

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการศูนย์ดอยตุง (ภายใต้แบรนด์ดอยตุง)
(DoiTung Centre)



T105636



จัดทำโดย

น.ส. ชนิตดา ศศิธรวัฒน์

รหัส 46020062

ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

๒๓
๗๕๑๔
๒๕๕๑-๒๕๕๒

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 105636
วันเดือนปี..... 30 พ.ย. 2552

b. 12166510
i.....

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต(สถาปัตยกรรมภายใน)
ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2551 - 2552

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
(สถาปัตยกรรมภายใน)

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผศ.นพปฎล สุวีจนานนท์)

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์		
รศ. พรชัย	บุญชัยวัฒนา	กรรมการ
รศ. เอกพล	สิระชัยนันท์	กรรมการ
อ. วชิรา	ธรรมาธิคม	กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
อ. วีรวัฒน์	วิริยะอมรพันธุ์	กรรมการ
ผศ.ดร. เบญจมาศ	กุฎอินทร์	กรรมการ



.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อ.วชิรา ธรรมาธิคม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญชั่วคราว

บทคัดย่อ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำเข้าสู่โครงการ

- 1.1 ความเป็นมาของโครงการ
- 1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ
- 1.3 กลุ่มเป้าหมาย
- 1.4 วัตถุประสงค์โครงการ
- 1.5 องค์กรที่รองรับและเป็นไปได้ของโครงการ
- 1.6 วิเคราะห์ที่ตั้งและอาคารของโครงการ
 - 1.6.1 การเลือกสถานที่ตั้งโครงการ(Site Selection)
 - 1.6.2 อาคารของโครงการ (Building Selection)
 - 1.6.3 ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ (Site Location)
 - 1.6.4 การเข้าถึงโครงการ
 - 1.6.5 สภาพแวดล้อมโดยรวมของที่ตั้งโครงการ
- 1.7 องค์กรประกอบโครงการ
- 1.8 ขอบเขตและขอบข่ายของโครงการ
 - 1.8.1 ขอบข่ายโครงการ
 - 1.8.2 ขอบเขตโครงการ

บทที่ 2 ข้อมูลทั่วไปประกอบโครงการและข้อมูลเฉพาะ

- 2.1 ศึกษาข้อมูลของแบรนด์ดอยตุง
 - 2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเชียงราย
 - 2.1.2 พระราชประวัติพระศรีนครินทราบรมราชชนนี (แม่ฟ้าหลวง)
 - 2.1.3 ข้อมูลประกอบมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง
 - 2.1.4 โครงการพัฒนาดอยตุง
 - 2.1.5 ประวัติความเป็นมาของแบรนด์ดอยตุง
 - 2.1.6 ข้อมูลทั่วไปของแบรนด์ดอยตุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ศึกษาองค์ประกอบของแบรนด์และทฤษฎีการตลาดที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 วัตถุประสงค์ทางเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity Objective)

2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กร

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการออกแบบ

2.3.1 การออกแบบห้องสมุด

2.3.2 การออกแบบ Food court

2.3.3 การจัดแสดงสินค้า

2.3.4 การออกแบบ Coffee shop

2.3.5 การออกแบบ Exhibition hall

2.4 ศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

2.4.1 กรณีศึกษาโครงการต้นแบบ

2.4.1.1 MINI Millennium Auto Ekkamai, Bangkok, Thailand

2.4.1.2 True Shop, Bangkok, Thailand

2.4.1.3 Style By Toyota, Bangkok, Thailand

2.4.1.4 TCDC, Bangkok, Thailand

2.4.1.5 Playground, Bangkok, Thailand

2.4.1.6 Starbucks Coffee, Bangkok, Thailand

2.4.1.7 True Life , Bangkok, Thailand

2.5 สายการบริหารและอัตรากำลัง

บทที่3

พฤติกรรมและพื้นที่ที่ต้องการ

3.1 พฤติกรรมของผู้เข้าใช้ในโครงการในส่วนต่างๆ

3.1.1 ผู้ให้บริการ

3.1.2 ผู้รับบริการ

3.2 พื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT)

บทที่4

ระบบสภาพแวดล้อมภายในและวัสดุ

4.1 ระบบปรับอากาศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 4.2 ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง
- 4.3 ระบบป้องกันอัคคีภัย
- 4.4 ระบบคอมพิวเตอร์และระบบโสตทัศนูปกรณ์

บทที่ 5

การวิเคราะห์และการออกแบบ

- 5.1 การวิเคราะห์
 - 5.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง
 - 5.1.2 การวิเคราะห์อาคาร
 - 5.1.3 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์
 - 5.1.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต่อเนื่อง
 - 5.1.5 การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่
 - 5.1.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การใช้สอย
 - 5.1.7 การวิเคราะห์การแบ่งอาณาเขต

บทที่ 6

รายละเอียดการออกแบบ

- 6.1 แนวความคิดในการออกแบบ
- 6.2 ผังโครงการและการจัดวางผังพื้นที่เฟอร์นิเจอร์
- 6.3 รูปด้าน, รูปตัด, แบบขยายประกอบแบบ
- 6.4 ทัศนียภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ คอยตุง

DOI TUNG CENTRE

ชื่อนักศึกษา นางสาวชนิดา ศศิธรวัฒน์

ภาควิชา สถาปัตยกรรมภายใน

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาโครงการนี้คือ เพื่อทำการค้นคว้า วิจัย และเน้นให้เห็นบทบาทความสำคัญของการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน เพื่อนำความรู้มาใช้ในการปรับปรุงและเสนอแนะกิจกรรมเพื่อให้เป็นโครงการ ศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ คอยตุง โดยศึกษาสภาพปัจจุบันของโครงการ และศูนย์คอยตุงโดยทั่วไปทั้งข้อดี ข้อเสีย และความน่าจะเป็นไปได้ ตลอดจนนโยบายของบริษัทเพื่อให้การออกแบบอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงทางธุรกิจ ดังนั้นจึงเห็นสมควรที่จะดำเนินการงานการศึกษา โครงการนี้เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของโครงการนี้

วิธีการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย ลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ คอยตุง,กรุงเทพฯจึงได้ทำการศึกษารายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตัวโครงการทั้งทางด้านนโยบายการบริหาร การบริการ เชิงธุรกิจและการออกแบบของโครงการคอยตุง
2. พฤติกรรมและอัตรากำลังของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
3. ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพที่ประกอบขึ้นเป็นศูนย์คอยตุง
4. องค์ประกอบและแนวทางการตกแต่งของแบรนด์คอยตุงในบริเวณพื้นที่ต่างๆในประเทศไทย

5. ศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้งโครงการทั้งในปัจจุบันและอดีต
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ศึกษาประวัติและความเป็นมารวมทั้งเอกลักษณ์องค์กรเกี่ยวกับแบรนด์ค้อยตุง

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะการออกแบบภายในอาคารยังขาดความต่อเนื่องของ space ทั้ง 3 ชั้น ทำให้การเชื่อมต่อระหว่าง function ขาดความต่อเนื่อง
2. การออกแบบปัจจัยทางด้านธุรกิจก็มีส่วนสำคัญต่องานออกแบบ
3. อุปกรณ์เทคนิค เทคโนโลยีใหม่ๆจะช่วยส่งเสริมให้การออกแบบดูเป็นสากลมากขึ้น
4. กลุ่มเป้าหมายนโยบายขององค์กรมีผลต่อลักษณะและรูปแบบในการตกแต่ง

ข้อเสนอแนะ

1. ผสมผสานการออกแบบตกแต่งโดยหยิบเอาเอกลักษณ์ขององค์กรและวัสดุสมัยใหม่เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายของโครงการ
2. มีการเพิ่มสายธุรกิจในตัวผลิตภัณฑ์ที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ค้อยตุงในอนาคต
3. การจัดวาง function นอกจากคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้ให้และผู้รับบริการยังต้องคำนึงถึงการเอื้ออำนวย function ทางธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

1.1 ความเป็นมาของโครงการ

ประเทศไทยนับเป็นประเทศหนึ่งที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี มีการรับเอาวัฒนธรรมจากตะวันตกมาตั้งแต่วันที่ 4 ประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศมีความเป็นอยู่ที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในสังคมเมือง ที่ใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ ให้ความสำคัญกับวัสดุสิ่งของที่มีราคาแพง หูหรรษา เกิดค่านิยมในการซื้อสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศที่มีราคาสูง จนบางครั้งละเลยวิถีชีวิตแบบท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่า ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นที่มีการพัฒนามาอย่างยาวนานจากคนในชุมชน อาจต้องพบบูบเพราะคนในประเทศด้วยกันเอง

แบรนด์ดอยตุงอยู่ในโครงการพัฒนาตุงตามพระราชประสงค์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ดำเนินครบ 20 ปี ในปี 2550 มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์ สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มีพระราชประสงค์ให้พัฒนาชุมชนในด้านวัตถุและจิตใจให้เกิดสังคมพึ่งตนเองได้ จึงนำภูมิปัญญาจากท้องถิ่นของชุมชนในจังหวัดเชียงรายทางภาคเหนือ ที่สามารถนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนด้วยตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยผ่านกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ มีการส่งเสริมสินค้าให้มีคุณภาพ ด้วยผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่างๆมาร่วมงาน เช่น Designer, Marketing และวิชาชีพอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้อง ทำให้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ดอยตุงมีคุณภาพที่เป็นมาตรฐานสากล ในโครงการพัฒนาตุงฯมี 5 สายงานด้วยกัน ได้แก่ สายธุรกิจเกษตร, สายธุรกิจอาหารและร้านค้าเฟ้ ดอยตุง, สายธุรกิจแฟชั่นและเครื่องประดับ, สายธุรกิจของใช้ตกแต่งบ้านเซรามิก และสายธุรกิจท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยวแต่แบรนด์ยังไม่แพร่หลายนักในชุมชนเมืองและวัยรุ่นยังคงติดกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ล้าสมัย มีคุณภาพและความสวยงามทัดเทียมแบรนด์ของต่างประเทศไม่ได้

ด้วยความเป็นมาดังกล่าว จึงเห็นความเหมาะสมในการที่จะสร้างสถานที่ที่จะส่งเสริมแบรนด์และขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น ทั้งยังสืบสานเจตนารมณ์ของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีต่อโครงการพัฒนาตุงอีกด้วย

1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ

ทางด้านนโยบายและเศรษฐกิจ

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในท้องถิ่นในบริเวณศูนย์และพื้นที่ในโครงการพัฒนาโดยคงให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้อย่างยั่งยืน
3. สานต่อเจตนารมณ์ของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี
4. เป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีการขยายตัวทางการตลาดและเป็นที่รู้จักมากขึ้น
5. สร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ใหม่ให้มีความเป็นสากลมากขึ้น
6. สนับสนุนการใช้วิถีธรรมชาติและช่วยลดภาวะโลกร้อน

ทางด้านสังคม

1. เป็นการพัฒนาท้องถิ่นในชนบทที่ห่างไกลสามารถช่วยเหลือและอยู่ได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน
2. ให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุในท้องถิ่นของเรามากขึ้น
3. รักษาและให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น
4. เห็นถึงพระจริยวัตรที่มีคุณประโยชน์ต่อสังคมของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

โดยกลุ่มลูกค้าจะมีกลุ่มลูกค้าเดิมของแบรนด์โดยคงเอง แต่จะขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มให้กว้างขวางมากขึ้น สามารถแบ่งเป็นกลุ่มหลักๆได้ดังนี้

1. Designer และ Business owner
2. ชาวต่างชาติภายในประเทศไทย ที่มาท่องเที่ยว หรือมาติดต่อธุรกิจ
3. คุณหญิง คุณนาย
4. วิทยุร่วมไปถึงนักเรียน นักศึกษาด้วย
5. บุคคลทั่วไปที่สนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและสร้างความบันเทิง โดยสื่อผ่านการออกแบบตกแต่งที่แสดงเอกลักษณ์ของแบรนด์คอยตุ่งที่มีผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
2. เพื่อเป็นแหล่งช้อปปิ้งผลิตภัณฑ์ที่มาจากท้องถิ่นในชนบทที่ผ่านกระบวนการที่เป็นระบบและมีคุณภาพ และรองรับกิจกรรมภายในศูนย์
3. เพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุที่สามารถหาได้จากท้องถิ่นมาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ
4. เพื่อเผยแพร่ประวัติและพระจริยวัตรที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี และประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาคอยตุ่ง รวมทั้งสาธิตภูมิปัญญาชาวบ้าน
5. เพื่อความสะดวกในการบริหารงาน ประสานงาน และพัฒนาองค์กร
6. เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน และประเพณี วัฒนธรรมต่างๆของประเทศไทย
7. เพิ่มภาพลักษณ์ความเป็นสากล ที่ทันสมัย และขยายกลุ่มเป้าหมายให้หลากหลายมากขึ้น

1.5 องค์กรที่รองรับและความเป็นไปได้ของโครงการ

แบรนด์คอยตุ่ง อยู่ภายใต้การดูแลของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในโครงการพัฒนาคอยตุ่ง ปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับสู่สากล แบรนด์จึงเข้าสู่ภาคธุรกิจเต็มตัว มีสายงานของธุรกิจแตกออกเป็น 5 สายด้วยกัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้กว้างขึ้น มีการเติบโตทางธุรกิจเพิ่มขึ้น 20% ในปี 2551

โครงการออกแบบศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ คอยตุ่ง ถือเป็นนโยบายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นสากลและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างขึ้น โดยเน้นการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติด้วยฝีมือชาวคอยตุ่งภายใต้แบรนด์คอยตุ่ง ศูนย์สามารถอยู่ได้ด้วยรายได้จากบริการภายในศูนย์ที่มาจากผลิตภัณฑ์คอยตุ่งเอง ทั้งมีการสอดแทรกความรู้ และให้เห็นถึงคุณค่าของสินค้าที่มาจากธรรมชาติ ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านด้วย ซึ่งก็เป็นไปตามนโยบายของแบรนด์ทั้งสิ้น แบรนด์คอยตุ่งจึงเป็นองค์กรที่รองรับทั้งยังสนับสนุนเงินทุนภายในโครงการอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 วิเคราะห์ที่ตั้งและอาคารของโครงการ

1.6.1 วิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (Site Selection)

ลักษณะที่ดิน ที่ตั้งโครงการควรอยู่ในย่านที่มีการเจริญเติบโตได้ดี อยู่ใจกลางเมือง ย่านธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองกับกลุ่มลูกค้า

การเข้าถึงโครงการ ที่ตั้งโครงการควรมีถนนสายหลักที่พาคนเข้าสู่โครงการได้สะดวก และสามารถเห็นโครงการได้ง่าย และควรจะมีระบบขนส่งมวลชนเสริมพิเศษที่เป็นทางเลือกในการเข้าถึงโครงการ เพื่อรองรับผู้ที่ไม่มียานพาหนะส่วนตัว และช่วยลดสภาพการจราจรติดขัด รวมทั้งลดมลพิษในเมือง

สภาพแวดล้อมโดยรอบ สภาพแวดล้อมของพื้นที่ ไม่ควรมีที่อยู่อาศัยของชุมชนมากนักเนื่องจากจะเป็นการรบกวนชุมชนรอบๆ ควรอยู่ในย่านที่มีโครงการที่คล้ายคลึงกับโครงการที่เสนอ เพราะผู้ทั่วไปที่สนใจงานด้านนี้จะได้มีตัวเลือกในการเข้า

ระบบสาธารณูปโภค ที่ตั้งของโครงการควรมีระบบสาธารณูปโภคที่เพียงพอ ทั้งระบบไฟฟ้า, ประปา, การคมนาคม, โทรศัพท์ และปัจจัยขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่ตั้งเสนอแนะมีดังนี้

- ก. พื้นที่ตรงบริเวณเด็ก PLAY GROUND ทองหล่อ
- ข. ศูนย์ SHOWROOM MINI-COOPER ทองหล่อ
- ค. ศูนย์การค้าเกษรพลาซ่า

ตารางแสดงการเปรียบเทียบที่ตั้ง 3 แห่ง เพื่อพิจารณาที่ตั้งโครงการ

ลักษณะพึงประสงค์	ที่ตั้ง ก	ที่ตั้ง ข	ที่ตั้ง ค
ความเหมาะสมของลักษณะที่ดิน	5	5	3
การคมนาคมและการเข้าถึง	3	4	5
พื้นที่อยู่บริเวณใจกลางเมือง	4	4	5
การขยายตัวในอนาคต	5	5	5
บริเวณสถานที่เที่ยวที่มีกลุ่มลูกค้าใกล้เคียงกัน	5	4	5
สภาพแวดล้อมโดยรอบ	5	4	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะพึงประสงค์	ที่ตั้ง ก	ที่ตั้ง ข	ที่ตั้ง ค
รูปแบบอาคาร	5	4	3
กลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่ในบริเวณนั้น	4	4	5
รวม	37	34	34

จากการพิจารณาที่ตั้งทั้ง 3 แห่ง บริเวณที่มีความเหมาะสมกับโครงการ คือ ที่ตั้ง ก บริเวณตึก PLAY GROUND

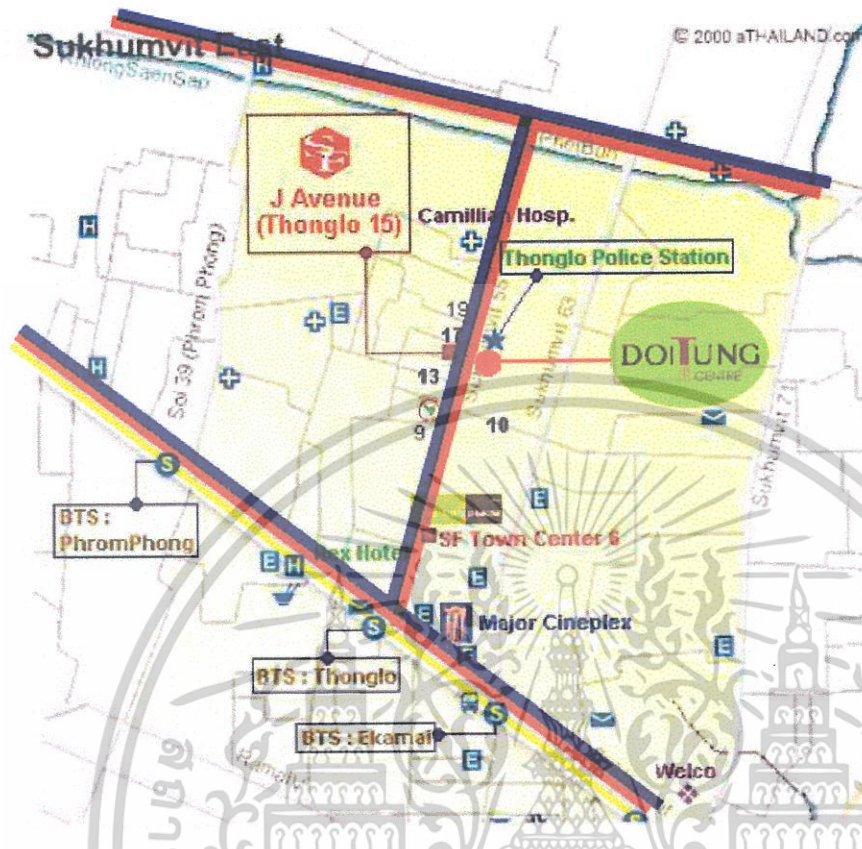
1.6.2 อาคารของโครงการ (Building Selection)

ระบบอาคารรูปทรงภายนอก มีความทันสมัย เรียบ กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีการเปิดช่องแสง บ้าง เป็นจังหวะ วัสดุมีการผสมผสานระหว่างวัสดุสมัยใหม่กับวัสดุที่มาจากธรรมชาติ

SPACE ภายในอาคาร ฟังก์ชันของอาคารเดิมเป็น Shopping Mall ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อโครงการ ระดับความสูงของฝ้าเพดาน มีระยะพอเหมาะ ขนาดของอาคาร มี 3 ชั้น มีขนาดไม่เล็ก ไม่ใหญ่ พอเหมาะกับขนาดของโครงการ บริเวณตรงกลางมี Hall โถง เหมาะแก่ฟังก์ชันของโครงการด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.3 ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ (Site Location)



แผนที่โดยรวมที่แสดงถึงสถานที่สำคัญโดยรอบโครงการ



รูปแสดงที่ตั้งโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานที่ตั้งโครงการ 818 สุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ถ.สุขุมวิท คลองตันเหนือ วัฒนา กรุงเทพฯ

พื้นที่ 5,861 ตารางเมตร

อาณาเขต ทิศเหนือ

ทิศใต้

ทิศตะวันออก

ทิศตะวันตก

ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ พื้นที่บริเวณนี้เป็นย่านที่นักท่องเที่ยวต่างชาติอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและสถานที่ที่เกี่ยววามค้าคืนของวัยรุ่นจำนวนมากในบริเวณนี้ทั้งยังมีร้านขายของตกแต่งบ้านหรือเฟอร์นิเจอร์อีกมากเช่นกัน นอกจากนี้ก็มี Shopping Mall อีกด้วย

1.6.4 การเข้าถึงโครงการ



เส้นทางการเดินทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.ทางรถสาธารณะ

- รถโดยสารประจำทาง สาย 2,25,511,508,501,40,38.46.98.518 ลงตรงสุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) แล้วก็

ต่อ 2 แถวไป

-ทาง BTS ลงสถานีรถไฟฟ้าทองหล่อ แล้วก็ต่อสองแถว

-ทางรถไฟ ลงสถานีรถไฟคลองตัน เรียบกับถนนเพชรบุรีตัดใหม่

2.ทางรถยนต์ส่วนบุคคล

-ทางรถยนต์ มาได้ 2 ทางคือมาทางเส้นคลองตัน-ถนนเพชรบุรีตัดใหม่และทางสุขุมวิท

1.6.5 สภาพแวดล้อมโดยรอบของที่ตั้งโครงการ

ตัวอาคาร PLAY GROUND



ด้านซ้ายของอาคาร : ด้านข้างของสถานีตำรวจทองหล่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ด้านขวาของอาคาร : ติดกับซอยเล็กๆ และถัดไปเป็นอาคารสำนักงานบริษัท Urban



ด้านตรงข้ามของอาคาร : Showroom Furniture และสำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง



1.7 องค์ประกอบของโครงการ

ลำดับ	วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรม	องค์ประกอบ
1.	เพื่อเป็นแหล่งช้อปปิ้งผลิตภัณฑ์ที่มาจากท้องถิ่นในชนบทที่ผ่านกระบวนการที่เป็นระบบและมีคุณภาพ ในสถานที่ที่มีทันสมัยและการคมนาคมที่สะดวกสบายยิ่งขึ้น	-ซื้อของตกแต่งบ้าน -ซื้อของเล็กๆน้อย -ซื้อผ้า เสื้อผ้าและสินค้าแฟชั่นต่างๆ	-Retail Shops -Home and Living -Gift and Ideal -Fashion
2.	เพื่อเป็นสถานที่รองรับกิจกรรมอันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นใน(ภายใต้)แบรนด์ดอยตุงและกิจกรรมอื่นที่อำนวยความสะดวกภายในศูนย์	-ใช้หรือทดลองผลิตภัณฑ์ -พักผ่อนกาแฟหรือขนมว่าง -รับประทานอาหาร	-ห้องสปา -นวดแผนไทย -นวดอโรม่า -ร้านกาแฟดอยตุง -ร้านอาหาร
-1	เพื่อส่งเสริมนักออกแบบรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุที่สามารถหาได้จากท้องถิ่นมาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ	-เดินชมงานออกแบบ -Research งานต้นแบบต่างๆ	Hall -แสดงผลงานของนักออกแบบ -ห้องสมุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.	เพื่อเผยแพร่ประวัติและพระจริยวัตรที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี และประวัติความเป็นมาวัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาโดยตุง รวมทั้งสิทธิภูมิปัญญาชาวบ้าน	-เดินชมนิทรรศการของสมเด็จพระเจ้า -เดินชมนิทรรศการของแบรนด้อยตุง	-นิทรรศการถาวร -ประวัติของสมเด็จพระเจ้าที่เกี่ยวกับโครงการ -ประวัติความเป็นมาของแบรนด้อยตุง
5.	เพื่อความสะดวกในการบริหารงานประสานงาน และพัฒนาองค์กร	-ประสานงานในการจัดกิจกรรมต่างๆ	-สำนักงาน
6.	เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน และประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ ของประเทศไทย	-หาความรู้จากอินเทอร์เน็ตและหนังสือ	-ห้องสมุด -หนังสือ -อินเทอร์เน็ต
7.	เพื่อจัดแสดงงานส่งเสริมแบรนด้อยตุงต่างๆ และต้อนรับให้ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์	-จัดแพชชั่นโชว์ของผลิตภัณฑ์โดยตุง -เปิดตัวสินค้าคอลเลคชั่นใหม่ -นิทรรศการชั่วคราวเกี่ยวกับชุมชน -จัด Boot จัดกิจกรรมอื่นๆ	-Hall -พื้นที่ว่าง -Reception -Waiting area
8.	เพื่อให้รำลึกและจดจำแบรนด้อยตุง	-เก็บภาพเป็นที่ระลึก	-Studio ถ่ายภาพที่จำลองบรรยากาศชนบทแบบพื้นถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 ขอบเขตและขอบข่ายของโครงการ

1.8.1 ขอบข่ายของโครงการ

1. ส่วนบริการสาธารณะ

- โถงทางเข้า
- ประชาสัมพันธ์และติดต่อสอบถาม
- ส่วนต้อนรับและพักคอย
- ห้องน้ำ
- ที่จอดรถ

2. ส่วน การขายสินค้าต่างๆ

- RETAIL SHOPS
 - Home and living
 - Gift Ideal
 - Fashion and accessory

3. ส่วน Coffee Corner

- ขายเครื่องดื่มกาแฟ และน้ำดื่มที่มาจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ
- Internet Café

4. ส่วน Restaurant

- อาหารพื้นบ้านของภาคเหนือ
- อาหารทั่วไป

5. ส่วนจัดกิจกรรม

- การจัดแพชั่นโชว์

เวที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องแต่งตัว (Back Stage)

ห้องรับรองสำหรับสื่อมวลชน

-การจัดนิทรรศการชั่วคราว

จัดแสดงโชว์ผลงานการออกแบบของนักออกแบบรุ่นใหม่

-เปิดตัวสินค้าใหม่

6. ส่วนบริการถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

-ถ่ายรูปจำลองสถานการณ์ของชุมชน

7. ห้องสมุด

-หนังสือให้ความรู้

-Internet

8. ส่วนนิทรรศการถาวร

-นิทรรศการของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

-นิทรรศการของแบรนด์ดีดอยตุง

9.Spa

-นวดแผนไทย

-นวดฝ่าเท้า

-นวดอโรมา

10. สำนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8.2 ขอบเขตโครงการ

1. ส่วนบริการสาธารณะ

- โถงทางเข้า
- ประชาสัมพันธ์และติดต่อสอบถาม
- ส่วนต้อนรับและพักคอย
- ห้องน้ำ
- ที่จอดรถ

2. ส่วน การขายสินค้าต่างๆ

- RETAIL SHOPS
- Home and living
- Gift Ideal
- Fashion and accessory

3. ส่วน Coffee Corner

- ขายเครื่องดื่มกาแฟ และน้ำดื่มที่มาจากธรรมชาติ
- Internet Café

4. ส่วน Restaurant

- อาหารพื้นบ้านของภาคเหนือ
- อาหารทั่วไป

5. ส่วนจัดกิจกรรม

- การจัดแพชั่นโชว์

เวที

ห้องแต่งตัว (Back Stage)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องรับรองสำหรับสื่อมวลชน

-การจัดนิทรรศการชั่วคราว

จัดแสดงโชว์ผลงานการออกแบบของนักออกแบบรุ่นใหม่

6. ส่วนบริการถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

-ถ่ายรูปจำลองสถานการณ์ของชุมชนให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการมาเที่ยวชมในครั้งนี้

7. ห้องสมุด

-หนังสือให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี และประวัติที่เกี่ยวกับชุมชนในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีหนังสือเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติของประเทศไทย

-Internet ที่ช่วยในการหาความรู้ได้ทั่วโลก

8. ส่วนนิทรรศการถาวร

-นิทรรศการประวัติของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี และความเป็นมาของการริเริ่ม

โครงการ

-นิทรรศการของแบรนด์ดอยตุงแสดงวัตถุประสงค์ แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และระบบการทำงาน รวมทั้ง บุคคลที่มีส่วนร่วมสำคัญในการทำงาน

9.Spa

โดยการนำเอาผลิตภัณฑ์ของโครงการแม่ฟ้าหลวงและโครงการพัฒนาดอยตุงมาใช้และออกแบบสถาปัตยกรรมภายในให้ลูกค้าสัมผัสความเป็นแบรนด์ดอยตุงเข้าไปด้วยนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์

-นวดแผนไทย

-นวดฝ่าเท้า

-นวดอโรม่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูลทั่วไปและโครงการเปรียบเทียบ

2.1 ประวัติความเป็นมา

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับดอยตุง

เชียงรายเป็นนครแห่งอาณาจักรล้านนา ก่อกำเนิดจากนครโยนกนาคนาคพันธุ์ ก่อกำเนิดเป็นนครโยนก เชียงแสนอันรุ่งเรืองด้วยอารยธรรมเมื่อ 700 ปีก่อน ครั้งหนึ่งเป็นดินแดนที่ประดิษฐานของพระแก้วมรกต ก่อนจะอัญเชิญสู่พระนครในฐานะสิงค์กดีสิทธิ์คู้บ้านคูเมืองมาจนถึงปัจจุบัน

มนต์เสน่ห์ของเชียงรายเกิดแต่ความหลากหลายของธรรมชาติวัฒนธรรม กลุ่มชนเผ่า 30 ชชาติพันธุ์ ตั้งถิ่นฐานอยู่ตามไหล่เขา ล้วนมีความภาคภูมิใจในวิถีวัฒนธรรมอันแตกต่างมีเอกลักษณ์ของตน และยังสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน

สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ทรงริเริ่มโครงการพัฒนาดอยตุงขึ้น ในปี 2531 เพื่อบรรเทา ปัญหาความยากจนของราษฎรเกือบ 20 ปีที่ผ่านมา กิจกรรมหลากหลายในโครงการพัฒนาดอยตุง เป็น ส่วนหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรมของเชียงราย โดยได้สร้างเส้นทางอนาคตใหม่ ให้แก่ราษฎรจำนวนมาก สมเด็จพระบรมราชชนนีจึงเป็นที่รักตั้ง “แม่ฟ้าหลวง” ด้วยทรงพระวิริยะอุตสาหะ อย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตราษฎร

โครงการพัฒนาดอยตุงจึงเป็นประวัติศาสตร์ส่วนหนึ่งของเชียงรายด้วยเช่นกัน

โครงการพัฒนาดอยตุงในพระราชดำริสมเด็จพระบรมราชชนนี อยู่ในความดูแลมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง มี หลายโครงการทางเลือกที่ยั่งยืนเกิดขึ้นและบรรลุผลโดยพร้อมเพรียงกัน ได้แก่ โครงการเกษตรพื้นที่สูง ซึ่ง แทนที่การปลูกฝิ่นเป็นพืชเศรษฐกิจ ช่วยทำให้การทำลายป่าลดลง อย่างเห็นได้ชัด รวมทั้งปัญหาการติดยา เสพติดและปัญหาโสเภณีลดลง โครงการปลูกป่าและโครงการสร้างอาชีพทางเลือก ช่วยให้ราษฎรได้เรียนรู้ ทักษะใหม่ในการเลี้ยงครอบครัวโดยสุจริต คุณภาพชีวิตดีขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้นโครงการพัฒนาดอยตุง ยังมีเจตนาเผยแพร่องค์ความรู้และสนับสนุนทัศนคติใหม่ ให้ ราษฎรตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อคนกับป่าจะสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุล

นอกจากนี้ เมื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก วัฒนธรรมได้กลายเป็นทรัพยากร อันมีค่ายิ่ง การอนุรักษ์ประเพณีชนเผ่าเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง โดยเฉพาะวัฒนธรรม ล้านนาอันเก่าแก่และมีเอกลักษณ์ ที่ได้กลายเป็นจุดดึงดูดผู้คนจากทั่วสารทิศสู่ดอยตุง เช่นเดียวมนต์เสน่ห์ แห่งความหลากหลายทางธรรมชาติ รวมไปถึงพระตำหนักดอยตุง อุทยานแม่ฟ้าหลวง หอพระราชประวัติ สวนรุกขชาติ ณ ดอยช้างมูบ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมแม่ฟ้าหลวง แหล่งรวบรวมศิลปวัตถุ แล ประเพณีล้านนาอันหาความีได้ ตลอดจนผลิตภัณฑ์คุณภาพของดอยตุง เช่น กาแฟอาราบิก้า แมคคาเดเมีย ผ้าทอมือ กระจาดสา งานประติมากรรมและเครื่องปั้นดินเผา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 พระราชประวัติพระศรีนครินทราบรมราชชนนี (แม่ฟ้าหลวง)

แม่ฟ้าหลวงเป็นนามที่ชาวไทยภูเขาเรียก สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีหรือสมเด็จพระเจ้าหมายถึงแม่ผู้ยิ่งใหญ่จากฟากฟ้า เพราะพวกเขาเห็นพระองค์ท่านเสด็จมาให้ความช่วยเหลือโดยเฮลิคอปเตอร์ สมัยนั้นพื้นที่ทุรกันดารไม่มีถนนเข้าถึง ต้องไปด้วยเฮลิคอปเตอร์เท่านั้น

สมเด็จพระเจ้าเกิดในครอบครัวคนสามัญ กำพร้าทั้งพ่อและแม่ ตั้งแต่อายุ 8 ปีแต่เป็นผู้ใฝ่รู้ คือรักการอ่าน การเขียนตั้งแต่เด็ก เมื่อได้รับโอกาสเรียนไปศึกษาต่อที่อเมริกาเมื่ออายุเพียง 17 ปี ต่อมา เป็นสตรีที่พระราชบิดาทรงเล็งกอบกอบไว้ด้วย และชื่นชมความคิดเรื่องการพัฒนาความรับผิดชอบและการทำประโยชน์ให้กับบ้านเมืองมามาก เมื่อมีอายุเพียง 29 ปี พระราชบิดาสวรรคตต้องรับภาระเป็นทั้งพ่อและแม่ของลูกสามคน (สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยณิวัฒนากรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ และรัชกาลที่ 8 และรัชกาลที่ 9) พระราชโอรสขึ้นเป็นพระมหากษัตริย์ภายใต้ระบอบประชาธิปไตยตั้งแต่พระชนมายุยังน้อย และพระโอรสทั้งสองพระองค์ต่างทรงเป็นกษัตริย์ที่ประเสริฐ พระบิดาทรงงานเพื่อประโยชน์ต่อชาติบ้านเมืองมากมาย จึงถือได้ว่าสมเด็จพระเจ้าทรงปฏิบัติพระราชภาระในการอบรมอภินิหารได้อย่างดีเลิศ เป็นผู้ใฝ่ธรรมะ นอกจากศึกษาอย่างลึกซึ้ง ยังทรงนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันทรงมีธรรมสูง โปรดความเรียบง่าย และทรงเป็นผู้รู้อะไรต้องรู้อะไรจริง ตลอดพระชนม์ชีพของสมเด็จพระเจ้าได้ทรงประกอบพระราชกรณียกิจมากมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์สุขของทุกคนหมู่เหล่า โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาส

