โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน เสนอแนะ
โรงแรมมิตรสยาม
(Mith Siam Hotel)

นางสาว พัชรพร รวิรุจิพันธุ์ รหัสนักศึกษา 53020135
MISS PATCHARAPORN RAVIRUJPHAN CODE 53020135

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต(สถาปัตยกรรมภายใน)
กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิเชษฐ์ โสวิทยสกุล)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ พรชัย บุญชัยวัฒนา	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ เอกพล สิระชัยนันท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พวงเพชร รัตนรามา	กรรมการ
อาจารย์ วชิรา ธรรมมาธิคม	กรรมการและที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ วชิรา ธรรมมาธิคม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักศึกษา	นางสาว พัชรพร รวิรุจิพันธุ์ MISS PATCHARAPORN RAVIRUJIPHAN
รหัสประจำตัว	53020135
ที่อยู่	1026/143 ชั้น23 อาคารชุดลุมพินีพาร์ควิว ถนน พระราม4 เขต สาทร แขวง ทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพมหานคร 10120
เบอร์โทรศัพท์	02-677-6515,081-653-3424
E-MAIL ADDRESS	march-27@live.com
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ วชิรา ธรรมาธิคม
หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการเสนอแนะออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน โรงแรมมิตร สยาม MiTH SIAM HOTEL
ประเภทโครงการ	โครงการเสนอแนะ
ปีการศึกษา	2558
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน

บทคัดย่อ

แนวคิดการเป็นศูนย์กลางแฟชั่นระดับเอเชียโดยการจัดงาน จัดสร้างโครงการ BANGKOK FASHION WEEK เพื่อผลักดันประเทศไทยให้เป็นหน้าตาของเอเชีย โดยการร่วมมือจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาลไทย กระทรวงอุตสาหกรรม สมาคม Bangkok Fashion Society (BFS) สมาคม Asian Couture Federation(ACF) ภาคเอกชน รวมถึงประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชีย

ในการนี้เพื่อที่จะสนับสนุนโครงการแฟชั่นระดับเอเชียอย่าง BANGKOK FASHION WEEK จึงต้องมีการจัดเตรียมสถานที่ที่จะเป็นที่รองรับแขกVVIPที่จะมาเยือนประเทศไทย จึงนำไปสู่การออกแบบโครงการเสนอแนะ MiTH SIAM HOTEL เพื่อที่จะเป็นโรงแรมที่สร้างประสบการณ์และอำนวยความสะดวกในทุกขั้นตอนให้แก่แขกผู้มาเยือนไม่ว่าจะเป็นตัวดีไซน์เนอร์ ผู้ร่วมงาน หรือ นักธุรกิจ เป็นการนำเสนอโรงแรมและส่วนจัดกิจกรรมงานในรูปแบบ ที่นำเสนอออกมาในรูปแบบของ Facility, Art, Fashion, Furniture, Decoration และสร้างความเป็น Privateในความไม่Private เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ชีวิตที่เหนือระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

แฟชั่นเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่อยู่ใกล้ชิดกับวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วโลก แม้ว่าระดับความสามารถในการรับรู้เข้าใจถึงคุณค่าความงาม และความคิดสร้างสรรค์ของผู้คนแต่ละสังคมจะยังเหลื่อมล้ำกันตามพื้นฐานการศึกษา รสนิยม และฐานะ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า แฟชั่นนั้นเป็นศิลปะที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องคู่มากับการพัฒนาอารยธรรมของมนุษยชาติ

โดยวิทยานิพนธ์ “โครงการเสนอแนะโรงแรมมิตรสยาม” ฉบับนี้จัดทำขึ้นสืบเนื่องจากการเห็นความสำคัญในการพัฒนาของแฟชั่นไทยเพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการอย่างเหนือระดับ จึงค้นคว้าข้อมูลและสร้างสรรค์กระบวนการออกแบบจนเกิดเป็นวิทยานิพนธ์เล่มนี้ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและทำให้เห็นประโยชน์ รวมถึงการเพิ่มฟังก์ชั่นต่างๆให้ตอบสนองต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น ดังนั้นโครงการนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อเป็นโรงแรมที่สามารถตอบสนองความต้องการได้มากขึ้นในอนาคต

ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจต้องการศึกษา และสามารถเป็นแนวทางในการปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง หากแต่วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นหากได้มีการนำมาศึกษาและพัฒนาต่อไป ตามกาลเวลา โดยมีคุณค่าตามเป้าหมายที่ผู้จัดทำได้หวังไว้

ผู้จัดทำ
พัชรพร รวิรุจิพันธุ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

จะไม่สามารถมาถึงจุดนี้ได้เลยหากไม่มีพวกเขา
จะขอระลึกถึงความช่วยเหลือนี้ตลอดไป
ขอขอบคุณคนสำคัญเหล่านี้

ขอขอบคุณ อากงอาม่า คุณตาคุณยาย คำที่คอยสอน กำลังใจ ที่คอยเตือนสติหลานคนนี้อยู่ตลอดเวลา

ขอขอบคุณ ป๊า แม่ เจ๊แพ็ต เตอร์ เพ้นท์ หนำๆ กุ๋ยช่าย ฟี่ๆ ความรัก กำลังใจ เงิน อาหารดีชีวิตดีๆ มีให้ลูกล้นเหลือตลอดเวลา เยิฟมากๆต่อไปขอให้เป็นหน้าที่หนูบ้างนะ

