



เรื่อง โครงการออกแบบตกแต่งสถาปัตยกรรมภายในอาคารสำนักงาน
บริษัท เมเจอร์ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด

INTERIOR ARCHITECTUR DESIGN PROJECT

FOR

MAJOR ADVERTISING CO.,LTD.



A024940



โดย
นายกิตติศักดิ์ นวเลิศปรีชา
รหัสประจำตัว 40030404

เลขหมู่	ก ๒๗๕๑ ๒๕๕๒
เลขทะเบียน	024940
วัน เดือน ปี	2 พ.ค. 43

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร ครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยานิพนธ์เรื่อง โครงการออกแบบตกแต่งสถาปัตยกรรมภายใน อาคารสำนักงาน บริษัท เมเจอร์
แอนด์เวอร์ไทซิง จำกัด

ชื่อนักศึกษา นายกิตติศักดิ์ นวเลิศปรีชา

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ สมศักดิ์ กุลพัฒนชาติ

.....
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ คณะกรรมการตรวจปริญญาบัตร ได้ตรวจพิจารณาเห็นชอบแล้ว จึงขออนุมัติ ให้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต ประจำปีการศึกษา 2542



.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. รวีวรรณ ชินะตระกูล)

คณบดีคณะครุศาสตรบัณฑิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	โครงการออกแบบตกแต่งสถาปัตยกรรมภายใน อาคารสำนักงาน บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด INTERIOR ARCHITECTURE DESIGN PROJECT FOR MAJOR ADVERTISING CO.,LTD.
ชื่อนักศึกษา	นาย กิตติศักดิ์ นวเลิศปรีชา
สาขา	สถาปัตยกรรมภายใน
ภาควิชา	สถาปัตยกรรม
คณะ	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ สมศักดิ์ กุลพัฒนาชาติ

บทคัดย่อ

การออกแบบตกแต่งสถาปัตยกรรมภายใน โครงการอาคารสำนักงาน บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด เป็นการศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการศึกษาหาแนวทางการออกแบบตกแต่งภายในอาคารสำนักงานโดยสนองความต้องการตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
2. เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีภายในสำนักงาน เพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการสร้างสรรค์ผลงานของพนักงานภายในบริษัท และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้มาติดต่อขอใช้บริการ
3. เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ทางด้านการออกแบบตกแต่งภายในที่ได้เรียนรู้ นำมาใช้ในการวิเคราะห์, แก้ปัญหาของโครงการ เพื่อให้ได้ผลในการใช้งานที่เหมาะสมและบรรลุวัตถุประสงค์

วิธีการดำเนินงานการวิจัย

1. ศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลโดยตรงจากอาคารสำนักงาน บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด เช่น ลีเน้า แบบแปลน ข้อมูลการดำเนินงาน จำนวนบุคลากร และรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามขอบเขตของการศึกษา
2. ศึกษาข้อมูลด้านการออกแบบ เพื่อนำมาใช้ประกอบการออกแบบ เช่น รูปแบบครุภัณฑ์ ความต้องการของผู้ใช้โครงการ วัสดุที่เหมาะสม การให้แสงสว่างและรายละเอียดอื่นๆ
3. ศึกษาหาโครงการตัวอย่างที่คล้ายคลึงกัน เพื่อเป็นการหาแนวทางการวางผังภายในและเลือกรูปแบบครุภัณฑ์ รวมทั้งระบบเทคนิคต่างๆ ที่ใช้อาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. วิเคราะห์ และสรุปผลทางด้านข้อมูลต่างๆ เพื่อนำเข้าสู่แนวทางในการออกแบบ เช่น วิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมจากภายนอกอาคาร โครงสร้างการใช้พื้นที่ภายในโครงการ พฤติกรรมผู้ใช้อาคาร และการวิเคราะห์หัวข้ออื่นๆ
5. สรุปผลการวิเคราะห์ เพื่อกำหนดเป็นแนวทางการออกแบบในส่วนต่างๆ และนำเข้าสู่การปฏิบัติงานในขั้นตอนการออกแบบต่อไป
6. สรุปผลเป็นผลงานออกแบบในส่วนต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

แนวทางในการออกแบบ สรุปแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนผู้บริหาร (Executive Office), ส่วนสำนักงาน (Office Area) และส่วนสาธารณะ (Public Area)

1. ในการออกแบบในแต่ละส่วน จะมุ่งเน้นในเรื่อง Function การใช้งานของผู้ใช้พื้นที่อาคาร เป็นอันดับแรก และคำนึงถึงความสวยงามเป็นลำดับต่อไป
2. แนวความคิดการออกแบบตกแต่งภายในหลัก คือ เน้นความทันสมัย เรียบง่ายดูหรูหรา สื่อให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของบริษัท
3. การออกแบบตกแต่งภายในอาคารสำนักงาน บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ทีเซิ่ง จำกัด โดยใช้ปรัชญาและจุดมุ่งหมายของบริษัท มาใช้เป็นสื่อประกอบในการนำเสนอเรื่องราวในการออกแบบตกแต่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

งานโฆษณาก็เปรียบเสมือนกับการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ทำให้รู้จักในสินค้าที่ถูกโฆษณา ซึ่งมีมากมายหลายวิธี ตามแต่ละถุณักโฆษณาหยิบยกมาใช้ เพื่อให้เหมาะสมกับตัวสินค้านั้นๆ

การทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาแต่ละคน แต่ละสถาบันการศึกษาก็เปรียบได้ดังการโฆษณาตัวนักศึกษาเองหรือ เป็นการโฆษณาสถานศึกษาเอง ที่นักศึกษาแต่ละคน มีความรู้ความสามารถเพียงใด สถานศึกษามีแนวทางในข้อปฏิบัติการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างไร

วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีคำตอบในคำถามข้างต้น ซึ่งถ้าดูอย่างรวมๆ แล้ว การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้ปฏิบัติตามข้อปฏิบัติที่ได้สืบต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนานของสถาบัน แต่ด้วยเนื่องจากนักศึกษาที่ได้ทำวิทยานิพนธ์มีความแตกต่างกันทางด้านพื้นฐานการดำเนินชีวิต อีกทั้งอุปนิสัยใจคอ หรือลักษณะแนวความคิด จึงทำให้วิทยานิพนธ์แต่ละฉบับมีความแตกต่างกันไม่มากนัก

ดังนั้น ข้าพเจ้าจึงขอมอบความถูกต้องและข้อที่ดีของวิทยานิพนธ์นี้ให้แก่สถาบันการศึกษาที่มีข้อปฏิบัติที่เข้มแข็งและเอาจริงเอาจัง ส่วนที่ข้าพเจ้าปฏิบัติแม้ว่าจะพยายามเท่าใด ก็คงไม่สามารถที่จะทำได้ครบตามข้อปฏิบัติเหล่านั้นได้ จึงขออน้อมรับความผิดพลาดที่ข้าพเจ้าได้กระทำแต่เพียงผู้เดียว มิได้เกี่ยวกับทางสถาบันแต่อย่างใด

นาย กิตติศักดิ์ นวเลิศปรีชา

ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

นายกิตติศักดิ์ นวเลิศปรีชา ขอขอบพระคุณ

แม่ ป้า ภา เป็นจุดเริ่มที่ทำให้ต้องพยายามเรียนให้จบปริญญาตรีและเป็นผู้สนับสนุนในทุกเรื่อง

อาจารย์ สาขาสถาปัตยกรรมภายในทุกท่าน รวมถึงอาจารย์ภายในสถาบันทุกท่าน

พี่สอง เป็นผู้มอบโครงการที่สามารถทำให้ผมถึงฝั่งฝัน

บริษัท เมเจอร์ โดยคุณนิรุฒม์ ต้นอนุชิตกุล (กรรมการผู้จัดการ)

แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

เจ๊บบ ผู้แนะนำโครงการและช่วยเขียนโครงแปลนและรูปตัด

หน้อย ภาศ เอ ตัก เจ ผู้มีส่วนช่วยในโครงการนี้

มาไซ ชุป และเหนือ

- ห้องสมุดคณะครุศาสตร์

- สำนักหอสมุดกลาง

- หอสมุดแห่งชาติ

- บริษัท ฟาร์อีสต์ แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

- บริษัท ประกิต & F.C.B

- บริษัท DESIGN PEAK CO.,LTD.

และบุคคลผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ที่มีส่วนร่วมในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

นาย กิตติศักดิ์ นวเลิศปรีชา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของโครงการ	1
1.2 เหตุผลในการเสนอวิทยานิพนธ์	2
1.3 วัตถุประสงค์ในการทำวิทยานิพนธ์	2
1.4 ที่มาของปัญหา	3
1.5 แนวทางแก้ไขปัญหา	3
1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย	4
1.7 ขอบเขตของการศึกษาข้อมูล	5
1.8 ขอบเขตของโครงการ	6
1.9 ขอบเขตของงานออกแบบ	14
1.10 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากวิทยานิพนธ์	20
1.11 แหล่งศึกษาค้นคว้าข้อมูล	20

บทที่ 2 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

2.1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโครงการ	
2.1.1 โฆษณาและคำจำกัดความ	21
2.1.2 การทำงานของธุรกิจโฆษณา	22
2.1.3 ประเภทของสื่อโฆษณา	22
2.1.4 องค์ประกอบขององค์กรกิจการโฆษณา	25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-กระบวนการผลิตงานโฆษณา	30
2.2 การออกแบบสำนักงาน	
ก. การวางแผนงานและการดำเนินงานการจัดสำนักงานทั่วไป	31
ข. วิธีดำเนินงานวางแผนการจัดสำนักงาน	31
ค. องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดวางผังภายในสำนักงาน	33
2.2.1 การจัดพื้นที่ใช้สอย	
ก. การจัดพื้นที่สำหรับการทำงานของบุคคลภายในสำนักงาน	34
- ประเภทของการใช้พื้นที่ของบุคคลภายในสำนักงาน	36
ข. การจัดพื้นที่สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน	45
- การจัดพื้นที่สำหรับทางเดินร่วม	46
- การจัดพื้นที่สำหรับการประชุมปรึกษาหารือและสัมมนา	46
- การจัดพื้นที่สำหรับต้อนรับแขก	60
- การจัดพื้นที่สำหรับเก็บเอกสาร	60
- การจัดพื้นที่สำหรับป้องกันเสียง	61
- การจัดพื้นที่สำหรับห้องเก็บของ , ห้องน้ำ , ห้องเครื่อง	61
2.2.2 การจัดระบบการดำเนินงานการติดต่อประสานงานภายใน	62
2.2.3 การจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยในสำนักงาน	62
2.3 เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	64
2.4 ระบบแสงสว่างในสำนักงาน	77
2.5 ระบบการจ่ายกำลังไฟฟ้าในสำนักงาน	86
2.6 ระบบโทรศัพท์ในสำนักงาน	90
2.7 ระบบปรับอากาศในสำนักงาน	92
2.8 ประเภทของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในสำนักงาน	100
2.9 ระบบป้องกันอัคคีภัยในสำนักงาน	102
2.10 ระบบควบคุมเสียงในสำนักงาน	107
2.11 ระบบผนังและการแบ่งเนื้อที่ใช้สอย	111
2.12 การใช้สีในการตกแต่ง	113

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.13 การใช้วัสดุในการตกแต่งภายใน	123
2.14 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ ประเภทเดียวกับโครงการ	134

บทที่ 3 การศึกษารายละเอียดของโครงการ

3.1 รายละเอียดสถานที่ตั้งของโครงการ	140
3.1.1. สถานที่ตั้ง	140
3.1.2. สภาพอาณาเขตติดต่อ	140
3.1.3. ลักษณะภูมิประเทศ , ลักษณะภูมิอากาศ	142
3.1.4. เลี้ยวรบกวน	143
3.1.5. การเข้าสู่โครงการ	144
3.1.6. สภาพการจราจร	144
3.1.7. สภาพลักษณะโครงสร้างอาคารและโครงสร้างภายในของโครงการ	145
3.1.8. ทางสัญจรภายในอาคาร	148
3.2 การศึกษาสภาพสำนักงานเดิม	149
3.3 หน่วยงานและอัตรากำลัง	168
3.4 หน่วยงานและสายงานบริหาร	171
3.5 พฤติกรรมผู้ใช้โครงการ	178
3.5.1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้โครงการ	178
3.5.2 พฤติกรรมผู้ใช้โครงการเพื่อเปรียบเทียบกับเวลา	180
3.5.3 พฤติกรรมผู้ใช้โครงการ	181
3.5.4 ตารางแสดงช่วงเวลาผู้ใช้โครงการ	192

บทที่ 4 การวิเคราะห์เพื่อการออกแบบ

4.1 วิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ	193
4.1.1 ผลกระทบของโครงการกับภูมิอากาศ	193
4.1.2 ผลกระทบของโครงการกับสภาพแวดล้อมอาณาเขต	196
4.2 การวิเคราะห์อาคารสำนักงาน	200
4.2.1 ลักษณะอาคารของโครงการ	200

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 ลักษณะโครงสร้างอาคารประกอบด้วย	200
4.2.3 ลักษณะภายในของโครงการ	202
4.3 ตารางแสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ให้บริการ	203
4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน	215
4.5 การวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ใช้สอยของเฟอร์นิเจอร์	260
4.6 การวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ของผู้ใช้อาคารที่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงาน และพฤติกรรม	268
- ZONING	294
บทที่ 5 สรุปผลแนวทางในการออกแบบ	
5.1 สรุปเพื่อหาแนวทางในการออกแบบ	301
5.1.1 แนวความคิดในการออกแบบสามารถสรุปเป็นส่วนๆได้ดังนี้	302
5.2 แนวความคิดในการออกแบบ	302
5.2.1 สรุปผลการออกแบบภายในโครงการ	303
5.2.2 การจัด FURNITURE LAY – OUT PLAN	306
5.2.3 บริเวณส่วนโถงต้อนรับ	311
5.2.4 ส่วนสำนักงาน	312
5.2.4.1 ส่วนลูกค้าสัมพันธ์	313
5.2.4.2 ส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์	314
5.2.4.3 ส่วนฝ่ายสร้างสรรค์	314
5.2.4.4 ส่วนฝ่ายศิลป์ แผนก MAJOR ADVERTISING	315
5.2.4.5 ส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก E.F.F	316
5.2.4.6 ส่วนฝ่ายศิลป์แผนก E.F.F	317
5.2.4.7 ส่วนฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก MAJOR ART	318
5.2.4.8 ส่วนฝ่ายศิลป์แผนก MAJOR ART	318
5.2.4.9 ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์และสำนักงาน แผนก MAJOR STAGE	320
5.2.4.9 ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์ แผนก MAJOR STAR	320

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.5 ส่วนห้องประชุมผู้บริหาร	321
5.2.5.1 ส่วนห้องประชุมชั้นที่ 2	322
5.2.5.2 ส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้าแผนก E.F.F	323
5.2.5.3 ส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า ส่วนกรรมการผู้จัดการ	324
5.2.6 ส่วนห้องผู้บริหาร	325
5.2.6.1 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR RIGHT	326
5.2.6.3 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ADVERTISING	327
5.2.6.3 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก E.F.F.	328
5.2.6.4 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ART	329
5.2.6.5 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE	330
5.2.6.6 ส่วนห้องที่ปรึกษา	331
5.2.6.7 ส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ	332
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
- ประวัติและวิวัฒนาการของงานโฆษณา	๓
- ประวัติและวิวัฒนาการของงานโฆษณาในประเทศไทย	๔
- กิจการโฆษณาในประเทศไทย	๕
- วิวัฒนาการของกิจการโฆษณาในปัจจุบัน	๖

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางประกอบ

ตารางที่		หน้าที่
ตารางที่ 2.1	เปรียบเทียบความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอยของการจัดสำนักงานแบบเปิดตลอดและแบบ LAND SCAPE	39 – 40
ตารางที่ 2.2	สรุปเปรียบเทียบ ข้อดี – ข้อเสีย ของการจัดสำนักงานแบบเปิดโล่ง	40 – 41
ตารางที่ 2.3	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอยระหว่างห้องทำงานแบบเดี่ยวและห้องทำงานแบบกลุ่ม	43
ตารางที่ 2.4	สรุปเปรียบเทียบ ข้อดี – ข้อเสีย ของการจัดสำนักงานแบบแบ่งเป็นห้องๆ ตามความต้องการใช้	44
ตารางที่ 2.5	แสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของแสงประดิษฐ์ทั้ง 2 ชนิด	78
ตารางที่ 2.6	แสดงระบบการให้แสงสว่างแบบต่างๆ แสงชนิดของการใช้หลอดไฟฟ้า	81
ตารางที่ 2.7	แสดงความสัมพันธ์ของความสูงและกำลังไฟ	83
ตารางที่ 2.8	สรุปข้อดีและข้อเสียของเครื่องปรับอากาศชนิดแยก	92
ตารางที่ 2.9	สีที่เกิดขึ้นบนแหล่งกำเนิดของแสงสีขาว	122
ตารางที่ 2.10	วัสดุประเภทหินชนิดต่างๆ	123
ตารางที่ 2.11	วัสดุประเภทดินเผาชนิดต่าง	124
ตารางที่ 2.12	วัสดุประเภทผสมเหลวชนิดต่างๆ	124
ตารางที่ 2.13	วัสดุประเภทไม้ชนิดต่างๆ	125
ตารางที่ 2.14	แผ่นวัสดุแข็งกรุผนัง	126 – 126
ตารางที่ 2.15	วัสดุกรุผนัง	126
ตารางที่ 2.16	วัสดุโลหะชนิดต่างๆ	127
ตารางที่ 2.17	วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งพื้น	129
ตารางที่ 2.18	วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งผนังและเพดาน	130 – 133
ตารางที่ 3.1	อุณหภูมิเฉลี่ยของกรุงเทพมหานคร	143
ตารางที่ 3.2	ตารางสรุป ข้อดี – ข้อเสีย ของการออกแบบตกแต่งภายใน บริษัท เมเจอร์ อีดีเออร์ไทยซึ่ง จำกัด	165
ตารางที่ 4.1	สรุปผลกระทบของแสงแดดกับตัวอาคารในทิศเหนือและทิศใต้	194
ตารางที่ 4.2	สรุปผลกระทบของลมและฝนต่อตัวอาคาร	195
ตารางที่ 4.3	ผลกระทบที่เกิดกับโครงการและแนวทางแก้ปัญหา	196

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปรภาพประกอบ

รูปภาพที่		หน้าที่
ภาพที่ 2.1	ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ SINGLE ZONE LAY – OUT ในสำนักงานที่มี SMALL SPACE	35
ภาพที่ 2.2	ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ SINGLE ZONE LAY – OUT ในสำนักงานที่มี DEEP SPACE	35
ภาพที่ 2.3	ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ DOUBLE ZONE LAY – OUT ในสำนักงานที่มี SHALLOW SPACE	35
ภาพที่ 2.4	ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ DOUBLE ZONE LAY – OUT ในสำนักงานที่มี DEEP SPACE	35
ภาพที่ 2.5	ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ TRIPLE ZONE LAY – OUT	36
ภาพที่ 2.6	ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ TRIPLE ZONE LAY – OUT ใน	36
ภาพที่ 2.7	สำนักงานที่มี MEDIUM SPACE	36
ภาพที่ 2.8	แสดงการใช้พื้นที่ทำงานของพนักงานทั่วไป	37
ภาพที่ 2.9	แสดงการใช้พื้นที่ทำงานของพนักงานทั่วไป	37
ภาพที่ 2.10	การจัดสำนักงานแบบเปิดตลอด	38
ภาพที่ 2.11	การจัดสำนักงานแบบแลนดส์เคป	42
ภาพที่ 2.12	แสดงการใช้พื้นที่ในห้องทำงานส่วนตัว	43
ภาพที่ 2.13	แสดงการใช้พื้นที่ของพนักงานทั่วไปภายในห้องทำงานรวม	47
ภาพที่ 2.14	แสดงการใช้ SPACE สำหรับการปรึกษาหารือเล็กๆ น้อย	47
ภาพที่ 2.15	แสดงการใช้ SPACE สำหรับประชุมกลุ่ม	48
ภาพที่ 2.16	แสดงการใช้พื้นที่สำหรับห้องสัมภาษณ์	49
ภาพที่ 2.17	แสดงการใช้พื้นที่สำหรับห้องประชุมสมาชิกทั่วไป	49
ภาพที่ 2.18	แสดงการใช้พื้นที่สำหรับห้องประชุมใหญ่	51
ภาพที่ 2.19	แสดงการเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ภายในห้องประชุม	54
ภาพที่ 2.20	แสดงการจัดโต๊ะประชุมและพื้นที่โดยรอบ	57
ภาพที่ 2.21	แสดงระยะการฉายเครื่องฉาย	57
ภาพที่ 2.22	แสดงลักษณะการฉายหน้าจอ	57
ภาพที่ 2.23	แสดงลักษณะการฉายหลังจอ	58
	การฉายหน้าจอ และมาตรฐานต่างๆ	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพประกอบ

รูปภาพที่		หน้าที่
ภาพที่ 2.24	แสดงรูปตัดของบอร์ดี, จอลไลต์ และบอร์ดีตีตแผนงานการประชุม (แบบ	59
	บานเปิด) ในห้องประชุม	67
ภาพที่ 2.25	เก้าอี้สำหรับพนักงานทั่วไป, เลขานุการ	67
ภาพที่ 2.26	เก้าอี้สำหรับพนักงานระดับกลาง	68
ภาพที่ 2.27	เก้าอี้สำหรับผู้บริหารระดับสูง	70
ภาพที่ 2.28	โต๊ะทำงานสำหรับผู้บริหาร	70
ภาพที่ 2.29	โต๊ะทำงานสำหรับพนักงานทั่วไป, เลขานุการ	71
ภาพที่ 2.30	โต๊ะพิมพ์ดีดแบบธรรมดา	72
ภาพที่ 2.31	โต๊ะพิมพ์ดีดแบบมีตู้หรือลิ้นชักในตัว	72
ภาพที่ 2.32	โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า	73
ภาพที่ 2.33	โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส	73
ภาพที่ 2.34	โต๊ะรูปแปลนเรือ	73
ภาพที่ 2.35	โต๊ะรูปหกเหลี่ยม, แปดเหลี่ยม, โต๊ะกลม	74
ภาพที่ 2.36	ดวงโคมชนิดกระจายแสงลง	78
ภาพที่ 2.37	ดวงโคมชนิดตั้งกระจายแสง	79
ภาพที่ 2.38	เปรียบเทียบการกระจายแสงแบบรอบด้านและแบบขึ้นลง	79
ภาพที่ 2.39	ดวงโคมชนิดตั้งกระจายแสงขึ้น	79
ภาพที่ 2.40	ดวงโคมชนิดกระจายแสงขึ้น	80
ภาพที่ 2.41	การจัดวางดวงโคมทำให้ความรู้สึกว่าห้องกว้างขึ้นหรือยาวขึ้นได้	80
ภาพที่ 2.42	ช่องจ่ายลมแบบหัวฉีด	82
ภาพที่ 2.43	ช่องจ่ายลมแบบบานเกล็ดพันคา	95
ภาพที่ 2.44	ช่องทางออกแบบจาน	95
ภาพที่ 2.45	ช่องทางออกแบบร่องยาว	96
ภาพที่ 2.46	ช่องทางออกแบบจาน	96
ภาพที่ 2.47	ช่องทางออกแบบหัวจ่ายติดผ้า	96
ภาพที่ 2.48	ช่องทางดูดแบบรูปเห็ด	97
ภาพที่ 2.49	แสดงการเดินท่อน้ำแบบ SPRINKLER ไว้เหนือเพดาน	105
ภาพที่ 2.50	แสดงการฉีดน้ำของระบบห้องดับเพลิงระบบ SPRINKLER	106

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพประกอบ

รูปภาพที่		หน้าที่
ภาพที่ 2.51	แสดงภายใน Office ของ Control	134
ภาพที่ 2.52	แสดงแปลนเฟอร์นิเจอร์ห้องบันทึกภาพและเสียง	135
ภาพที่ 2.53	แสดงภายในห้องบันทึกภาพและเสียง	135
ภาพที่ 2.54	แสดงส่วนโถงต้อนรับที่มีสีส้น	136
ภาพที่ 2.55	แสดงการแบ่งพื้นที่ด้วยผนังเบา	137
ภาพที่ 2.56	แสดงส่วนหน้าห้องประชุม	137
ภาพที่ 2.57	แสดงส่วนห้องประชุมฝ่าย	138
ภาพที่ 2.58	แสดงพื้นที่ส่วนโถงลิฟต์	138
ภาพที่ 2.59	แสดงการใช้ผนังเบาเพื่อแบ่งพื้นที่	138
ภาพที่ 2.60	แสดงพื้นที่ส่วนพุดคุย	138
ภาพที่ 2.61	แสดงส่วนห้องประชุม	139
ภาพที่ 2.62	แสดงส่วนห้องประชุมใหญ่	139
ภาพที่ 3.1	แสดงอาณาเขตติดต่อด้านทิศเหนือ	140
ภาพที่ 3.2	แสดงภาพอาณาเขตติดต่อด้านทิศใต้	140
ภาพที่ 3.3	แสดงภาพอาณาเขตติดต่อด้านทิศตะวันออก	141
ภาพที่ 3.4	แสดงภาพอาณาเขตติดต่อด้านทิศตะวันตก	141
ภาพที่ 3.5	แสดงเส้นทางการสัญจรเข้าสู่โครงการ	143
ภาพที่ 3.6	แสดงทัศนียภาพบริเวณปากซอยคันทรี่แลนด์	144
ภาพที่ 3.7	แสดงลักษณะระยะช่วงเสาภายในอาคาร	145
ภาพที่ 3.8	แสดงรูปด้านอาคารด้านทิศเหนือ	146
ภาพที่ 3.9	แสดงรูปด้านอาคารด้านทิศใต้	146
ภาพที่ 3.10	แสดงรูปด้านอาคารด้านทิศตะวันออก	147
ภาพที่ 3.11	แสดงรูปด้านอาคารด้านทิศตะวันตก	147
ภาพที่ 3.12	แสดงภาพส่วนโถงลิฟต์	148
ภาพที่ 3.13	แสดงภาพแปลนอาคารหลังที่ 1 ชั้นที่ 1	149
ภาพที่ 3.14-3.15	แสดงส่วนเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์และส่วนเลขานุการ	151
ภาพที่ 3.16	แสดงส่วนห้องประชุมใหญ่	152
ภาพที่ 3.17	แสดงภาพแปลนอาคารที่ 1 ชั้นที่ 2	153

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพประกอบ

รูปภาพที่		หน้าที่
ภาพที่ 3.18	แสดงส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ	153
ภาพที่ 3.19	แสดงส่วนห้องประชุมย่อย	154
ภาพที่ 3.20	แสดงส่วนฝ่ายการเงินและบัญชี	155
ภาพที่ 3.21	แสดงภาพแปลนอาคารที่ 2 ชั้นที่ 1	156
ภาพที่ 3.22	แสดงส่วน MEDIA DEPARTMENT	1538
ภาพที่ 3.23	แสดงส่วน ART STUDIO	159
ภาพที่ 3.24	แสดงภาพแปลนอาคารที่ 3 ชั้นที่ 1	160
ภาพที่ 3.25	แสดงส่วนบริษัท EFF จำกัด	161
ภาพที่ 3.26	แสดงส่วนฝ่าย PRODUCTION	162
ภาพที่ 3.27	แสดงถ่าย MAJOR STAR	163
ภาพที่ 4.1	แสดงทิศทางการโคจรของดวงอาทิตย์เปรียบเทียบกับโครงการ	193
ภาพที่ 4.2	แสดงผลกระทบต่อตัวอาคารด้านทิศเหนือ	196
ภาพที่ 4.3	แสดงผลกระทบต่อตัวอาคารด้านทิศใต้	196
ภาพที่ 4.4	แสดงผลกระทบต่อตัวอาคารด้านทิศตะวันออก	197
ภาพที่ 4.5	แสดงผลกระทบต่อตัวอาคารด้านทิศตะวันตก	197
ภาพที่ 4.6	แสดงภาพลักษณะโมเดลสร้างภายในอาคาร	200
ภาพที่ 4.7	แสดงภาพลักษณะฝ้าเพดาน	201
ภาพที่ 4.8	แสดงภาพโครงสร้างหลังคา	201
ภาพที่ 5.1	แสดงภาพสัญลักษณ์ปรัชญาของบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอริ์โทซิง จำกัด	301
ภาพที่ 5.2	แสดงแผนภูมิฟองอากาศ แสดงที่มาของแนวความคิดในการออกแบบ	303
ภาพที่ 5.3	FURNITURE LAY – OUT PLAN 2 ND	305
ภาพที่ 5.4	REFLECTED CEILING PLAN 2 ND	305
ภาพที่ 5.5	FURNITURE LAY – OUT PLAN 3 RD	306
ภาพที่ 5.6	REFLECTED CEILING PLAN 3 RD	306
ภาพที่ 5.7	FURNITURE LAY – OUT PLAN 4 TH	307
ภาพที่ 5.8	REFLECTED CEILING PLAN 4 TH	307
ภาพที่ 5.9	FURNITURE LAY – OUT PLAN 5 TH	308
ภาพที่ 5.10	REFLECTED CEILING PLAN 5 TH	308

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพประกอบ

รูปภาพที่		หน้าที่
ภาพที่ 5.11	FURNITURE LAY – OUT PLAN 6 TH	309
ภาพที่ 5.12	REFLECTED CEILING PLAN 6 TH	309
ภาพที่ 5.13	FURNITURE LAY – OUT PLAN 7 TH	310
ภาพที่ 5.14	REFLECTED CEILING PLAN 7 TH	310
ภาพที่ 5.15	แสดงทัศนียภาพส่วนโถงรับรองลูกค้าบริเวณชั้นที่ 2	311
ภาพที่ 5.16	แสดงส่วนลูกค้าสัมพันธ์แผนก MAJOR ADVERTISING	313
ภาพที่ 5.17	แสดงส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์แผนก MAJOR ADVERTISING	314
ภาพที่ 5.18	แสดงส่วนฝ่ายสร้างสรรค์แผนก MAJOR ADVERTISING	314
ภาพที่ 5.19	ภาพแสดงฝ่ายศิลป์แผนก MAJOR ADVERTISING	315
ภาพที่ 5.20	แสดงส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์แผนก EFF	316
ภาพที่ 5.21	แสดงส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์แผนก MAJOR ART	318
ภาพที่ 5.22	แสดงฝ่ายศิลป์แผนก MAJOR ART	318
ภาพที่ 5.23	แสดงรูปด้านฝ่ายสร้างสรรค์และฝ่ายศิลป์แผนก MAJOR ART	319
ภาพที่ 5.24	แสดงส่วนประชาสัมพันธ์และสำนักงานแผนก MAJOR STAGE	320
ภาพที่ 5.25	แสดงส่วนประชาสัมพันธ์แผนก MAJOR STAR	320
ภาพที่ 5.26	แสดงรูปด้านส่วนห้องประชุมชั้นที่ 2	321
ภาพที่ 5.27	แสดงส่วนห้องประชุมชั้นที่ 2	322
ภาพที่ 5.28	แสดงส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้าแผนก EFF	323
ภาพที่ 5.29	แสดงส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้าส่วนกรรมการผู้จัดการ	324
ภาพที่ 5.30	แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR RIGHT	326
ภาพที่ 5.31	แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ADVERTISING	327
ภาพที่ 5.32	แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก EFF	328
ภาพที่ 5.33	แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ART	329
ภาพที่ 5.34	แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE	330
ภาพที่ 5.35	แสดงส่วนห้องที่ปรึกษา	331
ภาพที่ 5.36	แสดงส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ	332

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพประกอบ

รูปภาพที่		หน้าที่
ภาพที่ 5.37	แสดงส่วนรูปด้านห้องกรรมการผู้จัดการ	333
ภาพที่ 5.38	แสดงรูปตัดอาคาร A - A	334
ภาพที่ 5.39	แสดงรูปตัดอาคาร B - B	334



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1.

บทนำ

1.1.ความเป็นมาของโครงการ

“จุดสว่างนำทางผลิตภัณฑ์ หรือ บริการสู่ความสำเร็จ” ประโยคข้างต้นดังกล่าว คือ ประโยคที่ทำให้เกิดบริษัทโฆษณาแห่งหนึ่ง ในปี 2525 หรือ สิบเจ็ดปีก่อน บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด เป็นเพียงบริษัทโฆษณาเล็กๆ ที่เริ่มต้นจากพลังสมองและความตั้งใจจริงของคนหนุ่มสาวเพียง 4 คน ที่มุ่งมั่นสร้างผลงานให้มีคุณค่าด้วยปณิธานอันแรงกล้าที่ว่า “ความสำเร็จของลูกค้า คือความสำเร็จของเรา”

จาก 4 ถึง 60 คนในปัจจุบัน ตัวเลขที่แสดงถึงพลัง ความคิดและความพร้อมของทีมงานนักคิดที่เพิ่มขึ้นทุกปี จนถึงวันนี้ ความสำเร็จดังกล่าวข้างต้นได้สร้างความภาคภูมิใจให้แก่พนักงานทุกคน ที่สามารถสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจของลูกค้าเสมอมา บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการวางกลยุทธ์ทางด้านโฆษณาโดยสร้าง “จุดสว่าง” ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ของลูกค้าโดดเด่น แข็งแกร่ง และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทางการตลาดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ปัจจุบันบริษัทฯ มีที่ตั้งอยู่ที่ 1154/1 สุขุมวิท 71 พระโขนง กรุงเทพฯ แต่ด้วยภารกิจและจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในการใช้บริการ ทางบริษัทฯ โดยคุณนิรุฒน์ ตันอนุชิตกุล กรรมการผู้จัดการบริษัท จึงมีโครงการขยายกิจการมาอยู่ ณ อาคารสำนักงาน 7 ชั้น แขวงหนองบอน เขตประเวศ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ในการดำเนินงาน ส่งเสริมภาพพจน์ของบริษัทฯ และสร้างความภูมิใจในบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง แก่พนักงานเพื่อให้สมกับเป็นบริษัทผลิตสื่อโฆษณาที่มีปณิธานแน่วแน่ในการทำงาน

1.2.เหตุผลในการเสนอวิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบตกแต่งภายใน อาคารสำนักงาน 7 ชั้น ของบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทเซิ่ง จำกัด เป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับ บริษัทผลิตสื่อโฆษณา ซึ่งมีความสำคัญต่อการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทต่างๆ ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ

อาคารสำนักงานบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทเซิ่ง จำกัด เป็นอาคารที่ทันสมัยมีพื้นที่ใช้สอยครบทุกส่วน เน้นการบริหารควบคู่กับขั้นตอนการผลิต ซึ่งมีการแบ่งสัดส่วนสำนักงานฝ่ายผลิตและส่วนผู้บริหารอย่างชัดเจน เหมาะแก่การวิจัยโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลแก่นักศึกษาและบุคคลทั่วไปที่สนใจ การพิจารณาถึงเหตุผลในการเสนอวิทยานิพนธ์มีดังนี้

- 1.โครงการอาคารสำนักงานบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทเซิ่ง จำกัด เป็นโครงการจริงที่สร้างตัวอาคารเสร็จสิ้นแล้วและสามารถดำเนินการตามขั้นตอนได้ตามความเป็นจริง
- 2.เป็นโครงการที่มีความน่าสนใจ ในแง่ของการออกแบบตกแต่งภายใน เนื่องจากเป็นบริษัทผลิตสื่อโฆษณาซึ่งตอบสนองต่อสินค้าที่มีความหลากหลาย ดังนั้นการออกแบบจึงไม่ถูกจำกัดในวงแคบ
- 3.หน่วยงานภายในโครงการ มีหลายหน่วยที่มีความน่าสนใจที่จะทำการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบ
- 4.เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจโครงการและจะทำการค้นคว้า วิจัย ในเรื่องเกี่ยวกับโครงการบริษัทโฆษณา

1.3.วัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์

- 1.เพื่อศึกษาข้อมูลต่างๆ ของโครงการและนำไปวิเคราะห์เพื่อทำการออกแบบตกแต่งภายใน
- 2.เพื่อจัดการออกแบบตกแต่งภายในให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อาคารเป็นอย่างดี
- 3.เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีภายในสำนักงาน เพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการสร้างสรรค์ผลงานของพนักงานภายในบริษัท
- 4.เพื่อนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในสำนักงาน เพื่อความสะดวกคล่องตัวในการทำงาน
- 5.เพื่อนำเอาเอกลักษณ์ สัญลักษณ์ สี และปรัชญา การทำงานของบริษัทมาประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นแนวความคิดในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4. ที่มาของปัญหา

1. เป็นอาคารที่สร้างเสร็จในเวลาไม่นานนี้ ยังไม่มีการตกแต่งภายใน ตัวอาคารถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองการขยายตัวของบริษัทในอนาคต ดังนั้นพื้นที่ตัวอาคารอาจไม่สามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้อาคารได้เพียงพอ

2. เนื่องด้วยเป็นโครงการที่เป็นศูนย์รวมทั้งส่วนสำนักงาน ฝ่ายผลิต และฝ่ายบริหาร จึงมีระบบการทำงานและการใช้สอยภายในอาคารมาก ทำให้ยากต่อการรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ ระบบและกำหนดส่วนต่างๆ ในอาคาร

3. เนื่องด้วยโครงการเป็นบริษัทผลิตสื่อโฆษณาตั้งนั้น งานออกแบบตกแต่งภายในจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อบริษัท ในแง่ความไว้น่าเชื่อถือของลูกค้า

1.5. แนวทางการแก้ไขปัญหา

1. ศึกษาข้อมูลต่างๆ ของโครงการ ประกอบกับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้อาคาร รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งภายใน เพื่อนำไปวิเคราะห์และนำมาใช้ในการออกแบบตกแต่งภายในอาคาร

2. ศึกษาความต้องการใช้งานของโครงการในแต่ละส่วน เพื่อแบ่งพื้นที่ใช้สอยและจัดส่วนกิจกรรมหลักและกิจกรรมย่อยให้เกิดความชัดเจนพร้อมด้วยศึกษารายละเอียดของหน่วยงานในแต่ละส่วน

3. ศึกษาเอกลักษณ์ของบริษัท จากปรัชญา สัญลักษณ์ สีของบริษัท นำมาวิเคราะห์การออกแบบตกแต่งภายในของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6. วิธีดำเนินการวิจัย

1. เป็นโครงการจริงที่ก่อสร้างเสร็จแล้ว แต่ยังไม่ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบตกแต่งภายใน
2. เป็นโครงการที่มีผู้ใช้โครงการ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารระดับสูง จนถึงพนักงานและผู้มาติดต่อ จึงต้องคำนึงถึงการออกแบบตกแต่งภายในที่เหมาะสม
3. ต้องการใช้พื้นที่ใช้สอยในสำนักงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตรงความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้โครงการ
4. ก่อการออกแบบตกแต่งภายใน โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและความคล่องตัว ทั้งต้องคำนึงถึงความสวยงาม ความทันสมัย และวัตถุประสงค์ของโครงการ
5. ศึกษาการจัดระบบสำนักงานอย่างละเอียด และนำมาจัดระบบสำนักงานบริษัท เมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด โดยคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร และการแบ่งพื้นที่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
6. ศึกษาความต้องการของผู้ใช้อาคาร ในโครงการทุกประเภทเพื่อการออกแบบตกแต่งภายในที่เหมาะสม
7. การศึกษารายละเอียดของโครงการ
 - 7.1. ความเป็นมาของโครงการ
 - 7.2. วัตถุประสงค์ของโครงการ
 - 7.3. ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม ที่มีผลกระทบต่อโครงการ
 - 7.4. แนวคิดในการออกแบบ และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร
 - 7.5. องค์ประกอบต่างๆ ภายในอาคาร
 - 7.6. สายงานการบริหาร และอัตรากำลังของโครงการ
 - 7.7. ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภายในโครงการ
8. ศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบของโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน
9. ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และหาข้อสรุป
10. สรุปผลการดำเนินการวิจัย เพื่อนำไปสู่การออกแบบ
11. การออกแบบตกแต่งภายในโครงการ โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการเลือกวัสดุให้เกิดความสวยงาม และความเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7. ขอบเขตการศึกษาข้อมูล

1. ศึกษาประวัติความเป็นมา และวัตถุประสงค์ของโครงการบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด
2. ศึกษาตัวอาคารสำนักงานบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด
 - ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม
 - ผลกระทบทางด้านภูมิศาสตร์
 - แนวคิดในการออกแบบ
 - โครงสร้างและวัสดุที่ใช้
 - ส่วนประกอบภายในอาคารของโครงการ
3. ศึกษาข้อมูลรายละเอียดของโครงการ
 - สายงานบริหาร และอัตรากำลังของบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด
 - หน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงาน และบุคลากร
 - พฤติกรรมของผู้ใช้อาคารในโครงการ
4. ศึกษาการจัดระบบสำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆ ภายในสำนักงาน
 - ประเภท ขนาด สัดส่วนของเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์สำนักงาน
 - การแบ่งพื้นที่ใช้สอย และทางสัญจรภายในสำนักงาน
 - การเลือกใช้ และการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสม
5. ศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบของโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียง
6. ศึกษาเรื่องผลกระทบของสีกับงานออกแบบในโครงการ
7. ศึกษาข้อมูลทางด้านเทคนิคต่างๆ ที่นำมาใช้ในอาคารสำนักงาน
 - ระบบไฟฟ้า
 - ระบบติดต่อสื่อสารภายในและภายนอก
 - ระบบปรับอากาศ
 - ระบบแสง
 - ระบบบันทึกลีแสง และระบบบันทึกภาพ
 - วัสดุต่างๆ ที่นำมาใช้ในการตกแต่งภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8.ขอบเขตของโครงการ

โครงการอาคารสำนักงาน บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซ์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ อาคารสำนักงาน 7
ชั้น แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ชั้นที่ 1 ประกอบด้วย

- สวน
- สระน้ำ
- ลิฟท์
- บันได
- ห้องไฟฟ้า
- ห้องเครื่องปั๊ม
- ที่จอดรถ

รวมพื้นที่ประมาณ

540.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 2 ประกอบด้วย

ส่วน แผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)

- บริเวณทางเข้า
- ส่วนรับลูกค้า
- เลขานุการฝ่ายธุรการ
- พนักงานฝ่ายการเงิน
- พนักงานฝ่ายบัญชี
- พนักงานสมุหบัญชี
- ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรการ
- แม่บ้าน
- พนักงานส่งเอกสาร
- เลขานุการฝ่ายสื่อโฆษณา
- พนักงานประสานงานสื่อโฆษณา
- พนักงานวางแผน
- หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา

ส่วนแผนก MAJOR RIGHT

- ฝ่ายธุรการ
- ฝ่ายขาย
- ฝ่ายประสานงานต่างประเทศ
- ฝ่ายกฎหมาย
- ห้องผู้อำนวยการฝ่าย
- ห้องประชุม
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม
- ห้องน้ำ
- ลิฟต์
- บันได
- ห้องไฟฟ้า

รวมพื้นที่ประมาณ

335.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 3 ประกอบด้วย

ส่วน แผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

- ส่วนรับรองลูกค้า
- เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

ฝ่ายสร้างสรรค์

- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- หัวหน้าฝ่ายศิลป์
- ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร
- ฝ่ายประสานงาน (ลำดับงาน)
- ห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)
- เลขานุการแผนก
- ห้องประชุม
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม
- ห้องน้ำ
- ลิฟท์
- บ้านใต้
- ห้องไฟฟ้า

รวมพื้นที่ประมาณ

335.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 4 ประกอบด้วย

ส่วน แผนก EFF.

- ส่วนรับรองแขก
- ฝ่ายบริหารงานลูกค้า
- พนักงานฝ่ายธุรการ
- หัวหน้าฝ่ายธุรการ
- ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- หัวหน้าฝ่ายผลิต
- หัวหน้าฝ่ายศิลป์
- พนักงานฝ่ายศิลป์
- พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค
- พนักงานติดต่อและบันทึกเทป
- เลขานุการแผนก
- ห้องผู้อำนวยการแผนก EFF.
- ห้องประชุม
- ห้องบันทึกเสียงและภาพ
- ห้องเก็บฟิล์มและเทป
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม
- ห้องน้ำ
- ลิฟท์
- บันได
- ห้องไฟฟ้า

รวมพื้นที่ประมาณ

335.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 5 ประกอบด้วย

ส่วน แผนก MAJOR ART

- ส่วนรับรองแขก
- ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร
- นักออกแบบ
- ฝ่ายศิลป์
- ฝ่ายช่างภาพ
- พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค
- เลขานุการแผนก MAJOR ART
- ห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ART
- ห้องสมุด
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม
- ห้องน้ำ
- ลิฟต์
- บันได
- ห้องไฟฟ้า

รวมพื้นที่ประมาณ

335.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นที่ 6 ประกอบด้วย

ส่วนแผนก MAJOR ART

- ส่วนห้องประชุม
- สตูดิโอถ่ายภาพ
- ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า
- ห้องมืดและห้องเก็บฟิล์ม

ส่วนแผนก MAJOR STAGE

- ส่วนรับรองแขก
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์
- ฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว
- ฝ่ายจัดสถานที่
- เลขานุการแผนก MAJOR STAGE
- ผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE

ส่วนแผนก MAJOR STAR (MEDIA AGENCY)

- ฝ่ายประชาสัมพันธ์
- ฝ่ายจัดซื้อสื่อโฆษณา
- ฝ่ายขายสื่อโฆษณา
- นักวิจัย
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม
- ห้องน้ำ
- ลิฟท์
- บันได
- ห้องไฟฟ้า

รวมพื้นที่ประมาณ

335.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 7 ประกอบด้วย

ส่วนกรรมการผู้จัดการ

- ส่วนรับรองแขก
- ส่วนเลขานุการ
- ห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า
- ห้องกรรมการผู้จัดการ
- ห้องที่ปรึกษา
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม
- ห้องน้ำ
- ลิฟท์
- บันได
- ห้องไฟฟ้า
- ห้องเก็บของ

รวมพื้นที่ประมาณ

300.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 8 ประกอบด้วย

- พื้นที่ลาดฟ้า
- ลิฟท์
- บันได
- ห้องเก็บของ

รวมพื้นที่ประมาณ

200.00 ตารางเมตร

รวมพื้นที่ทั้งโครงการ

2,715.00

ตารางเมตร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9.ขอบเขตของงานออกแบบ

ได้พิจารณาเลือกโครงการอาคารสำนักงานบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ตีทิง จำกัด เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการและได้ทำการออกแบบตกแต่งภายใน ตัวอาคารของส่วนต่อไปนี้

ชั้นที่ 2 ประกอบด้วย

ส่วนแผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)

- บริเวณทางเข้า
- ส่วนรับรองลูกค้า
- เลขานุการฝ่ายธุรการ
- พนักงานฝ่ายการเงิน
- พนักงานฝ่ายบัญชี
- พนักงานสมุหบัญชี
- ผู้จัดการฝ่ายธุรการ
- แม่บ้าน
- พนักงานส่งเอกสาร
- เลขานุการฝ่ายสื่อโฆษณา
- พนักงานประสานงานสื่อ
- พนักงานวางแผน
- หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา

แผนก MAJOR RIGHT

- ฝ่ายธุรการ
- ฝ่ายขาย
- ฝ่ายประสานงานต่างประเทศ
- ฝ่ายกฎหมาย
- ห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR RIGHT
- ห้องประชุม
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม

รวมพื้นที่ประมาณ

260.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



๗พ.
๖๖๖๑
๒๕๖๒

ขั้นที่ 3 ประกอบด้วย

ส่วน MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

- ส่วนรับรองลูกค้า
- เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

ฝ่ายสร้างสรรค์

- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- หัวหน้าฝ่ายศิลป์
- นักออกแบบ
- ฝ่ายศิลป์
- ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร

- ฝ่ายประสานงาน (ลำดับงาน)

- ห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)
- เลขานุการแผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)
- ห้องประชุม
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม

รวมพื้นที่ประมาณ

260.00 ตารางเมตร

024940

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 4 ประกอบด้วย

ส่วนแผนก EFF.

- ส่วนรับรองแขก
- ฝ่ายบริหารงานลูกค้า
- พนักงานฝ่ายธุรการ
- หัวหน้าฝ่ายธุรการ
- ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- หัวหน้าฝ่ายผลิต
- หัวหน้าฝ่ายศิลป์
- พนักงานฝ่ายศิลป์
- พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก
- พนักงานติดต่อและบันทึกเทป
- เลขานุการแผนก EFF.
- ผู้อำนวยการแผนก EFF.
- ห้องประชุม
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม

รวมพื้นที่ประมาณ

270.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 5 ประกอบด้วย

ส่วนแผนก MAJOR ART

ฝ่ายสร้างสรรค์

- ส่วนรับรองลูกค้า
- ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร
- นักออกแบบ
- ฝ่ายศิลป์
- ฝ่ายช่างภาพ
- พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค
- เลขานุการแผนก MAJOR ART
- ห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ART
- ห้องสมุด
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม

รวมพื้นที่ประมาณ

275.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 6 ประกอบด้วย

ส่วนแผนก MAJOR ART

- ส่วนห้องประชุม
- สตูดิโอถ่ายภาพ
- ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า
- ห้องมีดและห้องเก็บฟิล์ม

ส่วนแผนก MAJOR STAGE

- ส่วนรับรองแขก
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์
- ฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว
- ฝ่ายจัดสถานที่
- เลขานุการแผนก MAJOR STAGE
- ผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE

ส่วนแผนก MAJOR STAR (MEDIA AGENCY)

- ฝ่ายประชาสัมพันธ์
- ฝ่ายจัดซื้อสื่อโฆษณา
- ฝ่ายขายสื่อโฆษณา
- นักวิจัย
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม

รวมพื้นที่ประมาณ

275.00 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 7 ประกอบด้วย

ส่วนกรรมการผู้จัดการ

- ส่วนรับรองแขก
- ส่วนเลขานุการ
- ห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า
- ห้องกรรมการผู้จัดการ
- ห้องที่ปรึกษา
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม

รวมพื้นที่ประมาณ

207.00 ตารางเมตร

รวมพื้นที่ที่ทำการตกแต่ง

1,552.00

ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.10. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้

1. สามารถเสนอแนะทางการออกแบบที่เหมาะสมให้ได้ประโยชน์ตรงตามความต้องการของโครงการ
2. ทำให้เกิดการเรียนรู้ถึงขั้นตอนของการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูลของโครงการที่นำมาใช้ในงานวิจัย
3. ได้เรียนรู้ถึงการหาข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบตกแต่งภายในอาคารของโครงการ
4. เพิ่มประสบการณ์ในการติดต่อกับงานจริง ในการติดต่อขอข้อมูลและเอกสารต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการทำวิทยานิพนธ์
5. ได้เรียนรู้ถึงการวางแผนในการทำงาน การกำหนดระยะเวลาของการทำงานในระยะยาว ให้เป็นไปในแนวทางที่ได้วางไว้
6. เป็นการฝึกทักษะในการทำงานออกแบบตกแต่งภายในให้มีประสบการณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ
7. เพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับผู้สนใจจะศึกษาโครงการออกแบบตกแต่งภายในอาคารสำนักงานบริษัทผลดีสื่อโฆษณา

1.11. แหล่งศึกษาค้นคว้าข้อมูล

- บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด โดยคุณนิรุฒน์ ตันอนุชิตกุล กรรมการผู้จัดการ
- คุณกิตติชัย แสงอินทร์ (สถาปนิกผู้ออกแบบโครงการ)
- ห้องสมุดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บัง

- สำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- หอสมุดแห่งชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

2.1.การศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโครงการ

ในระบบเศรษฐกิจที่ขึ้นอยู่กับการแข่งขันกันอย่างเสรีของธุรกิจจำนวนมาก การส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาเป็นกิจกรรมที่ธุรกิจทั้งหลายต่างต้องกระทำเพื่อให้ได้ส่วนครองตลาดการค้าเพิ่มขึ้น ยิ่งเป็นสินค้าหรือบริการที่ต้องแข่งขันสูงก็ยิ่งจำเป็นต้องใช้โฆษณาเพื่อช่วงชิงส่วนครองตลาด หรือเพื่อส่งเสริมการขาย หรือสร้างจินตภาพ (IMAGE) ที่เป็นบวกหรือสร้างตำแหน่งครองใจ (POSITIONING) ที่ดีให้กับตัวสินค้า นักบริหารการตลาดจึงไม่เคยปฏิเสธความสำคัญของการโฆษณา จะเห็นได้ว่าวิธีที่ได้ผลมากที่สุดก็คือการให้บริการของบริษัทตัวแทนโฆษณา (ADVERTISING AGENCY) เข้ามาเป็นผู้วางกลยุทธ์ หรือแคมเปญในการแข่งขัน เพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้า ซึ่งก็มีทั้งบริษัทของคนไทยเองและบริษัทต่างชาติที่ตามสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาดำเนินธุรกิจในเมืองไทย

2.1.1.โฆษณาและคำจำกัดความ

คำว่า " โฆษณา " นี้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ได้ให้ความหมายว่า

" โฆษณา " หมายถึง การเผยแพร่หนังสือออกไปยังสาธารณชน การป่าวร้อง การป่าวประกาศ เช่น โฆษณาสินค้า

สมาคมการตลาดแห่งอเมริกา (AMERICA MARKETING ASSOCIATION : AMA) ได้ให้ความหมายของการโฆษณาไว้ว่า " การโฆษณา " คือ รูปแบบของการเสนอใดๆ ซึ่งต้องชำระ เงินและผ่านสื่อที่มีใช้ตัวบุคคล การเสนอนี้เป็นการส่งเสริมเผยแพร่ความคิดเห็น สินค้า หรือบริการต่างๆ โดยผู้อุปถัมภ์ ระบุไว้

จากความเป็นมาและหน้าที่ของโฆษณาที่ปรากฏในระบบทุนนิยมทั่วโลก โฆษณาจะมีนิยามว่า " โฆษณา คือ กิจกรรมสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้น เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมอันเอื้ออำนวยต่อความเจริญของธุรกิจ การขายสินค้า หรือบริการ โดยอาศัยจากเหตุผลซึ่งมีทั้งกลยุทธ์จริงและเหตุผลสมมุติ ผ่านทางสื่อโฆษณาที่ต้องรักษาเวลาและเนื้อที่ที่มีการระบุบอกผู้โฆษณาอย่างชัดเจน "

2.1.2. การทำงานของธุรกิจโฆษณา

ปัจจุบันเราสามารถแบ่งแยกกลุ่มองค์กรที่เกี่ยวข้องในการโฆษณาได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

1. ผู้โฆษณาหรือผู้ให้ทำโฆษณา (ADVERTISING)

หมายถึง บริษัทเจ้าของหรือผู้ผลิตสินค้าที่ต้องการทำโฆษณา หรือบริการของตน โดยจะเป็นผู้รับผิดชอบเสียค่าใช้จ่ายทั้งหมด

2. ผู้รับทำโฆษณาหรือตัวแทนโฆษณา (ADVERTISING AGENCY)

หมายถึง ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการวางแผน และความคิดโฆษณาเข้าไปให้ถึงตลาดเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. บรรดาสื่อโฆษณาต่างๆ (ADVERTISING MEDIA)

หมายถึง เครื่องมือหรือช่องทางในการที่จะนำเอาข่าวสารจากงานโฆษณาที่เสร็จเรียบร้อยแล้วให้เดินทางไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง สื่อกลางแจ้งหรือสื่อเคลื่อนที่ ฯลฯ

4. องค์กรที่ให้บริการพิเศษในด้านอื่นๆ (SPECIAL SERVICE ORGANIZATION)

องค์กรประเภทนี้มีลักษณะที่ตั้งขึ้นมาเพื่อทำกิจกรรมใดๆ เพื่อเป็นการช่วย 3 องค์กรแรก เช่น การทำวิจัย ผลิตงาน ถ่ายภาพ บันทึกเสียง ตัดต่อ ฯลฯ

2.1.3. ประเภทของสื่อโฆษณา

ก. สื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์

- หนังสือพิมพ์ (PRESS AD.) ประเภทของการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ อาจแบ่งได้หลายรูปแบบ โดยทั่วไปจะมีการโฆษณาใน 4 ลักษณะ คือ

- โฆษณาย่อย (CLASSIFIED AD.) ได้แก่ โฆษณาช่องเล็กๆ ซึ่งมักจะอยู่ด้วยกันทั้งหมด ข้อความโฆษณาในแต่ละช่อง จะได้รับการเรียบเรียงให้อ่านได้ง่าย
- โฆษณาค้าปลีก (RETAIL AD.) เป็นลักษณะของการโฆษณาของร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า โดยปกติจะโฆษณาเพื่อวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ เพื่อส่งเสริมการขาย และเพื่อการสร้างภาพพจน์ของบริษัท
- โฆษณาคำสั่งหรือโฆษณาระดับชาติ (NATIONAL AD.) คือ การโฆษณาสินค้าโดยเจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และผลดีในการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การโฆษณาเชิงประกาศ (ANNOUNCEMENT AD.) คือโฆษณาที่มีข้อความโฆษณาค้ายกับข่าว เมื่อปรากฏอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์แล้วดูเฉินๆ จะนึกว่าเป็นข่าวจริงๆ

- นิตยสาร (MAGAZINE AD.) ลักษณะของการโฆษณาในนิตยสารโดยทั่วไปไม่มีความแตกต่างกับการโฆษณาในหนังสือพิมพ์มากนัก จะมีบ้างในนิตยสารบางฉบับที่มีจำนวนจำหน่ายสูงมาก และมีความครอบคลุมในกลุ่มเป้าหมายกว้าง เช่น นิตยสารนิวส์วีค หรือไทมส์ กล่าวคือ นิตยสารเหล่านี้ที่ตีพิมพ์ในคราวเดียวกัน จะมีโฆษณาที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค แม้ว่าเนื้อหาสาระในเล่มจะเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันมาก

- การโฆษณาที่ส่งตรงถึงผู้รับ (DIRECT MAIL) คือ การโฆษณาที่ส่งสารโฆษณาไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายโดยตรง โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ แผ่นปลิว (BROCHURE) คู่มือตัวอย่างสินค้า (BOOKLETS, CATALOGES) และสิ่งตีพิมพ์ของบริษัท (HOUSE OF COMPANY PUBLICATIONS) ซึ่งมีรูปแบบการเสนอสารค้ายนิตยสาร มีคอลัมภ์ บทความ รูปภาพและข่าวคราวของบริษัท

ข. สื่อโฆษณาประเภทแพร่ภาพและกระจายเสียง

สื่อโฆษณาประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ (BOARDCASTING MEDIA) เป็นสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลมาก เพราะมีธรรมชาติของสื่อที่เหมาะสมกับการโฆษณา กล่าวคือ สามารถเสนอสารด้วยเสียง ทำให้ผู้รับเกิดความเข้าใจมากกว่าการอ่านและเหมาะสมสำหรับผู้รับสารที่อ่านหนังสือไม่ออก

- วิทยุกระจายเสียง ในประเทศไทยสถานีวิทยุกระจายเสียงการค้ำส่วนใหญจะกระจายเสียง 2 ระบบ คือระบบ เอเอ็ม สามารถส่งกระจายเสียงได้ไกลและทั่วถึงกว่า จึงสามารถเข้าถึงผู้รับฟังในต่างจังหวัดได้ อีกระบบ คือ เอฟ เอ็ม ส่งกระจายเสียงด้วยคลื่นตรง ซึ่งจะเดินทางตามแนวอนจึงมักเกิดสื่อกีดขวาง ทำให้ไม่สามารถส่งกระจายเสียงในระยะไกลได้

- วิทยุโทรทัศน์ เช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียง กล่าวคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์จะเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการโฆษณาใดๆ เนื่องจากสถานีจะเป็นผู้กำหนดนโยบายต่างๆ ในด้านรายการและอัตราค่าโฆษณาของสถานี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความครอบคลุมของสถานีนั้นๆ ด้วย โฆษณาทางโทรทัศน์ปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็นรูปแบบใหญ่ๆ ดังนี้

- การโฆษณาสด (LIVE COMMERCIAL) เป็นการโฆษณาที่ถ่ายทอดออกอากาศทันที โดยใช้พิธีกรหรือโฆษณา ทำหน้าที่เผยแพร่โฆษณาด้านการพูดเป็นหลัก วิธีนี้เป็น การโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การโฆษณาด้วยภาพนิ่ง (SLIDE SPOT AD.) เป็นการโฆษณาที่ใช้ภาพนิ่ง โดยมากจะใช้เป็นแผ่น SLIDE มาออกอากาศ การโฆษณาแบบนี้ภาพจะนิ่ง ไม่เคลื่อนไหว และจะมีเสียงพูดโฆษณาเป็นตัวบรรยายจุดประสงค์ของการโฆษณา
- การโฆษณาด้วยเทปโทรทัศน์ (TAPE TELEVISION COMMERCIAL) เป็นการโฆษณาที่สร้างขึ้นโดยการบันทึกภาพเป็นเทปโทรทัศน์ด้วยเครื่องส่งโทรทัศน์
- ภาพยนตร์โฆษณา (FILM TELEVISION COMMERCIAL) คือ การผลิตอย่างหนึ่งของการสร้าง ซึ่งบันทึกภาพและเสียงลงบนแผ่นฟิล์มเหมือนภาพยนตร์ทั่วไป วิธีนี้ผู้ผลิตโฆษณาสามารถสร้างสรรค์ผลงานให้เป็นไปตามจินตนาการและจุดมุ่งหมายของตัวสินค้าได้มากกว่าโฆษณาแบบอื่น แต่มีข้อเสีย คือ การผลิตมีการใช้ค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด

ค. สื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ

- การโฆษณา ณ จุดขาย (POINT OF PURCHASE AD. หรือ POP) เป็นการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานที่ขายสินค้านั้นๆ
 - การโฆษณานอกสถานที่ (OUT DOOR AD.) แบ่งเป็นฝ่ายโฆษณาที่อยู่กับที่ เช่น ริมถนน สีแยก ทางด่วน อีกประเภทหนึ่งคือ ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ (TRANSIT AD.) เช่น ป้ายโฆษณาข้างรถเมล์ หรือ ท้ายสามล้อ
 - สื่อโฆษณาเบ็ดเตล็ด เป็นการโฆษณาถึงตัวผู้รับโดยตรงอย่างหนึ่ง โดยการผลิตของชำร่วย (SPECIALTY AD.) ซึ่งจะมีชื่อสินค้า บริษัท ตราผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ คำขวัญของผู้โฆษณาอยู่บนของชำร่วยนั้นๆ แล้วแจกแก่ลูกค้า
 - การโฆษณาด้วยการจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า
- สื่อโฆษณาแต่ละประเภทมีคุณสมบัติแตกต่างกัน ทำให้มีข้อเด่น และด้อยแตกต่างกัน แต่ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใดก็ตาม จะมีคุณสมบัติร่วมกันอยู่คือ
1. เป็นสื่อที่เข้าถึงคนกลุ่มใหญ่ได้อย่างกว้างขวาง ในเวลาเดียวกัน หรือที่เรียกว่าเป็น "สื่อมวลชน"
 2. เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายด้วยราคาที่ประหยัด เมื่อคิดเฉลี่ยต่อหัว เพราะถ้าเปรียบเทียบการเข้าถึงด้วยวิธีอื่นๆ ที่ไม่ใช่วิธีโฆษณาแล้วจะเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่ามาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.แม้ว่าจะเป็นสื่อที่เข้าถึงคนกลุ่มใหญ่เพียงใดก็ตาม เนื้อหาของสื่อก็ยังคงระบุออกแก่ผู้สื่อโฆษณาได้ว่า สื่อประเภทใดเหมาะสมกับผู้โฆษณากลุ่มใด เพราะฉะนั้นการจะเลือกสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มยังคงเป็นไปได้อยู่

ด้วยคุณสมบัติต่างๆ เหล่านี้ของสื่อโฆษณา ทำให้มีผู้นิยมใช้สื่อโฆษณากันมากขึ้น ดังนั้น ผู้โฆษณาจึงกลายเป็นผู้อุปถัมภ์รายใหญ่ของระบบสื่อสารมวลชนในสังคมทุกๆ สังคมที่เป็นสังคมแบบเศรษฐกิจทุนนิยม

2.1.4. องค์ประกอบขององค์กรกิจการโฆษณา

1. งานบริหารทั่วไป

ในส่วนของงานบริหารทั่วไป จะได้กล่าวถึงงาน 3 ประเภท คือ งานบริหาร งานบัญชี และการเงิน และ งานบุคคล

1.1. ฝ่ายบริหาร (MANAGEMENT AND ADMINISTRATION) คือหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่ทำหน้าที่ดำเนินธุรกิจทั่วไปของบริษัท เพื่อที่จะทำให้กิจการของบริษัทดำเนินไปได้อย่างดี งานของฝ่ายบริหารมีตั้งแต่วางแผน วางนโยบายและวัตถุประสงค์ของบริษัท รวมไปถึงกำหนดเป้าหมายทางการตลาดของบริษัทด้วย

1.2. งานบัญชีและการเงิน (BOOKKEEPING AND FINANCE) พนักงานบัญชีและการเงินทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายบริการอย่างใกล้ชิด ในบางบริษัทฝ่ายบัญชีและการเงินอาจไม่ได้แยกออกจากฝ่ายบริหาร ฝ่ายนี้จะเป็นผู้รับนโยบายทางการเงินจากฝ่ายบริหาร และทำงานเกี่ยวข้องกับฝ่ายอื่นๆ ในบริษัทในการเบิกจ่าย รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ด้วย

1.3. งานบุคคล ฝ่ายบุคคล (PERSONNEL) เป็นอีกฝ่ายหนึ่งที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริหาร ในบางบริษัทอาจจะรวมฝ่ายบุคคลเข้าไว้กับฝ่ายบริหาร ฝ่ายบุคคลทำหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับพนักงาน การสรรหาบุคคลเข้ามารับตำแหน่งที่เหมาะสมตามที่บริษัทต้องการ รวบรวมข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับพนักงาน

2. งานบริการลูกค้า

บุคคลที่ทำหน้าที่บริการลูกค้า ได้แก่ ผู้อำนวยการฝ่ายบริการลูกค้า (ACCOUNT DIRECTOR) มักเรียกย่อๆ ว่า A.D. ซึ่งเป็นผู้อำนวยการทำงานบริการลูกค้าของฝ่ายหรือกลุ่มที่รับผิดชอบและผู้บริหารฝ่ายบริการลูกค้า (ACCOUNT EXECUTIVE) หรือ A.E.

บุคคลที่ทำงานตำแหน่งนี้ ทำหน้าที่สำคัญในการติดต่อสื่อสารจากลูกค้ามายังหน่วยงานอื่นๆ สารที่ถือจากลูกค้ามายังบริษัท คือ วัตถุประสงค์เป้าหมายทางการตลาดและสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ว่าจะได้รับจากการจ้างบริษัทตัวแทนโฆษณามาทำงานนี้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องเป็นผู้ชี้แจงสิ่งต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของงานโฆษณา และความเป็นไปได้ของสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลงานและบริการที่ได้รับและพึงพอใจที่จะใช้บริการของบริษัทต่อไป

นอกจากนี้ ฝ่ายบริการลูกค้ายังต้องเป็นด่านแรกในบริษัทตัวแทนโฆษณาที่ทำการศึกษาค้นหาข้อมูลอย่างจริงจัง เกี่ยวกับบริษัทลูกค้าและผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการให้ทำโฆษณาให้ เพื่อที่จะได้นำมาวางแผนการโฆษณาให้รับกัน

ฝ่ายบริการลูกค้าเมื่อได้รับข้อมูลจากลูกค้าครบถ้วนเพียงพอ ก็จะเริ่มถ่ายทอดแผนการโฆษณาตามที่ลูกค้าต้องการให้ฝ่ายอื่นๆ เช่น ฝ่ายสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เพื่อที่ฝ่ายสร้างสรรค์จะได้นำไปหาแนวคิดในการรณรงค์โฆษณาสินค้าตัวนั้น

งานโฆษณาที่ผลิตออกมาทุกงาน จะต้องได้รับความเห็นชอบจากฝ่ายบริการลูกค้าก่อน จึงจะนำไปเสนอฝ่ายบริหารให้อนุมัติ และเสนอต่อลูกค้าได้ ในการเสนองานให้ลูกค้าอนุมัติทุกครั้ง ฝ่ายบริการลูกค้าจะต้องมีส่วนร่วมในการนำเสนอเพื่อชี้แจงให้ลูกค้าเข้าใจ และคอยช่วยเสนอแนะในกรณีที่ลูกค้าต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขงาน

3.งานสร้างสรรค์

การสร้างสรรค์งานโฆษณา เป็นงานของอีกฝ่ายหนึ่งในบริษัทตัวแทนโฆษณา ที่เรียกว่า ฝ่ายสร้างสรรค์ (CREATIVE DEPARTMENT) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ (CREATIVE DIRECTOR) ที่มักเรียกย่อๆ ว่า C.D.คือผู้รับผิดชอบงานโฆษณาทั้งหมดที่ผลิตโดยฝ่ายสร้างสรรค์ เจ้าหน้าที่อื่นๆ ในฝ่ายสร้างสรรค์จะประกอบไปด้วยบุคคลที่ทำหน้าที่สองส่วน คือ

3.1.ทำหน้าที่เขียนบทหรือข้อความโฆษณา เรียกบุคคลที่ทำหน้าที่นี้ว่า ก๊อปปี้ไรเตอร์ (COPY WRITER) การใช้ถ้อยคำโฆษณาที่เหมาะสม ชวนใจคน และมีพลังเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับงานโฆษณาแต่ละชิ้น

การเขียนบทโฆษณา ผู้เขียนบทจะต้องทำงานร่วมกับฝ่ายบริการลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้จะได้ข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับสินค้ากลุ่มเป้าหมายและความต้องการของลูกค้า สิ่งที่ต้องกำหนดร่วมกันก่อนที่จะลงมือทำงานสร้างสรรค์แต่ละชิ้น คือ แนวคิด (CONCEPT) เมื่อได้คอนเซ็ปต์แล้ว ผู้เขียนบทโฆษณาจะต้องนำคอนเซ็ปต์นั้น มาสร้างให้เป็นเนื้อเรื่องของโฆษณา (EXECUTIVE) และเขียนบทประกอบโดยใช้คำที่สามารถจะจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับ และยอมรับสินค้านั้นในที่สุด ในการคิดบทและเรื่องนั้น นักเขียนจะต้องทำงานร่วมกับฝ่ายสร้างสรรค์ด้วยกัน คือผู้สร้างงานศิลป์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.หน้าที่สร้างงานศิลป์ (ART) เป็นงานฝ่ายสร้างสรรค์เช่นเดียวกัน แต่เป็นหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับภาพที่จะปรากฏในงานโฆษณา โดยมีผู้อำนวยการสร้างงานศิลป์ (ART DIRECTOR) เป็นผู้ดูแล ประกอบด้วยพนักงาน ได้แก่ วิศวกร (VISUALIZER) และกราฟิกดีไซน์เนอร์ (GRAPHIC DESIGNER) โดยที่วิศวกรเป็นผู้รับหน้าที่ทำให้ความคิดและเนื้อเรื่อง que คิดเอาไว้ปรากฏออกมาบนภาพที่มองเห็นได้ ส่วนกราฟิกดีไซน์เนอร์เป็นผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับการเขียน ออกแบบและการจัดลักษณะตัวอักษรทั้งหมดที่ปรากฏในงานโฆษณา

กล่าวโดยรวมแล้ว งานของฝ่ายสร้างสรรค์เป็นงานที่นำเอาความคิดทั้งหมดที่มองไม่เห็น เป็นรูปร่างที่เรียกว่า แนวคิด หรือคอนเซ็ปต์มาทำให้เป็นสิ่งที่มองเห็นได้ด้วยตา รับฟังได้ ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสามารถจับใจความสำคัญที่ผู้โฆษณาต้องการให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รับ

เมื่องานของฝ่ายสร้างสรรค์ผ่านการยอมรับจากลูกค้าแล้ว จะต้องเริ่มงานผลิตโฆษณาประเภทต่างๆ ที่เสนอไป หน่วยงานที่จะต้องติดต่อด้วย คือฝ่ายผลิตงานโฆษณา แต่เนื่องจากการมีฝ่ายผลิตเองในบริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นลงทุนที่สูงมาก ดังนั้น บริษัทตัวแทนโฆษณาทุกบริษัทจึงต้องติดต่อกับหน่วยงานที่มีความชำนาญเฉพาะในการผลิต เช่น โรงพิมพ์ บริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณา (PRODUCTION HOUSE)

4.งานวางแผนสื่อโฆษณา

งานวางแผนสื่อโฆษณา เป็นงานของฝ่ายสื่อโฆษณา (MEDIA DEPARTMENT) อยู่ในความควบคุมของผู้บริหารฝ่ายสื่อ (MEDIA DIRECTOR) โดยพนักงานของฝ่ายนี้ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ซื้อสื่อ (MEDIA BUYER) และเจ้าหน้าที่วางแผนสื่อ (MEDIA PLANNER) งานของฝ่ายนี้เริ่มจากจุดเดียวกับฝ่ายบริการลูกค้า คือการได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการตลาด หรืออย่างน้อยวางแผนการโฆษณา โดยการให้คำแนะนำแก่ฝ่ายอื่นๆ ว่าควรจะต้องนำเสนอผ่านสื่อใดบ้างจึงจะสามารถเข้าถึง (REACH) กลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้ในการวางแผน ฝ่ายสื่อโฆษณาจะต้องให้คำแนะนำเกี่ยวกับการซื้อเนื้อที่ (SPACE) และเวลา (TIME) ของสื่อที่จะนำงานโฆษณาไปออก

งานซื้อสื่อ นั้นดูจะเป็นงานประจำ (ROUTINE) แต่ที่จริงแล้วมีความซับซ้อนจึงต้องอาศัยประสบการณ์และความคล่องตัวของฝ่ายสื่อเป็นอย่างมาก และต้องรู้ว่าสื่อประเภทใดมีประสิทธิภาพด้านใด เข้าถึงคนกลุ่มใดได้มาก ความนิยมของท่านผู้อ่าน ผู้ชม ผู้ฟังต่อสื่อประเภทต่างๆ ในปัจจุบันเป็นเช่นไร สื่อเหล่านี้ฝ่ายสื่อโฆษณาจะต้องติดตามความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.งานวิจัย

การวิจัยหมายถึง การแสวงหาข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ ปราศจากอคติทั้งหมด การนำผลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการทำโฆษณา ทำได้ในหลายขั้นตอนของกระบวนการโฆษณา

งานวิจัยเป็นงานที่มีความจำเป็นและสำคัญอีกงานหนึ่งในกระบวนการโฆษณานักโฆษณาที่ทำงานเป็นระบบและมีความตั้งใจจริงจะรู้ว่าเป้าหมายสุดยอดของการโฆษณา คือการทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาขายได้ ดังนั้น ในการวางแผนรณรงค์ทางการโฆษณา ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของสินค้านั้นๆ เป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นที่จะต้องรู้อย่างละเอียดละออ ข้อมูลต่างๆ ที่มาถึงมือโฆษณานั้น ส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดได้มาโดยการทำวิจัย

6.งานสนับสนุนอื่นๆ

หน่วยอื่นๆ ในบริษัทที่มีได้รับหน้าที่ในการดำเนินงานโฆษณาหรือผลิตงานโฆษณา แต่ก็มีส่วนสำคัญทำให้งานเดินไปได้ดี ซึ่งบริษัทตัวแทนโฆษณาบางแห่งก็มี บางแห่งก็ไม่มี แล้วแต่ความจำเป็นของแต่ละกิจการ ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะที่มีอยู่ในบริษัทตัวแทนโฆษณา คือ

6.1ฝ่ายจัดลำดับงาน (TRAFFICDEPARTMENT) งานของฝ่ายนี้เกี่ยวกับการจัดงานให้งานที่รับมาจากลูกค้า ถูกป้อนสู่ฝ่ายต่างๆ ของบริษัทอย่างเป็นระบบ และเป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดลำดับงานอีก ที่จะต้องคอยติดตามและแจ้งให้ทุกคนที่มีหน้าที่รับผิดชอบรู้กำหนดการของตนเองว่าควรทำอะไรให้เสร็จเมื่อไร

6.2.ฝ่ายส่งเสริมการขาย (SALES PROMOTION DEPARTMENT) ฝ่ายนี้จะเป็นผู้ชำนาญในการเสนอความคิด ในการส่งเสริมการขายด้วยรูปแบบต่างๆ เช่น รายการชิงโชค ลดราคา ซึ่งในการนี้เพื่อให้รายการที่จัดขึ้นให้สอดคล้องกับแผนการตลาดของสินค้า การจัดรายการส่งเสริมการขาย อาจจะได้ในรูปของการจัดแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้า(TRADE SHOW) ต่างๆ หรือจัดงานแถลงข่าว (PRESS CONFERENCE) ในการเปิดตัวสินค้าใหม่

6.3.ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT) ฝ่ายประชาสัมพันธ์นี้ทำงานในสองลักษณะ คือ

- ทำงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท คือ เผยแพร่และสร้างภาพพจน์ที่ดีให้บริษัทตัวแทนโฆษณานั้นๆ ต่อสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง
- รับงานวางแผน และดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานอื่นๆ เนื่องจากปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ ได้เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการส่งเสริมความก้าวหน้าของหน่วยงาน จึงมีบริษัทลูกค้าบางบริษัทที่ต้องการให้บริษัทที่วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้เป็นบริษัทที่เข้าใจแผนการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดและแผนการโฆษณาของลูกค้าเป็นอย่างดี เพื่อให้แผนการประชาสัมพันธ์รับกันกับแผนการ
โฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการของงานโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2. การออกแบบสำนักงาน

ก. การวางแผนงานและการดำเนินงานการจัดสำนักงานทั่วไป (Lay-Out in Office Planning)

การกำหนดแผนงานการจัดสำนักงาน แต่เดิมได้มีการศึกษา และวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญๆ และแบ่งทฤษฎีการวางผังสำนักงานทั่วไปออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. เน้นการเคลื่อนที่ (Movement) ได้แก่ การสัญจรภายใน (Pedestrian Movement) และการติดต่อด้านเอกสาร (Paper Flow) ภายในสำนักงาน
2. เน้นการติดต่อสื่อสาร (Communication) โดยกำหนดเอาความถี่ในการติดต่อสื่อสารภายใน เช่นการติดต่อตัวต่อตัว (Face to Face) ทางโทรศัพท์ หรือทางตัวกลางใดๆ ที่สามารถสื่อสารซึ่งกันและกันได้

ข. วิธีการดำเนินงานวางแผนการจัดสำนักงาน (Method of Lay-Out in Office Planning)

ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎี หรือวิธีการวางแผนการจัดหาสำนักงานแบบใดก็ตาม จะมีหลักเบื้องต้นของการจัดสำนักงาน ซึ่งประกอบด้วย

1. การรวบรวมข้อมูล (Data Collection)
2. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)
3. เขียนแผนภูมิของความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและระหว่างบุคคล (Relation Diagram)
4. แปลผลการวิเคราะห์และแผนภูมิเข้าสู่การวางผังการจัดสำนักงาน (Lay-out)

1. การรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

ข้อมูลพื้นฐาน (Basic Data) และความต้องการต่างๆ (Requirement) เป็นสิ่งที่สำคัญในการตัดสินใจในการวางผังดังกล่าว การรวบรวมข้อมูลอาจจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ หรือใช้แบบสอบถาม หรืออาจจะใช้ทั้งสองอย่างก็ได้ซึ่งการใช้แบบสอบถามนั้นเป็นวิธีที่ตรงที่ทั้งสองฝ่ายมีโอกาสแสดงความคิดเห็นกันได้ และผู้สัมภาษณ์อาจได้แนวความคิดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

แต่ไม่ว่าจะได้มาด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง หรือทั้งสองก็ตาม ข้อมูลที่ต้องการนั้นเกี่ยวกับสิ่งต่อไปนี้

- วิธีการบริหารงาน (Management Staff)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ระดับหรือตำแหน่งของพนักงาน (Grade of Staff)
- วิธีการทำงานที่ดำเนินอยู่ในขณะนั้น (Grade of Staff)
- วิธีการทำงานที่ดำเนินอยู่ในขณะนั้น
- จำนวนพนักงานของกลุ่มหรือหน่วยงานทั้งในปัจจุบันและในอนาคตที่ประมาณได้ในช่วงหนึ่ง
- การเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานที่ได้วางแผนไว้แล้ว เช่น อุปกรณ์ชิ้นใหม่ ระบบการบริหารงานใหม่
- ความถี่ในการติดต่อระหว่างบุคคลภายในกลุ่ม และระหว่างกลุ่ม
- ความถี่ในการติดต่อกับบุคคลภายนอกในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
- การประชุม ปรึกษางานในลักษณะต่างๆ ของกลุ่มบุคคล
- การใช้อุปกรณ์ติดต่อสื่อสารต่างๆ เช่น โทรศัพท์ เอกสาร อุปกรณ์ หรือครุภัณฑ์ที่ใช้ร่วมกัน
- การจัดกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการของพนักงาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

เป็นขั้นตอนหลังจากที่ได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว การวิเคราะห์สามารถกระทำได้หลายรูปแบบและอาจจะมีการบันทึกไว้เป็นรายงานผลการวิจัยซึ่งประกอบด้วยความต้องการในด้านต่างๆ ความสัมพันธ์ของหน่วยงานของแต่ละบุคคลและปัญหาที่เกิดขึ้น ตลอดจนแนวทางที่จะต้องแก้ปัญหานั้นๆ

3. เขียนแผนภูมิของความสัมพันธ์ (Relationship Diagram)

เขียนตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านต่างๆ ระหว่างหน่วยงาน ระหว่างบุคคลและกลุ่มพร้อมทั้งแสดงความถี่ของการติดต่อประสานงานกันทั้งภายในสำนักงานและกับบุคคลภายนอก (ผู้มาติดต่อ) ให้เห็นเด่นชัด เพื่อสะดวกในการวางแผนและกำหนดที่ตั้งของส่วนทำงานต่างๆ

4. ขั้นตอนการวางแผนภายในสำนักงาน (Lay-Out)

ขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการจัดวางผังภายในสำนักงานก่อนที่จะนำไปปฏิบัติจริงก็คือ การกำหนดพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ตามความต้องการภายในสำนักงาน สิ่งที่จะต้องพิจารณาก่อนเพื่อความเหมาะสมในการจัดวางผังภายในสำนักงานได้แก่

- ลักษณะตัวอาคาร โดยคำนึงพื้นที่ (Space) ภายใน
- การจัดวางผังคร่าวๆ ของพื้นที่ทำงาน (Work Space)
- เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ตำแหน่งที่ตั้งของส่วนบริการต่างๆ ภายในอาคารที่มีอยู่แล้ว เช่น ห้องน้ำ ห้องเก็บของและห้องเครื่อง
 - การจัดสภาพแวดล้อมภายใน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบปรับอากาศ ฯลฯ
- ข้อพิจารณาดังกล่าวเป็นสิ่งที่จะนำไปสู่การวางผังขั้นสุดท้ายโดยสมบูรณ์ต่อไป

ค. องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดวางผังภายในสำนักงาน โดยละเอียด ประกอบด้วย

1. การจัดพื้นที่ใช้สอย
2. การจัดระบบการดำเนินงานติดต่อประสานงานภายใน
3. การจัดสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในสำนักงาน

1. การจัดพื้นที่ใช้สอย (Lay - Out of Work Space)

การจัดพื้นที่พื้นที่ (Space) สำหรับส่วนที่ทำงานภายในอาคารสำนักงานทั่วไปนั้น ขั้นตอนแรกจะเป็นการวางแผนแบบคร่าวๆ ของกลุ่มหรืองานให้อยู่ในรูปแบบที่ต้องการ โดยเป็นไปตามความเหมาะสม โดยพิจารณาถึงสัดส่วนของพื้นที่ทำงานทั้งหมดตามความต้องการตลอดจนทางสัญจรหลักต่อนั้นก็เป็นการจัดพื้นที่ (Space) สำหรับส่วนทำงานย่อยของแต่ละกลุ่ม รวมทั้งหน่วยบริการอื่นๆ การวางผังคร่าวๆ เพื่อวางตำแหน่งของพื้นที่ทำงาน (Work Space) ดังกล่าวพิจารณาได้ตามลักษณะความลึกของพื้นที่ Space (Data of Space) ภายในอาคารนั้นๆ

ความลึกของอาคาร (Dept of Space) ภายในอาคารสำนักงาน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. อาคารที่มีความลึก (Dept of Space) น้อย (Shallow Space) ประมาณ 6 – 14 ม. จะเป็นอาคารสำนักงานเล็ก
2. อาคารที่มีความลึก (Dept of Space) ปานกลาง (Medium Space) ประมาณ 10 – 24 ม. เป็นอาคารสำนักงานขนาดกลาง
3. อาคารที่มีความลึก (Dept of Space) มาก (Dept of Space) ประมาณ 25 – 40 ม. เป็นอาคารใหญ่ที่มีการเปิดพื้นที่ (Space) ภายในโล่ง (Dept of Space) เป็นระยะจาก Core หรือ Circulation หลักไปจรดด้านหนึ่งภายในอาคาร

เมื่อได้ทำการวางผังคร่าวๆ ของพื้นที่ทำงาน (Work Space) เรียบร้อยแล้วขั้นตอนต่อไปก็คือการจัดพื้นที่ (Space) ย่อยสำหรับพื้นที่ทำงาน (Work Space) ของกลุ่มบุคคลหรือแต่ละบุคคล ตลอดจน พื้นที่ (Space) สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น พื้นที่ (Space) ดังกล่าว มีความสำคัญเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากซึ่งจะต้องใช้ข้อมูล และความต้องการต่างๆ ที่ได้จากแหล่ง และผลทวารวิเคราะห์ มาพิจารณาประกอบ เพื่อให้ได้ระบบสำนักงานที่สมบูรณ์แบบ

การจัดพื้นที่ (Space) ย่อยโดยทั่วไปสำหรับพื้นที่งาน (Work Space) ภายในสำนักงานสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- ก. การจัดพื้นที่ (Space) สำหรับการทำงานของบุคคลภายในสำนักงาน
- ข. การจัดพื้นที่ (Space) สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน

ก. การจัด Space สำหรับการทำงานของบุคคลภายในสำนักงาน (Work Space for Individual)

บุคคลในสำนักงานล้วนแต่มีหน้าที่แตกต่างกัน ทำให้ความต้องการเนื้อที่ในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากสิ่งต่อไปนี้

- สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามความต้องการ
- ปริมาณการติดต่อประสานงาน ณ ที่นั้น
- ปริมาณของงานที่ทำ ณ ที่นั้น
- สุานะ ตำแหน่ง และหน้าที่การทำงานของแต่ละบุคคล
- การใช้ Space ที่ถูกต้องตามประโยชน์ใช้สอยและอัตราการเคลื่อนไหว (Movement) ภายใน Space ที่ดี
- พฤติกรรมในการทำงานของบุคคลแต่ละระดับ

ปกติแล้วพื้นที่ทำงาน (Work Space) ทั่วไปจะมีมาตรฐานของตัวเอง (Standard Space) จำเป็นและน้อยที่สุด (Minimum) ที่สามารถใช้ได้และปรับให้เข้ากับบุคคล โดยพิจารณาถึงความแตกต่างที่ได้กล่าวมาแล้ว

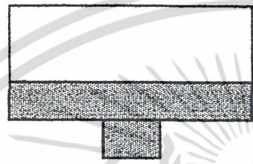
การวางผังคร่าวๆ แบ่งเป็น 3 ประเภท

1. การจัดแบบ Single Zone Lay – Out
2. การจัดแบบ Double Zone Lay – Out
3. การจัดแบบ Triple Zone Lay – Out

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

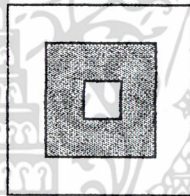
1. การจัดแบบ Single Zone Lay - Out

จัดให้ Working Area อยู่ด้านใดด้านหนึ่งของอาคาร โดยอีกด้านหนึ่งกำหนดเป็นทางเดินหลักหรือทางเดิน Corridor ซึ่งจะมีเส้นทางย่อยแยกไปสู่ส่วนทำงานต่างๆ อีกต่อ โดยมากจะพบการวางผังลักษณะนี้ในอาคารที่มี Depth of Space น้อยไปจนถึงลึกมาก (โดยเฉพาะ Office แบบเปิดโล่ง) และจะเห็นในอาคารเล็กจนถึงขนาดปานกลาง ซึ่งมีการจัดคล้ายการจัดแบบ Corridor ของอาคารเรียน



ภาพที่ 2.1

ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ Single Zone Lay - Out ในสำนักงานที่มี small space

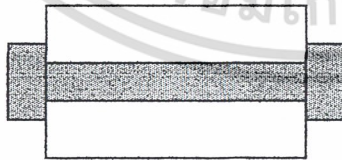


ภาพที่ 2.2

ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ Single Zone Lay - Out ในสำนักงานที่มี deep space

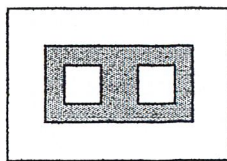
2. การจัดแบบ Double Zone Lay - Out

จัดให้ Working Area อยู่ทั้งสองด้านของอาคาร โดยมีโถงทางเดินอยู่ตรงกลาง ลักษณะนี้จัดเหมือนการจัดห้องพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ใต้ได้ทั้งอาคารสำนักงานแบบ Shallow Space และ Medium Space นอกจากนี้ยังเป็นการแก้ปัญหาที่ดีสำหรับอาคารขนาดกลาง เพราะประหยัดกว่าแบบแรก และใช้เนื้อที่ได้มาก ในกรณีที่เป็น Depth Space ประกอบด้วย Core 2 ชุด (Split Core) ภายในอาคาร



ภาพที่ 2.3

ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ Double Zone Lay - Out ในสำนักงานที่มี shallow space



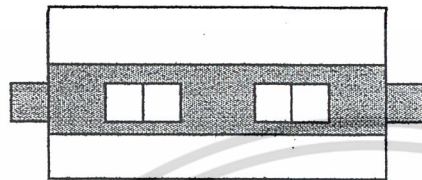
ภาพที่ 2.4

ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ Double Zone Lay - Out ในสำนักงานที่มี deep space

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

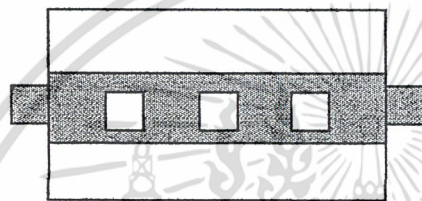
3. การจัดแบบ Triple Zone Lay – Out

ลักษณะคล้ายกับการจัดการแบบ Double Zone Lay – Out แต่เพิ่มส่วนบริการไว้ตรงกลางและปลายทั้งสองของทางเดินร่วม ส่วนตรงปลายดังกล่าวอาจจะจัดให้เป็นห้องน้ำก็ได้ การจัด Space แบบนี้ จะพบในอาคารที่มีขนาดกลางที่เป็นแบบ Medium Space



ภาพที่ 2.5

ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ Triple Zone Lay – Out



ภาพที่ 2.6

ลักษณะการจัดวางเนื้อที่ใช้สอยแบบ Triple Zone Lay – Out ในสำนักงานที่มี medium space

ประเภทของการใช้พื้นที่ของบุคคลภายในสำนักงาน

ความต้องการในการใช้พื้นที่ที่ทำงาน (Working Space) ของบุคคล หรือพนักงานในสำนักงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

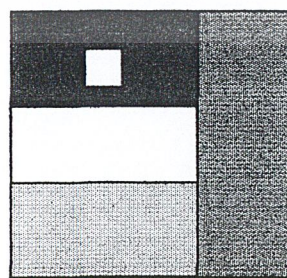
1. แบ่งตามพื้นที่แต่ละบุคคลต้องการใช้

การแบ่งเนื้อที่ใช้สอยแบบนี้ โดยมากจะใช้กับห้องทำงานรวมที่กว้างใหญ่ เช่นสำนักงานที่เปิดโล่ง (Open Lay – Out) ซึ่งกำหนดเป็นเนื้อที่ใช้จริง (Net Space) ของพนักงานแต่ละคน

พื้นที่ทำงาน = พื้นที่ของการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ปกติ (Furniture Space)

= พื้นที่ของทางสัญจรหลัก (Space of Main Aisle)

= พื้นที่ของทางเดินเฉพาะส่วน (Space of Individual Aisle)



พื้นที่การจัดวางเฟอร์นิเจอร์



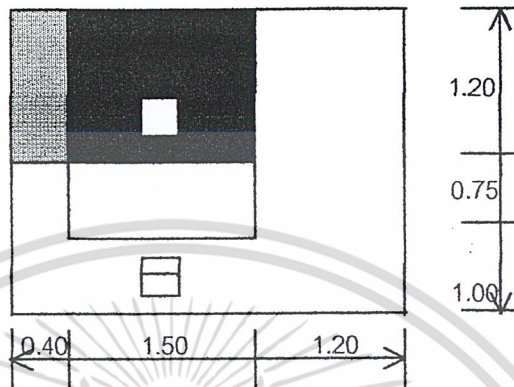
พื้นที่สำหรับทางเดินเฉพาะ



พื้นที่ของทางสัญจรหลัก

ภาพที่ 2.7 แสดงการใช้พื้นที่ทำงานของพนักงานทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 แสดงการใช้พื้นที่ทำงานของพนักงานทั่วไป

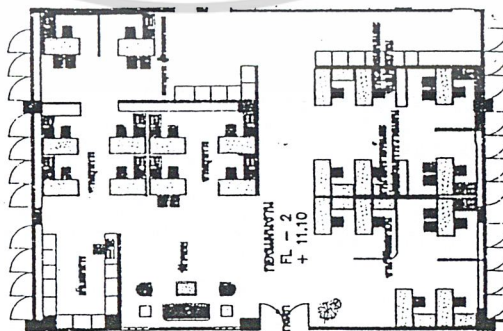
เนื้อที่ใช้สอยจริง สำหรับพนักงานคนหนึ่งควรให้มีเนื้อที่ประมาณ 6 ตารางเมตรและถ้าประกอบด้วยเฟอร์นิเจอร์ตามปกติ คิดเป็นเนื้อที่ประมาณ 4.5 – 6.5 ตารางเมตร และถ้าการทำงานของพนักงานผู้นั้นต้องการที่จะเก็บเอกสารหรือโต๊ะข้างเพื่อพิมพ์ติดด้วย พื้นที่ที่จะเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 2 ตารางเมตร

การแบ่งตามพื้นที่ที่แต่ละคนต้องการใช้หรือแบบเปิดโล่ง (Open Lay - Out System) นั้นยังสามารถแบ่งลักษณะผังออกได้อีก 2 ประเภทคือ

1.1 การจัดแบบเปิดตลอด (Open Plan)

1.2 การจัดแบบแลนด์สเคป (Landscape Office)

1.1. การจัดแบบเปิดตลอด (Open plan)

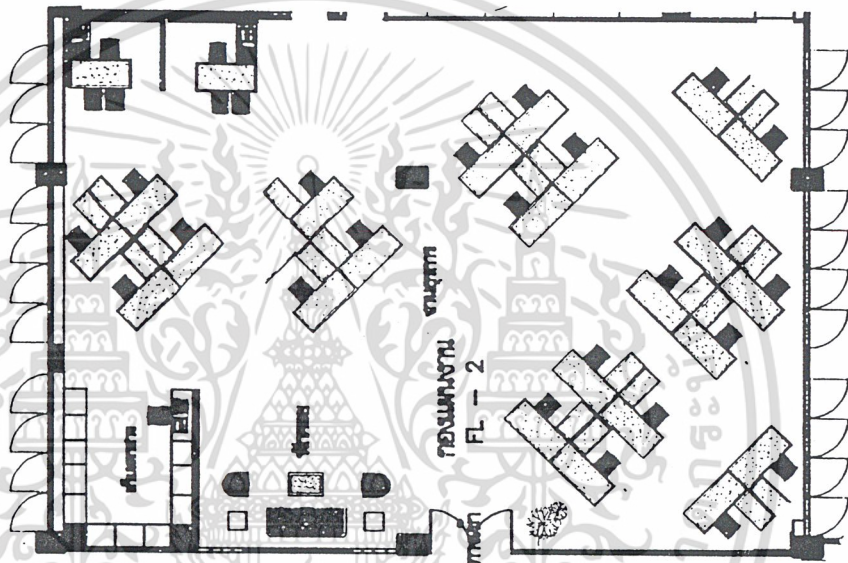


ภาพที่ 2.9 การจัดสำนักงานแบบเปิดตลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการจัดวางแบบเปิดโล่งตลอดธรรมชาติ โดยหลักทั่วไปก็เพื่อต้องการให้ได้ใช้พื้นที่ใช้สอยอย่างเต็มที่และเน้นเรื่องการติดต่อภายในหน่วยงานเพื่อความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น แต่การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ยังคงจัดวางแบบเลขาคณิตเพื่อความเป็นระเบียบ ซึ่งคล้ายกับการจัดวางสำนักงานแบบแยกห้องเป็นกลุ่มเฉพาะแต่ที่มีขนาดห้องที่มีกว้างขวางเท่านั้น

1.2. การจัดแบบแลนด์สเคป (Landscape Office)



ภาพที่ 2.10 การจัดสำนักงานแบบแลนด์สเคป

เป็นแนวความคิดในการจัดแบบเปิดจากระบบเก่า ซึ่งได้มีผู้นำไปพัฒนาโดยคิดริเริ่มเพิ่มเติมจนได้หลักการที่จะทำให้การจัดสำนักงานรวมถึงสภาพภายในและการบริหารดีขึ้น ซึ่งแนวความคิดนี้เกิดขึ้นประมาณปี ค.ศ.1960 (พ.ศ. 2503) ได้นำมาใช้แถวประเทศยุโรปและอเมริกา โดยมีแนวความคิดไปในทางการติดต่อประสานงานระหว่างพนักงานในที่ทำงานเป็นหลักใหญ่ (เป็นการติดต่อโดยตรง หรือทางโทรศัพท์) ลักษณะการจัดโต๊ะทำงานจะเป็นแบบการจัดกลุ่ม โดยเลือกให้ผู้มาติดต่อกันมากที่สุดในกลุ่มเดียวกัน การจัดโต๊ะจะไม่เป็นแถว ทางเดินไม่ตรงตลอดไม่เป็นมุมฉาก แต่จะโค้งงอไปมาระหว่างหมวดหมู่ของกลุ่มแยกส่วนต่างๆ ให้แยกกันเพื่อกันความลับ และใช้ผนังเตี้ยซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงโยกย้ายได้ง่ายเป็นตัวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะโดยทั่วไปและคุณสมบัติโดยส่วนรวมของเฟอร์นิเจอร์คล้ายกันที่ใช้ในสำนักงานแบบเปิดโล่ง แต่ยังมีองค์ประกอบบางอย่างที่จะต้องนำมาพิจารณานอกเหนือไปจากที่ได้กล่าวไปแล้วโดยแสดงถึงลักษณะ (Character) ความเป็นสำนักงานแบบ แลนด์สเคป (Landscape Office) ได้แก่

1. เฟอร์นิเจอร์บางประเภท เช่น โต๊ะทำงานสามารถออกแบบให้มีรูปต่างๆ ตามลักษณะการใช้งาน จุดประสงค์ก็เพื่อให้การทำงานสะดวกขึ้น และเพื่อความคล่องตัวในการสัญจรภายใน (Working Area) นั้นๆ
2. เฟอร์นิเจอร์บางอย่างเป็นโต๊ะทำงานทั่วไป ตู้เก็บเอกสารออกแบบให้ใช้ร่วมกันได้
3. การใช้ Low Partition หรือฉากกั้น (Screen) ตลอดจนกระถางต้นไม้ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก
4. ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป มีลักษณะโปร่ง เบา เคลื่อนย้ายได้สะดวก เพื่อง่ายต่อการเปลี่ยนแปลงภายในสำนักงานและง่ายต่อการทำความสะอาดพื้นที่ใช้งานซึ่งเน้นความยืดหยุ่น (Flexibility) ตลอดเวลา

การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอย

ลักษณะการจัดสำนักงานแบบเปิดตลอดและแบบ Landscape จะมีลักษณะความแตกต่างทางด้านประโยชน์ใช้สอย ซึ่งจะกล่าวเปรียบเทียบดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1. เปรียบเทียบความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอยของการจัดสำนักงานแบบเปิดตลอดและแบบ Landscape

สำนักงานแบบเปิดตลอด	สำนักงานแบบ Landscape
1. เน้นเรื่องการใช้พื้นที่ และการติดต่อภายในทั้งทางตรงและทางโทรศัพท์	1. เน้นเรื่องการติดต่อระหว่างพนักงาน โดยเฉพาะกลุ่มที่ทำงานเรื่องเดียวกัน
2. เหมาะสมกับหน่วยงานที่มีพนักงานเป็นจำนวนมากและต้องการติดต่อควบคุมอย่างทั่วถึงโดยสะดวกและรวดเร็ว	2. เน้นเรื่องของการยืดหยุ่นของการทำงานอยู่ตลอดเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานแบบเปิดตลอด	สำนักงานแบบ Landscape
3. การทำงานที่มีพนักงานมากบนพื้นที่เดียวกัน ซึ่งอาจจะทำให้ดูสับสนระหว่างหน่วยงาน ถ้าไม่มีการกันส่วน	3. สามารถทำให้เห็นถึงลักษณะกลุ่มทำงานที่เป็นส่วนตัวโดยใช้ผนังเดียวกัน
4. การทำงานที่มีพนักงานเป็นจำนวนมากอาจจะไม่เหมาะกับการทำงานที่ต้องการปรึกษาหารือกันเป็นส่วนตัว	4. ผู้ที่มาติดต่อจะได้รับความสะดวกเนื่องจากมีการคำนึงถึงพฤติกรรมติดต่อทั้งภายในและภายนอกเป็นสำคัญ
5. การจัดผังเฟอร์นิเจอร์ทั่วไปจะเป็นแบบเรขาคณิต เป็นระเบียบ แต่ถ้ามีจำนวนมากไปจะทำให้จำเจ น่าเบื่อหน่าย	5. การจัดวางผังเฟอร์นิเจอร์ไม่เป็นตามเรขาคณิต ทางเดินไม่ตรงตลอด การจัดภายในกลุ่มจะหันไปทิศทางเดียวกัน
6. ส่วนงานสำหรับผู้บริหาร จะแยกออกไปต่างหาก โดยจัดเป็นห้องหรือพื้นที่เฉพาะ	6. สร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี เพราะคำนึงถึงความต้องการทางด้านจิตใจและด้านกายภาพ

ตารางที่ 2.2. สรุปเปรียบเทียบข้อดี – ข้อเสียของการจัดสำนักงานแบบเปิดโล่ง

ข้อดี	ข้อเสีย
1. ไม่มีผนังกัน ช่วยประหยัดค่าก่อสร้าง ง่ายต่อการโยกย้ายเปลี่ยนแปลงตามความต้องการ	1. ส่วนใหญ่ขาดลักษณะความเป็นส่วนตัว คนที่ทำงานอยู่ต้องคอยกังวลกับคนทำงานในแผนกอื่น
2. มีความเหมาะสมในการใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่า ซึ่งจัดเป็นผลที่ได้รับมากที่สุด	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อดี	ข้อเสีย
3. การติดต่อประสานงานทั้งภายในและบุคคลภายนอก เป็นไปด้วยความรวดเร็วและมีความคล่องตัว 4. สร้างความเป็นกันเองในกลุ่มคนทำงาน 5. ไม่ต้องมีทางเดินเชื่อมระหว่างแผนกกว้างเกินความจำเป็น	2. มีปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมสภาพแวดล้อมภายในสำนักงาน เช่น เสียงรบกวน ฯลฯ 3. ขาดความเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนต่อแผนกต่างๆ ในหน่วยงาน

2. แบ่งพื้นที่เป็นห้องๆ หนึ่งตามต้องการ

การแบ่ง Work Space ลักษณะนี้เป็นแบบของการจัดสำนักงานแบบแยกห้องเฉพาะ โดยที่พื้นที่ที่ต้องการใช้สำหรับห้องๆ หนึ่ง ขึ้นอยู่กับ

- จำนวนผู้ใช้และเฟอร์นิเจอร์ที่มีอยู่ในห้องนั้น
- ชนิดของงานที่กระทำในแต่ละห้อง
- ฐานะหรือตำแหน่งของผู้ใช้ห้องนั้น

การแบ่งพื้นที่เป็นห้องๆ หนึ่งตามความต้องการ สามารถจัดแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ

- 2.1. การจัดเป็นห้องเดี่ยวสำหรับบุคคล (Private Office)
- 2.2. การจัดแบ่งเป็นห้องสำหรับทำงานกลุ่ม (General Office)

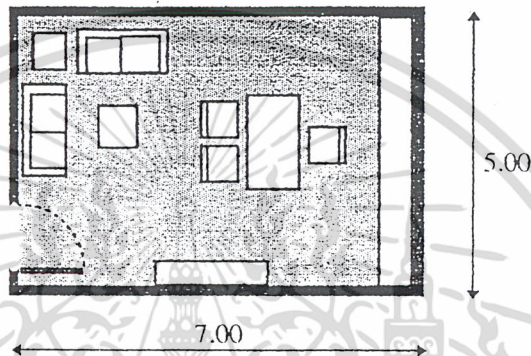
2.1. การจัดเป็นห้องเดี่ยวสำหรับบุคคล (Private Office)

การจัดเป็นห้องทำงานเฉพาะสำหรับบุคคลแบบนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นห้องทำงานของพนักงานระดับหัวหน้าหรือระดับผู้บริหาร การใช้พื้นที่ดังกล่าวแม้จะใช้พื้นที่น้อยที่สุด แต่ก็มากกว่าพื้นที่ที่ต้องการจริงอยู่เล็กน้อย เพราะจะมีพื้นที่ที่สูญเสียไปกับผนัง และแต่ละห้องต้องมีทางเดินต่างหาก (กรณีเป็นการจัดสำนักงานแบบแยกห้องเฉพาะ) ความยาวของด้านที่สั้นที่สุดของห้องๆ หนึ่ง มักจะไม่น้อยกว่า 2.5 เมตร และจะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่า 10 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องเดี่ยวสำหรับพนักงานขนาดเล็กสุด 10-15 ตารางเมตร จะมีพื้นที่พอเพียงสำหรับเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็นและมีที่ต้อนรับแขกเล็กๆ ภายในห้องนั้นได้

พนักงานในตำแหน่งสูงขึ้นไป ห้องจะมีพื้นที่ไปจนถึง 25 - 30 ตารางเมตร สำหรับตำแหน่งผู้บริหารชั้นสูง จะมีขนาด 40 - 50 ตารางเมตร ซึ่งสามารถตั้งชุดทำงาน ที่มีที่นั่งรับแขก 2 - 3 ที่นั่ง และชุดรับแขก 5 - 6 ที่นั่ง ตลอดจนตู้เก็บเอกสารต่างๆ ตู้โชว์ ฯลฯ ที่อำนวยความสะดวกอย่างเต็มที่

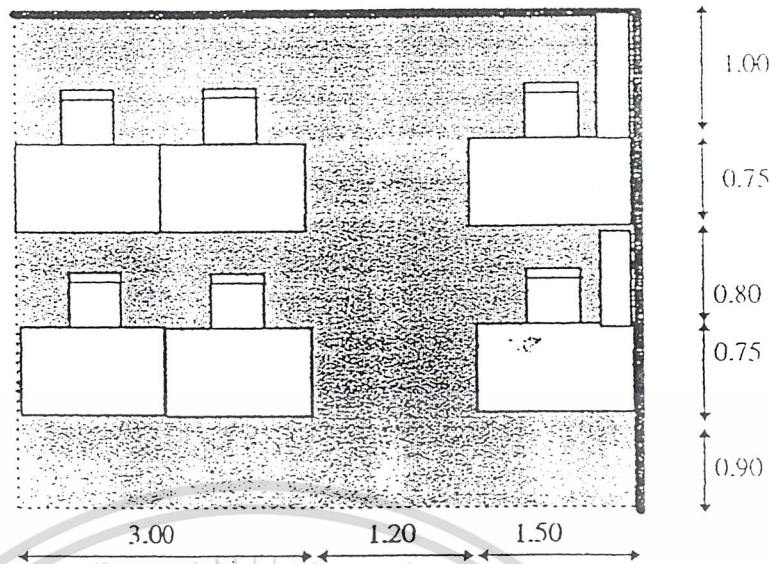


ภาพที่ 2.11 แสดงการใช้พื้นที่ในห้องทำงานส่วนตัว

2.2. การจัดแบ่งเป็นห้องสำหรับทำงานกลุ่ม (General Office)

เป็นการจัดซึ่งประกอบด้วยการทำงานเป็นทีม (Team Work) ห้องทำงานลักษณะนี้เป็นห้องที่มีขนาดใหญ่กว่าปกติไปจนถึงแบบเปิดโล่ง เนื่องจากห้องทำงานเฉพาะจะเล็ก ทำให้พื้นที่สูญเสียเปล่ามากยิ่งขึ้น นอกจากจะกำหนดให้มีขนาดเฟอร์นิเจอร์ลงตัวพอดีกับขนาดโครงสร้างอาคารมากเท่านั้น ส่วนห้องทำงานรวมกลุ่มขนาดใหญ่ก็อาจมีพื้นที่ที่สูญเสียเปล่าได้มากเช่นกัน จากตำแหน่งของขนาดของเสาภายในห้องนั้น