พระราชสมภพวันอาทิตย์ที่ 21 ตุลาคม 2443 (ค.ศ.1900) สวรรคต ปี 2538 (ค.ศ.1995)เมื่อพระชนมายุ 95 พรรษา ในปี พ.ศ.2543 ในโอกาสครบรอบวันคล้ายวันพระราชสมภพ 100 ปี องค์กฤษฎเนตไทยยกย่องให้พระองค์เป็นบุคคลสำคัญของโลก

2.1.3 ข้อมูลประกอบมูลนิธิตแม่ฟ้าหลวง

ในปี พ.ศ. 2515 สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ทรงโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้ง "มูลนิธิส่งเสริมผลผลิตชาวเขาไทย ในพระราชูปถัมภ์" เพื่อส่งเสริมและหาตลาดในงานหัตถกรรมของชาวเขาเผ่าต่างๆ ต่อมาในปี พ.ศ. 2528 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น "มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี"

มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงมีโครงการสำคัญ 4 โครงการ

1. ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมไร่แม่ฟ้าหลวง หรือเดิมเรียกว่า ไร่แม่ฟ้าหลวง (ก่อตั้งปีพ.ศ. 2516) เป็นที่รักษาและ รวบรวมศิลปวัตถุของชาวล้านนาที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคล้านนา รวมถึง ภาคเหนือตอนบนของไทย ทิศตะวันออกเฉียงเหนือของสหภาพพม่า (รัฐฉาน) ทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจีน (มณฑลยูนนาน) ภาคเหนือตอนบนของลาว และทิศตะวันตกเฉียงเหนือของเวียดนาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.โครงการพัฒนาอดอยตุง (พ.ศ.2531) เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกพืชเสพติดและแก้ปัญหาความยากจน ด้วยการพัฒนาอย่างมีบูรณาการ (ครอบคลุมครบวงจร)

3.หอฝิ่น อุทยานสามเหลี่ยมทองคำ (พ.ศ.2542)เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับฝิ่นและสารเสพติดต่างๆ เล่าประวัติย้อนหลัง 5000 ปี แสดงประโยชน์ โทษและผลกระทบของฝิ่นและยาเสพติด โดยสอดแทรกความบันเทิงหรือ Edutainment ตามแนวพระราชดำริที่ว่าต้องทำการเรียนให้สนุก เป้าหมายคือเพื่อให้ความรู้เรื่องดินแดนสามเหลี่ยมทองคำในอดีต และปลูกจิตสำนึกให้ร่วมกันต่อสู้และต่อต้านยาเสพติด ภายในอุทยานมีร้านอาหารและที่พักชื่อ เกรทเตอร์แม่โขงลอร์ดจ มีห้องพักจำนวน 56 ห้อง

โครงการพัฒนาอดอยตุง

4 ศูนย์การเรียนรู้และเผยแพร่การพัฒนาทางเลือกที่ยั่งยืน(Centre for Social Entrepreneurship (CSE)) ซึ่งก่อตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่งานพัฒนาตามแนวพระราชดำริและประสบการณ์ที่สะสมบนอดอยตุงไปใช้แก้ปัญหาสังคมในที่อื่นๆ ได้ขยายผลการดำเนินงานตามแนวพระราชดำริไปยังต่างประเทศ เช่น ประเทศเมียนมาร์ ประเทศอัฟกานิสถาน

2.1.4 โครงการพัฒนาอดอยตุง

โครงการพัฒนาอดอยตุง เป็นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มีวัตถุประสงค์เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อันมีความสำคัญโดยตรงกับความอยู่รอด และความกินดีอยู่ดีของประชาชน โดยเร่งฟื้นฟูสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่โครงการฯ ที่เสื่อมโทรมจากการตัดไม้ทำลายป่า เพื่อทำไร่เลื่อนลอย และปลูกฝิ่นของราษฎรชาวเขาในพื้นที่ให้กลับคืนสู่สภาพปกติ ด้วยการป้องกัน มิให้มีการลักลอบตัดไม้ทำลายป่าธรรมชาติที่เหลืออยู่ และให้มีการปลูกป่าอนุรักษ์ต้นน้ำลำธาร ป่าเศรษฐกิจและป่ายังชีพขึ้นในพื้นที่ที่ถูกทำลายไปแล้ว โดยจัดจ้างราษฎรในพื้นที่เป็นผู้ดำเนินการปลูกป่าประเภทต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้ราษฎรมีรายได้ยังชีพ และเรียนรู้วิทยาการใหม่ ๆ จากการที่ได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการปลูกป่าแต่ละประเภท อันเป็นการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของราษฎร จากกลุ่มผู้เคยทำลายป่า กลับมาสู่การช่วยกันสร้างปลูกป่า และมีส่วนร่วมในการพิทักษ์รักษาให้คงอยู่อย่างเป็นระบบตลอดจนส่งเสริมและและพัฒนาอาชีพที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นรูปธรรม โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมต่อไปอันเป็นพระราโชบายของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ที่ว่าหากจะทำให้โครงการปลูกป่าทดแทนประสบความสำเร็จได้นั้นต้องทำให้คนกับป่าสามารถอยู่ร่วมกันได้ รัฐบาลได้เริ่มจัดทำโครงการพัฒนาอดอยตุงขึ้นโดยกองทัพบก มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมจัดทำเป็นโครงการแบบเบ็ดเสร็จ

พระราชปณิธาน คือ “ฉันจะปลูกป่าที่อดอยตุง”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระราชกุศโลบาย คือ “คนกับป่าอยู่ร่วมกันได้”

กลยุทธ์ ดำเนินงานมุ่งเน้นกำไรทางสังคมมากกว่าเงิน ในสโลแกน “Lifestyle for Livelihood”

โครงการพัฒนาโดยดูง มีแผนดำเนินงานเป็น 3 ขั้นตอนในระยะเวลา 30 ปี

ระยะที่ 1 พุทธศักราช 2531-2536 มีจุดมุ่งหมายที่จะหยุดยั้งการทำไร่เลื่อนลอยและการปลูกฝิ่นของชาวเขา เริ่มโครงการด้วยการสร้างความเข้าใจของชาวบ้าน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจ และเริ่มวางรากฐานทางกายภาพ ได้แก่ ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า รวมถึงพัฒนาคุณภาพชีวิตราษฎรด้วยการสร้างงาน ปรับปรุงสาธารณสุข การศึกษาเพื่อราษฎรกินดีอยู่ดีระดับหนึ่ง

ระยะที่ 2 พุทธศักราช 2537-2545 ที่จุดมุ่งหมายที่ส่งเสริมอาชีพที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง พัฒนาระบบการผลิตทั้งผลิตผลและผลิตภัณฑ์ของโครงการ ให้สามารถแข่งขันในระดับชาติและสากลได้ และมีเป้าหมายให้ราษฎรในพื้นที่มีรายได้เฉลี่ยคนละไม่ต่ำกว่า 30,000 บาท/ต่อคน/ปี

ระยะที่ 3 พุทธศักราช 2546-2560 มีจุดมุ่งหมายให้ราษฎรมีการศึกษาถ้วนหน้า สามารถดูแลจัดการกิจการที่มีอยู่ต่อไปได้ ดำรงชีพโดยพึ่งพาตนเอง รู้จักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีชุมชนที่แข็งแกร่งดูแลจัดการท้องถิ่น ละสามารถเสียภาษีเงินได้แก่รัฐได้เช่นเดียวกับคนไทยในประเทศ

ก้าวต่อไปโครงการพัฒนาโดยดูงฯ สืบสานงานตามแนวพระราชดำริในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี สู่สายตาชาวโลกด้วยความภาคภูมิใจและมีศรัทธาที่ผ่านมาทรงรับสั่งว่า “ให้ทำของขายได้ เพราะของดี ไม่ใช่ให้เขาสงสาร เพราะเป็นมูลนิธิ” และปรับกลยุทธ์ ดำเนินงานมุ่งเน้นกำไรทางสังคมมากกว่าเงิน ในสโลแกน “Lifestyle for Livelihood” และ ใช้ชื่อแบรนด์ “Doi Tung” (โดยดูง) แทน พระปรมมาภิไธย “แม่ฟ้าหลวง” เนื่องจากต้องการให้ชื่อแม่ฟ้าหลวง เป็นที่รู้จักด้านการพัฒนาและคืนสู่สังคมมากกว่านำมาใช้เป็นชื่อสินค้าหรือการขายของ

2.1.5 ประวัติความเป็นมาของแบรนด์โดยดูง

พ.ศ. 2515 (ค.ศ. 1972) สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีโปรดเกล้าให้จัดตั้งมูลนิธิส่งเสริมผลิต

ชาวเขาไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดให้งานหัตถกรรมของ

ชาวเขาเผ่าต่างๆ ให้มีรายได้เสริมจากการทำการเกษตร และดูแลไม่ให้ถูกเอา

เปรียบ การดำเนินงานประสบความสำเร็จ ผลิตภัณฑ์ของชาวเขาได้รับความนิยม

ทั้งในและต่างประเทศ

พ.ศ. 2522 (ค.ศ. 1979) เริ่มโครงการสร้างเยาวชนรุ่นใหม่ ณ โครงการผู้นำเยาวชนชาวเขา (Hill Tribe

Youth Leadership) ร่วมกับสำนักงานเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ

สหรัฐอเมริกา หรือ USAID (United State Agency for International

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Development) โดยนำเยาวชนชาวเขาจากหมู่บ้านห่างไกลเจริญมาอยู่แบบครอบครัว นอกจากให้ทุนเล่าเรียนแล้วยังอบรมตามแนวพระราชดำริสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ในเรื่องการอยู่ร่วมกับผู้อื่น การพึ่งพาตนเอง การรับผิดชอบในงาน การตรงต่อเวลา และความซื่อสัตย์

พ.ศ. 2528 (ค.ศ. 1985) มูลนิธิส่งเสริมผลผลิตชาวเขาไทย ได้ขยายขอบเขตการทำงานครอบคลุมพื้นที่ราบและเปลี่ยนชื่อเป็น มูลนิธิ แม่ฟ้าหลวง ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

พ.ศ.2545 (ค.ศ. 1992) สำนักงานควบคุมยาเสพติดและอาชญากรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Office on Drugs and Crime :UNODC) ได้อนุมัติให้สินค้าจากโครงการพัฒนาโดยดอยตุงฯ ใช้ตราสัญลักษณ์รับรองว่า มีส่วนช่วยเหลืออย่างโดดเด่นเพื่อให้สังคมพ้นจากปัญหาเสพติด จึงเป็นต้นแบบของความสำเร็จในการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สำเร็จที่สุดของโลก

และต่อมาในปัจจุบันปรับเป็นแบรนด์ “ดอยตุง” แต่ยังคงทำด้วย โดยมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง เพื่อเป็นชื่อที่ใช้การประกอบธุรกิจเพื่อสังคม และในช่วงที่เริ่มปรับเป็นแบรนด์ “ดอยตุง” 3 ปีที่ผ่านมา เริ่มทดลองใช้แบรนด์ดอยตุงอย่างเต็มตัวกับกาแฟดอยตุงก่อน

ในด้านการพัฒนาและการให้คืนสู่สังคมดังพระราชกรณียกิจที่ได้ทรงมาตลอดพระชนม์ชีพ และจะนำพระนามแม่ฟ้าหลวง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีมาตลอดหลายปี นับตั้งแต่เริ่มมาเป็นชื่อสำหรับโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ ด้วยแนวทางดังกล่าวจะส่งผลให้ไม่มีชื่อ แม่ฟ้าหลวง เป็นชื่อสินค้าร้านค้าอีกต่อไป

2.1.6 แบรินด์ดอยตุง

ผลิตภัณฑ์ดอยตุง

ผลิตภัณฑ์ดอยตุง คือผลของการทำงานของราษฎรชาวเขาและชาวพื้นราบในโครงการ เป็นหลักฐานหนึ่งที่สะท้อนถึงความสำเร็จของโครงการพัฒนาโดยดอยตุง ในการสร้างารรค์ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อสร้างโอกาส ให้ราษฎรมีอาชีพและรายได้สม่ำเสมอและพอเพียง สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวด้วยไม่ต้องประกอบอาชีพค้ายาเสพติดหรือค้ามนุษย์

จากผลความสำเร็จในการสร้างงานเพื่อแก้ปัญหาความยากจน สามารถยุติกระบวนการผลิตยาเสพติดในพื้นที่ โครงการพัฒนาโดยดอยตุง จึงเป็นที่รู้จักของนานาประเทศในฐานะที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในการพัฒนาทางเลือกแบบยั่งยืน แก้ปัญหาอย่างสันติวิธี UNODC-United Nation Office on Drugs and Crime จึงให้ป้าย UNODC ติดบนผลิตภัณฑ์ของโครงการพัฒนาโดยดอยตุง

การดำเนินธุรกิจ 5 สายธุรกิจให้มีความแข็งแกร่งมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้แบรนด์ ดอยตุง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้กว้างขึ้น รวมทั้งการจัดกลุ่มธุรกิจและสร้างแบรนด์ใหม่คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สายธุรกิจการเกษตร

2. สายธุรกิจอาหาร ภัตตาคาร "กาแฟ ดอยตุง" เป็นแบรนด์ "กาแฟ ดอยตุง" ซึ่งจะมีการเพิ่มเมนูอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น จากเดิมที่จำหน่ายเฉพาะกาแฟ ทั้งนี้ในปี 2551 มีแผนขยายสาขาร้าน "กาแฟ ดอยตุง" เพิ่ม 5 แห่ง ใช้ลงทุน 5-6 ล้านบาทต่อสาขา จากปัจจุบันมีทั้งสิ้น 16 สาขา

โครงการพัฒนาดอยตุง ได้ปลูกพืชเศรษฐกิจทดแทนการปลูกฝิ่น โดยปลูกกาแฟอาราบิก้าในพื้นที่สูง 1,000 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล กาแฟดอยตุงจึงมีกลิ่นหอมคุณภาพสูง จากนั้นนำมาเพิ่มคุณค่าด้วยการเก็บเมล็ดกาแฟด้วยมือ คัดเกรด คั่วบดอย่างพิถีพิถัน และจำหน่ายในชื่อ กาแฟดอยตุง แมคคาเดเมีย พืชเศรษฐกิจ ปลูกทดแทนฝิ่นเช่นกัน แมคคาเดเมียปลูกสดจากไร่ คัดเมล็ด อบปรุงรส หลากหลาย บรรจุแบบสุญญากาศแล้วห่อหุ้มอีกชั้นหนึ่งประณีตสวยงามเพิ่มมูลค่า

3. สายธุรกิจแฟชั่นและเครื่องประดับ เป็นแบรนด์ "ดอยตุง ไลฟสไตล์" สำหรับสินค้าแฟชั่น

ในโรงงานทอผ้า แม่บ้านอายุระหว่าง 30-65 ปี ทำงานกรอผ้า ทอผ้า ฝืนผ้าทอยังเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรเป็นของใช้ในชีวิตประจำวันโดยมีการออกแบบอย่างทันสมัย เป็นเสื้อผ้าและเครื่องประดับ คนหนุ่มสาววัย 15-25 ปี ที่สามารถเรียนรู้การใช้เครื่องมือสมัยใหม่ได้รวดเร็ว และยังมีเรียวแรงดีในการบังคับเครื่องมือไฟฟ้าที่ช่วยกำหนดลดสายแปลกตาขณะทอพรมแต่ละผืน เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ พรมทอมือ

4. สายธุรกิจของใช้ตกแต่งบ้านเน้นการผลิตสินค้าหัตถกรรม จะใช้แบรนด์ "ดอยตุง บาย แม่ฟ้าหลวง" งานปั้นและเครื่องเคลือบดินเผา รองรับแรงงานชายหญิงทุกเพศ ทุกวัย ดินดอยตุงอันมีลักษณะพิเศษทำให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองกระดาดชาสา จากเปลือกต้นปอสาซึ่งเกิดในป่าเป็นไม้พื้นเมือง ที่ชาวบ้านตัดกิ่งลอกเปลือก มาทำกระดาดชาสา ใช้ห่อของขวัญและทำกรอบรูป สมุดโน้ตหรือของใช้สารพัด

5. สายธุรกิจการท่องเที่ยว มี "ดอยตุง ลอดจ์" เป็นแบรนด์สำหรับที่พักบนดอยตุง เช่น ดอยตุง ลอร์ด และหอฝิ่นอุทยานสามเหลี่ยมทองคำใช้ชื่อว่า "Doi Tung".

ผลิตภัณฑ์ของดอยตุงทั้งหมดทำจากวัตถุดิบธรรมชาติ ได้แก่ ป่าน ไยถัญชา ฝ้าย กก หญ้าแฝก เปลือกของปอสา รวมทั้งการออกแบบโดยมีธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคเหนือเป็นแรงบันดาลใจ การผสมผสานอย่างมีชีวิตชีวาในแบบเอิร์ธโทน และที่สำคัญการทำด้วยมือทุกขั้นตอน เป็นงานมาตรฐานระดับสากลมีคุณภาพ ทำรายได้ให้แก่ราษฎรอย่างสม่ำเสมอ

วัตถุประสงค์ทางเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity Objective)

วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยา (Psychology Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยา คือ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้าและยอมรับในตัวสินค้า และในการเอกลักษณ์ขององค์กรปัจจุบันวัตถุประสงค์ทางจิตวิทยาที่สำคัญคือความต้องการที่จะสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจในร้านที่เข้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรม (Action Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรมคือ การที่ต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตอบสนองการจูงใจของเอกลักษณ์ขององค์กรเช่น กระตุ้นให้เกิดการเข้าร้านตลอดจนการกระตุ้นให้ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดในตัวร้าน เป็นต้น

วัตถุประสงค์ทางด้านภาพพจน์ (Corporate Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านภาพพจน์ของร้าน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบต่อร้านอาหาร เช่น ให้ผู้บริโภคเห็นว่าร้านมีความห่วงใยต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า เป็นต้น ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีภาพพจน์ที่ดีต่อร้านอาหารแล้ว สิ่งเหล่านี้ก็จะมีผลต่อยอดขายของร้านนั้น เป็นต้น

ความสำคัญของการออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กร

การออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กร มีส่วนสร้างสรรค์สัญลักษณ์และข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคมโดยเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเสริมการรับรู้ทางการมองเห็น เป็นคู่ทางหรือสื่อกลาง ช่วยการรับรู้แห่งข้อตกลงต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ มีความชัดเจน มีผลกระทบทางด้านจิตวิทยาในอันที่จะระลึกถึง และเป็นเครื่องหมายแห่งความทรงจำข้อเตือนใจ ข้อควรระวังในระบบระเบียบของกฎเกณฑ์และความเชื่อที่ปฏิบัติต่อกันไปเพื่อความคงอยู่ของสังคมที่สงบเรียบร้อยเช่นที่ปรากฏอยู่เป็นเครื่องหมายสัญลักษณ์และข้อตกลงต่างๆ เช่น สัญลักษณ์แทนศาสนา ลัทธิ เครื่องหมายจราจร เป็นต้น ซึ่งเครื่องหมาย สัญลักษณ์ต่างๆ ทางเอกลักษณ์ขององค์กรนี้จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบให้มีขนาดรูปทรงที่ชัดเจน เรียบร้อย สวยงาม และเหมาะสมกับอำนาจทางการมองเห็น (Visual Percertion) ของมนุษย์

2.3.9.2 การออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กรเป็นสื่อแสดงแห่งพลังการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการทั้งหลายที่คิดค้นขึ้นล้วนแต่เกิดจากการถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์ก็ออกมาผ่านการเขียนหรือการสร้างภาพ (Image) ทางลักษณะของงานเอกลักษณ์ขององค์กรด้วยกันทั้งนั้น เพราะเป็นคู่ทางที่สามารถรองรับความคิดค้นปล้นและการกระทำของมนุษย์ได้รวดเร็วที่สุด แม้กระทั่งมีการขัดเกลาแก้ไขตัดแปลงและนำเสนอ (Presentation) รูปร่างของความคิดหรือการประกอบเพื่อสร้างต้นแบบและคำอธิบายที่เป็นสื่อแสดงให้ผู้ดูได้รู้ได้เห็นเกิดความสนใจเข้าใจและคล้อยตามในความคิดสร้างสรรค์ที่ได้เพียรพยายามขึ้นมา ดังเช่น การเขียนแบบทางวิศวกรรม สถาปัตยกรรม เครื่องจักรกลต่างๆ ตลอดจนงานสร้างสรรค์ศิลปกรรมแขนงอื่นๆ

2.3.9.3 การออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กรเป็นการเสริมสร้างแต่งข่าวสารให้ดึงดูดสายตาและน่าสนใจขึ้นโดยการปรับปรุงเพิ่มเติมเสริมแต่งด้วยทักษะทางศิลปะและให้หลักจิตวิทยาการรับรู้เข้าช่วย เช่น การจัดวางรูปแบบของข้อความ รูปภาพ เปลี่ยนขนาด การเสนอข้อความที่กระชับรัดได้ใจความ เป็นต้น

2.3.9.4 การออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กร ช่วยส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจการค้าและวงการอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 กรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

2.4.1 กรณีศึกษาโครงการต้นแบบ

2.4.1.2 MINI Millennium Auto Ekkamai , Bangkok ,Thailand

สถานที่ตั้ง : ถ.สุขุมวิท 63 (ช.เอกมัย) กรุงเทพฯ ประเทศไทย

พื้นที่ : ประมาณ 6,000 ตร.ม.

วิสัยทัศน์ : 1. Life Style Center พบปะกันสำหรับคนรักมินิในประเทศไทย

2. ตอกย้ำความเข้มแข็งของชมรมคนรักมินิเพื่อเป็นรากฐานสำคัญในการขยายตลาด

องค์ประกอบโครงการ : ชั้น 1 – โชว์รูมรถ, ส่วนต้อนรับลูกค้า ศูนย์บริการและมุมกาแฟ

ชั้น 2 – โชว์รูม MINI Next

ชั้น 3 – 4 ศูนย์บริการและคลังอะไหล่มาตรฐานที่ทันสมัยที่สุด

-ห้องวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Diagnosis Room)

-3rd Generation Service Technology

-ระบบ Exhaust Emission

-เครื่องตั้งศูนย์ถ่วงล้อระบบดิจิทัล

-เครื่องถอดประกอบสำหรับยาง Run Flat

-เครื่องเติมลมยางไนโตรเจน

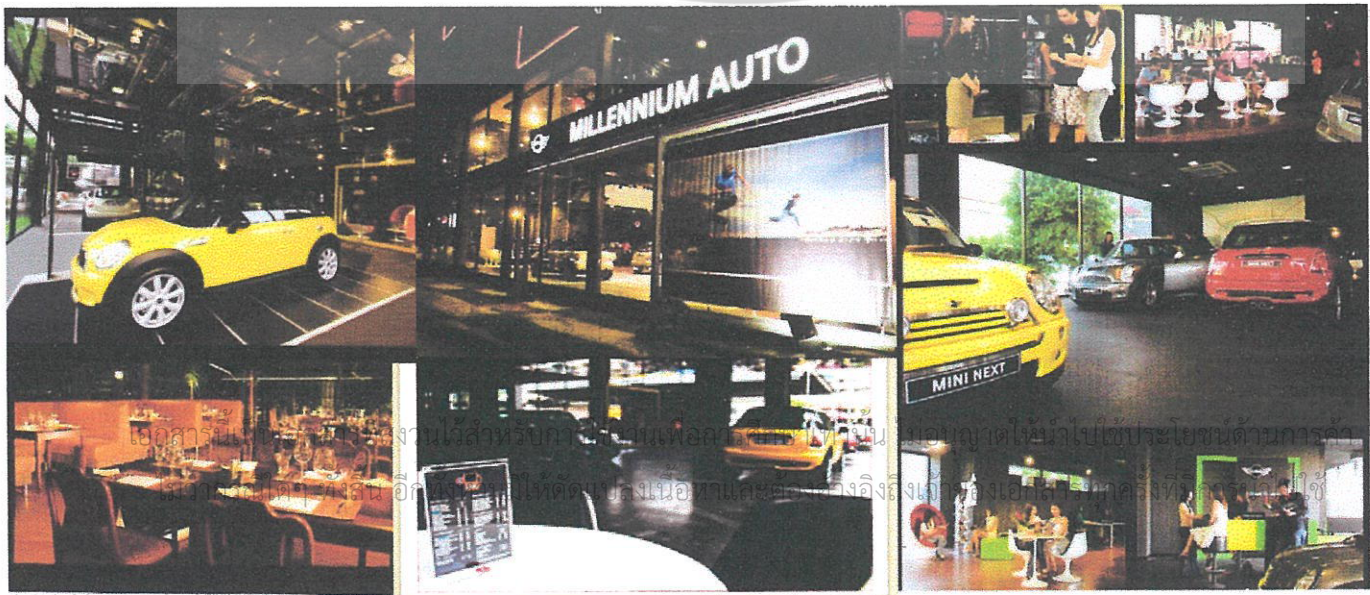
-คลังอะไหล่

-ศูนย์ซ่อมสีและตัวถังมาตรฐาน

-Mini Accident Management Program

ชั้น 5 – MINI Square Car Park

ชั้น 6 – ร้านอาหาร อิตาลีเลียนสไตล์ มินิ



สิ่งที่นำมาใช้ : - Facility ภายในโครงการที่เชื่อมต่อและเหมาะสมกับแบรนด์
- พื้นที่การใช้สอยและโชว์รูม

2.4.1.3 true URBANPARK ,Bangkok ,Thailand

สถานที่ตั้ง : สยามพารากอน ถ.พระราม1 กรุงเทพฯ ,ประเทศไทย

สถาปนิก : ดวงฤทธิ อนุภาค

คอนเซปท์ : Meeting Place

กลุ่มลูกค้า : Trend Genius Setter (นิยมและบริโภคแบรนด์)

วิสัยทัศน์ : 1.Core Business ของเราก็คือ การปรับเข้าหากันระหว่างแบรนด์กับผลิตภัณฑ์และบริการ

ฉะนั้นการสร้างร้านให้เป็นสถานที่สื่อสาร ก็คือให้เขาเกิดประสบการณ์ร่วมที่ดีกับเรา พอลูกค้าเกิดประสบการณ์ร่วมที่ดีกับเรานี้วันนี้เขาไม่ใช้ของเราก็จริง แต่วันหน้าเขา

ต้อง

ใช้ เพราะเราองรับวิถีชีวิต (Enable Lifestyle) ลูกค้าได้ เพราะฉะนั้นมันก็จะขยายต่อออกไป เริ่มต้นจากการที่ให้ได้สัมผัสกับแบรนด์ ในที่สุดเขาก็มีประสบการณ์ร่วมได้ลอง และสุดท้ายก็เป็นลูกค้า

2.ความพยายามสร้าง Social Hub ซึ่งได้ข้อมูลว่าลูกค้ากว่า 20 % เป็นลูกค้าประจำที่มาร้านเกือบทุกวัน และกลุ่มลูกค้ามี Loyalty ลงลึกไปถึงสาขา

3.จับเอาสินค้าและบริการต่างๆสอดแทรกเข้าไปอยู่ในร้านกาแฟ True ทุกร้านใน

ลักษณะ

Convergence เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ ,แฟกซ์,พีซีที่,บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

อื่นๆ

ภายใต้แนวความคิด Sip & Surf โดยที่ผู้บริโภคไม่รู้ตัว

องค์ประกอบโครงการ : True LOVE ด้านหน้าสุดของร้าน ขายดอกไม้ จัดดอกไม้

True SPEED Hi-Speed Internet ความเร็วสูง และ

เกมออนไลน์ โดยความเร็วในขณะที่เล่นอินเทอร์เน็ตให้ทำความเร็วสูงสุดที่

50mb/s และขณะเล่นเกมออนไลน์ที่ 20mb /s

True READING หนังสือหายากไม่มีขายตามร้านทั่วไปและLimited

Edition

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

True SOUND เพลงหายากมีสไตล์ มีขายในทรูชอป

True STUFF โชนอุปกรณไอที ทันสมัยต่างๆ

True FOOD มีทั้งอาหารและเครื่องดื่มบริการ



รูปที่ บรรยากาศภายใน True URBANPARK

สิ่งที่นำมาใช้ : 1. การตกแต่งร้านให้เข้ากับคอนเซ็ปท์และวิถีชีวิตของกลุ่มลูกค้าที่นิยมความทันสมัย

มีสไตล์

2. วิธีการสอดแทรกแบรนด์ ทั้งในด้านอาหารและสินค้าในชีวิตประจำวัน

2.4.1.4 Style By Toyota, Bangkok, Thailand

สถานที่ตั้ง : สยามสแควร์ ซ.3 กรุงเทพฯ , ประเทศไทย

พื้นที่ใช้สอย : 1,000 ตร.ม.