ขอขอบคุณ ขุ่นแม่ อาจารย์ วชิรา ธรรมมาธิคม อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยขัดเกลาหนูอยู่เสมอๆ ถึงหนูจะดื้อ/ขี้เกียจ ก็ยังไม่ทิ้งไปไหน รักมากๆ กราบนะคะ

ขอขอบคุณ อาจารย์ทุกท่านในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ อาจารย์ดาว อาจารย์แบงค์ อาจารย์โต๊ะ อาจารย์อ้อ อาจารย์ปุ๊ อาจารย์ชาติ อาจารย์ประสิทธิ์ อาจารย์เต้ย อาจารย์ผึด อาจารย์อ๋อย อาจารย์ไก่ อาจารย์ฉัตร อาจารย์จิ๋ว อาจารย์ธิ อาจารย์นก อาจารย์วิว อาจารย์ตง อาจารย์กอล์ฟ และอาจารย์ทุกๆท่าน ที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้แก่หนู ลุ้นไปกับหนู ให้กำลังใจหนู และให้คำแนะนำหนู ขอบคุณมากๆนะคะ

ขอขอบคุณ พี่ๆ SODA THAILAND พี่แตน พี่ก้อก พี่อ๊อฟ พี่ม่าน พี่โฟ พี่ฟ้า พี่เก่ง ที่ไปฝึกงานแล้วได้วิชากลับมามากมายเหลือเกิน จนทำทีสิสก็ยังมาแนะนำให้คำปรึกษากันอยู่ขอบคุณมากๆนะคะ

ขอขอบคุณ กลุ่มคนสำคัญ เพื่อนๆ INTSTU38 แรงขับเคลื่อนอันใหญ่ยิ่ง รักมากๆเลยนะ

ขอขอบคุณ กลุ่ม ALOHA / ENJOY CLUB ..YOU ARE THE BEST!!

ปอ ดี้ บุ้ง พิช เหมี่ยว โทบี้ จูน ฝ้าย ส้ม โดม ปัน พริน อ๊าก โบ เกมส์ เกรท นุ่น

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ บู้ท มโหฬารมังสา ปลุกกันตลอด ซื้อข้าวให้ตลอด ขอบคุณนะ ขอบคุณ

ขอขอบคุณ พี่วี พี่แชร์ เจนนี่ แพร ที่มอบโมเดลทรีดีให้กับเค้า สอนเค้าด้วย ขอบคุณค่ะ

ขอขอบคุณ CHEQUE THANKS YOU FOR ALWAYS LISTEN TO ME /CRITIC ME/STAD BY ME/ ADVISE ME ...THANK YOU MAKKKKKKKKKKKKKK MY BUDDY!

ขอขอบคุณ น้องรหัส พี่รหัส 40!!

น้อง น้ำ มือขวาของเค้า ขาดแกไปเราคงตายไปแล้ว ขอบคุณมากๆเลยนะรักสุดๆ

น้อง นิว ไอ้ตัวแสบ ไม่มีแกงานชั้นก็ไม่เสร็จนะจริง ขอบคุณว่ะ

น้อง ยิม บากบั่นกะแปลนเรามากขอบคุณมากๆเลยยยย

น้อง ซี ไดคัทคนงามๆ แหละหลายๆอย่างขอบคุณนะ ขอบคุณ!

พี่พลอย พี่ป้อง พี่เต้น พี่แคท พี่โบว์ พี่ป๊อง ขอบคุณสำหรับทุกอย่างเลย ดีใจที่ยังมาถามถึงกันให้คำปรึกษา ขอบคุณนะคะ

ขอขอบคุณ โค 06-25-32-40 ทุกคน!

น้อง เต้ ใจมากๆเลย ขอบคุณมากๆเลยน้า

น้อง โย่ แกคือที่สุดขอบคุณมากๆเลย เราซึ้งในตัวแกจนไม่รู้จะพูดอะไรเลยว่ะ

รักมากเลย<3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้องโอปอ น้องเฟีย น้องซีน พี่ออม มิ้มที่ให้เราได้น้องมา55 ขอบคุณนะโคทุกคน
ขอขอบคุณ นินิว กิ้ก อีบี้ ตั๋ง ที่มาช่วยงานกันนะขอบคุณมากๆ
ขอขอบคุณ ป๊าเขี้ยว สำหรับแมททีเรียลบอร์ดสวยๆ
ขอขอบคุณ คณะที่ให้ที่ทำงาน ที่นอน ที่กิน
ขอขอบคุณ แมวมะระ ที่ได้เจอกัน รักแกมาก แมวตัวแรกของชั้น
ขอขอบคุณ น้องฮุน <3 ที่อยู่เป็นกำลังใจ 24/7 CALL ME BABY!!!
ขอขอบคุณ ทุกคน น้องพี่ หากตกหล่น อยากให้รู้ว่าซึ้งใจ ขอบคุณนะคะ
สุดท้าย ขอขอบคุณ ตัวฉันเองที่กัดฟันเดินมาจนถึงวันนี้ไม่เดินถอยหลังไปซะก่อน ขอบคุณนะ

