25            | 1     | 6.25  |                    |
| 7. DISPLAY  | 5.00 X 2.00 | 10.00           | 1     | 10.00 |                    |
| CIRCULATION 45 % OF TOTAL = 15.47 = 27.63m <sup>2</sup> |             |                 |       |       |                    |
| TOTAL 90 = 100 ม. <sup>2</sup>                          |             |                 |       |       |                    |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. HEALTHY SHOP

เวลา 10.00 - 21.00 น.

พฤติกรรม ผู้ใช้บริการเดินเลือกชมสินค้าต่างๆ สินค้าทั้งหมดเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ ทั้งอุปโภคและบริโภค บริเวณทางเข้าจะมีตะกร้าบริการไว้ด้วยเมื่อเลือกซื้อเสร็จก็มาชำระเงินที่แคชเชียร์

ซึ่งประเภทสินค้าที่นำมาขายในโครงการฯ นั้นได้ใช้ Case study ซึ่งมีลักษณะการดำเนินงานและวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกับโครงการฯ เป็นเกณฑ์อ้างอิง จาก CASE STUDY HEALTHY SHOP ที่มีลักษณะการให้บริการ ผลิตรภัณฑ์ที่ขายใกล้เคียงกับโครงการฯ

ได้แก่

1. ร้านกรีนไลท์ (เสรีเซนเตอร์)
2. ED'S FRESH FRUITS (เอกมัยพลาซ่า) เป็นดังนี้

| SHOP                    | GREENLIGHT<br>SERI CENTER | ED'S FRESH FRUITS<br>EAKAMAI PLAZA | H&B     |
|-------------------------|---------------------------|------------------------------------|---------|
| AREA (M. <sup>2</sup> ) | 80                        | 60                                 | 60 - 80 |

ตัวอย่างประเภทสินค้าที่จำหน่ายภายในร้านจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ

| ประเภทสินค้าที่จำหน่าย       | GREEN LIGHT | ED'S | H & B |
|------------------------------|-------------|------|-------|
| 1. FRESH FRUIT               | ●           | ●    | ●     |
| 2. HEALTHY BEVERAGE          | ●           | ●    | ●     |
| 3. CEREALS                   | ●           | ●    | ●     |
| 4. HERBAL TEA                | ●           | ●    | ●     |
| 5. HOME MADE BAKERY          | ●           |      |       |
| 6. NON-CHEMICAL VEGETABLE    | ●           | ●    | ●     |
| 7. PROCESSED FRUIT & DESSERT | ●           | ●    | ●     |
| 8. ORGANICS RICE             | ●           | ●    | ●     |
| 9. PLANT SEEDS               |             |      | ●     |
| 10. BOOKS CORNER             |             |      | ●     |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ  | ขนาด        | พื้นที่/หน่วย | จำนวน | รวม   | หมายเหตุ                |
|---|-------------|---------------|-------|-------|-------------------------|
| 1. CASHIER  | 3.20 X 3.90 | 12.48         | 1     | 12.48 |                         |
| 2. TUMBLE DISPLAY                                       | 3.60 X 2.90 | 10.44         | 1     | 10.44 |                         |
| 3. FRUIT & VETGETABLE<br>DISPLAY                        | 0.90 X 2.80 | 2.52          | 1     | 2.52  |                         |
|   | 0.90 X 2.40 | 2.16          | 1     | 2.16  |                         |
|   | 3.70 X 2.00 | 7.4           | 1     | 7.4   |                         |
| 4. SHELVING   | 0.25 X 0.42 | 1.50          | 1     | 1.50  | เส้นผ่าศูนย์กลาง 0.5 ม. |
| 5. BASKET ON TABLE                                      | 0.40 X 2.00 | 0.8           | 1     | 0.8   |                         |
| 6. WINDOW DISPLAY                                       | 3.50 X 2.50 | 8.75          | 1     | 8.75  |                         |
| 8. DRY STORAGE WITH<br>CHEST FREEZER<br>( 1.20 X 2.80 ) |             |               |       |       |                         |
| CIRCULATIONS 30 % = 13.815 m. <sup>2</sup>              |             |               |       |       |                         |
| TOTAL 59.86 m. <sup>2</sup>                             |             |               |       |       |                         |

## 5. HEALTHY RESTAURANT

เวลา 10.00 - 21.00 น.

พฤติกรรม เป็นร้านอาหารที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเท่านั้น เป็นอาหารที่เน้นความสด และสะอาดปราศจากสารพิษ และให้คุณประโยชน์แก่ร่างกาย เป็นเมนูอาหารประเภท Low - calory เครื่องดื่มบริการ เป็นเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ และน้ำตาล เช่น ชาสมุนไพร น้ำผลไม้สด น้ำแร่ เป็นต้น

ในกรณีที่ เป็น MEMBER ของโครงการฯ และแจ้งความจำนงในการรับบริการในส่วนร้านอาหารไว้แล้วนั้น เมื่อเข้ามาภายในร้านก็แจ้งชื่อกับกัปตันหรือ Reception

บริการจะเชิญไปยังโต๊ะที่ทำการจองไว้และนำอาหารมาเสิร์ฟในกรณีที่ต้องการให้โครงการฯ จัดเมนูให้ เพื่อควบคุมปริมาณแคลอรีที่จะได้รับสำหรับการลดน้ำหนัก หรือ แจ้งความประสงค์ว่าต้องการเลือกอาหารจากเมนูเอง โดยให้ทางร้านคำนวณปริมาณแคลอรีให้ว่าเหมาะสมตามแผนการดูแลสุขภาพที่ตนเองและนักโภชนาการได้วางไว้หรือไม่ หากปริมาณแคลอรีจากอาหารที่ตนเลือกไม่เหมาะสมก็สามารถเลือกเมนูใหม่ได้ตามความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกรณีที่เป็นลูกค้าทั่วไปนั้น ในเมนูอาหารจะมีรายละเอียดบอกถึงปริมาณแคลอรีที่คนปกติควรได้รับต่อวันอยู่แล้ว เมื่อลูกค้าทำการเลือกอาหารจากเมนู ก็สามารถคำนวณถึงปริมาณแคลอรีที่ตนเองควรได้รับอย่างคร่าวๆ หรือแจ้งความจำนงให้ทางร้านจัดเตรียมให้เช่นเดียวกับกรณี MEMBER

หลังจากรับประทานอาหาร ชำระเงินตามบิล

### การวิเคราะห์พื้นที่

จากการคำนวณผู้เข้าใช้โครงการสูงสุดต่อวัน ซึ่งอิงจาก CASE STUDY & PROGRAMMING ได้แก่ BANYAN TREE และ GRAND SPA ได้ว่า มีผู้เข้าใช้ร้านอาหารสูงสุดต่อวัน 52 คน แต่เนื่องจาก SITE ของโครงการฯ ตั้งใน SHOPPING MALL ซึ่งมีผู้ใช้บริการหนาแน่นกว่าโรงแรม จึงคิดเผื่อที่นั้งอีก 20% ฉะนั้นจึงจัดให้ห้องอาหารมี 62 ที่นั่ง เพื่อรองรับได้เต็มที่

| องค์ประกอบ   | พื้นที่/หน่วย | จำนวน          | รวม                     | หมายเหตุ            |
|--|---------------|----------------|-------------------------|---------------------|
| 1. DINING AREA                                     | 1.69          | 62             | 104.78                  |                     |
| 2. ENT. FOYER                                      | 0.56          | 6              | 3.36                    |                     |
| 3. RECEPTION STAND                                 | 2.25          | 1              | 2.25                    |                     |
| 4. WAITING AREA                                    | 5.00          | 1              | 5.00                    |                     |
| 5. COUNTER BAR                                     | 21.00         | 1              | 21.00                   |                     |
| 6. KITCHEN   | 30.00         | 1              | 30.00                   | 30% ของ DINING AREA |
| 7. SERVICE STATION                                 | 0.5           | 1              | 0.5                     |                     |
| 8. CASHIER (BACK OF HOUSE)                         | 4.6           | 1              | 4.6                     |                     |
| 9. PREPARE TO SERVES AREA                          | 5.00          | 1              | 5.00                    |                     |
| 10. DRY STORAGE(IN KITCHEN )<br>คิด 15% OF KITCHEN | 4.50          | 1              | 4.50                    |                     |
| 11. MUSIC AREA FOR PARLOR<br>GRAND PIANO           | 12.57         | 1              | 12.57                   |                     |
| CIRCULATIONS                                       |               | 30 %           | = 58.06 m. <sup>2</sup> |                     |
| TOTAL  |               | 58.06 + 193.56 | = 252 m. <sup>2</sup>   |                     |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. OFFICE

จาก ORGANIZATION ของโครงการฯ พบว่ามีผู้บริหารและพนักงาน OFFICE รวม 24 คน แจกแจงได้ดังนี้

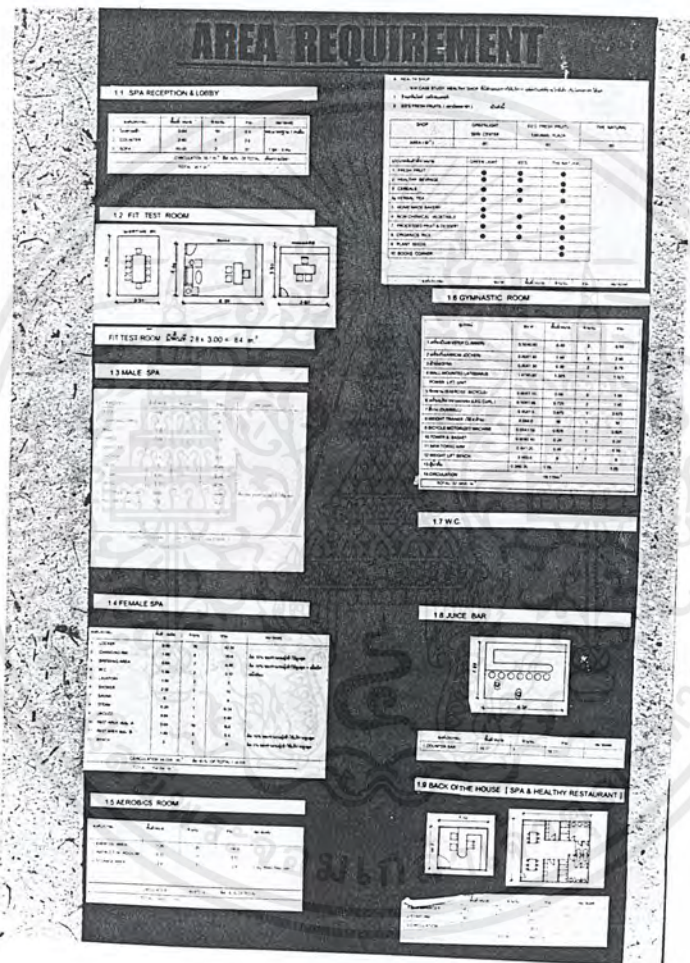
- |   |  |
|---|--|
| 1. ผู้อำนวยการ 1 คน                         | 10. ผู้จัดการฝ่ายบริหาร 1 คน           |
| 2. เลขานุการ 1 คน                           | 11. เลขานุการ 1 คน                     |
| 3. ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี 1 คน        | 12. ผู้จัดการฝ่ายช่างและซ่อมบำรุง 1 คน |
| 4. ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี 1 คน | 13. ช่าง 2 คน                          |
| 5. พนักงานการเงิน 2 คน                      | 14. คนสวน 1 คน                         |
| 6. พนักงานบัญชี 2 คน                        | 15. หัวหน้าแผนกการตลาด 1 คน            |
| 7. ผู้จัดการฝ่ายบุคคลและธุรการ 1 คน         | 16. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ 2 คน      |
| 8. เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล 1 คน                | 17. เจ้าหน้าที่ฝ่ายสมาชิก 2 คน         |
| 9. เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรการ 1 คน               | 18. เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย 2 คน            |

การวิเคราะห์พื้นที่

| องค์ประกอบ                       | พื้นที่/หน่วย | จำนวน | รวม   | หมายเหตุ       |
|----------------------------------|---------------|-------|-------|----------------|
| 1. RECEPTION                     | 7.26          | 1     | 7.26  | TABLE 10 SEATS |
| 2. WAITING AREA                  | 10.24         | 2     | 20.48 |                |
| 3. COFFEE CORNER                 | 14            | 1     | 14    |                |
| 4. MEETING ROOM                  | 15            | 1     | 15    |                |
| 5. MANAGEMENT MANERGER ROOM      | 26            | 1     | 26    |                |
| 6. MANAGER                       | 14            | 4     | 56    |                |
| 7. OFFICER                       | 3             | 15    | 45    |                |
| 8. CONFERENCE ROOM               | 27.2          | 1     | 27.2  |                |
| 9. SECRETARY & WAITING AREA      | 14            | 1     | 14    |                |
| 10. FOLER                        | 12.8          | 1     | 12.8  |                |
| 11. BOSS ROOM                    | 29.4          | 1     | 29.4  |                |
| 12. เลขานุการผู้จัดการฝ่ายบริหาร | 10.5          | 1     | 10.5  |                |
| CIRCULATIONS 30 % = 83.292       |               |       |       |                |
| TOTAL 360.932 m <sup>2</sup>     |               |       |       |                |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปรายละเอียดการออกแบบ

DESIGN CONCEPT

“ SEASON CHANGE ” ซึ่งมีแนวความคิดว่า ความงามและสุขภาพของคน เชกเช่น ฤดูกาลที่ผันแปร แต่ละฤดูกาลก็มีความงามในตัวเอง เหมือนคนที่งามในแบบฉบับของตัวเอง โดยแสดงเรื่องราวผ่าน MAIN THEME คือ GARDEN IN THE MIDDLE TOWN โดยเลือกใช้ฤดูกาลที่เป็นสากล ได้แก่ SPRING , SUMMER , AUTUMN , WINTER มาเป็น COLOR SCHEME ในการออกแบบ เนื่องจากโครงการฯ ประกอบด้วยหลายส่วนซึ่งมีหน้าที่ใช้สอยแตกต่างกัน จึงได้แบ่งแยก THEME ย่อย ให้แตกต่างกันไปในแต่ละส่วน ดังนี้

1. HALL จัดให้อยู่ใน WINTER SCHEME เพื่อให้สอดคล้องและกลมกลืนกับสีสัน, บรรยากาศโดยรวมของ PLAZA อันเป็นศูนย์การค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายระดับ HI – CLASS แต่มีการเพิ่มลูกเล่นให้เป็นฤดูหนาวที่มีงานรื่นเริง เพื่อเพิ่มความสดใส เกิดแรงดึงดูดให้ลูกค้าเข้าสู่โครงการฯ โดยมี THEME ย่อย คือ GARDEN IN WINTER CELEBRATION
2. SPA & FITNESS จัดให้อยู่ใน SPRING SCHEME เนื่องจากบรรยากาศที่ต้องการได้รับจากองค์ประกอบกิจกรรมของโครงการในส่วนนี้ คือ ความสดใส สดชื่น ฤดูใบไม้ผลิจึงเป็นฤดูการที่เหมาะสมที่สุดกับส่วนนี้ และมี THEME ย่อย คือ REFRESHING YOUR LIFE IN WONDERFUL GARDEN โดยมีการนำ Decorative element of garden มาใช้ในการออกแบบ ได้แก่ วัสดุที่มาจากต่าง พื้น ผนัง เช่น กระเบื้องดินเผา ระแนงไม้ และ Architecture element of garden room ได้แก่ Fine big window and doors
3. COSMETICS SHOP จัดให้อยู่ใน AUTUMN SCHEME เนื่องจากบรรยากาศที่ต้องการได้รับจากองค์ประกอบกิจกรรมของโครงการในส่วนนี้ คือ ความแพรวพราวของสีสันที่มีความระยิบระยับ เปรียบได้กับสีสันของใบไม้ที่มีการผลัดใบในฤดูกาลนี้ โดยมี THEME ย่อย คือ SURROUND WITH THE COSMETICS WORLD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. SALON จัดให้อยู่ใน SUMMER SCHEME โดยมี THEME ย่อย คือ NATURAL IN DREARY GARDEN ใช้ COLOR SCHEME ที่สื่อถึงฤดูร้อนที่แห้งแล้ง โดยผ่านลวดลายวัสดุ ได้แก่ หินทราย ผนังพ่นทราย อย่างไรก็ตามแต่ยังคงมี ดอกไม้และแมลงอยู่ในสวนด้วย รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ในส่วนนี้จึงสื่อถึงดังกล่าว
5. HEALTHY RESTAURANT จัดให้อยู่ใน SUMMER SCHEME โดยมี THEME ย่อย คือ LISTEN TO MUSIC IN SUMMER GARDEN เนื่องจาก ฤดูกาลนี้มีการเล่นดนตรีกลางแจ้งมากที่สุด อีกทั้งการฟังดนตรีคลอขณะรับประทานอาหารเช้าช่วยให้เพลิดเพลินและผ่อนคลายยิ่งขึ้น จึงจัดให้องค์ประกอบกิจกรรมของโครงการในส่วนนี้แสดงเรื่องราวมาในฤดูร้อน
6. HEALTHY SHOP จัดให้อยู่ใน SPRING SCHEME เนื่องจากบรรยากาศที่ต้องการได้รับจาก องค์ประกอบกิจกรรมของโครงการในส่วนนี้ คือ ความสดของผัก ผลไม้ ฤดูใบไม้ผลิจึงเป็นฤดูกาลที่เหมาะสมที่สุดที่จะสื่อถึง องค์ประกอบกิจกรรมของโครงการในส่วนนี้ โดยมี THEME ย่อย คือ HARVEST FRESH FRUITS MIDDLE THE GARDEN

