

โครงการเสนอแนะศูนย์พัฒนาบุคลากรครบวงจร (กรุงเทพฯ)
PERSONAL DEVELOPMENT CENTER (BANGKOK)



นายวรุดิ ตันติพิษณุ

เลขหนังสือ.....
เลขทะเบียน..... 41217
วัน, เดือน, ปี..... 9 ส.ค. 2545

b.....
i.....

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)
ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2543-2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรม
ศาสตร์บัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)

.....คณบดีสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลธร เลื่อนฉวี)

คณะกรรมการสอบบัณฑิตวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลธร	เลื่อนฉวี	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรถพร	เพชรานนท์	รองประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤษฎา	อินทรสติย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอกพล	สิระชัยนันท์	กรรมการ
อาจารย์วชิรา	ธรรมาธิคม	กรรมการและเลขานุการ

..........อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤษฎา อินทรสติย์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ.....	ก
คำนำ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
บทที่ 1 บทนำ.....	1
- ความเป็นมาของโครงการ	
- เหตุผลในการเลือกโครงการ	
- วัตถุประสงค์ของโครงการ	
- ผลที่คาดว่าจะได้รับ	
- รายละเอียดที่ตั้งโครงการ	
- ขอบข่ายโครงการ	
- ขอบเขตโครงการ	
บทที่ 2 ข้อมูลประกอบโครงการ.....	10
2.1 ความสำคัญและความหมายของ"บุคลิกภาพ"	
2.2 ลักษณะสโมสร (ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านกายภาพ)	
- ลักษณะการดำเนินการของสโมสร	
- จุดประสงค์ของการให้บริการ	
บทที่ 3 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ.....	17
3.1 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบในลักษณะของการพัฒนาบุคลิกภาพ	
3.2 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบในลักษณะของการพัฒนากายภาพ	
บทที่ 4 ระบบสภาพแวดล้อมภายใน.....	35
4.1 ระบบปรับอากาศ	
4.2 ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง	
4.3 ระบบป้องกันอัคคีภัย	
4.4 ระบบป้องกันเสียง	
4.5 ระบบอุปกรณ์พิเศษเฉพาะโครงการ	
- ห้องเช่า	

บทที่ 5 หลักสูตร , นโยบายการดำเนินงาน และงานบริหาร.....	41
5.1 หลักสูตรของสถาบัน	
5.2 สายงานการบริหารและอัตรากำลัง	
บทที่ 6 การศึกษาพฤติกรรม.....	59
6.1 พฤติกรรมของผู้ให้บริการ	
- ประเภทของผู้ให้บริการ	
- พฤติกรรมของผู้ให้บริการ	
6.2 พฤติกรรมของผู้รับบริการ	
- ประเภทของผู้รับบริการ	
- พฤติกรรมของผู้รับบริการ	
บทที่ 7 การวิเคราะห์สู่การออกแบบ.....	71
- พฤติกรรมและการวิเคราะห์หาพื้นที่	
บทที่ 8 สรุปแนวทางการออกแบบและผลงาน.....	83
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	105
- การใช้วัสดุในการออกแบบ	
- การนัดเพื่อสุขภาพ	
- การอบเซาน้ำ	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการเสนอแนะ ศูนย์พัฒนาบุคลากรคุณภาพครบวงจร กรุงเทพฯ
ชื่อนักศึกษา	นาย วรวิทย์ ตันติพิเชษฐ
ที่อยู่	198/196 ซอย เชนต์หลุยส์3 ถนน สาทรใต้ เขต สาทร แขวงทุ่งวัดดอน กรุงเทพฯ 10120 โทร 2866272
ภาควิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
ปีการศึกษา	2543 - 2544

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษาโครงการนี้ คือ เพื่อทำการค้นคว้า , วิจัย , และ
เน้นให้เห็นบทบาทความสำคัญของการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน ศึกษาในเรื่องของพฤติ
กรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการภายในศูนย์พัฒนาบุคลากรคุณภาพครบวงจร กรุงเทพฯ เพื่อนำ
ความรู้มาปรับปรุงและใช้เสนอแนะกิจกรรม เพื่อให้เป็นโครงการที่สมบูรณ์แบบ โดยศึกษา
สภาพปัจจุบันของโครงการ ประเภทศูนย์พัฒนาบุคลากรทั่วไปทั้งข้อดีและข้อเสีย และ
ความน่าจะเป็นไปได้ ตลอดจนนโยบายของบริษัทและโครงการ เพื่อให้การออกแบบอยู่บนพื้น
ฐานความเป็นจริงทางด้านธุรกิจ ดังนั้นจึงเห็นสมควรที่จะดำเนินงานการศึกษาโครงการนี้ เพื่อ
ให้บรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าว

วิธีการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ พฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้โครง
การได้ทำการศึกษาวิจัยดังนี้

1. ศึกษาความเป็นมาของโครงการ
2. ศึกษาข้อมูลประกอบโครงการ
3. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโครงการ
4. ศึกษากิจการของสถานบริการด้านความงามและสุขภาพในประเทศไทยเพื่อเป็นกรณีศึกษา
ก่อนการออกแบบ
5. ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ
6. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ
7. ศึกษาแนวทางการออกแบบ และหลักเกณฑ์ในการออกแบบส่วนต่างๆภายในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาหรือต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. วิเคราะห์โครงการ
9. ศึกษาแนวทางการออกแบบ ตกแต่งสภาพแวดล้อมภายใน ให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมภายนอก, สภาพแวดล้อม, ที่ตั้งโครงการ และปัจจัยอื่น ๆ
10. สรุปผลการออกแบบตกแต่งโครงการ

สรุปผลการวิจัย

โครงการศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพครบวงจร กรุงเทพฯ เป็นสถานบริการชนิดครบวงจรที่อบรมและให้บริการในด้านการพัฒนาบุคลิกภาพและกายภาพ

การวางผัง และองค์ประกอบต่างๆ ภายในโครงการ รวมถึงรูปแบบการตกแต่งภายใน ถูกกำหนดโดยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

- ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม
- พฤติกรรมของผู้ใช้อาคาร
- ประโยชน์ใช้สอย
- โครงสร้าง และระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาหรือต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของเศรษฐกิจ, ติดต่อสื่อสาร, ความจำเป็นในการทำธุรกิจ และความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความจำเป็นของการแสดงออกของภาพลักษณ์ทางร่างกาย บุคลิกภาพที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือ การทำกิจกรรมายาทให้ถูกต้องตามหลักสากล ซึ่งจะปฏิเสธไม่ได้ว่าบุคลิกภาพที่ดีย่อมส่งผลถึง การประกอบกิจกรรม ต่างๆ ทั้งทางด้านธุรกิจ และสังคมไม่มากก็น้อย

ในต่างประเทศบุคลิกภาพที่ดี เป็นเรื่องที่ยอมรับกันมานานแล้วว่าเป็นสิ่งสำคัญ โดยได้เริ่มมีสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพต่างๆ กำเนิดขึ้นมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1923 หรือประมาณ 78 ปี มาแล้ว แต่สำหรับในประเทศไทยสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพเพิ่งเริ่มเป็นที่รู้จักกันเมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมา และยังขาดความเป็นเอกภาพ การมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนเพราะฉะนั้น วิทยานิพนธ์โครงการเสนอแนะสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพครบวงจร กรุงเทพฯ จึงเป็นโครงการที่แสดงให้เห็นถึง ความจำเป็นของการมีสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพที่ดีที่มีความเป็นมาตรฐานมีจุดยืนที่ชัดเจน เพื่อจรรโลงให้คนไทยมีกายภาพและบุคลิกภาพที่ดี มีความอ่อนโยนละเมียดละไม และยกระดับความเป็นมาตรฐานสากลของบุคลิกภาพทั้งเพื่อตนเอง และเพื่อสังคม

การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ได้ศึกษาข้อมูล บางส่วนจากวิทยานิพนธ์ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้ามาก่อนแล้ว รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม และรวบรวมใหม่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตกแต่งภายในได้ต่อไปอย่างชัดเจน

กิตติกรรมประกาศ

- ครอบครัวของผม
- อาจารย์ทุกท่านที่ช่วยแนะนำสั่งสอนและให้แต่สิ่งที่ดีตลอดระยะเวลา 5 ปี และตลอดไป
- อาจารย์ กฤษดา อินทรสถิตย์ ตลอดเวลาอาจารย์มีแต่ความรู้ ความเมตตา และความเข้าใจ ให้แก่ลูกศิษย์อยู่เสมอ
- อาจารย์เอกพล สิริชัยนันท์ คอยตักเตือนในข้อผิดพลาดเสมอมา
- อาจารย์วชิรา ธรรมาธิคม คอยตักเตือนและควบคุมเวลาในการทำงานอยู่เสมอ
- คุณปริญา พิภูลสวัสดิ์ จาก JOHN ROBERT POWERS สำหรับข้อมูลในการทำงาน
- คุณลาวัลย์ ปุกหุด จาก JOHN ROBERT POWERS สำหรับข้อมูลในการทำงาน
- คุณรัชนี้ จังเจริญจิตต์กุล จากสถาบันพัฒนาบุคลากรภาพ RC สำหรับความเอื้อเฟื้อเวลา และข้อมูลในการทำงาน
- คุณสายธาร จากสนามกอล์ฟปัญญา ปาร์ค สุวินทวงศ์สำหรับความกรุณาในเรื่องแบบแปลนอาคาร
- คุณสุวรรรณชัย สัมพันธ์ภักดี จาก IA 103 สำหรับทุกคำแนะนำ และ MATERIAL กงโต
- คุณกอบชัย บำรุงผล จาก IA 103 สำหรับทุกคำแนะนำ และ MATERIAL กงโต
- พี่โย (รหัส 35) ที่ให้แต่สิ่งดีๆ กับผมตลอดเวลาเลยครับ
- พี่อด สำหรับคำแนะนำ และความเอื้อเฟื้อในทุก ๆ อย่างที่ผมขอ
- พี่มาร์ช สำหรับคำแนะนำ และข้อมูลในการทำงานของพี่
- รหัส 35 พี่ต้อ, พี่ตู, พี่เล็ก, พี่โย, น้องนพ, น้องปุ และน้องบ๊อบ สำหรับทุกความช่วยเหลือ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา
- โรงเรียนอนุบาลมารีรัก
- โรงเรียนอัสสัมชัญ ทั้งแผนกประถม และ มัธยม
- เพื่อน ๆ ทุกคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นมาของโครงการ

ในปัจจุบัน บุคลิกภาพเป็นส่วนหนึ่งของความสามารถบุคคล , เส้นทางสู่ความสำเร็จ , ความสามารถในการเป็นผู้นำ , ความสามารถในการครองใจผู้คน และการผูกมิตรสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง ซึ่งล้วนเกิดในบุคคลผู้ที่มีบุคลิกภาพดีทั้งสิ้น ดังนั้นบุคลิกภาพที่ดีจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของผู้ที่ประสบผลสำเร็จ

องค์กรต่างๆ และบริษัททั่วไป ล้วนแต่ต้องการบุคลากรที่มีลักษณะเด่นในด้านอื่นซึ่งเป็นพลังสำคัญประกอบ ลักษณะเด่นที่ว่านี้คือ บุคลิกภาพที่ดีนั่นเอง เพราะบุคลิกภาพที่ดีมีความสำคัญลึกซึ้งกับความสำเร็จของกิจการทั้งหลายในวันนี้ หาได้ขึ้นอยู่กับความรู้ในวิชาอาชีพหรือวิชาเทคนิคที่ร่ำเรียนมาแต่อย่างเดียวไม่

นักวิชาการในประเทศสหรัฐอเมริกาพยายามค้นหาคุณค่าของบุคลิกภาพเป็นอัตราตัวเงินเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นว่าในระหว่างมันสมองที่เต็มไปด้วยความรู้ปราดเปรื่อง กับบุคลิกภาพที่มีคนนิยมมากกว่านั้น ใครจะประสบผลสำเร็จมากกว่ากัน

จากการวิจัยบุคคลผู้ซึ่งประกอบอาชีพวิศวกรกลุ่มหนึ่ง ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเพอร์ริวของประเทศสหรัฐอเมริกา และอยู่ในกลุ่มของบุคคลผู้ซึ่งสามารถทำคะแนนสอบได้สูงกว่าบุคคลทั่วไป สามารถทำรายได้เฉลี่ยต่อปีมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อปีของบุคคลทั่วไป ร้อยละแปด แต่ในการคัดเลือกวิศวกรที่มีบุคลิกภาพดีจากมหาวิทยาลัยเดียวกัน ปรากฏว่าวิศวกรที่มีบุคลิกภาพดีกว่าสามารถทำรายได้เฉลี่ยต่อปีมากกว่าบุคคลทั่วไป ถึงร้อยละสี่สิบหก หรือเปรียบเทียบในส่วนต่างแล้ว คือประมาณหกเท่า

ถ้าเราจะศึกษาชีวประวัติของนักธุรกิจ ที่สร้างตัวขึ้นมาจากความไม่มีอะไรเลย จนกระทั่งบุคคลทั่วไปยอมรับในความประสบความสำเร็จ เราจะพบว่าบุคคลเหล่านี้มีอยู่หลายคนที่มีความรู้และสติปัญญาอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น แต่ลักษณะอันหนึ่งซึ่งบุคคลเหล่านี้มีมากกว่าผู้อื่นก็คือ บุคลิกภาพที่เหนือกว่าผู้อื่นของตน

“บุคลิกภาพ” คำนี้ในทุกๆสาขาวิชาชีพ ย่อมหมายถึงความแตกต่างในระหว่าง ความสำเร็จและความล้มเหลวในการเจรจาตกลงเรื่องสำคัญ ๆ ได้อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตามถึงแม้ในปัจจุบันจะมีสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพต่าง ๆ ได้เปิดตัวขึ้นมาพอสมควร แต่ก็ยังไม่มีสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพใด ๆ ที่ครบวงจรทั้งทางด้านกายภาพและบุคลิกภาพ จึงก่อให้เกิดความยุ่งยาก และความสับสนของผู้ใช้บริการในการตัดสินใจและเกิดความขัดแย้งของหลักสูตรในการพัฒนาบุคลิกภาพของสถาบันต่าง ๆ

บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่แฝงเร้นในตัวบุคคลแต่ก็เป็นสิ่งที่สามารถสร้างหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้ ดังนั้นจึงขอเสนอโครงการศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพครบวงจรที่สามารถให้ความรู้ ความเข้าใจและพัฒนาบุคลิกภาพของมนุษย์ให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล ซึ่งศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพครบวงจรจะสามารถพัฒนาบุคลิกภาพมนุษย์ ทั้งทางด้านกายภาพและบุคลิกภาพได้อย่างชัดเจน และควบคู่กัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา^๒จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุผลในการเลือกโครงการ

1. โครงการศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพเป็นโครงการที่มีประโยชน์มากเพราะประเทศไทยยังขาดแหล่งที่เป็นศูนย์กลางในการศึกษาและทำกิจกรรมทางด้านการพัฒนาบุคลิกภาพอย่างสมบูรณ์และครบวงจร และยังขาดสถานที่เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบุคลิกภาพซึ่งเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงมิได้
2. ศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพที่ครบวงจรทั้งทางด้านกายภาพและบุคลิกภาพนั้นสามารถเรียกได้น้ำ้อยมากหรือยังไม่มีเมื่อเทียบกับอัตราส่วนของประชากรต่อพื้นที่ของกรุงเทพฯ ฯ ดังนั้นการจัดโครงการศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพครบวงจรนี้จึงเป็นการสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง
3. สถาบันพัฒนาบุคลิกภาพที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถทำหน้าที่ในการเสริมสร้างกายภาพและบุคลิกภาพที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการได้เท่าที่ควร เพราะในสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพแต่ละแห่ง ต่างก็มีจุดเด่นและจุดด้อยแตกต่างกันไปคนละด้าน ดังนั้นโครงการศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพครบวงจรจึงเป็นส่วนส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องบุคลิกภาพอย่างเต็มที่
4. นำเสนอสถานที่ที่เป็นแม่แบบของ ศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพครบวงจร เพื่อเป็นข้อพิจารณาในการสร้าง ศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพครบวงจรขึ้นอีกในจังหวัดอื่นๆ
5. เพื่อเป็นแหล่งพัฒนา ส่งเสริม กายภาพและบุคลิกภาพ ซึ่งผู้ใช้บริการจะสามารถพัฒนาตนเองได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยไม่ต้องทดลองด้วยประสบการณ์ของตนเอง
6. เพื่อเป็นแหล่งพบปะและพักผ่อน ที่มีประโยชน์รวมถึงการก่อให้เกิดความเข้าใจและความคุ้นเคยต่อการใช้จุดเด่นของบุคลิกภาพ และมารยาททางสังคม ซึ่งเป็นการส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เป็นแหล่งรวบรวมและเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาบุคลิกภาพให้แก่ นักธุรกิจและผู้สนใจทั่วไป เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและยกระดับความเป็นมาตรฐานสากลของบุคลิกภาพของประชาชนในประเทศไทยให้ทัดเทียมประเทศอื่นๆ
2. เพื่อจรรโลงใจคนไทยให้มีกายภาพ และบุคลิกภาพที่ดีมีความอ่อนโยนละเมียดละไม มีความเยือกเย็น สุขุมมากขึ้น
3. สนับสนุนให้บุคคลในวงการธุรกิจ และประชาชนทั่วไปใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
4. เป็นสถานที่ที่สามารถพัฒนากายภาพ และบุคลิกภาพได้ครบวงจร โดยผู้ให้บริการไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปศึกษาพัฒนาบุคลิกภาพในสถาบันต่างๆ หลายๆ สถาบัน และป้องกันการสับสนและขัดแย้งของหลักสูตรของสถาบันต่างๆ ที่ไม่สอดคล้องกัน
5. เป็นสถานที่ชุมนุม จัดกิจกรรมต่างๆ ที่เป็น มาตรฐานสากล โดยทางศูนย์ ฯ จะเปรียบเสมือนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ทางบุคลิกภาพ
6. เป็นสถานที่พักผ่อน สันทนาการยามว่าง รวมทั้งเป็นสถานที่ที่ผู้สนใจ และต้องการมีบุคลิกภาพที่ดีจะสามารถพบปะ และประกอบกิจกรรมร่วมกันได้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านการศึกษา

1. เป็นสถานที่ศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ในเรื่องของการพัฒนากายภาพและบุคลิกภาพ
2. เป็นการสร้างมาตรฐานที่ดีให้นักธุรกิจและประชาชนให้ในบุคลิกภาพที่ดีที่ทัดเทียมกับต่างประเทศ

ด้านสังคม

เป็นสถานที่พักผ่อนและเปิดโอกาสให้ประชาชน ตลอดจนผู้สนใจได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ด้วยการประกอบกิจกรรมทางด้านการส่งเสริมการพัฒนากายภาพและบุคลิกภาพร่วมกัน ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพประชากรในด้านความรู้ อารมณ์ และสังคม

ด้านวัฒนธรรม

เป็นการหล่อหลอมให้ผู้มาร่วมกิจกรรมทางด้านการพัฒนากายภาพและบุคลิกภาพ มีความรู้สึกเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และมีความสนิทสนมกลมเกลียวกัน

ด้านเศรษฐกิจ

1. เป็นการส่งเสริม และพัฒนาบุคลากรทางด้านวงการธุรกิจให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น เพื่อเป็นการก่อให้เกิดสภาพเศรษฐกิจที่ดี
2. เปิดโอกาสให้ผู้มีความสามารถและมีบุคลิกภาพที่ดีได้ถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ให้แก่ผู้สนใจ อันเป็นทางนำไปสู่ความเป็นสากลในแต่ละสาขาอาชีพต่อไปในอนาคต

รายละเอียดที่ตั้งโครงการ

โครงการศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพครบวงจรเป็นโครงการเสนอแนะที่ให้ความรู้ ความเป็นจริง เรื่องการพัฒนากายภาพและบุคลิกภาพ และตลอกจนการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงควรอยู่ในชุมชนเมืองหรือเขตต่อเนื่องกับเขตการศึกษา และเขตพาณิชยกรรม เพื่อให้ได้วัตถุประสงค์ของโครงการจึงได้เสนอที่ดินริมถนนรัชดาภิเษก ติดกับศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งมีหน้าตัดที่ดินประมาณ 120x240 เมตร และมีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตที่ดิน

ทิศเหนือ ติดต่อกับอาคารโรงงานยาสูบ

ทิศใต้ ติดต่อกับอาคารโรงงานยาสูบและศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับบึงยาสูบขนาด 200 x 828 เมตร และสวนสาธารณะขนาดเล็กของโรงงาน และถนนรัชดาภิเษก

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอาคารโรงงานยาสูบ

การเข้าถึงโครงการและการจราจร

ตัวโครงการอยู่ริมถนนรัชดาภิเษก ติดกับศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งมีช่องทางการจราจร 8 เลน 2 ช่องทางเดินรถ มีรถประจำทางผ่านหลายสาย การจราจรจะหนาแน่นเฉพาะช่วงเวลาเร่งด่วน นอกจากนี้ยังสามารถเข้าได้ถึง 5 ช่องทาง คือ ทางศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ทางถนนพระราม 4 ทางลงทางด่วนรัชดาภิเษก ทางสุขุมวิทซอย 4 และทางสุขุมวิทซอย 10

สภาพพื้นที่

สภาพพื้นที่ทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มริบบึงขนาดใหญ่ และสวนสาธารณะ ที่ดินบางส่วนเป็นอาคารโรงงานของโรงงานยาสูบ ซึ่งทางโรงงานมีโครงการที่จะย้ายออกไปต่างจังหวัดส่วนสภาพภูมิอากาศนั้นมีลักษณะเหมือนภาคกลางทั่วไป

สภาพแวดล้อม

มีสภาพแวดล้อมที่ดีเพราะตั้งอยู่ในส่วนที่ติดกับสวนสาธารณะและบึงยาสูบ อีกทั้งตัวโรงงานยาสูบก็มีโครงการที่จะย้ายออกไปนอกเมืองจึงช่วยลดการรบกวนจากปัญหามลพิษยิ่งขึ้น

การดึงดูดเข้าสู่ที่ตั้ง

เนื่องจากอยู่ติดศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์จึงเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป รวมทั้งตั้งอยู่ใจกลางเมืองจึงง่ายต่อการเดินทาง นอกจากนี้สภาพพื้นที่นั้นเป็นบึงขนาดใหญ่จึงเป็นที่ดึงดูดสายตาของบุคคลที่ผ่านไปมาด้วย

ความต่อเนื่องระหว่างพื้นที่กับหน่วยงาน

เนื่องจากตัวพื้นที่ตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองจึงทำให้สะดวกในการเดินทางจากที่ต่าง ๆ

ความเป็นย่านชุมชน การศึกษา และพาณิชย์กรรม

ตัวพื้นที่ใกล้กับย่านการศึกษาและพาณิชย์กรรมหลายแห่ง อาทิ ประสานมิตร ปทุมวัน คลองเตย อโศก และสุขุมวิท นอกจากนี้ยังใกล้กับอาคารพักอาศัย และอาคารสำนักงานอีกมากมาย

ความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยว

ใกล้ศูนย์การค้าหลายแห่ง อาทิ EMPORIUM, TIME SQUARE, ROBINSON, เฟลิมิจิต, ราชดำริ นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้กับสวนสาธารณะที่สำคัญหลายแห่ง เช่นสวนลุมพินี และ สวนสิริกิติ์

ระบบสาธารณูปโภค

เนื่องจากโครงการตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมืองจึงมีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน

การขยายตัวในอนาคต

ตัวพื้นที่มีขนาดใหญ่เพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวในอนาคตได้

สรุปวิเคราะห์การเลือกที่ตั้ง

1. มีปัจจัยหลายด้านที่เหมาะสมทั้งทางภูมิประเทศ การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค เศรษฐกิจชุมชน
2. มีสภาพแวดล้อม ที่ดี และสามารถเกื้อหนุนศักยภาพได้
3. ตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองซึ่งง่ายต่อการเดินทางมายังโครงการ
4. สามารถรองรับการขยายตัวได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบข่ายของโครงการ

1.PUBLIC AREA

- HALL
- INFORMATION & RECEPTION
- LOBBY & WAITING AREA
- TELEPHONE
- TOILET

2.PERSONAL DEVELOPMENT AREA

- CLASS ROOM
- COSTUME DESIGN
- COSMETIC ROOM
- CONFERENCE ROOM
- FUNCTION ROOM
- TEACHER ROOM
- EQUIPMENT & STAFF ROOM
- TOILET

3.PHYSICAL DEVELOPMENT AREA

- FITNESS
- AEROBIC ROOM
- MASSAGE ROOM
- MEN LOCKER & CHANGING ROOM
- WOMEN LOCKER & CHANGING ROOM
- SAUNA
- FIRST AID ROOM
- RELAX LOUNGE
- TOILET

4.ACTIVITY AREA

- RESTAURANT
- LOUNGE
- KITCHEN
- LIBRARY
- BEAUTY SALON
- BOUTIQUE
- GAMES ROOM

5.OFFICIAL AREA

- EXECUTIVE OFFICE
- OFFICE
- ADMINISTRATION & ACCOUNT
- STAFF ROOM
- STAFF CANTEEN
- TECHNICIAN
- STORAGE

6.EXTERIOR AREA

- SWIMMING POOL
- POOL BAR
- TENNIS COURT
- CARPARK

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา8ละต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการ

1.PUBLIC AREA

- HALL
- INFORMATION & RECEPTION
- LOBBY & WAITING AREA
- TELEPHONE
- TOILET

2.PERSONAL DEVELOPMENT AREA

- CLASS ROOM
- COSTUME DESIGN
- COSMETIC ROOM
- CONFERENCE ROOM
- FUNCTION ROOM

3.PHYSICAL DEVELOPMENT AREA

- FITNESS
- AEROBIC ROOM
- MASSAGE ROOM
- MEN LOCKER & CHANGING ROOM
- WOMEN LOCKER & CHANGING ROOM
- SAUNA
- RELAX LOUNGE

4.ACTIVITY AREA

- RESTAURANT
- LOUNGE
- LIBRARY
- BEAUTY SALON
- BOUTIQUE
- GAMES ROOM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา.จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2 ข้อมูลประกอบโครงการ

2.1 ความสำคัญและความหมายของบุคลิกภาพ

ความหมายของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพ มาจากศัพท์ภาษาอังกฤษว่า PERSONALITY ซึ่งมาจากรากศัพท์ภาษาลาตินว่า Persona แปลกว่า หน้ากากที่ตัวละครกรีกและโรมันในสมัยก่อนสวมใส่เพื่อแสดงบุคลิกลักษณะให้แตกต่างกัน ให้ผู้ดูแลเห็นได้ในระยะไกล (นิภา นิธยานน 2530 : 30)

นักจิตวิทยาตะวันตกที่มีชื่อเสียงหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “ บุคลิกภาพ ” ไว้ดังนี้

“บุคลิกภาพ เป็นหน่วยรวมที่ทรงพลังของระบบทางกายและจิตภายในตัวบุคคล ซึ่งกำหนดลักษณะการปรับตัว เป็นแบบเฉพาะของบุคคลนั้นที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของเขา (Allport.G.W. 1937 : 185)

บุคลิกภาพคือ การรวมตัวของการแสดงปฏิริยาโต้ตอบทางด้านจิตวิทยาและสังคมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะเป็นลักษณะที่แสดงออกทางด้านอารมณ์ จิตใจและพฤติกรรมของบุคคล (Good 1973 : 417)

บุคลิกภาพ คือ ตัวเราทั้งตัว หรืออัตตะ ที่แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออก และพฤติกรรม ต่างๆ ที่แสดงออกมานั้น จะเป็นกระจกเงาที่สะท้อนความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของคนนั้น ๆ (Ruch 1953 : 29)

บุคลิกภาพ คือ ลักษณะรวมของบุคคลและวิธีการแสดงออกของพฤติกรรมของแต่ละบุคคล เป็นเครื่องกำหนดวิธีการปรับตัวของแต่ละบุคคลในสิ่งแวดล้อมของเขา (Hilgard and Atkinson 1967 : 42)

ดร. สายสุรีย์ จุติกุล (2511 : 8) กล่าวถึงบุคลิกภาพว่าหมายถึงส่วนต่าง ๆ ของบุคคลรวมกันทำให้บุคคลอื่น ส่วนต่าง ๆ นั้นได้แก่ อุปนิสัย นิสัยใจคอความสนใจ ทัศนคติ วิธีการปรับตัวโครงสร้างของร่างกาย ซึ่งส่วนต่าง ๆ เหล่านี้จัดเป็นลักษณะที่สำคัญของแต่ละบุคคล

ดร. เฉลียว บุรีภักดี (2512 : 2) ได้ให้ความหมายของบุคลิกภาพว่าหมายถึง ลักษณะส่วนรวมของบุคคล ลักษณะส่วนรวมนี้ประกอบด้วยสิ่งที่ปรากฏทางร่างกาย นิสัยใจคอ ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมรวมทั้งมวลของบุคคลนั้น ซึ่งได้รวมอยู่ด้วยกันอย่างผสมกลมกลืนในตัวบุคคลนั้นนับตั้งแต่สิ่งที่เขาชอบหรือไม่ชอบสิ่งที่เขาสนใจเป้าหมายต่างๆ ในชีวิตของเขาสิ่งจูงใจต่างๆ ของเขาแนวคิดต่างๆ ของเขาลักษณะที่เขามองเห็นโลกรอบตัวเขาวิธีที่เขาใช้ในการแก้ปัญหา ฯลฯ ตลอดทั้งทุกสิ่งทุกอย่างนับตั้งแต่พฤติกรรมที่อาจจะมองเห็นได้ชัดเจนของเขาจนกระทั่งพฤติกรรมหรือความรู้สึกนึกคิดที่มองเห็นได้ยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปได้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึงลักษณะต่างๆของแต่ละบุคคลที่รวมกันแล้วทำให้บุคคลนั้นแตกต่างกับบุคคลอื่น ลักษณะต่างๆ เหล่านั้นได้แก่ อุปนิสัยใจคอ ความสนใจ ทักษะสติ ตลอดจนพฤติกรรมต่างๆ ที่บุคคลนั้นแสดงออกมา

ความสำคัญของบุคลิกภาพ

มนุษย์แต่ละบุคคลต่างมีแบบแผนการแสดงพฤติกรรมออกมาเป็นของตนเองเป็นการชี้ให้เห็นลักษณะเฉพาะของบุคคลนั้น แบบแผนและพฤติกรรมของแต่ละคนอาจจะมีส่วนคล้ายคลึงกันบ้าง แต่ไม่เหมือนกันไปเสียทั้งหมด การเรียนรู้แบบแผนพฤติกรรมของแต่ละบุคคลจะช่วยให้การอยู่ร่วมกัน ในสังคมเป็นไปอย่างราบรื่นมนุษย์สามารถปรับตัวและแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อพฤติกรรมของบุคคลต่างๆ ได้ถูกต้อง บุคลิกภาพจึงเป็นสื่อที่ทำให้เรารู้จักคนใดคนหนึ่งในภาพรวมทั้งหมดบุคลิกภาพมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตมนุษย์ในสังคม ทั้งในด้านส่วนตัวและอาชีพการงาน บุคลิกภาพที่ดีเป็นที่ชื่นชอบของคนโดยทั่วไป ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ ได้อย่างราบรื่น ช่วยส่งผลให้ชีวิตประสบผลสำเร็จในด้านอาชีพและส่วนตัวตามไปด้วย บุคลิกภาพทำให้ได้รับความเชื่อถือจากบุคคลที่แวดล้อมและทำให้บุคคลเกิดความเชื่อมั่นในตนเองซึ่งจะเป็นสิ่งที่จะเสริมสร้างพัฒนาบุคลิกภาพให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป คนที่มีบุคลิกภาพดี จึงมักจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานมากกว่าคนที่บุคลิกภาพด้อยในสังคมทุกแห่ง

2.2 ลักษณะของสโมสร(ที่เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาทางด้านกายภาพ)

ลักษณะของสโมสร

โดยปกติสโมสร คือ สถานที่ที่ชุมชนมาใช้เพื่อเป็นที่พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันตลอดจนหาความสุขสำราญในด้านต่างๆ ทั้งด้านการกีฬาตลอดจนเห็นที่รวมกันเพื่อส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิก รวมไปถึงการเสริมสร้างทักษะและไหวพริบต่างๆ ทั้งยังเป็นสถานที่ให้ความบันเทิงเริงรมย์ในด้านต่างๆ ต่อผู้ใช้ และให้เป็นที่รวมกันของผู้ที่ชอบอะไรเหมือนกัน

สโมสรเกิดขึ้นจากการที่ผู้คนได้ใช้สถานที่ใดที่หนึ่งซึ่งสะดวกพบปะพูดคุยกันในยามว่างเป็นประจำอาจเป็นร้านค้า ร้านกาแฟ สนามกีฬา ซึ่งต่อมาได้มีการพัฒนาขึ้นเป็นสโมสรอย่างจริงจัง สโมสรที่เกิดขึ้นที่ยุโรปเป็นแห่งแรกจะได้รับคามนิยมแพร่หลายไปทั่วโลกในปัจจุบันได้มีสถานที่ ๗ จัดอยู่ในลักษณะของสโมสรเป็นจำนวนมากทั้งของรัฐและเอกชน

เนื่องจากในปัจจุบันมีสถานที่เหล่านี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งบางแห่งมีลักษณะการให้บริการที่แตกต่างกันออกไปซึ่งสามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่ ตามประเภทและลักษณะการให้บริการ ดังต่อไปนี้

- สโมสรทั่วไป ในที่นี้หมายถึงสโมสรที่ให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปไม่จำเพาะเจาะจง เช่น สโมสร ข้าราชการตามจังหวัดต่างๆ สโมสรทางด้านกีฬา สโมสรบิลเลียด สโมสรเทนนิส
- สโมสรเฉพาะ ในที่นี้หมายถึงสโมสรที่ให้บริการเฉพาะสมาชิกของสโมสรเท่านั้น เช่น สโมสรนานาชาติ ราชกรีฑาสโมสร

นอกจากสถานที่ ๗ จัดอยู่ใน 2 ประเภทแล้วยังมีสถานที่ ๗ จัดอยู่ในลักษณะของกึ่ง สโมสร เช่น Night Club ที่บริการเฉพาะสมาชิก ได้แก่ รวมถึงสถานที่บริหารร่างกายต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งปกติสถานที่เหล่านี้มีขนาดเล็ก และบริการเฉพาะอย่างมีจุดประสงค์ของการดำเนินการ การไม่กว้างเกินไป

ลักษณะของการดำเนินงานของสโมสร

จากข้างต้นเราสามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่ของสโมสรได้เป็น 2 ประเภทที่จะมีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกันไป ดังนี้