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มวัยรุ่น เยาวชน รุ่นใหม่

วิสัยทัศน์ : 1. แหล่งนัดพบวัยรุ่นแห่งใหม่ สไตล์ "Edutainment" การเรียนรู้สถานความบันเทิง

2. เพื่อส่งเสริมและสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่

3. นำเสนอสาระทางด้านเทคโนโลยี พร้อมสอดแทรกด้วยข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ในด้านบันเทิง แฟชั่น ดนตรี กีฬา และศิลปะแขนงต่างๆ และยังเป็นสถานที่ที่เปิดโอกาส ให้เยาวชนได้แสดงความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ

องค์ประกอบโครงการ :

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 1 The Style Cafe / Registration / Center Display / IT terminal / Digital content / Product message / Ubiquitous window / Giant Plasma / LED

คำอธิบาย

The Style Cafe'...สัมผัสเบเกอรี่ พร้อมเครื่องดื่ม ที่นำเสนอภายใต้แนวคิด "Mix & Match" ซึ่งลูกค้าสามารถออกแบบได้ตามที่ตนชอบ ลูกค้าสามารถเลือกเมนูได้เอง ผ่านคอมพิวเตอร์ทัชสกรีน พร้อมสัมผัส Toyota ECO Technology เน้นความรู้สึกรักของการรักษาสภาพแวดล้อม บรรยากาศของ ECO cafe' รายล้อมด้วยการตกแต่งด้วยสีเขียว

Registration สามารถลงทะเบียนเข้าชม

Center Display ใช้พื้นที่ในการผสมผสาน และสื่อสารผลิตภัณฑ์ของโตโยต้าผ่านทางกิจกรรมต่างๆ

IT Terminal หาข้อมูลข่าวสารอันมีคุณค่าตามที่ตนสนใจ เพื่อการสืบค้น และการศึกษา

Digital content ปรับปรุงข้อมูลเป็นประจำทุกเดือนนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ด้าน ECO เทคโนโลยี แนวคิดในการออกแบบรถยนต์ และข่าวความเคลื่อนไหว กิจกรรมมอเตอร์สปอร์ต ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของโตโยต้า

Ubiquitous window ระบบการออกคำสั่งจะรวบรวมซอฟต์แวร์ที่มีความหลากหลาย ในขณะนี้ ผู้เข้าชมจะรู้สึกตื่นตากับ giant touch panel screen กับ Interactive ซอฟต์แวร์

Giant Plasmaจอพลาสมาขนาดยักษ์ ความคมชัดสูง สร้างบรรยากาศอันน่าตื่นตา ตื่นใจ แก้วยวุ่น LEDจอแอลอีดีโปร่งแสง (See through) ขนาด 200 ตารางเมตร ใหญ่สุดในเอเชีย สร้างภาพลักษณะอันน่าประทับใจให้กับอาคารล้ำสมัยแห่งนี้ ด้วยภาพจากวิดีโอ และกราฟิกเคลื่อนไหว

Wireless Community ให้บริการเชื่อมต่อระบบข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้วยระบบ Bluetooth ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของวัยรุ่นในปัจจุบัน พร้อม Wi Fi ระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สาย

ชั้นที่ 2 : เชื่อมโยงจินตนาการกับความคิดสร้างสรรค์ - DJ Booth / Design Lounge

คำอธิบาย

DJ Booth แนวคิดของ DJ Booth คือการสร้างบรรยากาศด้วย trendy music และ การแสดงดนตรีสด กับ DJ มืออาชีพรุ่นใหม่ นำเสนอข้อมูลข่าวสารของโตโยต้า ดนตรี Jingle สปอตโฆษณาสำหรับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น (Trendy, groovy, funny) โปรแกรมการแสดงจะจัดขึ้นทุกวัน

Design lounge Vibrant clarity zone วัตถุประสงค์ของ Design Lounge เพื่อนำเสนอแนวคิดในการออกแบบในระดับสากลของโตโยต้า "VIBRANT CLARITY" พื้นที่ในส่วนนี้จัดเตรียมไว้เพื่อสร้างความสนุกสนานกับการพักผ่อน และหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวาย อึกทึก ของสยามสแควร์ ในขณะเดียวกันยังเป็น Book Cafe' ซึ่งมีฟังก์ชันเสมือนห้องสมุดแห่งการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชั้นที่ 3 : เวทีแสดงออกซึ่งความสามารถและพรสวรรค์ในทางสร้างสรรค์ เรียนรู้จากประสบการณ์จริง เพื่อพัฒนาศักยภาพหลากหลายรูปแบบ - Event / Work shop

คำอธิบาย

Event / Work shop จัดเตรียมขึ้นเพื่อรองรับหลากหลายรูปแบบของกิจกรรม ซึ่งหมุนเวียนไปตามช่วงเวลา ด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญ มืออาชีพ และผู้มีชื่อเสียง ส่งเสริม และสนับสนุนให้นักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่สมัครใจเข้าร่วมแสดงความสามารถ การจัดประกวดนี้เป็นโอกาสในการจุดประกายให้วัยรุ่น ได้แสดงความสามารถ และท้าทายในการแสดงพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์ ห้องกิจกรรมนี้จะเพียบพร้อมไปด้วยอุปกรณ์ แสงพร้อมจัดเตรียมพื้นที่ ภาพ-เสียง- และอุปกรณ์บนชั้นที่ 2 เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมพิเศษ และสามารถจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง โดยทำให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ และมุ่งหวังในการกระตุ้นให้นักศึกษา ได้ใช้สถานที่แห่งนี้ในการแสดงความสามารถพิเศษ และพรสวรรค์ของตนอย่างเต็มที่



<p>Photoshop Workshop กลับมาอีกครั้งกับการพัฒนาอีกขั้น ของการตกแต่งภาพ ด้วยโปรแกรมใหม่ล่าสุดอย่าง Photoshop CS3</p>	<p>Illustrator Workshop เวิร์คช็อปของการออกแบบสิ่งพิมพ์ แบบเริ่มต้น สำหรับงาน Graphic ด้วยโปรแกรม Illustrator CS3</p>	<p>InDesign Workshop กับโปรแกรมอย่าง InDesign CS3 ที่จะพาคุณก้าวสู่ขั้นสูงสุด ที่จะทำให้คุณเป็น Graphic Designer มือโปร</p>
<p>Dreamweaver Workshop ร่วมเรียนรู้การออกแบบเว็บไซต์ กับ Adobe Dreamweaver CS3 สุดยอดเยี่ยม โปรแกรม สำหรับมืออาชีพ</p>	<p>Flash Workshop เรียนรู้การออกแบบเว็บไซต์ กับการสร้าง Web Interface ที่ไม่ซ้ำใครด้วยโปรแกรม Adobe Flash CS3</p>	<p>Logic Pro Workshop เรียนทำเพลงโดยใช้ Logic Pro กับอาจารย์ วาสุทศ Producer of the year ของรางวัล Ebola และเจ้าของเพลงฮิตมากมาย</p>

รูปที่ ตัวอย่างกิจกรรม WORKSHOP ภายในศูนย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

 <p>My Design, My Pride Contest โอกาสสำหรับผู้มีใจรักการออกแบบรถ กับการประกวดออกแบบรถในฝัน ด้วย เกม Need For Speed Carbon</p>	 <p>New Vios Mag Ads Contest ร่วมไหว้ผลงานที่ผ่านเข้ารอบ การ ประกวด New Vios Mag Ads พร้อมลุ้น รับ iPod shuffle ได้ตั้งแต่ 7 ก.ย. นี้</p>	 <p>3D Sketch Workshop อยากจะทำแบบ ไม่ใช่เรื่องยาก กับการ เรียนรู้ การสเก็ตซ์ภาพ อย่างมีสไตล์ จาก Designer มืออาชีพ</p>
 <p>Fashion Styling Workshop มาเปิดโลกกับการ Mix and Match เสื้อ ผ้าอย่างมีสไตล์ ให้ไม่ตกเทรนด์ โดย บรรณาธิการแฟชั่นจาก Marie Claire</p>	 <p>Designer Talk Show Talk show จาก Young Designer รุ่นใหม่ ไฟแรง จากแบรนด์ Munchu's กับผลงาน จากเวที fashion ระดับโลก</p>	 <p>Emotal Rock Festival กลับมาอีกครั้ง กับงานดนตรีร็อค นอกกระแสแนว EMO และ METAL เต็ม อิมกับคอนเสิร์ตเต็มรูปแบบ 2 วันเต็ม</p>

รูปที่ ตัวอย่างการประกวดสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์

- สิ่งที่นำมาใช้ :
1. การจัดกิจกรรมเวิร์คชอปต่างๆ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์โครงการ
 2. ปลุกฝังการจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) โดยการใช้กิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ

2.4.2 กรณีศึกษาการจัดการนิทรรศการชั่วคราว-ถาวร

2.4.2.1 TCDC(Thai Creative Design Center) ,Bangkok,Thailand

สถานที่ตั้ง : ชั้น 6 ดิเอ็มโพเรียม ซอยปิ่น คอมเพล็กซ์ 622 ถ.สุขุมวิท กรุงเทพฯ ประเทศไทย

องค์กรรองรับ : สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

(Office of Knowledge Management and Development : OKMD)

วิสัยทัศน์ : TCDC มีวัตถุประสงค์หลัก ในการสร้างโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึงความรู้ เพื่อที่จะเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้สัมผัส และสนุกกับการตกแต่งประสบการณ์จากผลงาน และความสำเร็ของนักคิด นักออกแบบจากทั่วโลก

องค์ประกอบโครงการ :

Gallery 1 จะเป็น Gallery ถาวร "What is Design?" จัดแสดง 2 ปี

Gallery 2 จะเป็น Gallery ชั่วคราว จะเปลี่ยนนิทรรศการทุก 3 เดือน

Gallery 3จะเป็น โซนห้องสมุดและห้อง Material

แนวความคิดในการออกแบบ :

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CONCEPT การออกแบบของ Thailand Creative Design Center จะเป็นการออกแบบโดยใช้ แนวความคิดเรื่อง เกมส์ คือการหาทางในเกมส์ต่างๆ ให้ผู้ที่เล่นหรือเข้าไปได้รับความสนุกสนานเหมือนกำลังเล่นเกมส์ และพยายามหาทางเอาชนะเกมส์นั้นๆ ทางเดินทั้งหมดในศูนย์แห่งนี้จะใช้ ความเป็น เขาวงกต เพื่อให้ผู้เข้าชมรู้สึกแปลกใหม่ตลอดการเดินทางมีสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อบอกทาง อาจใช้เป็นคำย่อหรือตัวอักษร และภาพ



รูปที่ แนวคิดในการออกแบบ

Gallery 1 จะเป็น Gallery ถาวร "What is Design?" จัดแสดง 2 ปี

นิทรรศการถาวร

" What is Design?" จัดแสดง 2 ปี ให้ความรู้พื้นฐานของการออกแบบจากตัวอย่างงานดีไซน์ 10 ประเทศ ที่เป็นที่ยอมรับ ยั่งยืนจนกระทั่งปัจจุบัน เช่น

Exhibition Area



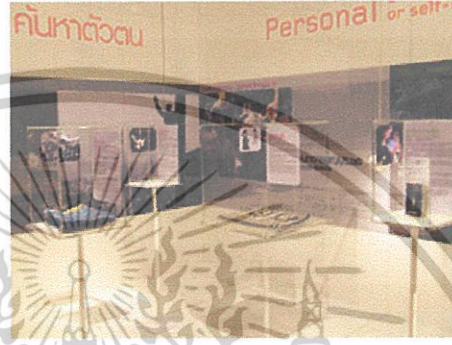
พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการชั่วคราวทั้งหมด

พื้นที่ Exhibition ออกแบบให้ระบบที่สามารถรองรับการจัดนิทรรศการได้หลากหลายรูปแบบ

เอกสารนี้เผยแพร่ภายใต้เงื่อนไขการเป็นของลิขสิทธิ์ของศูนย์ฯ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะในรูปแบบใด ๆ ทั้งสิ้น ยกเว้น วัตถุประสงค์เพื่อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ บริเวณโถงทางเข้า

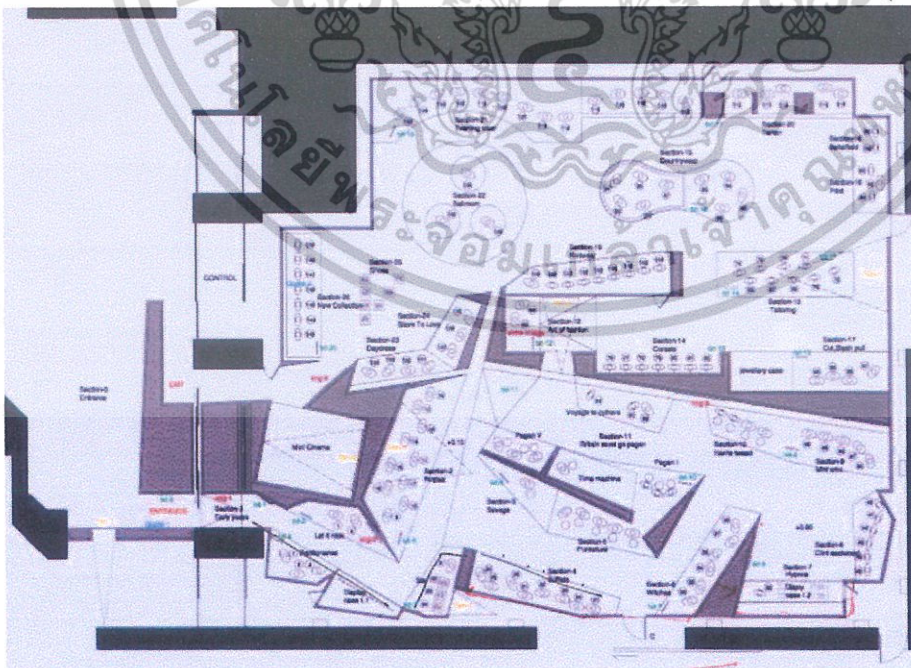


รูปที่ บรรยากาศห้องนิทรรศการถาวร

Gallery 2 จะเป็น Gallery ชั่วคราว จะเปลี่ยนนิทรรศการทุก 3 เดือน

นิทรรศการ VIVEIENNE WESTWOOD

นิทรรศการนี้เป็น นิทรรศการของ แฟชั่นดีไซเนอร์ชื่อดัง ซึ่งมีความคิดแตกต่างจากคนทั่วไป เธอจึงใช้ความคิดนอกกรอบ ของเธอมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบชุดต่าง ภายหลังก่อได้ก้าวเข้าสู่ นักออกแบบแฟชั่นที่เป็นที่จับตามอง และให้ความสนใจเป็นอย่างมาก จนดังระดับโลกได้ถึงทุกวันนี้



รูปที่ PLAN การจัดวางตำแหน่งต่างๆ และเส้นทางการเดินในนิทรรศการ

ภาพบรรยากาศภายในนิทรรศการ และเรื่องราวต่างๆที่นิทรรศการนี้นำเสนอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์กับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่4.30 ก่อนทางเข้า



ภาพที่4.31 ทางเข้า



ภาพที่4.32 โซนที่ 1



ภาพที่ 4.33 โซนที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่4.34 โซนที่ 2



ภาพที่4.35 โซนที่ 2

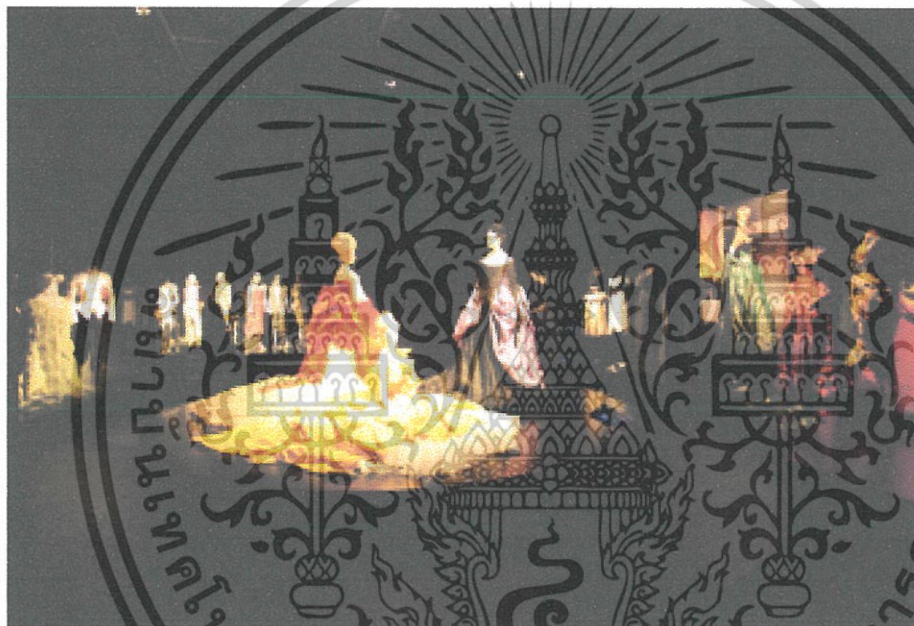


ภาพที่4.36 โซนที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.37 โซนที่ 4

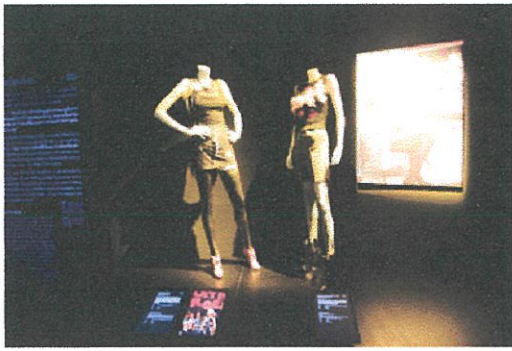


ภาพที่ 4.38 โซนที่ 4 จุดเด่นของนิทรรศการ

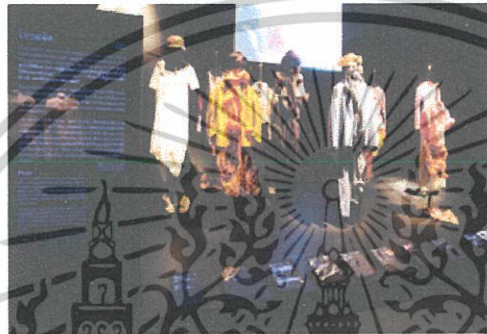


ภาพที่ โซนที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ โซนที่ 6



ภาพที่โซนที่ 6 โซนสุดท้าย

สิ่งที่นำมาใช้

1. ศึกษาระยะเวลาการเปลี่ยน หมุนเวียนนิทรรศการชั่วคราว
2. งานระบบและการติดตั้งนิทรรศการแต่ละครั้ง
3. รูปแบบการจัดวาง เส้นทางสัญจร ลำดับความสำคัญในการจัดนิทรรศการให้เป็นที่น่าสนใจ

ข้อดี

- พื้นที่ Exhibition ออกแบบให้มีพื้นที่ที่สามารถรองรับการจัดนิทรรศการได้หลากหลายรูปแบบและปรับเปลี่ยนตามนิทรรศการนั้นๆ
- พื้นที่ผู้เข้าชมใช้แนวคิดในการออกแบบแบบใหม่ และทำได้ตามแนวคิดที่วางไว้และประสบความสำเร็จค่อนข้างสูง

2.4.2.2 Playground, Bangkok, Thailand

สถานที่ตั้ง : ซ.ทองหล่อ 18 ถ.สุขุมวิท กรุงเทพฯ ประเทศไทย

องค์ประกอบโครงการ :

- Designing
- Culinary

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามสืบทอดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Entertainment

firstfloor! secondfloor! thirdfloor!

enjoy your watching...
enjoy your reading...
enjoy your hearing...
enjoy your drinking...
enjoy your eating...

enjoy your selection...
enjoy your wear...
enjoy your reading...
enjoy your playing...
enjoy your going...
enjoy your fun...

enjoy your living...
enjoy your cooking...
enjoy your eating...
enjoy your seeing...
enjoy your work...



รูปที่

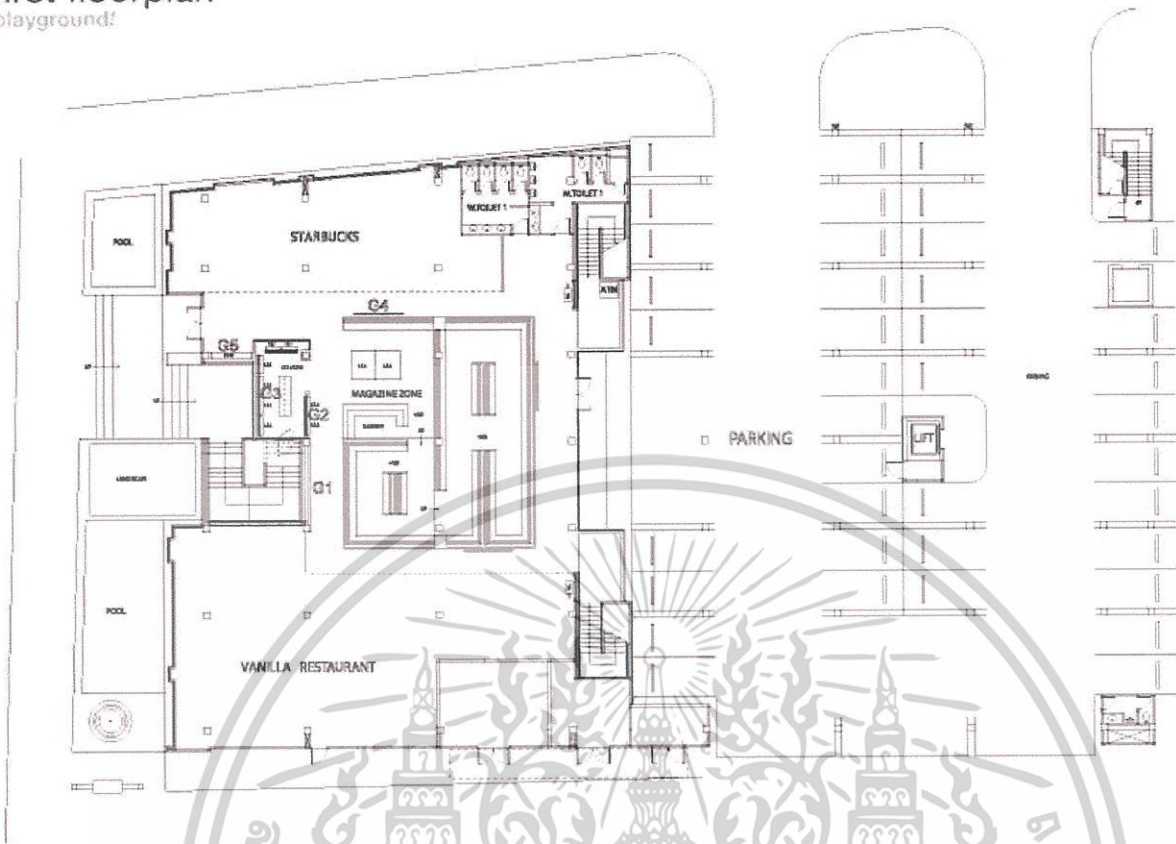
ข้อมูลทั่วไป : ร้านเพลย์ กราวนด์ หรือ เพลย์กราวนด์ ดี อินส์ไปเรชั่น สโตร์ ให้คำนิยามตัวเองว่าเป็นบูติก สโตร์ แนวอาร์ต มุ่งนำเสนอสินค้าแฟชั่น ศิลปะ งานดีไซน์ที่ไม่เหมือนใคร และสามารถสะท้อนถึงไลฟ์สไตล์ของผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี

ลักษณะอาคาร : อาคาร 3 ชั้น

วัตถุประสงค์ : สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้มาเยือน โดยมีconcept หลักเกี่ยวกับการเป็นจุดเริ่มต้นของแรงบันดาลใจ ซึ่งมีการสอดแทรกเรื่องของ inspiration นี้ลงในส่วนต่างๆของโครงการไม่ว่าจะสินค้า กิจกรรม หรือร้านค้าต่างๆ

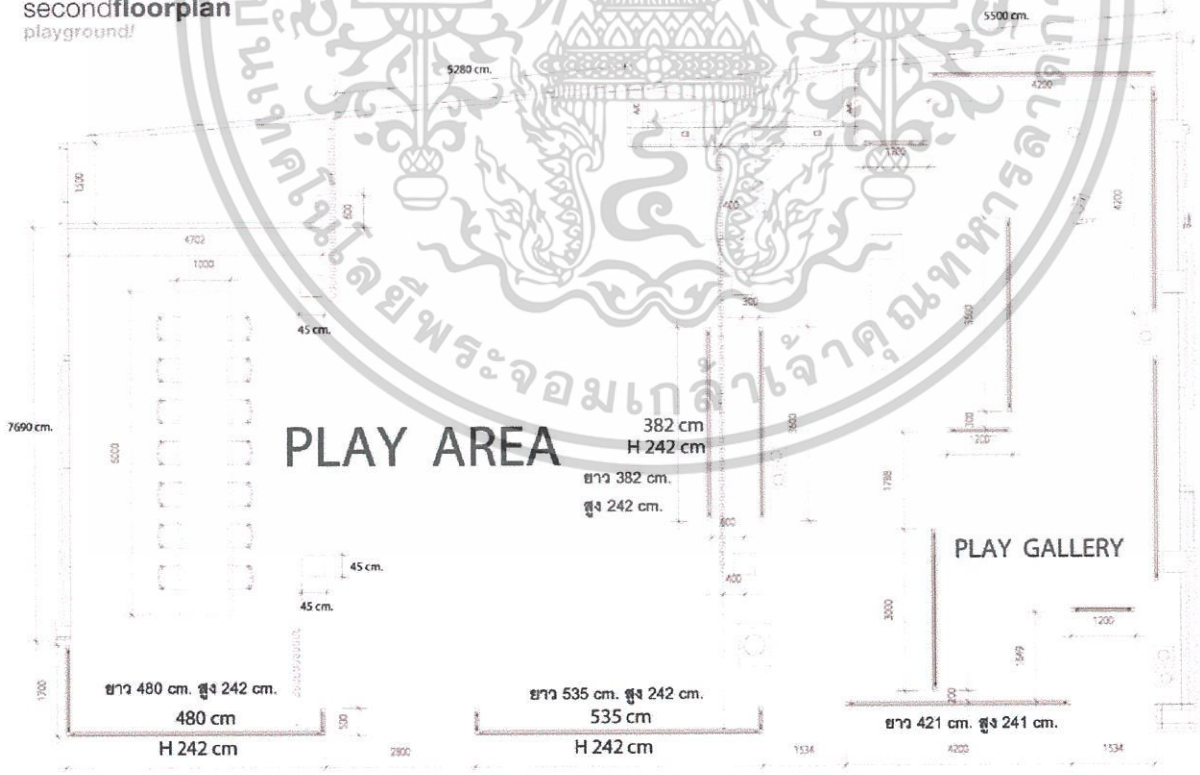
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

first floorplan
playground!



รูปที่ แปลนชั้น 1

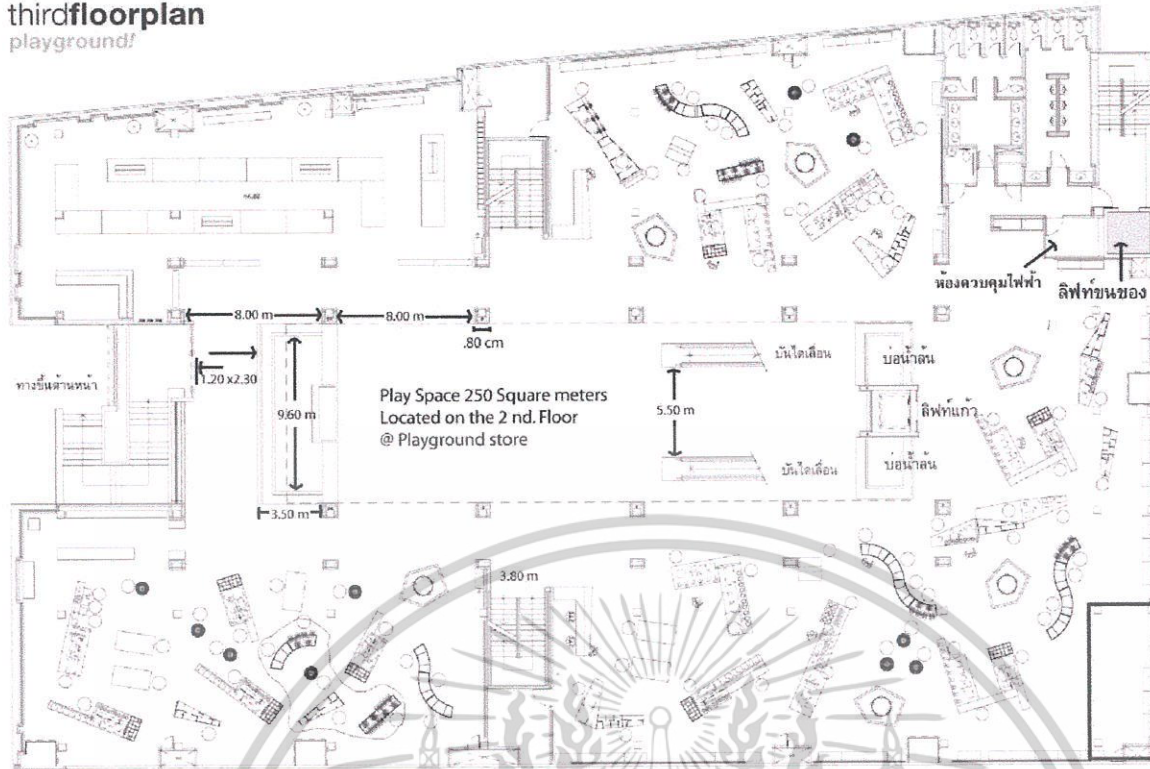
second floorplan
playground!



รูปที่ แปลนชั้น 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

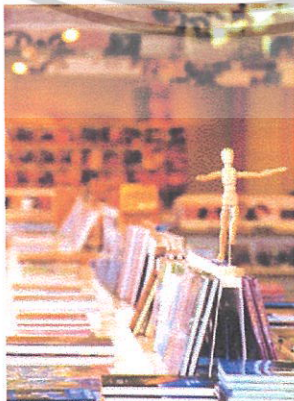
thirdfloorplan
playground!



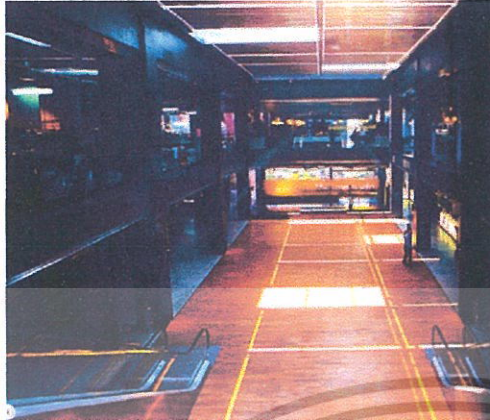
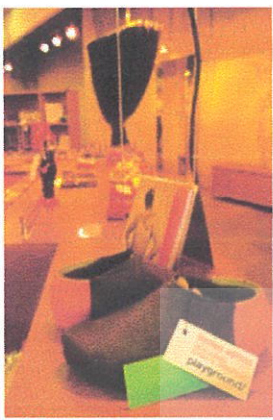
รูปที่ แปลนชั้น 3

ลักษณะเด่นของโครงการและสิ่งที่น่าสนใจ

- เน้นเรื่องของแรงบันดาลใจ นอกจากนั้นสินค้าที่ขายอยู่ข้างในยังเน้นความแปลกที่ไม่เหมือนใครด้วย
- การจัดวางสินค้าในส่วน Living ยึดรูปแบบการจัดวางสินค้าแบบ Cross Merchandising ให้เดินชมเหมือนการเลือกซื้อตามข้างทางทำให้ไม่น่าเบื่อ
- มีการ Mix & match สินค้าทำให้คนสนุกกับการเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้นและอยู่กับเพลย์กราวนด์ได้นานขึ้นเช่นรองเท้าบูมาที่ออกแบบโดย ฟิลลิปส์ สตาร์ค ซึ่งถูกจัดวางร่วมกับหนังสือ งานดีไซน์ของเขา
- มีมุมหนังสือแนวอาร์ตและกราฟิก เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและไอเดีย

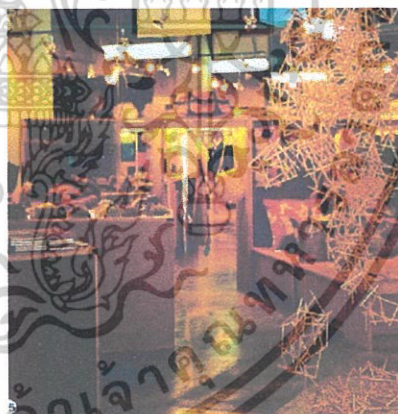
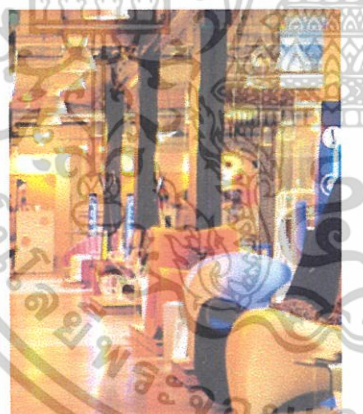
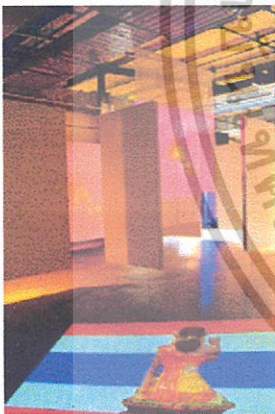


รูปที่ รายละเอียดส่วนร้านหนังสือ และของเล่นถูกจัดวางคู่กันภายในโครงการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ แสดงบริเวณชั้น 2 ทั้งส่วนพื้นที่ขายสินค้าประเภทสินค้าไอเดีย และส่วน จัดนิทรรศการชั่วคราว

- ในเมืองไทยจัดวางแบบ exclusive มีขายเฉพาะเพลย์กราวนด์ ที่เพลย์แกลลอรี่
- พื้นที่ส่วนโถงทางเข้าสำหรับจัด Event ได้มีการสอดแทรกงาน installation art แทรกเป็นตัวแบ่งโซนนิ่งในแต่ละพื้นที่
- งาน Art ที่แทรกอยู่ในแต่ละพื้นที่ของโครงการ อาคารมีลักษณะเป็นอาคารกระจกประกบกับปูนสีดำ



รูปที่ บริเวณชั้น 3 เป็นส่วนจัดนิทรรศการ และพื้นที่ขายของตกแต่งบ้าน

- มีการออกแบบโดยคำนึงถึงเรื่องระบบการสัญจร ในการจัดวางโซนนิ่งให้เกิดความต่อเนื่องกันทั่วทั้งโครงการ
- อาคารมีลักษณะเป็นอาคารกระจก ซึ่งมีการคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ภายในและภายนอก อาคาร ในการสร้างมุมมองพักผ่อนต่างๆ
- การออกแบบระนาบพื้นและเพดาน ให้เกิดจุดเด่นในแต่ละพื้นที่
- มีการสอดแทรกคอนเซ็ป ในการวางแปลน และออกแบบในแต่ละพื้นที่โดยเน้นในเรื่องของการเป็นจุดเริ่มต้นของแรงบันดาลใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.1 Starbucks Coffee, Bangkok, Thailand

ที่ตั้ง : Sunset Street ถนนข้าวสาร กรุงเทพฯ

องค์ประกอบ

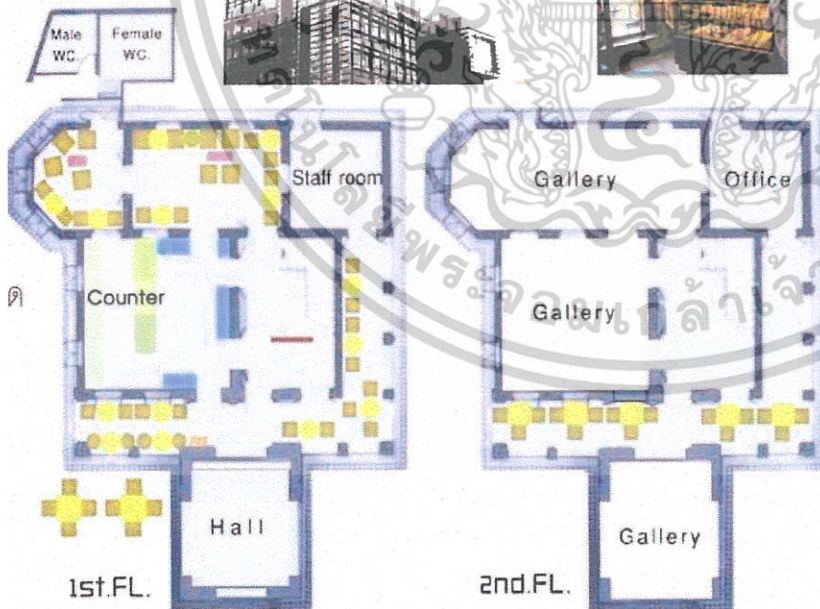
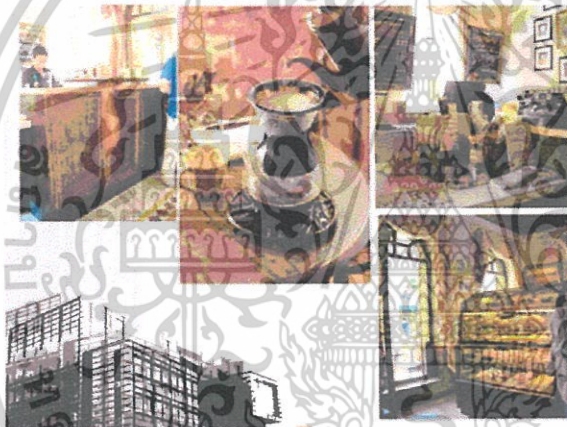
- Coffee Shop
- Krichitti Gallery

ลักษณะการตกแต่ง

บรรยากาศสบายๆ เหมาะกับการนั่งคุยพบปะเพื่อนฝูง มีความทันสมัย และจะมีเอกลักษณ์ตามแบบต้นสังกัดที่วางไว้อย่างเด่นชัด ลักษณะการใช้สี รูปแบบ และอื่นๆ ที่เป็นที่ยู่อักในนาม สตาร์บัค

สิ่งที่นำมาใช้

- การจัดพื้นที่
- การตกแต่งร้านที่มีเอกลักษณ์
- จำนวนพนักงาน



รูปที่ แปลนร้านชั้น1และ2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.2 True Life ,Bangkok,Thailand



การจัดส่วนห้องสมุด

- 1.สถานที่ตั้ง มักจะต้องอยู่ในวงการค้าธุรกิจและองค์การอุตสาหกรรมพวกรถนาคารบริษัทบางแห่งก็เป็นสมาคมหรือองค์การวิชาชีพ โดยมีนโยบายบริการสังคมด้วย บางแห่งจะเป็นหน่วยงานของรัฐบาล ของท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุดคณะ หรือเป็นแผนกหนึ่งของห้องสมุดประชาชน
- 2.ขอบเขตวิชา และจำกัดของเขตวิชา ให้บริการวิชา และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องเท่านั้น
- 3.ผู้ใช้ มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการเฉพาะกลุ่มบุคคลที่ต้องการใช้ห้องสมุดเพื่อค้นคว้าสาขาวิชานั้น
- 4.ขนาดของห้องสมุด มีขนาดต่าง ๆ กัน ห้องสมุดขนาดเล็กและใหญ่สุดจะมีเอกสารสิ่งพิมพ์ 400 เล่ม - 2800 เล่ม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เพื่อให้บริการ ห้องสมุดเฉพาะมีในเรื่องบริการ จึงมีการให้บริการถึงตัวผู้ใช้ค่านึงถึงเรื่องช่วยผู้ใช้งานที่สุด ตรงตามวัตถุประสงค์และประหยัดเวลาที่สุด ให้บริการด้วยข้อมูลและเอกสารที่ทันต่อเหตุการณ์
3. เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของหน่วยราชการ หรือสถาบันองค์การต่าง ๆ ได้ศึกษาหาความรู้ด้านวิชาที่เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ เพิ่มเติมเสมอ ซึ่งจะทำให้การทำงานของเขามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การจัดวางตำแหน่งของห้องสมุด จะต้องคำนึงถึงความสะดวกแก่ประชาชนที่เข้ามาใช้รวมทั้งพิจารณาถึงความสะดวกในการเข้าออก และทางที่ใช้ติดต่อภายใน เพื่อความสะดวกแก่ผู้ใช้ห้องสมุด