รายละเอียดในการออกแบบส่วนต่างๆของโครงการ มีดังต่อไปนี้

## 1. PLAZA & FACADE

Theme ย่อย - สร้าง Theme “ GARDEN IN WINTER CELEBRATION “

โดยคงภาพลักษณ์ของฤดูหนาว ไว้ผนวกกับงานออกแบบซึ่งอิง function ที่ต้องการให้ผู้คนที่เดินผ่านบริเวณ พลาซ่าได้มองเห็นกิจกรรมภายในโครงการ เช่น ส่วน Styling zone ที่แสดงให้เห็นความเคลื่อนไหวสร้างผลทางจิตวิทยา กระตุ้นให้ลูกค้าใช้บริการ จึงได้ใช้วัสดุประเภทกระจกใส พ่นลวดลายพลุ , ดอกไม้ไฟ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของการเฉลิมฉลอง มีการใช้ระแนงไม้สีน้ำตาลเข้ม สื่อถึงสภาพต้นไม้ในฤดูหนาวที่แห้งแล้ง

มีภาหน้า Projecting sign ที่ได้รับการออกแบบที่สื่อถึง Corporate Identity มาใช้กับ Façade

Color Scheme - Winter Pallette

วัสดุ กระจกใส พ่นทราย , ระแนงไม้จริงทำสีน้ำตาลแก่

ระบบไฟ เป็น Down light ซึ่งเป็นงานระบบเดิมของอาคาร

ระบบปรับอากาศ เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น

( Water – cooled Water Chiller )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. SPA & FITNESS

**Theme ย่อย** - สร้าง Theme " REFRESHING YOUR LIFE IN WONDERFUL GARDEN " โดยคงภาพลักษณ์ของบรรยากาศ ฤดูใบไม้ผลิ ไว้ ผสมกับงานออกแบบ ซึ่งอิง function ทำให้รูปแบบเรียบง่าย เส้น . pattern ที่ใช้มีที่มาจากระแนงไม้

**Color Scheme** - Spring Pallete

### - HALL & WAITING AREA FL.3<sup>rd</sup>

ใช้เส้นแนวนอนช่วยแบ่งระนาบผนังที่มีความสูงมาก รวมทั้งการใช้วัสดุที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวลยามสัมผัสมาช่วยสร้างความหรูหรา ภูมิฐาน มีการใช้ element ต่างๆ เช่น เส้นนอน , เส้นตั้ง รวมทั้งการทำเสาหลอก ช่วยให้ ลดทอนความกว้างใหญ่จนชมคน ลงได้

**วัสดุ** ผนังหินแกรนิตสีเทาและหินอ่อนสีขาว , ผนังบุวอลเปเปอร์สีขาว และบุผ้าไหมสีครีม , เพดาน pattern มีที่มาจาก ระแนงไม้ , เฟอร์นิเจอร์เลือกใช้วัสดุที่สื่อถึงธรรมชาติ ขณะเดียวกันก็ให้ความสบายในการสัมผัส ได้แก่ ผ้าบุเฟอร์นิเจอร์จาก ผ้า cotton , linen ซึ่งมีการพิมพ์ลายดอกไม้ เน้นให้เห็นถึงฤดูดอกไม้บานยิ่งขึ้น

**ระบบไฟ** เป็น Down light ซึ่งเป็นงานระบบเดิมของอาคาร  
เพิ่มไฟกึ่งซึ่งเป็น Up light ให้แสงสว่างขึ้นบน สร้างความแปลกตายิ่งขึ้น

**ระบบปรับอากาศ** เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น  
( Water – cooled Water Chiller )

### - JUICE BAR

สร้างบรรยากาศฤดูที่ดอกไม้ผลิบานด้วยการ Drop ผ้า เพนท์ภาพดอกไม้พร้อมทั้งใช้ Lighting ช่วยในการสร้างบรรยากาศ การตกแต่งโดยรวมยังคงยึดรูปแบบของ Garden room เป็นหลัก เช่น การเลือกใช้พื้นหินอ่อน ซึ่งหินเป็นวัสดุหลักที่นิยมใช้ใน Garden room

รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ยังคงใช้ลักษณะเบา โปร่ง สบาย ได้แก่ เก้าอี้หวาย ซึ่งเบาะเป็นผ้าฝ้ายพิมพ์ลายดอกไม้ มีการนำร่มมาช่วยในการตกแต่ง สร้างความรู้สึกเสมือนนั่งกลางแจ้งยิ่งขึ้น

**วัสดุ** ผนังหินอ่อนสีขาวสลัดำ , ผนังบุวอลเปเปอร์สีขาว และบุผ้าไหมสีครีม , เพดาน pattern มีที่มาจาก ระแนงไม้ , เฟอร์นิเจอร์ออกแบบให้สื่อถึงดอกไม้โดยใช้วัสดุที่มีลักษณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Natural Touch

|               |   |
|---------------|---|
| ระบบไฟ        | เป็น Down light   |
| ระบบปรับอากาศ | เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น<br>( Water – cooled Water Chiller ) |

### - LOCKER ROOM

แบ่งส่วนการใช้งานตามปริมาณผู้เข้าใช้งานจริง คือ ผู้หญิงจะมากกว่าชาย ดังนั้นขนาดพื้นที่ Female locker room จะมีขนาดใหญ่กว่า Male locker room เนื่องจากงานระบบสุขาภิบาลของ Office Tower ที่ส่วน Locker room จัดสร้างอยู่จะมีท่อที่เชื่อมต่อการวางระบบสุขาภิบาลอยู่ด้านทิศตะวันตกของอาคารอีกทั้งเป็นส่วนที่โดนแดดมากที่สุดในวัน จึงได้เลือกใช้พื้นที่ในส่วนนี้เป็น Locker room

ซึ่ง Locker ประกอบไปด้วย Locker แบบตู้ละสองตั้งทางแนวตั้ง และแบบ ตู้ละ 1 ตอนตามแนวตั้งสำหรับใส่ Dressing ประเภทชุดยาว

ใน Male locker room จะไม่มี Dressing room เนื่องจากพฤติกรรมของผู้เข้าใช้เพศชายจากการศึกษา Case study หากแต่มีมุมแต่งตัวพร้อม Dryer จัดเตรียมไว้ให้

ขณะที่ Female locker room จะมี Dressing room ไว้ให้ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้เข้าใช้เพศหญิงจะมีความเขินอายและมักใช้ Dressing room นอกจากนี้ภายใน Female locker room ยังมีส่วน Dressing area สำหรับนั่งแต่งหน้า ซึ่งเป็นฟังก์ชันเฉพาะสำหรับเพศหญิงอีกด้วย ถัดจากส่วน Locker จะเป็นส่วน W.C. และ Shower Room ถัดจากนั้นคือส่วน Spa area ซึ่งประกอบไปด้วย Jacuzzi, Sauna room , Steam room , Rest area ซึ่ง Spa area ครบอยู่ใกล้ Shower Room

การตกแต่งนั้น ต้องการดึงแสงธรรมชาติเข้ามาใช้งาน เพื่อให้ประโยชน์จากการเป็นตึกกระจก จึงได้ทำผนังหลอกเพื่อปิดในส่วนที่ฟังก์ชันการใช้งานต้องปิด ได้แก่ ส่วน W.C แต่เมื่อพื้นระดับสลายตาแล้วได้ทำเสมือนช่องแสงของอาคาร ติดกระจกใสสลักระแนงไม้ เสมือนเป็นช่องแสงของอาคารสำหรับในส่วน Rest area นั้น ผนังซึ่งมีสองชั้น โดย ชั้นแรกเป็นผนังเดิมซึ่งเป็นกระจกใสของอาคาร ชั้นต่อมาเป็นผนังซึ่งเป็นส่วน decorate เป็นกระจกฝ้าพ่นทรายเป็นลวดลายธรรมชาติ สร้างความไม่น่าเบื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ระบบไฟ** เป็น Indirect light ได้แก่ ไฟกึ่ง ซึ่งมีการดีไซน์ให้ดวงโคม คล้ายคลึงกับดวงโคมไฟภายในสวน นอกจากนี้ในส่วน Spa area ภายในฝ้าที่ทำหลอกเสมือนกล่องแสง ผังไฟฟลูออเรสเซนต์ไว้ เพื่อช่วยในการกระจายแสงอีกด้วย

**ระบบปรับอากาศ** เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น  
( Water – cooled Water Chiller )

## - GYM ROOM

อาคารด้านทิศตะวันออก มี Flower bed อยู่ติดกระจก อีกทั้งส่วนนี้ยังเป็นส่วน Take View ดังนั้นจึงเลือกใช้พื้นที่อาคารด้านทิศตะวันออกเป็นส่วน Gym room

แบ่งพื้นที่ของห้องออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วน Rest area ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วน โซฟา นั่งพัก ตู้กดน้ำดื่ม กระจกฝ้าขาวขนหนู กับส่วน Machine โดยแบ่งด้วย Step อย่างชัดเจน ด้วยการยกพื้น อีกทั้ง Step ที่สูงขึ้นยังช่วยให้ ขณะออกกำลังกายโดยเครื่องเล่นสามารถ Take View ได้ชัดเจนขึ้น

อนึ่ง ภายในห้องนี้ ได้จัดวางการใช้สอยพื้นที่ตามหลักมาตรฐานของการจัดตั้งที่ได้ศึกษา จาก Case study ดังนี้ ( เรียงตามลำดับ )

โซน 1 เป็นพื้นที่จัดเตรียมสำหรับเช็คสภาพผู้ใช้ ก่อนและหลังออกกำลังกาย

โซน 2 เป็นโซนอุ่นเครื่องก่อนออกกำลังกาย

โซน 3 เป็นส่วนบริหารปอดและหัวใจให้ออกกำลังกายมากขึ้น เป็นกิจกรรมที่ต้องทำเร็วๆ เช่น กิจกรรมที่ออกกำลังกายกับ ลูกวิ่ง

โซน 4 เป็นส่วนออกกำลังกายเพื่อกระชับกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ ได้แก่ ออก , ไหล่, ท้อง , แขน , ฯลฯ ดังนั้น เครื่องเล่นที่จัดวางในส่วนนี้จึงเป็นเครื่องเล่นที่เน้นการออกกำลังกายในส่วนดังกล่าว

โซน 5 เป็นส่วนออกกำลังกายเพื่อเสริมสร้างหรือเพิ่มกล้ามเนื้อ เช่น การยกน้ำหนัก ต่างๆ

สำหรับการตกแต่งภายในนั้นต้องการสร้างบรรยากาศให้เสมือนออกกำลังกายในสวนกลางแจ้ง จึงออกแบบฝ้าเพดานให้มีการเจาะ Void แล้วใช้ผ้าใบลายทางเขียวสลับขาวซึ่งปิดให้มีลักษณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่น กระจกฝ้าที่ให้ร่มเงาภายในสวน สำหรับผนังภายใน Gym room นั้นอาศัยผนังกระจกใสโครงสร้างเดิมของอาคารเป็นหลัก ซึ่งช่วยให้ผู้ออกกำลังกายสามารถมองเห็น Garden roof ในชั้น 4<sup>th</sup> FL.

สำหรับผนังด้านอื่นนั้นก็ติดกระจกเงาโดยรอบ เพื่อช่วยให้ขณะออกกำลังกายสามารถมองเห็นท่าทางในการใช้เครื่องเล่น ว่าถูกต้องหรือไม่อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ยังมีการนำ Iron work ที่ตัดเป็นลวดลายพันธ์ไม้มาใช้อีกด้วย โดย Scheme สี ก็ยังคงใช้ สีสดไล่สีถึงบรรยากาศ ฤดูใบไม้ผลิ

**ระบบไฟ** เป็น Indirect light ได้แก่ ไฟกึ่ง ซึ่งมีการดีไซน์ให้ดวงโคม คล้ายคลึงกับดวงโคมไฟภายในสวน และมีการใช้ Down light ให้แสงเน้นเฉพาะจุดอีกด้วย

**ระบบปรับอากาศ** เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น ( Water – cooled Water Chiller )

#### - MEMBER LOBBY

เนื่องจาก Office Tower ซึ่ง Spa & Fitness ตั้งอยู่นั้นเปิดในเร็วกว่าส่วน Plaza 3 ชม. กล่าวคือ อาคารเกษรพลาซ่าในสวน Plaza เปิดให้บริการเวลา 10.00 a.m. - 9.00 p.m. Office Tower เปิดให้บริการเวลา 7.00 a.m. - 9.00 p.m.

ดังนั้น โครงการฯ จึงควรมีการเข้าถึง 2 ทาง สำหรับลูกค้าซึ่งเป็นสมาชิกของ โครงการฯ ซึ่งมีการเข้าใช้ Spa & fitness ก่อนเวลา 10.00 a.m. ให้เข้าสู่ ชั้น 4<sup>th</sup> FL. ได้โดยตรง

ขณะที่ชั้น 3<sup>rd</sup> FL. ซึ่งเป็นสวน Massage นั้นก็มี Reception Counter อยู่ด้วย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสวน Massage ไม่เปิดให้บริการก่อน 10.00 a.m. จึงจำเป็นต้องมี Member counter ไว้รองรับลูกค้าอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า มอบกุญแจลิฟท์ออกเกอร์ และผ้าขนหนูให้แขก รวมทั้ง Cashier ในกรณีที่แขกไม่เป็นสมาชิกของโครงการฯ หากแต่เป็นลูกค้าที่ Walk – in การออกแบบ Counter เพื่อให้ต้อนรับลูกค้าได้สองทิศทาง ทั้งจากลิฟท์ที่ขึ้นมาชั้น 4 โดยตรงและเมื่อสวน Plaza เปิดให้บริการ ซึ่งจะมีลูกค้าส่วนหนึ่งขึ้นมาใช้ของค้ประกอบกิจกรรมของโครงการ ในชั้น 4<sup>th</sup> FL ด้วยบันไดซึ่งเชื่อมระหว่างชั้น ดังนั้นจึงได้เลือก Counterแบบ วงกลม โดยออกแบบให้มีการใช้วัสดุที่เป็นวัสดุหลักของโครงการ ได้แก่ ไม้ กระจกพ่นทราย และติดโลโก้ของโครงการ

Ceiling ออกแบบให้เจาะ Void เป็นรูป แปดเหลี่ยมล้อมรอบกับพื้นที่ในส่วน Member Lobby

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|  |  |
|--|--|
| <p><b>ระบบไฟ</b></p> <p>คล้ายคลึงกับดวงโคมไฟภายในสวน</p> <p><b>ระบบปรับอากาศ</b></p> | <p>เป็น Indirect light ได้แก่ ไฟกิ่ง ซึ่งมีการดีไซน์ให้ดวงโคม และมีการใช้ Down light ให้แสงเน้นเฉพาะจุดอีกด้วย</p> <p>เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น ( Water – cooled Water Chiller )</p> |
|--|--|

- AEROBICS ROOM ( MULTI – PURPOSE ROOM )

การเดินแอโรบิคนั้น มีการใช้ห้องเป็นช่วงเวลา ดังนั้นในเวลาที่ห้องไม่มีการใช้งาน จึงสามารถนำกิจกรรมอื่นมาใช้ภายในห้องได้ เช่น จัดอบรม บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพแก่สมาชิกโดยวิทยากรที่โครงการฯ เชิญมา ซึ่งมีการจัดเดือนละ 1 – 2 ครั้ง เป็นต้น