1. สโมสรทั่วไป

สโมสรข้าราชการเป็นสโมสรของรัฐที่สร้างขึ้น สำหรับข้าราชการหรือประชาชนใน ท้องถิ่นนั้น ๆ ได้มาพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในฝ่ายของข้าราชการประชาชน พ่อค้า นักธุรกิจ และได้รับความบันเทิงจากสโมสรที่มีให้ เช่น ร้านอาหาร ดนตรี สนามเทนนิส สนามกีฬา ห้องเล่น Game ต่าง ๆ ตามอัตรากำลังและขนาดของสโมสร

การดำเนินงานของสโมสรข้าราชการ สโมสรข้าราชการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล หรือจากแรงศรัทธาของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ในการจะก่อตั้งขึ้นให้เป็นของส่วนรวมของข้าราชการ และประชาชนร่วมกันได้โดยปกติแล้วสโมสรประเภทนี้จะให้บริการตามอัตราที่ไม่ใหญ่โต และหรูหราฟุ่มเฟือยเกินไป

การดำเนินการโดยทั่วไป จะมีผู้ให้บริการที่ทางราชการจ้างมาช่วยดูแลการดำเนินงานของสโมสรนอกจากนี้สโมสรประเภทนี้อาจมีรายได้จากการให้บริการด้านต่างๆ ค่าบริการ ผู้เข้าชมและแข่งขันซึ่งรายได้เหล่านี้ทางสโมสรจะนำมาเป็นเงินทุนในการดำเนินงานและปรับปรุง ขบวนการบริการ ภายใต้อาณัติของทางราชการที่มีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบต่อสโมสรต่อไป

2. สโมสรเฉพาะ

สโมสรประเภทนี้ ส่วนมากจะดำเนินการโดยเอกชน เช่น สโมสรนานาชาติ ราชกรีฑาสโมสร ซึ่งสโมสรเหล่านี้ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นแหล่งพบปะกันของกลุ่มสมาชิก ต้องเสียค่าสมัครเป็นสมาชิก และเสียค่าบริการอีกต่างหากตามสิ่งบันเทิงต่าง ๆ ที่สโมสรมีให้ สโมสรประเภทนี้ค่อนข้างจะคัดเลือกสมาชิก แบบให้บริการสมาชิกเป็นพิเศษ

โดยปกติที่สโมสรเฉพาะ จะมีหลักการในการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

- ส่งเสริมความสามัคคีในหมู่สมาชิก
- ให้สมาชิกได้มีโอกาสพบปะ สนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ ตลอดจนทัศนคติที่ดีต่อกันอาจรวมไปถึงประโยชน์ในการติดต่อกัน
- เพื่อประกอบสาธารณะกุศลโดยทั่วไป
- เพื่อส่งเสริมการกีฬา และให้ความบันเทิงเริงรมย์ และเป็นการผ่อนคลาย ของสมาชิก

สโมสรเฉพาะนี้ จะมีกรรมการที่มีหน้าที่ดูแล และรับผิดชอบต่อสโมสรบางแห่งจะเป็น คณะกรรมการ และเป็นผู้ดำเนินงานที่ถาวรได้โดยได้รับการว่าจ้างจากเจ้าของสโมสร เช่น สโมสรนานาชาติ เป็นต้น แต่บางแห่งอยู่ภายใต้พระบรมราชูปถัมภ์ ทั้งนี้จะมีคณะกรรมการถาวรและ กรรมการที่ได้รับการคัดเลือกมาจากหมู่สมาชิกเพื่อเข้าร่วมการควบคุมดูแลการดำเนินการของสโมสร

สมาชิกของสโมสรเหล่านี้ส่วนมากเสียค่าสมาชิกเป็นรายปี ตามอัตราที่สโมสรกำหนดไว้ บางแห่งเสนอเป็นตลอดชีพและอาจมีการสืบทอดหรือโอนได้ สมาชิกมีสิทธิที่จะลาออกหรือ ถูกตัดสิทธิในฐานะการเป็นสมาชิกได้ ถ้าหากทำผิดกฎของสโมสร หรือทำสิ่งที่ไม่สมควรซึ่งอาจทำให้สโมสรเสื่อมเสียลงได้

สโมสรเฉพาะเข้มงวดเป็นพิเศษ ทั้งในด้านการให้บริการและลักษณะของสมาชิกเพื่อเสริมสร้างฐานะและชื่อเสียงของสโมสรให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นไปถึงแม้สโมสรประเภทนี้ จะมีเฉพาะแต่สมาชิกมาใช้เพียงอย่างเดียว แต่รายได้ของสโมสรประเภทนี้อยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นได้จาก

การพัฒนาทางด้านการศึกษา การบันเทิง การบริการของสโมสรให้ทันสมัย และยังมีรายได้ที่จะ
บริจาคเป็นสาธารณะกุศลในนามของสโมสร

3. สถานที่ ๆ จัดอยู่ในลักษณะกึ่งสโมสร

โดยมากเป็นสถานที่ ๆ จัดขึ้นมาเพื่อให้บริการเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่งหรือเฉพาะ ด้านซึ่งมี
ลักษณะการให้บริการแต่สมาชิกตามอัตราอายุการเป็นสมาชิก หรืออัตราค่าบริการเป็น วาระ ตัว
อย่างของสถานบริการจำพวกนี้ได้แก่สถานบันเทิงเรชมรมต่าง ๆ เช่น ไนท์คลับ ซึ่งบริการเฉพาะ
สมาชิกได้แก่ Elite Spar Nacicus

นอกจากนี้ได้แก่ สถานบริการประเภทส่งเสริมดูแลสุขภาพร่างกาย เช่น World Club สถาน
บริการร่างกายมากาเร็ด โจรเอนดรู จะเห็นได้ว่าสถานบริการเหล่านี้ให้บริการสมาชิกตามอายุของ
การเป็นสมาชิกของสถานที่เหล่านั้นสาเหตุที่จัดให้สถานที่บริการเหล่านี้อยู่ในลักษณะกึ่งสโมสร โดย
เหตุที่สถานที่เหล่านี้ให้บริการเพียงด้านใดด้านหนึ่งเฉพาะอย่าง และมีจุดประสงค์การดำเนินงานไม่
กว้างเกินไป และยังเป็นที่ยอมรับของสมาชิกได้ และ บางครั้งยังมีการให้ความบันเทิงใกล้เคียงกับ
สโมสรใหญ่ทั่วไปอีกด้วย

การดำเนินการของสถานที่จัดอยู่ในลักษณะของกึ่งสโมสร โดยทั่วไป เป็นสถานที่ จัดตั้ง
โดยเอกชน เพื่อให้บริการตามลักษณะโครงการมีเจ้าหน้าที่ดูแลเฉพาะอย่างเพื่อช่วยดำเนิน การ
สถานที่เหล่านี้มีรายได้เป็นจำนวนมากและมีให้บริการเป็นจำนวนมาก

การให้บริการของสถานที่เหล่านี้ จะเน้นตามจุดประสงค์ของโครงการ ซึ่งจะมีประชา
สัมพันธ์เชิงชุมชนให้เป็นสมาชิกมากมาย ตามปกติแล้วจะมีอายุการเข้ารับบริการไม่ถาวร มีการสับ
เปลี่ยนหมุนเวียนสมาชิกเรื่อย ๆ ดังนั้นแต่ละแห่งจึงต้องพยายามพัฒนาปรับปรุงการบริหาร ให้เป็น
ที่พอใจแก่สมาชิก เพื่อผลประโยชน์ภาคหน้า

หน่วยงานต่าง ๆ ของการบริการสโมสรโดยทั่วไป จากการกล่าวถึงลักษณะของสโมสร
ต่าง ๆ เราสามารถพอที่จะสรุปแนวทางการให้บริการ โดยทั่วไปของแต่ละประเภทได้ดังนี้

จุดประสงค์ของการให้บริการ

- ส่งเสริมความสามัคคีในหมู่สมาชิก
- ให้ความบันเทิงในด้านของการพักผ่อน ผ่อนคลายกับสมาชิก
- ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พุดคุย ทำกิจกรรมบาง
อย่างร่วมกัน
- เสริมสร้างสาธารณะกุศลและประโยชน์โดยทั่วไป
- ส่งเสริมสุขภาพและพลานามัยในหมู่สมาชิกในด้านการศึกษา การออกกำลังกาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ให้ความบันเทิงกับหมู่สมาชิกตามสิ่งบันเทิงที่สโมสรจัดไว้

การให้บริการแต่ละประเภทแนวทางการให้บริการของสโมสรต่างๆ โดยประมาณ

การให้บริการทางด้านนันทนาการ กีฬา สโมสรโดยทั่วไป จะมีการให้บริการทางด้านกีฬา เพื่อเป็นการเสริมสร้างพลานามัย เช่น สนามเทนนิส สนามแบดมินตัน สนามกอล์ฟ สนามฟุตบอล บาสเก็ตบอล โต๊ะปิงปอง สนามกีฬาในร่มต่างๆ เช่น สนามบาสเก็ตบอล ห้องเทเบิลเทนนิส ห้องบิลเลียด ตลอดจน Game room เป็นต้น

การให้บริการด้านบันเทิงเจริญรมย์ต่างๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม ห้องสมุด ห้องฟังเพลงฉายหนังโดยเฉพาะในค่ำคืนสำหรับเดินรำ

การให้บริการด้านบริหารร่างกาย และเสริมพลานามัยตามปกติการให้บริการประเภทนี้จะมีในสถานที่ ๆ จัดในลักษณะกึ่งสโมสร ซึ่งจะมีการให้บริการดังนี้

- ห้องบริหารร่างกาย
- ห้องอบไอน้ำ
- ห้องนวดตัว

การดำเนินงานของฝ่ายบริการ หมายถึง หน้าที่ของผู้ที่ดำเนินการดูแลควบคุมการให้บริการของสโมสร

เจ้าหน้าที่ส่วนกลาง ซึ่งรวมหมายถึงเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการที่มีหน้าที่ดูแลการดำเนินงานต่าง ๆ ในการทำงานที่ช่วยวางแผนหรือพัฒนาการดำเนินงานของพนักงานส่วนกลาง เพื่อการเจริญเติบโตของสโมสร

พนักงาน พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของสโมสรตามแผนกต่าง ๆ โดยมีหน้าที่ช่วยดำเนินงานและให้ความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการตามอัตรากำลังและขนาดของหน่วยงาน

โดยปกติ เจ้าหน้าที่ที่ดำเนินการได้รับการว่าจ้างจากเจ้าของกิจการเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นสโมสรข้าราชการหรือสโมสรศิษย์เก่าบางแห่งที่ผู้ดำเนินงานในหมู่คณะมาช่วยดูแลงาน

ลักษณะและพฤติกรรมของผู้เข้ารับบริการหรือเช่นใช้สถานที่

จากสโมสรทั่วไป จำแนกได้ 2 ลักษณะ

- สโมสรทั่วไป ซึ่งไม่จำกัดจำนวนสมาชิก ซึ่งให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป
- สโมสรเฉพาะให้บริการแต่เฉพาะสมาชิก ซึ่งแต่ละแห่งจะมีกฎข้อบังคับต่างๆ คล้ายคลึงกันและส่วนมากจะมีการรับสมัครเป็นสมาชิกถาวรได้ และสามารถโอนสิทธิ์การเป็นสมาชิกได้เช่นราชการหรือสโมสร

โดยทั่วไป สโมสรไม่จำกัดเพศ และอายุ ของผู้ใช้ ยกเว้น บริการบางแห่งที่ต้องจำกัด เพศ หรือ อายุของผู้ใช้ เช่น Night คลับ ห้องเล่นเกม

พฤติกรรมของผู้รับบริการโดยทั่วไป ผู้รับบริการสโมสรทั่วไปและสโมสรเฉพาะจะ คล้ายคลึงกัน คือ ผู้ที่เป็นสมาชิก จะมีสิทธิพิเศษในการใช้บริการโดยมีการลดค่าบริการ หรือสิ่งตอบแทนอื่น ๆ ซึ่งทางสโมสรต่าง ๆ เสนอให้ตามโอกาสและวาระต่างๆ กัน นอกจากนี้ผู้ที่เป็นสมาชิกของ สโมสรบางแห่ง ยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับของสโมสร เพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวมและ ผลประโยชน์ในหมู่คณะ จะเห็นได้จากการที่บางสโมสรมีการเพิกถอนภาพสิทธิการเป็นสมาชิกของ สโมสรของผู้นั้นได้

หลักการในการดำเนินการของสโมสรที่สรุปได้

ลักษณะการให้บริการของสโมสรขึ้นอยู่กับประเภทของสโมสร แต่โดยรวมแล้วมีจุดมุ่งหมาย ดังต่อไปนี้

- การตกแต่งภายในต้องดี และเหมาะสม
- สะอาด สดวกสบาย
- มีการให้บริการในด้านต่างๆ พร้อมเพรียง และเพียงพอ
- การบริการดี
- การต้อนรับเป็นมิตร สุภาพ และดี

สโมสรเป็นตัวคัดเลือกหรือรวมเอากลุ่มคนที่มีรสนิยม ความชื่นชอบทัศนคติคล้ายๆ กันหรือ ค่อนข้างไปในแนวทางเดียวกันมารวมกันเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น แต่งานหลักของสโมสร คือการให้บริการที่ดีแก่สมาชิก

บทที่3การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

3.1 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบในลักษณะการพัฒนาศิลปะ

โรงเรียน จอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส

โรงเรียน จอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส เป็นโรงเรียนสอนด้านพัฒนาศิลปะ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของนานาชาติ โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ เมือง บอสตัน สหรัฐอเมริกา และมีสาขาที่เมืองสำคัญต่างๆ มากกว่า 70 แห่งทั่วโลก เช่น นิวยอร์ก , ชิคาโก , ดอสแอนเจลิส , ฮาวาย ฮิดนีย์ , โตเกียว , มานิลา , สิงคโปร์ และจาร์กาต้า เป็นต้น

โรงเรียนจอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส นับว่าเป็นที่เชื่อถือและยอมรับของ นานาชาติ และบรรดาสตรีที่มีชื่อเสียง อาทิ เช่น แจ็คเกอลีน เคนเนดี โอนาสซิส , เจ้าหญิงเกรซแห่งโมนาโก ผู้ล่วงลับไปแล้ว , ไดน่า รอส , เจน ฟอนด้า , เอวา การ์ดเนอร์ ฯลฯ ก็ได้รับการอบรมการส่งเสริมศิลปภาพจากสถาบันนี้เช่นกัน

นายเพาเวอร์ส ได้ก่อตั้งโรงเรียนนี้ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2466 และได้ช่วยผู้เข้าอบรมแต่ละคนให้ค้นหาจุดบกพร่อง และพัฒนาตนเอง ซึ่งทำให้เธอเหล่านั้นสามารถวางตัวได้อย่างเหมาะสม ในสังคมทุกระดับ อีกทั้งสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทุกอย่างได้ไม่ว่าจะอยู่ในสังคมในประเทศใด

โรงเรียน จอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส ย้ำถึงประโยชน์ของความนับถือ และเชื่อมั่นในตนเอง วัตถุประสงค์ของการสอนภาคปฏิบัติและภาคทฤษฎี ของโรงเรียนคือ การเพิ่มเสน่ห์ให้กับผู้รับการอบรมโดยเน้นคุณสมบัติที่มีอยู่แล้วให้เด่นออกมา

การพัฒนาศิลปะ เป็นตลาดบริการที่เพิ่งได้รับความนิยมในประเทศไทยภายใน 8-9 ปีที่ผ่านมา จึงทำให้ตลาดบริการประเภทนี้มีขนาดเล็ก สถาบันจอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส เป็นผู้ประกอบการรายแรกที่เปิดธุรกิจการพัฒนาศิลปะนี้ในปี พ.ศ. 2528 ซึ่งบริษัทฯ ประสบปัญหาขาดทุนและมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสูง ด้วยความเป็นธุรกิจสูง ด้วยความเป็นธุรกิจขนาดเล็กจึงขาดเงินงบประมาณที่จะขยายตลาด ประกอบกับมีคู่แข่งเข้าสู่ตลาดหลังจากผู้บริหารเริ่มยอมรับการพัฒนาศิลปะ ด้วยความพยายามของ จอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส เพื่อรักษายอดขาย ความเป็นผู้นำตลาดขยายตัว

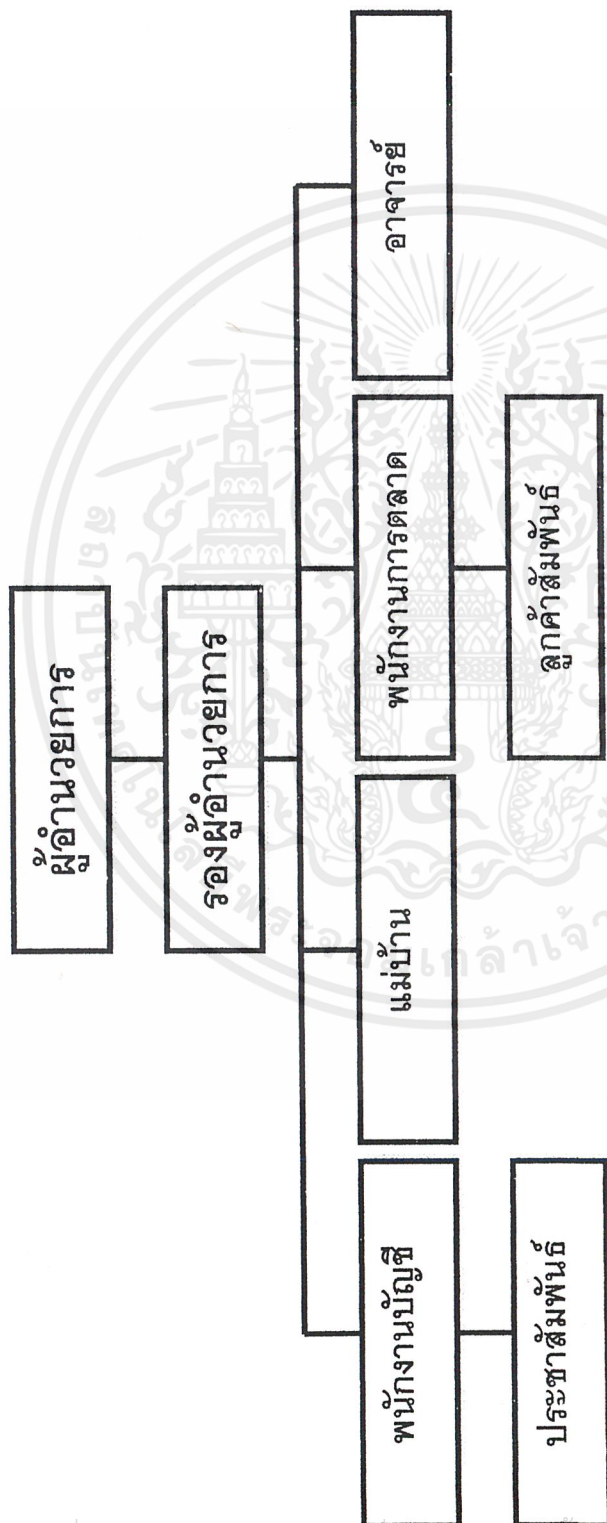
ความเป็นมาขององค์กร

สถาบันพัฒนาบุคลิกภาพ จอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2468 (ค.ศ. 1923) ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเล็งเห็นว่า บุคลิกภาพที่ดีเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาชีวิต สถาบันได้จัดการอบรม และฝึกฝนหัวข้อวิชาต่างๆ เพื่อสร้างบุคลิกลักษณะให้โดดเด่นเฉพาะตัว ขนาดของธุรกิจเป็นธุรกิจขนาดเล็ก คณะทำงานประกอบด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 18 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สายงานการบริหาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 19 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis)

ตลาดพัฒนาบุคลิกภาพเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กมากในประเทศไทย เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจว่าบุคลิกภาพจะได้รับการพัฒนาตั้งแต่สถาบันครอบครัว สถาบันศึกษาตลอดจนแนวทางการดำรงชีวิต อีกทั้งผู้ที่สนใจในบุคลิกภาพมักจะมีการศึกษาสูง และสำเร็จการศึกษาจากต่างประเทศ ไม่ค่อยใส่ใจที่รับการฝึกอบรมในสถาบันฝึกอบรมบุคลิกภาพในประเทศ สำหรับองค์กรต่างๆ ไม่เห็นความสำคัญของบุคลิกภาพต่อการทำงาน จึงไม่มีการพัฒนาหัวข้อบุคลิกภาพในโครงการอบรมหรือสนใจให้มีการอบรมในเรื่องนี้ ด้วยเหตุนี้ ตลาดพัฒนาบุคลิกจึงมีขนาดเล็กมาก มีมูลค่าประเมินไม่เกิน 20 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2537 และบริษัทฯ มีส่วนแบ่งตลาดอยู่โดยประมาณ 40%

แนวโน้มตลาดพัฒนาบุคลิกภาพจะขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ด้วยเหตุที่ วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไป ผู้หญิงและชายต่างต้องทำงาน เพื่อหารายได้สนับสนุนครอบครัวและต้องการความก้าวหน้าในชีวิต การงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่คนยุคนี้แสวงหา การแข่งขันในหน้าที่การงานมีสูงมาก บุคลิกภาพได้กลายเป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันให้ประสบความสำเร็จ และมีความเชื่อมั่นในตัวเอง คาดว่าตลาดนี้จะเติบโต 2-3 เท่าจากปัจจุบัน

การแข่งขัน

ในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ ไม่มีคู่แข่ง ด้วยเหตุที่ตลาดยังมีขนาดเล็กอยู่ ต่อมาหลังจากที่ตลาดได้มีการขยายตัวแล้ว จึงมีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดด้วยการทำธุรกิจเช่นเดียวกับ จอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส ดังนี้

- ศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพ เอ็มทีไอ เป็นสถาบันตัวแทนหน้าของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล คอสเมติกส์ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท สหพัฒนพิบูลย์ จำกัด มีการทำธุรกิจพัฒนาบุคลิกภาพ แต่งหน้า รวมทั้งแฟชั่นโชว์ ทางบริษัทฯ ดำเนินการช่วงระยะเวลาหนึ่งและไม่มีการพัฒนาโปรแกรมเพื่อเข้าตลาดอย่างจริงจัง เป็นธุรกิจที่ทำขึ้นเพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก คือเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในที่สุด เอ็ม ที ไอ ต้องออกจากตลาดพัฒนาบุคลิกภาพไป
- สถาบันบาร์บิซอน (Barbizon) เป็นธุรกิจพัฒนาบุคลิกภาพที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา และเป็นคู่แข่งสำคัญของจอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส ที่สหรัฐอเมริกาด้วย บาร์บิซอนเข้ามาร่วมงานกับโรงเรียนสอนตัดเสื้อกาลวิน ส่วนใหญ่จะจับตลาดนางแบบและเป็นธุรกิจที่ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก จึงไม่มีการพัฒนาโปรแกรมงานอย่างจริงจังในที่สุด บาร์บิซอนก็ออกจากตลาดนี้เช่นกัน
- บริษัท ภาษา โปรดัคชั่น เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการบันเทิงด้านการพูด มีรายการของตนเองในโทรทัศน์ ดำเนินรายการโดยคุณกรรณิการ์ณ ธรรมเกษร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มคนทุกระดับ มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 20 ข้อต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเปิดตัวบริษัท ภาษา อย่างจริงจัง ลักษณะของธุรกิจ ภาษาจะเน้นการพูดในชุมชนเป็นส่วน
ใหญ่และเสริมด้วยธุรกิจบุคคลิกภาพ

- สถาบันฝึกอบรม แมนแพาเวอร์ส ได้เข้าสู่ธุรกิจการพัฒนาบุคคลิกภาพในเวลาใกล้เคียงกับ ภาษา
โดยการดำเนินงานของอาจารย์วสันต์ พงศ์สุประดิษฐ์ ซึ่งเป็นผู้อำนวยการสถาบันแมนแพา
เวอร์ส ด้วย

พฤติกรรมผู้บริโภค

ตลาดบุคคลิกภาพเป็นตลาดสำหรับผู้ทำงานและผู้ที่ต้องการเข้าสังคม ต้องการความมั่นใจ
ในการพบปะ ตลาดถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ตลาดผู้บริโภค

ได้แก่

- ตลาดระดับสูง คือบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม การศึกษาดี รายได้สูง กลุ่มนี้ต้องการความเป็น
เฉพาะตัว โดยการเตรียมการเรียนแบบรายบุคคล ยินดีจ่ายราคาแพงขอให้ได้คุณภาพ การตัด
สินใจใช้บริการด้านนี้ จึงต้องอาศัยสถาบันที่มีชื่อเสียง ไว้ใจได้มีคุณภาพ และไม่เปิดเผยเรื่อง
ของลูกค้าต่อสาธารณชน
- ตลาดระดับกลาง คือ เจ้าของธุรกิจขนาดกลางหรือผู้ทำงาน ที่มีความมั่นใจในวิชาชีพอยู่แล้ว
แต่ต้องการเรียนรู้การเข้าสังคมที่ถูกต้อง การตัดสินใจเลือกบริการ จำค่านิ่งถึงราคา ชื่อเสียง
สถาบัน และความสะดวกในการเดินทางเป็นหลัก
- ตลาดระดับล่าง คือ ผู้มีรายได้ต่ำ กลุ่มนี้ไม่สนใจบุคคลิกภาพ ไม่มีอำนาจซื้อ แม้จะเข้าอบรมใน
ด้านนี้ อาจเกิดอุปสรรคในการเรียนรู้

2. ตลาดสถาบัน

ได้แก่

สถาบัน องค์กร หน่วยงานของรัฐต่าง ๆ ซึ่งเล็งเห็นความสำคัญของบุคคลิกภาพของพนักงาน
จะมีผลต่อประสิทธิภาพและภาพพจน์ของสินค้าองค์กรส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจบริการ

วิธีการสอน

1. สอนจากประสบการณ์

ประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญมาก และมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเป็นตัวอย่างที่ดี ซึ่งจะเป็นผลให้ผู้
เรียนรู้เกิดความศรัทธา เสียมนิสัยที่จะปฏิบัติตามข้อแนะนำ ผู้บริหารและพนักงานทุกคน รวมทั้งผู้
สอนจากภายนอก จะต้องมีความดี ให้สมกับชื่อสถาบันพัฒนาบุคคลิกภาพ โดยสามารถเห็นได้จาก
ก้าวแรกที่ย่างเข้ามาในสถาบันแห่งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 2x ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้อำนวยการมีประสบการณ์ในการใช้น้ำหอมด้วยตนเอง จึงสามารถแนะนำการใช้น้ำหอม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการแต่งกายที่เพิ่มเสน่ห์ให้กับผู้เรียนได้ เริ่มตั้งแต่การเลือกซื้อน้ำหอมครั้งละ 2-3 ขวด การไม่ซื้อขวดเล็ก เพราะสิ้นเปลือง และถ้าเป็นไปได้ก็ไม่ซื้อแบบหัวฉีดสเปรย์ เพราะฉีดแล้วฟุ้งกระจายอยู่ในอากาศบ้าง ที่ตัวบ้าง เวลาใส่น้ำหอมจะไม่ให้โดนเสื้อผ้าจะใส่คามจุดที่ต้องการ อย่างหลังหู ซอกแขน ข้อพับ และที่หนุนไหล่ โดยไม่ใส่ให้โดนตัวเสื้อผ้าที่เห็นภายนอก เพราะถ้าน้ำหอมโดนถูกเสื้อผ้าแล้วจะต่าง ซึ่งทำให้เสียบุคลิก เช่นเดียวกับเครื่องประดับ ยิ่งถ้าไม่ใช่ของจริง ถูกน้ำหอมแล้วก็อาจจะเสียได้ จึงควรใส่เครื่องประดับหลังการใช้น้ำหอม

2. แนะนำกลาง ๆ

จะไม่บอกว่าบุคลิกของผู้เรียนต้องใช้น้ำหอมยี่ห้ออะไร เพราะคนส่วนใหญ่ไม่ชอบให้ใครมา กำหนดหรือมายุ่งกับเรื่องส่วนตัวมากเกินไป ผู้เรียนชอบที่จะเลือกตัดสินใจเองให้เข้ากับบุคลิกของตน น้ำหอมบอกบุคลิกได้ การเปลี่ยนกลิ่นน้ำหอมก็จะเปลี่ยนความรู้สึกด้วย ดังนั้น การสอนส่วนใหญ่จึงเป็นลักษณะแนะนำเพื่อให้ความรู้สึกแบบกลางๆ เช่น ถ้าผู้เรียนเป็นคนหวานก็ใช้กลิ่นหวาน หน่อย ถ้าเป็นคนคล่องตัวก็ดูกลิ่นที่ออกสปอร์ตเล็กน้อย ถ้าไปงานกลางคืน ก็ใช้น้ำหอมที่มึกลิ่นแรง หน่อย หากไปกับคนพิเศษ ก็อาจใช้น้ำหอมที่คน ๆ นั้นชอบเพื่อเอาใจเขา

3. สอนเป็นกลุ่มย่อย

กลุ่มละ 10-12 คน และแยกกันระหว่างผู้หญิงและผู้ชายเพื่อสะดวกแก่การพูดคุยอย่างสบาย (โดยเฉพาะในเรื่องที่ไม่ต้องการให้เพศตรงข้ามรับรู้)

4. ใช้อาจารย์หมุนเวียนกันไปตามแต่หัวข้อที่จะเรียน

ส่วนผู้อำนวยการก็จะสอนเน้นหนักในเรื่องของอิริยาบถ และมารยาทในโต๊ะอาหารที่ได้เรียนมาโดยตรง ผู้สอนจากภายนอก จะคัดเลือกผู้ที่มีประสบการณ์ และมีความสามารถถ่ายทอดได้ดีในแต่ละหัวข้อ

กลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. กลุ่มผู้บริหารโรคทั่วไป

ได้แก่

- กลุ่มหลัก คือ ผู้บริหารระดับกลาง ได้แก่ ผู้ที่ทำงานในองค์กรเอกชน เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กที่ต้องการความมั่นใจในวิชาชีพ
- กลุ่มรอง คือ ผู้บริหารระดับสูง เป็นบุคคลมีชื่อเสียง มีรายได้ดี ต้องการการฝึกอบรมและบริการ เฉพาะแบบรายบุคคล

2. กลุ่มสถาบัน

ได้แก่

องค์กรต่างๆ โดยเฉพาะองค์กรที่ทันสมัย เห็นความสำคัญของบุคลิกภาพพนักงานขององค์กรที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน

การพัฒนาการเรียน การสอน

การพัฒนาหลักสูตรของการอบรมให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพครบวงจรได้ใช้เวลาในการศึกษาแต่ละหลักสูตรเป็นเวลาประมาณ 30 ชั่วโมง ซึ่งประกอบด้วย การแต่งหน้า แต่งกาย อิริยาบถ การเข้าสังคม การนำเสนอในสาธารณชน การพูด การโภชนาการ และจิตวิทยา

- ปรับปรุงวิธีการเรียน การสอน โดยมีการประสานงานกับวิทยากรอย่างต่อเนื่อง วิทยากรจะได้รับการอบรม ถ่ายทอดถึงความรู้โดยเน้นมาตรฐานสากลผ่านอุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ และผ่านผู้อำนวยการสถาบันฯ ทั้งนี้ ความรู้สึกต่างๆ ได้มีการนำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยโดยยึดถือมาตรฐานระดับชาติ
- อุปกรณ์ทันสมัย สถาบันฯ มุ่งเน้นคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด ดังนั้น จึงให้การสนับสนุนสื่อการเรียน การสอนที่ทันสมัย
- ห้องเรียน มีการตกแต่งขนาดให้เหมาะสมเพื่อใช้บรรยายที่ได้มาตรฐานตามหลักสากลมีจำนวน 4 ห้องเรียน แต่ละห้องสามารถบรรจุได้ 20 คน แต่ทางสถาบันฯ คำนึงถึงคุณภาพ ฉะนั้น ในทางปฏิบัติจึงรับเพียง 15 คน ต่อห้องเท่านั้น ซึ่งเป็นจำนวนที่ได้รับการทดลองแล้วว่า เหมาะสมที่จะเกิดประสิทธิภาพในการถ่ายทอด และรับรู้ได้ดีที่สุด เนื่องจากจะมีการตอบสนองทั้งผู้เข้ารับการฝึกอบรมทุกคนและวิทยากร

RC DEVELOPMENT CENTER

สถานที่ตั้ง 101 ซอย เจริญนคร 37

ขนาด 120 ตร.ม.

จำนวนเจ้าหน้าที่ 6 คน

จำนวนผู้เข้าใช้ 15-20 คน/วัน (ธรรมดา)

วันหยุด 50 คน/วัน

RC เป็นสถาบันสอนอบรม และ พัฒนาบุคลิกภาพ ที่เน้นความสำคัญที่เด็กมากกว่าสถาบันอื่นๆ และยังเน้นความใกล้ชิดของผู้สอนกับผู้เรียน หลักสูตรการสอนค่อนข้างยืดหยุ่น และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามเหมาะสม

ภายในตัวสถานที่ หลังจากทางเข้าแล้ว จะเป็น ห้องเรียน (ใช้ทั้งเรียนเดินแบบ การเดิน รวมถึงเรื่องบุคลิกภาพด้วย) และ WAITING AREA และบนชั้นลอยจะมีห้องน้ำ และ ส่วนพักคอยอีกส่วน ซึ่งสามารถมองเห็นห้องเรียนได้เป็นลำดับต่อมา

ในการเรียนแต่ละครั้งจะกำหนดจำนวนผู้เรียนไว้ที่ประมาณ 10-12 คน เท่านั้น เพื่อความใกล้ชิดของผู้เรียน และผู้สอน

CONCEPT เน้นบรรยากาศแบบเป็นกันเอง

PLAN แบ่งตามข้อจำกัดทางด้าน ขนาดพื้นที่

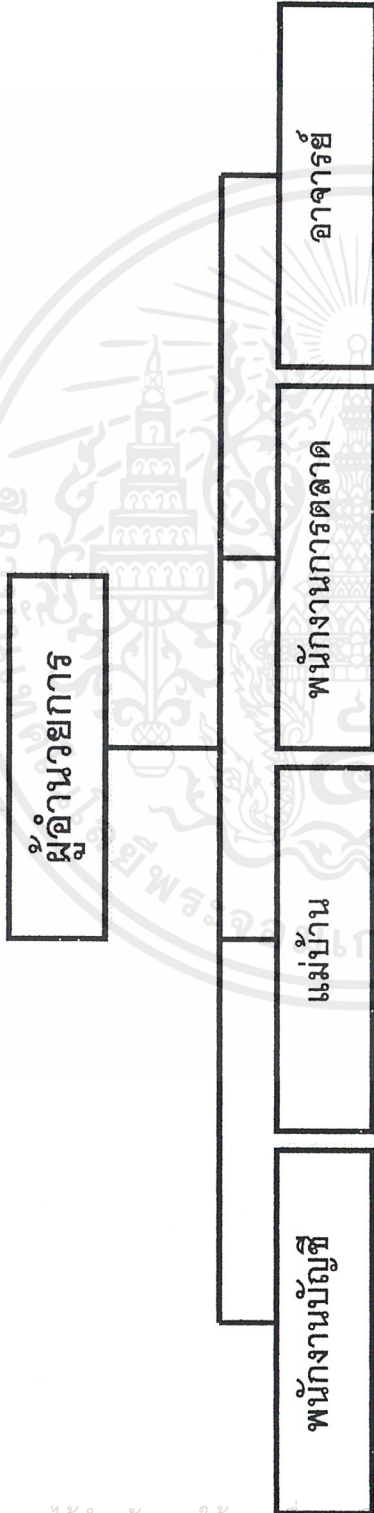
พื้นที่ ปูพื้นด้วยวัสดุ พรม และ กระเบื้องยาง

ผนัง ยิปซัมบอร์ดฉาบเรียบ และ กระจก

บรรยากาศ แบบเป็นกันเอง

สี โทนขาว , เทา , น้ำตาล และน้ำเงิน

สายงานการบริหาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบในลักษณะการพัฒนากายภาพ

MUSCLE & HEART

สถานที่ตั้ง ชั้น 6 ตึก FBT SPORTS COMPLEX ถนน รามคำแหง

ขนาด 600 ตร.ม.