เนื้อที่สำหรับแต่ละบุคคลก็แบ่งตามความต้องการของแต่ละบุคคลดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งเฉลี่ยการใช้เนื้อที่ของบุคคลหนึ่งประมาณ 7 - 10 ตารางเมตร



ภาพที่ 2.12. แสดงการใช้พื้นที่ของพนักงานทั่วไปภายในห้องทำงานรวม

การใช้ห้องทำงานแบบรวมกลุ่มเป็นที่นิยมมาก เนื่องจากให้ผลดีด้านการติดต่อประสานงาน การควบคุมดูแลภายใน และใช้ประโยชน์จากพื้นที่ทำงานภายในห้องและอาคารได้อย่างเต็มที่ การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอย

ลักษณะการจัดสำนักงานแบบแบ่งเป็นห้องเดียวสำหรับบุคคลกับการแบ่งห้องทำงานสำหรับเป็นกลุ่ม จะมีลักษณะแตกต่างกันทางด้านประโยชน์ใช้สอย ซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3. แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอยระหว่างห้องทำงานแบบเดี่ยวและห้องทำงานแบบกลุ่ม

จัดแบ่งเป็นห้องเดียวสำหรับบุคคล	จัดแบ่งเป็นห้องสำหรับเป็นกลุ่ม
1. เหมาะสมกับงานที่ต้องการความเป็นสัดส่วน โดยเฉพาะ ทั้งการทำงานส่วนตัวและการต้อนรับ	1. มีความเหมาะสมกับงานบริหารชั้นสูงเช่นกัน แต่ควรคำนึงขนาดของห้องว่าใหญ่เกินไปหรือไม่
2. ไม่เหมาะกับการทำงานเป็นทีม เพราะต้องแยกกันทำให้การติดต่อประสานงาน ไม่สะดวกและล่าช้า	2. เหมาะกับการทำงานเป็นทีมที่ต้องการมีการติดต่อประสานงานอย่างใกล้ชิด แต่จะต้องกำหนดขนาดของห้องให้แน่นอน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับจำนวนของพนักงาน
3. ใช้ได้ดีเมื่อต้องการเน้นถึงความสามารถของบุคคลและเหมาะสมกับสำนักงานที่มีพนักงานจำนวนน้อย	3. ขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำงานร่วมกัน และการควบคุมดูแล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.4. สรุปเปรียบเทียบข้อดี – ข้อเสียของการจัดสำนักงานแบบแบ่งเป็นห้องๆ ตามความต้องการใช้

ข้อดี	ข้อเสีย
1. การทำงานจะมีลักษณะเป็นส่วนตัว ซึ่งจะทำให้การทำงานอย่างสบาย ไม่ต้องกังวลกับคนที่ทำงานในแผนกเดียวกันและแผนกอื่นๆ	1. ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างสูง เนื่องจากต้องมีการกั้นผนังแบ่งเป็นห้องๆ และทำให้สิ้นเปลืองเนื้อที่โดยใช่เหตุ
2. เน้นถึงความเป็นระเบียบและตำแหน่งหน้าที่การทำงาน	2. ทำการโยกย้ายและเปลี่ยนแปลงได้ยาก เมื่อมีการขยายหน่วยงานในอนาคต
3. ทำให้ผู้ทำงานได้ใช้สมาธิในการทำงาน และมีการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง โดยปราศจากการรบกวนจากภายนอก	3. ขาดความเป็นกันเองตลอดจนการติดต่อประสานงานกับพนักงานที่เกี่ยวข้องและทำให้เกิดความล่าช้า
4. เหมาะสำหรับการทำงานที่ต้องการประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะสำนักงานที่ดำเนินธุรกิจด้านบริหารเป็นส่วนใหญ่	4. การรักษาความปลอดภัยด้านอัคคีภัย อาจทำได้ยากขึ้นเพราะการแยกห้องทำให้ป้องกันลำบากกว่าเปิดโล่ง
5. การควบคุมสภาพแวดล้อมภายในทำได้ง่ายไม่ค่อยมีปัญหาสลับซับซ้อน	5. จำเป็นต้องใช้โถงทางเดินกลางเป็นตัวกำหนดเส้นทางติดต่อ

ลักษณะและประโยชน์ใช้สอยโดยทั่วไปของเฟอร์นิเจอร์สำหรับสำนักงานแบบแยกเฉพาะห้อง

1. เฟอร์นิเจอร์ใน Work Space เช่นโต๊ะทำงาน ตู้เอกสารของพนักงานทั่วไปจะมีรูปทรงที่มีลักษณะเหมือนกันหมด แต่สำหรับระดับผู้บริหารจะมีลักษณะที่แสดงถึงฐานะความภูมิฐานตลอดจนให้ความสะดวกสบาย
2. ขนาดและรูปทรงของเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป จะมีขนาดตามมาตรฐานของการใช้งานส่วนใหญ่ เช่น โต๊ะทำงานขนาด 0.75 x 1.50 x 0.75 และวัสดุที่ใช้ประกอบด้วยไม้แต่งผิวและโลหะที่เป็นเหล็กส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้บริหารจะมีขนาดและรูปทรงที่ใหญ่กว่าปกติ เช่น โต๊ะทำงานขนาด $0.90 \times 2.00 \times 0.75$ เนื่องจากต้องเป็นที่ที่ต้อนรับแขก นอกจากนั้นแล้วการใช้ยังอาจจะใช้วัสดุที่พิเศษเพิ่มขึ้นเป็นต้นว่า โลหะลักษณะเป็นมันวาว ทองเหลืองหนัง และกระจกเพื่อแสดงความภูมิฐานดังที่ได้กล่าวมาแล้ว
4. เฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ ออกแบบใช้เฉพาะบุคคล ไม่สามารถใช้ร่วมกันหรือดัดแปลงให้ได้ใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ เช่น โต๊ะทำงาน ตู้เอกสาร
5. ขนาดของเฟอร์นิเจอร์จะต้องสอดคล้องกับ Space ภายในห้องหนึ่งๆ โดยเฉพาะห้องที่มีขนาดเล็ก ถ้าใช้เฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่เกินไป จะทำให้เสียเนื้อที่ใช้สอยภายในและเกิดความคับแคบขึ้น
6. รูปทรงและขนาดของเฟอร์นิเจอร์จะเป็นไปตาม Planning ภายในส่วนสำนักงานหนึ่งๆ โดยไม่ต้องคำนึงการจัดเปลี่ยนแปลงภายหลัง
7. เฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่มีโครงสร้างที่ค่อนข้างแน่นอนหนา โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยอย่างเต็มที่ให้มีรูปทรงลักษณะ Mass form และมีน้ำหนักเนื่องจากไม่ต้องการให้มีการเคลื่อนย้ายหากไม่จำเป็น
8. เฟอร์นิเจอร์บางประเภทไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เช่น ตู้เก็บเอกสารในห้องผู้บริหาร ห้องประชุม

ข . การจัด Space สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน

การจัด Space ที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อความคล่องในการทำงานซึ่งมีความสำคัญในการจัดสำนักงานมาก ได้แก่

- 1) Space สำหรับทางเดินร่วม
- 2) Space สำหรับประชุมปรึกษาหารือ และสัมมนา
- 3) Space สำหรับต้อนรับแขก
- 4) Space สำหรับห้องค้นคว้า ห้องสมุด
- 5) Space สำหรับเก็บเอกสาร
- 6) Space สำหรับป้องกันเสียง
- 7) Space สำหรับห้องเก็บของ ห้องน้ำ ห้องเครื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การจัด Space สำหรับทางเดินร่วม

การติดต่อประสานงานแสดงถึงความสัมพันธ์ของแต่ละส่วนงานในพื้นที่เดียวกันที่ต้องการความสะดวกสบายในการเข้าออกระหว่างบริเวณทำงาน ระยะความกว้างซึ่งจัดว่าเป็น Space ของทางเดินร่วมขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ใช้เส้นทางนั้น

การจัดทางเดินร่วมแบ่งออกได้เป็น

- 1.1. ทางเดินหลัก (Main Aisle) เป็น Space ที่มีผู้ใช้มากเพื่อที่จะแจกแจงเข้าสู่ทางเดินรองอีกที่หนึ่ง มีระยะกว้างประมาณ 1.50 – 3.00 เมตร เช่น ทางเดินติดต่อระหว่างแผนกหรือทางเดินที่เป็นโถงกลาง (Corridor) ภายในสำนักงานทั่วไป
- 1.2. ทางเดินรอง (Sub Aisle) เป็นทางเดินรวมขนาดกลาง เช่น ทางเดินที่แยกจาก Corridor หรือจากทางเดินหลักเพื่อเข้าสู่ที่ทำงานแต่ละส่วน ส่วนนี้ผู้ใช้จะเป็นระดับกลางซึ่งเป็นบุคคลที่ทำงานในส่วนนั้นๆ มีความกว้างประมาณ 1.00 – 2.00 เมตร
- 1.3. ทางเดินร่วมภายในกลุ่ม (Junction Aisle) เป็นทางเดินร่วมระหว่างโต๊ะทำงานภายในกลุ่มหนึ่ง มีความกว้างประมาณ 0.60 – 1.20 เมตร

การจัดทางเดินร่วมดังกล่าว กำหนดโดยระยะห่างระหว่างเฟอร์นิเจอร์ในสำนักงาน เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่การสัญจร (Movement) มากที่สุด คือ โต๊ะที่นั่งไม่เกาะกีดขวางทางเดิน

2. การจัด Space สำหรับการประชุมปรึกษา (Meeting Place & Conference Room)

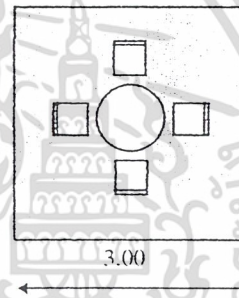
เป็นสถานที่สำหรับการปรึกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือดำเนินการต่างๆ ทางวิชาการในสำนักงาน รวมทั้งเป็นศูนย์รวม การปกครองและสั่งงานในหน่วยงานด้วย การประชุมทางวาระควรมีบุคคลที่มีฐานะทางหน้าที่การงานในระดับสูง หรือมีชื่อเสียงเฉพาะด้าน ดำเนินการในฐานะประธานในที่ประชุมทุกครั้ง

รูปแบบของการประชุมจะแตกต่างกันออกไป แล้วแต่นโยบายแต่ละสำนักงาน ดังนั้นการศึกษาลักษณะรูปแบบของการประชุม จำนวนกับประเภทผู้เข้าประชุม ซึ่งอุปกรณ์หรือโสตทัศนูปกรณ์ที่ใช้ประกอบและลักษณะการจัดโต๊ะประชุมแบบต่างๆ จะทำให้สามารถออกแบบ หรือจัดห้องประชุมได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ และสอดคล้องกับในด้านพฤติกรรมของผู้เข้าประชุม

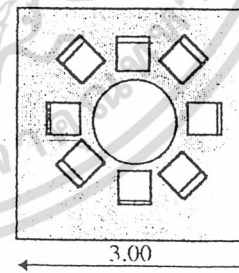
โดยทั่วไปการจัด Space สำหรับห้องประชุมภายในสำนักงานทั่วไป แบ่งได้ดังนี้คือ

2.1. ประชุมเฉพาะภายในกลุ่มเดียวกัน

เป็นการจัด Space สำหรับการปรึกษาหารือเล็กๆ น้อยๆ ภายในกลุ่มงานเดียวกัน หรือกับผู้มาติดต่อ ผู้ใช้ประมาณ 2-3 คน และใช้ระยะเวลาสั้นในการพบปะแต่ละครั้ง กรณีนี้อาจจัดให้มีเพียงเก้าอี้หนึ่งหรือสองที่หน้าโต๊ะทำงาน หรือถ้าการปรึกษาหารือแต่ละครั้ง ต้องใช้เวลานานกว่าปกติก็อาจจะจัดให้มีโต๊ะประชุม 3 – 4 ที่นั่ง อยู่ภายในงานเดียวกันนั้น ถ้าเป็นสำนักงานแบบเปิดโล่ง การจัด Space กรณีนี้อาจจะประกอบด้วยฉากกั้น (Screen) เพื่อให้มีลักษณะเป็นส่วนตัว (Private)



ภาพที่ 2.13. แสดงการใช้ Space สำหรับการปรึกษาหารือเล็กๆ น้อยๆ



ภาพที่ 2.14. แสดงการใช้ Space สำหรับประชุมกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2. การจัด Space สำหรับประชุมปรึกษาหารือภายในสำนักงาน (Meeting Area)

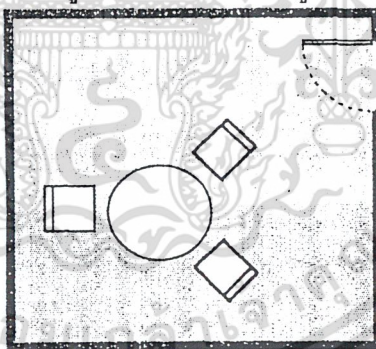
ในสำนักงานแบบเปิดโล่ง การจัดประชุมดังกล่าวจะอยู่ใกล้กันระหว่างกลุ่มทำงานแต่ละกลุ่ม วัตถุประสงค์เพื่อจัดเป็นที่ประชุมสรุปในโอกาสต่างๆ ซึ่งอาจจะมีการประชุมปรึกษาหารือกันระหว่างพนักงานที่ทำงานร่วมกัน รวมทั้งบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องด้วย

สำหรับการประชุมนี้มีผู้ใช้ประมาณ 6-8 คนอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการประชุมอาจจะมีกระดานดำหรือบอร์ดสำหรับติดแผนภูมิหรือภาพต่างๆ และควรกำหนดกลุ่มประชุมให้อยู่ใกล้กับทางสัญจรรวม เพื่อสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility)

2.3. ห้องสัมภาษณ์ (Interview Room)

จัดเป็น Space สำหรับการปรึกษาหารือประเภทหนึ่งสำหรับพนักงานทั่วไปหรือกับบุคคลภายนอกและต้องการความเป็นส่วนตัวในการปรึกษา สัมภาษณ์บุคคลซึ่งอาจใช้ระยะเวลาสั้นที่สุดประมาณ 30-40 นาที

ส่วนประกอบสำหรับ Space ดังกล่าวอาจจะมีพื้นที่เพียงสำหรับผู้สัมภาษณ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์เท่านั้น เนื่องจากเป็นการพูดคุยกันด้วยปากเปล่าและต้องการความเป็นส่วนตัวมาก ควรจัดให้อยู่ใกล้ทางเข้าติดต่อส่วนงานนั้นๆ หรืออาจจะอยู่ใกล้กับบริเวณพักผ่อนในกรณีที่มีการใช้งานอยู่ตลอดเวลา จำนวนผู้ใช้ Space นี้ประมาณ 2-3 คน

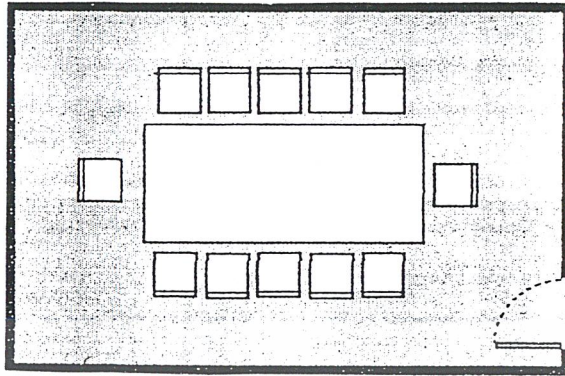


ภาพ 2.15 แสดงการใช้พื้นที่สำหรับห้องสัมภาษณ์

2.4. ห้องประชุมสมาชิกทั่วไป (Conference or Meeting Room)

เป็นการจัดพื้นที่ของห้องประชุมสำหรับขนาดปานกลางถึงขนาดใหญ่และต้องการความเป็นส่วนตัวมาก จะต้องมีการควบคุมสภาพแวดล้อมภายในที่ดี เป็นการประชุมทั้งบุคคลภายในและบุคคลภายนอก อาจจะเป็นการประชุมเพื่อวางแผนงานภายในหรือการประชุมสรุป ซึ่งมีระยะเวลาของการประชุม 2-3 ชั่วโมงเป็นอย่างยิ่ง จำนวนผู้ใช้ประมาณ 8-15 คน

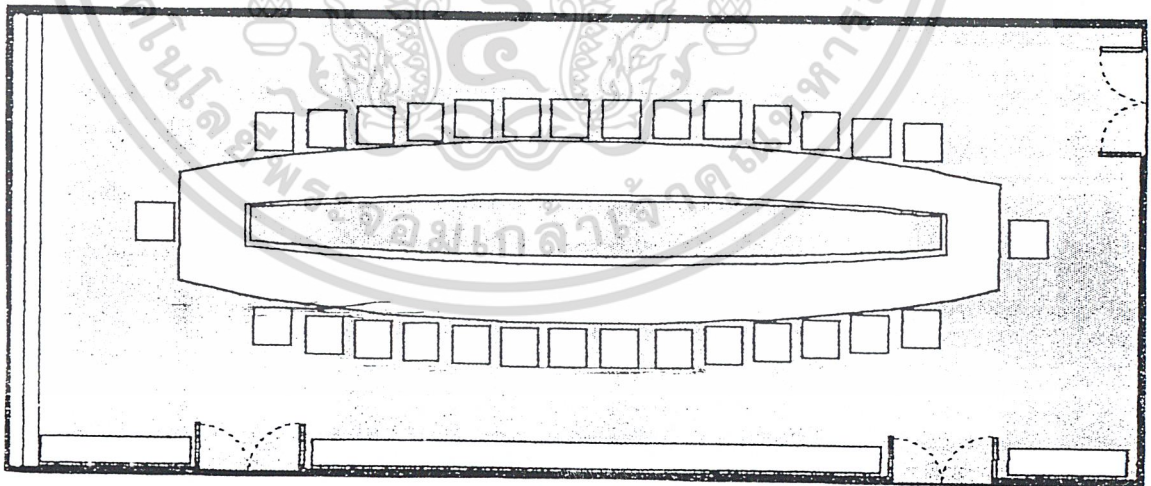
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ 2.16 แสดงการใช้พื้นที่สำหรับประชุมสมาชิกทั่วไป

2.5. ห้องประชุมใหญ่ (Board Room)

เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะที่เป็นทางการ เช่น ประชุมประจำปี การลงนามทำสัญญาต่างๆ การประชุมผู้อำนวยการ ตลอดจนการประชุมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและมีการเลี้ยงรับรอง มีการสนทนากันต่างๆโดยมีระยะเวลาการประชุมแต่ละครั้ง 2-3 ชั่วโมงหรือมากกว่า การประชุมบางครั้งมีแขกพิเศษจากภายนอกวงการเข้าร่วมด้วย ดังนั้นห้องประชุมที่สะดวกสบายและโอโถง จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการจัดการด้านต่างๆเป็นอย่างดี นอกจากนี้ควรจัดให้มีพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้แก่ผู้ร่วมทำการประชุม และมีการบันทึกการประชุมแต่ละครั้ง จำนวนผู้ใช้อาจมีประมาณ 20-35 คน แล้วแต่ขนาดของห้องประชุม



ภาพ 2.17 แสดงการใช้พื้นที่สำหรับห้องประชุมใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบห้องประชุม

ห้องประชุมจะเป็นที่สำหรับการปรึกษาหารือ ดำเนินการต่างๆ ทางวิชาการและการทำงานต่างๆ ภายในสำนักงานผู้มีตำแหน่งสูงสุดเป็นประธานในการประชุมและลำดับชั้นสมาชิกที่ประชุมตามลำดับตำแหน่งต่างๆ การพบปะและประชุมเป็นเรื่องที่สำคัญมาก ส่วนหนึ่งของงานในสำนักงานและยังเป็นศูนย์รวมของการปกครอง สั่งงานให้ดำเนินตามประธานที่ประชุมด้วยเมื่อการพบปะประกอบด้วย ผู้เข้าประชุมมากกว่า 4 คน หรือ 5 คนขึ้นไป ก็เป็นความจำเป็นที่จะต้องเตรียมพิเศษสำหรับเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ การจัดโต๊ะและเก้าอี้ สำหรับเนื้อที่กลุ่มคนที่มากขึ้นต้องแน่นนอนกว่าการประชุมธรรมดา จะสามารถเพิ่มอุปกรณ์อื่นๆ เช่น กระดานดำ กระดานสำหรับติดแสดงเอกสารหรืออุปกรณ์ฉายสไลด์แสดง ซึ่งอาจไม่สำคัญสำหรับงานส่วนตัว ห้องที่มีขนาดพอดีจะดีกว่าห้องที่แคบหรือใหญ่ไป การจัดเฟอร์นิเจอร์ขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มประชุมว่าจะใช้โต๊ะกลุ่ม โต๊ะเหลี่ยม โต๊ะยาว ที่นั่งเป็นแถวโดยไม่มีโต๊ะ เป็นต้น การประชุมอาจจะเชิญแขกพิเศษจากภายนอกวงการเข้ามาด้วย ห้องประชุมที่สะดวกสบายและโอเอิงจะแสดงให้เห็นความสามารถรอบรู้ของการจัดการด้านงานต่างๆ ด้วย

ก. ลักษณะรูปแบบของการประชุม (Type of Meeting)

การประชุม หมายถึง การพบปะปรึกษาหารือของกลุ่มบุคคล เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อเสนอแนะหรือดำเนินการต่างๆ หัวข้อการประชุมนั้นๆ ซึ่งเป็นการพบปะกันเพื่อหาข้อยุติที่สัมฤทธิ์ผลและนำไปใช้ การประชุมทุกวาระ ควรมีบุคคลที่มีฐานะทางหน้าที่การงานในระดับสูงหรือมีชื่อเสียงเฉพาะด้าน ตลอดจนมีความเชื่อถือทางสังคม เป็นการดำเนินการในฐานะของประธานในที่ประชุม

รูปแบบของการประชุมมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งอาจจะแยกอธิบายได้โดยสังเขป ดังนี้คือ

1. การประชุมเฉพาะบุคคลภายในที่ทำงาน (Provision at the Workplace)

เป็นการประชุมของบุคคลเฉพาะในสำนักงานที่ทำงานร่วมกันประมาณ 3- 4 คน โดยปกติจะใช้เวลาในการประชุมเล็กน้อย เก้าอี้ที่ใช้ในการประชุมอาจจะนำมาร่วมใช้กับโต๊ะทำงานได้โดยใช้เป็นเก้าอี้สำหรับผู้มาติดต่อ

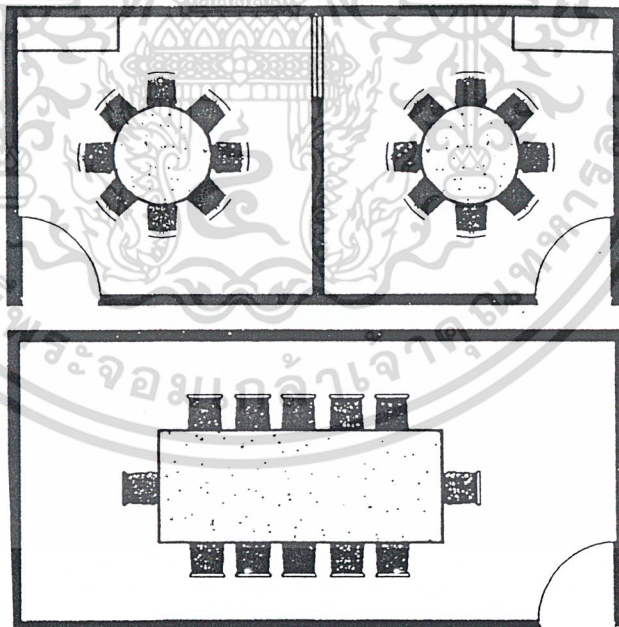
2. การประชุมกลุ่มบุคคลรวมภายในที่ทำงาน (Provision for a Group of Workplace)

เป็นการประชุมของบุคคลเฉพาะในสำนักงานเช่นกันแต่สถานที่ประชุมนั้นจะไม่ใช้ที่ทำงานภายในจะใช้ส่วนนอกที่จัดเป็นบริเวณไว้เป็นการประชุม แต่ละกลุ่มของสำนักงานที่อยู่ในอาคารเดียวกันมีเนื้อที่ใกล้ชิดและต่อเนื่องกัน การจัดสำนักงานแบบ (Open Office Space) เนื้อที่สำหรับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประชุมนั้นจะเป็นลักษณะการจัดวางเป็นกลุ่มๆ ใกล้เคียงกัน เวลาที่ใช้ในการประชุมอาจต้องใช้เวลานานพอสมควร ในบางครั้งอาจจะมีบุคคลภายนอกเข้าร่วมประชุมบ้าง จึงควรจัดที่นั่งไว้ 6-8 ที่ การจัดจะมีฉากกั้นเป็นบางส่วนและเพื่อใช้สำหรับติดเอกสารในบางกรณีที่เป็นตลอดจนกระดานดำเพื่อสำหรับการเขียนบรรยาย

3. การประชุมกลุ่มสมาชิกที่ทำงานร่วมกัน (Provision for all Member of Staff)

เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลในวงการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไม่จำเป็นจะต้องทำงานอยู่ในสถานที่เดียวกัน วาระการประชุมนี้ขึ้นไม่บ่อยครั้งนัก สถานที่ที่ใช้ในการประชุมจะต้องมีลักษณะเป็นห้องเฉพาะและสามารถดัดแปลงเพื่อใช้งานทางด้านอื่นๆ ได้อีกด้วย เช่น ใช้เป็นห้องจัดเลี้ยง ห้องบรรยาย หรือห้องประชุมโดยตรง ภายในห้องต้องมีอุปกรณ์ครบครัน และจุคนได้ตั้งแต่ 20 - 60 คน ในกรณีที่สมาชิกเข้าประชุมไม่มากนักอาจจัดที่นั่งไว้ประมาณ 20 ที่ และยังสามารถแบ่งโต๊ะประชุมออกได้เป็น 2 โต๊ะ แยกออกจากกันโดยใช้ผนังแบ่งส่วน ดังรูป



ภาพที่ 2.18 แสดงการเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ภายในห้องประชุม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข. การเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ภายในห้องประชุม (Provision and Equipment for Conference Room)

การจัดเตรียมอุปกรณ์ในห้องประชุมนับเป็นห้องสำคัญที่จะขาดเสียมิได้เพราะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกและเป็นการเพิ่มความสมบูรณ์ให้กับห้องประชุม ดังได้กล่าวมาแล้วห้องประชุมที่มีความสะดวกสบายและโอโถงจะแสดงให้เห็นถึงความรอบรู้ของการจัดวางด้านต่างๆ ของผู้บริหารได้เป็นอย่างดี

1. โต๊ะในห้องประชุม

โต๊ะในห้องประชุมที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปมี 4 ชนิด คือ

- ก. โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า
- ข. โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส
- ค. โต๊ะรูปแปลนเรื่อ
- ง. โต๊ะรูปหกเหลี่ยม แปดเหลี่ยม หรือโต๊ะกลม

ก. โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุด เพราะสามารถจัดที่นั่งได้เป็นจำนวน โดยมีตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป การดัดแปลงการใช้งานทำได้โดยนำโต๊ะหลายๆ โต๊ะมาประกอบเป็นรูปตัว "ยู" ใช้ในกรณีที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากกว่า 20 คนขึ้นไป ขนาดของห้องที่ใช้ร่วมกับโต๊ะประชุม จึงควรเป็นห้องสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ข. โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส เหมาะสำหรับห้องประชุมที่มีขนาดเล็กและมีลักษณะเป็นห้องสี่เหลี่ยมจัตุรัส จุที่นั่งได้ตั้งแต่ 4 - 12 ที่นั่ง

ค. โต๊ะรูปแปลนเรื่อ เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายอีกแบบหนึ่ง เพราะมีรูปร่างลักษณะที่สวยงามและสามารถจัดที่นั่งได้เป็นจำนวนมากๆ โดยจัดได้ตั้งแต่ 6 - 8 คน ขนาดของห้องที่ใช้กับโต๊ะประชุมแบบนี้ ควรเป็นห้องที่ใช้กับโต๊ะประชุมแบบนี้ ควรเป็นห้องสี่เหลี่ยมผืนผ้าด้วยเช่นกัน

ข้อเสีย ไม่สามารถนำมาต่อหรือดัดแปลง เพื่อการใช้งานในกรณีที่มีผู้ร่วมประชุมครั้งละมากๆ

ง. โต๊ะรูปหกเหลี่ยม แปดเหลี่ยม หรือโต๊ะกลม เหมาะสำหรับการประชุมในห้องขนาดเล็กและไม่พิถีพิถันมากนัก จุที่นั่งได้ตั้งแต่ 6 - 12 ที่นั่ง

ขนาดและจำนวนที่นั่งของโต๊ะประชุมแบบต่างๆ

ในการพิจารณาเพื่อนำไปใช้งานควรศึกษาให้ละเอียดอย่างถ่องแท้ถึงคุณลักษณะ และขนาดของโต๊ะประชุมแบบต่างๆ เพื่อสามารถนำไปปฏิบัติได้ถูกต้อง ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานนำไปสู่การออกแบบ ฉะนั้น ตัวเลขและขนาดต่างๆ สามารถดัดแปลงแก้ไขให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ตามสมควร

ลักษณะโต๊ะของห้องประชุม

โต๊ะสี่เหลี่ยมผืนผ้า

กว้าง	1.35	เมตร	ยาว	4.20	เมตร	สำหรับ	14 - 16	ที่นั่ง
กว้าง	1.20	เมตร	ยาว	3.60	เมตร	สำหรับ	12 - 14	ที่นั่ง
กว้าง	1.20	เมตร	ยาว	3.30	เมตร	สำหรับ	10 - 12	ที่นั่ง
กว้าง	1.20	เมตร	ยาว	2.70	เมตร	สำหรับ	8 - 10	ที่นั่ง
กว้าง	1.05	เมตร	ยาว	2.25	เมตร	สำหรับ	6 - 8	ที่นั่ง

โต๊ะสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ศูนย์กลาง	1.50	เมตร	หัวโต๊ะ	1.05	เมตร	สำหรับ	14-16	ที่นั่ง
ศูนย์กลาง	1.35	เมตร	หัวโต๊ะ	1.05	เมตร	สำหรับ	14-14	ที่นั่ง
ศูนย์กลาง	1.20	เมตร	หัวโต๊ะ	.95	เมตร	สำหรับ	10-12	ที่นั่ง
ศูนย์กลาง	1.05	เมตร	หัวโต๊ะ	.90	เมตร	สำหรับ	8-10	ที่นั่ง
ศูนย์กลาง	.95	เมตร	หัวโต๊ะ	.75	เมตร	สำหรับ	6-8	ที่นั่ง

โต๊ะสี่เหลี่ยมจัตุรัส

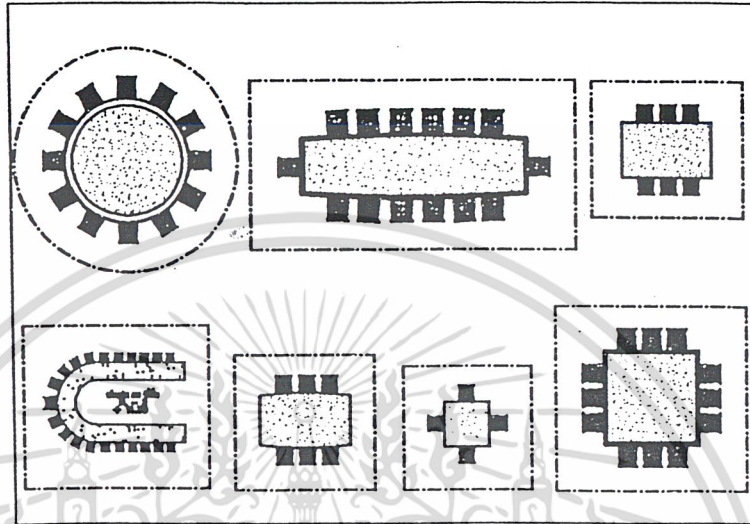
กว้าง	1.50	เมตร	ยาว	1.50	เมตร	สำหรับ	8-12	ที่นั่ง
กว้าง	1.35	เมตร	ยาว	1.35	เมตร	สำหรับ	4-8	ที่นั่ง

โต๊ะกลม

เส้นผ่าศูนย์กลาง	2.40	เมตร	สำหรับ	10-12	ที่นั่ง
เส้นผ่าศูนย์กลาง	2.10	เมตร	สำหรับ	8-10	ที่นั่ง
เส้นผ่าศูนย์กลาง	1.80	เมตร	สำหรับ	7-8	ที่นั่ง
เส้นผ่าศูนย์กลาง	1.50	เมตร	สำหรับ	6-7	ที่นั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนสูงของโต๊ะประชุมทั้งหมดประมาณ .70 - .75 เมตร เนื้อที่สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม 1.50 x 1.50 เมตร ต่อ คน ห้องประชุม 10 ถึง 20 ที่นั่ง 6.00 x 6.00 เมตร (36 ตารางเมตร)



ภาพที่ 2.19 แสดงการจัดโต๊ะประชุมและพื้นที่โดยรอบ

การคำนวณหาจำนวนที่นั่งในห้องประชุม

ในการออกแบบห้องประชุม ขั้นแรกเริ่มจากพื้นที่ทั้งหมดภายในห้องจะต้องทราบพื้นที่ที่แน่นอน แล้วนำเอามาคำนวณหาที่นั่งโดยเฉลี่ยทั้งหมด เมื่อได้จำนวนที่นั่งแน่นอนขึ้นต่อไป จึงนำมาเพื่อการพิจารณาขนาดและจำนวนที่นั่งของโต๊ะประชุมแบบต่างๆ ในหัวข้อที่จะกล่าวต่อไป ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องพิจารณาควบคู่กันไปด้วย

การคำนวณ

จากตาราง Space for Meeting กำหนดไว้ว่า

$$= 2.00 \text{ (2.00 ตร.ม. / คน)}$$

$$\text{ถ้าพื้นที่ของห้องมีขนาด } 5 \text{ ม. X } 8 \text{ ม.} = 40 \text{ ตารางเมตร}$$

(ตัวเลขกลมๆ)

$$\text{จำนวนที่นั่งโดยเฉลี่ย} = 40/2 = 20 \text{ คน}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เก้าอี้ในห้องประชุม

เก้าอี้เป็นเฟอร์นิเจอร์ส่วนหนึ่งที่สำคัญที่สุดในห้องประชุม ในวาระการประชุมแต่ละครั้งขณะประชุมผู้ช้ย่อมมีอิริยาบถหรือพฤติกรรมต่างๆ กันอยู่กับที่ จึงจัดได้ว่าเก้าอี้มีความสัมพันธ์กับผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก ดังนั้นในการออกแบบผู้ออกแบบจึงต้องคำนึงถึงหลักที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ความแข็งแรง
2. ความคงทนถาวร
3. ความสวยงาม
4. ประโยชน์ใช้สอย

ลักษณะของเก้าอี้ในห้องประชุม

ในการพิจารณาลักษณะของเก้าอี้ ได้กำหนดจากหลักการออกแบบ 4 ประการข้างต้น เป็นเกณฑ์ซึ่งคุณลักษณะเก้าอี้ที่ดีใช้ในห้องประชุม ควรมีดังนี้

1. มีสัดส่วนสัมพันธ์กันทั้ง 3 มิติกับลักษณะการนั่งของคน คือ กว้าง ยาว และสูง ซึ่งเป็นมาตรฐานในการนั่งที่สะดวกสบาย
2. พนักพิงควรทำมุมกับที่นั่งเป็นมุม 105 องศาและเอียงโค้งสัมพันธ์กับกระดูกลำตัวของคน เพื่อมิให้เกิดการเมื่อยตัวในการนั่ง
3. เก้าอี้ควรมีลักษณะเคลื่อนไหวหมุนรอบตัวเองได้โดยมีแกนกลางเป็นจุดหมุน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการเปลี่ยนท่าทางในขณะที่ประชุมอยู่นานๆ เพื่อลดความเมื่อยล้าของร่างกาย
4. ขาเก้าอี้ที่นิยมใช้กันโดยมากมักเป็นชนิดขาเดี่ยวแกนกลาง และมีขาแยกข้างมีทั้งชนิด 4 ขาและ 5 ขา และควรมีล้อยึดติดที่ปลายขาเพื่ออำนวยความสะดวกปรับและเคลื่อนที่และลดปัญหาการเสียดสีกับพื้นห้อง ซึ่งจะก่อให้เกิดเสียงรบกวนได้
5. ควรมีเท้าแขน ซึ่งอยู่ในลักษณะที่พร้อมจะทำงานบนโต๊ะประชุมได้สะดวก
6. เก้าอี้สำหรับประธานในที่ประชุมหรือบุคคลสำคัญที่จัดไว้ให้หัวหน้าโต๊ะ อาจมีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากเก้าอี้ของผู้ร่วมประชุมอื่นๆ เป็นการเพิ่มความภูมิฐานและความเหมาะสมของตำแหน่งของประธานในการประชุมนั้นๆ
7. ที่นั่งและพนักพิงควรทำด้วยสปริงหรือฟองยางบุด้วยวัสดุที่มีคุณสมบัติดูดเสียงเพื่อกันเสียงสะท้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เครื่องฉายสไลด์

อุปกรณ์ชนิดพิเศษที่ควรจะมีสำหรับห้องประชุม คือ เครื่องฉายสไลด์ นอกจากจะเห็นการให้ตัวอย่างประกอบชัดเจนแล้วยังเป็นการแสดงผลงานต่างๆ ให้ได้เห็นจริงกันอย่างทั่วถึงอีกด้วย การฉายสไลด์อาจจะมีคนทำหน้าที่ฉาย โดยใช้ห้องเล็กๆ ขนาด 3.60 x 5.40 เมตรขึ้นไป ทำการฉายหลังจอโดยไม่มีเครื่องฉายวางกีดขวางอยู่ด้านหน้า ภายในห้องดังกล่าวควรมีที่นั่งบนผนังสำหรับวางของด้วย ส่วนลำโพงนั้นควรแยกออกไปตามจุดที่เหมาะสมให้ได้ยินกันอยู่ทั่วประมาณ 2-4 ตัว

เครื่องฉายสไลด์มีอยู่หลายชนิดแต่มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในห้องประชุมคือ

1. เครื่องฉายสไลด์ขนาด 2" x 2" เป็นเครื่องฉายที่นิยมใช้กันมากเพราะผลิตได้ง่ายจึงมีราคาถูก การถ่ายสไลด์ใช้กล้องขนาด 22 มม. ก็ได้ นอกจากนี้ยังใช้ได้ทุกสถานที่อีกด้วย
2. เครื่องฉายสไลด์ขนาด 16 หรือ 8 มม. เป็นเครื่องฉายที่นิยมใช้กันมากอีกชนิดหนึ่ง เพราะว่าง่ายต่อการใช้และสะดวกต่อการเก็บรักษา เหมาะสำหรับห้องประชุม ห้องเรียน อุปกรณ์ร่วมใช้ยกตัวอย่างเช่น

- ฉาก
- โต๊ะเครื่องฉายเลื่อนได้
- ที่พูด (ไมโครโฟน)
- ลำโพง
- ฟลิ้ม
- เลนส์
- แสงไฟ
- ม้วนหนัง หรือสไลด์

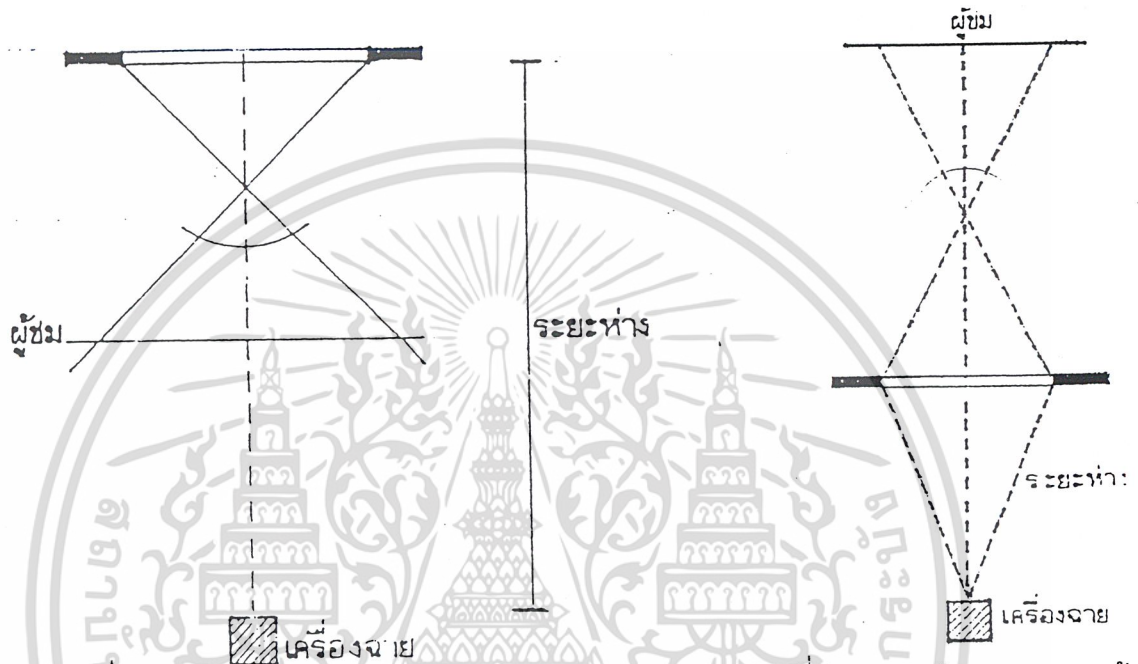
ขนาดจอมี 3 แบบ คือ

1. จอธรรมดา สำหรับห้องประชุม ห้องเรียน
ขนาด 100 ซม. x 100 ซม., 120 ซม. x 120 ซม., 175 ซม. x 175 ซม.
2. จอธรรมดา สำหรับคนส่วนใหญ่
ขนาด 2.7 เมตร x 3.6 เมตร, 3.60 เมตร x 3.60 เมตร
3. จอขนาดพิเศษ มีทั้งขนาดธรรมดาจนถึงขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะการฉายไปยังจอ

เครื่องฉายควรจะอยู่ห่างจากจอ 2-10 เท่า ของความกว้างจอ จึงจะทำให้เกิดความสบายในการมอง โดยประมาณให้เครื่องฉายอยู่ใกล้ที่สุดในระยะ 2 เท่าของความกว้างจอและห่างที่สุด 6 - 10 เท่าของความกว้างจอ

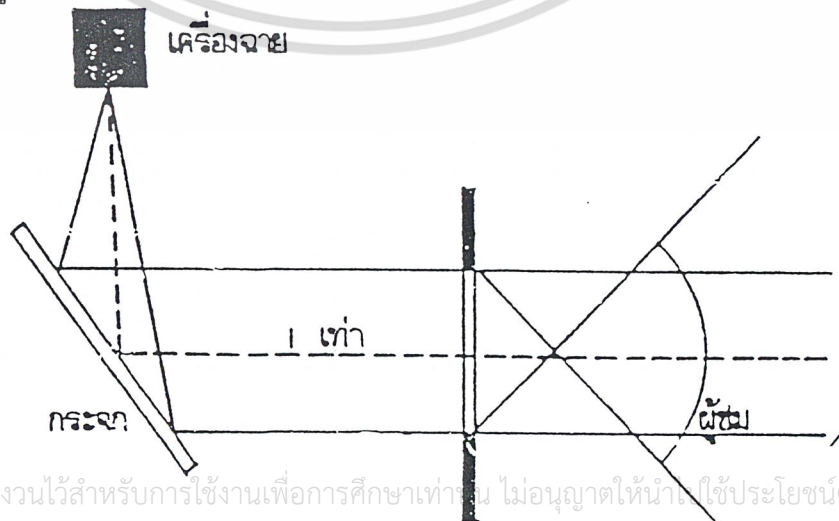


ภาพที่ 2.20 แสดงระยะการฉายเครื่องฉาย

ภาพที่ 2.21 แสดงลักษณะการฉายหน้าจอ

ลักษณะการฉายหลังจอ

เครื่องฉายห่างจากจอเป็น 2 เท่า ของความกว้างจอ แต่ถ้าเนื้อที่หลังจอมีข้อจำกัด วิธีเลื่อนให้เครื่องฉายใกล้จอเข้ามาจะทำให้เกิดความไม่สบาย ควรใช้วิธีใช้มุมสะท้อนหักเหของกระจก ดังรูปต่อไปนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงภาพที่ 2.22 แสดงลักษณะการฉายหลังจอ

ระบบการวางแผนสำหรับเครื่องฉาย

ไม่ว่าจะเป็นการฉายหน้าจอหรือฉายหลังจอ การออกแบบเกี่ยวกับระบบการฉาย ควรที่จะต้องประกอบด้วย

1. ขนาดของภาพที่ต้องการ
2. ขนาดของจอที่เหมาะสม
3. ลักษณะจอที่ถูกต้อง
4. เครื่องฉายแสงสว่างสูงสุดที่ปรากฏบนจอ

มาตรฐานความสว่างบนจอ

สำหรับภาพยนตร์

5 กำลังเทียน - น้อยที่สุด

6 กำลังเทียน - ตัวอย่างสบาย

7 กำลังเทียน - ดีมาก

8 กำลังเทียน - มากที่สุด

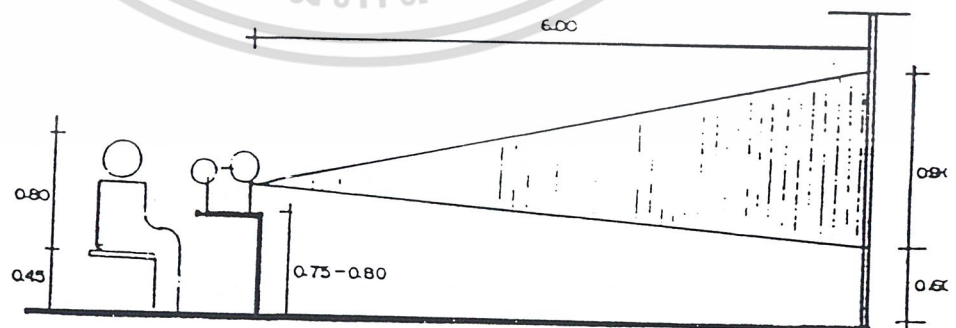
สำหรับสไลด์

3.5 กำลังเทียน - น้อยที่สุด

5 กำลังเทียน - น้อยที่สุดสำหรับสไลด์ที่ต้องการรายละเอียด

10 กำลังเทียน - ตัวอย่างสบาย

20 กำลังเทียน - ดีมาก



ภาพที่ 2.23 การฉายหน้าจอ และมาตรฐานต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. กระจาดานดำ

มีไว้เพื่อการเขียนคำบรรยายทางวิชาการประกอบในที่ประชุม อุปกรณ์ชนิดนี้ในบางกรณี
 ไม่มีความจำเป็นต้องใช้งานอาจตัดออกเสียก็ได้ ทั้งนี้เพราะในการประชุมในเรื่องที่มีความสำคัญๆ
 จะใช้สไลด์และแผนภูมิประกอบประชุม

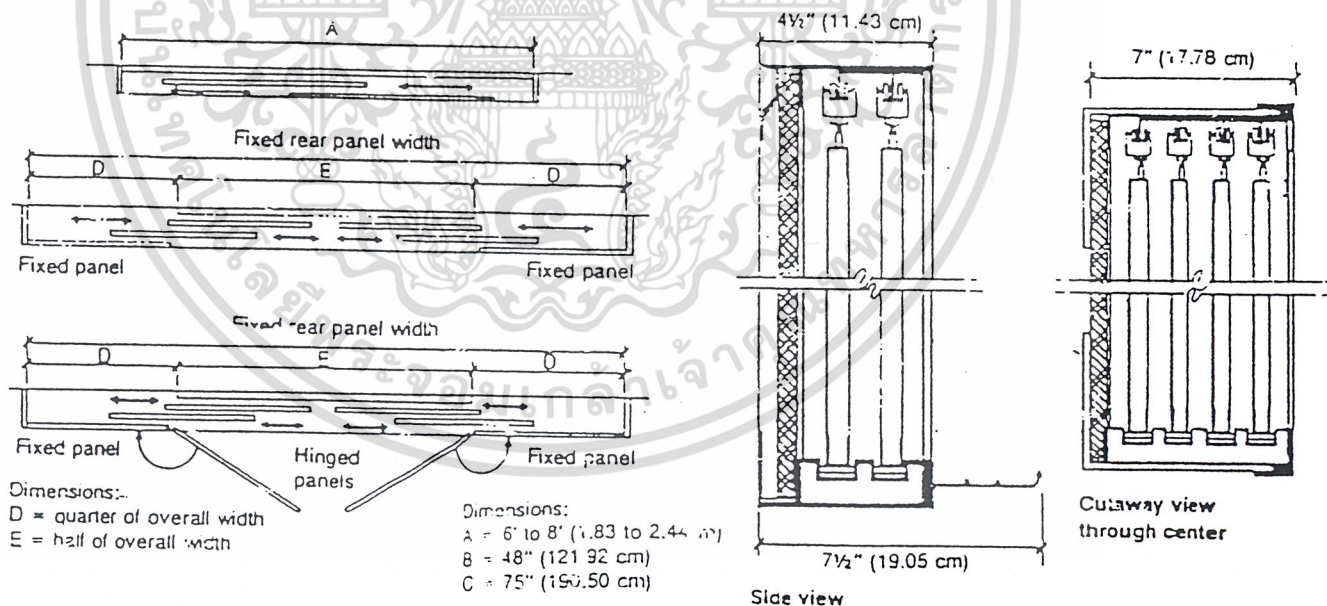
กระจาดานดำ มี 2 ชนิด

1. กระจาดานดำติดตายกับผนัง
2. กระจาดานชนิดเลื่อน เข้า, ออกกับผนัง

ขนาดของกระจาดานดำที่ใช้โดยทั่วไป คือ 1.20 x 2.40 และ 1.20 x 4.80

5. กระจาดานติดเอกสารประกอบ

ลักษณะของกระจาดานที่ลักษณะขนาดเดียวกับกระจาดานดำ การติดตั้งควรให้สูงจากพื้น
 0.90 ม. ผิวหน้าของกระจาดานต้องกรุด้วยกระดาษชานอ้อยบุด้วยกำมะหยี่เพื่อช่วยในการดูดซับเสียง



ภาพที่ 2.24 แสดงรูปตัดของบอร์ด, จอสไลด์, และบอร์ดติดแผนงานการประชุม (แบบบานเปิด) ในห้องประชุม
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดห้องประชุมที่ดีควรมีลักษณะ ดังนี้

1. การปรับอากาศที่ดี คือ มีการควบคุมอุณหภูมิภายในห้อง ให้อยู่ในระดับ 21 - 25.6 องศาเซลเซียส และมีความชื้นสัมพัทธ์ประมาณ 50%
2. การให้แสงสว่างที่เหมาะสม คือ จัดให้ทุกๆ คนที่อยู่ในห้องประชุม ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งใดของห้องได้รับแสงสว่างที่พอเหมาะสำหรับการมองเห็นสิ่งต่างๆ ได้ชัดเจน สำหรับความเข้มของการส่องสว่างในห้องประชุมควรมีประมาณ 10-30 กำลังเทียน
3. ต้องมีการควบคุมเสียงที่ดี คือ ทุกคนภายในห้องสามารถรับฟังเสียงต่างๆ ได้ชัดเจน โดยปราศจากเสียงรบกวนใดๆ ทั้งภายในและภายนอก
4. ขนาดของห้องจะต้องมีขนาดเหมาะสม ไม่ใหญ่หรือเล็กจนเกินไปซึ่งปกติจะมีพื้นที่เฉลี่ย 2 ตารางเมตรต่อคน

2.6. บริเวณพักผ่อน (Rest Area)

เป็นการจัด Space เพื่อเป็นบริเวณสำหรับการพักผ่อนในช่วงเวลาหนึ่งของพนักงาน อาจเป็นจุดที่มีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อคิดเห็นซึ่งกันและกันในระหว่างพนักงานตลอดจนบุคคลภายนอก ซึ่งระยะของการใช้ Space ดังกล่าวจะมีอยู่ตลอดเวลา แต่จะอยู่ในช่วงสั้นๆ ของกลุ่มผู้ใช้กลุ่มหนึ่งๆ บริเวณนี้ควรจัดให้อยู่ใกล้กับห้องน้ำ ห้องเก็บของ ห้องพักผ่อน และอยู่ในบริเวณที่ไม่มีการสัญจรพลุกพล่าน ทั้งยังสามารถเข้าถึงได้ง่ายจากแต่ละชั้นของอาคาร จำนวนผู้ใช้นั้นจะมีความสัมพันธ์กันกับขนาดของห้องประชุมประเภทต่างๆ

3. การจัด Space สำหรับต้อนรับแขก (Reception Area)

การจัดส่วนสำหรับต้อนรับแขกนี้สามารถจัดให้อยู่ในหลายๆ ส่วนของสำนักงานได้ เช่น ใน Space ของส่วนงานเฉพาะบุคคล (Private) ระดับผู้บริหาร ใน Space ของส่วนงานกลุ่ม หรืออาจเป็น Space ที่รวมอยู่ในส่วนของ Reception Area

4. การจัด SPACE สำหรับเก็บเอกสาร (Archives)

ในการเก็บเอกสารต่างๆ เป็นสิ่งสำคัญต่อระบบการทำงานในสำนักงานมากและยังต้องใช้ SPACE ในการจัดเก็บมากเช่นกัน การจัดเก็บเอกสารทั่วไปภายในสำนักงานสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ที่เก็บเอกสารที่สามารถเคลื่อนย้ายได้
เป็นการจัดเก็บเอกสารอยู่ในส่วนทำงานของแต่ละกลุ่มซึ่งรวมถึงที่เก็บเอกสารเฉพาะบุคคลด้วย
 2. ที่เก็บเอกสารที่มีน้คงถาวร
เป็นการจัดแบบเป็นห้องเก็บเอกสารโดยเฉพาะ อาจอยู่แต่ละชั้นของสำนักงานหรือในหน่วยงานใดหน่วยหนึ่ง การใช้พื้นที่ของที่เก็บเอกสารต่อพนักงาน 1 คน จะเป็นไปตามความต้องการชนิดของงานและลักษณะของที่เก็บเอกสารทั่วไป
5. การจัด Space สำหรับป้องกันเสียง (Acoustic Area)
ในบริเวณที่ประชุมและที่ทำงานส่วนบริหาร (Management) ทั่วไปอาจจะจัดให้เป็นส่วนที่ห่างจากที่ทำงานรวมหรือบริเวณที่ทำให้เกิดเสียงรบกวน ซึ่ง Space ดังกล่าวนี้อาจจะมีระยะห่างอยู่ระหว่าง 4.50 - 9.00 เมตร แต่อย่างไรก็ตามระยะที่กล่าวนี้อาจจะลดลงได้ เช่น ถูกกั้นด้วยห้องเก็บเสียง ฯลฯ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับเสียงรบกวนที่เกิดขึ้นด้วย
6. การจัด Space สำหรับห้องเก็บของ หิ้งน้ำ หิ้งเครื่อง
ในส่วนนี้จัดเป็น Space ที่ได้กำหนดขึ้นไว้ตั้งแต่เริ่มวางผังออกแบบตัวอาคาร ซึ่งสถาปนิกเป็นผู้กำหนดออกแบบให้มีลักษณะเป็น Space ที่ตายตัว แต่จากการศึกษาโครงการบริษัทผลิตงานโฆษณาจะมีส่วนห้องเก็บของเฉพาะหน่วยงาน ซึ่งมีลักษณะการจัดเก็บที่พิเศษกว่าห้องเก็บของทั่วไป คือ
- ห้องเก็บอุปกรณ์ประกอบฉาก (Prop Store Keeper) เป็นส่วนเก็บอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ภายในสตูดิโอถ่ายภาพ เช่น ฉาก แผ่นสะท้อนแสง ไฟสตูดิโอและสิ่งของประกอบฉากต่างๆ ที่ใช้ในการถ่ายภาพ
 - ห้องเก็บฟิล์ม (Film store) เป็นส่วนสำหรับเก็บฟิล์มภายหลังจากการถ่ายภาพ ควรเป็นส่วนที่ป้องกันแสงและการควบคุมอุณหภูมิที่เหมาะสมกับการจัดเก็บฟิล์ม และสะดวกในการค้นหาและนำมาใช้งานภายหลัง
 - ห้องเก็บเสื้อผ้า (Casting Store Keeper) เป็นห้องจัดเก็บเสื้อผ้าสำหรับใช้ถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา โดยการจัดเก็บจะมีการแบ่งประเภทของเสื้อผ้าสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี และเด็ก ให้เป็นหมวดหมู่ดังนี้ เสื้อผ้า - เสื้อผ้าทั่วไป, ชุด UNIFORM, ชุดแฟนซี, ชุดชาวบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การจักระบบการดำเนินงานการติดต่อประสานงานภายใน

การจักระบบติดต่อประสานงานภายในคือ การจัควางผังความสัมพันธ์ของแต่ละหน่วยงานในสำนักงาน ซึ่งจะพิจารณาถึง

- การจัประเภทของการติดต่อสื่อสารจากภายนอกที่จะเข้าสู่สำนักงาน เช่น โทรศัพท์ สื่อมวลชน แยกพิเศษ
- ความสะดวกและคล่องตัวของระบบสื่อสารระหว่างหน่วยงาน เช่น ออกแบบการติดต่อภายในระบบเปิด (Open Lay - Out) ซึ่งทำให้สำนักงานดูมีชีวิตชีวาขึ้นในการทำงาน

ระบบติดต่อสื่อสารภายในและกับบุคคลภายนอกจะพิจารณาถึงสิ่งสำคัญของ การจัสำนักงาน คือ

- ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานในสำนักงานนั้นๆ
- ความถี่ในการติดต่อระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล
- ความถี่ในการติดต่อระหว่างบุคคลภายนอกในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. การจัสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและความปลอดภัยภายในสำนักงาน

การจัสำนักงานควรมีสภาพแวดล้อมที่ดีต่อผู้ใช้งานที่นั้นๆ เมื่อมีการออกแบบระบบ การติดต่อสื่อสารและบริเวณการทำงานอย่างสมบูรณ์ซึ่งสามารถได้รับประโยชน์ใช้สอยอย่างเต็มที่ แล้ว การทำงานในขั้นตอนสุดท้าย คือ การตรวจสอบการออกแบบสำนักงานจากความต้องการทาง กายภาพ

การออกแบบ ระบบการปรับอากาศ ระบบแสง เสียง ดี ระบบรักษาความปลอดภัย คือ สภาพแวดล้อมที่จำเป็นสำหรับความเป็นอยู่ในสำนักงาน เพราะบุคคลใช้เวลาถึง 1 ใน 3 ของเวลา ในแต่ละวันอยู่ในสำนักงาน สิ่งเหล่านี้จึงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและสุขภาพของผู้ ทำงานเป็นอย่างยิ่ง

หลักการพิจารณา

ภายในสำนักงานทั่วไปปัญหาที่ทำให้การทำงานและความต้องการบางอย่างไม่สามารถ ตอบสนองได้ เนื่องมาจากสาเหตุหลายประการ เช่น

1. พื้นหลังหรือภูมิหลัง (Back Ground)

เนื่องจากการทำงานย่อมต้องการบุคคลที่ดี มีความสามารถแตกต่างกันตามหน้า ที่และความสามารถย่อมทำให้ความต้องการองค์ประกอบต่างๆ ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กันไปด้วย ดังนั้น การจัดสำนักงานจึงควรจะศึกษาภูมิหลังของพนักงานและความต้องการของพนักงานในบริษัท เพื่อนำมาเป็นข้อพิจารณาแนวทางที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลหรือส่วนรวม

2. การวางผัง (Space Planning)

เมื่อศึกษาถึงตำแหน่งหน้าที่และความต้องการของบุคคลหรือกลุ่มแล้วก็จะนำมาตั้งขึ้นการวางผังภายในสำนักงานตามความสัมพันธ์ของแผนกหรือหน่วยงาน โดยยึดหลักความสัมพันธ์ใกล้ชิด (Relation) คือจัดให้หน่วยงานที่มีความสัมพันธ์หรือติดต่อกันมากที่สุดเพื่อความสะดวกในการติดต่อประสานงาน และลดหลั่นกันออกไปตามความสัมพันธ์

ลักษณะการจัดวางผังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น

- จำนวนพนักงานในแต่ละส่วน และทั้งหมด
- พื้นที่ทำงานของทั้งหมด
- ลักษณะของการทำงานภายในสำนักงานนั้น
- ความสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ ในการติดต่อประสานงาน

3. ครุภัณฑ์และอุปกรณ์ (Furniture and Equipment)

การจัดครุภัณฑ์และอุปกรณ์ของแต่ละส่วนจะต้องศึกษาถึงความต้องการและลักษณะของการทำงานในส่วนนั้นๆ เสียก่อน จึงจะสามารถตอบสนองความต้องการและประโยชน์ใช้สอยได้อย่างถูกต้อง

4. พื้นที่ทำงาน (Work Place)

พื้นที่การทำงานสำนักงานจะตอบสนองความต้องการของบุคคลและกลุ่มได้จะต้องศึกษาถึงองค์ประกอบต่างๆ เพื่อเป็นแนวทาง เช่น การทำงาน และความต้องการพื้นที่ในการทำงานของแต่ละส่วนหรือแผนกมีความแตกต่างกันและวิเคราะห์ แล้วจึงทำการวัดพื้นที่ให้เหมาะสมกับแผนกนั้นๆ

5. สภาพแวดล้อมต่างๆ ภายในสำนักงาน (Environmental)

นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้การทำงานประสบความสำเร็จโดยต้องคำนึงถึงความต้องการและความเหมาะสมของแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้องกันรวมถึงระบบต่างๆ เช่น แสงสว่าง เสียง การปรับอากาศ นั้นจะต้องมีประสิทธิภาพด้วย

2.3. เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน

ในประเทศไทยสำนักงานที่มุ่งแต่ทางธุรกิจเป็นสำคัญ ส่วนมากมักจะนิยมซื้อเฟอร์นิเจอร์ (โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ เอกสาร) แบบสำเร็จรูปมาใช้เพราะ คำนึงถึงแต่ประโยชน์ใช้สอย ส่วนความสวยงามนั้นเป็นอันดับรองลงมา รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์สำนักงานส่วนใหญ่ จึงเป็นแบบเรียบง่าย แต่ในสำนักงานสมัยใหม่ที่ต้องการโชว์สำนักงานด้วย จึงมักมีการออกแบบตกแต่งภายในพร้อมกับมีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ใหม่ เพื่อให้มีลักษณะเฉพาะตัวและเข้ากันเป็นชุดกลมกลืนสวยงามและยังเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถดึงดูดสายตาแก่ผู้พบเห็น

ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในสำนักงาน

เฟอร์นิเจอร์ในสำนักงานควรมีลักษณะที่ออกแบบตามหลักการ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

- ความแข็งแรง
- ความคงทน
- ความสวยงาม
- ประโยชน์ใช้สอย

ความแข็งแรง การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ความแข็งแรงเป็นสิ่งสำคัญในอันที่จะรับน้ำหนักมนุษย์ และการถูกแรงที่มากกระทำต่อเฟอร์นิเจอร์ในด้านแรงดึง แรงจุด ดังนั้น โครงสร้างของส่วนประกอบต่างๆ ต้องมีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี

ความคงทน ควรพิจารณาว่าชนิดใดทนต่อดินฟ้าอากาศมากเพียงใด ต้องพิจารณาว่าในเขตมรสุมของประเทศเราทำให้อากาศเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงต้องเลือกวัสดุที่นำมาใช้ให้ถูกกับสภาพภูมิอากาศด้วย

ความสวยงาม เฟอร์นิเจอร์นั้นจะออกมาในรูปใด และเกิดความสวยงามแปลกทันสมัยเพียงใด จะขึ้นอยู่กับการคิดโครงสร้างมากกว่าเวลาที่คิดโครงสร้างของเฟอร์นิเจอร์นั้น ความสวยงาม แปลก พิศดาร จะเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกของผู้ออกแบบที่ได้รับความบันดาลใจจากสิ่งที่ได้ประสบมา และเก็บความรู้สึกนั้นไว้ในเฟอร์นิเจอร์ จึงทำให้เกิดความงามที่มีลักษณะแตกต่างกันไป

ประโยชน์ใช้สอย นอกจากคุณสมบัติของเฟอร์นิเจอร์ดังกล่าวมาแล้ว ข้อสำคัญที่จะขาดไม่ได้ก็คือ ความสะดวกในการใช้สอย ถ้าเฟอร์นิเจอร์สำเร็จออกแล้วแต่ใช้ไม่ได้ ก็เท่ากับเป็นการสูญเสียเปล่า ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงสัดส่วนที่ถูกต้องและประโยชน์ใช้สอยไปด้วย ก็จะเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่สมบูรณ์แบบที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบที่สำคัญในการเลือกแบบเฟอร์นิเจอร์ มี 4 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1.การจัดสภาพล้อมในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ
- 2.เกิดเนื้อที่สูญเปล่าน้อยที่สุดและมีความยืดหยุ่นที่เป็นไปได้สูงสุด
- 3.ความสมดุลระหว่างราคาเมื่อแรกซื้อมากกับการบำรุงรักษาที่ง่าย
- 4.มีรูปแบบเป็นที่น่าพอใจ

ปัจจุบันนี้การตกแต่งห้องทำงานมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะในสำนักงาน เพราะเป็นการสร้างบรรยากาศและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโดยตรง การตกแต่งห้องทำงานที่ดีนั้นอยู่ที่การคัดเลือกเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการทำงานได้มากที่สุด

สภาพการทำงานที่ดีของมนุษย์นั้นต้องให้ความสะดวกสบายทั้งกายและจิตใจจึงจะให้ผลดีที่สุด สิ่งที่เฟอร์นิเจอร์จะให้แก่มนุษย์ได้ก็คือ อำนวยลักษณะการใช้สอยที่ถูกต้อง

เฟอร์นิเจอร์ที่สำคัญภายในห้องทำงานก็คือ เก้าอี้นั่งและโต๊ะทำงาน โดยเฉพาะเก้าอี้เป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะต้องใช้นั่งทำงานตลอด 6-7 ชั่วโมงต่อวัน จึงต้องได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ การเลือกเฟอร์นิเจอร์ประจำสำนักงานควรเลือกอย่างพินิจพิจารณาสอดคล้องกับสภาพและลักษณะของที่ทำงานอย่างที่สุด เพื่อจะได้ไม่เกิดปัญหาตามมาภายหลัง

ข้อพิจารณาทางกายภาพ

ปัจจัยสำคัญอันดับแรกของเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน คือ ขนาดของโต๊ะทำงานและเก้าอี้ที่ใช้ ขนาดที่สิ่งเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับลักษณะท่าทางการทำงานเพื่อให้เกิดความสบายใจในการนั่งทำงานไม่ปวดเอวหรือหลัง ปกติการออกแบบโต๊ะเก้าอี้ผู้ออกแบบจะคำนึงถึงความสัมพันธ์เหล่านี้แล้วแต่ถ้าเป็นเพียงค่าประมาณอาจไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้ได้ เพราะผู้ใช้แต่ละคนมีความต้องการ ตลอดจนขนาดสัดส่วนผิดแผกไม่เหมือนกัน การเลือกใช้จึงเลือกอย่างระมัดระวังและพิถีพิถันเป็นอย่างยิ่ง

1.เก้าอี้สำนักงาน (CHAIR)

พนักงานทุกคนควรมีเก้าอี้ประจำตัว เพื่อตัดปัญหาการนั่งไม่สบายหรือถูกสุขลักษณะ การเลือกใช้เก้าอี้ประจำสำนักงานมีหลักในการพิจารณาดังนี้

- 1.ปรับระดับความสูงของที่นั่งและพนักพิงได้ เพื่อให้พอดีกับผู้ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ที่นั่งต้องไม่แคบหรือตื้นเกินไป ควรเลือกใช้ชนิดที่หนังเอนลาดไปด้านหลังเล็กน้อย ประมาณ 30 องศา
3. ที่พนักแขน อาจมีหรือไม่มีก็ได้ตามความเหมาะสมของลักษณะงานที่ทำ
4. ควรมีล้อเลื่อน เพื่อความคล่องตัวการเคลื่อนย้าย

เก้าอี้และระดับผู้ใช้

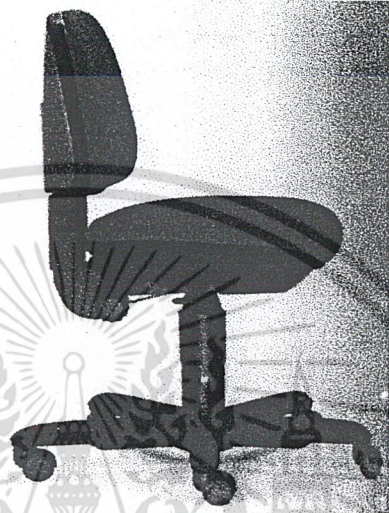
เก้าอี้ทำงานในท้องตลาดมีมากมายหลายแบบ ทั้งแบบผู้บริหาร (EXECUTIVES) แบบพนักทั่วไประดับผู้บริหารนั้นส่วนใหญ่โครงสร้างจะทำด้วยเหล็กชุบโครเมียม เพื่อความหรูหราซึ่งต่างกับเก้าอี้ของพนักงานที่แม้จะมีโครงสร้างทำด้วยเหล็กเหมือนกัน แต่จุดประสงค์เพื่อความคงทนมากกว่าความหรูหรา เก้าอี้ที่ทำโดยมากมักไม่นิยมใช้ในสำนักงาน เนื่องจากมีความแข็งแรงไม่เพียงพอ

ลักษณะทั่วไปของเก้าอี้ประจำสำนักงาน ที่นั่งควรหมุนและปรับระดับได้ อาจสามารถปรับเอนได้ด้วย พนักพิงและเบาะรองนั่งอาจหุ้มด้วยผ้าฝ้ายหรือใยสังเคราะห์ สิ่งที่สำคัญมากคือ การปรับระดับได้ เพราะผู้ใช้มีสัดส่วนไม่เท่ากัน ในแต่ละบุคคลจะนั่งเก้าอี้ตัวเดียวกันให้สบายเหมือนกันย่อมเป็นไปได้ ผู้ใช้ทุกคนจึงควรรู้วิธีปรับระดับของที่นั่งและพนักหลังให้เหมาะกับตัวเองเป็นอย่างที่สุด เก้าอี้หมุนได้จะมีประโยชน์มากในบริเวณเนื้อที่จำกัด การมีล้อเลื่อนหรือไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานที่ทำและสภาพภายในห้อง เจ้าหน้าที่ต้องพิจารณาด้วยความเหมาะสม เพราะถ้าเก้าอี้ที่มีขนาดใหญ่และน้ำหนักมากจะทำให้ยากต่อการเคลื่อนย้ายเก้าอี้ เมื่อเลือกใช้ก็ต้องคำนึงถึงงานที่ทำด้วยว่าเคลื่อนย้ายเก้าอี้บ่อยหรือไม่

สามารถแบ่งลักษณะของเก้าอี้ ออกได้เป็น 2 ประเภท

ก. เก้าอี้แบบหมุนได้ (SWIVLE CHAIR) ลักษณะของเก้าอี้จะมีล้อที่ขาสามารถหมุนหรือเคลื่อนที่ได้สะดวก มีแกนปรับระดับความสูงต่ำของเบาะที่นั่งได้ตามความเหมาะสม เก้าอี้ประเภทนี้เหมาะสมสำหรับส่วนงานที่ต้องการความคล่องตัว ซึ่งแบ่งออกตามความเหมาะสมของผู้ใช้ได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. เก้าอี้สำหรับพนักงานทั่วไป เลขานุการ เป็นเก้าอี้ที่ไม่มีเท้าแขน เนื่องจากความสะดวกในการทำงาน บางครั้งต้องพินิจพิเคราะห์



ภาพที่ 2.25 เก้าอี้สำหรับพนักงานทั่วไป, เลขานุการ

2. เก้าอี้สำหรับพนักงานระดับกลาง (SWIVEL ARMSCHAIR) ลักษณะเก้าอี้จะมีที่เท้าแขน เพื่อความสะดวกสบายในการทำงาน มีพนักพิงระดับหลังผู้นั่ง ดังรูป



ภาพที่ 2.26 เก้าอี้สำหรับพนักงานระดับกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เก้าอี้สำหรับผู้บริหารระดับสูง (HIGH BACK SRNEL) เป็นเก้าอี้ที่หมุนได้มีที่เท้าแขน และพนักพิงสูงระดับศีรษะ เพื่อเป็นการเน้นถึงฐานะและตำแหน่งของผู้นั่ง ซึ่งมีความสบายในการนั่งสูง ดังรูป



ภาพที่ 2.27 เก้าอี้สำหรับผู้บริหารระดับสูง

ข.เก้าอี้แบบหมุนไม่ได้ (RIGID CHAIR) เป็นเก้าอี้นั่งแกติ รวมทั้งเก้าอี้นวมและโซฟาในส่วนพัก ผ่อนหรือรับแขกในสำนักงาน

เก้าอี้ไม้หรือเก้าอี้โครงโลหะ (RIGID FRAME) เป็นเก้าอี้ทั่วไป เหมาะสำหรับการทำงานไม่ ต้องการหมุนหรือเคลื่อนตัว มีโครงสร้างเป็นไม้หรือโลหะ

2.โต๊ะทำงาน (WORKING TABLE)

มีความสำคัญพอกับเก้าอี้ทำงาน หลักในการพิจารณามีดังนี้

- ระดับของหน้าโต๊ะไม่สูงเกินไป จนต้องยกไหล่ทำงาน ความสูงของพื้นถึงหน้าโต๊ะ 72 เซนติเมตร
- ความกว้างของหน้าโต๊ะ ไม่ควรต่ำกว่า 45 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ที่ว่างส่วนใต้โต๊ะ ควรสูงพอต่อการสอดเข้าเข้าออกได้อย่างสบาย ที่ว่างเหนือที่นั่งของเก้าอี้ควรมีระยะห่างประมาณ 23 เซนติเมตร ในลักษณะนี้เท่ากับว่าได้แผ่นหน้าโต๊ะสูงจากพื้น 70 เซนติเมตร และความหนาของแผ่นหน้าโต๊ะเท่ากับ 5 เซนติเมตร ระยะนี้สามารถปรับได้ตามความเหมาะสม

- ความกว้างของช่องว่างส่วนใต้โต๊ะ ควรกว้างอย่างน้อยที่สุดประมาณ 23 เซนติเมตร

แนวทางการเลือก

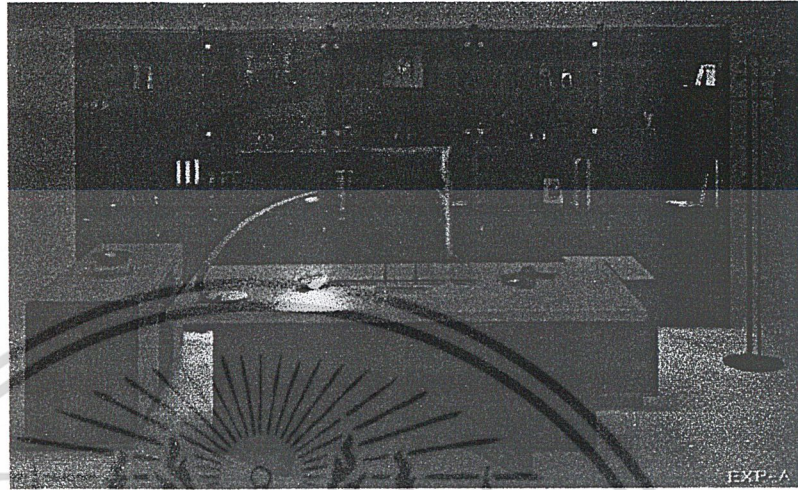
ถ้าห้องทำงานมีขนาดเล็ก การเลือกเฟอร์นิเจอร์จะต้องการความละเอียดเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นเรื่องจำเป็นของแต่ละบุคคลรวมถึงสภาพแวดล้อม ลักษณะการทำงานที่เก็บของตามความต้องการ ตลอดระยะเวลาของการทำงานมีได้หมายความว่าทุกคนจะต้องมีโต๊ะพิเศษของตนเอง แต่หมายความว่าควรเลือกชุดเฟอร์นิเจอร์ โดยเลือกจากแค็ตตาล็อกนั้นอาจไม่ใช่วิธีการที่ถูกต้อง ในบางกรณีสำหรับสำนักงานขนาดเล็ก อาจต้องทำโต๊ะพิเศษเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพห้องและการทำงาน แต่การกระทำเช่นนั้น จำต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่าคุ้มหรือไม่ สามารถเปลี่ยนใช้งานในลักษณะอื่นอีกได้หรือไม่ ส่วนเฟอร์นิเจอร์ที่ทำไว้เป็นชุดก็ไม่ควรแยกซื้อเป็นชิ้นเพราะในลักษณะนี้เฟอร์นิเจอร์แต่ละตัว จะทำหน้าที่อยู่สมบูรณ์ที่สุดก็ต่อเมื่อรวมเข้าชุดของมันเท่านั้น

การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้บริหาร

การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้บริหารมีความสำคัญมาก เพราะนอกจากจะเป็นเครื่องบ่งบอกงานแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพพจน์ของตนเองด้วยว่า เป็นผู้ที่มีรสนิยมมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้เฟอร์นิเจอร์ที่หรูหราตกแต่งอย่างวิจิตร มักจะล้าสมัยในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนหนึ่งของเฟอร์นิเจอร์ที่ควรมีในห้องนี้ นอกจากโต๊ะทำงานและเก้าอี้ ก็คือ ตู้เอกสาร ชั้นหนังสือ โต๊ะชุดเล็กๆ สำหรับการนั่งประชุมอย่างไม่เป็นทางการหรือนั่งปรึกษาหารือระหว่างผู้ร่วมงาน นอกจากนี้ควรนึกถึงความกลมกลืนของสีชุดเฟอร์นิเจอร์กับสีภายในห้องนั้น

สามารถแบ่งตามลักษณะการใช้สอยได้เป็น 4 ประเภท

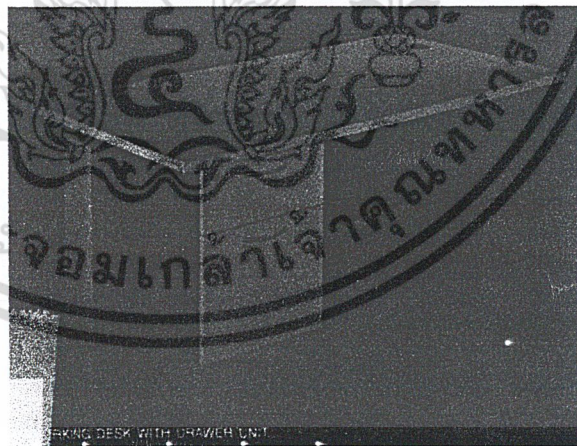
ก. โต๊ะทำงานสำหรับระดับผู้บริหาร โต๊ะทำงานของระดับผู้บริหาร ควรเลือกใช้อย่างพินิจพิจารณา หน้าโต๊ะอาจต้องให้ใหญ่กว่าปกติ ด้านหน้าเป็นรูปตัว "แอล" ซึ่งมีผลให้โต๊ะดูใหญ่มากข่มผู้ที่นั่งอยู่ อาจแก้ไข โดยการบุผิวด้านหน้าด้วยวัสดุต่างชนิด หน้าโต๊ะใหญ่ใช้วัสดุชนิดหนึ่งโต๊ะที่เสริมเข้ามาก็ใช้อีกชนิดหนึ่ง ความแตกต่างนี้จะลดความรู้สึกที่ดูใหญ่ให้บางเบาได้



ภาพที่ 2.28 โต๊ะทำงานสำหรับผู้บริหาร

ข. โต๊ะทำงานสำหรับพนักงานทั่วไป เลขานุกร

ความกว้างของหน้าโต๊ะ จะมีขนาดเล็กกว่าโต๊ะทำงานสำหรับผู้บริหาร เพื่อให้เหมาะสำหรับการทำงานให้มีความคล่องตัว ควรมีลิ้นชักในตัวเพื่อเก็บอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้เฉพาะบุคคลนั้น



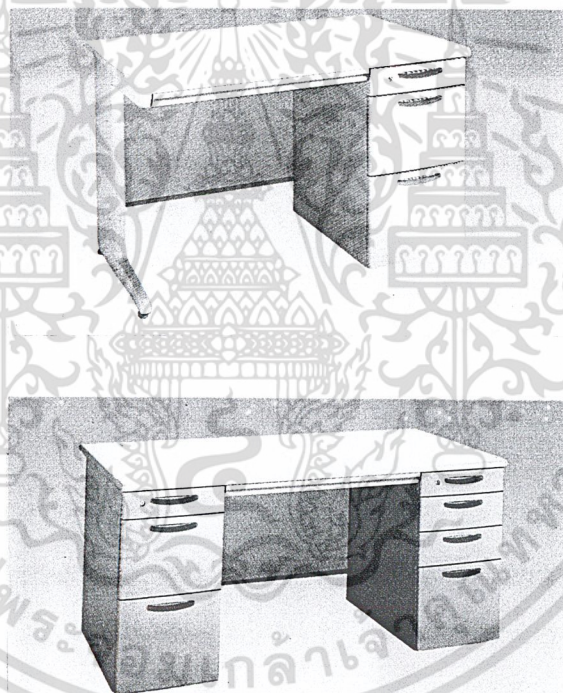
ภาพที่ 2.29 โต๊ะทำงานสำหรับพนักงานทั่วไป, เลขานุกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค.โต๊ะพิมพ์ดีด (TYPING TABLE) โต๊ะพิมพ์ดีดทั้งเคลื่อนที่ได้และเคลื่อนที่ไม่ได้แล้วแต่ความต้องการในการใช้สอย คุณสมบัติของโต๊ะพิมพ์ดีดได้แก่

- ควรมีลิ้นชักในตัวเพื่อเก็บอุปกรณ์พิมพ์ดีดต่างๆ เช่นกระดาษ
 - ขนาดใหญ่พอที่จะวางเครื่องพิมพ์ดีดและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องได้
 - มีที่เก็บอุปกรณ์การพิมพ์ เช่น เครื่องพิมพ์ดีด น้ำยาลบหมึก เป็นต้น
- สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

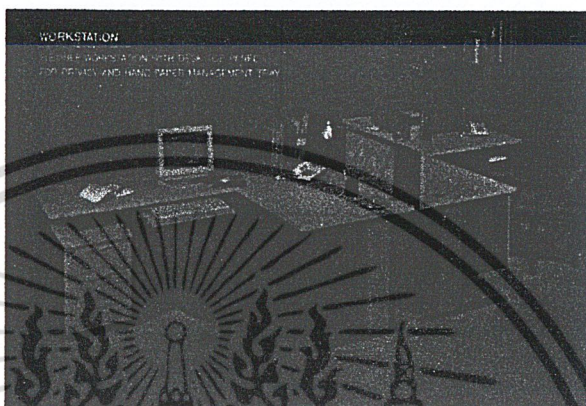
1.แบบธรรมดา เป็นโต๊ะพิมพ์ดีดที่มีลิ้นชัก



ภาพที่ 2.30 โต๊ะพิมพ์ดีดแบบธรรมดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.แบบมีตู้หรือลิ้นชักในตัว



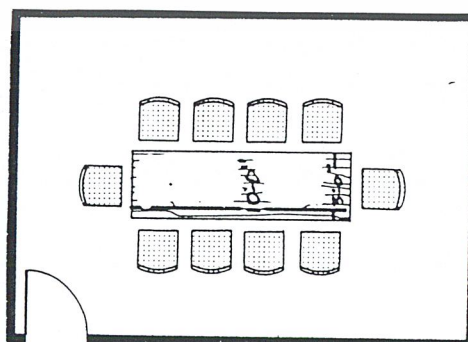
ภาพที่ 2.31 พิมพ์ดีด แบบมีตู้หรือลิ้นชักในตัว

3.โต๊ะประชุม (CONFERENCE TABLE)

ลักษณะของโต๊ะประชุมแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

- ก. โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า
- ข. โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส
- ค. โต๊ะรูปแปลนเรือ
- ง. โต๊ะรูปหกเหลี่ยม, แปดเหลี่ยม หรือโต๊ะกลม

ก. โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายมากที่สุดเพราะสามารถจัดที่นั่งได้เป็นจำนวนมาก โต๊ะมีตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป การดัดแปลงการใช้งานทำได้โดยนำโต๊ะหลายๆ ตัวมาประกอบกันเป็นรูปตัว "ยู" ใช้ในกรณีมีผู้เข้าร่วมประชุมมากกว่า 20 คนขึ้นไป ขนาดของห้องที่ใช้ร่วมกับโต๊ะประชุมนี้ ควรเป็นห้องสี่เหลี่ยมผืนผ้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภาพที่ 2.32 โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

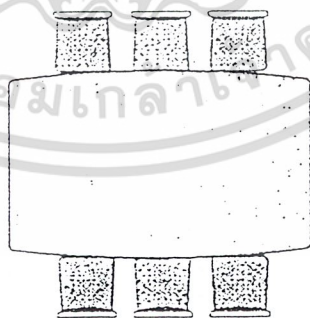
ข. โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส เหมาะสำหรับห้องประชุมที่มีขนาดเล็ก และมีลักษณะเป็นห้องสี่เหลี่ยมจัตุรัส จุที่นั่งได้ตั้งแต่ 4 - 12 ที่นั่ง

ข้อเสีย มีรูปแบบที่ตายตัวทำให้ดัดแปลงใช้งานด้านอื่นได้ยาก



ภาพที่ 2.33 โต๊ะรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส

ค. โต๊ะรูปแปดเหลี่ยม เป็นโต๊ะที่นิยมใช้มากที่สุดอีกแบบหนึ่งเช่นกัน เพราะมีรูปลักษณะที่สวยงาม และสามารถจัดที่นั่งได้เป็นจำนวนมากๆ โดยจัดได้ตั้งแต่ 6 ที่นั่งขึ้นไป ขนาดห้องที่ใช้ร่วมกับโต๊ะประชุมนี้ ควรเป็นห้องสี่เหลี่ยมผืนผ้าเช่นกัน



ภาพที่ 2.34 โต๊ะรูปแปดเหลี่ยม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ง. โต๊ะรูปหกเหลี่ยม, แปดเหลี่ยม หรือโต๊ะกลม เหมาะสำหรับ ห้องประชุมขนาดเล็กและไม่
พิถีพิถันมากนัก ประมาณ 6 - 12 ที่นั่ง

ภาพที่ 2.35 โต๊ะรูปหกเหลี่ยม, แปดเหลี่ยม หรือโต๊ะกลม

4. ตู้เก็บเอกสาร (FILE)

เป็นที่เก็บเอกสารหรือข้อมูลที่สำคัญภายในสำนักงาน เพราะฉะนั้นจะต้องมีความแข็งแรง มีที่
ล็อกป้องกันขโมย สามารถกันความร้อนและไฟไหม้ได้และจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในการใช้
งานด้วย

ลักษณะตู้เก็บเอกสารแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

ก. ตู้เก็บเอกสารแบบชั้นหรือมีลิ้นชัก (FILE CABINET) ตัวตู้เป็นเหล็กหรือไม้มีลักษณะเป็นชั้น
หรือลิ้นชัก ตามลักษณะของการใช้งาน

ข. ตู้เก็บเอกสารแบบหมุน (CIRCULAR STORES) ลักษณะเป็นตู้ที่มีชั้นเก็บเอกสารเป็นวงกลม
หรือสี่เหลี่ยม ยึดติดกับแกนกลางที่สามารถหมุนได้มีประมาณ 5 ชั้น แต่ละชั้นสามารถหมุนได้เป็นอิสระ
จะมีขนาดไม่ค่อยใหญ่มากนัก

ค. ตู้เก็บเอกสารแบบเครื่องจักร (MECHANICS) เป็นตู้เก็บเอกสารโดยเมื่อต้องการเก็บเอกสาร
ฉบับใดก็กดปุ่มตามที่ต้องการ เครื่องจักรกลในตู้เอกสารก็จะคัดส่งเอกสารที่ต้องการออกมาโดยมีถาดรอง
ด้านข้างตู้ ตู้เอกสารประเภทนี้ยังไม่แพร่หลายในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. เครื่องมือเครื่องใช้สำนักงาน (EQUIPMENT)

เนื่องจากงานสำนักงานมีปริมาณมาก จึงมีความจำเป็นต้องใช้เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ เพื่อให้การทำงานรวดเร็ว เรียบร้อย และถูกต้อง เครื่องใช้สำนักงาน ได้แก่ เครื่องพิมพ์ดีด เครื่องจักรทำบัญชี เครื่องบวกเลข เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องอัดสำเนา เครื่องบันทึกเงินสด ฯลฯ

ก. ชนิดของเครื่องใช้สำนักงาน

ต่อไปนี้จะกล่าวถึงเครื่องใช้ที่สำคัญและสมควรจะทราบ

1. คอมพิวเตอร์ (COMPUTER) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการคำนวณตามหลักเกณฑ์ และวิธีการทางคณิตศาสตร์ เครื่องคอมพิวเตอร์มีความสามารถในการรวบรวมข้อมูลได้รวดเร็ว และถูกต้อง เมื่อป้อนข้อมูลเข้าไปในเครื่อง โดยเขียนคำสั่งว่าจะให้เครื่องคำนวณเกี่ยวกับอะไร คอมพิวเตอร์จะหาผลลัพธ์ออกมา เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย การบัญชีและควบคุมการเงิน ตลอดจนคุณภาพของผลผลิต

2. เครื่องบันทึกเงินสด (CASH REGISTER) เป็นเครื่องที่สามารถบวก ลบ คูณ หาร ได้ในเครื่องและมีบัตรแสดงรายการ 2 ส่วน ส่วนหนึ่งให้ลูกค้าแทนใบเสร็จรับเงิน อีกส่วนหนึ่ง มีวงอยู่ภายในเครื่องแสดงหลักฐานการรับเงิน พนักงานเก็บเงินจะต้องออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าทุกครั้ง เมื่อออกรายการแต่ละครั้ง เครื่องจะบันทึกจำนวนเงินทั้งในส่วนของลูกค้าและส่วนที่อยู่ในเครื่อง เมื่อเสร็จสิ้นการรับเงินในวันหนึ่งฝ่ายตรวจสอบจะรวมเงินที่รับในแต่ละวันจากเครื่อง และตรวจนับกับเงินที่รับจริงซึ่งจะต้องตรงกัน ถ้าเงินที่รับจริงต่ำกว่าจำนวนเงินที่รับในแต่ละวันจากเครื่อง พนักงานเก็บเงินจะต้องรับผิดชอบ

3. เครื่องคำนวณ (CALCULATOR) สามารถบวก ลบ คูณ หาร ได้รวดเร็ว และประหยัดเวลาและความคิด เครื่องคำนวณบางชนิดมีแผ่นกระดาษสำหรับแสดงแต่ละรายการซึ่งเป็นประโยชน์ในทางตรวจสอบรายการ

4. เครื่องบันทึก (TIME WATCH) ใช้สำหรับบันทึกเวลาเข้าออกจากสำนักงาน

5. เครื่องอัดสำเนา (DUPLICATION MACHINE) สำหรับอัดข้อความหรือภาพที่ต้องการเป็นจำนวนมากใช้กระดาษไขที่พิมพ์ดีดแบบปรุเป็นแม่พิมพ์ แล้วนำไปใส่กับเครื่องอัดสำเนาจะต้องการจำนวนเท่าใดก็ได้

6. เครื่องถ่ายเอกสาร ใช้ถ่ายภาพเอกสารทุกชนิดได้เหมือนกับต้นฉบับจริง

7. เครื่องติดต่อภายในสำนัก (INTERCOMMUNICATION) ใช้ติดต่อด้านวจาในสำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. เครื่องใช้เกี่ยวกับการรับส่งเอกสารอื่นๆ ได้แก่ เครื่องติดตราไปรษณีย์ เครื่องพิมพ์ไปรษณียากร
เครื่อง
เปิดซองจดหมาย เครื่องจำหน่ายซองจดหมาย เครื่องผนึกซองจดหมาย เครื่องชั่งจดหมาย และพัสดุ เครื่อง
เหลาดินสอ
9. เครื่องโทรสาร ปัจจุบันสามารถใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการส่งโทรสารแทนได้
10. พรินเตอร์ อุปกรณ์สำคัญที่ใช้ประกอบกับเครื่องคอมพิวเตอร์
11. เครื่องพล็อตเตอร์อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการพรินต์ชิ้นงานที่มีขนาดใหญ่กว่าที่พรินเตอร์
สามารถพรินต์ได้
12. อุปกรณ์เขียนแบบ สิ่งจำเป็นสำหรับพนักงานฝ่ายศิลป์
13. โต๊ะไฟ
14. เครื่องบันทึกเสียง
15. เครื่องบันทึกเทปโทรทัศน์
16. เครื่องอัดภาพถ่าย ปัจจุบันการล้าง-อัดภาพสามารถทำได้ด้วยการใช้เครื่องล้าง-อัดอัตโนมัติ
ซึ่งควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.ระบบแสงสว่าง

แสงนับเป็นปัจจัยในการมองเห็น การให้แสงสว่างในอาคารนับเป็นเรื่องสำคัญ และการให้แสงที่เหมาะสมจะช่วยเสริมงานออกแบบตกแต่งให้ดูมีคุณค่ายิ่งขึ้น

แหล่งกำเนิดของแสงที่สำคัญมี 2 ประเภท คือ

1. แสงธรรมชาติหรือแสงอาทิตย์ที่มีความร้อน มิได้หมายถึงลำแสงที่สาดส่องลงมาเท่านั้น ยังหมายถึงแสงสว่างที่สะท้อนจากแสงอาทิตย์ไปยังเมฆบนท้องฟ้าตีกับบริเวณใกล้เคียง

2. แสงประดิษฐ์ เป็นแสงที่มนุษย์คิดค้นขึ้นใช้ในยามขาดแคลนแสงธรรมชาติและเพื่อความสวยงามมี 3 ประเภท คือ

- แสงไฟจากหลอดมีไส้ (INCANDESCENT)
- แสงไฟจากหลอดฟลูออเรสเซนต์ (FLUORESCENT)
- แสงไฟวิทยาศาสตร์ประยุกต์ ได้แก่ แสงแฟลช (FLASH) แสงเลเซอร์ (LASER)

แสงประดิษฐ์หรือแสงจากหลอดไฟ

หลอดไฟฟ้าปัจจุบันตามท้องตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1. หลอดมีไส้ INCANDESCENT เป็นหลอดแก้วกลมมีขั้วกลมตัวหลอดที่ซึ่งอาจเคลือบสีหรือซิลิกา ใสหลอดทำด้วยทั้งสแตน หลอดชนิดนี้ไม่นิยมใช้ในโรงพยาบาล

2. หลอดชนิดประจุไฟฟ้า เช่น หลอดฟลูออเรสเซนต์ (FLUORESCENT), เมอร์คิวรี (MERCURY) เป็นแสงสว่างที่เกิดจากประจุไฟฟ้าวิ่งจากขั้วหลอด กระแทกกับปรอทที่บรรจุภายในหลอด ทำให้ปริมาณของหลอดที่มีกระจายออกทำให้เกิดเป็นแสง ULTRA VIOLET และเมื่อกระทบกับผนังซึ่งฉาบไว้ภายในหลอดจะทำให้เกิดแสงซึ่งมองเห็นได้

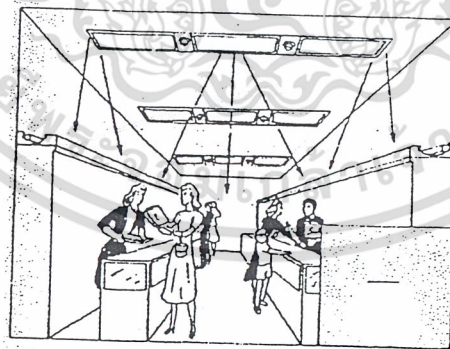
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 แสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของแสงประดิษฐ์ทั้ง 2 ชนิด

หลอด INCANDESCENT	หลอด FLUORESCENT
<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีปฏิกิริยากับสีต่างๆ ทำให้มองเห็นสีจริง - สามารถทำให้แสงสว่างเป็นจุดส่องเฉพาะบริเวณได้ - อายุหลอดสั้นกว่า และไม่เหมาะสมสำหรับใช้ในที่สูง สะท้อน จะทำให้หลอดสว่างเร็ว - หลอดที่จุดไฟนานๆ ความร้อนอาจจะเป็นอันตรายได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ทางวิทยาศาสตร์รองรับว่า แสงนี้เท่ากับแสงกลางวัน - ให้แสงสว่างมากกว่าหลอดมีไส้ (INCANDESCENT) - อายุการใช้งานนานมาก ทำให้ประหยัด - หากแรงดันกระแสไฟฟ้าไม่พอหลอดจะไม่ติด - ให้แสงซึ่งมีปฏิกิริยาต่อแสงต่างๆ ไม่เหมือนกัน ทำให้สีบางครั้งไม่เหมือนจริง - ให้ความร้อนน้อย จึงเหมาะสำหรับใช้ในที่ติดเครื่องปรับอากาศ เพราะจำทำให้ลดขนาดของเครื่องปรับอากาศลง เป็นการประหยัด

การกระจายแสงของดวงโคมสามารถแบ่งชนิดของดวงโคมได้เป็น 5 ชนิด ใหญ่ๆ

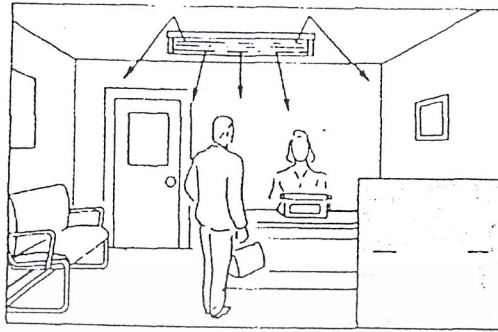
1. ดวงโคมชนิดกระจายแสงลง (DIRECT LUMINARIES) แสงส่วนใหญ่จากดวงโคมประเภทนี้ ประมาณ 90 - 100% จะกระจายลงสู่เบื้องล่าง ข้อดีของดวงโคมประเภทนี้ คือ สามารถควบคุมทิศทางของลำแสงให้ไม่ตกบนพื้นที่ที่เราต้องการได้ง่าย



ภาพที่ 2.36 ดวงโคมชนิดกระจายแสงลง

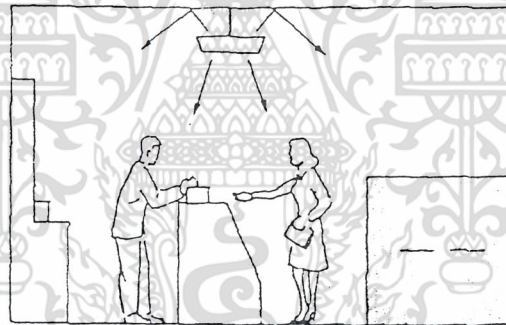
2. ดวงโคมชนิดกึ่งกระจายแสงลง (SEMI-DIRECT LUMINAIRE) ดวงโคมประเภทนี้จะกระจายแสงลงสู่เบื้องล่างประมาณ 60-90% และปล่อยให้แสงกระจายขึ้นสู่เพดานประมาณ 10-40% วิธีนี้สามารถที่จะลดความแตกต่างของความจําระหว่างดวงโคมและเพดานได้ แต่การกระจายแสงประเภทนี้อาจจะเกิดเงาขึ้นบนเพดานได้ง่าย ถ้าระยะห่างของดวงโคมห่างกันมากเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.37 ดวงโคมชนิดกึ่งกระจายแสงลง

3. ดวงโคมชนิดกระจายแสงรอบด้านหรือกระจายแสงขึ้นลง (GENERAL DIFFUSE OR DIRECT-INDIRECT LUMINAIRE) ลักษณะของดวงโคมประเภทนี้จะกระจายแสงลงสู่พื้นและกระจายพุ่งขึ้นเพดานพอๆ กัน ข้อแตกต่างของลักษณะการกระจายแสงแบบรอบด้าน และการกระจายแสงแบบขึ้น - ลง ก็คือการกระจายแสงแบบรอบด้านจะมีแสงบางส่วนพุ่งออกมาในแนวระดับด้วย

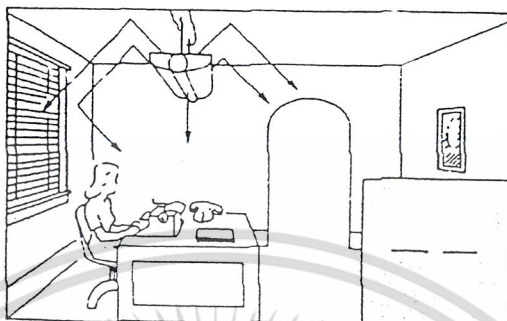


ภาพที่ 2.38 เปรียบเทียบการกระจายแสงแบบรอบด้านและแบบขึ้น-ลง

ดวงโคมประเภทนี้ค่าสัมประสิทธิ์การใช้ประโยชน์จะต่ำกว่า 2 ประเภทแรกแต่จะให้ค่าเจิดจ้าทั้งพื้นผิวห้องดูสม่ำเสมอและสบายตา

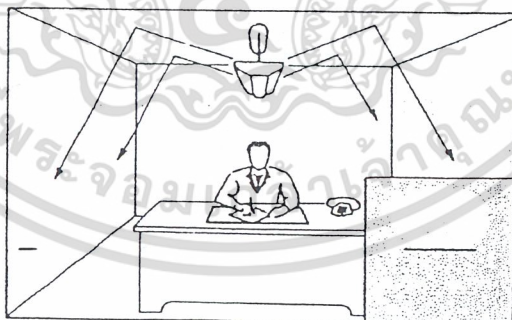
4. ดวงโคมชนิดกึ่งกระจายแสงขึ้น (SEMI-DIRECT LUMINAIRE) ปริมาณแสงส่วนใหญ่ประมาณ 60-90% จากดวงโคมชนิดที่กระจายขึ้นและปล่อยให้แสงจนที่เหลือกระจายลงสู่พื้นเพดานซึ่งทำหน้าที่คล้ายกับแหล่งกำเนิดแสงแผ่นใหญ่แผ่นหนึ่ง ซึ่งจะสะท้อนแสงลงสู่เบื้องล่าง ฉะนั้นความสามารถในการสะท้อนแสงของเพดานจะต้องสูงมาก ลักษณะการกระจายแสงเช่นนี้ความจ้ารหว่างตัวโคมกับเพดานจะไม่แตกต่างกันมากนัก มักจะใช้ดวงโคมชนิดนี้ในสถานที่ที่มีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องการที่แสงแยกตา (GLARE) มากๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.39 ดวงโคมชนิดกึ่งกระจายแสงขึ้น











5. ดวงโคมชนิดกระจายแสงขึ้น (INDIRECT LUMINAIRE) ปริมาณแสงจากโคมเกือบทั้งหมด ประมาณ 90-100% จะกระจายขึ้นสู่เพดานและส่วนบนของผนัง และจึงสะท้อนสู่พื้นงานความจ้ำที่ บริเวณห้องดูจะสม่ำเสมอจนเกือบเท่ากันหมด ถ้าระยะที่ห้อยดวงโคมจากเพดานมีค่ามากพอ แต่ดวงโคม ชนิดนี้จะให้ค่าสัมประสิทธิ์ในการใช้ประโยชน์ต่ำสุด



ภาพที่ 2.40 ดวงโคมชนิดกระจายแสงขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6 แสดงระบบการให้แสงสว่างแบบต่าง ๆ และชนิดของการใช้หลอดไฟฟ้า

ชนิดของการกระจายแสง	% แสงส่องขึ้นบน	% แสงส่องลงล่าง	การกระจายแสง ความเข้มแสงสว่าง	รูปร่างดวงโคม	การนำไปใช้งาน
แบบโดยตรง	0 - 10	90 - 100			โคมแบบนี้ให้แสงสว่างมากที่สุด เหมาะสมสำหรับอาคารเพดานสูง และมีเปอร์เซ็นต์การสะท้อนต่ำ แต่อาจเป็นปัญหา เนื่องจากแสงจ้าสูง และคุณภาพแสงไม่สม่ำเสมอทั่วพื้นที่
แบบกึ่งกลาง	10 - 30	60 - 90			การใช้งานเหมือนกับแบบโดยตรง แต่จะใช้แสงบางส่วนสะท้อนจากเพดานแก้ปัญหาเงามืด จึงเหมาะกับที่ทำงานห้องเรียน
แบบโดยตรงโดยอ้อม	40 - 60	60 - 40			เป็นการให้แสงอยู่ระหว่างโดยตรงและโดยอ้อมเพื่อแก้ไขในเรื่องคุณภาพของแสงและแสงสว่างน้อย
แบบกระจายทุกทิศทาง	60 - 40	40 - 60			ชนิดนี้เป็นแบบที่กระจายความสว่างทุกทิศทางเท่า ๆ กันหมด
แบบกึ่งอ้อม	60 - 90	10 - 30			แบบนี้แสงส่วนใหญ่จะพุ่งขึ้นเพดานแล้วสะท้อนสู่พื้นที่ทำงาน มีส่วนน้อยที่พุ่งลงสู่พื้นที่ทำงานโดยตรงทำให้คุณภาพแสงและความสม่ำเสมอดีไม่มีแสงจ้า ข้อสำคัญคือ ให้แสงน้อยเพดานต้องมีเปอร์เซ็นต์การสะท้อนแสงสูง
แบบโดยอ้อม	90 - 100	0 - 10			แบบนี้ให้แสงน้อยที่สุดเหมาะสำหรับอาคารเพดานต่ำ เปอร์เซ็นต์การสะท้อนแสงต้องคุณภาพของแสงดีมาก ไม่มีแสงจ้าและเงามืด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

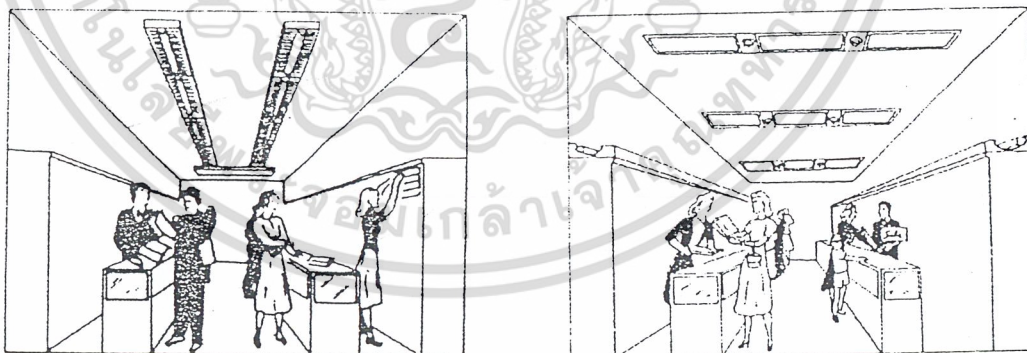
การจัดวางดวงโคม (LAY-OUT OF THE LUMINAIRE)

เราสามารถที่จะจำแนกลักษณะของการจัดวางตำแหน่งของโคมได้ดังต่อไปนี้

1.การจัดวางแบบสมมาตร (GENERAL LIGHTING) เป็นลักษณะการจัดการดวงโคมโดยพิจารณาถึงความสม่ำเสมอของปริมาณแสงบนพื้นงาน (UNIFORMITY) เป็นหลักซึ่งมักจะเป็นลักษณะสมมาตรลักษณะใดลักษณะหนึ่ง

การติดตั้งดวงโคมแบบสมมาตรมักจะทำก่อนที่จะทราบตำแหน่งแน่นอนของโต๊ะทำงาน อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในสำนักงาน ตลอดจนเฟอร์นิเจอร์หรือตำแหน่งของเครื่องจักร ดังนั้นตำแหน่งของดวงโคมจึงมักถูกกำหนดโดยระยะของความสัมพันธ์ระหว่างของดวงโคมกับความสูงของดวงโคมและโครงสร้างของผังเพดาน

โดยทั่วไปภายในสำนักงานเรามักใช้หลอดฟลูออเรสเซนต์ เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาจจะติดตั้งเป็นหน่วยโดดๆ หรือติดตั้งเป็นแถวยาวไปตามห้องและในบางครั้งแถวของโคมหลอดฟลูออเรสเซนต์นี้ก็อาจจะมียุติพลต่อความรู้สึกในการเห็นด้วย ซึ่งอาจทำให้ห้องทำงานดูเสมือนยาวขึ้นหรือกว้างขึ้นก็ได้



ภาพที่ 2.41 การจัดวางดวงโคมทำให้ความรู้สึกว่าห้องกว้างขึ้นหรือยาวขึ้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อสำคัญอีกประการหนึ่ง การจัดดวงโคมแบบสมมาตรนี้คือ ระยะห่างระหว่างดวงโคมกับผนังไม่ควรเกินระยะครึ่งหนึ่งของระยะห่างระหว่างแถวของดวงโคมด้วยตนเอง และในกรณีที่รู้ว่าจะมีการจัดวางโต๊ะทำงานอยู่ชิดหรือไกลก็เคียงกับผนังด้วย ระยะห่างระหว่างแถวของดวงโคมไม่ควรเกิน 2.5 ฟุต สำหรับปลายสุดของแถวของดวงโคมก็ควรอยู่ห่างจากผนังระหว่าง 6 นิ้ว ถึง 1 ฟุต