การออกแบบตกแต่งภายในนั้นยังคงใช้ Concept “ Garden in the middle town ” ดังนั้น เส้นสายและ Element ต่างๆที่นำมาใช้ จึงมีที่มาจาก Element ที่ใช้ภายในสวน เช่น ระแนงไม้ การนำกระจกสีเข้ามาใช้ ซึ่งลักษณะการตกแต่งภายในของห้องนี้นั้น สัมพันธ์กับ Gym room

เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะ ceiling นั้นมีการใช้วัสดุประเภทเดียวกัน ได้แก่ ผ้าใบ ในการ Finish เพื่อสร้างบรรยากาศเสมือน ออกกำลังเดินแอโรบิคกลางแจ้ง เช่นกัน

|  |  |
|--|--|
| <p><b>ระบบไฟ</b></p> <p>คล้ายคลึงกับดวงโคมไฟภายในสวน</p> <p><b>ระบบปรับอากาศ</b></p> | <p>เป็น Indirect light ได้แก่ ไฟกิ่ง ซึ่งมีการดีไซน์ให้ดวงโคม และมีการใช้ Down light ให้แสงเน้นเฉพาะจุดอีกด้วย</p> <p>เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น ( Water – cooled Water Chiller )</p> |
|--|--|

- THE NATURAL HEALTH & BEAUTY CENTER 3<sup>rd</sup> FL. ( MASSAGE AREA )

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของโครงการฯ เป็นลูกค้ารายได้สูง ลักษณะการจัดห้องนวดซึ่งศึกษาข้อมูลจาก Case study จึงควรเป็นห้องเฉพาะบุคคลไม่มีการนวดรวมหลายๆคนภายในห้องเดียวกัน นอกจากนี้ในกรณีห้องคู่ ซึ่งมี เพียง 2 เตียง สำหรับลูกค้าประเภทสามี – ภรรยา หรือ เพื่อนสนิท

ห้องนวดภายในโครงการฯ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. นวดแห้ง
2. นวดเปียก

โดยมีห้อง 10 ห้อง ซึ่งตั้งชื่อตามพรรณไม้หอม ที่มีคุณสมบัติในการรักษาโรคและช่วยให้ร่างกายและจิตใจผ่อนคลาย ซึ่งการตกแต่งภายในยังคงยึดรูปแบบของ Element ระแนงไม้ ประติมากรรมพืชม และการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Iron Work พ่นสีสนิมเขียวมาใช้

หากแต่สร้างความปลอดภัยของห้องนวดด้วยการเลือกใช้ Scheme สี ของห้องตามสีพรรณไม้ที่ห้องนั้นได้ถูกตั้งชื่อไว้ เช่น Rose massage room ภายในห้องใช้ Scheme สีแดง Jasmine massage room ภายในห้องใช้ Scheme สีขาวครีม

เตียงที่ใช้ในห้อง มีลักษณะเป็นเตียงเดี่ยวปรับระดับ ได้ ขนาด 2.00 \* 0.80\* 0.75

เจาะรูส่วนบนของเตียงสำหรับวางหน้า ด้านล่างของเตียงมีตู้สำหรับใส่อุปกรณ์และอ่างดอกไม้

ภายในห้องมีตู้ใส่เสื้อผ้าและฉากไม้กันสำหรับเปลี่ยนชุดปียามา เพื่อให้สะดวกยามรับบริการ รวมทั้งเคาน์เตอร์ฝังอ่างล้างมือสำหรับพนักงานที่ทำการนวดในห้อง สำหรับ Shower room นั้นจะมีไว้บริการในกรณีห้องนวดเปียกซึ่งผู้รับบริการต้องอาบน้ำชำระร่างกายหลังจากทำการนวด ( กรณีเครื่องสำอางที่ต้องล้างออก หรือ โคลนทะเล) หากเป็นห้องนวดแห้ง เช่น ห้องนวดแผนไทย ซึ่งน้ำมันหอมระเหยที่ทำการนวดถูกค้ำซึมซาบเข้าสู่ผิวเพื่อบำรุงร่างกายเลยนั้น ก็ไม่จำเป็นต้องมี Shower room

การออกแบบตกแต่งภายในภายในห้องนั้น แม้แต่ละห้องจะใช้ Scheme สีแตกต่างกัน แต่ด้วย Element ต่างๆ เช่น การ Finish พื้นด้วยวัสดุไม้ Inlay กระเบื้องดินเผาเคลือบสีเซรามิก

ระบบไฟ เป็น Indirect light ได้แก่ ไฟกึ่ง ซึ่งมีการตีไซมให้ดวงโคม คล้ายคลึงกับดวงโคมไฟภายในสวน และมีการเจาะ Void ผังไฟให้แสงในลักษณะ Indirect เพื่อไม่ให้แยงตาผู้รับบริการขณะทำการนวด

ระบบปรับอากาศ เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น ( Water – cooled Water Chiller )

### 3. SALON

Theme ย่อย - NATURAL IN DREARY GARDEN

Color Scheme Summer Pallette

เนื่องจากมี Salon Reception ไว้บริการลูกค้าที่มาในร้านตัดผมโดยเฉพาะ อีกทั้งลักษณะพฤติกรรมของลูกค้าจากการศึกษา Case study จะต้องมีการนั่งรอคิวเพื่อเข้ารับบริการ ดังนั้นแม้ส่วน Salon จะอยู่ต่อเนื่องกับ Hall & Waiting area ของ Spa & Fitness 3<sup>rd</sup> FL. ซึ่งมีเก้าอี้นั่งพักคอยให้บริการอยู่แล้ว แต่ในส่วน Salon ก็ควรมี Waiting area โดยเฉพาะ

การออกแบบตกแต่งภายในนั้น เนื่องจากกิจกรรมในร้านทำผม มีลักษณะที่ควรเปิดเผยให้ผู้ที่เดินผ่านหน้าร้าน เห็นว่าภายในร้านกำลังดำเนินกิจกรรมประเภทใดอยู่ ซึ่งมีผลด้านจิตวิทยา กระตุ้นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เราให้เกิดความรู้สึก อยากใช้บริการบ้าง ดังนั้น วัสดุที่นำมาใช้ตกแต่งภายในจึงใช้กระจกใส เป็นผนังเชื่อมระหว่าง Plaza กับ Styling area เพื่อให้ผู้เดินผ่านไปมาหน้าร้านได้เห็นกิจกรรมภายใน

ด้วยเหตุที่โครงสร้างของอาคารเดิมในชั้น 3<sup>rd</sup> FL. มีความสูงถึง 6.60 ม. ( FL TO FL. ) Ceiling ในส่วน นี้จึงอยู่ในระดับที่สูงถึง 4.50 ม. เพื่อสร้าง Space ที่เปิดโล่ง เน้นความโปร่ง สบาย ลักษณะรูปแบบเฟอร์นิเจอร์มีการนำ รูปฟอร์มของผีเสื้อ และดอกไม้มาเป็นที่มาในการออกแบบ เช่น ดวงโคมในส่วน Styling area ซึ่งมีที่มาจากดอกลิลลี่ เป็นต้น

ระบบไฟ เป็น Down light

ระบบปรับอากาศ เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น  
( Water – cooled Water Chiller )

#### - MANICURE ROOM

ภายในโครงการ แบ่ง Manicure room ออกเป็น 2 ห้อง ได้แก่

- 1.V.I.P room ซึ่งสามารถใช้ห้องเพียงคนเดียวหรือ จองสำหรับทำเล็บพร้อมกันในกลุ่มเพื่อน 1-2 คน
- 2.ห้องทำเล็บรวม ซึ่งสามารถให้บริการได้สูงสุด 5 คน ในเวลาเดียวกัน

#### 4. COSMETICS SHOP

Theme ย่อย - SURROUND WITH THE COSMETICS WORLD

Color Scheme Autumn Pallette

ต้องการสร้าง Space ที่โอบล้อมให้ลูกค้าเสมือนอยู่ในโลกแห่งเครื่องสำอางอันมีที่มาจากรธรรมชาติ ใช้ Scheme สี ที่สื่อถึง ฤดูใบไม้ร่วง โดยผ่านสัจจะวัสดุได้แก่ อิฐ กระจกเบื้องดินเผา อีกทั้งเป็นวัสดุที่นิยมใช้ใน Garden room

จากการศึกษา Case study พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องสำอางควรที่จะมีส่วนทดลองสินค้า ดังนั้น โครงการฯ จึงจัดให้มีส่วนนี้ขึ้น โดม มีทั้งส่วนที่ทดลองสินค้าด้วยตัวเอง อยู่กลางร้านเพื่อสะดวกสำหรับพนักงานในการระวังความปลอดภัยของสินค้า อีกทั้งยังมีส่วนทดลองสินค้าที่มีพนักงานคอยบริการให้ ซึ่งในส่วนนี้นั้นมี Counter top lavatory สำหรับให้ลูกค้าได้ล้างมือในกรณีที่ทดลองสินค้าประเภทที่ต้องล้างมือ เช่น ครีมล้างหน้า สบู่ล้างมือ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|               |   |
|---------------|---|
| ระบบไฟ        | เป็น Down light   |
| ระบบปรับอากาศ | เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น<br>( Water – cooled Water Chiller ) |

## 5. HEALTHY RESTAURANT

Theme ย่อย - LISTEN TO MUSIC IN SUMMER GARDEN

Color Scheme Summer Pallete

ฤดูที่มีการเล่นดนตรีกลางแจ้งมากที่สุด ก็คือ ฤดูร้อน อีกทั้งการฟังดนตรีคลอ ขณะรับประทานอาหารช่วยให้เพลิดเพลินและผ่อนคลายยิ่งขึ้น เฟอร์นิเจอร์ที่นำมาใช้ คือ เก้าอี้หวาย ซึ่งโปร่ง เบา เหมาะแก่ หน้าร้อน ผ้าบุเฟอร์นิเจอร์ใช้ลาย Floral paint ยิ่งเพิ่มความรู้สึกสดใส นำ Decorative element ที่ใช้ในโครงการมาสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียว

การจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์นั้น แบ่งพื้นที่รับประทานอาหารออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. Flexible zone
2. Inflexible zone

เพื่อให้สะดวกต่อการปรับเปลี่ยนในกรณีแขกมาเป็นหมู่คณะจำนวนมาก การจัดโต๊ะใหม่เพื่อต้อนรับแขก หากทำเป็นโซนแล้วนั้น จะทำให้ไม่ยุ่งยากและไม่รบกวนแขกกลุ่มอื่น

การตกแต่งระนาบเพดานนั้น ใช้การเล่นแสงและนำวัสดุมาช่วยในการสร้างบรรยากาศ การนั่งรับประทานอาหารได้แสงแดดรำไร ด้วยการนำกระจกพ่นทรายและกระจกสีมาใช้ โดยนำหลอดไฟฟลูออเรสเซนต์มาใช้ในการเล่นแสงให้แสงผ่านกระจกฝ้าลงมาสู่เบื้องล่างที่มีการนั่งรับประทานอาหารอยู่

พื้น - ใช้กระเบื้องดินเผาเคลือบ สร้าง Natural touch

|               |   |
|---------------|---|
| ระบบไฟ        | เป็น ฟลูออเรสเซนต์  |
| ระบบปรับอากาศ | เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น<br>( Water – cooled Water Chiller ) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. HEALTHY SHOP

Theme ย่อย - HARVEST FRESH FRUITS MIDDLE THE GARDEN

Color Scheme Summer Pallette

สร้างความน่าสนใจด้วยพีระระบบ Hydroponics ซึ่งปลูกในสารอินทรีย์ไม่ใช่ดิน มาปลูกในร้านให้ลูกค้าได้มาเก็บสดๆจากต้น ด้วยการสร้างสภาพแวดล้อมให้เหมือนกลางแจ้งจริงๆ ด้วยฝ้าเพดานที่สูง Paint ภาพท้องฟ้า เสมือนกลางแจ้ง

ภายในร้านมี Storage room สำหรับเก็บผัก ผลไม้ ซึ่งรับจากผู้ผลิตและเป็นสต็อกไว้ โดยมีตู้เย็นขนาดใหญ่สำหรับแช่เย็นผัก ผลไม้ ด้วย

พื้น - ใช้กระเบื้องดินเผาเคลือบ

ระบบไฟ

เป็น ไฟฟลูออเรสเซนต์ชนิด Warm White ในส่วนที่ให้ความส่องสว่างภายในร้าน สำหรับส่วนที่เป็นพีระระบบ Hydroponics อันต้องอาศัยแสงที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับแสงอาทิตย์ เพื่อช่วยในการเจริญเติบโตนั้น ใช้ดวงโคมที่มีหลอด High intensity bulb (Halidesodium) ซึ่งเป็นหลอดไฟประเภทหนึ่งที่มีคุณสมบัติให้แสงคล้ายกับแสงอาทิตย์

ระบบปรับอากาศ

เป็นแบบระบายความร้อนด้วยน้ำที่ใช้เครื่องทำน้ำเย็น ( Water – cooled Water Chiller )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# CONCEPT DESIGN



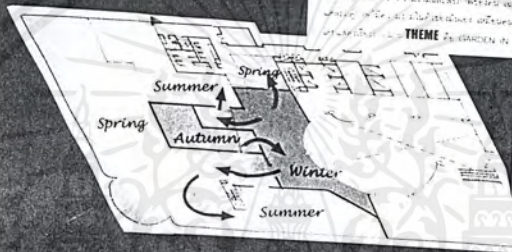
แนวคิด คือ การคิดค้นหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่



## SEASON CHANGE

การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลมีผลต่อการเลือกพรรณไม้และการดูแลรักษาในสวน

THEME



| SCOPE OF WORK | รายละเอียด         | ลักษณะงาน          | ชนิดไม้ที่จะใช้ปลูก |       |         | ฤดูกาล |
|---------------|--------------------|--------------------|---------------------|-------|---------|--------|
|               |                    |                    | ไม้                 | ไม้   | ไม้     |        |
| PLANTING      | การปลูกต้นไม้ในสวน | การปลูกต้นไม้ในสวน | ไม้ดอก              | ไม้ใบ | ไม้พุ่ม | SPRING |
| MAINT.        | การดูแลรักษาต้นไม้ | การดูแลรักษาต้นไม้ | ไม้ดอก              | ไม้ใบ | ไม้พุ่ม | SUMMER |
| PRUNING       | การตัดแต่งต้นไม้   | การตัดแต่งต้นไม้   | ไม้ดอก              | ไม้ใบ | ไม้พุ่ม | SUMMER |
| ...           | ...                | ...                | ...                 | ...   | ...     | AUTUMN |
| ...           | ...                | ...                | ...                 | ...   | ...     | SPRING |
| ...           | ...                | ...                | ...                 | ...   | ...     | WINTER |



SPRING PALLETTE



SUMMER PALLETTE



WINTER PALLETTE



AUTUMN PALLETTE

เอกสารนี้เป็นเอกสาร...  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
การทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## CONCEPT DESIGN

**THEME ... - HARVEST FRESH FRUITS MIDDLE THE GARDEN**

การนำเสนอแนวคิดในการจัดสวนที่เน้นการนำผลไม้สดมาจัดสวน โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ และใช้โทนสีที่สดใสและอบอุ่น

**THEME ... - REFRESHING YOUR LIFE IN WONDERFUL GARDEN**

การนำเสนอแนวคิดในการจัดสวนที่เน้นการนำธรรมชาติมาจัดสวน โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ และใช้โทนสีที่สดใสและอบอุ่น

**THEME ... - NATURAE IN DREARY GARDEN**

การนำเสนอแนวคิดในการจัดสวนที่เน้นการนำธรรมชาติมาจัดสวน โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ และใช้โทนสีที่สดใสและอบอุ่น

**THEME ... - LISTEN TO MUSIC IN SUMMER GARDEN**

การนำเสนอแนวคิดในการจัดสวนที่เน้นการนำธรรมชาติมาจัดสวน โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ และใช้โทนสีที่สดใสและอบอุ่น

## CONCEPT DESIGN

**THEME ... - SUBURB WITH THE COSMETICS WORLD**

การนำเสนอแนวคิดในการจัดสวนที่เน้นการนำธรรมชาติมาจัดสวน โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ และใช้โทนสีที่สดใสและอบอุ่น