ขอบคุณอีกครั้ง
พัชรพร รวิรุจิพันธุ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ	หน้าที่
1.1 ความเป็นมาของโครงการ	1-2
1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ	3
1.3 วัตถุประสงค์โครงการ	3
1.4 กลุ่มเป้าหมาย	3-4
1.5 ภาพลักษณ์โครงการ	4
1.6 องค์ประกอบของโครงการ	5-6
1.7 ขอบเขตและขอบข่ายของโครงการ	7-8
1.8 สถานที่ตั้งและอาคารของโครงการ	
1.8.1 อาคารของโครงการ	8
1.8.2 สถานที่ตั้งของโครงการ	13
1.8.3 ปัญหาของโครงการ	14-16
1.9 การเข้าถึงโครงการ	17
1.10 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	18
บทที่ 2 ข้อมูลประกอบโครงการ	
2.1 ข้อมูลทั่วไป	
2.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม	19
2.1.2 ประเภทของโครงการ	22-23
2.1.3 สายบริหารและอัตรากำลัง	25-26
2.1.6 รายละเอียดขององค์ประกอบพื้นฐานโครงการ	27-36
2.2 กรณีศึกษา	
2.2.1 กรณีศึกษา Hotel	37-40
2.2.2 กรณีศึกษา Beauty Centre	40-42
2.2.3 กรณีศึกษา Luxury brand Store	42-43
2.2.4 สรุปวิเคราะห์การนำมาใช้ของกรณีศึกษา	43-44
2.3 ข้อมูลเฉพาะโครงการ	
2.3.1 ประวัติความเป็นมาโครงการ	45-54
2.3.2 เอกลักษณ์องค์กร	55
2.3.3 สายการบริหารโครงการ	56-59
2.3.4 รายละเอียดองค์ประกอบโครงการและ งานระบบสภาพแวดล้อมภายใน	59-73
บทที่ 3 พฤติกรรมและพื้นที่ประกอบกิจกรรม	
3.1.1 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ	74
3.1.2 พฤติกรรมของผู้ใช้โครงการ	79-103

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.3 พื้นที่ใช้สอย 104-121

บทที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่และแนวทางการออกแบบ

4.1.1 ตารางสรุปพื้นที่ใช้สอย 122-123
4.1.2 ตารางความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ 124
4.1.3 แผนภาพความสัมพันธ์แบบวงกลม 124
4.1.4 การแบ่งพื้นที่ภายใน 125
4.1.5 แนวความคิดในการออกแบบ 126-128

บทที่ 5 การนำเสนอ

5.1.1 ผังเฟอร์นิเจอร์ 129-139
5.1.2 ผลงานการออกแบบ 140-148

ผนวก 149

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

แฟชั่นเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่อยู่ใกล้ชิดกับวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วโลก แม้ว่าระดับความสามารถในการรับรู้เข้าใจถึงคุณค่าความงาม และความคิดสร้างสรรค์ของผู้คนแต่ละสังคมจะยังเหลื่อมล้ำกันตามพื้นฐานการศึกษา รสนิยม และฐานะ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า แฟชั่นนั้นเป็นศิลปะที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องคู่มากับการพัฒนาอารยธรรมของมนุษยชาติ

การถือกำเนิดของแหล่งศูนย์กลางแฟชั่นในเมืองใหญ่ต่างๆของโลก เช่น มิลาน หรือปารีส มีรากฐานมาจากวิวัฒนาการทางอารยธรรมของประเทศเหล่านั้นที่มีความเจริญทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ รวมถึงความเจริญทางด้านศิลปวัฒนธรรม แฟชั่นเป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการในการใช้ชีวิตของผู้คน ซึ่งความเจริญในด้านต่างๆที่พัฒนาต่อเนื่องควบคู่กันไปก่อให้ผู้คนเกิดความตื่นตัวในการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ ต้องการมีชีวิตที่สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม การก่อสร้างตกแต่งบ้านเมือง รูปแบบการกินอยู่อย่างเป็นเลิศ เรื่อยไปจนถึงการแต่งตัวสวยงาม ซึ่งเห็นกันว่าเป็นการใช้ชีวิตอย่างถูกต้องตามแบบแผนของผู้มีรสนิยม กลายเป็นส่วนหนึ่งวัฒนธรรม ทั้งหมดนี้เป็นเหตุผลที่ทำให้วงการแฟชั่นในดินแดนที่มีความเจริญเหล่านั้น มีความก้าวหน้าเร็วกว่าประเทศอื่นๆจนได้เป็นศูนย์กลางหรือผู้ชี้นำทิศทางแฟชั่นของทั่วโลก

การพัฒนาทางด้านแฟชั่นของประเทศในภูมิภาคเอเชียหรือประเทศไทยนั้น แตกต่างจากประเทศที่เป็นศูนย์กลางเช่นในยุโรป ก่อนหน้านี้แม้จะมีความพยายามทั้งจากภาครัฐและเอกชนในการสร้างความตื่นตัวทางด้านแฟชั่น ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จ เหตุผลอย่างหนึ่งคือหลายๆประเทศในภูมิภาคนี้ยังเป็นประเทศที่ยากจน ในขณะที่แฟชั่นชั้นสูงเป็นเรื่องของผู้มีฐานะ ประกอบหลายประเทศในภูมิภาคนี้เคยตกเป็นอาณานิคมของชาติตะวันตก ถูกครอบงำโดยอารยธรรมของผู้ปกครองมานาน ผู้คนในประเทศถูกสั่งสอนให้เชื่อว่าการตามอย่างฝรั่งเป็นเส้นทางสู่ความเจริญ ทั้งในด้านการใช้ชีวิต ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ และเทคโนโลยีต่างๆ จึงทำให้เกิดความอ่อนด้อยในเรื่อง ORIGINALITY มุ่งแต่จะเลียนแบบจากผู้นำที่เป็นชาติตะวันตกมากกว่าสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นจากความคิดหรือรากเหง้าของตนเอง ทำให้การพัฒนาทางด้านศิลปะไม่โดดเด่น