2.การจัดวางดวงโคมเฉพาะบริเวณ (LOCAL LIGHTING) การติดตั้งดวงโคมเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษในเฉพาะบริเวณใดบริเวณหนึ่งในกรณีที่ต้องการระดับปริมาณแสงสว่างสูงขึ้น เช่น บริเวณโต๊ะทำงาน โต๊ะเขียนแบบ เครื่องพิมพ์ดีดหรืออุปกรณ์ในสำนักงานบางอย่างก็ได้สิ่งที่จะต้องพึงระวังเมื่อติดตั้งดวงโคมเฉพาะบริเวณนี้คือ มันอาจจะไปรบกวนหรือเกิดการแยงตากับผู้ที่อยู่ข้างเคียงได้

3.การจัดวางดวงโคมเฉพาะจุด (SUPPLEMENTARY LIGHTING) โดยทั่วไปแล้วการจัดดวงโคมเฉพาะจุด มักทำขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการเพิ่มความเด่นให้กับจุดใดจุดหนึ่งโดยเฉพาะลงไป เช่น ป้ายเครื่องหมายการค้า หรือสัญลักษณ์ของบริษัทหรือตัวอย่างสินค้าในตู้โชว์ อย่างไรก็ตามการออกแบบดวงโคมเฉพาะจุดจะต้องออกแบบให้สัมพันธ์กับตำแหน่งของการจัดวางดวงโคมแบบสมมาตรที่อยู่ข้างเคียงด้วย

ระดับความสูงของดวงไฟตามอัตรากำลังไฟที่ใช้ แสงสว่างจากไฟฟ้าในบางครั้งอาจจะสะท้อนจากวัสดุที่เป็นประกอบแฉกในตาได้ ถ้าติดตั้งในระดับไม่เหมาะสม ดังนั้น ควรติดตั้งหลอดไฟฟ้าในระดับหรือระยะที่ต่ำหรือสูงพอดี เพื่อขจัดปัญหาสะท้อน และให้ได้แสงสว่างที่ได้ประโยชน์จากแสงไฟฟ้าได้เต็มที่

ตารางที่ 2.7 แสงความสัมพันธ์ของความสูงและกำลังไฟ

ตารางความสัมพันธ์ของความสูงและกำลังไฟ	
ความสูงของการติดตั้ง ห่างจากพื้นเป็นฟุต	ขนาดของดวงไฟ หน่วยเป็นวัตต์
7 - 10	40
8 - 12	60
10 - 14	75
12 - 16	100
17 - 20	150
19 - 27	250
25 - 35	400
30 - 40	500

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบระบบแสงสว่างภายในอาคาร

ข้อพิจารณาพิเศษในการออกแบบระบบแสงสว่างในสำนักงานมีดังนี้คือ

1. บริเวณโดยทั่วไปของสำนักงาน (GENERAL OFFICE) บริเวณโดยทั่วไปของสำนักงานมักใช้ประโยชน์ร่วมกันหลายฝ่ายหลายแผนก มีลักษณะงานกระดาษต่างๆ หลายประเภทด้วยกันเกี่ยวข้องกับติดตั้งงานซีดีเขียนพิมพ์ดีด งานถ่ายเอกสารหรือในบางครั้งที่จะต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ด้วย นอกจากนี้ก็ยังมีกรโยกย้ายและจัดโต๊ะทำงานใหม่บ่อยๆ หรืออาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมหรือถอนผนังกันห้องภายหลัง ฉะนั้นการออกแบบระบบแสงสว่างสำหรับบริเวณโดยทั่วไปของสำนักงานให้เหมาะสมสำหรับลักษณะงานทุกประเภทเพื่อให้ได้ทั้งปริมาณและคุณภาพพร้อมๆ กันจึงทำได้ยาก โดยทั่วไปแล้วเรามักจะจัดเรียง (LAY-OUT) ตำแหน่งของดวงโคมในลักษณะแบบที่เรียกว่าการจัดแบบสมมาตร เพื่อให้มีความคล่องตัวสูงและลักษณะของความสวยงามเป็นระเบียบในตัวเอง

นอกจากนี้ยังต้องพยายามควบคุมระดับความจ้าและลดการแยงตาให้น้อยที่สุด เช่นใช้โคมไฟแบบป้องกันไปในเพดาน บางครั้งอาจจะต้องใช้ดวงโคมเฉพาะบริเวณเข้าช่วยในบางจุด บางตำแหน่งที่ต้องการปริมาณแสงมากขึ้นเป็นพิเศษและอาจต้องคำนึงถึงระดับแสงสว่างบริเวณรอบๆ ผนังอีกด้วย ดวงโคมควรชิดผนังของอาคาร เพื่อรักษาระดับแสงสว่างบนพื้นงานในบริเวณนี้ให้ใกล้เคียงกับบริเวณอื่นด้วย ข้อควรพิจารณาอีกประการหนึ่งสำหรับการออกแบบระบบแสงสว่างสำหรับบริเวณโดยทั่วไปของสำนักงานก็คือ ประสิทธิภาพของระบบและการถ่ายเทบริเวณความร้อนที่เกิดขึ้นจากดวงโคม

2. ห้องทำงานส่วนตัว (PRIVATE OFFICE) จุดประสงค์ของการออกแบบสำหรับห้องทำงานส่วนตัว มักมุ่งเน้นไปที่การสร้างบรรยากาศให้เกิดความรู้สึกสบายในการทำงานมากกว่าที่จะพิจารณาถึงเรื่องของประสิทธิภาพของระบบ ระดับแสงสว่างภายในห้องควรจะเน้นมากขึ้นเป็นพิเศษบริเวณโต๊ะทำงาน ตำแหน่งหรือแนวของดวงโคมควรอยู่ในแนวเหนือศีรษะของผู้ปฏิบัติงาน มิใช่มีศูนย์กลางอยู่ที่โต๊ะทำงาน และควรพยายามหลีกเลี่ยงการใช้หลอดอินแคนเดสเซนต์บนโต๊ะทำงาน เพราะจะทำให้เกิดเงาได้ง่าย การให้แสงสว่างข้างแก้มหรือผ่านในบางครั้งจะช่วยทำให้ดูกว้างขึ้นและมีบรรยากาศดีขึ้น

3. ห้องประชุม (CONFERENCE ROOM) ห้องประชุมมักจะเน้นส่วนที่ใช้ในการปรึกษาหารือ ปฏิบัติและมักจะต้องการแสดงตัวเลข สถิติ ตาราง เอกสารต่างๆ เพื่อใช้ในการอภิปรายและตัดสินใจซึ่งอาจจะแสดงผลกระทบโดยตรงต่อพนักงาน การออกแบบระบบแสงสว่างภายในห้องประชุม จะต้องพยายามทำอย่างพิถีพิถันและทำให้เอื้ออำนวยต่อการประชุม เอื้ออำนวยต่อการใช้ความคิด นอกจากนี้ยังจะต้องคำนึงโสตทัศนอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีอยู่ เช่น สไลด์ เครื่องฉายภาพยนตร์ ระบบแสงสว่างภายในห้องประชุม ในบางครั้งจึงต้องจัดเตรียมไว้เป็นพิเศษอีกชุดหนึ่งหรือหลายชุด หรืออาจจะมียระบบควบคุมไฟหรี่ ทั้งนี้เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้มีความคล่องตัวสูงและเหมาะสำหรับการใช้งานได้หลายประเภท การเพิ่มระดับแสงสว่างบนระนาบตั้งในบางตำแหน่ง เช่น บนกระดานดำหรือบนชาร์ต (CHART) ต่างๆ เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาเป็นพิเศษด้วย

4. ห้องรับรองหรือห้องโถง (RECEPTION) ห้องรับรองหรือห้องโถงมักเป็นบริเวณที่ผู้มาติดต่อกับบริษัทที่ต้องผ่านเข้าออกหรือที่รออยู่เป็นประจำ การออกแบบระบบแสงสว่างภายในห้องรับรอง จะต้องทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจและอบอุ่น โดยทั่วไปมักจะใช้กับหลอดซินแคนเคสเซนต์เข้าช่วย อาจจะต้องเพิ่มบริเวณแสงสว่างมากขึ้นเป็นพิเศษที่โต๊ะทำงานของพนักงานต้อนรับหรือมีดวงโคมส่องเฉพาะจุด เช่น บนบริเวณเครื่องหมายการค้าของบริษัท รูปภาพตลอด จนกระทั่งถึงตัวสินค้า ซึ่งอาจจะต้องไขว้อยู่ภายในห้องรับรองด้วย

5. บริเวณทางเดินและเฉลียง (CORRIDORS LIGHTING) แสงสว่างในบริเวณนี้ไม่ควรต่ำกว่าหนึ่งในห้าของระดับแสงสว่างภายในสำนักงานที่อยู่ข้างเคียง และจะต้องไม่ต่ำกว่า 20 ฟุตแคนเดิล ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยและความสบายตาต่อการปรับตัวของม่านตา ในบางครั้งก็ใช้ไฟที่ติดบนผนังแทนที่จะติดอยู่แนวกึ่งกลางบนเพดาน ซึ่งอาจจะช่วยในด้านความรู้สึกและเกิดความสวยงามขึ้นบ้าง ระยะห่างระหว่างดวงโคมไม่ควรเกิน 1 ถึง 1.5 เท่า ของระดับความสูงของดวงโคม

6. ระบบแสงสว่างฉุกเฉิน (EMERGENCY LIGHTING) ผู้ออกแบบระบบแสงสว่างจะต้องออกแบบระบบแสงสว่างฉุกเฉินเพื่อไว้ในกรณีที่เกิดไฟดับหรือเมื่อระบบไฟหลักเกิดขัดข้องและสามารถทำงานได้ทันทีโดยอัตโนมัติเมื่อระบบไฟหลักเกิดขัดข้อง โดยทั่วไประบบแสงสว่างฉุกเฉินมักจะติดอยู่บนบริเวณทางเข้าออกสำนักงาน ทางเดินบริเวณลิฟต์และบ่อยครั้งที่จะถูกติดตั้งอยู่ใกล้บริเวณโต๊ะทำงานของพนักงานเก็บเงิน

2.5.ระบบการจ่ายกำลังไฟ (POWER DISTRIBUTION)

ระบบจ่ายกำลังไฟฟ้า ระบบโทรศัพท์ เพื่อส่งกำลังไฟเข้าสู่ตรงไฟและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้กระแสไฟฟ้า นอกจากนั้นแล้วยังต้องกระจายระบบแสงสว่างให้ทั่วถึงตามความต้องการสำหรับสำนักงานหนึ่งๆ ตามพื้นที่ใช้สอยด้วย การทำงานที่ต้องการความคล่องตัวสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสำนักงานแบบเปิดโล่ง (OPEN OFFICE) ควรคำนึงถึงความเคร่งครัดหยุ่น (FLEXIBILITY) ของระบบในกรณีที่ต้องการมีการเปลี่ยนแปลงในการจัดสำนักงาน การย้ายตำแหน่งของแผนกหรือบริเวณที่ทำงานด้วยเหตุนี้ระบบแสงสว่างจึงควรออกแบบให้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทันตามความต้องการอยู่ตลอดเวลา

วิธีการส่งกำลังไฟฟ้า และระบบสื่อสาร

2.5.1.ระบบส่งถ่ายกำลังโดยทางพื้น (FLOOR POWER DISTRIBUTION SYSTEM)

ระบบนี้จ่ายกำลังโดยใช้สายส่งกำลังผ่านทะลุพื้นขึ้นมาซึ่งต่อจาก MAIN CABLE ได้พื้นอีกทีหนึ่ง และสายส่งกำลังจะวางอยู่ในรางเดินสาย (THE CELLULAR RACEWAYS) ลักษณะยกเป็นแนวอยู่ใต้พื้นที่จะสามารถส่งจ่ายกำลังโดยทั่วถึงให้กับสำนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานแบบเปิดโล่ง

กรณีส่งจ่ายกำลังทางพื้น ควรมีการเตรียมไว้ตั้งแต่เริ่มการก่อสร้างระบบพื้นของอาคาร เพื่อความสะดวกสำหรับการติดตั้งภายในภายหลัง

ลักษณะของระบบจ่ายกำลังทางพื้น ยังแบ่งออกได้ดังนี้

- 1.1. ผึงสายภายในพื้นที่หรือผนังโดยตรง (FIXED CONDUIT SYSTEM)
- 1.2. สายส่งกำลังเดินในรางที่ฝังในพื้นที่หรืออยู่ใต้พื้น (RACEWAY UNDER FLOOR)
- 1.3. สร้างพื้นลอยขึ้นภายหลังโดยส่วนส่งกำลังระหว่างพื้น (RAISE FLOOR SYSTEM)

2.5.2 ระบบจ่ายกำลังทางเพดาน (CEILING POWER DISTRIBUTION SYSTEM)

ระบบนี้สามารถส่งจ่ายกำลังได้ตรงจุดที่ต้องการ เช่น เหนือบริเวณที่ทำงานต่อลงสู่ PATITION การติดตั้งระบบนี้สามารถควบคุมและดำเนินงานได้โดยง่าย โดยการเดินสายไฟไปตามรางที่อยู่เหนือเพดานระบบนี้ออกแบบสำหรับใช้ในสำนักงานแบบเปิดโล่งที่พื้นที่เดิมของอาคารไม่มั่นคงแข็งแรง ไม่สามารถรับการเปลี่ยนแปลงความสว่างที่ต้องการได้

2.5.3 ระบบส่งกำลังทางพื้น (FIXED CONDUIT SYSTEM)

ระบบนี้จ่ายกำลังโดยใช้สายส่งกำลังผ่านทะลุพื้นขึ้นมาจากใต้ดิน สายส่งกำลังจะวางอยู่ในรางเดินสายอยู่ใต้ดินเพื่อสามารถส่งจ่ายกำลังโดยถึงที่สำนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานแบบเปิดโล่ง จุดปลายสายที่แยกออกมาบนพื้นมีลักษณะเป็น " จุดแยกของการจ่ายกำลัง" (FLOOR OUTLET) มีทั้งแบบติดบน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้น โดยทำเป็นกล่องมีทั้งที่เสียบปลั๊กไฟฟ้าและโทรศัพท์รวมอยู่ด้วยกันหรืออาจเป็นชนิดที่ฝังอยู่ในพื้นที่เปิดออกได้ โดยสายไฟจะลอดผ่านจากช่องที่เตรียมไว้

2.5.4. ระบบเดินสายไฟภายในเฟอร์นิเจอร์

นอกจากระบบการเดินสายส่งกำลังไฟจากพื้นส่งผ่านไปตามสายประกอบกับตัวเฟอร์นิเจอร์และครุภัณฑ์อื่นๆ โดยการติดตั้งสายไฟฟ้าและเอกสารโทรศัพท์ภายในตัวเฟอร์นิเจอร์ การออกแบบจึงต้องปิดบังสายให้มิดชิด เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้กับระบบนี้ส่วนใหญ่จะเป็นโต๊ะและจากกันระหว่างส่วนทำงาน และวิธีนี้กระทำได้โดยต่อสายจาก OUTLET โยงตรงจากพื้นหรือเพดานแล้วต่อเข้ากับเฟอร์นิเจอร์ซึ่งสามารถจะนำไปสู่จุดต่างๆ ตามที่ต้องการได้

ระบบเพดานในสำนักงาน

เพดานเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดบรรยากาศของพื้นที่ภายในห้อง ซึ่งจะต้องมีการออกแบบให้เกิดความสวยงามเหมาะสมกับสถานที่นั้นๆ สามารถแบ่งประเภทของเพดานออกได้ดังนี้

1. FINISHING CEILING เป็นแบบที่นิยมใช้กับที่อยู่อาศัยมากกว่าสำนักงาน เป็นแบบที่ติดกับโครงหลังคาโดยจะไม่มีที่สำหรับช่องท่อต่างๆ ด้านในเพดาน

2. SUSPENDED CEILING เป็นแบบแขวนจะมีเนื้อที่ที่เรียกว่า PLENUM ระหว่างเพดานกับโครงหลังคาเพื่อประโยชน์ในการซ่อมแซมเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ซ่อนอยู่ข้างบนและยังสามารถติดตั้งระบบป้องกันไฟภายในอาคารได้

3. ALUMINUM PANELS นิยมใช้ในบริเวณโถงของสำนักงาน เช่น RECEPTION เพดานเป็นอะลูมิเนียมเป็นแบบที่ใช้กันทั่วไป นิยมที่มีสีสรรมากกว่าการสะท้อนซึ่งอาจจะเจอะรูเล็กๆ มีขนาดต่างกันถึงขนาด 24 ตารางนิ้ว ไม่จำเป็นต้องมีการดูแลรักษาและสามารถตัดเจาะรูสำหรับติดตั้งไฟได้

4. PLASTER & GYPSUM BOARD เป็นแบบที่สามารถจะติดได้พอดีกับขนาดของทุกห้องโดยไม่ต้องพะวงถึงการเชื่อมต่อในห้องที่มีรูปร่างผิดปกติ เรื่องวัสดุป้องกันเสียงได้นำมาใช้แทนทรายในปูน เพื่อการซับเสียงที่ดีกว่า ACOUSTIC PLASTER ที่ขอบบางมากและดูแลรักษายาก ซึ่งจะต่างจากแบบ PLASTER แบบธรรมดา ที่ทาสีก็อาจทำให้คุณภาพในการเก็บเสียงลดลง

5. GYPSUM WALLBOARD เป็นแบบแห้งมีขนาด 4" x 8" เจาะเป็นรูเพื่อติดเป็นช่องเหล็กหัวเกลียวที่ต่อระหว่างแผ่นซึ่งทำเป็นพิเศษคือ PACKLE และปิดด้วยเทปอีกทีเพื่อให้ผิวเรียบ จะต้องระมัดระวังในเรื่องของความเรียบเพราะเพดานเป็นส่วนที่สะท้อนแสงมากกว่าผนัง ถ้าทาสีเงามากจะทำให้ดูสว่างมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. PLASTER & WALLBOARDED เป็นการออกแบบที่ยืดหยุ่นได้สามารถต่อเติมได้ เพดานและกำแพงจะต้องอยู่ในลักษณะ 90 องศา อาจจะทำให้มีขอบน้อยหรือฉาบปูนได้ และถ้าต้องการพื้นที่ด้านบนก็อาจต้องเผื่อให้มี PLENUM ด้วย วิธีนี้สามารถทำได้หลายแบบ เช่น แบบเรียบ แบบมีลายในตัว แบบหุ้มด้วยกระดาษหรือทาสี แต่โดยทั่วไปนิยมแบบเรียบสีอ่อนจะดีที่สุด

เพดานสำเร็จรูปสามารถออกแบบให้มี DRAPERY POCKET ที่ตรงหน้าต่างไว้สำหรับติด DRAPE ม่านหรือ BLIND สำหรับเป็นที่ซ่อนเหล็กสำหรับแขวนได้ เมื่อเวลามองทัศนียภาพนอกหน้าต่างก็สามารถดึง BLIND ขึ้นมาเพื่อกันแสงอาทิตย์ได้ การติดตั้งไฟมีขนาด 6" x 12" ที่อยู่ระนาบกับผนังซึ่งช่วยซ่อนหลอดไฟและให้ผนังแสงสว่าง หรืออาจใช้ซ่อนเครื่องกระจายอากาศได้ การติดตั้งลักษณะนี้รวมทั้งสี่ด้านทำให้ดูเป็นเพดานลอย อาจจะทำให้ไฟอยู่ต่ำลงมา 3/4" เป็นขอบและดูสวยงามเพื่อให้ดูแตกต่างระหว่างเพดานกับผนัง

ระบบพื้นในสำนักงาน

ในขณะที่วัสดุปูพื้นมีแบบต่างๆ กันซึ่งลักษณะและคุณสมบัติก็จะต่างกันไปด้วย ดังนั้นในการเลือกใช้วัสดุปูพื้นจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงคุณสมบัติต่างๆ ของพื้นที่ในสำนักงาน คือ

1. ง่ายต่อการทำความสะอาด
2. ทนทานแลดูใหม่เสมอ
3. พื้นผิวไม่ลื่นง่าย
4. ดูดซับเสียงได้พอสมควร
5. ด้านทางต่อกรดต่างๆ

วัสดุที่นิยมปูพื้นในส่วนสำนักงานทั่วไป

ในสำนักงานทั่วไปจำเป็นต้องการควบคุมระบบเสียงภายในโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสำนักงานแบบเปิดโล่งมักจะใช้พรม เนื่องจากคุณสมบัติในการดูดซับเสียงมีอัตราสูงกว่าวัสดุปูพื้นชนิดอื่น เช่น ไม้ กระเบื้อง ฯลฯ แต่พรมไม่ใช่วัสดุที่ถาวรสำหรับพื้น การเลือกพรมจึงต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เดินไป-มาว่า มากน้อยเพียงใด และวัสดุที่ทำพรมทนทานมากน้อยหรือไม่

ผิวของพรมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก ซึ่งมีแบบต่างๆ ดังนี้

- แบบ LEVEL LOOP PILE เป็นแบบห่วงเรียบธรรมดา
- แบบ MULTILEVEL LOOPS เป็นแบบห่วงเรียบลอนคู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แบบ CUT & LOOP PILE เป็นแบบพรมห่วงผสมปลายตัด

- แบบ CUT PILE PLUSH เป็นแบบพรมทอหน้าเรียบ

(แบบ LOOP PILE เป็นแบบที่ซ่อนความสกปรกได้ดี)

(CUP CUT PILE เป็นแบบที่เห็นรอยเท้าได้ชัดเจน)

สีของพรมมีส่วนช่วยลดความสกปรกได้ คือถ้าเลือกสีเข้มให้เหมาะกับส่วนที่มีคนเดินมากก็จะช่วยพรางความสกปรกให้ปรากฏไม่ชัดเจนนัก อีกประการไม่ควรเลือกสีที่สะดุดตาจุดเด่นเกินไป ส่วนพรมที่ไม่มีลวดลายใดๆ หรือมีลายเล็กๆ จะเหมาะสำหรับพื้นที่ที่กว้าง ส่วนลายที่เป็นเส้นหรือพิมพ์อย่างชัดเจน อาจไม่เหมาะเพราะมีผลต่อสายตา และการเคลื่อนย้ายปรับเปลี่ยนสำนักงานในกรณีที่ต้องการปรับพื้นที่ทำงานใหม่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.ระบบโทรศัพท์ในสำนักงาน

ในการติดต่อสื่อสารสำหรับบุคคลภายในสำหรับสำนักงานหนึ่งไปยังอีกสำนักงานหนึ่งนั้น การติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์นับว่าเป็นวิธีที่สะดวกรวดเร็วและได้ผลอย่างยิ่ง เนื่องจากสามารถติดต่อได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงระยะทาง นับว่าเป็นการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมาก

ลักษณะทั่วไปของระบบโทรศัพท์ชนิดต่างๆ

ก.PRIVATE MANUAL BRANCH EXCHANGE การโทรศัพท์เข้า-ออกกระทำได้โดยเชื่อมระบบการติดต่อภายในเข้ากับระบบการติดต่อภายนอก โดยผ่านพนักงานต่อสาย (OPERATOR) โดยปกติข่ายการติดต่อภายในได้มากกว่า 50 คู่สายและติดต่อภายนอกได้ 10 คู่สาย โดยพนักงานต่อสาย 2 คน

ข.PRIVATE AUTOMATION BRANCH EXCHANGE เป็นการติดต่อระหว่างภายนอกกับภายใน หรือ ภายในกับภายใน โดยผ่านเครื่องอัตโนมัติหรือพนักงานต่อสาย เหมาะกับการใช้ในสำนักงาน ซึ่งสามารถติดต่อได้มากกว่า 50 คู่สาย

ค.PRIVATE MANUAL EXCHANGE & PRIVATE AUTOMATION EXCHANGE เป็นระบบการติดต่อสู่บริเวณที่เป็นสาธารณะ โดยแยกเป็นระบบอิสระโดยมีการกำหนดขอบเขตการติดต่อเอาไว้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการบริการหรือเกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น การเรียกพนักงาน การบริการรักษาความปลอดภัย การแจ้งสัญญาณเพลิงไหม้

ง.INTERCOM OR DIRECT SPEECH SYSTEM เป็นระบบการติดต่อโดยตรงระหว่างคู่สายภายใน ปกติจะสามารถรวมการติดต่อได้เต็มที่ 8 คู่สาย แต่อาจเพิ่มได้ถึง 64 คู่สาย ถ้าเป็นการติดต่อจากห้องทำงานสู่ห้องประชุม

ระบบโทรศัพท์ PABX

เป็นระบบโทรศัพท์ที่นิยมใช้ในธุรกิจ เนื่องจากมีการเพิ่มหรือกระจายสายภายในได้มากกว่า ทั้งยังสามารถใช้สายได้ขณะที่มีการต่อเข้าไปในหน่วยงานอื่น การนำระบบโทรศัพท์PABX ไปใช้จะพิจารณาได้จาก

- ปริมาณการใช้ การติดต่อ จำนวนคู่สาย
- ระบบการติดต่อ ซึ่งสามารถดำเนินได้ตามขั้นตอน
- การกำหนดจำนวนหมายเลขและสวิตช์
- ความต้องการอื่น

การเดินทางสายโทรศัพท์ในอาคารสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดทำท่อร้อยสายโทรศัพท์จากแนวดนนเข้าไปในอาคาร เพื่อให้สามารถร้อยสายโทรศัพท์ขนาดใหญ่เข้าไปได้ตามความจำเป็น เพื่อสะดวกในการดึงสาย ควรวางท่อพีวีซีชนิดหนาขนาด 80 มิลลิเมตร จำนวนอย่างน้อยสองท่อเข้าไป โดยควรมีท่อสำรองไว้อย่างน้อยหนึ่งท่อเสมอไป ในการกำหนดจำนวนท่อควรคำนึงถึงความต้องการในอนาคตอาจมีการใช้สายโทรศัพท์ ตรวจสอบก่อนดำเนินการก่อสร้างเพื่อให้แน่ใจว่าสามารถใช้ดึงสายเข้าได้สะดวกและควรทำท่อบ่อพักสายตามความต้องการขององค์การโทรศัพท์ ท่อส่วนที่สอดใต้ถนนจะต้องหุ้มคอนกรีตเสริมเหล็กหรือท่อเหล็กอาบสังกะสี

ในอาคารสูงที่จะต้องใช้สายโทรศัพท์เป็นจำนวนมากจะต้องติดตั้งแผงต่อสายโทรศัพท์รวมของอาคารไว้ ซึ่งต้องต่อสายโทรศัพท์แบบ CROSS CONTRACT ไว้และสายล่อฟ้าต้องมีการลงดินอย่างดี โดยมีสายดินแยกต่างหากจากอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่นๆ เดินไปหาหลักดินรวมของระบบไฟฟ้า ระบบดินนี้ต้องใช้ร่วมกับระบบดินของระบบไฟฟ้า

สายโทรศัพท์ที่ใช้เดินภายในอาคารควรใช้สายชนิดของ TIVE หรือ TIVE B เป็นแบบหุ้มสายด้วยฉนวน พี.วี.ซี เพื่อความปลอดภัยในกรณีเพลิงไหม้ สายที่เดิน...แนวท่อ สายโทรศัพท์รวมของทางอาคาร ขึ้นได้จำนวนชั้นหรือบริเวณต่างๆ ต้องการให้เพียงพอใช้ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต พอสำหรับใช้งานอื่นๆ เช่น ใช้ส่งข้อมูล คู่สายเทเล็กซ์ด้วย ในกรณีของอาคารสำนักงานที่มีการใช้หมายเลขที่ตรงกันควรระวังการวางในอัตราปริมาณ 1 คู่ต่อเบอร์ที่ 500-200 ตารางเมตรของสำนักงาน การเดินสายโทรศัพท์ในแต่ละชั้นจะเดินได้ฝ้า

การย้ายเครื่องพิเศษต่อจากตู้สาขา หากผู้เช่าให้บุคคลภายนอกดำเนินการติดตั้งให้ ต้องได้รับอนุญาตจากองค์การโทรศัพท์เป็นรายๆ ไปโดยองค์การโทรศัพท์เรียกเก็บค่าตรวจสอบคุณภาพของตู้สาขา 30% ของค่าติดตั้งโทรศัพท์ให้อัตรา 10,000 บาท ต่อ 1 หมายเลข ไม่รวมค่าติดตั้ง ค่าใช้จ่ายอื่นๆ และเงินประกันการใช้โทรศัพท์

แผนควบคุมการติดต่อ

- เป็นตู้ลอยที่มีโต๊ะหรือเคาน์เตอร์ ปริมาณความจุ เพิ่มได้ไม่เกิน 200 หน่วย รองรับแผงสวิทช์สำหรับติดต่อภายในและภายนอก

- แบบรวมสายประกอบด้วยแผงควบคุม 2 แผง ไม่ได้กำหนดปริมาณในการขยายตัว หรือแผงรวมต้องมีพื้นที่เผื่อไว้สำหรับสายด้วย

อัตราค่าติดตั้ง ย้าย ตู้สาขาและอุปกรณ์โทรศัพท์ตู้สาขาแบบอัตโนมัติ ค่าติดตั้งตามขนาดของวงจรเลขหมายกลาง และวงจรเลขหมายในรวมกันคือ

- วงจรเลขหมายกลาง วงจรละ 100 บาท , วงจรเลขหมายภายใน วงจรละ 100 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7. ระบบปรับอากาศในสำนักงาน

อาคารสำนักงานมีทั้งอาคารขนาดเล็กและอาคารขนาดใหญ่ อาจจะเป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้น ผนังห้องด้านนอกอาคารจะเป็นแบบกระจกหรือผนังที่บึกได้ตั้งนั้นเครื่องทำความเย็นที่ใช้กับสำนักงานจึงมีทั้งแบบติดหน้าต่าง แบบแยก หรือแบบเครื่องปรับอากาศส่วนกลาง ชนิดใช้อากาศทั้งหมด น้ำทั้งหมด หรือน้ำและอากาศก็ได้ ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เพื่อความต้องการให้ปริมาณของอากาศมีการหมุนเวียน ความชื้น และอุณหภูมิที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของการใช้งาน

ลักษณะเครื่องปรับอากาศและระบบปรับอากาศที่นิยมใช้ในปัจจุบัน มีดังนี้

2.7.1. เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน (AIR COLLED SPLIT SYSTEM)

เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนมีขนาดตั้งแต่ 27,000 - 70,000 บีทียู/ชั่วโมง เป็นเครื่องปรับอากาศที่แยกอุปกรณ์ทั้งหมดของเครื่องเป็นยูนิต ยูนิตแรกเรียก คอนเดนซิ่งซึ่งประกอบด้วย คอมเพรสเซอร์แบบเฮอมาติก คอนเดนเซอร์ระบายความร้อนด้วยอากาศและพัดลมของคอนเดนเซอร์ อีกยูนิตเรียกแฟนคอยล์ยูนิต (FAN COIL UNIT) ประกอบด้วย อีวาโปเรเตอร์ ลั่นลดความดันและพัดลม

ตำแหน่งการติดตั้ง เนื่องจากคอนเดนซิ่งยูนิตมีหน้าที่อัดไอน้ำยาและระบายความร้อนออกจากไอน้ำยา โดยใช้อากาศเป็นสารหล่อเย็น ดังนั้นคอนเดนซิ่งยูนิตจึงต้องติดตั้งภายนอกบริเวณปรับอากาศ ซึ่งปกตินิยมติดตั้งบนพื้นดิน กั้นสาด หลังคาอาคารแล้วแต่เหมาะสมและความสะดวกในการเดินท่อน้ำยาจากคอนเดนซิ่งยูนิตไปยังแฟนคอยล์ยูนิต

ตารางที่ 2.8 สรุปข้อดีและข้อเสียของเครื่องปรับอากาศแบบแยก

ข้อดี	ข้อเสีย
1. การเดินเครื่องเงียบเพราะมอเตอร์และคอมเพรสเซอร์ติดตั้งภายนอกอาคาร	1. ต้องการเนื้อที่การติดตั้งมากกว่าเครื่องปรับอากาศติดหน้าต่าง
2. ทิศทางของอากาศที่ไ้ระบายความร้อนจากคอนเดนเซอร์โดยทั่วไปจะพุ่งขึ้นด้านบนจึงไม่ค่อยรบกวนต่อบริเวณโดยรอบ	2. ต้องมีการเดินท่อน้ำยาระหว่างคอนเดนซิ่งยูนิตและแฟนคอยล์ยูนิต
3. ความสามารถในการระบายความร้อนสูง	
4. สามารถซ่อมแซมคอนเดนซิ่งยูนิตได้สะดวก	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.2. เครื่องปรับอากาศส่วนกลางระบบชิลเลอร์ (CHILLED WATER SYSTEM)

เป็นเครื่องปรับอากาศที่คล้ายคลึงกับเครื่องปรับอากาศแบบแยก มีทั้งแบบใช้คอมเพรสเซอร์แบบลูกสูบ ซึ่งมีขนาดตั้งแต่ 60-200 ตัน และแบบใช้คอมเพรสเซอร์แบบแรงเหวี่ยง ซึ่งมีขนาดตั้งแต่ 200 ตันขึ้นไป เครื่องปรับอากาศส่วนกลางนี้มีระบบปรับอากาศซึ่งแบ่งได้ดังนี้

ก. ระบบปรับอากาศแบบน้ำทั้งหมด

เป็นที่รู้จักในชื่อระบบชิลเลอร์ หมายถึงระบบปรับอากาศที่ใช้น้ำเย็นเป็นสารตัวกลางในการให้ความเย็นแก่บริเวณปรับอากาศโดยติดแฟนคอยล์ยูนิตไว้ในบริเวณปรับอากาศและใช้พัดลมเป่าอากาศผ่านคอยล์เย็นเพื่อรับความเย็นจากน้ำและให้ลมเย็นนำความเย็นไปกระจายทั่วบริเวณห้องอีกต่อหนึ่ง

ระบบปรับอากาศแบบน้ำทั้งหมดนี้ ประกอบด้วย แฟนคอยล์ยูนิตหลายๆ ตัวขึ้นอยู่กับจำนวนตำแหน่งความต้องการทำความเย็น โดยแต่ละตัวต่างรับน้ำเย็นจากเครื่องทำความเย็นเครื่องเดียวกัน ซึ่งการควบคุมปริมาณของน้ำเย็นที่ผ่านแฟนคอยล์ยูนิตแต่ละห้องนั้นอาศัยวาล์วควบคุมปริมาณน้ำเพื่อเปิด-ปิดให้น้ำไหลผ่านตามปริมาณที่ต้องการ

ข. ระบบปรับอากาศแบบอากาศทั้งหมด

หมายถึงระบบปรับอากาศที่ใช้อากาศที่ผ่านเครื่องปรับอากาศจากส่วนกลางแล้วนำไปจ่ายยังบริเวณที่ปรับอากาศ นิยมใช้ในโรงพยาบาล ห้องประชุม สำนักงาน ศูนย์การค้า

การควบคุมอุณหภูมิทำงานโดยอาศัยหลักการเปลี่ยนแปลงปริมาณอากาศเย็นที่นำเข้ามาเพื่อปรับอากาศในบริเวณปรับอากาศทุกๆ ขณะที่ภาวะของการปรับอากาศมีการเปลี่ยนแปลง อีกวิธีคือ การใช้เครื่องทำความเย็นสองชุด ชุดหนึ่งจ่ายลมเย็นในปริมาณคงที่ ส่วนอีกชุดจ่ายลมเย็นเฉพาะเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงภาวะของการปรับอากาศ (ภาวะของการปรับอากาศ หมายถึง ปริมาณความร้อนที่ต้องถ่ายเทจากบริเวณปรับอากาศโดยการทำงานของเครื่องทำความเย็น)

การควบคุมอุณหภูมิด้วยการบายพาส หมายถึง การรักษาปริมาณอากาศที่หมุนเวียนในระบบปรับอากาศให้คงที่ แบ่งได้ 2 แบบ คือ

- แบบแรก จะมีการแบ่งอากาศบางส่วนผ่านเข้าสู่พัดลมของระบบปรับอากาศโดยตรงโดยไม่ต้องผ่านอีวาล์วไปเรเตอร์ของเครื่องทำความเย็น จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับภาวะของการปรับอากาศที่เปลี่ยนแปลง
- แบบสอง จะทำการโดยอาศัยพัดลมเป็นตัวชักนำอากาศในบริเวณปรับอากาศเกิดการคลุกเคล้ากับอากาศเย็นที่มาจากเครื่องปรับอากาศและหมุนวนเข้าไปในบริเวณปรับอากาศตามเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค. ระบบปรับอากาศแบบน้ำและอากาศ

หมายถึงระบบปรับอากาศที่ใช้น้ำและอากาศทำงานร่วมกัน คือจะมีการทำความเย็นให้แก่ น้ำและอากาศจากเครื่องทำความเย็นส่วนกลางแล้วจึงส่งไปยังบริเวณปรับอากาศโดยทางท่อน้ำและท่อลม และเมื่อมาถึงบริเวณปรับอากาศ อากาศที่มาจากท่อลมจะได้รับความเย็นจากน้ำแล้วก็จะนำไปจ่ายทั่วบริเวณปรับอากาศอีกต่อหนึ่ง

ระบบปรับอากาศแบบน้ำและอากาศมีจุดเด่นคือ สามารถนำเอาอากาศเสียออกจากบริเวณปรับอากาศและนำอากาศบริสุทธิ์จากส่วนกลางมาแทนที่ได้

หลักในการพิจารณาใช้ท่อลม

1. การใช้การปรับอากาศพร้อมกัน คือ การที่บริเวณปรับอากาศแต่ละส่วนที่ใช้เครื่องปรับอากาศส่วนกลางด้วยกันแล้วแยกย่อยออกไปตามห้องต่างๆ ควรจัดให้เครื่องปรับอากาศจ่ายไปตามบริเวณที่คิดว่า จะใช้การปรับอากาศในเวลาเดียวกัน โดยไม่ปล่อยให้เสียประโยชน์ไปไม่ว่าส่วนใดส่วนหนึ่งก็ตาม

2. ต้องมีความประหยัดและสวยงาม โดยการติดตั้งอาจจะทำเพียงชุดเดียวแล้วต่อลมผ่านไปยังส่วนต่างๆ โดยการซ่อนท่อไว้ด้านในเพดานซึ่งดูเรียบร้อยและสวยงาม

3. ต้องกระจายลมให้ทั่ว ท่อลมเป็นตัวนำลมไปยังส่วนต่างๆ และต้องประกอปกับหัวจ่ายแต่ละหัวที่สามารถเป่าลมไปตามแนวระนาบได้ไม่ต่ำกว่า 2-3 เมตร

4. ต้องควบคุมสภาพทางอากาศได้ ในกรณีบางห้องต้องมีการควบคุมอากาศจำเป็นต้องใช้ท่อลมควบคุมให้อุณหภูมิและความชื้นคงที่

สิ่งที่ควรคำนึงก่อนการออกแบบท่อลม

1. ระยะห่างของช่องฝ้าตรงที่แคบที่สุด เพื่อพิจารณากำหนดขนาดและแนวท่อ
2. โครงสร้างหลังคา ใช้ประกอบการพิจารณาว่าควรแขวนท่อลมอย่างไร
3. ตำแหน่งต่างๆ เช่น ตำแหน่งคาน หลอดไฟ แผ่นฝ้า และบริเวณที่ต้องการปรับอากาศ
4. ประเภทของห้อง จะสามารถกำหนดขนาดท่อลมและหัวจ่ายให้เหมาะสมยิ่งขึ้น
5. สภาพของห้อง ต้องทราบว่าจะจะให้เป่าลมไปไกลแค่ไหน การกระจายจึงจะทั่วถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การกระจายอากาศภายในห้อง

ช่องกระจายอากาศประกอบด้วยทางออกและทางดูด (OUTLET AND SUCTION INLET) ซึ่งมีลักษณะคือ

- ช่องสำหรับจ่ายอากาศที่ปรับภาวะแล้วเข้ามาในห้องเรียกว่า ทางออกโดยผ่านหัวลมจ่าย
- ช่องสำหรับดูดอากาศกลับหรือดูดอากาศไปทิ้งเรียกว่า ทางดูดโดยผ่านหน้ากากกลมกลับ

ลักษณะของช่องออกแบบให้มีความแตกต่างกัน เพื่อให้เข้ากับการออกแบบห้อง มีแบบตีฝ้า เพดาน ตีเพดานและตีพื้น ชนิดที่มีอุปกรณ์ปรับควบคุมปริมาณลมได้เรียกว่า "รียีสเตอร์" ชนิดที่ไม่มีอุปกรณ์ปรับควบคุมปริมาณลม เรียกว่า "กริล" แบ่งช่องทางออกดังนี้

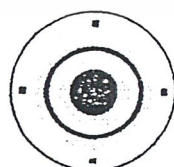
1. ช่องทางออกไหลแนวแกน (AXIAL FLOW OUTLET)

ก.แบบหัวฉีด (NOZZLE) เป็นแบบง่าย ๆ และส่งอากาศได้ไกล มีเสียงน้อย นิยมใช้กันในโรงภาพยนตร์ โรงละคร และโรงงาน หัวฉีดนี้จะติดตั้งได้ทั้งที่ฝ้าเพดานและผนัง



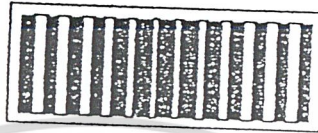
ภาพที่ 2.42 ช่องจ่ายลมแบบหัวฉีด

ข.แบบบานเกล็ดพินคา (PUNKA LOUVER) สามารถปรับเปลี่ยนทิศทางของลมที่เป่าออกไปและปรับปริมาณลมที่ออกได้ มีข้อเสียคือ มีความต้านทานไหลของอากาศสูง เหมาะสำหรับการปรับอากาศในโรงงาน โรงครัว



ภาพที่ 2.43 ช่องจ่ายลมแบบบานเกล็ดพินคา

ค. ช่องทางออกแบบครีป (VANE TYPE OUTLET) มีครีบกว้างประมาณ 20-25 mm. ติดตั้งได้ในแนวตั้ง แนวนอน ที่ผนังหรือหน้าต่าง สามารถปรับลมเป่าในทิศทางต่างๆ ได้



ภาพที่ 2.44 ช่องทางออกแบบครีป

ง. ช่องทางออกแบบร่องยาว (SLOT TYPE OUTLET) เป็นร่องยาวมีอัตราส่วนกว้างต่อความลึกสูง ติดตั้งได้ทั้งผนังและพื้น ปัจจุบันได้มีการรวมเป็นส่วนเดียวกับโคมไฟซึ่งติดบนฝ้าเพดาน เรียกว่า "ช่องทางออกแบบอินดิเกรท"

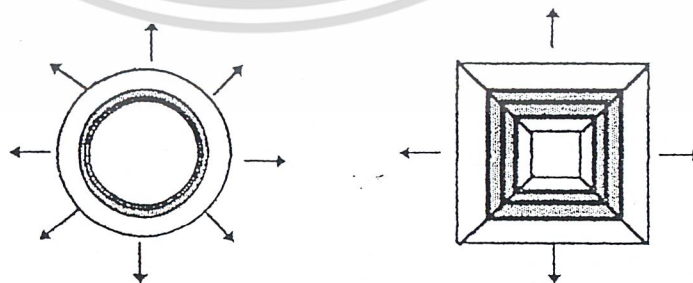


ภาพที่ 2.45 ช่องทางออกแบบร่องยาว

จ. ช่องทางออกแบบรูพรุน (PERFORATED OUTLET) เป็นช่องทางออกที่ทำด้วยแผ่นที่มีพื้นที่รูพรุนประมาณ 10% มีคุณสมบัติการกระจายลมสูงแต่เสียงดัง ช่องทางออกแบบติดฝ้าเพดานมีรูพรุนขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางน้อยกว่า 1 mm. เรียกช่องทางออกนี้ว่า "ฝ้าเพดานโปร่ง"

2. ช่องทางออกแบบไหลรอบด้าน (RADIAL FLOW OUTLET)

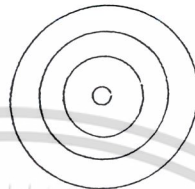
ก. ช่องทางออกแบบจาน (PAN OR PLAQUE OUTLET) ช่องทางออกรูปวงกลมหรือสี่เหลี่ยม ใช้ติดใต้ท่อลมในฝ้าเพดาน แล้วเป่าลมออกมาปะทะกับแผ่นจาน ลมที่จ่ายออกมาไหลขนานและออกไปเป็นรัศมีกับฝ้าเพดาน ซึ่งสามารถใช้งานได้ดี



ภาพที่ 2.46 ช่องทางออกแบบจาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

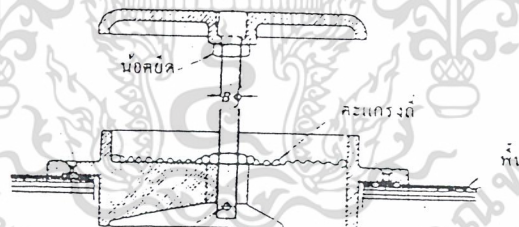
ข. ช่องทางออกแบบหัวจ่ายติดฝ้า (CEILING DIFFUSER) เป็นช่องทางออกที่ดัดแปลงจากแบบจาน ซึ่ง เป็นวงแหวนขนาดต่างๆ กันมาประกอบเข้าด้วยกัน เป็นแบบที่ใช้ติดตั้งตรงช่องของท่อลมในฝ้า



ภาพที่ 2.47 ช่องทางออกแบบหัวจ่ายติดฝ้า

3. ช่องลมกลับหรือช่องทางดูด (SUCTION INLET)

มีใช้กันอยู่เพียง 2-3 แบบ ที่ใช้กันมากมีแบบรูปพุนและแบบมีคียบตายตัว ช่องลมกลับมักจะติดตั้งที่ฝ้าเพดานหรือผนังของห้อง และในบางครั้งก็ติดตั้งที่บานประตูโดยให้อากาศไหลผ่านตามทางเท้า ผ่านกริด หรือช่องที่เจาะในบานประตู



ภาพที่ 2.48 ช่องทางดูดแบบรูปเห็ด

ระบบปรับอากาศสำหรับอาคารขนาดใหญ่

สามารถแบ่งออกตามพื้นที่ใช้สอยและลักษณะอาคารได้ 4 ระบบ คือ

1. ระบบแอร์สปลิต

(AIR COOLED SPLIT SYSTEM)

2. ระบบแอร์หน้าต่าง

(WATER COOLED DIRECT EXPANSION SYSTEM)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ระบบซิลเลอร์ ระบายความร้อนด้วยอากาศ

(AIR COOLED CHILED WATER SYSTEM)

4. ระบบซิลเลอร์ ระบายความร้อนด้วยน้ำ

(WATER COOLED CHILLED WATER SYSTEM)

ข้อดีและข้อเสียของแต่ละระบบ

1. แอร์สปลิท ขนาดเครื่องตั้งแต่ 20,000 บีทียู/ชม. ขึ้นไปราคาพอๆ กัน กับแอร์หน้าต่าง แต่เงียบกว่า และการติดตั้งยุ่งยากกว่าและโยกย้ายลำบากมากกว่าแอร์แบบหน้าต่าง

2. ซิลเลอร์ชนิดระบายความร้อนด้วยอากาศ เหมาะสำหรับบ้านที่มีสถานที่สำหรับติดตั้งเครื่องระบายความร้อนอยู่ห่างจากตัวบ้านมากๆ และอาจจะเหมาะกับบ้านเศรษฐกิจขนาดใหญ่ การติดตั้งและการดูแลรักษา ยากกว่าแอร์หน้าต่างและแอร์สปลิทมาก

หลักการของเครื่องปรับอากาศในระบบ (WATER COOLED CHILLED WATER SYSTEM)

ก็คือ การส่งความเย็นไปตามท่อส่งโดยใช้น้ำเป็นตัวกลางนำ กล่าวคือเครื่องทำความเย็นจะทำให้เย็นแล้วมีลมส่งไปตามท่อ ซึ่งท่อหุ้มด้วยฉนวนไปยังส่วนต่างๆ ในอาคารที่ต้องการปรับอากาศ โดยจะมีอุปกรณ์ที่เรียกว่า UNIT หรือ AIR HANDING UNIT เปลี่ยนสภาพจากน้ำเย็นเป็นลม โดยผ่านน้ำเย็นไปในคอยล์เล็กๆ ภายใน COIL UNIT นั้น และเป่าลมผ่านคอยล์เป็นลมเย็นออกมา น้ำเย็นจะหมุนเวียนกลับไปยังเครื่องทำความเย็นเพื่อให้เย็นยิ่งขึ้นอีก ระบบนี้ให้การประหยัดในการปฏิบัติงาน อีกทั้ง FAN COIL นั้นสามารถให้ความเย็นได้อย่างรวดเร็วและให้ความสะดวกในการเปิดปิดเฉพาะส่วนได้โดยแยก FAN COIL หลายๆ ตัวตามจะต่างๆ ควบคุมอุณหภูมิด้วย THERMOSTAT ที่จะติดไว้สำหรับตั้งอุณหภูมิของอากาศภายในห้อง โดยมักจะต่อเชื่อมกับสวิทช์ของพัดลมใน FAN COIL นั้นๆ พัดลมที่ใช้โดยทั่วไปจะมีความเร็ว 3 จังหวะ ส่วนอาคารที่มีขนาดใหญ่ๆ เช่น โถงแสดงงาน โถงประชุม ห้องอาหาร ตลอดจนห้อง LOBBY หรือ LOUNGE ซึ่งมีพื้นที่ใหญ่มากและเป็นไปไม่ได้ที่จะใช้ FAN UNIT เป่าลมโดยตรง เพราะพื้นที่มากเกินไปจนกว่าลมจากจุดๆ เดียวจะไปได้ทั่วถึง ในกรณีเช่นนี้ระบบที่ใช้ FAN COIL อยู่เช่นกัน หากแต่จะเป่าลมเย็นจาก FAN COIL ไปในท่ออากาศ (AIR COIL) ซึ่งจะเดินเชื่อมโยงกันเป็น NETWORK และมีช่วงปล่อยลมเย็น (DIFFUSER) อยู่กระจายไปที่จะทำหน้าที่กระจายลมเย็นไปตามห้องนั้นๆ การควบคุมอุณหภูมิ ก็ทำได้โดย THERMOSTAR และความเร็วของ พัดลมในส่วน FAN COIL นั้นๆ นั้นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การระบายอากาศในส่วนที่ได้รับการปรับอากาศนั้น ทำได้โดยการหมุนเวียน อากาศผ่านส่วน FAN COIL UNIT โดยมีส่วน FAN UNIT นั้น จะมีการทิ้งอากาศที่ใช้ในห้องออกแบบส่วนสู่อากาศภายนอก และจะดูดเข้าอีกจากอากาศบริเวณบริเวณที่ภายนอกเป็นการหมุนเวียนอากาศภายในห้อง การ RETURN AIR ภายในห้องกับส่วน FAN COIL นั้น อาจทำโดยใช้ RETURN AIR DUCT เดินบนส่วนใน เพดานไปยังส่วน FAN COIL หรืออาจทำ COIL ที่ห้อง FAN COIL เลยก็ได้ ถ้าผนังของห้อง FAN COIL อยู่ติดกับห้องนั้นๆ แต่ทั้งนี้ก็ต้องแล้วแต่ความพอดีเหมาะสมในประการต่างๆ เช่นกัน ระยะเวลาในการ RETURN AIR หรือประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่นั้นๆ เช่น ห้องอาหาร การทำ RETURN AIR จะต้องคิดถึงที่มาจากเคาน์เตอร์ หรือครัวที่อยู่ติดกัน ไม่ให้มีทิศทางไปสู่บริเวณที่ทุกคนนั่งรับประทานอาหารเป็นต้น การทำ RETURN AIR ในกรณีนี้จึงอาจให้ส่วน RETURN AIR ไปอยู่ทางส่วนใกล้ครัวเป็นต้น การดูดเอา อากาศจากภายนอกเข้ามานั้น ไม่ควรที่จะให้ส่วน AIR IN TAKE อยู่ใกล้กับส่วน EXHAUST ของครัว เพราะจะดูดเอากลิ่นที่ระบายออกจากครัวเข้าไปอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.ประเภทของเครื่องคอมพิวเตอร์

พอที่จะแบ่งขนาดของเครื่องและการทำงานได้เป็น 3 ประเภท คือ

ก.MAINFRAME COMPUTER

ข.MINI COMPUTER

ค.MICRO COMPUTER

ประเภท ก. และ ข. นั้น จะมีขนาดของเครื่องที่ใหญ่ ต้องใช้พื้นที่มากและยังต้องจัดระบบต่างๆ ให้เหมาะสมด้วย เช่น

- 1.ระบบไฟฟ้า ควรจะแยกจากระบบไฟฟ้าของตัวอาคาร
- 2.พื้น ต้องยกสูงอย่างน้อย 6" เพื่อลดความชื้นสะท้อนและเดินท่อปรับอากาศ
- 3.ประตู ต้องออกแบบให้มีขนาดใหญ่พิเศษ เพื่อสามารถขนย้ายเครื่อง

คอมพิวเตอร์เข้าออกได้สะดวก

ส่วนประเภท ค. นั้น เป็นระบบซึ่งสามารถใช้ที่ใดๆ ก็ได้ เพราะขนาดเครื่องมีขนาดเล็กเพียงมีแต่โต๊ะตั้งเครื่อง ยังมีที่เก็บข้อมูลอยู่ในตัว จึงไม่เปลืองเนื้อที่มากนักอีกทั้งไม่ต้องจัดระบบให้ยุ่งยากเหมือนประเภท ก. และ ข.

ขนาดโต๊ะตั้งเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ ขนาด 60 x 1.20

เลือกระบบคอมพิวเตอร์

ในการเลือกระบบคอมพิวเตอร์ จะเลือกขนาดของเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยวิศวกรของทางบริษัทเป็นผู้เลือก ซึ่งจะมีผู้กำหนดชนิดของพื้นที่ห้องคอมพิวเตอร์อีกครั้ง

ซึ่งการใช้งานของทั้ง 2 ระบบ จะประสานงานกันโดยมีห้องคอมพิวเตอร์แยกต่างหาก และมีรายละเอียดของห้องตามที่กล่าวมาแล้ว

COMPUTER ROOM

การจัดห้องคอมพิวเตอร์โดยทั่วไป มักจะรวมเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไว้ในห้องเดียวกันหรืออาจแยกระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์กับอุปกรณ์ไว้ในห้องที่ติดตั้งกันได้ตามความต้องการ แต่ทั้งนี้มิได้รวมถึงเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดเล็ก ที่ให้ตั้งโต๊ะหรือที่เรียกในปัจจุบันว่า MICRO COMPUTER หรือ OFFICE COMPUTER ซึ่งมีขนาดไม่ใหญ่โตนักสามารถนำไปใช้งานในสำนักงาน ที่มีระบบปรับอากาศตามปกติ และไม่ต้องเข้มงวดกับการระวังรักษามากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การใช้คอมพิวเตอร์ขยายวงกว้างขวางออกไปเกือบทุกคน พัฒนาการก็เป็นไปอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นสิ่งที่มีมนุษย์ในสังคมทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เราควรจะเรียนรู้เรื่องคอมพิวเตอร์ไว้บ้างอย่างน้อยก็ในเรื่องที่ว่าคอมพิวเตอร์ทำอะไรได้ และทำอะไรไม่ได้ การใช้คำสั่งหรือชุดของคำสั่งเพื่อกำหนดการทำงานของเครื่อง รวมถึงการใช้งานคอมพิวเตอร์ในด้านต่างๆ และผลกระทบที่มีต่อสังคม

2. คอมพิวเตอร์ คือ เครื่องประมวลผลอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถประมวลผลได้ตามคำสั่ง โดยเก็บทั้งคำสั่งและข้อมูลไว้ก่อนที่จะเริ่มต้นทำงาน

3. คอมพิวเตอร์สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว ทั้งละเอียด เทียบตรง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9.ระบบป้องกันอัคคีภัย

องค์ประกอบที่ทำให้เกิดการลุกไหม้ของไฟ FIRE TRIANGLE SOURCE คือความร้อนอาจมีสาเหตุเกิดได้จากการขัดสี ทำให้เกิดความร้อน หรือประกายไฟ การแผ่รังสี และการเปลี่ยนแปลงทางเคมี เมื่อสัมผัสกับเชื้อเพลิง ทำให้เกิดเปลวไฟ ผสมกับออกซิเจนในอากาศ ทำให้การลุกไหม้ดำเนินต่อไปได้ดีขึ้น ดังนั้นในการออกแบบเพื่อเป็นการลดอัตราการเกิดอัคคีภัย และสนับสนุนการป้องกันพร้อมทั้งการช่วยเหลือเมื่อเกิดอัคคีภัย ต้องคำนึงถึง

1. การเลือกใช้วัสดุที่ไม่ติดไฟหรือทนไฟ พร้อมทั้งเป็นวัสดุที่ไม่ทำให้เกิดสารหรือแก๊สพิษ เมื่อติดไฟ
2. มีบันไดหนีไฟ ผนังโดยรอบบันไดหนีไฟ ควรใช้วัสดุทนไฟและมีช่องระบายอากาศเพียงพอ
3. จัดวางพื้นที่ใช้สอยให้บริเวณที่อาจเกิดอัคคีภัยได้ง่ายอยู่ห่างจากบริเวณอื่นของอาคาร ระดับเพลิงสามารถเข้าถึงได้สะดวก
4. การเดินสายไฟฟ้า ควรเดินในท่อเหล็ก เพื่อป้องกันการเกิดไฟฟ้าลัดวงจรประกอบกับการใช้ปลั๊กไฟ ในแผนกที่มีการใช้แก๊สในตู้สอออกไซด์ ต้องใช้ปลั๊กชนิดพิเศษ ป้องกันประกายไฟและติดตั้งให้อยู่ในระดับที่สูงที่ 1.50 ม.
5. การเดินท่อลมของระบบปรับอากาศ ไม่ควรใช้ท่อลมร่วมเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของควันไฟจากห้องหนึ่งไปยังอีกห้องหนึ่ง
6. ควรจัดให้มีลานจอดรถ เฮลิคอปเตอร์ที่ชั้นลาดฟ้าเพื่อขนถ่ายผู้ป่วยในกรณีฉุกเฉิน
7. ติดตั้งสายล่อฟ้าที่มีประสิทธิภาพ
8. ติดตั้งระบบเตือนภัยในกรณีที่เกิดควันไฟ หรือความร้อนสูงผิดปกติ HEAT OR SMOKE DETECTOR เมื่อเกิดควันไฟหรือมีความร้อนสูง จะมีสัญญาณเตือนภัยดังขึ้นพร้อมทั้งแจ้งไปที่ CENTRAL BOARD ให้ทราบว่าจะเกิดเพลิงไหม้ที่ส่วนไหน
9. ติดตั้งระบบดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีอยู่หลายวิธี ขึ้นอยู่กับลักษณะและสาเหตุของการเกิดเพลิงไหม้

ชนิดและประเภทของอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยที่เหมาะสมกับอาคารสูง ได้แก่

ระบบป้องกันเพลิงอัตโนมัติ

ระบบป้องกันเพลิงอัตโนมัติ เป็นระบบที่ถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อลดข้อผิดพลาดต่างๆ ของระบบป้องกันเพลิงแบบเดิม เช่น หัวฉีดหลุดจากสาย หัวฉีดแตก เครื่องดับเพลิงไม่อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ เครื่องดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพลิงชนิด เป็นต้น ระบบดับเพลิงอัตโนมัติจะทำหน้าที่เหมือนยามที่ดี และมีประสิทธิภาพในการทำงานสูง หากเกิดเพลิงไหม้ขึ้นก็จะทำหน้าที่ดับเพลิงได้อย่างถูกต้อง และในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งจะสามารถลดอัตราการความเสียหายที่เกิดขึ้นให้น้อยลงได้

ลักษณะของระบบป้องกันเพลิงอัตโนมัติ

ลักษณะของระบบป้องกันเพลิงอัตโนมัติจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

1. ส่วนเตือนภัย (FIRE ALARM SYSTEM)
2. ส่วนดับเพลิง (FIRE EXTINGUISHING SYSTEM)

1. ส่วนเตือนภัย (FIRE ALARM SYSTEM)

เป็นส่วนที่ทำหน้าที่คอยตรวจดักจับเพลิง และจะส่งสัญญาณเตือนภัยให้ดังขึ้น อุปกรณ์ตรวจดับเพลิง ทำหน้าที่ตรวจเพลิงที่อาจเกิดขึ้น แผงควบคุมหน้าที่เป็นศูนย์ควบคุมรวมของอุปกรณ์ตรวจดับเพลิง และจะส่งสัญญาณต่อไปให้ระฆังแจ้งเตือนให้ทำงานพร้อมๆ กันกับสัญญาณให้แน่ใจว่าส่วนเตือนภัยคงทำงานอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนเตือนภัยจึงมักจะมีแบตเตอรี่สำรองติดตั้งอยู่ด้วยเสมอ ซึ่งทำให้ระบบยังคงทำงานอยู่ แม้ว่าไฟจะดับ

2. ส่วนดับเพลิง (FIRE EXTINGUISHING SYSTEM)

ส่วนนี้จะเป็นส่วนที่ทำหน้าที่ดับเพลิงที่อาจเกิดขึ้น อุปกรณ์โดยทั่วไปแสดงไว้ต้องมีสารดับเพลิงที่เหมาะสมสำหรับลักษณะการใช้งานนั้นๆ ที่มีท่อต่อจากถังไปยังหัวฉีดที่ถูกวางให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม เมื่อเกิดเพลิงไหม้ แผงควบคุมจากระบบส่วนเตือนภัยนี้จะส่งสัญญาณมาที่ถึงบรรจุกារดับเพลิง ทำให้สารในถังวิ่งออกมาเข้าในท่อนั้น และไปฉีดออกที่หัวฉีดทำการดับเพลิงที่เกิดขึ้น

ชนิดของระบบป้องกันเพลิงอัตโนมัติ

เพื่อที่จะให้ระบบป้องกันเพลิงอัตโนมัติ สามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด สำหรับแต่ละงาน ระบบป้องกันเพลิงอัตโนมัติจึงต้องออกแบบเฉพาะในแต่ละงาน ตั้งแต่การเลือกชนิดของอุปกรณ์ตรวจดับเพลิงสำหรับส่วนเตือนภัย การเลือกชนิดของสารดับเพลิง การจัดวางอุปกรณ์ต่างๆ

ชนิดของระบบป้องกันเพลิงอัตโนมัติ แบ่งตามชนิดของสารดับเพลิง 4 ชนิด

1. ระบบที่ใช้น้ำ (WATER SYSTEM) (SPRENKLER SYSTEM) ใช้น้ำเป็นสารดับเพลิงเหมาะสมกับสถานที่ทำงาน ห้างสรรพสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ระบบที่ใช้ผงเคมี (DRY CHEMICAL SYSTEM) ใช้ผงเคมี (DRY CHEMICAL) เป็นสารดับเพลิง เหมาะสำหรับโรงงาน

3. ระบบที่ใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CARBONDIOXIDE SYSTEM) ใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เป็นสารดับเพลิง เหมาะกับห้องอุปกรณ์ไฟฟ้า

4. ระบบการใช้ก๊าซเฮลอน (HELOW BOI SYSTEM) ใช้ก๊าซเฮลอน 1301 เป็นสารดับเพลิง เหมาะกับอุปกรณ์ไฟฟ้า ห้องเก็บทรัพย์สินราคาแพง

สปริงเกอร์น้ำ

สปริงเกอร์น้ำ เป็นอุปกรณ์อัตโนมัติอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งจะทำให้การฉีดน้ำได้โดยอัตโนมัติเมื่ออุณหภูมิในบริเวณนั้นสูงเกินที่กำหนด ในปัจจุบันสปริงเกอร์น้ำพัฒนาถึงขั้นที่ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยในการตรวจจับดับเพลิง และบังคับให้หัวสปริงเกอร์ฉีดน้ำออกมา ทำให้สามารถดับเพลิงได้ตั้งแต่เมื่อเพลิงเริ่มเกิด

ชนิดของระดับสปริงเกอร์น้ำ

1. แบบท่อเปียก (WET PIPE SYSTEM)

แบบนี้เป็นแบบที่นิยมใช้กันมากที่สุด การติดตั้งง่ายที่สุด ได้ผลดีและมีราคาถูก ภายในท่อน้ำจะมีน้ำอยู่ในท่อ และพร้อมที่จะฉีดออกมาจากหัวฉีดได้ทันทีเมื่อเกิดเพลิงไหม้

2. แบบท่อแห้ง (DRY PIPE SPRINKLER SYSTEM)

นิยมใช้กันมากที่สุดในประเทศที่มีอากาศหนาว การทำงานช้ากว่าท่อเปียก ในการออกแบบระบบท่อแห้ง ต้องขยายให้มีวาล์วควบคุมให้มากเพื่อลดระยะทางระหว่างวาล์วกับหัวฉีดให้สั้นลง

3. แบบฟรี-แอกชั่น (FRE-ACTION SYSTEM)

ระบบที่มีลักษณะคล้ายกับแบบแห้ง คือ มีอากาศอยู่ในท่อแทนที่จะเป็นน้ำ อากาศจะมีความดันหรือไม่มีก็ได้ ระบบนี้ใช้อุปกรณ์ตรวจจับดับเพลิง ในการตรวจจับดับเพลิง

4. แบบดีลด์จ์ (DELUDEGE SYSTEM)

แบบที่คล้ายกับแบบฟรี-แอกชั่น เพียงแต่หัวสปริงเกอร์ทุกหัวเปิดอยู่และพร้อมที่จะฉีดน้ำได้ตลอดเวลา เมื่ออุปกรณ์ตรวจดับเพลิงส่งสัญญาณไปทำให้วาล์วน้ำปิด น้ำจะไหลเข้าระบบและฉีดออกที่หัวสปริงเกอร์ทั้งหมดทุกตัว

5. แบบแหล่งน้ำจำกัด (LIMITED WAER SUPPLY SYSTEM)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบนี้อาจเป็นแบบใดแบบหนึ่งใน 4 แบบที่กล่าวมาแล้ว เพียงแต่แหล่งน้ำที่มีปริมาณจำกัดเท่านั้น ใช้ในการป้องกันอุปกรณ์พิเศษบางอย่างเป็นพิเศษ โดยเฉพาะ เช่น ถังเก็บสารเคมี เป็นต้น

ลักษณะของหัวสปริงเกอร์

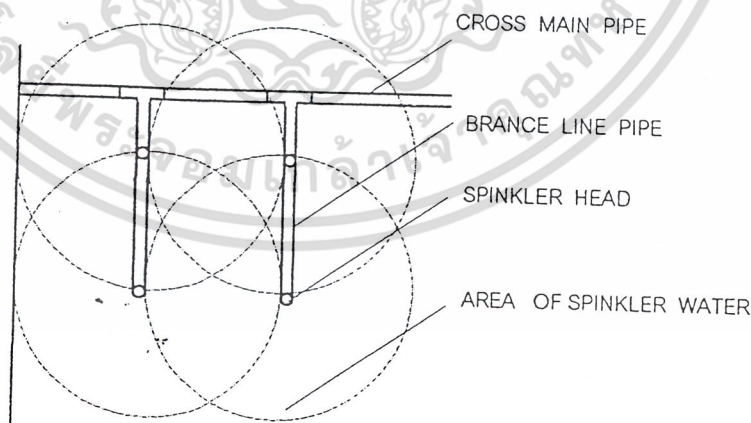
หัวสปริงเกอร์มีรูปร่างลักษณะแตกต่างกันหลายแบบ แล้วแต่ลักษณะงานและการออกแบบของผู้ผลิตในปัจจุบันหัวสปริงเกอร์ถูกออกแบบให้สามารถกลมกลืนกับภายในอาคารได้

ชนิดของหัวสปริงเกอร์ แบ่งตามลักษณะได้ 3 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. ชนิดหัวห้อย (PENDENT TYPE) นิยมใช้กันโดยทั่วไป
2. ชนิดหัวหงาย (UPRIGHT TYPE) มักใช้ในบริเวณที่มีเครื่องหรือของวางสูง ๆ หากใช้หัวห้อยอาจโดนกระแทกเสียหายได้ เช่น โรงงาน
3. ชนิดฝังในหัว (PEUSH TYPE) มักใช้ในอาคารที่ต้องการความสวยงาม

ระบบ SPRINKLER ได้จัดการเดินท่อน้ำไว้เหนือฝ้าเพดานไปตามจุดต่างๆ ของอาคารที่อาจเกิดเพลิงไหม้ได้ ตามท่อน้ำระยะต่างๆ จะมีหัวติดตั้งไว้โดยมีระยะทางระหว่างหัวไม่ควรเกิน 15 ฟุต ซึ่งระยะห่างของหัวสปริงเกอร์จะขึ้นอยู่กับส่วนต่างๆ เหล่านี้

1. วัสดุที่ใช้ในอาคารสามารถทนไฟได้มากแค่ไหน
2. โครงการสร้างของอาคาร ซึ่งได้แก่ ระยะห่างของเสาและคาน
3. ประเภทของการใช้อาคาร
4. การใช้พื้นที่และขนาดของห้อง

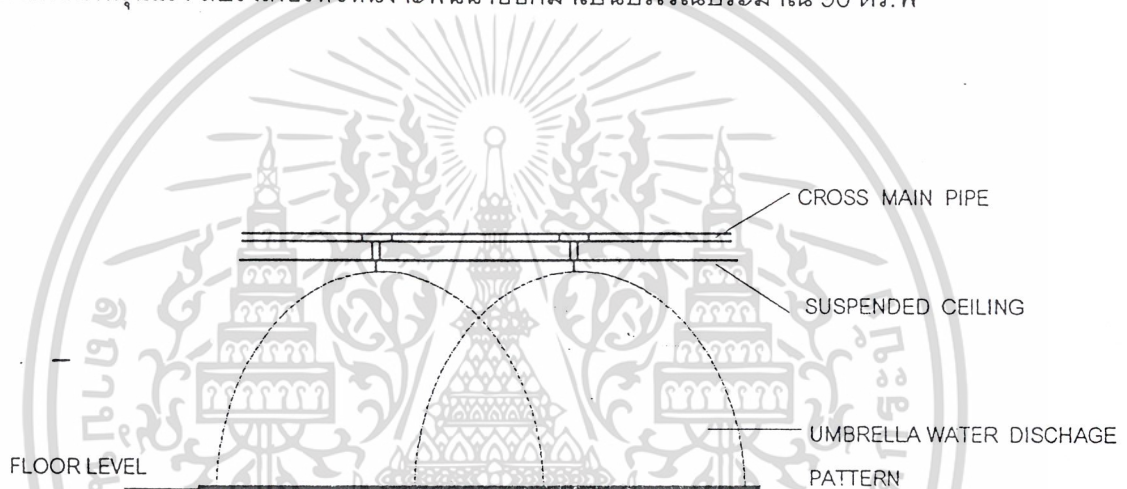


ภาพที่ 2.49 แสดงการเดินท่อน้ำแบบ SPRINKLER ไว้เหนือเพดาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อหัวสปริงเกอร์ทำการฉีดน้ำ น้ำที่ถูกฉีดออกมาจะมีลักษณะเหมือนร่ม ปริมาณของน้ำที่ฉีดและรัศมีของการฉีดขึ้นอยู่กับความดันของน้ำที่หัวสปริงเกอร์ หัวสปริงเกอร์ที่นิยมใช้กันมากที่สุดจะมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางของท่อน้ำเข้าหัว 1/2 นิ้ว ความดันของน้ำที่เข้าประมาณ 15 ปอนด์/ตร. นิ้ว และปริมาณของน้ำที่ฉีด ประมาณ 22 แกลลอน/นาที่

สำหรับลักษณะการคลุมพื้นที่ของสปริงเกอร์นั้น ถูกกำหนดเป็นมาตรฐานไว้ดังนี้
 เพลิงประเภทเบา สปริงเกอร์หัวหนึ่งจะพ่นน้ำออกมาเป็นบริเวณประมาณ 130-225 ตร.ฟ
 เพลิงประเภทกลาง สปริงเกอร์หัวหนึ่งจะพ่นน้ำออกมาเป็นบริเวณประมาณ 100-130 ตร.ฟ
 เพลิงประเภทรุนแรง สปริงเกอร์หัวหนึ่งจะพ่นน้ำออกมาเป็นบริเวณประมาณ 90 ตร.ฟ



ภาพที่ 2.50 แสดงการฉีดน้ำของระบบห้องดับเพลิงระบบ SPRINKLER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10.ระบบควบคุมเสียง

เรื่องของเสียงรบกวน คือ เสียงที่เกิดขึ้นทำให้เกิดความไม่สบาย ก่อความรำคาญ ทำให้ขาดสมาธิในการทำงาน ทำให้การส่งหรือการรับโดยใช้เสียงพูดไม่ได้ผลเท่าที่ควร ประสิทธิภาพของการทำงานลดลง

2.10.1.การควบคุมเสียง

การควบคุมเสียงแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

ก. การควบคุมเสียงภายใน คือ การควบคุมการใช้เสียงในส่วนของการทำงานที่ต้องการใช้เสียงต่างๆ ให้อยู่ในระดับความดังที่พอเหมาะและต้องการป้องกันปัญหาในเรื่องการสะท้อนของเสียงจากพื้นเพดาน ผนัง โดยการเลือกวัสดุที่ใช้ให้มีคุณสมบัติในการดูดซับเสียงได้ จะต้องทำให้เสียงที่เราใช้อยู่ในระดับที่สบายในการพูดหรือการฟัง

ข. การป้องกันเสียงจากภายนอก คือ การปิดกั้นเสียงจากภายนอก การจำกัดที่ต้นกำเนิดของเสียงรบกวน นอกจากนั้นอาจเป็นการใช้สิ่งประกอบอื่นๆ เข้าช่วย

การจำกัดที่ตัวต้นกำเนิดเสียง เช่น เสียงที่เกิดจากการพิมพ์ดีดอาจจะสามารถจัดให้อยู่ในส่วนแยกโดยเฉพาะสำหรับส่วนนั้น การใช้---ดูดซับเสียง ใช้วิธีการเลือกเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงในการทำงาน โดยมีเสียงน้อยมากถึงแม้ว่าจะมีราคาค่อนข้างสูงก็ตาม

2.10.2.การดูดซับเสียง

การดูดซับเสียงมีอยู่ด้วยกัน 3 วิธี

ก. การดูดซับเสียงโดยตรง

ข. การดูดซับเสียงโดยการสะท้อน

ค. การดูดซับเสียงโดยการกระจายเสียงออก

ก. การดูดซับเสียงโดยตรง

ควรวางให้ดูดซับเสียงนั้นอยู่ใกล้แหล่งกำเนิดเสียงมากๆ และอยู่โดยรอบเพื่อดูดซับเสียงได้มากที่สุดก่อนที่จะกระจายออกไป

ข. การดูดซับเสียงโดยการสะท้อน

เป็นการพัฒนามาจากแบบแรก เป็นไปในลักษณะ 2 ชั้นตอน คือ การสะท้อนเสียงที่เกิดขึ้นเข้าสู่จากดูดซับเสียง เช่น การใช้จากดูดซับเสียงที่มีความสูงเท่ากับประตู จะสามารถสะท้อนเสียงที่มีเข้าสู่จากดูดซับเสียงที่เพดานได้ดี

ค. การดูดซับเสียงโดยการกระจายเสียงออก

เป็นการใช้หลักการเกี่ยวกับการสะท้อนโดยการกระจายเสียงสะท้อนออกไปรอบๆ ด้าน โดยให้ผ่านกับเฟอรันิเจอร์ เป็นตัวช่วยดูดซับเสียงหรือสามารถดูดเสียงด้วยระบบควบคุมเสียงแบบ MASKING SOUND SYSTEM

2.10.3. การควบคุมเสียงตามเสียงต่างๆ ภายในสำนักงาน (OFFICE ACOUSTIC ENVIRONMENT)

ก. การป้องกันเสียงสะท้อนที่เพดาน (CEILING ACOUSTIC)

เพดานโดยทั่วไปมีลักษณะการระบายที่กว้างใหญ่ และไม่มีสิ่งใดมาปิดกั้นภายในระบบกว้างใหญ่นั้น ฉะนั้นจึงเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการพิจารณาระบบป้องกันเสียงสะท้อนหรือเสียงรบกวนที่เกิดขึ้น เพราะถ้าหากเกิดสะท้อนเสียงที่เพดาน เสียงนั้นจะชัดเจนและไปได้ไกลกว่าเสียงที่สะท้อนจากส่วนอื่นๆ ทั้งหมด

การลดเสียงสะท้อนที่เกิดขึ้นได้โดยการออกแบบเพดานระบบต่างๆ เช่น

- การติดตั้ง VERTICAL BAFRUE ใต้เพดานหรือเหนือเพดาน
- ออกแบบเพดานลักษณะ COFFER
- ระบบเพดานธรรมดา (FLAT CEIVING)

การใช้วัสดุดูดซับเสียงสำหรับระบบเพดาน ความมีสัมประสิทธิ์เท่ากับ 8.5 หรือมากกว่าในการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของวัสดุดูดซับเสียงกับเพดาน ควรคำนึงถึงระบบต่างๆ ที่ใช้ร่วมกับเพดานประกอบด้วย เช่น การใช้ดวงไฟและระบบปรับอากาศ เนื่องจากโคมไฟและระบบปรับอากาศ เนื่องจากโคมไฟมีฝาครอบครอบแสงส่วนใหญ่จะเป็นตัวสะท้อนเสียงอย่างหนึ่ง

เพดานที่เป็นวัสดุดูดซับเสียงที่หลักการคล้ายกับฉากกั้นและพรม เมื่อเสียงกระทบเพดานเสียงบางส่วนจะผ่านเข้าไปในเพดานและบางส่วนจะถูกดูดซับไว้ เสียงที่ผ่านเข้าไปก็จะสะท้อนจากเพดานที่เป็นพื้นชั้นต่อไป กลับมายังเพดานอีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ตามเพดานทั้งหมดจะไม่ทำหน้าที่ดูดซับเสียงได้ เพราะว่่าตั้งมีส่วนประกอบอื่นรวมอยู่ด้วย เช่น ดวงไฟ หัวจ่ายแอร์ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

การออกแบบเพดาน COFFER VERTICAL BAFFLE จะช่วยลดเสียงสะท้อนที่เกิดขึ้นได้มาก นอกจากนี้ยังสามารถนำวัสดุดูดซับเสียง มาประกอบกับระบบดังกล่าวได้อีกด้วย แม้ว่าอาจเป็นไปได้ที่การติดตั้งเพดานเรียบ จะเพียงพอกับการป้องกันเสียงก็ตาม แต่การเพิ่มลักษณะพิเศษให้กับเพดาน ก็เป็นการเพิ่มส่วนที่ไม่พอเพียงในกรณีใช้แผ่นวัสดุดูดซับเสียงธรรมดา

ข. การป้องกันเสียงสะท้อนที่พื้น (FLOOR ACCOUSTIC)

พื้นก็เป็นส่วนประกอบที่มีขอบเขตของระบบที่กว้างใหญ่เท่ากับเพดาน จึง
สันนิษฐานว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่ต้องพิจารณาระบบป้องกันเสียงสะท้อนที่เกิดขึ้น
การใช้พรมเป็นวัสดุพื้นช่วยในการป้องกันเสียงสะท้อนภายในสำนักงานทั่วไป ใน
ปัจจุบันได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวาง จึงนับว่าเป็นพรมวัสดุที่ดีที่สุดที่ใช้เป็นการดูดซับเสียงสำหรับ
พื้นเพราะดูดซับเสียงได้มากกว่าวัสดุพื้นชนิดอื่น 10 เท่า

การปูพรมให้ประโยชน์ 3 กรณีคือ

- ลดการกระทบ (IMPACT CRISIS)
- มีประสิทธิภาพในการดูดซับเสียง (SOUND ABSORPTION)

ตัวอย่างสัมประสิทธิ์การดูดซับเสียงของวัสดุพื้นบางชนิด

- กระเบื้องปูพื้น หรือ พรมน้ำมัน (TILES OR LINOLEUM) ค.ส.ล. บนพื้น 0.5
- พรมหนา 1/8 นิ้ว ที่ติดบนพื้นคอนกรีตโดยตรง 0.15
- พรมหนา 1/6 นิ้ว บนพื้น ค.ส.ล. โดยตรง .40

พรมปลายตัด (CUT PILE) จะมีประสิทธิภาพของการดูดซับสูงกว่าเดิมชนิด
FLOORED PILE เล็กน้อยกรณีที่ปูบนพื้นเดียวกัน ความแตกต่างของวัสดุที่ใช้ทำพรม จะไม่มีผลต่อการ
ดูดซับเสียงเลย แต่การเดินบางรอบพรมสามารถที่เพิ่มประสิทธิภาพการดูดซับเสียงได้ 1.7 ถ้าวัสดุที่ใช้รอง
ยอมให้เสียงซึมได้อย่างเพียงพอ

การปูพรมสำหรับพื้นจึงจัดว่าเป็นการควบคุมเสียง (SOUND CAUTION) ทั่วไปภายใน
สำนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานแบบเปิดโล่ง ซึ่งในขณะเดียวกันมีพื้นที่เท่ากับการใช้ระบบป้องกัน
เสียงสะท้อนกับเพดาน (THE ACOUSTIC CEILING SITE) ซึ่งนับว่าผลรวมมาจากเพดาน

ค. การป้องกันเสียงสะท้อนที่พื้นแนวตั้ง (ACOUSTIC FOR VERTICAL SURFACES)

พื้นผิที่ตั้งตรงได้แก่ ผนัง หน้าต่างม่าน DRAPES จากพื้นที่เคลื่อนย้ายได้
ตลอดจนส่วนทำงานที่ประกอบด้วย โต๊ะ เก้าอี้ และตู้เก็บเอกสาร ส่วนมีบทบาทในการสะท้อนเสียงทั้งสิ้น
การใช้วัสดุซับเสียงของวัสดุ (NRC) ที่ใช้ควรจะมีประมาณ .75 หรือมากกว่านั้น จากกันที่ดูดเสียง

- นำมาใช้กับผิวพื้นในระยะ 5 ฟุต หรือ 1.50 เมตร ก็จะช่วยยกระดับเสียงของอุปกรณ์
เครื่องใช้ลงได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10.4. การป้องกันเสียงสะท้อนที่เกิดจากผนัง

สามารถแบ่งออกได้ 2 กรณี ได้แก่

ก. ผนังภายใน (INTERIOR WALL)

กรณีที่ต้องการกันผนัง ผนังเหล่านี้ควรจะดูดซับเสียงมากกว่าสะท้อนแสง วิธีการง่ายๆ ก็คือ การใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติดูดซับเสียงดังกล่าวมาแล้ว แต่สำหรับระบบสำนักงานแบบกันห้อง เฉพาะการกันผนังจรดเพดาน หรือการทำผนัง 2 ชั้น ก็เป็นวิธีช่วยไม่ให้เสียงเดินผ่านไปห้องอื่นได้โดยง่าย

ข. ผนังภายนอก (EXTERIOR WALL)

ผนังภายนอกจะประกอบด้วย หน้าต่างเป็นองค์ประกอบหลัก ซึ่งมีปัญหาที่จะสะท้อนเสียงมาก เนื่องจากกระจกเป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติการสะท้อนเสียงได้มาก

วิธีแก้ปัญหาเสียงสะท้อนที่เกิดจากกระจกอาจได้ดังนี้

วิธีที่ 1 ใช้ม่านเก็บเสียงที่ปิด-เปิดได้ (ACOUSTICAL DRAPE) วิธีนี้ยังไม่เป็นที่ยอมรับนักเพราะถ้าเปิดม่านลง ก็ไม่สามารถเห็นภายนอกได้ ซึ่งขัดแย้งกับวัตถุประสงค์ของการใช้หน้าต่างกระจก กรณีที่เป็นการใช้กระจกผืนใหญ่แทนผนัง แต่ถ้าเปิดม่านขึ้นก็จะเกิดการสะท้อนเสียงขึ้นภายใน

วิธีที่ 2 ออกแบบหน้าต่างกระจกให้เสียงทำมุมในตำแหน่งที่เหมาะสม หรือให้เสียงสะท้อนเข้าสู่แผ่นดูดซับเสียงอีกทีหนึ่ง วิธีดังกล่าวนี้พบว่าประสิทธิผลดีมากว่า อุปสรรคของวิธีนี้ก็คือ ทำให้ต้องเพิ่มความหนาของผนังภายนอกอาคาร ซึ่งย่อมมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการสร้างแน่นอน แต่ถึงอย่างไรถ้าหากมีแนวโน้มที่จะทำให้สามารถทำได้

วิธีที่ 3 ใช้ม่านบังตาที่มีลักษณะคล้ายลานเกร็ด ปรับอากาศปิด เปิดได้โดยการติดตั้งตามแนวตั้ง (VERTICAL LINE) ซึ่งจะช่วยป้องกัน กระจกเสียงโดยตรงจากกระจกได้ นอกจากนั้น ยังเป็นวิธีที่ประหยัดกว่าแบบอื่นๆ อีกด้วย ม่านบังตาประเภทนี้เมื่อเปิดออกจะสามารถมองเห็นภายนอกได้อย่างต่อเนื่อง การติดตั้งได้ง่ายและสะดวกทั้งยังเพิ่มความน่าดู ความเป็นระเบียบให้กับผนังโดยทั่วไป

วัสดุในการดูดซับเสียง

การเลือกใช้วัสดุในการดูดซับเสียง ที่อยู่ในห้องตลาดปัจจุบันนี้ แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. ประเภทแผ่นสำเร็จรูป ซึ่งรวมทั้งแผ่นดูดซับเสียง เช่น เซฟวิงบอร์ด เป็นต้น และมีพวกวัสดุที่มีรูพรุน โดยมีวัสดุเก็บเสียงอยู่ด้านหลัง

2. พวกฉาบและพ่น เป็นพลาสติกและวัสดุพวกเส้นใย (ไฟเบอร์) เพื่อช่วยให้ฉาบหรือพ่นบนสิ่งที่ต้องการ

3. ชนิดที่ยืดหยุ่นได้ เช่น พวง (FIBER) พรอม ฟองยาง

2.11.ระบบผนังและการแบ่งเนื้อที่ใช้สอย

ระบบการแบ่งเนื้อที่ใช้สอยภายในสำนักงาน เพื่อให้สนองความต้องการของประโยชน์ใช้สอยต่างๆ ที่สำคัญ คือ การแบ่งแยกหน่วยงานต่างๆ ด้วย (SPACE) และระบบผนัง แม้ว่าผนังจะเป็นส่วนสำคัญของเฟอร์นิเจอร์อื่นๆ แต่ปัจจุบันระบบผนังเป็นที่นิยมมาก เพราะนำมาใช้ในระบบการจัดสำนักงาน

นอกจากนี้ การเลือกใช้ระบบผนังให้สอดคล้องกับกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมกับสำนักงานที่จะช่วยให้การจัดที่ว่าง คุ้มคุณค่าและก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการคือ

1. เพื่อการกระจายระบบการบริการ เช่น การเดินสายไฟ สายโทรศัพท์ ซึ่งสามารถจะเดินสายไฟเหล่านี้ซ่อนไปตามแนวผนังได้อย่างดี
2. ประโยชน์ทางการป้องกันเสียงรบกวนที่เกิดขึ้นในส่วนหนึ่งออกจากส่วนอื่นๆ
3. เพื่อการแบ่งแยกที่ว่างอย่างเด็ดขาด ซึ่งต้องการความเป็นส่วนตัว เช่น ห้องเจ้าหน้าที่บริการระดับสูง ซึ่งต้องใช้เนื้อที่เฉพาะในการรักษาหรือกับผู้มาติดต่อและตกลงสัญญากันบางประการ โดยที่ไม่ต้องการให้ใครมารบกวน

ระบบการแบ่งเนื้อที่ใช้สอยด้วยผนัง เพื่อแบ่งกันที่ทำงานของแต่ละหน่วยงานหรือแบ่งกันเฉพาะบุคคลภายในสำนักงาน สามารถแบ่งได้ตามประเภทของผนัง และลักษณะการใช้สอยได้ 3 ประเภท คือ

1. แบ่งกันด้วยผนังจริง หรือผนังที่ประกอบในที่ก่อสร้าง
2. แบ่งกันด้วยผนังสำเร็จรูปที่สามารถเปลี่ยนแปลงเคลื่อนย้ายได้ง่าย (MOVABLE PARTITION)
3. แบ่งกันด้วยฉากกันเตี้ยๆ (LOW PARTITION)

1. แบ่งที่ทำงานด้วยผนังจริง หรือผนังที่ประกอบในที่ก่อสร้าง เป็นผนังถาวรที่สร้างกับที่เป็นระบบที่ใช้กันมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะสำนักงานขนาดเล็ก เนื่องจากคาดว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ อีก ผนังแบบนี้จัดเป็นการสร้างแบบเปียก ใช้วัสดุแผ่นใหญ่ และ (STUDUING)

2. แบ่งที่ทำงานด้วยผนังสำเร็จรูป ที่สามารถเปลี่ยนแปลงเคลื่อนย้ายได้ ผนังสำเร็จรูป PREFABRICTIED SYSTEMS เป็นระบบที่เหมาะสมกับการออกแบบที่มีความยืดหยุ่นของสำนักงานต่างๆ ในทุกวันนี้ เพราะแม้จะมีราคาสูงกว่าในตอนแรกซื้อ แต่จะถูกกว่าในการตัด

แปลงภายหลัง ค่าบำรุงรักษาที่ถูกลงกว่าด้วยประมาณ $\frac{1}{4}$ ของแบบแรก ใช้เวลาติดตั้งและเสียค่าแรงน้อย การติดตั้งกันจะต้องแข็งแรงพอที่จะไม่ล้ม อาจใช้โลหะหรือไม่ทำเป็นแบบแขวนจากเพดานลงมา โดยให้ด้านหนึ่งของฉากติดกันติดแน่นอยู่กับกำแพง FREE STANDING WALLS มีประสิทธิภาพน้อยมากในการเก็บเสียง ดังนั้น ถ้าต้องการเก็บเสียงอาจต้องปูพรมหรือปูกระเบื้องหรือใช้เพดานกระเบื้องเก็บเสียง

3.แบ่งที่ทำงานด้วย PARTITION

LOW PARTITION มีลักษณะเป็นฉากกันเตี้ยๆ ประมาณ 1.50-2.80 ซึ่งเป็นตัวกลางในการแบ่งแยกบุคคลและกลุ่มคนออกตามความรู้สึกส่วนตัวและตามหลักจิตวิทยาแบบ PARTITION ถูกนำมาพิจารณาเพื่อใช้ในสำนักงานแบบเปิดโล่ง (OPEN LAYOUT) จนเริ่มเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย เพราะนอกจากสะดวกในการจัดวางแล้ว ยังเป็นการลงทุนน้อยแต่ให้ผลคุ้มค่า PARTITION ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันได้ออกแบบให้คุณสมบัติดูดกลืนเสียงด้วย โดยใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติดังกล่าวมาประกอบกันขึ้น นอกจากนั้น ยังสามารถจัดวาง PARTITION ดัดแปลงให้เป็นไปตามลักษณะของ CIRCULATION ที่ต้องการได้เสมอ

เมื่อนำมาใช้ในสำนักงานแบบเปิดโล่งจะให้ความรู้สึกเหมือนกับดูภาพทิวทัศน์ที่มีชีวิตชีวาเป็นรูปแบบของสำนักงานที่สนองประโยชน์ใช้สอยได้ดี มีลักษณะเฉพาะตัวให้ความรู้สึกเป็นอิสระ นอกจากนี้ยังสามารถดัดแปลงให้เป็นที่ตั้งชั้นวางหนังสือ ตู้เก็บเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ต่างๆ ได้อีกด้วย

การใช้สี การโหว้ผนังวัสดุหรือการใช้กระจกแผ่นมาทำเป็น LOW PARTITION นี้สามารถเลือกให้เข้ากับรสนิยมของแต่ละบุคคล กลุ่มคนหรือประเภทของงานที่ทำ ซึ่งก็แล้วแต่ความจำเป็น LOW PARTITION ไม่มีผลกระทบกระเทือนต่อระบบปรับอากาศ และการให้แสงสว่างภายในสำนักงาน เพราะมีความสูงไม่มากและสามารถเลือกปรับมุมการติดตั้งโดยไม่รบกวนส่วนอื่นของอาคาร

ดังนั้น การเลือกใช้ระบบผนัง และ PARTITION ที่ดี จึงต้องพิถีพิถันในการออกแบบมากเป็นพิเศษ เพื่อสนับสนุนระบบการทำงานภายในสำนักงานตลอดจนเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานของพนักงาน อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของการใช้เนื้อที่ที่ใช้สอยอย่างพอเหมาะก่อให้เกิดผลคุ้มค่าประหยัด และเพื่อความงามทางด้านสุนทรียภาพในระบบของผนังยังมีการแบ่งส่วนใช้สอยที่สำคัญมากนั่นคือ ประตู ซึ่งเป็นตัวเชื่อมช่องว่างของภายนอกกับภายในอาคารและเชื่อม SPACE ภายในด้วยกัน เพื่อเป็นสัดส่วน หรือความเป็นส่วนตัวด้วย

2.12. การใช้สีในการตกแต่ง

เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปแล้วว่าสีมีอิทธิพลในด้านจิตวิทยาแก่มนุษย์มาก สีอาจเป็นเหตุให้เกิดอารมณ์เปลี่ยนแปลงได้หลายอารมณ์ การใช้สีคล้ายตามไปกับหน้าที่และประโยชน์ใช้สอยของสถานที่นั้นๆ ทำให้ การใช้สีมีประสิทธิภาพดีขึ้น และในบางเวลาก็ช่วยแก้ความรู้สึกบกพร่องต่างๆ ได้ด้วย

การใช้สีตกแต่งภายในอาคารควรกลับกับภายนอก เช่น อากาศภายนอกร้อนมากควรจะให้สีภายในเป็นสีเย็น เป็นการแก้กัน ส่วนสีที่จะใช้ทำในแต่ละห้องนั้น ควรจะทราบเสียก่อนว่า จะใช้ห้องเพื่ออะไร เพื่อจะได้ใช้สีให้คล้ายไปกับประโยชน์ใช้สอย ส่วนการให้แสงสว่างก็เป็นสิ่งที่สำคัญ ในห้องมืดอาจใช้สีที่ใสสว่าง เช่น สีจำพวก SHADE ต่างๆ จะช่วยดูสว่างขึ้น สำหรับห้องที่สว่างไปอาจใช้สีพวก TINT ช่วยให้ดูสลัวลงได้

คุณสมบัติของสี สีแต่ละสีให้ความรู้สึกแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้ คือ

1. สีกับความรู้สึกเกี่ยวกับขนาด

สีอ่อนมักจะทำให้รู้สึกกว้างใหญ่ขึ้น ในขณะที่สีเข้มหรือสีมืดจะทำให้ดูแล้วรู้สึกแคบหรือเล็กลง แต่ดูมีน้ำหนักมากกว่าสีอ่อน

2. สีกับความรู้สึกเกี่ยวกับความสะอาด

สีผสมขาวหรือสีนวลๆ จะทำให้ความรู้สึกสะอาดตา น่าใช้ น่าจับต้อง มากกว่าสีแท้หรือสีเข้มๆ และภาชนะหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้สีเดียวจะดูสะอาดกว่าภาชนะหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้สีหลายสี

3. สีกับความรู้สึกเกี่ยวกับพลัง

สีแท้เป็นสีที่ยังมิได้ผสมกับสีอื่นๆ จะให้พลังสดใสแข็งแกร่งมากกว่าสีที่ถูกผสมแล้ว เช่น สีแดงจะดูมีพลังมากกว่าสีชมพู (แดงผสมขาว) และสีน้ำตาล (แดงผสมดำ) นอกจากนี้สีที่ให้ความรู้สึกร้อนแรง เช่น สีแดง ส้ม ม่วงแดง จะให้พลังมากกว่าสีที่ให้ความรู้สึกเย็น เช่น สีน้ำเงิน สีเขียว และสีม่วงคราม เป็นต้น ส่วนสีที่ผสมดำจะให้ความรู้สึกวามวลหรือมีน้ำหนักมากกว่าสีที่ผสมด้วยขาว

4. สีกับความรู้สึกเกี่ยวกับความเคลื่อนไหว

ความเคลื่อนไหวของสีแต่ละสี รับรู้ได้ด้วยตาและจิต โดยการมองเห็นหน้าของแต่ละสีที่เปล่งประกายออกมาในลักษณะของความสั่นสะเทือนของสี (VIBRATION) ซึ่งแคนเดนสกี จิตรกรในกลุ่มนามธรรม ได้กำหนดการเคลื่อนไหวของสี ดังนี้

- สีน้ำเงิน สบม มั่นคง มีแนวโน้มที่จะเคลื่อนไหวภายในตัวเอง
- สีเหลือง สดใส ชัดเจน มีแนวโน้มที่จะเคลื่อนไหวสู่ภายนอก
- สีเขียว สดใส ร่มเย็น มีแนวโน้มที่จะเคลื่อนไหวเข้าสู่กึ่งกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำสีมาใช้ในสำนักงานทั่วไป ควรมีความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. ไม่ควรใช้สีที่มีเงาสะท้อน สีชนิดนี้เมื่อใช้แล้วทำให้เกิดการสะท้อนซึ่งดูแล้วไม่มีคุณค่า
2. การไล่เงาจรสี ควรจะใช้น้ำหนักของสีที่อยู่ใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะป็นวรรณะร้อนหรือวรรณะเย็น
3. ไม่ควรใช้สีที่จัดขีด หรือหม่นหมองเกินไป เช่น สีเทา สีม่วง เพราะได้ทำการวิเคราะห์ทางจิต

วิทยาของสีแล้วว่า จะทำให้ดูแล้วเกิดอารมณ์ซึม ๆ ่วงนอน

การกำหนดสีในสำนักงาน จะต้องมึข้อคิดอีกอย่างคือ ต้องทราบเสียก่อนว่าสำนักงานนั้นดำเนินธุรกิจประเภทใด เป็นสถานที่สำหรับบุคคลทั่วไปที่ต้องมาติดต่อหรือไม่ อย่างไร เมื่อทราบจุดมุ่งหมายเหล่านี้แล้วจึงจะดำเนินการออกแบบได้

จิตวิทยาการใช้สีในการตกแต่งภายใน

สีที่ใช้ในการตกแต่ง

(วิจิตร วรุตบางกูร 2522 : หน้า 159-164) กล่าวไว้ว่า สีที่ใช้ในสถานศึกษามีบทบาทสำคัญมาก และมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับมนุษย์มาช้านาน โดยเฉพาะกับเด็ก ๆ แล้ว สีมีความหมายมากทีเดียวเพราะสีจะทำให้เด็กแสดงปฏิกิริยานานาชนิด เช่น สุขสดชื่น สงบ ยินดี ขลาดกลัว อายกลัวและสียังพัฒนาการรับรู้ ความรู้สึกนึกคิดของเด็กด้วย

สีสามารถช่วยจำกัดบริเวณ ทำให้ขนาดดูเล็กหรือใหญ่ขึ้นได้ พรางรูปร่างได้ สีช่วยเป็นส่วนต่อຍกระดับความมืดสว่างโดยการสะท้อนแสงหากใช้สีอย่างถูกต้องด้วยความชำนาญสีจะช่วยลดความเครียดและความไม่สบายตาอันจะเกิดจากความจ้าของแสงได้ด้วย

สีแบ่งออกตามอิทธิพลของสีได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

1. สีประเภทอุ่น (WARM COLOR) ได้แก่ สีเหลือง ส้ม แสด แดง ม่วง สีประเภทนี้ให้ความรู้สึกคึกคักมีชีวิตชีวาทำให้หัวใจเต้นแรงและถี่ขึ้น ความดันโลหิตสูง ถ้าเป็นวัตถุ ทำให้รู้สึกว่ามีน้ำหนัก และอยู่ใกล้กว่าความเป็นจริง

2. สีประเภทเย็น (COOL COLOR) ได้แก่ สีม่วง น้ำเงินแกมม่วง น้ำเงินฟ้า น้ำเงินแกมสีเขียวเขียวโคกสีพวกนี้ทำให้เกิดความรู้สึกสงบ มีสมาธิ เยือกเย็น หัวใจเต้นช้า ความดันโลหิตลดลง ทำให้รู้สึกว่าวัตถุมีน้ำหนักเบาและอยู่ในระยะไกลกว่าความเป็นจริง

3. สีประเภทอ่อน (LIGHT COLOR) ได้แก่ สีสองประเภทข้างต้นผสมกับสีขาวหรือสีเทาทำให้สีดูจางและขาวขึ้น สีพวกนี้ทำให้รู้สึกกระชุ่มกระชวย จิตใจแจ่มใส ห่องสว่างขึ้น วัตถุดูอบอุ่นและบางลง อยู่ในระยะไกลกว่าความเป็นจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สีประเภทแก่ (Dark Color) ได้แก่ สีที่มีความเข้มมาก คือ สีดำ สีนํ้าเงินปนอยู่ ทำให้ดูทึบ หนัก จิตใจหดหู่ทำให้องค์และดูมืด ดูแสงสว่างและความร้อนได้ดี ทำให้วัตถุหนักและอยู่ใกล้กว่าความเป็นจริง

การนำสีมาใช้เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงแสงสว่าง ควรจะต้องทราบอัตราการสะท้อนแสงของสีต่างๆ ไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เหมาะสม อัตราการสะท้อนแสงของสีมีดังนี้คือ

สีขาวสะท้อนแสงได้	80-90%
สีขำงสะท้อนแสงได้	70-80%
สีเหลืองอ่อนสะท้อนแสงได้	65-75%
สีชมพูอ่อนสะท้อนแสงได้	60-60%
สีน้ำตาลออกเหลืองสะท้อนแสงได้	55-60%
สีชมพูสะท้อนแสงได้	40-70%
สีเขียวอ่อนสะท้อนแสงได้	40-60%
สีเทาอมฟ้าสะท้อนแสงได้	35-50%
สีเขียวแก่สะท้อนแสงได้	20-25%
สีแดงสะท้อนแสงได้	15-25%
สีนํ้าเงินสะท้อนแสงได้	10-20%
สีแดงเข้มสะท้อนแสงได้	7%
สีน้ำตาลสะท้อนแสงได้	8-12%
สีดำสะท้อนแสงได้	5%

การที่ระบุช่วงการสะท้อนของแสงแต่ละสีไว้กว้าง เช่น สีชมพูสะท้อนแสงได้ 40-70% นั้น เพราะสีอ่อน-สีแก่ สดใสแตกต่างกัน ยิ่งอ่อนเท่าไรก็ยิ่งสะท้อนแสงได้มากขึ้น ในบรรดาผู้เชี่ยวชาญทางด้านสีเบอเรนท์ (Biren, 1970 : pp, 76-69) ได้พยายามศึกษาค้นคว้าเรื่องสีสำหรับห้องเรียนมาเป็นเวลานาน เพื่อหากฎเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับสี ซึ่งจะช่วยให้สามารถสร้างสรรค์บรรยากาศในอาคารสำนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ เขาให้ข้อเสนอแนะจากการศึกษาของเขาว่า การทาสีภายในนั้น ควรพิจารณาเรื่องต่อไปนี้

1. ไม่ควรใช้สีแก่จัดหรือเข้มจัดทาภายในส่วนสำนักงาน เพราะทำให้อึดอัดรำคาญและรบกวนสายตามาก โดยเฉพาะในสำนักงานที่พนักงานต้องใช้ความคิดและสมาธิ ลองนึกถึงว่าพนักงานนั่งทำงานในห้องที่ทาด้วยสีแดงเพลิง ประสาทสัมผัสและสมาธิของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขาจะเป็นอย่างไรบ้าง ถ้าห้องนั้นทาสีเหลืองอ่อน หรือฟ้าอมเทา สมาธิของเขาจะดีขึ้นหรือไม่

2. สีที่ตัดกันมากจะให้แสงที่ไม่เหมาะสมกับสภาพที่ต้องการ เพราะสีแต่ละสีสะท้อนแสงไม่เท่ากันและสายตาต้องทำงานหนักอีกด้วย
3. สีของเฟอร์นิเจอร์ ถ้าสีนั้นสะท้อนแสงมากก็จะรบกวนประสาทตาของเด็กและยังลดประสิทธิภาพในการมองเห็นลงไปด้วย
4. เพดานควรจะทำด้วยสีขาวหรือสีนวล เพื่อช่วยให้ห้องสว่าง โดยช่วยสะท้อนแสงลงมา
5. วงกบประตู หน้าต่าง ควรทำด้วยสีเทาระดับกลางหรือสีเทาอ่อน หรือสีเนื้อก็ได้
6. ระเบียบควรทำด้วยสีเทาและผนังส่วนระเบียบควรทำด้วยสีเหลืองจะช่วยให้สว่างขึ้น
7. ถ้าผนังด้านใดมีหน้าต่างไม่ควรทาสีสดใส เพราะจะทำให้แสงจ้ามากขึ้น ถ้าแสงอาทิตย์ตกกระทบผนังด้านใด ควรทาสีผนังด้านนั้น ด้วยสีที่มีความเข้มปานกลาง หรือสีขรึมๆ เพื่อขับแสงจ้าได้บ้างถ้าผนังด้านใดได้รับแสงคงที่ตลอดเวลา เช่น ด้านหน้าหรือหลังห้องควรทาสีอ่อน แต่ถ้าหากต้องการเน้นกิจกรรมที่ด้านหน้าและหลังห้อง ที่เกิดขึ้นอยู่เสมออาจจะใช้สีสดใสบ้างก็ได้ เพราะจะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดี อารมณ์เบิกบานแจ่มใส และเน้นความคมเด่นระหว่างวัตถุ
8. สำหรับผู้ที่ชอบห้องทำงานสีเดียวกันหมด อาจจะใช้หลักที่ว่า ห้องที่ต้องใช้สายและสมาธิ ควรใช้สีเขียวและสีอ่อน เช่น สีเขียวอ่อน สีน้ำเงินอ่อน สีน้ำทะเล สีเทาอ่อน ห้องที่เน้นกิจกรรมและจุดสนใจที่อยู่ภายนอกตัวเรา ก็ใช้สีอุ่นสดใสได้ เช่น สีเหลืองอ่อน สีเนื้อ สีชมพูอ่อน
9. การใช้สีสำหรับห้องต่างๆ ควรพิจารณาข้อเสนอแนะต่อไปนี้
สีกลุ่มดำ เทาขาว เรียกว่าสีเอกรงค์ ไม่ควรใช้รวมกันระหว่างแม่สี (น้ำเงิน เหลือง แดง)

สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ ระวังการใช้ในห้องครัวที่เป็นสีขาวทั้งหมดหรือสีขาวทั้งหมดของห้องน้ำ สีขาวนี้จะใช้ในโครงการระบายสีของความเรียบร้อยสดชื่น

สีดำ การใช้สีดำบ้าง ขาวบ้าง ในพื้นที่รวมกันสีอื่นๆ จะทำให้เกิดความกระปรี้กระเปร่า และทำให้เกิดความมีชีวิตชีวาร่าเงิ เมื่อสีดำและสีขาวมีความตัดกัน นำมาใช้กับสีอื่นๆ สีเทาสามารถจะใช้เป็นสถานที่พยาบาลเป็นต้น ดังนั้น การใช้สีจึงต้องใช้ให้คล้อยไปกับประโยชน์ใช้สอย

การให้แสงสว่างก็เป็นสิ่งสำคัญ ในห้องมืดอาจใช้สีที่ใสสว่างจะช่วยให้ห้องดูสว่างขึ้น สำหรับห้องที่สว่างเกินไปอาจใช้สีให้มันน้อยลง ช่วยให้ดูสลัวลงได้ ชาวอียิปต์ระบายสีของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คานด้วยสีสด เพราะภายในวิหารเป็นสถานที่มืดครึ้ม ความมืดช่วยเปลี่ยนสีสดๆ ให้จางลง
ได้เป็นอย่างดี

ห้องกว้างมากไปหรือแคบเกินไป อาจแก้ไขให้แคบลงหรือกว้างขึ้นได้ด้วยการใช้สี
ประเภท Receding ซึ่งเป็น Tint จะดูแคบลง ส่วนสีที่เป็น Shade จะดูกว้างขึ้นด้วย

การใช้สีสำหรับตกแต่งห้องต่างๆ

ห้องรับรอง - ห้องรับแขก

ห้องรับรองเป็นห้องที่ใช้สำหรับต้อนรับ และรับรองแขกที่เข้ามาภายในอาคาร สีที่ใช้ควร
เป็นสีที่ทำให้จิตใจเบิกบาน ไม่ควรใช้สีโลดโผนรุนแรง หรือ สีที่มีหลายสีเกินไปนัก เพราะจะทำให้ผู้
ใช้ห้องรู้สึกงุนงง ปวดหัว และไม่มีสมาธิ โดยทั่วไปเราจะรู้สึกเบื่อหน่าย หรือซ้ำซากนัก จะทำให้
เกิดความสับสนด้วยการใช้เครื่องตกแต่งห้อง เช่น ผ้าม่าน หมอนอิง รูปภาพ แจกันดอกไม้ ฯลฯ

ห้องทำงาน

ห้องทำงานเป็นห้องที่ใช้ในสำนักงาน จึงจำเป็นต้องใช้สีที่จะไม่รบกวนสมาธิ จึงต้องหลีกเลี่ยง
การเลือกใช้สีที่สดใส และทำให้เสียสมาธิในการทำงาน สีที่ใช้อาจเป็นสีเหลืองอ่อน, ฟ้าอ่อน, เทา
อ่อน, สีครีม ผืนห้องไม่ควรใช้สีมืดทึบ แต่จะใช้ของตกแต่งที่สดใสเช่น ผ้าม่านเฟอร์นิเจอร์, อุปกรณ์
สำนักงาน, ภาพประดับผนังที่เป็นสีสดใส เพื่อไม่ให้ห้องดูน่าเบื่อ