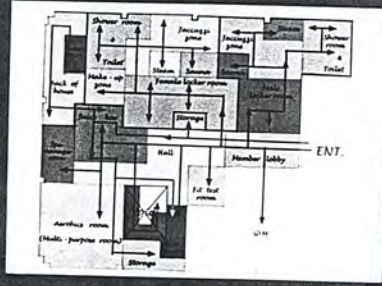
**THEME ... - GARDEN IN WINTER CELEBRATION**

การนำเสนอแนวคิดในการจัดสวนที่เน้นการนำธรรมชาติมาจัดสวน โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ และใช้โทนสีที่สดใสและอบอุ่น

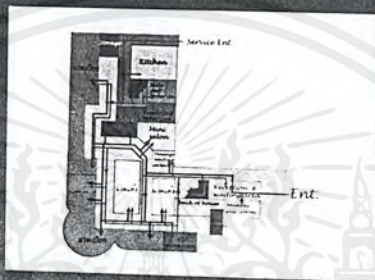
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไมออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่แบบลงเผยแพร่ต่อผู้อื่นถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

The Natural Health & Beauty center

# ZONING



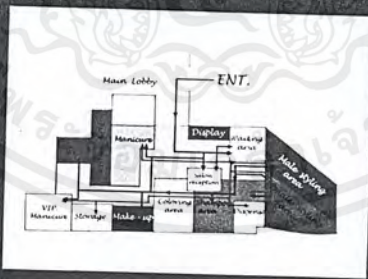
SPA & FITNESS FLOOR 4<sup>th</sup>



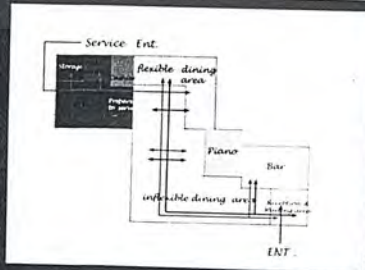
SPA & FITNESS FLOOR 3<sup>rd</sup>



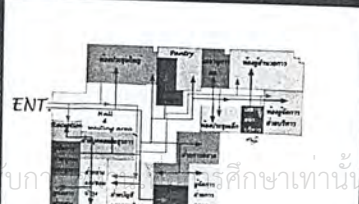
# ZONING



SALON

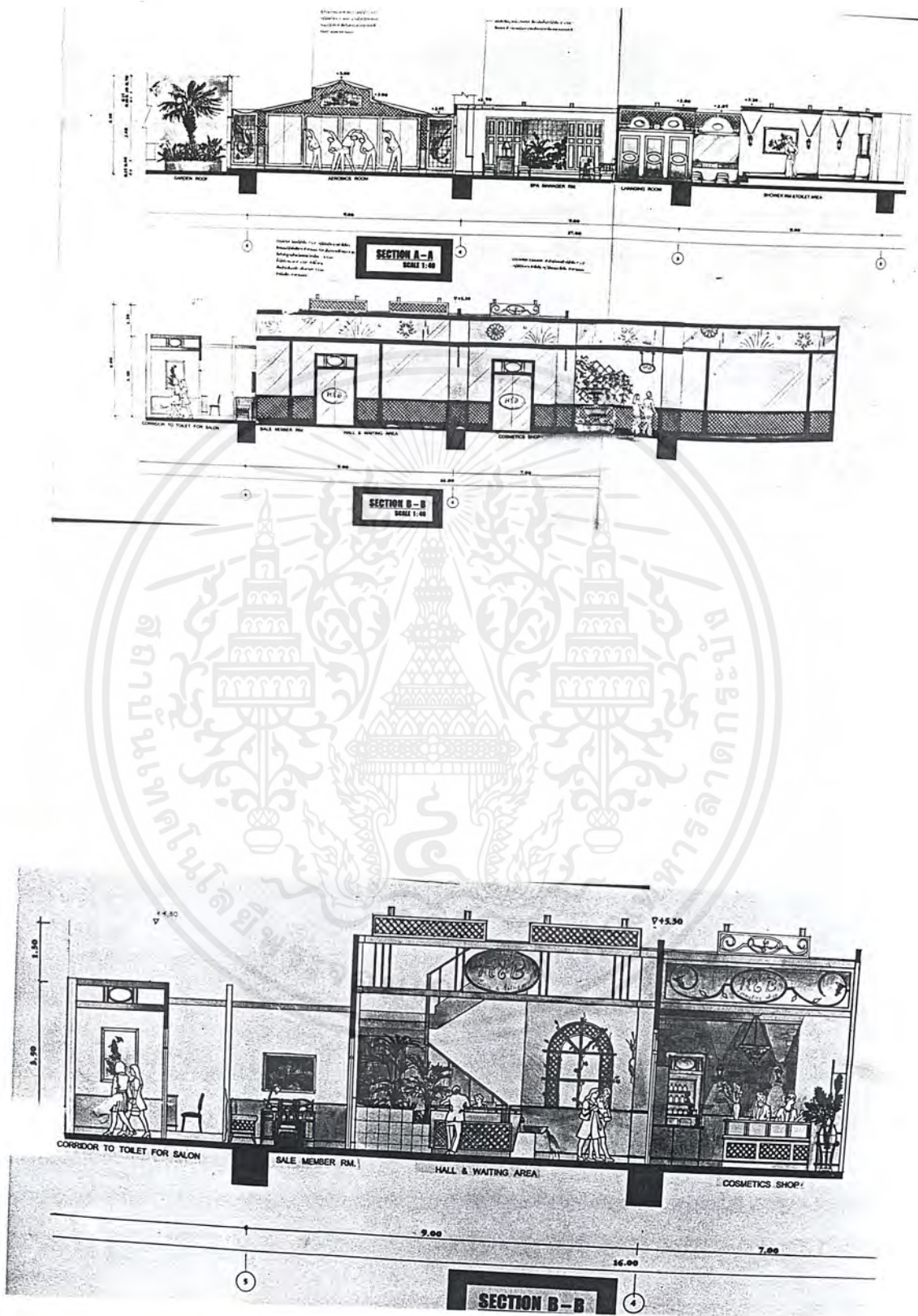


HEALTHY RESTAURANT

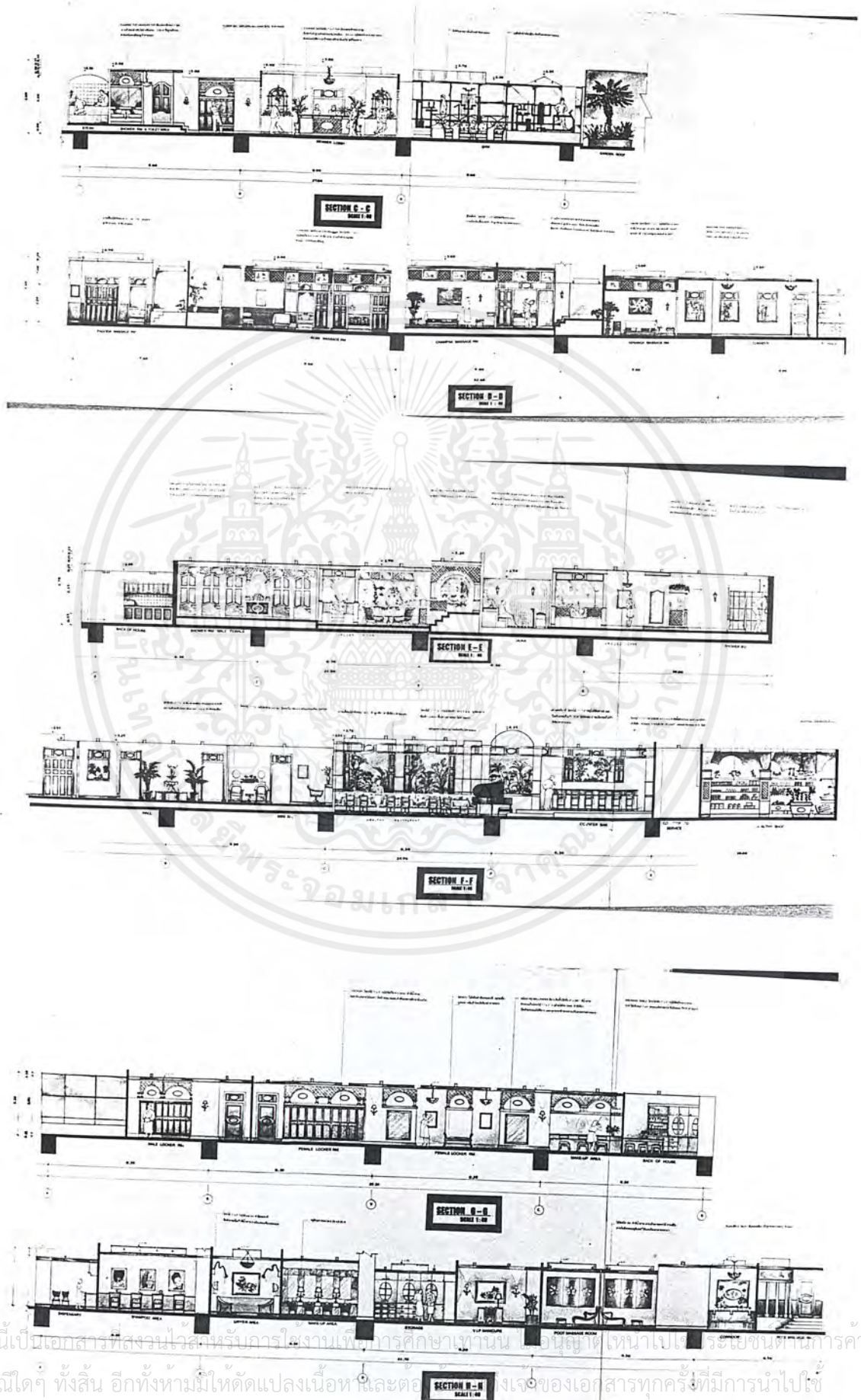


OFFICE

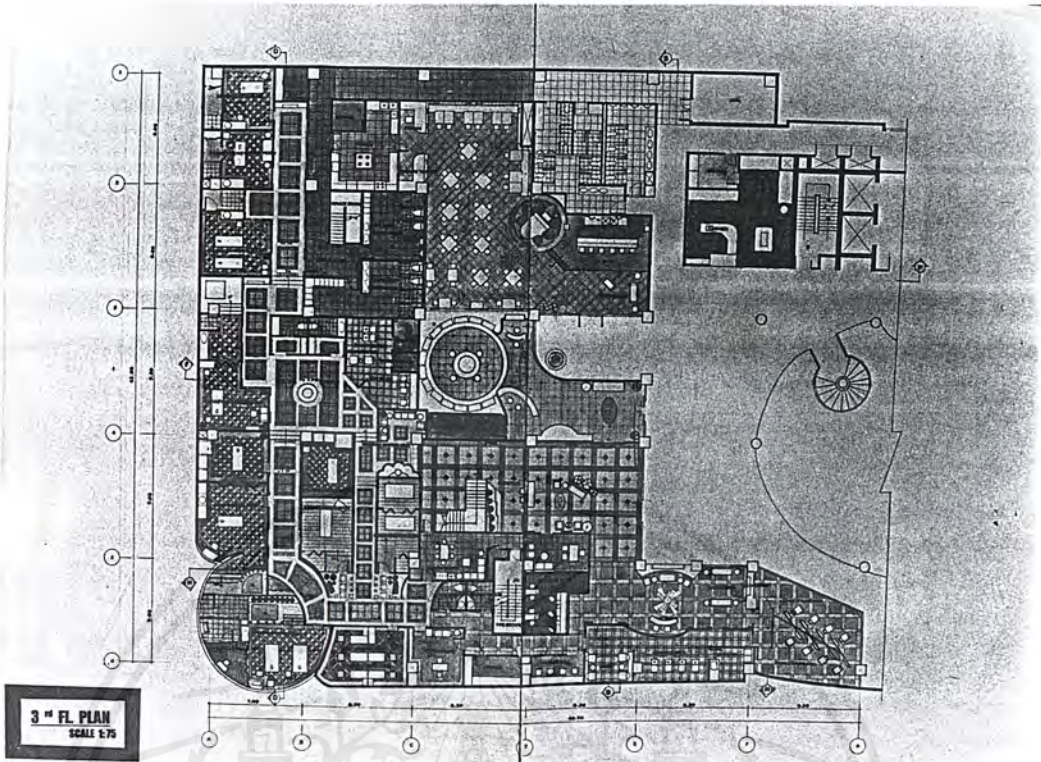
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่... บกกา... ศึกษาเท่านั้น... ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า...  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น... ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึง... ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



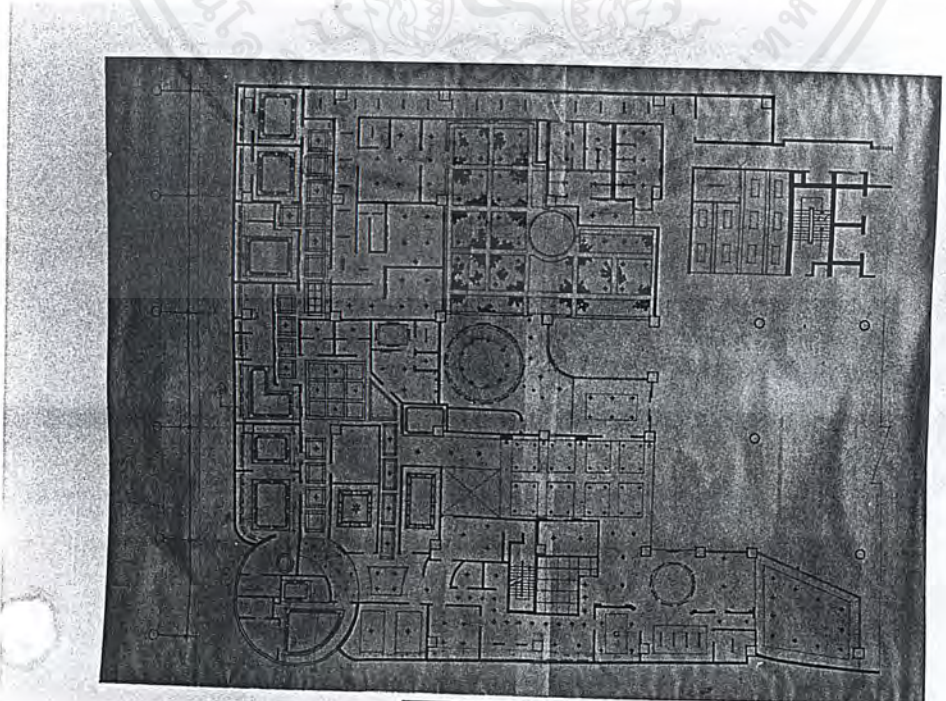
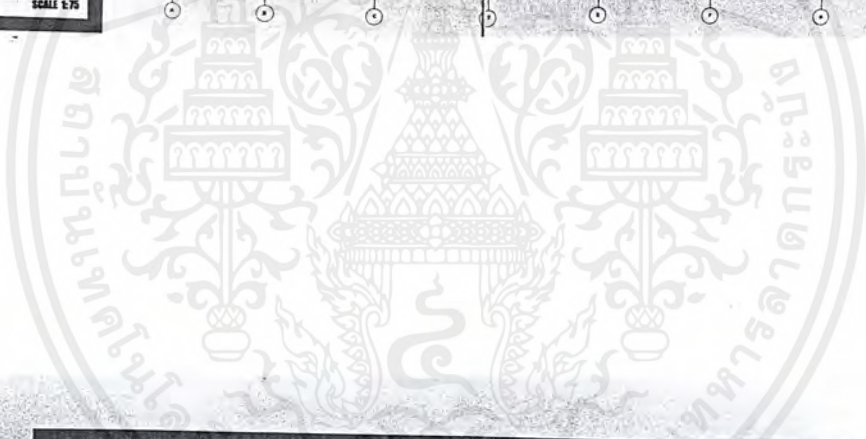
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เอนสู่ได้เหินาไปเงิ ระเขยชนทานการค้ำ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต่อ ึ่งเงงของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