จำนวนเจ้าหน้าที่ 15 คน

ประเภทผู้รับบริการ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. สมาชิก
2. ผู้ใช้บริการแบบ WALK - IN

สัดส่วนของผู้ใช้บริการที่เป็นแบบ WALK - IN มีประมาณ 20 % ของผู้ใช้บริการทั้งหมด โดยเฉลี่ยแล้ว มีผู้เข้าใช้บริการ ประมาณ 100 คน ต่อวัน

MUSCLE & HEART เป็นศูนย์ออกกำลังกายที่มีโปรแกรมให้เลือก เช่น ลดน้ำหนัก , ฟื้นฟูสมรรถภาพ , กระจกสัดส่วน , และโปรแกรมสำหรับผู้ป่วยเป็นโรค เบาหวาน , ความดันโลหิตสูง , โรคหัวใจ

และมีการตรวจสภาพร่างกายของสมาชิกใหม่ เพื่อเช็คความเหมาะสมในการออกกำลังกาย จึงมีห้อง CLINIC TEST และในส่วนอื่นก็ยังมีบริการ AEROBIC , WEIGHT TRAINING , MASSAGE , JUICE BAR , CARDIOVASCULAR , LOCKER ROOM , STEAM ROOM PLAN จุดเด่นคือการแบ่ง FUNCTION ของ ชาย และ หญิง โดยแบ่งห้องออกเป็นสองส่วน และมีทางเดินคั่นกลาง

CONCEPT ดูเรียบง่าย ลักษณะโดยรวมเป็น MODERN STYLE

พื้นที่ บริเวณโถงปู แกรมิตสีดำ ห้อง AEROBIC ใช้ไม้ และห้อง WEIGHT ปูพรม

ผนัง กระจก ไม้ และ เตินลายสีดำ

วัสดุ ไม้เป็นหลัก

บรรยากาศ เรียบง่าย สบายๆ เน้นความโปร่งเพื่อให้เห็นถึงกิจกรรม

สี น้ำตาลของไม้ และสีดำ

CENTER POINT SPORT CLUB

สถานที่ตั้ง ที่ตั้ง กม.7 บางขุนเทียน กรุงเทพฯ

ขนาด 2500 ตร.ม.

จำนวนเจ้าหน้าที่ 50 คน

จำนวนผู้เข้าใช้ 70 คน/วัน (ธรรมดา)

วันหยุด 200 คน/วัน

CENTER POINT เป็น SPORT CLUB แถบชานเมือง มีบริการกีฬาทั้งกีฬาในร่มและกลางแจ้ง เช่น สระว่ายน้ำ , สนามเทนนิส , แบดมินตัน , FITNESS , AEROBIC , WEIGHT ROOM , SAUNA , STEAM และ FUNCTION ที่เปลี่ยนไปเพราะมีผู้ใช้บริการน้อย คือ SNOOKER , TABLE TENNIS , KARAOKE , GAMES ROOM

CONCEPT เน้นบรรยากาศการพักผ่อน

PLAN แบ่งตาม FUNCTION โดยมี LOCKER ROOM อยู่ที่ชั้นหนึ่ง และแบ่งพื้นที่ที่เหลือเป็นสองห้อง คือ สระว่ายน้ำ และกิจกรรมอื่นๆ ส่วนชั้นสองเป็นห้องออกกำลังกาย และชั้นสามเป็นยิม แบดมินตัน

พื้นที่ ปลูกวัสดุตาม FUNCTION โถงไปด้วยหินกาบเพราะเป็นส่วนต่อเนืองที่มีลักษณะแบบ SEMI OUTDOOR ส่วนห้องAEROBIC ปลูกด้วยวัสดุ พรม และ ไม้ ผนัง กระจก ไม้ และ ยิบซั่มบอร์ดฉาบเรียบ

บรรยากาศ เรียบง่าย สบาย และให้ความรู้สึกในการพักผ่อน สี โทนขาว , เทา และน้ำตาลจากวัสดุจำพวกไม้

FITNESS

เป็นห้องสี่เหลี่ยมผืนผ้า ประกอบด้วยส่วน COUNTER มีเจ้าหน้าที่แนะนำวิธีการเล่น และคอยดูแลปฐมพยาบาลเบื้องต้น ส่วนพักคอยและ WORK UPเป็นSOFAพักคอยและ เาะระอง พร้อมป้ายบอกท่าทางWORK UP มี10 เครื่องบริหาร เช่น LEG EXTENTION,SHOULDER PRESS,SEATER LEG CURL,SITT UP เป็นต้น และ 6 ลูกวิ่งซึ่งจะหันหน้า TAKE VIEW ภายนอก ได้ การตกแต่งเรียบๆ ใช้ผนังสีขาว กระจกด้วยไม้สีอ่อน และกระจกกระจกลงในบางส่วน พื้นปูพรม เพดาน มีไฟส่องลงมา

SWIMMING POOL

เป็นสระมาตรฐาน 50 X 25 m.ลึก 150-170 cm. มีสระเด็กมีผู้คอยดูแลตลอด มีการ TESTค่ามาตรฐานของน้ำโดยมีการใส่สารเคมี ปริมาณความเป็นกรด-ด่าง มีส่วนห้องระบบสระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาหรือต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วายน้ำ PUMPน้ำ เครื่องกรองน้ำ เครื่องเติมสารเคมี และมีห้องเก็บสารเคมีโดยเฉพาะ เช่น คลอรีน, กรดเกลือ

LOCKER

ชาย-หญิงมีขนาดใกล้เคียงกันโดยจะมีส่วนSAUNAแยกกันฝ่ายละ 1 ห้อง มี COUNTERแจกผ้าเช็ดตัว เครื่องดื่มและกุญแจLOCKE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา28จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ROYAL GARDEN SPA & FITNESS CLUB (PATTAYA)

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

ลักษณะโครงการ เป็นสถานบริการเพื่อสุขภาพและความงามโดยเน้นผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความเครียดเป็นสำคัญ อาศัยเทคนิคการนวดและ TREATMENTS ควบคู่ไปกับการออกกำลังกายเพื่อให้สุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง

ประเภทผู้รับบริการ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

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

สัดส่วนของผู้ใช้บริการที่เป็นแขกของโรงแรมมีประมาณ 20 % ของผู้ใช้บริการทั้งหมด โดยเฉลี่ย แล้ว มีผู้เข้าใช้บริการ ประมาณ 100 คน ต่อวัน

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย เป็นชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีฐานะค่อนข้างสูง โดยเป็นทั้งนักท่องเที่ยวของ โรงแรม นักธุรกิจ และผู้ที่พักอาศัยในแถบพัทยา

เพศ ชาย ประมาณ 60% และ หญิง 40 % ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดในปัจจุบัน และเป็นชาวต่างชาติ 70 % และคนไทย 30 % ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดในปัจจุบัน

องค์ประกอบกิจกรรมของโครงการ แบ่งออกเป็น 2 ชั้น ได้แก่

- Roof floor ประกอบไปด้วย

1. Hall & waiting area
 - Reception (key & towel control)
2. Gym room
3. Female locker room
 - Locker
 - Changing room (2 rooms)
 - Shower room (6 rooms)
 - w.c. (2 rooms)
 - Sauna room limit 8-10 persons(1 rooms)
 - Dressing area (2 Seats)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 29 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. Male locker room
 - Locker
 - Shower room (6 rooms)
 - w.c. (1 rooms 2 urinals)
 - Sauna room limit 8-10 persons(1 rooms)
5. Back of house
 - Towel storage
 - Office

6. Aerobics room

- Mezzanine floor ประกอบไปด้วย

1. Juice bar
2. Conference room
3. Massage room (4 rooms)
4. Salon (2 styling chairs)
5. Steam room (10 – 15 persons)
6. w.c. (female 2 rooms, male 1 room)
7. Back of house
 - Mechanical room
 - A.H.U.

ปัญญาอินทรา

ที่ตั้ง 99/1 หมู่ 6 रामอินทรา กม.9 คันนยาว กทม.

เจ้าของ ปัญญา กรุ๊ป

อาคารและสภาพแวดล้อม

อาคาร CLUB HOUSE ประกอบไปด้วย

ชั้นใต้ดิน (BASEMENT)

- SERVICE PARKING
- CADDY AREA & WC.
- STORAGE
- CONTROL ROOM

ชั้นที่ 1 (GROUND FLOOR)

- REGISTRATION
- LOBBY
- OFFICE
- ADMINISTRATION
- PROSHOP
- MEN & WOMEN TOILET
- MEN & WOMEN LOCKER
- LAUNDRY

ชั้นที่ 2 (SECOND FLOOR)

- FUNCTION ROOM
- LOUNGE
- COFFEE SHOP
- PRIVATE DINING
- VIP ROOM
- CHINESE RESTANT (CLOSE)
- KITCHEN

ชั้นที่ 3 (THIRD FLOOR)

เป็นส่วนของงานระบบภายในอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DESIGN ANALYSIS

CONCEPT & THEME

ลักษณะการตกแต่งโดยรวมของอาคารนี้ เป็นแนว CONTEMPORARY โดยใช้วัสดุเป็นไม้โอ๊คเป็นส่วนใหญ่ มีความสง่า และดูหรูหรา

ATMOSPHERE

บรรยากาศค่อนข้างดูโอ่โถง เนื่องจากในส่วน LOBBY, COFFEE SHOP และ FUNCTION ROOM เป็นเพดานสูง เจาะช่องแสง และ SKYLIGHT โดยรอบ และการใช้ไม้ในการตกแต่งเป็นส่วนใหญ่ประดับด้วย ทองเหลือง, พื้นพรม, เฟอร์นิเจอร์เป็นหนัง ได้บรรยากาศแบบ ตะวันตกที่ไม่หรูหราจนข่มผู้ใช้จนเกินไปนัก แต่ก็พอที่จะให้ความรู้สึกสง่าและมีเกียรติต่อลูกค้า

- LOBBY

จะเป็นส่วนของ FRONT DESK และโถง ซึ่งจะแจกไปยังส่วนต่างๆ โดยส่วน FRONT DESK ทำหน้าที่ขายคูปอง GREEN FEE, สมัครงานฝึก, ต้อนรับลูกค้า, ติดต่อสอบถาม, CASHIER, จอง CADDY, ฯลฯ และในส่วน LOBBY เป็นที่พักผ่อน และ COUNTER ลงทะเบียนแข่งขัน DESIGN การตกแต่งใช้ไม้สีเข้มเป็นตัวตัดขอบ และเส้นโครงหลังคาใช้ไม้สีอ่อนเป็นผนังช่วงบน (DOUBLE SPACE) และทำเกล็ดเป็นช่วงๆ ให้ความรู้สึกว่ามีชั้นลอยอยู่อีก ให้ความรู้สึกกว้างใหญ่ขึ้น พื้นปูพรมขนหนู ซึ่งสามารถรับรองเท้าตะปุดได้ มีการใช้ไฟระย้า ห้อยเป็นระยะระหว่างนั้นจะมี Down light เป็นระยะด้วยรูปทรงที่ Classic เสริมให้ดูสง่าขึ้น

- PROSHOP

วาง PLAN แนว SYMMETRICAL BALANCE ให้ความรู้สึกมั่นคงหรูหรา และแต่งแนว CONTEMPORARY ให้ความรู้สึกอบอุ่นด้วยสีไม้โอ๊คเป็นหลักและเสริมความหรูด้วยทองเหลืองขัดเงาแวววาว

- LOCKER ROOM

ตกแต่งแนว CONTEMPORARY เหมือนส่วนอื่นๆ FURNITURE หนังแท้สีน้ำตาลกับ โครงไม้ดอกหมุดสีทอง ให้ความรู้สึกหรูหรา พื้นส่วนใหญ่ปูพรม ยกเว้นส่วนของห้องน้ำที่ปู กระเบื้อง ผนังแต่งด้วย WALLPAPER สีขาว

- FUNCTION ROOM

เป็นห้องจัดเลี้ยงพิเศษ, สัมมนา มีจำนวน 4 ห้องซึ่ง PARTITION กันแต่ห้องเลื่อนเปิดปิดได้ (บานเฟี้ยม) รวม 4 ห้องรับรองได้ 200 คน มีส่วนเวทีสําหรับแสดง, แกลงการณั้ ผังตรงข้ามเป็น PANTRY ที่ SERVE อาหารสำหรับห้องนี้ ซึ่งมีทางเดินเชื่อมมาจากครัวใหญ่ฝั่ง COFFEE SHOP โดยไม่ใช้เส้นทางปะปนกับทางเดินแขก ตกแต่งคล้ายห้องอื่นๆเห็นกระจกใสขนาดใหญ่ เพดานสูงเอียงเป็นโครงไม้

- VIP ROOM

อยู่ในสุดของ CORRIDOR สําหรับแขกพิเศษของสนามกอล์ฟ เป็นห้องส่วนตัว ประกอบด้วย ชุดรับแขก, โต๊ะอาหาร และห้อง LOCKER มีห้องน้ําแยก 2 ห้อง ในห้องสามารถ TAKE VIEW ได้ 2 ด้านและสามารถลงสู่สนามโดยตรงได้เลย ตกแต่งแนวเดียวกับห้องอื่นแต่มี ART OBJECT ทั้งภาพวาดวัตถุต่างๆเสริมทําให้เกิดความหรูหราและเน้นความสําคัญของผู้เป็นแขกพิเศษ

- COFFEE SHOP

ห้องโถงใหญ่ ไค้ตามอาคารเป็นกระจกใส TAKE VIEW ได้กว้างขวาง จุคนได้ประมาณ 150 ที่นั่ง แต่ถ้ามมีการแข่งขันใหญ่ จะใช้ COFFEE SHOP เป็นห้องจัดเลี้ยง และให้ลูกค้าอื่นย้ายไปห้องจัดเลี้ยงแทน ตกแต่งคล้ายส่วนอื่น มีการ PAINT ผนังด้านที่ปิดทึบเน้นส่วนรับประทานอาหาร และ COUNTER มีโต๊ะท้ํงกลมและเหลี่ยม(ชนกันได้) และมีเก้าอี้เด็กเสริม

ENVIROMENTAL & MACHANICAL

ระบบไฟฟ้า

- 24,000 V. จากใต้ดิน
- หม้อแปลง 1,500 GRA มี 4 ลูกในสนาม Sprinkle 1 ลูก
- ถ้าไฟดับมีเครื่องปั่นไฟ 40 K.W.

ระบบดับเพลิง

- FIRE ALARM
- วาง FIRE HOST CABINET แต่ละจุดห่างกัน 30 เมตร(HEAD TO HEAD)
- ใช้ HEAT DETECTOR แต่ไม่ใช้ SMOKEDETECTOR

ระบบปรับอากาศ

- ระบบ CHILLER มี WATER COOL 3 เครื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สําหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 33 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบน้ำร้อน

- BOILER

ระบบรักษาความปลอดภัย

- CCTV ใน LOCKER
- ยาม

ระบบน้ำ

- น้ำบาดาล บิมน้ำ 3 ตัน

โทรศัพท์

- ตู้สลับสาย

ปลั๊กไฟ

- เดินสายไฟในท่อเหล็ก ผึงปูน
- ท่อนา IMT
- ท่อบาง EMT



บทที่4 ระบบสภาพแวดล้อมภายใน

ระบบสภาพแวดล้อมภายใน

4.1 ระบบปรับอากาศ

ระบบปรับอากาศที่ใช้ในเมืองไทย แบ่งเป็น 3 ระบบ คือ

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

การใช้ระบบปรับอากาศในโครงการฯ มี 2 ระบบ คือ

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

หลักการโดยทั่วไปของเครื่องปรับอากาศ ประกอบด้วยอุปกรณ์หลัก 4 ส่วน คือ

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

หลักการทำความเย็น มีดังนี้

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

ส่วนไอน้ำยา หลังจากออกจากส่วนที่ทำความเย็นแล้ว จะโดนตัวคอมเพรสเซอร์ดูด และอัดออกไป กลายเป็นไอน้ำยาที่มีความดันสูง เมื่อไอน้ำยามีความดันสูง ก็จะกลั่นตัวเป็นของเหลวอีกครั้งหนึ่ง พร้อมทั้งคายความร้อนออกไปที่ส่วนระบายความร้อน

1. ระบบปรับอากาศแบบแยกส่วน (SPLIT TYPE)

เป็นเครื่องปรับอากาศที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมา เพื่อแก้ปัญหสถานที่ต้องการติดตั้งไม่มีผนังติดกับภายนอก หรือไม่สามารถนำเครื่องปรับอากาศมาติดตั้งใกล้สถานที่ปรับอากาศได้ โดยการแยกส่วนระบายความร้อนไปไว้นอกห้อง เนื่องจากเป็นส่วนที่มีเสียงดัง และเครื่องส่งลมเย็นอยู่ในห้อง ซึ่งจะได้ยินเสียงลม และเสียงน้ำยาฉีดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตำแหน่งที่ติดตั้งได้แก่

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

ระบบปรับอากาศแบบศูนย์รวม

หรือที่เรียกว่า CHILLER หรือ CHILLER WATER SYSTEM หลักการทำงานของระบบนี้คือ เครื่องทำความเย็น หรือ CHILLER จะทำน้ำให้เย็น แล้วปั๊มส่งไปตามท่อซึ่งหุ้มด้วยฉนวน ส่งไปยังส่วนต่าง ๆ ของบริเวณที่ต้องการจะปรับอากาศ โดยจะมีอุปกรณ์ที่เรียกว่า FAN COIL UNIT เปลี่ยนสภาพน้ำจากน้ำเย็นเป็นลมเย็นโดยผ่านน้ำเย็นออกมา ความร้อนที่เครื่อง CHILLER ดึงออกจากน้ำ คือความร้อนที่เครื่องต้องระบายออก โดยจะนำอากาศ หรือน้ำมาเป็นตัวนำพาไปก็ได้ ดังนั้น ระบบ CHILLER น้ำจึงแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ระบบ CHILLER ที่ระบายความร้อนด้วยอากาศ
2. ระบบ CHILLER ที่ระบายความร้อนด้วยน้ำ

4.2 ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง

แสงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายนอกและภายในของอาคาร เพราะแสงช่วยเน้นให้เห็นลักษณะรูปทรงอาคาร ช่วยในการสร้างบรรยากาศให้เหมาะสมกับบริเวณต่าง ๆ ของโครงการฯ และยังมีส่วนช่วยในการรักษาความปลอดภัยและควบคุมระบบต่าง ๆ

การจัดระบบแสงที่ใช้ภายในอาคาร สามารถแบ่งประเภทของแสงที่ใช้ได้ เป็น 2 ประเภทคือ

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

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

- ให้แสงสว่างส่องตรงจากหลังคา ซึ่งจะต้องออกแบบหลังคาเป็นกระจกฝ้า สามารถกรองแสงไวโอเล็ต
- แสงจากผนังด้านข้างแสงที่เข้ามา ชนิดนี้ส่วนใหญ่ คือแสงที่เข้ามาทางช่องแสง ช่องหน้าต่าง ประตู

ระบบการใช้แสงไฟที่นำมาใช้ภายในอาคาร สามารถเลือกให้ได้ 2 อย่าง คือ หลอดเรืองแสง (FLUORESENT LIGHTING) และหลอดชนิดมีไส้ (INCANDESENT – LIGHTING)

หลักในการจัดแสงไฟฟ้า

แสงสว่าง สามารถแบ่งได้ 3 ชนิด ซึ่งมีหน้าที่ และจุดประสงค์ในการใช้แตกต่างกันไป คือ

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

สรุปหลักในการจัดแสงไฟฟ้า

ให้แสงสว่างในปริมาณที่เหมาะสมกับที่สายตาต้องการ

ให้แสงที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของห้อง , กิจกรรม , การใช้งาน

เลือกใช้ดวงไฟ และกำหนดตำแหน่งติดตั้งให้เหมาะสมคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้

4.3 ระบบป้องกันอัคคีภัย

อาคารของโครงการฯ ซึ่งตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้าเกษรพลาซ่า จัดได้ว่าเป็นอาคารสาธารณะ ที่มีผู้คนเข้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การป้องกันเพลิงไหม้ จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง

การป้องกันอัคคีภัย

มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกระแสไฟฟ้า ตรวจสอบและซ่อมแซมสายไฟ ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายช่างและซ่อมบำรุง

มีการเตรียมการป้องกันอัคคีภัยในขั้นตอนการออกแบบ เช่น การเลือกวัสดุในการตกแต่งสถาปัตยกรรมภายในที่ไม่ติดไฟง่าย เป็นต้น

โครงการฯ มีการติดตั้งสัญญาณแจ้งเหตุไฟไหม้ ในส่วนที่จำเป็น โดยใช้ Heat Detector

การทำงานของ SPRINKLER SYSTEM ซึ่งเป็นระบบป้องกันอัคคีภัยที่ใช้ในโครงการฯ

ระบบนี้ได้จัดให้มีการเดินท่อน้ำไว้เหนือฝ้าเพดานไปตามจุดต่างๆของโครงการฯ ในลักษณะตาข่าย โดยเว้นระยะของท่อให้หัวฉีดกระจายน้ำออก ควบคุมไปทุกจุดของอาคารที่

ต้องการป้องกัน จะมีหัว SPRINKLER ติดตั้งไว้ เป็นหลอดแก้ว เมื่อเกิดเพลิงไหม้ หลอดแก้วได้รับความร้อนประมาณ 135 - 160 องศาฟาเรนไฮต์ หลอดแก้วจะแตก ลึนเปิดอัดโนมิติ แล้วปล่อยน้ำฉีดออกมา

SPRINKLER หัวหนึ่งพ่นน้ำออกเป็นบริเวณกว้างประมาณ 200 ตารางฟุต สำหรับการใช้กับอาคารที่ติดไฟยาก และประมาณ 90 ตารางฟุต สำหรับอาคารที่ติดไฟง่ายและยากแก่การติดตั้ง นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่มีควรมี คือ

- ท่อดับเพลิงด้านละ 1 แห่งของตัวอาคาร
- มีประตูน้ำสำหรับระบบประปา นอกเหนือจากท่อดับเพลิง

นอกจากมาตรการที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ควรมีการฝึกอบรม และฝึกซ้อมหนีไฟเป็นประจำ ทั้งสมาชิกและพนักงาน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ ไม่ตื่นกลัว

4.4 ระบบป้องกันเสียง

แหล่งกำเนิดเสียง โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

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

การแก้ปัญหาเสียงรบกวนจากภายนอก

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

4.5 ระบบอุปกรณ์พิเศษเฉพาะโครงการ

ห้องซาวน่า (SAUNA)

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

1. แบบ PRODUCT SAUNA เป็นชนิดที่สร้างขึ้นตามความต้องการของพื้นที่ห้องที่มีอยู่แล้ว โดยมีการทำขึ้นส่วนประกอบตามขนาดที่ต้องการ

2. แบบ CUSTOM – BUILT SAUNA เป็นการสร้างห้องซาวน่าในรูปลักษณะคล้ายกระท่อมไม้ซุงชาวฟินแลนด์โบราณ แต่มีโครงสร้างภายในเช่นเดียวกับห้องซาวน่าโดยทั่วไป

ขนาดและรูปร่างของห้องซาวน่า

องค์ประกอบในส่วนซาวน่า ประกอบด้วย

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

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

ขนาดของห้องซาวน่า ที่นิยมในการอบซาวน่าภายในครอบครัวคือขนาด 1.50 * 2.10 และ 1.80 * 1.80 ความสูงประมาณ 2.10 เมตร และสำหรับ 8 คน ใช้ขนาด 2.5 * 3.2 เมตร สำหรับ 11 คน ใช้ขนาด 3.2 * 3.8 เมตร ความสูงจากพื้นถึงเพดานประมาณ 2.8 เมตร

การออกแบบห้องซาวน่า

1. จำนวนคนมากที่สุดที่เข้าไปใช้ห้องซาวน่าในเวลาเดียวกัน มาตรฐานกำหนดไว้ว่า 1 คน จะต้องใช้พื้นที่ในการอบซาวน่า 1.755 ลบ.เมตร หรือ 65 ลบ.ฟุต
2. ความต้องการที่จะจัดให้มีส่วนประกอบของห้องอาบน้ำแต่งตัวอยู่ในที่เดียวกับห้องอบซาวน่าหรือไม่
3. ถังน้ำ และจุกตักน้ำ (Bucket and Ladle) ส่วนมากนิยมทำด้วยไม้ เพราะไม้สามารถทนความร้อนได้ดี และดูดความร้อนไม่มาก
4. เครื่องหอม
 - Vigtas เป็นมดกิงไม้ ซึ่งทำมาจากก้านใบไม้ เอาไม้เนื้ออ่อนนำไปตากแห้ง และส่วนมากนิยมใช้ใบไม้ที่มีกลิ่นหอม เช่น ใบยูคาลิปตัส ก่อนใช้ Vigtas ให้นำไปจุ่มในน้ำให้มีความอ่อนตัว ใช้การสลัดน้ำให้ทั่วตัวระหว่างการอบซาวน่า จะเป็นการช่วยให้ร่างกายมีการหมุนเวียนโลหิตได้ดี

- ในเมืองไทย นิยมใช้ พิมเสน การบูร หรือบางแห่งใช้สมุนไพรที่ต้องการให้มีการมองออกไปภายนอกห้องเขาน้ำ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศใน

การสัมผัสกับธรรมชาติ โครงสร้างผนังด้านนี้ของห้องเขาน้ำ จะต้องเป็นลักษณะของบานกระจกชั้นติดตาย โดยกระจกนั้นต้องเป็นกระจกที่ทนความร้อนสูง เป็นกระจกประเภทกระจกเคลือบที่มีความอ่อนตัว “ เฟล็กซีกลาส ” (Flexiglass) ระหว่างช่องว่างของกระจกทั้งสองชั้น เป็นช่องอากาศ



บทที่ 5 หลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบัน และสายงานการบริหาร

หลักสูตรที่ 1

การเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ประทับใจ (Impressive Personality Development Program)

รายวิชา

1. การเสริมสร้างความประทับใจ (First Impression) 12 ชั่วโมง

- การแต่งกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพ (Powerful Dressing)
 - กาลเทศะ ในการแต่งกายสำหรับการทำงานเพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
 - ความสำคัญระหว่าง “แต่งตัวดี” และ “แต่งตัวเป็น”
 - วิธีการปรับปรุงเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้ดูน่าประทับใจ
- ท่วงท่าอิริยาบถ (Visual Poise)
 - การเสริมสร้างอิริยาบถที่สง่างาม ในการเดิน การยืน
- ศิลปะการแต่งหน้า (Make-up Artistry I)
 - การดูแลและบำรุงรักษาผิว
 - การแต่งหน้าที่ดูกลมกลืนเป็นธรรมชาติ
- ทรงผมกับบุคลิกภาพ (Hairstyling)
 - การดูแลและบำรุงรักษาสุขภาพผม
 - การเลือกสรรทรงผมที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแต่ละท่าน

2. จิตวิทยาการพัฒนาดตนเอง (Personal Growth-Inner Grow) 5 ชั่วโมง

- พื้นฐานของบุคลิกภาพที่สง่างาม
- ทักษะจิตสร้างบุคลิก
- ทักษะติดต่อตนเองและทักษะติดต่อผู้อื่น
- การเข้าใจตนเองและรู้จักตนเอง เพื่อการพัฒนาบุคลิกภาพเฉพาะคน
- วิเคราะห์บุคลิกภาพเป็นรายบุคคลเพื่อการพัฒนา

3. ทักษะในการพูดและการสื่อสาร (Voice & Communication) 6 ชั่วโมง

- การพัฒนาทักษะในการพูด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 41 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้เสียง : รู้จักตนเอง ปรับปรุงตนเอง

- ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของเสียงกับบุคลิกภาพ
- ความสัมพันธ์ระหว่างจังหวะการพูดกับบุคลิกภาพ
- ความสัมพันธ์ของน้ำเสียงกับบุคลิกภาพ
- วิธีการปรับปรุงน้ำเสียงให้น่าฟังประสงค์
- การพัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสาร
 - คำพูดกับความรู้สึกของผู้ฟัง
 - การเลือกใช้ถ้อยคำในการสื่อสาร
 - วิธีการเรียบเรียงความคิดสู่ถ้อยคำในการสื่อสาร
- ฝึกหัดการพูดด้วยการบันทึกวีดิโอเทปเพื่อการพัฒนา

4. มารยาทในสังคม (Social Etiquette) 3 ชั่วโมง

- เข้าสังคมอย่างมั่นใจ
 - การปฏิบัติตัวในการเข้าสังคม อย่างถูกต้องตามกาลเทศะ
- ฝึกปฏิบัติมารยาทบนโต๊ะอาหารที่โรงแรม (International Buffet)

หลักสูตรที่ 2

การเสริมสร้างบุคลิกภาพสู่ความเป็นผู้นำบริหาร (Executive Personality Development Program)

รายวิชา

1. ทักษะในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Communication Skill) 9 ชั่วโมง

● การพัฒนาทักษะในการพูด

การใช้เสียง : รู้จักตนเอง ใช้ให้เป็น เข้าใจผู้อื่น

- นำเสียงกับความรู้สึกของผู้ฟัง
 - น้ำเสียงกับอารมณ์
 - น้ำเสียงกับเจตนา
 - น้ำเสียงกับทัศนคติ
- วิธีการปรับปรุง คุณภาพของเสียง จังหวะการพูด และน้ำเสียง ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ
- การตีความคู่สนทนาจากการฟังจังหวะและน้ำเสียง
- การจัดข้อบกพร่องต่างๆ ในการพูด

● การพัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสาร

- การสื่อสารเพื่อสัมพันธภาพที่ยั่งยืน
- หลักการพูดและบุคลิกภาพที่ดีของการสื่อสาร
- กระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
 - คุณภาพของเนื้อหา
 - การเลือกใช้อ้อยคำ
 - การขึ้นต้น การลงท้าย
- การสื่อสารเพื่อมนุษย์สัมพันธ์ในที่ทำงาน
- การปรับท่าทีของผู้ฟังขณะพูด
- วิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารทั้งของตนเองและบุคคลอื่น เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการสื่อสาร

● ฝึกหัดการพูดด้วยการบันทึกวีดีโอเทปเพื่อการพัฒนา

2. การพัฒนาบุคลิกภาพภายใน (Personal Growth–Sustainable Relationship) 6 ชั่วโมง

- การสร้างเสน่ห์และความประทับใจ

- การพัฒนาวุฒิภาวะทางอารมณ์และความรู้สึกในการแสดงออก
- หลักมนุษยสัมพันธ์และการจัดการความสัมพันธ์กับผู้อื่น
- จิตวิทยาการเรียนรู้ผู้คน : “รู้เขา รู้เรา”
- หลักการวิเคราะห์พฤติกรรม และเสริมสร้างหลักการจัดการผู้คนลักษณะต่าง

3 การวางตัวในสังคมและการติดต่อธุรกิจ (Social Graces&Business Etiquette)6 ชั่วโมง

- มารยาทสากลในการติดต่อธุรกิจ (Business Etiquette)
 - การทักทาย การแนะนำ การใช้นามบัตร บัตรเชิญ (Business Greetings)
 - มารยาทในการประชุมทางธุรกิจ (Business Meeting)
 - มารยาทสังคมในที่ทำงาน
- มารยาทสากลในงานเลี้ยงประเภทต่าง ๆ ในสังคม (Social Graces)
 - งานเลี้ยงแบบต่างๆ ในการติดต่อธุรกิจและการเข้าสังคม เช่น งานเลี้ยงอาหารกลางวัน งานเลี้ยงอาหารค่ำ งานเลี้ยงรับรอง
 - การดื่มอวยพรแต่ละประเภทในการเข้าสังคมและการติดต่อธุรกิจ
 - ความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องดื่มแต่ละประเภท
- ฝึกปฏิบัติมารยาทบนโต๊ะอาหารที่โรงแรม (Sit – down Dinner)

4. การเสริมสร้างภาพลักษณ์ภายนอก (Effective Self – Presentation) 9 ชั่วโมง

- บุคลิกภาพและการแต่งกาย (Personality and Appearance)
 - การแต่งกายสำหรับการทำงานและการออกงานเลี้ยง
- การเลือกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพ
- ท่วงท่าอิริยาบถ – ภาษาของร่างกาย (Body Language)
 - การเสริมสร้างท่วงท่าที่สุภาพสง่างามในการทำงานและการเข้าสังคม
 - การใช้ภาษาร่างกายอย่างมีประสิทธิภาพ
- ศิลปะการแต่งหน้า (Make-up Artistry II)
 - การแต่งหน้าสำหรับงานเลี้ยงยามค่ำคืน

หลักสูตรที่ 3

การเสริมสร้างบุคลิกภาพสำหรับผู้บริหารมืออาชีพ (Power Personality Development Program)

รายวิชา

1. ทักษะในการสื่อสารและการพูดสำหรับผู้บริหาร (Advanced Voice & Communication) 21 ชั่วโมง