ข้อควรคำนึงในการออกแบบห้องสมุด

1. การให้แสงสว่างอย่างสม่ำเสมอ
2. มีการควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาสภาพหนังสือโดยใช้ระบบปรับอากาศในอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลาซึ่งนอกจากจะรักษาสภาพหนังสือแล้ว ยังเป็นส่วนให้ความสบายแก่ผู้ใช้บริการของห้องสมุดอีกด้วย
3. ตำแหน่งที่ตั้งควรให้มีเสียงรบกวนจากภายนอกน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย
4. สามารถขยายได้เมื่อมีหนังสือเพิ่ม
5. มีการควบคุมดูแลการเข้าออกห้องสมุด โดยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ

การจัดวางตำแหน่งส่วนต่าง ๆ ภายในห้องสมุด

1. ส่วนชั้นหนังสือ โดยมากมักเรียงไปตามฝาห้อง ทั้งนี้เพื่อไม่ให้กินเนื้อที่สำหรับอ่าน นอกจากนี้ยังทำให้บรรณารักษ์ หรือเจ้าหน้าที่ได้มีโอกาสควบคุมดูแลห้องสมุดโดยทั่วถึง แต่ปัจจุบันเนื่องจากแวดล้อมของการศึกษาแผนใหม่ มุ่งส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าโดยตนเองมากขึ้น การจัดวางชั้นอาจจัดวางตรงกลางห้องหรือข้าง ๆ มีที่ว่างสำหรับอ่านหนังสือให้เป็นสัดส่วนมากขึ้น การวางหนังสือกลางห้อง ควรวางระยะห่างกันระหว่าง 1.50 ม. ผู้ใช้จะได้หยิบหนังสือได้โดยสะดวก
2. ส่วนชั้นวารสาร วารสารเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจและเชิญชวนให้คนเข้าไปใช้ห้องสมุดได้มาก เพราะมีปกสวยงามดูมีชีวิตชีวาว่าหนังสือทั่วไป ดังนั้นชั้นวางจึงควรอยู่ใกล้ทางเข้าหรือเป็นที่ที่คนเข้าถึงได้ง่าย และไม่ไกลจากการควบคุมมากนัก
3. โต๊ะรับ-จ่ายหนังสือ เป็นโต๊ะที่จะมีผู้มาติดต่อยืม และคืนหนังสือเสมอ มักจะวางอยู่ใกล้ทางเข้าออก เพราะเป็นการสะดวกแก่ผู้ใช้ในการยืมและส่งหนังสือ ทั้งยังเป็นการช่วยให้เจ้าหน้าที่ควบคุมดูแลการยืมได้ดียิ่งขึ้น เพราะเมื่อผู้ใช้ได้ยืมหนังสือไปแล้วเจ้าหน้าที่จะได้ตรวจดูเป็นครั้งสุดท้าย ก่อนออกจากห้องสมุด
4. โต๊ะบัตรรายการ ควรอยู่ในที่เห็นได้ง่ายจากทางเข้า อยู่ตรงกลางระหว่างหนังสือทั่วไปกับหนังสืออ้างอิงหรือให้ใกล้กับเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถาม และโต๊ะรับจ่าย ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาหนังสือของห้องสมุดโดยสะดวก
5. ส่วนชั้นหนังสืออ้างอิง ควรอยู่ใกล้บรรณารักษ์ เพื่อจะได้คำอธิบายหรือคำแนะนำแก่ผู้ใช้ ควรจัดให้มีที่นั่งอ่านด้วยในกรณีที่มีเนื้อที่มากพอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. โต๊ะเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถาม ควรอยู่ในที่ที่มองเห็นได้ง่าย ใกล้กับหนังสือทั่วไปสะดวกในการติดต่อสอบถาม
7. ส่วนแสดงหนังสือใหม่ หรือเรื่องราวที่น่าสนใจ ควรอยู่ตรงทางเข้าออกให้ผู้ใช้ได้เห็นทันทีเมื่อเข้ามาใช้ห้องสมุด
8. โต๊ะอ่านหนังสือ ควรจัดให้ไม่แน่นจนเกินไป เพื่อความสะดวกในการเดินไม่เกะกะควรจัดให้มีที่นั่งสอดแทรกตามบริเวณชั้นหนังสือบ้าง เพื่อให้ผู้ช่วยไม่ต้องเดินไปและสามารถหยิบหนังสืออ่านได้อย่างรวดเร็วเป็นการผ่อนคลายอีกด้วย ระยะห่างระหว่างโต๊ะควรห่างกันประมาณ 1.50 - 1.80 ม. ระหว่างเก้าอี้ตัวหนึ่งถึงอีกตัวหนึ่ง จัดจากกึ่งกลางเก้าอี้ประมาณ 0.75 - 0.90 ม.
9. เครื่องอัดสำเนา ควรอยู่ในที่บริเวณหนังสืออ้างอิง เพื่อความสะดวกในการให้บริการ

ตำแหน่งการวางเฟอร์นิเจอร์ในห้องสมุดนั้น การจะจัดให้ได้ดีถูกต้องตามหลักในเกณฑ์ที่วางไว้นั้นก็ต้องดูตามสภาพของพื้นที่อาคารและสิ่งแวดล้อมด้วย ทั้งยังจะต้องคำนึงถึงประโยชน์การใช้สอยเป็นสำคัญ ในปัจจุบันการจัดวางเฟอร์นิเจอร์จะเป็นไปแบบสมัยใหม่ที่ไม่วางตายตัว ซึ่งจะทำให้เกิดความเบื่อบ่อย จำเจ จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงการจัดวางในลักษณะต่าง ๆ ได้ การจัดเฟอร์นิเจอร์ควรอยู่ในตำแหน่งที่ควรเป็นทั้งยังต้องคำนึงถึงในอนาคตข้างหน้าด้วยว่า ต่อไปจะมีหนังสือและผู้ใช้เพิ่มขึ้นอีกมากน้อยเท่าใดสภาพห้องสมุดจะได้รับเต็มที่ ควรจัดเพื่อไว้ด้วยฉะนั้นการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ก็ควรไปในลักษณะที่เปลี่ยนแปลงได้เสมอ เพื่อให้ทันต่อสภาพแวดล้อมและความก้าวหน้าที่จะเกิดขึ้น

ขนาดมาตรฐานเนื้อที่ใช้สอยในห้องสมุด คิดเป็นพื้นที่/คน

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| 1. ห้องอ่านหนังสืออ้างอิง | 2.25 m ² /คน |
| 2. หนังสือวารสาร | 3.60 m ² /คน |
| 3. เย็บเล่ม | 2.25 m ² /คน |
| 4. ห้องอ่านหนังสือทั่วไป | 2.25 m ² /คน |
| 5. ห้องอ่านไมโครฟิล์ม | 3.60 m ² /คน |
| 6. ที่ทำงานเสมียนพิมพ์ดีด | 0.90 m ² /คน |
| 7. นิทรรศการ | 4.00 m ² /คน |
| 8. ที่ทำงานของเจ้าหน้าที่ | 12.00 m ² /คน |
| 9. ที่ทำงานบรรณารักษ์ | 02.00 m ² /คน |
| 10. ที่เก็บหนังสือ | 100เล่ม/m ² |

ภายในห้องสมุดจะแบ่งส่วนต่าง ๆ ได้ดังนี้

	บริหาร	มีเสียงและความเคลื่อนไหวน้อยหรือเป็นครั้งคราว
--	--------	---

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	เทคนิค		
อ่านหนังสือทั่วไป หนังสือพิมพ์ วารสาร	ติดต่อ สมัครสมาชิก เยี่ยม	ห้องประชุม มุมกิจกรรม นิทรรศการ ห้องน้ำ-ฝากของ	มีเสียงและความเคลื่อนไหว ตลอดเวลา

↑
ทางเข้า

	ค้นคว้า		มีเสียงและความเคลื่อนไหวน้อย
อ่านหนังสือทั่วไป-หนังสือพิมพ์-วารสาร			
บริหาร + เทคนิค	ติดต่อ สมัครสมาชิก	งานด้าน โสตฯ	มีเสียงและความเคลื่อนไหวปานกลาง
เยี่ยม มุมกิจกรรม ห้องน้ำ-ฝากของ		ห้องประชุม นิทรรศการ	มีเสียงและความเคลื่อนไหวมาก

↑
ทางเข้า

ขนาดของครุภัณฑ์ห้องสมุด

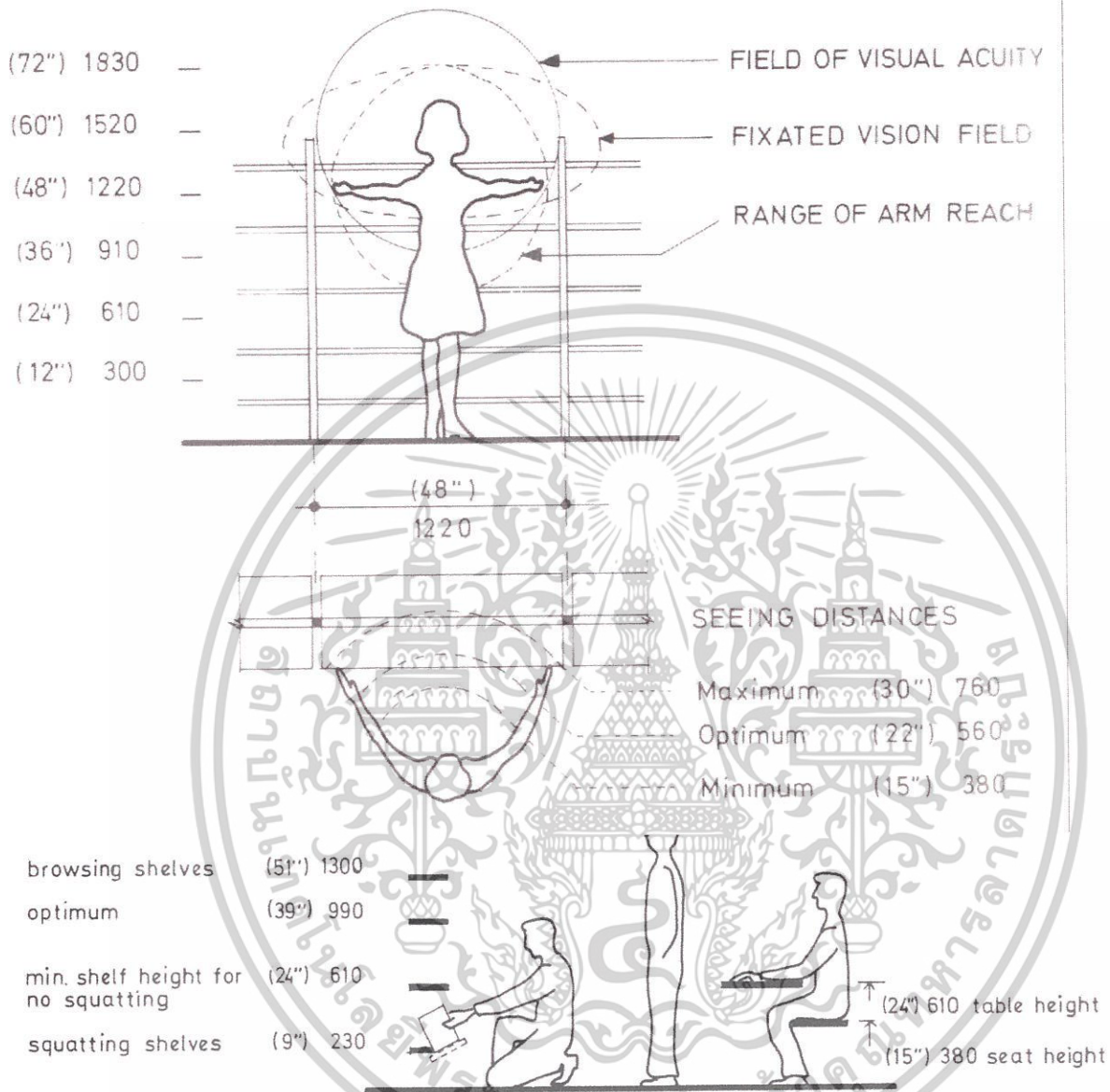
1. ชั้นวางหนังสือทั่ว ๆ ไป การวางอาจวางติดผนังห้อง หรือวางแบบหันหลังชนกันเป็น 2 แถว มีทั้งชนิดที่ทำด้วยไม้และทำด้วยเหล็ก

ขนาด ลึก 0.30 เมตร

กว้าง 0.90 -1.00 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูง 2.05 เมตร (ค่ามาตรฐานสูงสุด)

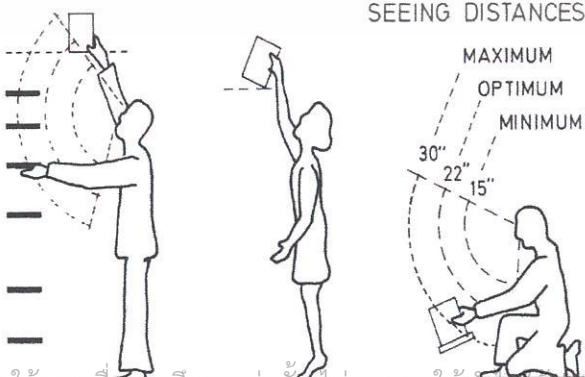


2. โต๊ะอ่านหนังสือ

โต๊ะนั่งอ่านสำหรับ 4 คน

13:4. Optimum shelving conditions for adults (top), teenagers (centre) and children (bottom) (F. J. McCarthy)

MAXIMUM REACH	---	(81")	2060
MAX. SHELF HEIGHT	---	(72")	1830
		(66")	1680
BROWSING SHELVES	---	(54")	1370
		(42")	1070
MINIMUM HEIGHT TO AVOID SQUATTING	---	(24")	610
SQUATTING POSITION	---	(12")	300



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อคุณเห็นเว็บไซต์นี้โปรดแจ้งให้เจ้าของเอกสารทราบทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาด กว้าง	0.90 - 1.00	เมตร
ยาว	1.80	เมตร
สูง	0.75	เมตร

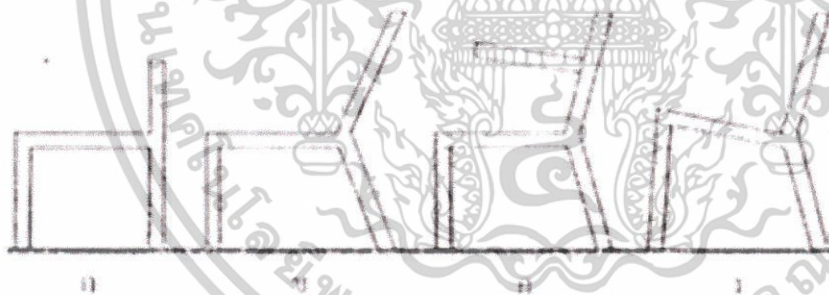
โต๊ะนั่งอ่านสำหรับ 6 คน

ขนาด กว้าง	0.90 - 1.00	เมตร
ยาว	2.70	เมตร
สูง	0.75	เมตร

3. เก้าอี้อ่านหนังสือ

ขนาด กว้าง	0.50 - 0.55	เมตร
ยาว	0.50 - 0.55	เมตร
สูง	0.75 - 0.85	เมตร

เก้าอี้ดีสำหรับการนั่งอ่านหนังสือ ควรมีลักษณะที่ช่วยให้สามารถนั่งตัวตรงได้ ตลอดเวลา และเปลี่ยนอิริยาบถได้สะดวก ดังนั้นเก้าอี้ที่มีพนักพิงโดยไม่มีที่วางแขน จึงเหมาะสมที่สุด แต่ถ้าจะให้ให้มีที่วางแขนก็ควรจะให้ที่วางแขนสูงจากเบาะนั่งประมาณ 0.20 เมตร การที่มีที่วางแขน อาจจะทำให้มีปัญหาในการเก็บเก้าอี้เข้าชิดโต๊ะเพราะที่วางแขนจะติดขอบโต๊ะเสมอ เป็นทางให้ชำรุดง่ายทั้งโต๊ะและเก้าอี้



รูปที่ ภาพตัวอย่างเก้าอี้ที่ใช้ในห้องสมุด

- ก - พนักพิงเตี้ย ไม่รับน้ำหนักหลัง แต่กอดหลัง เป็นนั่งลึก พิงไม่ถนัด
- ข - พนักพิงเอนมาก ไม่ใช้เก้าอี้นั่งอ่านหนังสือ
- ค - เท้าแขนสูงเกินไป นั่งนานไม่ได้ ทำให้ปวดเมื่อยแขนและไหล่
- ง - เบาะนั่งสูงเกินไป เท้าไม่ถึงพื้น

ทั้ง 4 แบบ เป็นลักษณะของเก้าอี้ที่มีขนาดไม่เหมาะสมสำหรับใช้ในบริเวณนั่งอ่านหนังสือของห้องสมุด

4. รถเข็นหนังสือ มีลักษณะเดียวกับชั้นวางหนังสือ แต่ติดตั้งล้อใช้ใส่หนังสือเพื่อเข็นไป รถเข็นนี้ควรมีเพียง 3 ล้อ คือ ตอนหลัง 2 ล้อ และตอนหน้า 1 ล้อ เพื่อสะดวกในการเข็น เลี้ยวไปตามมุมต่าง ๆ ได้ สะดวก

เอกสารของมาตรฐานรถเข็นคือ ให้บริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว้าง	0.37 - 0.40	เมตร
ยาว	0.75	เมตร
สูง	0.90	เมตร

สำหรับขนาดใหญ่

กว้าง	0.35 - 0.36	เมตร
ยาว	1.00	เมตร
สูง	1.08 - 1.10	เมตร

ชนิดที่เก็บเข้าได้โต๊ะรับ-จ่ายหนังสือได้

กว้าง	0.55	เมตร
ยาว	0.65	เมตร
สูง	0.65 - 0.75	เมตร

5. ตู้บัตรรายการ เป็นตู้ซึ่งประกอบด้วยลิ้นชักมาตรฐาน สำหรับใส่บัตรรายการหนังสือ วางซ้อนเป็นชั้น ๆ ตู้บัตรรายการมีหลายขนาด แล้วแต่จำนวนลิ้นชัก มีทั้งแบบแถวละ 5 และ 6 ช่อง

ขนาดกว้าง	0.85 เมตร	(แถวละ 5 ช่อง)
	1.15 เมตร	(แถวละ 6 ช่อง)
สูง	1.35 - 1.80 เมตร	(ค่ามาตรฐานสูงสุด)

สำหรับความลึกของลิ้นชักแต่ละช่องนั้น ตามค่ามาตรฐาน

ถ้าลิ้นชักลึก 17 นิ้ว จุบัตรได้ประมาณ 1,000 ใบ

ถ้าลิ้นชักลึก 19 นิ้ว จุบัตรได้ประมาณ 1,150 ใบ

และในบริเวณใกล้เคียงกับตู้บัตรรายการควรมีโต๊ะสำหรับวางลิ้นชักบัตรรายการเพื่อความสะดวกในการค้นหาด้วย

6. ชั้นวางวารสาร

ความสูง	1.50	เมตร
ความกว้าง	0.90 - 0.95	เมตร
ความลึก	0.40 - 0.45	เมตร

ชั้นวางวารสารมี 2 แบบ คือ แบบวางติดฝาและแบบที่ขลุ่ยลอยตัว คือวางที่ใดที่หนึ่งก็ได้ จะเลือกใช้แบบใดก็ได้แล้วแต่เนื้อที่ใส่หนังสือของห้อง

ขนาดและเนื้อที่ของหนังสือทั่วไป

หนังสือโดยทั่วไปจะมีขนาด 8" - 10" ความหนาแน่นขึ้นอยู่กับเนื้อหาภายในหนังสือเกี่ยวกับด้านสังคมศาสตร์โดยทั่วไปและหนังสืออ้างอิงจะมีขนาดใกล้เคียงกัน ความหนาแน่นมีตั้งแต่ 2-3 ซม. หนังสือหนา 4 ซม. มีมากที่สุด หนังสือวารสารเย็บเล่ม หนาประมาณ 8 ซม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับหนังสือพรรณนี้อาจหนักกว่านี้ แต่ไม่มากซึ่งสามารถคำนวณคิดเนื้อที่ของชั้นว่าชั้นขนาดมาตรฐานชั้นหนึ่ง ๆ จะจุหนังสือได้เท่าไร

ตู้มาตรฐานที่มีความยาว 3 ฟุต มีชั้นแบ่ง 6 ชั้น

- หนังสืออ้างอิง	6 - 7 เล่ม	ต่อความยาว	1 ฟุต 1 ตู้ มี 108 - 126 เล่ม
- หนังสือทั่วไป	7-8 เล่ม	ต่อความยาว	1 ฟุต 1 ตู้ มี 126 - 144 เล่ม
- หนังสือกฎหมาย	4-5 เล่ม	ต่อความยาว	1 ฟุต 1 ตู้ มี 72-90 เล่ม
- วารสารเย็บเล่ม	5 เล่ม	ต่อความยาว	1 ฟุต 1 ตู้ มี 90 เล่ม

เนื่องจากความยืดหยุ่นในการจัดหนังสือและการยืมหนังสือออกและเข้าอยู่เสมอจึงสามารถจะมีหนังสือเพิ่มเติมขึ้นได้โดยกำเนิดพื้นที่เหลือไว้ตามโครงการ

ควรหลีกเลี่ยงจากมองหาน้ำหนักจากโต๊ะอ่านหนังสือ และหลีกเลี่ยงจากการสัญจรไปมาระหว่างผู้อ่านกับชั้นหนังสือ ควรจัดให้เป็นกลุ่ม แถวหนังสือที่มีคนชอบอ่านทั่วไป ควรจะจัดตั้งให้เห็นหรือโชว์ให้เห็นชัด ใกล้ทางผ่านจะได้ผลดี

การจัดชั้นหนังสือควรจัดตาม

- การยืมหนังสือด้วยระยะเวลาสั้น
- การยืมหนังสือด้วยระยะเวลานาน
- ความกว้างของชั้นที่เหลือจากวางหนังสือ 1/3 และ 1/2
- ตามลักษณะของห้องสมุดที่ได้กระทำมาแล้ว

เนื้อที่เก็บหนังสือ 50 เล่มต่อ 1 ตารางฟุตของชั้นหนังสือติดฝา 6 ชั้น

เนื้อที่เก็บหนังสือ 100 เล่มต่อ 1 ตารางฟุต วางหนังสือได้ 2 แถว

เนื้อที่เก็บหนังสือ 160 เล่มต่อ 1 ตารางเมตรของชั้นติดฝา

เนื้อที่เก็บหนังสือ 328 เล่มต่อ 1 ตารางเมตรของชั้นวางกลางห้อง

ระบบความปลอดภัยในห้องสมุด

การป้องกันหนังสือหาย

การป้องกันหนังสือหายนั้น เพื่อป้องกันการขโมยหนังสือเป็นเล่ม มีวิธีป้องกันดังนี้ คือ

1. ป้องกันบริเวณทางเข้า
2. ป้องกันบริเวณที่เก็บหนังสือ

การป้องกันบริเวณเข้าออก

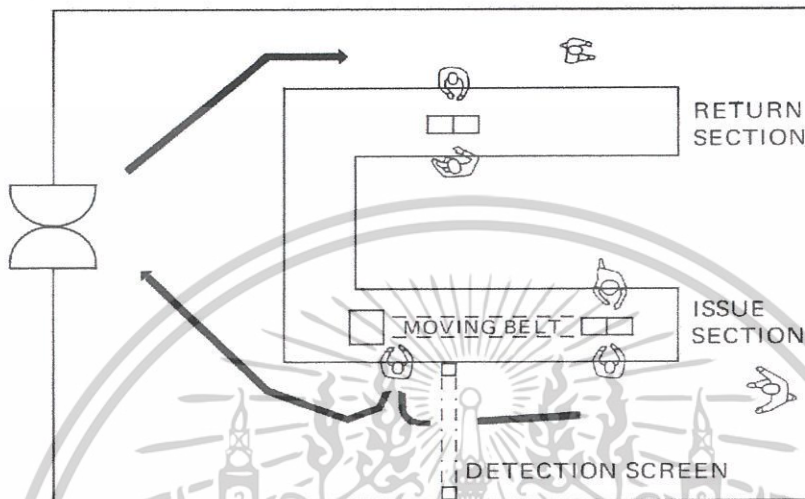
ทำได้โดยควบคุมการเข้าออกโดยจัดทางเข้าออกทางเดียวกัน เพื่อให้ผู้ดูแลสามารถควบคุมการเข้าออกและนำสิ่งของซึ่งใช้วิธีเก็บสิ่งของต่าง ๆ ซึ่งผู้ที่จะนำเข้าห้องสมุดไว้ที่บริเวณทางเข้า โดยให้เลขหมายสิ่งของที่น่าฝากไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

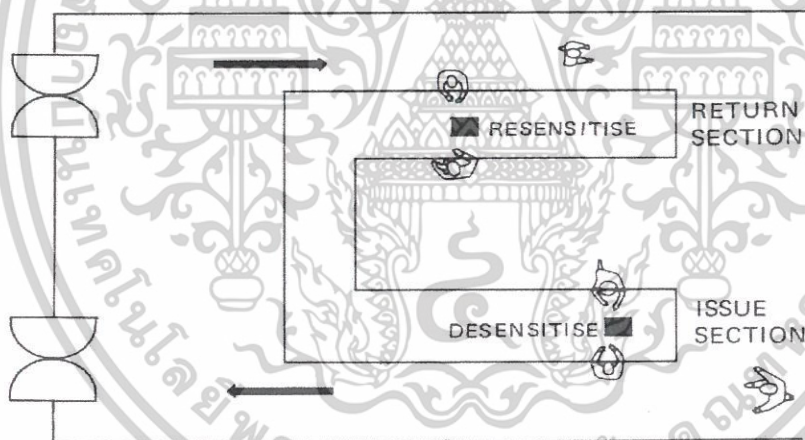
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสหรัฐอเมริกา มีระบบควบคุมหนังสือโดยคอมพิวเตอร์ โดยจะเคลือบสารชนิดหนึ่งไว้ที่ปกหนังสือ ถ้าหนังสือนั้นถูกยืมอย่างถูกต้อง สารนี้จะถูกนำไปลบด้วยเครื่องลบ ถ้าหากไม่ได้ถูกยืมมาอย่างถูกต้อง ถ้านำหนังสือออกนอกห้องอย่างไม่ถูกต้องเมื่อถึงช่องกั้นก่อนจะออกจะถูกตรวจด้วยเครื่องอีกชนิดหนึ่ง

12:1. By-pass system. The book is permanently sensitized so that it can pass the control bottleneck at the counter only when the staff member who issues it passes it behind the barrier



12:2. Full-circulation system. Here the book is desensitized at the issue counter so that it can pass the barrier, which can be some distance away at the exit door. When the book is returned after loan, it is re-sensitized before being returned to the shelves

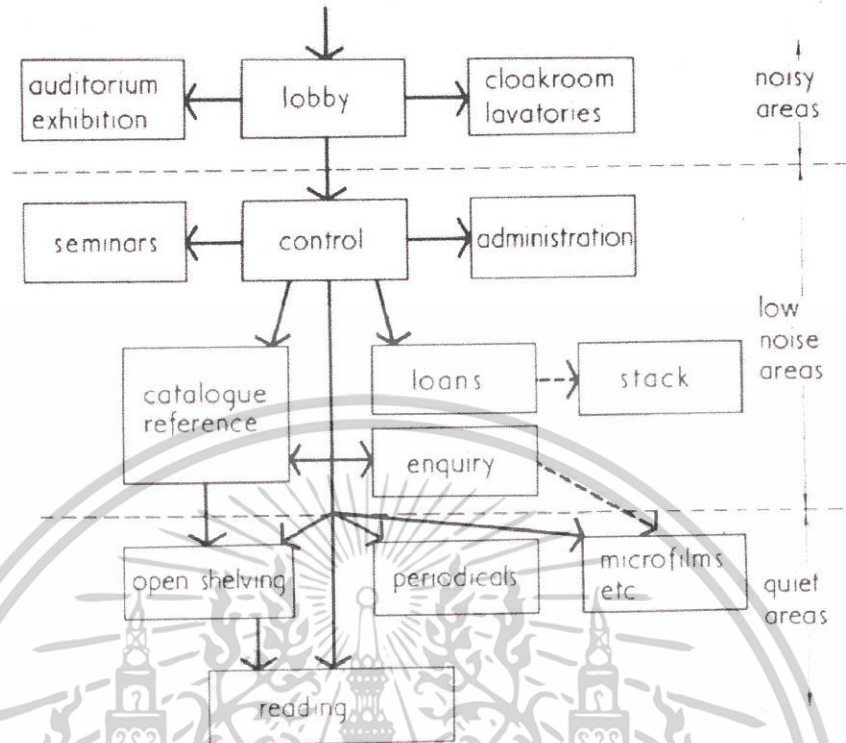


ถ้าสารนี้ยังไม่ถูกลบออก เครื่องนี้จะส่งสัญญาณให้คนเฝ้าทราบทันทีซึ่งเป็นการป้องกันการขโมยอย่างดี ผลเสียของระบบนี้ คือ บางครั้งสัญญาณจะดังขึ้นเอง เพราะมีสารดังกล่าวอยู่ในตัวของผู้ใช้ห้องสมุด แต่ข้อดีเป็นการประหยัดเงินที่จะต้องจ้างคนเฝ้าประตูเข้าออก วิธีนี้เป็นวิธีที่ทันสมัยมาก ในประเทศไทยยังไม่มีผู้นำวิธีนี้มาใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4:7. Progress of readers through a small research library

4:8. Progress of materials through a library



รูปที่ ตัวอย่างของ Library Diagram

INTERNET บริการหลักที่มีอยู่ ได้แก่

1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail)

บริการที่ได้รับความนิยมและใช้แพร่หลายมากที่สุด คือ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่นิยมเรียกสั้น ๆ ว่า อีเมล (e-mail) โดยเป็นบริการรับส่งข้อความหรือข่าวสารในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ จากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งผ่านตามระบบเครือข่ายไปยังคอมพิวเตอร์ของผู้รับภายในเครือข่าย ซึ่งอาจจะเป็นคนเดียวหรือหมู่คณะได้ ในการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นการใช้ผ่านทางโปรแกรมเขียนจดหมาย เช่น pine mail หรือ elm ทั้งนี้ผู้ใช้จะต้องมีรหัสผ่านซึ่งผู้บริหารเครือข่ายเป็นผู้กำหนดให้ สำหรับผู้รับก็จะต้องมีที่อยู่และตู้จดหมาย (mail box) ของตนเองอยู่ในเครือข่าย นอกจากเนื้อความจดหมายแล้ว ผู้ส่งยังสามารถส่งภาพ เสียงหรือโปรแกรม คอมพิวเตอร์ แนบไปกับเนื้อความของจดหมายได้ นับเป็นบริการที่สะดวกรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูง คุณสมบัติดังกล่าวทำให้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในปัจจุบัน

2. USENET

นอกเหนือจากการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังมีวิธีการแพร่ข่าวสารไปทั่วทั้งเครือข่ายอีกวิธีหนึ่ง บริการข่าวในลักษณะนี้เรียกว่า USENET News หรือเรียกสั้น ๆ ว่า USENET วิธีการแพร่หลายข่าวของ USENET ทำได้ด้วยการจัดตั้งศูนย์ข่าว (server) ขึ้นตามจุดต่าง ๆ ในเครือข่าย โดยทำ

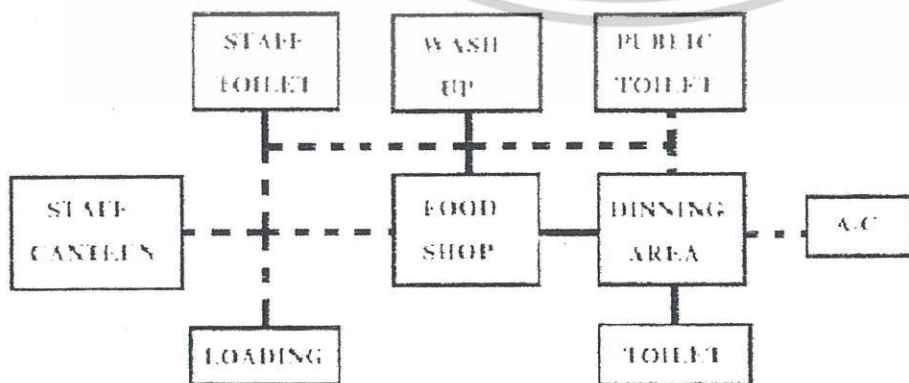
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าที่กระจายข่าวสารไปยังเครือข่ายอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกันอยู่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ โดยศูนย์ข่าวของแต่ละเครือข่ายจะมีผู้ดูแลข่าวทำหน้าที่จัดการข่าวในเครือข่ายของตนเอง หัวข้อข่าวใน USENET เรียกว่า กลุ่มข่าว (News groups) ซึ่งจัดแบ่งเป็น 7 หัวข้อ ใหญ่ ๆ คือ เรื่องเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การค้นคว้าวิจัยทางวิทยาศาสตร์ การพักผ่อนหย่อนใจหรือนันทนาการ สังคมและวัฒนธรรม เรื่องที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารบนเครือข่าย เรื่องทั่ว ๆ ไป และเรื่องที่เป็นข้อโต้แย้งถกเถียงกันในประเด็นต่าง ๆ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกคนสามารถใช้บริการดังกล่าวได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เพียงแต่ใช้โปรแกรมอ่านข่าว และคำสั่งที่ถูกต้อง (ระบบปฏิบัติการ UNIX ที่ใช้กันในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะใช้ rtin กันเป็นหลัก) ก็จะได้ข่าวสารต่าง ๆ มา

3.2.4 ส่วนห้องอาหาร (FOOD COURT)