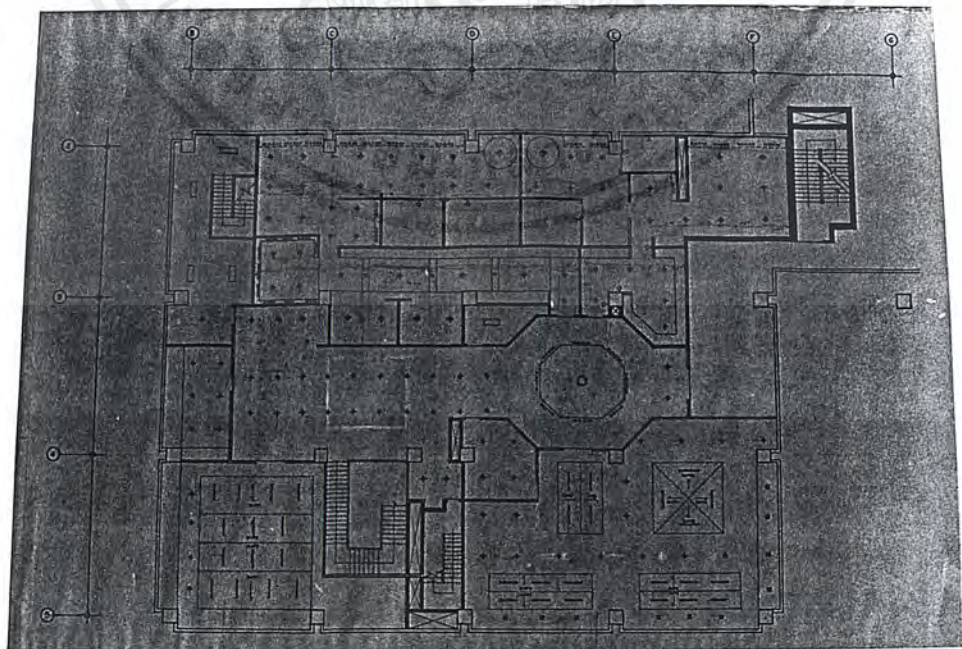
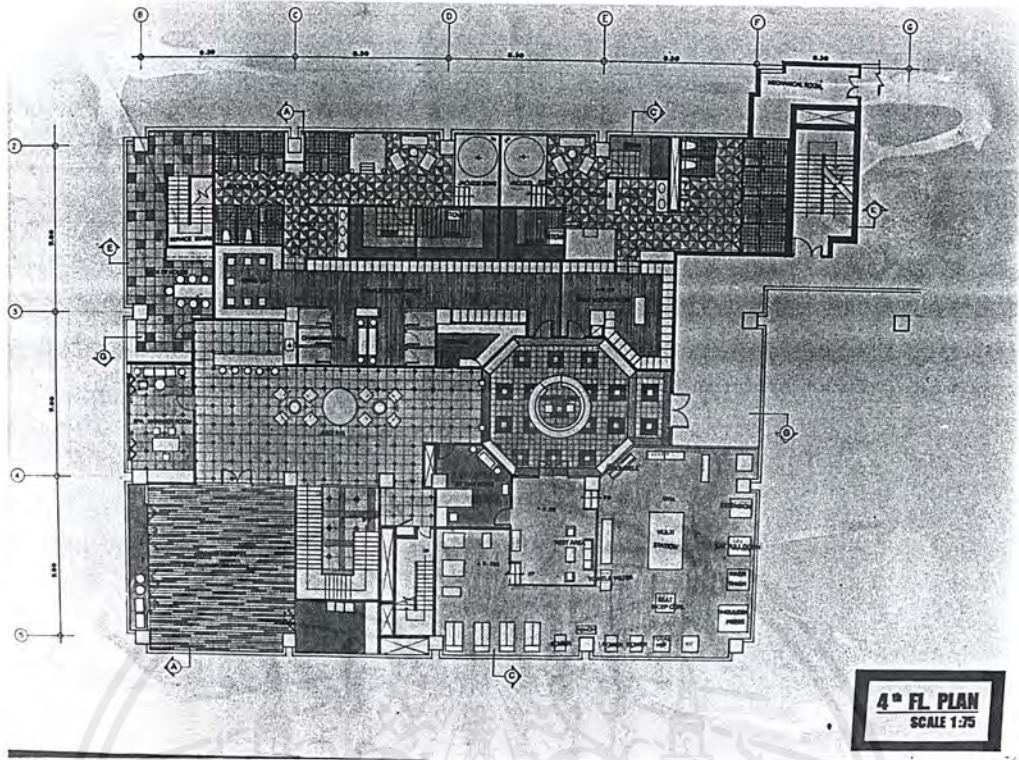


3<sup>rd</sup> FL. PLAN  
SCALE 1:75



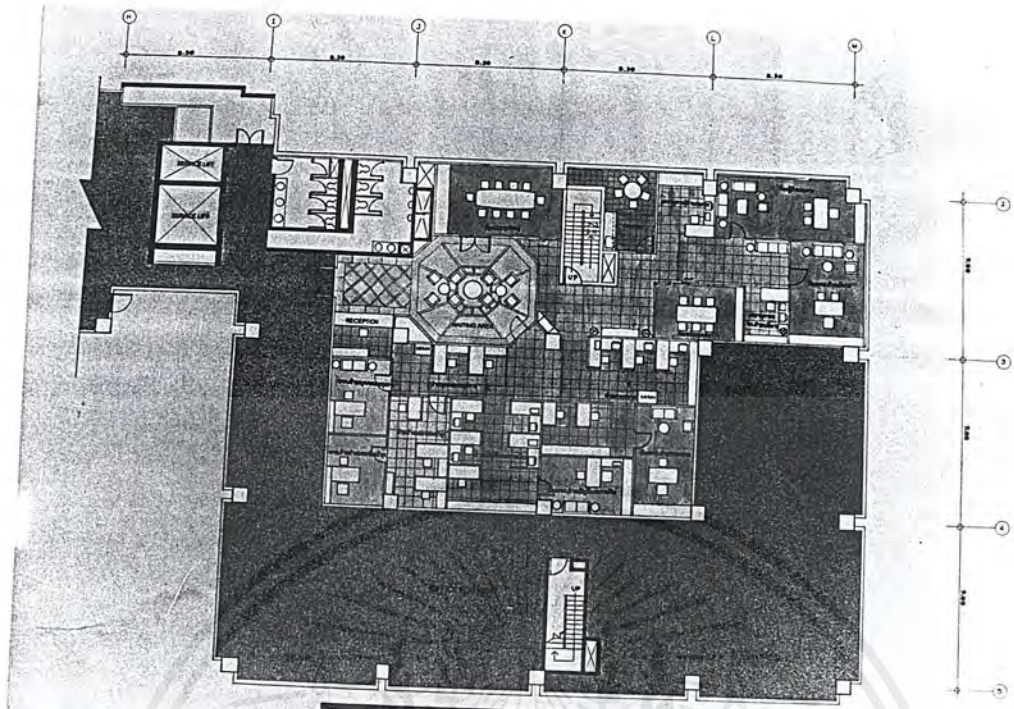
3<sup>rd</sup> REFLECTED CEILING PLAN  
SCALE 1:75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งาน ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

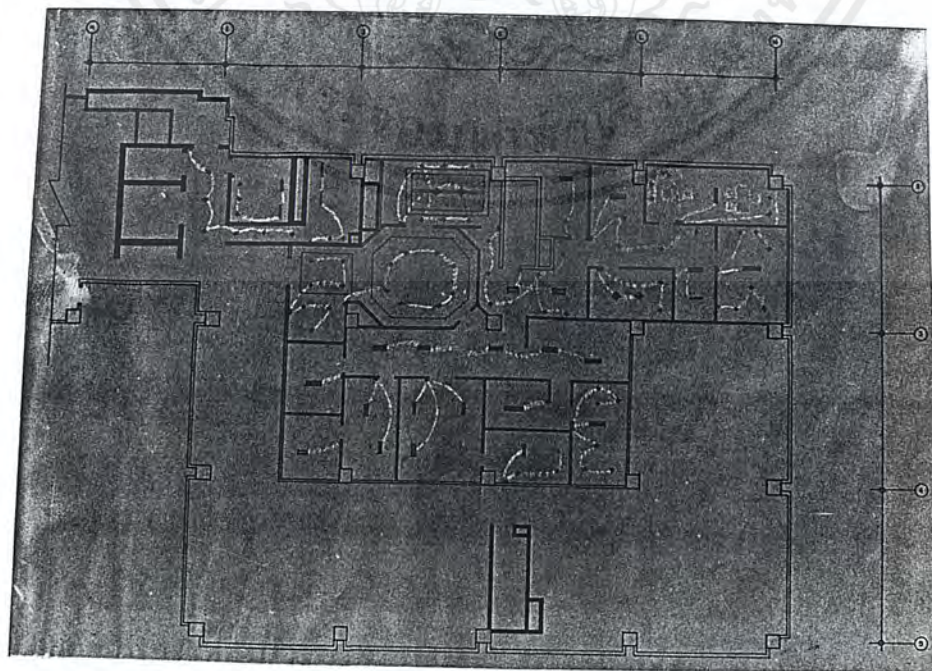


**4-REFLECTED CEILING PLAN (SPA & FITNESS)**  
SCALE 1:75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

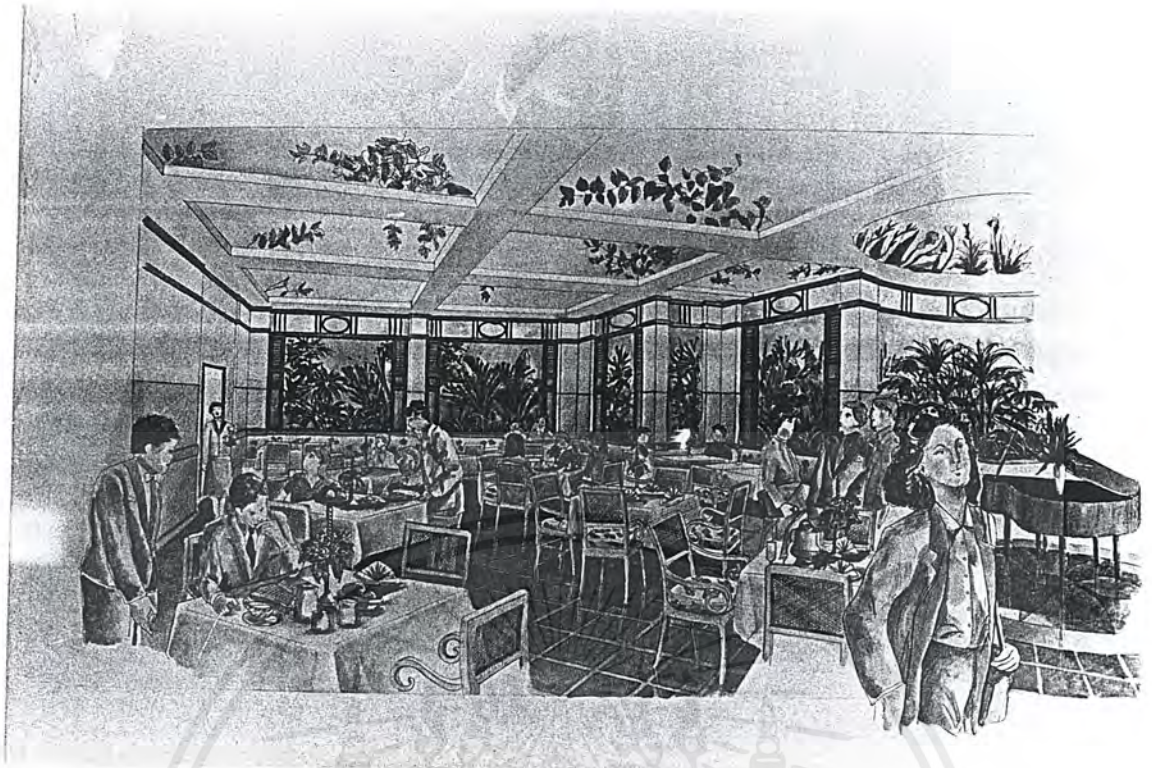


**4<sup>th</sup> FL. PLAN [OFFICE AREA]**  
SCALE 1:75

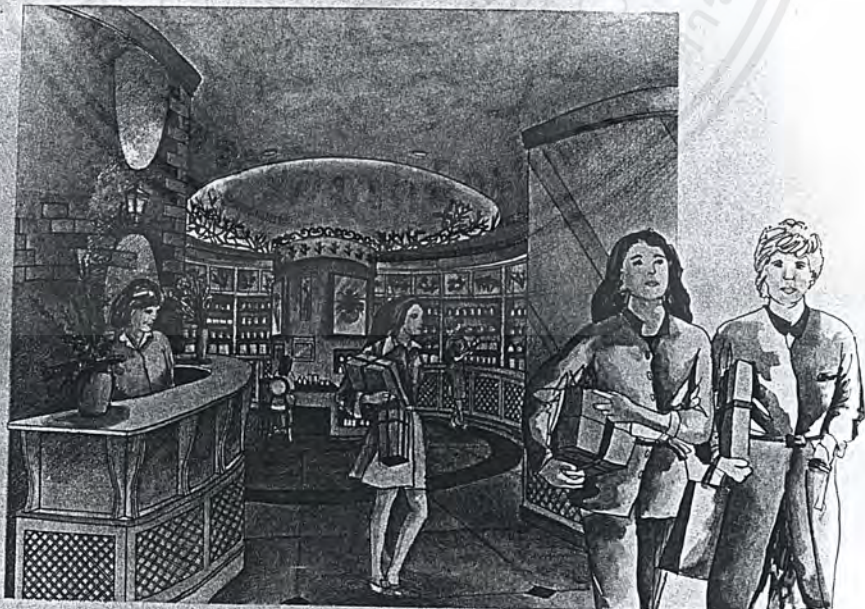


**4-REFLECTED CEILING PLAN [OFFICE AREA]**  
SCALE 1:75

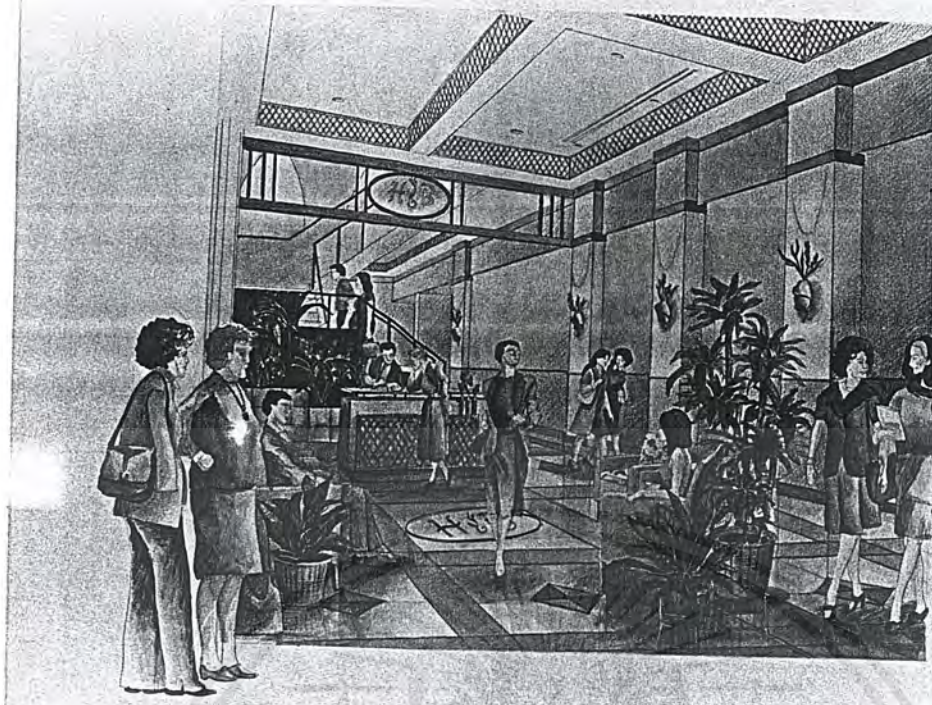
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ **4-REFLECTED CEILING PLAN [OFFICE AREA]** โปรดให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