- ทักษะในการนำเสนองานทางธุรกิจ (Business Presentation)
 - เทคนิคการนำเสนอ (Presentation Techniques)
 - การวิเคราะห์วัตถุประสงค์
 - การวิเคราะห์ผู้ฟัง
- การนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ (Type of Presentation)
 - การนำเสนอในสถานการณ์ที่เป็นกลาง
 - การโน้มน้าวใจ
 - การนำเสนอที่มีการขัดแย้ง
 - การนำเสนอระหว่างการประชุม
- เทคนิคเพื่อเสริมประสิทธิภาพการนำเสนอ (Enhancing Effectiveness)
 - การสร้างความประทับใจ
 - การผูกโยงคนฟัง
 - การสร้างความสนใจและรักษาสมาธิคนฟัง
 - การควบคุมสถานการณ์
 - การสร้างทัศนคติที่เป็นคุณ
- ศิลปะการพูดในที่ชุมชน (The Art of Public Speaking)
 - บุคลิกภาพและลีลาการพูด
 - การพูดแบบเล่าให้ฟัง
 - การพูดแบบชวนให้เชื่อ
 - การพูดแบบเร้าให้รู้สึก
 - การเพิ่มสีสันการพูด
 - การสร้างความสนใจและศรัทธาในกลุ่มคนฟัง
- ทักษะการสื่อสารและการพูดเพื่อการเจรจาต่อรอง (Communication Skills for Negotiation)
 - ผู้บริหารกับการเจรจาต่อรอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 45 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จิตวิทยาในการเจรจาต่อรอง
 - ทักษะในการสื่อสารเพื่อการเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพ
 - วิธีการและกระบวนการควบคุมการสื่อสารระหว่างการเจรจาต่อรอง
 - การพูดเพื่อการโน้มน้าวใจในการต่อรอง
- กลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการต่อรองที่ประสบผลสำเร็จ (Strategic Planning for Effective Negotiation)
 - การวางแผนการเจรจาอย่างเป็นระบบ
 - การกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ที่เหมาะสมในทุกช่วงของการเจรจา
 - การกำหนดและป้องกันจุดยืนในการเจรจา การสร้างข้อโต้แย้งที่มีประสิทธิภาพ เหตุผล น่าเชื่อถือและสามารถจูงใจคู่เจรจา
 - การแก้ไขอุปสรรคและข้อขัดแย้งในช่วงของการเจรจา
 - การให้ได้มาซึ่งประสิทธิผลของการเจรจาแก่คู่เจรจาทั้งสองฝ่าย
 - การสรุปการเจรจาและนำผลของการเจรจาลงสู่การปฏิบัติ

2. การบริหารตนเองสู่ความสำเร็จ (Self Development for high Achiever) 12 ชั่วโมง

- การพัฒนาเชาว์อารมณ์สำหรับผู้บริหาร
- การบริหารจัดการความเครียด
- เคล็ดลับของการยืนอยู่แถวหน้า
- จิตวิทยาการพัฒนาตนเองสู่ความสำเร็จแห่งชีวิต
 - เก่งคิด เพื่อความสำเร็จในชีวิตการทำงาน
 - เก่งคน เพื่อความสำเร็จในชีวิตสังคม
 - เก่งชีวิต เพื่อความสำเร็จในชีวิตส่วนตัว

3. มารยาทในการเข้าสังคมและติดต่อธุรกิจในศตวรรษใหม่ (Social Graces & Business Etiquette for New Century) 6 ชั่วโมง

- มารยาทในการติดต่อธุรกิจกับนานาชาติ (International Business Etiquette)
 - มารยาทในการเข้าสังคมและติดต่อธุรกิจ
 - มารยาทในการติดต่อธุรกิจ วัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมตะวันตก
- มารยาทและการเข้าสังคมในงานพิธีการ
 - มารยาทในการงานพิธีการต่างๆ
 - งานแต่งงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- งานศพ
- งานเลี้ยงอาหาร
- มารยาทในการดื่มเวลาเข้าสังคม
- ความรู้เรื่องไวน์ (Wine Appreciation)
- มารยาทบนโต๊ะอาหารและการฝึกปฏิบัติ
- อาหารจีน

4. บุคลิกภาพสู่ความสำเร็จ (Presenting Yourself for Career Enhancement) 3 ชั่วโมง

- การแต่งกายอย่างนักธุรกิจมืออาชีพ
- การแต่งกายสำหรับการนำเสนองานทางธุรกิจ
- การใช้สีเป็นอาวุธในการแต่งกาย (Color Weapon)
- จิตวิทยาในการแต่งกาย



หลักสูตรที่ 4

หลักสูตรการเสริมสร้างบุคลิกภาพสำหรับสุภาพสตรี

(Personality Development Program for Young Executive man)

รายวิชา

1. การดูแลตนเองเพื่อเสริมความประทับใจ เริ่มต้นก้าวแรกของการมีบุคลิกภาพที่ดีจากการดูแลตนเองให้น่าประทับใจจากรูปลักษณ์และท่วงท่าที่ชวนมอง 17 ชั่วโมง

1.1 ศิลปะการแต่งหน้าอย่างเหมาะสมเพื่อหน้าตาที่ชวนมองอย่างเป็นธรรมชาติทั้ง ในช่วงทำงาน ตอนกลางวัน และงานเลี้ยงยาม ค่ำคืน 5 ชั่วโมง

- การดูแลรักษาผิวพรรณอย่างถูกวิธี
- การแก้ไขข้อบกพร่องบนใบหน้า
- การแต่งหน้าที่ดูกลมกลืนเป็นธรรมชาติสำหรับกลางวัน
- การแต่งหน้าสำหรับไปงานเลี้ยงตอนกลางคืน

1.2 การแต่งผม เพื่อเสริมบุคลิกและความงามอย่างครบครัน 3 ชั่วโมง

- การดูแลรักษาผมและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพของเส้นผม
- การเลือกทรงผมที่เหมาะสมกับรูปหน้า
- การจัดแต่งทรงผมด้วยตนเอง

1.3 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เรียนรู้วิธีสร้างสรรค์การแต่งกายให้เหมาะกับรูปร่างและเสริมบุคลิกได้อย่างลงตัวสมบูรณ์แบบ 5 ชั่วโมง

- การวิเคราะห์รูปลักษณ์เพื่อเลือกสรรเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้เหมาะสม
- ความรู้พื้นฐานในเรื่องสี ลายเส้น และแบบที่เหมาะสม
- การเลือกเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่เหมาะสมกับตนเอง และโอกาส

1.4 ท่วงท่าอิริยาบถ สร้างความประทับใจจากการปฏิบัติตัวและเคลื่อนไหวในทุกท่วงท่าอย่างงดงาม นุ่มนวล 6 ชั่วโมง

- การวิเคราะห์องค์ประกอบพื้นฐานในการยืน เดิน นั่ง และอื่น ๆ
- แนะนำการเสริมอิริยาบถที่สุภาพ สง่างามเป็นรายบุคคล

2. จิตวิทยาการพัฒนาเรียนรู้และเข้าใจตนเองเพื่อสร้างความเชื่อมั่นกล้าเผชิญหน้ากับปัญหา และอุปสรรคต่างๆ สามารถจัดการกับเรื่องราวในชีวิตของตนเองได้อย่างประสบความสำเร็จด้วยความมั่นใจ 6 ชั่วโมง

- พื้นฐานของบุคลิกภาพที่สง่างาม
- การสร้างสรรค์ความประทับใจต่อบุคคลแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 48 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- หลักมนุษยสัมพันธ์และเทคนิควิธีการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับบุคคลต่างๆ
- เทคนิควิธีการสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง
- เทคนิควิธีการพัฒนาตนเองสู่ความสำเร็จ
- การวิเคราะห์บุคลิกภาพรายบุคคลเพื่อการพัฒนา

3. ทักษะในการสื่อสาร เพื่อการสื่อสารและติดต่อธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยบุคลิกที่นำเชื่อถือ สร้างความประทับใจในการสนทนาอย่างมั่นใจในทุกโอกาส 9 ชั่วโมง

- การสื่อสารอย่างมีคุณภาพ
- คุณภาพของน้ำเสียงและการเน้นจังหวะ
- การรวบรวมความคิดและการถ่ายทอดความคิดเป็นถ้อยคำ
- การใช้ภาษาท่าทาง
- การสร้างความมั่นใจในการสื่อสาร
- การปรับแต่งการพูดให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ
 - การขึ้นต้น
 - เนื้อเรื่อง
 - การลงท้าย
 - การเลือกใช้ถ้อยคำ
 - การปรับท่าทีของผู้ฟังขณะพูด
 - การวิเคราะห์และแนะนำเป็นรายบุคคล
- ฝึกหัดการพูดด้วยการอัดวีดีโอเทป และวิเคราะห์การพูดในหัวข้อต่างๆ

4. การเข้าสังคมและการติดต่อธุรกิจ เรียนรู้การเข้าสังคมและการติดต่อธุรกิจอย่างมั่นใจ ทุกขั้นตอนด้วยหลักมารยาทสากลที่ถูกต้อง และผสมผสานกับความสุภาพแบบไทย 5 ชั่วโมง

- มารยาทต่างๆ ในการเข้าสังคม และการติดต่อธุรกิจแบบไทยและสากล
- มารยาทในการรับรอง การแนะนำ การทักทาย
- การฝึกปฏิบัติมารยาทบนโต๊ะอาหาร (การเรียนการสอนนอกสถานที่)
- ความรู้เกี่ยวกับไวน์ต่างๆ และเทคนิคการเลือกไวน์ให้เหมาะกับอาหารแต่ละประเภท

หลักสูตรที่5

หลักสูตรการเสริมสร้างบุคลิกภาพสำหรับสุภาพบุรุษระยะสั้น

(Personality Development Program for Young Executive man)

รายวิชา

1. ทักษะในการสื่อสาร เพื่อการสื่อสารและติดต่อธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลิกที่นำเชื่อถือสร้างความประทับใจในการสนทนาอย่างมั่นใจในทุกโอกาส 7 ชั่วโมง

- การสื่อสารอย่างมีคุณภาพ
- คุณภาพของน้ำเสียงและการเน้นจังหวะ
- การรวบรวมความคิดและการถ่ายทอดความคิดเป็นถ้อยคำ
- การใช้ภาษาท่าทาง
- การปรับแต่งการพูดให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ
 - การขึ้นต้น
 - เนื้อเรื่อง
 - การลงท้าย
 - การเลือกใช้ถ้อยคำ
- ฝึกหัดการพูดด้วยการอัดวีดีโอเทป และวิเคราะห์การพูดในหัวข้อต่าง ๆ

2. การเข้าสังคมและการติดต่อธุรกิจ เรียนรู้การเข้าสังคมและติดต่อธุรกิจอย่างมั่นใจทุกขั้นตอนด้วยหลักมารยาทสากลที่ถูกต้อง และผสมผสานกับความสุภาพแบบไทย 4 ชั่วโมง

- มารยาทต่าง ๆ ในการเข้าสังคม การติดต่อธุรกิจแบบไทยและสากล
- มารยาทในการรับรอง การแนะนำ การทักทาย
- การฝึกปฏิบัติมารยาทบนโต๊ะอาหาร (การเรียนการสอนนอกสถานที่)

3. จิตวิทยาการพัฒนาตนเอง เรียนรู้และเข้าใจตนเองเพื่อสร้างรากฐานของการเป็นผู้นำที่เปี่ยมด้วยความเชื่อมั่น พร้อมทั้งจะกระตุ้นผู้ร่วมงานไปสู่ความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย กล้าเผชิญหน้ากับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ สามารถจัดการกับเรื่องราวในชีวิตของตนเองได้อย่างประสบผลสำเร็จด้วยความมั่นใจ 4 ชั่วโมง

- พื้นฐานของบุคลิกภาพที่สง่างาม
- การสร้างสรรค์ความประทับใจต่อบุคคลแวดล้อม
- หลักมนุษยสัมพันธ์และเทคนิควิธีการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 50 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เทคนิควิธีการสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง
- เทคนิควิธีการพัฒนาตนเองสู่ความสำเร็จ

4. การเสริมสร้างความประทับใจ เริ่มต้นก้าวแรกของการมีบุคลิกภาพที่ดีด้วยความมั่นใจเต็มเปี่ยม ทั้งจากรูปลักษณ์ภายนอกที่น่าประทับใจและท่วงท่าที่ชวนมอง 11 ชั่วโมง

4.1 ท่วงท่าอิริยาบถ สร้างความประทับใจจากความภูมิฐาน สง่างามอย่างมีเอกลักษณ์

- การเสริมสร้างอิริยาบถอย่างสง่างาม
- การเสริมสร้างมาดในการติดต่อธุรกิจ

4.2 การเลือกสรรเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เพื่อบุคลิกที่ลงตัว สมบูรณ์แบบ

- องค์ประกอบการแต่งกายอย่างมืออาชีพ
- การแต่งกายที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

4.3 การดูแลการบำรุงรักษาผมและผิว เพื่อเสริมบุคลิกภาพที่ดีอย่างครบครัน



หลักสูตรที่ 6

หลักสูตรการพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับสุภาพสตรีระยะสั้น

(Personality Development Programme for Young Executive Woman)

รายวิชา

1. การดูแลตนเองเพื่อเสริมสร้างความประทับใจ เริ่มต้นก้าวแรกของการมีบุคลิกภาพที่ดีจากการดูแลตนเองให้น่าประทับใจจากรูปลักษณ์และท่วงท่าที่ชวนมอง 13 ชั่วโมง

1.1 ศิลปะการแต่งหน้าอย่างเหมาะสม เพื่อหน้าตาที่ชวนมองอย่างเป็นธรรมชาติ

- การดูแลรักษาผิวพรรณอย่างถูกวิธี
- การแก้ไขข้อบกพร่องบนใบหน้า
- การแต่งหน้าที่ดูกลมกลืนเป็นธรรมชาติสำหรับกลางวัน

1.2 การแต่งผม เพื่อเสริมบุคลิกและความงามอย่างครบครัน

- การดูแลรักษารูปร่างและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสภาพของเส้นผม
- การเลือกทรงผมด้วยตนเอง

1.3 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เรียนรู้วิธีสร้างสรรค์การแต่งกายให้เหมาะสมกับรูปร่างและเสริมบุคลิกได้อย่างลงตัวสมบูรณ์แบบ

- การวิเคราะห์รูปลักษณ์เพื่อเลือกสรรเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม
- ความรู้พื้นฐานในเรื่องสี ลายเส้น และแบบที่เหมาะสม
- การเลือกเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่เหมาะสมกับตนเองและโอกาส

1.4 ท่วงท่าอิริยาบถ สร้างความประทับใจจากการปฏิบัติตัวและเคลื่อนไหวในทุกท่วงท่าอย่างงดงาม นุ่มนวล

- การวิเคราะห์ห้องศัพทประกอบพื้นฐานในการยืน เดิน นั่ง และอื่น ๆ
- แนะนำการเสริมสร้างอิริยาบถที่สุภาพ สง่างามเป็นรายบุคคล

2. จิตวิทยาการพัฒนาตนเอง เรียนรู้และเข้าใจตนเองเพื่อสร้างความเชื่อมั่นกล้าเผชิญหน้ากับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ สามารถจัดการกับเรื่องราวในชีวิตของตนเองได้อย่างประสบผลสำเร็จด้วยความมั่นใจ 4 ชั่วโมง

- พื้นฐานของบุคลิกภาพที่สง่างาม
- การสร้างสรรค์ความประทับใจต่อบุคคลแวดล้อม
- หลักมนุษยสัมพันธ์และเทคนิควิธีการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลต่างๆ
- เทคนิควิธีการสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง

3. ทักษะในการสื่อสาร เพื่อการสื่อสารและติดต่อธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยบุคลิกที่ น่าเชื่อถือ สร้างความประทับใจในการสนทนาอย่างมั่นใจในทุกโอกาส 7 ชั่วโมง

- การสื่อสารอย่างมีคุณภาพ
- คุณภาพของน้ำเสียงและการเน้นจังหวะ
- การรวบรวมความคิดและการถ่ายทอดความคิดเป็นถ้อยคำ
- การใช้ภาษาท่าทาง
- การปรับแต่งการพูดให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ
 - การขึ้นต้น
 - เนื้อเรื่อง
 - การลงท้าย
 - การเลือกใช้ถ้อยคำ
- ฝึกหัดการพูดด้วยการอัดวีดีโอเทป และวิเคราะห์เป็นรายบุคคลเพื่อการพัฒนา

4. การเข้าสังคมและการติดต่อธุรกิจ เรียนรู้การเข้าสังคมและการติดต่อธุรกิจอย่างมั่นใจทุกขั้นตอนด้วยมารยาทที่สุภาพแบบไทย ๆ 4 ชั่วโมง

- มารยาทต่าง ๆ ในการเข้าสังคม และการติดต่อธุรกิจแบบไทยและสากล
- มารยาทในการแนะนำ การทักทาย
- การฝึกปฏิบัติมารยาทบนโต๊ะอาหาร (การเรียนการสอนนอกสถานที่)

หลักสูตรที่ 7

หลักสูตรนางแบบนายแบบ นักแสดงและพิธีเซ่นเตอร์

รายวิชา

1. ทักษะในการพูดและการสื่อสาร 6 ชั่วโมง

การใช้เสียง

- การพัฒนาคุณภาพของเสียง
- การปรับปรุงน้ำเสียงและจังหวะการพูด
- การจัดข้อบทร้องต่างๆ ในการพูด

การพัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสาร

- การพัฒนาการพูดให้เหมาะสมกับสถานการณ์
- การเรียบเรียงความคิดและถ่ายทอดเป็นถ้อยคำ
- การพัฒนาการพูดด้วยการบันทึกวิดีโอเทปและวิเคราะห์เป็นรายบุคคล

2. พื้นฐานการแสดง 4 ชั่วโมง

- การสร้างสมาธิและการเตรียมพร้อมร่างกายสำหรับการแสดง
- การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างร่างกายและการแสดงออก
- การแสดงออกทางใบหน้าและสายตาที่สอดคล้องกับอารมณ์
- ฝึกฝนการแสดงเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ

3. ท่วงท่าอิริยาบถ 4 ชั่วโมง

- การเสริมสร้างอิริยาบถที่สง่างาม ในการเดิน การยืนและการนั่ง
- การวางท่าทางที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ
- การหมุ่นตัวแบบต่างๆ

4. การโพสท่าถ่ายรูป 4 ชั่วโมง

- การจัดวางตำแหน่งของร่างกาย มือ แขน ขาและเท้า
- การสื่ออารมณ์ผ่านทางสีหน้าและท่าทาง
- การโพสท่าจากหลายมุมกล้อง

5. การแต่งหน้า 4 ชั่วโมง

- การดูแลรักษาผิวพรรณที่ถูกต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 54 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การแต่งหน้าที่กลมกลืนเป็นธรรมชาติสำหรับกลางวัน
- การแต่งหน้าสำหรับเข้าห้องหรือขึ้นเวที

6. จิตวิทยาการพัฒนาตนเอง 4 ชั่วโมง

- พื้นฐานของบุคลิกภาพที่ดี
- ทักษะติดต่อตนเองและทักษะติดต่อผู้อื่น
- ทักษะที่ดีในการทำงาน

7. มารยาทในการเข้าสังคม 2 ชั่วโมง

- มารยาทไทยและมารยาทสากลที่ถูกต้อง
- มารยาทในการทำงาน



หลักสูตรที่ 8

หลักสูตรสำหรับเด็ก การเสริมสร้างบุคลิกภาพสำหรับสมาชิกรุ่นเยาว์
(Personality Development Program for Young Miss & Young Mister)

รายวิชา

1. ท่วงท่าอิริยาบถที่สง่างาม (Visual Poise) 6 ชั่วโมง

- การเดิน ยืน นั่ง บุคลิกภาพที่สุภาพสง่างามเป็นธรรมชาติสำหรับเด็ก
- กิจกรรมถ่ายวีดีโอเพื่อวิเคราะห์ลักษณะท่าทางการเดินของเด็กแต่ละคน
- การโพสท่าถ่ายรูปพร้อมกิจกรรมถ่ายรูปเป็นรายบุคคลเพื่อทำอัลบั้มส่วนตัว

2. มารยาทในการเข้าสังคม (Social Graces) 4 ชั่วโมง

- มารยาทในการไหว้ มารยาทในการทักทายผู้ใหญ่ และมารยาทในการออกงานกับคุณพ่อคุณแม่
- กิจกรรม ฝึกปฏิบัติมารยาทบนโต๊ะอาหารที่โรงแรม

3. ทักษะในการพูด (Voice & Communication) 6 ชั่วโมง

- การพูดจาที่เหมาะสมสำหรับเด็ก
 - การเลือกใช้คำพูด
 - การถ่ายทอดความคิดเป็นถ้อยคำ
 - การใช้น้ำเสียงในการพูด เช่น การพูดสำหรับการขอร้อง ขอความช่วยเหลือ
 - พร้อมกิจกรรมถ่ายวีดีโอเทปเพื่อวิเคราะห์การพูดเป็นรายบุคคล

4. การเสริมสร้างเชาวน์อารมณ์และคุณค่าในตนเองสำหรับเด็ก 6 ชั่วโมง

- การสร้างเสน่ห์และความประทับใจ
- ทักษะคติ อารมณ์ และความรู้สึกในการแสดงออก ทักษะในสังคม
- การยอมรับตนเองและผู้อื่น เพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข

5. กิจกรรมเสริมหลักสูตร 8 ชั่วโมง

- ศิลปะสำหรับเด็ก (Art for Children)
 - กระตุ้นจินตนาการสำหรับเด็กผ่านงานศิลปะ
- ทักษะในการแสดงและการบริหารสมอง (Creative Drama & Brain Gym)
 - เพื่อพัฒนาจินตนาการและพัฒนาทักษะด้านการจัดการอารมณ์ (EQ)

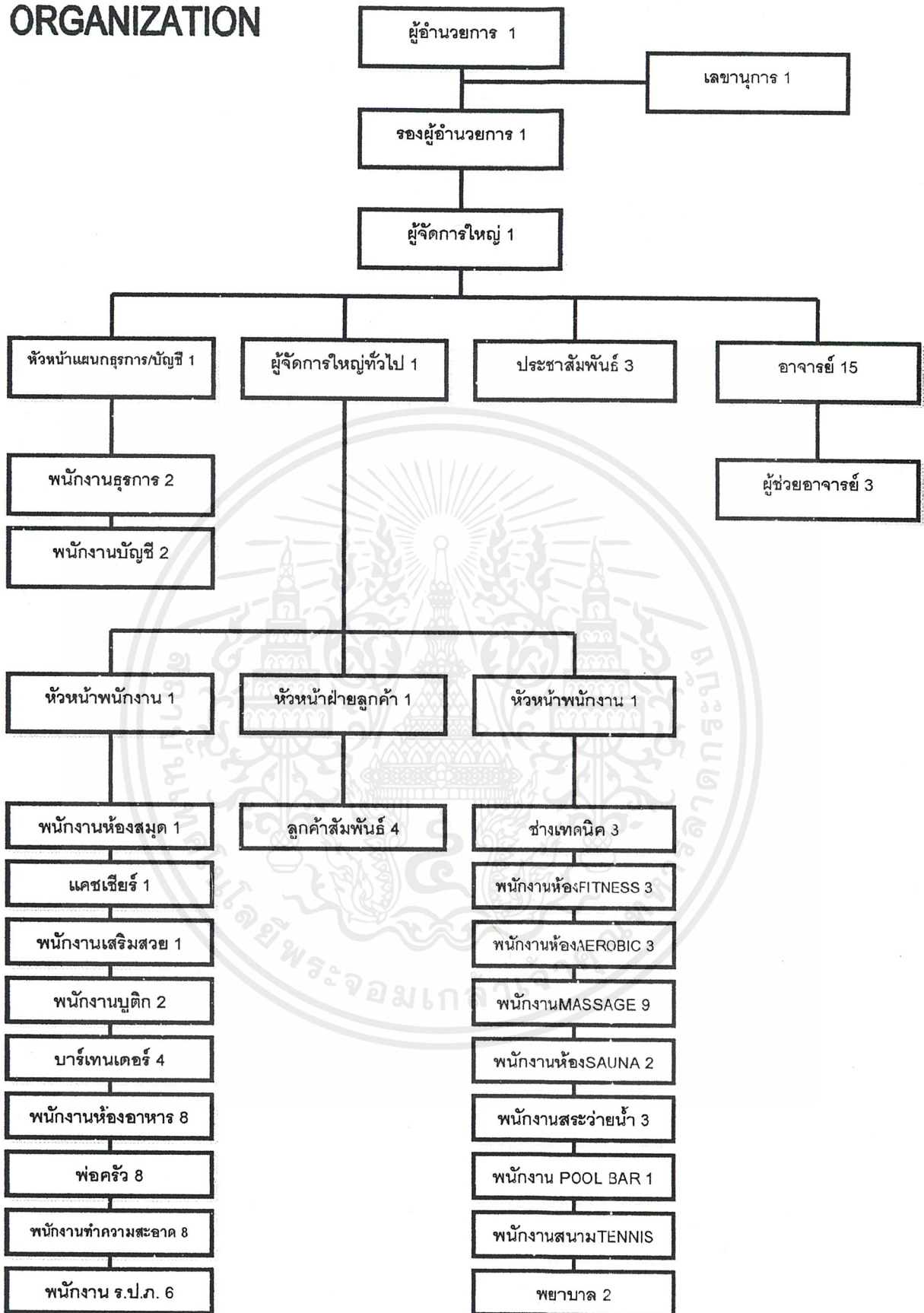
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 56 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพื่อพัฒนาสมองซีกซ้าย (สมองด้านวิชาการ) และสมองซีกขวา(สมองส่วนสร้างสรรค์)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 57 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ORGANIZATION



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 58 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6 การศึกษาพฤติกรรม

RECEPTION

ในส่วนนี้จะเป็นศูนย์กลางของแผนกที่จะนำไปสู่ส่วนต่างๆ ของแผนก จะมีส่วนต้อนรับ และติดต่อสอบถาม พนักงานต้อนรับในส่วนนี้จะทำหน้าที่ตรวจรับบัตรสมาชิก เพื่อลงจำนวนครั้งของการมารับบริการ ทำหน้าที่ในจัดเวลาในการเตรียมบริการส่วนต่างๆ ส่วนนี้จะต้องติดต่อกับส่วนต่างๆ ได้โดยสะดวก ควรจะออกแบบให้เป็นที่ดึงดูดใจเป็นจุดเด่น และโครงสร้างจะต้องแข็งแรง เพอร์นิเจอร์ที่สำคัญที่สุดในบริเวณนี้คือ เคาน์เตอร์ ควรจะให้แสงโดยที่มีความเข้มของแสงสูงกว่าบริเวณอื่น ที่สำคัญคือ ในบริเวณนี้มีบรรยากาศที่อบอุ่น

อุปกรณ์

1. เคาน์เตอร์ ติดต่อของพนักงาน 1 ชุด พร้อมทั้งวางของ เก็บของ โทรศัพทติดต่อกภายใน ไมโครโฟนพร้อมเครื่องเสียง 1 ชุด โดยปกติเคาน์เตอร์จะมีพื้นที่สำหรับการใช้งาน 2 ระดับ คือ ด้านสำหรับรับแขก จะสูง 1.00 เมตร หรือกว่านั้น และด้านสำหรับพนักงานสูง 0.70 เมตร เมื่อใช้เก้าอี้สูง 0.43 เมตร
2. พื้นที่พักนั่งคอย หรือ ชุดรับแขก 1 ชุด พร้อมทั้งวางของ วางหนังสือ ที่เขียนหรือ

ผู้ใช้

ผู้ให้บริการ – พนักงานต้อนรับ และผู้ตรวจบัตรสมาชิก

ผู้รับบริการ – 2-3 คนต่อครั้ง

Beauty Salon & Barber Room

ทีมงานในการดำเนินกิจการร้านเสริมสวย หรือร้านตัดแต่งผม ช่างในร้านแต่ละแห่งก็มีเงื่อนไข และข้อมูลผูกมัดที่แตกต่างกันไป ช่างใหญ่มักจะเป็นเจ้าของร้านด้วย และผู้รับบริการทุกรายต่างก็ประสงค์จะให้ช่างใหญ่เป็นผู้รับผิดชอบกับทรงผมบนศีรษะของตน ดังนั้น ในการแบ่งงานส่วนมากการสระผม อบผม ม้วนผม แต่งเล็บ จะให้ช่างหรือผู้ช่วยช่าง และการแต่งผม เช่น ซอยตัด ดัด จึงเป็นหน้าที่ของช่างใหญ่

ลักษณะภายในห้องจะประกอบด้วย ส่วนแต่งผม และส่วนสระผม และส่วนอบผม

ข้อควรคำนึงถึงเป็นหลักในการจัดร้านเสริมสวย

1. วางแผน ให้มีพื้นที่การทำงานได้สะดวก
2. พื้น ผนัง เพดาน ต้องทำด้วยวัสดุซึ่งแข็งแรง รักษาความสะอาดได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 59 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การระบายอากาศ ในกรณีติดตั้งเครื่องปรับอากาศ อุณหภูมิในห้องประมาณ 66 – 71 ° F ความชื้นสัมพัทธ์ 60 % ควรใช้อัตราหมุนเวียนในอัตรา 15 – 30 ฟุต/นาที
4. แสงสว่างในบริเวณทั่วไป ต้องการความสว่างอย่างน้อย 15 หน่วยฟุตแรงเทียน แต่สำหรับบริเวณที่ปฏิบัติงานให้มีความเข้มของแสงเท่ากับ 15 หน่วยฟุตแรงเทียน ถ้าแสงธรรมชาติไม่พอให้ติดตั้งหลอดไฟฟ้าเพิ่มเติมโดยไม่ทำให้เกิดแสงสว่างจ้า ทำให้เกิดความระคายเคืองสายตาได้

อุปกรณ์

- เคาน์เตอร์เก็บเงิน
- เก้าอี้หนัง เคาน์เตอร์ด้านหน้าและกระจกเงา ซึ่งมีที่เก็บอุปกรณ์รวมอยู่ด้วย บริเวณเคาน์เตอร์นี้จะมีปลั๊กไฟ ซึ่งเพื่อให้สำหรับเสียบไดร์เป่าผม
- กระบะมีล้อเข็น สำหรับวางอุปกรณ์สำหรับช่าง อันได้แก่ หวี แปรง กีบ ไรร์ ตาข่ายคลุมผม ที่ปิดหูกันร้อน เป็นต้น
- อุปกรณ์สำหรับทำเล็บ ได้แก่ ม้านั่งสำหรับผู้บริการ ซึ่งมีหน้าที่เก็บเฉพาะจะนำออกมาใช้เป็นครั้งคราว โต๊ะหรือถาดวางเครื่องมือและเครื่องสำอางในการทำเล็บ , ซามหรืออ่างใส่น้ำแช่เล็บ , ที่ใส่สาลีซึ่งแช่น้ำยาฆ่าเชื้อ
- เครื่องอบผมมีอยู่ 2 ชนิด คือ แบบเดี่ยวดังกับพื้น แบบติดกับเก้าอี้ และแบบติดบนผนัง หรือ เพดาน
- เตียงสระผม มี 2 แบบ คือ แบบนอนสระ และแบบนั่งสระ โดยมากแล้วถ้าเป็นร้าน barber shop จะใช้แบบนั่งสระ
- อ่างสระผม มีหลายชนิดด้วยกัน คือ กระเบื้อง โลหะ หรือ สแตนเลส
- ที่เก็บอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่นนย แชมพู ผ้าคลุมกันเปื้อก เครื่องประทินผม ผ้าขนหนู
- เก้าอี้พักคอย

ผู้ใช้

พนักงานช่างประจำร้าน

ผู้มารับบริการทั้งที่เป็นสมาชิก และไม่เป็นสมาชิก

พนักงานเสิร์ฟจากส่วนอาหาร ซึ่งจะนำน้ำ หรือ อาหารเข้ามาเสิร์ฟเป็นครั้งคราวเมื่อแขกต้องการ

ห้องบริหารร่างกาย

เนื้อที่ส่วนนี้ไว้สำหรับออกกำลังกาย บริหารร่างกายด้วยวิธีการต่างๆ ทั้งใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ และที่ไม่ใช้อุปกรณ์ เช่น การเดินแอโรบิก แจ๊ซแดนซ์ เป็นต้น

การจัดวางเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ภายในห้องนี้ โดยมากจะจัดให้เครื่องมือวางอยู่ชิดผนังเป็นหมวดหมู่ โดยปกติจะวางเรียงทั้ง 2 ฝาก ของผนังห้อง โดยหันหน้าเข้าผนัง ซึ่งมีกระจกเงากรอบอยู่รอบ ๆ

นอกจากเครื่องมือทั้งหลายแล้วควรจะมีเนื้อที่โล่ง ๆ ที่ใช้สำหรับบริการร่างกายได้ อาจเป็นห้องเฉพาะ หรือไม่ได้ แต่ต้องกรงกระจกเงารอบห้องเช่นกัน เพื่อให้ผู้ออกกำลังกายดูได้ว่าตนเองกำลังบริหารถูกต้องตามวิธีการ หรือ ท่าทางที่ครูฝึกสอนไว้

โดยปกติแล้ว ส่วนบริหารร่างกายนี้จะใช้รวมกันทั้งสุขภาพบุรุษและสุขภาพสตรี แต่บางแห่งอาจจะแยกกันก็ได้

ลักษณะการตกแต่งที่ควรคำนึงถึง คือ

- พื้น การปูพรม เพื่อให้เกิดความนุ่มนวลขณะบริหารร่างกาย
- ผนังควรกรงกระจกเงารอบ ๆ
- ไฟควรค่อนข้างสว่างอาจใช้หลอดฟลูออเรสเซนต์ก็ได้
- บรรยากาศภายในห้องควรให้ดูมีระเบียบ สีสรรนุ่มนวล เย็นสบายเป็นหลักใหญ่

อุปกรณ์

1. อุปกรณ์ มีหลายชนิด แต่ละแห่งก็เลือกนำมาใช้แตกต่างกันไป แล้วแต่ขนาดของความต้องการ
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ ปัจจุบันนี้เริ่มมีการนำเอาเครื่องคอมพิวเตอร์มาช่วยในการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ และแนะนำเกี่ยวกับการบริหารร่างกายบ้างแล้ว เป็นเครื่องขนาดเล็ก วางไว้บนโต๊ะหรือเคาน์เตอร์ของผู้ควบคุมในห้อง

เครื่องมือที่ใช้ในห้องบริหารร่างกายชาย

จำนวนผู้ใช้/เครื่อง	จำนวนเครื่อง	เครื่องมือ	เนื้อที่ตร.ม.
4	1	1. Sport Trainer	18
2	1	2. Bicep-Tricep	2.68
1	1	3. Leg press. Dep	2.3
1	1	4. Shoulder Press	2.03

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 61 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2	1	5. Leg extension-leg curl	1.03
1	1	6. Chest press	2.67
1	1	7. Squat Machine	1.5
1	1	8. Roman Bench	0.075
1	1	9. Flat Bench	0.87
1	1	10. Decline Bench+Sit up Board Racks	0.76x2 = 1.52
1	1	11. Olympic Supine	1.5
1	1	12. Incline Bench, seated	0.525
1	1	13. Vertical Knee Raise	0.68
1	1	14. จักรยาน	0.7x2=1.4
1	1	15. แอร์โรวี จ็อกกิ้ง	1.00
1	1	16. ที่วางน้ำหนัก	1.5-200
1	1	17. แผ่นกระโดด	0.36x2=7.2
1	1	18. แผ่นกระโดด	3.14
		รวมพื้นที่	43.64 ตร.ม.
3.		ส่วน pantry บางแห่งจะมีเคาน์เตอร์ pantry เพื่อบริการเครื่องดื่มเล็ก ๆ น้อย	

ผู้ใช้

สมาชิก ทั้งหญิงและชาย
ครูฝึก

เครื่องมือที่ใช้ในห้องบริการร่างกายแผนกหญิง

จำนวนผู้ใช้/เครื่อง	จำนวนเครื่อง	เครื่องมือ	เนื้อที่ตร.ม.
4	1	1. Sport Trainer	18
1	1	2 Leg press. Dep	2.3
1	1	3 Shoulder Press	2.03
1	1	4 Chest press	2.67
1	1	5. Dumbells	0.5
1	1	6. แอร์โรวี จอกกิ้ง	1
1	2	7. เต็น Twist	0.35x2=0.70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา.62 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1	2	8. จักรยาน	0.7x2=1.4
1	2	9. Belt emassage	0.4x2=0.8
1	2	10. Decline Bench+Sit up Board Racks	0.76x2 = 1.52
1	1	11. Flat bench	0.87
1	1	12. Olimpic Supine	1.5
		รวมพื้นที่	33.29 ตร.ม.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาแ63ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องSAUNA

ถ้าหากว่าห้องชุด SAUNA สามารถตั้งอยู่แยกเป็นส่วน หมายถึงให้มีห้องให้ความร้อน ส่วนประชาสัมพันธ์ ห้องพนักงาน ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า และตู้เก็บเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ เสาห์น ห้องพักผ่อน อย่งไรก็ดี ห้องชุดนี้ก็จะเป็นส่วนของ ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า และห้องอาบน้ำรวมก็ได้

ถ้าตามปกติ คนอาบน้ำจะใช้เนื้อที่ประมาณ 3-5 ตรม. ในแต่ละครั้ง และสัดส่วนนี้สามารถใช้เป็นผลรวมของห้อง SAUNA ได้ ขนาดห้อง SAUNA ประมาณ 2.5 x 3.2 ตรม. จะมีผู้อาบน้ำประมาณ 8 คน และ 3.2 x 3.8 ตรม. จะมีผู้อาบน้ำประมาณ 11 คน

จากพื้นถึงเพดานสูง 2.8 ม.