สำหรับห้องทำงานของผู้บริหาร การเลือกใช้สีจะต้องคำนึงถึงอายุและฐานะตำแหน่งการ
งาน จึงจะมีความเหมาะสม สีของเฟอร์นิเจอร์ควรจะเป็นสีธรรมชาติของเนื้อไม้ หรือการย้อมสีให้ได้
สีที่ขรึมๆ ที่เราต้องการ

ห้องประชุม

เป็นห้องที่ต้องการสมาธิ และความเงียบสงบมากกว่าห้องอื่นๆ เพื่อใช้ในการประชุม และ
การถกเถียงปัญหา การใช้สีภายในห้องประชุมนี้จึงต้องเป็นสีที่ไม่สดใสนักควรใช้โทนสีเย็น เช่น
สีเทา สีน้ำตาลอ่อน การใช้เฟอร์นิเจอร์ในห้องประชุมก็ควรจะใช้สีของเนื้อไม้ธรรมชาติ หรือการใช้สี
ที่นุ่มนวลและไม่สดใสเกินไปนัก เพื่อให้โครงสร้างของห้องประชุมไม่เสีย เพราะจะทำให้มีการตกแต่งด้วย
ภาพประดับผนัง หรือของตกแต่งอย่างอื่นเป็นบางคน ก็จะเป็นการเพิ่มสีสันให้กับห้องประชุมไม่ให้
มีความเบื่อหน่าย

ห้องนั่งเล่นพักผ่อน

ห้องนี้เป็นห้องที่ใช้เป็นประจำภายในบ้าน และใช้มากกว่าห้องอื่นๆ อาจใช้สีรุนแรงได้เล็กน้อย แต่ควรระวังเพราะการใช้สีที่รุนแรง ชวนให้เบื่อกว่า สีพื้นๆ จะดีที่สุด หากต้องการให้ดูคึกคัก ก็ควรสรรหารูปภาพมาแขวน หรือจัดดอกไม้ด้วยสีสดๆ การใช้สีปริมาณน้อยช่วยให้อากาศในห้องมีชีวิตชีวาขึ้น เช่นเดียวกันการใช้โครงสีสดใส (INTERSTY) หรือสีเอกรงค์ (MONOCROME)

ห้องน้ำ

สีของห้องน้ำ ควรมีสวนบันดาลใจจากบรรยากาศของแหล่งน้ำตามธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก หรือแม่น้ำ ควรใช้สีขาวนวลแบบฟองคลื่น สีน้ำเงินอมเขียว สีเขียวแก่ สีคราม อาจมีสีน้ำตาลอันเป็นบันดาลใจที่ได้มาจากสีขาวย โดดเด่นจากท้องทะเลปนอยู่บ้าง สีโทนฟ้า เขียว นับว่าเหมาะที่สุดสำหรับโครงสีของห้องน้ำ

สีของห้องน้ำจำเป็นจะต้องใช้สีวรรณะเย็น เพื่อจูงอารมณ์ให้สดชื่นไม่ควรใช้สีกลางๆ พวกสีเทา หรือสีหนักๆ เพราะจะดูอึดอัด ไม่เหมาะกับสภาพของห้องน้ำ โดยเฉพาะห้องที่มีขนาดเล็ก

สี เป็นวัสดุที่ใช้ทาตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอาคารที่มีมานานแล้ว และในปัจจุบันก็ยังนิยมใช้อยู่ เนื่องจากเป็นการตกแต่งที่ง่ายและไม่แพง

ประเภทของสีแบ่งตามวิธีการทำงาน

ก. สีชนิดทา

ข. สีชนิดพ่น

ก. สีชนิดทา สีทาอาคารมีทั้งสีทาภายในและสีทาภายนอกอาคาร ซึ่งทาได้ทั้งไม้และเหล็ก แยกออกเป็น

1. สีน้ำมันชนิดเป็นมัน เป็นสีที่ทาแล้วจะเป็นเงา ใช้ทาในที่ถูกจับต้องบ่อย ใช้ทามันเงาสถาณะซึ่งต้องทำความสะอาดได้

2. สีน้ำมันชนิดด้าน เป็นสีที่ทาแล้วไม่เป็นเงา ปัจจุบันเป็นที่นิยมมาก สีชนิดนี้เหมาะที่จะทามันเงาและเพดานภายใน

3. สีพลาสติกใช้ได้ดีพอสมควร นิยมทาอาคารที่เป็นตึกปูนมากกว่าทาบนไม้และเหล็ก

4. สีพลาสติกธรรมดาและสีฝุ่น เป็นสีใช้ทาชั่วคราว แต่ถ้าจับดูเป็นคราบเปื้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข. สีฟัน มีหลายชนิด ในที่นี้จะแบ่งตามคุณสมบัติของสีฟัน ซึ่งแบ่งเป็น

1. สีฟันเซนต์เท็กซ์ เป็นส่วนผสมที่มีส่วนประกอบจากหินปูน เนื้อหินขัดใยพลาสติก น้ำยาเคมี คุณสมบัติ ช่วยลดเสียดสีสะท้อน กันความชื้น ทนแดด ฝน ไม่หลุดแก้ปัญหาเรื่องรอยแตกที่ใช้ ฟันฝ้าเพดาน ผนังภายในและภายนอก ฝ้าที่เป็นรอยต่อกระเบื้องแผ่นเรียบ

ฟันแล้วจะไม่เห็นรอยต่อ

2. สีฟันคัลเลอร์เท็กซ์ สีชนิดนี้สามารถใช้แทนหินล้าง เป็นสีธรรมชาติ

คุณสมบัติ มีความคงทนต่อแดด ต่อฝน ป้องกันรา ระบายน้ำ รักษาผิวปูนที่ใช้ ผนังภายในและภายนอกอาคาร

3. สีฟันดูน่าเท็กซ์, โพลด์เซ็กซ์

คุณสมบัติ ประกอบด้วยวัสดุทนไฟ ทนความร้อน เก็บเสียง
ที่ใช้ ใช้กับห้องที่ต้องการความร้อนสูง

4. สีดูราเท็กซ์ ประกอบด้วยหินปูน

คุณสมบัติ ทนแดด ทนฝน ไม่ร่อนง่าย
ที่ใช้ ใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร

5. สีฟันมิวรัสเท็กซ์ ประกอบด้วยเคมี วัสดุทนไฟ ใยพลาสติก

คุณสมบัติ ทนไฟ
ที่ใช้ โรงงานที่มีความร้อนสูง

การศึกษาลักษณะของสี เกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสีบางสีละเอียดกว่าเดิมเล็กน้อย

สีแดง ให้ความรู้สึกมั่นคงสมบูรณ์ ขวบลุ่มหลง การใช้สีทึบสีแดง แต่เพียงเล็กน้อยจะทำให้เป็นตัวเด่น สำหรับภายในอาคาร สีแดงไม่เพียงแต่ให้ความรู้สึกตื่นเต้นเท่านั้น แต่ให้ความรู้สึก ไร่ใจได้เหมือนกัน นอกจากนี้ยังสามารถจะเป็นนัยทางด้านจิตวิทยาได้ เช่น ดวงไฟสีแดงที่ใช้ในการจัดรูป จะมีความรู้สึก ศีรษะและตาลายได้ แม้ว่าจะใช้อย่างถูกต้อง และให้อย่างเพียงเล็กน้อยก็ตามที่

สีเหลือง ให้ความรู้สึกร่าเริงสดใส สีเหลืองอ่อนจะให้ความรู้สึกของความสะอาด ความสว่าง สีเหลืองเข้มมากจะทำให้สมองเกิดหงุดหงิดได้ สีเหลืองที่ใกล้ไปทางสีส้มจะมองดูคล้ายของเทียม และคล้ายกับของเล่นสมัยใหม่ที่ตกแต่งไว้อย่างเรียบร้อย จะใช้ได้เพียงจำนวนน้อย เช่น บานประตู เสื้อผ้าของเด็ก ซึ่งผนังเป็นสีเทาอ่อนๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีเหลืองนอย (BUTTER YELLOW) ทำให้ห้องที่มีดูลงสว่างขึ้น

สีเหลืองเขียว (YELLOW GREEN) ช่วยในด้านความเย็น

สีเขียว ไม่ทำให้เกิดลวงตาในการมองดู จะไม่ใช่ใกล้เคียงกับสีแดงในจำนวนเท่ากันสีเขียวให้ความสดชื่น กระชุ่มกระชวยเสมอ และใช้พักสายตาได้ โดยธรรมชาติจะใช้สีเขียวเป็นสีที่ส่งเสริมทุกๆ สีให้ดูสดใสขึ้น สีเขียวควรใช้ในการนำความหมายบางอย่างจากสวนต้นไม้ สีเทาออกๆ หรือสีเขียวแกมนั้น ส่วนมากจะใช้ได้อย่างดีมากที่สุดที่เดียวในการเน้นสีพื้น ที่นิยมสำหรับเครื่องเรือนทำด้วยไม้เมเบิลหรือไม้สัก

สีเขียวสดใส ให้ความรู้สึกสดชื่นขึ้น

สีน้ำเงิน สีน้ำเงินเข้มให้ความรู้สึกสงบและลึกถึบ น้ำเงินอ่อน เช่น สีฟ้าหรือสีน้ำเงินมีความสดใสของสีเขียวอยู่ด้วย แม้ว่าจะปราศจากตัวสีเขียวก็ตาม สำหรับผนังและเฟอร์นิเจอร์สีฟ้าและสีที่ใกล้เคียงหรือสีน้ำเงินที่ใช้มากเกินไปจะทำให้เกิดความไม่เบิกบาน

สีน้ำเงินอมเขียว ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เช่น แสงของโอบอล การแพนหางของนกยูง เป็นสีที่มีเสน่ห์

สีกลุ่มดำ เทา ขาว เรียกว่า สีเอกรงค์ ไม่ควรใช้รวมกันระหว่างแม่สี (น้ำเงิน, เหลือง, แดง)

สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ ระวังการใช้ห้องครัวที่เป็นสีขาวทั้งหมด หรือสีขาวทั้งหมดของห้องน้ำ

สีขาวที่จะใช้ในโครงการระบายสีของความเรียบร้อยสดชื่น

สีดำ การใช้สีดำบ้าง ขาวบ้าง ในพื้นที่รวมกันสีอื่นๆ จะทำให้เกิดความกระปรี้กระเปร่า และทำให้เกิดความมีชีวิตชีวาร่าเริง เมื่อสีดำและสีขาวมีความตัดกัน นำมาใช้กับสีอื่นๆ สีเทาสามารถจะใช้เป็นสีกลางได้โดยตลอดทุกสี สีเทาสามารถทำให้เกิดความกลมกลืนระหว่างสีอื่นๆ

แนวทางในการใช้สีในการตกแต่ง

สีของวัสดุตกแต่ง	สีที่กลมกลืนกับวัสดุตกแต่ง	สีที่ตัดกันกับวัสดุตกแต่ง
1. สีเขียวใบไม้	สีเขียวน้ำทะเล เหลืองมะนาว หรือเขียวมะนาว	สีแดง (แม่สี)
2. สีเขียวน้ำทะเล	น้ำเงินหางนกยูง เขียวใบไม้	แดงอมส้ม
3. น้ำเงิน	ม่วงคราม ม่วงแสด	สีแสด
4. ม่วงแดง	ม่วง แดงอมน้ำตาล	เหลือง
5. แดงอมน้ำตาล	แดงกุหลาบ ม่วงแดง	เขียวน้ำทะเล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.แดงอมส้ม	ส้มเปลวไฟ แดง	เขียวน้ำทะเล
7.ส้ม	แดงอมส้ม แสด	สีน้ำเงิน
8.สีแสด	เหลือง ส้ม	ม่วง
9.เหลือง	เขียวมะนาว แสด	ม่วงแดง
10.เขียวมะนาวเขียวใบไม้	เหลือง	น้ำตาลแดง

กรรมวิธีการใช้สีกลาง

สีขาว ตัดกับสีอื่นได้เช่น เป็นกรอบได้ดี เช่นกรอบรูป หน้าต่าง กระຈก ตลอดจนจัดแบ่งผนังเป็นช่อง ใช้เป็นสีของ

ฐานหรือส่วนที่อยู่ต่ำหรือลึกเพื่อเน้นให้เด่นเป็นตัวเสริมสีอ่อนให้เด่นและเป็นตัวสะท้อนความงาม ส่วนข้างเคียง

สีดำ ใช้ในเนื้อที่เล็กน้อย หรือ โครงสร้างที่บอบบาง ดูขาดความแข็งแรง

สีเทา ใช้ได้ดีในเนื้อที่กว้างๆ ลดความจ้าของสีขาว และความทึบของสีดำ ทำให้สบายตา

ระบบการใช้สีแบบง่าย ๆ 5 แบบ

มีอยู่หลายทางด้วยกันที่จะจัดสีของผนังให้อยู่ในสภาพที่งดงามในตัวของมันเองการจัดดังกล่าวมีถึง 5 วิธี คือ

- 1.ผนัง พื้นและเพดาน สามารถใช้สีที่แตกต่างกัน แต่สามารถเข้ากันได้ดี
- 2.เพดานให้สีรุนแรง ส่วนผนังและพื้นใช้สีที่เรียบง่าย
- 3.พื้นให้สีที่รุนแรง ส่วนเพดานและผนังให้สีที่เรียบง่าย
- 4.พื้น ผนังและเพดาน โดยทั่วไปใช้สีกลางๆ ส่วนผนังโชว์ที่ต้องการเน้นให้สีที่รุนแรง
- 5.พื้น ผนังและเพดานทั้งหมด ใช้สีคล้ายคลึงกัน แต่ตัดกับเฟอร์นิเจอร์

ความรู้สึกเกี่ยวกับสีของแสง

1.ADAPTATION ได้แก่ การปรับตัวของสายตา อันเกิดจากการเคลื่อนไหวของสายตาจากสิ่งหนึ่งไปสู่สิ่งหนึ่ง อันเกิดจากคุณภาพรับแสงของอวัยวะรับแสง นัยน์ตาของมนุษย์สามารถสร้างความรู้สึกต่อความรู้สึกต่อความยาวคลื่นของสีแต่ละสีให้ผิดไปจากสีเดิม

2.AFTER IMAGES ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของแสงให้สุดวัตถุ เช่น หลักจากการเพ่งมองจุดสว่างเล็ก ภาพที่เกิดจากการเพิ่มมองนั้นก็ยังปรากฏอยู่ต่อไปอีก 2-3 วินาที ถึงแม้จะมองไปยังที่อื่นก็ตามการที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพนั้นจะติดตามได้นานมากน้อยเท่าไร ก็ขึ้นอยู่กับสีและความสว่างของภาพนั้นจะติดตามได้นานมา
น้อยเท่าไรก็ขึ้นอยู่กับสีและความสว่างของภาพนั้น ตลอดจนระยะเวลาที่เพ่งมองวัตถุนั้น

3.SIMULTANEOUS CONTRAST ได้แก่ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อตมองไปยังแหล่งกำเนิดแสงสีขาว
ขาว ที่ล้อมรอบไปด้วยเพดานสีต่างๆ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.9 สีที่เกิดขึ้นบนแหล่งกำเนิดของแสงสีขาว

สีของเพดาน	สีที่เกิดขึ้นบนแหล่งกำเนิดแสงสีขาว
แดง	ขาวปนเขียว
เขียว	แดง
น้ำเงิน	เหลืองหรือแสด
เหลือง	ขาวอมฟ้า

ถ้าเพดานประกอบด้วยสีมากกว่า 2 สีขึ้นไป ก็จะมีผลต่อแหล่งกำเนิดแสงด้วยผลที่คล้ายคลึงกัน
ซึ่งสีเกิดนั้นก็เป็สีตรงข้ามกับเพดาน ปฏิกริยาต่อต้านเช่นนี้จะถูกเหนี่ยวนำให้เกิดเฉพาะในบริเวณสีขาว
แคบๆ ที่ถูกล้อมรอบด้วยสีในเนื้อที่ใหญ่

2.13 การใช้วัสดุตกแต่งภายใน

วัสดุที่ใช้ประกอบอาคารประเภทสาธารณะ เช่น อาคารสำนักงาน จะต้องมีความสมบัติสวยงาม คงทนถาวร และต้องเป็นวัสดุที่ดูแลรักษาง่าย เพื่อประหยัดค่าดูแลรักษา ได้แก่ วัสดุประเภทไม้ โลหะ กระดาษ และผ้า ซึ่งจะกล่าวถึงวัสดุที่ใช้และมีความเหมาะสม โดยแบ่งประเภทต่างๆ ดังนี้

1. วัสดุประเภทหิน

เป็นวัสดุสำหรับผนังภายนอกและภายใน ซึ่งคุณสมบัติและลักษณะ ได้แก่ หินประเภทเนื้อละเอียด สามารถขัดให้เป็นมันได้ ควรหลีกเลี่ยงหินที่มีเนื้อหยาบ ขรุขระ เพื่อความทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศ สามารถใช้ได้กับผนังและพื้นที่ใช้งานสมบูรณ์ เพราะหินมีความแข็งแรงทนทานต่อการสัมผัสและทำความสะอาดง่าย ที่สำคัญให้ความรู้สึกถึงงดงาม หรูหรา

ตารางที่ 2.10 วัสดุประเภทหินชนิดต่างๆ

ชนิด	คุณสมบัติ
หินอ่อน	มีลักษณะเนื้อละเอียด ให้ความหรูหรา มีลวดลายตามธรรมชาติที่สวยงาม มีให้เลือกหลายสี เช่น สีชมพู สีเทา สีขาว สีเขียว สีดำ สีแดง ฯลฯ นิยมใช้กับผนังเป็นส่วนมากเพราะไม่คงทนต่อสารเคมี เกิดริ้วรอยขีดข่วนง่าย และต้องการการดูแลรักษา
หินแกรนิต	ใช้กรุผนังหรือพื้นทางเดินต่างๆ จัดเป็นหินที่แข็งแรง เนื้อแน่นและทนทานมาก เมื่อขัดเงาจะมีความมันวาวกว่าหินอ่อน ทนต่อสารเคมีบางชนิด บำรุงรักษาทำความสะอาดได้ง่าย
หินชนวน	เป็นหินที่มีผิวสัมผัสมันเรียบเป็นชั้นผลึก มีสีต่างๆ ให้เลือก ได้แก่ สีน้ำตาล เทา ดำ เป็นต้น มีราคาแพงแต่ประหยัดค่าดูแลรักษา
หินหล่อ	เป็นวัสดุประเภทหินผสมกับซีเมนต์ ให้คุณค่าน้อยกว่าหินแท้ คงทนทานและบำรุงรักษาได้ง่าย มีราคาถูกกว่าหินแท้
หินสังเคราะห์	เป็นหินซึ่งผลิตจากผงหินธรรมชาติ ได้แก่ หินอ่อน หินแกรนิต ผสมสารเคมีบางชนิดแล้วหล่อ มีความสวยงามคล้ายของจริง มีน้ำหนักเบาและถูกกว่า ไม่เหมาะกับทำพื้นและรับน้ำหนักที่มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วัสดุประเภทดินเผา

มีคุณสมบัติทนทานต่อดินฟ้าอากาศ และการสึกกร่อน สามารถกรุผนัง ปูพื้นได้ มีสีและลายให้เลือกมาก อีกทั้งยังบำรุงรักษาง่าย และราคาถูกกว่าหิน

ตารางที่ 2.11 วัสดุประเภทดินเผาชนิดต่างๆ

ชนิด	คุณสมบัติ
อิฐ	ใช้ได้ทั้งภายนอกและภายในอาคาร มีสีแดง แสด เหลือง เทา เป็นสิริธรรมชาติ หรือทาสีทับก็ได้
กระเบื้อง	แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ ชนิดเคลือบ (CERAMIC) และชนิดไม่เคลือบ ใช้เป็นวัสดุกรุเสา ผนัง และพื้น มีสีและลายให้เลือกมากมาย มีความทนทานในระดับหนึ่ง มีราคาถูก

3. วัสดุประเภทผสมเหลว

จัดเป็นวัสดุที่ใช้กันมากและจำเป็นสำหรับอาคารไม่ว่าจะใช้เชื่อมต่อกับอิฐหรือใช้ฉาบหน้าของผนังและพื้น เนื่องจากกรวัสดุบนผนังหรือพื้น เช่น อิฐ หิน กระเบื้องย่อมต้องการวัสดุผสมเหลวนี้นี้

ตารางที่ 2.12 วัสดุประเภทผสมเหลวชนิดต่างๆ

ชนิด	คุณสมบัติ
PLASTER & STUCCO	เป็นวัสดุปูนฉาบที่คงทนและประหยัดที่สุด ยากแก่การดูแลรักษา ไม่อ่อนตัวต่อการเปลี่ยนแปลง เหมาะสำหรับผนังซึ่งอยู่โดยรอบนอกอาคาร ปัญหาคือ ต้องทาสีบ่อยๆ และสีที่ทามากจะหลุดลอกหรือแตกร้าวเมื่อมีการใช้งานเป็นเวลานาน
คอนกรีตเปลือย	มักใช้ตกแต่งผนังในลักษณะต่างๆ คอนกรีตเปลือยฉาบสีปูนให้ความรู้สึกแข็งแรง มีพื้นผิวหยาบเป็นธรรมชาติ มีข้อเสีย คือดูแลรักษายาก ถ้ามีการสัมผัสบ่อยอาจทำให้สีฉาบสกปรกง่าย
หินขัด	เป็นการเอาเม็ดหินอ่อนผสมกับปูนซีเมนต์ขาวเทพื้นหรือหล่อแบบแล้วขัดด้วยเครื่องให้ผิวเรียบ มักใช้ในพื้นที่ขนาดใหญ่ มีความสวยงาม ทำลวดลายได้ตามต้องการ ป้องกันการแตกร้าวด้วยการแบ่งพื้นที่ตามลายด้วยเส้นทองเหลือง อลูมิเนียม หรือพลาสติก ใช้ได้ทั้งพื้นผนัง เสา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. วัสดุประเภทไม้

เป็นวัสดุธรรมชาติ ซึ่งจำเป็นต่อการออกแบบตกแต่งมาก นับตั้งแต่เครื่องเรือน นับตั้งแต่เครื่องเรือน วัสดุปูพื้น กระจุกผนัง ตลอดจนอุปกรณ์หรือของตกแต่งอื่นๆ คุณสมบัติของไม้ คือ มีความสวยงามแต่อ่อนตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 2.13 วัสดุประเภทไม้ชนิดต่างๆ

ชนิด	คุณสมบัติ
ไม้ธรรมชาติ	สามารถแปรรูปให้เข้ากับการใช้งานได้ง่าย สวยงามเพราะมีลวดลายในตัวของมันเอง สามารถนำมากรุผนังภายในอาคารและเครื่องเรือนต่าง
ไม้อัด	มีหลายประเภท เช่น ไม้อัดลึก ไม้อัดรองลึก ไม้อัดยาง มีขนาด 1.20 x 2.40 เมตร และหนา 4,6,10,15,20 มม. มีการตกแต่งด้วยซาลแล็ก แล็กเกอร์หรือพ่นสี ใช้กรุผนังและทำเครื่องเรือน
วีเนียร์	เป็นแผ่นไม้เยื่อบางๆ มีลวดลายต่างๆ ตามชนิดผิวไม้ นำมาใช้ในการทำผิวหน้าเครื่องเรือน ปัจจุบันเป็นที่นิยมมากเนื่องจากทรัพยากรมีจำกัด ไม่จำเป็นต้องใช้ไม้จริงทั้งชิ้นราคาไม่แพง

5. แผ่นวัสดุแข็งกรุผนัง

เป็นวัสดุซึ่งอัดประสานจากเศษไม้หรือเยื่อไม้ด้วยการอัดกาว ผลิตออกมาเป็นแผ่นๆ มีขนาดต่างๆ กัน มีน้ำหนักเบา ราคาถูก วัสดุประเภทนี้มีอยู่หลายชนิด

ตารางที่ 2.14 แผ่นวัสดุแข็งกรุผนังชนิดต่างๆ

ชนิด	คุณสมบัติ
แผ่น HARD BOARD	ผลิตจากใยไม้ หรือจากพืชบางชนิด แต่อัดอย่างสูงตอนผลิตทำให้คงอได้ ใช้ทำเป็นเชิงผนัง บุษบัง และทำเครื่องเรือน
แผ่นใยอัด	FIBER BOARD ผลิตจากเส้นใยอัดชนิดความหนาแน่นปานกลาง MEDIUM DENSITY FIBER BOARD หรือ แผ่น MDF ผลิต โดยใช้ไม้ยางพาราเป็นวัตถุดิบนำมาผสมกับสารยึดเกาะ มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับไม้ธรรมชาติ สามารถดัดตกแต่ง ตกตะปู แต่งขอบลิ้นร่องได้
แผ่น CHIP BOARD	ทำจากชิ้นเศษไม้ นำมาผสมกาว ทนไฟและความชื้น มีขนาดมาตรฐาน 4 x 8 ฟุต มีผิวต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิด	คุณสมบัติ
แผ่นฉนวน	INSULATION BOARD มีน้ำหนักมาก สามารถกันเสียง กันความร้อนและความชื้นได้
แผ่นเก็บเสียง	ACOUSTIC BOARD ชนิดเป็นเส้นใย มีลักษณะเป็นรูพรุน ใช้เก็บเสียงสำหรับห้องที่ต้องการซับเสียง

6. วัสดุกรุผนัง

วัสดุประเภทนี้สามารถนำมาตกแต่งได้บางส่วนของผนังเพื่อดึงดูดความสนใจ แต่ปัญหาคือวัสดุประเภทนี้ดูแลรักษาความสะอาดลำบากแต่ปัจจุบันมักใช้วัสดุกรุผนังทำจากไวนิลจึงตัดไป

ตารางที่ 2.15 วัสดุกรุผนังชนิดต่างๆ

ชนิด	คุณสมบัติ
กระดาษปิดฝาผนัง	WALL PAPER ปัจจุบันนำมาใช้ในการตกแต่งสำนักงานเป็นส่วนมากนอกจากการตกแต่งบ้านพักอาศัย แบ่งเป็นกระดาษและกระดาษผสม มีข้อเสีย คือ สกปรกง่าย ไม่ทนต่อการเปียกชื้น เหมาะที่จะใช้กับงานตกแต่งที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ หรืองานชั่วคราว
ไวนิล	ทำจากวัสดุประเภทยาง หรือพลาสติกทั้งแผ่น ทนทานต่อการขีดข่วน ทำความสะอาดง่าย
ไวนิลผสมกัมมะหยี่	เป็นการนำไวนิลมาเป็นแผ่นรอง และนำวัสดุอื่นๆ เช่น กัมมะหยี่มาเพิ่มความสวยงามหรูหราให้มากขึ้น มีผิวสัมผัสนุ่มนวล แต่ไม่ทนต่อความร้อนความชื้น
อลูมิเนียมฟรอยด์	มีผิวที่เงามันเหมือนโลหะ มีทั้งสีเงินและสีทอง ผิวลื่นเรียบ มีการพิมพ์ลายลงไปด้วย หรือสร้างพื้นผิวให้ดูขรุขระแปลกตาน่าสนใจยิ่งขึ้น

7. วัสดุโลหะ

ปัจจุบันโลหะเป็นวัสดุที่นำมาใช้ทำเครื่องเรือน อุปกรณ์สำนักงาน งานโครงสร้างต่างๆ โลหะที่ใช้กันมากได้แก่ เหล็กกล้า เหล็กปลอดสนิม อลูมิเนียม แมงกานีส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.16 วัสดุโลหะชนิดต่างๆ

ชนิด	คุณสมบัติ
เหล็ก	STEEL มีใช้ในงานโครงสร้างกันมาก ส่วนที่นำมาใช้ในการตกแต่งภายในมักจะมีการชุบโครเมียมหรือเคลือบสี มี 2 ชนิด - เหล็กแผ่น (STEEL PLATE) ไม่นิยมใช้ในการตกแต่ง ส่วนใหญ่ใช้ทำเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปสำนักงาน - เหล็กท่อ มีท่อกลม และท่อเหลี่ยมใช้ทำโครงสร้างการตกแต่งและเครื่องเรือนเป็นส่วนใหญ่
สแตนเลส	STAINLESS STEEL เป็นโลหะผสมชนิดที่ทนต่อสภาพอากาศได้ทุกชนิด ทำความสะอาดง่าย มีน้ำหนักใช้กรุผนัง เสา ตลอดจนการประดิษฐ์อักษรและสัญลักษณ์ต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในอาคาร
อลูมิเนียม	ALUMINUM ให้ความสว่างงาม น้ำหนักเบา ผิวเงาวาว ข้อเสีย คือ ทำปฏิกิริยากับกรดต่างและน้ำทะเล ผุกร่อนได้ นิยมทำเครื่องเรือนและอุปกรณ์วัสดุโครงสร้างต่างๆ
บรอนซ์	BRONZE เป็นโลหะที่แข็ง หรุกรานแต่ฟุ่มเฟือย ให้สีเป็นธรรมชาติ ภูมิคุณค่า ต้องดูแลรักษาบ่อย

8. วัสดุประเภทกระจก

ใช้ในงานการตกแต่งมาก มีให้ใช้หลายชนิดตามคุณลักษณะและประโยชน์ใช้สอยดังนี้

- กระจกตัดแสง HEAT ABSORBING GLASS
- กระจกสะท้อนแสง REFLECTIVE GLASS
- กระจกโฟลท FLOT GLASS
- กระจกฉนวน INSULATED GLASS
- กระจกนิรภัยชั้นเดียว TEMPERED GLASS
- กระจกนิรภัยหลายชั้น LAMINATED GLASS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. วัสดุประเภทพรม

เป็นวัสดุที่ให้ความรู้สึกหรูหราภูมิฐาน ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานให้ดีขึ้นและสามารถดูดซับเสียง ให้ความปลอดภัยและสะดวกสบาย ข้อเสียคือ ต้องดูแลเอาใจใส่เรื่องความสะอาด การสะสมฝุ่นและความชื้น ซึ่งเป็นตัวการทำให้พรมอาจหมดคุณค่าได้

ในสำนักงานที่ต้องการควบคุมระบบเสียงภายใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดสำนักงานแบบเปิดโล่ง มักจะใช้พรมเป็นวัสดุปูพื้นในส่วนทำงานทั่วไป เนื่องจากคุณสมบัติในการดูดซับเสียงมีอัตราสูงกว่าวัสดุปูพื้นชนิดอื่น เพราะไม่ทำให้เกิดเสียงขณะเดิน พื้นที่แข็งทำมาจากวัสดุ เช่น ไม้ กระเบื้อง ฯลฯ ทำให้เกิดเสียงฝีเท้าทุกอย่างก้าว ส่วนวัสดุที่นุ่ม เช่น พรมไม่ทำให้เกิดเสียง มีบรรยากาศที่ดีและทำให้มีสมาธิในการทำงาน แต่พรมไม่ใช่วัสดุถาวรสำหรับพื้น การเลือกใช้พรมต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เดินไปมาว่ามากน้อยเพียงไรนอกเหนือจากเรื่องความงาม จึงต้องเลือกพรมที่ทำด้วยวัสดุที่ทนทานมากน้อยตามความจำเป็น

พรมใยสังเคราะห์ เรื่องสำคัญของพรมนั้นขึ้นอยู่กับใยสังเคราะห์ที่นำมาใช้ เพราะมีข้อดีข้อเสีย จึงต้องพิจารณาในการเลือกใช้พรม

พรมขนสัตว์ เป็นสิ่งที่ถือว่าเป็นมาตรฐานสำคัญในการเปรียบเทียบกับวัสดุอื่นๆ นับเป็นวัสดุธรรมชาติที่เก่าแก่ที่สุด มีคุณสมบัติที่เพิ่มความงามได้เป็นพิเศษ เพราะนิ่มและเป็นเงางาม ทำความสะอาดง่าย ไม่เกิดรอยขีดข่วน ไหมยักและดืบไม่ติด แต่อาจเกิดโรคภูมิแพ้ได้ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลเสียเล็กน้อย ข้อที่สำคัญก็คือต้องลงทุนแพง จึงทำให้จำนวนการใช้พรมชนิดนี้มีเพียง 1% ของตลาดพรม แต่ถ้าเป็นบริเวณเล็กๆ ในสำนักงานส่วนตัวอาจใช้พรมชนิดนี้ก็ได้

ไนลอน คือ วัสดุที่ใช้ 80-85% ในการทำพรมช่วยทำให้พรมทน ย่อมง่าย เมื่อปรับปรุงต่อเนื่องกันเป็นเวลานาน พรมไนลอนจึงสามารถป้องกันดินและสนิมได้ และไม่เกิดประจุไฟฟ้าสถิตย์ พรมชนิดนี้สามารถใช้ในสวนใดๆ ของห้องได้เสมอ ไนลอนอาจผสมกับวัสดุอื่นๆ เพื่อให้พรมอยู่ตัวได้ดี

10. ผ้าปูและผ้าม่าน

เป็นวัสดุซึ่งช่วยเพิ่มบรรยากาศการตกแต่งภายใน ให้สวยงาม ดูนุ่มนวล เป็นสีสันทันกับสำนักงาน และยังช่วยซับเสียงได้ดี ใช้สำหรับกรุผนัง บูเครื่องเรือน ทำผ้าม่าน ฯลฯ

11. พลาสติก

เป็นวัสดุทันสมัย ทนน้ำ ทำความสะอาดง่าย มีหลายสีหลายลายให้เลือกใช้ สามารถดัดโค้งได้ เช่น ลามิเนต ใช้ในการกรุผนังและเพดาน เป็นต้น

การเลือกใช้วัสดุในการออกแบบ

วัสดุที่ใช้กับอาคารสถานศึกษา จะต้องมีความสมบัติที่ทนต่อสารเคมีได้ดี เป็นวัสดุที่คงทนถาวร สามารถดูแลรักษาทำความสะอาดได้ง่าย ได้แก่ วัสดุประเภท อิฐ หิน ไม้ โลหะ ฯลฯ การใช้วัสดุในการตกแต่งภายในอาคารสำนักงานบริษัท เมเจอร์ แอนด์ เวอร์เทซิ่ง จำกัด พิจารณาจากวัสดุตามตารางต่อไปนี้

ประเภทพื้น

ตารางที่ 2.17 วัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง

ชื่อวัสดุ	คุณสมบัติ	ข้อดี	ข้อเสีย
กระเบื้องกระจก	- ทนต่อการสึกหรอ - ไม่ซึมน้ำ - ทนกรด ต่าง	- ไม่มีรอยขีดข่วน - รักษาความสะอาดง่าย - สวยงาม - ไม่เก็บเสียง	- เสียงก้อง ไม่เก็บเสียง
กระเบื้องหินอ่อน	- ไม่เก็บเสียง - ทนทานต่อการขีดข่วน	- ทนทาน - แข็งแรง - สวยงาม - ให้ความรู้สึกเย็น	- เสียงก้อง - ไม่ทนกรด - ราคาแพงมาก
โมเสคหินอ่อน	- อ่อน - สวย	- สวย - ให้ความรู้สึกเย็น	- เป็นรอยขีดข่วน - แพง - ทำความสะอาดลำบาก
กระเบื้องเคลือบ	- ทนการสึกกร่อน - ทนสารเคมี - ให้ความรู้สึกเย็น - ทนต่อต่างได้ดี - ทนสารเคมี - รักษาความสะอาดง่าย	- ไม่มีรอยขีดข่วน - แข็งแรง	- เสียงก้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อวัสดุ	คุณสมบัติ	ข้อดี	ข้อเสีย
โมเสตกระจก	- ทนทาน - ไม่เก็บเสียง	- แข็งแรงทนทาน - ทนกรด ต่าง ไขมันและน้ำมัน - ให้ความรู้สึกเย็น	- เสียงก้อง
กระเบื้องหินควอทซ์	- ทนทาน - ไม่ลื่น - ไม่เก็บเสียง	- แข็งแรง ทนทาน - ทนกรด น้ำมัน ต่างได้ดี	- เสียงก้อง

ประเภทผนังและเพดาน

ตารางที่ 2.18 วัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง

ชื่อวัสดุ	คุณสมบัติ	ข้อดี	ข้อเสีย
ผนังอิฐ	- ทนทาน - ทนกรด	- แข็งแรง ทนทาน - สวย - นานถ้าจะเปลี่ยนวัสดุตกแต่งอื่น	
แผ่นเส้นใย	- เก็บเสียงได้ดี - ทนความร้อน - ทนน้ำ	- น้ำหนักเบา - ไม่สะท้อนเสียง - ทนน้ำ - ทนความร้อน	- ไม่ทนแรงอัด
แผ่นฮาร์ดบอร์ด	- ทนการขีดข่วน - ทนต่อการใช้งาน	- ทนต่อการขีดข่วน - แข็งแรง - ทนน้ำได้ดี	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อวัสดุ	คุณสมบัติ	ข้อดี	ข้อเสีย
แผ่นรีพอร์ด	- ทนความชื้น - ทนต่อไฟพอสสมควร	- ทนต่อการขีดข่วน - ทนไฟพอสสมควร - ทนความชื้น - ทนความร้อน	- กระทบแรงอาจแตกได้ และเป็นรอยขีดขูดได้
ไม้อัด	- ทนทาน - ไม่มีการหดตัว	- ทึบไม้เพราะทำได้บางกว่าไม้จริง - น้ำหนักมากกว่าไม้แปรรูป - ง่ายต่อการทาสี ย้อมสี - มีความแห้งพอ - ยึดหดตัวน้อยกว่าไม้แปรรูป	- บางชนิดโดนน้ำแล้วเสื่อมคุณภาพ
กระเบื้องคอนกรีต	- ทนต่อการสึกหรอ - ไม่ซีมน้ำ - ทนกรด ด่าง	- ไม่มีรอยขีดขูด - รักษาความสะอาดง่าย - ทนกรด ด่าง - ไม่เก็บเสียง	- เสียงก้อง ไม่เก็บเสียง
แผ่นหินธรรมชาติ	- ทนทาน - ไม่เก็บเสียง	- แข็งแรง ทนทาน - ทนต่อการสึกหรอ	- เสียงก้อง
กระเบื้องหินขัด	- ทนทาน - ไม่เก็บเสียง	- แข็งแรง ทนทาน - ขัดเงาได้ - ทนด่าง - รักษาง่าย - สะอาด - เรียบร้อย	- ลื่นเมื่อเปียก - เสียงก้อง - ไม่ทนกรด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อวัสดุ	คุณสมบัติ	ข้อดี	ข้อเสีย
แผ่นลินโนเลียม	- เก็บเสียง - ทนทาน - ยืดหยุ่นได้ดี - ทนความชื้นได้ปานกลาง	- ไม่ลื่น - ทนทานพอสมควร - ทนความชื้นพอสมควร - ไม่สะท้อนเสียง - ให้ความรู้สึกอบอุ่น	- ไม่ทนต่าง
พรม	- นุ่ม - เก็บเสียง - ทนทาน	- สวย - ไม่สะท้อนเสียง - ทนทานพอสมควร - นุ่ม	- โดนน้ำไม่ได้
กระเบื้องยาง	- ทน - เก็บเสียง - ทนน้ำ	- ทนทานต่อการใช้งาน - ไม่สะท้อนเสียง - ทนต่อน้ำ - รักษาความสะอาดง่าย	- บางอย่างหดตัวเป็นเส้น นูน - บางชนิดสีจะละลายจาง
ไม้	- ทนทาน - ไม่ลึกรอ	- สวย - ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ	- ถ้าอบไม่แห้งอาจโก่งงอ ได้
กระเบื้องแผ่นเรียบ	- เรียบ - สีเทา - ทนความร้อน	- ไม่ฝุ่น - กันปลวก - ง่ายต่อการติดตั้ง	- ต้องใช้สว่านเจาะก่อน ตอกตะปู - โดนกระแทกอาจแตกได้
กระดาดขานอ้อย	- เนื่อนิ่ม - เก็บเสียง - ทนความร้อน	- ไม่สะท้อนเสียง - น้ำหนักเบา - ง่ายต่อการติดตั้ง	- กระแทกแรงอาจนุ่มหรือ ผู้ได้
แอกคูติกบอร์ด	- ผิวเรียบ - เก็บเสียง - ฉนวนไฟ	- ไม่สะท้อนเสียง - ไม่เป็นลื่นไฟ - ป้องกันความร้อนจาก ภายนอก	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อวัสดุ	คุณสมบัติ	ข้อดี	ข้อเสีย
วอลเปเปอร์ 1.ไม่เคลือบน้ำมัน	- ติดซึมได้ดี	- ลวดลายสวย - ประหยัด	- ติดซึมน้ำได้ดี - รักษาความสะอาดยาก
2.ด้านหน้าเคลือบไวนิว	- กันการดูดซึม	- ทำความสะอาดได้ - กันการดูดซึมน้ำ	- รื้อติดใหม่ไม่ได้
เซรามิคแต่งผนัง	- มีลวดลายจบในตัว - ทนทาน - ไม่เก็บเสียง	- ลวดลายสวย - แข็งแรงทนทาน - ทำความสะอาดง่าย	- สะท้อนเสียง
กระจก	- ไม่เก็บเสียง - คนไฟ - ทนการสีกร่อน	- มีความโปร่งใสฝ้าไม่ดู - มีสีผิวให้เลือกมากมาย - ไม่ไหม้ไฟ	- แดง่าย - ราคาสูง - ทำให้โค้งงอไม่ได้ - ตัดเว้าโค้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.14 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

2.14.1 บริษัท CINE DIGITAL SOUND CO., LTD.

ที่ตั้ง. ชั้นที่ 9 อาคารทัศนียา

ขนาดพื้นที่วิเคราะห์. มีขนาด 28 ตารางเมตร

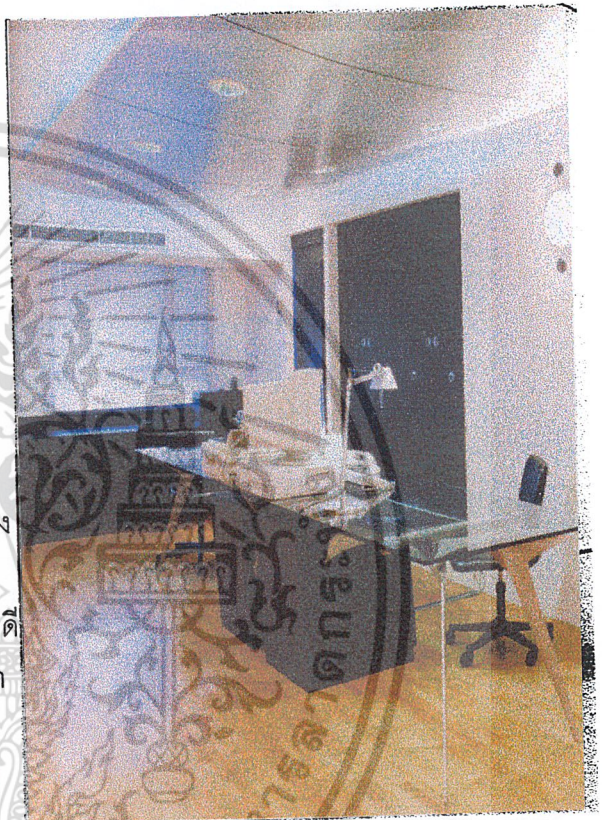
การศึกษาโครงการ

บริษัท CINE DIGITAL SOUND CO., LTD.

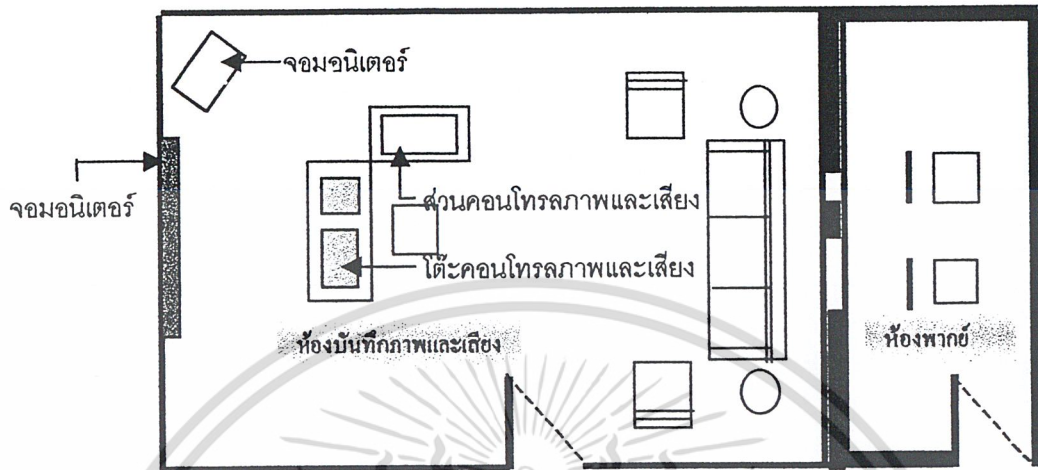
เป็นบริษัทดำเนินธุรกิจอัดเสียง และเกี่ยวข้องกับวง
การโฆษณาด้วยระบบดิจิทัล

สำหรับสำนักงานห้องอัดเสียงซึ่งมีข้อจำกัดในการ
ออกแบบ แต่การตกแต่งของสำนักงานนี้ก็ได้เป็น
อย่างดี

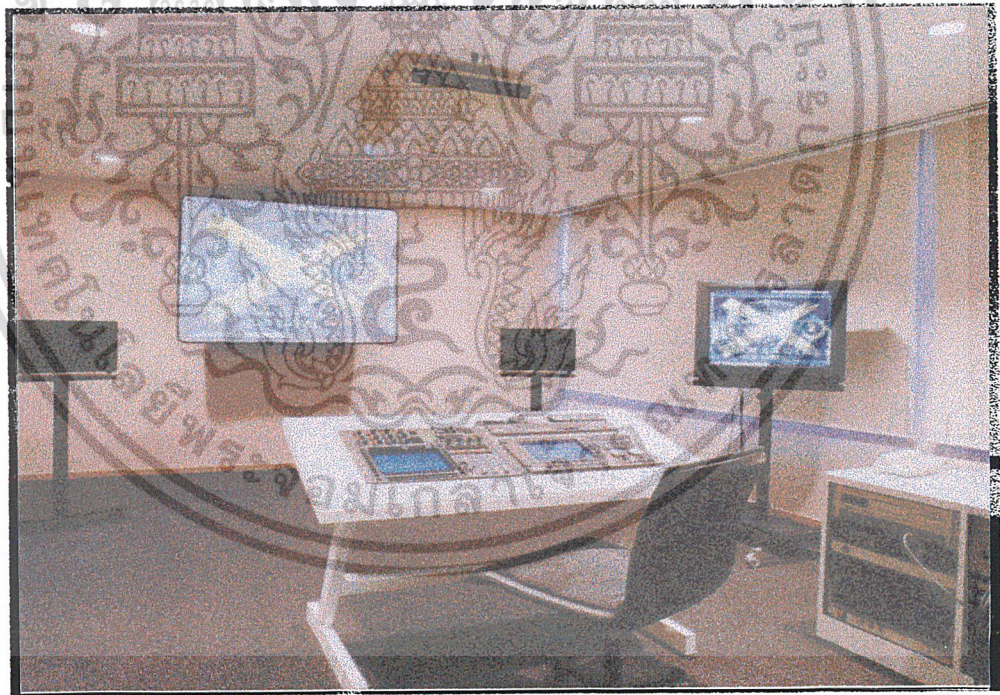
วัสดุที่เลือกใช้และผนังหนา มีผลต่อการสะท้อนของ
เสียงซึ่งนอกจากจะให้ความสวยงามแล้วยังต้องป้อง
กันเสียงรบกวนทั้งจากภายในและภายนอกห้องอย่างดี
เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องเสียงทำให้ห้องดูแคบเนื่องจาก
ฝ้าเพดานเตี้ย นักออกแบบจึงหาทางแก้ด้วยการออก
แบบภายในห้องให้ดูโปร่งและเลือกใช้แสงสี WARM
WHITE ทำให้ดูอบอุ่น



ภาพที่ 2.51 แสดงภายใน Office ของห้อง Control การ
ตกแต่งคำนึงถึงการป้องกันเสียงรบกวนเป็นสำคัญ



ภาพที่ 2.52 แสดงแปลนเฟอร์นิเจอร์ห้องบันทึกภาพและเสียง

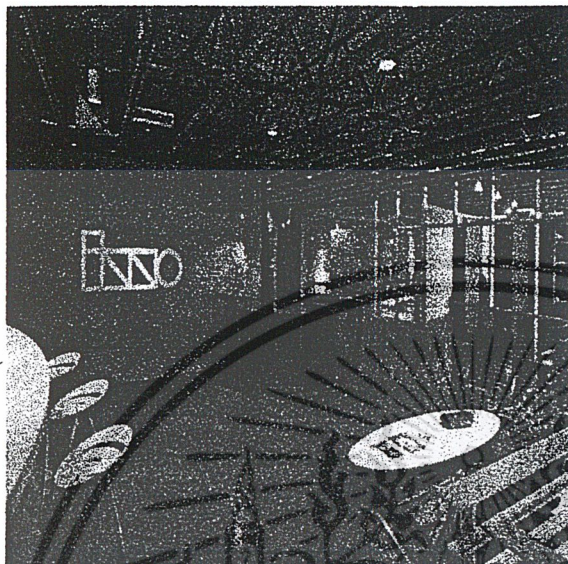


ภาพที่ 2.53 แสดงภายในห้องบันทึกเสียง ที่การตกแต่ง
 หลีกหนีจากรูปแบบเดิมๆของห้องบันทึกเสียงโดยทั่วไป
 อีกทั้งวัสดุที่นำมาใช้ยังต้องคำนึงถึงการดูดซับเสียงอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ (ต่างประเทศ)

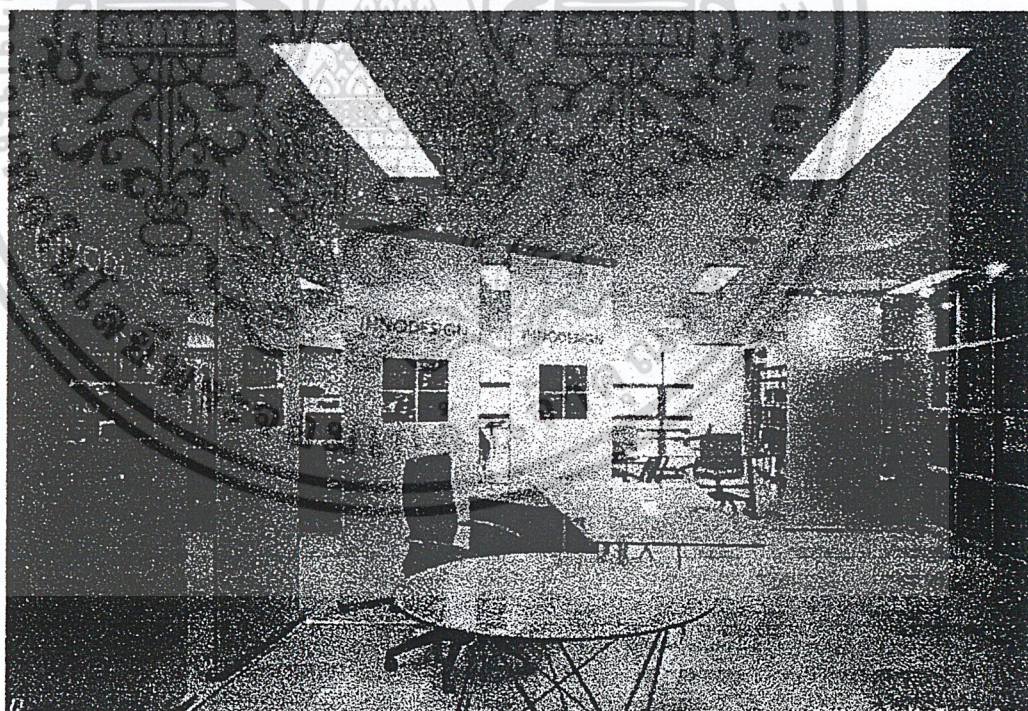
2.14.2 บริษัท INNO DESING CO., LTD.



ภาพที่ 2.54 แสดงถึงส่วนโถงต้อนรับที่มีสีสัน

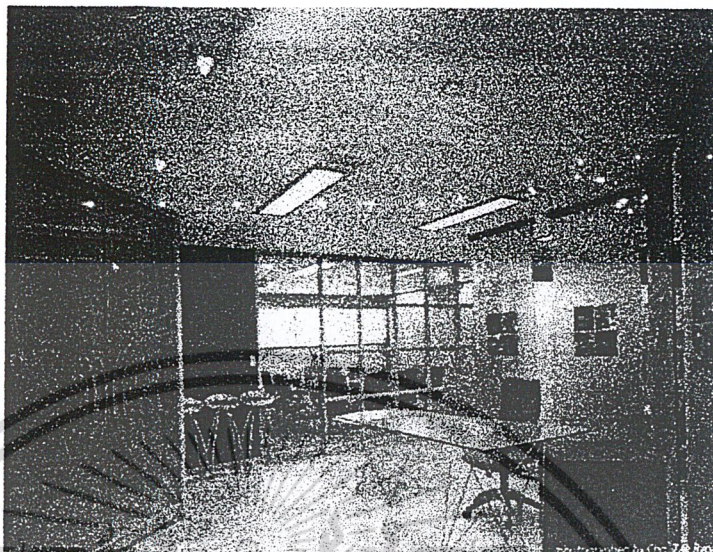
เนื่องจากเป็นบริษัทในการสร้างสรรค์งาน ออกแบบ การออกแบบบริษัทของตนเอง สามารถบ่งบอกถึง แนวทางในการทำงานของ บริษัทได้เป็นอย่างดี และบริษัทนี้ก็ได้ถ่ายทอด ความเป็นตัวของตัวเองออกมาอย่างเด่นชัดใน การตกแต่ง

สีสันทันร้อน , เฟอร์นิเจอร์ที่ดูแปลกตา แสดงให้เห็นว่านักออกแบบเน้นที่จะแสดงออก ให้ลูกค้าเห็นถึงฝีมือที่จัดจ้านในการทำงาน



ภาพที่ 2.55 แสดง การแบ่งพื้นที่ด้วยผนังเบาเป็นการกำหนดพื้นที่ด้วยเฟอร์นิเจอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

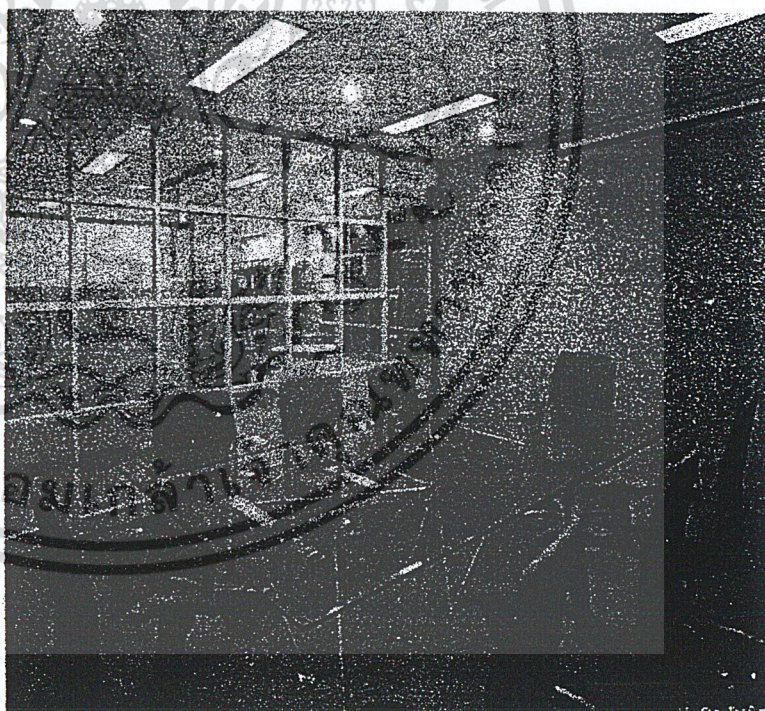


ภาพที่ 2.56 แสดงส่วนบริเวณหน้าห้องประชุมแผนก

ภาพ แสดงภาพส่วนห้องประชุม

ข้อจำกัดของพื้นที่ที่มีอยู่ทำให้การตกแต่งห้องประชุมภายในแผนกนี้ ต้องทำให้ห้องลดความอึดอัดลง โดยผนังกรอบไม้กระจะจกใสเพื่อดึงพื้นที่ภายนอกเข้ามารวมกับภายใน อีกทั้งต้องการลดความเคร่งเครียดที่อาจเกิดขึ้นได้จากการประชุม

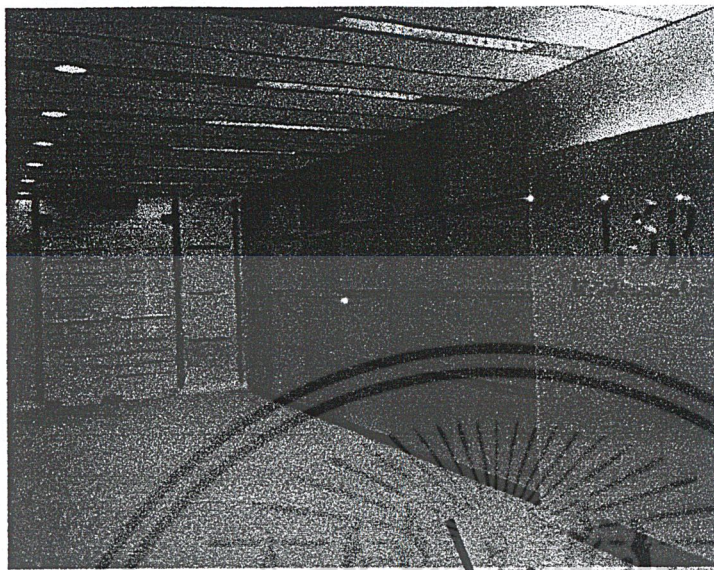
การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์โต๊ะประชุม Top กระจะจกใสก็เพื่อต้องการให้บรรยากาศของห้องออกมาอย่างที่ต้องการ



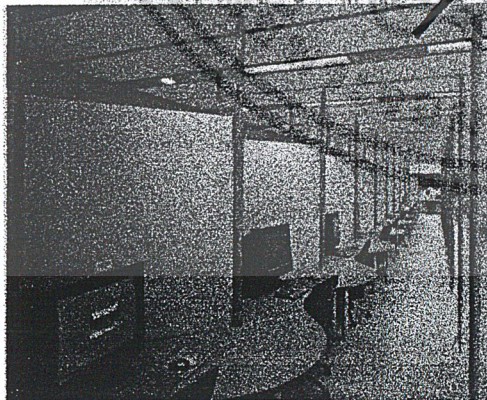
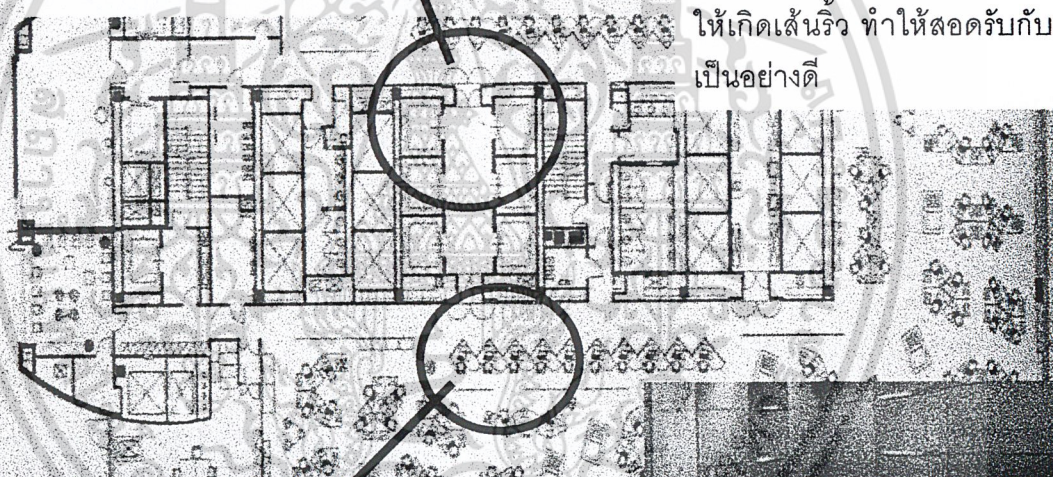
ภาพที่ 2.57 แสดงส่วนห้องประชุมฝ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

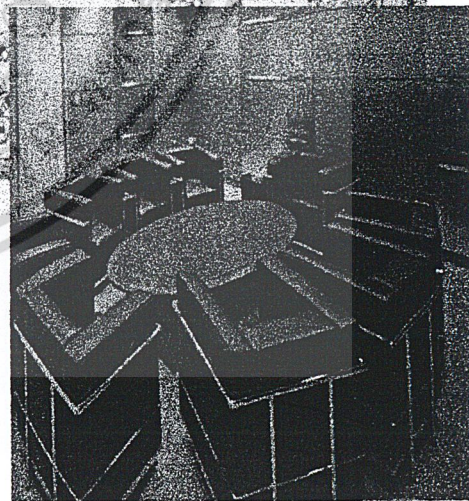
2.14.3 บริษัท LG Corporate Design Center (กรุงเทพฯ ประเทศไทย)



ภาพที่ 2.58 แสดงพื้นที่ส่วนโถงลิฟต์



ภาพที่ 2.59 แสดงการใช้ผนังเบาเพื่อแบ่งพื้นที่ ส่วนกลุ่มโต๊ะคอมพิวเตอร์



ภาพที่ 2.60 แสดงพื้นที่ส่วนปรึกษาพูดคุย

บริษัท LG Corporate Design Center เป็นบริษัทใหญ่ที่ผลิตสินค้ามากมายหลายประเภท ส่วนที่จะศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของฝ่าย Cooperate Desing center และ LSR.(Life และ Soft Research Center)

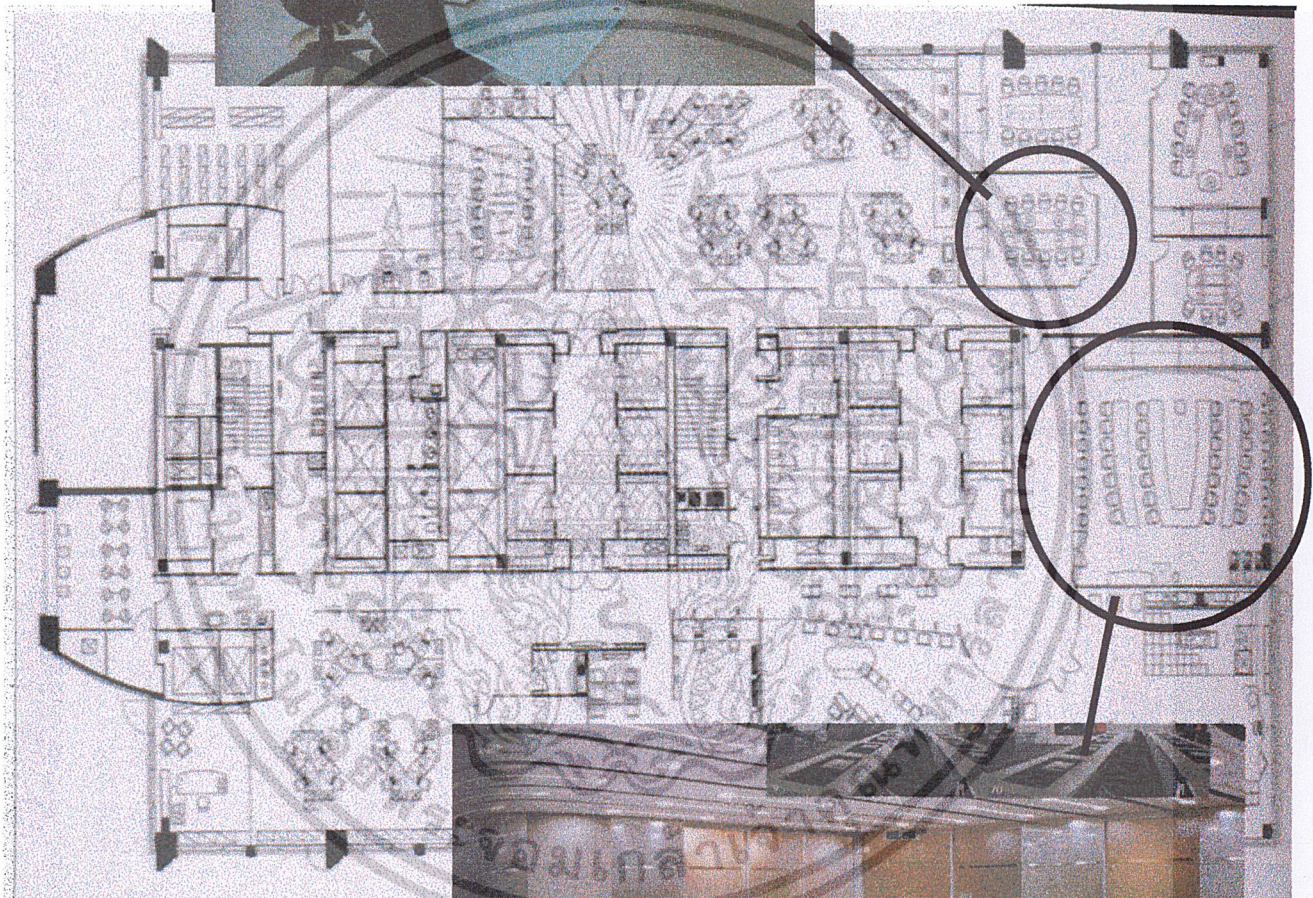
พื้นที่ส่วนโถงลิฟต์ ผนังกรุผนังแผ่นเลสทั้งแบบมันวาวและแบบด้านสลับกันเพื่อทำให้เกิดความหลากหลายจนถึงประตูกระจกฝ้าที่เว้นช่องความใสให้เกิดเส้นริ้ว ทำให้สอดคล้องกับผนังเป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ส่วนห้องประชุมย่อยของบริษัท
บรรยากาศเครื่องขีมิเพื่อให้ผู้
ประชุมเกิดสมาธิผนังของห้องแม้
จะเป็นการทำสีแต่ลวดลายยังเป็น
ลักษณะเดียวกันกับส่วนอื่น

ภาพที่ 2.61 แสดงส่วนห้องประชุม



ห้องประชุมใหญ่ วัสดุ
ส่วนใหญ่ยังคงเป็น สเตน
เลสและกระจกฝ้าทำลวด
ลายต่อเนื่องกัน การให้
แสงไฟในห้องตกกระทบ
กับวัสดุตกแต่งทำให้เกิด
ความรู้สึกคล้ายอยู่ใน
อวกาศ



ภาพที่ 2.62 แสดงส่วนห้องประชุมใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3.

การศึกษารายละเอียดของโครงการ

3.1 รายละเอียดสถานที่ตั้งโครงการ

3.1.1.สถานที่ตั้ง

อาคารสำนักงานบริษัทเมเจอร์ แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด เป็นบริษัทผลิตผลงานโฆษณา ซึ่งตั้งอยู่บนอาคารสำนักงาน 7 ชั้น แขวงหนองบอน เขตประเวศ

3.1.2.สภาพอาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ

ซึ่งเป็นพื้นที่ทางด้านหน้าของโครงการ มีถนนชื่อซอย.แมริแลนด์ตัดผ่านกว้าง 5 เมตร ส่วนฝั่งตรงข้ามถนนเป็นพื้นที่โล่ง



ภาพที่ 3.1 แสดงอาณาเขตติดต่อด้านทิศเหนือ

ทิศใต้

ซึ่งเป็นด้านหลังของอาคารสำนักงานเป็นพื้นที่โล่ง



ภาพที่ 3.2 แสดงสภาพอาณาเขตติดต่อด้านทิศใต้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.3 แสดงภาพอาณาเขตติดต่อด้านทิศตะวันออก

ทิศตะวันออก

มีอาณาเขตติดต่อกับบ้านพักอาศัยซึ่งถูกดัดแปลงให้เป็นบริษัทรับออกแบบตกแต่งภายใน-
รับเหมาและทำเฟอร์นิเจอร์



ภาพที่ 3.4 แสดงภาพอาณาเขตติดต่อด้านทิศตะวันตก

ทิศตะวันตก

มีอาณาเขตติดต่อกับบ้านพักอาศัยของ คุณ. นิรุตน์ ตันอนุชิตติกุล ซึ่งเป็นกรรมการผู้จัดการของ
บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซ์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.3. ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะที่ตั้งตามภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร โดยประมาณอยู่ที่ ละติจูด 13-24 องศาเหนือ ลองจิจูด 100-30 องศาตะวันออก อยู่ในแถบเส้นศูนย์สูตร ลักษณะทั่วไปของกรุงเทพมหานครเป็นที่ราบลุ่ม มีความสูงจากระดับน้ำทะเลโดยเฉลี่ยประมาณ 1.50 เมตร ลักษณะของพื้นดินเป็นดินเหนียวส่วนใหญ่

ลักษณะภูมิอากาศ

กรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ใกล้อ่าวไทย ทำให้ลมมรสุมพัดผ่านทำให้เกิดฤดูกาลต่างๆ 3 ฤดู ได้แก่

- ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - เดือนเมษายน อุณหภูมิสูงอากาศร้อน แห้งแล้ง อาจมีฝนตกบ้างเล็กน้อย อุณหภูมิสูงสุดระหว่าง 34 -39 องศา

- ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - เดือนตุลาคม ในฤดูนี้ในอากาศมีความชื้นมาก ความชื้นสัมพัทธ์สูงสุดระหว่าง 90-94 % ต่ำสุดระหว่าง 56-70 % ฝนจะตกหนักมากระหว่างเดือนกันยายน-ตุลาคม มีปริมาณน้ำฝน 200-300 มิลลิเมตร ฝนจะสาดตามแรงลมมักพัดมาจากทิศตะวันตกเฉียงใต้

- ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ประมาณเดือนพฤศจิกายน-เดือนมกราคม ช่วงนี้จะไม่ค่อยมีฝนตก อุณหภูมิจะลดลง อากาศหนาว แสงแดดสดใส อุณหภูมิต่ำสุดระหว่าง 15-23 องศา

ทิศทางลม

ทิศทางลมที่พัดผ่านกรุงเทพมหานครจะพัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปสู่ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เรียกว่าลมฤดูร้อนซึ่งพัดตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-เดือนกันยายน ส่วนลมฤดูหนาว จะพัดจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือมายังทิศตะวันตกเฉียงใต้

ปริมาณน้ำฝน

ฝนตกโดยเฉลี่ยประมาณ 155 มิลลิเมตร/ปี และเดือนที่ฝนตกชุกที่สุด คือเดือนกันยายน ปริมาณน้ำฝนโดยเฉลี่ย 275 มิลลิเมตร/เดือน เดือนที่มีฝนตกน้อยที่สุดคือเดือนมกราคม ปริมาณน้ำฝนโดยเฉลี่ย 15 มิลลิเมตรถึงไม่มีฝนตกเลย

แสงแดด ทางเดินของดวงอาทิตย์ส่วนใหญ่จะเดินอ้อมใต้เป็นระยะเวลาถึง 8 เดือน เดือนที่มีดวงอาทิตย์เดินอ้อมใต้มากที่สุดคือเดือน ธันวาคม ซึ่งคิดในทางระนาบ 8.00น.และ18.00น.เส้นทางเดินเอียงออกจากแนวตะวันออกและตะวันตกถึง 30 องศา วัดในแนวตั้งเอียงถึง 70 องศา ส่วนใหญ่ในเดือนที่ดวงอาทิตย์จะไม่เดินทางอ้อมใต้มีเพียง 4 เดือน คือตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - เดือนสิงหาคม

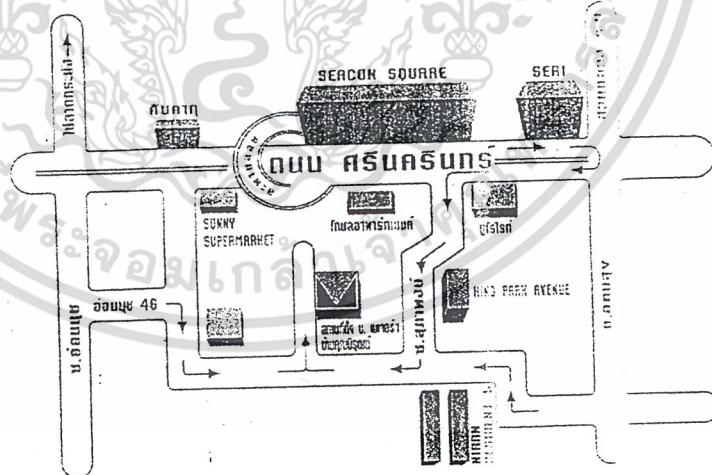
ตารางที่ 3.1 อุณหภูมิเฉลี่ยของกรุงเทพมหานคร หน่วยเป็นองศาเซลเซียส

เดือน	อุณหภูมิ (องศาเซลเซียส)	เดือน	อุณหภูมิ (องศาเซลเซียส)
มกราคม	26.1	กรกฎาคม	28.4
กุมภาพันธ์	29.7	สิงหาคม	27.7
มีนาคม	29.3	กันยายน	26.9
เมษายน	30.0	ตุลาคม	25.0
พฤษภาคม	29.7	พฤศจิกายน	25.5
มิถุนายน	29.0	ธันวาคม	22.6

3.1.4. เสี่ยงรบกวน

อาคารสำนักงานบริษัท.เมเจอร์แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ตั้งอยู่ในอาณาบริเวณที่สิ่งปลูกสร้างไม่หนาแน่นมากนัก รอบอาคารมีเพียงบ้านพักอาศัยและทุ่งโล่งเท่านั้น ส่วนของถนนที่ตัดผ่านทางด้านหน้าของอาคารก็เป็นเพียงถนนตัดผ่านเพื่อเข้าซอย ซึ่งการสัญจรไม่หนาแน่น เสี่ยงรบกวนโดยรอบเพียงเล็กน้อยนี้ไม่เพียงพอที่จะสร้างปัญหาให้แก่อาคารได้

แผนที่แสดงที่ตั้ง บริษัทเมเจอร์ และบ้านคุณนิรุชน



ภาพที่ 3.5 แสดงเส้นทางสัญจรเข้าสู่โครงการ

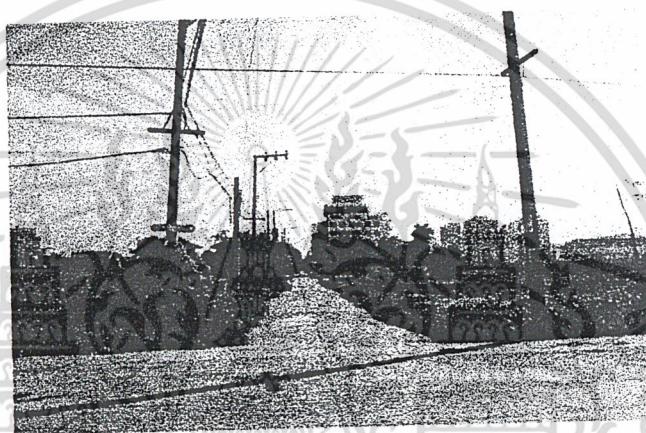
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.5. การเข้าสู่โครงการ

การเข้าสู่โครงการสามารถเข้าได้ถึง 2 เส้นทางหลักดังนี้

1. ด้านถนนศรีนครินทร์ โดยเข้าทางซอยสุภาพงศ์ ทางนี้ไม่มีรถโดยสารประจำทางให้บริการ มีแต่การให้บริการของมอเตอร์ไซด์รับจ้าง

2. ด้านถนนสุขุมวิท.77 (ซอย.อ่อนนุช) โดยเข้าทางซอยอ่อนนุช 46 หรือซอยหมู่บ้านมิตรภาพทางนี้จะมีรถโดยสารประจำทางของหมู่บ้านมิตรภาพแต่ต้องลงตรงบริเวณแยก แล้วจะเดินหรือจะใช้บริการของมอเตอร์ไซด์รับจ้างก็ใช้เวลาไม่นานก็จะเข้าสู่โครงการได้ทางซอยคันทรี่แลนด์



ภาพที่ 3.6 แสดงทัศนียภาพบริเวณปากซอยคันทรี่แลนด์

3.1.6. สภาพการจราจร

สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการ ส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่โล่งและอยู่ห่างจากถนนใหญ่พอสมควร การจราจรโดยรอบโครงการจึงไม่มีปัญหา ที่จะมีปัญหาก็คือการจราจรบริเวณเส้นทางหลักด้านถนนศรีนครินทร์และถนนสุขุมวิท 77 โดยเฉพาะทางด้านถนนศรีนครินทร์การจราจรทางด้านปากทางซอยสุภาพงศ์มีการจราจรที่คับคั่งมาก เนื่องจากบริเวณนี้มีอาคารบ้านเรือนและประชากรพักอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นมาก อีกทั้งเส้นทางนี้เป็นทางผ่านเข้าออกระหว่างซอยอ่อนนุช 46 และซอยสุภาพงศ์ เพื่อที่จะทะลุออกไปสู่ถนนศรีนครินทร์แล้วเข้าสู่ห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์ ห้างสรรพสินค้าซึ่งผู้คนบริเวณนี้นิยมเข้ามาจับจ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภค-บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.7. สภาพลักษณะโครงสร้างอาคารและโครงสร้างภายในของอาคาร

สภาพลักษณะอาคารสำนักงาน บริษัทเมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัดเป็นอาคารสูง 7 ชั้น โดยมีลักษณะดังนี้

ส่วนที่ 1. ส่วนจอดรถ อยู่บริเวณชั้นที่ 1.ของตัวอาคารซึ่งจะทำให้ที่จอดรถเป็นส่วนเดียวกับตัวอาคาร ไม่แยกออกจากส่วนสำนักงาน อีกทั้งยังสามารถเข้าสู่ส่วนต่างๆของตัวอาคารได้โดยตรงทางลิฟท์หรือบันได

ส่วนที่ 2. ส่วนอาคารสำนักงาน ตั้งแต่พื้นที่ชั้นที่ 2.-ชั้นที่ 7. ซึ่งเป็นพื้นที่ของบริษัทเมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด

ส่วนที่ 3. ส่วนดาดฟ้าและส่วนอุปกรณ์เครื่องลิฟต์ อีกทั้งเป็นพื้นที่สำหรับแทงค์เก็บน้ำเพื่อสำรองไว้ใช้ในตัวอาคาร

สภาพโครงสร้างภายในอาคาร

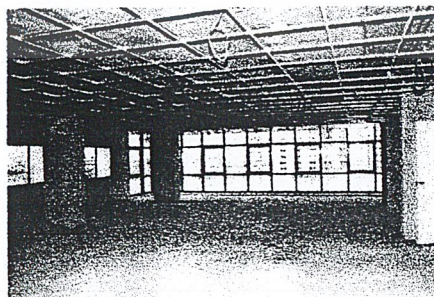
การจัดรูปแบบสำนักงานภายในอาคาร บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด สามารถกำหนดพื้นที่ภายในอาคารได้ดังต่อไปนี้

1. ส่วนสำนักงานได้กำหนดส่วนพื้นที่ภายในให้มีขนาดกว้างขวางเพื่อให้อุดมคล้องกับการจัดสำนักงานและเพื่อใช้ประโยชน์ในการจัดเฟอร์นิเจอร์ได้อย่างเต็มที่ซึ่งจะทำให้สามารถแบ่งพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมกับระบบของแต่ละหน่วยงานในบริษัท

2. จุดประสงค์ของการใช้พื้นที่ที่เปิดโล่งเหมาะสำหรับสำนักงานสมัยใหม่ซึ่งมีการปฏิบัติงานและกิจกรรมประเภทเดียวกันดำเนินอยู่บนพื้นที่เดียวกัน (Floor Area) ตลอดจนเน้นถึงการติดต่อประสานงานที่รวดเร็ว คล่องตัวตลอดจนมีความยืดหยุ่น (Flexibility)

3. ลักษณะพื้นที่ภายในโดยรวมมีลักษณะ Deep Space ทำให้สามารถจัด Open Lay-Out Landscape ได้อย่างเหมาะสม ทำให้ง่ายแก่การเปลี่ยนแปลงการจัดรูปแบบสำนักงาน

4. ระยะช่วงเสา (Span) ภายในอาคารสำนักงาน เหมาะกับการจัดรูปแบบสำนักงานแบบเปิดโล่ง (Open Lay-Out Landscape)



ภาพที่ 3. 7 แสดงลักษณะระยะช่วงเสาภายในอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.8 แสดงรูปด้านอาคารด้านทิศเหนือ



ภาพที่ 3.9 แสดงรูปด้านอาคารทางด้านทิศใต้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.10 แสดงรูปด้านอาคารด้านทิศตะวันออก



ภาพที่ 3.11 แสดงรูปด้านอาคารด้านทิศตะวันตก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.8 ทางสัญจรภายในอาคาร

1. โถงทางเข้า สามารถเข้าสู่ตัวอาคารได้ 2 ทาง โดยทางเข้าทางด้านหน้าอาคารเป็นทางบันไดไปสู่ชั้น 2 โดยตรง ส่วนอีกทางสามารถเข้าทางลิฟต์ซึ่งสามารถเข้าได้ตั้งแต่ที่บริเวณจอดรถ

2. ส่วนของทางสัญจรภายในแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

- ส่วนทางเดินสำหรับพนักงานของบริษัท

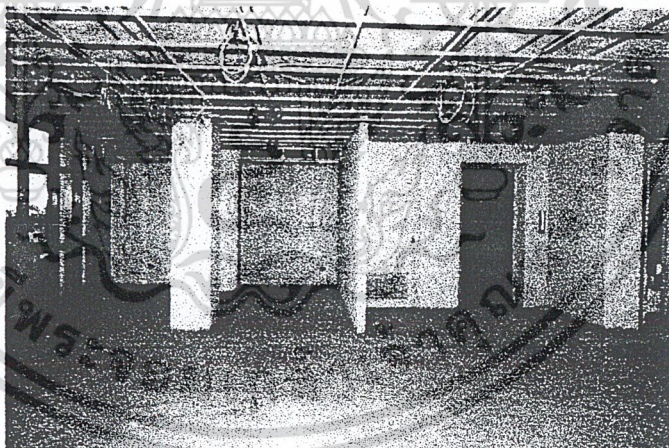
- ส่วนทางเดินของบุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อทำธุระกับทางบริษัท

3. ทางบันได เป็นทางเดินเชื่อมระหว่างชั้นต่อชั้น อาคารนี้มีทางขึ้นลงทั้งหมด 2 ทางด้วยกัน

- ทางบันไดหลัก อยู่ทางด้านข้างของลิฟต์สำหรับพนักงานของบริษัทและบุคคลภายนอกที่เข้ามาติดต่อทำธุระกับทางบริษัท

- ทางบันไดหนีไฟ อยู่ติดกับบันไดหลักใช้สำหรับกรณีฉุกเฉินเช่นการเกิดอัคคีภัยภายในอาคาร

4. ลิฟต์ เป็นทางที่จะสามารถไปยังชั้นต่างๆได้สะดวกขึ้น โดยอาคารนี้มีลิฟต์ให้บริการอยู่ 1 ตัว สำหรับบริการผู้ที่จะไปยังส่วนต่างๆของอาคาร



ภาพที่ 3.12 แสดงส่วนโถงลิฟต์

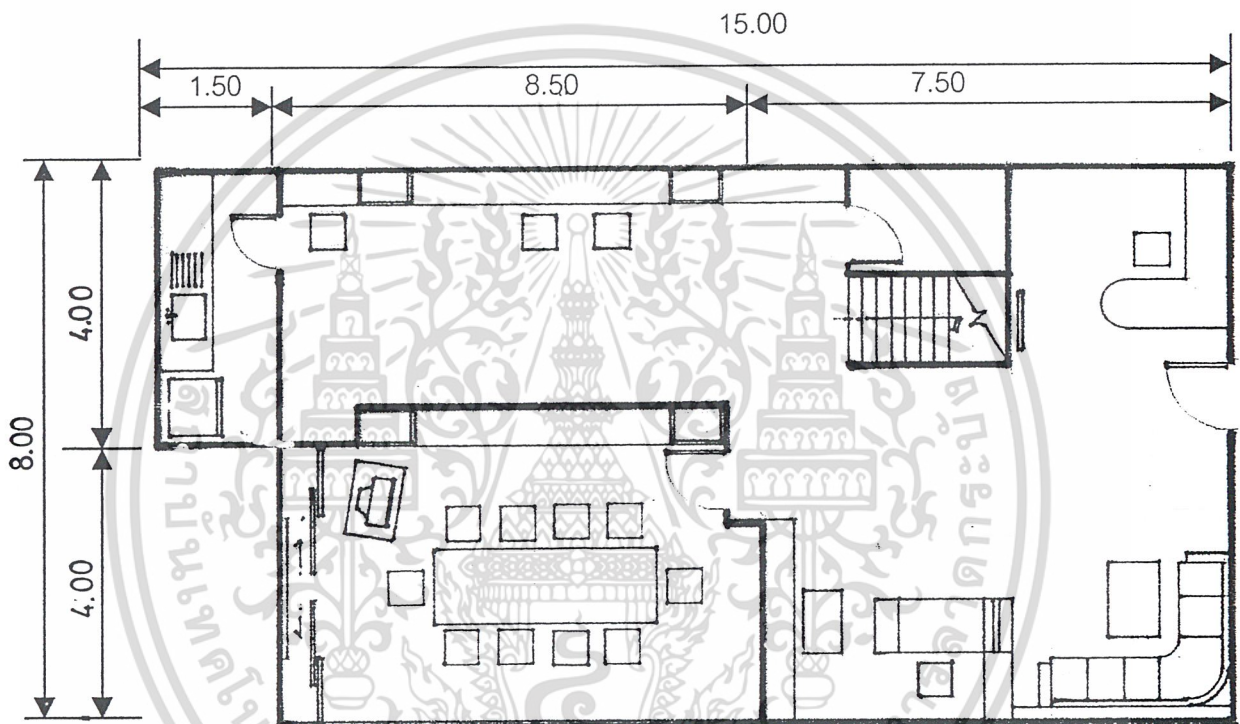
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การศึกษาสภาพสำนักงานเดิม

บริษัท เมเจอร์แอดเวอร์ไทซิง จำกัด 1154/1 สุขุมวิท 71 คลองตัน พระโขนง กรุงเทพฯ 10250

อาคารสำนักงานบริษัท เมเจอร์แอดเวอร์ไทซิง จำกัด เป็นอาคารพักอาศัย อยู่ในหมู่บ้านรามาทาว์เฮาส์ ซึ่งทางบริษัท ทำการดัดแปลงมาเป็นสำนักงานโดยใช้อาคารทั้งสิ้น 3 คูหา โดยแต่ละคูหาไม่ต่อเนื่องกัน

1. อาคารหลังที่ 1 (4 ชั้น)



ภาพที่ 3.13 แสดงภาพแปลนอาคาร หลังที่ 1 ชั้นที่ 1

องค์ประกอบภายในอาคาร

ชั้นที่ 1

1. โถงต้อนรับ
2. เคาน์เตอร์ RECEPTION
3. ส่วนเลขานุการ กรรมการผู้จัดการ
4. ห้องประชุมใหญ่
5. ส่วนเก็บเอกสาร
6. ส่วน PANTRY
7. ส่วนห้องน้ำ

ชั้นที่ 2

1. ห้องประธานกรรมการ
2. ห้องประชุมย่อย
3. ห้องน้ำ

ชั้นที่ 3

1. ฝ่ายการเงินและฝ่ายบัญชี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 3-4 เดิมที่เป็นฝ่ายบริการลูกค้าและฝ่ายธุรการปัจจุบันมีการระงับการใช้งาน

อาคารหลังนี้จัดเป็นศูนย์กลางของบริษัท ซึ่งเป็นส่วนหัวใจหลักในการบริหารงาน โดยใช้เป็นที่ต้อนรับลูกค้าในการร่วมทำธุรกิจกัน

ลักษณะการตกแต่งภายใน มีการตกแต่งให้เข้ากับรูปแบบของอาคารสำนักงานโดยใช้การตกแต่งเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้อย่างแท้จริง

ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายในอาคาร

1.เฟอร์นิเจอร์สั่งทำ ได้แก่เฟอร์นิเจอร์บริเวณเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ ห้องประธานกรรมการ ห้องประชุม เพื่อตอบสนองกับประโยชน์ใช้สอยของผู้ใช้มากที่สุด อีกทั้งมีความเหมาะสมกับลักษณะของงาน และสร้างบรรยากาศที่ดีในแง่ความไว้วางใจของลูกค้า

2.เฟอร์นิเจอร์แบบสำเร็จ ได้แก่เฟอร์นิเจอร์ที่อยู่ในส่วนสำนักงาน ห้องทำงานต่างๆ การใช้แบบสำเร็จเพื่อให้เป็นชุด จัดวางง่าย อีกทั้งนำมาใช้ประกอบกับเฟอร์นิเจอร์สั่งทำได้เหมาะสมเจาะลงตัว

การใช้แสงสว่างภายในอาคาร แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.แสงธรรมชาติ (NATURE LIGHT) เป็นแสงที่มีการติดตั้งตามที่ต้องการ โดยมีการติดตั้งดังนี้
คือ

2.แสงประดิษฐ์ (ARTIFICIAL LIGHT) เป็นแสงที่มีการติดตั้งตามที่ต้องการ โดยมีการติดตั้งดังนี้
คือ

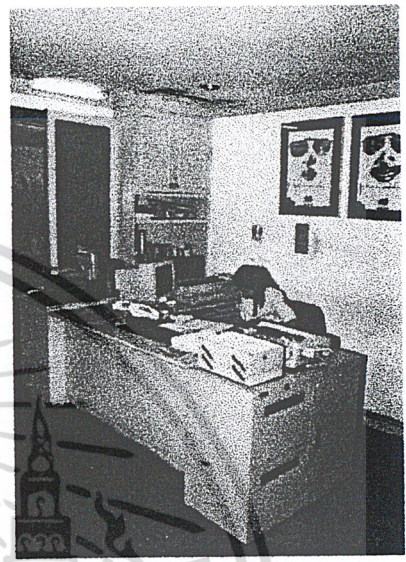
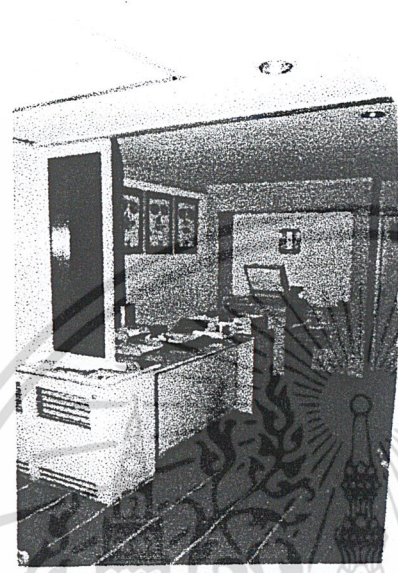
2.1.ส่วนต้อนรับลูกค้า เช่น โถงประชาสัมพันธ์ ห้องประชุมใหญ่และห้องกรรมการผู้จัดการ จะมีการใช้หลอด DOWN LIGHT ของแบบที่เห็นผลกับการใช้หลอดฟลูออเรสเซนต์ ซึ่งมีการซ่อนหลอดอยู่ภายใต้กล่องฝ้าเพดาน กระຈกฝ้า

2.2.ส่วนสำนักงานใช้ไฟฟลูออเรสเซนต์ซึ่งเป็นของทางอาคารเดิมมิได้มีการตกแต่งเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบภายในอาคาร

1. โถงประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3.14-3.15 แสดงส่วนเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์และส่วนเลขานุการ

เป็นส่วนสำคัญอันดับแรก ที่จะต้อนรับลูกค้าและผู้มาติดต่อ จัดว่าเป็นศูนย์กลางของทุกฝ่ายที่จะมาติดต่อด้วย เนื่องจากว่าในส่วนนี้เป็นทั้งส่วนประชาสัมพันธ์และส่วนของ OPERATOR ด้วย การจัดวางในส่วนนี้ จะประกอบด้วยครุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ต้องใช้คือ

- เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์
- เก้าอี้ทำงาน 2 ที่นั่ง
- ชุดโซฟารับแขกและโต๊ะกลาง
- ที่แขวนหนังสือพิมพ์
- เคาน์เตอร์เลขานุการกรรมการผู้จัดการ
- เก้าอี้ทำงาน 1 ที่นั่ง
- โทรศัพท์สายใจ - สายนอก
- อุปกรณ์คอมพิวเตอร์
- เครื่องส่งโทรสาร
- เครื่องถ่ายเอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ห้องประชุมใหญ่



ภาพที่ 3.16 แสดงส่วนห้องประชุมใหญ่

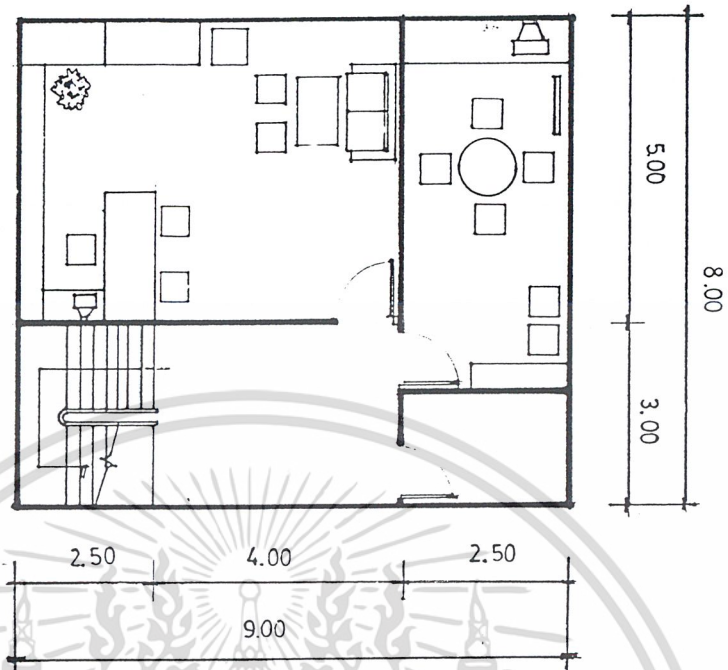
เป็นห้องที่สำคัญมากห้องหนึ่ง สำหรับประชุมงาน BRIEFING และ PRESENTATION ระหว่างลูกค้า AGENCY และ PRODUCTION HOUSE หรือบุคคลที่มีธุรกิจ ร่วมกับบริษัท ตลอดจนถึงการประชุมระดับผู้บริหารของบริษัทภายในห้องประชุมที่จะมีที่นั่ง 12 ที่นั่ง

การจัดวางภายในห้องนี้ประกอบด้วยครุภัณฑ์และอุปกรณ์ดังนี้ คือ

- โต๊ะประชุมขนาด 110 x 3.20 เมตร
- เก้าอี้ 12 ที่นั่ง
- ตู้วาง TV, VDO เครื่องเสียง
- กระดานฟรီးแฮนด์งาน
- อุปกรณ์สื่อโสตทัศนูปกรณ์
- โทรศัพท์

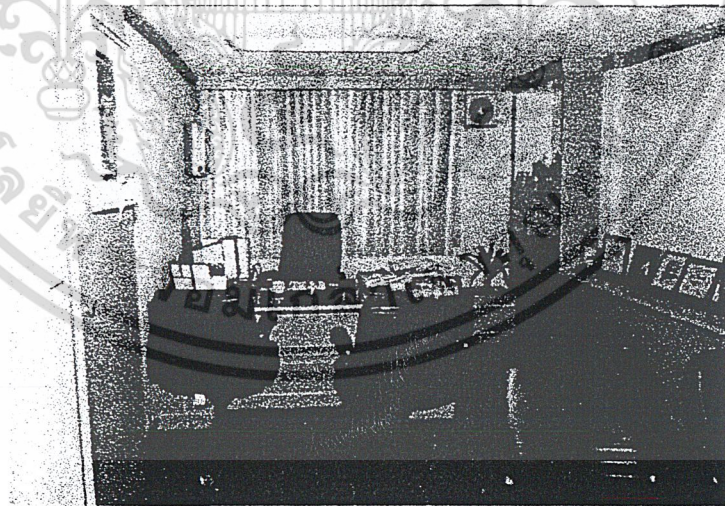
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาคารที่ 1 ชั้นที่ 2



ภาพที่ 3.17 แสดงภาพแปลนอาคารที่ 1 ชั้นที่ 2

3. ห้องกรรมการผู้จัดการ



ภาพที่ 3.18 แสดงส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นห้องที่มีความสำคัญห้องหนึ่ง ที่ต้องใช้ทำงาน ประชุมงาน และต้อนรับลูกค้าที่สำคัญๆ การตกแต่งจึงเน้นถึงความโอโถง หุหรร่า ภูมิฐาน

การจัดวางในส่วนนี้ จะประกอบด้วยครุภัณฑ์ และอุปกรณ์ที่ใช้ คือ

- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้สำหรับผู้บริหาร
- เก้าอี้รับแขก
- โต๊ะคอมพิวเตอร์, อุปกรณ์คอมพิวเตอร์
- ตู้เก็บเอกสาร
- ตู้โชว์และเก็บของ
- ชุดรับแขก 4 ที่นั่ง
- ตู้วางเครื่องเสียง
- โทรทัศน์

4. ห้องประชุมย่อย



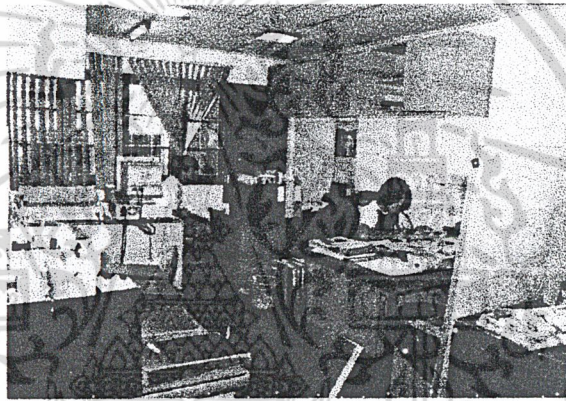
ภาพที่ 3.19 แสดงส่วนห้องประชุมย่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องนี้เป็นส่วนที่ใช้ประชุมที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ สำหรับการประชุมย่อยของหน่วยงาน ในบางกรณีจะใช้เป็นห้องรับรองลูกค้าด้วย

การจัดวางในส่วนนี้จะประกอบไปด้วย

- โต๊ะประชุมลักษณะ TOP กลม
- เก้าอี้ 5 ที่นั่ง
- ตู้เก็บเอกสารพร้อม TV
- กระดาน WHITE BOARD สำหรับพรีเซนตงาน
- โทรศัพท์



ภาพที่ 3.20 แสดงส่วนฝ่ายการเงินและบัญชี

5. ฝ่ายการเงินและบัญชี

เป็นส่วนที่อยู่บริเวณชั้นที่ 3 ของตัวอาคาร โดยใช้พื้นที่ทั้งชั้น มีการจัดวางเฟอร์นิเจอร์เพื่อประโยชน์ใช้สอยเพียงอย่างเดียว ไม่มีการตกแต่งแต่อย่างใดเนื่องจากเป็นส่วนที่ทำงานอย่างเดียว บุคคลภายนอกที่จะมาติดต่อก็จะมีเพียงแต่พนักงานส่งเอกสารเท่านั้น

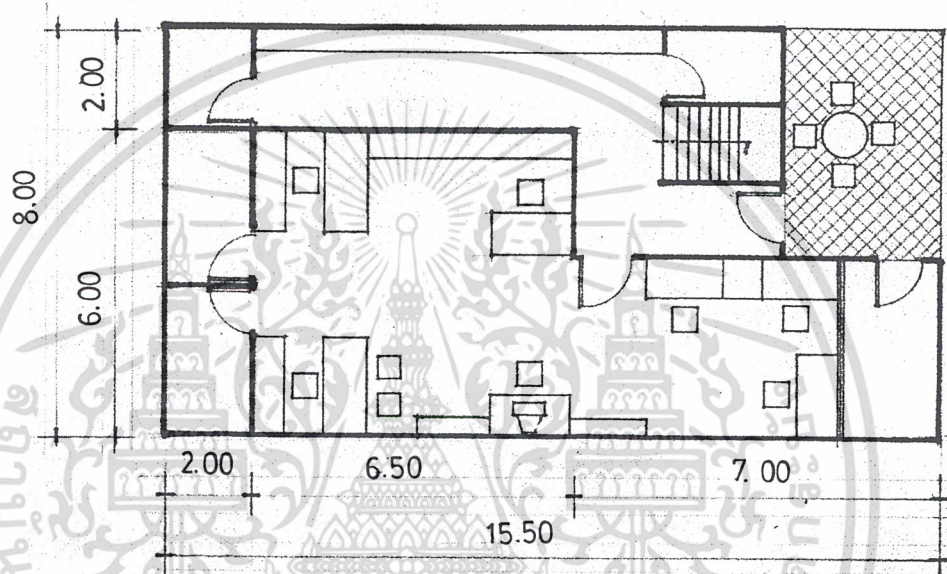
การจัดวางในห้องนี้ จะประกอบด้วยครุภัณฑ์และอุปกรณ์ดังนี้

- โต๊ะทำงาน 1 ตัว เก้าอี้ 10 ที่นั่ง
- โต๊ะ COMPUTER พร้อมอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 2 ชุด
- โต๊ะพิมพ์ดีดไฟฟ้า พร้อมอุปกรณ์พิมพ์ดีดไฟฟ้า 1 ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ตู้ใส่เอกสาร
- โทรคัพท์

2.อาคารหลังที่ 2 (4 ชั้น)



ภาพที่ 3.21 แสดงภาพแปลนอาคาร 2 ชั้นที่ 1

องค์ประกอบภายในอาคาร

- | | |
|---|---|
| <p><u>ชั้นที่ 1</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ฝ่าย MEDIA DEPARTMENT 2. ห้องเก็บตัวสินค้าที่ทำการโฆษณา 3. ส่วนเก็บเอกสาร 4. PANTRY 5. W.C | <p><u>ชั้นที่ 2</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ART STUDIO 2. W.C |
|---|---|

ชั้นที่ 3-4 เดิมที่เป็นฝ่าย CREATIVE และห้อง CREATIVE DIRECTOR ปัจจุบันมีการระงับการใช้งาน อาคารหลังนี้เป็นฝ่ายสร้างสรรค์และผลิตสื่อ โดยรับเรื่องจากฝ่ายบริการลูกค้า (อาคาร 1) เพื่อนำมาลงมือทำงานสร้างสรรค์และร่วมมือกับฝ่ายศิลป์เพื่อสร้างงานโฆษณาให้ออกมาเป็นรูปธรรม โดยส่วนนี้จะเน้นใช้งานโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาคารหลังนี้เป็นส่วนของงานสร้างสรรค์และฝ่ายศิลป์ ซึ่งเป็นส่วนที่ใช้ผลิตผลงานโฆษณาออกมา การตกแต่งจึงเน้นเฉพาะประโยชน์ใช้สอยในการทำงาน ไม่เน้นการตกแต่งเพื่อให้เกิดความสวยงามเท่าใดนัก

ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายในอาคาร

1.เฟอร์นิเจอร์สั่งทำ ส่วนมากจะเป็นตู้แขวนสำหรับใส่เอกสาร หรือตู้เตี้ยสำหรับใส่เอกสาร รวมถึงใช้เก็บของบริเวณ ART STUDIO

2.เฟอร์นิเจอร์แบบสำเร็จ ได้แก่เฟอร์นิเจอร์ฝ่ายในฝ่าย MEDIA DEPARTMENT โดยที่โต๊ะทำงานและโต๊ะคอมพิวเตอร์ ส่วนในฝ่าย ART STUDIO โต๊ะสำเร็จรูปก็จะเป็นโต๊ะเขียนแบบ โต๊ะไฟ และโต๊ะคอมพิวเตอร์ โดยที่เก้าอี้ก็เป็นเก้าอี้สำนักงาน ในแบบต่างๆ ตามประโยชน์ใช้สอยของแต่ละตำแหน่ง

การใช้แสงสว่างในอาคาร แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.แสงธรรมชาติ (NATURE LIGHT) เป็นแสงที่ได้รับจากแสงอาทิตย์เข้ามาทางหน้าต่าง หรือช่องแสง

2.แสงประดิษฐ์ (ARTIFICIAL LIGHT) ในอาคารหลังนี้แสงประดิษฐ์จะเกิดจากหลอดฟลูออเรสเซนต์ ซึ่งเป็นของเดิมที่มีอยู่ในอาคารอยู่แล้ว แต่ในส่วนของ ART STUDIO จะมีการเพิ่มไฟฟลูออเรสเซนต์บริเวณตำแหน่งโต๊ะทำงานโดยติดตั้งบริเวณชั้นแขวนเหนือตำแหน่งโต๊ะทำงาน และในโต๊ะบางตัวก็มีการติดตั้งโคมไฟอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบภายในอาคาร

1. ฝ่าย MEDIA DEPARTMENT



ภาพที่ 3.22 แสดงส่วน MEDEA DIPARTMENT

ในส่วนนี้เป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งของบริษัท คือฝ่ายสร้างสรรค์ ลักษณะการทำงาน มีความเชื่อมต่อกับอาคาร 1 (ระหว่างอาคาร 1 กับอาคาร 2 มีอาคารอีก 1 คูหาวางอยู่) ลักษณะการจัดผังสำนักงาน เป็นการจัดแบบเน้นสัดส่วนของแต่ละฝ่ายโดยการใช้พื้นที่ของแต่ละบุคคลเป็นส่วนกำหนดพื้นที่ ทำให้แม้ไม่มีการกันผนังเบา แต่ก็ทำให้มองเห็นถึงสัดส่วนในการทำงานอย่างชัดเจน

การจัดวางในส่วนนี้จะประกอบด้วยครุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ คือ

- โต๊ะทำงานจำนวน 4 ตัว
- เก้าอี้สำหรับพนักงาน 4 ตัว เก้าอี้สำหรับลูกค้าหรือผู้มาติดต่อ 2 ตัว
- โต๊ะคอมพิวเตอร์ 2 ตัว พร้อมเก้าอี้พนักงาน 2 ตัวและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์
- โต๊ะพิมพ์ดีด 1 ตัว พร้อมเก้าอี้พนักงาน 1 ตัว และเครื่องพิมพ์ดีดไฟฟ้า
- ตู้เตี้ยสำหรับใส่เอกสาร 3 ตัว
- ชั้นสำหรับใส่เอกสาร 2 ตัว
- ตู้แขวนติดผนัง 2 ตัว
- โทรศัพท์

อนึ่งในฝ่ายนี้ มีพื้นที่เชื่อมต่อกันอีกที่ก็คือ ส่วนที่เก็บตัวสินค้าที่ทำการโฆษณา การจัดเก็บจะถูกเก็บในห้องเก็บของเดิม การจัดวางจะวางตามลักษณะของตัวสินค้า และภายนอกของส่วนนี้จะมีทางเดินไปยังส่วนเตรียมอาหาร บริเวณผนังทางเดินด้านนี้ได้ทำเป็น ตู้สำหรับใส่เอกสาร เป็นตู้โครงไม้ครุไม้ขัดพ่นสีขาว สูงจนถึงเพดาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ART STUDIO



ภาพที่ 3.23 แสดงส่วน ART STUDIO

ส่วนนี้คือส่วนที่รับงานจากฝ่ายสร้างสรรค์ (ที่ชั้น 1) นำมาผลิตงานให้ออกมาเป็นรูปธรรม ลักษณะการจัดพื้นที่ในส่วนนี้ เป็นการจัดเฟอร์นิเจอร์ให้ชิดกับผนังทั้ง 4 ด้าน เพื่อเหลือพื้นที่บริเวณตรงกลางไว้สำหรับเป็นทางสัญจร ในชั้นนี้ มีหน้าต่างถึง 2 ด้าน ดังนั้นแสงจากภายนอกจึงมีส่วนช่วยให้บรรยากาศภายในห้องเหมาะสมแก่การทำงานที่จำเป็นต้องใช้แสงสว่างอย่างยิ่ง

การจัดวางในส่วนนี้ประกอบด้วยครุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่จะต้องใช้ คือ

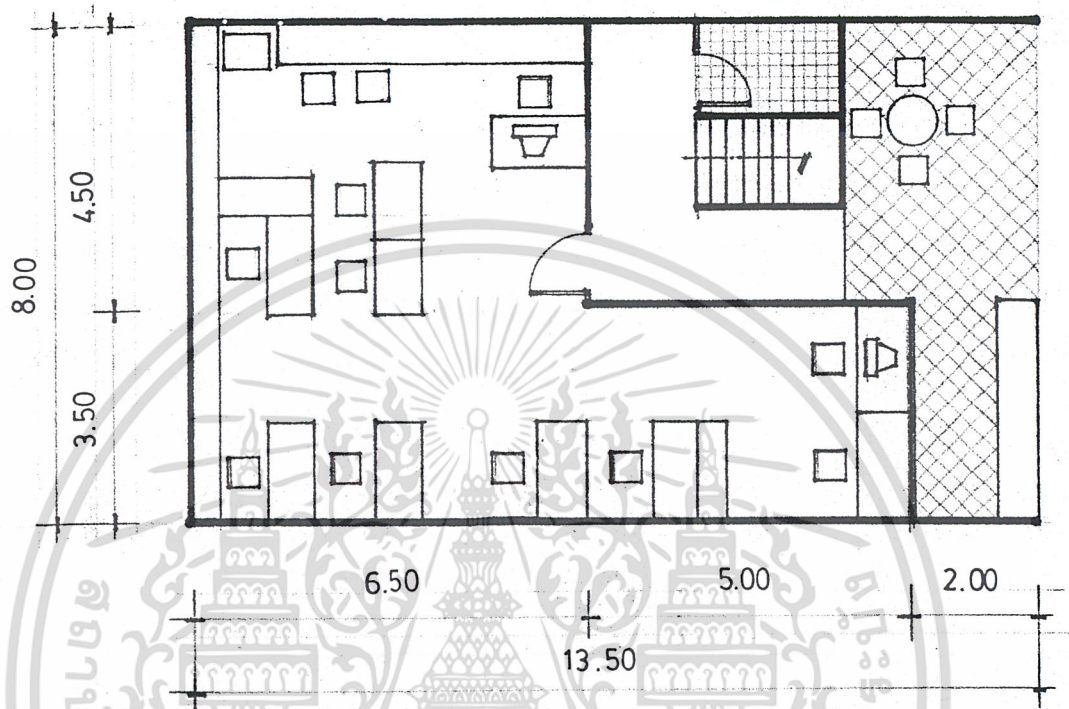
- โต๊ะไฟสำหรับเขียนแบบ 3 ตัว พร้อมเก้าอี้เขียนแบบ 3 ตัว
- โต๊ะเขียนแบบ 3 ตัว พร้อมเก้าอี้เขียนแบบ 3 ตัว
- โต๊ะคอมพิวเตอร์ 2 ตัว พร้อมเก้าอี้พนักงาน 2 ตัวและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ สแกนเนอร์