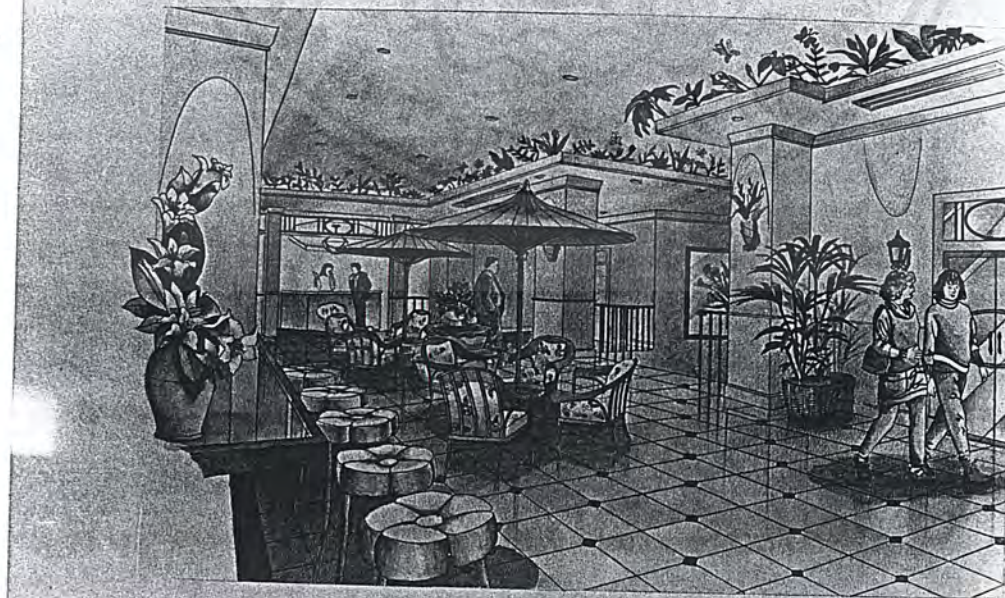
## HEALTHY RESTAURANT



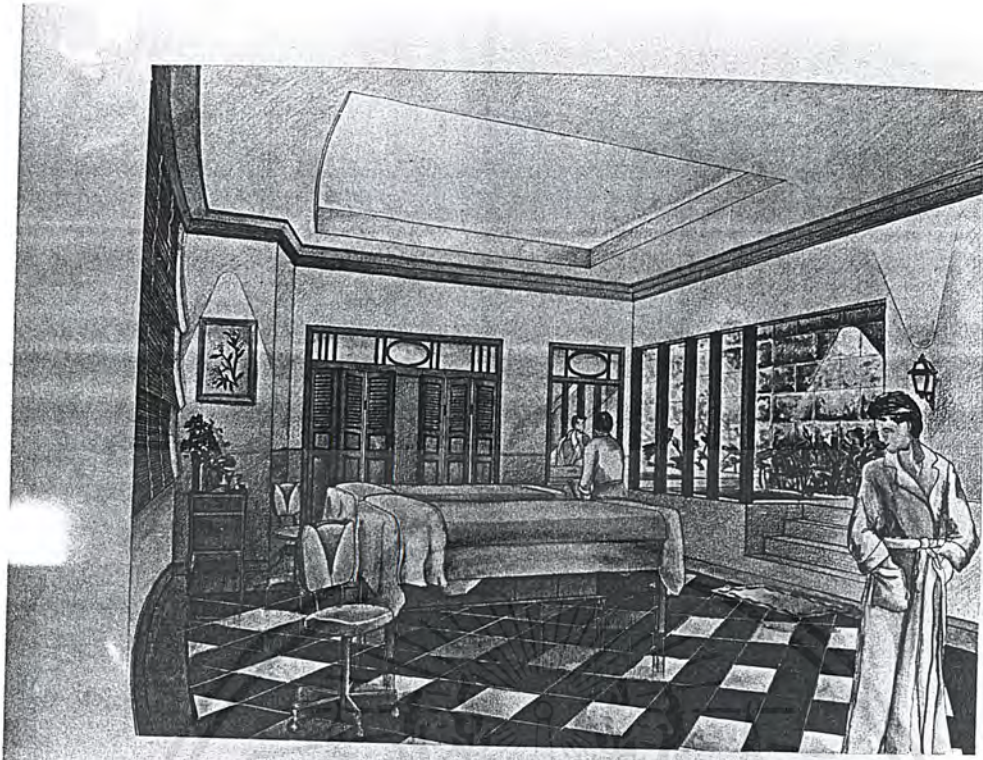
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ **COSMETICS SHOP** ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## MAIN LOBBY



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการ **JUICE BAR** เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

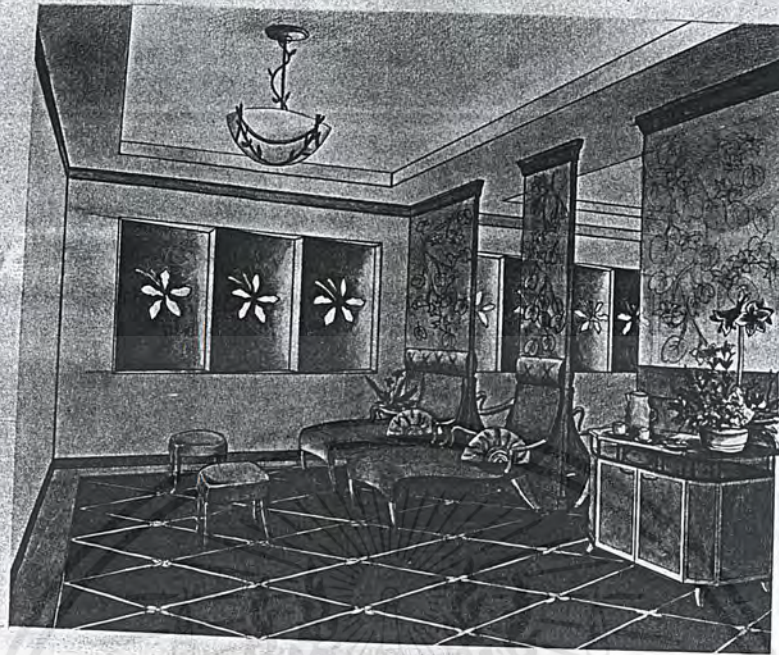


**PAGODA MASSAGE ROOM**



**JASMINE MASSAGE ROOM**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

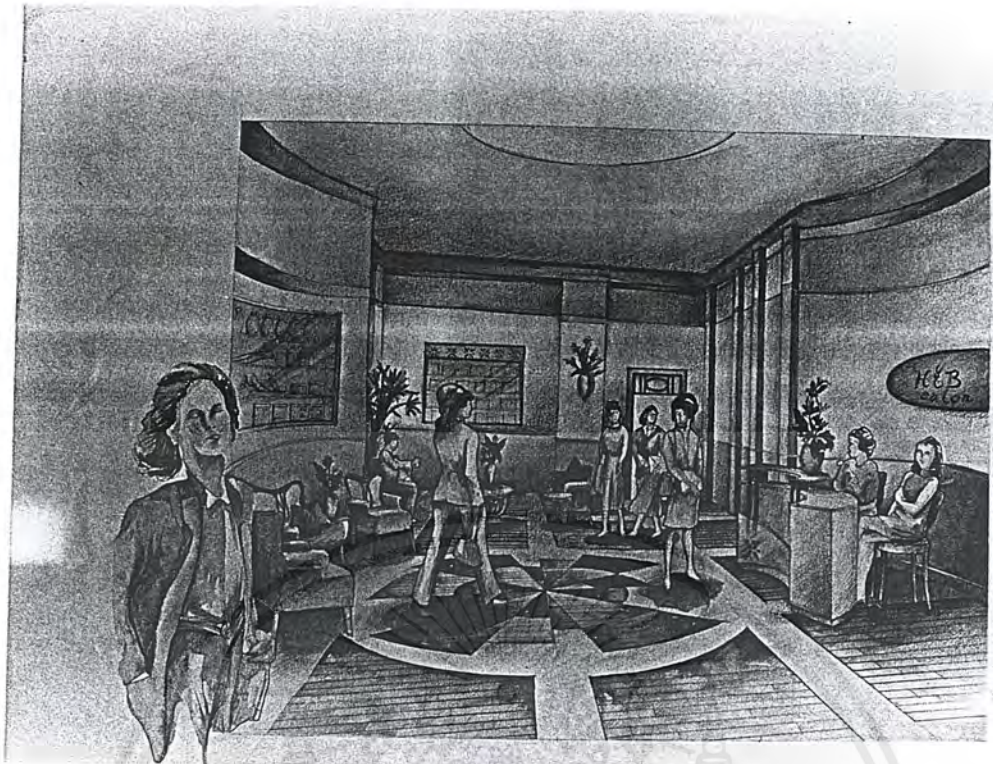


**MANICURE ROOM**

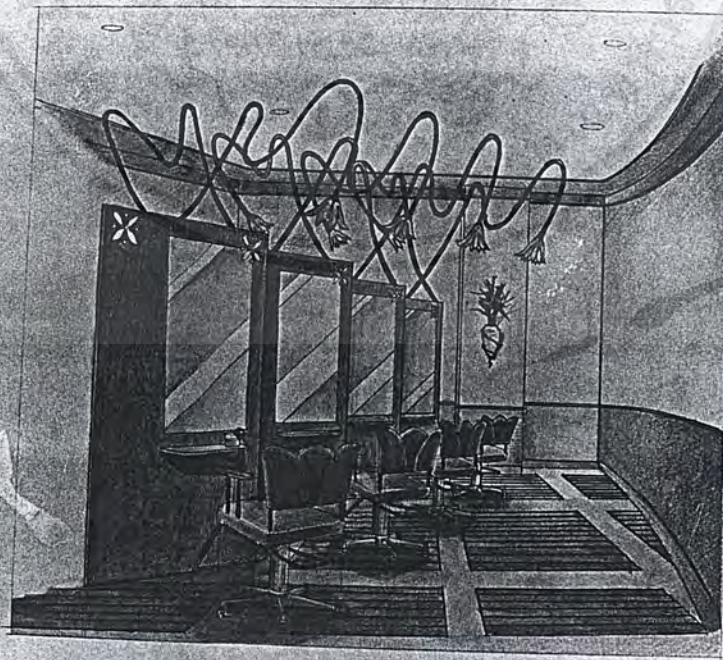


**FOOT MASSAGE ROOM**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เฉพาะซึ่งออกถึงสมาชิกเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

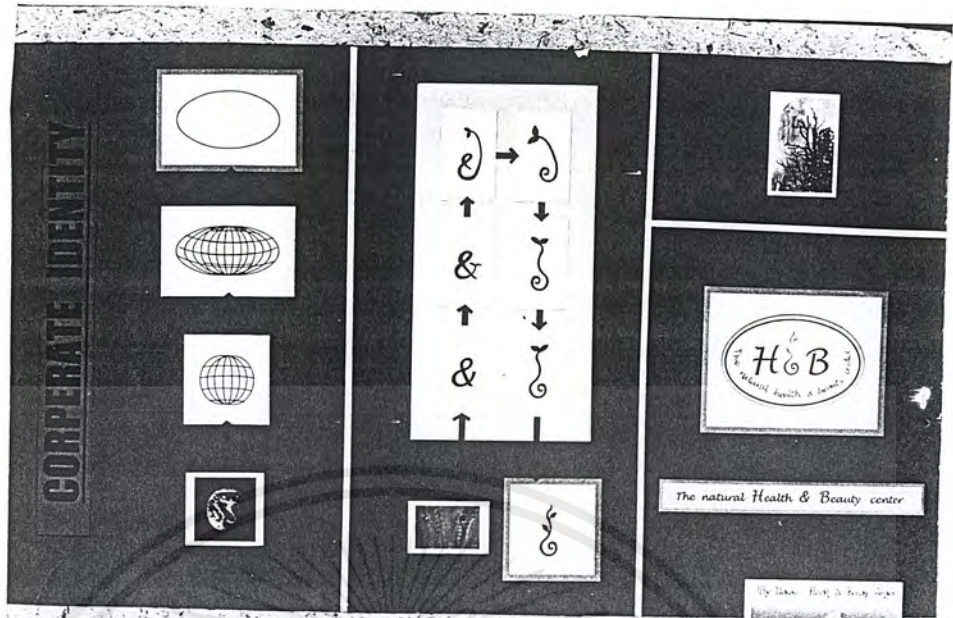


## SALON RECEPTION

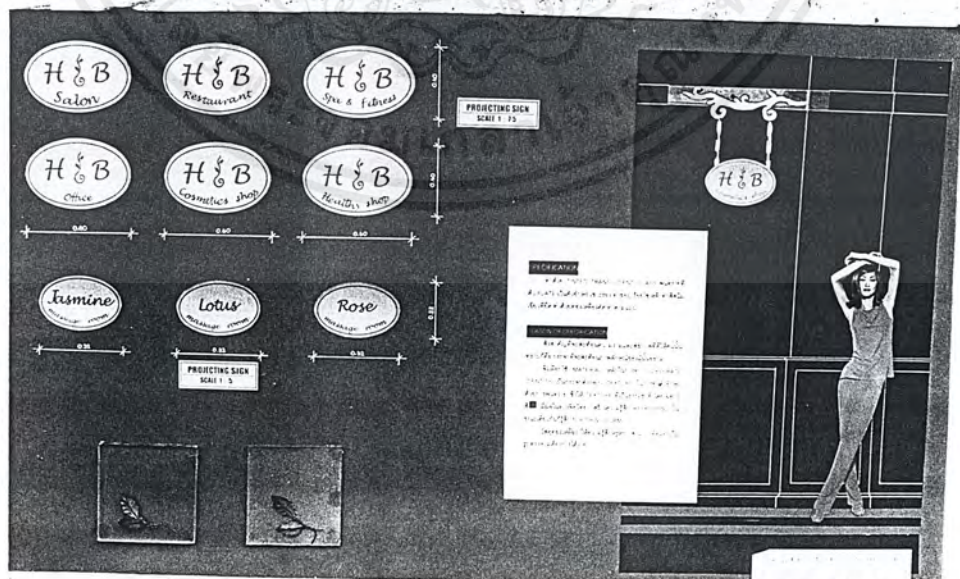


## STYLING AREA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



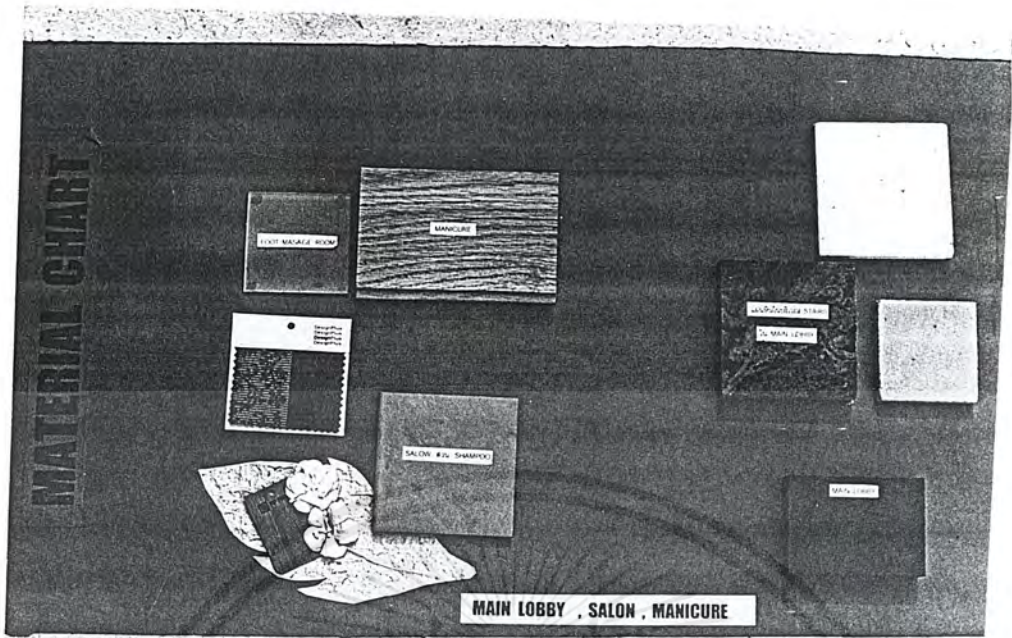
The Natural Health & Beauty Center



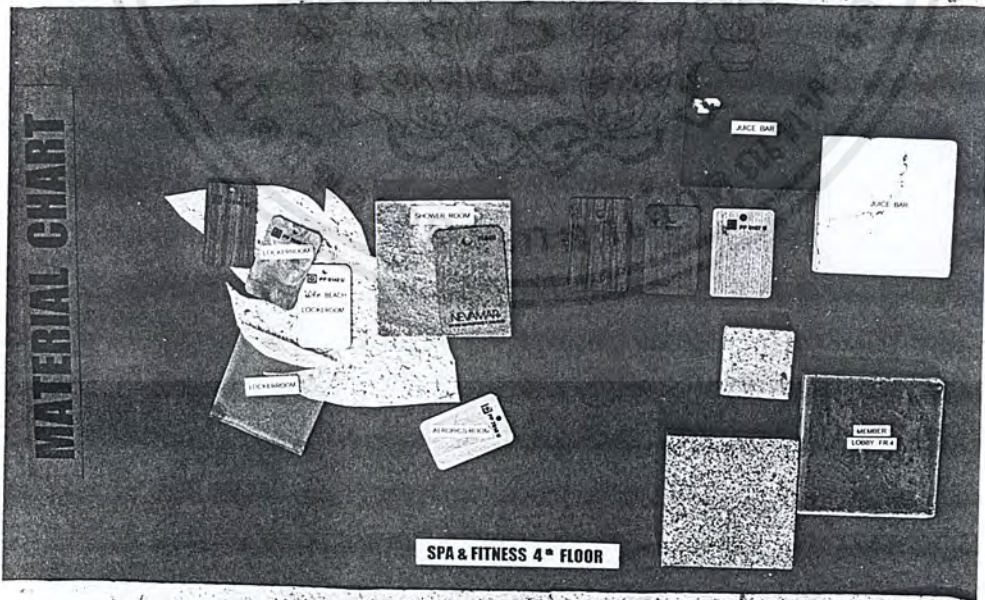
The Natural Health & Beauty Center



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## MATERAIL CHART



## MATERAIL CHART

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

นางสาว นิรมล วงศ์สิริทรัพย์, โครงการเสนอแนะ ศูนย์ธรรมชาติบำบัดและพัฒนา  
สุขภาพ, วิทยานิพนธ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2539

นางสาว ศิริวรรณ ลีวัจนกุล, โครงการเสนอแนะ ศูนย์สุขภาพอุทยานแห่งชาติแจ้  
ซ้อน, วิทยานิพนธ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน สถาบัน  
เทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2541

นพ. บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล, ธรรมชาติบำบัด – วิถีสุขภาพแนวใหม่, สำนักพิมพ์  
รวมธรรมส์, 2539

นิตยสาร พลอยแกมเพชร, สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการกดจุดนวดฝ่าเท้า, ปีที่ 6 ฉบับ  
ที่ 126 รายปีกร์ 30 เม.ย. 2540 หน้า 166 - 173

นิตยสาร INTER – DÉCOR, BEAUTY SALON, ปีที่ 1 ฉบับที่ 12 สิงหาคม 2540

KATE HENSLER FOGARTY, HEALTH CLUBS ARCHITECTURE &  
DESIGN : PBC INTERNATIONAL ., INC, 1998 .