เป็นส่วนให้บริการแก่ผู้ใช้อาคารของโครงการในด้านอาหาร และ ที่พักผ่อนเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความสมบูรณ์ และ เป็นจุดดึงดูด (MAGNET) ที่จะช่วยให้มีผู้มาใช้บริการส่วนอื่นของโครงการด้วย ซึ่งในส่วนนี้จะประกอบด้วย

- พื้นที่รับประทานอาหาร (DINNING AREA)
- ร้านขายอาหาร (SHOP)
- ส่วนล้างพาชนะ (WASH SHOP)
- ห้องเก็บของ (STORAGE)
- ห้องน้ำ – ส้วม สำหรับลูกค้า (PUBLIC TOILETS)
- ห้องน้ำ – ส้วม สำหรับพนักงาน (STAFF TOILETS)
- ห้องรับประทานอาหาร สำหรับพนักงาน (STAFF CANTEEN)
- ห้องผู้จัดการ (MANAGER ROOM)
- ห้องน้ำ – ส้วม สำหรับลูกค้า (PUBLIC TOILETS)
- ห้องน้ำ – ส้วม พนักงาน (STAFF TOILET)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นใช้ต่อแปลงเนื้อที่และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความลับพื้นที่ขององค์ประกอบศูนย์อาหาร

ตารางที่ 3.16 ตารางแสดงขนาดพื้นที่ Restaurant

Restaurant				
	Area / Unit (m ²)	Unit	Area Requirement (m ²)	Remark
Thai restaurant				
Hostess station	1.44	1	1.44	(2 person)
Dining area	1.5	32	48	1.2m/seat)hotel planning(
Private area	1.8	8	14.4	
Cashier	2.1	1	2.1	
Circulation			20.28	30% of area
Kitchen (store + staff)			26.4	30% of restaurant
Total			112.62	

3.2.5 ประเภทการจัดสินค้า

3.2.5.1 การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ (WINDOW DISPLAY)

การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ที่สวยงามของห้างร้านต่างๆ ตามย่านการค้า หรือ ศูนย์การค้าเปรียบเสมือนภาพวาดที่ชวนมองสำหรับผู้คนที่เดินผ่านไปมา ผู้คนเหล่านั้นจะเข้ามาใกล้ตู้โชว์พิจารณา และมีปฏิริยาสะท้อนกลับมา ทั้งหมดกินเวลาน้อยกว่า 11 วินาที

การแสดงผลสินค้าในตู้โชว์ที่จัดทำอย่างพิถีพิถัน และ น่าสนใจจะเป็นแม่เหล็กที่คอยดึงดูดให้ผู้คนที่เดินผ่านไปผ่านมาในร้าน อนึ่ง การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ควรเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของร้านซึ่งทำหน้าที่ส่งเสริมการขายสินค้า หรือ บริการของร้าน

การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์แบ่งเป็นหลายแบบตามลักษณะของสินค้า และ โอกาสของการจัดแสดงสินค้า ดังนี้

3.2.5.1.1 ตู้โชว์สินค้าตามเทศกาล(SEASONAL WINDOW)

ตู้โชว์สินค้าตามเทศกาลสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ ตู้โชว์แสดงสินค้าในช่วงต้อนรับปีใหม่ ที่จัดแสดงของขวัญนานาชนิดอันน่าตื่นใจ และ ด้วยสีสันที่สวยงาม ย่อมจูงใจผู้ชมให้เกิดความกระหายที่จะซื้อให้กับบุคคลที่เป็นที่รักของตน

ตู้โชว์แสดงสินค้าเป็นสิ่งที่จะต้อง เพราะเท่ากับเป็นการเตือนลูกค้าให้นึกถึงฤดูกาล หรือ เทศกาลต่างๆ ที่กำลังมาถึง ลูกค้าจะพิจารณาถึงความเหมาะสมความแปลกใหม่ของสินค้าเพื่อจะใช้เวลาต่างๆ วิธีการเช่นนี้ย่อมทำให้ทางร้านมีโอกาสขายสินค้าได้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.5.1.2 ตู้โชว์สินค้าอย่างเดียว(ONE ITEM WINDOW)

เมื่อเป็นการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ประกอบด้วยสินค้าเพียงอย่างเดียว ตู้โชว์สินค้าก็จะสร้างสรรค์บรรยากาศที่มีผลต่อการส่งเสริมการขายสินค้านั้น การสร้างสรรค์บรรยากาศเป็นสิ่งที่ไม่ถนัดนักเพราะโดยมากตู้โชว์จะดูว่างเปล่าจนเกินไป ผู้จัดแสดงสินค้าจึงควรเลือกโชว์สินค้าที่ขนาดใหญ่

นอกจากนี้ผู้จัดแสดงสินค้าอาจใช้สินค้าเพียงอย่าง แต่นำมาจัดแสดงหลายๆหน่วย การจัดแสดงเช่นนี้ ก็อาจเป็นการจูงใจอีกแบบหนึ่ง

3.2.5.1.3 ตู้โชว์แสดงสินค้าที่สัมพันธ์กันเป็นชุด(RELATED MERCHANDISE IN THE WINDOW)

สินค้าที่นำมาจัดแสดงในตู้โชว์หน้าร้านแบบนี้เป็นตัวอย่างที่เราเห็นได้ชัดของสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันเป็นชุด ทางกรขายถือว่าเป็นการเสนอการขายที่ดีที่สุดวิธีหนึ่ง ตู้โชว์แสดงสินค้านี้สามารถเรียกความสนใจจากผู้ชมอย่างมาก บรรยากาศในตู้โชว์จะเป็นสื่อนำลูกค้าไปสู่สภาวะทางจิตใจที่ทำให้เกิดมโนภาพ อยากเข้าไปร่วมอยู่ในบรรยากาศนั้น

สินค้าที่สามารถนำมาจัดแสดงในตู้โชว์ดังกล่าวมีอยู่หลายประเภทเป็นต้นว่า สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว การเล่นกีฬา การเปิดเทอมใหม่ ฯลฯ การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ อาจจัดทำเป็นภาพเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องจริง หรือ เรื่องสมมุติขึ้นก็ได้ ในการจัดแสดงแบบนี้ผู้จัดแสดงสินค้าอาจมีความมุ่งหมายให้ผู้ชมพิจารณาการจัดแสดงสินค้าทั้งตู้โดยมิได้มุ่งให้ผู้ชมสดุดตา ณ จุดใดจุดหนึ่ง โดยเฉพาะ นอกจากนี้ ผู้จัดแสดงสินค้าควรทำป้าย หรือ บัตร โดยเขียนข้อความที่เกี่ยวกับการจัดแสดง

3.2.5.1.4 ตู้แสดงโชว์สินค้าที่สัมพันธ์กันต่างชุด(RELATED MERCHANDISE NOT IN THE WINDOW)

ตัวอย่างของการจัดแสดงสินค้าแบบนี้ได้แก่ ตู้โชว์แสดงสินค้าประเภทเครื่องเรือน ซึ่งประกอบด้วยสินค้าหลายชนิดรวมกันเป็นจุดสนใจ เช่น ห้องนั่งเล่น ห้องชมภาพยนตร์ ฯลฯ

ตามปกติการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์แบบนี้ ไม่จำเป็นต้องใช้ป้ายราคา หรือ ป้ายสินค้า แต่อย่างไรก็ตามการจัดแสดงสินค้าแบบนี้ การจัดแสดงสินค้าที่สัมพันธ์กันต่างชุดเป็นงานที่จัดทำกันได้อย่างง่าย เพราะตัวสินค้าจะเป็นหลักใหญ่ของการจัดแสดง ต่างกับการจัดแสดงสินค้าที่สัมพันธ์กันเป็นชุด ซึ่งอาจต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ในการจัดแสดงมากกว่า ในแง่ของการจัดแสดงโชว์การจัดแสดงสินค้าที่สัมพันธ์กันเป็นชุดจะประสบปัญหาการเลือกสรรสินค้าน้อยกว่า แต่ในแง่ของการขายแล้ว การจัดแสดงสินค้าที่สัมพันธ์กันต่างชุดมีโอกาสในการส่งเสริมยอดขายมากกว่า เพราะลูกค้าสามารถพิจารณาแยกแยะและ เลือกซื้อแต่ละรายการได้มากกว่าการซื้อรวมกันเป็นชุด

3.2.5.1. 5ตู้โชว์แสดงสินค้าหลายประเภท(LINE OF GOOD WINDOW)

การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ตามประเภทสินค้าอาจทำได้ 2แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การใช้ตู้โชว์จัดแสดงสินค้าแบบร้านตัวแทนจำหน่ายเฉพาะของผู้ผลิตเอง
2. การใช้ตู้โชว์จัดแสดงสินค้าประเภทเดียวกันแต่มีหลายยี่ห้อมารวมกัน

โดยทั่วไปการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ตามประเภทนี้อาจมีลักษณะไม่ค่อยน่าดึงดูดนัก แต่ก็เป็นการจัดแสดงที่มีคุณค่าทางการขาย เพราะ มีสินค้าให้ผู้เลือกชมได้หลายแบบ และ เป็นการแสดง ว่าทางร้านมีสินค้ายี่ห้อใดบ้าง แบบใด สีใด วัสดุอะไรบ้าง

แต่ก็เป็นการจัดแสดงที่มีคุณค่าทางการขาย เพราะ มีสินค้าให้ผู้เลือกชมได้หลายแบบ และ เป็นการแสดง ว่าทางร้านมีสินค้ายี่ห้อใดบ้าง แบบใด สีใด วัสดุอะไรบ้าง

3.2.5.1.6 ตู้โชว์แสดงสินค้าหลายประเภท(MISCELLANY WINDOW)

การจัดแสดงสินค้าหลายประเภทนั้นเป็นการนำสินค้าหลายรายการมาจัดวางไว้ด้วยกันโดยที่สินค้าเหล่านั้นไม่ได้มีความสัมพันธ์กันแม้แต่น้อย ทั้งนี้ผู้จัดแสดงสินค้าถือว่าสินค้าที่มีหลายประเภทนั้นทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกตื่นเต้นที่ได้พบสินค้ามากมายประเภท ลูกค้าน่าจะยินดีดูสินค้าที่ละอย่างด้วยความพิถีพิถันหรืออย่างถี่ยวน

การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์แบบนี้อาจกระทำได้ 2 อย่างคือ

1. การนำสินค้ารวมไว้แบบไม่มีระเบียบ การจัดแสดงแบบนี้ไม่ทำให้สะดุดตาเท่าไรนัก
2. การจัดแสดงสินค้ารวมไว้อย่างมีระเบียบ ทางร้านจำเป็นต้องนำสินค้าหลายประเภทมาจัดแสดงในตู้เดียวกัน ผู้จัดแสดงอาจจัดวางสินค้าเป็นแถว เป็นพวกหรือเป็นหมู่ ร้านขายของหลากหลายชนิด (VARIETY STORES) ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งดำเนินงานแบบสาขาถูกใช้ ได้ ใช้การจัดแสดงสินค้าแบบตู้โชว์แบบนี้ และ พบว่ามีส่วนเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างมาก

3.2.5.1.7 ตู้โชว์แสดงสินค้าในวาระพิเศษ(FEATURE WINDOW)

การจัดแสดงสินค้าในวาระพิเศษต่างๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศในการขาย เช่น วาระครบรอบปีในการดำเนินกิจการของร้าน วาระครบรอบปีของเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ที่มีการเฉลิมฉลองกัน ในวาระพิเศษนี้ตู้โชว์หน้าร้านอาจมีการจัดแสดงสินค้าให้เข้ากับเหตุการณ์ต่างๆ การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ในวาระนี้ก่อให้เกิดค่านิยม และ เกียรติคุณแก่ร้านค้า

3.2.5.2 การจัดแสดงสินค้าในร้านค้า(INTERIOR DISPLAY)

การจัดแสดงสินค้าที่ใช้กันอยู่ทั่วไปมี 5 แบบด้วยกัน คือ

3.2.5.2.1 การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด(OPEN DISPLAYS)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปัจจุบันร้านขายปลีกต่างหันมานิยมการจัดแสดงสินค้าในแบบเปิดกันมาก การจัดแสดงสินค้าในแบบนี้เป็นการจัดวางสินค้าบนโต๊ะ บนหิ้ง บนชั้น หรือ แขนงไว้ตามราวโดยให้ลูกค้าเลือกหยิบองได้อย่างสะดวก ผลดีของการจัดแสดงสินค้าแบบเปิด คือ

1. ตามที่เคยปรากฏผลมาแล้วที่ ประเทศสหรัฐอเมริกา การจัดแสดงสินค้าแบบเปิดทำให้สินค้าขนาดเล็ก และ ราคาถูก มีปริมาณการขายที่สูงขึ้น
2. การจัดแสดงสินค้าแบบเปิดช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้ามากกว่าการจัดแสดงสินค้าแบบอื่น ในการวางผังหรือการจัดตกแต่งร้านสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ควรคำนึงถึง คือ ความสะดวกของลูกค้า ลูกค้าทุกคนชอบซื้อของที่จัดวางแบบเปิด เพราะทำให้พิจารณาเลือกซื้อได้ง่าย
3. การจัดแสดงสินค้าแบบเปิดเป็นการจัดวางสินค้าที่ประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการจัดวางสินค้าในตู้เพราะค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขายได้ลดน้อยลง
4. การจัดแสดงสินค้าแบบเปิดทำให้ ใช้พื้นที่ร้านเพื่อการขายมากกว่าที่จะใช้เป็นที่เก็บสินค้าคงคลัง เพราะสินค้าส่วนใหญ่จะถูกนำมาจัดวางเพื่อการขายมากกว่าที่จะเก็บไว้ในห้องเก็บสินค้า

3.2.5.2.2 การจัดแสดงสินค้าแบบปิด (CLOSED DISPLAYS)

การจัดแสดงสินค้าแบบปิดมี 2 แบบ

1. การจัดวางสินค้าในตู้แบบเคาน์เตอร์
2. การจัดวางสินค้าแบบตู้กระจกติดกำแพง

ผลดีของการจัดวางสินค้าแบบปิด คือ

1. ร้านขายปลีกเกรดสูงนิยมจัดวางสินค้าแบบปิด เพราะ ลูกค้าของร้านรังเกียจที่จะซื้อสินค้าที่ถูกคนอื่นหยิบจับมาแล้ว
2. สินค้าที่สัมพันธ์กันสามารถนำมาจัดแสดงแบบปิดได้ ถ้าเป็นการจัดแสดงแบบเปิดแล้วจะทำ

ไม่ได้

3. การจัดแสดงสินค้าแบบปิดจะช่วยให้สินค้าอยู่ในสภาพที่ดี ปลอดภัยจากการลักขโมย

ร้านขายปลีกส่วนมากถือว่าสินค้าที่มีคุณภาพสูงควรจัดวางในตู้แบบปิด เพราะเป็นการป้องกันมิให้เกิดการชำรุดเสียหาย ในร้านค้าหลายแห่งจึงยังคงนิยมใช้การจัดแสดงสินค้าแบบปิดสำหรับสินค้าที่มีขนาดเล็ก แต่ราคาแพง แต่การจัดสินค้าแบบปิดจะช่วยให้สินค้าดูมีคุณค่ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้จัดแสดงสินค้าใช้แสงไฟเข้าช่วยเน้นจุดเด่นของสินค้าที่จัดแสดงได้มากขึ้น

3.2.5.2.3 การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ (TOP – OF – COUNTER DISPLAYS)

เคาน์เตอร์เป็นจุดที่สามารถจัดแสดงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อที่ควรระมัดระวัง คือไม่ควรนำ สินค้ามาจัดวางเป็นจำนวนมากเกินไป เพราะนอกจากจะทำให้แออัดยัดเยียดแล้วยังทำให้ลูกค้าไม่เอกลำบากเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถมองเห็นสินค้าที่จัดอยู่ในตู้ได้ การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์เป็นการจัดแสดงสินค้าแบบเปิด
นั่นเอง แต่จำนวนสินค้าที่จัดจะถูกจำกัดจำนวนให้น้อยลง

3.2.5.2.4 การจัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรม (ARCHITECTURAL DISPLAYS)

การจัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรมเป็นการจัดแสดงสินค้าโดยการใช้อาคารหรือ พื้นที่ของร้าน
เป็นส่วนโดยเฉพาะ ร้านขายปลีกขนาดใหญ่เท่านั้นจึงจะสามารถใช้การจัดแสดงสินค้าแบบนี้ได้ในการ
จัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรม ผู้จัดแสดงสินค้าจะจัดวางสินค้าอย่างน่าสนใจในสภาพที่เหมือนจริงทุก
อย่าง เมื่อท่านเดินชมสินค้าตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ท่านจะได้พบการจัดแสดงสินค้าเชิง
สถาปัตยกรรม ตัวอย่างเช่น การจัดแสดง ห้องรับแขก ห้องรับประทานอาหาร ห้องชมภาพยนตร์ ฯลฯ การ
จัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรมสามารถดึงดูดความสนใจได้อย่างมาก ถือเป็นวิธีการส่งเสริมการขายที่ดี
ที่สุดวิธีหนึ่ง เพราะเป็นการสนับสนุนให้มีการขายเชิงแนะนำ (SUGGESTION SELLING)

3.2.5.2.5 การจัดแสดงสินค้าแบบอื่นๆ (MISCELLANEOUS DISPLAYS)

การจัดแสดงสินค้ายังมีอีกหลายอย่างที่เหมาะกับการจัดแสดงเฉพาะอย่าง ซึ่งบางร้านอาจจัดทำ
ไม่ได้เนื่องจากมีพื้นที่จำกัด เช่น การจัดแสดงสินค้าบนที่นั่ง หรือ ชั้นที่ติดข้างฝาด้วยการจัดวางสินค้าใน
ลักษณะต่างๆ เช่นการแขวน การห้อย เป็นต้น บางร้านอาจจัดแสดงสินค้าโดยสร้างเป็นยกพื้น หรือ เป็น
แท่นขึ้นมาเพื่อให้เด่นเหมาะสำหรับการจัดแสดงสินค้าในร้านตามเทศ กาล และ โอกาสพิเศษต่างๆ แบบนี้
เรียกว่า (PLATFORM DISPLAY)

นอกจากนี้ การจัดแสดงสินค้าในร้านอาจใช้หน้าต่างโชว์ (INTERIOR WINDOW) เพื่อจัดแสดง
สินค้าของแผนกที่อยู่ใกล้กับหน้าต่างโชว์นั้น ตามปกติหน้าต่างโชว์จะอยู่ในพื้นที่ที่มีคนเดินผ่านไปมา
ตามแนวไปสู่อุปกรณ์ หรือ บันไดเลื่อน การจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างโชว์เป็นการเสนอขายสินค้าที่
ก่อให้เกิดการขายเชิงแนะนำได้เป็นอย่างดี

3.2.5.3 ประเภทของการจัดแสดงสินค้า

การจัดวางสินค้าอาจทำได้หลายแบบ ผู้จัดแสดงสินค้าสามารถดัดแปลงแบบของการจัดวางสินค้า (
PATTERNS OF ARRANGEMENT) เพื่อให้การจัดแสดงสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ แบบต่างๆของ
การจัดวางสินค้าได้สร้างสรรคให้เกิดช่วงจังหวะ (RHYTHM) ความกลมกลืน และ การตัดกันของการจัด
แสดงสินค้าโดยไม่ต้องคำนึงถึงว่าจะเป็นสินค้าประเภทใด

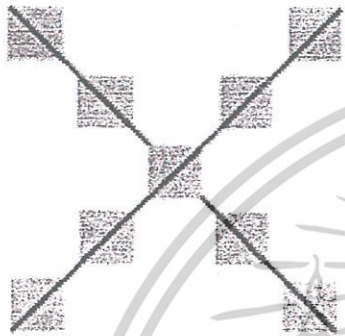
โดยทั่วไป การจัดวางสินค้ามีอยู่ 8ชนิดคือ

1. แบบกระจายรัศมี (RADIATION)

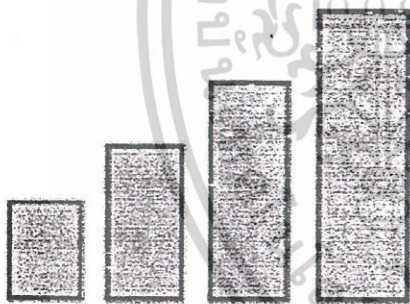
2. แบบขั้นกระโดด (STAIR - STEP)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

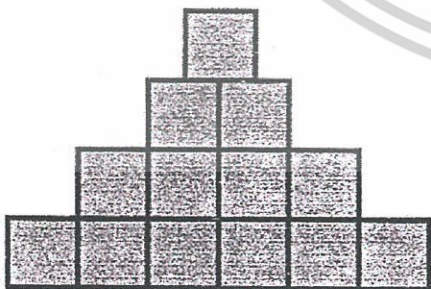
3. แบบพีรามิด (PYRAMID)
4. แบบซิกแซก (ZIG - ZAG)
5. แบบซ้ำกัน (REPETITION)
6. แบบเรียงลำดับ (GRADATION)
7. แบบซ้อนกัน (INTERFERENCE)
8. 8. แบบเน้น (DOMINANCE)



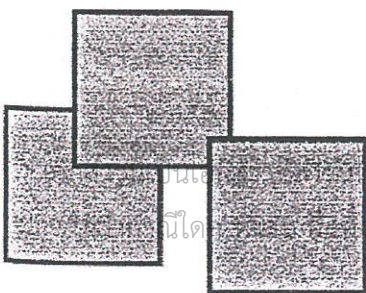
แบบกระจายรัศมี ในการจัดวางสินค้าแบบกระจายรัศมี องค์ประกอบของการออกแบบจัดแสดงสินค้ากระจาย ออกเป็นรัศมีจากจุดกลางการจัดวางแบบนี้จะสร้างสรรค์ ความสนใจให้เกิดขึ้น โดยเน้นความเด่นของสินค้าให้อยู่ ตรงกลาง และส่วนประกอบของการจัดแสดงกระจาย ออกเป็นรัศมี ตัวอย่างเช่น ผู้โชว์จัดแสดงเครื่องแต่งกาย ของสุภาพบุรุษอาจใช้หุ่นผู้ชายสวมใส่เกี่ยวกับกางเกงเป็น จุดกลางและจัดแสดงสินค้าที่ใช้คล้ายกันประกอบตัวหุ่น โดยจัดวางล้อมรอบเป็นวงกลมในกรณีนี้ผู้จัดแสดงสิน ค้าอาจใช้แท่นหรือวัสดุตกแต่งต่างๆ เข้าช่วยตามความ เหมาะสม



แบบขั้นกระโดด ผู้จัดแสดงสินค้าอาจนำสินค้าไป จัดแสดงบนอุปกรณ์การจัดแสดงสินค้าซึ่งได้จัดวางไว้ ตามลำดับขั้นขึ้นลงเช่นเดียวกับกระโดดการจัดแสดงแบบ นี้ถือหลักการออกแบบวิธีใช้ความกลมกลืนซึ่งให้ความรู้สึก เหมือนหนึ่งมีอาการเคลื่อนไหวที่ สายตาของผู้ดูจะ เคลื่อนจากขั้นหนึ่งไปยังอีกขั้นหนึ่ง โดยไม่รู้ตัว

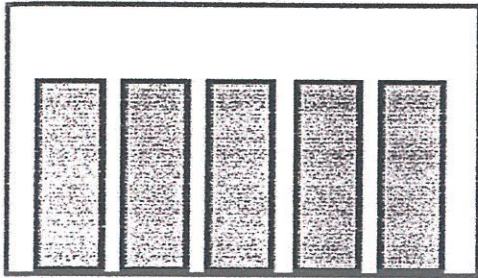


แบบพีรามิด การจัดวางสินค้าเป็นรูปสามเหลี่ยมโดย มีฐานกว้าง และค่อยๆ เรียวเล็กลงเมื่อขึ้นไปถึงจุดๆ หนึ่งเรียกว่าแบบพีรามิด ร้านขายอาหารกระป๋อง และร้านขายยานิยมจัดวางสินค้าแบบนี้ เพราะจัดวาง ง่ายและสามารถจัดวางได้เป็นจำนวนมาก



แบบซิกแซก การจัดวางแบบซิกแซกมีลักษณะคล้ายคลึง กับแบบพีรามิดแต่ต่างกันที่การจัดวางแบบซิกแซกมิได้ไต่ ไปถึงยอดสุดโดยตรงอย่างแบบพีรามิด การจัดวางแบบ ซิกแซกเหมาะสำหรับเหมาะสำหรับการจัดแสดงสินค้า สำหรับสินค้าที่เหมือนกันแต่มีลักษณะที่ต่างกัน เช่น การนำใบไม้แห้งมาจัดวางแบบซิกแซก จะช่วยให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

สำหรับการจัดวางสินค้าแบบซิกแซกมีลักษณะคล้ายคลึง กับแบบพีรามิดแต่ต่างกันที่การจัดวางแบบซิกแซกมิได้ไต่ ไปถึงยอดสุดโดยตรงอย่างแบบพีรามิด การจัดวางแบบ ซิกแซกเหมาะสำหรับเหมาะสำหรับการจัดแสดงสินค้า สำหรับสินค้าที่เหมือนกันแต่มีลักษณะที่ต่างกัน เช่น การนำใบไม้แห้งมาจัดวางแบบซิกแซก จะช่วยให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น



แบบซ้ำกัน การจัดวางแบบซ้ำกันคือการจัดวางโดยใช้สินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการทั้งในด้านส่วนสูง ช่วงระยะหรือมุม การหลีกเลี่ยงความซ้ำซากอาจกระทำได้โดยใช้ชั้นหรือยกพื้นเข้าช่วย หรือจัดเป็นการแสดงสินค้าอย่างเดียว หรือมีฉะนั้นก็ทำแทนให้เฉียงขึ้นหรือเฉียงลง ตัวอย่างเช่น การแขวนเสื้อสำเร็จรูปแบบเดี่ยวนบนพื้นที่เทลาดลงมาเพื่อแสดงให้ผู้ชมเห็นสีต่างๆ ของเสื้อ

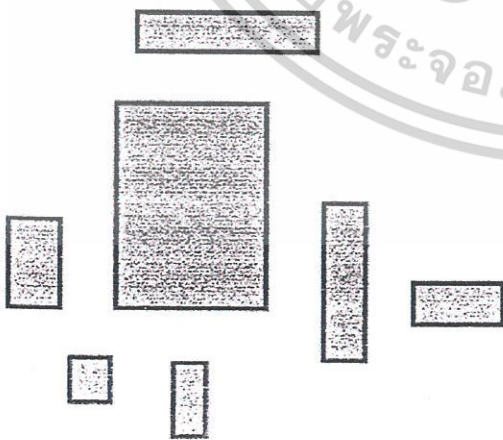


แบบเรียงลำดับ การจัดวางแบบเรียงลำดับคือการจัดวางที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านขนาดหรือสีของตัวสินค้าตามลำดับ อาจเริ่มจากขนาดเล็กไปขนาดใหญ่ สีแก่ไปสีอ่อน หรือสีสดใสไปสีหม่น เป็นต้น ปีเยจัดแสดงสินค้าในโอกาสเปิดเทอมอาจใช้ตัวอักษรเรียงตามขนาดจากตัว

เล็กไปจนถึงตัวใหญ่ การจัดแสดงสินค้าพวกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เช่น เสื้อหม้ออาจเรียงลำดับตั้งแต่หม้ออ่อนเรื่อยไปจนถึงหม้อแก่ การจัดวางแบบเรียงลำดับมีผลเสมือนหนึ่งเกิดการเคลื่อนที่ซึ่งทำให้การจัดแสดงสินค้าน่าสนใจยิ่งขึ้น



แบบซ้อนกัน การจัดวางตัวสินค้าหรือวัสดุตกแต่งชนิดต่างๆ ให้ซ้อนกันหรือเกยกันทำให้เกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม การจัดวางแบบซ้อนกันจะทำให้ลูกค้าเห็นสินค้าที่เดียวกันทั้งหมด



แบบเน้น เมื่อผู้จัดแสดงสินค้าต้องการการเรียกร้องความสนใจของลูกค้าน่าจูดใดจุดหนึ่ง การจัดวางควรเป็นแบบเน้น การจัดวางแบบนี้อาจเน้นที่ขนาดใหญ่ที่สุด หรือเน้นที่สีที่มีคุณค่าในน้ำหนักหรือความเข้มมากที่สุดหรือสุกสว่างที่สุด การจัดวางแบบเน้นทำให้เกิดจุดรวมความสนใจของผู้ชม และชักนำไปให้แลมองส่วนประกอบต่างๆ ของการจัดแสดงด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.5 Coffee Shop

เป็นส่วนที่เปิดบริการในลักษณะเป็นกันเอง มานั่งเพื่อจิบกาแฟและทำกิจกรรมอื่นเช่น อ่านหนังสือ ฟังเพลง รวบรวมบัตร บรยากาศควรจะสบายๆ สดชื่นไม่มีพิธีมากนัก อาหารในรายการมักง่ายในการบริโภค เช่น พวกของทานยามว่าง(SNACK) และทำครัวลักษณะของการนั่งมีหลายแบบ ทั้งนั่งที่เก้าอี้เป็นตัวๆ กับ โต๊ะอย่างห้องอาหาร หรือ นั่งบนเก้าอี้สูงกับเคาน์เตอร์บาร์อย่างในไนท์คลับ หรือนั่งในโซฟาที่หันหน้าชนกัน ที่เรียกว่า บูทท์(Booth) มีทั้งแบบมีดมมาก มีดสลัวๆ จนสว่างสดใส เวลาเปิดบริการมักทั้งวัน

เป็นที่บริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งโดยปกติมีลักษณะการตกแต่งภายในให้มีบรรยากาศแบบ สนุกสนานเป็นกันเอง COFFEE SHOP ส่วนใหญ่มักมีเคาเตอร์บริการเสมอเป็นสถานที่ไม่ต้องการ พิธีรีตรอง จึงปรากฏว่ามีบุคคลหลายประเภทสามารถใช้บริการได้ตลอดเวลาตามธรรมดา Coffee Shop นี้ มักมีส่วนบริเวณโต๊ะอาหารมากกว่าบริเวณเคาเตอร์ และมีครัวต่างหากเป็นครัวขนาดเล็ก (Auxiliary Kitchen) ที่ทำการปรุงอาหารเบาๆ

สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการจัด Coffee Shop

1. การจัดความสัมพันธ์ระหว่างโต๊ะอาหาร เคาเตอร์เสิร์ฟ ครัว และ เนื้อที่ใช้สอยอื่นๆ
2. ตำแหน่งของทางเข้าออกของลูกค้า และพนักงาน ต้องไม่ปะปนกัน
3. ชนิดของวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง สีที่ใช้ การป้องกันเสียงรบกวนจากบริเวณข้างเคียง เช่น ครัว
4. การเลือกปูพื้น
5. การให้แสงบริเวณทั่วไป ควรใช้ Dimmer ความสว่างตั้งแต่ 0 ถึง 320 ลักซ์ ส่วนบริเวณ เคาเตอร์ควรติดตั้งแสงสว่างที่ให้ความนุ่มนวลและรู้สึกอบอุ่น
6. การออกแบบ วิธีจัดโต๊ะ เก้าอี้ โต๊ะบริการ และเครื่องเรือนอื่นๆ
7. ระบบถ่ายเทอากาศ

3.2.6 Exhibition Hall

ความหมายและประเภทการจัดนิทรรศการ

นิทรรศการหมายถึงหมายถึง การจัดแสดงสิ่งของวัสดุ อุปกรณ์ที่มีความสัมพันธ์กันในแต่ละ เรื่อง เพื่อสร้างความสนใจให้ผู้ชมมีส่วนร่วมและเรียนรู้ด้วยการดู ฟัง สัมผัส จับต้อง และทดลองภายใต้ จุดมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือจุดมุ่งหมาย โดยการใช้อยู่หลายชนิด เช่น แผนภาพ หุ่นจำลอง ของจริง นอกจากนี้นิทรรศการยังสามารถจัดกิจกรรมอื่น ๆ ประกอบ เพื่อให้เกิดความสะดอก และรวดเร็วในการสื่อ ความหมายกับผู้ชม

คุณค่าของนิทรรศการ

1. ส่งเสริมการทำงานเป็นหมู่คณะ ฝึกความรับผิดชอบ ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในทางที่ดี
2. สื่อต่าง ๆ ที่นำมาจัดแสดงสามารถสื่อความหมายสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เป็นการจัดการเรียนการสอนตามอัธยาศัย ผู้เรียนมีอิสระในการเรียนรู้ด้วยการดู ฟัง สังเกต
4. สามารถนำความคิดที่กระจ่างกระจายมารวมกันไว้ให้ผู้ชมสรุปเป็นความคิดรวบยอดได้อย่างถูกต้อง

ประเภทของนิทรรศการ

นิทรรศการถาวร (Permanent Exhibition)

นิทรรศการถาวร เป็นการจัดที่แน่นอนตายตัว อยู่กับที่ มักจัดอยู่ ณ ที่แห่งเดียวเป็นเวลาค้างคานาน ๆ หรือตลอดไป หากมีโอกาสโยกย้ายบ้างก็เป็นเพียงบางส่วน หรืออาจสะสมเข้ามาใหม่ หรือขยายการจัดแสดงเพิ่มเติมขึ้นอีกตัวอย่างนิทรรศการถาวรเช่น พิพิธภัณฑ์ เป็นนิทรรศการเพื่อสาธารณชน จะได้ชมพิพิธภัณฑ์สาธารณะนั้น ถือว่าเป็นที่รวบรวม และจัดแสดงสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะ วัตถุสิ่งของที่แสดงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และ ศิลปะ เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ เป็นต้น

นิทรรศการชั่วคราว (Temporary Exhibition)

นิทรรศการชั่วคราว (Temporary Exhibition) เป็นการจัดแสดงเรื่องราวเฉพาะกิจในโอกาสพิเศษบางโอกาส จัดขึ้นชั่วคราวแล้วก็เลิกไป จัดขึ้นตามโอกาส ตามกำลังทรัพยากรพิพิธภัณฑ์เองก็ยังจัดนิทรรศการประเภทนี้ขึ้นบ่อย ๆ เพื่อแสดงวัตถุหรือสิ่งของที่สะสมมาได้ใหม่ ๆ หรือหัวข้อที่ประชาชนบางกลุ่มสนใจ หรือในสิ่งที่นิทรรศการถาวรไม่มี นิทรรศการถาวร อาจใช้นิทรรศการชั่วคราวอุดช่องว่างการแสดงผลของตนเองหรือเสริมการแสดงผลที่จัดอยู่เดิม เป็นการสร้างความสนใจ ให้ประชาชนชมนิทรรศการ ถาวรที่จัดอยู่ ดร.เกรช มอร์เลย์ กล่าวว่ "นิทรรศการชั่วคราวช่วยสร้างความสนใจให้คนมาชมสิ่งแปลกใหม่ เป็นการเชิญชวนผู้ชมกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามาชมพิพิธภัณฑ์

ไปในตัว เป็นการเชิญชวนที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น เชิญประชุมชี้แจงการเปิดงาน ไปสเตอร์ การแถลงข่าวหนังสือพิมพ์ ออกรายการโทรทัศน์"

นิทรรศการเคลื่อนที่ หรือนิทรรศการสัญจร (Travelling Exhibition)

นิทรรศการเคลื่อนที่ (Travelling Exhibition) หรือนิทรรศการสัญจรเป็นการจัดนิทรรศการที่เปลี่ยนสถานที่จัดไป แต่เนื้อหายังคงเป็นเนื้อหาเดียวกัน นิทรรศการสัญจรเป็นการนำเอานิทรรศการเคลื่อนที่ไปหาผู้ชม แต่นิทรรศการถาวรนั้น ผู้ชมต้องเคลื่อนที่มาหานิทรรศการ พิพิธภัณฑ์ทุกแห่ง มักเป็นเจ้าของนิทรรศการเคลื่อนที่บ่อย ๆ พิพิธภัณฑ์แห่งชาติอาจจัดให้พิพิธภัณฑ์อื่น เช่น จากประเทศ อื่น หรือต่างจังหวัด นำนิทรรศการเคลื่อนที่มาแสดงเพื่อเสริมนิทรรศการที่มีอยู่ของตน หรือเพื่อหาทุนมาช่วยเหลือการจัดนิทรรศการถาวรของตน โดยเก็บค่าชมเล็ก ๆ น้อย ๆ ข้อดีประการสำคัญของนิทรรศการสัญจรก็คือสามารถเดินทางไปตามที่ต้องการ เพื่อพบปะประชาชน เพื่อประกาศตนเองให้ผู้คนรู้จัก ดึงดูดความสนใจของคนเหล่านั้นให้มา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมกัน และทำเช่นนี้ไปทุก ๆ สถานที่ ที่ไปแสดง จากการเปลี่ยนการแสดงไปตามสถานที่
ดังกล่าวนิทรรศการสัญจรจึงเป็นเครื่องมือที่ทรงศักยภาพหากจัดให้ดี มันจะสามารถนำมาซึ่ง
ความรู้และความบันเทิงแก่คนจำนวนมากมาย นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือชั้นเยี่ยมสำหรับ
ส่งเสริมการขายและบริการอีกด้วย

จากการศึกษาข้อมูล สามารถสรุปเป็นหลักที่ควรพิจารณาในการออกแบบนิทรรศการดังนี้

1. เนื่องจากนิทรรศการของคุณฯเป็นเรื่องราวที่ต่อเนื่องในด้านการลำดับเนื้อหาเพื่อให้ผู้เข้าชมมี
พัฒนาการในการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องและถูกต้อง ดังนั้นรูปแบบการจัดจึงเป็นการจัดแสดงอยู่
ภายในห้องเดียว สามารถเดินชมเรื่อยๆโดยไม่ต้องย้อนกลับ ภายในกันเป็นส่วนๆเป็นการไม่
สร้างความ สับสนให้ผู้เข้าชมและสามารถบรรลุ ตาม

จุดประสงค์ของการจัดนิทรรศการ

2. ผู้เข้าชมเมื่อเข้าสู่ส่วนนิทรรศการ เริ่มแรกยังรู้สึกสนใจในการชม ดังนั้นจุดเริ่มต้นของ
นิทรรศการไม่จำเป็นต้องเป็นจุดสำคัญ (HIGHLIGHT)
ของนิทรรศการแต่ควรเป็นการจัดที่สามารถ
สร้างความประทับใจให้ผู้ชมและดึงดูดให้สนใจนิทรรศการต่อจนจบ
3. ความคุ้นเคยกับพื้นที่ (SPACE) หรือ วัตถุประสงค์ด้านขวามือ ถ้ามีวัตถุประสงค์ด้านซ้ายมือ ก็
สามารถแก้ไขได้โดยการจัดมุมมองที่เน้นสู่ทางซ้ายมือ
อาจใช้ลักษณะการกันเป็นส่วนสัดส่วน (PARTITION)การใช้แสงสีเน้นพื้นที่ (SPACE)
เป็นต้น ถ้าต้องการให้ทางสัญจรไปทางซ้ายมือ อาจทำได้โดยการใช้วัตถุประสงค์ที่สามารถดึงดูด
ความสนใจได้ เช่น วัตถุประสงค์ที่มีขนาดใหญ่หรือวัตถุประสงค์ที่เป็นจุดสำคัญ
(HIGHLIGHT) ของนิทรรศการ
4. ระยะเวลาหรือเส้นทางที่ยาวเกินไป จะทำให้ความสนใจของผู้ชมลดลง อาจเกิดจากความ
เมื่อยล้าหรือความเบื่อหน่าย ดังนั้นถ้านิทรรศการมีระยะเวลาในการชม
มากกว่า 30 นาทีควรมีจุดพักเพื่อ ให้ผู้ชมได้พัก อาจเป็นนิทรรศการที่ให้นั่งชม หรือ วัตถุประสงค์เป็น
การพักและเรียนรู้พร้อมๆกัน ควรให้มีจุดที่เป็น จุดสำคัญ (HIGHLIGHT) เป็นช่วงๆเพื่อสร้าง
ความสนใจให้กับผู้ชม
5. จากสัญชาติญาณของมนุษย์มักมีความกลัว ไม่คุ้นเคยกับพื้นที่ (SPACE) ที่แปลกใหม่หรือ
ที่มีมืด ดังนั้นในการจัดนิทรรศการควรใช้แสงเพิ่มความสว่างในการจัด
และยังเป็นการช่วยสร้างบรรยากาศด้วย อาจให้ใช้เน้นบริเวณทางเข้าหรือทางเดินเพื่อสร้าง
ความรู้สึกปลอดภัยให้ผู้เข้าชม
6. วัตถุประสงค์หรือวัตถุประสงค์ที่ไกลทางออกของการจัดนิทรรศการมักไม่ค่อยได้รับความสนใจ ดังนั้น
ช่วงท้ายของการจัดนิทรรศการควรใช้เป็นจุดสำคัญ (HIGHLIGHT)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อดึงดูดความสนใจหรือเป็นการสรุปเนื้อหาของการจัดนิทรรศการ

หลักการออกแบบสำหรับนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการให้มีประสิทธิภาพในการสร้างความสนใจ และให้ประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ชม ควรยึดหลักการออกแบบดังต่อไปนี้

1. **ความเป็นเอกภาพ (Unity)** หมายถึง การออกแบบทุกสิ่งทุกอย่างในการจัดนิทรรศการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2. **ความสมดุล (Balancing)** หมายถึง การจัดสิ่งต่าง ๆ ให้ได้สัดส่วนที่ก่อให้เกิดความรู้สึกสบาย ไม่หนักหรือเบาไปด้านใดด้านหนึ่ง

3. **การเน้น (Emphasis)** เป็นการจัดสิ่งเร้าให้ดูเด่นสร้างความสนใจตามวัตถุประสงค์ในการจัดนิทรรศการองค์ประกอบต่าง ๆ

ที่เป็นตัวเน้นได้ดี เช่น เส้น สี น้ำหนัก ทิศทาง ขนาด แสง เสียง เป็นต้น

4. **ความเรียบง่าย (Simplicity)** การจัดสิ่งเร้าให้มีความเรียบง่ายจะช่วยให้รู้สึกสบายสะดวก

5. **ความแตกต่าง (Contrast)** เป็นการจัดองค์ประกอบให้มีลักษณะแตกต่างกัน ให้ความรู้สึกตัดกัน เพื่อความชัดเจนและโดดเด่น

6. **ความกลมกลืน (Harmony)** เป็นการจัดองค์ประกอบให้มีลักษณะใกล้เคียงกัน ให้ความรู้สึกกลมกลืน นุ่มนวล ราบเรียบ

อาจแบ่งนิทรรศการออกเป็น 3 ขนาด ดังนี้

1. **Display** เป็นการจัดนิทรรศการเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น จัดบอร์ด เผยแพร่ความรู้ นำสิ่งของทั้งของจริงและจำลองมาตั้งวาง หรือจัดติดผนัง ที่ว่างตามห้องโถง ที่ว่างทางเดิน ระหว่างอาคาร, บริเวณใต้ถุนตึก เป็นต้น เป็นการจัดที่ไม่ใหญ่มากนัก พบเห็นได้ตามร้านขายของ ณ ห้างสรรพสินค้าทั่วไป

2. **Exhibition** เป็นการจัดที่ค่อนข้างซับซ้อน ใหญ่โตกว่า Display ครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น การจัดกว้างขวางขึ้น เสมือนกับเป็นการนำเอา Display หลาย ๆ Display มารวมกัน มีเรื่องราวที่ต้องเรียนรู้มากขึ้น ใช้พื้นที่กว้างขวาง เช่น ในสนามกีฬา ในบริเวณโรงเรียน ในลานวัด ในพื้นที่ใด ๆ หนึ่งที่จัดสรรขึ้น

คำบรรยายและอักษรที่ใช้ คำที่ใช้ในป้ายนิเทศมี 2 แบบคือ

1. ชื่อเรื่อง

2. คำบรรยาย

ชื่อเรื่อง ควรเป็นคำถาม และคำถามนั้น เจาะถามผู้ดู หรือใช้สรรพนามของผู้ดูใส่ลงไปโน้มน้าวได้

หรือ **ชื่อเรื่อง** อาจเป็นการเล่นอักษร เล่นสละ เล่นพยัญชนะ เป็นคำกลอน อุปมาอุปไมย ก็อาจเป็นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำบรรยายควรใช้คำธรรมดา เข้าใจง่ายและถ่ายทอดเนื้อหาได้ครบถ้วน การทำป้ายอักษรต้องมี Readability คือ ต้องก่อให้เกิดการอ่านได้ จับใจความได้เป็นที่เข้าใจ โดยใช้ให้เหมาะกับระดับความสามารถ และประสบการณ์พื้นฐานของผู้ชม ยกเว้นศัพท์เทคนิคที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ควรใช้คำบรรยายแต่น้อย ใช้เท่าที่จำเป็น นิทรรศการมิไว้ให้ดู ไม่ใช่มิไว้ให้อ่าน (Exhibition is seen not read) แต่ก็มีใช้ไม่มีคำบรรยายปรากฏอยู่เลย ควรมิเพื่อเพิ่มความชัดเจนในการจัดแสดง แต่อย่าให้ส่งผลหลักกับการเข้าชม

การให้แสง บางครั้งการให้แสงที่เหมาะสมแก่วัตถุที่ตั้งแสดงในนิทรรศการ จะทำให้สิ่งที่แสดงอยู่นั้นโดดเด่น มีความสำคัญ มีคุณค่า และดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้ไม่น้อย

การให้แสงที่เป็นจุด เน้นเฉพาะจุด เรียกว่า Spot Light ให้เงาที่รุนแรง เมื่อไฟแสดงอยู่ที่สูงเงาจะเอียงลงตามมุม มีความแข็งแกร่งมาก ให้ High Contrast แต่ไม่เห็นรายละเอียดมากนัก ส่วนที่ถูกแสงจะสว่างจ้า ส่วนที่เป็นเงาจะมีมืดมาก แสงลักษณะนี้ทำให้วัตถุที่แสดงนั้นแข็งกร้าว แข็งแกร่ง เข้มแข็ง ถ้าต้องการให้เห็นเป็นมิติ และเห็นรายละเอียด ต้องใช้ไฟดวงอื่นเข้ามาช่วย เพื่อลดความลดความเข้มของเงาที่ทอดขึ้น อย่าให้แสงเข้าตรงหน้าวัตถุโดยตรง จะทำให้วัตถุนั้นดูแบน ควรให้แสงเข้าทางด้านข้างประมาณ 45 องศา จะทำให้ดูเป็น 3 มิติ

ไฟ Flood ให้แสงที่แรงกว่า Fluorescent กินบริเวณกว้างกว่า Spot Light ไฟ Flood นิยมใช้ในการถ่ายภาพยนตร์ โทรทัศน์ เหมาะสำหรับนิทรรศการที่เป็นกลุ่มรวม

การให้วัตถุ Contrast กับฉากหลัง เรียกว่า Background Lighting คือให้ไฟส่องไปยังฉากหลังเพื่อให้เห็นฟอร์มของสิ่งที่แสดงเท่านั้น ทำให้เหมือนมีดหมื่น ถ้าต้องการให้เห็นรายละเอียดเพียงเล็กน้อย ก็ให้แสงชัดเขยที่อ่อนกว่าฉากหลัง (Background)

Back Lighting คือการให้แสงเข้าทางด้านหลังของวัตถุนั้น ถ้าวัตถุไม่มีแสงในตัวเอง ต้องให้แสงส่องถ้าวัตถุมีสีขาวหรือสีดำ การให้แสงจะค่อนข้างลำบาก ต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วน ถ้าเป็นวัตถุแวววาว เรืองแสง ควรให้ Background มีด เช่น ของเหลว (น้ำ) ให้แสงส่องเข้าทางด้านล่างจะดีที่สุด บางส่วนของนิทรรศการ อาจใช้ไฟที่ไม่ได้เปิดไว้ จะเปิดไฟก็ต่อเมื่อต้องการดูเท่านั้น

เทคนิคการเสริมความน่าสนใจ ความน่าสนใจอย่างหนึ่งในนิทรรศการก็คือ การแจก เช่น แจกสูจิบัตร (คู่มือการชมนิทรรศการ) ในสูจิบัตร อาจบอกวัตถุประสงค์ของการจัด รายชื่อกรรมการ ที่สำคัญคือเป็นไปในรูปของ Catalog คือเป็นการแจ้งให้ผู้ชมทราบว่า มีการแสดงอะไร แสดงไว้ตรงส่วนไหนบ้าง มีการสาธิตเกี่ยวกับเรื่องใด หรือมีการให้บริการต่าง ๆ อะไรบ้าง โดยบอกเวลา สถานที่ อาจมีรูปภาพ คำบรรยายประกอบ สูจิบัตรมีประโยชน์คือ ผู้ชมจะได้ทราบว่า มีอะไร แสดงที่ใด เวลาใด หรือเมื่อกลับจากดูนิทรรศการแล้ว อาจศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ จากคู่มือนี้ จะเกิดความเข้าใจ ประทับใจยิ่งขึ้น การเสริมความน่าสนใจอื่น ๆ เช่น

- การให้แสงเข้าช่วย
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การเคลื่อนไหว อาจจะทำให้วัตถุที่ตั้งแสดงนั้น ไม่นิ่งอยู่กับที่ มีการเคลื่อนไหวอยู่เสมอ หรือเป็นระยะ ๆ

- เครื่องกลไกต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้ชม มีโอกาสสัมผัส ทดลองกด เปิด-ปิด หยิบ ยก ดึง หรือทดลองปฏิบัติ ฯลฯ

- การใช้เสียงเข้าช่วย เช่นมีเสียงประกอบ (Sound Effect) เมื่อกดปุ่ม จะมีเสียงคำบรรยาย หรือ เสียงนกร้อง เสียงน้ำตก เสียงลมพัด เสียงฝนตก หรือเสียงประกอบที่สัมพันธ์กับสิ่งที่ตั้งแสดง บางครั้ง หากว่าเสียงจะรบกวนผู้ชมคนอื่น ก็อาจจะทำแบบให้ยกหูฟัง แต่จะฟังหรือไม่ฟังก็ได้

- ใช้สื่อที่สะอาดตา เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม

บางจุดของนิทรรศการ ที่คิดว่าผู้ชมอาจจะชอบบรรยายละเอียดเกี่ยวกับการใช้งาน หรือการทำงานของอุปกรณ์ หรือเครื่องจักรกลบางอย่าง อาจจัดผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ ซึ่งเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี มีทักษะในการสื่อสารแบบ face to face ไว้คอยให้คำอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติม เมื่อผู้ชมซักถาม

การกำหนดทางสัญจร

1. **ทางสัญจรแบบแนะนำ** วิธีนี้จะต้องเน้นการใช้สื่อสั้น การจัดแสดงป้ายบอกทาง หัวเรื่องและองค์ประกอบทางศิลปะอื่น ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชมให้เดินตามทางที่ผู้ออกแบบต้องการ โดยไม่ต้องใช้แผงหรือราวกันเป็นการออกแบบที่ยากที่สุด แต่ให้บรรยากาศที่สวยงาม ไม่ให้ผู้ชมรู้สึกว่าคุณบังคับมากไปในพื้นที่นั้นๆ
2. **ทางสัญจรแบบเปิดโล่ง** เมื่อผู้เข้าชมเดินเข้าห้องนิทรรศการห้องหนึ่ง เขาสามารถเลือกทางเดินภายในห้องจัดแสดงได้ด้วยตัวเองโดยไม่มีแนวทางมาบังคับ ลักษณะการเคลื่อนที่เป็นแบบสุ่มนิยมจัดทางสัญจรแบบนี้กับพิพิธภัณฑ์ศิลปะ
3. **ทางสัญจรแบบบังคับ** โดยทั่วไป การจัดนิทรรศการแบบนี้มักจัดเป็นทางเดินทางเดียวโดยมักจะไม่มีทางออกก่อนที่จะชมนิทรรศการจบ

3.1.4 บรรยากาศของห้องแสดงนิทรรศการ

ในการจัดแสดงนิทรรศการประเภทหนึ่งประเภทใดก็ตาม สิ่งสำคัญที่ต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งก็คือ

บรรยากาศของห้องจะต้องไปตามรสนิยมและสัมพันธ์กับความต้องการของผู้ชม ที่จะเข้าไปใช้บริการของโครงการ ผู้ที่เข้าชมนิทรรศการโดยทั่วไป แบ่งได้ 2 แบบคือ คนที่เข้าชมเพื่อต้องการหาความงามกับคนที่เข้ามา

ชมเพราะต้องการศึกษา คนทั้ง 2 แบบนี้มีความต้องการต่างกัน การจัดแสดงที่ดีนั้นจะต้องรักษาบรรยากาศ

ของห้องแสดงเพื่อสนองความต้องการของคนทั้ง 2 กลุ่ม โดยบรรยากาศของห้องจัดแสดงมีคุณสมบัติดังนี้
เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นำไปเผยแพร่โดยไม่ขออนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. **เร้าความสนใจในด้านความงาม** ความงามของวัตถุแบ่งความงามในการจัดแสดงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะฉะนั้นในการจัดแสดงวัตถุต่างๆจะต้องถือว่าเป็นเรื่องสำคัญ การจัดนิทรรศการควรสร้างบรรยากาศให้สวยงามเกิดความประทับใจ สร้างความน่าสนใจ ดึงดูดจะทำให้ผู้ชมจดจำเนื้อหาได้ดี

2. **เร้าใจให้เพลิดเพลิน** ความเพลิดเพลินในห้องแสดงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของห้องแสดงต่างๆ เพราะเพียงความงามของวัตถุและการจัดแสดงอย่างเดียวจะทำให้ประชาชนเกิดความเบื่อหน่าย ไม่อยากเดินชมหรือชมนานเท่าที่ควร ความเพลิดเพลินสามารถสร้างได้หลายวิธี เช่น การใช้เทคนิคแสง สี เสียงช่วย มีช่วงจังหวะให้ผู้ชมได้สนุกกับการชม และมีส่วนร่วมในการชมนิทรรศการ

3. **เร้าให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นอยากค้นคว้า** ความอยากรู้อยากเห็นเป็นเป้าหมายของห้องแสดงที่สำคัญที่สุด เพราะห้องแสดงมุ่งเน้นการให้ความรู้เรื่องต่างๆแก่ผู้ชม หากห้องแสดงมีแต่ความงามและความเพลิดเพลินจะประสบความสำเร็จไม่ได้เพราะผู้เข้าชมไม่ได้ความรู้เพิ่มเติม การกระตุ้นให้เกิดความ

อยากรู้อยากเห็นอยากค้นคว้า จนอยากมีส่วนร่วมในนิทรรศการ กระทำได้หลายประการ เช่น

- ออกแบบลักษณะของห้องแสดงให้เร้าใจ เป็นขั้นเป็นตอน เมื่อผู้เข้าชมเข้าสู่ห้องแสดงตอนที่1แล้วก็จะอยากเห็นลำดับต่อไป ไม่สัมพันธ์กับเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร ห้องแสดงที่ยาวเกินไปจะทำให้เกิดความอึดอัด ไม่เร้า

ความสนใจเท่าที่ควร เพราะวัตถุแสดงจะลลานตาไปหมด

- คำอธิบายวัตถุในเชิงคำถาม (TEXT) เป็นส่วนสำคัญที่สุดที่สร้างความอยากรู้อยากเห็นของผู้ชม หลายแห่งได้ตั้งปัญหาเป็นการถามผู้ชมเพื่อจะได้หยุดและค้นคว้าหาคำตอบจากแผ่นป้ายในห้องแสดง ความสัมพันธ์นี้ควรเกิดขึ้นพร้อมกันตลอดเวลา

ลักษณะของการจัดแสดง

1. ประเภทวัตถุจริง หรือ วัตถุจำลองเป็นวัตถุลอยตัวลักษณะ 3 มิติ (MODEL) มีรูปทรงและขนาดต่างๆ มากมาย การจัดแสดงอาจจัดแสดงวัตถุแบบเดี่ยวๆหรือนำวัตถุขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่มาประกอบกัน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ วัตถุที่มีขนาดเล็กจำเป็นต้องมีฐานตั้งหรือที่รองรับ เช่น แท่นวางหรือตู้จัดแสดง

2. ประเภทแผ่น 2 มิติ ส่วนใหญ่การจัดเป็นแผ่น (PANEL) และการจัดลักษณะนี้หลายๆจะทำให้ นิทรรศการน่าเบื่อหน่าย การจัดแสดงอาจจัดแบบลอยตัวหรือติดผนัง และสามารถแยกได้ 2 ชนิด

- BOARD แบบธรรมดาใช้แสดงภาพ 2 มิติทั่วไป
- ELECTRONIC BOARD เป็น BOARD ที่ใช้อุปกรณ์หลายอย่างเข้าช่วยในการจัดแสดงเพื่อเพิ่มความสนใจเช่น ใช้ไฟประดับ เครื่องบันทึกเสียงหรือกดปุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. อันตรกาศ เป็นการทำ BOARD ซึ่งจัดเป็นฉากและวัตถุประเภท ชิ้นส่วน (OBJECT)หรือวัตถุจำลอง เป็นวัตถุลดขนาดลักษณะ 3 มิติ (MODEL) มาประกอบกันเพื่อให้ให้เห็นบรรยากาศ ตู้ DIORAMA มีความ ลึกอย่างต่ำ 60 เซนติเมตร ถ้ามีขนาดใหญ่ก็จัดเป็นห้อง DIORAMA ซึ่งสามารถเดินเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของนิทรรศการได้

4. ผนังวิดีโอ (VDO WALL) เป็นลักษณะการจัดแสดงที่มีความทันสมัยมากขึ้น เน้นการใช้อุปกรณ์ประเภททีวี วิดีโอ ผนังวิดีโอ (VDO WALL)ก็คือการส่งสัญญาณภาพจากเครื่องส่งสัญญาณต่างๆเช่น เครื่องเล่นซีดีเข้าสู่จอรับภาพ ซึ่งก็คือจอโทรทัศน์หรือโปรเจคเตอร์ที่มีมากกว่า 1 เครื่องขึ้นไปโดยสามารถต่อหรือดัดแปลงสัญญาณในรูปแบบต่างๆกัน สามารถควบคุมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถตัดต่อภาพและหน่วงเวลาภาพได้

5. คอมพิวเตอร์ เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยและนิยมมาใช้ในการจัดแสดงนิทรรศการในปัจจุบัน เนื่องจากเราสามารถเรียนรู้ในส่วนที่สนใจด้วยตัวเอง การติดต่อกับคอมพิวเตอร์สามารถผ่านอุปกรณ์รับข้อมูลทั่วไปเช่น เมาส์ คีย์บอร์ด แต่ปัจจุบันนิยมใช้ระบบสัมผัส (TOUCH SCREEN) ซึ่งเป็นระบบที่ผู้ชมสามารถใช้นิ้วสัมผัสบนหน้าจอเพื่อเลือกในส่วนที่ต้องการ ซึ่งทำให้รูปแบบการจัดแสดงประสบความสำเร็จมากขึ้น

การให้แสงสว่างในการจัดนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการในโครงการศูนย์เน้นการให้แสงสว่างแบบแสงประดิษฐ์เพื่อให้ได้บรรยากาศแบบที่ต้องการ นอกจากนี้ถ้าใช้แสงธรรมชาติไม่เพียงแต่แสงเท่านั้นที่เข้ามา ยังรวมถึงความร้อนด้วย ซึ่งไม่เกิดผลดีกับอุปกรณ์ต่างๆในการประกอบการจัดนิทรรศการ ดังนั้นการศึกษาการให้แสงสว่างในการจัดนิทรรศการ จึงมุ่งเน้นลงที่เนื้อหาของการให้แสงสว่างแบบประดิษฐ์มากกว่าธรรมชาติ

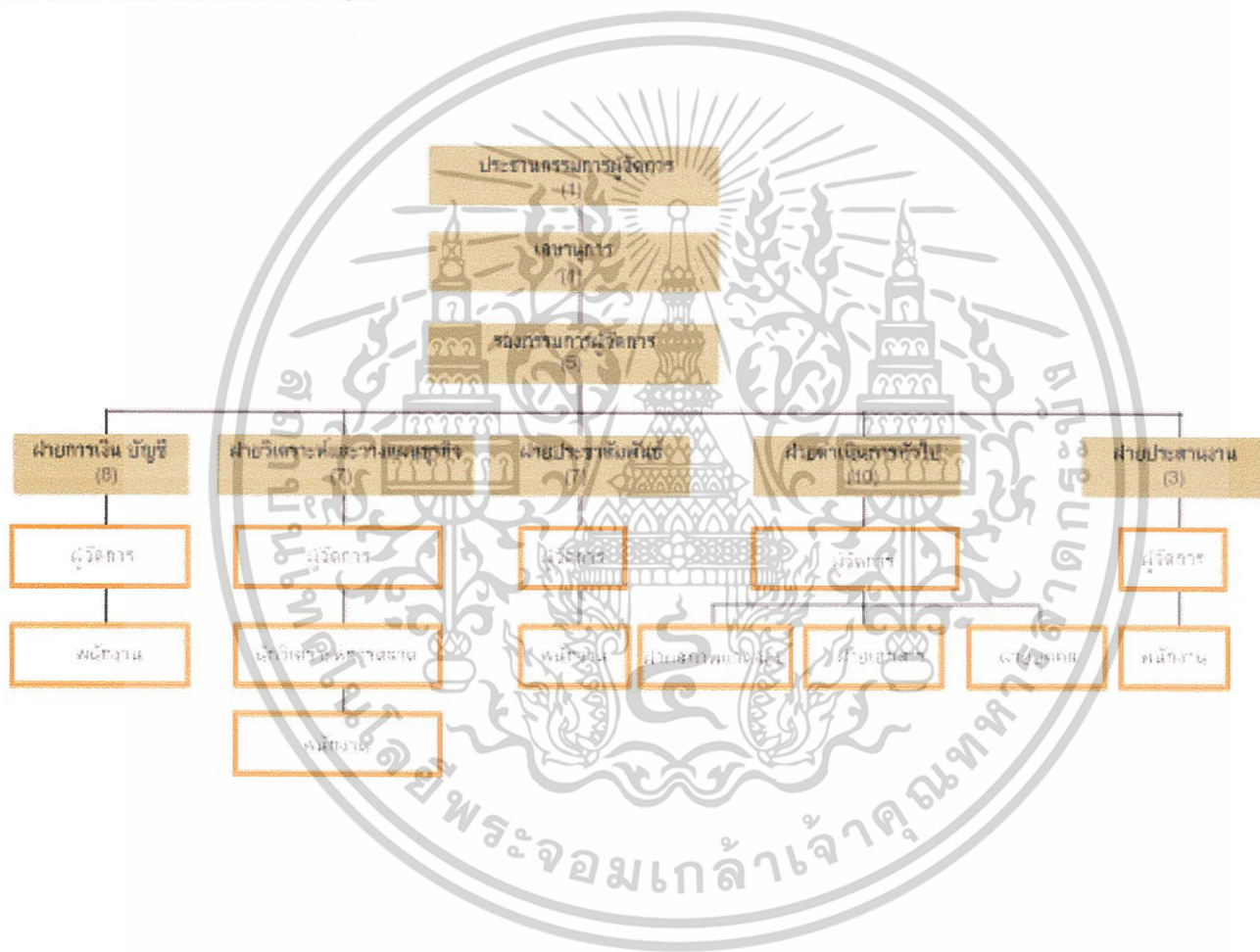
การให้แสงสว่างประดิษฐ์เป็นการสิ้นเปลือง แต่สามารถนำมาใช้ในมุมต่างๆได้อย่างสะดวกจึงเป็นที่นิยมในห้องแสดง ซึ่งตามปกติจะนิยมติดไฟตามเพดาน ให้ปริมาณแสงกระจายมาไปยังส่วนจัดแสดง แต่ถ้าในกรณีที่เป็นตู้จัดแสดง นิยมนำแสงไฟซ่อนไว้บนตู้แล้วกรอกด้วยผ้าอีกชั้น แล้วแต่ความเหมาะสมในการจัดแสดงวัตถุแต่ละประเภท แสงไฟธรรมดาที่มีคอมแก้วกันจะทำให้ตาพร่ามัว แสงกระจายไม่เท่ากัน บางครั้งอาจใช้หลอดไฟฟ้าที่ทำให้แสงกระจายออกได้เท่ากัน โดยการใส่การสะท้อนออกจากฉากอีกทีหนึ่ง กรณีที่แสงส่องออกมาเฉพาะทางตรงนิยมใช้เมื่อวัตถุอยู่ในความมืดและมีแสงพวกนี้รอบจะเห็นวัตถุที่แสดงได้ดี แสงสว่างประดิษฐ์ได้แก่แสงไฟฟลูออเรสเซนต์ และแสงฟลูออเรสเซนต์ (FLUORESCENT) แสดงทั่วไปมีความร้อนและออกสีแดง

มากกว่าแสงธรรมชาติ ส่วนแสงฟลูออเรสเซนต์ใกล้เคียงกับแสงธรรมชาติมาก ในปัจจุบันมี DAYLIGHT FLUORESCENT ซึ่งนับว่าใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด สำหรับแสงประดิษฐ์ให้ร้อนหรือ INCANDESCENT จะให้แสงที่นุ่มนวล เหมาะในการให้แสงเพื่อเน้นจุดสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักการให้แสงภายในตู้มีความสำคัญมากสำหรับวัตถุแสดงในนิทรรศการเพราะแสงจะเป็นไปตามธรรมชาติจากวัตถุได้มากที่สุด ดังนั้น การติดตั้งหลอดฟลูออเรสเซนต์ไว้ตามด้านบน ด้านล่าง หรือ ด้านข้างของตู้ควรจะมีแผ่นกระจกรองแสงปิดกันอีกชั้นหนึ่งซึ่งมีคุณสมบัติในการลดแสงอุลตราไวโอเลตที่จะทำลายวัตถุแสดงให้เสื่อมลง หลอดไฟควรอยู่ในระยะที่เหมาะสม

สายการบริหารและอัตรากำลัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

พฤติกรรมและพื้นที่ที่ต้องการ

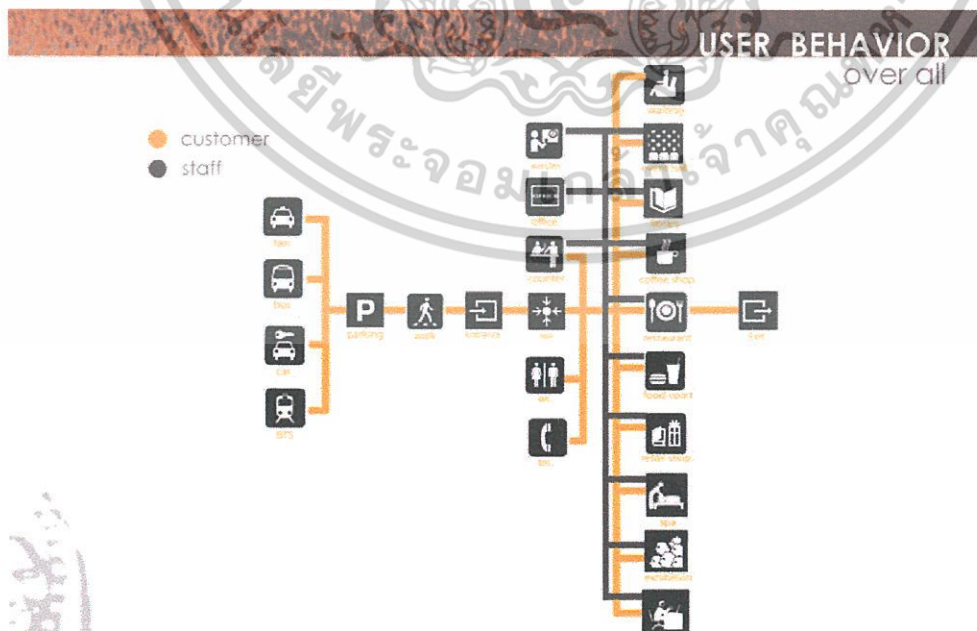
3.1 ตารางเวลาการเข้าใช้งาน



3.2 พฤติกรรมผู้ใช้โครงการ

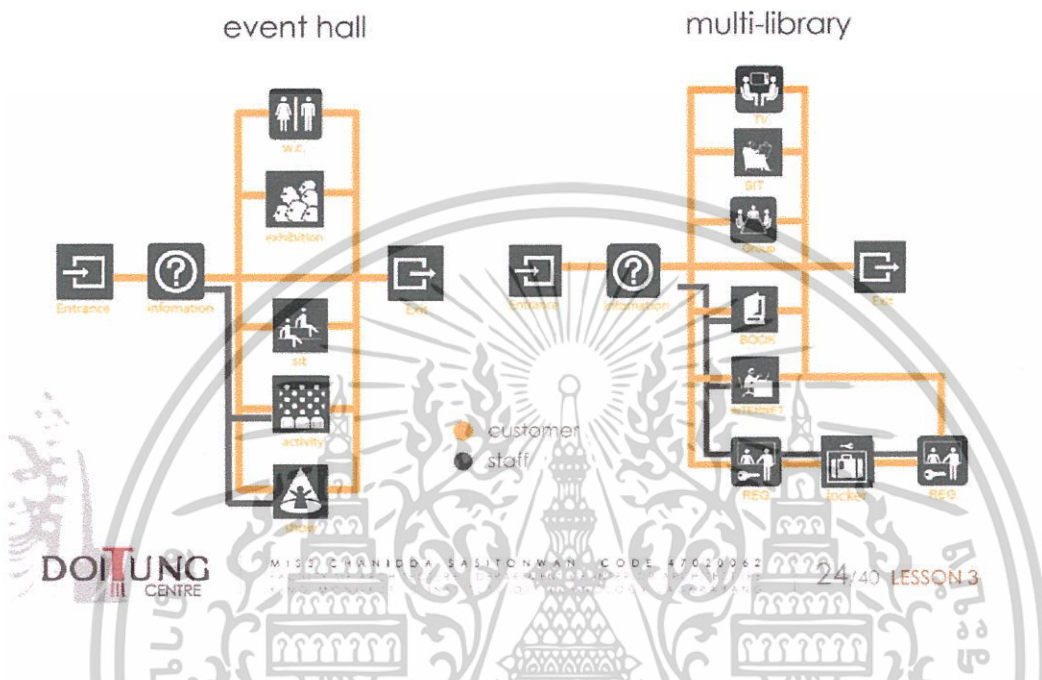
พฤติกรรมของผู้เข้าใช้โครงการแบ่งตามส่วนต่างๆดังนี้