1 เครื่อง

- ตู้เหล็กใส่งานแบบ 1 ตู้
- ตู้ไม้เก็บอุปกรณ์ 1 ตู้
- ตู้แขวนโครงไม้กรุไม้อัดฟืนสีขาว บริเวณผนัง 2 ด้าน
- โทรศัพท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.อาคารหลังที่ 3 (4 ชั้น)



ภาพที่ 3.24 แสดงภาพแปลนอาคารที่ 3 ชั้นที่ 1

- ชั้นที่ 1
1. ฝ่ายบริษัท EFF จำกัด
 2. ส่วนเก็บของชั่วคราว
 3. ส่วน PANTRY
 4. W.C

- ชั้นที่ 3
1. ฝ่าย MAJOR STAR (ฝ่ายซื้อ-ขายสื่อ)
 2. W.C

- ชั้นที่ 2
1. ฝ่าย PRODUCTION
 2. ห้องมืด
 3. W.C

ชั้นที่ 4 เดิมเป็นฝ่าย CREATIVE ปัจจุบันมีการระงับการใช้งาน

อาคารหลังนี้ห่างจาก 2 อาคารแรกประมาณ 4 คูหา เป็นฝ่ายที่ถูกตั้งชื่อขึ้นเป็นอีกบริษัทว่า EFF จำกัด (บริษัท เอฟพี จำกัด) ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นการทำงานในส่วนโฆษณาทางโทรทัศน์. ซึ่งมีการมอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รางวัลแก่ผู้ชมรายการที่ตอบปัญหาที่มีการตั้งคำถามกันทางโทรทัศน์ ดังนั้นที่นี้จึงเต็มไปด้วยสินค้าจากผู้
อุปถัมภ์รายการซึ่งแจกแก่ผู้โชคดี ซึ่งตัวสินค้ามีตั้งแต่โทรทัศน์ไปจนถึงตัวสินค้าของผู้อุปถัมภ์เลยทีเดียว

ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายในอาคาร

1.เฟอร์นิเจอร์สั่งทำ จะอยู่ในฝ่าย PRODUCTION ซึ่งอยู่ในพื้นที่ชั้น 2 และในฝ่าย MAJOR STAR ซึ่งจะเป็นประเภทตู้แขวนติดผนัง

2.เฟอร์นิเจอร์แบบสำเร็จ จะใช้แทบจะทั้งหมดในส่วนของบริษัท EFF และฝ่าย MAJOR STAR ซึ่งมีโต๊ะทำงาน เก้าอี้ โต๊ะคอมพิวเตอร์ โต๊ะพิมพ์ดีด ชั้นเหล็กสำหรับใส่เอกสาร เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากต้องการความเป็นสัดส่วนและการประหยัดเนื้อที่ที่ใช้สอย

การใช้แสงสว่างในอาคาร แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ

1.แสงธรรมชาติ (NATURE LIGHT) เป็นแสงที่ได้รับจากแสงอาทิตย์เข้ามาทางหน้าต่าง หรือ ช่องแสง

2.แสงประดิษฐ์ (ARTIFICIAL LIGHT) ในอาคารหลังนี้แสงประดิษฐ์จะเกิดจากหลอดฟลูออเรสเซนต์ ซึ่งมีทั้งลักษณะการฝังในฝ้าเพดานและการแขวนห้อยลงมาจกฝ้าเพดาน ซึ่งลักษณะนี้จะใช้ใน
ฝ่าย PRODUCTION

องค์ประกอบภายในอาคาร

1.ฝ่ายบริษัท EFF จำกัด



ภาพที่ 3.25 แสดงส่วนบริษัท EFF.จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในส่วนนี้เป็นฝ่ายที่ทำการผลิตผลงานโฆษณาทางโทรทัศน์ อีกทั้งเป็นตัวแทนในการมอบของรางวัลแก่ผู้โชคดีจากการร่วมสนุกของทางรายการโทรทัศน์ ดังนั้นจึงมีของรางวัลวางอยู่มากมายจนมีผลต่อบรรยากาศภายในออฟฟิศ อีกทั้งมีผลต่อการทำงานและการสัญจรภายในอีกด้วย ถ้าการจัดของพวกนี้ออกไป การจัดผังสำนักงานจะมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยมาก โดยการใช้พื้นที่ของแต่ละบุคคลเป็นส่วนกำหนดพื้นที่ของตนเอง ทำให้เกิดสัดส่วนภายในการทำงานอย่างชัดเจน

การจัดวางในส่วนนี้จะประกอบไปด้วยครุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ คือ

- โต๊ะทำงานจำนวน 9 ตัว พร้อมเก้าอี้สำหรับพนักงาน 9 ตัว
- โต๊ะคอมพิวเตอร์ 3 ตัว พร้อมเก้าอี้ 3 ตัวและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 3 ชุด
- ตู้เก็บเอกสารติดตาย 1 ตู้
- ตู้เก็บเอกสารเหล็ก 1 ตู้
- เครื่องถ่ายเอกสาร 1 เครื่อง
- เครื่องโทรสาร
- โทรศัพท์

2.ฝ่าย PRODUCTION



ภาพที่ 3.26 แสดงส่วนฝ่าย PRODUCTION

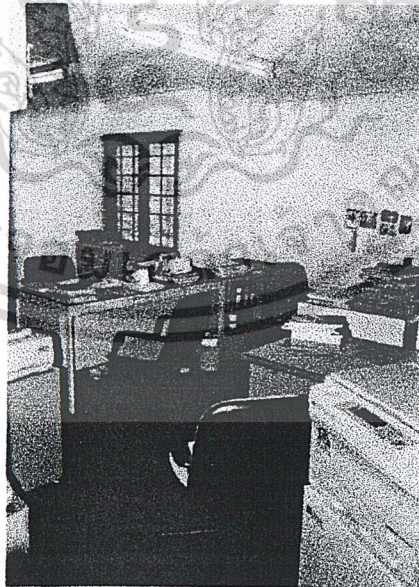
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝ่ายนี้เป็นฝ่ายศิลป์ของบริษัท EFF จำกัด เป็นส่วนที่มีการทำผนังเบาที่ชั้นทำงานของ ART DIRECTOR ไปด้วยโครงไม้กฤษระจกไต ในส่วนนี้จะมีความแตกต่างจากส่วนอื่นๆ ภายในบริษัทมาก คือ มีการใส่สีในการตกแต่งผนังเป็นสีเหลือง ซึ่งเข้าใจที่เป็นการทำในภายหลังของพนักงานภายในแผนกเอง ในส่วนนี้มีห้องมีติดสำหรับทำงานด้วย ซึ่งดัดแปลงมาจาก PANTRY นั้นเอง

การจัดวางในส่วนนี้ประกอบด้วยครุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่จะต้องใช้ คือ

- โต๊ะทำงาน 2 ตัว พร้อมเก้าอี้พนักงาน 2 ตัว
- โต๊ะเขียนแบบ 2 ตัว พร้อมเก้าอี้เขียนแบบ 2 ตัว
- โต๊ะคอมพิวเตอร์ 1 ตัว พร้อมเก้าอี้ 1 ตัว และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 1 ชุด
- ตู้แขวนบริเวณส่วนของ ART DIRECTOR
- ชุดโซฟารับแขกและเก้าอี้รับแขก 5 ที่นั่ง
- ตู้สูงเก็บหนังสือ
- ชั้นเก็บสินค้าตัวอย่าง
- เครื่องโทรสาร
- โทรศัพท์

3.ฝ่าย MAJOR STAR



ภาพที่ 3.27 แสดงฝ่าย MAJOR STAR

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝ่ายนี้เป็นส่วนของงานวางแผนสื่อโฆษณา โดยมีผู้ใช้ห้องคือ เจ้าหน้าที่ซื้อสื่อ (MEDIA BUYER) และเจ้าหน้าที่วางแผนสื่อ (MEDIA PLANNER) โดยที่ผู้ควบคุมฝ่ายนี้คือ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อ (MEDIA DIRECTOR) หรือประธานกรรมการผู้จัดการ ซึ่งทำงานอยู่ที่อาคารหลังที่ 1

ในฝ่ายนี้การจัดผังสำนักงาน ออกจะคับแคบ เนื่องจากพื้นที่มีเนื้อที่จำกัด แต่ลักษณะการจัดเฟอร์นิเจอร์ที่ดี ก็ทำให้สามารถใช้เนื้อที่ได้อย่างเต็มที่ และสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยได้

การจัดวางในส่วนนี้ประกอบด้วยครุภัณฑ์และอุปกรณ์ที่จะต้องใช้ คือ

- โต๊ะทำงาน 3 ตัว พร้อมเก้าอี้ 3 ตัว
- โต๊ะทำงาน 1 ตัว พร้อมเก้าอี้ 1 ตัว และเครื่องพิมพ์ดีด 1 เครื่อง
- เก้าอี้สำหรับผู้มาติดต่อ 2 ตัว
- ตู้เหล็กสูงสำหรับใส่เอกสาร 2 ตู้
- ตู้เตี้ยไม้ 2 ตู้
- ตู้แขวนผนังโครงไม้กรุไม้อัดฟืนสีขาว ยาว 2.50 เมตร
- เครื่องถ่ายเอกสาร 1 เครื่อง
- โทรศัพท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 สรุปข้อดี-ข้อเสีย ของการออกแบบตกแต่งภายใน บริษัท เมเจอร์แอดเวอร์ไทซิง จำกัด อาคารหลังที่ 1

การออกแบบตกแต่งภายใน		
องค์ประกอบ	ข้อดี	ข้อเสีย
1. โถงประชาสัมพันธ์	- การจัดองค์ประกอบของเฟอร์นิเจอร์ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้พื้นที่บริเวณนี้เป็นอย่างดี	- ข้อจำกัดของพื้นที่ทำให้บริเวณนี้มีความคับแคบ ทำให้บรรยากาศน่าอึดอัด ไม่เหมาะกับการเป็นพื้นที่ใช้ต้อนรับผู้ใช้อาคาร
2. ห้องประชุมใหญ่	- ลักษณะการจัดวางเฟอร์นิเจอร์เหมาะสมกับพื้นที่ - ตำแหน่งห้องอยู่ใกล้บริเวณโถงประชาสัมพันธ์ ทำให้บุคคลภายนอกไม่ต้องเดินผ่านส่วนต่างๆ เพื่อเข้าสู่ห้อง	- มีการตกแต่งที่เรียบง่ายจนเกินไป ทำให้ดูน่าเบื่อเมื่อมีการประชุมเป็นเวลานาน
3. ห้องกรรมการผู้จัดการ	- การตกแต่งเรียบง่ายภูมิฐาน - องค์ประกอบภายในตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เป็นอย่างดี	- ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ไม่สมฐานะตำแหน่ง เนื่องจากเรียบง่ายเกินไป - ไฟในห้องให้ความสว่างน้อยเกินไปต่อความต้องการ
4. ห้องประชุมย่อย	- ชุดโต๊ะประชุมลักษณะกลมเหมาะสมกับพื้นที่ที่มีความจำกัด - แม้ห้องจะมีขนาดเล็กแต่สามารถจัดวางครุภัณฑ์ตามความต้องการได้ครบครัน - แสงสว่างจากภายนอกกระตุ้นบรรยากาศที่ดีในการประชุม	- ห้องมีขนาดคับแคบเกินไป - ไม่มีการออกแบบรายละเอียดในส่วนนี้
5. ฝ่ายการเงินและบัญชี	- การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่เพียงพอต่อความต้องการในพื้นที่ที่มีความคับแคบ	- การจัดเก็บเอกสารไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย - ขาดการออกแบบโดยคำนึงถึงความสะดวกงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาคารหลังที่ 2

การออกแบบตกแต่งภายใน		
องค์ประกอบ	ข้อดี	ข้อเสีย
1.ฝ่าย MEDIA DEPARTMENT	- การจัดวาง PLANNING โดยคำนึงถึงพื้นที่ที่มีอยู่ ผลออกมาตอบสนองความต้องการผู้ใช้ได้พอสมควร	- ขาดการออกแบบในแง่ที่เป็นสถานที่ที่แสดงให้เห็นถึงแนวทางของบริษัทในงานออกแบบ - พื้นที่ไม่เอื้ออำนวยในการออกแบบตกแต่งภายในให้เป็นส่วนของนักคิดที่ต้องสร้างสรรค์งานโฆษณา
2.ART STUDIO	- การจัดวาง PLANNING โดยคำนึงถึงพื้นที่ที่มีอยู่ และทางสัญจรซึ่งจำเป็นสำหรับพื้นที่ที่ต้องมีความเคลื่อนไหวในกิจกรรมอยู่ตลอดเวลา	- การจัดเก็บอุปกรณ์ขาดความเป็นระเบียบ - ลักษณะของเฟอร์นิเจอร์มีความแตกต่างกัน ทำให้บรรยากาศโดยรวมไม่ดีพอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาคารหลังที่ 3

การออกแบบตกแต่งภายใน		
องค์ประกอบ	ข้อดี	ข้อเสีย
1.บริษัท EFF (FILM PRODUCTION)	- สามารถจัด PLANNING ในการใช้ สอยได้พอเพียงกับความต้องการแม้ ว่าจะคู่อึดอัดมากก็ตาม	- พื้นที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของ ผู้ใช้พื้นที่นี้ - ของรางวัลที่มีอยู่มากมายไม่มีที่เก็บ จึงต้องไว้ใน OFFICE ซึ่งก็มากพอที่จะ ทำให้เสียหายสูญจรรยาไปเกือบ 100 %
2.ฝ่าย PRODUCTION	- มีการจัดสัดส่วนในการทำงานที่ดีที่ สุดในแผน - เป็นส่วนที่มีการออกแบบตกแต่ง แสดงความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใช้ อาคาร - แสงจากภายนอกช่วยสร้าง บรรยากาศในการทำงานอย่างดี	- ความชำรุดทรุดโทรมของ FURNITURE ทำให้ลดความน่าสนใจ ของการจัดสัดส่วนไปมาก
3.ฝ่าย MAJOR STAR	- การจัดวาง FURNITURE ที่ดี สามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้ ได้แม้พื้นที่จะมีขนาดเล็ก	- พื้นที่คับแคบ มีพื้นที่จำกัดในการ ทำงาน - ถ้าคำนึงถึงการจัด FURNITURE ที่ดี กว่าที่เป็นอยู่จะทำให้มีพื้นที่เหลือเพื่อ ใช้สอยมากกว่านี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 หน่วยงานและอัตรากำลัง

เมเจอร์แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

เจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหาร

กรรมการผู้จัดการ	1	ตำแหน่ง
เลขานุการกรรมการผู้จัดการ ที่ปรึกษา	1	ตำแหน่ง
	1	ตำแหน่ง

แผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)

ผู้อำนวยการแผนก	1	ตำแหน่ง
เลขานุการผู้อำนวยการ	1	ตำแหน่ง
ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรการ	1	ตำแหน่ง
เลขานุการฝ่ายธุรการ	3	ตำแหน่ง
พนักงานส่งเอกสาร	3	ตำแหน่ง
แม่บ้าน	2	ตำแหน่ง
ฝ่ายบัญชี	4	ตำแหน่ง
ฝ่ายการเงิน	2	ตำแหน่ง
สมุหบัญชี	2	ตำแหน่ง
หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	3	ตำแหน่ง
เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	8	ตำแหน่ง
เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	1	ตำแหน่ง
หัวหน้าแผนกสร้างสรรค์	1	ตำแหน่ง
หัวหน้าฝ่ายศิลป์	2	ตำแหน่ง
นักออกแบบ	5	ตำแหน่ง
ฝ่ายศิลป์	10	ตำแหน่ง
ฝ่ายประสานงานสื่อ	2	ตำแหน่ง
ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร	2	ตำแหน่ง
หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา	1	ตำแหน่ง
ฝ่ายวางแผน	2	ตำแหน่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝ่ายประสานงาน	3	ตำแหน่ง
ฝ่ายติดต่อสื่อ	2	ตำแหน่ง
เลขานุการฝ่ายสื่อโฆษณา	1	ตำแหน่ง
แผนก MAJOR RIGHT		
ผู้อำนวยการแผนก	1	ตำแหน่ง
ฝ่ายธุรการ	2	ตำแหน่ง
ฝ่ายขาย	4	ตำแหน่ง
ฝ่ายประสานงานต่างประเทศ	2	ตำแหน่ง
ฝ่ายกฎหมาย	1	ตำแหน่ง
แผนก EFF (FILM PRODUCTION)		
ผู้อำนวยการแผนก	1	ตำแหน่ง
เลขานุการผู้อำนวยการ	1	ตำแหน่ง
หัวหน้าฝ่ายธุรการ	1	ตำแหน่ง
พนักงานฝ่ายธุรการ	2	ตำแหน่ง
พนักงานฝ่ายบริหารงานลูกค้า	1	ตำแหน่ง
หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์	1	ตำแหน่ง
พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์	3	ตำแหน่ง
เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	1	ตำแหน่ง
หัวหน้าฝ่ายผลิต	1	ตำแหน่ง
หัวหน้าฝ่ายศิลป์	1	ตำแหน่ง
พนักงานฝ่ายศิลป์	2	ตำแหน่ง
พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก	2	ตำแหน่ง
พนักงานตัดต่อและบันทึกเทปโทรทัศน์	2	ตำแหน่ง
แผนก MAJOR ART		
ผู้อำนวยการแผนก	1	ตำแหน่ง
เลขานุการผู้อำนวยการ	1	ตำแหน่ง
หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์	1	ตำแหน่ง
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	2	ตำแหน่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

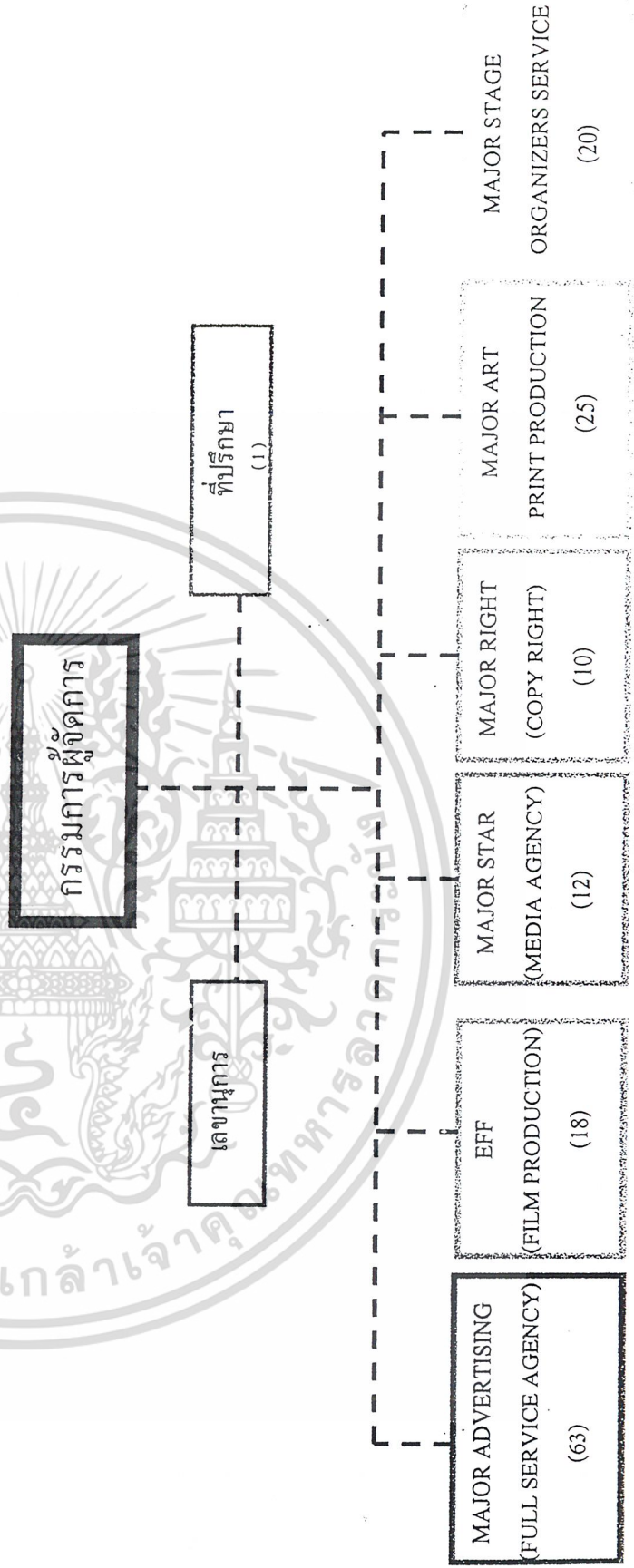
นักออกแบบ	4	ตำแหน่ง
ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร	2	ตำแหน่ง
ฝ่ายศิลป์	8	ตำแหน่ง
ช่างภาพ	2	ตำแหน่ง
พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค	4	ตำแหน่ง
แผนก MAJOR STAGE		
ผู้อำนวยการแผนก	1	ตำแหน่ง
เลขานุการผู้อำนวยการ	1	ตำแหน่ง
ฝ่ายจัดสถานที่	4	ตำแหน่ง
ฝ่ายประชาสัมพันธ์	2	ตำแหน่ง
ฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว	3	ตำแหน่ง
แผนก MAJOR STAR		
ผู้อำนวยการแผนก	1	ตำแหน่ง
เลขานุการผู้อำนวยการ	1	ตำแหน่ง
นักวิจัย	1	ตำแหน่ง
ฝ่ายประสานงานสื่อ	1	ตำแหน่ง
ฝ่ายประชาสัมพันธ์	1	ตำแหน่ง
ฝ่ายจัดซื้อสื่อโฆษณา	3	ตำแหน่ง
ฝ่ายขายสื่อโฆษณา	3	ตำแหน่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Major advertising ORGANIZATION

3.4 หน่วยงานและสายงานบริหาร

โครงสร้างบริษัท MAJOR ADVERTISING CO.,LTD.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Major Advertising

ORGANIZATION

MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)



ผู้อำนวยการ

ผู้อำนวยการ

สื่อโฆษณา (9)

- หัวหน้าสื่อโฆษณา (1)
- ฝ่ายวางแผน (2)
- ฝ่ายประสานงาน (3)
- ฝ่ายติดต่อสื่อ (2)
- แผนกธุรการ (1)

บัญชี (8)

- ฝ่ายบัญชี (4)
- ฝ่ายการเงิน (2)
- ศูนย์บัญชี (2)

ลูกค้าสัมพันธ์ (10)

- หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ (1)
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายดูแลลูกค้า (8)
- แผนกธุรการ (1)

แผนกสร้างสรรค์ (22)

- หัวหน้าแผนกสร้างสรรค์ (1)
- หัวหน้าฝ่ายศิลป์ (2)
- นักออกแบบ (5)
- ฝ่ายศิลป์ (10)
- ฝ่ายประสานงาน (2)
- ฝ่ายสร้างสรรค์อีกร (2)

แผนกธุรการ (10)

- ผู้จัดการทั่วไป (1)
- แผนกธุรการ (3)
- พนักงานส่งเอกสาร (3)
- แม่บ้าน (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Major Advertising ORGANIZATION

MAJOR RIGHT (COPY RIGHT SERVICE)

ผู้อำนวยการ

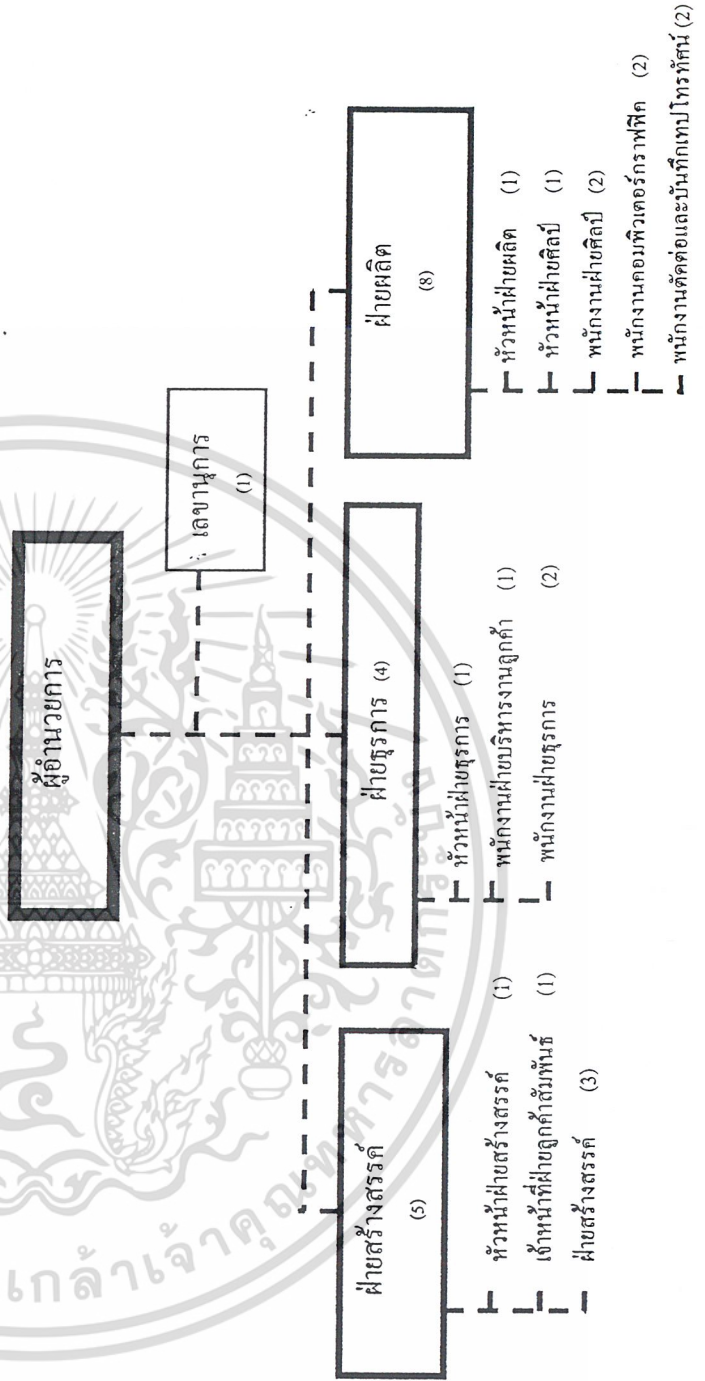


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Major Advertising

EFF (FILM PRODUCTION)

ORGANIZATION

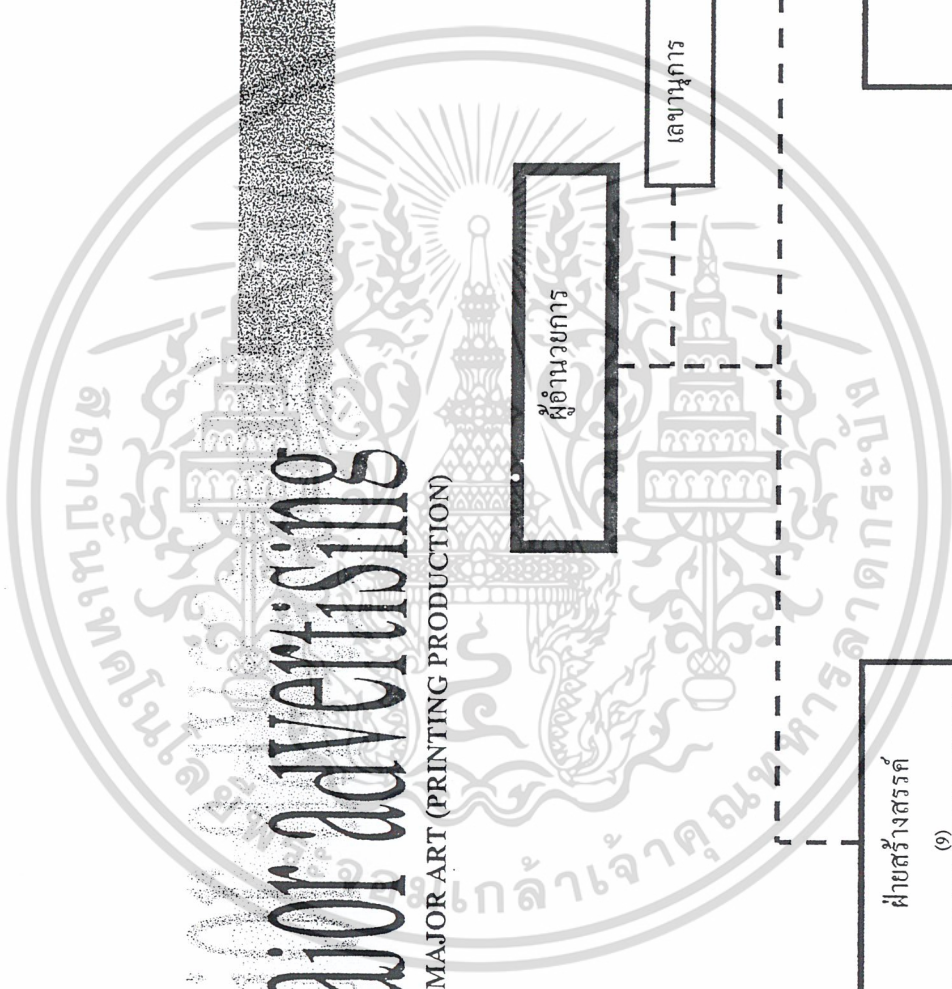


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ORGANIZATION

Major Advertising

MAJOR ART (PRINTING PRODUCTION)

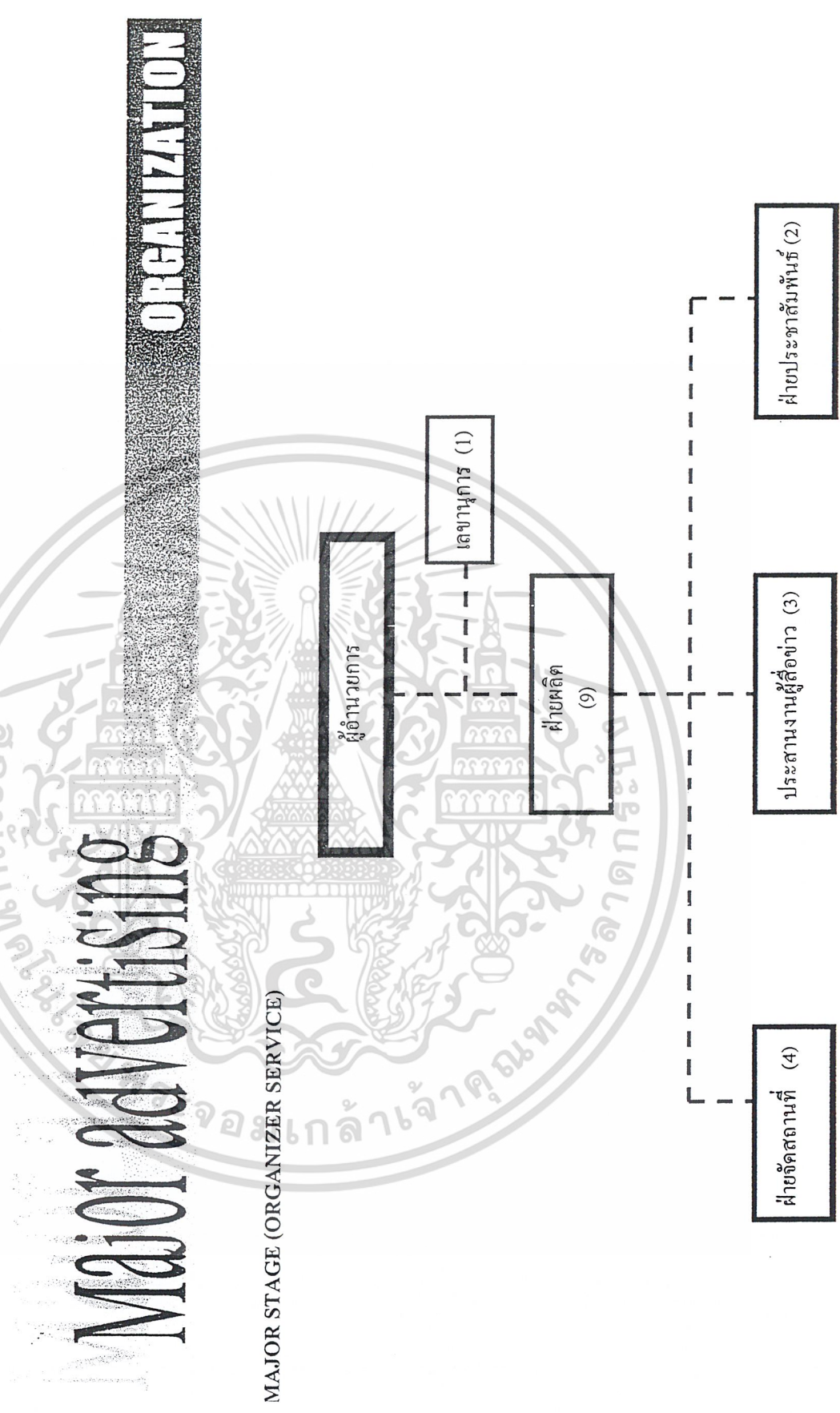


ผู้อำนวยการ

เลขานุการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

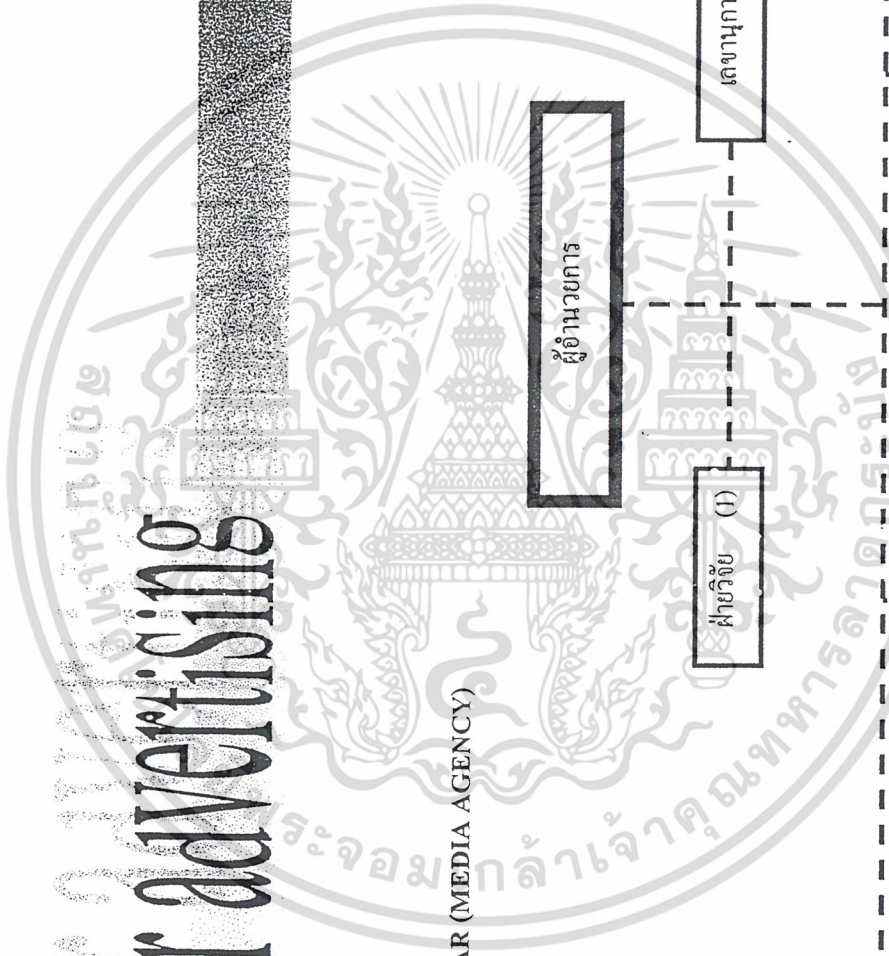


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Major advertising

ORGANIZATION

MAJOR STAR (MEDIA AGENCY)



ผู้อำนวยการ

ฝ่ายวิจัย (1)

แผนกการ (1)

ฝ่ายประสานงานกับสื่อ (2)

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (1)

ฝ่ายจัดซื้อสื่อโฆษณา (3)

ฝ่ายขายสื่อโฆษณา (3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 พฤติกรรมผู้ใช้โครงการ

3.5.1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้โครงการ

ประเภทของผู้ใช้โครงการ

สามารถแยกผู้ใช้โครงการจากพฤติกรรมได้ออกเป็น 2 ประเภทคือ

ก. ผู้รับบริการ

ข. ผู้ให้บริการ

ก. ผู้รับบริการ

ผู้มาติดต่อธุรกิจกับบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ผู้มาติดต่อประจำ (ตัวแทนเจ้าของสินค้าที่ว่าจ้างบริษัทผลิตงานโฆษณา , ตัวแทนบริษัทสื่อโฆษณาที่บริษัทขอใช้สื่อในการโฆษณา) ซึ่งจะมาติดต่อโดยตรงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทันที

2. ผู้มาติดต่อเป็นครั้งคราว (ลูกค้านำระดับสูงจากต่างประเทศและในประเทศ , ผู้มาติดต่ออื่นๆ) ซึ่งต้องผ่านส่วนพนักงานต้อนรับก่อน จึงต้องมีเคาท์เตอร์ส่วนต้อนรับและส่วนพักคอยสำหรับผู้มาติดต่อและต้องจัดให้มีที่พักคอยและที่นั่งสนทนากันของแต่ละหน่วยงานด้วย

ข. ผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท (กรรมการผู้จัดการ , ผู้อำนวยการแผนกต่างๆ) มีห้องทำงานส่วนตัวโดยจะรับรายงานดำเนินงานของบริษัท และเซ็นตี๋ออนุมัติรายงานที่ต้องพิจารณา ในบางครั้งจะมีผู้มาติดต่อธุรกิจกับบริษัท หรือลูกค้าที่ผู้บริหารจะต้องให้การต้อนรับเอง ต้องมีการสนทนาปรึกษาธุรกิจกันเป็นส่วนตัว จึงต้องจัดให้มีส่วนรับรองแขกภายในห้องทำงานด้วย

2. ผู้บริหารระดับกลาง (หัวหน้าฝ่ายต่างๆ) เป็นผู้ที่ดำเนินการควบคุมการดำเนินงานของบริษัท ดูแลควบคุมกิจการและการปฏิบัติงานของบริษัท ประกอบด้วย

- ผู้จัดการฝ่ายธุรการ
- หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา
- หัวหน้าฝ่ายผลิต
- หัวหน้าฝ่ายศิลป์
- ที่ปรึกษา

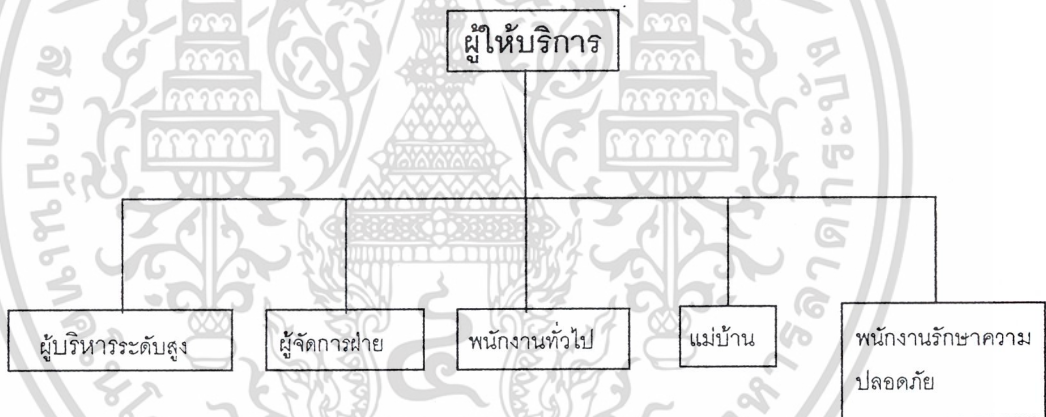
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.พนักงานทั่วไป เป็นกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ตามหน่วยงานหรือฝ่ายที่ตนสังกัดอยู่ จะปฏิบัติตามคำสั่งจากผู้บริหารระดับกลาง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น

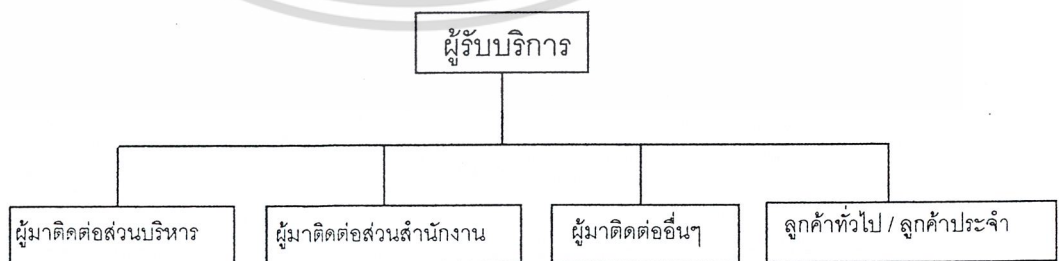
- พนักงานประจำฝ่ายทั่วไป ทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้าฝ่ายที่ตนสังกัดอยู่ มีการติดต่อประสานงานกับพนักงานภายในบริษัทเท่านั้น ไม่มีการติดต่อกับบุคคลภายนอก

- พนักงานที่ต้องติดต่อกับบุคคลภายนอก คือ พนักงานที่ต้องมีหน้าที่ออกไปติดต่อกับลูกค้าภายนอกและต้องมีการทำงานที่สำนักงานด้วย ได้แก่ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์, ฝ่ายสื่อโฆษณา, พนักงานฝ่ายซื้อสื่อโฆษณา, พนักงานส่งเอกสาร เป็นต้น

- พนักงานที่ปฏิบัติงานด้านการบริการ หน้าที่ให้การบริการด้านความสะดวกสบายแก่พนักงานและลูกค้าหรือผู้มาติดต่อธุรกิจ ได้แก่ แม่บ้าน, พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์, พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์, พนักงานรักษาความปลอดภัย



แผนภูมิที่ 3.1 แสดงการแบ่งประเภทของผู้ให้บริการ



แผนภูมิที่ 3.2 แสดงการแบ่งประเภทของผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.2 เวลาของผู้โครงการ

ผู้ให้บริการ

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. กรรมการผู้จัดการ | ตั้งแต่เวลา 8.00 – 12.00 และ 13.00 – 18.00 |
| 2. ผู้ค้ำนวยการแผนก | ตั้งแต่เวลา 8.30 – 12.00 และ 13.00 – 18.00 |
| 3. หัวหน้าฝ่ายต่างๆ | ตั้งแต่เวลา 8.30 – 12.00 และ 13.00 – 17.30 |
| 4. พนักงานทั่วไป | ตั้งแต่เวลา 9.00 – 12.00 และ 13.00 – 17.30 |
| 5. แม่บ้าน | ตั้งแต่เวลา 7.30 – 12.00 และ 13.00 – 18.30 |
| 6. พนักงานรักษาความปลอดภัย | ปฏิบัติงาน 24 ชั่วโมง แบ่งเป็นผลัดๆละ 8 ชั่วโมง |

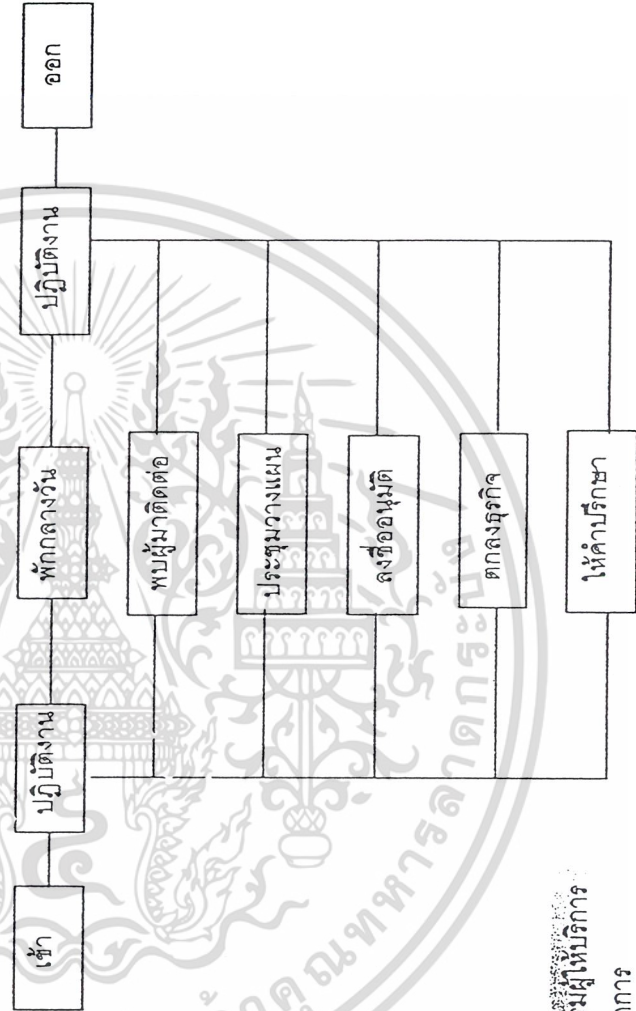
ข. ผู้รับบริการ

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1. ผู้มาติดต่อส่วนบริหาร | ตั้งแต่เวลา 8.00 – 12.00 และ 13.00 – 17.00 |
| 2. ผู้มาติดต่อส่วนสำนักงาน | ตั้งแต่เวลา 8.00 – 12.00 และ 13.00 – 17.00 |
| 3. ลูกค้าทั่วไป , ลูกค้าประจำ | ตั้งแต่เวลา 8.00 – 12.00 และ 13.00 – 17.00 |
| 4. ผู้มาติดต่อทั่วไป | ตั้งแต่เวลา 8.00 – 12.00 และ 13.00 – 17.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

ผู้ใช้บริการ (User of Service)
กรรมการผู้จัดการ



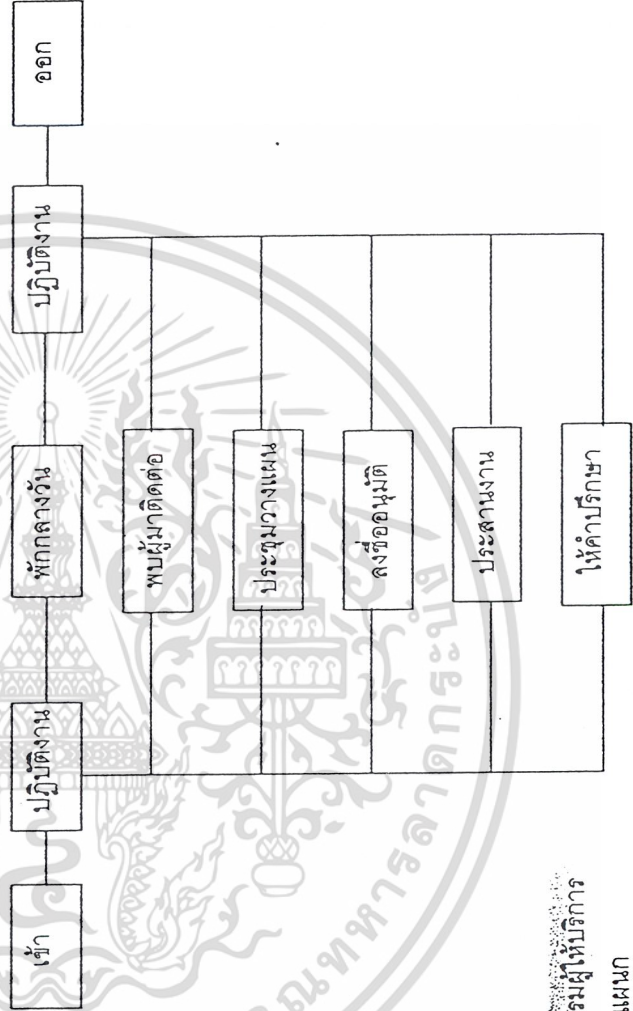
แผนภูมิแสดงพฤติกรรมผู้ใช้บริการ
กรรมการผู้จัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้

ผู้ใช้บริการ (User of Service)
 ผู้บริหารระดับกลาง (ผู้อำนวยการแผนก)



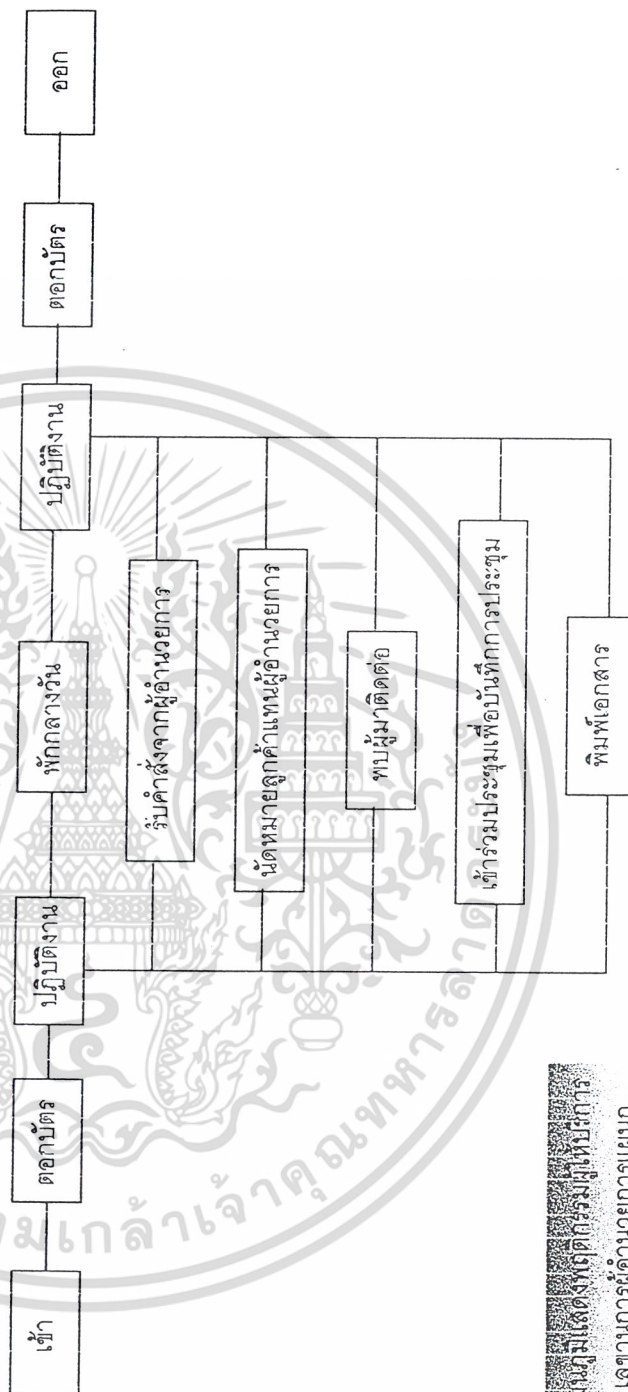
แผนภูมิแสดงพฤติกรรมผู้ใช้บริการ
 ผู้อำนวยการแผนก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้

ผู้ใช้บริการ (User of Service)
เลขานุการผู้อำนวยการแผนก



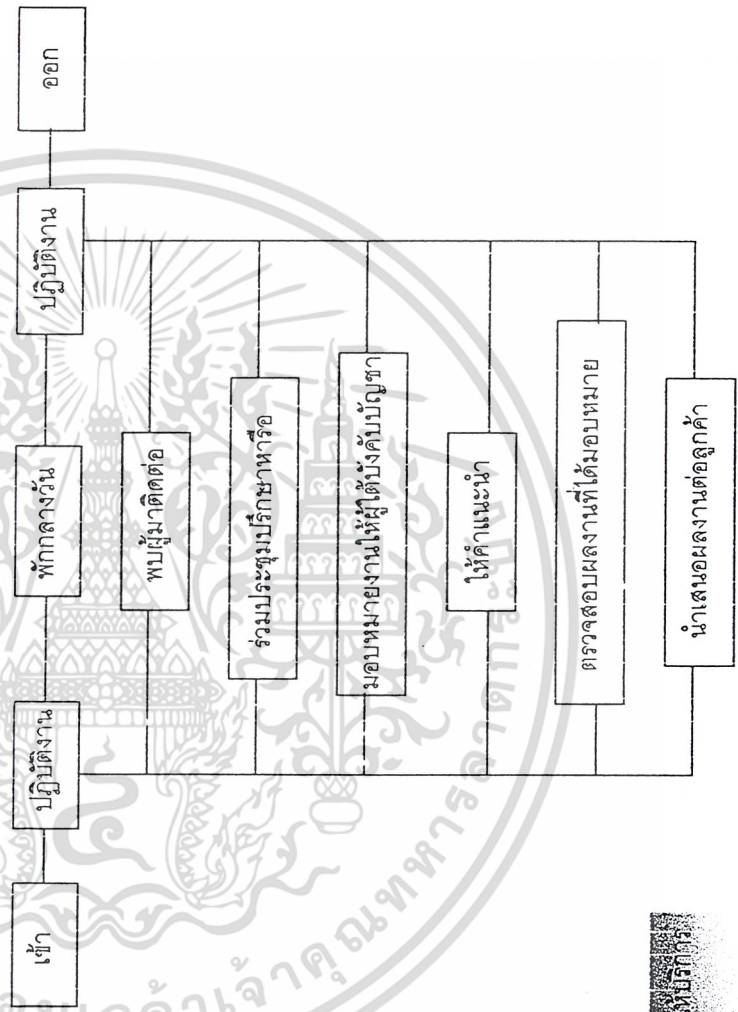
แผนภูมิแสดงพฤติกรรมผู้ใช้บริการ
เลขานุการผู้อำนวยการแผนก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิเคราะห์ผู้ใช้บริการ

ผู้ให้บริการ (User of Service)
หัวหน้าฝ่าย



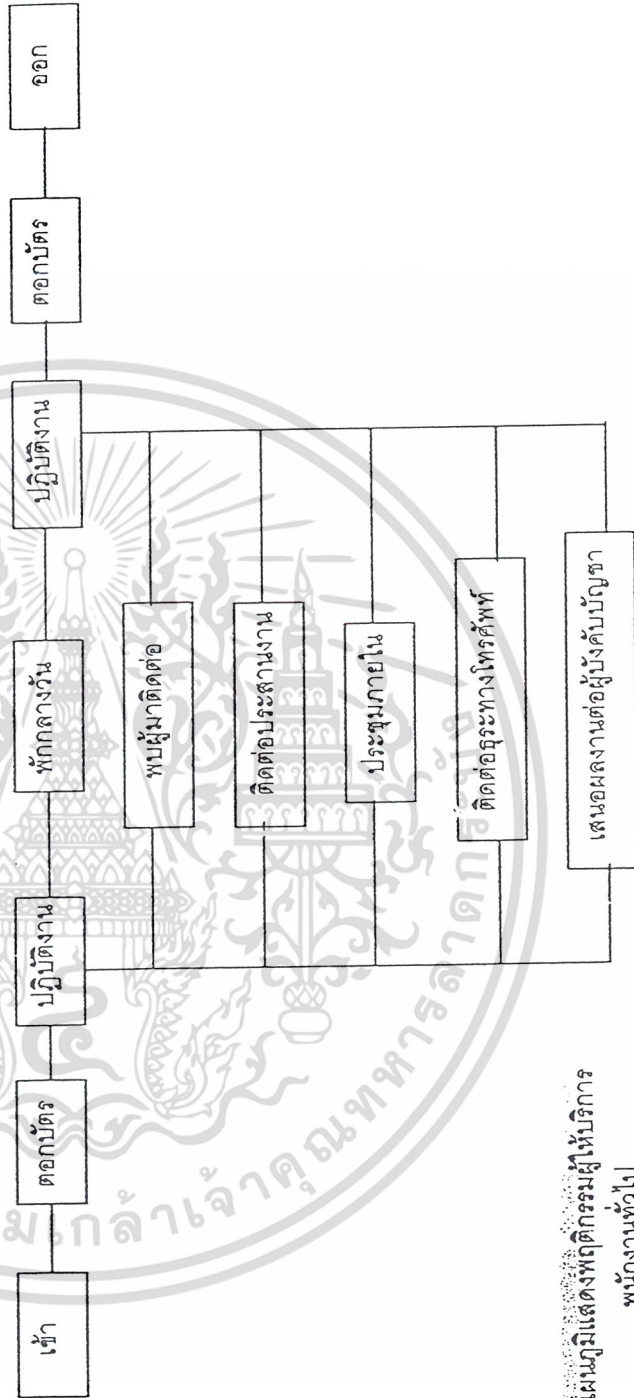
แผนภูมิแสดงพฤติกรรมผู้บริการ
หัวหน้าฝ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ใช้บริการ (User of Service)
พนักงานทั่วไป



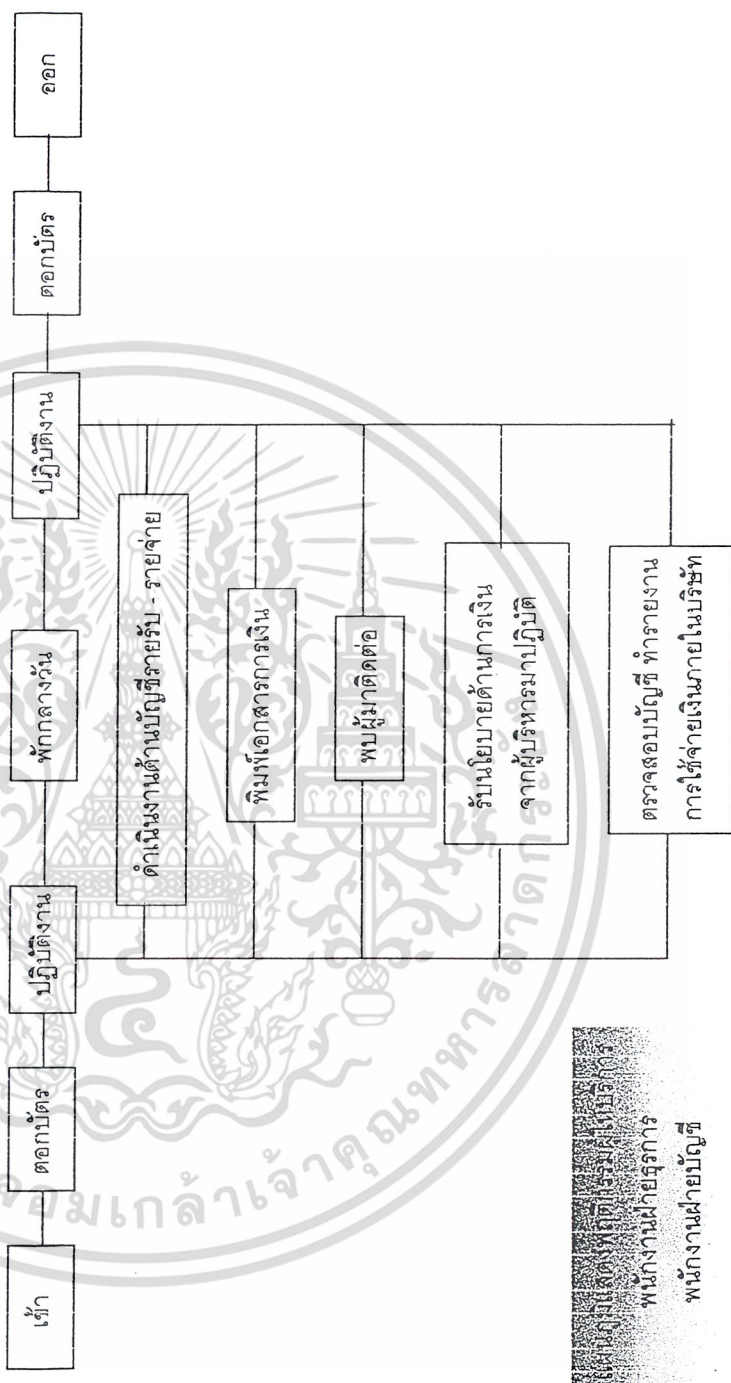
แผนภูมิแสดงพฤติกรรมผู้ใช้บริการ
พนักงานทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้

ผู้ให้บริการ (User of Service)
พนักงานฝ่ายธุรการ , พนักงานฝ่ายบัญชี



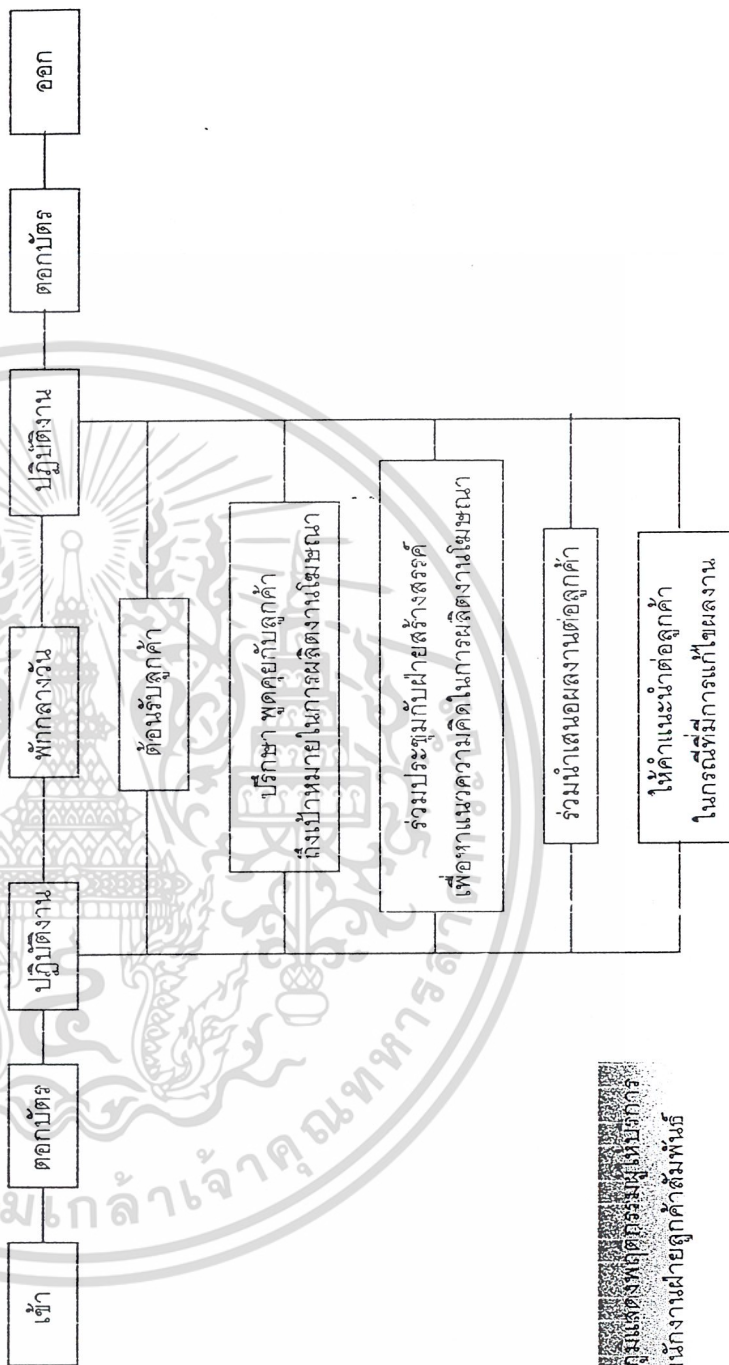
แผนผังแสดงพฤติกรรมการ
พนักงานฝ่ายธุรการ
พนักงานฝ่ายบัญชี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งาน

ผู้ใช้บริการ (User of Service)
พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

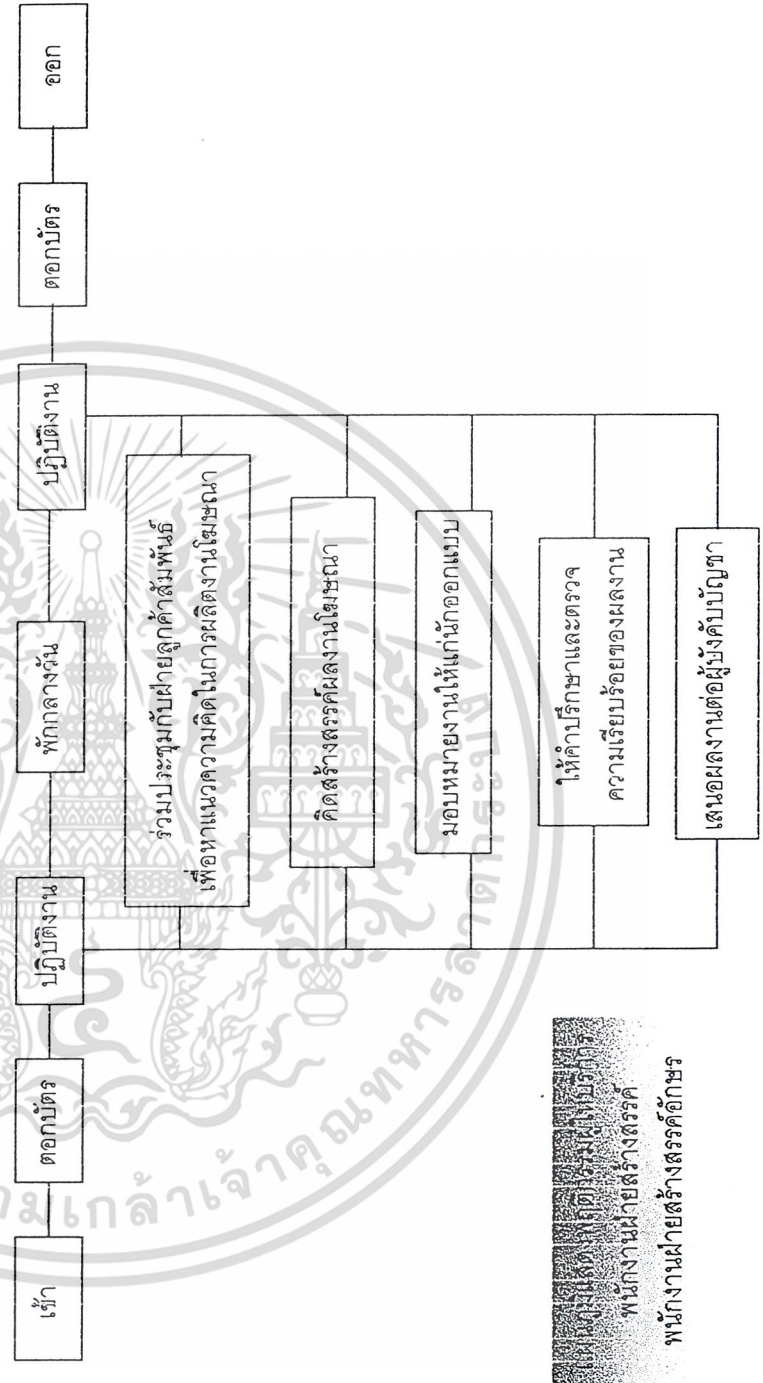


แผนภูมิแสดงพฤติกรรมผู้ใช้บริการ
พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

ผู้ให้บริการ (User of Service)
พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์, พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์อีก



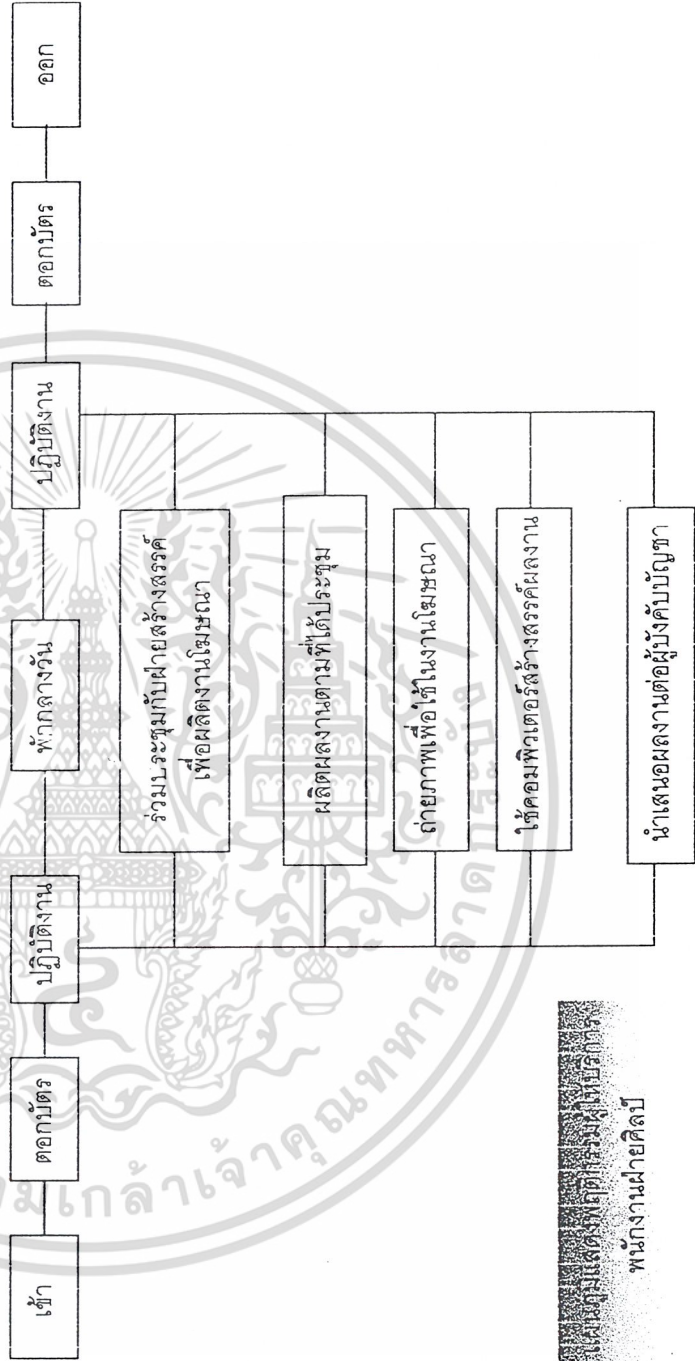
เพื่อส่งเสริมนวัตกรรม
พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์
พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์อีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้

ผู้ให้บริการ (User of Service)
พนักงานฝ่ายศิลป์



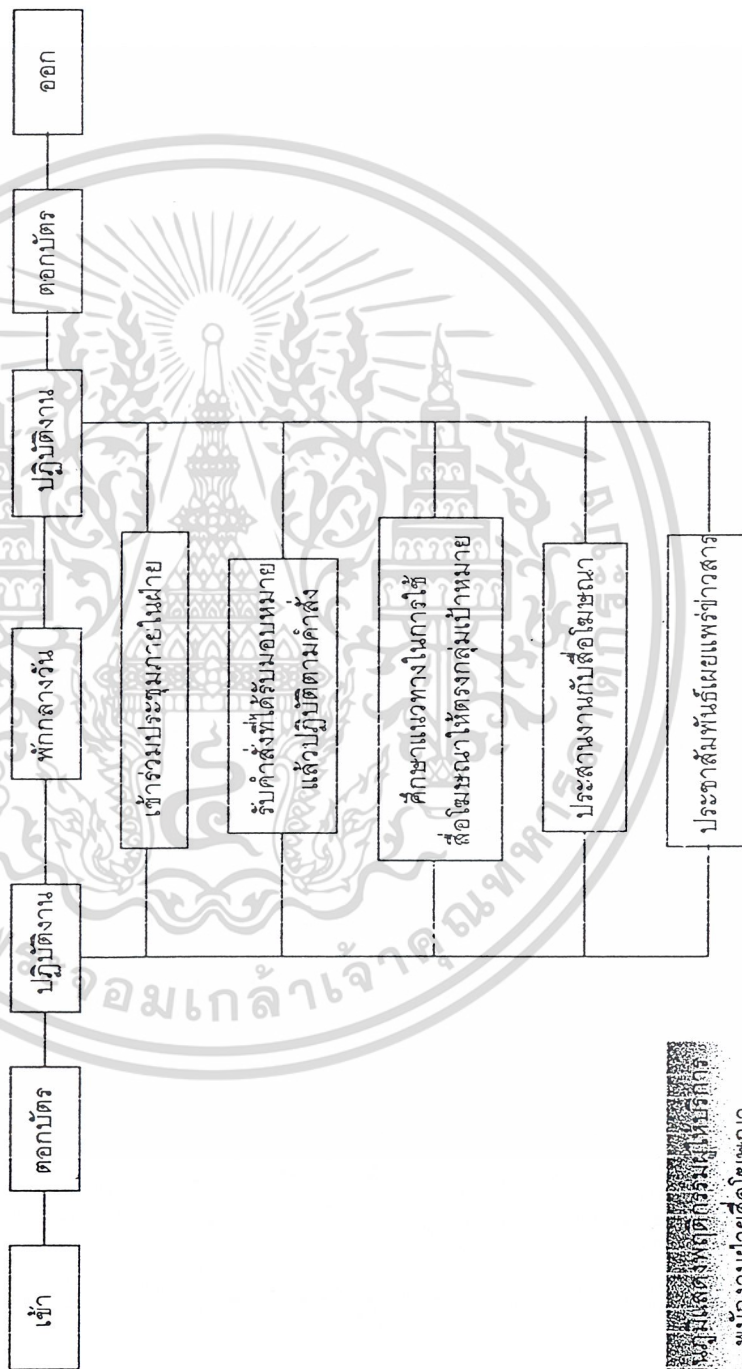
แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของพนักงานฝ่ายศิลป์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้บริการ (User of Service)
พนักงานฝ่ายสื่อโฆษณา



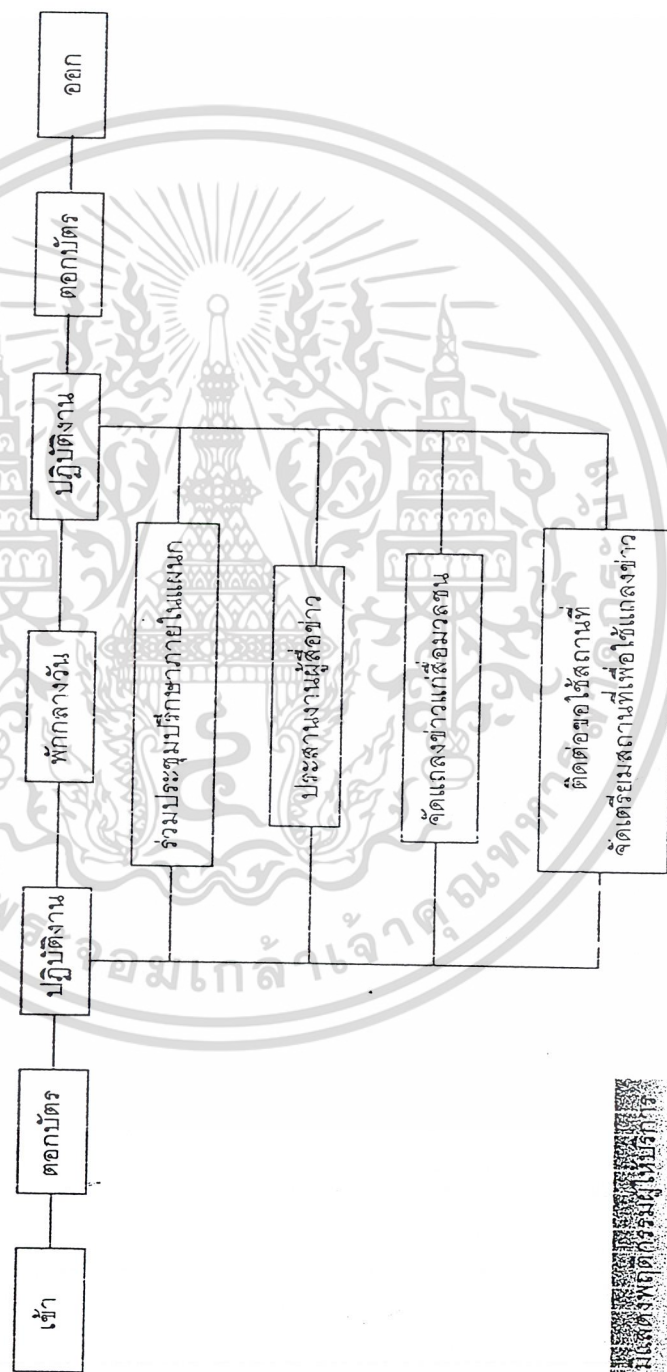
ไปร่วมแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค
พนักงานฝ่ายสื่อโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

User Behavior Analysis

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้

ผู้ให้บริการ (User of Service)
พนักงานแผนก MAJOR STAGE



แผนภูมิแสดงพฤติกรรมผู้ใช้บริการ

แผนก MAJOR STAGE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.4 ตารางแสดงช่วงเวลาผู้ใช้อาคาร (Time of User)

ประเภทผู้ใช้อาคาร	01.00น.	02.00น.	03.00น.	04.00น.	05.00น.	06.00น.	07.00น.	08.00น.	09.00น.	10.00น.	11.00น.	12.00น.	13.00น.	14.00น.	15.00น.	16.00น.	17.00น.	18.00น.	19.00น.	20.00น.	21.00น.	22.00น.	23.00น.	24.00น.	
ผู้บริหารระดับสูง																									
ผู้อำนวยการแผนกต่าง ๆ																									
หัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ																									
พนักงานทั่วไป																									
แม่บ้าน																									
พนักงานรักษาความปลอดภัย																									
ผู้รับบริการ																									
ผู้มาติดต่อส่วนบริการ																									
ผู้มาติดต่อส่วนสำนักงาน																									
ลูกค้าทั่วไป , ลูกค้าประจำ																									
ผู้มาติดต่อทั่วไป																									

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
การวิเคราะห์เพื่อการออกแบบ

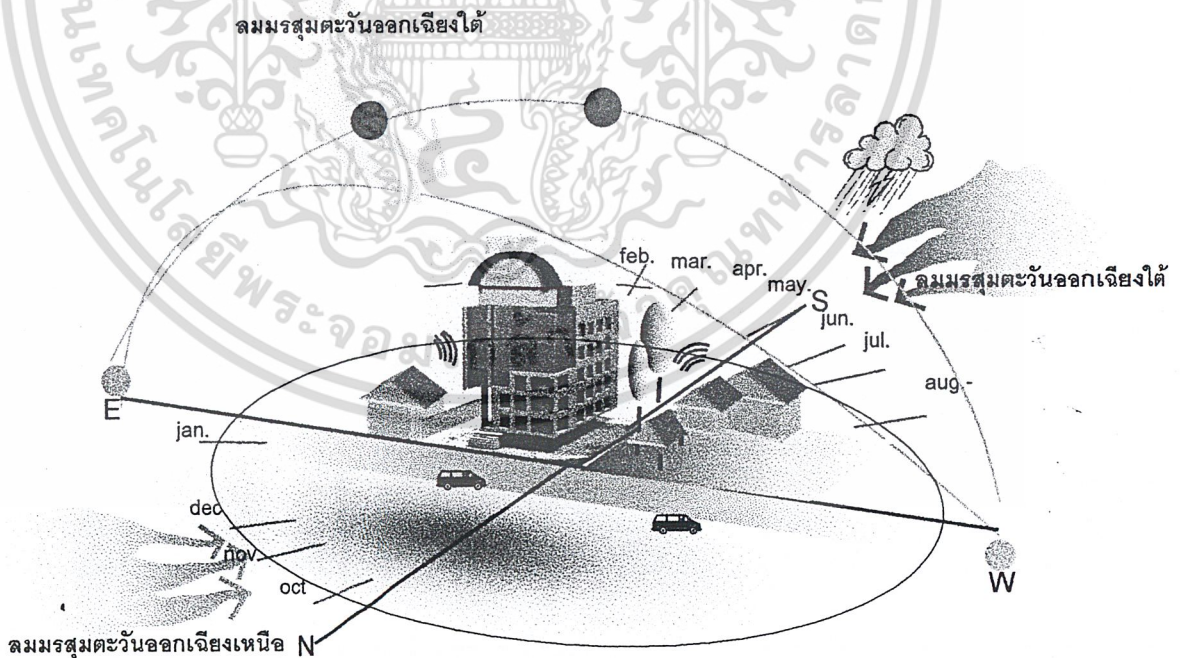
4.1 วิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการ

โครงการสำนักงานบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทท์ซึ่งจำกัดตั้งอยู่บนอาคารสำนักงาน 7 ชั้นบนถนนคันทรีแลนด์ เขตประเวศ กรุงเทพฯ ภูมิอากาศเป็นแบบร้อนชื้น เช่นเดียวกับพื้นที่ในจังหวัดภาคกลางของประเทศ โครงการจะได้รับผลกระทบจากเขตดังนี้

4.1.1 ผลกระทบของโครงการกับภูมิอากาศ

เป็นผลกระทบที่เกิดจากธรรมชาติซึ่งได้แก่ แสงแดด อุณหภูมิ ลม และฝน มีรายละเอียดดังนี้

1.แสงแดด ส่งผลกับตัวอาคารในทิศตะวันออกในช่วงเช้าและสาย ทิศตะวันตกในช่วงบ่ายและเย็น แต่ทั้งนี้ทิศทางของแสงแดดที่ตกกระทบจะต่างกันไปตามฤดูกาล และสามารถสรุปผลกระทบของแสงแดดกับตัวอาคารในทิศเหนือและทิศใต้ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 แสดงทิศทางการโคจรของดวงอาทิตย์เมื่อเทียบกับโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 สรุปผลกระทบของแสงแดดกับตัวอาคารในทิศเหนือและทิศใต้ ดังนี้

เดือน	รายละเอียด	
มี.ค.-มี.ย. (ฤดูร้อน)	ทิศทางดวงอาทิตย์	การขึ้นลงของดวงอาทิตย์จะทำมุมกับพื้นโลกเฉียงไปทางทิศเหนือ และในเดือนเมษายนจะเอียงทำมุมกับพื้นโลกมากที่สุดในด้านทิศเหนือถึง 85 องศา ในเดือนพฤษภาคมดวงอาทิตย์จะตั้งฉากกับพื้นโลกในช่วงเที่ยง เวลาในการขึ้นลงของดวงอาทิตย์ในช่วงนี้จะยาวนานกว่าปกติโดยเฉพาะในเดือนมิถุนายนดวงอาทิตย์จะขึ้นเวลา 5.30 น. และตกเวลา 18.30 น.
	ผลกระทบกับตัวอาคาร	ผลกระทบโดยมากจะเกิดกับตัวอาคารด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตก แต่ก็มีผลกระทบกับทิศเหนือซึ่งเป็นด้านหน้าของอาคารอยู่ด้วย เพราะแสงแดดจะเอียงกระทบกับตัวอาคารทางทิศเหนือทำให้เกิดความร้อนในเวลา 7.00-11.00 น. และ 13.00-17.00 น.
	แนวทางแก้ไข	เนื่องจากตัวอาคารมีหน้าต่างกระจกโดยรอบการแก้ไขปัญหาที่ดีที่สุด คือ การใช้กระจกกรองแสงและการติดมู่ลี่หรือม่านปรับแสงเพื่อลดแสงแดดที่เข้ามามีผลกระทบต่อตัวอาคาร
ก.ค.- ต.ค. (ฤดูฝน)	ทิศทางดวงอาทิตย์	แนวการขึ้นลงของดวงอาทิตย์เริ่มเข้าหาแนวตั้งฉากกับพื้นโลก และจะตั้งฉากกับพื้นโลกอีกทีในกลางเดือนสิงหาคม ช่วงนี้ความร้อนจะไม่มากเท่าเดือนเมษายนเพราะแนวโคจรของดวงอาทิตย์อยู่ไกลจากโลกมาก
	ผลกระทบกับตัวอาคาร	ในช่วงฤดูฝนนี้แสงแดดจะเอียงทำมุมในทิศเหนือและทิศใต้น้อยลงจนอยู่ในแนวตั้งฉาก จึงไม่มีผลกระทบมากนัก แต่ยังคงมีผลกับตัวอาคารทางทิศตะวันตกอยู่
	แนวทางแก้ไข	ผลกระทบจากแสงแดดต่อตัวอาคารที่เป็นหน้าต่างโดยรอบ การใช้กระจกกรองแสงและติดมู่ลี่หรือม่านปรับแสงยังคงเป็นวิธีแก้ไขที่ดีที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือน		รายละเอียด
พ.ย.-ก.พ. (ฤดูหนาว)	ทิศทางดวงอาทิตย์	แนวโคจรของดวงอาทิตย์จะเอียงไปทางทิศใต้มากขึ้นและมากที่สุด ในกลางเดือนธันวาคม คือ 55 องศา จากแนวระดับ หลังจากนั้นแนวโคจรก็กลับเข้าสู่แนวตั้งฉากในปลายเดือนเมษายน หมุนเวียนกันไปทุกปี
	ผลกระทบต่อตัวอาคาร	ทางทิศใต้หรือด้านหลังของตัวอาคารจะได้รับผลกระทบจากแสงแดดมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะกลางเดือนธันวาคม แต่ความร้อนในช่วงฤดูหนาวจะไม่สูงมากนัก เพราะการโคจรของดวงอาทิตย์อยู่ห่างจากโลกมาก ทำให้อากาศช่วงนี้ค่อนข้างจะเย็นสบาย
	แนวทางแก้ไข	ทางด้านหลังของอาคารซึ่งได้รับผลกระทบจากแสงแดดจะมีผลไม่มากเท่ากับทางด้านทิศตะวันออก ทิศตะวันตก และทิศเหนือ สามารถแก้ไขโดยการใช้กระจกกรองแสงเพื่อลดปริมาณของแสงลง ประกอบกับเป็นช่วงฤดูหนาวอากาศจึงไม่ร้อนมากนัก

2. ลมและฝน ส่งผลกระทบต่อตัวอาคารในทิศเหนือและทิศใต้เป็นส่วนใหญ่ แต่กระแสนลมก็จะมี การเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูเช่นเดียวกับแสงแดด ทิศทางของลมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ กระแสนลมในฤดูฝนและร้อน และกระแสนลมในฤดูหนาว สามารถสรุปผลกระทบของลมและฝนกับตัวอาคารได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2 สรุปผลกระทบของลมและฝนกับตัวอาคาร

เดือน		รายละเอียด
มี.ค.-มิ.ย. (ฤดูร้อน)	ทิศทางลม	กระแสนลมในเดือนมีนาคมจะพัดผ่านอ่าวไทยเข้ามาทางตะวันออกเฉียงใต้ กระแสนลมจะเปลี่ยนทิศไปทางตะวันตกเฉียงใต้ในเดือนมิถุนายน ซึ่งลมทางทิศตะวันตกเฉียงใต้จะนำฝนมาทำให้พื้นที่ในเขตประเทศไทยมีฝนชุก
	ผลกระทบ	ในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม กระแสนลมมีเพียงร้อยละ 10 ของกระแสนลมที่พัดผ่านใน 1 ปี ประกอบกับการโคจรของดวงอาทิตย์ใกล้โลกมาก ทำให้เกิดความร้อนสูงการถ่ายเทความร้อนน้อยมาก ในเดือนมิถุนายนปริมาณลมเริ่มเพิ่มมากขึ้น การถ่ายเทความร้อนดีขึ้นมากและในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดฝนตกชุกในเขตท้องที่อากาศจึงไม่ร้อนนัก
	แนวทางแก้ไข	ติดเครื่องปรับอากาศภายในตัวอาคารเพื่อช่วยลดความร้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือน		รายละเอียด
ก.ค.-ต.ค. (ฤดูฝน)	ทิศทางลม ผลกระทบ แนวทางแก้ไข	กระแสลมในช่วงนี้จะมาทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งมีอิทธิพลมากในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน อิทธิพลของลมในช่วงนี้ทำให้ฝนตกชุกทั่วประเทศไทย กระแสลมแรงมาก ซึ่งผลกระทบจะเกิดกับโครงการด้านทิศใต้และตะวันตก ของตัวอาคาร ผลกระทบที่ควรแก้ไขคือ เสียงของฝนที่อาจทำความรำคาญจึงควรมีการติดตั้งม่านหรือวัสดุที่ซับเสียง
พ.ย.-ก.พ. (ฤดูหนาว)	ทิศทางลม ผลกระทบ แนวทางแก้ไข	ในช่วงนี้กระแสลมจากทะเลจีนใต้เริ่มปกคลุมพื้นที่ตอนบนของประเทศไทย ทิศทางของกระแสลมจะพัดผ่านนำเอาความแห้งแล้งมาสู่พื้นที่ประเทศไทย ในขณะนี้จะไม่ฝน เนื่องจากลมที่พัดผ่านมาเป็นลมจากประเทศจีนทำให้เกิดความหนาวเย็นในเขตประเทศไทยและกับตัวโครงการ เนื่องจากบริเวณที่ตั้งโครงการโดยรอบยังเป็นที่โล่งอยู่มาก ตัวอาคารได้รับลมเต็มที่ อากาศเย็นสบายไม่มีผลกระทบใดๆ อีกทั้งยังช่วยให้เครื่องปรับอากาศไม่ทำงานหนักจนเกินไป

4.1.2 ผลกระทบของโครงการกับสภาพแวดล้อมอาณาเขต

สถานที่ตั้งโครงการอยู่บริเวณพื้นที่โล่งโดยรอบ โดยบริเวณใกล้เคียงมีเพียงบ้านของผู้อำนวยความสะดวก บริษัทและร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ซึ่งเป็นบ้านพักอาศัย ส่วนที่เหลือเป็นเพียงพื้นที่โล่ง ดังนั้นผลกระทบต่อโครงการและแนวทางการแก้ปัญหาที่มีดังนี้

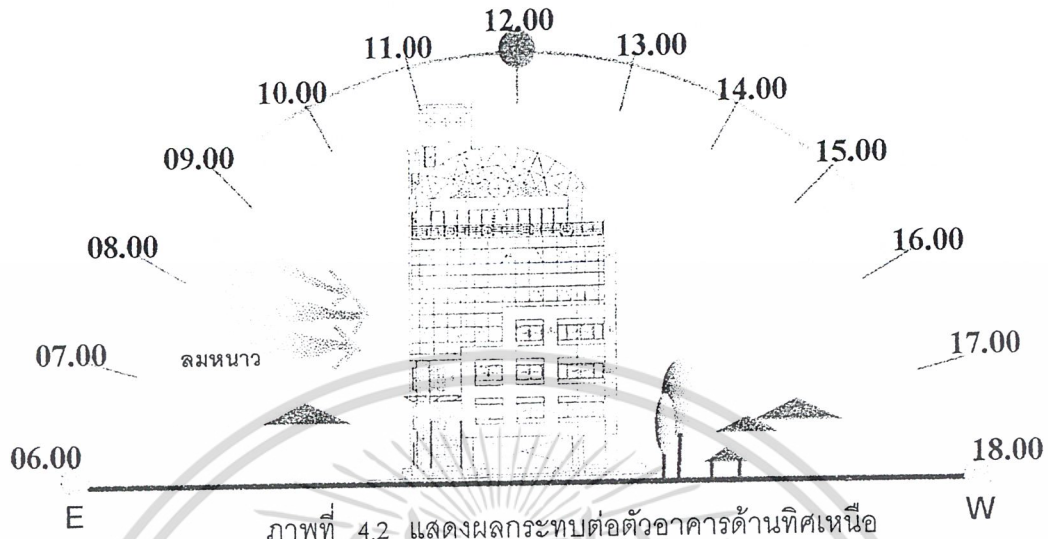
ตารางที่ 4.3 ผลกระทบที่เกิดกับโครงการและแนวทางการแก้ปัญหา

ทิศ		รายละเอียด
ทิศเหนือ	อาณาเขตติดต่อ ผลกระทบ การแก้ปัญหาและผล สนับสนุน	เป็นถนนสองเลนซึ่งเป็นทางเข้าออกภายในซอย รถยนต์เข้าออกมีไม่มาก โดยฝั่งตรงข้ามถนนก็เป็นพื้นที่โล่ง ปัญหาเรื่องฝุ่นที่เกิดจากเขม่ารถยนต์ เนื่องจากตัวอาคารโครงการอยู่ลึกจากถนนใหญ่เข้าไปประมาณ 70 เมตรซึ่งเป็นระยะที่ห่างพอสมควรมีการเปิดผนังและกระจกโดยรอบจึงสามารถป้องกันเสียงและฝุ่นควันรถยนต์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

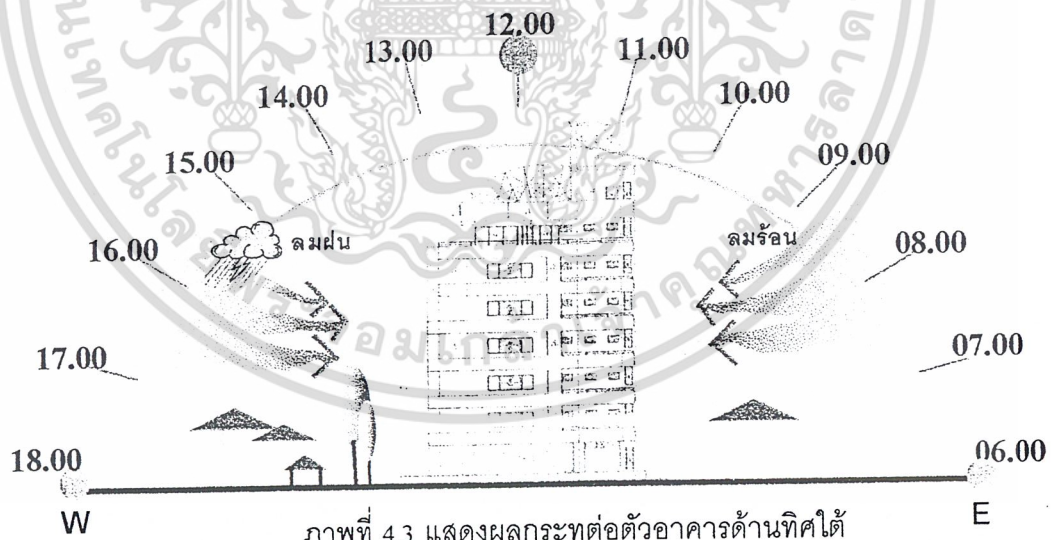
ทิศ		รายละเอียด
ทิศใต้	อาณาเขตติดต่อ ผลกระทบ การแก้ปัญหาและผล สนับสนุน	ติดต่อกับพื้นที่โล่ง ด้านนี้เมื่อถึงหน้าฝนปริมาณน้ำฝนจะลาดเข้าทางด้านนี้เต็มที เนื่องจากเป็นพื้นที่โล่ง ตัวอาคารด้านนี้ ส่วนใหญ่เป็นผนังก่ออิฐฉาบปูน มีหน้าต่าง เพียงชั้นละ 2 บานเท่านั้น ฝนจึงไม่สามารถก่อปัญหาให้ตัว อาคารด้านนี้ได้
ทิศตะวันตก	อาณาเขตติดต่อ ผลกระทบ การแก้ปัญหาและผล สนับสนุน	ติดต่อกับบ้านพักอาศัยของผู้อำนวยการ ไม่มีปัญหามากนักเนื่องจากสมาชิกในบ้านมีจำนวนน้อย ปัญหาด้านนี้จะเกิดเฉพาะช่วงที่อยู่ในฤดูฝนเพราะด้านนี้โดย มากจะเป็นกระจก ลักษณะอาคารมีกันสาดตลอดแนวที่เป็นกระจก ดังนั้นจึงช่วย กันการกราดของฝนได้พอสมควร
ทิศตะวันออก	อาณาเขตติดต่อ ผลกระทบ การแก้ปัญหาและผล สนับสนุน	ติดกับบ้านพักอาศัยสูง 2 ชั้น ซึ่งทำเป็นบริษัทรับออกแบบตกแต่ง ภายในและมีการรับทำเฟอร์นิเจอร์อีกด้วย อาจมีเสียงของการทำงานจากบ้านหลังดังกล่าว อาคารทางด้านนี้ส่วนใหญ่แล้วเป็นผนังก่ออิฐฉาบปูน ดังนั้น เสียงจากบ้านดังกล่าวจึงไม่สามารถเล็ดลอดเข้ามาสู่ตัวอาคาร ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 แสดงผลกระทบต่อตัวอาคารด้านทิศเหนือ

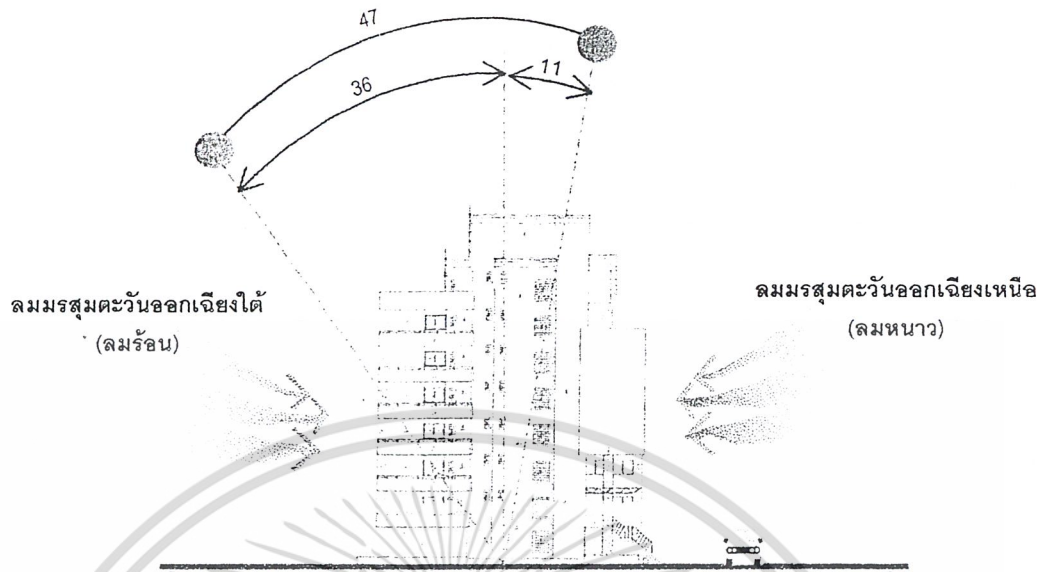
พื้นที่อาคารทางด้านทิศเหนืออยู่บริเวณด้านหน้าของตัวอาคารซึ่งมีถนนภายในซอยตัดผ่านแต่ปริมาณรถเข้าออกไม่มากนัก ในช่วงฤดูหนาวจะมีลมหนาวพัดผ่านเข้ามาทางด้านนี้



ภาพที่ 4.3 แสดงผลกระทบต่อตัวอาคารด้านทิศใต้

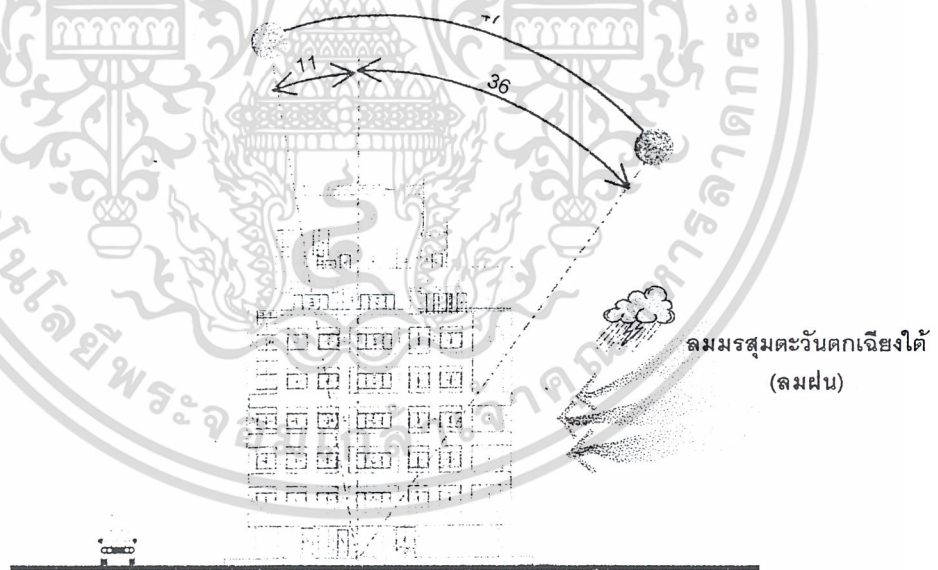
บริเวณด้านนี้ติดกับพื้นที่โล่งเมื่อถึงฤดูฝน จะได้รับผลกระทบจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.4 แสดงผลกระทบต่อตัวอาคารด้านทิศตะวันออก

ตัวอาคารทางด้านนี้ติดกับบ้านพักอาศัยของบริษัทออกแบบภายในอาจ มีผล กระทบ ทางด้านแสงแดดในช่วงเช้าถึงเที่ยง



ภาพที่ 4.5 แสดงผลกระทบต่อตัวอาคารด้านทิศตะวันตก

ตัวอาคารทางด้านนี้ติดต่อกับบ้านพักอาศัยของกรรมการผู้จัดการของ บริษัทเมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 วิเคราะห์อาคารสำนักงาน

การศึกษาลักษณะทางสถาปัตยกรรม

4.2.1 ลักษณะอาคารของโครงการ

ลักษณะของตัวอาคาร ออกแบบโดยคุณ กิตติชัย แสงอินทร์ โดยการใช้ข้อมูลพื้นฐานจากการศึกษาสภาพแวดล้อมของโครงการเป็นตัวกำหนดในการออกแบบให้เป็นอาคารสำนักงานที่ทันสมัย เพื่อให้เป็นศูนย์รวมของหน่วยงานต่างๆ ในบริษัท เมเจอร์แอดเวอร์ไทซิ่งจำกัด

สถาปนิกกำหนดให้ลักษณะของตัวอาคาร เป็นอาคารรูปทรงทันสมัย สูง 7 ชั้นมีจุดเด่นของอาคารตรงบริเวณที่ใช้แผงกระจกสลับกับผนังก่ออิฐฉาบปูนและลักษณะหลังคารูปโดมบริเวณส่วนของยอดอาคารบริเวณชั้นที่

4.2.2 ลักษณะโครงสร้างอาคารประกอบด้วย

ภาพที่ 4.6 แสดงภาพลักษณะโครงสร้างภายในอาคาร

1. โครงสร้าง

โครงสร้างทั่วไป เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กบนฐานรากเข็มเจาะคอนกรีต พื้นคอนกรีตแบบ Post Tensioned ดาดฟ้าเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก

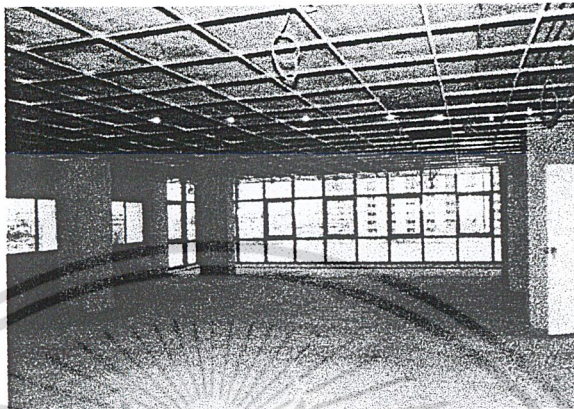
2. ผนัง

ผนังภายนอก ส่วนใหญ่เป็นผนังก่ออิฐฉาบปูนและคอนกรีตเสริมเหล็กฉาบปูนทาสี หน้าต่างกระจกกรองแสง วงกบและขอบบานกรอบอะลูมิเนียม

ผนังภายใน เป็นผนังก่ออิฐฉาบปูนและคอนกรีตเสริมเหล็กฉาบปูนเรียบทาสี ผนังบางส่วนเป็นผนังกระจกกรองแสง

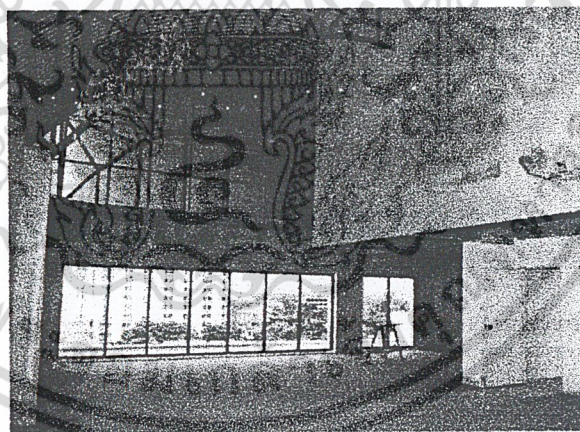
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ฝ้าเพดาน ฝ้าเพดานคอนกรีตฉาบปูนเรียบ



ภาพที่ 4.7 แสดงภาพลักษณะฝ้าเพดาน

4. หลังคา หลังคาคอนกรีตเสริมเหล็กส่วนใหญ่ บางส่วนเป็นหลังคาแผ่นเหล็กอาบสังกะสี และเคลือบสีร๊อตรอน



ภาพที่ 4.8 แสดงภาพลักษณะโครงสร้างหลังคา

5. ผิวพื้น ฉาบปูนเรียบ หรือปูด้วยเซรามิค ผิวทราaylorล่างและหินแกรนิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.ระบบอำนวยความสะดวกอาคาร ประกอบด้วยระบบต่างๆดังต่อไปนี้

- ระบบไฟฟ้า
- ระบบปรับอากาศและระบายอากาศ
- ระบบลิฟต์
- ระบบดับเพลิง(ระบบแจ้งภัย)
- ระบบสุขาภิบาล

8.งานนอกเหนือตัวอาคาร ประกอบด้วย

- ถนน ลานจอดรถ ทางเดิน และระบบระบายน้ำฝน
- รั้วและกระเบื้องปูลาดต้นไม้ แนวปลูกต้นไม้

4.2.3 ลักษณะภายในของโครงการ

ลักษณะภายในของโครงการอาคารสำนักงาน บริษัทเมเจอร์แอสตีทเวอร์ทีทซึ่ง จำกัด สามารถจำแนกพื้นที่ภายในอาคารได้ดังต่อไปนี้

1. ในส่วนสำนักงานได้กำหนด พื้นที่ภายในให้มีขนาดกว้างเพื่อให้สอดคล้องกับการจัดสำนักงาน และเพื่อใช้ประโยชน์ใช้สอยจากพื้นที่ได้อย่างเต็มที่
2. จุดประสงค์ในการใช้พื้นที่ที่เปิดโล่งเหมาะกับการจัดสำนักงานสมัยใหม่ ที่มีการปฏิบัติงานและกิจกรรมประเภทเดียวกันดำเนินอยู่บนพื้นที่เดียวกัน(Floorarea) ตลอดจนเน้นถึงการติดต่อประสานงานที่รวดเร็วและคล่องตัวตลอดจนมีความยืดหยุ่น(Flexibility)สูงเป็นสำคัญ
3. ลักษณะพื้นที่ภายในโดยส่วนรวมเป็นลักษณะ Deep Spaceและมีระยะช่วงเสา (Span)ภายในอาคารสำนักงานมีระยะอย่างน้อย 7.50 เมตร ซึ่งสามารถจัด Open Lay-Out ได้อย่างเหมาะสมและยังจัดแบบผสมได้อีกคือการกันห้องเฉพาะทำให้เกิดความคล่องตัวสูงในการเปลี่ยนแปลงการจัดรูปแบบสำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ตารางแสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ระดับผู้บริหาร

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
กรรมการผู้จัดการ	- ควบคุมดูแลและบริหารงานของบริษัท - เป็นผู้รับผิดชอบและดำเนินการต่างๆของบริษัทในทุกรูปแบบการค้า - วางนโยบายให้ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ของบริษัท	- เลขานุการ - ที่ปรึกษา - ผู้อำนวยการแผนกต่างๆ - พนักงานฝ่าย MAJOR STAR	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ - ชุดคอมพิวเตอร์ - ชุดรับแขก - SIDE BOARD - TV, V.D.O และเครื่องเสียง
เลขานุการ กรรมการผู้จัดการ	- ปฏิบัติตามหน้าที่ที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย - ทำรายงานรวบรวมสถิติและผลงานของบริษัท - บันทึกรายงานการประชุม - ติดต่อนัดหมายแทนผู้บังคับบัญชา	- กรรมการผู้จัดการ	- ชุดโต๊ะทำงาน - ตู้เก็บเอกสาร - ชุดคอมพิวเตอร์
ที่ปรึกษา	- ให้คำปรึกษากับคณะกรรมการผู้จัดการเกี่ยวกับเรื่องกฎหมายและการตลาด - หาข้อมูลเพิ่ม ประเมินผลงานของบริษัทเพื่อเสนอต่อที่ประชุม	- กรรมการผู้จัดการ - ผู้อำนวยการฝ่ายต่างๆ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บเอกสาร

แผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)

ผู้อำนวยการแผนกเมเจอร์แอดเวอร์ไทซิง (FULL SERVICE AGENCY)	- ควบคุมดูแลเกี่ยวกับกิจการภายในแผนก - ร่วมวางแผนประชุมสัมมนาภายในแผนก - มอบหมายงานให้กับพนักงานภายในแผนก	- เลขานุการ - หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา - ผู้อำนวยการแผนกต่างๆ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ - ชุดคอมพิวเตอร์ - ชุดรับแขก - SIDE BOARD - TV, V.D.O และเครื่องเสียง
เลขานุการผู้อำนวยการแผนกเมเจอร์แอดเวอร์ไทซิง (FULL SERVICE AGENCY)	- ปฏิบัติตามผู้บังคับบัญชามอบหมาย - ทำรายงานรวบรวมสถิติและผลงานของแผนก - บันทึกรายงานการประชุม - ติดต่อนัดหมายแทนผู้บังคับบัญชา	- ผู้อำนวยการแผนก	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บเอกสาร - โทรศัพท์ - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
- หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา	- ควบคุมการทำงานของฝ่ายสื่อโฆษณา - ดูแล มอบหมายหน้าที่ให้พนักงานในฝ่ายสื่อโฆษณา	- พนักงานฝ่ายวางแผน - พนักงานฝ่ายประสานงาน - หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - เลขานุการประจำฝ่ายสื่อ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - SIDE BOARD
พนักงานวางแผน	- วางแผนในการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับตัวสินค้า - ประสานงานกับหัวหน้าฝ่ายสื่อเพื่อประชุมปรึกษาเกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อ - มอบหมายให้ฝ่ายประสานงานติดต่อกับสื่อ	- หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา - พนักงานประสานงาน - พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - โทรศัพท์
พนักงานประสานงานสื่อ	- รับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาและประสานงานกับสื่อเพื่อขอใช้สื่อในการโฆษณาสินค้า	- พนักงานวางแผน - เลขานุการประจำฝ่าย	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - โทรศัพท์
เลขานุการประจำฝ่าย	- ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย - ติดต่อประสานงานกับบุคคลต่างๆ ในฝ่าย - บันทึกรายงานการประชุม - พิมพ์เอกสาร	- หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา - พนักงานฝ่ายวางแผน - พนักงานฝ่ายประสานงาน	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ส่วนเก็บเอกสาร

ฝ่ายบัญชี

พนักงานฝ่ายบัญชี	- รับนโยบายทางการเงินจากผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรการ - ดำเนินการทางด้านบัญชี, การเงินทั้งรายรับรายจ่ายของบริษัท - เก็บเอกสารทางบัญชีต่างๆ - พิมพ์เอกสารเกี่ยวกับงานบัญชี	- พนักงานฝ่ายการเงิน - สมุห์บัญชี	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เซฟ - ส่วนเก็บเอกสาร
พนักงานฝ่ายการเงิน	- ดูแลประสานงานกับผู้จัดการทั่วไป ตรวจสอบบัญชีรวบรวมจัดทำบัญชีรายการต่างๆ เพื่อเป็นงบประมาณของบริษัทต่อไป - ติดต่อธนาคาร	- พนักงานฝ่ายบัญชี - สมุห์บัญชี - ฝ่ายบริหาร	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ส่วนเก็บเอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
พนักงานสมุหบัญชี	- ตรวจสอบบัญชี จัดเก็บรวบรวมบัญชีเพื่อทำรายการต่างๆ - ตรวจสอบบัญชีรายรับ-รายจ่ายของบริษัท	- พนักงานฝ่ายบัญชี - พนักงานฝ่ายการเงิน	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ส่วนเก็บเอกสาร

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- มอบหมายงานให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - ร่วมปรึกษาหารือกับลูกค้าเกี่ยวกับงานโฆษณา - นำเสนอผลงานต่อลูกค้า	- เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ - หัวหน้าฝ่ายสื่อ - เลขานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - ชุดคอมพิวเตอร์ - ชุดรับแขก - SIDE BOARD - TV, V.D.O และเครื่องเสียง
เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - ร่วมปรึกษากับลูกค้าเกี่ยวกับงานโฆษณา - เสนอแนะในกรณีที่ลูกค้าต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขงาน	- หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - ชุดคอมพิวเตอร์
เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย - ติดต่อประสานงานกับบุคคลต่างๆ ในฝ่าย - บันทึกรายงานการประชุม - พิมพ์เอกสาร	- หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บเอกสาร

แผนกสร้างสรรค์ (CREATIVE DEPARTMENT)

หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ (CREATIVE DIRECTOR) C.D.	- ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการทำงานภายในฝ่ายสร้างสรรค์ - มอบหมายงานให้แก่พนักงานภายในฝ่าย - ร่วมประชุมกับพนักงานในฝ่าย - ปรึกษาหารือกับหัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - ดูแลความเรียบร้อยของงานในแต่ละ PROJECT	- หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - หัวหน้าฝ่ายศิลปะ - ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - ชุดคอมพิวเตอร์ - ชุดรับแขก - SIDE BOARD - TV, V.D.O และเครื่องเสียง
--	---	--	---

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับ หน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ ประกอบ
หัวหน้าฝ่ายศิลป์	- ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการทำงานของฝ่ายศิลป์ - ร่วมประชุมกับหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ แล้วนำเอาความคิดเหล่านั้นมาสร้างสรรค์ ให้เป็นงานโฆษณาและนำไปให้นักออกแบบ คิดออกมาเป็นรูปธรรม	- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ - นักออกแบบ - ฝ่ายสร้างสรรค์ อักษร	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - ชุดคอมพิวเตอร์ - ชุดรับแขก - SIDE BOARD - ตู้เก็บเอกสาร, ผลงาน
นักออกแบบ	- ควบคุมเกี่ยวกับการทำงานออกแบบ รูป แบบชิ้นงานโฆษณา - มอบหมายงานให้แก่ฝ่ายศิลป์	- หัวหน้าฝ่ายศิลป์ - ฝ่ายศิลป์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บเอกสาร, ผลงาน
ฝ่ายศิลป์	- รับแนวความคิดจากนักออกแบบมา ปฏิบัติให้เกิดผลงานโฆษณา	- นักออกแบบ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - อุปกรณ์สร้าง งานศิลป์
ฝ่ายสร้างสรรค์ อักษร (COPY WRITER)	- ร่วมปรึกษาหารือกับหัวหน้าฝ่ายสร้าง สรรค์และนักออกแบบในการสร้างสรรค์คำ พูด - คำบรรยายที่ใช้ในงานโฆษณา	- หัวหน้าฝ่ายสร้าง สรรค์ - หัวหน้าฝ่ายศิลป์ - ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์
ฝ่ายประสานงาน (จัดลำดับงาน) (TRAFFIC DEPARTMENT)	- ควบคุมดูแลทุกขั้นตอนในการผลิตงาน โฆษณาให้ตรงตามกำหนดที่ควรจะเป็นใน แต่ละ PROJECT	- หัวหน้าฝ่ายศิลป์ - นักออกแบบ - ฝ่ายศิลป์ - ฝ่ายสร้างสรรค์ อักษร	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน

แผนกธุรการ

ผู้จัดการทั่วไป	- รับผิดชอบ ควบคุมด้านบุคลากรของ บริษัท - ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับกฎระเบียบภายใน บริษัท - สืบหาข้อมูลเกี่ยวกับการเงินและเงิน เดือนของพนักงานบริษัท	- เลขานุการ - หัวหน้าฝ่ายต่างๆ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - ชุดคอมพิวเตอร์ - ชุดรับแขก - SIDE BOARD - TV, V.D.O และ เครื่องเสียง
-----------------	---	-----------------------------------	--

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
เลขานุการฝ่ายธุรการ	- ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย - ติดต่อประสานงานกับบุคคลต่างๆ ในฝ่าย - บันทึกรายงานการประชุม - พิมพ์เอกสาร	- ผู้จัดการทั่วไป - แม่บ้าน - พนักงานส่งเอกสาร	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บเอกสาร
แม่บ้าน	- รับผิดชอบด้านความสะอาดภายในบริษัท - ดูแลด้านอาหารว่างและเครื่องดื่มตามที่ได้รับมอบหมาย	- เลขานุการ	- อุปกรณ์ทำความสะอาด - โต๊ะ, เก้าอี้
พนักงานส่งเอกสาร	- รับ-ส่ง เอกสารตามที่ได้รับมอบหมาย	- เลขานุการและพนักงานที่มอบหมายให้ส่งหรือรับเอกสาร	- โต๊ะ, เก้าอี้

MAJOR RIGHT (COPY RIGHT SERVICE)

ผู้อำนวยการฝ่าย MAJOR ART	- ควบคุมดูแลเกี่ยวกับหน้าที่ภายในแผนก - มอบหมายงานให้แก่พนักงานในแผนก - ประสานงานกับผู้อำนวยการฝ่ายอื่นๆ - ดูแลเกี่ยวกับงานด้านการติดต่อขอใช้ลิขสิทธิ์ของตัวสินค้า - ร่วมประชุมกับพนักงานภายในแผนก	- พนักงานธุรการ - พนักงานฝ่ายประสานงานต่างประเทศ - ฝ่ายกฎหมาย - ฝ่ายขาย	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - ชุดคอมพิวเตอร์ - ชุดรับแขก - SIDE BOARD - TV, V.D.O และเครื่องเสียง
พนักงานธุรการ	- เข้าร่วมประชุม - ทำบัญชี รายรับ-รายจ่าย เพื่อเป็นงบประมาณของแผนก - ติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ตามที่ผู้อำนวยการมอบหมาย - ติดต่อนัดหมายแทนผู้อำนวยการฝ่าย	- ผู้อำนวยการฝ่าย - ฝ่ายขาย	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - โทรศัพท์ - ตู้เก็บเอกสาร - เครื่องถ่ายเอกสาร - โทรสาร
พนักงานฝ่ายประสานงานต่างประเทศ	- ติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งเป็นชาวต่างประเทศ - รับคำสั่งจากผู้ผู้อำนวยการฝ่าย	- ผู้อำนวยการฝ่าย - ฝ่ายขาย - ฝ่ายกฎหมาย	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - โทรศัพท์ - โทรสาร - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
พนักงานฝ่ายกฎหมาย	- ดำเนินงานทางด้านกฎหมาย - ให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับกฎหมายแก่พนักงานภายในแผนก	- พนักงานประสานงานต่างประเทศ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ตู้เก็บเอกสาร
พนักงานฝ่ายขาย	- ดำเนินการด้านการซื้อสื่อโฆษณาภายในประเทศเพื่อทำการลงโฆษณา - ติดต่อผู้ที่สนใจในการลงโฆษณากับสื่อที่ตนเองซื้อไว้ - ทำการขายพื้นที่ในสื่อโฆษณาให้สินค้าตัวอื่น - ติดต่อขอใช้สื่อโฆษณา	- ผู้อำนวยการแผนก - พนักงานธุรการ - ประสานงานต่างประเทศ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - โทรศัพท์ - แก้วผู้มาติดต่อ - ตู้เก็บเอกสาร

MAJOR STAGE (ORGANIZER SERVICE)

ผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE	- ควบคุมดูแลการแถลงข่าวเปิดตัวสินค้า - มอบหมายหน้าที่ให้แก่พนักงานภายในแผนก - เข้าร่วมประชุมกับพนักงานภายในแผนก	- พนักงานฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว - พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ - พนักงานฝ่ายจัดสถานที่ - ผู้อำนวยการฝ่ายต่างๆ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดรับแขก - ชุดคอมพิวเตอร์ - SIDE BOARD - TV, V.D.O และเครื่องเสียง
เลขานุการผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE	- ปฏิบัติตามผู้บังคับบัญชามอบหมาย - ทำรายงานรวบรวมสถิติและผลงานของแผนก - บันทึกรายงานการประชุม - ติดต่อนัดหมายแทนผู้บังคับบัญชา	- ผู้อำนวยการแผนก	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บเอกสาร - โทรศัพท์ - แก้วผู้มาติดต่อ
พนักงานฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว	- รับหมายกำหนดการจากการประชุมแล้วนำมาหมายกำหนดการที่จะแถลงข่าวไปเผยแพร่ให้แก่สื่อมวลชน	- ผู้อำนวยการฝ่าย	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - โทรศัพท์ - โทรสาร
พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์	- ติดต่อนัดหมายแจ้งข่าวสารแก่ผู้ที่เข้าร่วมแถลงข่าว - ต้อนรับให้ความสะดวกแก่ลูกค้าหรือตัวแทนสินค้าและผู้เข้าร่วมในงานแถลงข่าว	- ผู้อำนวยการฝ่าย - พนักงานฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - โทรศัพท์ - โทรสาร - ตู้เก็บเอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับ หน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ ประกอบ
พนักงานฝ่ายจัด สถานที่	- ติดต่อขอใช้สถานที่ที่ใช้จัดงานแถลงข่าว ดำเนินการจัดสถานที่ให้พร้อมสำหรับ การจัดแถลงข่าว	- ผู้อำนวยการฝ่าย	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ห้องเก็บอุปกรณ์

MAJOR ART (PRINTING PRODUCTION)

ผู้อำนวยการ แผนก MAJOR ART	- ควบคุมดูแลเกี่ยวกับงานภายในแผนก - ประสานงานกับผู้อำนวยการแผนกอื่นๆ - ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ให้แก่ พนักงาน - เข้าร่วมประชุมกับพนักงานภายในแผนก	- เลขานุการ - หัวหน้าฝ่ายสร้าง สรรค์ - พนักงานฝ่ายผลิต	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดรับแขก - ชุดคอมพิวเตอร์ - SIDE BOARD - TV, V.D.O และ เครื่องเสียง
เลขานุการ ผู้อำนวยการ แผนก MAJOR ART	- ปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ผู้บังคับบัญชา มอบหมาย - ติดต่อประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ - บันทึกการประชุม - พิมพ์เอกสาร - รับรองลูกค้าก่อนเข้าพบผู้อำนวยการ - ทำรายงานเกี่ยวกับสถิติและผลงานของ แผนก	ผู้อำนวยการฝ่าย - พนักงานภายใน ฝ่าย	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - โทรศัพท์ - โทรสาร - ตู้เก็บเอกสาร

ฝ่ายสร้างสรรค์ (MAJOR ART)

หัวหน้าฝ่าย สร้างสรรค์	- ควบคุมดูแลการทำงานของฝ่ายสร้าง สรรค์ - เข้าร่วมประชุมกับพนักงานภายในฝ่าย - มอบหมายงานให้แก่พนักงานในฝ่าย - ให้คำแนะนำและเสนอความคิดเห็นแก่ พนักงานภายในฝ่าย	- ผู้อำนวยการฝ่าย - หัวหน้าฝ่ายลูกค้า สัมพันธ์ - นักออกแบบ - ฝ่ายตรวจอักษร	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - TV, V.D.O และ เครื่องเสียง
หัวหน้าฝ่าย ลูกค้าสัมพันธ์	- รับแนวความคิดจากลูกค้าถึงความต้อง การในการโฆษณาสินค้า - ติดต่อ นัดหมาย พูดคุยกับลูกค้า - วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแล้วนำ มาอธิบายแก่นักออกแบบ - ร่วมประชุมกับพนักงานในฝ่าย	- หัวหน้าฝ่ายสร้าง สรรค์ - นักออกแบบ - ฝ่ายตรวจอักษร	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดรับแขก - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
นักออกแบบ	<ul style="list-style-type: none"> - ประชุมปรึกษารื้อกับหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลงานโฆษณา - รับแนวความคิดจากหัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์หรือจากที่ประชุมมานำเสนอให้เกิดความคิดที่เป็นรูปธรรม - มอบหมายแนวความคิดให้ฝ่ายผลิตผลิตผลงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ - หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - ฝ่ายตรวจอักษร - ฝ่ายผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - แก้วผู้มาติดต่อ - ตู้เก็บอุปกรณ์
ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าร่วมประชุมปรึกษารื้อกับหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์และนักออกแบบ เพื่อสร้างสรรค์คำพูดหรือคำบรรยายที่จะใช้ประกอบในงานโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ - หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - ฝ่ายผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์

ฝ่ายผลิต (MAJOR ART)

ฝ่ายศิลป์	<ul style="list-style-type: none"> - รับแนวความคิดจากนักออกแบบมาทำให้เกิดชิ้นงานโฆษณา - นำคำพูดหรือคำบรรยายที่ฝ่ายตรวจอักษรได้ให้ได้มาบรรยายในชิ้นงานโฆษณาอย่างเหมาะสม - ทำหน้าที่ร่วมกับช่างภาพและฝ่ายคอมพิวเตอร์กราฟฟิคในการผลิตชิ้นงานโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - นักออกแบบ - ฝ่ายตรวจอักษร - ช่างภาพโฆษณา - ช่างคอมพิวเตอร์กราฟฟิค 	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - อุปกรณ์สร้างงานศิลป์ - ชั้นเก็บอุปกรณ์ - ตู้เก็บผลโฆษณา
ช่างภาพ	<ul style="list-style-type: none"> - ทำงานด้านสิ่งพิมพ์ โดยนำเอาตัวสินค้าหรือ PRESENTER เข้าประกอบในการถ่ายภาพเพื่อนำไปใช้ประกอบในงานโฆษณาตามที่นักออกแบบและฝ่ายศิลป์ต้องการ - ล้างภาพ ตรวจสอบความเรียบร้อยให้เป็นไปตามความต้องการของฝ่ายศิลป์ 	<ul style="list-style-type: none"> - นักออกแบบ - ฝ่ายศิลป์ - ช่างภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก	- ทำงานที่ได้รับมอบหมายจากนักออกแบบหรือฝ่ายศิลป์ในงานด้านคอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่อสร้างสรรค์งานโฆษณา	- นักออกแบบ - ฝ่ายศิลป์ - ช่างภาพ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์

บริษัท EFF จำกัด (FILM PRODUCTION)

ผู้อำนวยการแผนก EFF	- ควบคุมดูแลกิจการภายในแผนก - ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตัดสินใจเกี่ยวกับงานด้านสื่อโทรทัศน์ - ร่วมประชุมกับพนักงานในแผนก - ประสานงานกับผู้อำนวยการแผนกอื่นๆ	- เลขานุการ - ฝ่ายสร้างสรรค์ - ฝ่ายผลิต	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - ชุดรับแขก - ชุดคอมพิวเตอร์ - SIDE BOARD - TV, V.D.O และเครื่องเสียง
เลขานุการแผนก EFF	- ปฏิบัติตามหน้าที่ที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย - ติดต่อประสานงานกับแผนกอื่นๆ - รับรองลูกค้าก่อนเข้าผู้อำนวยการแผนก - บันทึกการประชุม - พิมพ์เอกสาร - ทำรายงานเกี่ยวกับสถิติและผลงานของแผนก	- ผู้อำนวยการแผนก - พนักงานในแผนก - เจ้าหน้าที่ธุรการ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - โทรศัพท์ - โทรสาร
หัวหน้าฝ่ายธุรการ	- รับผิดชอบควบคุมด้านบุคลากรของแผนก - ดูแลรับผิดชอบงานของธุรกิจกองถ่าย - เข้าร่วมประชุมกับแผนกเกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมาย - ให้คำปรึกษาแก่พนักงานภายในแผนก - ดูแลด้านการเงินของแผนก	- ผู้อำนวยการฝ่าย - พนักงานในฝ่าย - เลขานุการ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บเอกสาร - โทรศัพท์ - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ
พนักงานในฝ่ายธุรการ	- ปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย - จัดเก็บข้อมูลของแผนก - ให้บริการและติดต่อประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ - จัดพิมพ์เอกสารและอำนวยความสะดวกในกองถ่าย	- ผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายธุรการ - พนักงานในแผนก - เจ้าหน้าที่ธุรการ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
ฝ่ายลูกค้า บริหารงาน ลูกค้า	- ดูแลให้ความสะดวกเกี่ยวกับการติดต่อระหว่างลูกค้าบริษัท	- หัวหน้าฝ่ายธุรการ - ผู้อำนวยการแผนก EFF - ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ตู้เก็บเอกสาร
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	- ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้อำนวยการฝ่าย - ร่วมปรึกษากับลูกค้าเกี่ยวกับงานโฆษณา - เสนอแนะในกรณีที่ลูกค้าต้องการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขงาน - นำเสนอผลงานต่อลูกค้า	- ผู้อำนวยการแผนก EFF - ฝ่ายบริหารงานลูกค้า - หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บเอกสาร
หัวหน้าฝ่าย สร้างสรรค์	- ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการทำงานในฝ่ายสร้างสรรค์ - เข้าร่วมปรึกษาหารือกับพนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ถึงแนวความคิดในการทำงาน - มอบหมายงานให้แก่พนักงานในฝ่าย	- ผู้อำนวยการแผนก - ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ - พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้วาง TV, V.D.O และเครื่องเสียง
พนักงานฝ่าย สร้างสรรค์	- ร่วมประชุมปรึกษาหารือกับหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์และฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ในการออกแนวความคิดในการนำไปสู่การสร้างงานโฆษณา	- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ - หัวหน้าฝ่ายผลิต	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ตู้เก็บเอกสาร
หัวหน้าฝ่ายผลิต	- รับแนวความคิดจากฝ่ายสร้างสรรค์นำมามอบหมายงานให้หัวหน้าฝ่ายศิลป์ผลิตงานให้เป็นรูปธรรม	- หัวหน้าฝ่ายศิลป์ - พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดโต๊ะคอมพิวเตอร์ - ตู้วาง TV, V.D.O และเครื่องเสียง
หัวหน้าฝ่ายศิลป์	- ศึกษาค้นคว้า คิดสร้างสรรค์รูปแบบและเทคนิคต่างๆ ให้กับผลงานโฆษณา - ตรวจสอบดูแลความเรียบร้อยของผลงาน	- หัวหน้าฝ่ายผลิต - พนักงานฝ่ายศิลป์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ตู้เก็บเอกสาร
พนักงานฝ่าย ศิลป์	- ศึกษาค้นคว้า ออกแบบและนำเสนองานต่อหัวหน้าฝ่าย - ปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จตรงตามเวลา - ผลิตผลงานตามที่ได้ประชุมไว้	- หัวหน้าฝ่ายศิลป์ - พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ตู้เก็บของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับ หน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ ประกอบ
พนักงาน คอมพิวเตอร์ กราฟฟิก	- ใช้คอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์งาน โฆษณา - ทำงานที่ได้รับมอบหมายจากนักออกแบบหรือพนักงานฝ่ายศิลป์ในงานด้าน คอมพิวเตอร์กราฟฟิก	- พนักงานฝ่ายศิลป์	- ชุดโต๊ะคอม พิวเตอร์ - เครื่อง PRINTER - เครื่อง SCANNER
พนักงานติดต่อ และบันทึกเทป โทรทัศน์	- ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการติดต่อ เทป บันทึกโทรทัศน์เพื่อเตรียมในการออก อากาศ - จัดเก็บรวบรวมเทปบันทึกโทรทัศน์ให้ เป็นระเบียบ - ร่วมทำงานกับบริษัท PRODUCTION HOUSE ในการผลิตงานโฆษณา	- หัวหน้าฝ่ายผลิต - พนักงานฝ่ายศิลป์	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ตู้เก็บของ

แผนก เมเจอร์ สตาร์ (MEDIA AGENCY)

ผู้อำนวยการ แผนก	- ควบคุมดูแลเกี่ยวกับกิจการภายในแผนก - ประสานงานกับผู้อำนวยการแผนกต่างๆ - ร่วมวางแผนประชุมสัมมนากับพนักงาน ภายในแผนก - มอบหมายงานให้แก่พนักงานในฝ่าย ตามหน้าที่รับผิดชอบ	- เลขานุการ - ฝ่ายประสานงาน กับสื่อ - ฝ่ายประชาสัมพันธ์ - ฝ่ายจัดซื้อ โฆษณา - ฝ่ายส่งเสริมการ ขาย - ผู้อำนวยการ แผนกอื่นๆ	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดโต๊ะคอม พิวเตอร์ - ชุดรับแขก - SIDE BOARD - TV, V.D.O และ เครื่องเสียง
เลขานุการ	- ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย - ติดต่อกับพนักงานฝ่ายต่างๆ - บันทึกการประชุม - พิมพ์เอกสาร - นัดหมาย รับรองลูกค้าก่อนเข้าพบผู้ อำนวยการแผนก	- ผู้อำนวยการ แผนก - พนักงานภายใน แผนก	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - โทรศัพท์ - โทรสาร
ฝ่ายประสาน งานกับสื่อ โฆษณา	- ติดต่อประสานงานกับสื่อเพื่อขอซื้อพื้นที่ ในการลงโฆษณา - มอบหมายหน้าที่ซื้อสื่อให้แก่ฝ่ายจัดซื้อ สื่อ	- ฝ่ายจัดซื้อสื่อ โฆษณา - ผู้อำนวยการ แผนก - พนักงานฝ่ายส่งเสริม การขาย	- โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - เก้าอี้ผู้มาติดต่อ - โทรศัพท์ - โทรสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่ง	หน้าที่ - กิจกรรม	ความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น	เครื่องใช้ประกอบ
ฝ่ายประชาสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> - ประชาสัมพันธ์เผยแพร่และสร้างภาพพจน์ที่ดีของบริษัทต่อสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง - วางแผนประชาสัมพันธ์ให้แก่บริษัทลูกค้าเพื่อสอดคล้องกับแผนทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้อำนวยการแผนก - ฝ่ายประสานงานกับสื่อโฆษณา - นักวิจัย - ฝ่ายจัดซื้อสื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - แก้วผู้มาติดต่อ - โทรศัพท์
พนักงานฝ่ายซื้อสื่อ	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการเรื่องการซื้อพื้นที่โฆษณาจากสื่อโฆษณาทุกสื่อ - ติดต่อตกลงทำสัญญาเกี่ยวกับการซื้อสื่อโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้อำนวยการแผนก - ฝ่ายประสานงานกับสื่อ - ฝ่ายส่งเสริมการขาย 	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - แก้วผู้มาติดต่อ - โทรศัพท์
พนักงานส่งเสริมการขาย	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการเพื่อส่งเสริมการขาย - เสนอแนวความคิดเพื่อส่งเสริมการขายโฆษณา - ติดต่อ ตกลงทำสัญญาเกี่ยวกับการใช้สื่อโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ - ฝ่ายประสานงานกับสื่อ - พนักงานฝ่ายซื้อสื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - แก้วผู้มาติดต่อ - โทรศัพท์
ฝ่ายวิจัย	<ul style="list-style-type: none"> - ทำการเก็บข้อมูลรวบรวมสถิติเกี่ยวกับงานโฆษณาที่บริษัทรับผิดชอบ - สืบเสาะตลาดก่อนการเลือกใช้สื่อโฆษณา - ร่วมประชุมปรึกษาหารือและให้คำปรึกษาพนักงานในบริษัท - สรุปผลของการใช้สื่อโฆษณาเพื่อศึกษาผลของการใช้โฆษณากระตุ้นยอดขาย 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้อำนวยการแผนก - ฝ่ายประสานงานกับสื่อโฆษณา 	<ul style="list-style-type: none"> - โต๊ะทำงาน, เก้าอี้ทำงาน - ชุดคอมพิวเตอร์ - ตู้เก็บของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน

หลักการหาค่าความสัมพันธ์

หลักการหาค่าความสัมพันธ์ การพิจารณาหาค่าความสัมพันธ์ ได้พิจารณาออกเป็นค่าของคะแนนต่างๆกันตามความสัมพันธ์มาก-น้อย ดังนี้คือ

4 คะแนน	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มากที่สุด
3 คะแนน	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มาก
2 คะแนน	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
1 คะแนน	หมายถึง	มีความสัมพันธ์น้อย

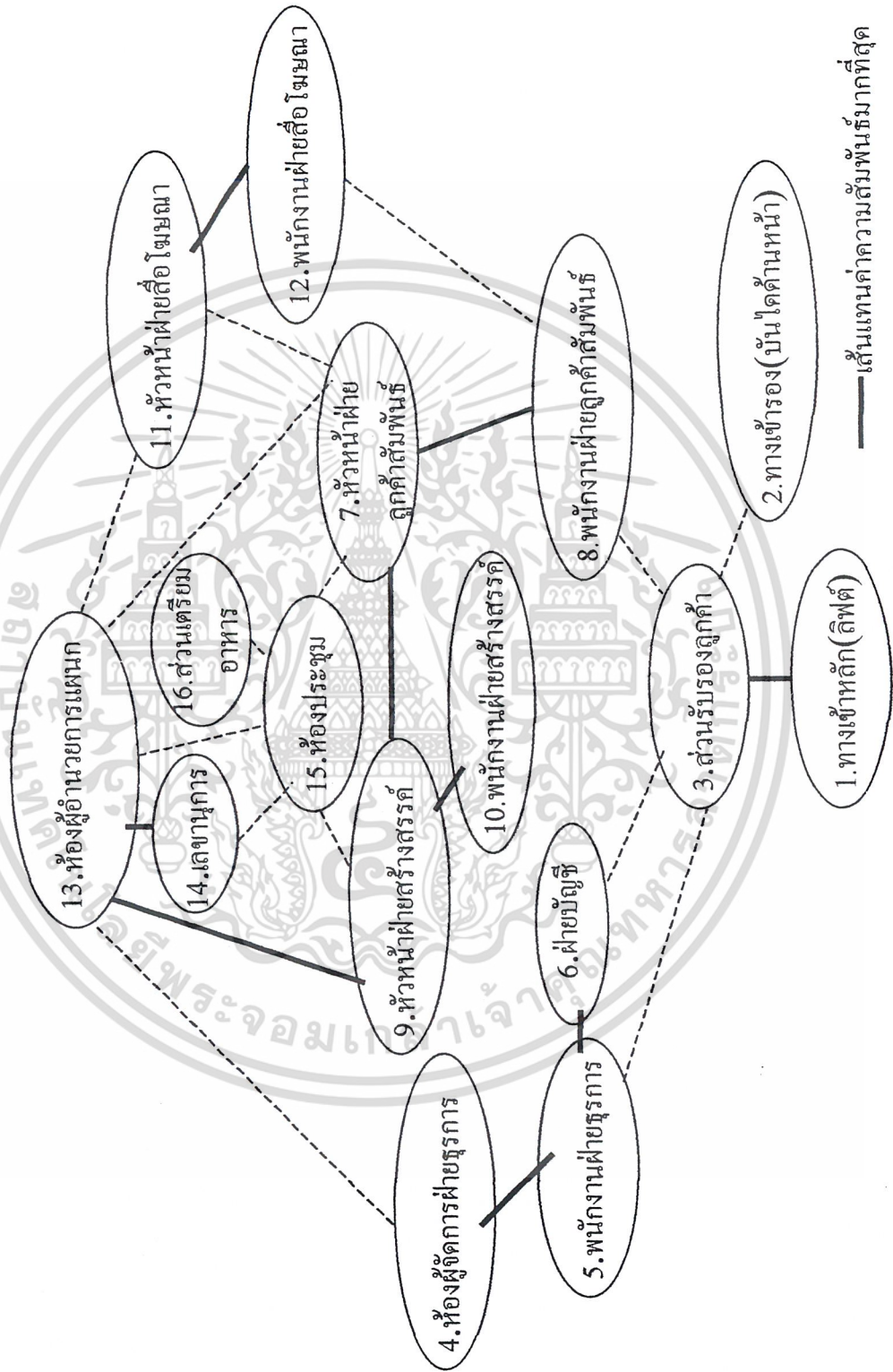
จากคะแนนแสดงค่าความสัมพันธ์นี้ทำให้ทราบว่า ..หน่วยงานใดๆที่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น ถ้าคะแนนความสัมพันธ์ออกมาเป็น 4 คะแนน แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันมากควรจัดให้หน่วยงานทั้งสองอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน และถ้าระดับของคะแนนของความสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 4 คะแนนลงไป แสดงว่าหน่วยงานทั้งสองมีความสัมพันธ์ลดน้อยลงไปด้วย จึงควรจัดให้อยู่ห่างกันออกไปตามลำดับค่าของคะแนน

วิธีการให้คะแนนความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานใดๆก็ตาม จะพิจารณาจากคะแนนหลักเกณฑ์ 4 ประการ ดังนี้คือ

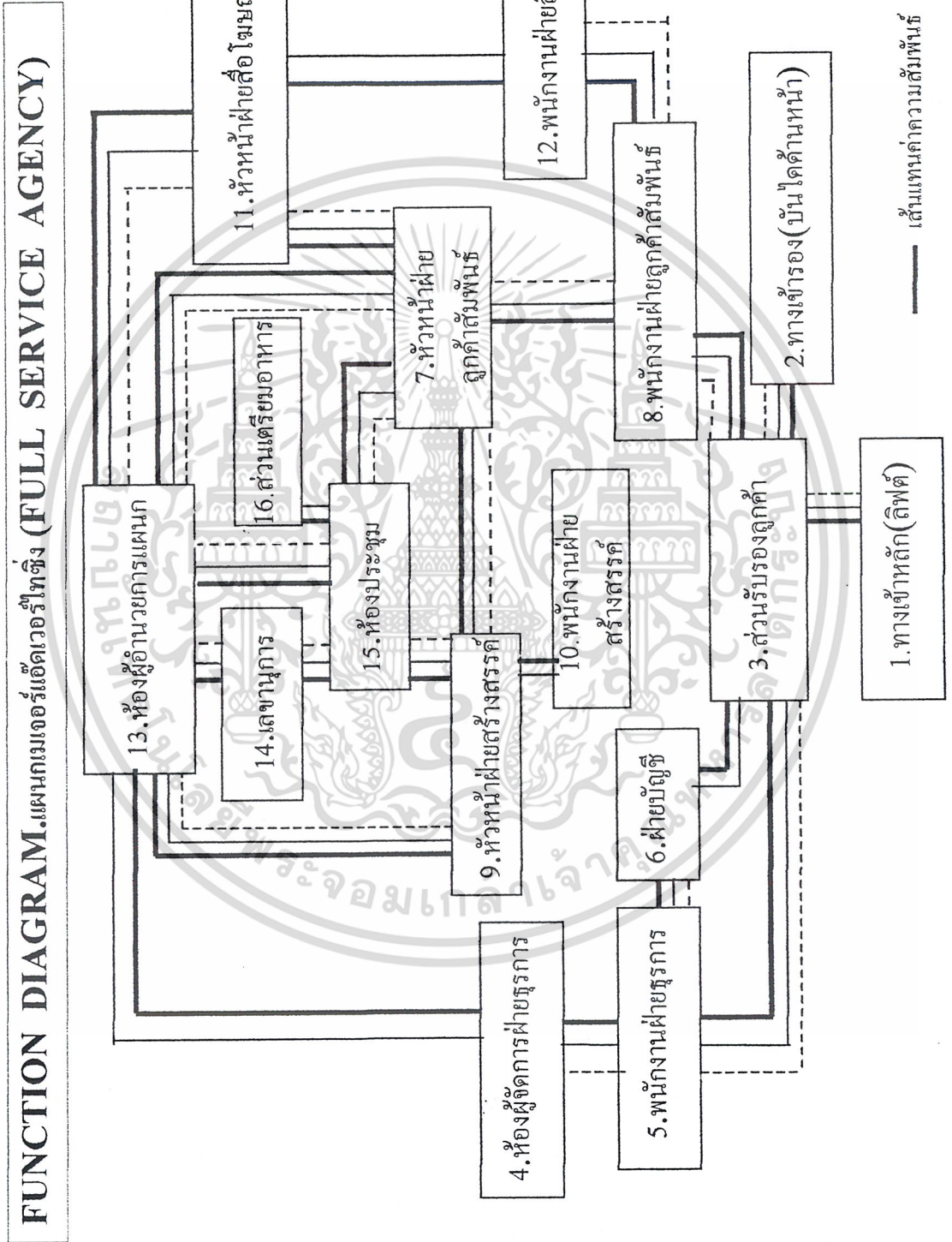
ความสัมพันธ์ด้านการบริหาร	1	คะแนน
ความสัมพันธ์ด้านการบริการ	1	คะแนน
ความสัมพันธ์ด้านประโยชน์ใช้สอย	1	คะแนน
ความสัมพันธ์ด้านการติดต่อประสานงาน	1	คะแนน

ข้อสังเกต ความสัมพันธ์ทางด้านการติดต่อประสานงานนี้ ถึงแม้ว่าบางครั้งต้องติดต่อประสานงานกันจริงก็ตาม แต่อาจจะใช้วิธีการติดต่อประสานงานผ่านทางเครื่องมือสื่อสารได้ เช่น โทรศัพท์ภายใน เป็นต้น

BUBBLE DIAGRAM.แผนกเมเจอร์เอ็ดเวอริ์ทิง(FULL SERVICE AGENCY)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

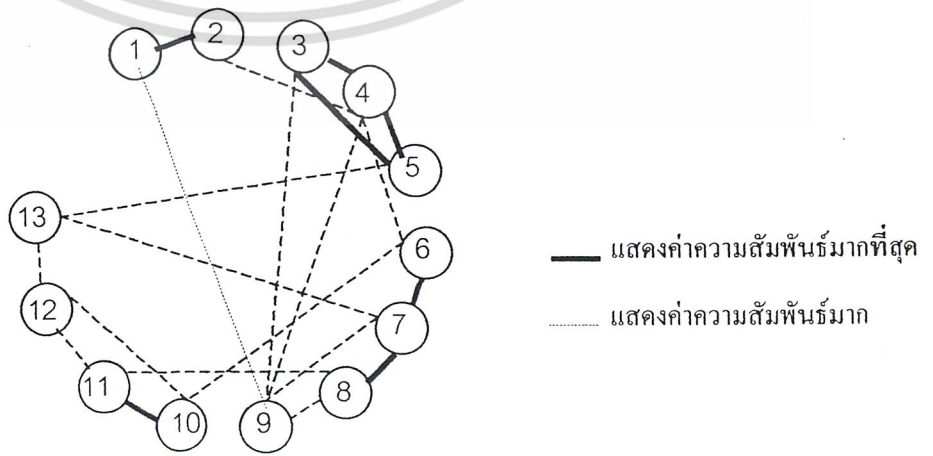


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง4.2แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของแผนก MAJOR AD. ฝ่ายบัญชีและธุรการ

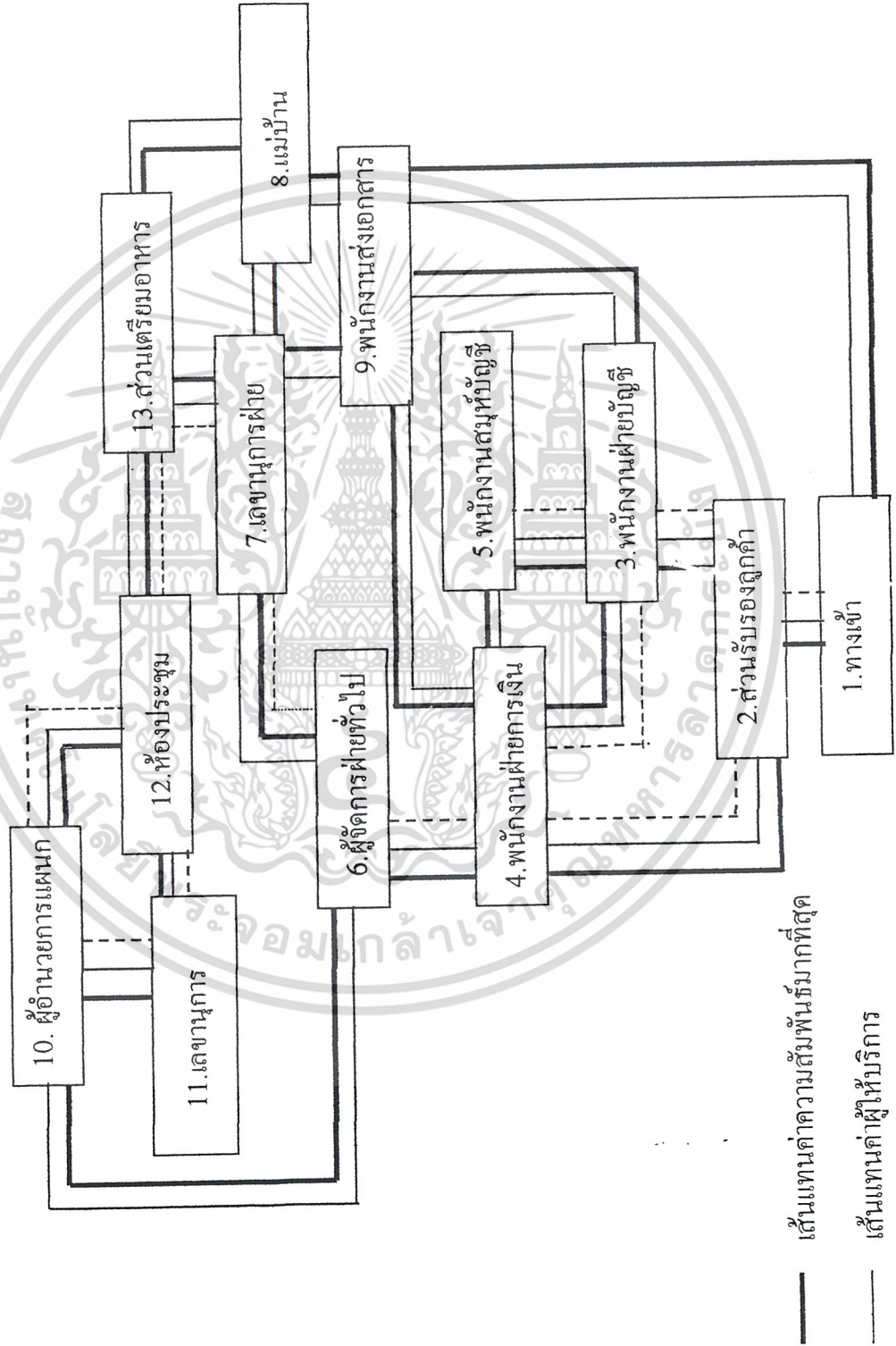


แผนภูมิ แสดงค่าความสัมพันธ์ ขององค์ประกอบแผนก MAJOR AD. ฝ่ายบัญชีและธุรการ



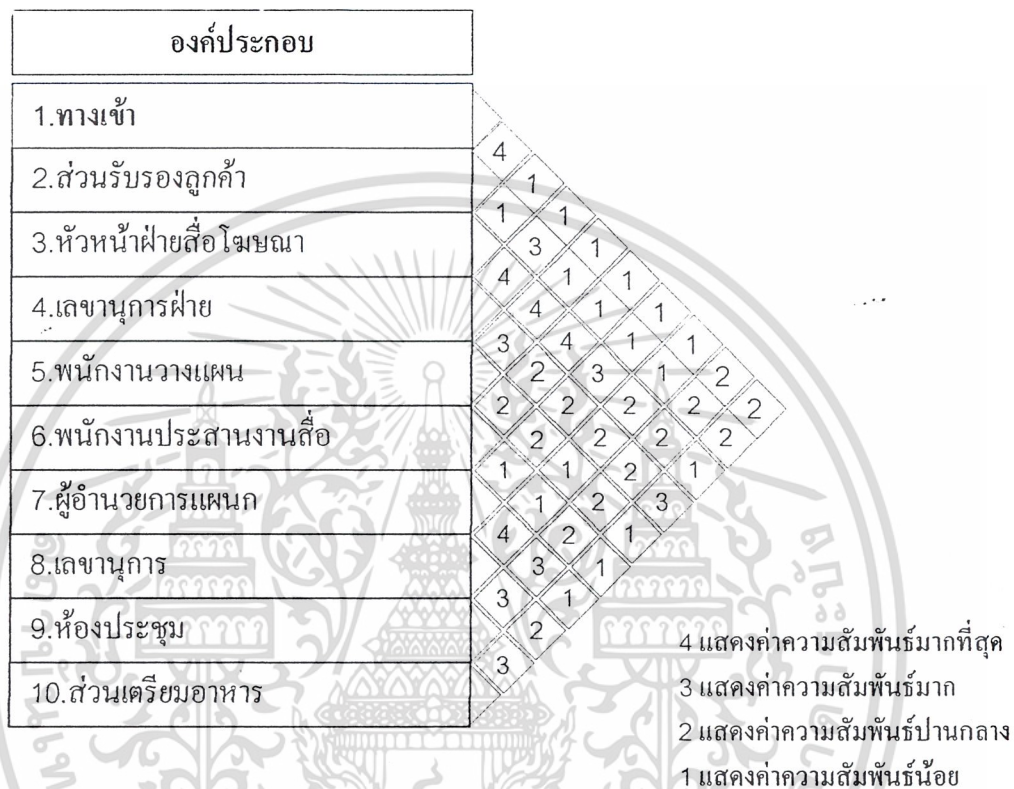
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FUNCTION DIAGRAM.แผนกแม่จอร์ไทติง(FULL SERVICE AGENCY) ฝ่ายบัญชีและธุรการ

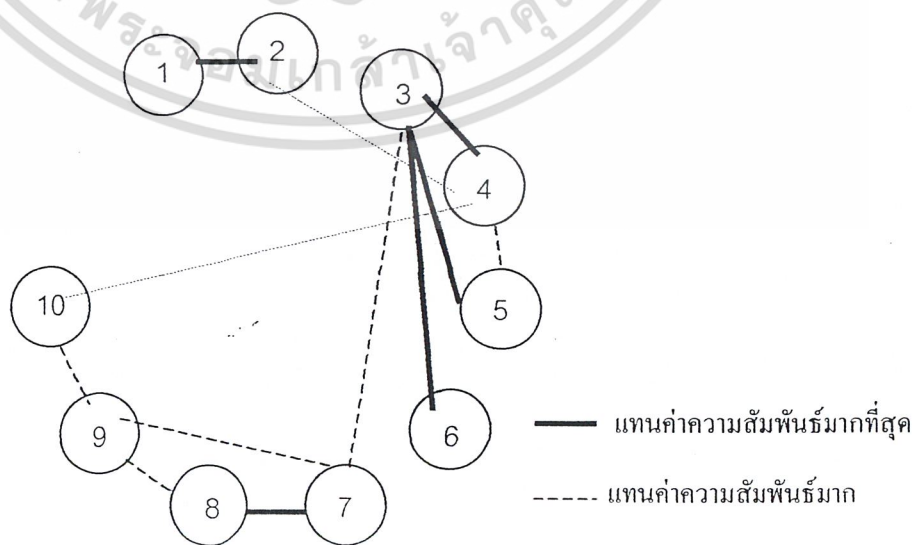


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.3แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของแผนกMAJOR AD. ฝ่ายสื่อโฆษณา



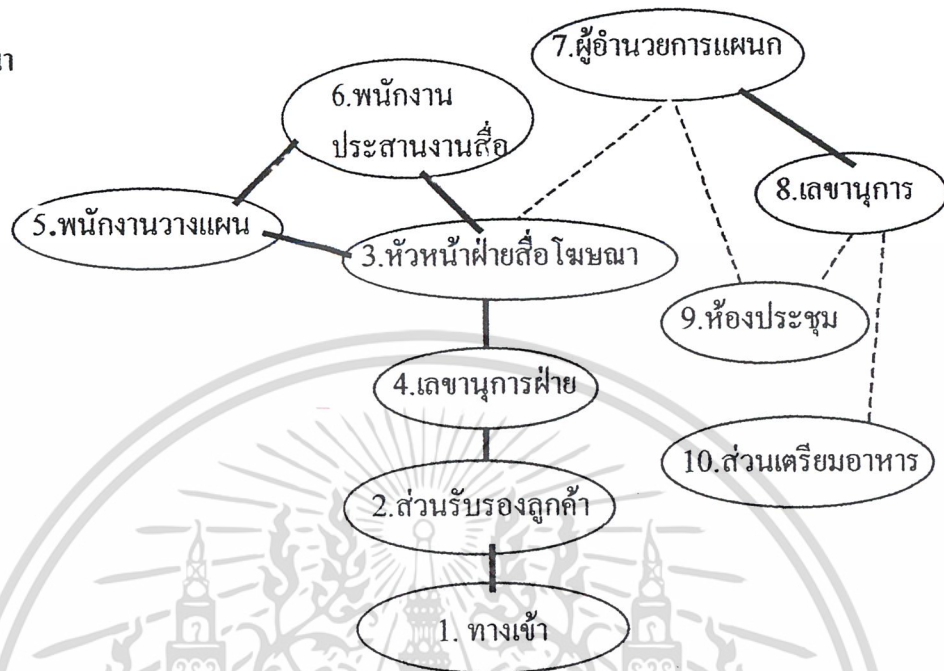
แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของแผนกMAJOR AD. ฝ่ายสื่อโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

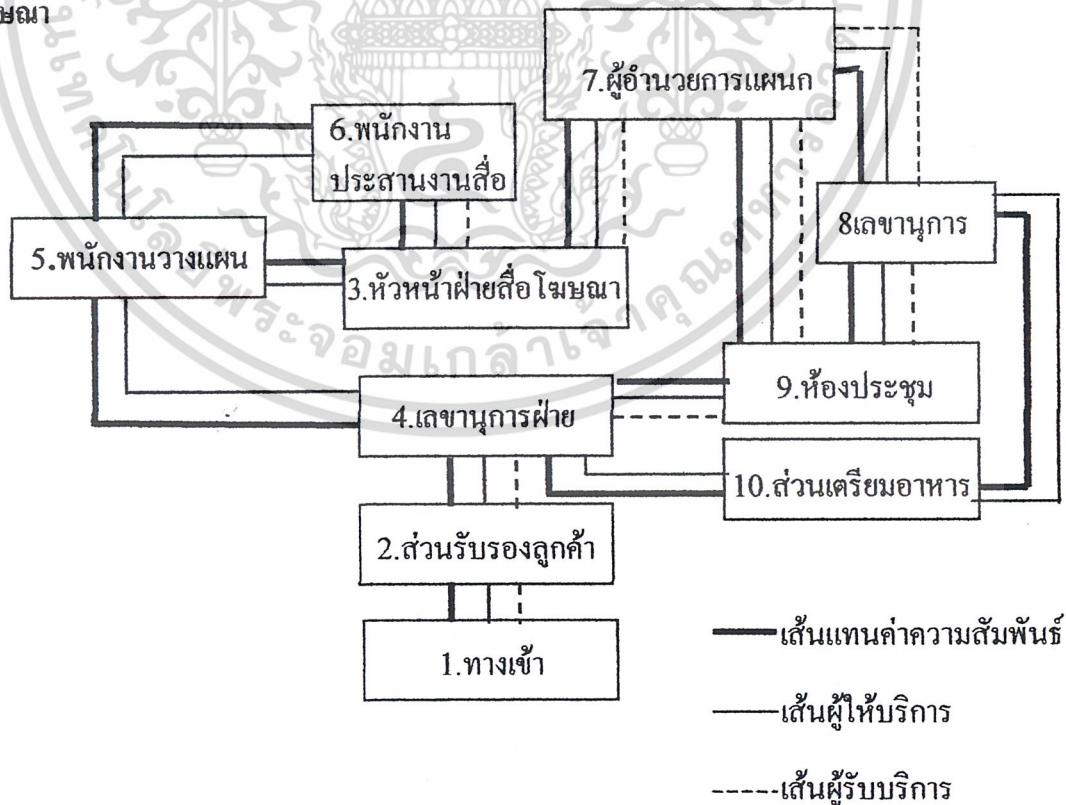
BUBBLE DIAGRAM แผนก MAJOR AD. (FULL SERVICE AGENCY)

ฝ่ายสื่อโฆษณา



FUNCTION DIAGRAM แผนก MAJOR AD. (FULL SERVICE AGENCY)

ฝ่ายสื่อโฆษณา



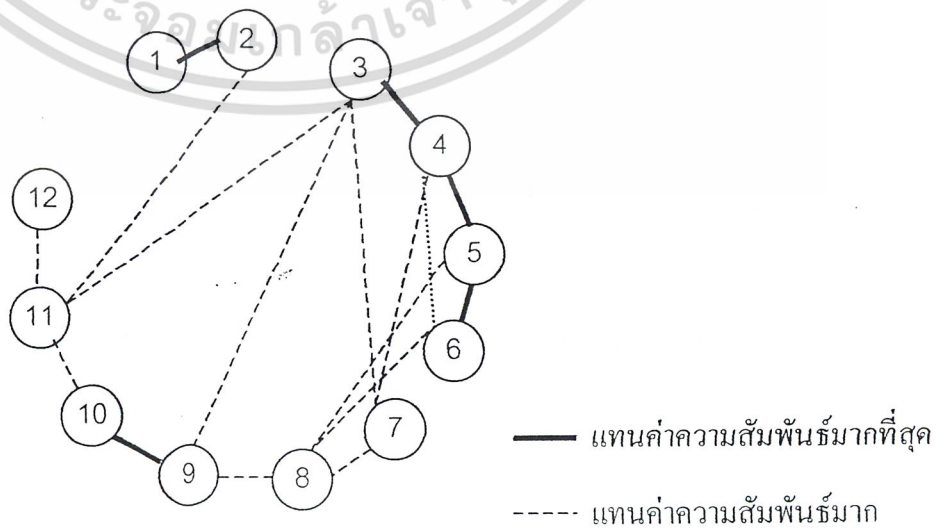
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของแผนก MAJOR AD. ฝ่ายสร้างสรรค์

องค์ประกอบ	
1.ทางเข้า	4
2.ส่วนรับรองแขก	1 1
3.หัวหน้าแผนกสร้างสรรค์	1 1 1
4.หัวหน้าฝ่ายศิลป์	4 1 1 1
5.นักออกแบบ	2 1 1 1
6.ฝ่ายศิลป์	4 2 1 1 1
7.ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร	3 3 1 1 1
8.ฝ่ายประสานงาน(ลำดับงาน)	4 3 3 1 1 1
9.ผู้อำนวยการแผนก	2 2 2 3 1 2 2
10. เลขานุการ	2 3 2 2 3 2
11.ห้องประชุม	3 1 1 2 1
12.ส่วนเตรียมอาหาร	3 1 1 1 1

4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

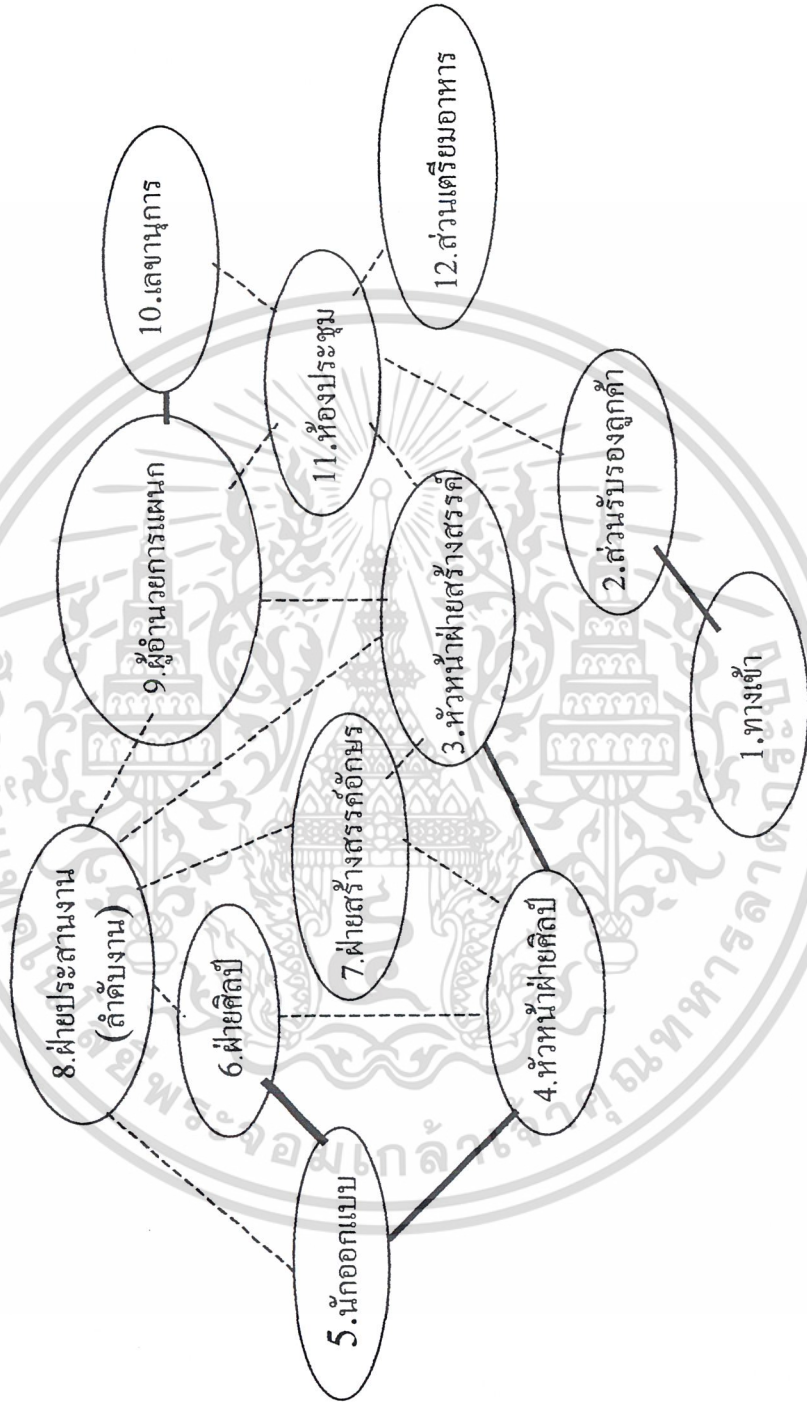
แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแผนก MAJOR AD. ฝ่ายสร้างสรรค์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM.แผนกเมเจอร์เอ็ดเวอริ์ทิง(FULL SERVICE AGENCY)

ฝ่าย สร้างสรรค์



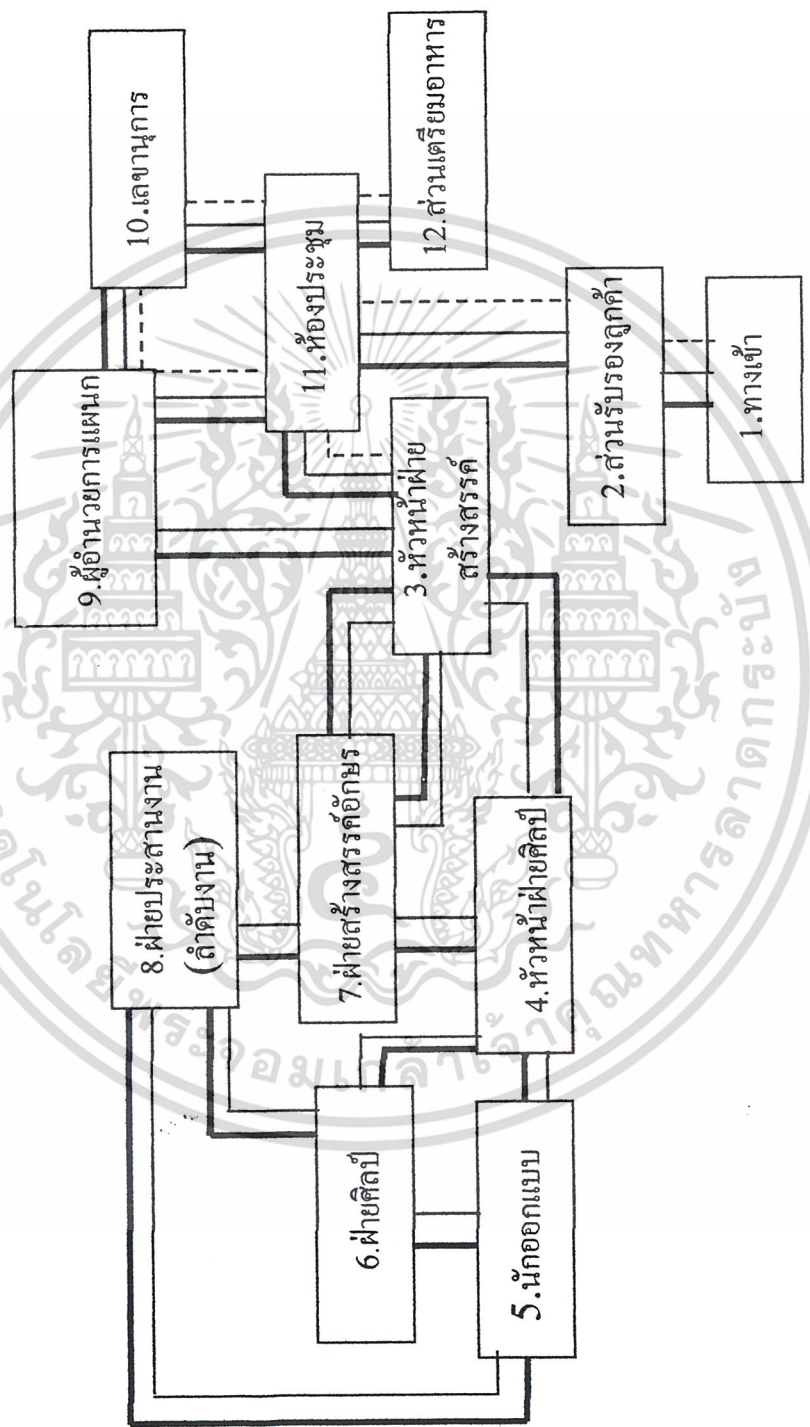
————— เส้นแทนค่าความสัมพันธ์มากที่สุด

- - - - - เส้นแทนค่าความสัมพันธ์น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM แผนกกรรมการเพื่อเดวอร์ไทซ์(FULL SERVICE AGENCY)

ฝ่ายโครงสร้าง



- เส้นแทนค่าความสัมพันธ์
- เส้นแทนค่าผู้ให้บริการ
- เส้นแทนค่าผู้ใช้บริการ

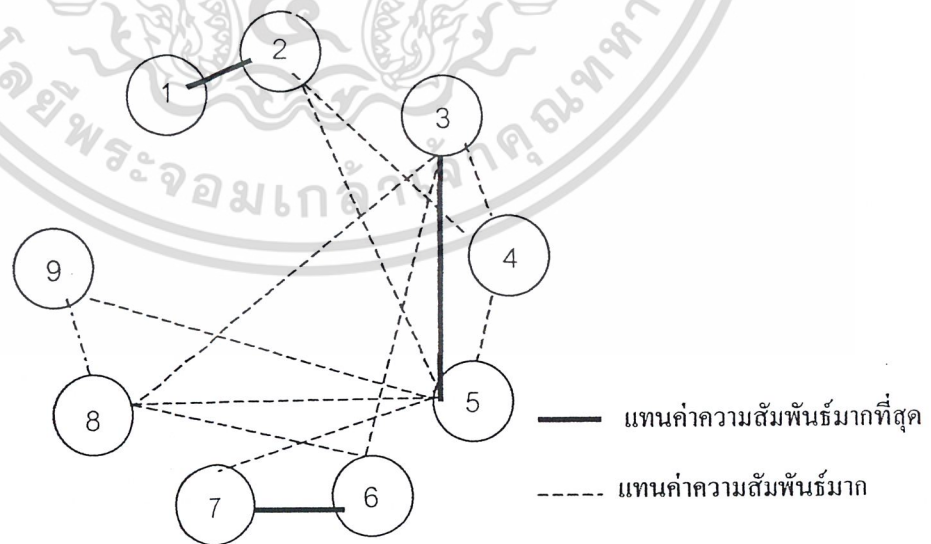
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของแผนก MAJOR AD. ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

องค์ประกอบ									
1.ทางเข้า	4								
2.ส่วนรับรองลูกค้า	1	1							
3.หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	3	3	1						
4.เจ้าหน้าที่ฝ่ายดูแลลูกค้า	4	1	1	1					
5.เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	3	3	1	1	2				
6.ผู้อำนวยการแผนก	2	1	2	3	1	2			
7.เลขานุการ	4	3	1	1	1				
8.ห้องประชุม	3	3	3						
9.ส่วนเตรียมอาหาร	3	2	1						

4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

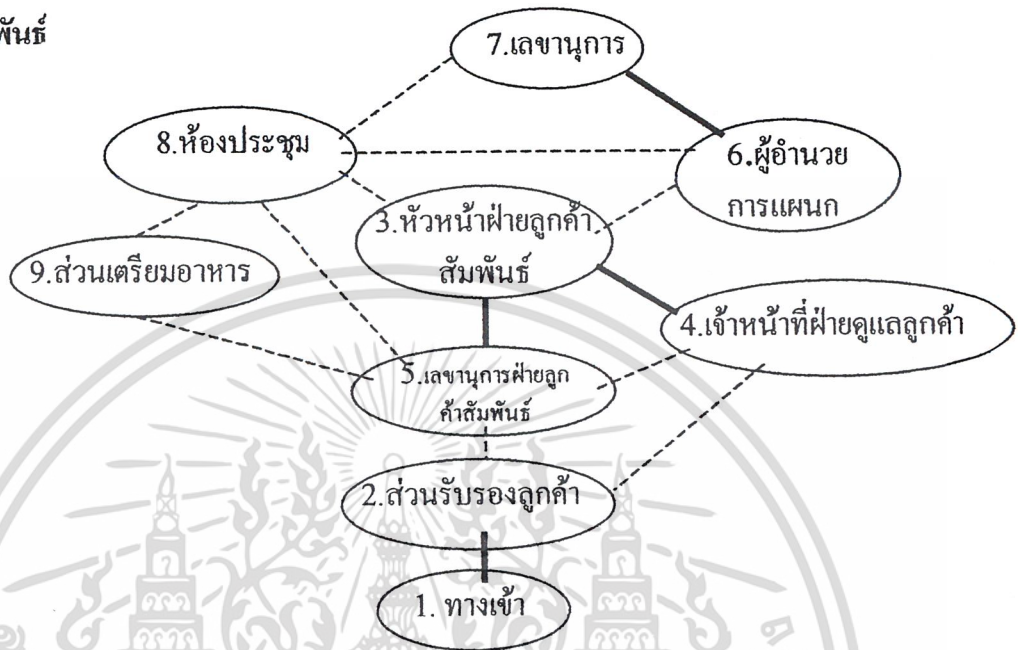
แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแผนก MAJOR AD. ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

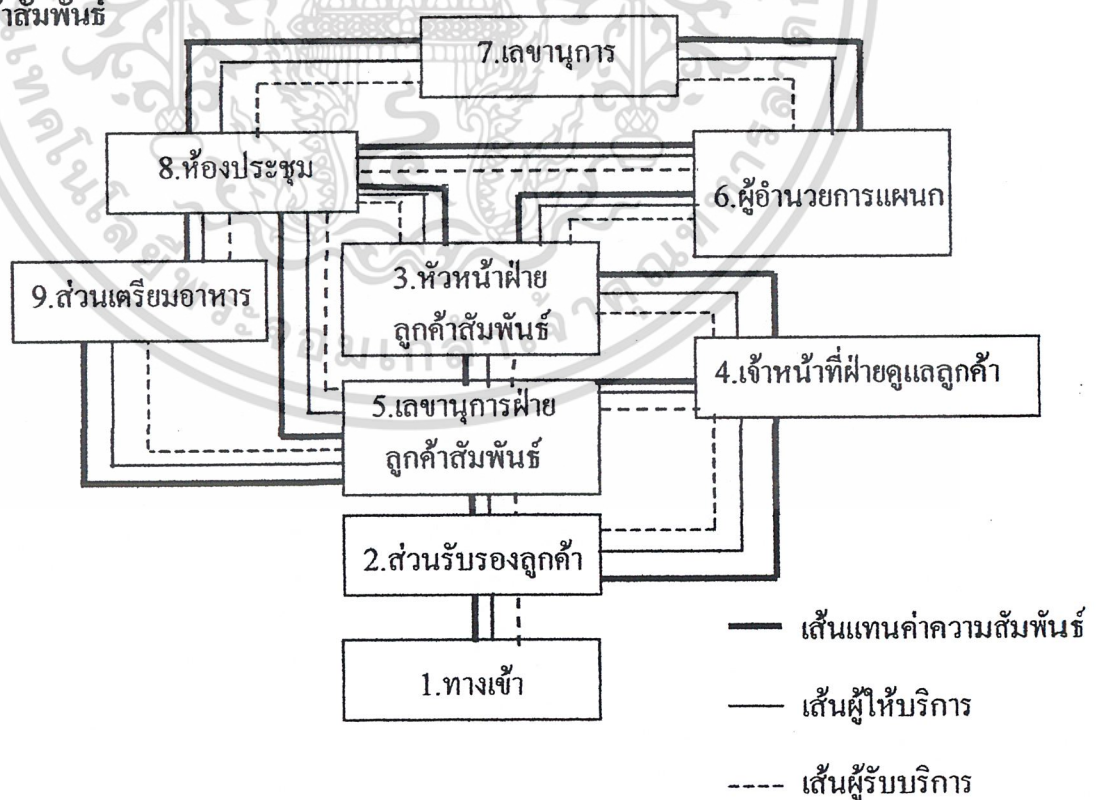
BUBBLE DIAGRAM แผนก MAJOR AD. (FULL SERVICE AGENCY)

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์



FUNCTION DIAGRAM แผนก MAJOR AD.(FULL SERVICE AGENCY)

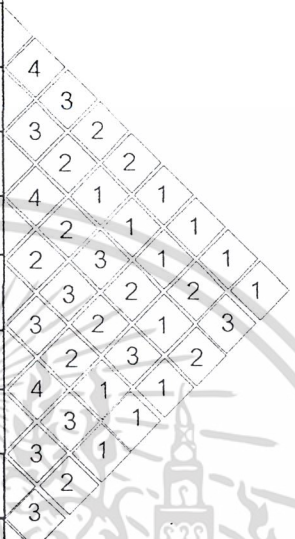
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

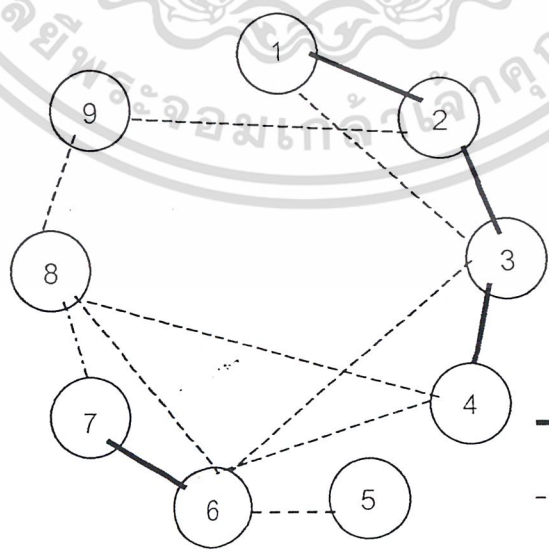
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของแผนก MAJOR STAGE

องค์ประกอบ
1. โดงทางเข้า
2. ส่วนรับรองแขก
3. ฝ่ายประชาสัมพันธ์
4. ฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว
5. ฝ่ายจัดสถานที่
6. ผู้อำนวยการแผนก
7. เลขานุการ
8. ห้องประชุม
9. ส่วนเตรียมอาหาร



4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

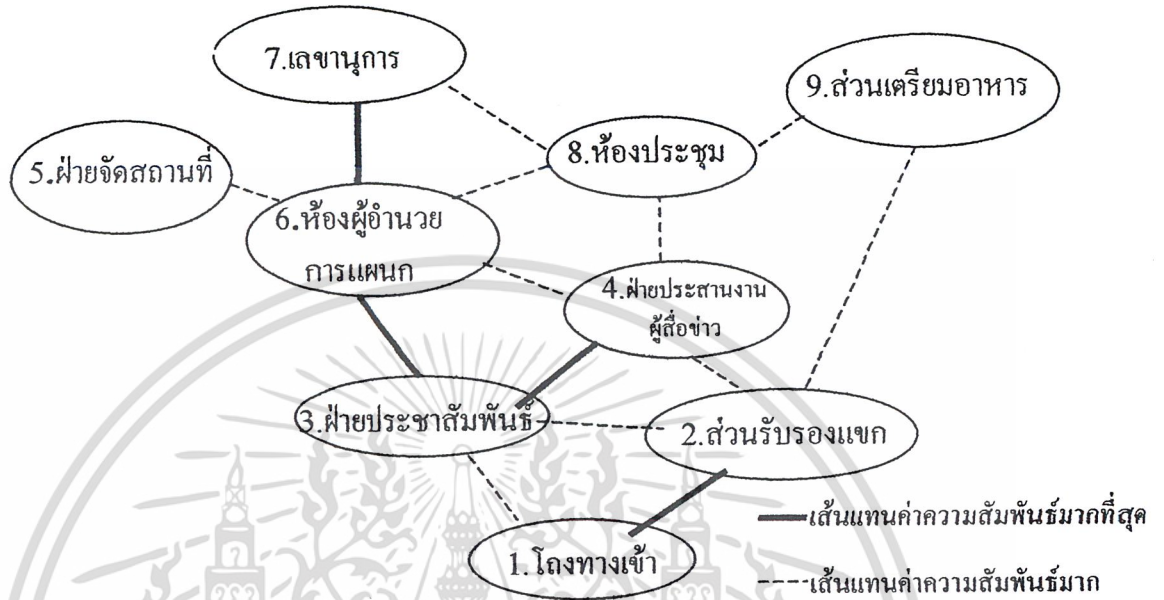
แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ ขององค์ประกอบแผนก MAJOR STAGE



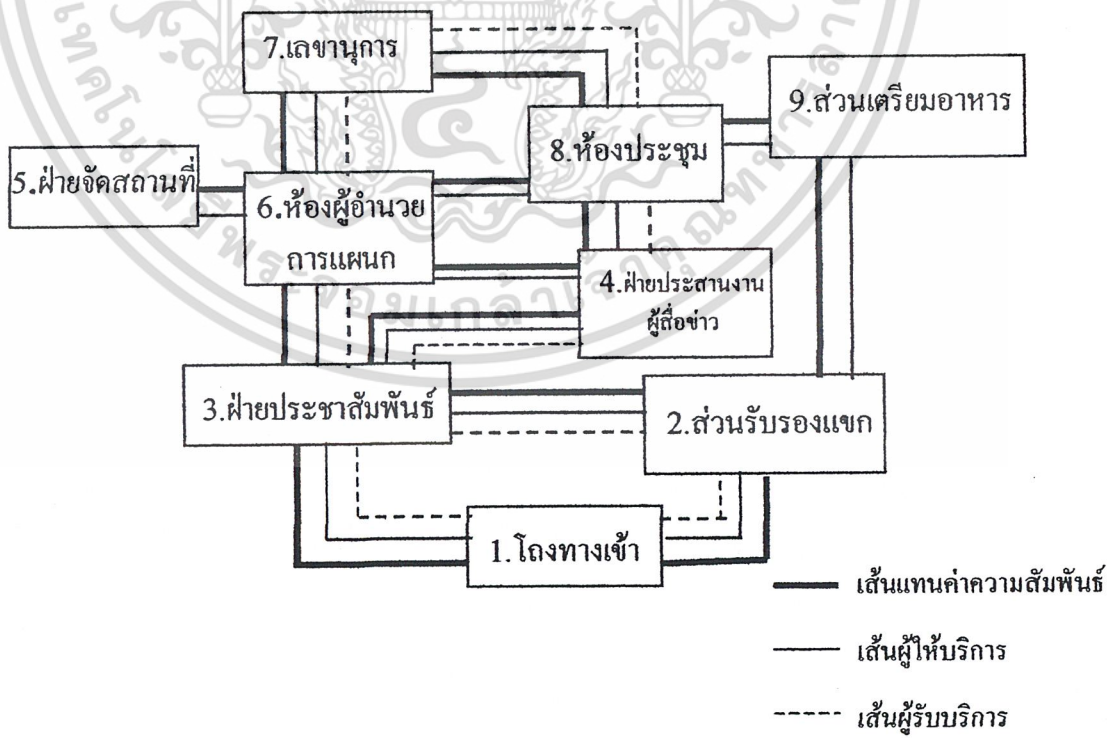
— แทนค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 - - - - - แทนค่าความสัมพันธ์มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM แผนก MAJOR STAGE



FUNCTION DIAGRAM แผนก MAJOR STAGE



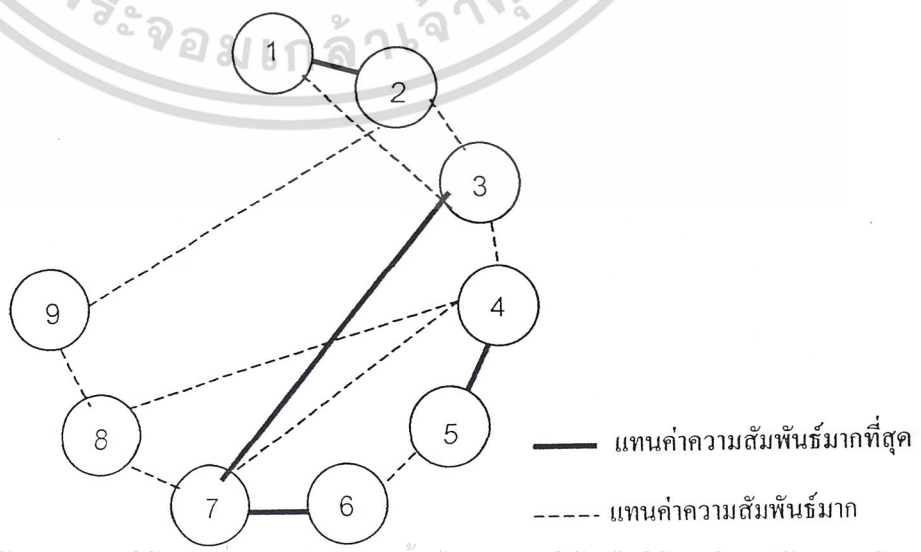
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของ แผนก MAJOR RIGHT

องค์ประกอบ									
1. โฉงทางเข้า	4								
2. ส่วนรับรองแขก	3	3							
3. ฝ่ายธุรการ	3	2	2						
4. ฝ่ายขาย	3	2	1	1					
5. ฝ่ายประสานงานต่างประเทศ	4	2	1	1	2				
6. ฝ่ายกฎหมาย	3	3	2	3	3				
7. ห้องผู้อำนวยการฝ่าย	4	2	1						
8. ห้องประชุม	3	1							
9. ส่วนเตรียมอาหาร	3								

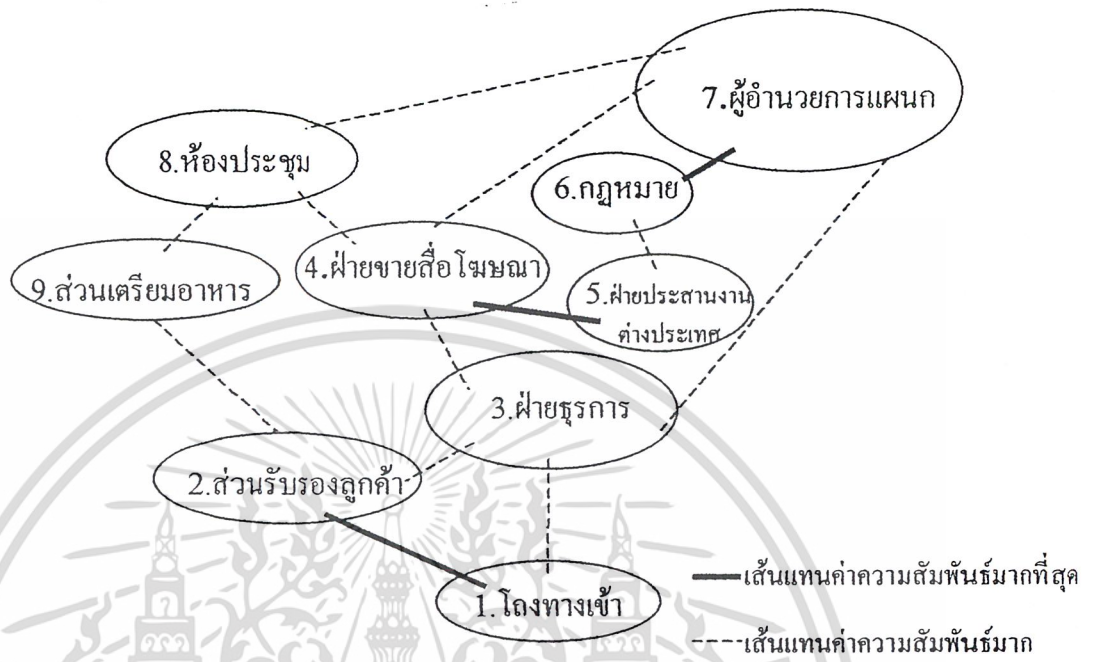
4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

แผนภูมิ แสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ แผนก MAJOR RIGHT

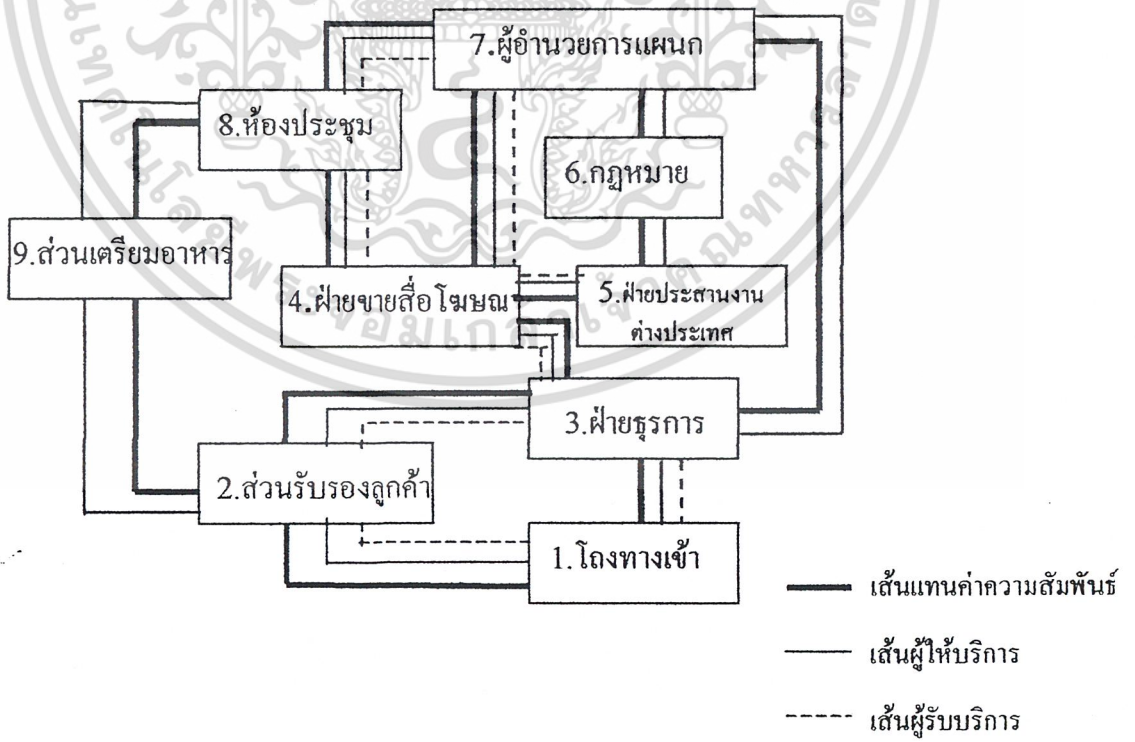


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM แผนก MAJOR RIGHT

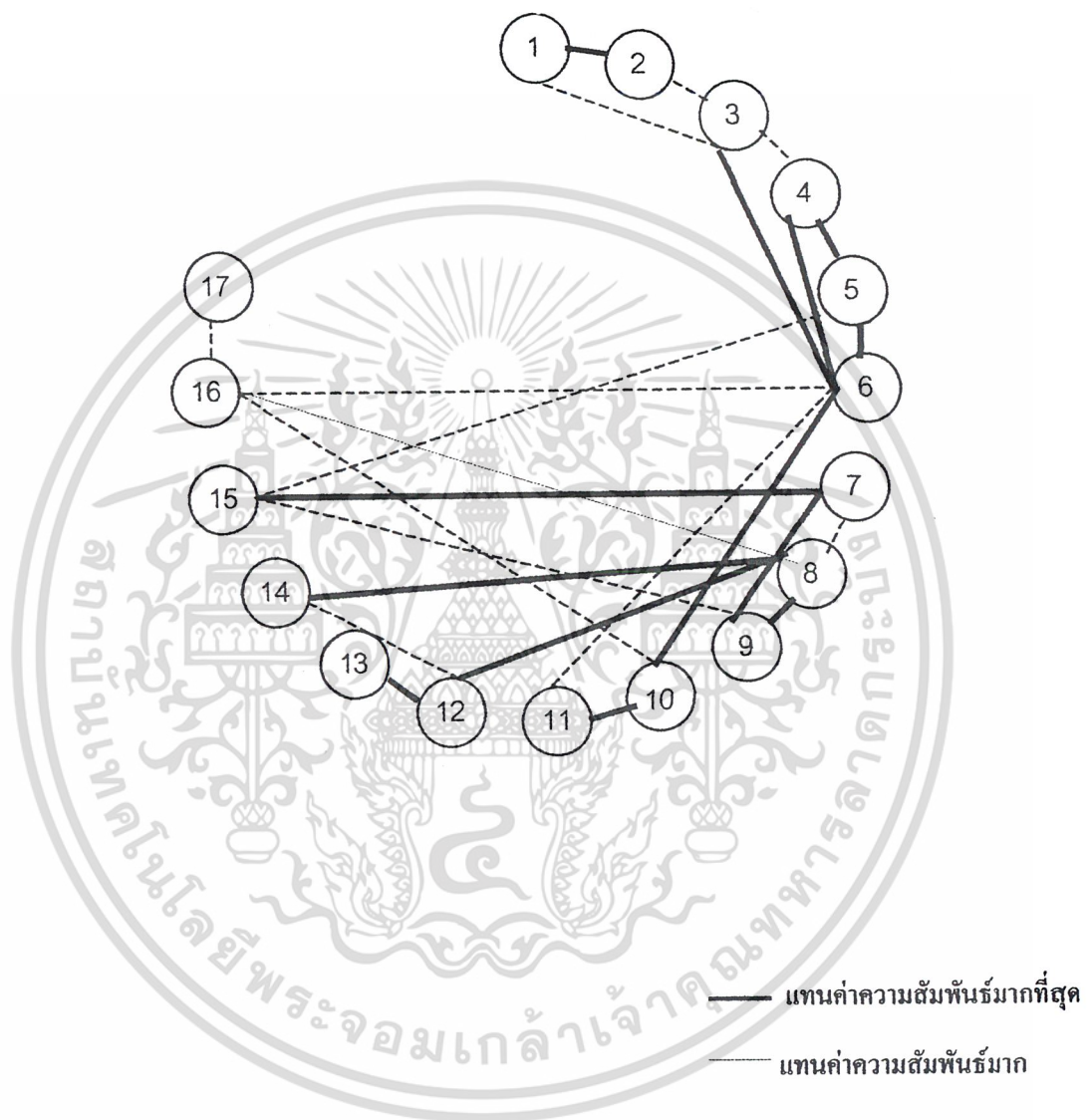


FUNCTION DIAGRAM แผนก MAJOR RIGHT



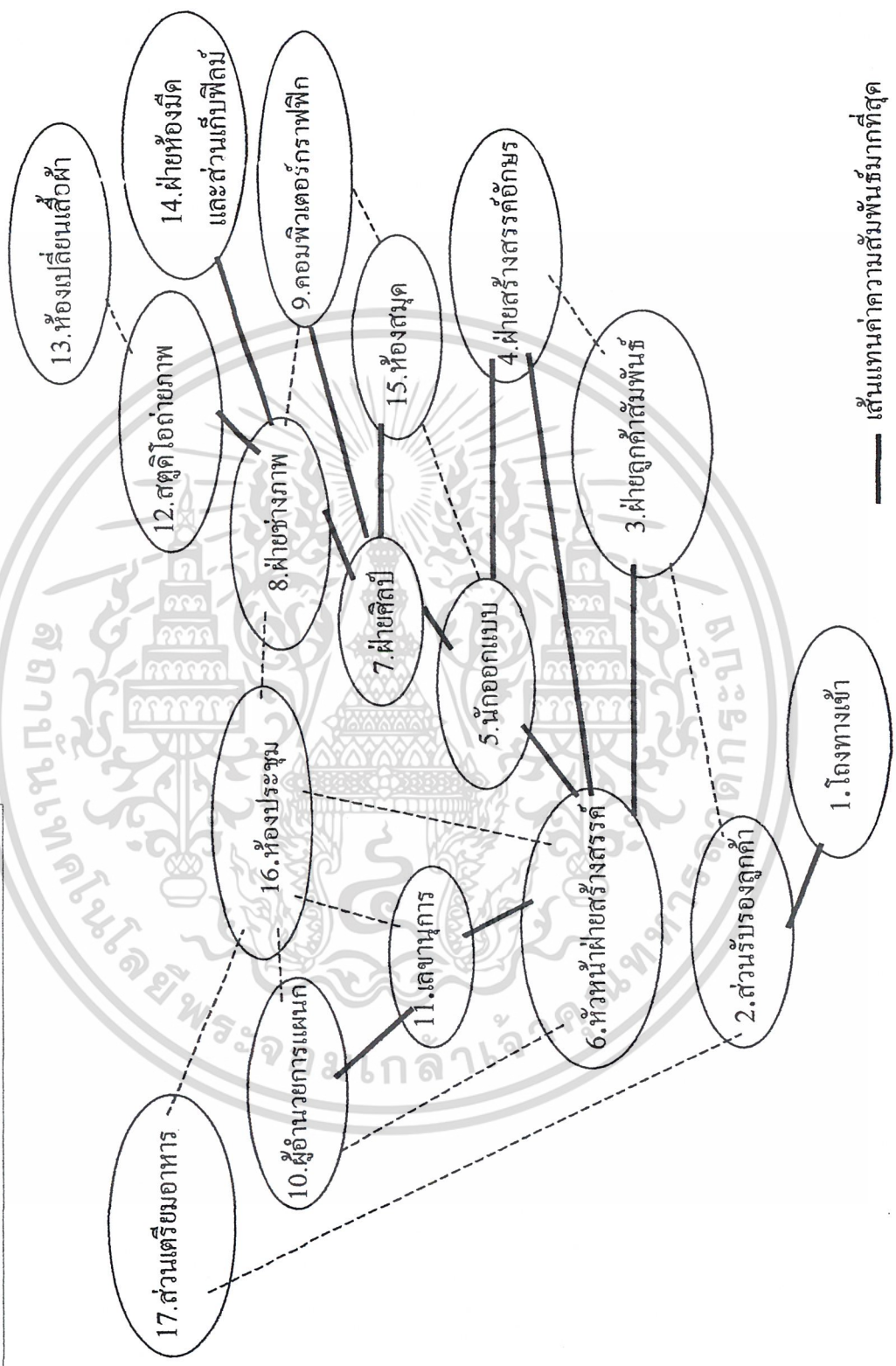
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ของแผนก MAJOR ART



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

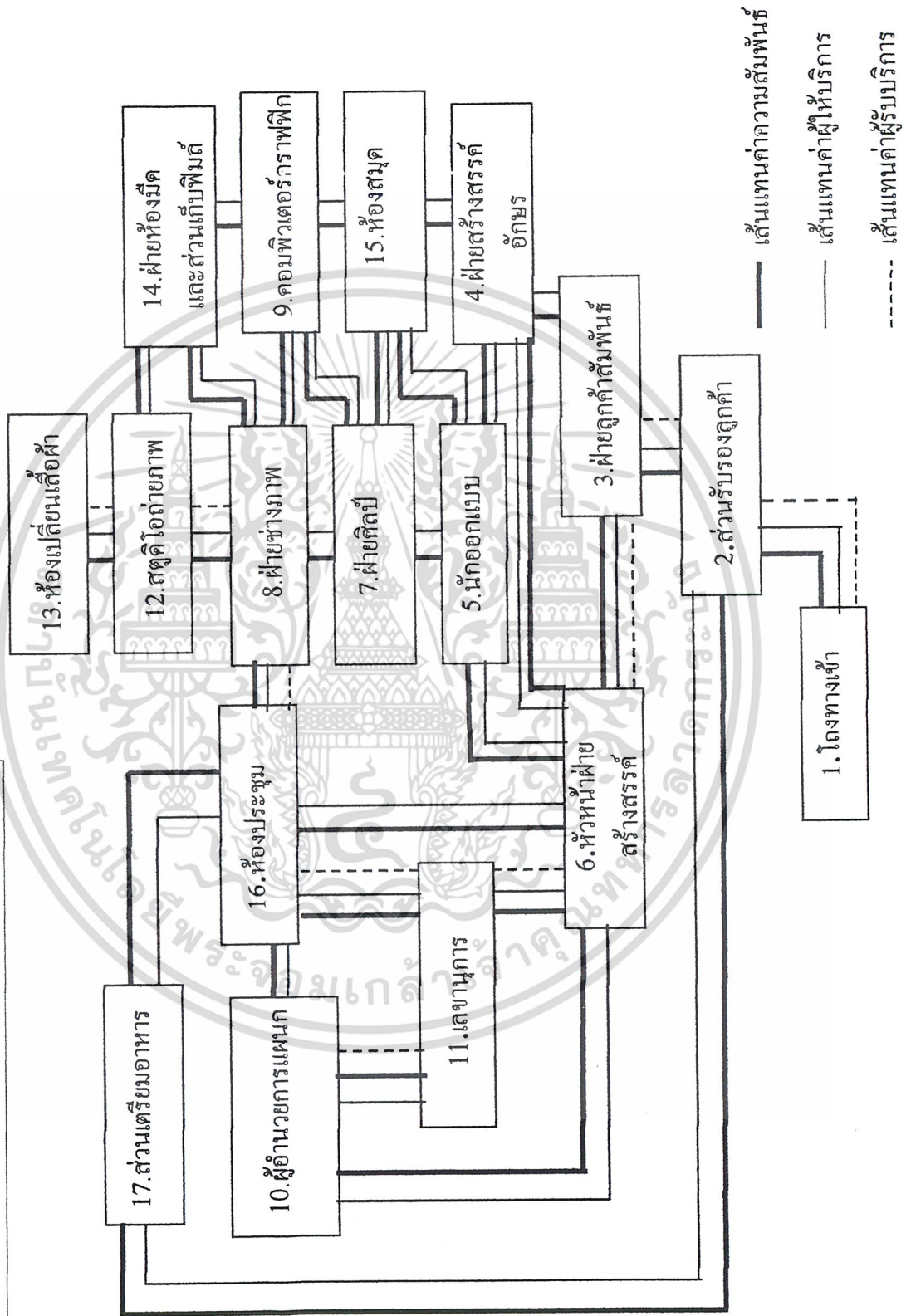
BUBBLE DIAGRAM.แผนกเมเจอร์อาร์ต



— เส้นแทนค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 - - - - - เส้นแทนค่าความสัมพันธ์มาก

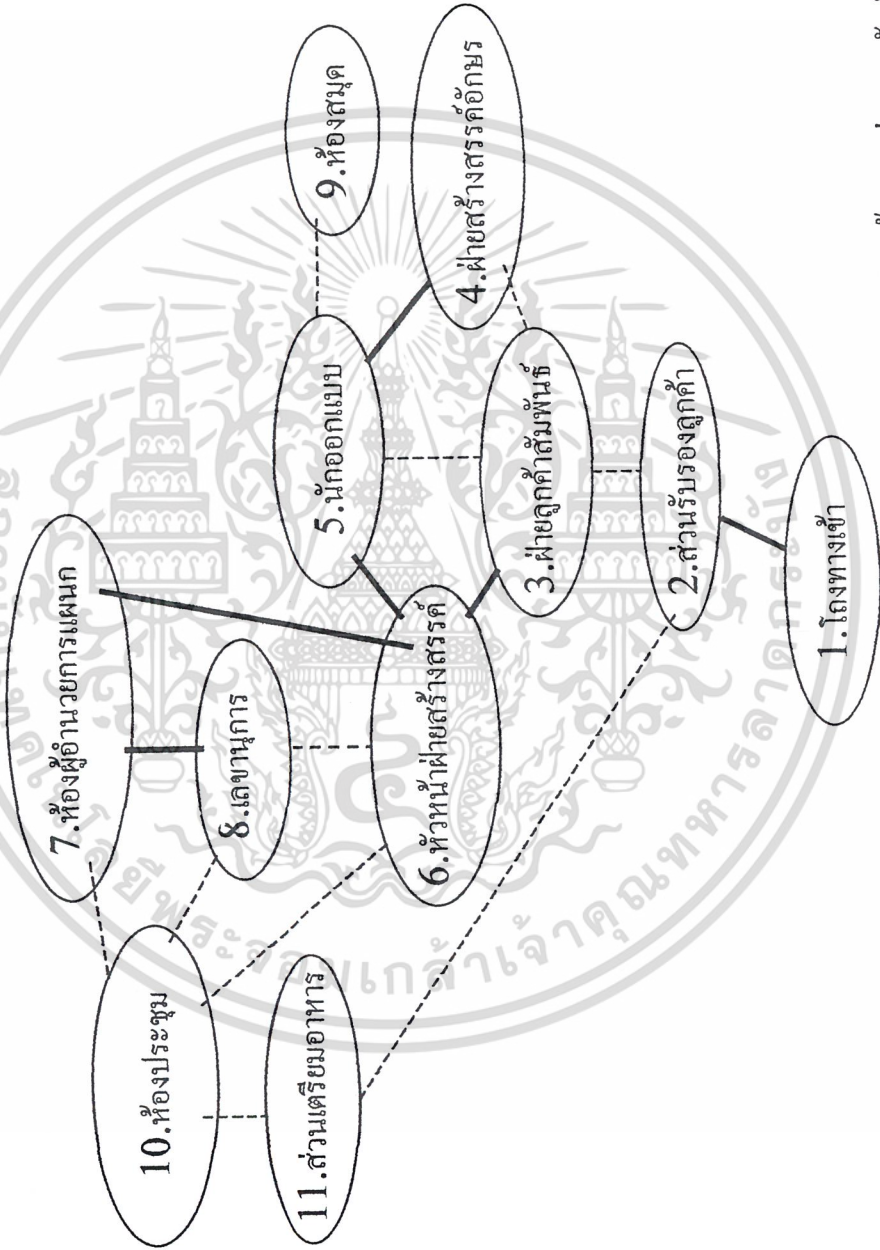
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM.แผนกเมเจอร์ อาร์ท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM แผนก MAJOR ART ฝ่ายสร้างสรรค์

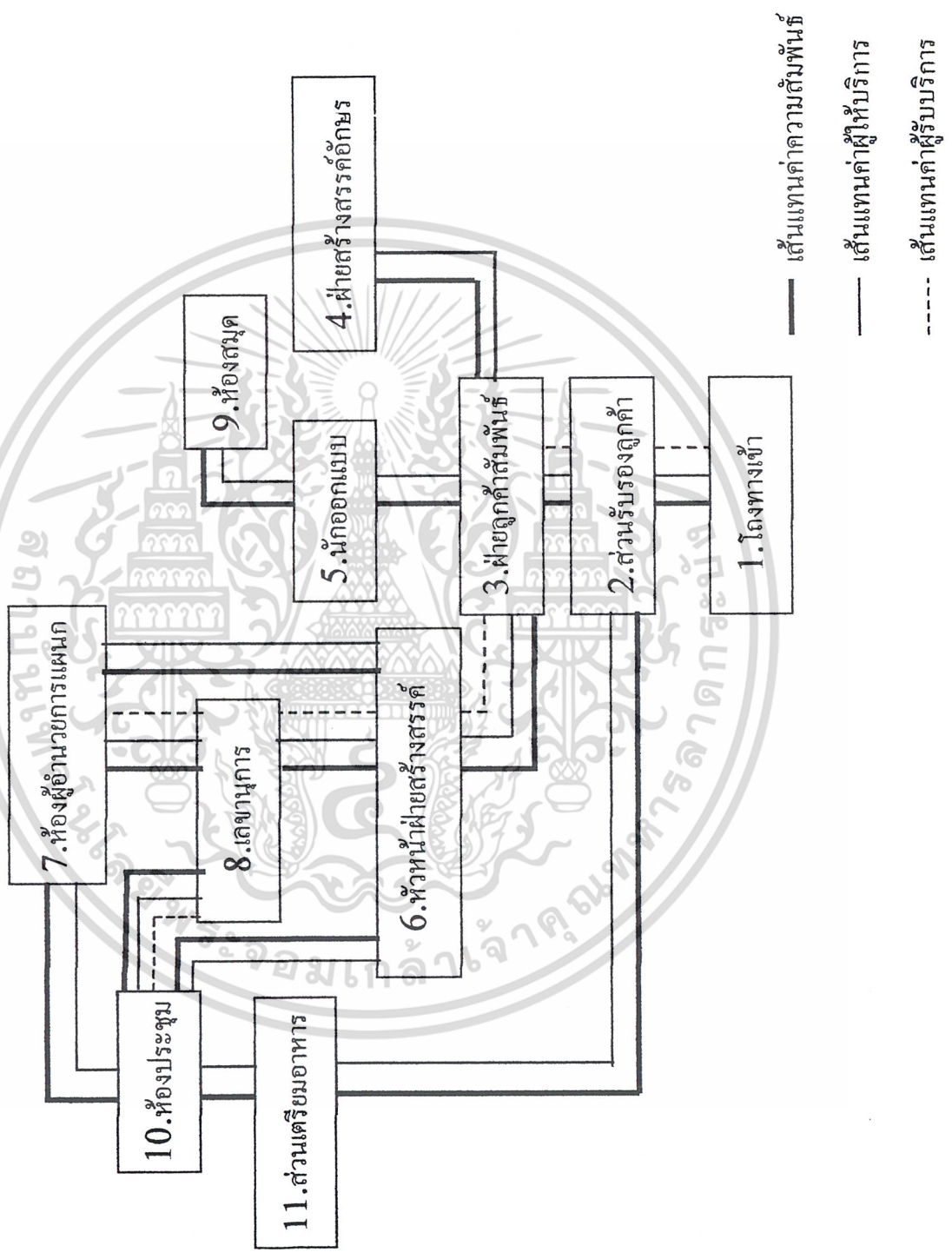


————— เส้นแทนค่าความสัมพันธ์มากที่สุด

-----เส้นแทนค่าความสัมพันธ์มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FUNCTION DIAGRAM.แผนก MAJOR ART ฝ่ายสร้างสรรค์



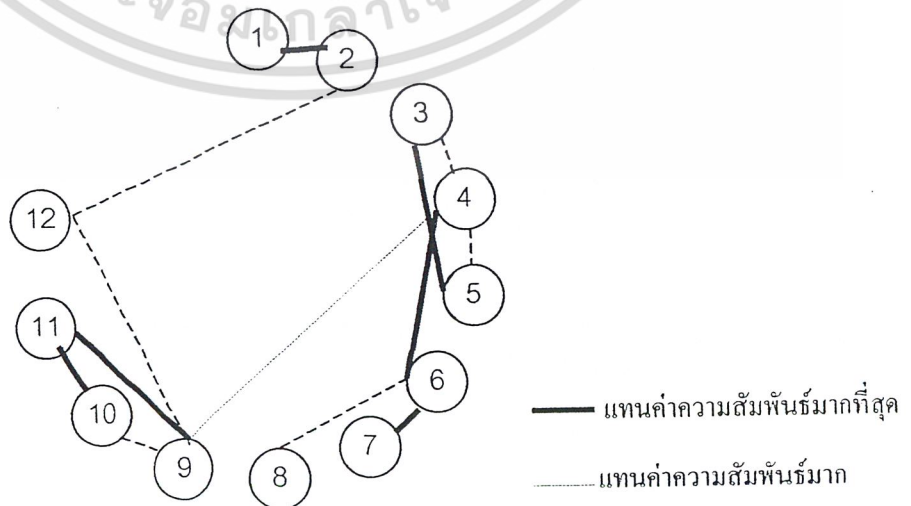
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของ ฝ่ายผลิต แผนก MAJOR ART

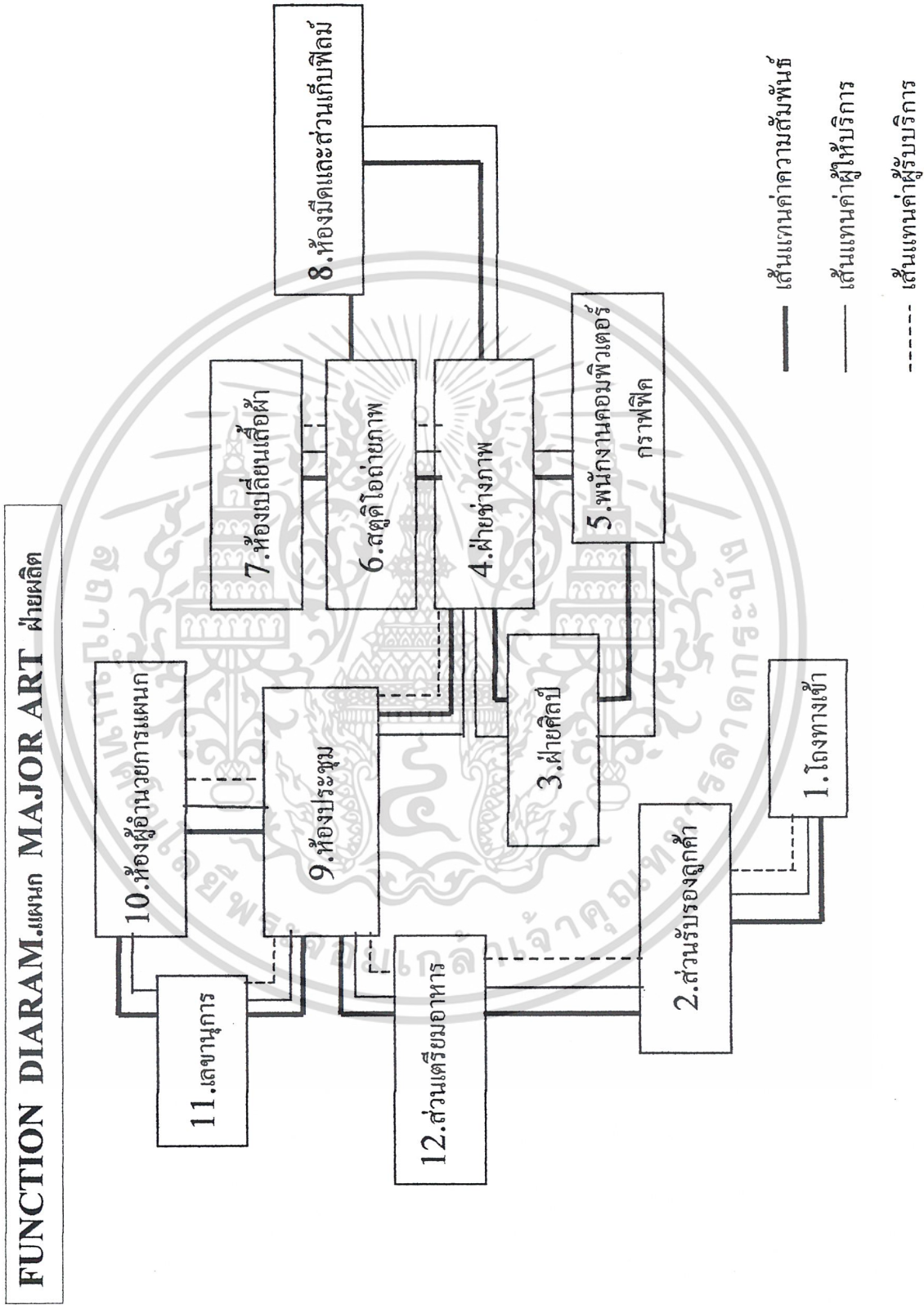
องค์ประกอบ																
1. โถงทางเข้า	4															
2. ส่วนรับรองแขก	1	1														
3. ฝ่ายศิลป์	1	1	1													
4. ฝ่ายช่างภาพ	3	1	1	2												
5. พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก	4	2	2	2	1											
6. สตูดิโอถ่ายภาพ	2	2	1	2	1	1										
7. ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	4	1	3	2	2	1	1									
8. ห้องมืดและห้องเก็บฟิล์ม	1	1	2	2	2	1										
9. ห้องประชุม	1	1	1	1	1											
10. ห้องผู้อำนวยการแผนก	3	1	1													
11. เลขานุการ	4	3														
12. ตัวเตรียมอาหาร	4	1														

4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ ขององค์ประกอบ ฝ่ายผลิต แผนก MAJOR ART

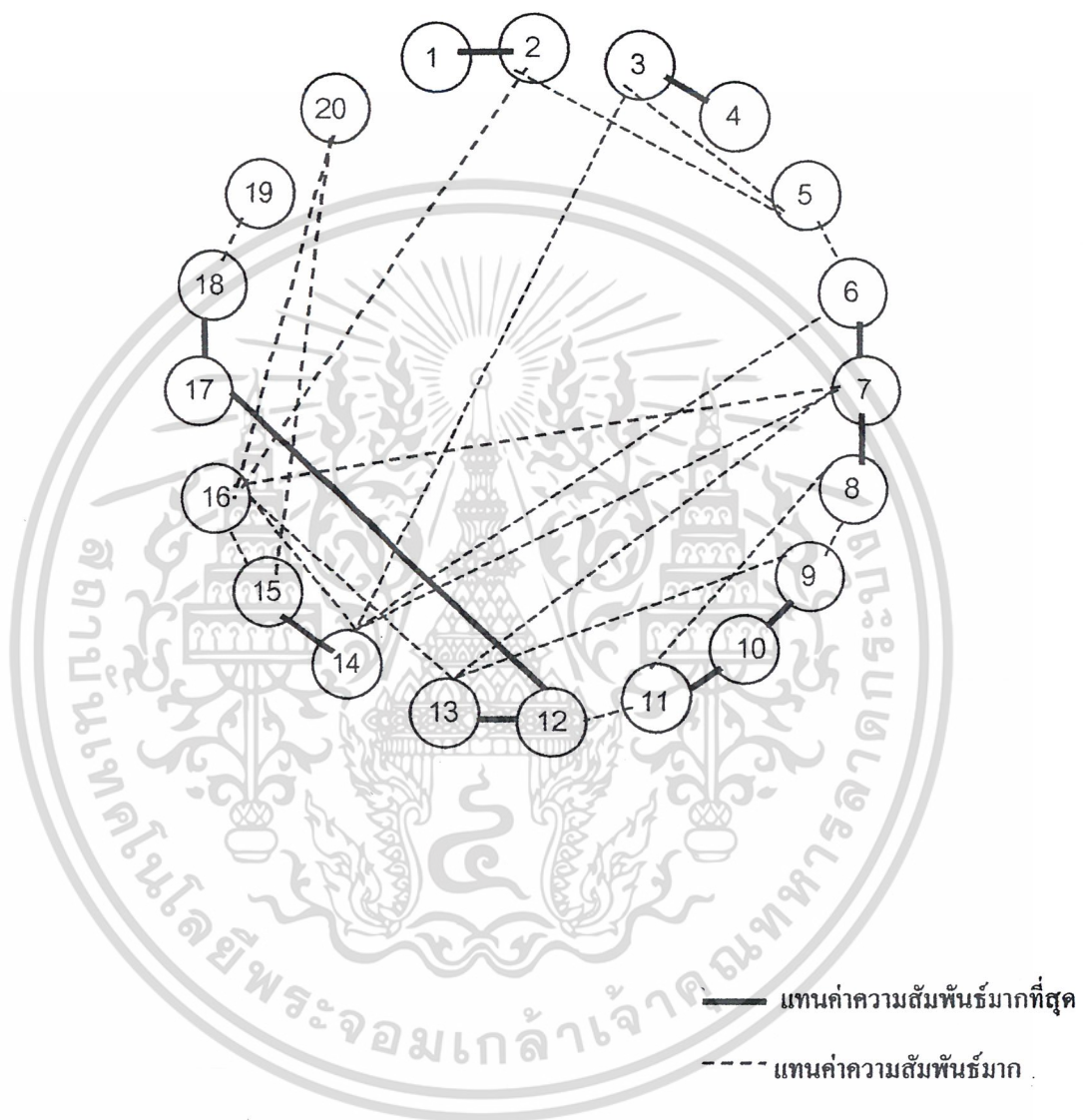


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



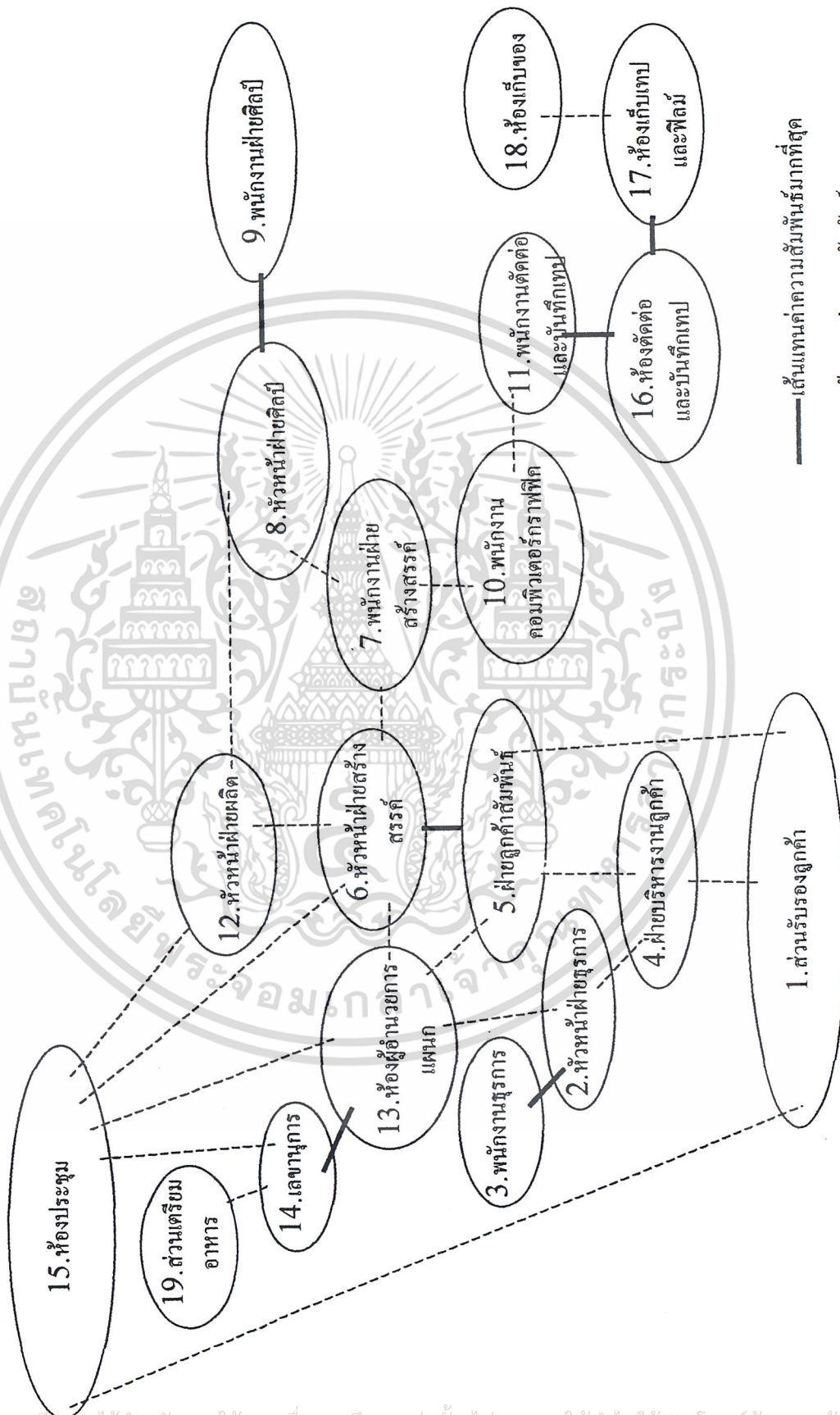
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ของแผนก EFF.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM.แผนก EFF.(FILM PRODUCTION)

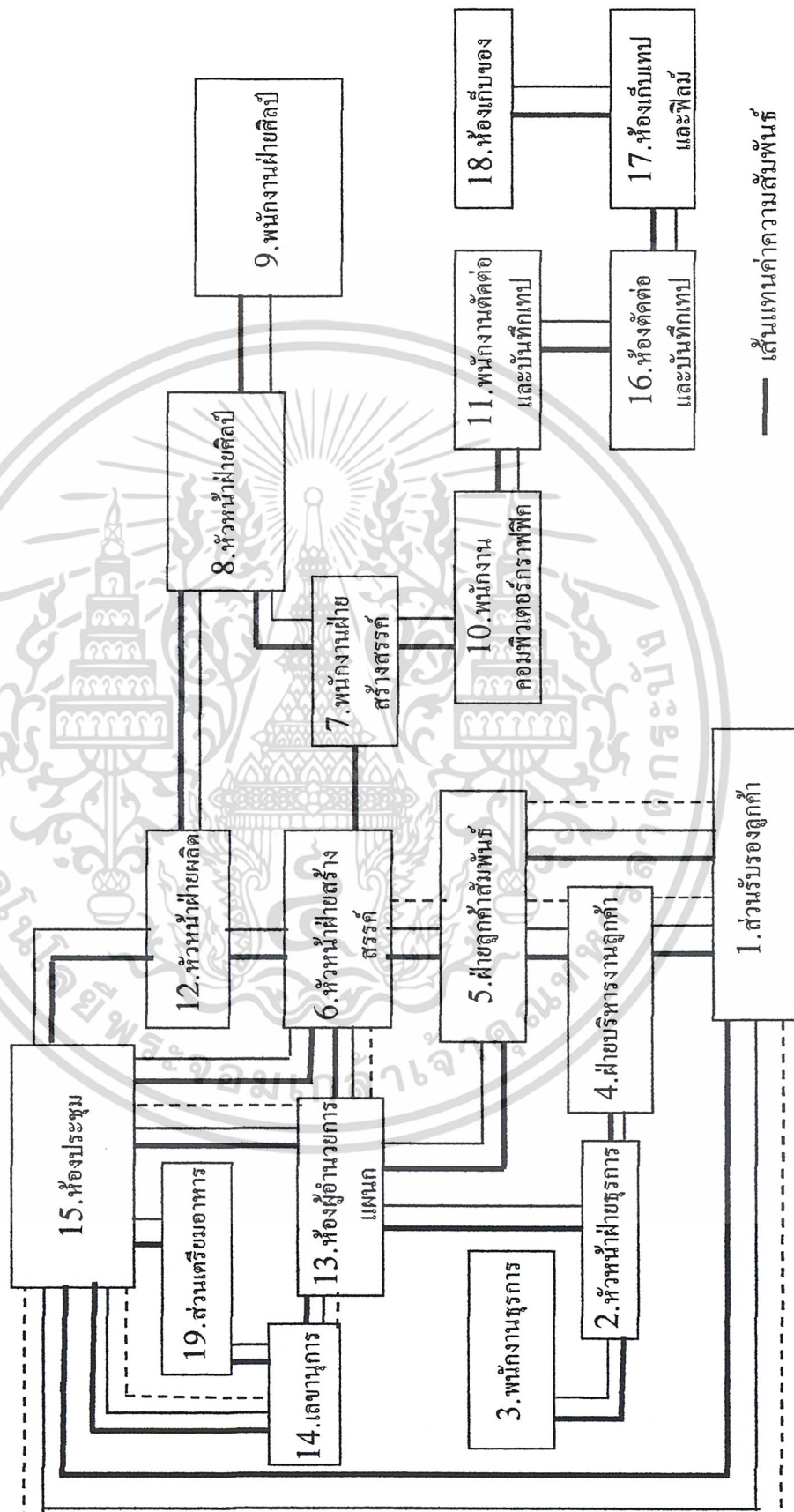


————— เส้นแทนค่าความสัมพันธ์มากที่สุด

----- เส้นแทนค่าความสัมพันธ์น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FUNCTION DIAGRAM.แผนก EFF.(FILM PRODUCTION)



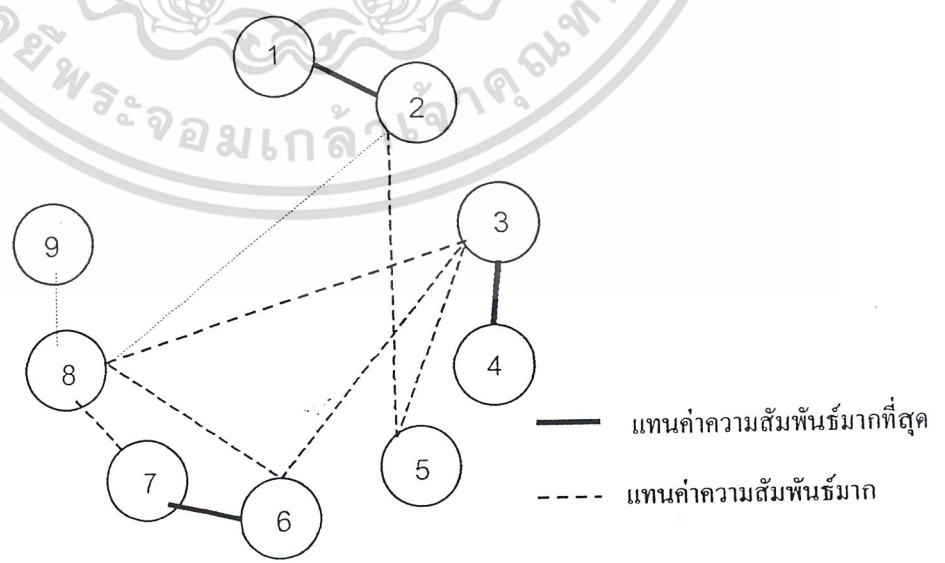
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ใช้เฉพาะภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปยังบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของฝ่ายธุรการ แผนก EFF.