SPA FINDER MAGAZINE, WORLDWIDE DIRECTORY OF SPAS, SPRING  
, 1999.

MODERN SALON, VOLUME 84 NUMBER 1, JANUARY, 1998 .

ELLE THAILAND, HEALTH & BEAUTY SPECIAL, NO. 31, พฤษภาคม 2540

POOL & SPA LIVING, VOLUME 3 NO.2, JUNE, 1999 .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

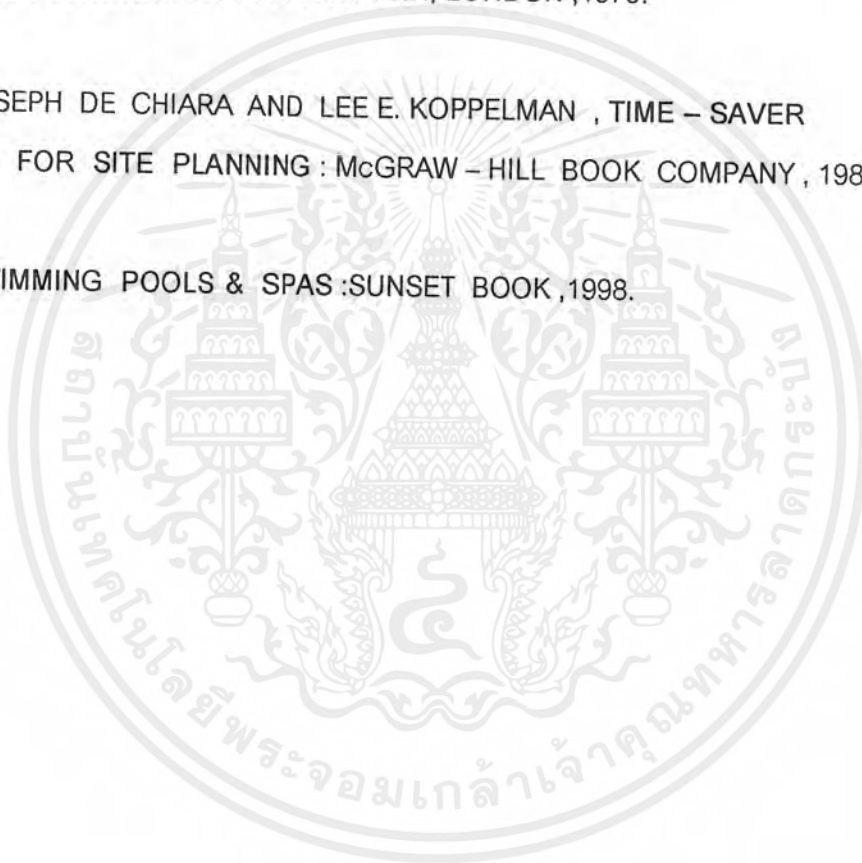
FRANCISCO ASENSIO CERVER , COMMERCIAL SPACE ; SHOP  
WINDOWS COSMETICS : ARCO EDITORIAL SA , 1996.

RUDOLPH HERZ , FRIBA , DR., ING , ERNST NEUFERT ARCHITECTS ‘  
DATA : CROSBYLOCKWOOD STAPLES , LONDON ,1970 .

JULIUS PANERO & MARTIN ZELNIK , HUMAN DIMENSION & INTERIOR  
SPACE : THE ARCHITECTURAL PRESS LTD., LONDON ,1979.

JOSEPH DE CHIARA AND LEE E. KOPPELMA , TIME – SAVER  
STANDARD FOR SITE PLANNING : MCGRAW – HILL BOOK COMPANY , 1984.

SWIMMING POOLS & SPAS : SUNSET BOOK , 1998.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาคผนวก

### การใช้วัสดุในการตกแต่งที่เหมาะสม

#### 1. วัสดุประเภทหิน ( BRICK WORK )

วัสดุประเภทหินสำหรับผนังภายใน และผนังภายนอกสำหรับอาคารชุดนี้ว่าเหมาะสมที่สุดที่จะกรุด้วยวัสดุประเภทหินอันได้แก่ หินประเภทเนื้อละเอียดสามารถทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ หรือใช้กันผนังและพื้นที่ใช้งานสมบุกสมบัน ตลอดจนเนื้อที่ที่คนพลุกพล่าน เพราะหินทนทานต่อการสัมผัส และทำความสะอาดง่าย และหินยังมีคุณสมบัติที่ให้ความงดงาม ประทับใจ มีค่า หูหระ วัสดุประเภทหินแยกประเภทได้ดังต่อไปนี้

#### หินอ่อน (TRAVERTINE )

เป็นหินที่สามารถทนสกปรกได้ดี ทนต่อสารเคมีได้บางชนิด ซึ่งจะใช้หินอ่อนกับผนังภายในเป็นส่วนมาก หินอ่อนให้ลักษณะที่มีคุณค่าด้านความงดงาม มากกว่าหินประเภทอื่นๆ มีสีให้เลือกหลายสี ขาว ดำ เทา ชมพู เขียว เนื้อ น้ำตาล เป็นต้น หินชนิดนี้ทนกับน้ำหนักปานกลาง ทนต่อการขีดสี ไม่เก็บเสียง หูหระ และมีผิวหน้าที่ดูสวยงามถ้าถูกน้ำมัน อาจต่างเป็นดวง มีทั้งด้านและมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำที่ต้องการความหูหระ วิธีปู ปูบนปูนทราย 1/3 หนา 1/3" ขนาดความหนาของแผ่นจะเป็น 3/4" และ 1"

#### หินแกรนิต ( GRANITE )

ส่วนมากมักใช้กรุผนัง หรือพื้นทางเดินต่างๆ เนื่องจากเป็นหินที่แข็งที่สุด เนื้อแน่นและทนทาน เมื่อขัดให้ขึ้นเงาจะมีลักษณะคล้ายหินอ่อน และบำรุงรักษาความสะอาดได้ง่าย

#### หินชนวนหรือหินกาบ (SLATE )

เกิดจากการนำก้อนหินชนิดนี้มาแชะเป็นแผ่นบางๆ ซึ่งมีผิวหน้าเรียบ หินชนวนมีสีต่างๆ ให้เลือก ได้แก่ สีดำ สีฟ้า และสีน้ำตาล มีราคาแพงอยู่บ้าง แต่ประหยัดค่าดูแลบำรุงได้ดี

#### หินหล่อ

ได้แก่ วัสดุประเภทผสมซีเมนต์ คูมีคุณค่าไม่น้อยกว่าหินแท้ แต่มีความงดงามทนทานและบำรุงรักษาได้ง่ายเท่ากับหินแท้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนหินชนิดอื่นๆที่ไม่ได้นำมากล่าว ณ ที่นี้ ได้แก่ LIMEATONE TRAVERTINE AND FIELD STONE

### หินอ่อนเทียม

ทำจากหินอ่อนผสมสารเคมี ทำเป็นแผ่น มีสีและลวดลายตามความต้องการของผู้ใช้ สามารถทำเป็นรูปร่างต่างๆ ได้ เช่น หล่อเป็นลวดลายต่างๆ ได้ ทนกรด ทนด่าง และสารเคมี ทำความสะอาดง่าย มีผิวเรียบเนียน น้ำหนักเบากว่าหินอ่อนธรรมชาติ ราคาถูกกว่า สามารถนำไปปูพื้น กรุผนังทั้งภายในและภายนอก ทำลวดลาย FURMOTURE

## 2. วัสดุประเภทหินเผา

วัสดุประเภทหินเผา เช่น อิฐ กระเบื้อง และ CERAMIC สามารถใช้กรุพื้นและผนังราคาถูกกว่า หิน ทนทานต่อดินฟ้าอากาศ ทนต่อการสึกกร่อน บำรุงรักษาง่าย ตลอดจนมีสีสดสวยให้เลือกได้มากกว่าสวยงามถ้าถูกน้ำมัน อาจต่างเป็นดวง มีทั้งด้านและมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำที่ต้องการมีความหรูหรา วิธีปู ปูบนปูนทราย 1/3 หน้า 1/3 " ขนาดของความหนาของแผ่นจะเป็น 3/4" และ 1"

### อิฐ

อิฐสามารถนำมาใช้ได้โดยสีธรรมชาติของมัน หรือทาสีทับ สีธรรมชาติมีสีแดง สีส้ม สีเหลือง สีเทา ขาว ราคาถูกกว่าหิน คงทนและง่ายต่อการรักษา

### กระเบื้อง

เป็นวัสดุที่สามารถใช้ได้ทั้งพื้นและผนัง ใช้ได้ทุกห้องตามที่ต้องการและเหมาะสมกับสภาพดินฟ้าอากาศ และทนต่อผลจากน้ำเค็มได้เป็นอย่างดี และยังมีหลายขนาด หลายแบบ และหลายสีมาให้เลือกได้ตามความพอใจ แบ่งเป็น 2 ชนิด

กระเบื้องที่ผลิตในประเทศ มีทั้งผลิตด้วยมือคนและเครื่องจักร ซึ่งนับได้ว่ามีคุณภาพดีทั้งทางความคงทนและสวยงามใกล้เคียงกับของต่างประเทศ ส่วนที่ผลิตด้วยมือเมื่อเวลาปูซึ่งการผลิตมักจะได้ขนาดสีที่ไม่เท่ากับบางแผ่น อาจมีการโค้งงอ ลักษณะไม่เท่ากันนับเป็นความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือขึ้นค่า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดงามอีกแบบสำหรับผู้ที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ ได้แบ่งคุณภาพของกระเบื้องออกเป็น  
เกรดต่างกัน คือ เกรด A , B และ C มีและไม่มีตำหนิตามเกรด บางชนิดจะผลิตเฉพาะการสั่ง  
ซื้อของสถาปนิกเท่านั้น

### 3. วัสดุประเภทผสมเหลว ( MOLDABLE MATERIALS )

วัสดุผสมเหลวไม่ว่าเป็นวัสดุที่ใช้เชื่อมต่อกับอิฐ หรือใช้ฉาบหน้าของผนังและพื้นอ่อนเป็นวัสดุ  
ที่ใช้กันมากและจำเป็นสำหรับอาคาร เนื่องจากการกรุวัสดุบนผนังหรือพื้นย่อมต้องการวัสดุ  
เหล่านี้ เช่น อิฐ หิน กระเบื้อง TERRAZZO และ TERRA COTTN เป็นต้น วัสดุผสมเหลวเหล่า  
นี้ยังแบ่งออกเป็น

#### PLASTER AND STUCCO

##### PLASTER

มีลักษณะหนาเรียบ มีส่วนประกอบของยิบซัม, น้ำ ,ทราย และหินปูน ( คือปูนฉาบเรียบนั้น  
เอง )

##### STUCCO

ประเภทปูนปั้นการทำ STUCCO นิยมฉาบให้ขรุขระหรือปูเป็นลวดลาย ส่วนผสมนี้จะแข็งแรง  
นิยมใช้กับงานภายนอกอาคาร

ปูนฉาบเป็นวัสดุที่คงทนและประหยัดมากที่สุด แต่ยากแก่การดูแลรักษา งานฉาบต้องใช้  
เวลาการทำงานมากทำให้ส่วนอื่นๆของอาคารสกปรก ทั้งยังไม่อ่อนตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอีก  
ด้วย ดังนั้น PLASTER AND STUCCO จึงไม่ควรใช้กับผนังโดยทั่วไป แต่เหมาะกับผนังที่ซึ่งอยู่  
โดยรอบอาคารซึ่งเป็นผนังชั้นนอก ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลง อีกต่อไป ทั้งยังเหมาะแก่การตกแต่ง  
ผนังภายนอก ที่จะให้ผิวที่ราบเรียบเหมาะสมกับการติดป้ายชื่อร้าน และเครื่องหมายอื่นๆ  
แต่ปัญหาที่สำคัญก็คือ จะต้องทาสีบ่อยๆ และเมื่อสีที่ทาทับหนาขึ้น ฝาผนังอาจเกิดรอยร้าว  
หรือสีที่ทาอาจลอกออก ทำให้ไม่น่าดู

#### 4. ประเภทโลหะ

##### เหล็ก

เหล็กที่ใช้ทำเครื่องเรือนมี 2 ชนิด คือเหล็กแผ่น และเหล็กท่อกลม ซึ่งมีให้เลือกอยู่หลายขนาด สามารถดัดแปลงรูปได้ด้วยการหล่อให้เป็นรูปอย่างไรก็ได้ ผิวชั้นสำเร็จทำได้หลายอย่าง เช่น ชุบโครเมียม, พ่นสี, รมดำ ฯลฯ แต่เหล็กมีข้อเสียคือ เป็นสนิม ดังนั้นจึงไม่ค่อยมีผู้นิยมทำเครื่องเรือน นอกจากในชนิดที่มีราคาถูก หรือเครื่องเรือนที่ผลิตเป็นอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการใช้บริเวณชายทะเลจะทำให้อายุการใช้งานสั้นลงไปมาก

เครื่องเรือนเหล็กที่ใช้กรรมวิธีดัดนั้นมียาธาถูกที่สุด ส่วนที่ใช้ในกรรมวิธีหล่อนั้นแพงกว่าประมาณ 3 เท่าขึ้นไป (แล้วแต่แบบหรือขนาด) เหมาะกับทำเครื่องระดับปานกลางจนกระทั่งระดับหรูหรา มีทั้งชนิดแผ่นความหนาต่างกัน และชนิดเป็นท่อกลม เหล็กสเตนเลสใช้ร่วมกับไม้ได้ดีกว่าเหล็กธรรมดาแต่ก็ยังไม่ถือว่าดีมาก แต่เนื่องจากเครื่องเรือนที่ทำจากเหล็กสเตนเลสจะเป็นเครื่องเรือนชั้นดี ใช้ช่างประณีตดังนั้นรอยต่อระหว่างไม้กับเหล็กจึงมักมียางกันอย่างเรียบร้อย จึงไม่ต้องมีปัญหาเรื่องการยืดหดตัว เนื่องจากเหล็กสเตนเลสมีผิวที่เป็นมันสะท้อนแสง จึงดูโปร่งเบาว่าไม้เป็นคุณลักษณะอีกอย่างหนึ่ง ดังนั้นหากแบบเครื่องเรือนส่วนใดที่ออกจะดูหนาและใหญ่ หากพิจารณาให้ส่วนนั้นเป็นเหล็กสเตนเลสก็จะช่วยพรางตาให้ดูโปร่งเบาลงได้ทั่วไปนิยมใช้ทำขาตู้ โต๊ะ หรือส่วนที่เป็นคานโครงรับน้ำหนัก