แม้แต่สิงคโปร์ ญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่เจริญมากของภูมิภาคนี่ ก็ไม่ประสบความสำเร็จในด้านแฟชั่น เพราะคนเอเชียส่วนใหญ่เห่อของนอก ยกตัวอย่างดีไซเนอร์ชื่อดังของญี่ปุ่น ถ้าทำงานอยู่แค่ในญี่ปุ่นก็ไม่ดัง ต้องไปทำงานต่างประเทศเพื่อชุบตัว เช่น ฝรั่งเศสหรืออเมริกา จึงจะสามารถกลับมาเป็นที่ยอมรับได้ในประเทศของตัวเอง

ทั้งๆที่ภูมิภาคเอเชียเป็นแหล่งกำเนิดอารยธรรมซึ่งเป็น “มรดกวัฒนธรรมโลก” ศิลปวัฒนธรรมในเอเชียทวีปแสดงให้เห็นพลังความศรัทธา ความเจริญงอกงามของมวลมนุษยชาติ บ่งบอกอัตลักษณ์แสดงรากเหง้าของภูมิปัญญาตะวันออก ไม่ว่าจะเป็น ภาษา ดนตรี นาฏศิลป์ วรรณกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเพณี พิธีกรรม การแสดง การแต่งกาย อาหาร เป็นต้น ทั่วโลกรู้จักและยอมรับภูมิภาคเอเชียผ่านศิลปวัฒนธรรม ทวีปเอเชียจึงเป็นที่รู้จักแพร่หลายไปยังภูมิภาคอื่นทั่วโลก ศิลปวัฒนธรรมในเอเชียทวีปดำรงอยู่มายาวนานท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลก มีทั้งการรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมและการปรับเปลี่ยนตามกระแสโลกในปัจจุบัน นับเป็นความเข้มแข็งและเป็นเสน่ห์ของทวีป

วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นใน สหรัฐอเมริกา เปรียบเหมือนคนเป็นไข้หวัดที่เวลาจามแต่ละทีก็กระทบไปทั่วทั้งในยุโรปและเอเชีย ส่วน ยุโรป ก็เกิดวิกฤติหนักแต่ก็ไม่ถึงขั้นเป็นมะเร็ง มีเพียงบางประเทศเท่านั้นที่มีปัญหาหนัก เช่น กรีซ ซึ่งก็มีสัดส่วนในเศรษฐกิจยุโรปเพียงแค่ 2% ในขณะที่ เยอรมนี ซึ่งอยู่ในยุโรปเหมือนกันกลับไม่เป็นหวัดเลย และดูมีแนวโน้มการเติบโตดียิ่งขึ้นไปเสียอีก

สำหรับ เอเชีย นั้น ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในซีกโลกตะวันตกมากน้อยแตกต่างกันไป บางประเทศได้รับผลกระทบมาก บางประเทศได้รับผลกระทบน้อย และบางประเทศก็ไม่ได้รับผลกระทบเลย และในขณะที่ สหรัฐอเมริกา และ ยุโรป ซึ่งมีประชากรรวมกันเพียง 1,000 กว่าล้านคนกำลังเผชิญวิกฤติอยู่นี้ เอเชีย ซึ่งมีประชากรกว่า 3,000 ล้านคนก็ได้ผงาดขึ้นมา และดูมีโอกาสดียิ่งกว่าสหรัฐอเมริกา และ ยุโรป ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแม้ในวิกฤติจึงยังมีโอกาส ต้องมองวิกฤติให้เป็นโอกาส

และด้วยข้อด้อยเหล่านี้ทำให้เกินคำถามว่าทำไมเราไม่เป็นประเทศแรกที่จะใช้โอกาสนี้ขึ้นมาเป็นหนึ่งในด้านแฟชั่นในภูมิภาคเอเชียของเราล่ะ? ในเมื่อทุกวันนี้ภูมิภาคเอเชียของเรามีการตื่นตัวในเรื่องของแฟชั่นเป็นอย่างมาก และเพื่อที่จะผลักดันดีไซน์เนอร์ให้ตื่นตัวแสวงหาหรือสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของตัวเอง จากรากเหง้าเดิม แต่มีความเป็นปัจจุบันในด้านวิธีคิดและกลวิธีในการนำเสนอ BANGKOK FASHION WEEK จะผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำทางด้านแฟชั่นในภูมิภาคเอเชีย เพื่อที่จะแก้ไขและสร้างแนวทางความเชื่อมั่นการพัฒนาแฟชั่นของไทย ในด้านวัตถุดิบและการส่งออกอย่างยั่งยืน เพื่อที่จะได้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