ห้องขนาดตัวขนาด 2.8 x 2.2 ตรม. มักสร้างรวมอยู่ได้

- ถ้าหากแยกส่วนชายกับหญิง ก็ควรมีส่วนประชาสัมพันธ์ต้อนรับ
- ในบริเวณที่ต้องเปียกน้ำ เช่น ห้องอาบน้ำฝักบัว ขนาดพื้นที่อย่างน้อยที่สุด ต้องเท่ากับห้อง SAUNA และส่วนพักผ่อนที่มี COUNTER เครื่องดื่ม ควรใหญ่กว่าห้อง SAUNA 3-4 เท่า
- ชั้นเก็บเสื้อคลุมและผ้าขนหนู ควรอยู่ใกล้ส่วนต้อนรับ
- การให้แสงโดยตรงที่แรงเกินไป จะทำลายบรรยากาศที่สงบของห้อง SAUNA แสงที่ให้อควรจะเป็นแสง INDIRECT และสว่างพอดี อยู่เหนือผู้อาบน้ำ เหนือระดับสายตา

ห้อง SAUNA นี้เป็นห้องอบตัวด้วยความร้อนแห้ง เป็นห้องทางเทคนิค

ลักษณะ

- เป็นห้องทำด้วยไม้พินแลนด์ ภายในทำด้วยวัสดุกันความร้อนเป็นผนัง 2 ชั้น
- ควรอยู่ในส่วนที่ติดต่อกับห้องอาบน้ำ
- ขนาดห้องจะไม่ใหญ่เกิน 16 ตรม.

ผู้ใช้

- ผู้รับบริการ สมาชิก ห้องใหญ่ครั้งละไม่เกิน 10 คน หรือตามขนาด

ห้องแต่งตัว เปลี่ยนเสื้อผ้า เก็บของ

เป็นห้องที่มีความมิดชิดพอสมควร สามารถเข้าถึงจากส่วนต่างๆได้ง่าย

พื้นที่ใช้สอย	ทนทานแข็งแรง ทำความสะอาดง่าย ทนทานต่อความร้อนความชื้น
ผนัง	ทนความชื้น
เพดาน	กันความชื้น เก็บเสียง
แสงสว่าง	มากเพียงพอ ใช้หลอดไฟ FLUORESCENT

ส่วนแต่งตัว

เป็นห้องที่มีสมาชิกใช้เปลี่ยนเสื้อผ้าและแต่งตัว

ลักษณะ

- ภายในแบ่งซอยเป็นห้องเล็กๆ
- อยู่ภายในบริเวณส่วนเก็บของ LOCKERS ส่วนฝากของ และติดต่อกับห้องน้ำห้องส้วมได้สะดวก

ผู้ใช้

- สมาชิกแผนกหญิง
- สมาชิกแผนกชาย

อุปกรณ์

- ห้องแต่งตัวย่อย
- โต๊ะแต่งตัวพร้อมกระจก
- ที่นั่งพัก

ห้อง LOCKERS

เป็นส่วนเก็บของส่วนตัวของสมาชิก เช่นกระเป๋าถือ

ลักษณะ

- ควรอยู่ในที่ที่สามารถติดต่อกับส่วนแต่งตัว พักผ่อน และห้องน้ำ ห้องส้วม ได้โดยสะดวก

ผู้ใช้

- สมาชิกที่ใช้บริการ

อุปกรณ์

- ตู้เก็บของเป็น LOCKERS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนฝาอกเสื้อผ้า

เป็นส่วนที่สมาชิกนำชุดเสื้อผ้ามาฝากแขวน โดยมากควรจะอยู่ติดต่อกับส่วนเก็บของและส่วนแต่งตัว

อุปกรณ์

- เคาน์เตอร์ทำงานพนักงาน
- รวแขวนเสื้อผ้า

ห้องน้ำ

ลักษณะ

- เป็นห้องอาบน้ำขนาดเล็ก อาบแบบฝักบัว SHOWER

ผู้ใช้

- สมาชิก

อุปกรณ์

- รวแขวนผ้า
- ที่วางสบู่
- ฝักบัวติดผนัง

ห้องแพทย์และพยาบาล

เป็นห้องตรวจร่างกาย และใช้ปฐมพยาบาลในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ ซึ่งอาจเกิดจากการใช้เครื่องมือผิดพลาด หรือเกิดการใช้ห้องชานว่นา เป็น

เนื่องจากห้องชานว่นาที่ให้บริการเป็นสาธารณะตามสโมสรกีฬา สถานะบริหารร่างกายต่าง ๆ หรือตามอาคารที่บริการเพื่อสาธารณะ ผู้ไปใช้ห้องชานว่นาบางคนอาจมีโรคประจำตัวที่ต้องได้รับการตรวจ และแนะนำจากแพทย์ และพยาบาลก่อนเข้าอบชานว่นา หรือในขณะที่เข้าอบชานว่นาเกิดอาการหน้ามืด วิงเวียน เป็นลมขึ้นมากะทันหัน อันเนื่องมาจากสาเหตุทางด้านสภาวะทางด้านร่างกายผิดปกติ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมืห้องที่ให้การปฐมพยาบาลเพื่อช่วยให้การตรวจร่างกายก่อนเข้าห้องอบชานว่นา และเพื่อช่วยบำบัดรักษาขั้นต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุกะทันหัน

ที่ตั้งของห้องพยาบาลควรอยู่ในบริเวณที่ใกล้กับส่วนต่าง ๆ และอยู่ใกล้กับห้องน้ำ ควรเลือกมุมที่มีความสงบเงียบ และมีทางสัญจรเข้าออก และติดต่อกับส่วนต่าง ๆ ได้โดยสะดวก ห้องปฐมพยาบาลนี้จะต้องใช้พื้นที่ตามมาตรฐานอย่างน้อย 17.6 ตารางเมตร หรือควรมีขนาด 4.50 x

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 66 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.50 ตารางเมตรสำหรับห้องชานำจำเป็นจะต้องมีการใช้สัญญาณในการติดต่อโดยตรงจากห้องชานำ เช่น มีกริ่งเสียงสัญญาณแสดงการเกิดอุบัติเหตุในห้องอบชานำ หรือ โทรศัพท์สายในติดต่อจากห้องชานำถึงห้องพยาบาลโดยตรง โดยเครื่องมือนี้ติดตั้งอยู่ในห้องชานำ และในห้องพยาบาล และแสดงให้ทราบโดยทั่วกัน

ผู้ใช้

- พยาบาลประจำ 1 คน
- แพทย์ตรวจร่างกายมาตามกำหนดเวลา
- ผู้ใช้บริการทั่วไป อาจจะมาขอคำแนะนำทางโภชนาการก็ได้

ภัตตาคาร

แบ่งส่วนสำคัญหลัก ๆ ออกเป็น

1. ส่วนที่มีผู้เข้าไปใช้บริการ
2. ครัว

ข้อคำนึงของการจัดภัตตาคารให้ได้มาตรฐาน

1. ระบบระบายอากาศ
2. ชนิดของบริการ
3. การแบ่งชนิดของเนื้อที่แต่ละส่วน
4. โต๊ะเก็บเงินและระบบเก็บเงิน
5. ระบบบริการเครื่องมือ
6. ระบบการให้แสงสว่าง
7. ระบบการป้องกันเสียงสะท้อน
8. ฝ้าม่าน
9. การป้องกันเสียงสะท้อน
10. สีและเสียงเกี่ยวกับอาหาร
11. วัสดุปูพื้น และเฟอร์นิเจอร์

การศึกษาถึงความต้องการที่ชัดเจนขณะนี้และความต้องการในอนาคตในการผลิตอาหาร การเลือกควรจะทำระหว่างการตัดเนื้อหรือเนื้อที่แบ่งเรียบร้อยแล้ว ส่วนของการย่างขนมปังหรือ การใช้ผลิตภัณฑ์ขนมปังหรือการใช้อาหารแบบมีกรรมวิธีกับอาหารที่ไม่มีกรรมวิธีการทำมากนัก ถ้าหากการขยายตัวที่น่าจะเป็นควรศึกษาการทำก่อนการวางแผน อาคารว่าเนื้อที่ควรผนวกเข้าไปอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา.67 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่รับประทานอาหาร (Dining Area)

เนื้อที่ส่วนนี้ปกติจะคิดจากตารางฟุตหรือตารางเมตรต่อจำนวนผู้ใช้นั่งในระยะเวลาหนึ่ง เวลาใด ซึ่งการแบ่งขนาด ชนิด และคุณภาพของการบริการ ควรพิจารณา

เด็ก ๆ ใช้นั่งที่เพียง	3 ตารางฟุต (0.8 ตารางเมตร) / ที่นั่ง
ผู้ใหญ่ใช้นั่งที่	12 ตารางฟุต (1.2 ตารางเมตร) / ที่นั่ง
ที่นั่งในห้องเลี้ยงรับรองใช้นั่งที่	16 ตารางฟุต (1.0 ตารางเมตร) / ที่นั่ง
ภัตตาคารที่หรู ๆ ใช้นั่งที่	13 – 20 ตารางฟุต / ที่นั่ง

จำนวนของความต้องการส่วนบริการในห้องอาหารและการแบ่งเนื้อที่มีผล หรืออิทธิพลต่อความต้องการ เกี่ยวกับเนื้อที่ซึ่งเสียประโยชน์ไปก็ควรนำมาพิจารณา

ความสะดวกสบายของผู้มาใช้อาคาร ควรจะดูแลเขตบางกลุ่มของผู้มาใช้ ถ้าไม่ชอบความพลุกพล่าน

ตารางการใช้เนื้อที่ต่อคนตามพื้นที่ของการจัดวางเกี่ยวกับอาหาร
ชนิดของการจัดการ

Type of Operation	Sq. Feet	SQ. Metre
Cafeteria, commercial	16-18	1.6 – 1.3
Cafeteria, college and industrial	12 – 18	1.2 – 1.5
Cafeteria, school lunch room	9 – 12	0.9 – 1.2
College residence, table service	12 – 15	1.2 – 1.5
Counter service	18 – 20	1.8 – 2.0
Table service, hotel club restaurant	15 – 18	1.5 – 1.8
Table service, minimum eating	11 – 14	1.1 – 1.4
Banquet, minimum	10 11	1.0 – 1.1

ทุก ๆ เนื้อที่ของสวนอาหารใช้สำหรับวัตถุประสงค์ที่มากกว่าที่นั่ง ทั้งนี้ยังไม่ได้รวมเนื้อที่พักผ่อน สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการ ห้องพนักงานและส่วนอื่นที่คล้ายคลึงกัน

จุดที่มีการให้บริการใช้อัตราส่วนประมาณ 1 จุดต่อ 20 ที่นั่ง หรือถ้าเป็นจุดใหญ่ ๆ อาจใช้ได้ต่อ 50 – 60 ที่ การเสนอแนะที่จะให้มีศูนย์กลางบริการมีอิทธิพลโดยขึ้นกับระยะทางของเนื้อที่อาหาร จากเนื้อที่บริการเป็นสิ่งพิจารณาตัดสินสำหรับกรณีที่สวนอาหารและให้บริการอยู่คนละชั้น เช่น สวนรับประทานอาหารอยู่ชั้นบนแต่ครัวอยู่ชั้นล่าง ซึ่งมาจากเหตุผลประกอบอื่น ๆ ที่ทำให้ครัวอยู่ชั้นล่าง อาทิเช่น เกี่ยวกับการลงของ พวกผักสด ผลไม้ เนื่องจาก SERVICE ROAD เป็นต้น จึงจำ

เป็นต้องมีการส่งอาหารจากครัวตรงจุดปรุงสุกที่เตรียมจะส่งขึ้นชั้นบน โดยใช้ช่องส่งอาหารขนาด และตำแหน่งตัดสินที่พิจารณาจากจำนวนอาหารและส่วนประกอบอื่น ๆ

ในการจัดส่วนของเคาน์เตอร์ และโต๊ะอาหารมีอัตราส่วนประมาณ 1 ต่อ 3

พื้นที่ของครัวมีพื้นที่ประมาณ 20 – 25 % ของพื้นที่ส่วนรับประทานอาหาร หรือพื้นที่ที่ครัว ต่อส่วนรับประทานอาหารประมาณ 4 ต่อ 5 หรือ 1 ต่อ 4

แสงที่ใช้กับภัตตาคารเป็นส่วนที่ช่วยในการสร้างบรรยากาศโดยเฉพาะในเวลากลางวัน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเลือกชนิดของหลอดไฟฟ้า ชนิดมีไส้หลอด เนื่องจากหลอดไฟชนิดนี้จะให้แสงสีแดง ซึ่งสามารถให้ความรู้สึกที่อบอุ่นเป็นกันเองและดูหรูหรากว่าหลอดฟลูออโรเรทเซนท์ เหมาะที่จะใช้เน้นในส่วนที่สำคัญต่าง ๆ ส่วนหลอดฟลูออโรเรทเซนท์เหมาะที่จะนำไปใช้กับส่วนบริการหลังเคาน์เตอร์ เช่น บริเวณล้างแก้ว จาน ชาม หรือภายในครัว ซึ่งหลอดไฟชนิดนี้จะให้แสงที่ขาวนวลเหมือนแสงธรรมชาติ ซึ่งเหมาะที่สุดในการให้ความสว่างในการทำงาน

การใช้แสงภายในภัตตาคารมักใช้แสงไฟหลายประเภทปนกัน แล้วแต่ลักษณะการออกแบบ และประโยชน์ใช้สอยในแต่ละส่วน

การให้แสงโดยรอบตัวภัตตาคารในลักษณะไฟธรรมชาติ คือ คบเพลิง หรือ ตะเกียง จะช่วยเน้นให้ได้บรรยากาศที่แตกต่างไปจากที่เคยได้รับโดยทั่วไปในเมือง เป็นอีกบรรยากาศหนึ่ง ซึ่งจะดูเข้ากับธรรมชาติมากกว่าการใช้หลอดต่าง ๆ ทั่วไป และการเลือกที่จะนำมาใช้นั้นต้องดูให้เหมาะสมและไม่ขัดกับส่วนอื่นที่ใกล้เคียงกัน คือ ให้มีความสัมพันธ์กันในการออกแบบด้วย

การใช้แสงเฉพาะส่วนโต๊ะอาหารสามารถสร้างความรู้สึกส่วนตัวได้ดี

พื้นที่ในภัตตาคาร

คุณสมบัติที่ดีในพื้นที่ของภัตตาคาร มีดังนี้

1. ง่ายต่อการทำความสะอาด
2. ทนทานและดูใหม่เสมอ
3. ไม่สิ้น
4. ดูดเสียงพอประมาณ
5. ด้านทานกรด – ด่างได้

ในขณะที่แบบของวัสดุปูพื้นมีต่าง ๆ กัน ลักษณะของการสะท้อนเสียงก็มีต่าง ๆ กันด้วย คือ วัสดุที่แข็ง

สะท้อนได้มากกว่าวัสดุที่นุ่มกว่า ในภัตตาคารสำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกำจัดเสียงที่เกิดจากการทำงานให้มากที่สุด ดังนั้น การปูพรมก็เป็นการแก้เสียงสะท้อนได้วิธีการหนึ่ง เพราะความฟูของผิวจะช่วยดูดเสียง การพิจารณาเสียงสะท้อนโดยการนำพื้นลอยซ้อนพื้นเดิมแล้วใช้วัสดุนุ่มปูพื้นจะมีประสิทธิภาพดีกว่าการปูด้วยวัสดุที่มีผิวสัมผัสอีกประมาณ 50 % แต่ก็จะให้ตัดการสะท้อนเสียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 69 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมบูรณัณนังก็ต้องทำเป็นสิงชั้น แบบพื้นและบุด้วยแอกครุสติกทั้งหมดรวมถึงเพดานด้วยจะเป็นว่า มีความสิ้นเปลืองมาก ดังนั้นควรทำแต่พอดีและเหมาะสม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 70 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7 การวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยของโครงการ

ในการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยของโครงการนี้ เนื่องจากโครงการมีลักษณะเป็นศูนย์การศึกษาผสมกับ Sport Complex คือ มีทั้งส่วนของอาคารฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร และส่วนที่ให้บริการด้านกีฬา บริหารกาย และด้านบันเทิง สำหรับกีฬาประเภทต่าง ๆ อาทิเช่น เทนนิส เป็น พื้นที่ที่เฉพาะตายตัวสำหรับกีฬาแต่ละประเภท ดังนั้น ในการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยจึงจะวิเคราะห์เฉพาะส่วนที่อยู่ในอาคารสโมสร และไม่ได้เป็นพื้นที่ของสนามสำหรับเล่นกีฬา

บทวิเคราะห์พื้นที่

1. LOBBY

ที่ตั้ง - ชั้น 1 ติดต่อกับทางเข้าหลัก และเป็นจุดที่กระจายคนไปยังส่วนต่าง ๆ

เนื้อที่ - 380 ตารางเมตร

เวลาที่ให้บริการ - 10:00 - 20:00 น.

ประโยชน์ใช้สอย - เป็นที่ต้อนรับจุดแรกของผู้มาใช้โครงการที่ต้องมาพบก่อนและเป็นที่ยอมรับติดต่อสอบถามพักคอย

พฤติกรรมโดยตรง - ผู้มาใช้บริการเมื่อเข้าสู่โครงการจะต่อพบยังจุดนี้เป็นบ่งแรกก่อนจะแยกย้ายไปส่วนต่าง ๆ ของโครงการ โดยอาจเข้ามาติดต่อสอบถามบริเวณ COUNTER ประชาสัมพันธ์ หรือนั่งพักคอยเพื่อที่นัดมาพบกัน ณ จุดนี้ อาจมีกิจกรรมระหว่างการพักคอย เช่น อ่านหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ด้วย

1.1 โถงทางเข้า

ผู้ใช้ - โดยมากมักจะมาคนเดียว โดยสังเกตการณ์จากโครงการเปรียบเทียบ มักมาใช้ในช่วงเวลา 16.00 - 18.00 น. มากถึง 70 % และใช้เวลาอยู่ในพื้นที่ประมาณ 15 นาที ใช้เวลาในการนั่งพักคอยประมาณ 1/2 ชั่วโมง

ดังนั้น คาดการณ์ จำนวนผู้มาใช้บริเวณ LOBBY ได้ดังนี้

จากจำนวนผู้มาใช้โครงการสูงสุด 400 คน/วัน (ประมาณโดยผู้ออกแบบโครงการ)

มาใช้ในช่วงเวลา 16.00 - 18.00 น. เป็นเวลา 2 ชั่วโมง มากถึง 70 %

เท่ากับมีผู้มาใช้โครงการ = $400 \times 70/100 = 280$ คน

ในเวลา 2 ชั่วโมง (120 นาที)

คิด 1 คนใช้เวลาในบริเวณนี้ 15 นาที

จะได้จำนวนคนสูงสุดต่อช่วงเวลาหนึ่ง = $15 \times 260/120 = 35$ คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 74 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื้อที่ใช้สอย จาก STANDARD 1 คน จะใช้พื้นที่ในการยืนประมาณ 0.64 ตารางเมตร ดังนั้น 35 คนจะใช้พื้นที่ = $0.64 \times 35 = 22.4$ ตารางเมตร

1.2 ประชาสัมพันธ์

ผู้ใช้ - มีผู้ใช้บริการครั้งละ 3 คน แต่ละคนใช้เวลาในการติดต่อประมาณ 10 นาที มี

พนักงานต้อนรับ 3 คน (ผลัดกันทำงาน)

เนื้อที่ใช้สอย จาก STANDARD (TYPE A)

พนักงานต้อนรับใช้พื้นที่ 2.60 ตารางเมตร/คน

ดังนั้น 3 คน จะใช้พื้นที่ = $2.60 \times 3 = 7.8$ ตารางเมตร

1.3 ส่วนพักคอย

ผู้ใช้ - มาจาก LOBBY ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 35 คน ต่อหนึ่งช่วงเวลา ซึ่งมักมาเป็นกลุ่มเฉลี่ยกลุ่มละ 3 คน เป็นจำนวน 12 กลุ่ม

เนื้อที่ใช้สอย จากการวิเคราะห์ที่พักคอยควรจัดให้มีชุดเก้าอี้ 5 ที่นั่ง เพื่อความสะดวก

สบาย ชุดที่นั่งคอยใช้พื้นที่ 10 ตารางเมตร/กลุ่ม หรือ 2 ตารางเมตร/คน ดังนั้นจะใช้พื้นที่

$2 \times 35 = 120$ ตารางเมตร

1.4 ทางสัญจร

เนื่องจาก LOBBY เป็นส่วนที่มีผู้เข้ามาใช้มากที่สุด ทุกคนต้องผ่านจุดนี้เป็นจุดแรกจึงควรมีทางสัญจรที่กว้างขวาง สะดวกในการเดินไปมา หรือในกรณีที่ต้องขนกระเป๋าใส่อุปกรณ์กีฬาด้วย จึงควรจะต้องเลือกให้พื้นที่สัญจรคิดเป็น 40 % ของพื้นที่ทั้งหมด

เนื้อที่ใช้สอย จากพื้นที่ทั้งหมดของ LOBBY 380 ตารางเมตร

คิดเป็นพื้นที่สัญจร = $380 \times 100 / 100 = 152$ ตารางเมตร

รวมพื้นที่วิเคราะห์ทั้งหมด = $22.4 + 7.8 + 120 + 152 = 302.3$ ตารางเมตร

สรุป พื้นที่จริง > พื้นที่วิเคราะห์ = $380 > 302.2$ ตารางเมตร

2. ส่วนภัตตาคาร

ที่ตั้ง - ชั้น 1 ติดต่อกับ LOBBY

เนื้อที่ - 280 ตารางเมตร

เวลาที่ให้บริการ - 12.00 - 20.00 น.

ประโยชน์ใช้สอย - สำหรับบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่สมาชิก และบุคคลทั่วไป เพราะในส่วนภัตตาคารนี้

จะเปิดให้บริการแก่บุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของโครงการด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 72 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมโดยย่อ – ผู้มาใช้บริการจะเข้าสู่ภัตตาคารจากทางแยกมาจาก LOBBY อาจมาพัก ผ่อน ดื่มเครื่องดื่ม ดื่ม หรือรับประทานอาหารพักมือเที่ยง หรือมือเย็น โดยจะให้บริการอาหารทั้งไปทั้งไทย จีน ฝรั่งเศส ที่ไม่ต้องอาศัยกรรมวิธีการที่ยุ่งยากในการปรุง และใช้เวลาไม่มากนัก

2.1 ส่วนรับประทานอาหาร

ผู้ใช้ – สมาชิก และบุคคลทั่วไป โดยมากจะมาเป็นกลุ่มเช่นเดียวกับการเข้ามาใช้ใน ส่วน LOBBY

ดังนั้น คาดการณ์ผู้เข้ามาใช้บริการส่วนรับประทานอาหาร ดังนี้

จำนวนผู้มาใช้โครงการสูงสุด 400 คน/วันเข้ามาใช้บริการส่วนภัตตาคารประมาณ 3 ใน 4 ของคนเข้ามาใช้โครงการจะได้จำนวนผู้เข้ามา ใช้ประมาณ 200 คน/วันส่วนมากจะใช้ บริการในระยะเวลา 12.00 – 16.00 น. ประมาณ 90% จะได้จำนวนผู้เข้าใช้ = $300 \times 90 / 100 = 270$ คนในเวลา 6 ชั่วโมง (360 นาที) 1 คนใช้เวลา 1.30 ชั่วโมง (90 นาที)จะได้จำนวน คนสูงสุดต่อช่วงเวลาหนึ่ง = $90 \times 270 / 360 = 68$ คน เนื้อที่ใช้สอย คิดพื้นที่บริเวณรับ รับประทานอาหาร จากการจัดโต๊ะแบบ 4 ที่นั่ง เนื่องจากพฤติกรรมในการรับประทานอาหาร ที่มักมากันเป็นครอบครัว หรือเป็นกลุ่มเพื่อนฝูงพื้นที่จัดโต๊ะแบบที่นั่ง 4 ที่นั่ง = 6.76 ตารางเมตร หรือ 1.69 ตารางเมตร/คน ดังนั้น 70 คน ใช้พื้นที่ = $1.69 \times 70 = 118.3$ ตาราง เมตร

2.2 ครั้ว

ผู้ใช้ – คนครั้ว คนเสิร์ฟอาหาร

เนื้อที่ใช้สอย คิดพื้นที่ส่วนปรุงอาหารเป็น 30 % ของพื้นที่ส่วนรับประทานอาหาร เนื่อง จากเป็นการเตรียมอาหารที่ไม่ยุ่งยาก และไม่ใช้พื้นที่ในการปรุงอาหารมากนักจะได้ขนาด พื้นที่ส่วนครั้ว = $120 \times 30 / 100 = 36$ ตารางเมตร

2.3 ส่วน COUNTER BAR และ CASHIER

ผู้ใช้ – พนักงาน CASHIER และบุคคลทั่วไป

เนื้อที่ใช้สอย คิดเป็น 7.5 % ของพื้นที่ส่วนรับประทานอาหาร (โดยหักพื้นที่ครั้วออกแล้ว) หรือประมาณครึ่งหนึ่งของ COUNTER ทั่วไป จะได้พื้นที่ = $196 \times 7.5 / 100 = 14.7$ ตาราง เมตร

2.4 ทางสัญจร

คิดเป็น 20 % ของพื้นที่ส่วนรับประทานอาหาร (โดยหักพื้นที่ครัวออกแล้ว) จะได้พื้นที่ = $196 \times 20/100 = 39.2$ ตารางเมตร

2.5 ส่วนทางเข้า

ผู้ใช้ - มักมาเป็นกลุ่มกลุ่มละ 3 คน ใช้เวลาคราวละ 5 นาที ยืนมองหาที่นั่งที่ต้องการตั้งนั้น จากการคาดการณ์ผู้เข้าใช้ส่วนภัตตาคารได้ 270 คนในเวลา 6 ชั่วโมงคิดเป็น ชั่วโมงละ = $270/6 = 45$ คน (60 นาทีต่อ 45 คน) ดังนั้นจะได้จำนวนคนสูงสุดต่อช่วงเวลาหนึ่ง = $5 \times 45/60 = 4$ คนเนื้อที่ใช้สอย 1 คน ใช้พื้นที่ในการยืนประมาณ 0.64 ตารางเมตร รวมพื้นที่วิเคราะห์ทั้งหมด = $118.3+36+14.7+39.2+2.56 = 210.76$ ตารางเมตร
สรุป พื้นที่จริง > พื้นที่วิเคราะห์ = $280 > 210.75$ ตารางเมตร

3. ส่วนเสริมความงาม (BEAUTY SALON)

ที่ตั้ง - ชั้น 1 ติดต่อกับ LOBBY

เนื้อที่ - 100 ตารางเมตร

เวลาที่ให้บริการ - 10.00 - 20.00 น.

ประโยชน์ใช้สอย - สำหรับบริการทั้งสมาชิกและบุคคลทั่วไปได้เข้ามาเสริมความงามโดยบริการเฉพาะ สุภาพสตรีซึ่งจะได้ให้บริการแต่งหน้า ทำผม

พฤติกรรมโดยย่อ - ผู้มาใช้บริการจะเข้าสู่ส่วนเสริมความงามโดยเดินผ่านมาจาก LOBBY โดยเข้ามา และ บอกความจำนวว่าจะมาใช้บริการประเภทใด จากนั้นเข้ารับบริการ และชำระเงินที่ COUNTER CASHIER ภายในบริเวณนี้

3.1 บริเวณทำผม

คาดการณ์ผู้เข้ามาใช้ส่วนนี้จาก CASE STUDY ของโครงการ FIGURE CENTER ซึ่งมีผู้เข้าใช้โครงการเต็มทีประมาณ 100 คน/วัน (เฉพาะสุภาพสตรี) จะมาใช้ส่วนเสริมสอยประมาณ 20 คน/วัน คิดเป็น 20 % โดยมักมาในช่วง 12.00 - 19.00 น. ประมาณ 80 % คิดเป็น 24 คนต่อเวลา 4 ชั่วโมง , 1 คนใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง ดังนั้น จะมีคนอยู่ในช่วงเวลาเดียวกันทั้งหมด $2 \times 24/4 = 12$ คน ส่วนทำผม 3 ที่ (1 ชั่วโมง)เพียงสระผม 2 เตียง (1/2 ชั่วโมง)ห้องนวดตัว 3 เตียง (1 ชั่วโมง)ห้องนวดหน้า 3 เตียง (40 นาที)
สำหรับโครงการ WORLD CLUB SPORT COMPLEX มีผู้เข้าใช้โครงการเต็มทีประมาณ 400 คน/วัน คาดว่าเป็นผู้หญิงประมาณ 1 ใน 3 ของผู้เข้าใช้ทั้งหมด = 134 คน จะมาใช้ส่วนเสริมความงามประมาณ 30 % หรือ เท่ากับ 40 คนมาในช่วงเวลา 12.00 - 17.00 น. ประมาณ 80% คิดเป็น $40 \times 80/100 = 32$ คน ต่อช่วงเวลา 4 ชั่วโมง , 1 คนใช้เวลา 2 ชั่วโมงดังนั้น จะมีคนอยู่ในช่วงเวลาเดียวกันทั้งหมด = $2 \times 32/4 = 16$ คนเนื้อที่ใช้สอย ส่วน

ทำผมใช้พื้นที่ 5.64 ตารางเมตร ต่อผู้รับบริการ 2 คน หรือประมาณ 4.32 ตารางเมตร ต่อคน (จาก HUMAN SCALE) (รวมพื้นที่สำหรับวางอุปกรณ์ต่าง ๆ แล้ว) ประมาณให้มีผู้ทำผม 2 คน จะได้พื้นที่ = $3.4 \times 3.2 = 12.96$ ตารางเมตร

3.2 เติยงสระผม

เนื้อที่ใช้สอย พื้นที่สระผมรวมพื้นที่สำหรับวางแชมพูและอุปกรณ์ต่าง ๆ แล้วประมาณ 5.07 ตารางเมตร ต่อผู้รับบริการ 2 คน หรือ 2.53 ตารางเมตร ต่อคน
ประมาณให้มีผู้สระผม 2 คน จะได้พื้นที่ = $2 \times 5.53 = 5.06$ ตารางเมตร

3.3 ส่วนพักคอย

ผู้ใช้ - ผู้มารับบริการ หรืออาจมานั่งคอยกัน
เนื้อที่ใช้สอย ประมาณจากที่มีผู้เข้าใช้ต่อช่วงเวลาหนึ่ง 16 คน สามารถเข้ารับบริการได้ทันที 12 คน ดังนั้น จะมีผู้ต้องรอประมาณ 3 คน และเผื่อพื้นที่ในกรณีที่เพื่อนมาคอยด้วย รวมแล้วประมาณทั้งหมด 8 ท่านพื้นที่พักคอย 1 ท่าน ใช้พื้นที่ประมาณ 1.2 ตารางเมตร 8 ท่านคิดเป็นพื้นที่ = $8 \times 1.2 = 9.6$ ตารางเมตร

3.4 CASHIER

เนื้อที่ใช้สอย พื้นที่ COUNTER CASHIER ต่อ 1 ท่าน ประมาณ 3.37 ตารางเมตร

3.5 ทางสัญจร คิดเป็น 30 % ของพื้นที่

จะได้พื้นที่ = $30 \times 167/100 = 50.1$ ตารางเมตร

รวมพื้นที่วิเคราะห์ทั้งหมด = $12.96 + 5.06 + 9.6 + 3.37 + 50.1 = 81.05$ ตารางเมตร

สรุป พื้นที่จริง > พื้นที่วิเคราะห์ = $100 > 81.05$ ตารางเมตร

4. ส่วนสำนักงาน (ADMINISTRATION)

ที่ตั้ง - ชั้น 2

เนื้อที่ - 330 ตารางเมตร

เวลาที่ให้บริการ - 9.00 - 21.00 น.