องค์ประกอบ									
1. โฉงทางเข้า	4								
2. ส่วนรับรองแขก	1	1							
3. หัวหน้าฝ่ายธุรการ	1	2	2						
4. พนักงานฝ่ายธุรการ, บัญชี	4	3	1	1					
5. ฝ่ายบริหารงานลูกค้า	2	3	2	2	1				
6. ผู้อำนวยการแผนก	2	1	2	3	3	1			
7. เลขานุการ	2	2	1	1					
8. ห้องประชุม	4	3	1						
9. ส่วนเตรียมอาหาร	3	2	1						
	3								

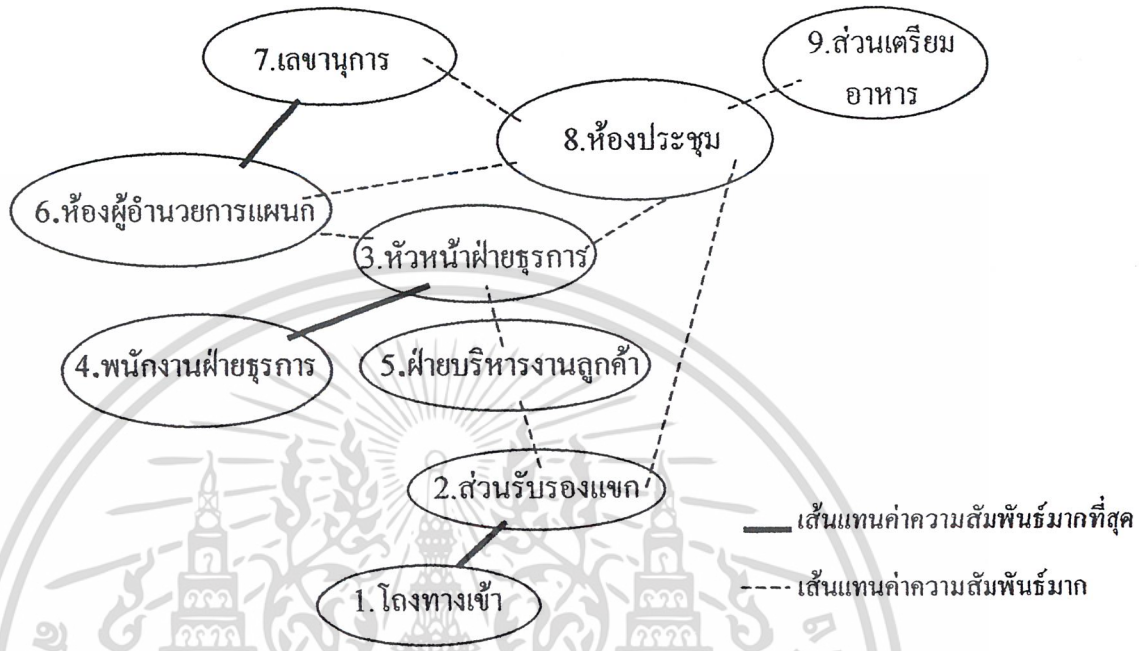
4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ฝ่ายธุรการ แผนก EFF.

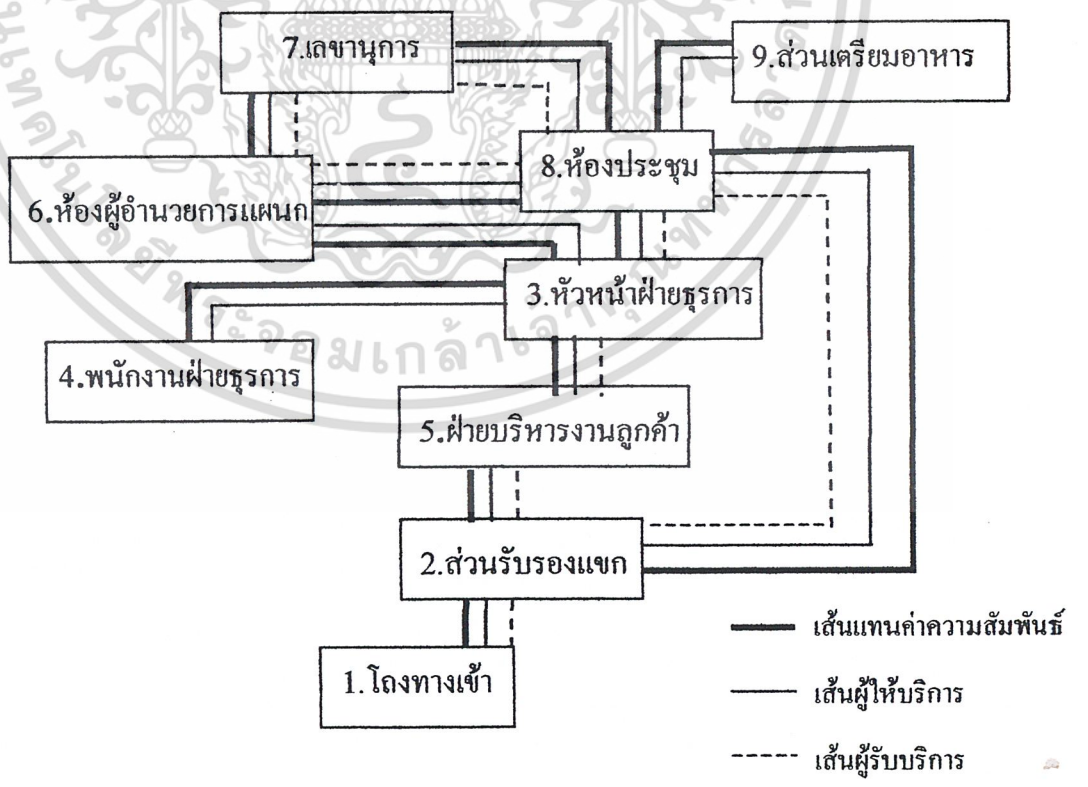


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM แผนก EFF. (FILM PRODUCTION) ฝ่ายธุรการ



FUNCTION DIAGRAM แผนกEFF. (FILM PRODUCTION) ฝ่ายธุรการ



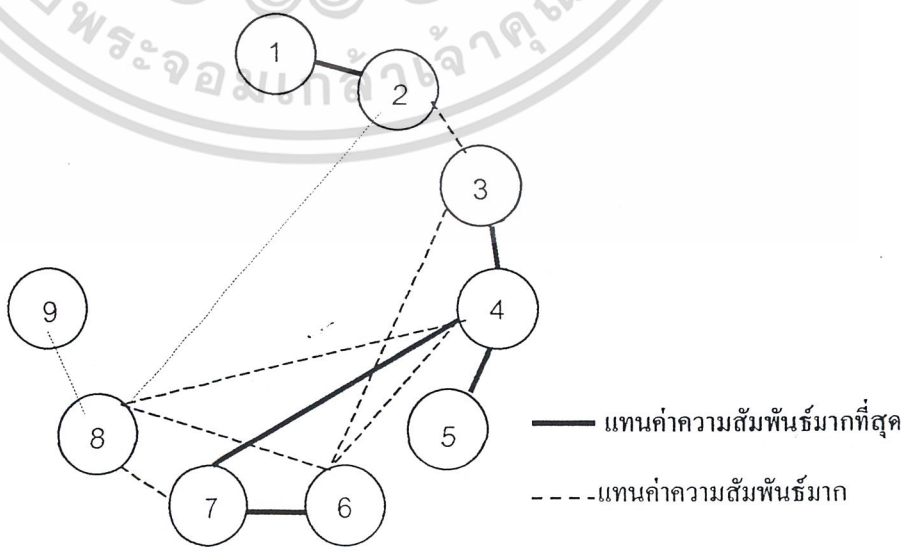
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก EFF.

องค์ประกอบ								
1. โฉงทางเข้า	4							
2. ส่วนรับรองแขก	2	3						
3. ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	1	1	4					
4. หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์	1	1	1	4				
5. พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์	2	1	1	2	4			
6. ผู้อำนวยการแผนก	3	2	3	3	3	4		
7. เลขานุการ	2	2	2	2	2	2	4	
8. ห้องประชุม	1	3	1	1	1	1	1	4
9. ส่วนเตรียมอาหาร	4	2	1					3

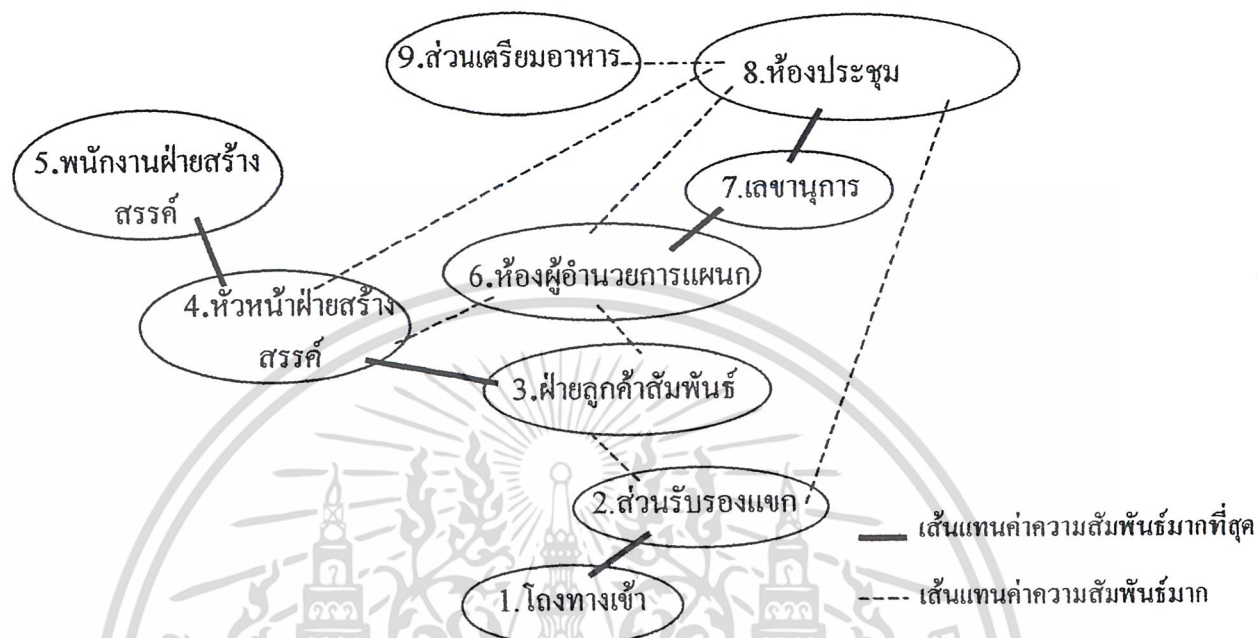
4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก EFF.

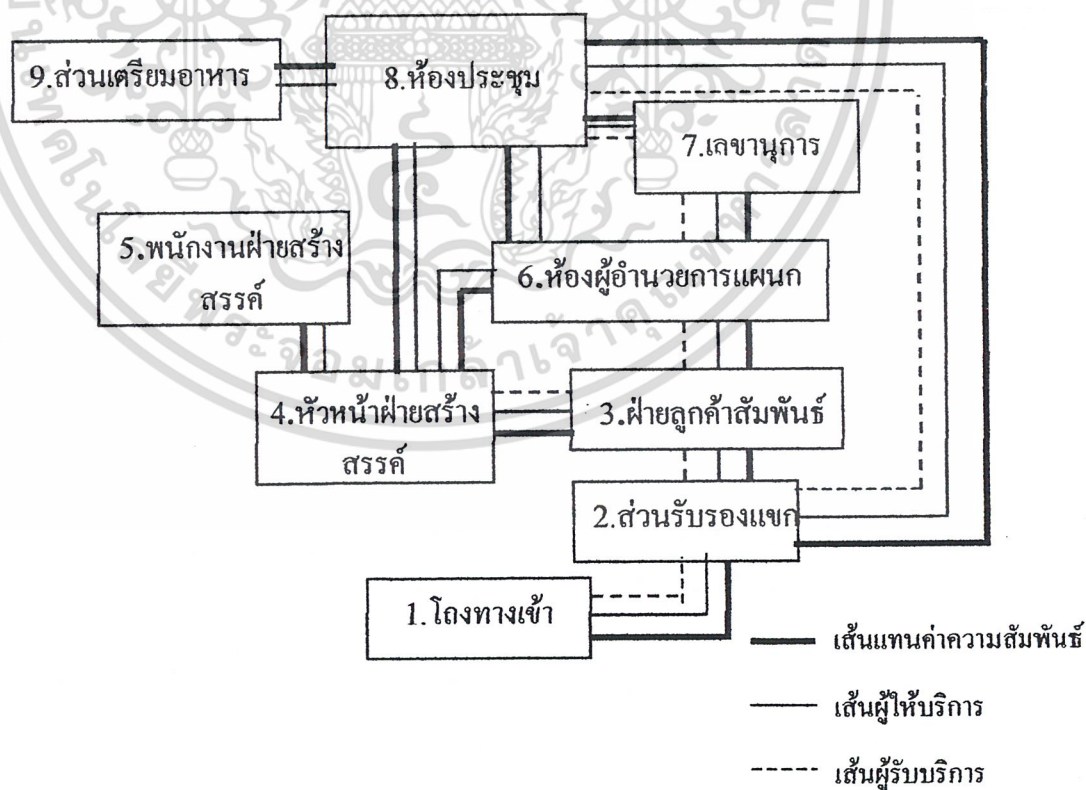


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM แผนก EFF. (FILM PRODUCTION) ฝ่ายสร้างสรรค์



FUNCTION DIAGRAM แผนก EFF. (FILM PRODUCTION) ฝ่ายสร้างสรรค์



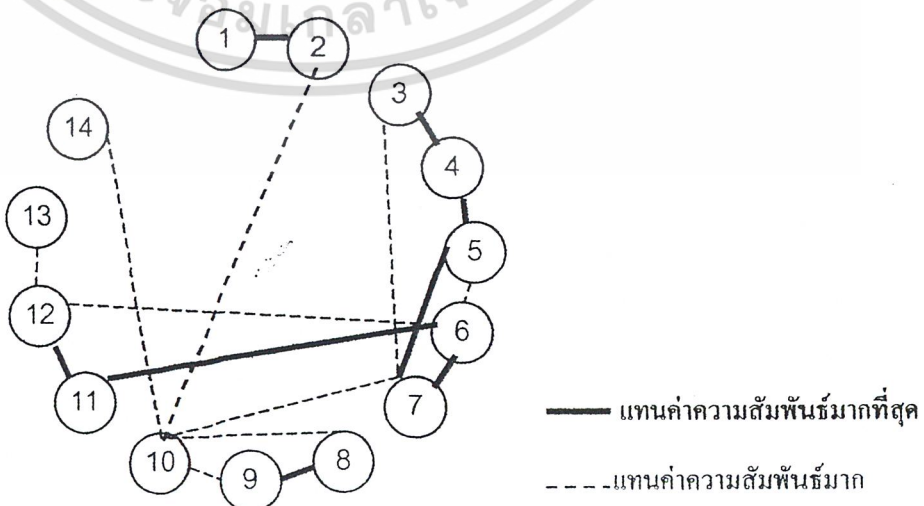
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ของฝ่ายผลิต EFF.

องค์ประกอบ														
1. โถงทางเข้า	4													
2. ส่วนรับรองแขก	1	1												
3. หัวหน้าฝ่ายศิลป์	1	1	1											
4. พนักงานฝ่ายศิลป์	4	1	1	1										
5. พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก	4	2	1	1	1									
6. พนักงานตัดต่อและบันทึกเทป	4	2	3	1	1	1								
7. หัวหน้าฝ่ายผลิต	3	2	2	1	1	1	1							
8. ผู้อำนวยการแผนก	4	1	1	1	1	1	1	1						
9. เลขานุการ	2	1	1	1	1	1	1	1	2					1
10. ห้องประชุม	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1				
11. ห้องตัดต่อและบันทึกเทป	4	3	4	1	1	1	1	1	1	1				
12. ห้องเก็บเทปและฟิล์ม	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
13. ห้องเก็บของ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
14. ส่วนเตรียมอาหาร	4	1	1	2										
	2	3												
	3	1												
	1													

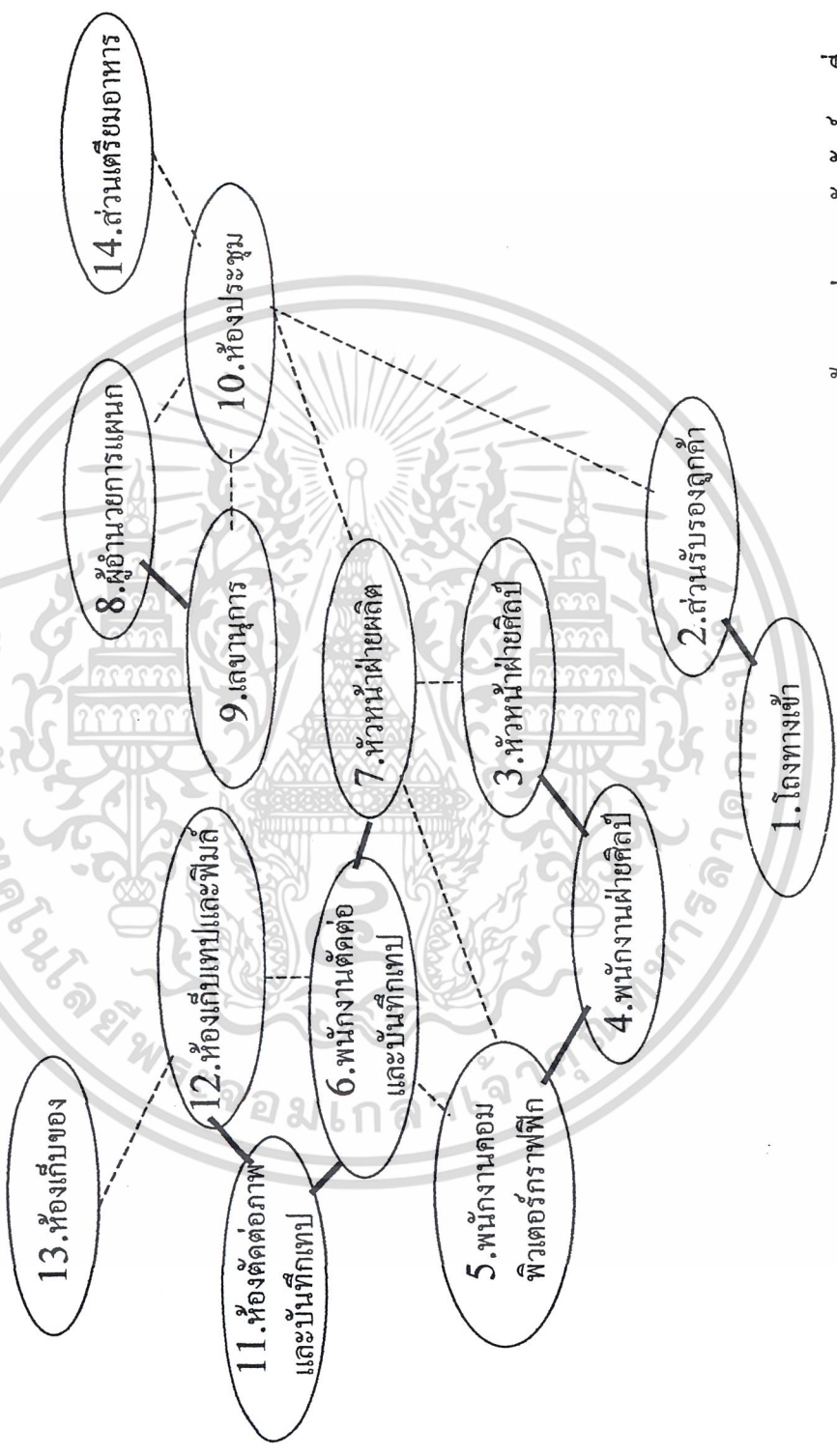
4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ฝ่ายผลิต EFF.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

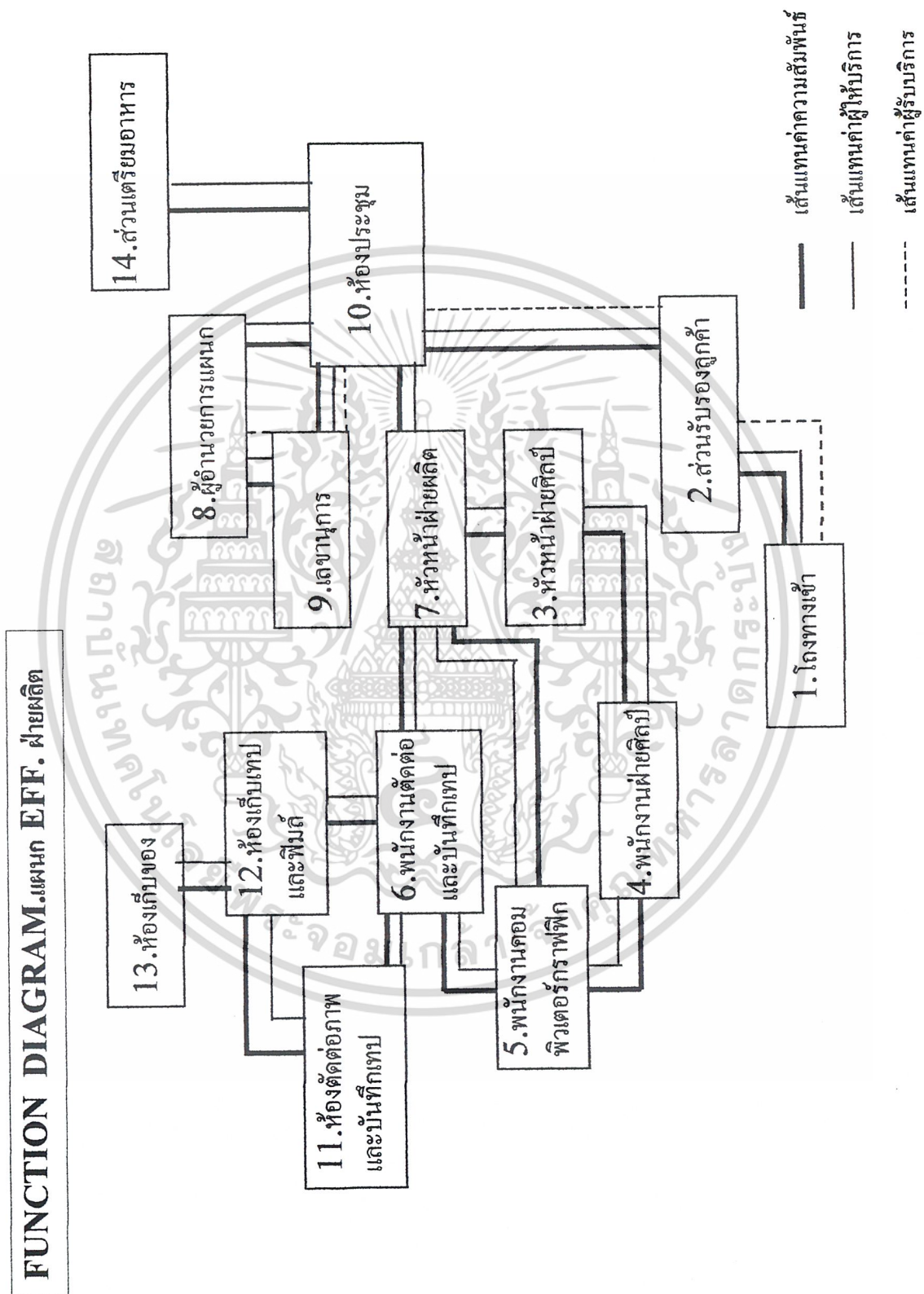
BUBBLE DIAGRAM.แผนก EFF. ฝ่ายผลิต



————— เส้นแทนค่าความถี่มากที่สุด

- - - - - เส้นแทนค่าความถี่น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

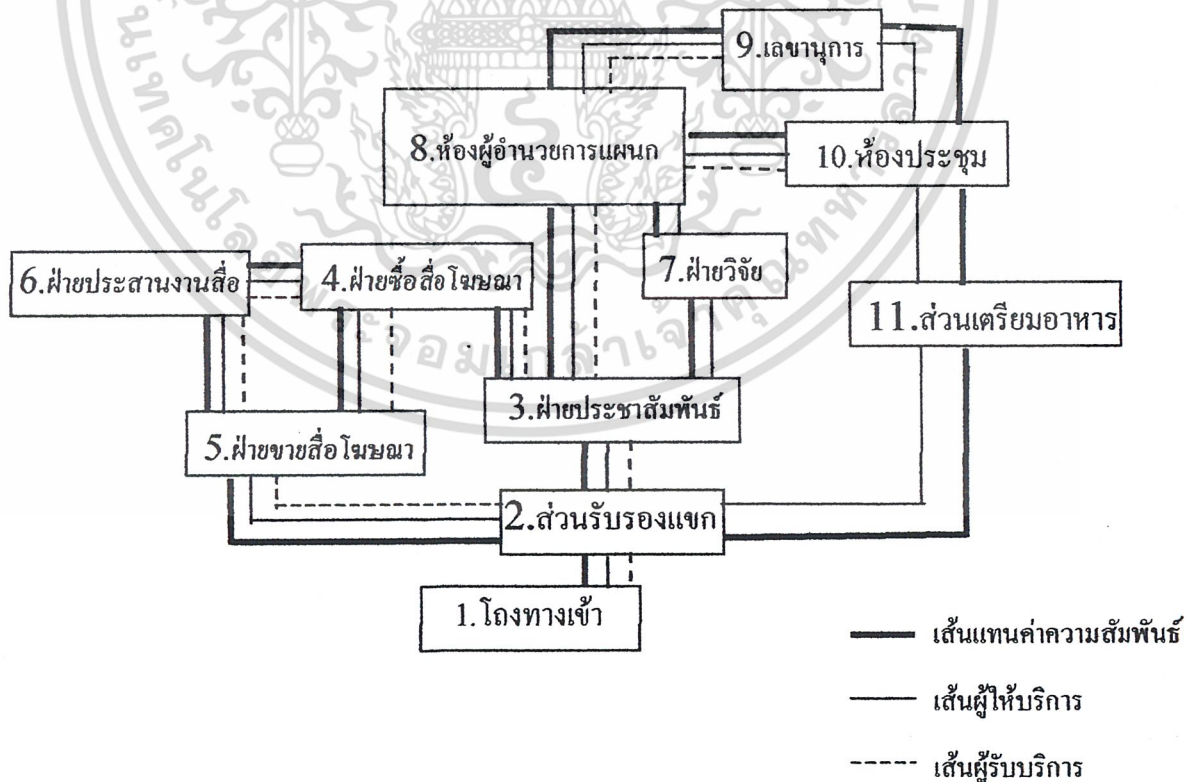


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM แผนก MAJOR STAR



FUNCTION DIAGRAM แผนก MAJOR STAR



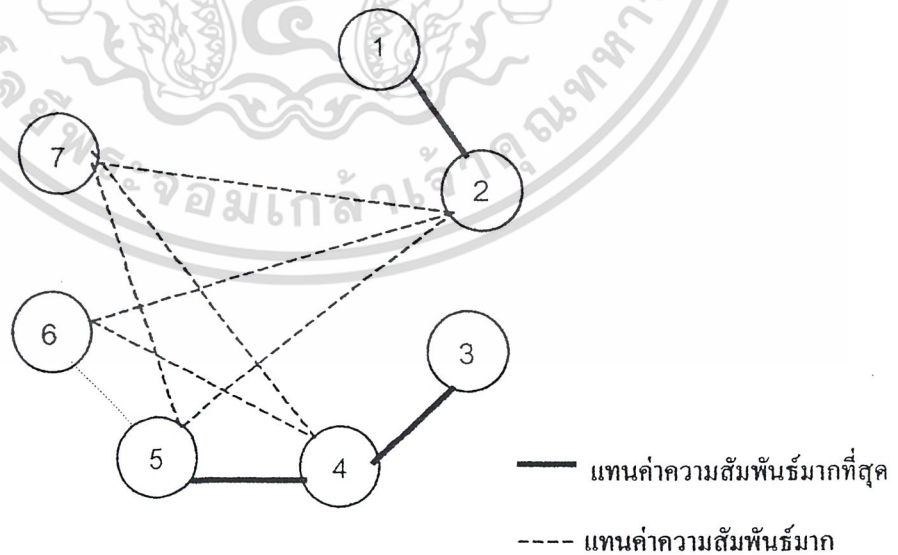
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.16แสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION)ภายในของส่วน กรรมการผู้จัดการ

องค์ประกอบ						
1. โฉงทางเข้า	4					
2. ส่วนรับรองแขก	1	1				
3. ห้องที่ปรึกษา	1	2	2			
4. ห้องกรรมการผู้จัดการ	4	3	3	3		
5. ส่วนเลขานุการ	4	2	3	2		
6. ห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า	3	3	1	3		
7. ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	3	2				
	2					

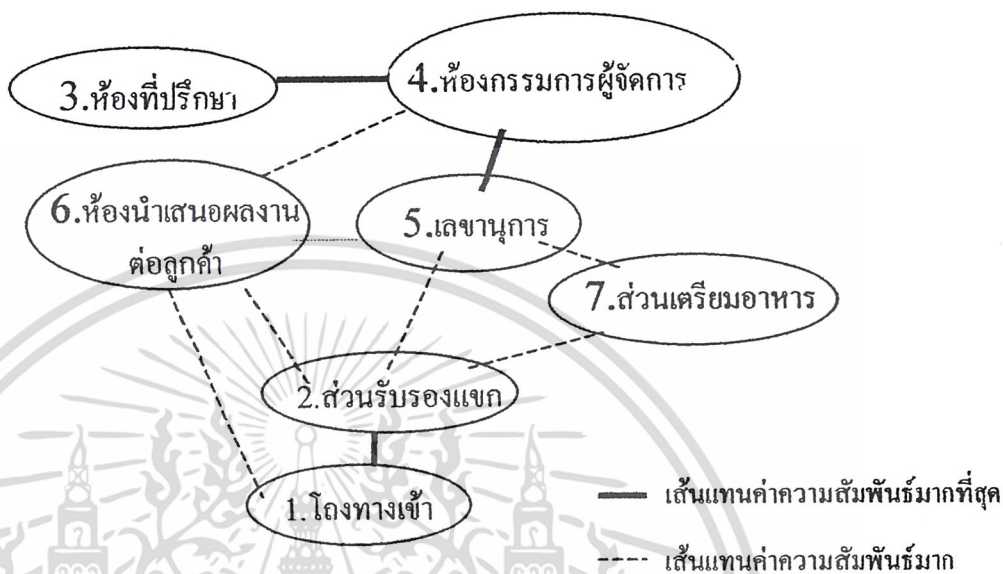
4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ของ องค์ประกอบ ส่วนกรรมการผู้จัดการ

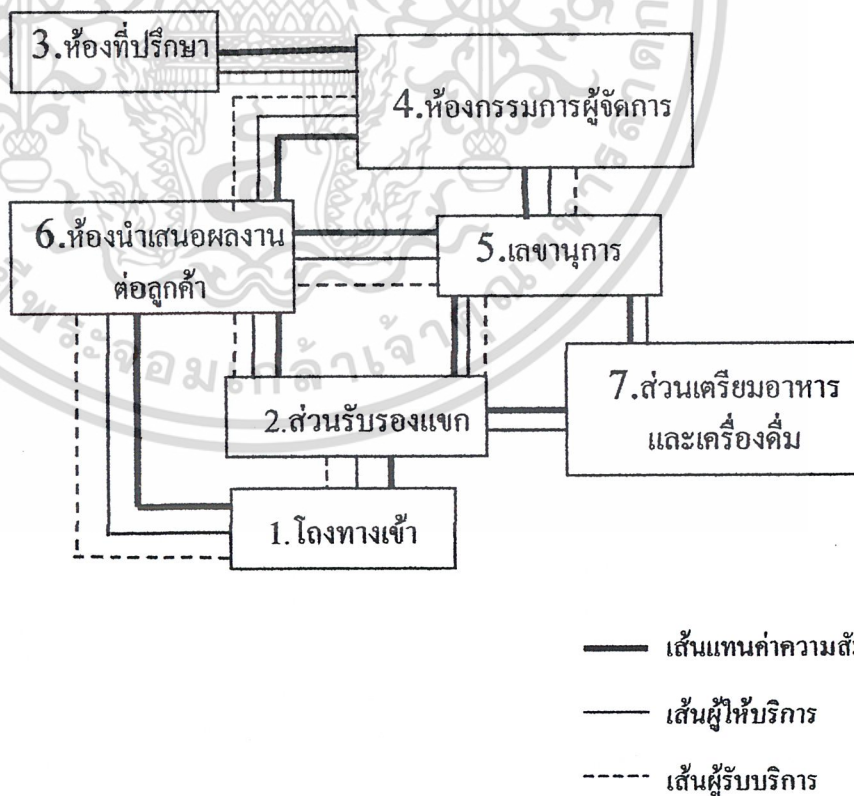


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM ส่วน กรรมการผู้จัดการ



FUNCTION DIAGRAM แผนกส่วนกรรมการผู้จัดการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

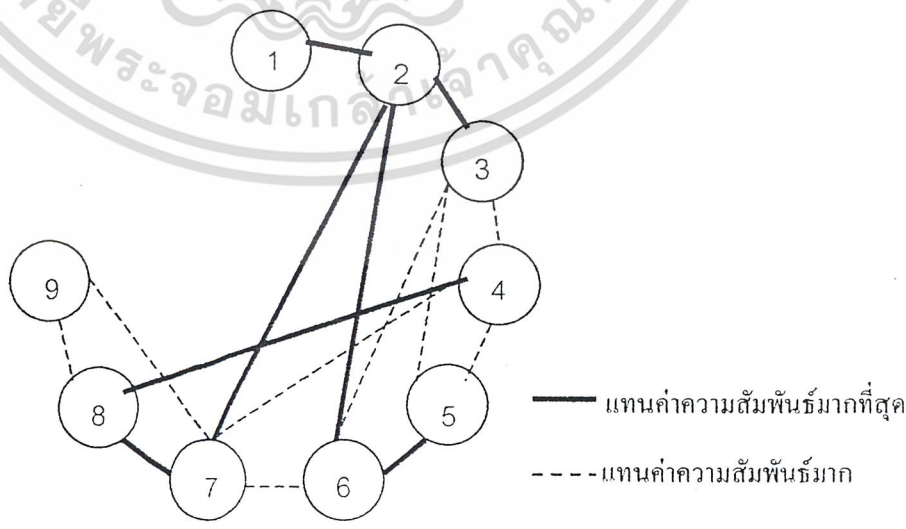
ตารางแสดงค่าความสัมพันธ์ (INTERACTION) ภายในของบริษัท.เมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด.

องค์ประกอบ
1.ทางเข้า
2.แผนก MAJOR AD.(FULL)
3.แผนก MAJOR RIGHT
4.แผนก MAJOR STAGE
5.แผนกMAJOR ART
6.แผนกEFF.(FILM PRODUCTION)
7.แผนก MAJOR STAR
8.ส่วนกรรมการผู้จัดการ
9.ห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า

4
2
4 1
2 1
3 2 1
3 4 1
3 3 4 1
2 2 2 1
4 4 2 2
2 4 2
3 2 2
2 2
4 2
3
3

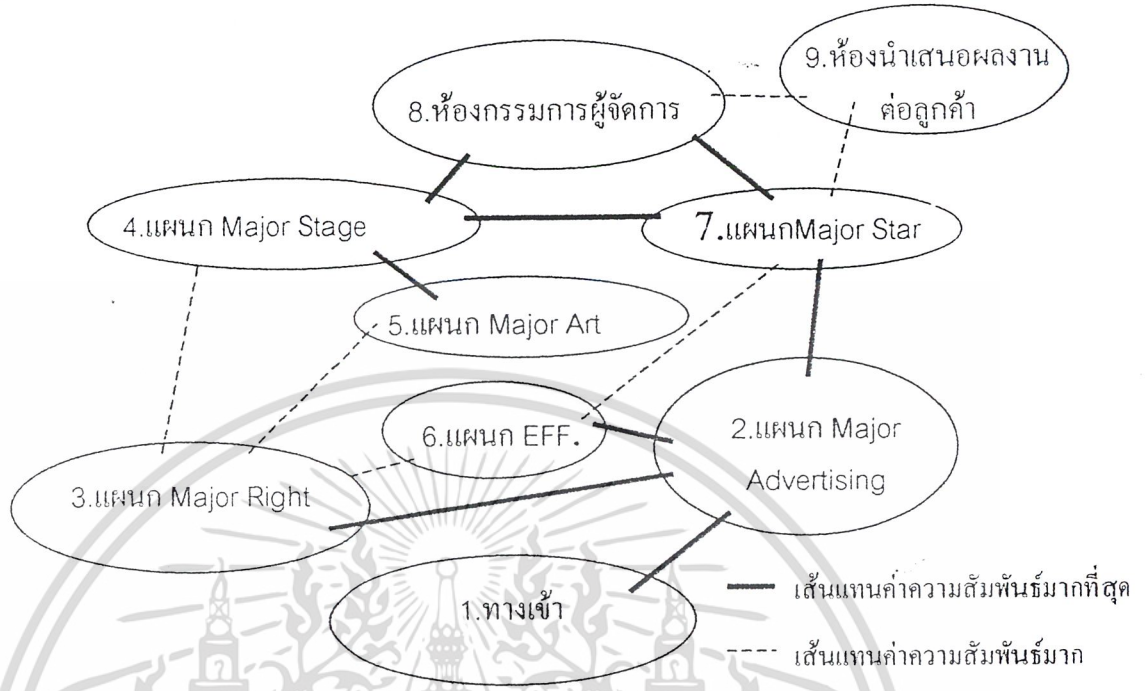
4 แสดงค่าความสัมพันธ์มากที่สุด
 3 แสดงค่าความสัมพันธ์มาก
 2 แสดงค่าความสัมพันธ์ปานกลาง
 1 แสดงค่าความสัมพันธ์น้อย

แผนภูมิแสดงค่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภายในของบริษัทเมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด

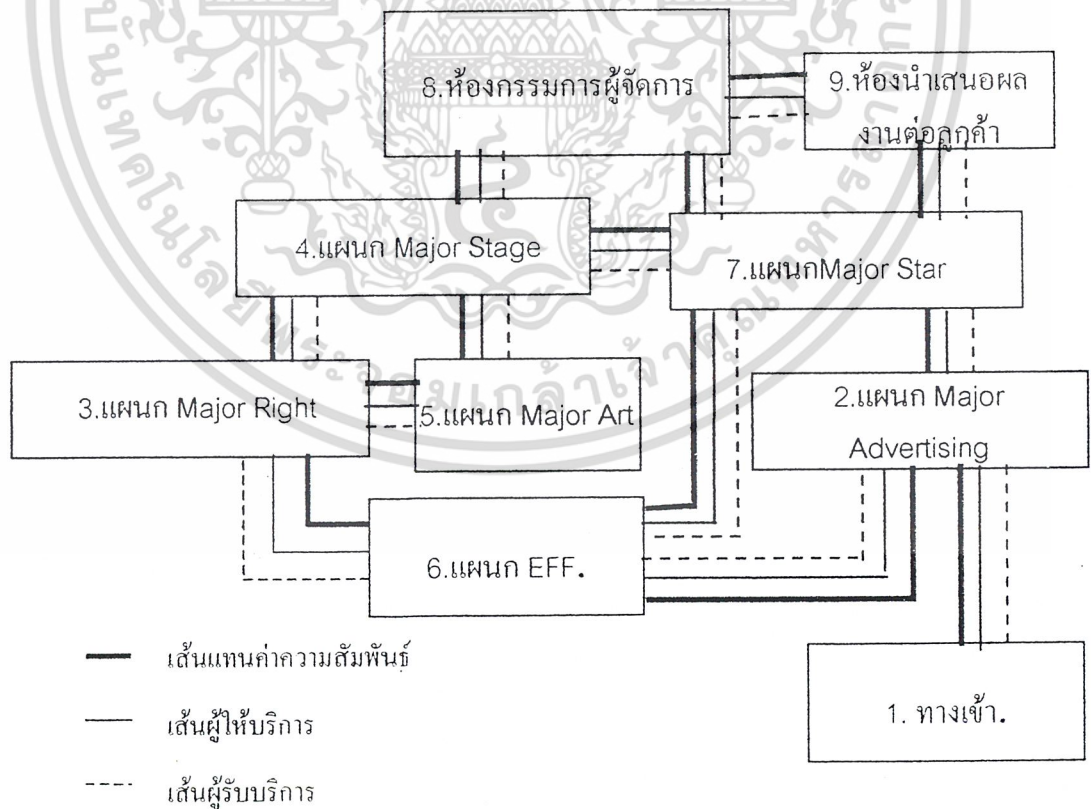


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUBBLE DIAGRAM บริษัท.মেজর্এড্বের্টাইসিং জাক্দ্



FUNCTION DIAGRAM บริษัท.মেজর্এড্বের্টাইসিং জাক্দ্



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

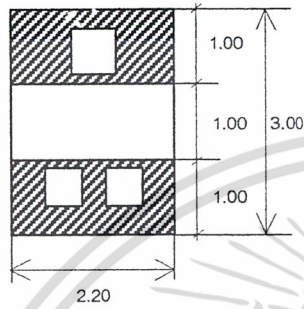
4.5 การวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ใช้สอยของเฟอร์นิเจอร์

รูปแบบครุภัณฑ์

พื้นที่(ตารางเมตร/หน่วย)

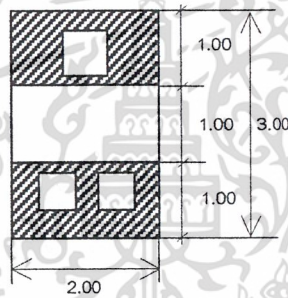
ส่วนทำงาน

(A-1) กรรมการผู้จัดการ



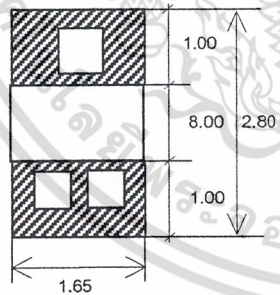
พ.ท./หน่วย 6.60 ตารางเมตร

(A-2) ผู้อำนวยการแผนก



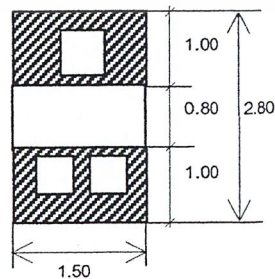
พ.ท./หน่วย 6.00 ตารางเมตร

(A-3) หัวหน้าทั่วไป



พ.ท./หน่วย 4.625 ตารางเมตร

(A-4) เลขานุการ



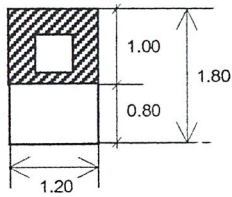
พ.ท./หน่วย 4.21 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบครุภัณฑ์

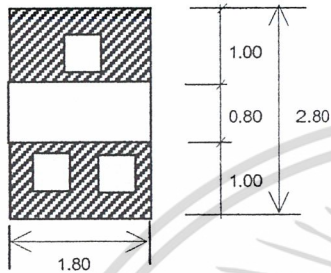
พื้นที่(ตารางเมตร/หน่วย)

(A-5) พนักงาน/เจ้าหน้าที่



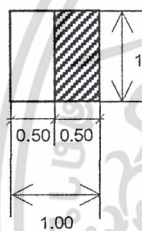
พ.ท./หน่วย 2.16 ตารางเมตร

(A-6) หัวหน้า



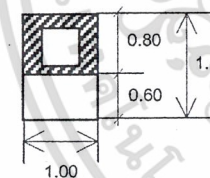
พ.ท./หน่วย 5.04 ตารางเมตร

(A-7) โต๊ะข้าง



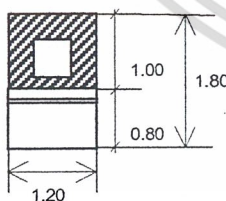
พ.ท./หน่วย 1.44 ตารางเมตร

(A-8) โต๊ะคอมพิวเตอร์



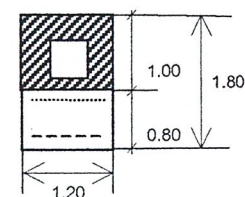
พ.ท./หน่วย 1.40 ตารางเมตร

(A-9) โต๊ะเขียนแบบ



พ.ท./หน่วย 2.16 ตารางเมตร

(A-10) โต๊ะไฟ



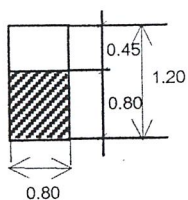
พ.ท./หน่วย 2.16 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบครุภัณฑ์

พื้นที่(ตารางเมตร/หน่วย)

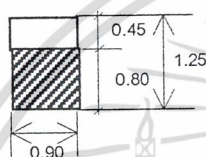
(A-11) โต๊ะPRINTER/SCANNER



พ.ท. / หน่วย 0.96 ตารางเมตร

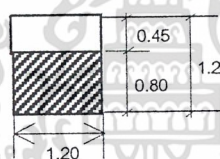
ส่วนเก็บเอกสาร / ถาดเอกสาร

(B-1) ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ/ตู้ลิ้นชักเก็บเอกสาร



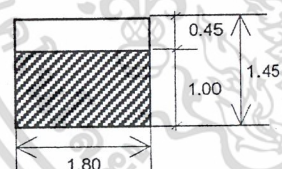
พ.ท. / หน่วย 1.08 ตารางเมตร

(B-2) ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ



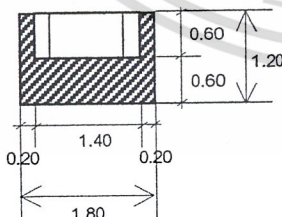
พ.ท. / หน่วย 1.50 ตารางเมตร

(B-3) ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ/ตู้โชว์



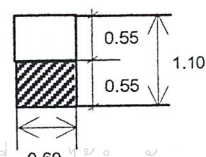
พ.ท. / หน่วย 2.61 ตารางเมตร

(B-4) เครื่องถ่ายเอกสาร



พ.ท. / หน่วย 2.16 ตารางเมตร

(B-5) ตู้เซฟ



พ.ท. / หน่วย 0.55 ตารางเมตร

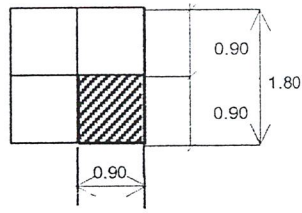
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบครุภัณฑ์

พื้นที่(ตารางเมตร/หน่วย)

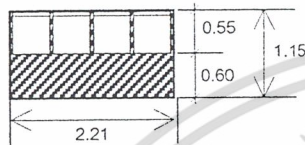
ส่วนพักคอย / รับรอง

(C-1) พักคอย



พ.ท. / หน่วย 0.81 ตารางเมตร

(C-2) เก้าอี้พักคอย



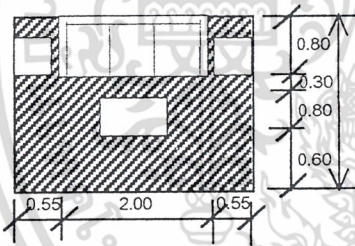
พ.ท. / หน่วย 0.63 ตารางเมตร

(C-3) ส่วนพักคอย



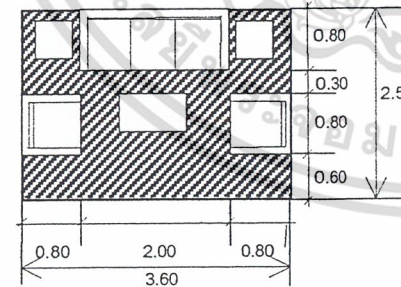
พ.ท. / หน่วย 3.08 ตารางเมตร

(C-4) ส่วนรับรอง



พ.ท. / หน่วย 6.82 ตารางเมตร

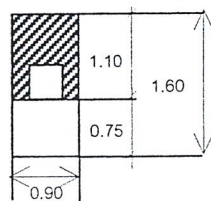
(C-5) ส่วนรับรอง



พ.ท. / หน่วย 9.00 ตารางเมตร

ส่วนประชุม

(D-1) ส่วนประชุม



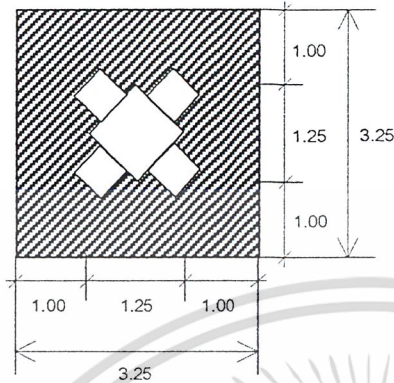
พ.ท. / หน่วย 1.60 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครุภัณฑ์

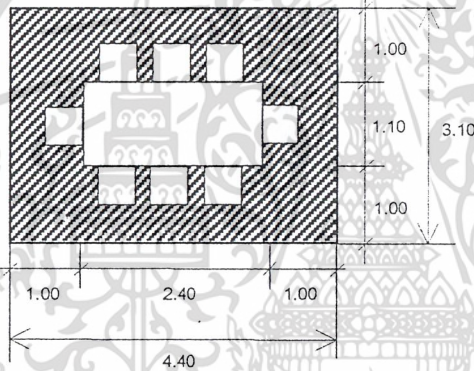
พื้นที่(ตารางเมตร/หน่วย)

(D-2) ส่วนประชุมผู้บริหาร 4 ที่นั่ง



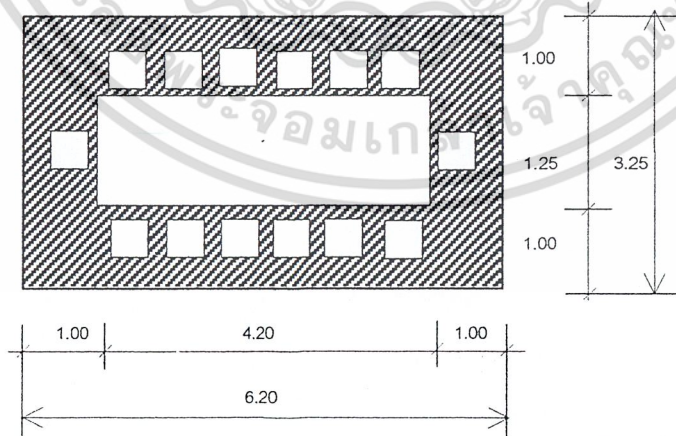
พ.ท. / หน่วย 10.56 ตารางเมตร

(D-3) ส่วนประชุมฝ่าย 8 ที่นั่ง



พ.ท. / หน่วย 13.64 ตารางเมตร

(D-4) ส่วนประชุม 16 ที่นั่ง



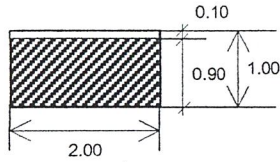
พ.ท. / หน่วย 20.15 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครุภัณฑ์

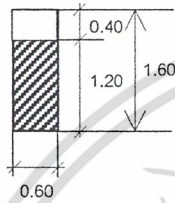
พื้นที่(ตารางเมตร/หน่วย)

(D-5) กระดาน / จอสไลด์



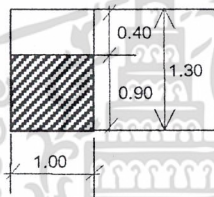
พ.ท. / หน่วย 2.00 ตารางเมตร

(D-6) โต๊ะเครื่องฉายข้ามศีรษะ (OVER HEAD)



พ.ท. / หน่วย 0.96 ตารางเมตร

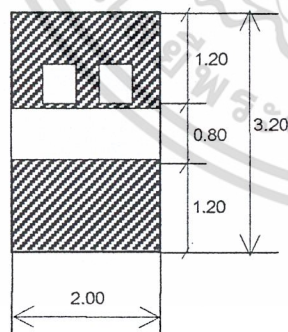
(D-7) ตู้วางโทรทัศน์ / วิดีโอ / เครื่องเสียง



พ.ท. / หน่วย 1.10 ตารางเมตร

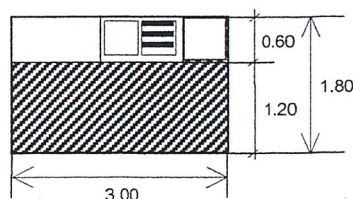
ส่วนติดต่อและบริการ

(F-1) เคาน์เตอร์ติดต่อ , ลงรับทะเบียน



พ.ท. / หน่วย 6.40 ตารางเมตร

(F-2) เตรียมเครื่องพิมพ์



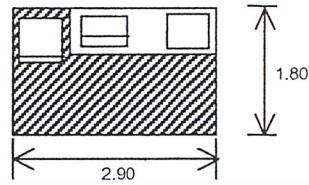
พ.ท. / หน่วย 5.40 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครุภัณฑ์

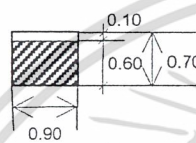
พื้นที่(ตารางเมตร/หน่วย)

(F-3) ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม



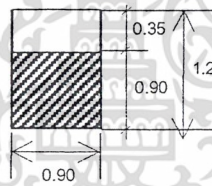
พ.ท. / หน่วย 5.22 ตารางเมตร

(F-4) ส่วนหนังสือพิมพ์



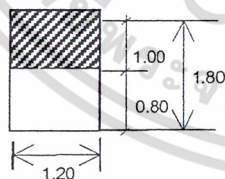
พ.ท. / หน่วย 0.63 ตารางเมตร

(F-5) ส่วนตู้หนังสือ



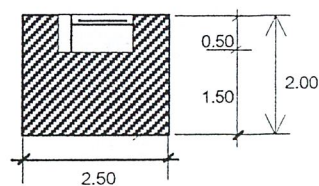
พ.ท. / หน่วย 1.12 ตารางเมตร

(F-6) ตู้เก็บผลงาน



พ.ท. / หน่วย 2.16 ตารางเมตร

(F-7) เครื่องพรีตเตอร์ / เครื่องตัดสติ๊กเกอร์



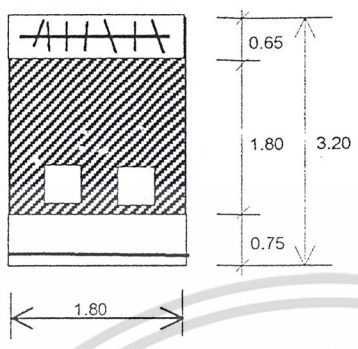
พ.ท. / หน่วย 5 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครุภัณฑ์

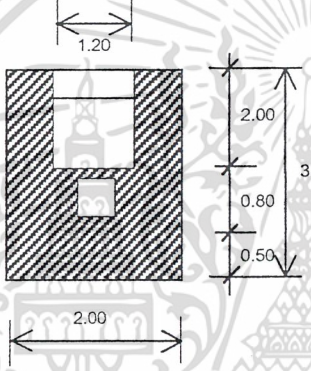
พื้นที่(ตารางเมตร/หน่วย)

(F-8) ส่วนตู้เสื้อผ้าและกระจกแต่งตัว



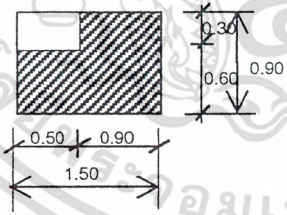
พ.ท. / หน่วย 5.76 ตารางเมตร

(F-9) เครื่องพรีนตภาพด้วยระบบคอมพิวเตอร์



พ.ท. / หน่วย 6.60 ตารางเมตร

(F-10) เครื่องตอกบัตร



พ.ท. / หน่วย 1.35 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 การวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ของผู้ใช้อาคารที่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานและพฤติกรรม
แผนก MAJOR AD. (FULL SERVICE)

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
1. ส่วนรับรองลูกค้า				
- ชุดรับแขก	C-4	6.82	1	6.82
- ส่วนที่แขวนหนังสือพิมพ์	F-4	0.63	1	0.63
พื้นที่ใช้สอยส่วนพักคอย				7.45
2. เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-1	1.08	1	1.08
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
พื้นที่ใช้สอยส่วนเลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์				7.65
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายดูแลลูกค้า (ลูกค้าสัมพันธ์)				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	5	10.8
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	3	4.20
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	2	1.92
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-3	2.61	2	5.22
พื้นที่ใช้สอยส่วนเจ้าหน้าที่ฝ่ายดูแลลูกค้า				22.14
4. หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-6	5.04	1	5.04
- ชุดรับแขก	C-4	6.82	1	6.82
- โต๊ะข้าง	A-7	1.44	1	1.44
พื้นที่ใช้สอยส่วนเจ้าหน้าที่ฝ่ายดูแลลูกค้า				13.3
5. เลขานุการฝ่ายธุรการ				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-1	1.08	2	2.16
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- เครื่องถ่ายเอกสาร	B-4	2.16	1	2.16
- เครื่องตอกบัตร	F-10	1.35	1	1.35
พื้นที่ใช้สอยส่วนเลขานุการฝ่ายธุรการ				12.35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
6.พนักงานฝ่ายการเงิน				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	1	2.16
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานการเงิน				5.06
7.พนักงานฝ่ายบัญชี				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	2	2.80
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	2	1.92
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-1	1.08	2	2.16
- ตู้เซฟ	B-5	0.55	1	0.55
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานฝ่ายบัญชี				11.75
8.พนักงานสมุหบัญชี				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	1	2.16
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรการ				6.02
9.ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรการ				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรการ				7.525
10.แม่บ้าน				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
พื้นที่ใช้สอยส่วนแม่บ้าน				4.32
11.พนักงานส่งเอกสาร				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	6.48
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานส่งเอกสาร				6.48
12.เลขานุการฝ่ายสื่อโฆษณา				
- โต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-1	1.08	1	1.08
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.90	1	0.96
พื้นที่ใช้สอยส่วนเลขานุการฝ่ายสื่อโฆษณา				7.65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
13. พนักงานประสานงาน				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	3	6.48
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	2	2.80
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร	B-2	1.50	2	3.00
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานประสานงาน				13.24
14. พนักงานวางแผน				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- ตู้เก็บเอกสาร	B-2	1.50	1	1.50
- ตู้วางโทรทัศน์/วีดีทัศน์/ส่วนอุปกรณ์โสตฯ	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานวางแผน				6.92
15. หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา				
- โต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ/ตู้โชว์	B-2	1.40	1	1.40
พื้นที่ใช้สอยส่วนหัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา				6.025
16. หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์				
- โต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ชุดคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ชุดรับรองแขก	C-	6.82	1	6.82
- ตู้โชว์	B-3	2.61	1	2.61
- ตู้วางโทรทัศน์/วีดีทัศน์	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์				16.555
17. หัวหน้าฝ่ายศิลป์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	2	9.25
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	2	3.00
พื้นที่ใช้สอยส่วนหัวหน้าฝ่ายศิลป์				12.25
18. นักออกแบบ				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	3	6.48
- โต๊ะเขียนแบบ	A-19	2.16	2	4.32
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	2	3
พื้นที่ใช้สอยส่วนนักออกแบบ				13.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
19.ฝ่ายศิลป์				
- โต๊ะเขียนแบบ	A-9	2.16	5	10.8
- โต๊ะไฟ	A-10	2.16	3	6.48
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	2	2.80
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	2	1.92
- โต๊ะ SCANNER	A-11	0.24	1	0.48
- ตู้เก็บผลงาน	F-6	2.16	1	2.16
- เครื่องถ่ายเอกสาร	B-4	2.16	1	2.16
- เครื่องตัดสติ๊กเกอร์	F-7	5.00	1	5.00
- เครื่องพล็อตเตอร์	F-7	5.00	1	5.00
พื้นที่ใช้สอยส่วนฝ่ายศิลป์				36.8
ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-1	1.08	2	2.16
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
พื้นที่ใช้สอยส่วนฝ่ายสร้างสรรค์อักษร				8.84
21.ฝ่ายประสานงาน (ลำดับงาน)				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-1	1.08	2	2.16
พื้นที่ใช้สอยส่วนฝ่ายประสานงาน				6.48
22.ห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR AD (FULL SERVICE AGENCY)				
- โต๊ะทำงาน	A-2	6.00	1	6.00
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะข้าง	A-6	1.44	1	1.44
- ตู้เก็บเอกสาร/ตู้โชว์	B-3	2.61	1	2.61
- ส่วนรับรองแขก	C-5	9.00	1	9.00
- ตู้ทางโทรทัศน์/วิดีโอ/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนผู้อำนวยการแผนก MAJOR AD				21.55
23.เลขานุการผู้อำนวยการแผนก				
- โต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนเลขานุการผู้อำนวยการแผนก				8.07

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
24.ห้องประชุม				
- ส่วนโต๊ะ-เก้าอี้ ประชุม 16 ที่นั่ง	D-4	20.10	1	20.10
- กระดาน/จอสไลด์	D-5	2.00	1	2.00
- โต๊ะเครื่องฉายข้ามศีรษะ	D-6	0.96	1	0.96
- ตู้วางโทรทัศน์/วิดีโอ/อุปกรณ์โสตฯ	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องประชุม				24.16
25.ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				
- เตรียมเครื่องดื่ม	F-2	5.40	1	5.40
พื้นที่ใช้สอยส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				5.40
พื้นที่ใช้สอยแผนก MAJOR AD (FULL SERVICE AGENCY)				291.685
คิดทางสัญญา 30%				87.505
สรุปพื้นที่วิเคราะห์ส่วนแผนก MAJOR AD (FULL SERVICE AGENCY)				379.1905 ✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนก MAJOR STAGE

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
1. ส่วนรับรองแขก	C-4	6.82	1	6.82
- ชุดรับแขก	F-4	0.63	1	0.63
- ส่วนที่แขวนหนังสือพิมพ์				7.45
พื้นที่ใช้สอยส่วนรับรองแขก				
2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	1	2.16
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายประชาสัมพันธ์				9.27
3. ฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- ชุดโต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร	B-1	1.08	2	2.16
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว				8.84
4. ฝ่ายจัดสถานที่				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	4	8.64
- ตู้เก็บของ	B-2	1.50	2	3
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายจัดสถานที่				14.00
5. เลขานุการแผนก MAJOR STAGE				
- โต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนเลขานุการแผนก				8.07

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
6.ห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE				
- โต๊ะทำงาน	A-2	6.00	1	6.00
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะข้าง	A-6	1.44	1	1.44
- ตู้เก็บเอกสาร/ตู้โชว์	B-3	2.61	1	2.61
- ส่วนรับรองแขก	C-5	9.00	1	9.00
- ตู้วางโทรทัศน์/วิดีโอทัศน์/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE				21.1
พื้นที่ใช้สอยแผนก MAJOR STAGE				68.73
คิดทางสัญญา 30%				20.619
สรุปพื้นที่วิเคราะห์แผนก MAJOR STAGE				<u>89.349</u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนก MAJOR RIGHT

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
1. ฝ่ายธุรการ				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
- เครื่องถ่ายเอกสาร	B-4	2.16	1	2.16
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายธุรการ				10.23
2. ฝ่ายขาย				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	3	4.20
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายขาย				10.87
3. ฝ่ายประสานงานต่างประเทศ				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	1	2.16
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-9	1.40	2	2.80
- โต๊ะ PRINTER	A-10	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	2	3
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายประสานงานต่างประเทศ				8.92
4. ฝ่ายกฎหมาย				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	1	2.16
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายกฎหมาย				3.66
5. ห้องผู้อำนวยการฝ่าย MAJOR RIGHT				
- โต๊ะทำงาน	A-2	6.00	1	6.00
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะข้าง	A-7	1.44	1	1.44
- ตู้เก็บเอกสาร/ตู้โชว์	B-3	2.61	1	2.61
- ส่วนรับรองแขก	C-5	9.00	1	9.00
- ตู้วางโทรทัศน์/วีดิทัศน์/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนผู้อำนวยการฝ่าย MAJOR RIGHT				21.55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
6.ห้องประชุม				
- ชุดโต๊ะประชุม 16 ที่นั่ง	D-4	20.15	1	20.15
- กระดานจอสไลด์	D-5	2.00	1	2.00
- โต๊ะเครื่องฉายข้ามศีรษะ	D-6	0.96	1	0.96
- ตู้วางโทรทัศน์/วิดีโอทัศน์/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องประชุม				24.21
7.ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	F-3	5.22	1	5.22
พื้นที่ใช้สอยส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				5.22
พื้นที่ใช้สอยแผนก MAJOR RIGHT				84.66
คิดทางสัญญา 30%				25.398
สรุปพื้นที่วิเคราะห์แผนก MAJOR RIGHT				110.058

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนก MAJOR ART (ฝ่ายสร้างสรรค์)

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
1. ส่วนรับรองแขก				
- ชุดรับรองแขก	C-4	6.82	1	6.82
- ส่วนที่แขวนหนังสือพิมพ์	F-4	0.63	1	0.63
พื้นที่ใช้สอยส่วนรับรองแขก				7.45
2. ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	1	2.16
- โต๊ะข้าง	A-7	1.44	1	1.44
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์				9.31
3. หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ชุดรับรองแขก	C-4	6.82	1	6.82
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ตู้วางโทรทัศน์/วีดีทัศน์	D-7	1.10	1	1.10
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์				15.445
4. ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-1	1.08	2	2.16
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
พื้นที่ใช้สอยส่วนฝ่ายสร้างสรรค์อักษร				8.84
5. นักออกแบบ				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- โต๊ะเขียนแบบ	A-9	2.16	2	4.32
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	2	3
พื้นที่ใช้สอยส่วนนักออกแบบ				11.64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
6.ฝ่ายศิลป์ แผนก MAJOR ART				
- ชุดโต๊ะเขียนแบบ	A-9	2.16	4	8.64
- ชุดโต๊ะไฟ	A-10	2.16	4	8.64
- ตู้เก็บผลงาน	F-6	2.16	2	4.32
- เครื่องถ่ายเอกสาร	B-4	2.16	1	2.16
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	2	3
- เครื่องพลิเตอร์	F-7	5.00	1	5.00
- เครื่องตัดสติ๊กเกอร์	F-7	5.00	1	5.00
พื้นที่ใช้สอยส่วนฝ่ายศิลป์ แผนก MAJOR ART				36.76
7.ฝ่ายช่างภาพ				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	8.64
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	2.16	2	4.26
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนฝ่ายช่างภาพ แผนก MAJOR ART				14.40
8.พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค				
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	2.16	4	8.64
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	2	1.92
- เครื่องสแกนเนอร์	A-11	0.48	1	0.48
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค				12.54
9.เลขานุการ แผนก MAJOR ART				
- โต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนเลขานุการแผนก				8.485
10.ห้องผู้อำนวยการแผนก				
- โต๊ะทำงาน	A-2	6.00	1	6.00
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะข้าง	A-7	1.44	1	1.44
- ตู้เก็บเอกสาร/ตู้โชว์	B-3	2.61	1	2.61
- ส่วนรับรองแขก	C-5	9.00	1	9.00
- ตู้วางโทรทัศน์/วีดีทัศน์/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องผู้อำนวยการ MAJOR ART				21.55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
11.ห้องสมุด				
- ชั้นวางหนังสือ	F-5	1.12	3	3.36
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องสมุด				3.36
12.ห้องประชุม				
- ชุดโต๊ะประชุม 16 ที่นั่ง	D-4	20.15	1	20.15
- กระดาน/จอสไลด์	D-5	2.00	1	2.00
- โต๊ะเครื่องฉายข้ามศีรษะ	D-6	0.96	1	0.96
- ตู้วางโทรทัศน์/วิดีโอ/อุปกรณ์โสตฯ	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องประชุมแผนก MAJOR ART				24.21
13.สตูดิโอถ่ายภาพ				
- สตูดิโอถ่ายภาพ	-	9.00	1	9.00
พื้นที่ใช้สอยส่วนสตูดิโอถ่ายภาพ				9.00
14.ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า				
- ที่แขวนเสื้อผ้า & เคาน์เตอร์แต่งหน้า	F-8	5.67	1	5.67
- ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	-	2.16	1	2.16
พื้นที่ใช้สอยห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า				7.83
20.ห้องมืดและห้องเก็บฟิล์ม				
- ห้องมืด	-	4.00	1	4.00
- ห้องเก็บฟิล์ม	-	2.00	1	2.00
- ส่วนเครื่องอัดภาพอัตโนมัติ	F-9	6.60	1	6.60
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องมืดและห้องเก็บฟิล์ม				12.60
21.ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	F-3	5.22	1	5.22
พื้นที่ใช้สอยส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				5.22
พื้นที่ใช้สอยแผนก MAJOR ART				208.64
คิดทางสัญญาจร 30%				62.59
สรุปพื้นที่วิเคราะห์แผนก MAJOR ART				<u>271.232</u>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนก EFF (FILM PRODUCTION)

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
1. ส่วนรับรองแขก				
- ชุดรับแขก	C-4	6.82	1	6.82
- ส่วนที่แขวนหนังสือพิมพ์	F-4	0.63	1	0.63
พื้นที่ใช้สอยส่วนรับรองแขก				7.45
2. ฝ่ายบริหารงานลูกค้า				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	4.21	1	4.21
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนบริหารงานลูกค้า				5.71
3. พนักงานฝ่ายธุรการ				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร	B-2	1.50	1	1.50
- เครื่องถ่ายเอกสาร	B-4	2.16	1	2.16
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานธุรการ				10.23
4. หัวหน้าฝ่ายธุรการ				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
- ตู้เซฟ	B-5	0.55	1	0.55
พื้นที่ใช้สอยส่วนหัวหน้าฝ่ายธุรการ				6.675
5. ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	1	2.16
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-3	2.61	1	2.61
พื้นที่ใช้สอยส่วนหัวหน้าฝ่ายธุรการ				4.77
6. หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์				
- โต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ชุดคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ตู้โชว์/ตู้เก็บเอกสาร	B-3	2.61	1	2.61
- ตู้วางโทรทัศน์/วีดิทัศน์/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์				9.735

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
7.พนักงานสร้างสรรค์				
-โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	3	6.48
-ตู้เก็บเอกสารเก็บของ	B-2	1.50	2	3.00
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานสร้างสรรค์				9.48
8.หัวหน้าฝ่ายผลิต				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ชุดโต๊ะคอมพิวเตอร์	A-	1.40	1	1.40
- ตู้โชว์/ตู้เก็บเอกสาร	B-3	2.61	1	2.61
- ตู้วางโทรทัศน์/วิดีโอ/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องหัวหน้าฝ่ายผลิต				9.735
9.หัวหน้าฝ่ายศิลป์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	3
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องหัวหน้าฝ่ายศิลป์				7.625
10.พนักงานฝ่ายศิลป์				
- โต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานฝ่ายศิลป์				5.82
11.พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก				
- ชุดโต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	2	2.80
- โต๊ะPRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- โต๊ะสแกนเนอร์	A-11	0.24	1	0.24
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก				4.00
12.พนักงานติดต่อและบันทึกเทปโทรทัศน์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	2	4.32
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนพนักงานติดต่อและบันทึกเทปโทรทัศน์				5.82
16.เลขานุการแผนก EFF				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยส่วนเลขานุการแผนก EFF				8.07

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้บุคลากรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
17.ห้องผู้อำนวยการแผนก EFF				
- โต๊ะทำงาน	A-2	6.00	1	6.00
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะข้าง	A-7	1.44	1	1.44
- ตู้เก็บเอกสาร/ตู้โชว์	B-3	2.61	1	2.61
- ส่วนรับรองแขก	C-5	9.00	1	9.00
- ตู้วางโทรทัศน์/วิดีโอ/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก EFF				21.55
18.ห้องประชุม				
- ชุดโต๊ะประชุม 16 ที่นั่ง	D-4	20.15	1	20.15
- กระดาน/จอสไลด์	D-5	2.00	1	2.00
- โต๊ะเครื่องฉายข้ามศีรษะ	D-6	0.96	1	0.96
- ตู้วางโทรทัศน์/วิดีโอ/อุปกรณ์โสตฯ	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องประชุม				24.21
20.ห้องบันทึกเสียงและภาพ				
- ห้องบันทึกเสียงและภาพ	-	10.40	1	10.40
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องบันทึกเสียงและภาพ				10.40
22.ห้องเก็บฟิล์มและเทป				
- ชั้นเก็บฟิล์มและเทป	-	1.875	3	5.625
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องเก็บฟิล์มและเทป				5.625
24.ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	F-2	5.40	1	5.40
พื้นที่ใช้สอยส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				5.40
พื้นที่ใช้สอยส่วน แผนก EFF				136.035
คิดทางสัญจร 30%				40.8105
สรุปพื้นที่วิเคราะห์แผนก EFF				176.845

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนก MAJOR STAR (MEDIA AGENCY)

องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
1. ฝ่ายประชาสัมพันธ์				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายประชาสัมพันธ์				7.11
2. ฝ่ายขายสื่อโฆษณา				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ชุดโต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	2	2.80
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ	B-2	1.50	2	3.00
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายขายสื่อโฆษณา				11.385
3. ฝ่ายซื้อสื่อโฆษณา				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- ชุดโต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	2	2.80
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร	B-2	1.50	2	3.00
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายซื้อสื่อโฆษณา				11.385
4. ฝ่ายประสานงานสื่อ				
- ชุดโต๊ะคอมพิวเตอร์	A-3	4.625	1	4.625
- ตู้เก็บเอกสาร	A-8	1.40	1	1.40
	B-2	1.50	1	1.50
พื้นที่ใช้สอยฝ่ายประสานงานสื่อ				7.525
5. นักวิจัย				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-5	2.16	1	2.16
- ตู้เก็บเอกสาร	B-2	1.50	1	1.50
- ตู้วางโทรทัศน์/วิดีโอ/เครื่องเสียง	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนนักวิจัย				4.76
6. ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	F-2	5.40	1	5.40
พื้นที่ใช้สอยส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				5.40
พื้นที่ใช้สอยส่วนแผนก MAJOR STAR				47.565
คิดทางสัญจร 30%				14.269
สรุปพื้นที่วิเคราะห์แผนก MAJOR STAR				61.834

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

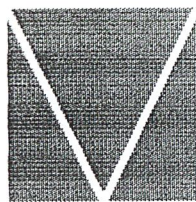
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนกรรมการผู้จัดการ

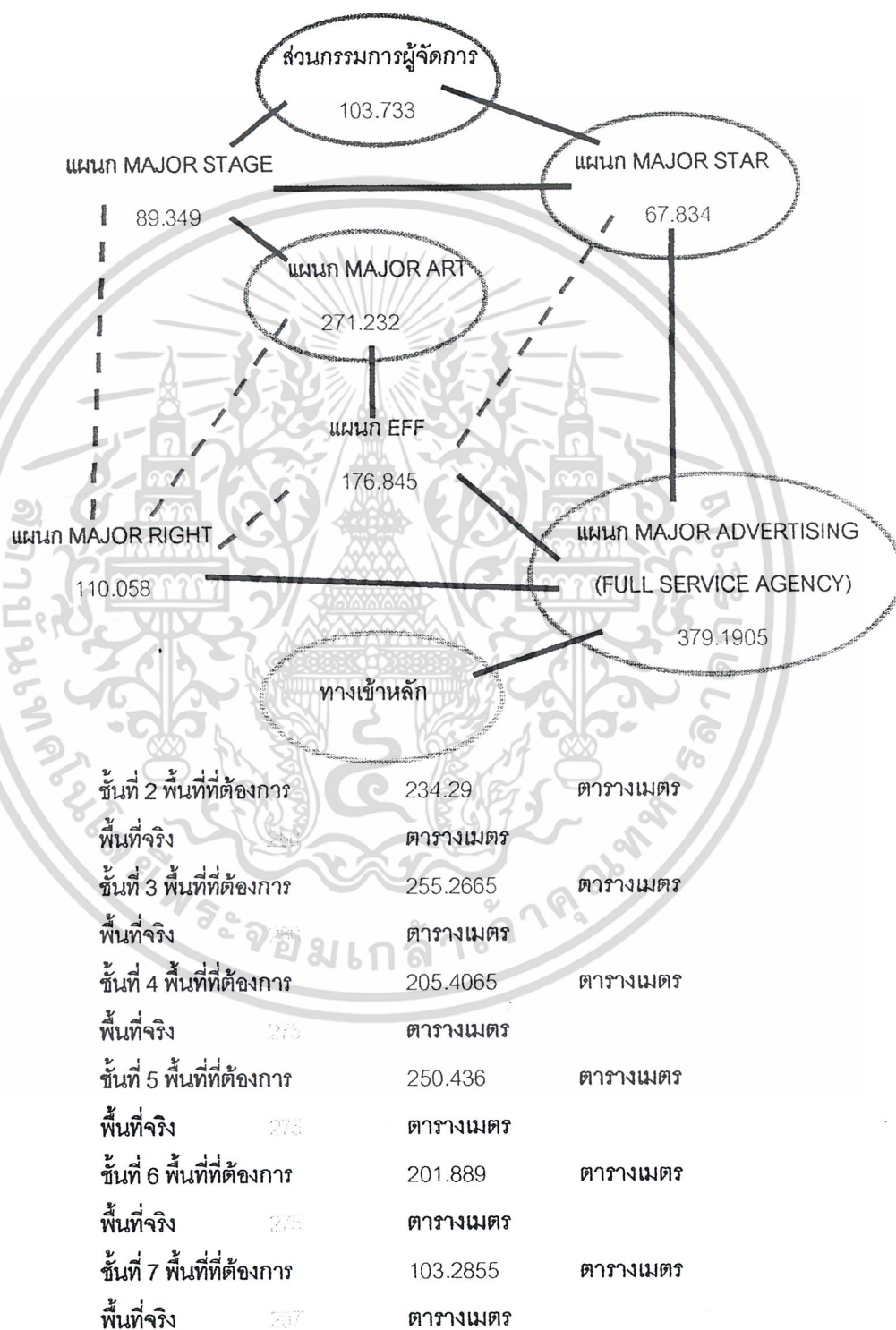
องค์ประกอบ	รหัสครุภัณฑ์	พื้นที่วิเคราะห์	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)
1. ส่วนรับรองแขก				
- ชุดรับแขก	C-4	6.82	1	6.82
- ส่วนที่แขวนหนังสือพิมพ์	F-4	0.63	1	0.63
พื้นที่ใช้สอยส่วนที่พักคอย				7.45
2. ส่วนเลขานุการ				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-4	4.21	1	4.21
- โต๊ะข้าง	A-7	1.44	1	1.44
- ชุดคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- โต๊ะ PRINTER	A-11	0.96	1	0.96
- ตู้เก็บเอกสาร	B-1	1.08	1	1.08
พื้นที่ใช้สอยส่วนเลขานุการกรรมการผู้จัดการ				9.09
3. ห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า				
- ชุดประชุม 16 ที่นั่ง	D-4	20.15	1	20.15
- กระดาน/จอสไลด์	D-5	2.00	1	2.00
- โต๊ะเครื่องฉายข้ามศีรษะ	D-6	0.96	1	0.96
- ตู้วางโทรทัศน์/วีดีทัศน์/เก็บอุปกรณ์โสตฯ	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า				24.21
4. ห้องกรรมการผู้จัดการ				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-1	6.60	1	6.60
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ/ตู้โชว์	B-3	2.61	1	2.61
- ส่วนรับรอง	C-5	9.00	1	9.00
- ตู้วางโทรทัศน์/วีดีทัศน์/เก็บอุปกรณ์โสตฯ	D-7	1.10	1	1.10
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ				19.31
5. ห้องที่ปรึกษา				
- ชุดโต๊ะทำงาน	A-3	4.625	1	4.625
- โต๊ะคอมพิวเตอร์	A-8	1.40	1	1.40
- ตู้เก็บเอกสาร/เก็บของ/ตู้โชว์	B-3	2.61	1	2.61
พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องที่ปรึกษา				8.635
6. ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				
- เตรียมเครื่องดื่ม	F-2	5.40	1	5.40
พื้นที่ใช้สอยส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม				5.40
พื้นที่ใช้สอยส่วนกรรมการผู้จัดการ				74.095
คิดทางสัญจร 40%				29.638
สรุปพื้นที่วิเคราะห์ส่วนกรรมการผู้จัดการ				103.733

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประมาณค่าที่ดินและการจัดแบ่งพื้นที่ภายในโครงการ MAJOR ADVERTISING



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ทางโครงการจากค่าความสัมพันธ์ สรุปได้ดังนี้

ชั้นที่ 2 ประกอบด้วย	พื้นที่ความต้องการ	พื้นที่ชั้น 2
1.แผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)	119.864	
2.แผนก MAJOR RIGHT	114.426	
รวม	234.29	260
ดังนั้นพื้นที่ที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการ		
ชั้นที่ 3 ประกอบด้วย	พื้นที่ความต้องการ	พื้นที่ชั้น 3
แผนก MAJOR ADVERTISING (FULL SERVICE AGENCY)		
1.ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	65.702	
2.ฝ่ายสร้างสรรค์	115.3255	
3.ห้องผู้อำนวยการแผนกและเลขานุการ	36.351	
4.ห้องประชุม	31.408	
5.ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	6.48	
รวม	255.2665	260
ดังนั้นพื้นที่ที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการ		
ชั้นที่ 4 ประกอบด้วย	พื้นที่ความต้องการ	พื้นที่ชั้น 4
1.แผนก EFF (FILM PRODUCTION)	205.4065	
รวม	205.4065	275
ดังนั้นพื้นที่ที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการ		
ชั้นที่ 5 ประกอบด้วย	พื้นที่ความต้องการ	พื้นที่ชั้น 5
1.แผนก MAJOR ART ฝ่ายสร้างสรรค์	211.271	
2.สตูดิโอถ่ายภาพและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	22.779	
3.ห้องมืดและห้องเก็บฟิล์ม	16.38	
รวม	250.436	275
ดังนั้นพื้นที่ที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการ		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ทางโครงการจากค่าความสัมพันธ์ สรุปได้ดังนี้

ชั้นที่ 6 ประกอบด้วย	พื้นที่ความต้องการ	พื้นที่ชั้น 6
1.แผนก MAJOR STAGE	89.388	
2.แผนก MAJOR STAR	81.028	
3.ห้องประชุม	31.473	
รวม	201.889	275
ดังนั้นพื้นที่ที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการ		
ชั้นที่ 7 ประกอบด้วย	พื้นที่ความต้องการ	พื้นที่ชั้น 7
1.ส่วนกรรมการผู้จัดการ	103.2855	
รวม	103.2855	207
ดังนั้นพื้นที่ที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการ		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 2 ประกอบด้วย

องค์ประกอบ	พื้นที่ที่ ต้องการ	พื้นที่ทาง สัญจร	พื้นที่ ตร.ม.	คิดเป็น %	พื้นที่ ตร.ม.	สรุปพื้นที่	หมายเหตุ วิเคราะห์
1.แผนก MAJOR AD							
- ส่วนรับรองลูกค้า	7.45	2.235	9.685	4.133	1.0625	10.748	30%
- เลขานุการฝ่ายธุรการ	12.35	3.705	16.055	6.852	1.7616	17.816	30%
- พนักงานฝ่ายการเงิน	5.06	1.012	6.072	2.6	0.668	6.75	20%
- พนักงานฝ่ายบัญชี	11.75	2.35	14.1	6.018	1.547	15.65	20%
- พนักงานสมทบบัญชี	6.02	1.204	7.224	3.083	0.792	8.02	20%
- ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรการ	7.525	2.2575	9.7825	4.175	1.073	10.855	30%
- แม่บ้าน	4.32	0.864	5.184	2.212	0.568	5.752	20%
- พนักงานส่งเอกสาร	6.48	1.296	7.776	3.318	0.853	8.62	20%
- เลขานุการฝ่ายสื่อโฆษณา	7.65	2.296	9.945	4.244	1.091	10.04	30%
- พนักงานประสานงานสื่อ	13.24	3.972	17.212	7.346	1.888	18.1	30%
- พนักงานวางแผน	6.92	2.076	8.996	3.839	0.987	11.35	30%
- หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา	6.025	1.8075	7.8325	3.343	0.859	8.692	30%
2. แผนก MAJOR RIGHT							
- ฝ่ายธุรการ	10.78	3.234	14.014	5.981	1.537	15.551	30%
- ฝ่ายขาย	13.68	4.104	17.784	7.59	1.951	19.735	30%
- ฝ่ายประสานงานต่างประเทศ	8.92	2.676	11.596	4.949	1.272	12.85	30%
- ฝ่ายกฎหมาย	3.66	1.098	4.758	2.03	0.522	5.25	30%
- ห้องผู้อำนวยการแผนก	21.55	6.465	28.015	11.957	3.074	31.755	30%
- ห้องประชุม	24.21	7.263	31.473	13.43	3.452	34.93	30%
- ห้องประชุมส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	5.22	1.566	6.786	0.744	0.744	7.45	30%
รวมพื้นที่	182.81	51.48	234.29	100	25.71	260	100%

สรุปพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการ

พื้นที่จริง

260 ตารางเมตร

พื้นที่ความต้องการรวม

234.29

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่เฉลี่ย

260-234.29 = 25.71 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 3 ประกอบด้วย

องค์ประกอบ	พื้นที่ ต้องการ	พื้นที่ทาง สัญจร	พื้นที่ ตร.ม.	คิดเป็น %	พื้นที่ ตร.ม.	สรุปพื้นที่	หมายเหตุ วิเคราะห์
แผนก MAJOR ADVERTISING							
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์							
- ส่วนรับรองลูกค้า	7.45	2.235	9.685	3.8	0.102	9.8	30%
- เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	7.65	2.295	9.945	3.895	0.105	10.05	30%
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	22.14	6.642	28.782	11.275	0.304	29.1	30%
- หัวหน้าฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	13.3	3.99	17.29	6.775	0.182	17.5	30%
ฝ่ายสร้างสรรค์							
- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์	16.555	4.9665	21.5215	8.45	0.228	21.75	30%
- หัวหน้าฝ่ายศิลป์	12.25	2.45	14.7	5.76	0.155	14.9	20%
- นักออกแบบ	13.8	2.76	16.56	6.48	0.175	16.735	20%
- ฝ่ายศิลป์	36.8	7.36	44.16	17.2	0.466	44.63	20%
- ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร	8.84	1.768	10.608	4.155	0.112	10.75	20%
- ฝ่ายประสานงาน (ลำดับงาน)	6.48	1.296	7.776	3.046	0.082	8	20%
ห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR AD	21.55	4.31	25.86	10.14	0.273	16.15	20%
เลขานุการผู้อำนวยการแผนก	8.07	2.421	10.491	4.11	0.11	10.601	20%
ห้องประชุม	24.16	7.248	31.408	12.3	0.335	31.744	30%
ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	5.4	1.08	6.48	2.54	0.07	6.55	20%
	204.445	50.8215	255.2665	100	2.699	260	100%

สรุปพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการ

พื้นที่จริง

260 ตารางเมตร

พื้นที่ความต้องการรวม

255.2665

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่เฉลี่ย

$260 - 255.2665 = 4.7335$ ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 4 ประกอบด้วย

องค์ประกอบ	พื้นที่ที่ ต้องการ	พื้นที่ทาง สัญจร	พื้นที่ ตร.ม.	คิดเป็น %	พื้นที่ ตร.ม.	สรุปพื้นที่	หมายเหตุ วิเคราะห์
1.แผนก EFF							
- ส่วนรับรองแขก	7.45	2.235	9.685	4.715	3.281	12.966	30%
- ฝ่ายบริหารงานลูกค้า	5.71	1.713	7.423	3.613	2.514	9.937	30%
- พนักงานฝ่ายธุรการ	10.23	3.069	13.299	6.474	4.505	17.804	30%
- หัวหน้าฝ่ายธุรการ	8.075	1.615	9.69	4.717	3.282	12.972	20%
- ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	6.17	1.851	8.021	3.904	2.716	10.737	30%
- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์	9.735	2.9205	12.6555	6.161	4.287	16.942	30%
- พนักงานฝ่ายสร้างสรรค์	9.48	1.896	11.376	5.538	3.854	15.23	20%
- หัวหน้าฝ่ายผลิต	9.735	2.9205	12.6555	6.161	4.287	16.942	30%
- หัวหน้าฝ่ายศิลป์	7.625	2.2875	9.9125	4.825	3.357	13.269	30%
- พนักงานฝ่ายศิลป์	6.3	1.26	7.56	3.680	2.561	10.121	20%
- พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก	2.6	0.52	3.12	1.518	1.056	4.176	20%
- พนักงานติดต่อและบันทึกเทป	3.6	0.72	4.32	2.103	1.463	5.783	20%
- เลขานุการแผนก EFF	8.07	2.421	10.491	5.107	3.554	14.045	30%
ห้องผู้อำนวยการแผนก EFF	21.55	6.465	28.015	13.638	9.491	37.506	30%
ห้องประชุม	24.21	7.263	31.473	15.322	10.663	42.136	30%
ห้องบันทึกเสียงและภาพ	10.4	2.08	12.48	6.075	4.227	16.707	20%
ห้องเก็บฟิล์มและเทป	5.625	1.125	6.75	3.286	2.286	9.036	20%
ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	5.4	1.08	6.48	3.154	2.194	8.674	20%
รวมพื้นที่แผนก EFF	161.965	43.4415	205.4065	100	69.5935	275	100%

สรุปพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการ

พื้นที่จริง

275

ตารางเมตร

พื้นที่ความต้องการรวม

205.4065

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่เฉลี่ย

275-205.4065 = 69.5935 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 5 ประกอบด้วย

องค์ประกอบ	พื้นที่ ต้องการ	พื้นที่ทาง สัญจร	พื้นที่ ตร.ม.	คิดเป็น %	พื้นที่ ตร.ม.	สรุปพื้นที่	หมายเหตุ วิเคราะห์
แผนก MAJOR ART							
ฝ่ายสร้างสรรค์							
- ส่วนรับรองแขก	7.45	2.235	9.685	4.584	2.921	12.606	30%
- ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์	9.31	2.793	12.103	5.728	3.65	15.8	30%
- หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์	15.445	4.6335	20.0785	9.503	6.055	26.15	30%
- ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร	8.84	1.768	10.608	5.02	3.198	13.9	20%
- นักออกแบบ	11.64	2.328	13.968	6.611	4.212	18.2	20%
- ฝ่ายศิลป์	37.24	7.448	44.608	21.113	13.453	58.1	20%
- ฝ่ายช่างภาพ	18.78	3.756	22.536	10.666	6.796	29.4	20%
- พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก	12.54	2.508	15.048	7.122	4.538	19.5	20%
- เลขานุการแผนก MAJOR ART	8.485	2.545	11.0305	5.220	3.326	14.4	30%
- ห้องผู้อำนวยการแผนก	21.55	4.31	25.86	12.239	7.799	33.65	20%
- ห้องสมุด	13.92	5.568	19.488	9.223	5.877	25.4	40%
- สตูดิโอถ่ายภาพ	9	3.6	12.6	5.448	2.382	14.982	40%
- ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	7.83	2.349	10.179	4.401	1.924	12.103	40%
- ห้องมืดและห้องเก็บฟิล์ม	12.6	3.78	16.38	7.082	3.1	19.48	30%
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	5.22	1.044	6.264	2.964	1.888	8.2	20%
รวมพื้นที่	199.85	50.6655	250.436	117	71.119	322	100%

สรุปพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการ

พื้นที่จริง 275 ตารางเมตร

พื้นที่ความต้องการรวม 250.436

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่เฉลี่ย $275 - 211.250.436 = 24.564$ ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 6 ประกอบด้วย

องค์ประกอบ	พื้นที่ ต้องการ	พื้นที่ทาง สัญจร	พื้นที่ ตร.ม.	คิดเป็น %	พื้นที่ ตร.ม.	สรุปพื้นที่	หมายเหตุ วิเคราะห์
1. แผนก MAJOR ART							
- ส่วนห้องประชุม	24.21	7.263	31.473	13.608	5.951	37.424	30%
2. แผนก MAJOR STAGE							
- ส่วนรับรองแขก	7.45	2.235	9.685	4.19	1.832	11.517	30%
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์	9.27	2.781	12.051	5.21	2.28	14.331	30%
- ฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว	8.84	2.661	11.531	4.985	2.18	13.711	30%
- ฝ่ายจัดสถานที่	14	4.2	18.2	7.87	3.44	21.64	30%
- เลขานุการแผนก MAJOR STAGE	8.07	2.421	10.491	4.536	1.983	12.474	30%
- ผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE	21.1	6.33	27.43	11.86	5.185	32.615	30%
3. แผนก MAJOR STAR							
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์	7.11	21.33	28.44	12.3	5.377	33.817	30%
- ฝ่ายขายโฆษณา	11.385	3.415	14.8	6.4	2.8	17.6	30%
- ฝ่ายซื้อสื่อโฆษณา	11.385	3.415	14.8	6.4	2.8	17.6	30%
- ฝ่ายประสานงานสื่อโฆษณา	7.525	2.25	9.78	4.84	2.11	11.89	30%
- นักวิจัย	4.76	1.428	6.188	2.675	1.17	7.358	30%
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	5.4	1.62	7.02	3.035	1.327	8.347	30%
รวมพื้นที่	140.505	61.349	201.889	100	38.435	240	100%

สรุปพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการ

พื้นที่จริง

275

ตารางเมตร

พื้นที่ความต้องการรวม

201.889

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่เหลือ

$275 - 201.889 = 73.111$ ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 7 ประกอบด้วย

องค์ประกอบ	พื้นที่ ต้องการ	พื้นที่ทาง สัญจร	พื้นที่ ตร.ม.	คิดเป็น %	พื้นที่ ตร.ม.	สรุปพื้นที่	หมายเหตุ วิเคราะห์
1.ส่วนกรรมการผู้จัดการ							
- ส่วนรับรองแขก	7.45	2.98	10.43	10.1	10.475	20.905	40%
- ส่วนเลขานุการ	9.09	2.727	11.817	11.74	11.85	23.67	30%
- ห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า	24.21	9.84	34.05	32.96	34.05	68.1	40%
- ห้องกรรมการผู้จัดการ	22.11	6.633	28.743	27.5	28.75	57.5	30%
- ห้องที่ปรึกษา	8.635	2.5905	11.2255	10.9	11.26	22.5	30%
- ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม	5.4	1.62	7.02	6.8	7.025	14.045	30%
รวมพื้นที่	76.895	26.3905	103.2855	100	103.7145	207	100%

สรุปพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการ

พื้นที่จริง

207

ตารางเมตร

พื้นที่ความต้องการรวม

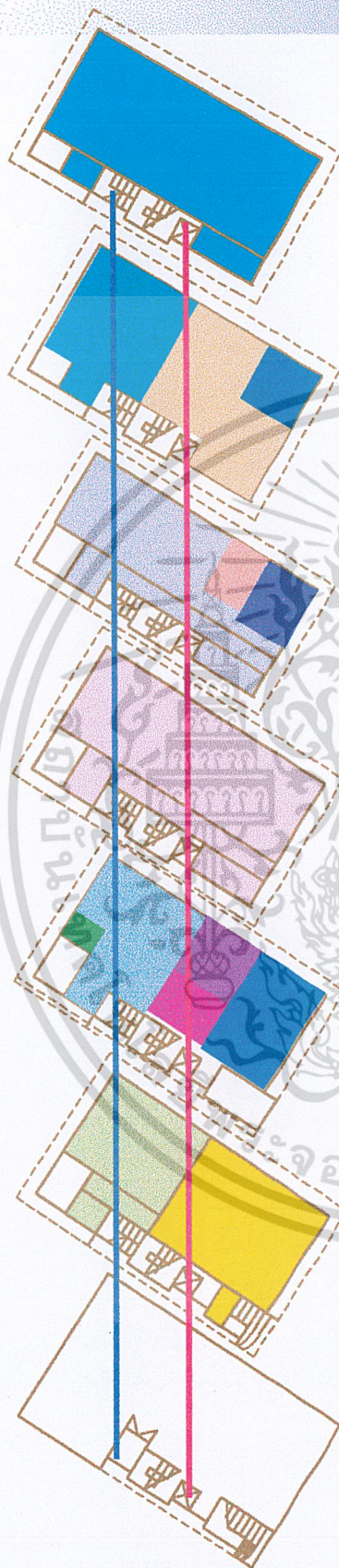
103.2855

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่เฉลี่ย

$207 - 103.2855 = 103.7145$ ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ZONING



ชั้นที่ 7

■ ส่วนกรรมการผู้จัดการ 103.28 ตรม.

ชั้นที่ 6

■ MAJOR STAGE 89.388 ตรม

■ MAJOR STAR 81.028 ตรม

■ ห้องประชุม 31.47 ตรม.

ชั้นที่ 5

■ MAJOR ART ฝ่ายสร้างสรรค์ 211.27 ตรม.

■ STUDIO ถ่ายภาพและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า 22.77 ตรม.

■ ห้องมืดและห้องเก็บฟิล์ม 16.38 ตรม.

ชั้นที่ 4

■ EFF. ฟลิบโปรดักชั่น 205.40 ตรม.

ชั้นที่ 3

■ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ 65.702 ตรม.

■ ฝ่ายสร้างสรรค์ 115.3255 ตรม.

■ ห้องผู้อำนวยการและเลขานุการ 36.351 ตรม.

■ ห้องประชุม 31.408 ตรม.

■ ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม 6.48 ตรม.

ชั้นที่ 2

■ แผนก MAJOR AD. 119.864 ตรม.