แนวคิดการเป็นศูนย์กลางแฟชั่นระดับเอเชียโดยการจัดงาน จัดสร้างโครงการ BANGKOK FASHION WEEK เพื่อผลักดันประเทศไทยให้เป็นหน้าตาของเอเชีย โดยการร่วมมือจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาลไทย กระทรวงอุตสาหกรรม สมาคม Bangkok Fashion Society (BFS) สมาคมAsian Couture Federation(ACF) ภาคเอกชน รวมถึงประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชีย

ในการนี้เพื่อที่จะสนับสนุนโครงการแฟชั่นระดับเอเชียอย่าง BANGKOK FASHION WEEK จึงต้องมีการจัดเตรียมสถานที่ที่จะเป็นที่รองรับแขกVVIPที่จะมาเยือนประเทศไทย จึงนำไปสู่การออกแบบโครงการเสนอแนะ MiTH SIAM HOTEL เพื่อที่จะเป็นโรงแรมที่สร้างประสบการณ์และอำนวยความสะดวกในทุกขั้นตอนให้แก่แขกผู้มาเยือนไม่ว่าจะเป็นตัวดีไซน์เนอร์ ผู้ร่วมงาน หรือ นักธุรกิจ เป็นการนำเสนอโรงแรมและส่วนจัดกิจกรรมงานในรูปแบบ ที่นำเสนอออกมาในรูปแบบของ Facility, Art, Fashion, Furniture, Decoration และสร้างความเป็นPrivateในความไม่Private เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ชีวิตที่เหนือระดับ

กล่าวได้ว่าBANGKOK FASHION WEEK เป็นโครงการระยะยาวและต่อเนื่อง ใน1ปี จะมีการจัดงานใหญ่ทั้งหมด2ครั้ง คือ ช่วงA/W (Autumn Winter) และช่วง S/S (Spring Summer) สถานที่ที่มีความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พร้อมจึงเป็นจุดสำคัญที่จะผลักดันให้โครงการดำเนินต่อไปอย่างราบรื่น โครงการ MiTH SIAM HOTEL จึงมีความต้องการที่จะเป็นเป็นเบื้องหลังเพื่อสรรสร้างความงามอย่างครบวงจรทั้งในด้านตัวบุคคล บรรยากาศ และตัวโครงการเอง อย่างมืออาชีพ กล่าวคือเป็นโรงแรมที่มีฟังก์ชั่นแปลกใหม่อย่างทีมMake upและStylish คอยช่วยตัดสินใจ ให้คำแนะนำและMake Overให้ท่านมีความสวยโดดเด่นก่อนจะเข้าไปร่วมงาน หรือ บรรยากาศของงานที่ทำให้ชวนหลงใหล ความสะดวกสบายของการบริการแต่งตัวในสถานที่จัดงานจะทำให้ท่านไม่ต้องเสียเวลาเดินทางหรือเกิดปัญหาชุดที่ยับจากการเดินทาง เพื่อสัมผัสความเป็นเซเลบริตี้อย่างแท้จริงเป็นประสบการณ์ใหม่ๆบนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน รวมถึงความพร้อมของพื้นที่จัดงานในทุกรูปแบบทั้งงานใหญ่งานเล็ก

1.2 เหตุผลในการเลือกโครงการ

1. แสดงถึงศักยภาพของประเทศที่จะขึ้นมาเป็นศูนย์กลางแฟชั่นระดับเอเชีย ทั้งคุณภาพโรงแรมและโปรดักชั่นการจัดงาน
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เปิดโอกาสให้ทั้งคนไทยและคนต่างชาติได้ลิ้มลองประสบการณ์ในโรงแรมแบบใหม่
3. เป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่ต้องการความเหมาะสม ความสัมพันธ์ และสอดคล้องระหว่างบรรยากาศของสถานที่ รวมกับความเป็นเอกลักษณ์ของการเป็นสังคมแบบร่วมสมัย
4. เพื่อที่จะผลักดันดีไซน์เนอร์ให้ตื่นตัวแสวงหาหรือสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของตัวเอง จากรากเหง้าเดิมแต่มีความเป็นปัจจุบันในด้านวิธีคิดและกลวิธีในการนำเสนอ ให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล

1.3 วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อรองรับโครงการ BANGKOK Fashion Week ในส่วนของผู้จัดงาน (ประชุม)
2. เพื่อรองรับโครงการ BANGKOK Fashion Week ในส่วนจัดงาน
3. เพื่อเป็นห้องพักพร้อมBeauty salon และ Shopping mall พร้อม Stylish ครบวงจร แห่งแรกในประเทศไทย
4. เพื่อเป็นที่ปรึกษาและรองรับการจัดงานEventทุกรูปแบบ
5. เพื่อเป็นสถานที่Hang out สำหรับกลุ่มคนในวงการแฟชั่นระดับโลก