ประโยชน์ใช้สอย - เป็นส่วนทำงานของผู้บริหารระดับสูง และเจ้าหน้าที่ในฝ่าย

ADMINISTRATION รวมถึงส่วนทำงานของฝ่ายขายด้วย

พฤติกรรมโดยย่อ - ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่จะเข้ามาในส่วนนี้โดยจะเดินผ่านจากโถงทางเข้า

และเข้ามานั่งทำงานในส่วนที่ตนประจำอยู่ โดยอาจมีการลุกเดินไปติดต่อกับฝ่ายต่าง ๆ ตาม

ความจำเป็น และเมื่อมีผู้มาติดต่อธุระในส่วนนี้ประชาสัมพันธ์จะต้อนรับ และพาไปยังที่พัก
คอยของ OFFICE

4.1 ผู้บริหารระดับสูง

ผู้ใช้ - 4 คน

เนื้อที่ใช้สอย ส่วนทำงาน, ตู้เอกสาร พร้อมเก้าอี้ผู้มาติดต่อ และพักผ่อนคิดเป็นพื้นที่
ประมาณ 20 ตารางเมตร/คน ดังนั้น พื้นที่ทั้งหมด ประมาณ $4 \times 20 = 80$ ตารางเมตร

4.2 ส่วนงานเจ้าหน้าที่บัญชี – การเงิน

ผู้ใช้ - 5 คน

เนื้อที่ใช้สอย ส่วนทำงานสำหรับตู้เก็บเอกสารคิดเป็นพื้นที่ประมาณ 12 ตารางเมตร/คน
ดังนั้นพื้นที่ทั้งหมดประมาณ $5 \times 12 = 60$ ตารางเมตร

4.3 ส่วนงานเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและลูกค้าสัมพันธ์

ผู้ใช้ - 5 คน

เนื้อที่ใช้สอย ส่วนทำงานพร้อมชั้นเก็บเอกสาร คิดเป็นพื้นที่ประมาณ 12 ตารางเมตร/คน
ดังนั้นพื้นที่ทั้งหมดประมาณ $5 \times 12 = 60$ ตารางเมตร

4.4 ส่วนงานเจ้าหน้าที่บุคคล

ผู้ใช้ - 1 คน

เนื้อที่ใช้สอย ส่วนทำงานพร้อมเก้าอี้ผู้มาติดต่อ
คิดเป็นพื้นที่ประมาณ = 8.8 ตารางเมตร

4.5 ส่วนพักคอย

ผู้ใช้ - ผู้มาติดต่อ

เนื้อที่ใช้สอย 1 คนใช้พื้นที่ 2 ตารางเมตร จัดไว้ 5 ที่

ดังนั้นพื้นที่ทั้งหมด = $5 \times 2 = 10$ ตารางเมตร

4.6 ทางสัญจร

คิดเป็น 30 % ของพื้นที่ทั้งหมด

จะได้พื้นที่ประมาณ 65.6 ตารางเมตร

รวมพื้นที่วิเคราะห์ทั้งหมด = $80.0 + 60.0 + 60.0 + 8.8 + 10 + 65.6 = 284.5$ ตารางเมตร

สรุป พื้นที่จริง > พื้นที่วิเคราะห์ = $330 > 284.5$ ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 76 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. บริการกิจกรรมต่าง ๆ

ที่ตั้ง - ชั้น 1 ติดต่อกับบันไดทางขึ้น

เนื้อที่ - 105 ตารางเมตร

เวลาที่ให้บริการ - 10.00 - 20.00 น.

ประโยชน์ใช้สอย - ให้บริการแก่สมาชิกที่ต้องการเล่นเกมส์ อ่านหนังสือ

5.1 ห้องอ่านหนังสือ

ผู้ใช้ - ผู้ใช้บริการคิดเป็น 10 % ของผู้มาใช้บริการทั้งโครงการ

ประมาณว่าจะมีผู้มาใช้ทั้งวัน 40 คน ส่วนมากมาใช้ในช่วงเวลา 16.00 - 18.00 น. มาก

ถึง 80 % หรือประมาณ $= 40 \times 80 / 100 = 12$ คน ใน 2 ชั่วโมง (120 นาที) 1 คนใช้เวลา

ประมาณ 1.30 ชั่วโมง (90 นาที) ดังนั้น ในช่วงเวลาหนึ่งจะมีคนใช้สูงสุด 9 คน

เนื้อที่ใช้สอย

- โต๊ะอ่านหนังสือเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ใช้พื้นที่ 15 ตารางเมตร/กลุ่ม คิดเป็นพื้นที่ $= 2 \times 15 = 30$ ตารางเมตร
- ส่วนเก็บหนังสือ จำนวน 15 เล่ม/คน เท่ากับ $15 \times 9 = 135$ เล่ม
เนื้อที่เก็บหนังสือ 33 เล่ม/1 ตารางเมตร
คิดเป็นพื้นที่ $135 / 33 = 4.09$ ตารางเมตร
- โถงทางเข้าคิดการใช้เป็นกลุ่ม กลุ่มละ 3 คน
คิดเป็นพื้นที่ $= 3 \times 0.64 = 1.92$ ตารางเมตร
- ทางสัญจรคิดเป็น 30 % ได้พื้นที่ 7.14 ตารางเมตร
รวมพื้นที่วิเคราะห์ $30 + 4.09 + 1.92 + 10.803 = 46.813$ ตารางเมตร

5.2 เนื้อที่ใช้สอย

จากราคาและค่าติดตั้ง เลือกติดตั้ง 18 เครื่อง

- 1 คนต่อ 1 เครื่อง $1.00 \times 1.70 = 1.7$ ตารางเมตร

คิดเป็นพื้นที่รวม $18 \times 1.7 = 30.6$ ตารางเมตร

- โถงทางเข้า (คิด 3 คน) $= 0.64 \times 3 = 1.92$ ตารางเมตร

- ทางสัญจร 30 % ได้พื้นที่ $= 9.576$ ตารางเมตร

รวมพื้นที่วิเคราะห์ $= 30.6 + 1.925 + 9.576 = 42.276$ ตารางเมตร

รวมพื้นที่วิเคราะห์ทั้งหมด $= 46.813 + 42.276 = 89.089$ ตารางเมตร

สรุป พื้นที่จริง $>$ พื้นที่วิเคราะห์ $= 105 > 89.089$ ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาหรือต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ส่วน FITNESS

ที่ตั้ง - ชั้นใต้ดินของอาคาร

เนื้อที่ - เนื้อที่ประมาณ 800 ตารางเมตร

เวลาที่ให้บริการ - ห้อง EXERCISE 10.00 - 20.00 น.

ห้อง AEROBICS 10.00 - 20.00 น.

ประโยชน์ใช้สอย - เป็นส่วนสำหรับออกกำลังกาย โดยเครื่องบริหารร่างกาย หรือกายบริหาร ประกอบเพลง และอบตัวด้วยไอน้ำ เพื่อสุขภาพที่สดใสและแข็งแรง

พฤติกรรมโดยย่อ - ผู้มาใช้บริการจะมาติดต่อกับ COUNTER ของส่วนบริการ FITNESS เพื่อรับกุญแจ จากนั้นจะไปเก็บของยังห้อง LOCKER เปลี่ยนเสื้อผ้า แล้วตรงไปยังส่วนห้องต่าง ๆ ที่ต้องการใช้บริการโดยจะแยกส่วนชายและหญิงออกจากกัน ในส่วนของ LOCKER และห้อง SAUNA

6.1 ประชาสัมพันธ์

คอยบริการตู้ LOCKER ทั้งชายและหญิง บริการติดต่อสอบถามให้คำแนะนำแก่ผู้มารับบริการส่วน FITNESS

เนื้อที่ใช้สอย คัดจากเนื้อที่ COUNTER ประชาสัมพันธ์ใช้พื้นที่ 2.6 ตารางเมตร ต่อ คน ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่ประมาณ $2.6 \times 3 = 7.8$ ตารางเมตรทางสัญจรคิดเป็น 30% = 3.6 ตารางเมตรพื้นที่วิเคราะห์ = $3.8 + 3.6 = 11.4$ ตารางเมตร

6.2 LOCKER

ผู้ใช้ - แยกบริการส่วนชายและหญิง

คิดจากจำนวนผู้ใช้โครงการสูงสุด 400 คน/วัน มาใช้ในส่วน FITNESS ประมาณ $\frac{1}{2}$ ของผู้มาใช้ = 200 คน ผู้เข้าใช้สูงสุดจะมาในช่วง 15.00 - 18.00 น. เป็นเวลา 2 ชั่วโมง หากถึง 60 % จะมีผู้เข้ามาใช้บริการประมาณ = $200 \times 60 / 100 = 120$ คนคิดอัตราส่วนผู้ใช้ ชาย : หญิง = 1:1 ดังนั้นคิดเป็นชาย 60 คน , หญิง 60 คน

เนื้อที่ใช้สอย - 1 คน ใช้พื้นที่เก็บของประมาณ 0.56 ตารางเมตร

ดังนั้น ใช้พื้นที่ LOCKER ประมาณ $0.56 \times 60 = 33.6$ ตารางเมตร จากมาตรฐาน

ERNST NEUFERT, ARCHITECTS' DATA กำหนดให้

- ผู้มาใช้ชาย 25 คนต่อ 1 WC , 1 URINAL , 2 SHOWER

หญิง 25 คน ต่อ 1 WC , 2 SHOWER

ดังนั้น โครงการจะมรพื้นที่ ดังนี้

- WC 2 ที่พื้นที่ 1.56 ตารางเมตร/ที่ = $1.5 \times 3 = 4.5$ ตารางเมตร
- URINAL 3 ที่พื้นที่ 1.50 ตารางเมตร/ที่ = $0.56 \times 3 = 1.68$ ตารางเมตร
- SHOWER 6 ที่พื้นที่ 1.50 ตารางเมตร/ที่ = $1.5 \times 6 = 9$ ตารางเมตร
และจากมาตรฐานอ่างล้างหน้า 3 ที่ (เป็นอย่างต่ำ)
- BASIN 3 ที่พื้นที่ 1.00 ตารางเมตร/ที่ = $3 \times 1.0 = 3.0$ ตารางเมตร
- ส่วนเปลี่ยนเครื่องแต่งตัว คิดอัตรา 10 คนต่อห้อง
ห้องละ 1.5 ตารางเมตร ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่ $1.5 \times 6 = 9$ ตารางเมตร
- ทางสัญจร คิดเป็น 30% ของพื้นที่
ส่วนชายคิดพื้นที่ได้เป็น = $116.3 \times 30 / 100 = 34.89$ ตารางเมตร
ส่วนหญิง คิดพื้นที่ได้เป็น = $138.7 \times 30 / 100 = 41.61$ ตารางเมตร
รวมพื้นที่วิเคราะห์ส่วน LOCKER
ชาย = $33.6 + 4.5 + 1.68 + 9 + 3 + 9 + 34.89 = 95.67$ ตารางเมตร
หญิง = $33.6 + 4.5 + 9 + 3 + 9 + 41.61 = 100.71$ ตารางเมตร

6.3 ส่วนอบไอน้ำ (SAUNA)

- เนื้อที่ที่ใช้สอย - ทางเข้าของโครงการต้องการห้อง SAUNA ขนาด 8 ที่นั่ง
ดังนั้น จึงเลือกขนาด $2.8 \times 2.37 = 6.636$ ตารางเมตร จำนวน 2 ห้อง
- ทางสัญจร คิดเป็น 30 % ของพื้นที่
ส่วนชาย คิดเป็นพื้นที่ = $6.36 \times 60 / 100 = 1.908$ ตารางเมตร
ส่วนหญิง คิดเป็นพื้นที่ = $6.36 \times 60 / 100 = 1.908$ ตารางเมตร
รวมพื้นที่วิเคราะห์ส่วนอบไอน้ำ
ชาย = $6.36 + 1.908 = 8.268$
หญิง = $6.36 + 1.908 = 8.268$

6.4 ห้องออกกำลังกาย

ผู้ใช้ - มักใช้เวลาใช้บริการประมาณ $\frac{1}{2}$ ชั่วโมง ต่อคน ส่วนใหญ่มักเป็นเพศชาย

เนื้อที่ที่ใช้สอย คิดคำนวณจากพื้นที่ของอุปกรณ์ต่าง ๆ ดังนี้

	พื้นที่/หน่วย	จำนวน	พื้นที่รวม	ขนาด
1. เครื่องวิ่ง (ARROW JOCKER)	0.6	2	1.2	0.5x1.20
2. จักรยาน (EXERCISE BICYCLE)	0.7	3	2.1	0.6x1.10
3. กรรเชียงบก (ZROWING MACHINE)	1.08	2	2.16	0.6x1.8

4. WEIGHT TRAINER	16	1	16	4.0x4.0
5. เติียงบริหารหน้าห้อง	1.2	1	1.2	2.1x0.6
6. เครื่องบริหารกล้ามเนื้อแบบติดผนัง	2.0	1	2.0	2.0x1.0
7. เครื่องบริหารขาและน่อง	1.0	2	2.0	0.5x1.45
8. ที่วางน้ำหนัก	2	1	2.0	0.45x1.20
9. ม้านั่งยาว	2	2	4.0	0.45x1.20
10. ที่นั่งยกน้ำหนัก	2.5	1	2.5	1.5x1.0
11. ที่นอนยกน้ำหนัก	1.5	1	1.5	1.5x1.0

หมายเหตุ การเลือกอุปกรณ์ออกกำลังกายได้มาจากการศึกษาจาก CASE STUDY โดยเลือกอุปกรณ์ที่มีผู้นิยมใช้มาก และเป็นที่แพร่หลายทั่วไป

- COUNTER เจ้าหน้าที่ = 2.60 ตารางเมตร
 - COOLER น้ำ = 0.8 ตารางเมตร
 - ทางสัญจร คิดเป็น 30% = $210 \times 30 / 100 = 63$ ตารางเมตร
- รวมพื้นที่วิเคราะห์ $36.66 + 63 + 2.6 + 0.8 = 103.06$ ตารางเมตร

6.5 ห้อง AEROBIC

ผู้ใช้ - คาดการณ์จากโครงการเปรียบเทียบ FIGURE CENTER ที่ผู้เข้าใช้โครงการสูงสุดต่อวัน 160 วัน

เข้าใช้ส่วน AEROBIC สูงสุดต่อคาบ 20 คน

คิดเป็น = $100 \times 20 \times 160 = 12.5\%$

ดังนั้น จะมีผู้เข้าใช้โครงการนี้ในส่วน AEROBIC ประมาณ = $400 \times 12.5 / 100 = 50$

คน

- พื้นที่ต่อบุคคลประมาณ 3.5 ตารางเมตร

ดังนั้นจะได้ขนาดพื้นที่ประมาณ $3.5 \times 50 = 175$ ตารางเมตร

ใช้พื้นที่ $2 \times 3 = 6$ ตารางเมตร

- พื้นที่วาง TV จอยักษ์ และ VDO = $1.00 \times 2.00 = 2$ ตารางเมตร

- ทางสัญจร คิดเป็น 30% = $288 \times 30 / 100 = 86.4$ ตารางเมตร

รวมพื้นที่วิเคราะห์ = $175 + 6 + 2 + 86.4 = 269.4$ ตารางเมตร

6.6 โถงพักผ่อน

พื้นที่ 148 ตารางเมตร

ผู้ใช้ - คาดการณ์จากผู้ออกมาจากห้อง AEROBIC สูงสุดต่อรอบประมาณ 50 คน จะใช้
ส่วนพักคอยนี้ ประมาณ $70\% = 50 \times 70 / 100 = 35$ คน 1 คน ใช้พื้นที่พักผ่อน 2 ตาราง
เมตรดังนั้น 35 คนใช้พื้นที่ $35 \times 2 = 70$ ตารางเมตรทางสัญจรคิดเป็น $30\% = 148 \times 30 / 100$
 $= 44.4$ ตารางเมตรรวมพื้นที่วิเคราะห์ $= 44.4 + 70 = 114.4$ ตารางเมตร
สรุปพื้นที่จริง > พื้นที่วิเคราะห์ $900 > 114.4$ ตารางเมตร

7. ส่วนห้องเรียน

ที่ตั้ง - ชั้น 2 ของอาคาร

เนื้อที่ - เนื้อที่ประมาณ 600 ตารางเมตร

เวลาที่ให้บริการ - 10.00 - 20.00 น.

ประโยชน์ใช้สอย - เป็นสำหรับการเรียน การฝึกอบรม และพัฒนา บุคลิกภาพตามหลักสูตร
ของสถาบัน

พฤติกรรมโดยย่อ - ผู้มาใช้บริการจะติดต่อกับ RECEPTION ของชั้น 1 เพื่อรับบัตรจากนั้นจะ
ขึ้นไปยังห้อง เรียนแต่ละห้องตามที่ทางสถาบันได้จัดเอาไว้

7.1 ห้องเรียนทั่วไป

คิดจากหลักสูตรทั่วไปจำนวนคนสูงสุดต่อ 1 ห้องเรียน = 15 คน ใช้พื้นที่ 2 ตารางเมตรต่อ
คน

ดังนั้น คิดเป็นพื้นที่ประมาณ $15 \times 2 = 30$ ตารางเมตร

ทางสัญจร $30\% = 9$ ตารางเมตร

พื้นที่วิเคราะห์ $= 30 + 9 = 39$ ตารางเมตร

ทั้งหมด 8 ห้องเรียน $= 8 \times 39 = 312$ ตารางเมตร

7.2 ห้องเรียนการแต่งหน้า

คิดจากหลักสูตร จำนวนคนสูงสุด = 15 คน ใช้พื้นที่ 3 ตารางเมตรต่อคน

ดังนั้น คิดเป็นพื้นที่ประมาณ $15 \times 3 = 45$ ตารางเมตร

ทางสัญจร $30\% = 13.5$ ตารางเมตร

พื้นที่วิเคราะห์ $= 45 + 13.5 = 58.5$ ตารางเมตร

7.3 ห้องเรียนการแต่งตัว

คิดจากหลักสูตรจำนวนคนสูงสุด = 15 คน ใช้พื้นที่ 4 ตารางเมตร ต่อคน

ดังนั้น คิดเป็นพื้นที่ประมาณ $15 \times 4 = 60$ ตารางเมตร

ทางสัญจร $30\% = 18$ ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 81 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่วิเคราะห์ = $60+18 = 78$ ตารางเมตร

7.4 ห้องประชุม

คิดจากหลักสูตรจำนวนคนสูงสุด = 15 คน

ใช้พื้นที่ 2 ตารางเมตร ต่อคน

ดังนั้น คิดเป็นพื้นที่ $15 \times 2 = 30$ ตารางเมตร

ทางสัญจร 30 % = 9 ตารางเมตร

พื้นที่วิเคราะห์ = $30+9 = 39$ ตารางเมตร

สรุป พื้นที่จริง > พื้นที่วิเคราะห์ $600 > 487.5$ ตารางเมตร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 82 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 8 สรุปแนวทางการออกแบบและผลงาน

DESIGN CONCEPT

“มนุษย์กับธรรมชาติประยุกต์” ซึ่งมีแนวความคิดว่า “มนุษย์กับธรรมชาติจะต้องเกี่ยวพันกันจะแยกจากกันไม่ได้ เฉากเช่น ธรรมชาติรอบ ๆ ตัวเรา แต่ละอย่างล้วนมีความสวยงามในตัวมันเอง เหมือนมนุษย์ที่ต่างก็มีความงามในตัวของตัวเอง แตกต่างที่ใครจะแสดงออกมา โดยการนำวัสดุธรรมชาติมาประยุกต์ให้มีรูปทรงที่เรียบง่ายขึ้น สอดผสานกับวัสดุต่าง ๆ รวมถึงการสอดแทรกวัสดุทั้งเงาและด้าน เพื่อสื่อถึงมนุษย์กับสังคม โดยให้ตระหนักถึงการรับรู้ตัวเองผ่านสื่อสังคมที่สะท้อนเนื้อหาของตนเองออกมา รวมถึงการใช้วัสดุที่โปร่งใสเพื่อเชื่อมต่อระหว่างส่วนต่าง ๆ กับธรรมชาติรวมถึงการใช้แสงและสี เลียนแบบธรรมชาติ โดยคำนึงถึงจิตวิทยาของสีที่มีผลต่อมนุษย์ผ่านการนำเสนอในรูปแบบของ ความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ชัดเจน และดูทันสมัย



PERSONAL DE
MR. WORAWUT ANTIPISRU
ID: 39023213

Introduction

PERSONAL DE
MR. WORAWUT ANTIPISRU
ID: 39023213

PERSONAL DE
MR. WORAWUT ANTIPISRU
ID: 39023213

PERSONAL DE
MR. WORAWUT ANTIPISRU
ID: 39023213

PERSONAL DE
MR. WORAWUT TAMPIRISU
ID: 39023213

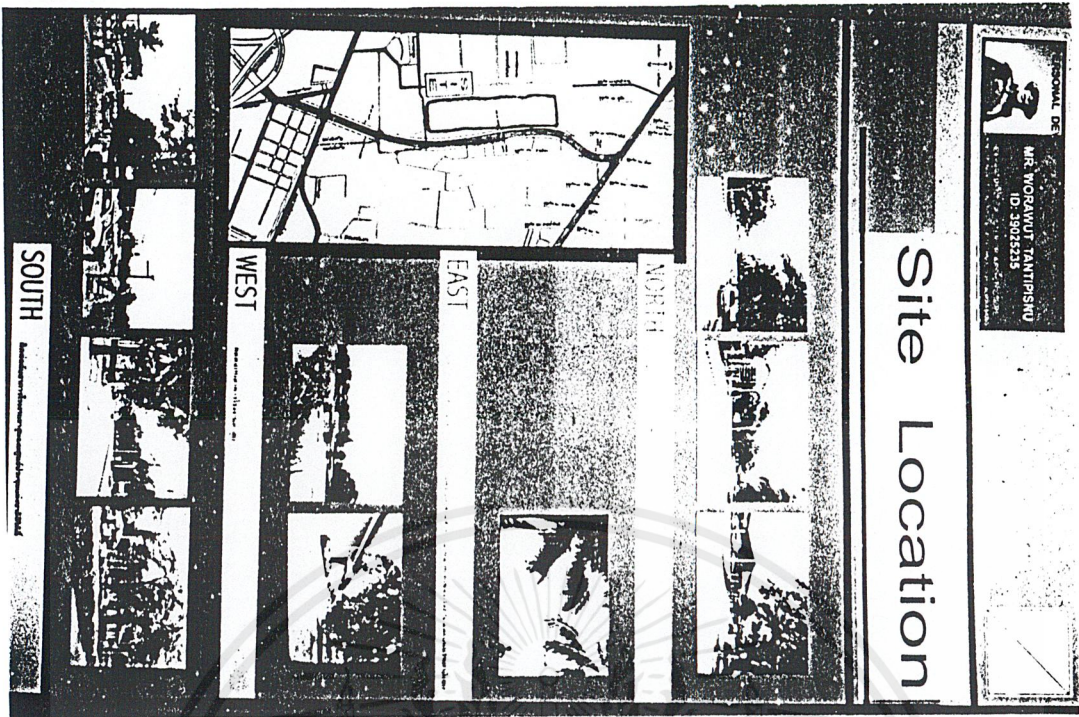
Introduction

PERSONAL DEVELOPMENT CENTER

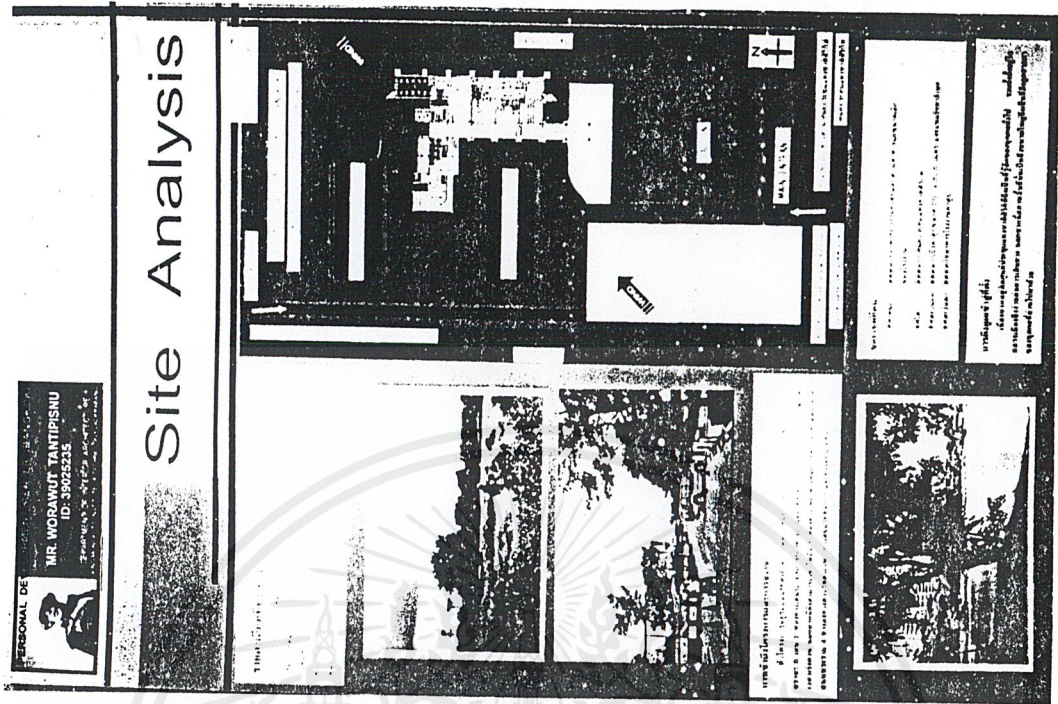
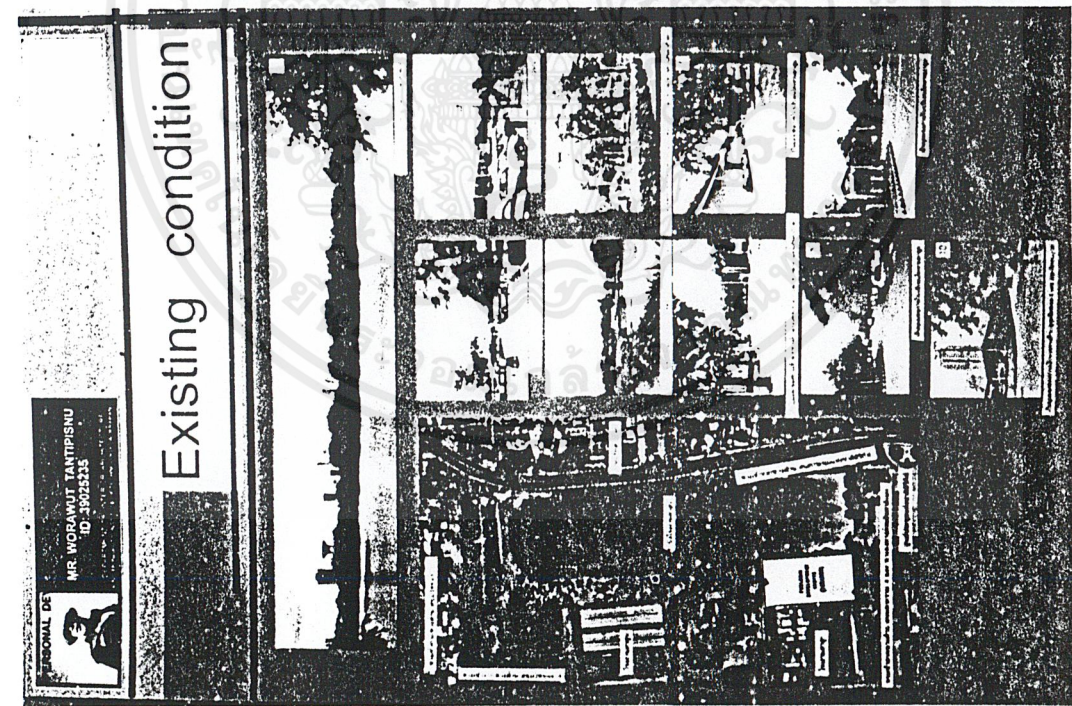
PERSONAL DE
MR. WORAWUT TAMPIRISU
ID: 39023213

PERSONAL DE
MR. WORAWUT TAMPIRISU
ID: 39023213

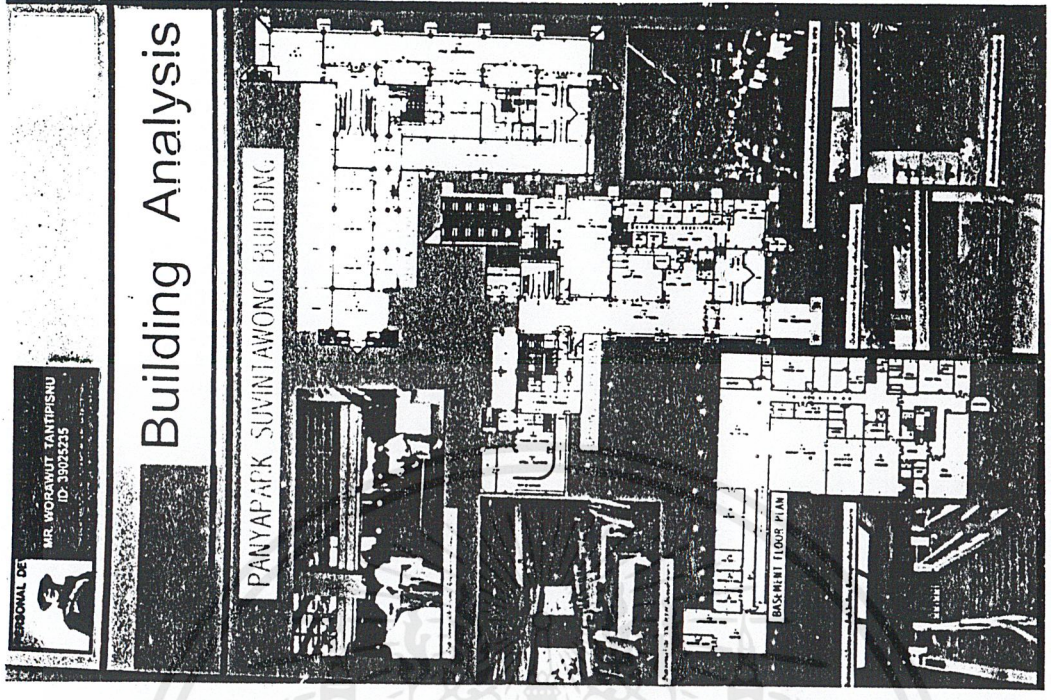
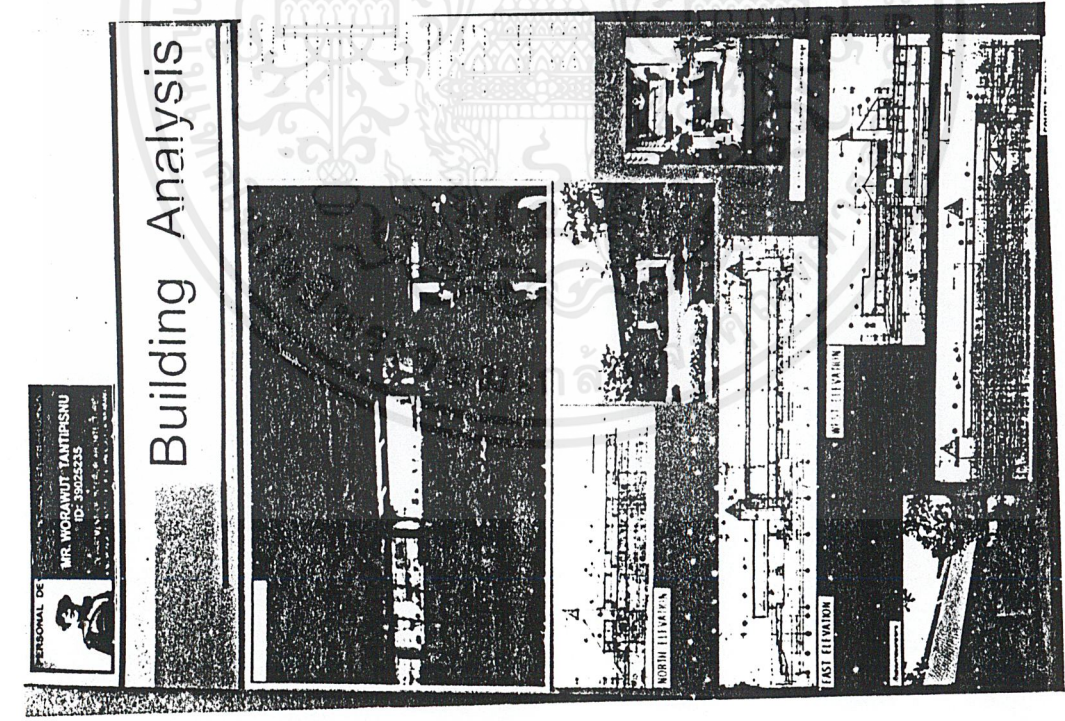
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาบน 84 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

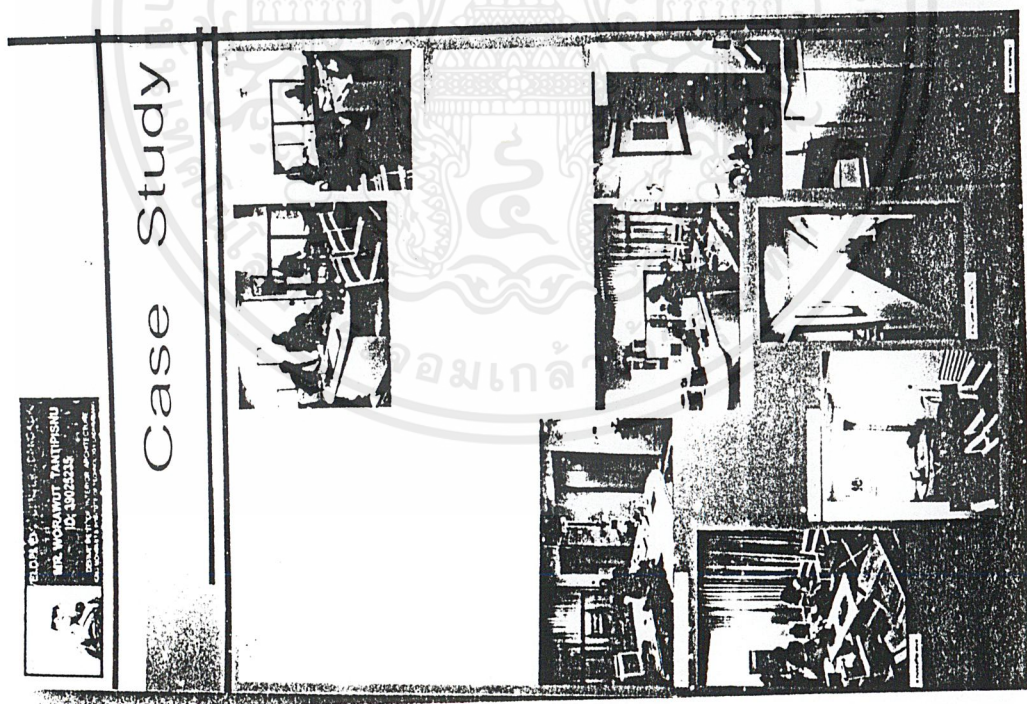
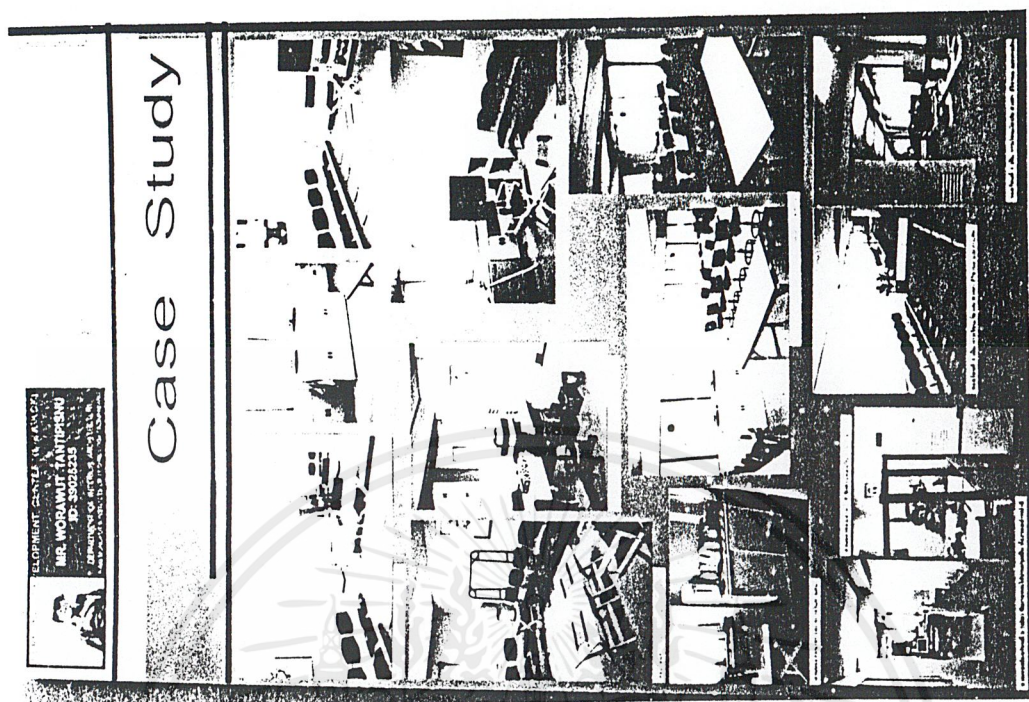