1. พฤติกรรมผู้ใช้โดยรวม



2. พฤติกรรมผู้ใช้ event hall และ multi-library

USER BEHAVIOR



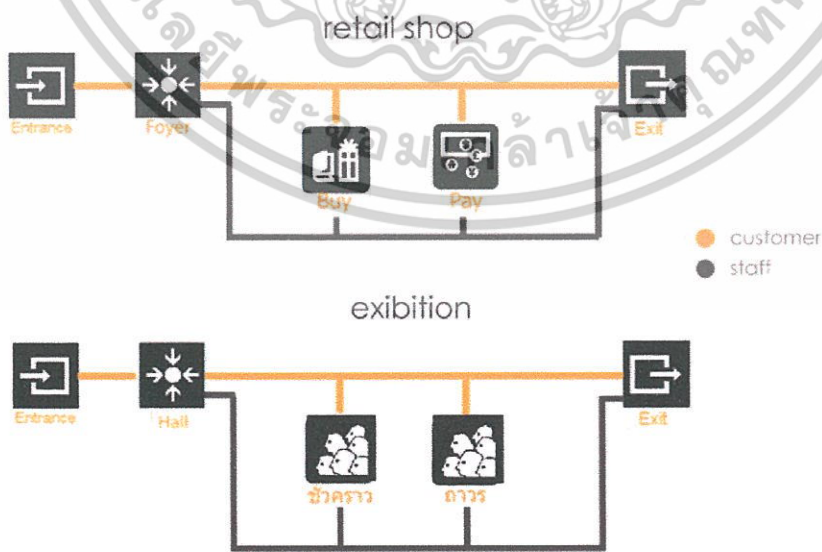
DOI TUNG CENTRE

MISS CHANIDDA SASITORWAN CODE 47020062

24/40 LESSON 3

3. พฤติกรรมผู้ใช้ retail shop และ exhibition

USER BEHAVIOR



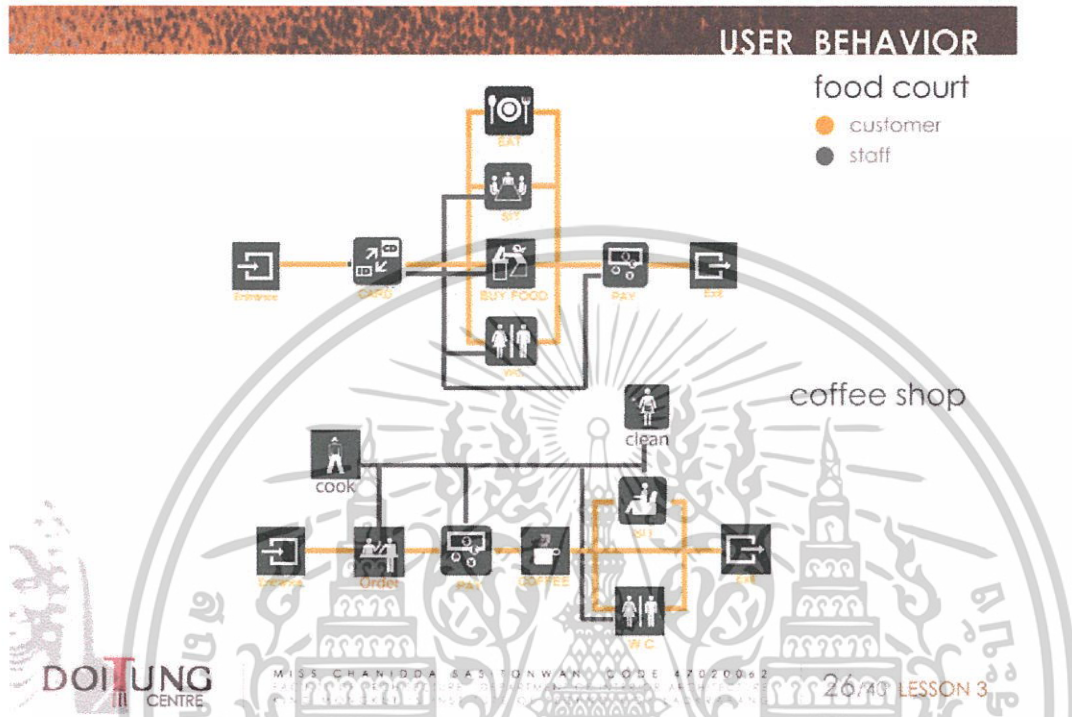
DOI TUNG CENTRE

MISS CHANIDDA SASITORWAN CODE 47020062
FACULTY OF ARCHITECTURE DEPARTMENT OF ARCHITECTURE
KING MONSIEUR 5, NONG TOU OF TECHNOLOGY LAKKAEANG

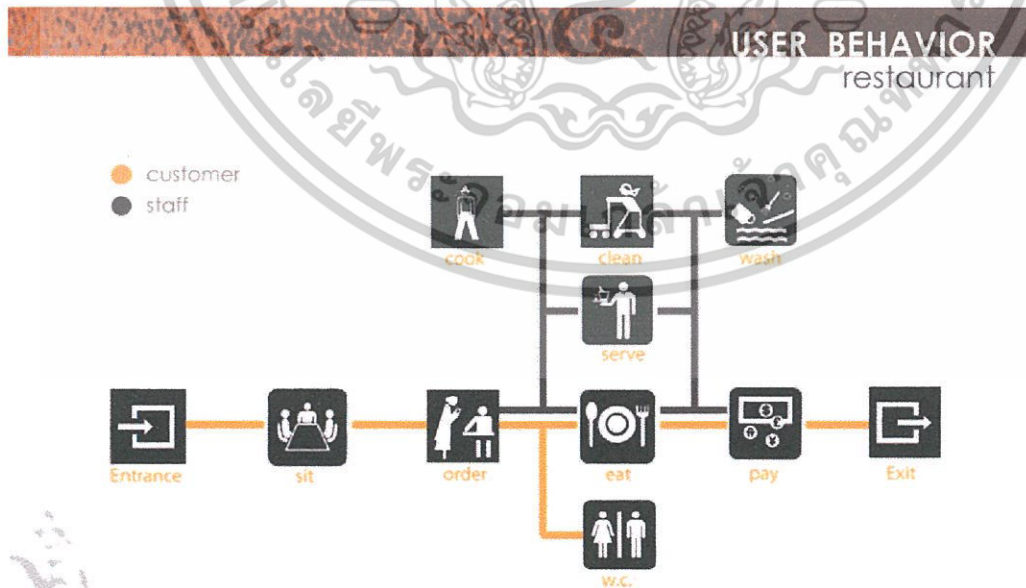
25/40 LESSON 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. พฤติกรรมผู้ใช้ food court และ coffee shop



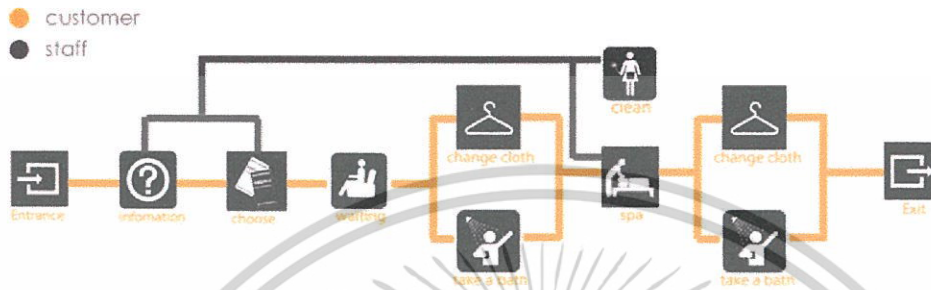
5. พฤติกรรมผู้ใช้ restaurant



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. พฤติกรรมผู้ใช้ spa room

USER BEHAVIOR spa



MISS CHARIPDA SASSIRONWAN CODE 4-C20062

28/40 LESSON 3

3.2 การวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยภายในอาคาร

reception

AREA	AREA UNIT (m ²)	UNIT	TOTAL AREA (m ²)	REMARK
COUNTER	4.5		4.5	
DIRECTORY BOARD	4.0	1	4.0	
REGISTER	4.5	2	9	
W.C.	2.4	2	4.8	
CIRCULATION			6.69	30% OF AREA
TOTAL AREA			28.99	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

waiting area

AREA	AREA/UNIT(m ²)	UNIT	TOTAL AREA (m ²)	REMARK
WAITING AREA	3.00	12	36	
	5.58	4	22.32	
CIRCULATION			17.49	30% OF AREA
TOTAL AREA			75.81	

Restaurant

AREA	AREA/UNIT(m ²)	UNIT	TOTAL AREA (m ²)	REMARK
SEATING				
2 SEATS	0.98	64	62.72	
4 SEATS	0.98	100	98.00	
6 SEATS	0.90	56	50.40	
WATER CLOSET			7.50	
LAVATORY	0.56	2	1.12	
URINAL	0.64	2	1.28	
STOCK			17.09	30% OF KITCHEN
KITCHEN			56.67	30% OF AREA
CIRCULATION			70.18	30% OF AREA
TOTAL AREA			335.64	

DoiTung cafe

AREA	AREA/UNIT(m ²)	UNIT	TOTAL AREA (m ²)	REMARK
DRINKING AREA	2.64	50	132.00	
COUNTER BAR	5.00	1	5.00	
STOCK			27.88	20% OF AREA
CASHIER	2.4	1	2.4	
CIRCULATION			50.18	30% OF AREA
TOTAL AREA			215.04	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

multi-library

AREA	AREA/ UNIT(ม ²)	UNIT	TOTAL AREA(ม ²)	REMARK
SEATING	0.48	300	144	
1. หนังสือทั่วไป				
2. หนังสืออ้างอิง	52	1	52	
3. magazine				
COMPUTER ZONE			58.80	
BOOK STORAGE	หนังสือ 300 300 ซม. ต้นหนังสือมีหนังสือ 9000 เล่ม			
หนังสือทั่วไป 70 %	6300 ซม. 1500เล่ม		42.0	
หนังสืออ้างอิง20%	1600 ซม. 1100เล่ม		16.36	
magazine 10%	900 ซม. 1100เล่ม		8.18	
ส่วนพนักงาน				
พื้นที่บรรณารักษ์	9.00	2	18.00	
พื้นที่รับหนังสือ	4.50	1	4.50	
รวมย่อยอีก				
เลขเอกสาร	0.48	3	1.44	
คู่มือบรรณารักษ์	0.54	4	2.16	
CIRCULATION			105.32	
TOTAL AREA			255.82	

exhibition hall

AREA	AREA/ UNIT(ม ²)	UNIT	TOTAL AREA(ม ²)	REMARK
EXHIBITION AREA	5.67	1	5.67	ROOM-EXHIBITION
INFORMATION	2.60	1	2.60	
WRITING AREA	5.48	4	22.32	
CIRCULATION			177.87	
TOTAL AREA			204.80	

office

AREA	AREA/ UNIT(ม ²)	UNIT	TOTAL AREA(ม ²)	REMARK
HALL	0.64	100	64	
INFORMATION	2.60	2	5.10	
WRITING AREA	6.25	8	50	
OFFICE				
1. ห้องหนังสือ	15	8	120	
2. พนักงาน	6	80	480	
1 ห้องรับหนังสือ	24	1	24	
2 ห้องรับหนังสือ	18	11	198	
MEETING ROOM				
20 SEATS	64	1	64	
10 SEATS	32	1	32	
4 SEATS	6.25	4	25	
RELAX ROOM	9.00	3	27	
CIRCULATION			326.73	30% OF AREA
TOTAL AREA			1415.83	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 สภาพแวดล้อมภายใน

4.1 ระบบปรับอากาศ

ในการทำความเย็นอากาศที่ได้ปรับภายแล้วที่จะไหลผ่านช่องทางออกเข้าไปในห้องมี อุณหภูมิและความชื้นต่ำ ส่วนในการทำความอบอุ่นจะอุณหภูมิและความชื้นสูง ซึ่งแตกต่างจาก อุณหภูมิและความชื้นของอากาศภายในห้อง เมื่ออากาศที่ปรับภายแล้วได้เข้าไปถึงบริเวณที่คน อาศัยโดยขณะเดียวกันก็ผสมรวมกับอากาศภายในห้องจนกระทั่งความเร็วเฉลี่ยลดลงถึง 0.12 - 0.25 m/s และมีอุณหภูมิและความชื้นใกล้เคียงกับของอากาศภายในห้อง ผลของการปรับอากาศ ที่ต้องการจึงจะสำเร็จ เพราะฉะนั้นเมื่อความแตกต่างในการกระจายของอุณหภูมิในบริเวณที่คน อาศัยเป็น 1.5 องศาเซลเซียสหรือมากกว่า การเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของอุณหภูมิจะขึ้นอยู่กับเวลา หรือเมื่อความเร็วลมในเขตที่มีคนอาศัยน้อยกว่า 0.1 m/s อากาศก็จะเฉื่อย ผู้คนที่อาศัยจะรู้สึก อึดอัดไม่สบาย แต่ถ้าความเร็วลมพุ่งออกมาแรงเกินไปจะเกิด COLD DRAFT คือภาวะที่ทำให้ คนรู้สึกเย็นเป็นบางแห่ง เนื่องจากการระบายความร้อนออกไปมากกว่าปกติเพราะอุณหภูมิของ อากาศไม่สม่ำเสมอ หรือเพราะกระแสลม ในห้องโดยเฉพาะกระแสลมที่มีอุณหภูมิต่ำและมีความเร็วลมสูง เนื่องจากอากาศที่ดูดเข้ามาใกล้กับช่องทางดูดมีความเร็วลดลงเมื่อห่างออกไปจาก ช่องทางดูด ความสัมพันธ์ ของช่องทางดูดกับช่องทางออกจึงมีผลกระทบก่อนการกระจายลม ภายในห้อง เมื่อพิจารณาการกระจายลมให้ทั่วทั้งห้อง ในทางปฏิบัติทั่วไปนิยมพิจารณาการกระจาย ลมออก และการดูดลมกลับแยกกันและมีมาตรการระวังไม่ให้ลมที่จ่ายเข้าไปในบริเวณที่มีคน อาศัยมีอุณหภูมิแตกต่างกันมาก หรือมีความเร็วมาก เมื่อความเร็วช่องทางดูดที่ทางเข้าสูงเกินไป หรือเมื่อพื้นที่ช่องทางดูดเล็ก ผู้อยู่อาศัยใกล้ช่องทางดูดจะรู้สึกว่ามีความเย็น เมื่อในห้องมี ช่องทางออกหลายช่อง จะต้องมีมาตรการให้การกระจายของลมที่เป่าออกมาเป็นไปอย่างทั่วถึง และสม่ำเสมอ

4.1.1 การจัดแนวท่อลม

ท่อลมคือท่อที่อากาศจากพัดลมของเครื่องปรับอากาศถูกส่งผ่านไปยังช่องทางออก หรือ ท่อจากช่องทางดูด หรือท่อจากช่องอากาศภายนอกถูกดูดผ่านเข้าไปยังเครื่องปรับอากาศ การ จัดแนวท่อลมระหว่างเครื่องปรับอากาศและช่องทางออกหรือทางเข้าของห้องอาจแบ่งออกเป็น 3 แบบดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.ระบบท่อลมประธาน (TRUNK AIR DUCT SYSTEM)

เป็นระบบท่อลมประธานต่อระหว่างเครื่องปรับอากาศกับช่องทางออก ระบบนี้เป็นระบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับระบบอื่นๆ ระบบนี้เป็นระบบที่ออกแบบและติดตั้งได้ง่าย ใช้น้ำมันที่น้อยราคาติดตั้งถูก

2.ระบบท่อลมเฉพาะหัวจ่าย (INDIVIDUAL AIR DUCT SYSTEM)

เป็นระบบที่ท่อลมต่อระหว่างเครื่องปรับอากาศ และหัวจ่ายแต่ละหัว เป็นระบบที่นิยมใช้กับเครื่องปรับอากาศแบบชุดที่ติดตั้งไว้กลางห้องเป็นระบบที่สามารถควบคุมปริมาณของอากาศ ที่แต่ละหัวจ่ายได้ที่จุดใกล้เคียงกับเครื่องปรับอากาศ แต่ระบบนี้ค่าติดตั้งแพงและใช้เนื้อที่มาก

3.ระบบท่อลมวง (LOOP AIR DUCT SYSTEM)

เป็นระบบที่มีท่อลมต่อโยงระหว่างท่อลมประธาน 2 ท่อ เป็นระบบที่สามารถปรับสมดุลปริมาณของอากาศที่ช่องทางออกที่ใกล้ปลายทาง เป็นระบบที่นิยมใช้ในโรงงาน และบ้านพักอาศัย แต่ระบบนี้ไม่ควรนำไปใช้ที่ภาระความร้อนของเครื่องปรับอากาศต่างกัน เช่น ด้านตะวันออก - ด้านตะวันตก เป็นต้น

4.1.3 ลักษณะของหน้ากากจ่ายลม

หน้ากากจ่ายลมมาตรฐานที่นิยม มี 2 แบบ คือ

4.1.3.1 แบบฝังเพดาน (CEILING DIFFUSOR)

4.1.3.1.1 แบบสี่เหลี่ยม (SQUARE)

4.1.3.1.2 แบบวงกลม (CIRCULAR)

4.1.3.1.3 แบบ SLOT

4.1.3.2.แบบฝังผนัง (WALL DIFFUSOR)

ตำแหน่งที่ตั้งหอทำน้ำเย็น (INSTALLATION OF COOLING TOWER)

ตำแหน่งสำหรับติดตั้งทำ COOLING TOWER จะต้องเป็นตำแหน่งที่ COOLING TOWER ทำงานได้ดีปราศจากปัญหายุ่งยากใดๆ ในบางกรณีตำแหน่งที่ตั้ง COOLING TOWER อาจถูกบังคับโดยความสวยงามของอาคาร แต่ในบางกรณีก็มีปัญหาเกี่ยวกับอุปสรรครอบๆ อาคาร เช่นมีผนังที่บอบอยู่ใกล้ๆ ทำให้ปริมาณลมที่ผ่าน COOLING TOWER น้อยลงหรือแก๊สไอเสียจากปล่องไฟอาจถูกดูดเข้าไปใน COOLING TOWER ทำให้เกิดการกัดกร่อนเป็นสนิม โดยตำแหน่งที่ตั้งเหมาะสม ได้แก่

- 1.ตำแหน่งที่ตั้งจะต้องโปร่ง การถ่ายเทอากาศดีและไม่มีผลกระทบจากอาคารข้างเคียง
- 2.ตำแหน่งที่ตั้งจะต้องไม่เสี่ยงรบกวนบริเวณรอบๆ
- 3.ตำแหน่งที่ตั้งจะต้องอยู่ห่างจากแก๊สไอเสียและลมร้อน
- 4.ตำแหน่งที่ตั้งจะต้องสะอาด ปราศจากฝุ่นและสิ่งสกปรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.ตำแหน่งที่ตั้งจะต้องอยู่ใกล้เครื่องทำความเย็นมากที่สุด

6.ตำแหน่งที่ตั้งจะต้องกว้างพอที่จะสามารถทำการติดตั้ง ตรวจสอบบำรุงรักษาได้สะดวก

ข้อควรรู้เรื่อง SPACE REQUIREMENT สำหรับระบบปรับอากาศ

1. SPACE ในช่องฝ้าเพดาน ซึ่งในการเดินท่อลมสำหรับส่งลมเย็นไปยังจุดต่างๆ ในทางปฏิบัติจะต้องการประมาณ 0.30-0.6. เมตร ซึ่งเป็น CLEAR SPACE ระหว่างห้องใต้ห้องคานและแผ่นฝ้าเพดาน

2. ช่อง SHAFT สำหรับระบบต่างๆเช่น การเดินท่อน้ำยา ท่อไฟฟ้าของระบบปรับอากาศ หรือท่อน้ำสำหรับ CHILLED WATER หรือท่อน้ำสำหรับ CONDENSER WATER และท่อน้ำสำหรับน้ำทิ้ง ควรปรึกษาวิศวกรออกแบบระบบปรับอากาศเพื่อกำหนดขนาดของ SHAFT ได้ถูกต้อง

3.ขนาดของเครื่องเป่าลมเย็น หรือห้องเครื่องใหญ่ ห้องเครื่องเป่าลมเย็นมักจะต้องอยู่ใกล้หรืออยู่บริเวณที่ทำการปรับอากาศ เพื่อสะดวกในการเดินท่อส่งลมเย็น และลมกลับ ส่วนห้องเครื่องใหญ่นั้น ขนาดของห้องจะขึ้นอยู่กับขนาดของเครื่องทำความเย็นที่ใช้ในอาคาร

ตารางที่ 9 ขนาดทำความเย็น/ขนาดของห้องเครื่อง

ขนาดทำความเย็นของอาคาร (ตัน)	ขนาดห้องเครื่องโดยประมาณ(m x m)
100-200	6.00 x 10.00
300-400	8.00 x 12.00
500-800	10.00 x 14.00
1000	12.00 x 20.00
2000	12.00 x 24.00

4.2ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง

ระบบแสงสว่างสำหรับอาคารนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องคำนึงถึงให้มาก โดยเฉพาะในส่วนที่จำเป็นต้องใช้แสงในการสร้างบรรยากาศ และยังเพื่อให้เกิดความสบายตาสำหรับผู้ในพื้นที่ในส่วนต่างๆ ด้วย การให้แสงสว่างภายในอาคารมี 2 แบบหลักๆ คือ

4.2.1 การให้แสงสว่างโดยแสงธรรมชาติ (NATURAL LIGHTING) มีอิทธิพลต่อสายตาผู้ใช้งาน และอาจมีผลทำให้เกิดความล้าต่อสายตา แม้ว่ามนุษย์จะสามารถปรับสายตาได้เอง การใช้แสงธรรมชาติภายในอาคารเป็นการควบคุมที่ยากลำบาก และแสงจะไม่สม่ำเสมอจะเปลี่ยนตามเวลาของวันที่เปลี่ยนไป และเมื่อถึงเวลากลางคืนก็จะมีแสงเลย และรังสีอัลตราไว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอเลตในแสงอาทิตย์อาจทำลายวัตถุต่างๆได้ เราสามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้โดยใช้ SCREEN เพื่อลดความเข้มของการส่องสว่างตามธรรมชาติ หรือการออกแบบให้แสงธรรมชาติ เข้าสู่อาคาร โดยทางอ้อม (INDIRECT) แต่การให้แสงธรรมชาติเพียงอย่างเดียว ไม่เป็นที่นิยม เพราะไม่สามารถควบคุมบรรยากาศ หรือจุดสนใจในส่วนต่างๆที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางที่ดีในการให้แสงควรเป็นการผสมผสานระหว่างแสงสว่างประดิษฐ์ และแสงธรรมชาติเพราะจะได้ไม่ต้องมัวคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของแสงธรรมชาติซึ่งมีผลไปถึงเรื่องความเข้มของแสงทั้งนี้การใช้แสงประดิษฐ์จะต้องใช้ในปริมาณที่เหมาะสมดังกล่าวมาในหัวข้อต่อไป การให้แสงสว่างแบบธรรมชาติมี 4 วิธี คือ

1.การให้แสงสว่างจากด้านบน เหมาะสำหรับการแสดงวัตถุ มีข้อเสียคือแสงส่วนใหญ่จะตกที่พื้นห้องมากกว่าผนัง นิยมทำกันโดยให้แสงส่องผ่านช่องเปิดของหลังคาของอาคาร ควรเป็นเพดานสูงและผลเสียอีกประการคือ อาจเกิดการสะท้อนที่กระจก ทำให้เกิดความรู้สึกว่าห้องมีขนาดเล็กกลง และรู้สึกไม่สบายตา การให้แสงสว่างจากด้านบน ทำได้โดยการสร้างหลังคาด้วยกระจก อาจเป็นกระจกทั้งหมดหรือบางส่วน แต่ในเขตร้อนไม่เป็นที่นิยม จะใช้กระจกไม่เกิน 6 % ของพื้นที่หลังคาทั้งหมด

2.การให้แสงสว่างจากด้านข้าง อาคารมีการเปิดช่องหน้าต่างทางด้านข้าง ซึ่งบังคับแสงสว่างได้ยากเพราะแสงแผ่ออกไม่เท่ากัน บางส่วนของห้องได้รับแสงไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังเสียพื้นที่ของผนังด้วย

3.การให้แสงสว่างจากหน้าต่างที่ค่อนข้างสูง เป็นการให้แสงสว่างที่เหมาะสมที่สุด แสงที่ตกลงมาทำมุม 45 องศา และกระจายไปได้ทั้งห้อง จะไม่ทำให้เกิดแสงสะท้อนและยับย่นตาพร่า

4.การให้แสงสว่างทางอ้อม เป็นการให้โดยก่อให้เกิดแสงสะท้อน เช่นการให้แสงส่องตรงมายังผนังสีขาว เพื่อให้สะท้อนออกมาหรืออาจจะใช้กระจกมาสะท้อนแสงสว่างเข้ามาในห้อง การให้ไม่เพียงแต่ใช้กับแสงธรรมชาติ ยังใช้กับแสงประดิษฐ์ได้อีกด้วย มีการใช้แสงหลายลักษณะ การให้แสงสว่างแบบนี้จะช่วยให้สายตาไม่พร่ามัวมาก

4.2.2 การให้แสงสว่างโดยใช้แสงประดิษฐ์ (ARTIFICIAL LIGHTING) สามารถใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าแสงธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตามการติดตั้งก็ต้องเป็นไปตามทฤษฎีด้วย โดยต้องเริ่มตระเตรียมไว้ตั้งแต่การวางผัง การนำแสงประดิษฐ์มาใช้มีข้อได้เปรียบดังต่อไปนี้

- มีความเป็นไปได้ในการที่จะจัดการให้แสงสว่างแบบต่างๆในความเข้มของแสงต่างๆกัน
 - ต้นกำเนิดแสงมีความ FLEXIBLE และสามารถส่งแสงเน้นวัตถุได้ตามความต้องการ
- ประเภทของแสงประดิษฐ์ โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ชนิด

1. แสงไฟ INCANDESCENT ความร้อนและแสงจะมีกำลังความส่องสว่างของแสง ยิ่งกว่าแสงจากดวงอาทิตย์ แสงจากดวงอาทิตย์มีสีน้ำเงินมากกว่า เพื่อแก้ไขข้อแตกต่างนี้จึงใช้หลอดสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาวปนกับหลอดสีน้ำเงิน แต่ปรากฏว่าเวลาเคลือบแสงตัดกันแล้วไม่เท่ากัน เมื่อปรากฏให้เห็นบน เพดานความเท่ากันของแสงเสียไป

2.แสงไฟ FLUORESCENT เดิมใช้แต่เฉพาะร้านค้าและท้องถนน เพราะเป็นแสงสว่างที่ไม่มีเงา เหมาะกับงานที่เกี่ยวกับภาพเขียน แต่ภาพจะเสียไปตอนที่เงาน้ำมันที่ฉาบอยู่บน ภาพเขียนนั้นหายไปสีของไฟคล้ายแสงธรรมชาติมาก และอาจดัดแปลงให้เหมาะกับศิลปะวัตถุได้ และเป็นแสงที่ดีที่สุดสำหรับแสงประดิษฐ์

แสงไฟ FLUORESCENT ได้เปรียบกว่า แสงไฟ INCANDESCENT ในเรื่องการกระจายแสงออกทางกว้าง ในปัจจุบันจึงจำเป็นต้องรวมหลอดสีต่างๆ เพื่อจะลดข้อเสียให้น้อยลง INCANDESCENT ให้แสงที่นุ่มนวลและชัดกว่า จึงเหมาะสำหรับการให้แสงเน้นจุดที่สำคัญ ความเข้มของแสงได้ปรับปรุงให้เหมาะสมและแตกต่างกันไปตามลักษณะความต้องการของแต่ละแห่ง เมื่อต้องการความเข้มมาก ก็เน้นที่แห่งนั้นให้เด่นกว่าที่อื่น

ลักษณะของการกระจายแสง (LIGHT DISTRIBUTION METHOD)

ตารางที่ 10 ชนิดของไฟและแสงส่องสว่าง

ชนิดของไฟ	แสงส่องขึ้น (%)	แสงส่องลง
1.DIRECT	10	90-100
2.INDIRECT	90-100	10
3.SEMI-DIRECT	10-40	60-90
4.SEMI-INDIRECT	60-90	10-40
5.GENERAL DIFFUSE	40-60	40-60

จัดแสงให้พอเหมาะกับสถานที่ และพยายามใช้ INDIRECT LIGHTING ขจัดแสงจ้าจัดทั้งทางตรง และทางอ้อม การให้แสงสว่างอันเกิดจากการใช้สี การจัดระยะดวงไฟและเลือกใช้ชนิดของดวงไฟ เพื่อลดกำลังของเครื่องปรับอากาศ รวมทั้งช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าได้อีกด้วย

อุปกรณ์ในการให้แสงสว่าง

หลอดไฟถือเป็นหัวใจของระบบการให้แสงสว่าง โดยจะเจาะจงชนิดที่มีการเลือกใช้ในการ จัดแสดงนิทรรศการและสร้างบรรยากาศ ซึ่งมีหลักการให้แสงโดยอาศัยกระจกหรือเลนส์ภายในในการบังคับทิศทางของแสง มักใช้เป็นไฟสำหรับส่องเฉพาะจุดที่นิยมเรียกว่า SPOT LIGHT โดยมีคุณสมบัติหลักดังนี้

1.หลอดไฟธรรมดาแบบประเภทมีไส้ (INCANDESCENT LAMP) เป็นหลอดแก้วที่มีการเคลือบสารปรอทด้านในกระเปาะแก้ว เพื่อช่วยในการสะท้อนแสงและบังคับทิศทางของแสง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ให้กระจายออกด้านข้างของหลอด โดยมีการผลิตลักษณะรูปร่างต่างๆ เพื่อคุณสมบัติบางประการ

-หลอดพาราโบลา หรือ PAR (PARABOLIC ALUMINIZED REFLECTOR)

คือหลอดไฟสะท้อนแสงกระเปาะแก้ว จากรูปร่างหลอดไฟที่เป็นพาราโบลาทำให้เกิดการสะท้อนแสงและลำแสงโดยรวม

-หลอดทรงรี หรือ ER (ELLIPSODIAL REFLECTOR) จากรูปร่างของหลอดไฟทำให้เกิดการสะท้อนแสง และเกิดจุดรวมแสง (FOCAL POINT) บริเวณหน้าหลอดไฟ

นอกจากนี้ยังมีการผลิตหลอดสะท้อนแสงที่มีคุณสมบัติพิเศษต่างๆกัน เช่น หลอดสะท้อนแสงแก้วหนา แบบเฉพาะจุดที่ต้องการแสงสว่างมาก แบบส่องกระจายสำหรับบริเวณกว้าง หลอดสะท้อนแสงแก้วหนาชนิดลำแสงเย็น โดนการให้ความร้อนไหลวนผ่านกลับไปด้านหลังแทน

2. หลอดไฟฮาโลเจน (TUNGSTEN HALOGEN) หลอดไฟนี้กระเปาะทำมาจากควอตซ์ เพราะต้องบรรจุก๊าซฮาโลเจนที่มีความดันสูง ประสิทธิภาพการส่องสว่าง 20 ลูเมน/วัตต์ มีขนาดแตกต่างกันมากมายใช้วัตต์สูงมาก อายุการใช้งานค่อนข้างยาว ขณะใช้งานจะมีอุณหภูมิที่ผิวหลอดสูงมาก ทำให้เปราะบาง โดนกระทบเบาๆอาจแตกได้

จิตวิทยาของแสง

-แสงสีขาว ให้ความรู้สึกกระฉับกระฉวย สงบ สะอาด บริสุทธิ์ ให้ความรู้สึกเบาและเย็น

-แสงสีเหลือง ให้แสงที่กระตุ้นความสนใจ ใช้เพื่อสร้างน้ำหนัก

-แสงสีแดง ให้แสงเกิดการกระตุ้น และการแสดงออก ดึงดูดสายตาได้ดี

4.3 ระบบป้องกันอัคคีภัย

4.3.1 ระบบท่อน้ำดับเพลิง (WET BISER SYSTEM) ระบบนี้จะติดตั้ง FIRE

STANDPIPES ขนาด 75 มม. ในส่วนที่ทำการของสำนักงาน ใกล้กับบันไดหนีไฟทั้งสองด้าน โดยด้านหนึ่งจะฝังเอาไว้ในผนัง ส่วนอีกด้านหนึ่งติดตั้งท่อดับเพลิงในช่องท่อ แต่ละชั้นติดตั้งที่ดับเพลิงชนิดฝังในกำแพง ภายในตู้เก็บดับเพลิงมีอุปกรณ์ประกอบด้วย ANGEL BOWE สำหรับเปิดน้ำ สายดับเพลิงขนาด 50 มม. ยาว 50 ม. ติดตั้งในราวแขวนชนิดหมุนได้ พร้อมทั้งหัวฉีดดับเพลิงชนิดสวมหัวเร็ว รวมทั้งมีขวานดับเพลิง และเครื่องดับเพลิงชนิดเคมี ขนาดบรรจุ 25 ปอนด์ โดยติดตั้งทุกชั้น ใกล้บันไดหนีไฟ และที่จอดรถทุกชั้น น้ำที่ใช้ดับเพลิงภายในได้จากถังเก็บน้ำบนหลังคาอาคาร และจากถังเก็บน้ำใต้ดิน นอกจากนั้นยังได้จากเครื่องสูบน้ำที่สูบได้จากบ่อใต้บาดาลของอาคารอีกด้วย ส่วนน้ำที่ใช้ดับเพลิงจากภายนอก คือ จากรถดับเพลิง