1.4 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
1. กลุ่มดารา-นักแสดง นักร้อง ดีไซเนอร์ นักธุรกิจที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในแถบเอเชีย และยุโรป	1. พื้นที่ที่มีความเป็นส่วนตัว 2. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม 3. พื้นที่สำหรับงาน สังสรรค์ อีเว้น ประชุม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	สัมมนา แฟชั่นโชว์ 4. พื้นที่สำหรับจัดเตรียมงาน 5. พื้นที่สำหรับพักผ่อน
2. บุคคลในแวดวงสังคมชนชั้นสูงหรือมีชื่อเสียงในสังคม ที่ชอบการเข้าสังคม สังสรรค์ กับกลุ่มเพื่อน	1. พื้นที่สำหรับจิบกาแฟ พูดคุย 2. พื้นที่สำหรับงานสังสรรค์ 3. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม
3. นักท่องเที่ยว หรือนักเดินทางชาวต่างชาติ Blogger ระดับ Hi-end ที่มีความสนใจในด้านศิลปะ แฟชั่น งานออกแบบ ที่มาท่องเที่ยวหรือแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆจากการเดินทาง.	1. พื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน 2. พื้นที่สำหรับงานอีเว้น แฟชั่นโชว์ จัดแสดง 3. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม
4. เพศทางเลือก	1. พื้นที่พื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน 2. พื้นที่สำหรับงานอีเว้น แฟชั่นโชว์ จัดแสดง 3. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม
5. คู่รักที่ต้องการจะจัดงานแต่งงาน	1. พื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน 2. พื้นที่สำหรับงานอีเว้น แฟชั่นโชว์ จัดแสดง 3. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม
6. สาวกของcelebrity และนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ ที่เห็นแล้วมีความต้องการอยากจะ Follow	1. พื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน 2. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม

1.5 ภาพลักษณ์โครงการ

1. เพื่อเป็นโรงแรมที่สนับสนุนแฟชั่นไทย สู่ระดับสากล
2. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ใหม่ให้กับประเทศไทย
3. เพื่อมอบประสบการณ์ในการเข้าพักโรงแรมในรูปแบบใหม่ๆ
4. เพื่อเป็นอันดับ1ในการจัดงานEventต่างๆ ทั้งใหญ่และเล็ก ส่วนตัวหรือไม่เป็นส่วนตัวตามแต่ลูกค้า
5. เพื่อเป็นที่Hang out แห่งใหม่ในกรุงเทพฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 องค์ประกอบโครงการ

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	องค์ประกอบโครงการ
1. เพื่อรองรับโครงการ Bangkok Fashion Week ในส่วนของผู้จัดงาน (ประชุม)	1.1 ประชุม 1.2 พักรับรองแขกVVIP 1.3 รับประทานอาหาร 1.4 ธุระส่วนตัว	1.1 Public Area • W.C. 1.2 Semi Public Area • Kitchen 1.3 Private Area • VVIP Room • Meeting Room
2. เพื่อรองรับโครงการ Bangkok Fashion Week ในส่วนจัดงาน	1.1 รองรับโครงการ 1.2 พักรับรองแขกVVIP 1.3 แต่งตัว 1.4 ธุระส่วนตัว 1.5 รับประทานอาหาร	1.1 Public Area • Conventional Hall • W.C. 1.2 Semi Public Area • Backstage (Dress up room) • Kitchen 1.3 Private Area • VVIP Room
3. เพื่อเป็นห้องพักพร้อมBeauty salon และ Shopping mall พร้อม Stylish ครบวงจร แห่งแรกในประเทศไทย	1.1 พักผ่อน 1.2 แต่งตัว 1.3 ซื้อสินค้า 1.4 เสริมความงาม	1.1 Public Area • W.C. • Salon • Retail shops • Nail Spa • Spa 1.2 Semi Public Area • Living Area 1.3 Private Area • Bedroom • Walk in Clothes

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		• Make over area
4. เพื่อเป็นที่ปรึกษาและรองรับการจัดงานEventทุกรูปแบบ	1.1 ปรึกษา 1.2 รองรับงานEVENT 1.3 แต่งตัวสำหรับงาน Event 1.4 เก็บอุปกรณ์ประกอบงาน	1.1 Public Area • Showroom • Pool • Flower Shop 1.2 Semi Public Area • - 1.3 Private Area • ห้องVVIP • Meeting room • Storage
5. เพื่อเป็นสถานที่ Hang out สำหรับกลุ่มคนระดับบน	1.1 กิน 1.2 ดื่ม 1.3 ซื้อสินค้า 1.4 พูดคุย	1.1 Public Area • Restaurant • All Day Dinning • Bar • W.C. • Retail Shops • Bakery & Cafe 1.2 Semi Public Area • Kitchen 1.3 Private Area • -

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ขอบเขตโครงการ

รายการ	ขอบข่าย	ขอบเขต
1. Front Of The House ส่วนต้อนรับ		
- Lobby Information	X	
- Executive Lounge	X	X
- Luggage Locker	X	X
1.1 ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม		
- All Day Dining	X	X
- Pool Bar	X	X
- Restaurant	X	
- Bakery & Cafe	X	X
1.2 ส่วนบริการพิเศษ		
- Meeting Room	X	
- Conventional hall	X	X
- Swimming Pool	X	X
- Fitness	X	
- Salon	X	
- Event Organizer showroom	X	X
- Retail shop	X	
- Flower shop	X	X
- Cigar Shop	X	
- Safe room	X	
- Spa	X	X
1.3 ส่วนห้องพัก		
- Deluxe room	X	X
- Deluxe suite	X	X
- Executive rooms	X	X
- Premiere executive rooms	X	X
- Club Suite	X	X

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 สวน	X	
1.6 ส่วนที่จอดรถ	X	
2. Back Of The House		
- Service Entrance	X	
- Staff Facilities	X	
- Room Service	X	
- House Keeping	X	
- Linen Room	X	
- Laundry Area	X	
- Storage	X	
- Engineering Service	X	
- Parking Service	X	
- Recreation	X	