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 85 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

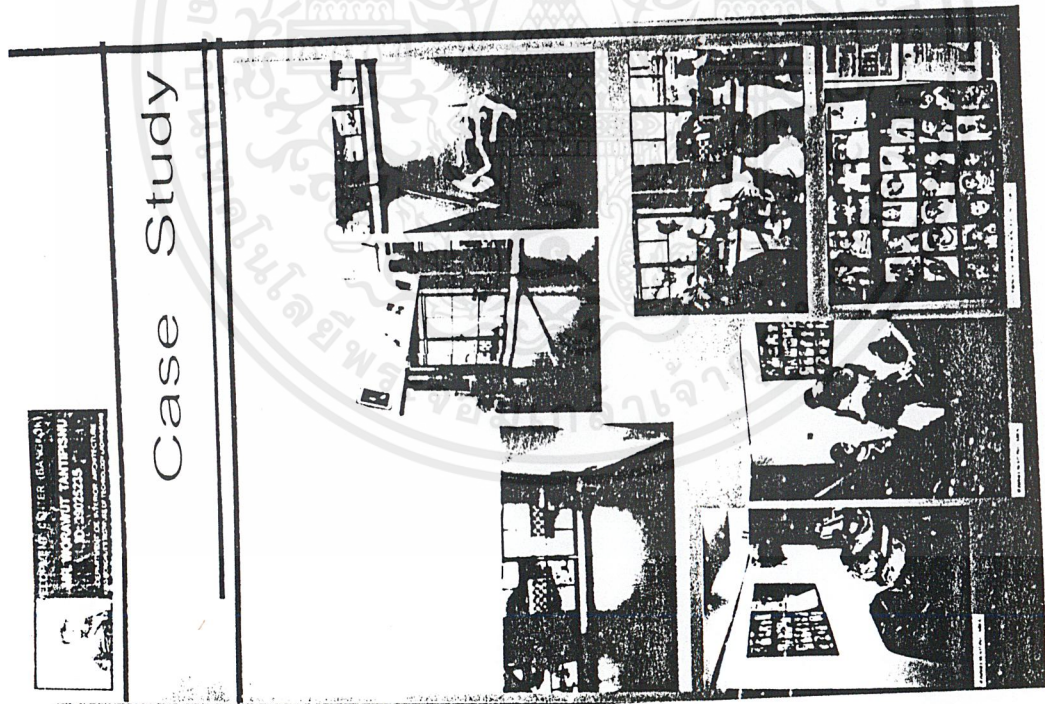
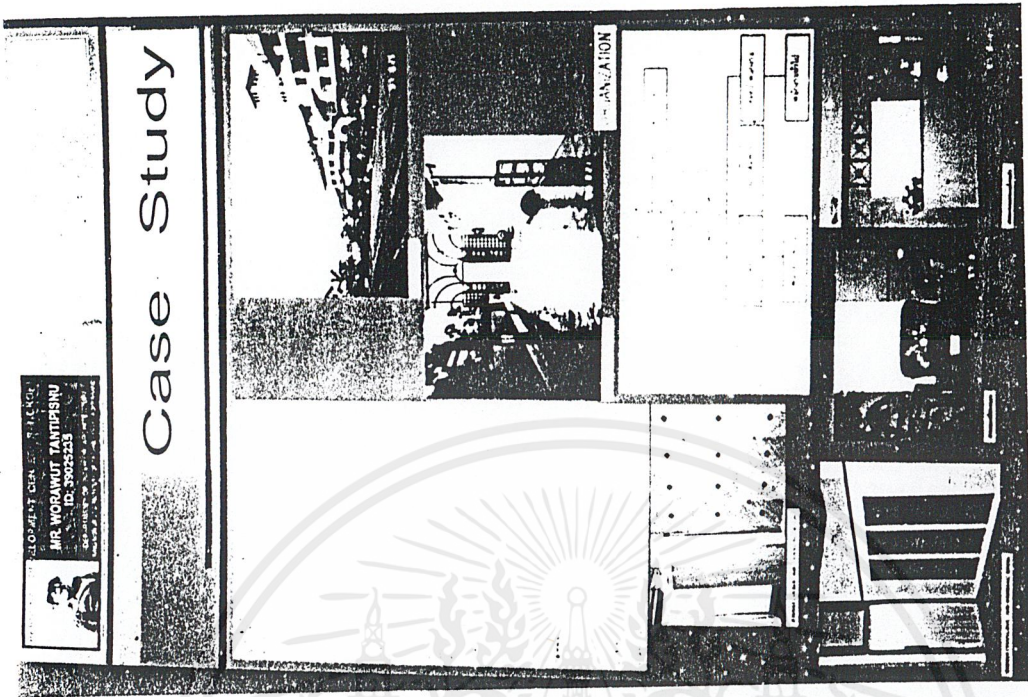


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาหน้า 86 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

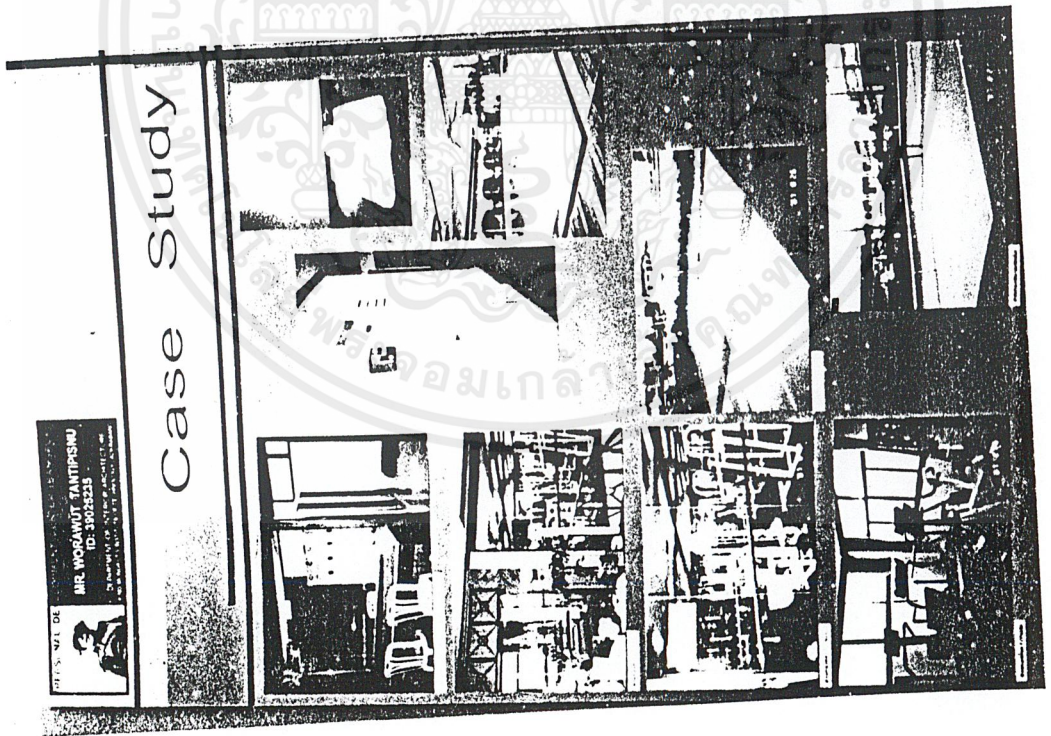
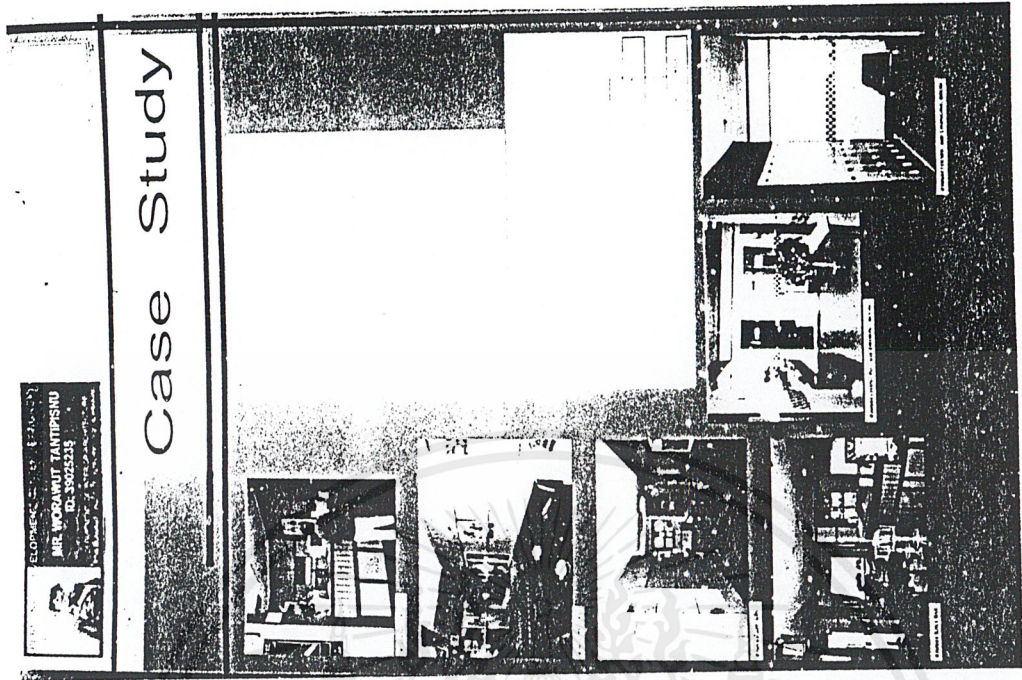




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 88 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาบน 89 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาแ่ 90 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MR. WORANUT TANTIPISNU
ID: 30025235

Organization

MR. WORANUT TANTIPISNU
ID: 30025235

Case Study

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาแล 91 ่องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PERSONAL DE...
MIC WORAWIT TANTIPISNU
ID: 3545325

Functional Diagram

The diagram illustrates the functional layout of a fitness center. It includes sections for:

- PERSONAL TRAINING**
- GROUP FITNESS**
- COMBINED TRAINER & LOCKER** (6.75%)
- NEW PRODUCT** (3.64%)
- BB BRINCE**
- LOCKER**
- RESTROOM**
- RECEPTION**
- STAFF**
- STORAGE**
- TRAINER**
- WATER**
- WEIGHT**
- YOGA**

PERSONAL DE...
MIC WORAWIT TANTIPISNU
ID: 3545325

PERSONAL DE...
MIC WORAWIT TANTIPISNU
ID: 3545325

PERSONAL DE...
MIC WORAWIT TANTIPISNU
ID: 3545325

User Behavior

The diagram shows the user behavior flow through the fitness center. It includes sections for:

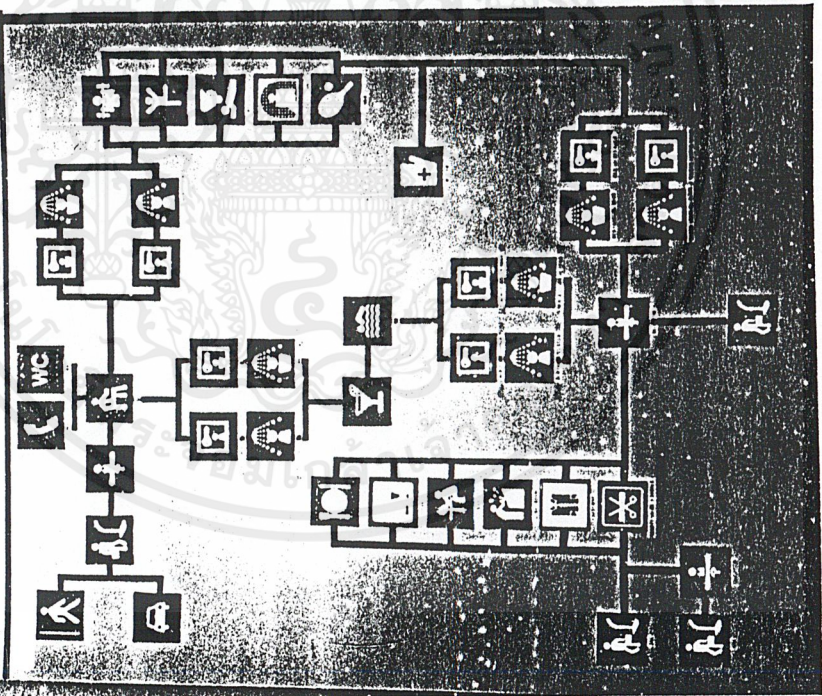
- PERSONAL TRAINING**
- GROUP FITNESS**
- COMBINED TRAINER & LOCKER**
- NEW PRODUCT**
- BB BRINCE**
- LOCKER**
- RESTROOM**
- RECEPTION**
- STAFF**
- STORAGE**
- TRAINER**
- WATER**
- WEIGHT**
- YOGA**

PERSONAL DE...
MIC WORAWIT TANTIPISNU
ID: 3545325

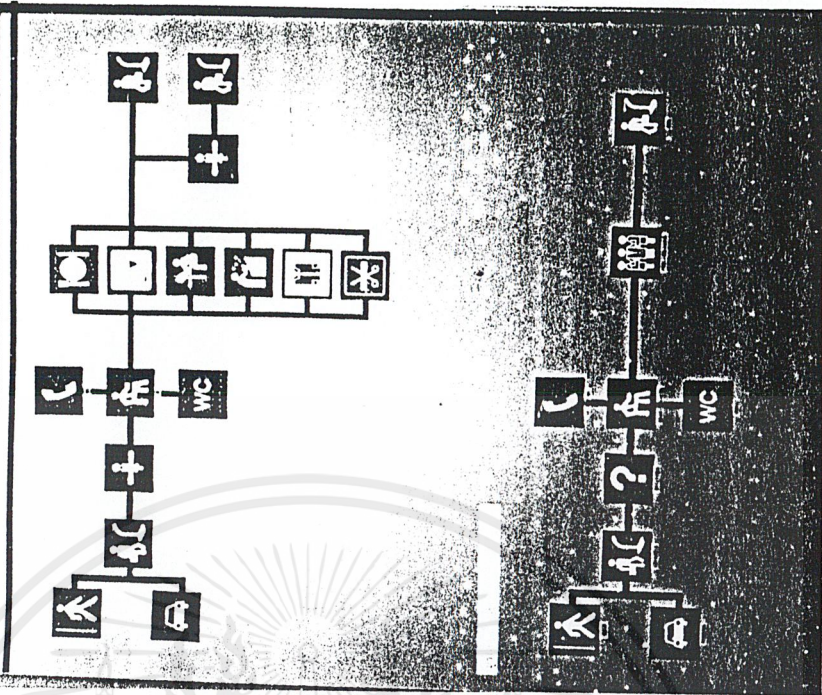
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 92 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



User Behavior




User Behavior



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา.93 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PERSONAL ID CARD

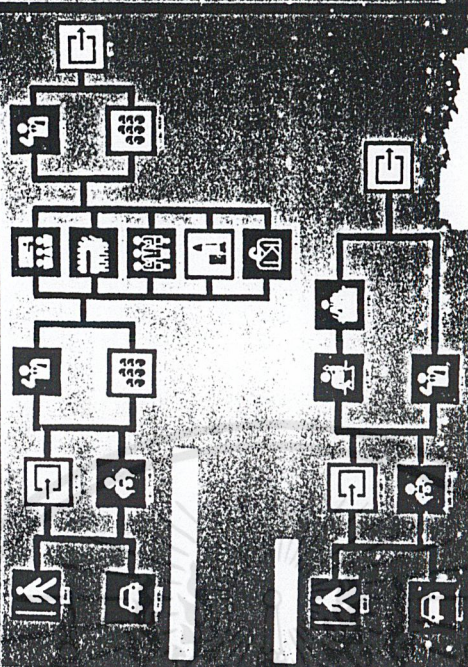


MR. WORAWUT TANTIPISNU
ID: 39032325


User Behavior

USER TIME SCHEDULE

Time	Activity
08:00	Wake up
08:30	Commute to work
09:00	Start work
12:00	Lunch break
13:00	Continue work
18:00	End work
18:30	Commute home
19:00	Family time
21:00	Bedtime



PERSONAL ID CARD

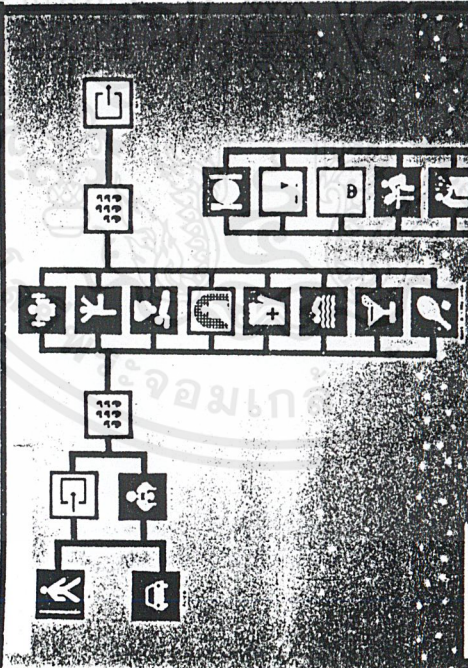


MR. WORAWUT TANTIPISNU
ID: 39032325

User Behavior

USER TIME SCHEDULE

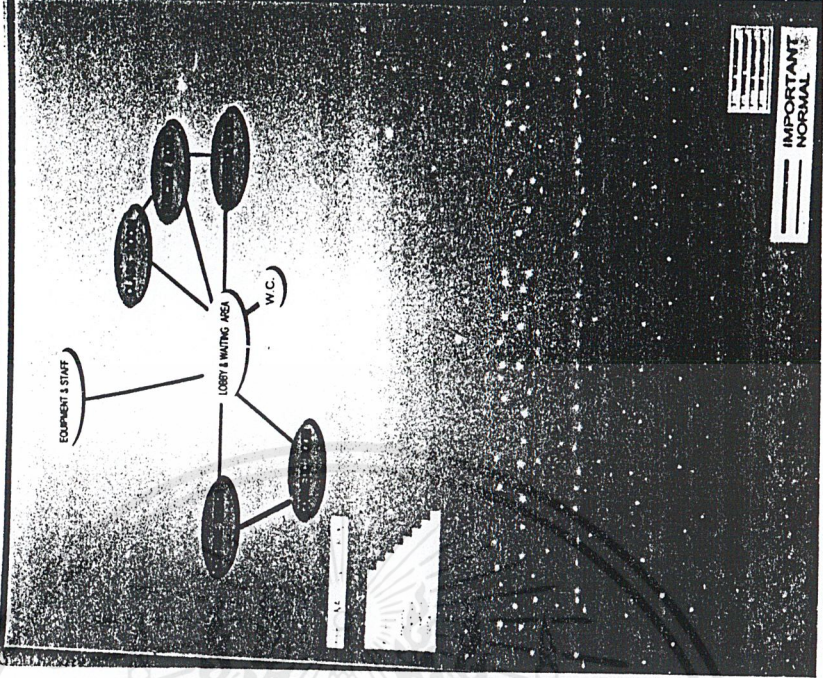
Time	Activity
08:00	Wake up
08:30	Commute to work
09:00	Start work
12:00	Lunch break
13:00	Continue work
18:00	End work
18:30	Commute home
19:00	Family time
21:00	Bedtime



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 94 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

TEL: 02-253-1000
 MR. WORAWUT TAMTIPISNU
 ID: 39023235

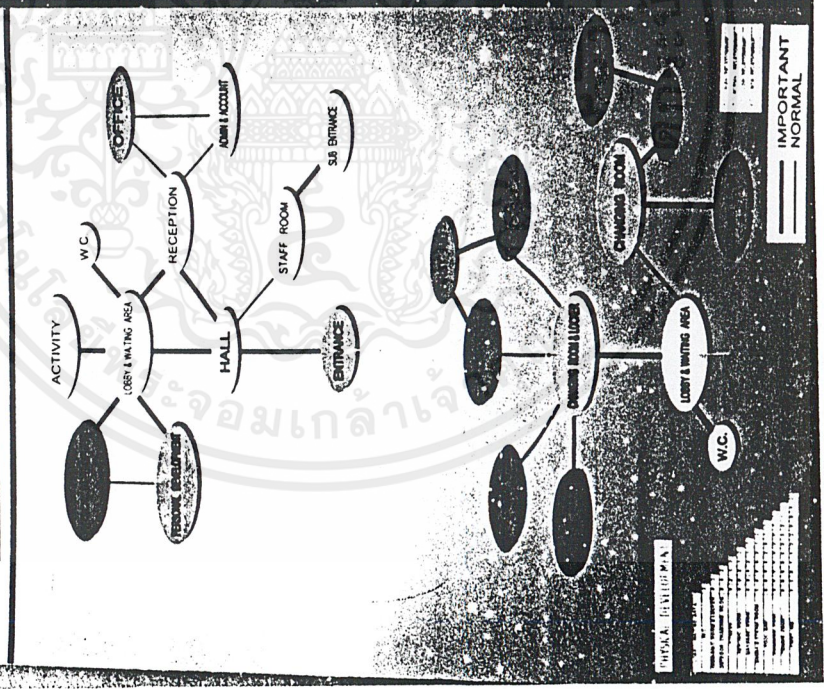
Bubble Diagram



IMPORTANT
 NORMAL

TELEPHONE CENTER (RANGKOP)
 MR. WORAWUT TAMTIPISNU
 ID: 39023235

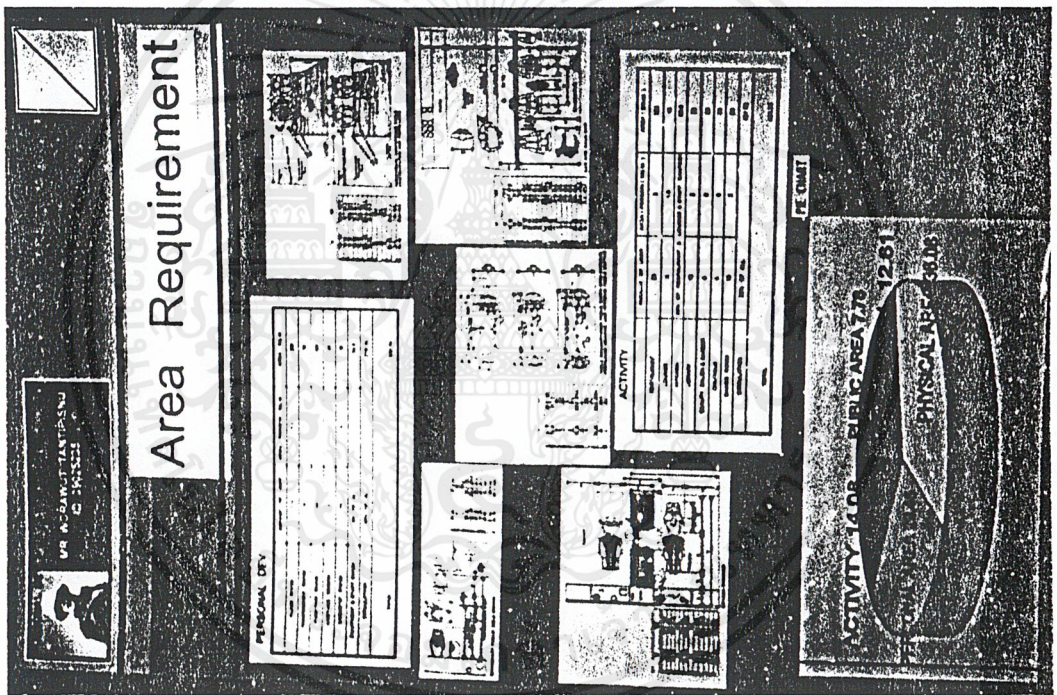
Bubble Diagram



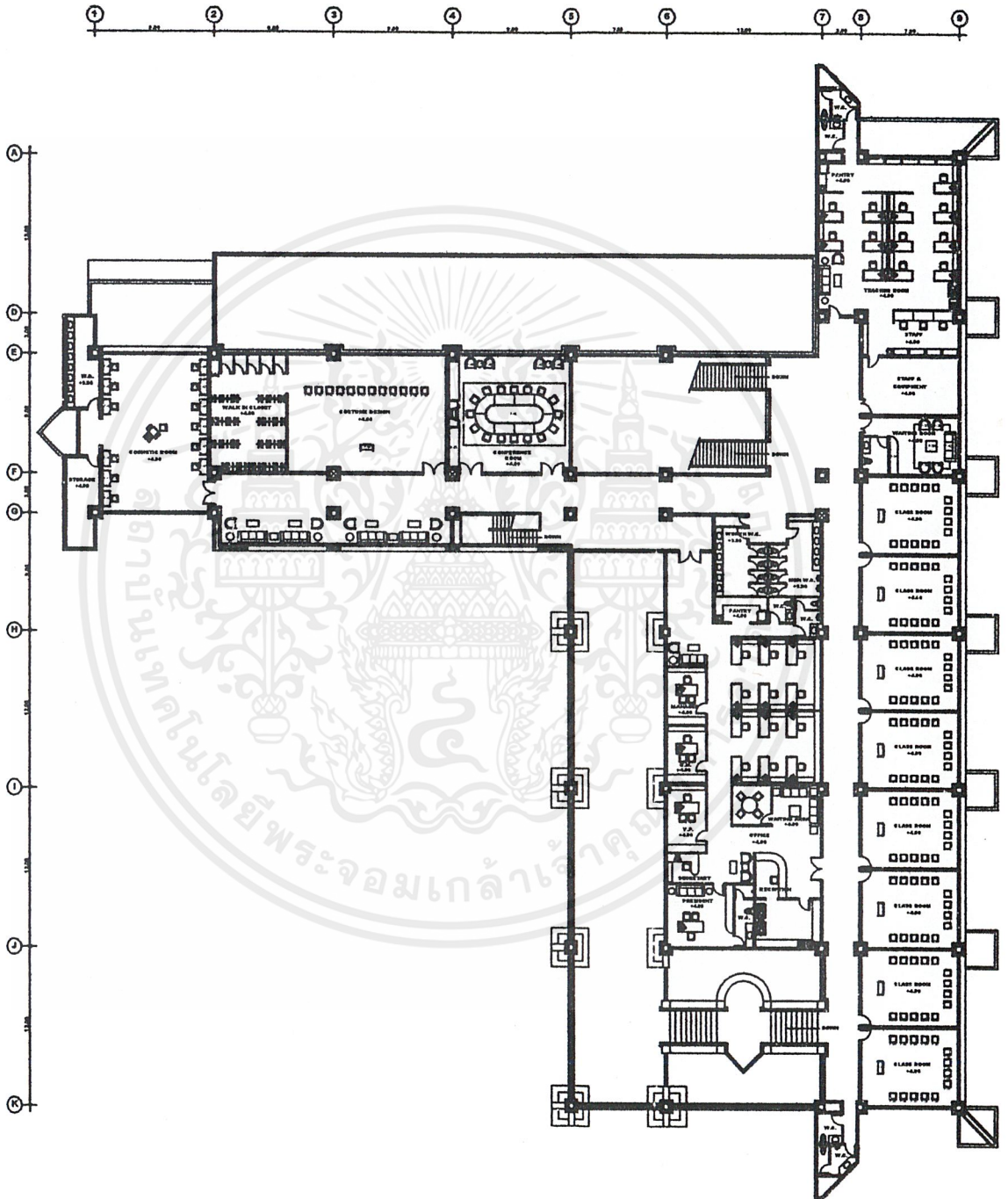
DESKA DEVELOPERIA

IMPORTANT
 NORMAL

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 95 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



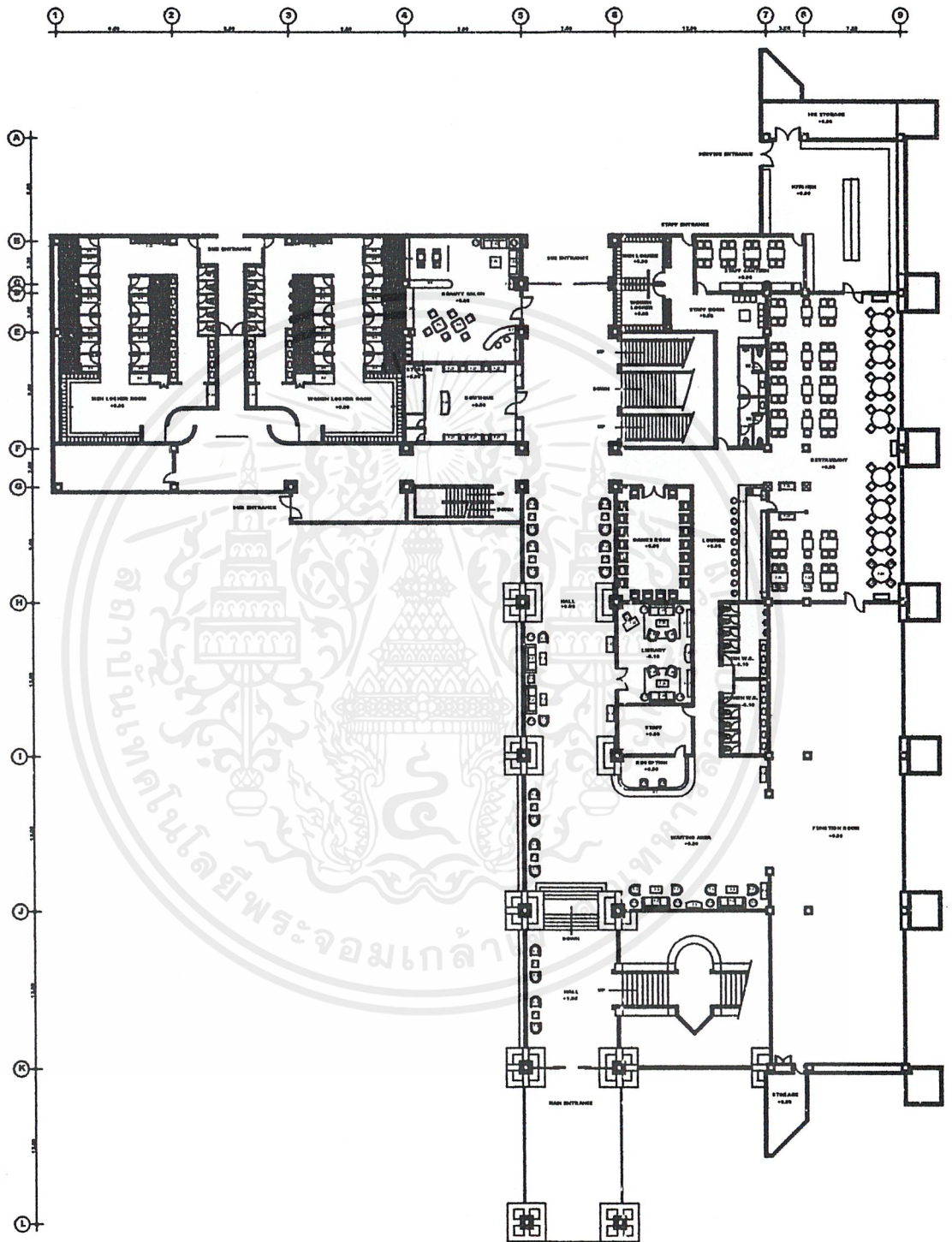
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 97 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SECOND FLOOR PLAN

SCALE 1:500

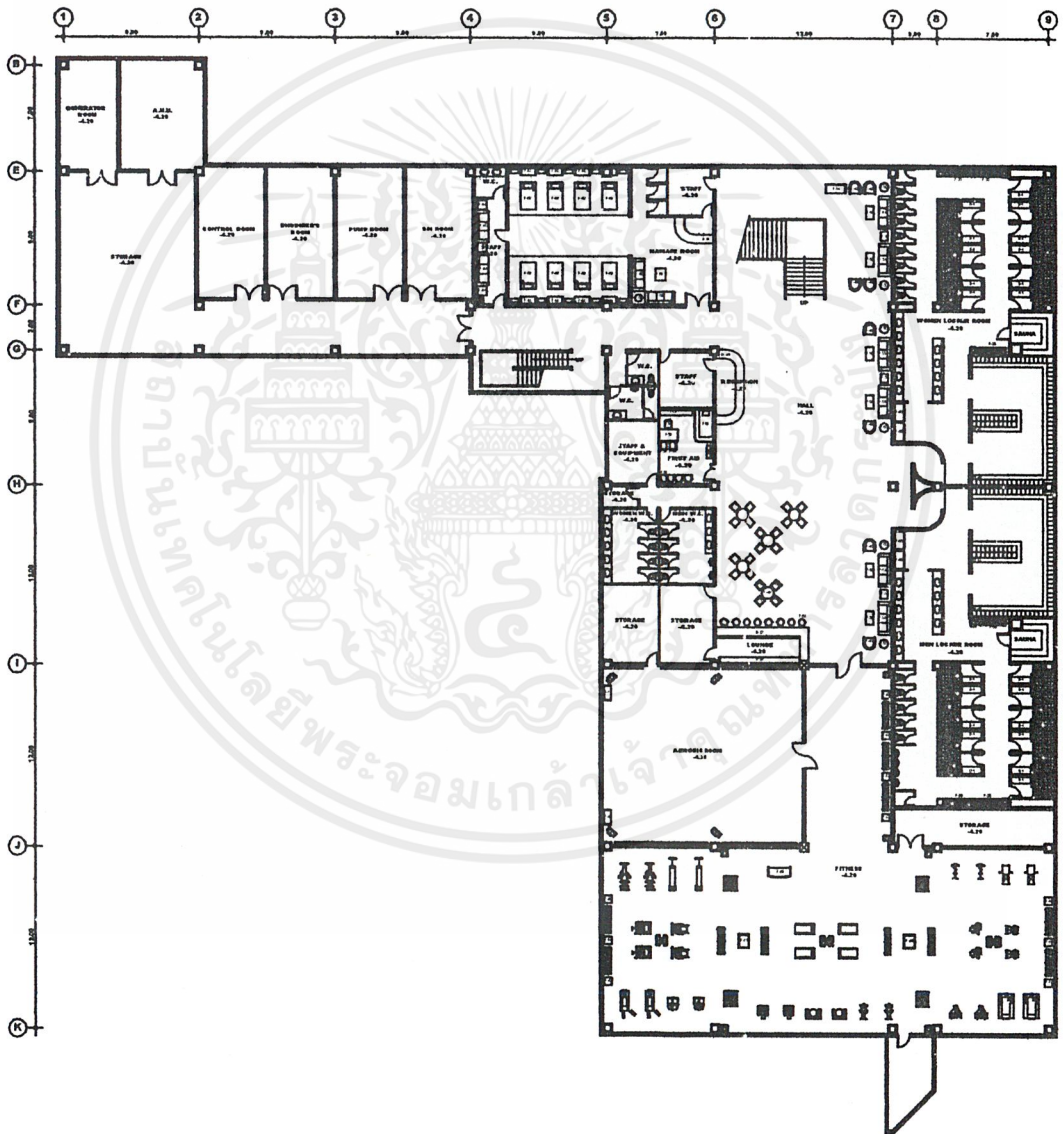
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 98 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