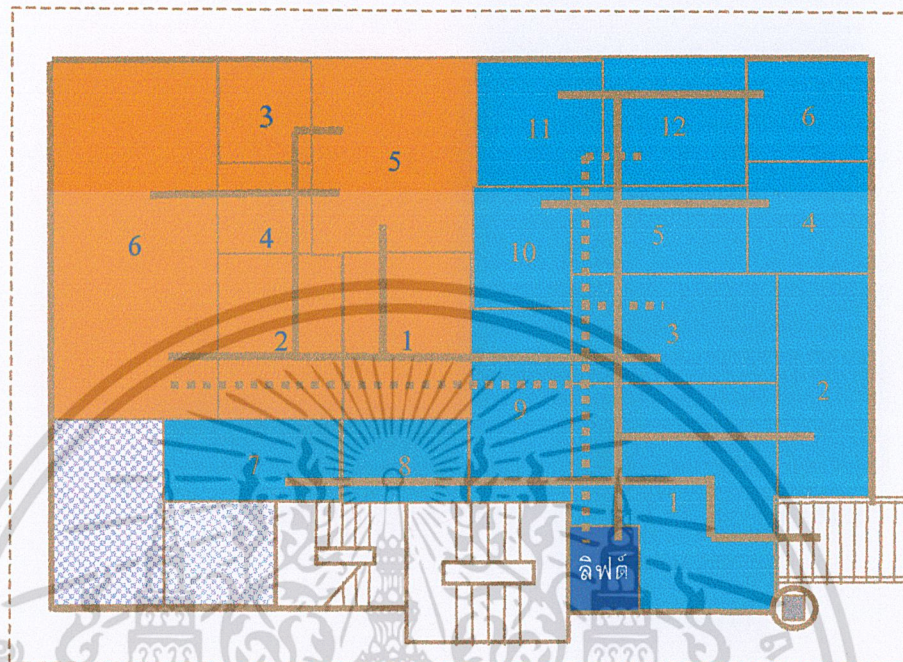
■ แผนก MAJOR RIGHT 114.42 ตรม.

MAJOR ADVERTISING



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Zoning



พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 2 ประกอบด้วย แผนก MAJOR ADVERTISING

(Full Service Agency)

- 1. ส่วนรับรองลูกค้า
- 2. เลขานุการฝ่ายธุรการ
- 3. พนักงานฝ่ายการเงิน
- 4. พนักงานฝ่ายบัญชี
- 5. พนักงานสมุหบัญชี
- 6. ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายธุรการ
- 7. แม่บ้าน
- 8. พนักงานส่งเอกสาร
- 9. เลขานุการฝ่ายสื่อโฆษณา
- 10. พนักงานประสานงานสื่อ
- 11. พนักงานวางแผน
- 12. หัวหน้าฝ่ายสื่อโฆษณา

สัญลักษณ์แทนเส้นทางสัญจร

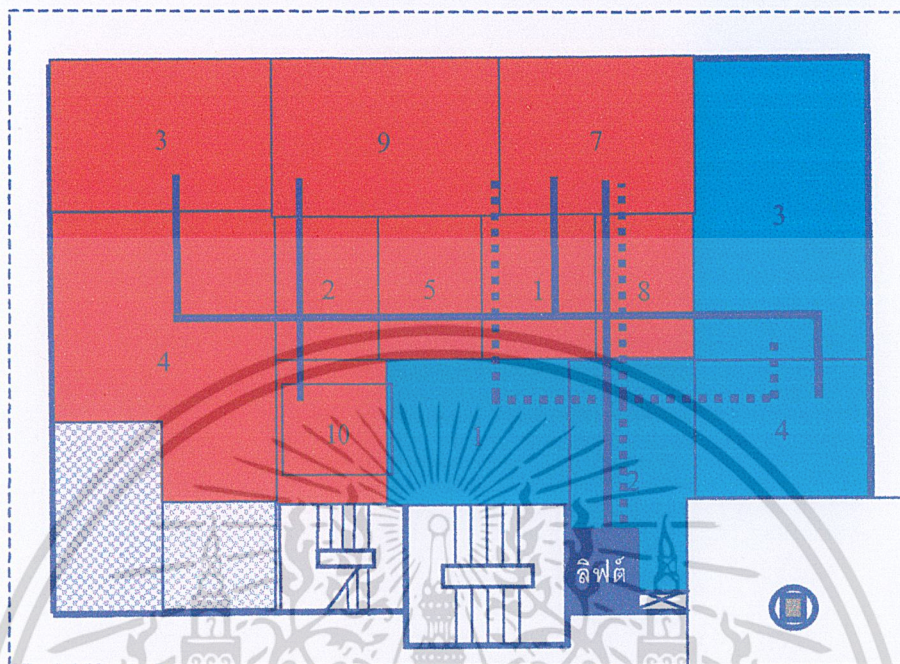
- เส้นผู้ให้บริการ
- เส้นผู้รับบริการ

แผนก MAJOR RIGHT

- 1. ฝ่ายธุรการ
- 2. ฝ่ายขาย
- 3. ฝ่ายประสานงานต่างประเทศ
- 4. ฝ่ายกฎหมาย
- 5. ห้องผู้อำนวยการแผนก
- 6. ห้องประชุม
- 7. ส่วนเตรียมอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Zoning



พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 3 ประกอบด้วย
แผนก MAJOR ADVERTISING (Full Service Agency)

ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

- 1. ส่วนรับรองลูกค้า
- 2. เลขานุการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- 3. เจ้าหน้าที่ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- 4. หัวหน้า ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

ฝ่ายสร้างสรรค์

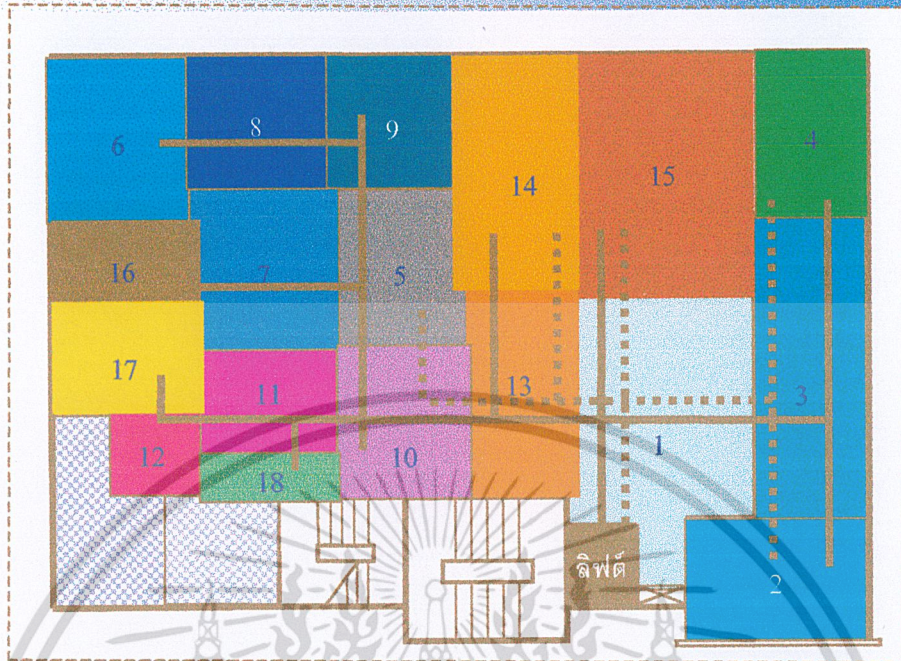
- 1. หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- 2. หัวหน้าฝ่ายศิลป์
- 3. นักออกแบบ
- 4. ฝ่ายศิลป์
- 5. ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร
- 6. ฝ่ายประสานงาน (ลำดับงาน)
- 7. ห้องผู้อำนวยการแผนก
- 8. เลขานุการแผนก
- 9. ห้องประชุม
- 10. ส่วนเตรียมอาหาร

สัญลักษณ์แทนเส้นทางสัญจร

- ผู้ให้บริการ
- - - ผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Zoning



พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 4 ประกอบด้วย

แผนก EFF.

1. ส่วนรับรองลูกค้า
2. ฝ่ายบริหารงานลูกค้า
3. พนักงานฝ่ายธุรการ
4. หัวหน้าฝ่ายธุรการ
5. ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
6. หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
7. พนักงาน ฝ่ายสร้างสรรค์
8. หัวหน้าฝ่ายผลิต
9. หัวหน้าฝ่ายศิลป์
10. พนักงานฝ่ายศิลป์
11. พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิค
12. พนักงานติดต่อและบันทึกเทป
13. เลขานุการแผนก EFF.
14. ห้องผู้อำนวยการแผนก
15. ห้องประชุม
16. ห้องบันทึกเสียงและภาพ
17. ห้องเก็บฟิล์มและเทป
18. ส่วนเตรียมอาหาร

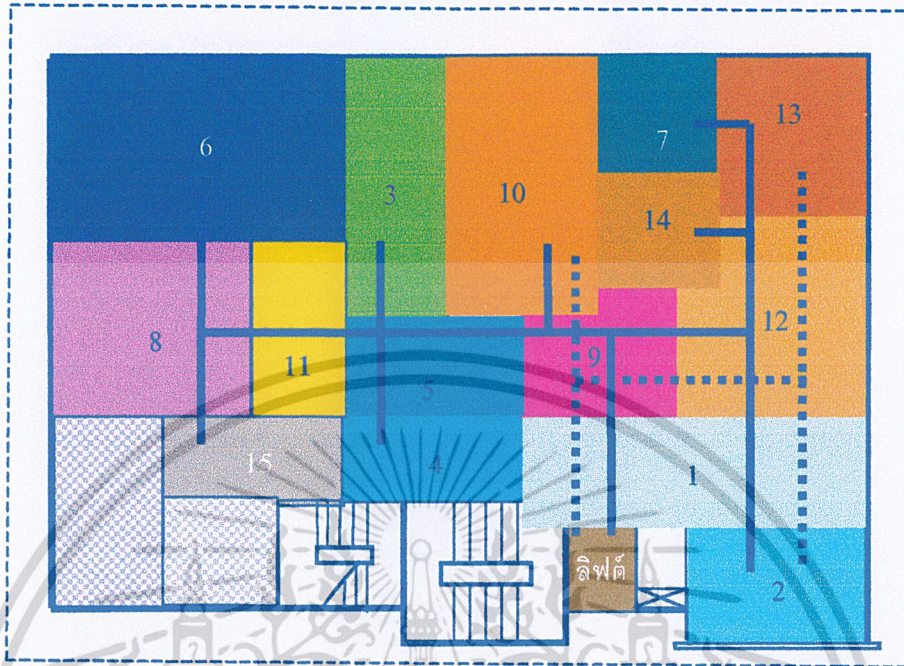
สัญลักษณ์แทนเส้นทางสัญจร

เส้นผู้ให้บริการ

เส้นผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Zoning



พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 5 ประกอบด้วย
แผนก MAJOR ART
ฝ่ายสร้างสรรค์

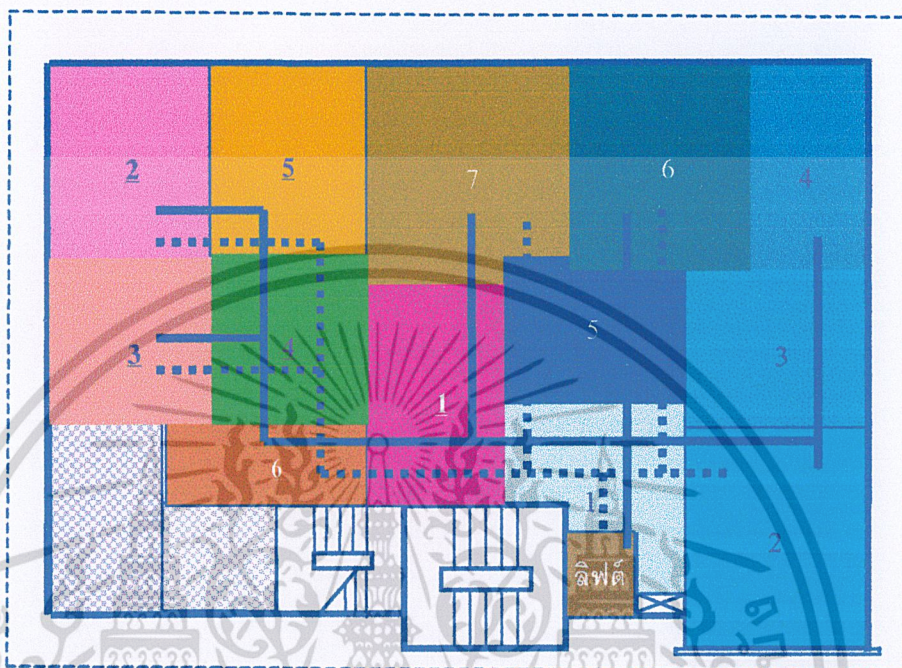
สัญลักษณ์แทนเส้นทางสัญจร

- 1. ส่วนรับรองลูกค้า
- 2. ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
- 3. หัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์
- 4. ฝ่ายสร้างสรรค์อักษร
- 5. นักออกแบบ
- 6. ฝ่ายศิลป์
- 7. ฝ่ายช่างภาพ
- 8. พนักงานคอมพิวเตอร์กราฟฟิก
- 9. เลขานุการแผนก MAJOR ART
- 10. ห้องผู้อำนวยการแผนก
- 11. ห้องสมุด
- 12. สตูดิโอถ่ายภาพ
- 13. ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า
- 14. ห้องมืดและห้องเก็บฟิล์ม
- 15. ส่วนเตรียมอาหาร

— เส้นทางผู้ให้บริการ
- - - เส้นทางผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Zoning



พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 6 ประกอบด้วย

แผนก MAJOR STAGE

- 1. ส่วนรับรองลูกค้า
- 2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์
- 3. ฝ่ายประสานงานผู้สื่อข่าว
- 4. ฝ่ายจัดสถานที่
- 5. เลขานุการแผนก MAJOR STAGE
- 6. ผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE

แผนก MAJOR STAR

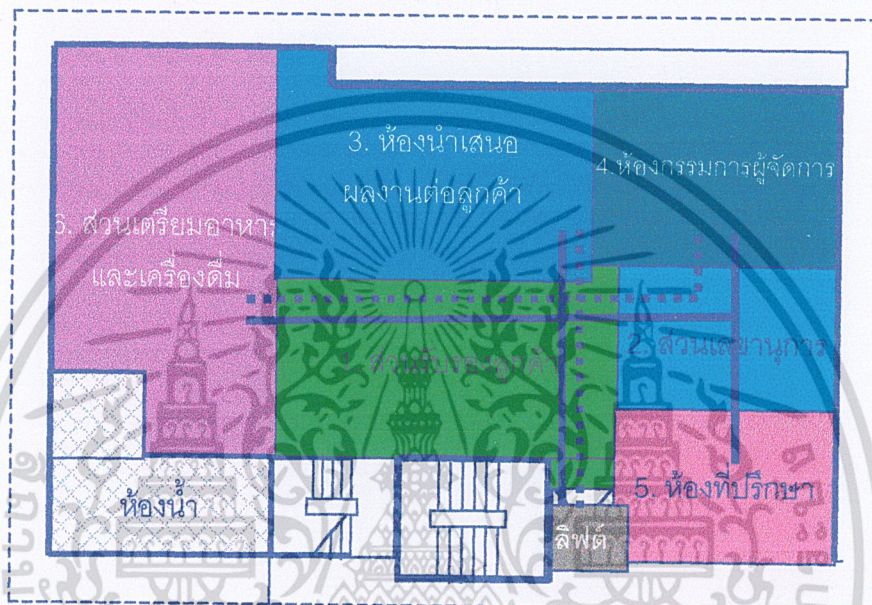
- 1. ฝ่ายประชาสัมพันธ์
- 2. ฝ่ายขายโฆษณา
- 3. ฝ่ายซื้อโฆษณา
- 4. ฝ่ายประสานงานสื่อโฆษณา
- 5. นักวิจัย
- 6. ส่วนเตรียมอาหาร
- 7. ห้องประชุม

สัญลักษณ์แทนเส้นทางสัญจร

- เส้นผู้ให้บริการ
- เส้นผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Zoning



พื้นที่ใช้สอยในชั้นที่ 7 ประกอบด้วย
ส่วนกรรมการผู้จัดการ

- 1. ส่วนรับรองลูกค้า
- 2. ส่วนเลขานุการ
- 3. ห้องนำเสนองานต่อลูกค้า
- 4. ห้องกรรมการผู้จัดการ
- 5. ห้องที่ปรึกษา
- 6. ส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม

สัญลักษณ์แทนเส้นทางสัญจร

- เส้นผู้ให้บริการ
- เส้นผู้รับบริการ

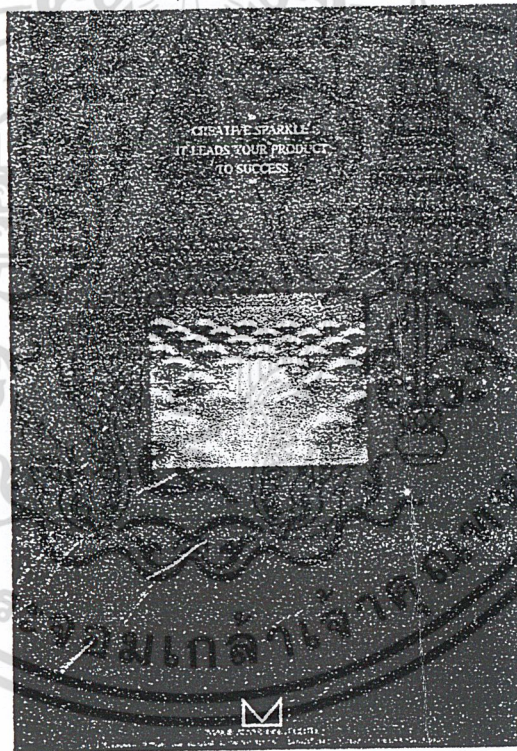
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลแนวทางในการออกแบบ

5.1 สรุปเพื่อหาแนวทางในการออกแบบ

โครงการออกแบบตกแต่งสถาปัตยกรรมภายใน อาคารสำนักงาน บริษัทเมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด เป็นบริษัทผลิตสื่อโฆษณา การออกแบบตกแต่งภายในอาคารจึงมีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของบริษัท เพื่อสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าเพื่อมอบหมายหน้าที่ตัวแทนผลิตสื่อโฆษณา และสร้างความภาคภูมิใจในบริษัท ให้แก่พนักงาน เพื่อให้สมกับเป็นบริษัทผลิตสื่อโฆษณา ที่มีปณิธานที่แน่วแน่ในการทำงาน



ภาพที่ 5.1 แสดงภาพสัญลักษณ์ปรัชญาของบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด
“ จุดสว่างนำทางผลิตภัณฑ์ ”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.1 แนวความคิดในการออกแบบตกแต่งสถาปัตยกรรมภายใน อาคารสำนักงาน บริษัท เมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด สามารถสรุปได้เป็นส่วนๆดังนี้

1. บริเวณส่วนโถงต้อนรับ
2. ส่วนสำนักงาน
3. ส่วนห้องประชุมผู้บริหาร
4. ส่วนห้องประชุมย่อย
5. ส่วนเลขานุการ
6. ส่วนห้องหัวหน้าฝ่าย
7. ส่วนห้องผู้บริหาร

5.2 แนวความคิดในการออกแบบ

สิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ

1. ความเป็นเอกลักษณ์ของโครงการ
2. ประเภทของผู้ใช้โครงการในส่วนต่างๆ

1. ความเป็นเอกลักษณ์ของโครงการ

บริษัท เมเจอร์แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ดำเนินกิจการ “บริษัทตัวแทนโฆษณา” (ADVERTISING AGENCY)

บริษัทตัวแทนโฆษณา ถือกำเนิดขึ้นเพื่อตอบสนองผู้ว่าจ้างหรือเจ้าของสินค้า เพื่อการโปรโมทสินค้า นักโฆษณาจึงต้องทำความเข้าใจในพฤติกรรมและทัศนคติต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

นักโฆษณาจะต้องทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ของการโฆษณาเสียก่อน ซึ่งเรียกว่าเป็น “วัตถุประสงค์ทางจิตวิทยา” (PSYCHOLOGICAL OBJECTIVES) ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ชั้นตอนใหญ่ๆ

1. ชั้นจับความสนใจ (CAPTURING ATTENTION) มีอยู่ 2 ลักษณะคือ

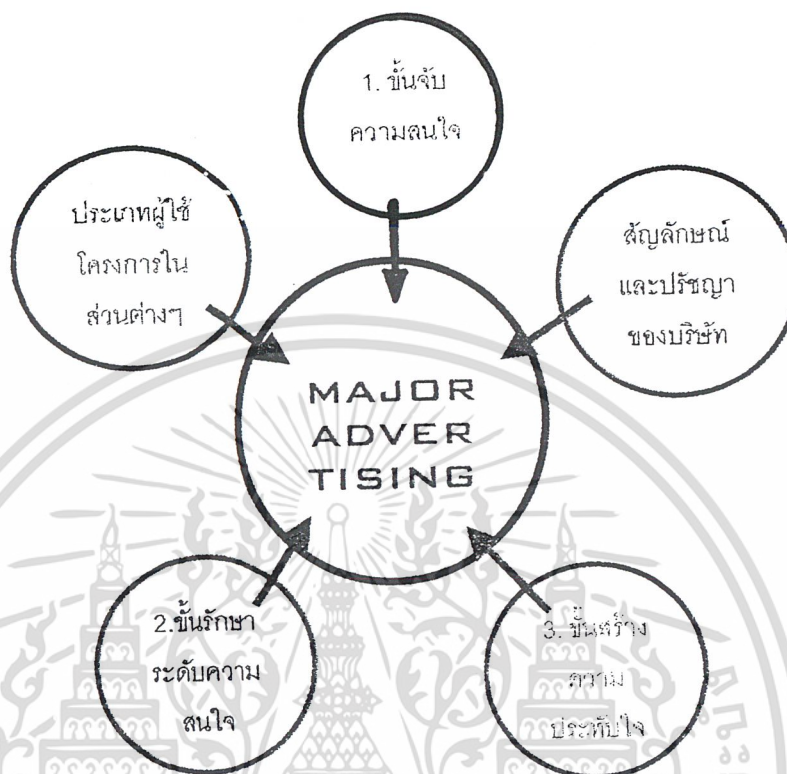
- ความสนใจที่เกิดขึ้นโดยเจตนา
- ความสนใจที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนา

2. ชั้นระดับรักษาความสนใจ (HOLDING ATTENTION)

3. ชั้นสร้างความประทับใจ (MAKING LASTING IMPRESSION)

กล่าวโดยสรุป คือเป็นการนำเอาวัตถุประสงค์ของการสร้างผลงานโฆษณา นำเอามาใช้ในการออกแบบตกแต่งภายในบริษัทตัวแทนโฆษณาแห่งนี้นั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.2 แสดงแผนภูมิฟองอากาศ แสดงที่มาของ แนวความคิดในการออกแบบ

สัญลักษณ์และปรัชญาของบริษัท

“ จุดสว่างนำทางผลิตภัณฑ์ หรือบริการสู่ความสำเร็จ”

การสร้าง “จุดสว่างให้แก่ผลิตภัณฑ์” เป็นกลยุทธ์ทางการโฆษณา เพื่อให้สินค้าเป็นที่ติดตาม
ตรึงใจแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างความแตกต่างกันในสินค้า ชนิดเดียวกันแต่คนละยี่ห้อ

ดังนั้น การออกแบบตกแต่งภายใน บริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง ก็เช่นกันจำเป็นต้องสร้างจุด
สว่างให้แก่บริษัท เพื่อให้เป็นที่ ติดตามตรึงใจ แก่ลูกค้าเพื่อที่ลูกค้าจะได้เลือกใช้บริการของบริษัท

2. ประเภทของผู้ใช้โครงการในส่วนต่างๆ

5.2.1 สรุปผลการออกแบบภายในโครงการ

จากการศึกษาดังกล่าว สามารถแบ่งองค์ประกอบของโครงการได้ดังนี้

1. การจัด FURNITURE LAY – OUT PLAN
2. การจัด REFLECTED CEILING PLAN

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ส่วน PUBIC AREA

- ส่วนรับรองลูกค้า ชั้นที่ 2.
- ส่วนรับรองลูกค้า ชั้นที่ 6.

4. ส่วนสำนักงาน

- ส่วนลูกค้าสัมพันธ์ แผนก MAJOR ADVERTISING(FULL SERVICE AGENCY)
- ส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก MAJOR ADVERTISING
- ส่วนฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก MAJOR ADVERTISING
- ส่วนฝ่ายศิลป์ แผนก MAJOR ADVERTISING
- ส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก E.F.F.
- ส่วนฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก E.F.F.
- ส่วนฝ่ายศิลป์ แผนก E.F.F.
- ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์ แผนก MAJOR STAGE

5. ส่วน PRIVATE AREA

- ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR RIGHT
- ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ADVERTISING
- ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก E.F.F. (FILM PRODUCTION)
- ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ART
- ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE
- ส่วนห้องที่ปรึกษา
- ส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ

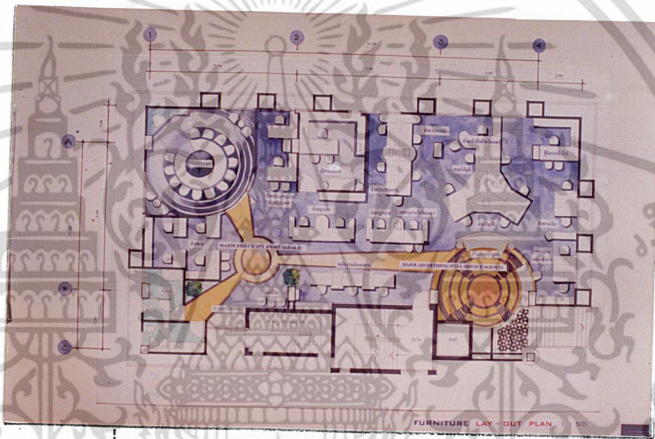
6. ส่วนห้องประชุม

- ส่วนห้องประชุมชั้นที่ 2
- ส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า แผนก E.F.F. (FILM PRODUCTION)
- ส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า

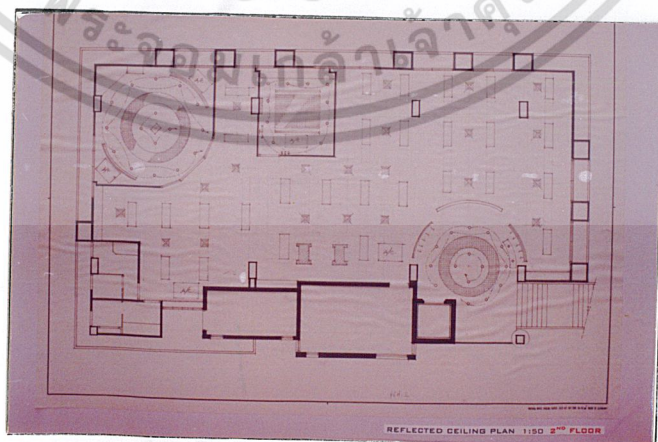
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 การจัด FURNITURE LAY – OUT PLAN

จากการศึกษา โครงการออกแบบตกแต่งสถาปัตยกรรมภายใน อาคารสำนักงาน บริษัท เมเจอร์แอดเวอร์ไทซิง จำกัด ได้มีการวิเคราะห์พื้นที่ในอาคาร ในการทำงานและทางสัญจรภายในอาคาร ทำให้ทราบถึงความต้องการในการจัดแบ่งพื้นที่ดังกล่าว และสามารถจัดวางตาม ZONING ที่กำหนดไว้ โดยมีหลักการว่า บริเวณพื้นที่ใดต้องการความเป็นส่วนตัว หรือกันห้อง ให้ส่วนนั้นอยู่ติดกับผนังของอาคาร เพื่อความสะดวกและสวยงาม ส่วนที่เป็นสำนักงานทั่วไป ใช้เฟอร์นิเจอร์ หรือ ผนังเบาเป็นสัดส่วนเพื่อความเป็นส่วนตัว

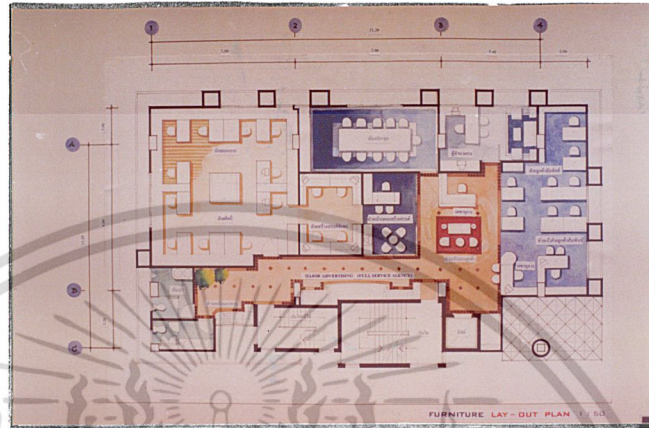


ภาพที่ 5.3 FUNITURE LAY – OUT PLAN 2ND

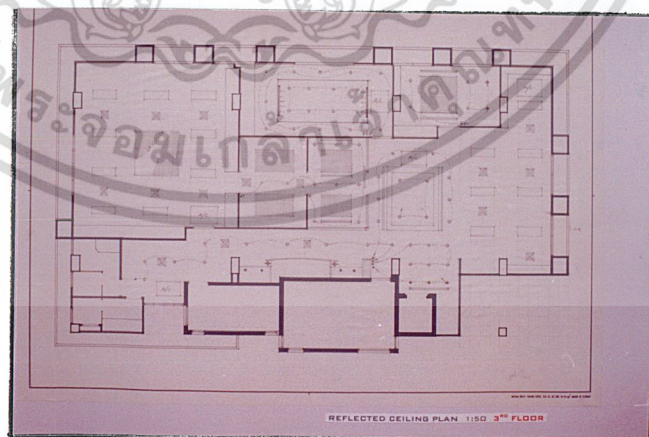


ภาพที่ 5.4 REFLECTED CEILING PLAN 2ND

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

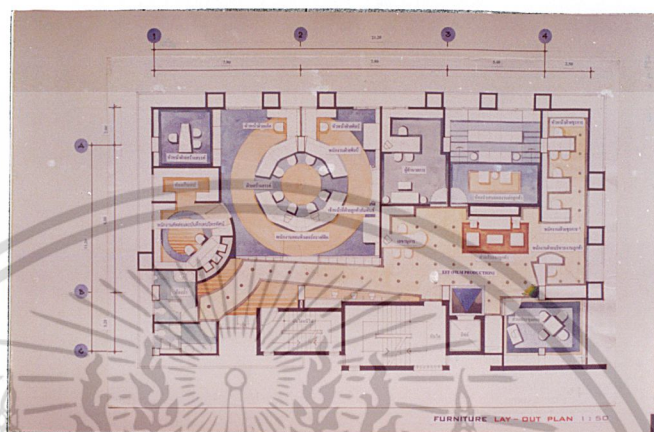


ภาพที่ 5.5 FUNITURE LAY - OUT PLAN 3RD

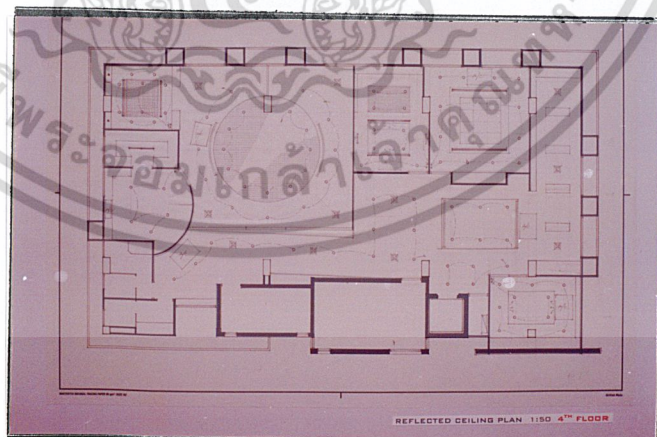


ภาพที่ 5.6 REFLECTED CEILING PLAN 3RD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

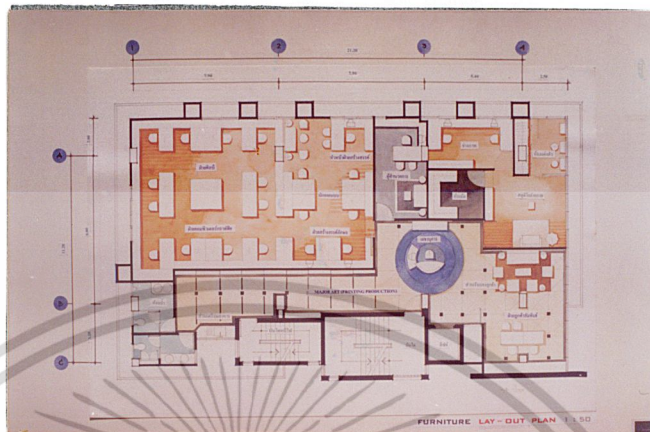


ภาพที่ 5.7 FUNITURE LAY – OUT PLAN 4TH

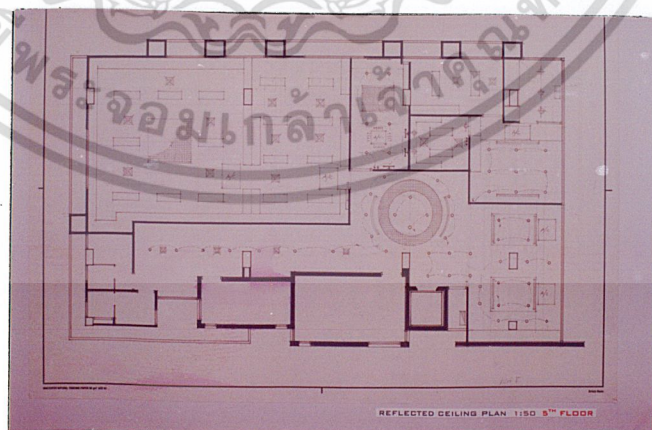


ภาพที่ 5.8 REFLECTED CEILING PLAN 4TH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

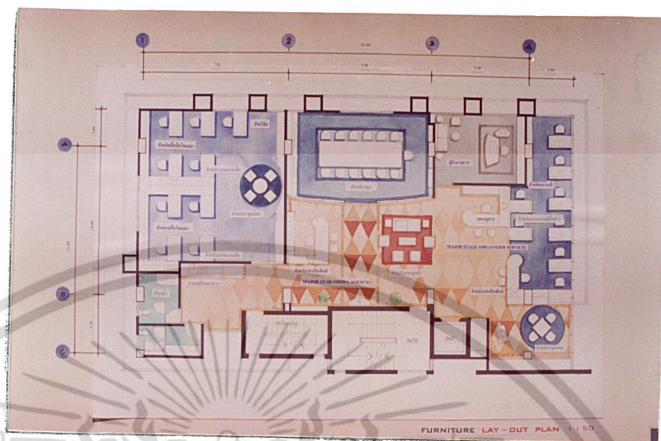


ภาพที่ 5.9 FURNITURE LAY - OUT PLAN 5TH

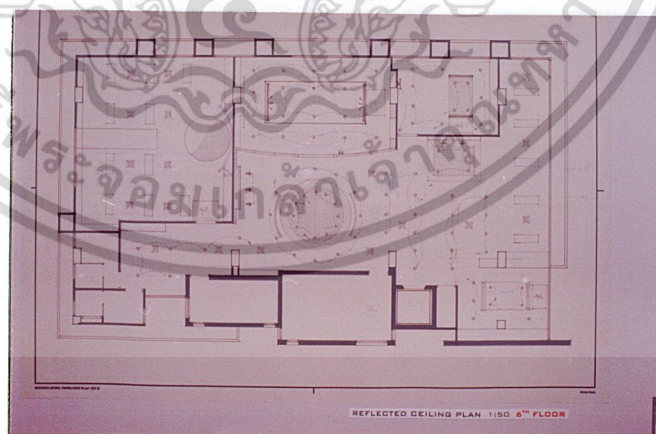


ภาพที่ 5.10 REFLECTED CEILING PLAN 5TH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

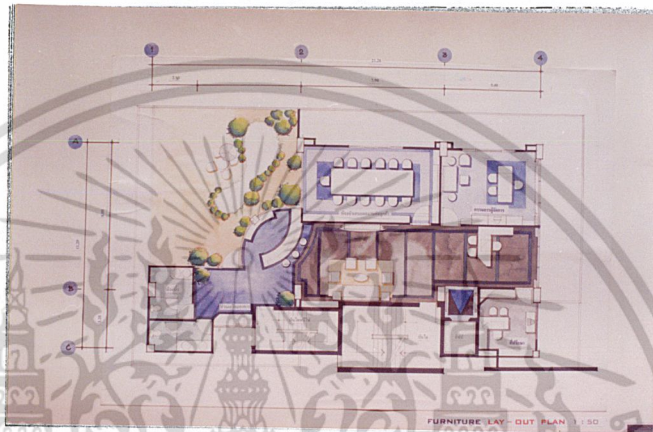


ภาพที่ 5.11 FUNITURE LAY - OUT PLAN 6TH

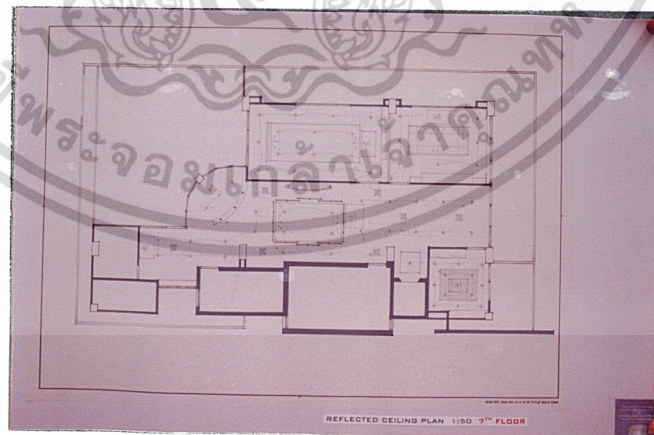


ภาพที่ 5.12 REFLECTED CEILING PLAN 6TH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.13 FURNITURE LAY - OUT PLAN 7TH



ภาพที่ 5.14 REFLECTED CEILING PLAN 7TH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.3 บริเวณส่วนโถงต้อนรับ

แนวความคิดในการออกแบบ

เป็นส่วนที่ต้อนรับผู้เข้ามาใช้บริการภายในสำนักงาน เพื่อไปยังส่วนต่างๆ ของสำนักงาน

ความต้องการพื้นฐานของส่วนโถงต้อนรับ

เป็นส่วนที่ต้องการสร้างความประทับใจแก่ผู้พบเห็น

ต้องนำเสนอให้เห็นถึงภาพพจน์ของบริษัทที่เป็นบริษัทตัวแทนโฆษณาในแง่ของปรัชญาของบริษัทตัวแทนโฆษณาในแง่ของปรัชญาของบริษัท คือ “จุดสว่างนำทางผลิตภัณฑ์”

เป็นส่วนกำหนดหรือเป็นตัวกระจายไปสู่การทำงานในส่วนต่างๆ ของบริษัท

แนวความคิดในการออกแบบส่วนโถงต้อนรับแสดงให้เห็นถึงภาพพจน์ของบริษัทโดยใช้ปรัชญาของ

บริษัท คือ ความชัดเจนในการสร้างความโดดเด่นของสินค้า เปรียบเช่นเดียวกับการสร้างจุดเด่นภายในบริษัท โดยการสร้างจุดซึ่งส่งเสริมภาพพจน์ที่ดี ที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้พบเห็น



ภาพที่ 5.15 แสดงทัศนียภาพส่วนโถงรับรองลูกค้า บริเวณ ชั้นที่ 2

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น หินแกรนิตทำลวดลายกราฟฟิก แสดงความหมายของคำว่า “การโฆษณา” คือ การป่าวประกาศ
ผนัง ก่อผนังเบา สแตนเลส ทำสัญลักษณ์บริษัทบนตัว ด้านข้างกรุกระจกฝ้าทั้ง 2 ข้าง

เพดาน ยิปซัมฉาบเรียบทาสีขาว เหนือโชนางักคอย DROP ฝ้าต่ำเป็นตะแกรงอะลูมิเนียมซ่อนไฟ
DOWN LIGHT

ระบบไฟฟ้า ไฟฟลูออเรสเซนต์ สีขาวสองฝ้า บริเวณตะแกรงอะลูมิเนียม ใช้ไฟฟลูออเรสเซนต์

ระบบปรับอากาศ เครื่องปรับอากาศส่วนกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.4 ส่วนสำนักงาน

แนวความคิดในการออกแบบ

เน้นส่วนสำนักงานทั่วไป ความต้องการพื้นฐานของส่วนสำนักงานทั่วไป

สร้างบรรยากาศในการทำงานให้มีความสะดวกสบายทั้งในด้าน FUNCTION และ DESIGN

ทำให้เกิดสมาธิในการทำงาน

นำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงาน

สื่อถึงความเป็นสำนักงานทางด้านตัวแทนบริษัทโฆษณา

แนวความคิดในการออกแบบสำนักงานทั่วไป

สร้างบรรยากาศในการทำงาน ให้มีความคล่องตัวและส่งเสริมการทำงานให้มีความกระฉับกระเฉงใน ส่วนของทางเดินภายในส่วนทำงาน สร้างบรรยากาศให้เกิดสมาธิ โดยใช้สัญลักษณ์และสีที่ส่งให้เห็น ถึงความเป็นจุดเด่นของบริษัทเข้ามาสร้างความเป็นเอกลักษณ์ในส่วนนี้

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น พรอมทอลายสีน้ำเงินเข้มซึ่งเป็นสีที่สงบนิ่ง มั่นคง มีสมาธิ อีกทั้งใช้แก้ปัญหาในเรื่องความสะอาด และยังคงดูดีด้วยอีกทั้งยังเป็นสีที่ใกล้เคียงกับสีเอกลักษณ์ของบริษัทอีกด้วย

พรอมทอลายกราฟฟิคเป็นเส้นต่างๆ ในส่วนทางเดินเน้นให้เกิดความกระฉับกระเฉงในการทำงาน

พื้นผนัง ผนังเดิมทำสีพ่นเป็นเทคเจอร์

เพดาน ยิปซัมฉาบเรียบทาสีขาว โดยสลับกับกล่องไฟฟลูออเรสเซนต์ แบบ 2 หลอดอยู่ในชุดเดียว

ระบบไฟฟ้า ใช้ไฟฟลูออเรสเซนต์ในส่วนทำงานเพื่อให้แสงสว่างมีเพียงพอ ใช้ไฟ DOWN LIGHT ใน ส่วนทางเดินและไฟ PHILINEA LAMPS ในส่วนที่เน้นสร้างบรรยากาศ

5.2.4.1 ส่วนลูกค้าสัมพันธ์ แผนกMAJOR ADVERTISING

แนวความคิดในการออกแบบ

ส่วนลูกค้าสัมพันธ์เป็นส่วนที่ต้องให้บริการแก่ลูกค้าการตกแต่งบริเวณ
ส่วนนี้ จึงสื่อให้เห็นถึง ภาพพจน์ของบริษัทอย่างชัดเจน

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

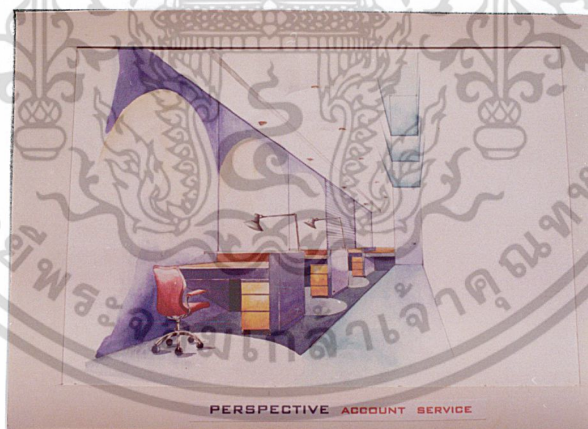
พื้น พรมทอสีน้ำเงิน

ผนัง WALL PAPER สีน้ำเงิน

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว

ระบบไฟ ไฟDOWN LIGHT ส่องทั่วบริเวณและส่องเฉพาะจุด

โคมไฟประจำโต๊ะทำงาน



ภาพที่ 5.16 แสดงส่วนลูกค้าสัมพันธ์ แผนกMAJOR ADVERTISING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.4.2 ส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก MAJOR ADVERTISING

5.2.4.3 ส่วนฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก MAJOR ADVERTISING

แนวความคิดในการออกแบบ

เน้นความสัมพันธ์ภายในหน่วยงานเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานภายใน
ฝ่ายสร้างสรรค์ สร้างความต่อเนื่องของบรรยากาศด้วยสัญลักษณ์ของบริษัท

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น พรมทอสีน้ำเงิน

ผนัง โครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต สีน้ำเงิน

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว บางจุดกรุตะแกรงอะลูมิเนียมเนียน ซ่อนไฟลูออเรสเซนต์

ระบบไฟ ไฟDOWN LIGHT ส่องทั่วบริเวณ , โคมไฟประจำโต๊ะทำงาน



ภาพที่ 5.17 แสดงส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก MAJOR ADVERTISING



ภาพที่ 5.18 แสดงส่วนฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก MAJOR ADVERTISING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.4.4 ส่วนฝ่ายศิลป์ แผนก MAJOR ADVERTISING

แนวความคิดในการออกแบบ

การประสานงานภายในฝ่าย เป็นจุดเริ่มของการจัดแปลนของส่วนนี้โดยเริ่มจากการสร้างจุดศูนย์กลางซึ่งใช้เป็นทีประชุมภายในฝ่ายอีกด้วย ผสมกับเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในส่วนนี้ที่เลือกใช้โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

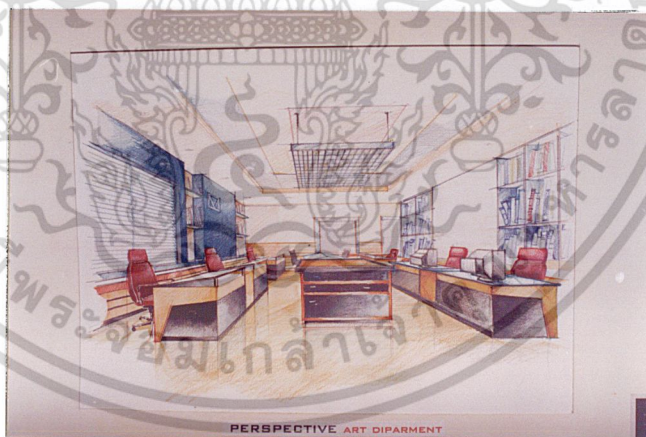
พื้น ไม้ เคลือบโพลี ยูรีเทน

ผนัง กรอบหน้าต่าง โครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต สีน้ำเงิน , ทำชั้นวางหนังสือกระจกใส

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว แขนงตะแกรงอะลูมิเนียมบริเวณตรงเหนือตู้เก็บกระดาษ ช้อน

ไฟฟลูออเรสเซนต์

ระบบไฟ ไฟDOWN LIGHT ส่องทั่วบริเวณ , โคมไฟประจำโต๊ะทำงาน



ภาพที่ 5.19 แสดงฝ่ายศิลป์ แผนก MAJOR ADVERTISING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.4.5 ส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก E.F.F.

แนวความคิดในการออกแบบ

เน้นความสัมพันธ์ภายในหน่วยงานเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานภายใน
ฝ่ายสร้างสรรค์ สร้างความต่อเนื่องของบรรยากาศด้วยสัญลักษณ์ของบริษัท

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ไม้ เคลือบโพลี ยูรีเทน

ผนัง กรอบหน้าต่าง โครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต สีน้ำเงิน , ทำชั้นวางหนังสือกระจกใส

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว แชนวอลตะแกรงอะลูมิเนียมบริเวณตรงเหนือตู้เก็บกระดาษ ช้อน

ไฟฟลูออเรสเซนต์

ระบบไฟ ไฟDOWN LIGHT ส่องทั่วบริเวณ , โคมไฟประจำโต๊ะทำงาน



ภาพที่ 5.20 แสดงส่วนหัวหน้าฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก E.F.F.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.4.6 ส่วนฝ่ายศิลป์ แผนก E.F.F.

แนวความคิดในการออกแบบ

การประสานงานภายในฝ่าย เป็นจุดเริ่มของการจัดแปลนของส่วนนี้โดยเริ่มจากการสร้างจุดศูนย์กลางซึ่งใช้เป็นทีประทุมภายในฝ่ายอีกด้วย ผนวกกับเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในส่วนนี้ที่เลือกใช้โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นล่ำคัญ

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ไม้ เคลือบโพลี ยูรีเทน

ผนัง กรอบหน้าต่าง โครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต สีน้ำเงิน , ทำชั้นวางหนังสือกระจกใส เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว แชนวตะแกรงอะลูมิเนียมบริเวณตรงเหนือตู้เก็บกระดาษ ช้อน

ไฟฟลูออเรสเซนต์

ระบบไฟ DOWN LIGHT สองทั่วบริเวณ , โคมไฟประจำโต๊ะทำงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.4.7 ส่วนฝ่ายสร้างสรรค์ แผนก MAJOR ART

5.2.4.8 ส่วนฝ่ายศิลป์ แผนก MAJOR ART

แนวความคิดในการออกแบบ

การประสานงานภายในฝ่าย เป็นจุดเริ่มของการจัดแปลนของส่วนนี้โดยเริ่มจากการสร้างจุดศูนย์กลางซึ่งใช้เป็นที่ประชุมภายในฝ่ายอีกด้วย ผสมกับเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในส่วนนี้ที่เลือกใช้โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ไม้ เคลือบโพลี ยูรีเทน

ผนัง ครอบหน้าต่าง โครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต สีน้ำเงิน , ทำชั้นวางหนังสือกระจกใส

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว แชนดรัดแครงอะลูมิเนียมบริเวณตรงเหนือตู้เก็บกระดาษ ช้อน

ไฟฟลูออโรเรสเซนต์

ระบบไฟ ไฟDOWN LIGHT สองตัวบริเวณ , โคมไฟประจำโต๊ะทำงาน

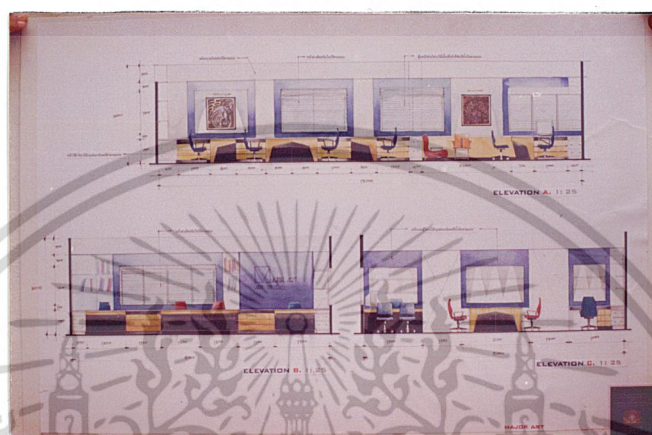


ภาพที่ 5.21 แสดงฝ่ายสร้างสรรค์แผนก.MAJOR ART



ภาพที่ 5.22 แสดงฝ่ายศิลป์แผนก.MAJOR ART

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.23 แสดงรูปด้านฝ่ายสร้างสรรค์ และฝ่ายศิลป์แผนก.MAJOR ART

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.4.9 ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์และสำนักงาน แผนก MAJOR STAGE

5.2.4.10 ส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์แผนก MAJOR STAR

แนวความคิดในการออกแบบ

ส่วนประชาสัมพันธ์เป็นส่วนที่ต้องให้การต้อนรับ และให้บริการแก่ลูกค้าที่มาติดต่อ
แผนก MAJOR STAGE และ แผนก MAJOR STAR การตกแต่งบริเวณส่วนนี้ จึงสื่อให้เห็นถึงภาพพจน์
ของบริษัท ด้วยสื่อสัญลักษณ์ ทางภาพ สีที่ใช้ในงานตกแต่ง รวมถึงการใช้ไม้ในการทำพื้นและเฟอร์นิเจอร์
เพื่อสร้างความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเองแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ไม้ไม้ เคลือบโพลี ยูรีเทนสลัปลาย หินแกรนิต

ผนัง WALL PAPER สีคราม , ส่วนผนังเสริมโครงไม้กรุพลาสติกลามิเนต

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว

ระบบไฟ ไฟDOWN LIGHT ส่องทั่วบริเวณและส่องเฉพาะจุด ไฟฟลูออเรสเซนต์ แบบ 2 หลอด

ในชุดเดียว



ภาพที่ 5.24แสดงส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์และสำนักงาน แผนก MAJOR STAGE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ภาพที่ 5.25แสดงส่วนฝ่ายประชาสัมพันธ์แผนก MAJOR STAR ครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.5 ส่วนห้องประชุมผู้บริหาร

แนวความคิดในการออกแบบ

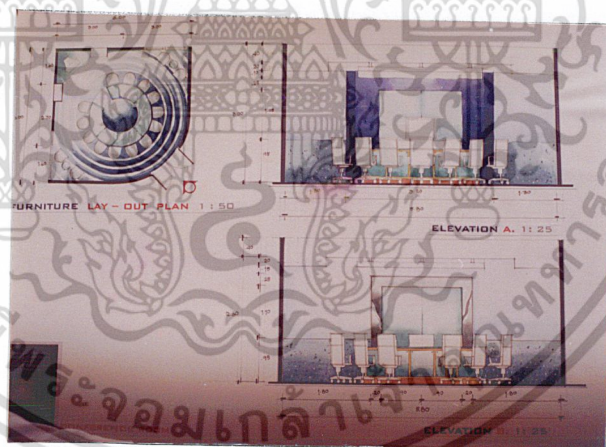
วัตถุประสงค์ส่วนห้องประชุมผู้บริหาร

เป็นส่วนที่ใช้ประชุมอย่างเป็นทางการสำหรับพนักงานและบุคคลภายนอก

- ความต้องการพื้นฐาน
- สมมติในการประชุม
- สื่อถึงเอกลักษณ์ของบริษัทในด้านการเป็นตัวแทนบริษัทโฆษณา
- มีความทันสมัยในเทคโนโลยีการประชุม
- ความภูมิฐาน เพราะต้อนรับแขกในระดับสูง

แนวความคิดในการออกแบบ

สร้างบรรยากาศในการประชุมให้เกิดสมาธิ และเหมาะสมกับการจูงใจของลูกค้าในการไว้นื้อเชื่อใจที่จะใช้บริการของบริษัท



ภาพที่ 5.26 แสดงรูปด้านส่วนห้องประชุมชั้นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

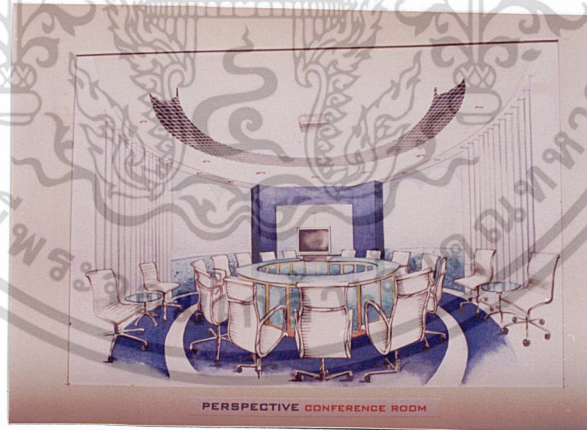
5.2.5.1 ส่วนห้องประชุมชั้นที่ 2

แนวความคิดในการออกแบบ

ห้องลักษณะวงกลม ความโอบล้อม สามารถสร้างสมาธิให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมได้ดี อีกทั้งมีผลในแง่การโน้มน้าวจิตใจของลูกค้า ประกอบกับการสื่อให้เห็นถึง ปรัชญาของบริษัท ด้วยการสร้างจุดสนใจในบริเวณจอฉายภาพ

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมสีน้ำเงินเข้มสลักรูปขาวเพื่อการดูดซับเสียง
ผนัง กรุ WALL PAPER บริเวณที่เป็นหน้าต่างใช้ม่านกันแสง
เพดาน ยิปซัมฉาบเรียบทาสีขาว ทำฝ้าเพดานลดชั้นบริเวณกลางห้อง เป็นวงกลมลึก 15 ซม. ติดตะแกรงอลูมิเนียมซ่อนไฟเป็นรูปวงกลม
ระบบไฟฟ้า ซ่อนไฟฟลูออเรสเซนต์บริเวณตะแกรงอลูมิเนียม เพื่อให้แสงทางอ้อมที่ฝ้า ใช้ไฟ DOWN LIGHT บริเวณฝ้าเป็นรูปวงกลม



ภาพที่ 5.27 แสดงส่วนห้องประชุมชั้นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.5.2 ส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า แผนก E.F.F. (FILM PRODUCTION)

แนวความคิดในการออกแบบ

ลักษณะของโรงหนัง คือการออกแบบตกแต่งภายในห้องนำเสนอผลงานของแผนกนี้ โดยบรรยากาศภายในนอกจากการควบคุมแสงแล้ว ยังคำนึงถึงบรรยากาศความอบอุ่นเป็นกันเองแก่ลูกค้า และสื่อสัญลักษณ์ของบริษัทในห้องนี้คือพนักงานเก้าอี้ที่เป็นรูปตัว M

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมสีน้ำเงินเข้มขลิบแดงเพื่อการดูดซับเสียง

ผนัง กรูฟองน้ำหุ้มผ้าบุ บริเวณที่เป็นหน้าต่างใช้ม่านกันแสง ส่วนจอฉายภาพโครงไม้กรุไม้อัดทำสีธรรมชาติทำช่องซ่อนลำโพง

เพดาน ยิปซัมฉาบเรียบทาสีขาว ทำฝ้าเพดานลดชั้นบริเวณกลางห้อง กรูฟองน้ำหุ้มผ้าบุ ระบบไฟฟ้า ใช้ไฟ DOWN LIGHT สองทั่วบริเวณ



ภาพที่ 5.28 แสดงส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้า แผนก E.F.F. (FILM PRODUCTION)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.5.3 ส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้าส่วนกรรมการผู้จัดการ

แนวความคิดในการออกแบบ

ยังคำนึงถึงบรรยากาศความทันสมัย เพื่อแสดงให้เห็นถึงความกระตือรือร้นในการสร้างสรรค์ผลงานโฆษณา เพื่อสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า และสื่อสัญลักษณ์ของบริษัทในห้องนี้คือ ฉากกระจกพื้นผิวภาพสัญลักษณ์บริษัทและ พนักพิงเก้าอี้ที่เป็นรูปตัว M

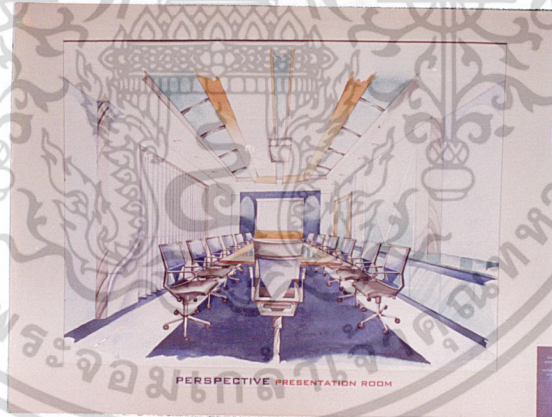
วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมสีน้ำเงินเข้มขลิบลาย

ผนัง กรูฟองน้ำหุ้มผ้าบุ บริเวณที่เป็นหน้าต่างใช้ม่านกันแสง บริเวณกลางห้องทำผนังกระจกพื้นผิวภาพสัญลักษณ์บริษัท ส่วนจอฉายภาพโครงไม้กรุพลาสติกลามิเนตสีน้ำเงิน

เพดาน ยิปซัมฉาบเรียบทาสีขาวทำฝ้าเพดานลดชั้นบริเวณกลางห้องเดินคิ้วไม้กฤษณะกระจกเงา ทำฝ้าแขวนไม้กฤษณะสแตนเลส

ระบบไฟฟ้า ใช้ไฟ DOWN LIGHT ส่องทั่วบริเวณและเน้นเฉพาะจุด



ภาพที่ 5.29 แสดงส่วนห้องนำเสนอผลงานต่อลูกค้าส่วนกรรมการผู้จัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6. ส่วนห้องผู้บริหาร

แบ่งออกเป็น 2 ห้องคือ

- ส่วนผู้อำนวยการแผนก
- ส่วนกรรมการผู้จัดการ

วัตถุประสงค์

- เป็นส่วนทำงานของผู้บริหารและเป็นส่วนต้อนรับลูกค้าระดับสูง
- ความต้องการพื้นฐาน ส่วนห้องผู้บริหาร
- แสดงถึงความสมฐานะของผู้บริหาร
- มีความเป็นส่วนตัวและมีพื้นที่รับแขก
- สร้างบรรยากาศให้ดูโอ่โถง ทันสมัยมีอำนาจในหน้าที่และความมีรสนิยมส่วนตัวของผู้บริหาร

แนวความคิดในการออกแบบ

สร้างบรรยากาศในส่วนทำงานให้มีความภูมิฐานสมตำแหน่งและมีส่วนรับรองแขกโดยใช้ความภูมิฐานโอ่โถง สร้างความรู้สึกมั่นคงและมั่นใจอีกทั้งยังสื่อถึงปรัชญาของบริษัท ซึ่งเป็นแนวทางในการนำเสนอให้เห็นถึงความมั่นใจในจุดยืนของบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6.1 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR RIGHT

แนวความคิดในการออกแบบ

เป็นสถานที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ สื่อถึงภาพสัญลักษณ์ของบริษัท บรรยากาศภายในห้องให้ความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง เพื่อพร้อมที่จะต้อนรับพนักงานภายในแผนกและบุคคลภายนอก

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมทอลายสีเทาเป็นพรมทอลายกราฟฟิค

ผนัง กระจกอลูมิเนียม ผนังเสริมโครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว เหนือโต๊ะทำงานใช้ตะแกรงอลูมิเนียมช่องไฟ

ระบบไฟฟ้า สร้างบรรยากาศโดยช่องไฟฟลูออเรสเซนต์ภายใต้เพดานตะแกรงอลูมิเนียม เพื่อให้กระจายแสงทางอ้อม ใช้ไฟ DOWN LIGHT สองผนังและเน้นเฉพาะจุดที่ต้องการ



ภาพที่ 5.30 แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR RIGHT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6.2 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ADVERTISING

แนวความคิดในการออกแบบ

เป็นสถานที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ สื่อถึงภาพสัญลักษณ์ของ บริษัทและยังสอดแทรกกลยุทธ์บริเวณเฟอร์นิเจอร์เพื่อสร้าง บรรยากาศภายในห้องให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง เพื่อพร้อมที่จะต้อนรับพนักงานภายในแผนกและบุคคลภายนอก

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมทอลายสีเทาเป็นพรมทอลายกราฟฟิค

ผนัง กรูวอลเปเปอร์ ผนังเสริมโครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว เหนือโต๊ะทำงานใช้ตะแกรงอลูมิเนียมซ่อนไฟ

ระบบไฟฟ้า สร้างบรรยากาศโดยซ่อนไฟลูออเรสเซนต์ภายใต้เพดานตะแกรงอลูมิเนียม เพื่อให้กระจาย แสงทางอ้อม ใช้ไฟ DOWN LIGHT สองผนังและเน้นเฉพาะจุดที่ต้องการ



ภาพที่ 5.31 แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ADVERTISING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6.3 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก E.F.F. (FILM PRODUCTION)

แนวความคิดในการออกแบบ

เป็นสถานที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ สื่อถึงภาพสัญลักษณ์ของบริษัทและยังเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์รูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อสร้างบรรยากาศภายในห้องให้ความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง เพื่อพร้อมที่จะต้อนรับพนักงานภายในแผนกและบุคคลภายนอก

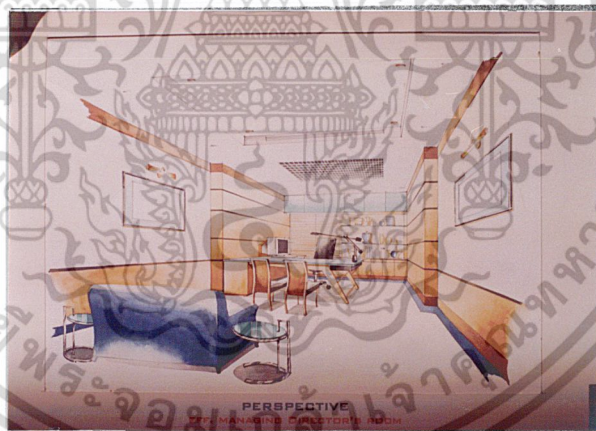
วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมทอลายสีน้ำเงินเป็นพรมทอลายกราฟฟิค

ผนัง กรวยอลูมิเนียม เผนังเสริมโครงไม้กรุแผ่นไม้อัด ไลท์แอ็ดทำสีธรรมชาติสีเว้นร่องทาสีดำ

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว เหนือโต๊ะทำงานใช้ตะแกรงอลูมิเนียมซ่อนไฟ

ระบบไฟฟ้า สร้างบรรยากาศโดยซ่อนไฟลูออเรสเซนต์ภายใต้เพดานตะแกรงอลูมิเนียม เพื่อให้กระจายแสงทางอ้อม ใช้ไฟ DOWN LIGHT สองผนังและเน้นเฉพาะจุดที่ต้องการ



ภาพที่ 5.32 แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก E.F.F.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6.4 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ART

แนวความคิดในการออกแบบ

เป็นสถานที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ สื่อถึงภาพสัญลักษณ์ของบริษัทและยังเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์รูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อสร้างบรรยากาศภายในห้องให้ความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง เพื่อพร้อมที่จะต้อนรับพนักงานภายในแผนกและบุคคลภายนอก

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมทอลายสีเทาเป็นพรมทอลายกราฟฟิค

ผนัง กรวยอลูมิเนียม ผนังเสริมโครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต เติมน BORDER WALL PAPER

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว เหนือโต๊ะทำงานใช้ตะแกรงอลูมิเนียมซ่อนไฟ

ระบบไฟฟ้า สร้างบรรยากาศโดยซ่อนไฟลูออเรสเซนต์ภายใต้เพดานตะแกรงอลูมิเนียม เพื่อให้กระจายแสงทางอ้อม ใช้ไฟ DOWN LIGHT ส่องผนังและเน้นเฉพาะจุดที่ต้องการ



ภาพที่ 5.33 แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR ART

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6.5 ส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE

แนวความคิดในการออกแบบ

เป็นสถานที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ สื่อถึงภาพสัญลักษณ์ของบริษัท เลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปทรงทันสมัย เพื่อสร้างบรรยากาศภายในห้องให้ความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง เพื่อพร้อมที่จะต้อนรับพนักงานภายในแผนกและบุคคลภายนอก

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมทอลายสีเทาเป็นพรมทอลายกราฟฟิค

ผนัง กวอลเปเปอร์ ผนังเสริมโครงไม้กรุแผ่นไม้อัด ไลท์แอ็ดทำสีธรรมชาติสีวันรุ่งทาสีดำ, กระจกเงา

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว เหนือโต๊ะทำงานใช้ตะแกรงอลูมิเนียมซ่อนไฟ

ระบบไฟฟ้า สร้างบรรยากาศโดยซ่อนไฟฟลูออเรสเซนต์ภายใต้เพดานตะแกรงอลูมิเนียม เพื่อให้กระจายแสงทางอ้อม ใช้ไฟ DOWN LIGHT ส่องผนังและเน้นเฉพาะจุดที่ต้องการ



ภาพที่ 5.34 : แสดงส่วนห้องผู้อำนวยการแผนก MAJOR STAGE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6.6 ส่วนห้องที่ปรึกษา

แนวความคิดในการออกแบบ

เป็นสถานที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ สื่อถึงภาพสัญลักษณ์ของบริษัท เลือกลงใช้เฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปทรงทันสมัย เพื่อสร้างบรรยากาศภายในห้องให้ความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง เพื่อพร้อมที่จะต้อนรับพนักงานภายในบริษัท

วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมทอลายสีเทาเป็นพรมทอลายกราฟฟิค

ผนัง กวอลดเปเปอร์ ผนังเสริมโครงไม้กรุแผ่นพลาสติกลามิเนต

เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว เหนือโต๊ะทำงานใช้ตะแกรงอลูมิเนียมซ่อนไฟ

ระบบไฟฟ้า สร้างบรรยากาศโดยซ่อนไฟฟลูออเรสเซนต์ภายใต้เพดานตะแกรงอลูมิเนียม เพื่อให้กระจาย

แสงทางอ้อม ใช้ไฟ DOWN LIGHT ส่องผนังและเน้นเฉพาะจุดที่ต้องการ



ภาพที่ 5.35 แสดงส่วนห้องที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6.7 ส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ

แนวความคิดในการออกแบบ

เป็นสถานที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ความน่าเชื่อถือ มีอำนาจ สื่อถึงภาพสัญลักษณ์ของบริษัท เลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปทรงที่มีเอกลักษณ์ เพื่อสร้างบรรยากาศภายในห้องให้ความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเองแต่แฝงไปด้วยความมีอำนาจในตำแหน่งหน้าที่ เพื่อพร้อมที่จะต้อนรับพนักงานภายในบริษัท และบุคคลภายนอก

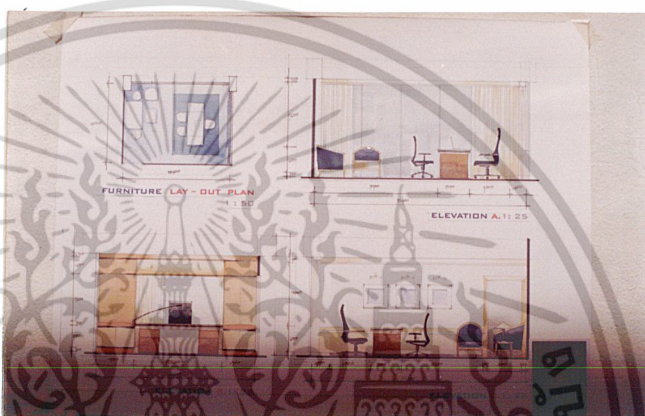
วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

พื้น ปูพรมทอลายสีน้ำเงินเป็นพรมทอลายกราฟฟิค
ผนัง กรวอลเปเปอร์ ผนังเสริมโครงไม้กรุ BORDER WALL PAPER
เพดาน ยิปซัมบอร์ด ทาสีขาว เหนือโต๊ะทำงานทำฝ้าหลุมกรุกระจกเงาทำลายพ่นฝ้า
ระบบไฟฟ้า สร้างบรรยากาศโดยซ่อนไฟฟลูออเรสเซนต์ภายใต้เพดานตะแกรงอลูมิเนียม เพื่อให้กระจายแสงทางอ้อม ใช้ไฟ DOWN LIGHT ส่องผนังและเน้นเฉพาะจุดที่ต้องการ



ภาพที่ 5.36 แสดงส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

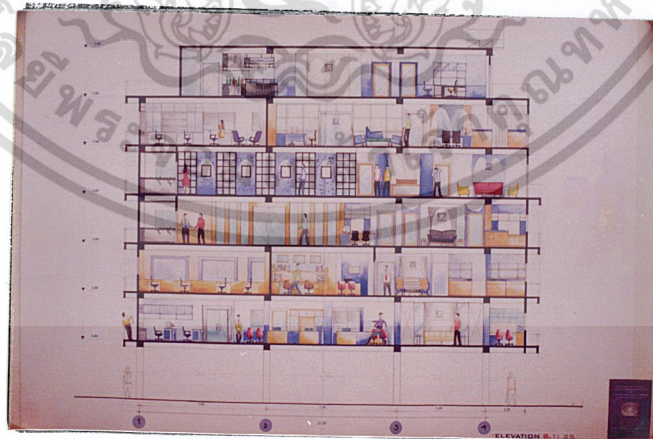


ภาพที่ 5.37 แสดงรูปด้านส่วนห้องกรรมการผู้จัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ .



ภาพที่ 5.38 แสดงรูปตัดอาคาร A-A



ภาพที่ 5.39 แสดงรูปตัดอาคาร B-B

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กมล ศรพรหม , วิทยานิพนธ์การศึกษาเปรียบเทียบวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทตัวแทน
โฆษณาข้ามชาติและบริษัทตัวแทนโฆษณาไทยกับผลกระทบต่อความพัฒนา
ความคิดสร้างสรรค์, ปรินญาณิเทศศาสตรรักรกิจมหาบัณชิต , มหาวิทยาลัยรุกรกิจ
บัณชิต , 2539

นฤมล แก้วทิพรัดน์ , วิทยานิพนธ์การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชน
ของพนักงานในบริษัทโฆษณา, ปรินญาณิเทศศาสตรรักรกิจมหาบัณชิต , จุฬาลงกรณ
มหาวิทยาลัย , 2537

ปัจจุยา วุฒิประสิทธิ , วิทยานิพนธ์นิตยสารกับการใช้ภาพโฆษณา : ศึกษาในเชิงจิตวิทยา
การสื่อสาร, ปรินญาณวารสารศาสตรรักรกิจมหาบัณชิต , มหาวิทยาลัยรุกรกิจ
มหาบัณชิต , 2534

ไพบูรณั ฤกษ์ และเฮอิชิ ไฮโต , การปรับอากาศ, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เอช.เอ็น.กรู๊ป , 2531

วัฒนา ถาวร , การส่องสว่าง, พิมพ์ครั้งที่ 2 , กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประชาชน , 2535

วิรุฬ รัตนัดระกุลทิพย์ , โครงการออกแบบตกแต่งภายในอาคารสำนักงานกลุ่มบริษัท
ทิปไป้ จำกัด (มหาชน), วิทยานิพนธ์ครุศาสตรรักรกิจมหาบัณชิต สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง , 2541

ARCHITECT'S DATA SHEETS OFFICE SPACE By CRANE DIXON , 1991

HUMAN DIMENSION & INTERIOR SPACE , JULIUS PANERO AND MARTIN , 1991

TIME SAVER STANDARD FOR INTERIOR DESIGN AND SPACE PLANNING By
JOSEPH DE CHIARA, JULIUS PANERO , MARTIN ZELNIK , 1989

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

ประวัติและวิวัฒนาการของงานโฆษณา

การโฆษณานั้นมีอายุยืนยาวมานานเท่าๆ กับอารยธรรมของมนุษยชาติ เมื่อมนุษย์เจริญขึ้นและเริ่มรู้จักการค้าขาย มนุษย์ก็เริ่มรู้จักใช้ศิลปะของการโฆษณามาพร้อมๆ กัน ถ้าเปรียบเทียบกับงานโฆษณาในปัจจุบันจะมีสิ่งหนึ่งที่ยังคงสืบทอดต่อมาโดยไม่เปลี่ยนแปลงก็คือแนวความคิดหรือจุดประสงค์ของการโฆษณา ส่วนสิ่งที่เปลี่ยนแปลงก็คือ รูปแบบและเทคนิค

โดยเริ่มแรกการโฆษณาเกิดขึ้นจากการที่พ่อค้าใช้สัญลักษณ์ในการโฆษณาแทนตัวหนังสือ เช่น สัญลักษณ์รูปรองเท้าแทนร้านขายรองเท้า นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาในรูปแบบต่างๆ อีก เช่น คนฮิปป์ตีใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่มวลชนด้วยการประกาศให้รางวัลแก่ผู้ที่พบทาสที่หนีกลับมาส่งเจ้าของได้ โดยถูกเขียนลงกระดาษปาปิริส หรือชาวกรีกซึ่งใช้เสียงดนตรี ในการประกอบการร้องแจ้งข่าวเพื่อเรียกร้องความสนใจว่ามีเรือมาเทียบท่า เป็นต้น

ในปี ค.ศ.1614 กฎหมายฉบับแรกของงานโฆษณาได้ถือกำเนิดขึ้นที่ประเทศอังกฤษ คือกฎหมายห้ามมิให้ติดตั้งหรือแขวนป้ายยาวเกิน 8 ฟุตจากตัวอาคาร ทั้งนี้เพราะว่าป้ายโฆษณาขนาดใหญ่จะดึงเอาฝาผนังอาคารพังลงมา

นอกจากนี้ สิ่งของเครื่องใช้สมัยโบราณที่ค้นพบบางชิ้น มีตราเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ประทับอยู่ นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการมีตราเครื่องหมายของสินค้า ซึ่งในปัจจุบันเรียกว่า เครื่องหมายการค้า (TRADEMARK)

เหตุการณ์ที่สำคัญของโลกในปี ค.ศ.1440 ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิวัฒนาการของงานโฆษณาเป็นอย่างมาก คือ การประดิษฐ์ตัวพิมพ์โลหะโดยชาวเยอรมัน ซึ่งสามารถแกะเป็นตัวๆ แล้วนำมาเรียงพิมพ์ใหม่ได้ เรียกว่า MOVABLE TYPE

ในปี ค.ศ.1525 มีการพิมพ์โฆษณาเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศเยอรมันเป็นการโฆษณาขายยา

ในปี ค.ศ.1704 ที่สหรัฐอเมริกา มีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกที่เมืองบอสตัน

ในปี ค.ศ.1741 เริ่มมีการโฆษณาในนิตยสารเกิดขึ้น เป็นนิตยสารที่ออกโดย เบนจามิน แฟรงคลิน (BENJAMIN FRANKLIN) สำหรับประกาศอังกฤษนั้น เป็นผู้นำด้านการโฆษณาของโลก จนกระทั่งปี ค.ศ.1712 หลังจากนั้นประเทศอังกฤษก็ได้สูญเสียความเป็นผู้นำให้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เพราะว่าโฆษณามีการพัฒนาเครื่องมือ สื่อโฆษณาและเทคนิคที่ทันสมัยเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ยังมีการตั้งบริษัทตัวแทนโฆษณาขึ้นทำหน้าที่รับจ้างทำโฆษณาในหน่วยงานธุรกิจต่างๆ โดยที่บริษัทไม่ต้องยุ่งยากกับการโฆษณาเองบริษัทนี้เป็นของนายเอ็น ดับบลิวเอเยอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(N.W.AYER) มีการจ้างนักเขียน ช่างศิลป์ และฝ่ายสร้างสรรค์ต่างๆ เตรียมพร้อมไว้ในบริษัท ทำให้เกิดธุรกิจบริษัทตัวแทนโฆษณาสมัยใหม่ขึ้น และเป็นต้นกำเนิดของตัวแทนโฆษณาต่างๆ และกลายเป็นธุรกิจการโฆษณาที่เรารู้จักกันดีในปัจจุบัน

ประวัติและวิวัฒนาการของงานโฆษณาในประเทศไทย

การโฆษณาสินค้าของคนไทย สมัยต้นรัตนโกสินทร์ก็คือการร้องขายสินค้า ซึ่งจะบอกขายสินค้าของตนไปยังลูกค้าได้โดยตรง เนื่องจากสมัยนั้นคนไทยยังมีจำนวนไม่มากนัก ต่อมาเมื่อประชากรเพิ่มขึ้น การโฆษณาในความหมายของ “ การสื่อสารในระดับมวลชน เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ” ก็ได้เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย และพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ

หลักฐานของการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนเป็นครั้งแรกของประเทศไทย คือหนังสือพิมพ์ภาษาไทย ชื่อ “หนังสือจดหมายเหตุ” (THE BANGKOK RECORDER) ซึ่งออกเป็นรายปักษ์ โดยหมอสอนศาสนาชาวอเมริกัน ชื่อ หมอบรัดเลย์ (DR.DAN BEACH BRADLEY) ออกครั้งแรกเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2387 หนังสือจดหมายเหตุนี้มี 8 หน้า และตีพิมพ์จำนวน 300 ฉบับ ถือเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับแรกของไทย แต่ออกได้หนึ่งปีก็เลิก เนื่องจากอุปสรรคหลายประการ

• สมัยรัชการที่ 4

หมอบรัดเลย์ ได้ออกหนังสือ “จดหมายเหตุ” อีกครั้งหนึ่งในสมัยรัชกาลที่ 4 เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ.2407 โดยในครั้งนี้มีการหารายได้จากการโฆษณา ผู้โฆษณารายแรกในหนังสือจดหมายเหตุ ได้แก่ คู่มวกอกต็อก (BANGKOK DOCK) โฆษณาขึ้นนี้มีลักษณะเป็นแจ้งความ มีขนาดเล็กคล้ายลักษณะโฆษณาย่อย (CLASSIFIED AD.) ในปัจจุบัน

• สมัยรัชกาลที่ 5

ในสมัยรัชกาลที่ 5 ตอนต้น หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษเกิดขึ้นเป็นฉบับแรกของเมืองไทยก็คือ “บางกอก เดลี่ แอดเวอร์ไทเซอร์” (BANGKOK DAILY ADVERTISER) เริ่มออกวันที่ 1 กันยายน 2411 พิมพ์ที่โรงพิมพ์ของหมอบรัดเลย์ ในระยะแรกมี 2 หน้า มีลักษณะเป็นใบปลิว ไม่มีข่าวสำคัญ นอกจากแจ้งความเกี่ยวกับการเดินเรือและแจ้งความโฆษณา และภายหลังก็เพิ่มขึ้นเป็น 4 หน้า โดยพิมพ์ข่าวพิธีกรรมทางศาสนา ข่าวมรณกรรมและข่าวสังคม จึงนับได้ว่า เป็นหนังสือข่าวโฆษณาหรือข่าวพาณิชย์รายวันฉบับแรกของเมืองไทย แต่อายุสั้นมากคือไม่ถึง 1 ปี

ในสมัยนี้ยังมีหนังสือพิมพ์รายวันออกมามากถึง 4 ฉบับ คือ “สยาม เดลี่ แอดเวอร์ไทเซอร์” (SIAM DAILY ADVERTISER) บางกอกไทม์ (BANGKOK TIME) สยามฟรีเพรส (SIAM FREE PRESS) และ สยามออฟเซอร์เวอร์ (SIAM OBSERVER) ซึ่งแต่ละฉบับก็มีลงโฆษณาด้วยกันทั้งสิ้น

นิตยสารฉบับแรกที่เป็นของคนไทยคือ “ดุริยวาร” ซึ่งออกระหว่างปี พ.ศ.2417-2418 เป็น นิตยสารรายสัปดาห์ มีเนื้อหาหลายประเภท เช่น เรื่องราชการ เรื่องต่างประเทศ สุภาพชนสนใจ รวมทั้ง แจ้งความโฆษณาสินค้า โฆษณาที่ลงในนิตยสารดุริยวารนั้น ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นการแจ้งความ การ เลหลังและการโฆษณาสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ ซึ่งในสมัยนั้นยังไม่เรียกว่าโฆษณา แต่เรียกว่า “ข่าวบอก ราคาสินค้า”

• สมัยรัชการที่ 6

ในสมัยนี้ได้มีบริษัทรับจ้างทำโฆษณาเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2467 ซึ่งมีชื่อว่า บริษัท สยามแอดเวอร์ไทเซอร์ ผู้ก่อตั้งและเป็นเจ้าของคือ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินฯ ซึ่งถือว่าเป็นบิดาของวงการโฆษณาไทย

• สมัยรัชกาลที่ 7

หนังสือพิมพ์ในสมัยรัชกาลที่ 7 แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงก่อนปี พ.ศ.2475 รูปแบบเนื้อหา หนังสือพิมพ์ในช่วงก่อนการปฏิวัตินั้นคล้ายคลึงกับในสมัยรัชกาลที่ 6 มีสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกัน และ เนื้อหาคล้ายคลึงกับกัน มีโฆษณามาก ต่อมาหลังการปฏิวัติ พ.ศ.2475 การเมืองมีอิทธิพลต่อวงการ หนังสือพิมพ์มาก สถานภาพของหนังสือพิมพ์เริ่มคลอนแคลน สิทธิและเสรีภาพถูกรีดรอน สภาวะการณ์ เช่นนี้เป็นเหตุให้การโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์เริ่มลดน้อยลงอย่างมาก

ในสมัยรัชกาลที่ 7 ยังมีเหตุการณ์สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาหลายประการด้วยกัน ที่สำคัญที่สุดคือ การเปิดสถานีวิทยุกระจายเสียงถาวรแห่งประเทศไทย วันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2473 สถานีวิทยุแห่งแรกนี้ชื่อ “สถานีวิทยุกรุงเทพฯ ที่พญาไท” หลังจากดำเนินงานได้ไม่นาน สถานีวิทยุประสบ กับวิกฤตการณ์การขาดทุน ดังนั้นที่ประชุมเสนาบดีจึงมีมติในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2474 อนุญาตให้ ห้างร้านประกาศโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงได้

• สมัยรัชกาลที่ 8

ในสมัยนี้ รูปแบบของงานโฆษณายังมีลักษณะคล้ายคลึงกับสมัยรัชกาลที่ 7 จนกระทั่งปี พ.ศ.2484 ญี่ปุ่นเปิดฉากสงครามมหาเอเชียบูรพาขึ้น ไทยเข้าร่วมกับฝ่ายอักษะเป็นเหตุให้ไทยถูกโจมตี ทางอากาศหลายครั้ง ส่งผลกระทบกระเทือนไปทั่วทุกวงการ รวมทั้งวงการโฆษณาด้วย

อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ.2485 พระองค์เจ้าหญิงมยุรฉัตร พระธิดาองค์โตในพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาภาณุพันธุวงศ์วรเดชและพระสวามีได้ทรงตั้งบริษัทรับจ้างทำโฆษณาขึ้นใช้ชื่อว่า “สำนักงานประกาศ” แต่เนื่องจากอยู่ในสภาวะสงคราม จึงต้องปิดกิจการไปในที่สุด

เมื่อสงครามสงบลง ได้มีหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษออกจำหน่ายในเมืองไทยฉบับแรก ชื่อว่า “แอสตันดาร์ต” รายสัปดาห์ ผู้ร่วมก่อตั้งและเป็นหุ้นส่วนคือ ครอบครัวกรมพระยาภาณุพันธุวงศ์วรเดช พิมพ์ที่โรงพิมพ์ของตนเอง คือ บริษัท จั ตราการพิมพ์

ต่อมา พ.ร.ว. พรรัตนถน สวัสดิวัตน์ บุตรชายของพระองค์เจ้าหญิงมยุรฉัตรสำเร็จการศึกษาจากประเทศอังกฤษ บริษัทนี้จึงได้ตั้งแผนกโฆษณาขึ้น โดยให้ ม.ร.ว. พรรัตนถน เป็นผู้จัดการแผนกโฆษณา

• สมัยรัชกาลที่ 9

ตั้งแต่ปี พ.ศ.2489 ซึ่งเป็นปีที่รัชกาลที่ 9 ได้เสด็จขึ้นครองราชย์สมบัติ สงครามโลกครั้งที่ 2 ได้สงบลง เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว มีสินค้าใหม่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย ลักษณะเช่นนี้ทำให้การโฆษณาทวีบทบาทสำคัญมากขึ้นทุกขณะ และเป็นพลังผลักดันให้เกิดบริษัทโฆษณาขึ้นอีก 3 บริษัท คือ ในปี พ.ศ.2495 ได้แก่ “โกรีกแอดเวอร์ตีซิง” (GROARKE ADVERTISING) ดำเนินการโดย MR.GROARKE, “บริษัท แกรีนท์ แอดเวอร์ตีซิง” (GRANT E. ADVERTISING) ซึ่งเป็นบริษัท โฆษณาสากลแห่งแรกที่เข้ามาในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2496 ส่วนอีกบริษัทหนึ่งได้แก่ “คาร์เธย์ แอดเวอร์ตีซิง” (CATHAY ADVERTISING) ซึ่งเข้ามาในปี พ.ศ.2497 ต่อมาได้ขายกิจการให้กับบริษัทโฆษณาสากลคือบริษัท เท็ด เบทส์ จำกัด

ในวงการโฆษณาได้ยกย่อง MR.GROARKE ว่าเป็นผู้บุกเบิกบริษัทโฆษณายุคใหม่ ต่อจากสมัยของ “สยามแอดเวอร์ตีซิง” ในปี พ.ศ.2467 จนกระทั่ง บริษัทโฆษณาได้วิวัฒนาการก้าวหน้ามาอยู่ในระดับของธุรกิจชั้นนำประเภทหนึ่งของประเทศไทยในปัจจุบันนี้

กิจการโฆษณาในประเทศไทย

จากหลักฐานที่ปรากฏพบว่า กิจการโฆษณาแห่งแรกที่ตั้งขึ้นในประเทศไทยเกิดขึ้นในปลายรัชกาลที่ 6 (พ.ศ.2467) มีชื่อว่า บริษัท สยามแอดเวอร์ตีซิง ผู้ก่อตั้งและเป็นเจ้าของ คือ กรมพระยาภาณุพันธุวงศ์วรเดช ซึ่งถือว่าเป็นบิดาแห่งวงการโฆษณาของไทย แต่เนื่องมาจากบริษัท ซึ่งมีฐานะทางการเงินไม่ดีเพียงพอ ทำให้ในภายหลังต้องเลิกกิจการไป

ตั้งแต่ปี พ.ศ.2489 ซึ่งเป็นปีที่รัชกาลที่ 9 ได้เสด็จขึ้นครองราชสมบัติ สงครามโลกครั้งที่ 2 ได้สงบลง เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว มีสินค้าใหม่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย ลักษณะเช่นนี้ทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ การโฆษณาทวีบทบาทสำคัญมากขึ้นทุกขณะ และเป็นพลังผลักดันให้เกิดบริษัทโฆษณาขึ้นอีกบริษัท คือ ในปี พ.ศ.2495 ได้แก่ “โกรักแอตเวอร์ไทซิง” (GROARKE ADVERTISING) ดำเนินการงานโดย MR.GROARKE, แกรัน แอนด์ อี แอตเวอร์ไทซิง (GRANT & E ADVERTISING) (2496) ส่วนอีกบริษัทหนึ่งได้แก่ “คาเธ่ย์ แอตเวอร์ไทซิง” (CATHAY ADVERTISING) ซึ่งเข้ามาดำเนินการในปี พ.ศ.2497 โดยใช้สื่อโฆษณาที่มีอยู่ในสมัยนั้นได้ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุกระจายเสียง

จากการเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้กิจการค้าภายในประเทศขยายตัว บริษัทที่มีขอบข่ายงานธุรกิจจะหว่งชาติเกิดขึ้นมากมายประกอบกับต่างประเทศได้หันมาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

นอกจากบริษัท แกรันท์ แอนด์ อี แอตเวอร์ไทซิง (GRANT & E ADVERTISING) ซึ่งเป็นกิจการโฆษณาขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกาได้เข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย ซึ่งเป็นบริษัทโฆษณาสากลแห่งแรกที่เข้ามาในประเทศไทยในปี พ.ศ.2496 ซึ่งในปัจจุบันบริษัทที่ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เคนยอน แอนด์ เอ็ดคาร์ท (ประเทศไทย) จำกัด หลังจากนั้นไม่นาน กิจการโฆษณาที่มีขอบข่ายงานทั่วโลกก็ได้ทยอยเข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย อาทิ บริษัท โอกลิวี่ แอนด์ เมเจอร์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท ลิงค์แมคคาร์น แอริคสัน จำกัด, บริษัท ลินตาส จำกัด, บริษัท เท็ดเบทส์ จำกัด, บริษัท พาร์คกิน จำกัด, บริษัท ลีโอบอร์เนทท์ จำกัด, บริษัท สยามนิปปอน คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ คนไทยที่เริ่มมีความรู้ความชำนาญในด้านการโฆษณา ก็ได้เปิดกิจการโฆษณาขึ้นอีกหลายแห่ง เช่น บริษัท ฟาร์อีสท์แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด, บริษัท โปรเกรสซีฟ พับลิซิตี จำกัด, บริษัท ดีทแฮล์ม โฆษณา จำกัด, บริษัท สหโฆษณา จำกัด และ บริษัท เบรนส์ จำกัด เป็นต้น

จากการที่มีกิจการโฆษณาเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทำให้มีการแข่งขันด้านผลงานโฆษณาอย่างมาก แต่อย่างไรก็ดี กิจการโฆษณาที่ประสบผลสำเร็จในระยะแรกมักเป็นกิจการโฆษณาของชาวต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่กิจการโฆษณาของคนไทยเองก็ประสบความสำเร็จอย่างสูง จนมีบริษัทโฆษณาของไทยเปิดขึ้นมาอีกมากมายในปัจจุบัน

วิวัฒนาการของกิจการโฆษณาในปัจจุบัน

เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว การประกอบธุรกิจการค้ามีลักษณะการแข่งขันกันมากขึ้น ประกอบกับการพัฒนาของสื่อมวลชนมีก่อตั้งขึ้น โดยมีจุดประสงค์ทางการค้าเพื่อเลี้ยงตัวเอง ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีส่วนส่งเสริมให้การโฆษณามีบทบาทสำคัญมากขึ้นทุกที จนกระทั่งธุรกิจการโฆษณาเริ่มกลายเป็นสภาพเข้าสู่ลักษณะของการเป็นอุตสาหกรรมเมื่อประมาณปี พ.ศ.2500 เป็นต้นมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

• ยุคฝรั่งต่างชาติ : พ.ศ.2500-2510

ยุคเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการโฆษณาถือว่าเป็นยุคของฝรั่งต่างชาติ เพราะบริษัทตัวแทนโฆษณาที่ทยอยกันเปิดดำเนินการในประเทศไทยต่างก็มีผู้บริหารเป็นคนต่างชาติทั้งสิ้น เริ่มต้นด้วย MR.GROARKE เป็นบริษัท "โกรีกแอดเวอร์ไทซิง" ในปี พ.ศ.2495 ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทโฆษณาที่มีบริการสมบูรณ์แบบ (FULL SERVICE AGENCY) แห่งแรกของประเทศไทยและเป็นบริษัทโฆษณาท้องถิ่น ส่วนบริษัทโฆษณาที่เป็นบริษัทสากล (INTERNATIONAL AGENCY) แห่งแรกที่เข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2496 ได้แก่ บริษัท แกรันท์ แอดเวอร์ไทซิง (GRANT ADVERTISING)

นอกจากบริษัทฝรั่งผู้บุกเบิกในระยะแรกแล้ว ในปี พ.ศ.2506 บริษัทโฆษณาของญี่ปุ่นเข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย เริ่มด้วยบริษัท เดนทิส (DENTSU) บริษัท ฮาคูฮาโด (HAKUHADO) และบริษัท ชูโอ เซ็นโก (CHUO SENKO) นับได้ว่านอกจากฝรั่งแล้ว ญี่ปุ่นก็ได้เข้ามาส่วนร่วมในการพัฒนาการของอุตสาหกรรมการโฆษณาของไทยตั้งแต่ยุคบุกเบิกเช่นเดียวกัน

ในช่วงปีนี้รูปแบบของการโฆษณายังมีลักษณะที่เรียกว่าโบราณอยู่มากเมื่อเทียบกับสมัยนี้ โดยเฉพาะการโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนใหม่ที่สุดในสมัยนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาง่ายๆ คือมีชั้นวางสินค้าที่นำมาแสดงเป็นตัวอย่างและมีโฆษกมาพูดโฆษณาสินค้านั้นๆ จนกระทั่งปี พ.ศ.2501 คุณสรพรพิสิริ วิริยศิริ ได้เปิด บริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณาขึ้นเป็นแห่งแรกคือ "สำนักงานโฆษณาสรพรพิสิริ" ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องแรก คือ โฆษณายาหม่องบริบูรณ์ปาล์ม นับเป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ของไทย

ในระยะนี้แม้ว่าสำนักงานตัวแทนโฆษณาส่วนใหญ่จะเป็นของฝรั่งและญี่ปุ่นก็ตาม แต่ก็ได้มีคนไทยตั้งบริษัทโฆษณาในลักษณะของบริการสมบูรณ์แบบ บริหารงานโดยคนไทยและมีพนักงานทั้งหมดเป็นคนไทย ได้แก่ "บริษัท โสภณโฆษณา" ซึ่งมี ม.ร.ว.พรพรรณภณ สวัสดิวัตน์ เป็นเจ้าของและกรรมการผู้จัดการ แต่บริษัทนี้ดำเนินกิจการอยู่ประมาณสองปี ก็ต้องล้มเลิกไปเนื่องจากมีบริษัทโฆษณาของต่างชาติเข้ามาเปิดกิจการมากขึ้น และเป็นที่ยอมรับของลูกค้ามากกว่า

ในสมัยนี้สินค้าในท้องตลาดส่วนใหญ่ เป็นสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ลักษณะการแข่งขันเพื่อส่วนแบ่งของตลาดยังมีไม่มากเท่าปัจจุบัน ทำให้งบประมาณในการจ้างบริษัทโฆษณาให้ทำจึงมีน้อย ธุรกิจของบริษัทโฆษณาในขณะนั้นจึงอยู่ในลักษณะที่ยังล้มลุกคลุกคลาน ระยะนี้เองที่บริษัทการค้าใหญ่ๆ ของฝรั่ง เช่น ดีทแฮล์มและลีเวอร์บริวารเธอร์ ได้เปิดแผนกโฆษณาในบริษัทตนเองขึ้น ซึ่งเรียกกันว่า

IN-HOUSE AGENCY ส่วนบริษัทการค้าของไทยที่เปิดแผนกโฆษณาของตนเองขึ้นมาในระยะไล่เลี่ยกัน ได้แก่ บริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด เปิดบริษัท ฟาร์อีส แอดเวอร์ไทซิง ขึ้นในปี พ.ศ.2507

ต่อมาในปี พ.ศ.2509 ก็มีบริษัทโฆษณาในลักษณะให้บริการสมบูรณ์แบบเปิดกิจการขึ้นอีกแห่งหนึ่ง ก่อตั้งโดยคุณประไพธ เปาว์โรหิตย์ อดีตนายกลสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยคนแรก ใช้ชื่อว่า บริษัท ไตร-แอดส์โฆษณา จำกัด ด้วยประสบการณ์ของคุณประไพธในด้านการตลาดและโฆษณา ทำให้ผลงานของบริษัทประสบผลสำเร็จอย่างดี เป็นที่กล่าวขวัญกันเกรียวกราวในสมัยนั้น บริษัท ไตร-แอดส์โฆษณา ได้ชื่อว่าเป็นบริษัทโฆษณาสมบูรณ์แบบ “ยุคใหม่” แห่งแรกของคนไทย และเจ้าของคือคุณประไพธ เปาว์โรหิตย์ ก็ถือกันว่าเป็นปรมาจารย์ด้านโฆษณายุคใหม่ในวงการโฆษณาไทย ไตร-แอดส์โฆษณาเปิดดำเนินกิจการอยู่ประมาณ 10 ปี ในที่สุดก็ต้องเลิกกิจการเพราะประสบปัญหาเดียวกับที่โสภณโฆษณาประสบมาก่อน คือ บริษัทโฆษณาต่างชาติขนาดใหญ่เข้ามาเปิดกิจการและแย่งลูกค้าไป ซึ่งลูกค้ารายใหญ่ในขณะนั้นมีอยู่น้อยราย จึงทำให้บริษัทของไทยขาดเงินหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ เพราะลูกค้าใหญ่ๆ มักจะต้องการให้งานโฆษณาทุกอย่างเสร็จเรียบร้อยเสียก่อนแล้วจึงจะจ่ายเงิน แต่ในการซื้อเนื้อที่หรือซื้อเวลาของสื่อมวลชน บริษัทโฆษณาจะต้องจ่ายเงินสด ซึ่งข้อนี้ทำให้บริษัทโฆษณาขนาดเล็กของไทยเสียเปรียบบริษัทโฆษณาต่างชาติ แต่ข้อดีของบริษัทต่างชาติก็ยังมีบ้างตรงที่ บริษัทโฆษณาเหล่านี้เปรียบได้กับมหาวิทยาลัยที่ประสาทศิลปะวิชาการโฆษณาให้กับนักศึกษาไทย นักโฆษณาเด่นๆ ของเมืองไทยในขณะนั้นล้วนแล้วแต่เคยผ่านงานมาจากบริษัทโฆษณาของฝรั่งทั้งสิ้น

• ยุคก้าวกระโดด พ.ศ.2510-2520

เมื่อทศวรรษแห่งการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการโฆษณาได้ผ่านไป การโฆษณาก็เริ่มออกงามและออกดอกออกผล ในช่วงทศวรรษที่ 2 บรรดาบริษัทข้ามชาติใหญ่ๆ เริ่มเข้ามาเปิดสาขาดำเนินกิจการ เช่น บริษัท เอส เอส ซี แอนด์ บี ลินตาส (SSC & B LINTAS) เข้ามาในปี พ.ศ.2513 และบริษัท โอกิลวี แอนด์ เมเธอร์ (OGILVY AND MATHER) เข้ามาในปี พ.ศ.2516 เป็นโอกาสให้คนไทยส่วนหนึ่งได้รับการฝึกอบรมและถ่ายทอดประสบการณ์ด้านการโฆษณาจากบริษัทเหล่านี้ ยุคนี้จึงเป็นยุคก้าวกระโดดของการโฆษณา การขยายตัวของโรงงานผลิตสินค้าภายในประเทศเป็นไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับมีการยอมรับกันอย่างกว้างขวางขึ้นว่า การโฆษณาคือเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งของการตลาด เป็นผลให้แผนกโฆษณาภายในบริษัทการค้าใหญ่ๆ แยกตัวออกมาดำเนินกิจการเป็นอิสระและเริ่มมีคนไทยเปิดบริษัทตัวแทนโฆษณาขึ้นบ้าง นอกจากนี้การเติบโตของวงการสื่อสารมวลชน การผลิตงานโฆษณา และความคิดสร้างสรรค์ก็พัฒนาก้าวหน้าตามไปด้วย จึงอาจจะถือได้ว่าในช่วงทศวรรษนี้ คือยุคที่การโฆษณาในประเทศไทยเริ่มพัฒนาอย่างจริงจัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากสินค้าบริโภคอุปโภคจะขยายตัวอย่างรวดเร็วแล้ว ในช่วงทศวรรษนี้ยังเป็นยุคของการเปิดตลาดส่งออก โดยรัฐบาลเริ่มเข้ามามีบทบาทสนับสนุนอย่างจริงจังเป็นครั้งแรก กิจการด้านบริการ เช่น การท่องเที่ยว การธนาคารและการเงินในรูปแบบต่างๆ มีการส่งเสริมและแข่งขันกันมากขึ้น ซึ่งย่อมหมายถึงงบประมาณการโฆษณาของสถาบันเหล่านี้ต้องเพิ่มปริมาณมากขึ้นด้วย

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในวงการโฆษณา

การขยายตัวด้านการตลาดมิได้เป็นเหตุการณ์อย่างเดี่ยวที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อธุรกิจโฆษณา แท้จริงแล้วการขยายตัวของอุตสาหกรรมการโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศไทยด้วยนับตั้งแต่เกิดวิกฤตการณ์น้ำมัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไปทั่วโลกเรื่องการขาดดุลการค้า ทำให้เกิดขบวนการต่อต้านของนักศึกษาที่เรียกร้องให้รัฐบาลเพิ่มมาตรการเข้มงวดกับบรรดาบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ ส่งผลให้รัฐบาลต้องหันมาให้การสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศ มีการออกกฎหมายจำกัดสิทธิคนต่างด้าวฉบับสำคัญ คือ ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 281 (สมัยรัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร) โดยเป็นกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว นอกจากนี้ยังมีมาตรการอื่นๆ อีก เช่น การเพิ่มภาษีนำเข้าสินค้า ซึ่งมาตรการเหล่านี้ต่างก็มีส่วนช่วยผลักดันและส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตภายในประเทศให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

ธุรกิจโฆษณาเปลี่ยนมาสู่มือคนไทยยกเว้นบริษัทอเมริกัน

จากมาตรการทางกฎหมายส่งผลให้บริษัทโฆษณาของญี่ปุ่นทั้งหมดเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบของการร่วมทุนแบบ JOINT VENTURES ส่วนบริษัทฝรั่งก็ต้องเพิ่มผู้ถือหุ้นชาวไทยให้มากขึ้นจนครบอัตราส่วนตามกฎหมายกำหนด ยกเว้นแต่บริษัทโฆษณาของอเมริกาซึ่งอยู่ภายใต้ "สนธิสัญญาทางไมตรีและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างสหรัฐอเมริกากับราชอาณาจักรไทย" ดังนั้นบริษัทโฆษณาของอเมริกันจึงคงสามารถใช้สิทธิตามความคุ้มครอง ที่ได้รับจากสนธิสัญญาดังกล่าวประกอบธุรกิจในประเทศไทยได้

จากมาตรการทางกฎหมายนี้ เป็นสาเหตุที่ทำให้บรรดาผู้จัดการชาวต่างชาติเริ่มหายหน้าไปจากวงการโฆษณา โดยมีผู้จัดการชาวไทยเข้ามาแทนที่มากขึ้น นักโฆษณาชาวไทยบางคนก็ลาออกจากบริษัทโฆษณาใหญ่ๆ ของต่างชาติ และมาตั้งบริษัทของตนเอง ทำให้มีบริษัทโฆษณาของชาวไทย (LOCAL AGENCY) เปิดดำเนินกิจการตามกันขึ้นมาอีกหลายบริษัท ซึ่งส่งผลไปถึงการขยายตัวของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บริษัทผู้ผลิตงานโฆษณา (PRODUCTION HOUSE) ด้วย การเกิดของบริษัทโฆษณาในยุคนี้ เป็นไปควบคู่กับการขยายตัวแผนกโฆษณาภายในบริษัทการค้าใหญ่ๆ ซึ่งจะแยกตัวออกจากบริษัทแม่มาดำเนินการเป็นบริษัทโฆษณาสอิสระ นั่นคือกลายสภาพจากการให้บริการภายในบริษัท (IN-HOUSE AGENCY) มาเป็นการให้บริการสมบูรณ์แบบ (FULL SERVICE AGENCY) ตัวอย่างเช่น ฟาร์อีส แอดเวอร์ไทท์ซึ่งเป็นแผนกโฆษณาของบริษัทสหพัฒนพิบูล จำกัด ซึ่งเริ่มดำเนินงานตั้งแต่ พ.ศ.2507 ก็ได้แยกตัวออกมาเป็นบริษัทโฆษณาสอิสระใน พ.ศ.2517 ต่อมาก็ได้มารวมตัวกับบริษัทโฆษณาลีโอเบอร์เนท ซึ่งเข้ามาเปิดสาขาในกรุงเทพฯ ตั้งแต่ พ.ศ.2518 ทั้งสองบริษัทเข้าร่วมงานกันใน พ.ศ.2519 ได้ชื่อว่า ลีโอเบอร์เนท ดีทีแอสล์ม โฆษณาจำกัด เป็นต้น

ในช่วงทศวรรษนี้มีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกด้านหนึ่งนั่นคือ การเปลี่ยนแปลงด้านกลุ่มเป้าหมาย ในทศวรรษแรกการโฆษณาส่วนใหญ่จะมุ่งไปสู่เป้าหมายกลุ่มแม่บ้าน ส่วนในทศวรรษที่ 2 การโฆษณาเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มแม่บ้านมาเป็นกลุ่มคนหนุ่มสาวและเด็กมากขึ้น

• ยุคพัฒนาสู่มาตรฐานสากล : 2520 - ปัจจุบัน

วิกฤตการณ์น้ำมันของโลกก่อให้เกิดผลกระทบด้านเศรษฐกิจไปทั่วทุกประเทศ รวมทั้งประเทศไทยด้วย แต่ในอุตสาหกรรมโฆษณาปริมาณเงินหมุนเวียนกลับเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และการทำงานของ บริษัทโฆษณาได้รับความเชื่อถือจากลูกค้ามากขึ้นเป็นลำดับ

อุตสาหกรรมโฆษณาเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงระยะตั้งแต่ พ.ศ.2520 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่าตัวเลขใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณาเพิ่มมากขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ พ.ศ.2522 จำนวน 1,557 ล้านบาท มาเป็น 3,535 ล้านบาท ในพ.ศ.2526 คือเพิ่มกว่าหนึ่งเท่าในระยะเวลา 5 ปี โดยที่การขยายตัวของบิลลิ่งโฆษณานั้นมิได้จำกัดเฉพาะบริษัทต่างชาติใหญ่ๆ เท่านั้น บริษัทโฆษณาของคนไทยก็มียอดบิลลิ่งเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ความตื่นตัวในวงการโฆษณาของยุคนี้จึงทำให้บริษัทโฆษณาข้ามชาติใหญ่ๆ ได้เปิดบริษัทโฆษณาสาขาของตนตามขึ้นมาอีก เพื่อบริการลูกค้ารายย่อย หรือลูกค้าซึ่งบริษัทแม่ไม่สามารถรับทำโฆษณาให้ได้ ในขณะที่มีบริษัทโฆษณาท้องถิ่น (LOCAL AGENCY) เริ่มเปิดกิจการกันมากซึ่งในระยะหลัง พ.ศ.2520 เป็นต้นมา

การเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่งในช่วงหลังของทศวรรษนี้คือ บริษัทโฆษณาต่างชาติและบริษัทโฆษณาท้องถิ่นที่เคยเผชิญหน้าและแข่งขันกันเมื่อทศวรรษก่อน ได้เปลี่ยนนโยบายหันหน้ามาร่วมมือหรือรวมตัวกันดำเนินกิจการทั้งนี้เพราะต่างฝ่ายต่างเริ่มตระหนักว่าตนจะได้รับผลประโยชน์จากการร่วมมือกันและกันมากกว่า



ชื่อ

นาย.กิตติศักดิ์ นวเลิศปรีชา

รหัสประจำตัว

MR.KITTISAK NAVALERTPREECHA

ประวัติการศึกษา

40030404

ระดับชั้นประถม

โรงเรียนภักดีวิทยา

ระดับมัธยม

โรงเรียนมัธยม วัดธาตุทอง

ระดับอนุปริญญา

โรงเรียน ไทยวิจิตรศิลป์ อาชีวะ (ปวช.)

ระดับอนุปริญญา

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขต อุเทนถวาย (ปวส.)

ระดับปริญญาตรี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประวัติการทำงาน

พนักงานเขียนแบบ

บริษัท DESING PEAK CO.,LTD

ที่อยู่

4. ซอย.อ่อนนุช 13. สวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้