4.3.2 ระบบหัวฉีดน้ำอัตโนมัติ (AUTOMATIC SPRINKLER SYSTEM) เมื่อเกิด

เพลิงไหม้ในห้องที่ติดตั้งหัวฉีดน้ำดับเพลิง ความร้อนจากเปลวไฟจะบังคับลึนที่หัวฉีดน้ำเปิดออก น้ำที่อยู่ในท่อของระบบดับเพลิงจะฉีดน้ำออกมาโดยรอบ พร้อมทั้งส่งสัญญาณแจ้งอัคคีภัย ระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวฉีดน้ำดับเพลิงดังกล่าวนิยมติดตั้งที่ฝ้าเพดานในห้องที่สำคัญต่างๆ ที่มีวัสดุที่เป็นเชื้อเพลิงได้ง่าย และนิยมติดตั้งในส่วนที่เป็น CIRCULATION CORE เช่น ห้องโถงบันได บันไดหนีไฟ และบันไดจะเป็นทางเดียวที่ผู้คนจะหนีในเวลาหนีไฟ ขณะเกิดเพลิงไหม้ในอาคารจึงจำเป็นที่จะต้องป้องกันมิให้บันไดเกิดเพลิงไหม้ก่อนที่ผู้ใช้อาคารจะหนีไฟได้หมด และน้ำที่ฉีดออกมาจะช่วยบรรเทาความร้อนแก่ผู้หนีไฟได้เป็นอย่างดี รวมทั้งประตูกั้นไฟของห้องบันไดจะป้องกันความร้อนและควันที่เกิดขึ้นจากเพลิงไหม้ในอาคารมิให้เข้ามาในห้องบันได ซึ่งจะช่วยให้ผู้คนหนีไฟได้สะดวกไม่ล่าช้า ควัน ท่อน้ำดับเพลิงแบบ SPINKLER นี้จะต่อโดยตรงจากถึงน้ำที่อยู่บนชั้นล่างก็ได้ การเดินท่อน้ำดับเพลิงในระบบดังกล่าว เดินในฝ้าเพดานในบางส่วนจะเดินฝังในพื้นที่คอนกรีตเสริมเหล็กก็ได้ แต่ควรจะทำในส่วนที่มีความจำเป็นเท่านั้น เพราะเมื่อเกิดชำรุดจะซ่อมแซมบำรุงรักษายาก หากหลีกเลี่ยงได้ควรเดินติดใต้พื้นจะเหมาะสมที่สุด ซึ่งง่ายต่อการบำรุงรักษา

4.3.3 เครื่องดับเพลิง (FIRE EXTINGUISHER) เป็นเครื่องดับเพลิงที่บรรจุน้ำยาแก๊สหรือผงเคมีในท่อมียากหลายขนาด ขนาดเล็กตั้งแต่ 1 ปอนด์-200ปอนด์ จนถึงขนาดที่ต้องใช้รถเข็นก็มี เลือกรุ่นตามความเหมาะสมและวัตถุประสงค์ในการใช้งาน นอกจากนั้นเครื่องมือดับเพลิงดังกล่าวยังใช้ได้ง่ายและสะดวก เพียงแต่ขยับเครื่องดับเพลิง (ชนิดบรรจุหลอดแก๊สกลม) ให้แตกเข้าไปที่ต้นเพลิง พ่นน้ำยาหรือแก๊สเข้าไปที่ต้นเพลิง เครื่องดับเพลิงมีหลายชนิด ดังนั้นการเลือกใช้เครื่องดับเพลิงจึงเป็นสิ่งสำคัญ ควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสาเหตุของต้นเพลิงจึงจะดับเพลิงไหม้ได้ดี

สรุปการป้องกันไฟและการหนีไฟ

- 1.ระบบการดับเพลิง เมื่อมีการเกิดเพลิงไหม้เพียงเล็กน้อย ไม่ทำความเสียหายให้กับบริเวณข้างเคียง
- 2.ระบบดับเพลิงที่สามารถทำการดับเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อมีเพลิงไหม้ลุกลามอย่างแรง
- 3.ถ้าเพลิงไหม้ได้มีการลุกลามอย่างแรง จนไม่สามารถทำการดับได้ ต้องมีระบบการหนีไฟที่มีประสิทธิภาพ สำหรับในกรณีนี้ 1 เมื่อเกิดเพลิงไหม้เล็กน้อย ตัวอย่างเช่น การทิ้งบุหรี่ ลงในถังผงหรือพรม เมื่อเกิดเพลิงไหม้ในถังผงหรือพรม และได้มีการพบเห็นก่อนที่จะมีการลุกลามของไฟ โดยที่เพลิงเกิดขึ้นยังไม่รุนแรงพอที่ระบบดับเพลิงใหญ่จะทำงาน ดังนั้นในกรณีนี้จึงจำเป็นต้องมีเครื่องดับเพลิง สำหรับกรณีนี้ได้แก่ FIRE HOST CABINET และอุปกรณ์เคมีชนิดดับเพลิง สำหรับประจำจุดต่างๆ ที่สำคัญ นอกจากนี้อุปกรณ์เคมีดับเพลิง และ FIRE HOST CABINET เหล่านี้ยังสามารถใช้ประโยชน์ในกรณีที่เพลิงไหม้ลุกลามใหญ่โตด้วย

หลักพื้นฐานในการป้องกันอัคคีภัย

- 1.โครงสร้างทั้งหมด เป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก ส่วนที่เป็นหลักพันเคลือบด้วยฉนวนกันไฟ
- 2.วัสดุตกแต่งภายในทั้งหมดเป็นวัสดุกันไฟ เช่น พรมไม้หนีไฟ กระจาดยัดดินน้ำมันกันไฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ช่องทางหนีไฟปลอดภัยจากเปลวไฟ ควัน และกลิ่นที่เป็นอันตรายจากไฟไหม้ ประตูทางหนีไฟที่เป็นประตูเหล็กกันไฟ และควรมีช่องระบายควัน ในกรณีที่ควันสามารถเล็ดลอดเข้ามาได้
4. มีระบบตรวจจับควัน ความร้อน และเปลวไฟ เพื่อเตือนให้รู้ตำแหน่งเพลิงไหม้ในอาคาร
5. มีระบบเตือนภัยด้วยเสียงในทุกห้องของอาคารให้ได้ยินทั่วถึงกัน
6. มีระบบดับไฟอัตโนมัติด้วยเครื่องฉีดน้ำอัตโนมัติจากเพดาน หรือผนัง

4.4 ระบบคอมพิวเตอร์และระบบโสตทัศนอุปกรณ์

4.4.1 ลักษณะโครงสร้างของห้องคอมพิวเตอร์

1. พื้น ลักษณะพื้นห้องคอมพิวเตอร์แบ่งออกเป็น 2 ชั้นตอน คือพื้นตามหลักโครงสร้างทั่วไปหนึ่งชั้น และพื้นเสริมวางบนตัวรองรับอีกหนึ่งชั้น โดยพื้นชั้นที่ 2 ต้องมีความเหมาะสมกับการติดตั้งอุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี รับน้ำหนักได้ 150 ปอนด์ ต่อตารางฟุต หรือมากกว่า การทำพื้น 2 ชั้น นอกจากประโยชน์ด้านการเดินสายไฟแล้ว ยังอำนวยความสะดวกในการที่จะเป่าลมเย็นเข้าไปในเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย ส่วนพื้นชั้นที่ 2 เป็นพื้นที่มีลักษณะเป็นแผ่นสำเร็จเล็กๆ วางประกอบขึ้นมาเป็นฐานยกระดับสูงขึ้นมาอย่างน้อย 18 นิ้ว สามารถเปิดยกได้ เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานเกี่ยวกับระบบสายไฟฟ้า และระบบท่อลมที่เป่าลอดใต้พื้นแผ่น

2. ผนัง ควรเป็นผนังกันไฟ กันเสียงรบกวน ต้องมีการปิดป้องกันอย่างดี เพื่อป้องกันฝุ่น ควบคุมอุณหภูมิและความชื้นให้คงที่ ผนังที่เป็นกระจกสำหรับการมองจากภายนอก ควรใช้กระจกที่หนาพอ หรืออาจทำเป็นกระจก 2 ชั้น

3. เพดาน ควรมีระดับสูงจากพื้นอย่างน้อย 3 เมตร หรือถ้ามีความจำเป็นอาจลดลงมาได้ถึง 2.4 เมตร ต้องเป็นเพดานที่สามารถดูดซับเสียงได้ เป็นที่ติดตั้งของเครื่องปรับอากาศ ติดตั้งดวงไฟให้แสงสว่าง รวมถึงเป็นที่ติดตั้งระบบดับเพลิงอัตโนมัติ

4.4.2 ระบบควบคุมสภาพแวดล้อมทั่วไปของส่วนที่มีคอมพิวเตอร์

1. ระบบปรับอากาศ ต้องมีระบบปรับอากาศพิเศษ เนื่องจากความต้องการที่ต่างจากสภาพห้องทั่วไป

ตารางที่ 11 ระบบปรับอากาศ

ความต้องการ	ห้องคอมพิวเตอร์	ห้องทั่วไป
1. อุณหภูมิ	72-74 องศา F	72-80 องศา F
2. ความชื้น	45-50 %	40-60 %
3. การกรองอากาศ	45-70%	25 %
4. ความชำนาญการควบคุมความชื้น	จำเป็น	ไม่จำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการ	ห้องคอมพิวเตอร์	ห้องทั่วไป
5. ชั่วโมงการทำงาน	8,760 ชม. / ปี	1,200-4,380 ชม./ ปี
6. การจัดเครื่องปรับอากาศสำรอง	จำเป็น	ไม่จำเป็น
7. การทำงานในลักษณะการทำความเย็นอย่าง เดี่ยว	90-98%	70-90%
8. การระบายอากาศ	2%	10-30%
9. ปริมาณลมหมุนเวียน	600 UFM / ตัน	400 UFM / ตัน

สาเหตุของความแตกต่างเนื่องจากปริมาณความร้อนในห้อง ตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ และ ส่วนประกอบต่างๆ ที่ใช้ไฟฟ้าเป็นพลังงานจะมีปริมาณความร้อนออกมาสูงมาก โดยจะสูงกว่า ห้องทั่วไปถึง 30 % ระบบปรับอากาศสำหรับห้องคอมพิวเตอร์จึงต้องมีจำนวนตันที่สูงกว่าระบบปรับอากาศทั่วไปมาก ระบบปรับอากาศสำหรับห้องคอมพิวเตอร์นี้ ก็ต้องแยกเป็นอิสระ สามารถทำงานได้โดยไม่ขึ้นกับระบบปรับอากาศทั่วไปของอาคาร

2. ระบบแสงสว่าง โดยทั่วไปแสงสว่างสังเคราะห์ ที่มีความสว่างประมาณ 500- 600 ลักซ์ ซึ่งไม่เกิดแสงจ้ามากนัก ความเข้มของแสง 40 แรงเทียน หรือขนาดที่สามารถอ่านหนังสือได้สบายตา แสงแดดจึงเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงการส่งเข้ามาโดยตรง เพราะอาจเกิดการสะท้อนแสงกับวัตถุภายในห้องคอมพิวเตอร์ รบกวนสายตาของผู้ใช้เครื่อง อีกทั้งยังก่อให้เกิดความร้อนอีกด้วย

3. ระบบไฟฟ้า ควรแยกกับระบบไฟฟ้าทั่วไปของอาคาร เดินสายไฟลวดใต้พื้นจ่ายไปตาม อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หรือทำเป็นสะพานไฟฟ้าเพื่อประหยัด แต่อาจเกิดอันตรายได้ง่าย ควรมีระบบไฟฟ้าฉุกเฉิน 2 ระบบ ระบบหนึ่งเป็นเครื่องกำเนิดไฟฟ้าดีเซล ซึ่งต้องเป็นชนิดที่ทำงานอัตโนมัติ คือสตาร์ทเครื่องและจ่ายไฟฟ้าได้ภายใน 30 วินาที หลังจากไฟเมนดับ อีกระบบหนึ่งคือ ใช้อุปกรณ์จ่ายไฟแบบไม่ขาดตอน (UPS) เป็นระบบจ่ายกำลังไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าชนิดหนึ่งทีสร้างขึ้นมาเพื่อจัดการรบกวนต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระบบจ่ายกำลังไฟฟ้าให้หมดสิ้นไป โดยเฉพาะการเกิดไฟฟ้ากระพริบ และไฟฟ้าดับ โดยจะใช้กับส่วนที่ต้องดูแลข้อมูลเป็นพิเศษ ระบบ UPS มี 2 ประเภท คือ

- ROTARY POWER SOURCE เรียกอีกอย่างว่า DYNAMIC UPS เป็นแบบแรกที่ใช้สร้างขึ้นมาโดยใช้มอเตอร์ ร่วมกับเครื่องกำเนิดไฟฟ้า เป็นตัวผลิต กระแสไฟฟ้าเดิมที่มีปัญหาการรบกวนมาก

- STATIC UPS SYSTEM คือระบบ UPS ที่ทำงานโดยใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวผลิตกระแสไฟฟ้าขึ้น โดยไม่มีเครื่องจักรมาเกี่ยวข้อง ดังนั้น ในระบบนี้จึงไม่มีส่วนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนึ่งส่วนใดที่ต้องหมุนเคลื่อนที่ จัดว่าเป็นระบบที่ทำงานได้อย่างรวดเร็ว และมี REALIABILITY สูงมาก จึงเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน



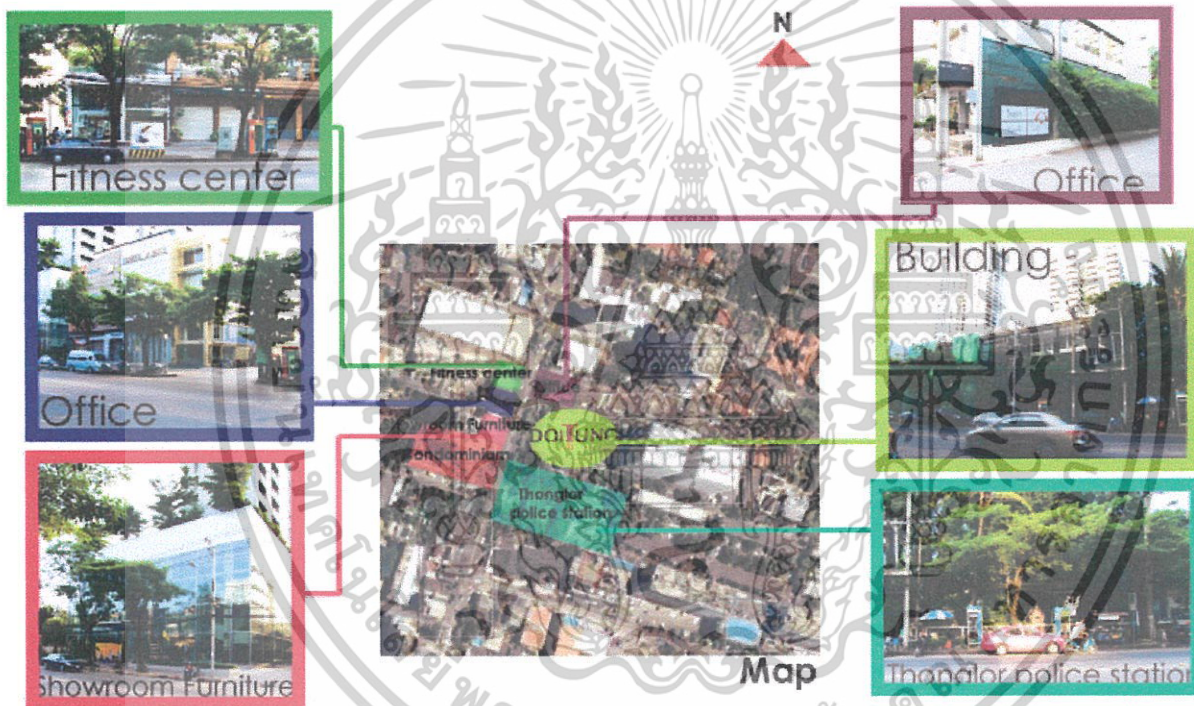
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
การวิเคราะห์เพื่อการออกแบบ

5.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง

สถานที่ตั้งโครงการ 818 สุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ถ.สุขุมวิท คลองตันเหนือ วัฒนา กรุงเทพฯ

อาณาเขต	ทิศเหนือ	อาคารสำนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน
	ทิศใต้	สถานีตำรวจทองหล่อ
	ทิศตะวันออก	อาคารสำนักงาน
	ทิศตะวันตก	showroom furniture



รูปที่ 5.1 แสดงสภาพแวดล้อมโดยรอบของที่ตั้ง

ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ พื้นที่บริเวณนี้เป็นย่านที่นักท่องเที่ยวต่างชาติอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและสถานที่ที่เกี่ยววามค้าสินของวัยรุ่นจำนวนมากหลายแห่งในบริเวณนี้ทั้งยังมีร้านขายของตกแต่งบ้านหรือเฟอร์นิเจอร์อีกมากเช่นกัน นอกจากนี้ก็มี Shopping Mall อีกด้วย

การคมนาคม อยู่ติดถนนสุขุมวิท จราจรค่อนข้างติดขัดในช่วงโมงเร่งด่วน เลี้ยวใช้ เพชรบุรีตัดใหม่

การเข้าถึง สามารถเข้าถึงโดยทางรถ รถประจำทาง รถไฟฟ้าทองหล่อ รถสองแถวแดง

สภาพแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สถานบันเทิง ได้แก่ ร้านต่าง ๆ ภายในอาคารลิเบอร์ตี้ ประกันภัย
2. ร้านอาหาร ได้แก่ เจ อเวนิว
3. ร้านถ่ายรูปแต่งงาน ได้แก่ ดันรักสตูดิโอ
4. แหล่งที่อยู่อาศัย ได้แก่ ฟิฟตีฟิฟ ทาวเวอร์
5. ร้านขายของแต่งบ้าน ได้แก่ décor mart
6. การรักษาความปลอดภัย มีสถานีตำรวจนครบาล 2 แห่ง คือ สน.คลองเตย สน.ทองหล่อ
7. Shopping mall ได้แก่ เจ อเวนิว

จุดเด่น

ตั้งอยู่ใจกลางเมือง การคมนาคมสะดวกสบาย อยู่บริเวณที่เป็นจุดท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง ใกล้เคียงที่พักผ่อนและสันทนาการ และเป็นแหล่งของกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

5.2 วิเคราะห์อาคาร

พื้นที่ 5,861 ตารางเมตร



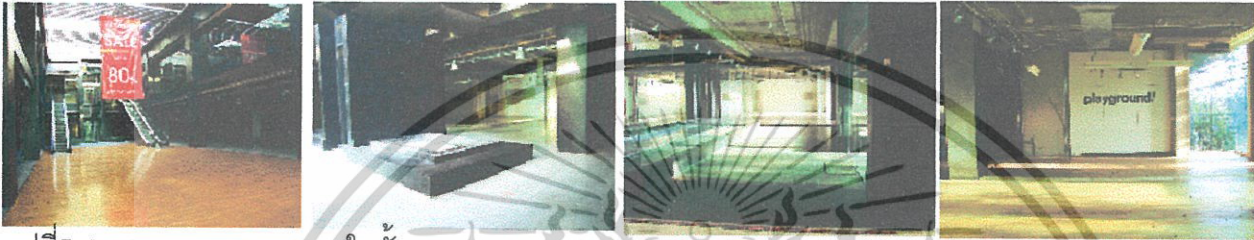
รูปที่ 5.2 แสดงลักษณะของอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบอาคารรูปทรงภายนอก มีความทันสมัย เรียบ กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีการเปิดช่องแสงบ้าง เป็นจังหวะ วัสดุมีการผสมผสานระหว่างวัสดุสมัยใหม่กับวัสดุที่มาจากธรรมชาติ



รูปที่5.3 แสดงบรรยากาศภายในชั้น GROUND FLOOR



รูปที่5.4 แสดงบรรยากาศภายในชั้น 2nd FLOOR

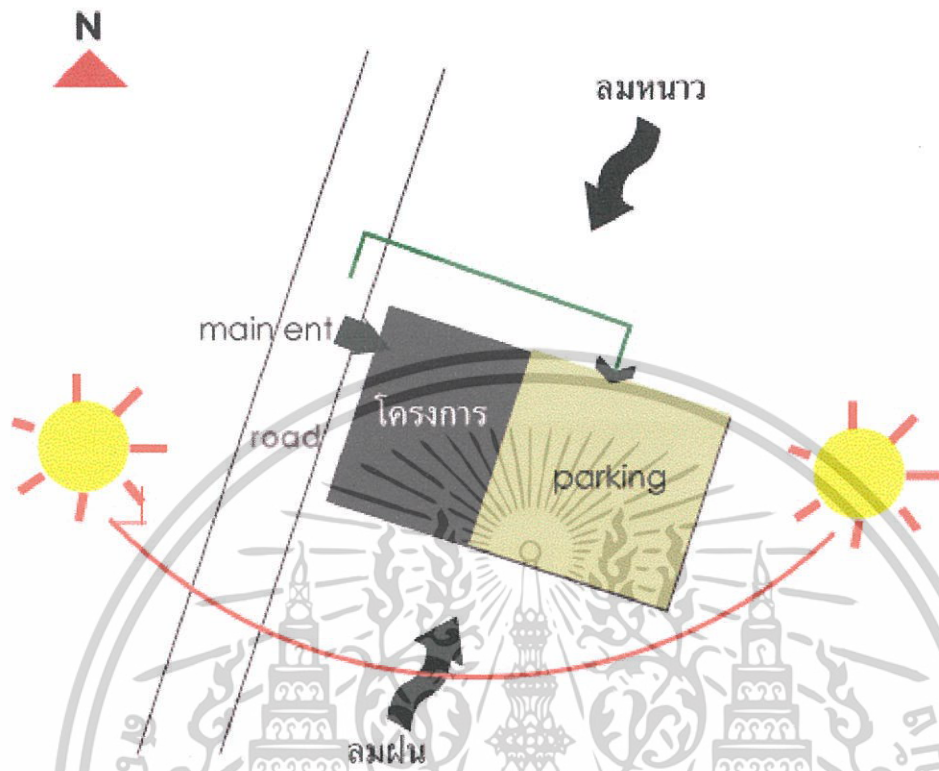


รูปที่5.5 แสดงบรรยากาศภายในชั้น 3rd FLOOR

ภายในอาคาร ขนาดของอาคาร มี 3 ชั้น พอเหมาะกับขนาดของโครงการ ฟังก์ชันของอาคารเดิมเป็นShopping Mall SPACE จึงเอื้อประโยชน์ต่อโครงการ และ SPAN เสากว้าง บริเวณตรงกลางมี Hall โถง เหมาะแก่ฟังก์ชันของโครงการด้วย โครงสร้างของอาคารเป็นโครงเหล็ก กระจก CEILING สูง มีการเจาะช่องเชื่อม SPACE ระหว่างชั้น ถึงกันได้ พิจารณาแล้วเห็นสมควรว่าอาคารมีลักษณะทางกายภาพเหมาะสมกับโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 วิเคราะห์แสงแดดและทิศทางลม

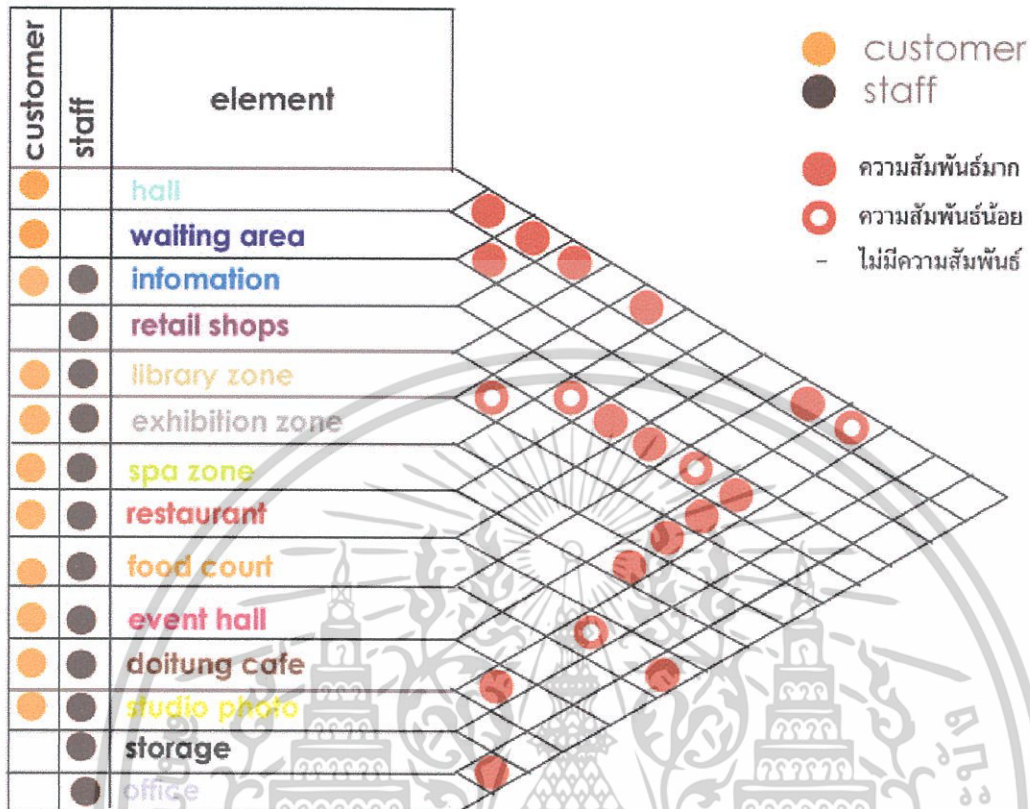


รูปที่ 5.6 แสดงทิศของแสงแดด และทิศทางลม

แสงแดด ตอนเช้า มีอาคารขนาดสูงบังอยู่ด้านหลัง
ตอนบ่าย ต้นไม้ใหญ่ในสถานีตรวจของหล่อเป็นร่มเงาให้
ตอนเย็น หน้าโครงการ ปกุดต้นไม้เพื่อให้ร่มเงาแก่ตัวอาคาร
แสงแดดจึงไม่มีผลรบกวนทำให้อาคารร้อนได้
ลม ทิศที่ลมพัดเข้า อาคารที่ติดบริเวณนั้นเป็นอาคารเตี้ย ลมจึงพัดผ่านได้
มลภาวะ มีน้อย ส่วนใหญ่เป็นเสียงรถส่วนบุคคลที่วิ่งในซอยไม่สร้างความ
รบกวน ผู้นละอองมีบ้าง
ทัศนียภาพ ส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์ที่ประกอบธุรกิจบริการ

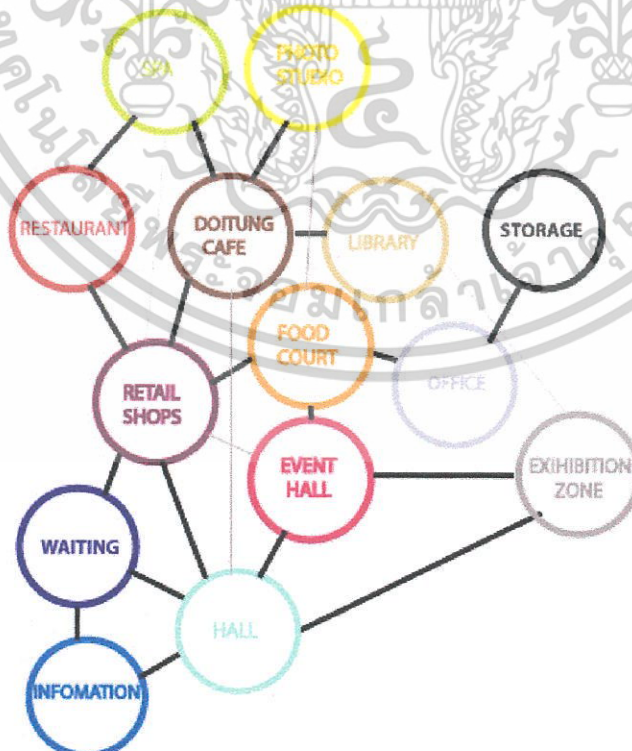
5.4 วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์

5.4.1 METRIX



รูปที่ 5.7 แสดงความสัมพันธ์ metrix

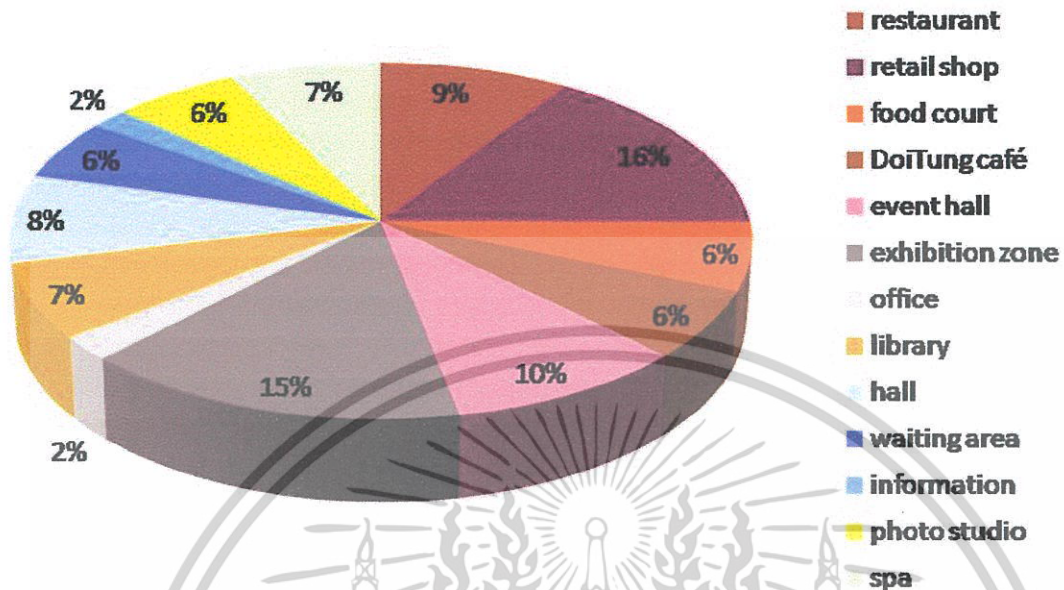
5.4.2 BUBBLE DIAGRAM



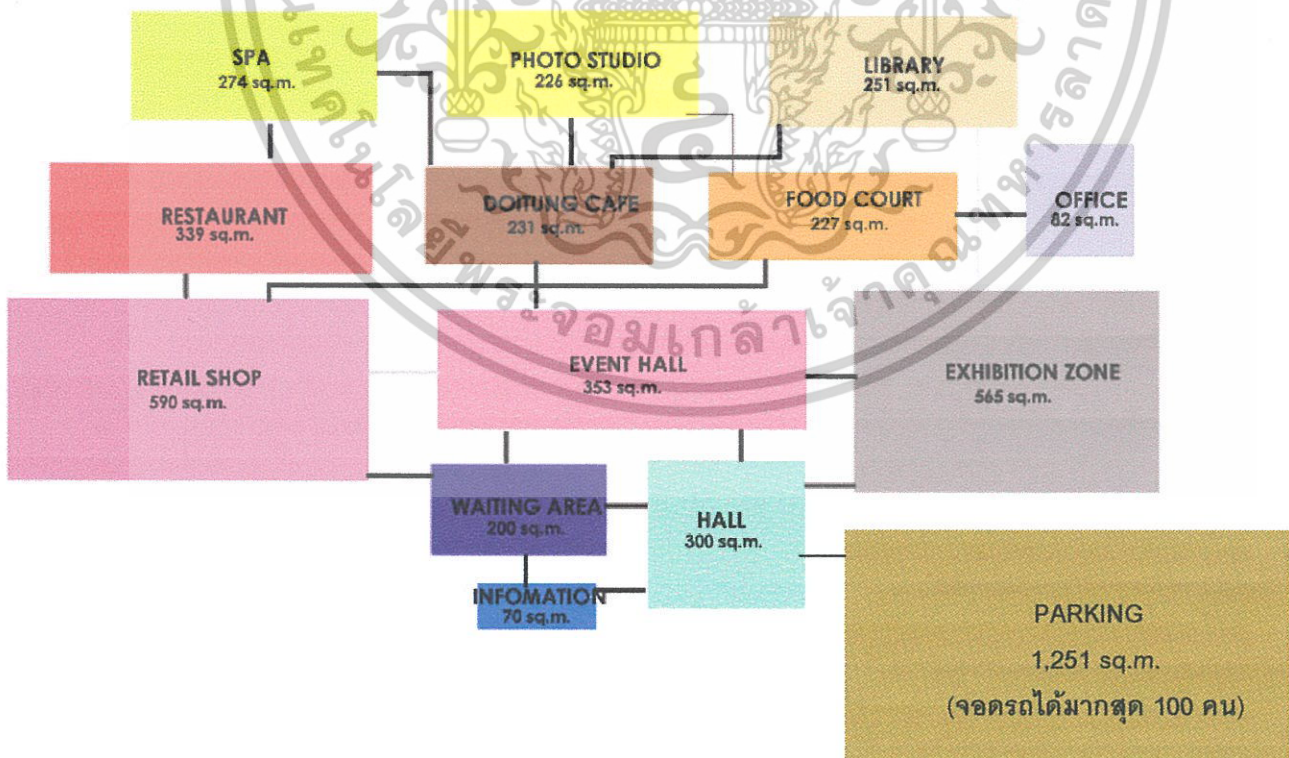
รูปที่ 5.8 แสดงความสัมพันธ์เป็นแผนภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.3 PIE CHART



5.4.4 FUNCTIONAL DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง. คอยดุง 1875 ถ.พระราม 4 แขวงลุมพินี เขตประทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

วิทยานิพนธ์โครงการศูนย์รวมแพชชั่นสยามสแควร์แพชชั่นเซนเตอร์ ภาควิชา สถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. ปีการศึกษา 2538 – 2539 โดย นายทวีพงษ์ เฉลียงศักดิ์

วิทยานิพนธ์โครงการเสนอแนะบริษัท โซดา แอนด์ ซัน จำกัด สถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. ปีการศึกษา 2545 – 2556 โดย นางสาว อดา จิระทรานนท์

www.hilltribe.org พิพิธภัณฑ์ชนเผ่า

www.museumberlin.com พิพิธภัณฑ์ชาวยิว

www.doitung.org

บทสัมภาษณ์

คุณ อรอนงค์ เจนพาณิชย์ ตัวแทนฝ่ายขายอาวุโสของ มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้