1.8 ที่ตั้งโครงการ

การเลือกที่ตั้งโครงการ ได้พิจารณาโดยใช้วัตถุประสงค์ของโครงการเป็นหลัก โดยเลือกให้อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดนมีข้อกำหนดดังนี้

- ลักษณะที่ตั้งเหมาะสมกับโครงการ อยู่ในทำเลที่ดี ใจกลางเมือง เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป
- ใกล้ห้างสรรพสินค้าที่ครบวงจรทั้งแบรนด์ไทยและแบรนด์เทศ เป็นอันดับต้นๆของไทย เช่น เซ็นทรัลเวิลด์ เกษรพลาซ่า สยามพารากอน อัมรินพลาซ่า และเอราวัณพลาซ่า
- การคมนาคมสะดวก ทั้งทางรถส่วนตัว และรถไฟฟ้า
- ได้รับบรรยากาศcity viewของเมืองไทย
- ย่านในเมืองธุรกิจ สีสันวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ
- แหล่งชุมชนและสถานที่สำคัญรอบๆตัวอาคาร
- ใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร เช่น ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิตต์, บ้านจิมทอมป์สัน หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร, พิพิธภัณฑ์สยาม
- ศาลพระพรหม สวนลุมพินี The Royal Bangkok Sport Club

1.8.1 อาคารของโครงการ

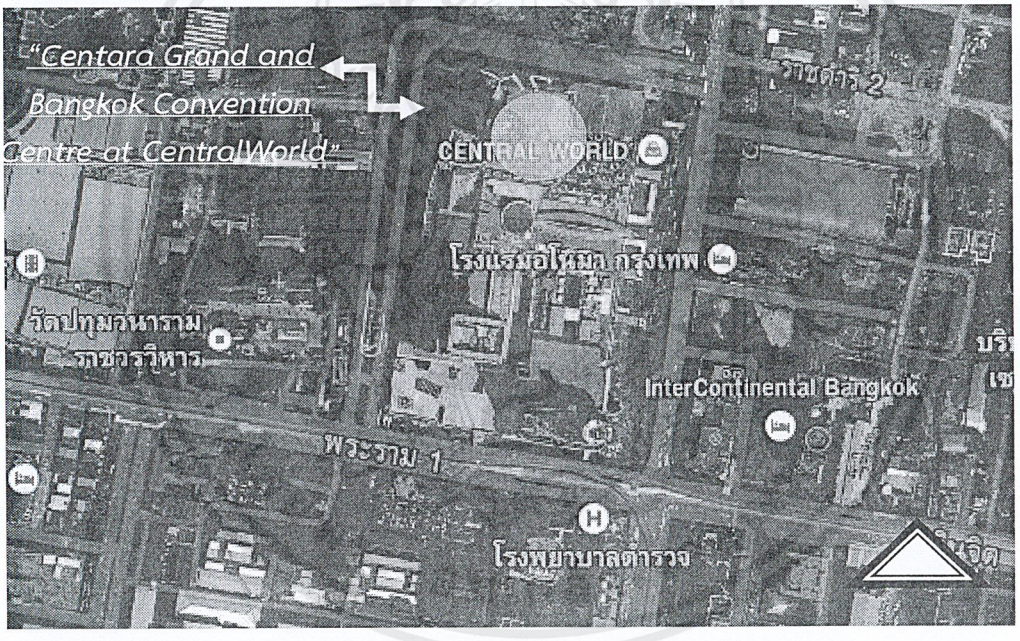
โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ และบางกอก คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ (อังกฤษ: Centara Grand and Bangkok Convention Centre at CentralWorld) คือตึกระฟ้าสูง 56 ชั้น ตั้งอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

999/99 ถนน พระราม 1, สยาม, ปทุมวัน, 10330 กรุงเทพมหานคร อาคารเป็นที่ตั้งของโรงแรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา ของกลุ่มเซ็นทรัล

โรงแรมแห่งนี้เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งเป็นส่วนต่อขยายของอาคารเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์เดิม และมีการต่อเติมพื้นที่สาธารณะของโรงแรม ได้แก่ ลานจอดรถ และศูนย์ประชุมบางกอกคอนเวนชัน เซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งอยู่บนชั้นที่ 22 และ 23 ของโรงแรม โดยสามารถเข้าถึงได้จากลิฟต์ของโรงแรม ศูนย์ประชุมเปิดในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2550 โดยเริ่มใช้งานครั้งแรกในงานเลี้ยงรับรางวัลและกิจกรรมอื่นๆ ในงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกรุงเทพ ครั้งที่ 7 พ.ศ. 2550