FIRST FLOOR PLAN

SCALE 1:500

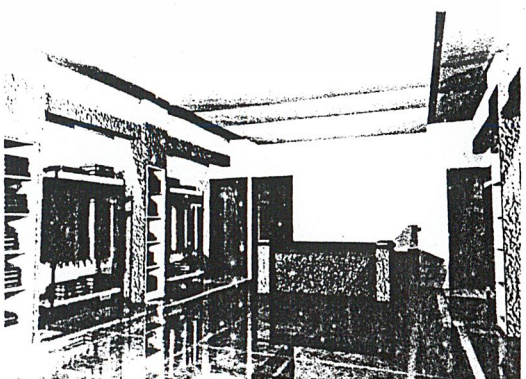
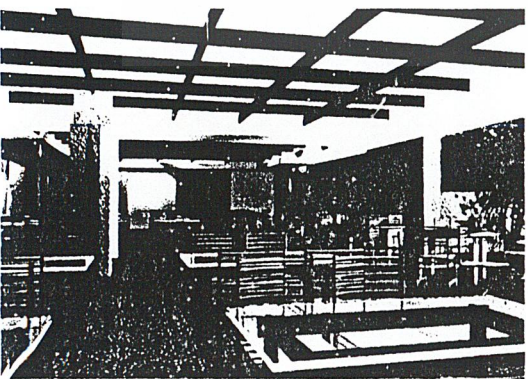
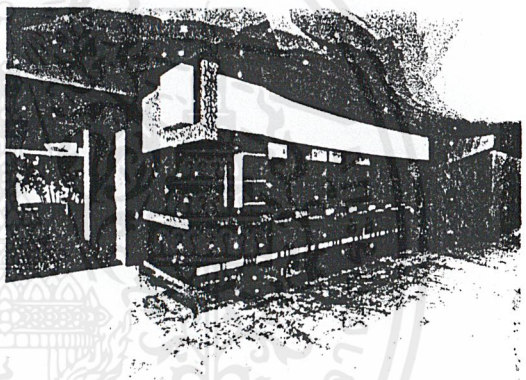
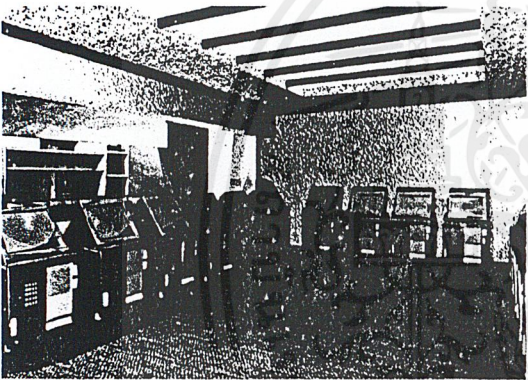
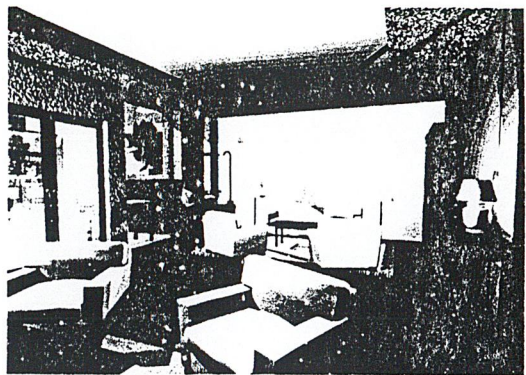
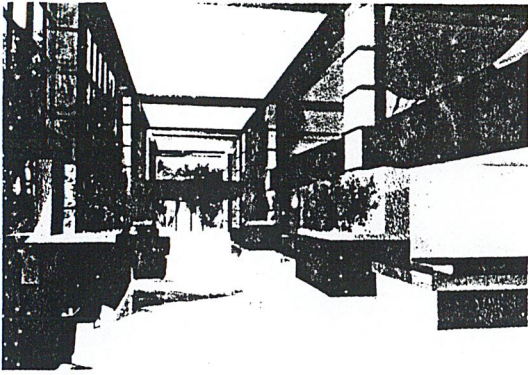
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 99 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



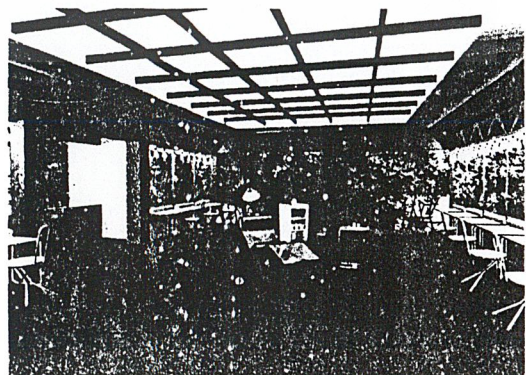
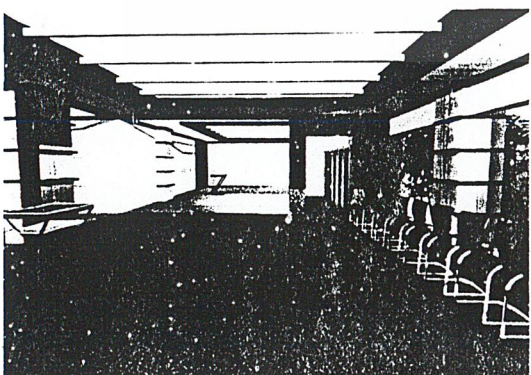
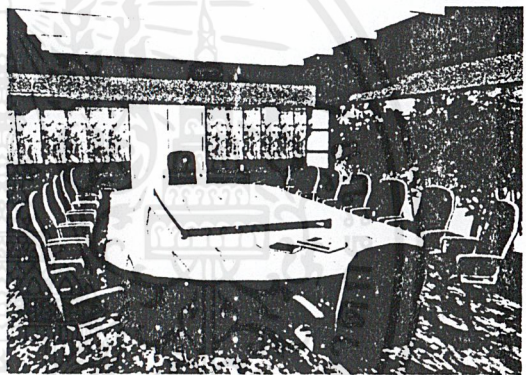
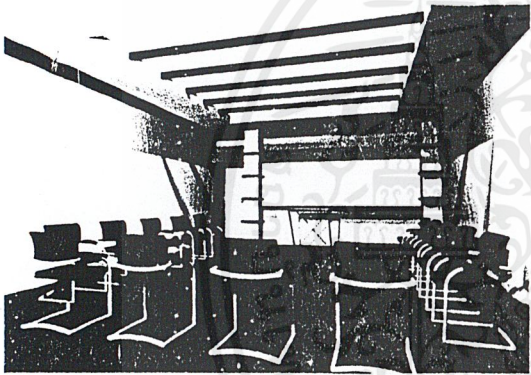
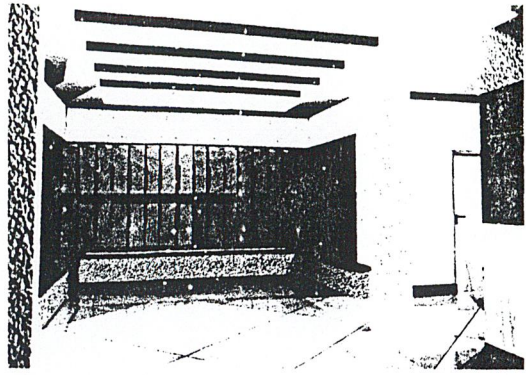
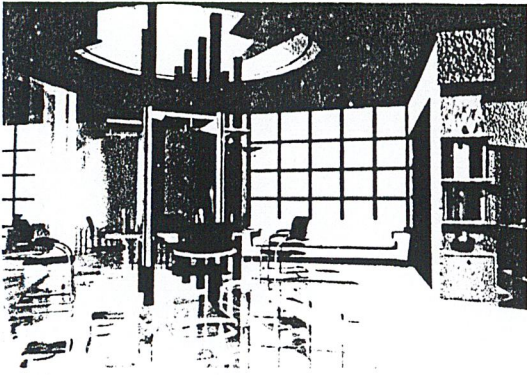
BASEMENT FLOOR PLAN

SCALE 1:500

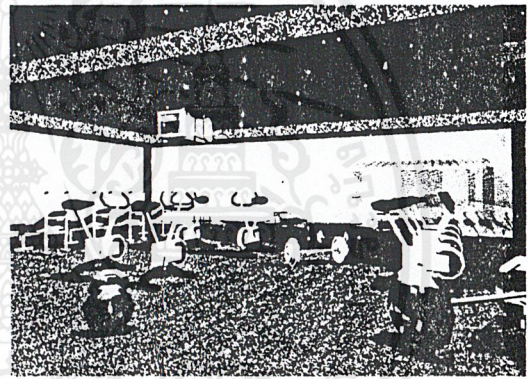
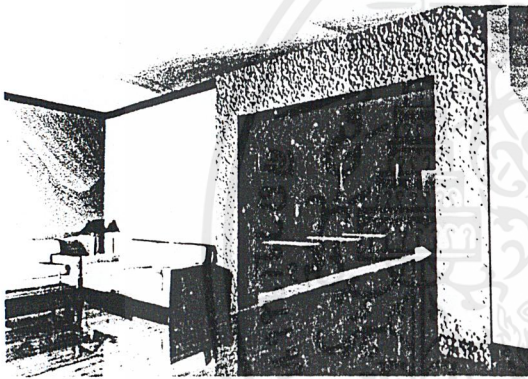
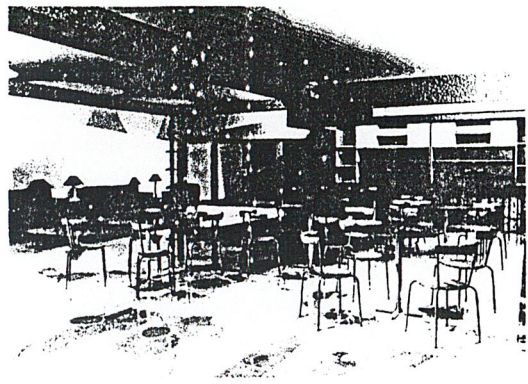
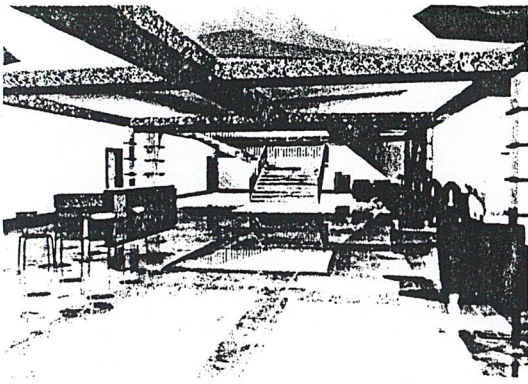
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาหรืออ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาใน 101 ห้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 102 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 103 ้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กันยา สุวรรณแสง การพัฒนาบุคลิกภาพและการปรับตัว กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2512

กัลยาณี , หม่อมเจ้าหญิง มารยาทสังคม กรุงเทพ : สำนักพิมพ์บรรณาคาร , 2512

จรรยาพร ธรณินทร์ “ทรวดทรงและรูปร่าง” ขวัญเรือน 15 (169) : 51-56 ธันวาคม 2521

จุฑา บุรีภักดี การพัฒนาบุคลิกภาพ กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อินทิมิตร, 2535

บุตร ประดิษฐ์วณิช ขุมทองในบุคลิกภาพ กรุงเทพฯ : จินดาสาสน์ , 2533

จำไพฑิพย์ อีรณิติ บุคลิกภาพและการปรับตัว สงขลา : วิทยาลัยครูสงขลา , 2534

สมิต อาชวะนิจกุล การพัฒนาตนเอง กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า , 2532

อำนวย สุวรรณศิริ “มนุษย์สัมพันธ์ในการพัฒนาการทำงาน” วิจัยสนเทศ 8 (85): 1-8
ตุลาคม 2530

การใช้วัสดุในการตกแต่งที่เหมาะสม

1. วัสดุประเภทหิน (BRICK WORK)

วัสดุประเภทหินสำหรับผนังภายใน และผนังภายนอกสำหรับอาคารชุดนี้ว่าเหมาะสมที่สุดที่จะกรุด้วยวัสดุประเภทหินอันได้แก่ หินประเภทเนื้อละเอียดสามารถทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ หรือใช้กันผนังและพื้นที่ใช้งานสมุดกสมบัน ตลอดจนเนื้อที่ที่คนพลุกพล่าน เพราะหินทนทานต่อการสัมผัส และทำความสะอาดง่าย และหินยังมีคุณสมบัติที่ให้ความงดงาม ประทับใจ มีค่า หฐหรา วัสดุประเภทหินแยกประเภทได้ดังต่อไปนี้

หินอ่อน (TRAVERTINE)

เป็นหินที่สามารถทนสกปรกได้ดี ทนต่อสารเคมีได้บางชนิด ซึ่งจะใช้หินอ่อนกับผนังภายในเป็นส่วนมาก หินอ่อนให้ลักษณะที่มีคุณค่าด้านความงดงาม มากกว่าหินประเภทอื่นๆ มีสีให้เลือกหลายสี ขาว ดำ เทา ชมพู เขียว เนื้อ น้ำตาล เป็นต้น หินชนิดนี้ทนกับน้ำหนักปานกลาง ทนต่อการขัดสี ไม่เก็บเสียง หฐหรา และมีผิวหน้าที่ดูสวยงามถ้าถูกน้ำมัน อาจด่างเป็นดวง มีทั้งด้านและมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำที่ต้องการความหฐหรา วิธีปู ปูบนปูนทราย 1/3 หนา 1/3" ขนาดความหนาของแผ่นจะเป็น 3/4" และ 1"

หินแกรนิต (GRANITE)

ส่วนมากมักใช้กรุผนัง หรือพื้นทางเดินต่างๆ เนื่องจากเป็นหินที่แข็งที่สุด เนื้อแน่นและทนทาน เมื่อขัดให้ขึ้นเงาจะมีลักษณะคล้ายหินอ่อน และบำรุงรักษาความสะอาดได้ง่าย

หินชนวนหรือหินกาบ (SLATE)

เกิดจากการนำก้อนหินชนิดนี้มาแชะเป็นแผ่นบางๆ ซึ่งมีผิวหน้าเรียบ หินชนวนมีสีต่างๆ ให้เลือก ได้แก่ สีดำ สีฟ้า และสีน้ำตาล มีราคาแพงอยู่บ้าง แต่ประหยัดค่าดูแลบำรุงได้ดี

หินหล่อ

ได้แก่ วัสดุประเภทผสมซีเมนต์ ดุมีคุณค่าไม่น้อยกว่าหินแท้ แต่มีความงดงามทนทานและบำรุงรักษาได้ง่ายเท่ากับหินแท้

ส่วนหินชนิดอื่นๆที่ไม่ได้นำมากล่าว ณ ที่นี้ ได้แก่ LIMEATONE TRAVERTINE AND FIELD STONE

หินอ่อนเทียม

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

2. วัสดุประเภทหินเผา

วัสดุประเภทหินเผา เช่น อิฐ กระเบื้อง และ CERAMIC สามารถใช้กรุพื้นและผนังราคาถูกกว่าหิน ทนทานต่อดินฟ้าอากาศ ทนต่อการสึกกร่อน บำรุงรักษาง่าย ตลอดจนมีสีสดสวยให้เลือกได้มากกว่าสวยงามถ้าถูกน้ำมัน อาจต่างเป็นดวง มีทั้งด้านและมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำที่ต้องการมีความหรูหรา วิธีปู ปูบนปูนทราย 1/3 หนา 1/3 “ขนาดของความหนาของแผ่นจะเป็น 3/4” และ 1”

อิฐ

อิฐสามารถนำมาใช้ได้โดยสีธรรมชาติของมัน หรือทาสีทับ สีธรรมชาติมีสีแดง สีแสด สีเหลือง สีเทา ขาว ราคาถูกกว่าหิน คงทนและง่ายต่อการรักษา

กระเบื้อง

เป็นวัสดุที่สามารถปูได้ทั้งพื้นและผนัง ใช้ได้ทุกห้องตามที่ต้องการและเหมาะสมกับสภาพดินฟ้าอากาศ และทนต่อผลจากน้ำเค็มได้เป็นอย่างดี และยังมีหลายขนาด หลายแบบ และหลายสีมาให้เลือกได้ตามความพอใจ แบ่งเป็น 2 ชนิด

กระเบื้องที่ผลิตในประเทศ มีทั้งผลิตด้วยมือคนและเครื่องจักร ซึ่งนับได้ว่ามีคุณภาพดีทั้งทางความคงทนและสวยงามใกล้เคียงกับของต่างประเทศ ส่วนที่ผลิตด้วยมือเมื่อเวลาปูซึ่งการผลิตมักจะได้ขนาดสีที่ไม่เท่ากับบางแผ่น อาจมีการโค้งงอ ลักษณะไม่เท่ากันนั้นนับเป็นความงดงามอีกแบบสำหรับผู้ที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ ได้แบ่งคุณภาพของกระเบื้องออกเป็นเกรดต่างกัน คือ เกรด A , B และ C มีและไม่มีดำหินตามเกรด บางชนิดจะผลิตเฉพาะการสั่งซื้อของสถาปนิกเท่านั้น

3. วัสดุประเภทผสมเหลว (MOLDABLE MATERIALS)

วัสดุผสมเหลวไม่ว่าเป็นวัสดุที่ใช้เชื่อมต่อกับอิฐ หรือใช้ฉาบหน้าของผนังและพื้นอ่อนเป็นวัสดุที่ใช้กันมากและจำเป็นสำหรับอาคาร เนื่องจากการกรุวัสดุบนผนังหรือพื้นย่อมต้องการวัสดุ

เหล่านี้ เช่น อิฐ หิน กระเบื้อง TERRAZZO และ TERRA COTTN เป็นต้น วัสดุผสมเหลวเหล่านี้ยังแบ่งออกเป็น

PLASTER AND STUCCO

PLASTER

มีลักษณะหนาเรียบ มีส่วนประกอบของยิปซัม, น้ำ ,ทราย และหินปูน (คือปูนฉาบเรียบนั่นเอง)

STUCCO

ประเภทปูนปั้นการทำ STUCCO นิยมฉาบให้ขรุขระหรือปูเป็นลวดลาย ส่วนผสมนี้จะแข็งแรงนิยมใช้กับงานภายนอกอาคาร

ปูนฉาบ

ปูนฉาบเป็นวัสดุที่คงทนและประหยัดมากที่สุด แต่ยากแก่การดูแลรักษา งานฉาบต้องใช้เวลาการทำงานมากทำให้ส่วนอื่นๆของอาคารสกปรก ทั้งยังไม่อ่อนตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอีกด้วย ดังนั้น PLASTER AND STUCCO จึงไม่ควรใช้กับผนังโดยทั่วไป แต่เหมาะกับผนังที่ซึ่งอยู่โดยรอบอาคารซึ่งเป็นผนังชั้นนอก ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลง อีกต่อไป ทั้งยังเหมาะแก่การตกแต่งผนังภายนอก ที่จะให้ผิวที่ราบเรียบเหมาะสมกับการติดป้ายชื่อร้าน และเครื่องหมายอื่นๆ แต่ปัญหาที่สำคัญก็คือ จะต้องทำสีบ่อยๆ และเมื่อสีที่ทาทับหน้าขึ้น ผ่าผนังอาจเกิดรอยร้าว หรือสีที่ทาอาจลอกออก ทำให้ไม่น่าดู

4. ประเภทโลหะ

เหล็ก

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

เครื่องเรือนเหล็กที่ใช้กรรมวิธีดัดนั้น มีราคาถูกที่สุด ส่วนที่ใช้ในกรรมวิธีหล่อ นั้นแพงกว่าประมาณ 3 เท่าขึ้นไป (แล้วแต่แบบหรือขนาด) เหมาะกับทำเครื่องระดับปานกลางจนกระทั่งระดับหรูหรา มีทั้งชนิดแผ่นความหนาต่างกัน และชนิดเป็นท่อกลม เหล็กสเตนเลสใช้รวมกับไม้ได้ดี

กว่าเหล็กกรรมตาแต่ก็ยังไม่ถือว่าดีมาก แต่เนื่องจากเครื่องเรือนที่ทำจากเหล็กสเตนเลสจะเป็นเครื่องเรือนชั้นดี ใช้ช่างประณีตดังนั้นรอยต่อระหว่างไม้กับเหล็กจึงมักมีอย่างกันอย่างเรียบร้อย จึงไม่ต้องมีปัญหาเรื่องการยืดหดตัว เนื่องจากเหล็กสเตนเลสมีผิวที่เป็นมันสะท้อนแสง จึงดูโป่งเบา กว่าไม้เป็นคุณลักษณะอีกอย่างหนึ่ง ดังนั้นหากแบบเครื่องเรือนส่วนใดที่ออกจะดูหนาและใหญ่ หากพิจารณาให้ส่วนนั้นเป็นเหล็กสเตนเลสก็จะช่วยพรางตาให้ดูโป่งเบาลงได้ทั่วไปนิยมใช้ทำขาตู้โต๊ะ หรือส่วนที่เป็นคานาโครงรับน้ำหนัก

ทองเหลือง

เป็นโลหะผสมที่มีความแข็งแรง ผิวสีทองและแพงกว่าเหล็กสเตนเลส รวมทั้งบำรุงรักษา ยากกว่าอีกด้วยแต่เครื่องเรือนทองเหลืองหรือที่มีทองเหลืองปนอยู่ด้วยนั้นเป็นเครื่องเรือน ชั้นสูงที่มีราคาแพง จึงได้รับการดูแลเป็นอย่างดีไปในตัวอยู่แล้ว ทองเหลืองสามารถเป็นแผ่นโค้งงอหรือเป็นลวดลายได้ไม่จำกัด อาจผสมระหว่างทองเหลืองกับเครื่องเรือนสเตนเลส เครื่องเรือนชนิดเดียวกันได้อย่างดี ด้วยความคงทนเครื่องเรือนประเภททองเหลืองทั้งตัวจะมีค่า และมีอยู่เป็นมรดกได้ จะทนกว่าเครื่องเรือนไม้สักอีกต่างหาก

อลูมิเนียม อัลลอยด์

เป็นโลหะอีกแบบหนึ่งที่ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อทดแทนข้อด้อยของเหล็กทั่วไปนั้น คือโลหะแบบนี้จะมีความแข็งแรงแต่มิน้ำหนักเบา รวมทั้งไม่มีสนิมอีกด้วย มีคุณสมบัติกับการใช้หล่อแบบลวดลายละเอียดอย่างมาก สามารถทำผิวสำเร็จได้หลายแบบ เช่น ฟันสี รมดำ ชุบสี ฯลฯ จากนี้อัตราการยืดหยุ่นตัวน้อยอีกด้วย จึงใช้ร่วมกับไม้หรือวัสดุได้ดี ราคาของอลูมิเนียมอัลลอยด์จะแพงกว่าเหล็กประมาณ 2 เท่า เป็นโลหะอีกชนิดหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ในอนาคต

5. ไม้

เป็นวัสดุที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งซึ่งขาดเสียไม่ได้สำหรับการออกแบบซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นวัสดุกรุผนัง , พื้น ตลอดจนจนเครื่องเรือนและอุปกรณ์โดยทั่วไป โดยใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ไม้จริง ไม้อัด แผ่นป้องกันความชื้น ป้องกันเสียงสะท้อน เป็นต้น ประโยชน์ที่สำคัญสำหรับการใช้วัสดุประเภทไม้ ก็คือ มีความอ่อนตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี และไม่มีความเปื่อยขึ้นขณะก่อสร้าง และราคาถูกสามารถรีไซเคิลและนำมาประกอบใหม่ได้ง่ายๆ ราคาถูกและให้ความงดงามอีกด้วย ทั้งยังให้ความรู้สึกที่อ่อนนุ่มตามธรรมชาติอีกด้วย และยังเป็นประเภทดังนี้ คือ

ไม้ธรรมชาติ

ไม้ธรรมชาติสามารถแปรรูปให้เข้ากับงานได้ง่าย มีความน่าสนใจ ความงดงามและมีลายในตัวเอง สามารถนำมากรุผนังภายในอาคาร นำมาใช้ในการสร้างโครงผนังเรือนต่างๆ ได้แบ่งเป็น ไม้เนื้ออ่อน ไม้เนื้อปาน กลาง และไม้เนื้อแข็ง ซึ่งสามารถเลือกใช้ได้ตามลักษณะของงาน

ไม้อัด

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

ไม้อัดมีคุณสมบัติพิเศษ คือ โครงสร้างแข็งแรง สามารถนำมาย้อมสีเคลือบแชลแลค แลคเกอร์ หรือพ่นสีให้มีสภาพคงทนถาวรได้ ไม้อัดจึงนับได้ว่ามีประโยชน์มากไม่ว่าจะกรุผนังหรือทำเครื่องเรือนก็ตาม ได้แก่ วัสดุซึ่งอัดประสานกันจากเศษไม้ หรือเยื่อไม้ด้วยการออกมาเป็นแผ่นมีขนาดต่างๆกัน น้ำหนักเบา ราคาถูก สามารถนำมาใช้กับผนังภายในอาคารได้ดี เมื่อเคลือบสีแล้วมีความคงทนและทำความสะอาดง่ายได้เช่นเดียวกัน

6. วัสดุกรุผนัง

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

7. วัสดุอื่นๆ

แก้ว

ได้แก่ พวกกระจกต่างๆ เพื่อเป็นช่องของผนังเป็นการรับบรรยากาศภายนอกโดยทั่วๆไป เรานิยมใช้กระจกใส แต่เพื่อเป็นการลดความจ้าของแสงแดดและความร้อนจึงมีการใช้กระจกฝ้า กระจกติดฟิล์ม กระจกสีชา ฯลฯ

- กระจกเงา เพื่อให้เกิดการขยายห้องนั้นๆ ให้ดูกว้างใหญ่ขึ้น เป็นการทำให้ห้องดูสว่างและช่วยสะท้อนแสงต่างๆ
- GLASS BLOCK เป็นอิฐแก้วโปร่งแสง ข้างในเป็นช่องว่าง วัสดุนี้ใช้เพื่อรับแสงเท่านั้น

- STAINED GLASS เป็นการตกแต่งกระจกสีหลายๆชิ้น ส่วนโดยอาจทำเป็นรูปต่างๆ โดยมีตะกั่วเป็นรอยเชื่อมต่อ

ผ้า

วัสดุประเภทผ้ามีลาย สี และแบบให้เลือกมากมาย ใช้การทำผ้ามา่าน กรูและนุเครื่อง เรือน ซึ่งเป็นวัสดุที่มีความสำคัญในการตกแต่งอีกชนิดหนึ่ง มักอยู่ในรูปของการตกแต่งชั่วคราวชั่วคราว



การนวดเพื่อสุขภาพ

การนวด อาจแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1. การนวดโดยมุ่งแก้ไขโครงสร้างของร่างกาย

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

การนวดแบบสวีดิชนั้น จะมุ่งเน้นไปที่การคลายกล้ามเนื้อที่ตึงโดยการถูบ คลึง บิด ทูบ ฯลฯ ต้องทำบนผิวหนังโดยตรง และใช้น้ำมันหรือแป้งเข้าช่วยให้หล่อลื่นเพื่อให้นวดสะดวกขึ้น

2. การนวดโดยมุ่งเน้นการแก้ไขลมปราณ

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

ตัวอย่างการนวดประเภทนี้ได้แก่ การกดจุด (ACUPRESSURE) การนวดแบบญี่ปุ่น (SHIATSU) และการนวดแบบไทย เป็นต้น

3. การนวดประเภทผสมผสาน

นำเอาวิธีการของทั้งทางตะวันตก และตะวันออกมาผสมเข้าด้วยกัน การนวดประเภทนี้ จะมุ่งส่งเสริมทั้งการไหลเวียนของพลังชีวิต และปรับปรุงแก้ไขโครงสร้างของร่างกายที่ทำให้เกิดปัญหาอีกด้วย ตัวอย่างการนวดประเภทนี้ได้แก่ ไรเคียนเธอราปี (REICHIAN THERAPY) ไบโอบีโอะเนอเจติกส์ (BIOENERGETICS) เป็นต้น

การใช้สมุนไพรประกอบการนวด

ในวิชาการแพทย์แผนโบราณของไทยและชาติอื่น ๆ การใช้สมุนไพรเป็นส่วนประกอบที่สำคัญมาก ถือกันว่าเป็นการใช้จ่ายจากธรรมชาติ ไม่มีการดัดแปลง โดยวิธีการทางเคมีสมัยใหม่หรือถ้ามีก็น้อยมาก ดังนั้นผลข้างเคียง หรืออันตรายที่เกิดจากพิษของยาก็น้อยหรือแทบไม่มีเลย การนวดแผนโบราณของไทย มีการใช้สมุนไพรประกอบด้วยในรูปของการประคบ ผลที่ได้จากการ

ประคบคือ ช่วยให้เส้นเลือดตามร่างกายขยายตัว ช่วยให้เลือดเดินสะดวก ทำให้อาการปวดเมื่อย
เส้นตึง หายเร็วขึ้น

ในการประคบนำสมุนไพรที่ผ่านกระบวนการแล้วมาห่อด้วยผ้าขาวบาง แล้วใช้หม้อดินใส
น้ำตั้งบนเตาไฟ หม้อนี้ควรมีปากกว้างพอที่ห้อยยา (เรียกว่า “ ลูกประคบ “) วางลงไปปิดได้สนิท
พอดี โดยไม่หลุดลงไปในหม้อ เพื่อให้ไอน้ำจากหม้อพุ่งกระจายเข้าแทรกซึมตัวยาคงร้อนทั่ว แล้ว
จึงมาค้ำ หรือตบเบา ๆ ตามร่างกายส่วนต่าง ๆ ของผู้รับการนวด ถ้าจะให้ได้ผลดี ควรค้ำบนผิว
หนังโดยตรงโดยไม่ผ่านเสื้อผ้า การประคบใช้เวลาประมาณ 30 นาที (สำหรับการนวดแบบไทย
ไม่มีการใช้น้ำมันในการนวด)

ตามปกติ การประคบจะทำภายหลังจากการนวดเสร็จแล้วทันที ก่อนทำการตัดตัว เมื่อ
ประคบเสร็จแล้วจึงจบการนวดลงด้วยการตัดตัวให้เสร็จตามที่กำหนดไว้

สถานที่และบรรยากาศสำหรับการนวด

1. สถานที่

เป็นสถานที่ที่มีความสะอาด เงียบสงบ มีอุณหภูมิที่พอเหมาะ มีการถ่ายเท
อากาศที่ดี และมีความเป็นส่วนตัวพอควร โดยอุณหภูมิที่พอเหมาะคือ ประมาณ 25
องศาเซลเซียส เนื่องจากในกรณีที่มีการใช้น้ำมันนวด การที่น้ำมันนวดระเหยออกจากร่าง
กาย คนที่ลูกชโลมจะหนาวได้ง่าย

2. ที่นอน

สำหรับผู้รับการนวด ควรรองด้วยผ้าห่มหนา ๆ หรือที่นอนที่ยุบนุ่มที่แข็งพอสมควร
ควร ไม่ควรใช้ที่นอนที่นุ่มเกินไป เช่นที่นอนฟองน้ำหรือฟูกสปริง ผ้าปูที่นอนควรเป็นสีที่
เย็นตา อาจมีลายสีต่าง ๆ ที่ดูสบาย น่านอน

2.1 ขนาดของเตียงนวด มีขนาดประมาณ 3' * 6' สูงเฉลี่ย 29 “- 31 “

2.2 สำหรับการนวดบนพื้น ขนาดฟูกประมาณ 4' * 6' อาจมีการคลุม
ผ้าพลาสติก เพื่อป้องกันการหกเลอะเทอะในการนวด กรณีที่ต้องใช้
น้ำมัน นอกจากนี้ ควรมีเบาะรองนั่งสำหรับผู้นวดด้วย

3. บรรยากาศ

ควรมีการสร้างบรรยากาศที่จูงใจ เช่น การใช้กลิ่นหอม ไม่ควรมีสสิ่งรบกวนใด ๆ
เช่นโทรทัศน์ โทรทัศน์ เป็นต้น

4. สำหรับการใช้แสง ไม่ควรมีแสงที่จ้า ส่องหน้าผู้ถูกนวด กรณีที่อยู่กลางแจ้ง อาจใช้
ผ้า ขนหนูปิดตา

หลังจากการนวดแล้ว ทั้งผู้ที่นวด และผู้ถูกนวดมักจะรู้สึกกระหายน้ำ ควรมีการเตรียมน้ำเย็น หรือน้ำดื่มอื่น ๆ ไว้ดื่มด้วย



การอบเซาน่า

“เซาน่า “ SAUNA เป็นการอบตัวเพื่อสุขภาพพลานามัยด้วยการใช้ความร้อนแห้ง (Dryheat Bathing) ซึ่งได้รับความร้อนที่เกิดจากหินเผาไฟที่กระจายออกมา ความร้อนแห้งนี้จะมีอุณหภูมิสูงกว่าความร้อนในห้องอบไอน้ำชนิดที่เรียกว่า “ เตะอริกิบาธ “ (Turkish –Bath) การอบเซาน่า จะทำให้เหงื่อออกมากกว่าการอบตัวด้วยวิธีอื่น ๆ เพราะความร้อนแห้งซึ่งมีอุณหภูมิสูง จะทำให้รูขุมขนของผิวหนังเปิดกว้างมากที่สุด และช่วยขับสารพิษ ซึ่งสะสมในร่างกายของเราได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งแม้แต่การออกกำลังกายให้เหงื่อท่วมตัวก็ไม่สามารถช่วยให้ออกมากเท่านี้ การอบเซาน่าจัดได้ว่าเป็นขบวนการทำความสะอาดร่างกาย และเป็นการพักผ่อนร่างกายอย่างหนึ่งที่สามารถให้ร่างกายมีความกระปรี้กระเปร่า ช่วยเสริมสร้างสุขภาพพลานามัยที่ดี ทั้งยังช่วยผ่อนคลายความเครียดทางสมอง และช่วยให้เกิดความงามทางด้านผิวพรรณ

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