##### ทองเหลือง

เป็นโลหะผสมที่มีความแข็งแรง ผิวสีทองและแพงกว่าเหล็กสเตนเลส รวมทั้งบำรุงรักษายากกว่าอีกด้วยแต่เครื่องเรือนทองเหลืองหรือที่มีทองเหลืองปนอยู่ด้วยนั้นเป็นเครื่องเรือน ชั้นสูงที่มีราคาแพง จึงได้รับการดูแลเป็นอย่างดีไปในตัวอยู่แล้ว ทองเหลืองสามารถเป็นแผ่นโค้งงอหรือเป็นลวดลายได้ไม่จำกัด อาจผสมระหว่างทองเหลืองกับเครื่องเรือนสเตนเลส เครื่องเรือนชนิดเดียวกันได้อย่างดี ด้วยความคงทนเครื่องเรือนประเภททองเหลืองทั้งตัวจะมีค่า และมีอยู่เป็นมรดกได้ จะทนกว่าเครื่องเรือนไม้สักอีกต่างหาก

## อลูมิเนียม อัลลอยด์

เป็นโลหะอีกแบบหนึ่งที่ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อทดแทนข้อด้อยของเหล็กทั่วไปนั้น คือโลหะแบบนี้จะมีความแข็งแรงแต่น้ำหนักเบา รวมทั้งไม่มีสนิมอีกด้วย มีคุณสมบัติกับการใช้หล่อแบบ ลวด ลายละเอียดอย่างมาก สามารถทำผิวสำเร็จได้หลายแบบ เช่น ฟันสี รมดำ ชุบสี ฯลฯ จากนี้อัตราการยืดหยุ่นตัวน้อยอีกด้วย จึงใช้ร่วมกับไม้หรือวัสดุได้ดี ราคาของอลูมิเนียมอัลลอยด์จะแพงกว่าเหล็กประมาณ 2 เท่า เป็นโลหะอีกชนิดหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ในอนาคต

## 5. ไม้

เป็นวัสดุที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งซึ่งขาดเสียไม่ได้สำหรับการออกแบบซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นวัสดุกรุผนัง , พื้น ตลอดจนเครื่องเรือนและอุปกรณ์โดยทั่วไป โดยใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ไม้จริง ไม้อัด แผ่นป้องกันความชื้น ป้องกันเสียงสะท้อน เป็นต้น ประโยชน์ที่สำคัญสำหรับการใช้วัสดุประเภทไม้ ก็คือ มีความอ่อนตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี และไม่มีความเปื่อยขึ้นขณะก่อสร้าง และราคาถูก สามารถรีไซเคิลและนำมาประกอบใหม่ได้ง่ายๆ ราคาถูกและให้ความงดงามอีกด้วย ทั้งยังให้ความรู้สึกที่อ่อนนุ่มตามธรรมชาติอีกด้วย และยังแบ่งเป็นประเภทดังนี้ คือ

### ไม้ธรรมชาติ

ไม้ธรรมชาติสามารถแปรรูปให้เข้ากับงานได้ง่าย มีความน่าสนใจ ความงดงามและมีลายในตัวเอง สามารถนำมากรุผนังภายในอาคาร นำมาใช้ในการสร้างโครงผนังเรือนต่างๆ ได้แบ่งเป็นไม้เนื้ออ่อน ไม้เนื้อปานกลาง และไม้เนื้อแข็ง ซึ่งสามารถเลือกใช้ได้ตามลักษณะของงาน

### ไม้อัด

ไม้อัดที่จำหน่ายในท้องตลาดแบ่งออกเป็นหลายชนิดด้วยกัน คือ ไม้อัดยาง ไม้อัดสัก ความหนาที่แตกต่างกัน ออกไป เช่น 4 ม.ม. , 8 ม.ม. , 10 ม.ม. , 20 ม.ม.

ไม้อัดมีคุณสมบัติพิเศษ คือ โครงสร้างแข็งแรง สามารถนำมาย้อมสีเคลือบแชลแลค แลคเกอร์ หรือฟอสไฟให้มีสภาพคงทนถาวรได้ ไม้อัดจึงนับได้ว่ามีประโยชน์มากไม่ว่าจะกรุผนังหรือทำเครื่องเรือนก็ตาม ได้แก่ วัสดุซึ่งอัดประสานกันจากเศษไม้ หรือเยื่อไม้ด้วยการออกมาเป็นแผ่นมีขนาดต่างๆกัน น้ำหนักเบา ราคาถูก สามารถนำมาใช้กับผนังภายในอาคารได้ผลดี เมื่อเคลือบสีแล้วมีความคงทนและทำความสะอาดได้ง่ายได้เช่นเดียวกัน

## 6. วัสดุกรุผนัง

วัสดุเหล่านี้ ได้แก่ กระดาษผนัง แผ่นนิเเนีย ไม้อัด วอลไฟโต้ CRASS CLOTEP LASTIC TREATED BUBLAR เป็นต้น วัสดุเหล่านี้สามารถนำมาตกแต่งบางส่วนของผนังเพื่อดึงดูดความสนใจแต่ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ วัสดุเหล่านี้ดูแลรักษาความสะอาดลำบาก และปัจจุบันมักใช้วัสดุกรุผนังช่องที่ทำจากพลาสติกจึงตัดปัญหาที่ออกไป

## 7. วัสดุอื่นๆ

### แก้ว

ได้แก่ พวกกระจกต่างๆ เพื่อเป็นช่องของผนังเป็นการรับบรรยากาศภายนอกโดยทั่วไป เรานิยมใช้กระจกใส แต่เพื่อเป็นการลดความจ้าของแสงแดดและความร้อนจึงมีการใช้กระจกฝ้า กระจกติดฟิล์ม กระจกสีชา ฯลฯ

- กระจกเงา เพื่อให้เกิดการขยายห้องนั้นๆ ให้ดูกว้างใหญ่ขึ้น เป็นการทำให้ห้องดูสว่างและช่วยสะท้อนแสงต่างๆ
- GLASS BLOCK เป็นอิฐแก้วโปร่งแสง ช่างในเป็นช่องว่าง วัสดุนี้ใช้เพื่อรับแสงเท่านั้น
- STAINED GLASS เป็นการตกแต่งกระจกสีหลายๆชั้น ส่วนโดยอาจทำเป็นรูปต่างๆ โดยมีตะกั่วเป็นรอยเชื่อมต่อ

### ผ้า

วัสดุประเภทผ้ามีลาย สี และแบบให้เลือกมากมาย ใช้การทำผ้าม่าน กรุและบุเครื่องเรือน ซึ่งเป็นวัสดุที่มีความสำคัญในการตกแต่งอีกชนิดหนึ่ง มักอยู่ในรูปของการตกแต่งชั่วคราว

## การนวดเพื่อสุขภาพ

การนวด อาจแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

### 1. การนวดโดยมุ่งแก้ไขโครงสร้างของร่างกาย

การนวดแบบนี้ มีแนวคิดที่ว่า ร่างกายมีลักษณะคล้ายเครื่องยนต์ และจะเลือกพิจารณาแก้ไขส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเท่าที่มองเห็นได้ด้วยตา และวัดระดับการทำงานของมันอย่างแน่นอน ตัวอย่างการนวดแบบนี้ได้แก่ การนวดแบบสวีดิช ( SWEDISH ) ออสทีโอพาที(OSTEOPATHY) ไคโรแพรคติก (CHIROPRACTIC) เป็นต้น

การนวดแบบสวีดิชนั้น จะมุ่งเน้นไปที่การคลายกล้ามเนื้อที่ตึงโดยการลูบ คลึง บิด ทูบ ฯลฯ ต้องทำบนผิวหนังโดยตรง และใช้น้ำมันหรือแป้งเข้าช่วยให้หล่อลื่นเพื่อให้การนวดสะดวกขึ้น

### 2. การนวดโดยมุ่งเน้นการแก้ไขลมปราณ

การนวดประเภทนี้เป็นผลจากแนวคิดแบบตะวันออก มีต้นเค้ามาจากอินเดีย และจีน ซึ่งเชื่อกันว่าในร่างกายของสิ่งมีชีวิตทุกประเภท มีพลังชีวิต ( ลมปราณ ) ไหลเวียนอยู่ตลอดเวลา สภาพความคิด อารมณ์ รวมทั้งอาหาร การออกกำลังกาย และอากาศที่หายใจเข้าไป ล้วนมีผลต่อการไหลเวียนของพลังชีวิตทั้งสิ้น การนวด ประเภทนี้ จึงมุ่งเน้นที่จะป้องกันการเจ็บป่วย โดยช่วยรักษาสุขภาพให้แข็งแรงอยู่เสมอ และเมื่อมีอาการไม่สบายขึ้น ก็จะไปหาทางแก้ไขให้พลังชีวิตไหลเวียนได้ดีดังเดิม เพื่อร่างกายจะช่วยต้านทานโรค และฟื้นฟูตนเองได้ดี

ตัวอย่างการนวดประเภทนี้ได้แก่ การกดจุด (ACUPRESSURE) การนวดแบบญี่ปุ่น (SHIATSU) และการนวดแบบไทย เป็นต้น

### 3. การนวดประเภทผสมผสาน

นำเอาวิธีการของทั้งทางตะวันตก และตะวันออกมาผสมเข้าด้วยกัน การนวดประเภทนี้ จะมุ่งส่งเสริมทั้งการไหลเวียนของพลังชีวิต และปรับปรุงแก้ไขโครงสร้างของร่างกาย ที่ทำให้เกิดปัญหาอีกด้วย ตัวอย่างการนวดประเภทนี้ได้แก่ ไรเคียนเธอราปี (REICHIAN THERAPY) ไบโอบีโอมิเกรติคส์ (BIOENERGETICS) เป็นต้น

## การใช้สมุนไพรประกอบการนวด

ในวิชาการแพทย์แผนโบราณของไทยและชาติอื่น ๆ การใช้สมุนไพรเป็นส่วนประกอบที่สำคัญมาก ถือกันว่าเป็นการใช้ยาจากธรรมชาติ ไม่มีการดัดแปลง โดยวิธีการทางเคมีสมัยใหม่ หรือถ้ามีก็น้อยมาก ดังนั้นผลข้างเคียง หรืออันตรายที่เกิดจากพิษของยาก็น้อยหรือแทบไม่มีเลย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวางแผนโบราณของไทย มีการใช้สมุนไพรประกอบด้วยในรูปของการประคบ ผลที่ได้จากการประคบคือ ช่วยให้เส้นเลือดตามร่างกายขยายตัว ช่วยให้เลือดเดินสะดวก ทำให้อาการปวดเมื่อยเส้นตึง หายเร็วขึ้น

ในการประคบนำสมุนไพรที่ผ่านกระบวนการแล้วมาห่อด้วยผ้าขาวบาง แล้วใช้หม้อดินใส่น้ำตั้งบนเตาไฟ หม้อนี้อควรมีปากกว้างพอที่ห้อยยา ( เรียกว่า " ลูกประคบ ") วางลงไปปิดได้สนิทพอดี โดยไม่หลุดลงไปในหม้อ เพื่อให้ไอน้ำจากหม้อพุ่งกระจายเข้าแทรกซึมตัวยาคงร้อนทั่ว แล้วจึงมาคลีง หรือตบเบา ๆ ตามร่างกายส่วนต่าง ๆ ของผู้รับการนวด ถ้าจะให้ได้ดี คคลีงบนผิวหนังโดยตรงโดยไม่ผ่านเสื้อผ้า การประคบใช้เวลาประมาณ 30 นาที ( สำหรับการนวดแบบไทย ไม่มีการใช้น้ำมันในการนวด )

ตามปกติ การประคบจะทำภายหลังจากการนวดเสร็จแล้วทันที ก่อนทำการตัดตัว เมื่อประคบเสร็จแล้วจึงจบการนวดลงด้วยการตัดตัวให้เสร็จตามที่กำหนดไว้

## สถานที่และบรรยากาศสำหรับการนวด

### 1. สถานที่

เป็นสถานที่ที่มีความสะอาด เงียบสงบ มีอุณหภูมิที่พอเหมาะ มีการถ่ายเทอากาศที่ดี และมีความเป็นส่วนตัวพอควร โดยอุณหภูมิที่พอเหมาะคือ ประมาณ 25 องศาเซลเซียส เนื่องจากในกรณีที่มีการใช้น้ำมันนวด การที่น้ำมันนวดระเหยออกจากร่างกาย คนที่ลูกขไลมจะหนาวได้ง่าย

### 2. ที่นอน

สำหรับผู้รับการนวด ควรรองด้วยผ้าห่มหนา ๆ หรือที่นอนที่ยัดนุ่นที่แข็งพอสมควร ไม่ควรใช้ที่นอนที่นุ่มเกินไป เช่นที่นอนฟองน้ำหรือฟูกสปริง ผ้าปูที่นอนควรเป็นสีที่เย็นตา อาจมีลายสีต่าง ๆ ที่ดูสบาย น่านอน

2.1 ขนาดของเตียงนวด มีขนาดประมาณ 3' \* 6' สูงเฉลี่ย 29 " - 31 "

2.2 สำหรับการนวดบนพื้น ขนาดฟูกประมาณ 4' \* 6' อาจมีการคลุมผ้าพลาสติก เพื่อป้องกันการหกเลอะเทอะในการนวด กรณีที่ต้องใช้น้ำมัน นอกจากนี้ ควรมีเบาะรองนั่งสำหรับผู้นวดด้วย

### 3. บรรยากาศ

ควรมีการสร้างบรรยากาศที่จูงใจ เช่น การใช้กลิ่นหอม ไม่ควรมีสสิ่งรบกวนใด ๆ เช่นโทรทัศน์ โทรทัศน์ เป็นต้น

### 4. สำหรับการให้แสง ไม่ควรมีแสงที่จ้า ส่องหน้าผู้ถูกนวด กรณีที่อยู่กลางแจ้ง อาจใช้ผ้า ขนหนูปิดตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากการนวดแล้ว ทั้งผู้ที่นวด และผู้ถูกนวดมักจะรู้สึกกระหายน้ำ ควรมีการเตรียมน้ำ เย็น หรือน้ำดื่มอื่น ๆ ไว้ดื่มด้วย

## การอบเซาน่า

"เซาน่า " SAUNA เป็นการอบตัวเพื่อสุขภาพพลานามัยด้วยการใช้ความร้อนแห้ง ( Dryheat Bathing ) ซึ่งได้ความร้อนที่เกิดจากหินเผาไฟที่กระจายออกมา ความร้อนแห้งนี้จะมี อุณหภูมิสูงกว่าความร้อนในห้องอบไอน้ำชนิดที่เรียกว่า " เตอร์กิชบาส " ( Turkish -Bath ) การอบเซาน่า จะทำให้เหงื่อออกมากกว่าการอบตัวด้วยวิธีอื่น ๆ เพราะความร้อนแห้งซึ่งมีอุณหภูมิสูง จะทำให้รูขุมขนของผิวหนังเปิดกว้างมากที่สุด และช่วยขับสารพิษ ซึ่งสะสมในร่างกายของเรา ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งแม้แต่การออกกำลังกายให้เหงื่อท่วมตัวก็ไม่สามารถช่วยให้ออกมากเท่านี้ การอบเซาน่าจัดได้ว่าเป็นขบวนการทำความสะอาดร่างกาย และเป็นการพักผ่อนร่างกายอย่างหนึ่ง ที่สามารถให้ร่างกายมีความกระปรี้กระเปร่า ช่วยเสริมสร้างสุขภาพพลานามัยที่ดี ทั้งยังช่วยผ่อนคลายความเครียดทางสมอง และช่วยให้เกิดความงามทางด้านผิวพรรณ

เตอร์กิชบาส ( Turkish -Bath ) เป็นวิธีการอบไอน้ำให้เหงื่อออก เพื่อช่วยให้ร่างกายสดชื่น กระปรี้กระเปร่า จัดอยู่ในการอาบน้ำเพื่อสุขภาพวิธีหนึ่ง อุณหภูมิภายในห้องอบไอน้ำสูง ประมาณ 149 - 158 องศาฟาเรนไฮด์ หรือประมาณ 65 - 70 องศาเซลเซียส ซึ่งจะต่ำกว่า การอบเซาน่า ซึ่งมีอุณหภูมิ ประมาณ 200 องศาฟาเรนไฮด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้