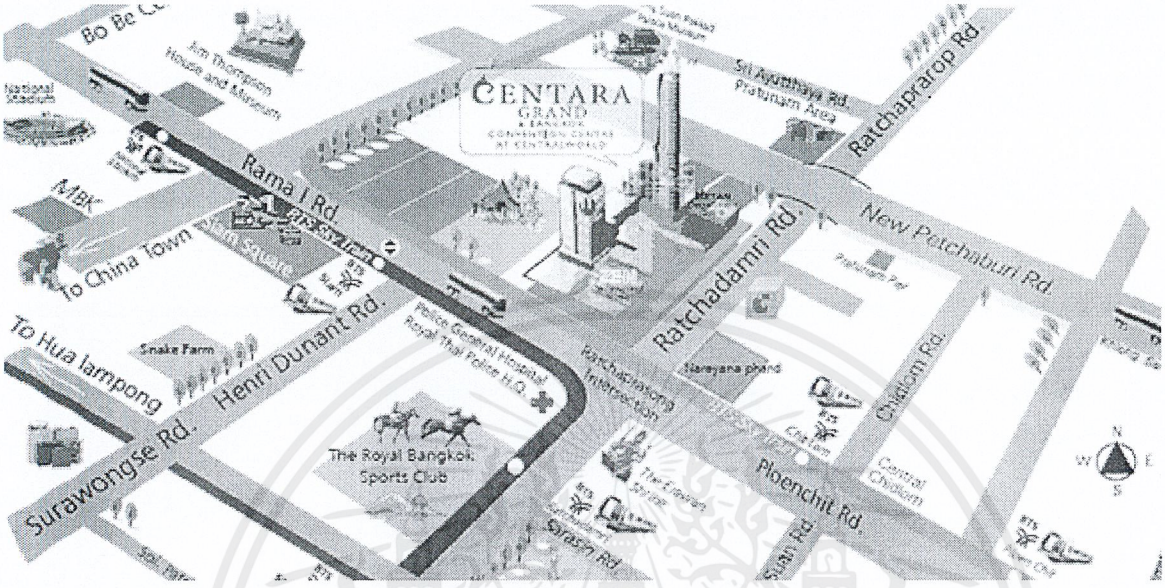
อาคารโรงแรมแลนด์มาร์คหนึ่งของเส้นขอบฟ้ากรุงเทพมหานคร อาคารทรงกระบอกซึ่งสร้างด้วยเหล็กและกระจกด้วยมีความสูงโดยตรงจากถนนประมาณ 189 เมตร มีการแสดงออกทางสถาปัตยกรรมด้วยการจัดการแถบแนวนอนวางทับอยู่บนโครงแนวตั้ง และมีโครงเหล็กโค้งคล้ายดอกบัวประกอบเป็นชั้นนอกสุดของอาคาร ปัจจุบันเป็นอาคารที่สูงที่สุดอันดับ 5 ของประเทศไทย



รูปที่1.1 แสดงที่ตั้งของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

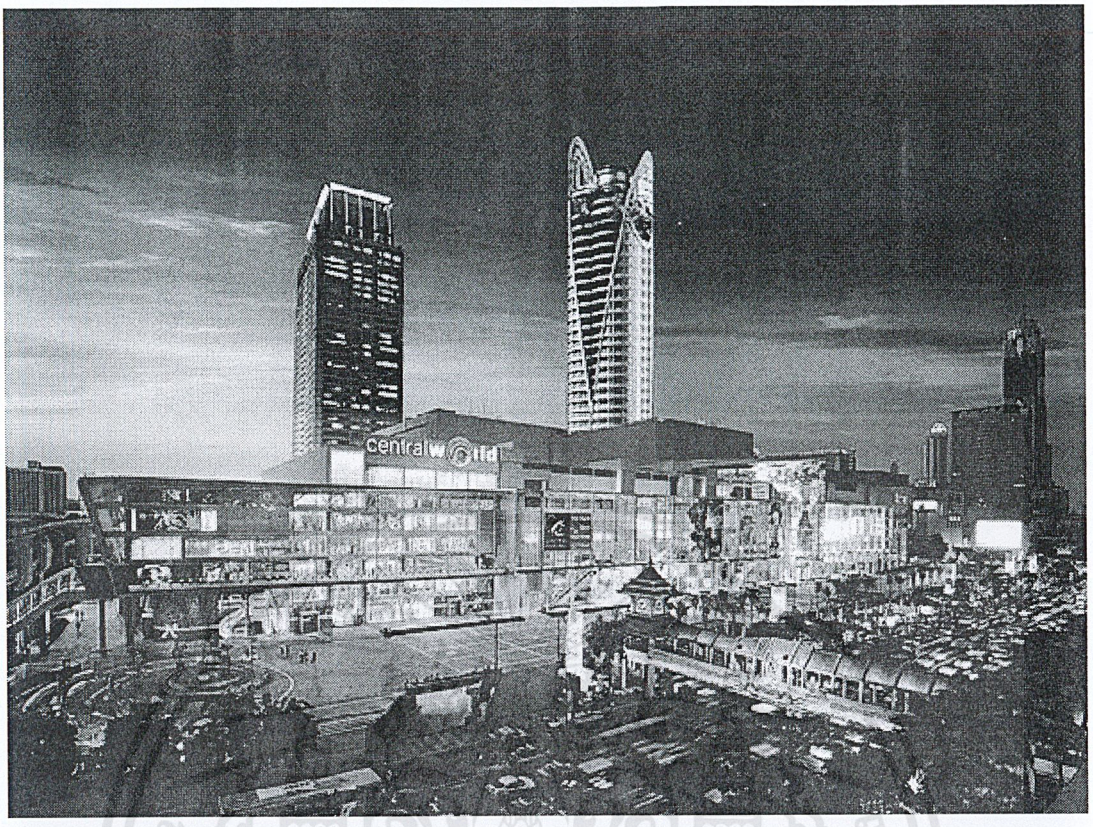
1.8.2 สถานที่ตั้งอาคาร



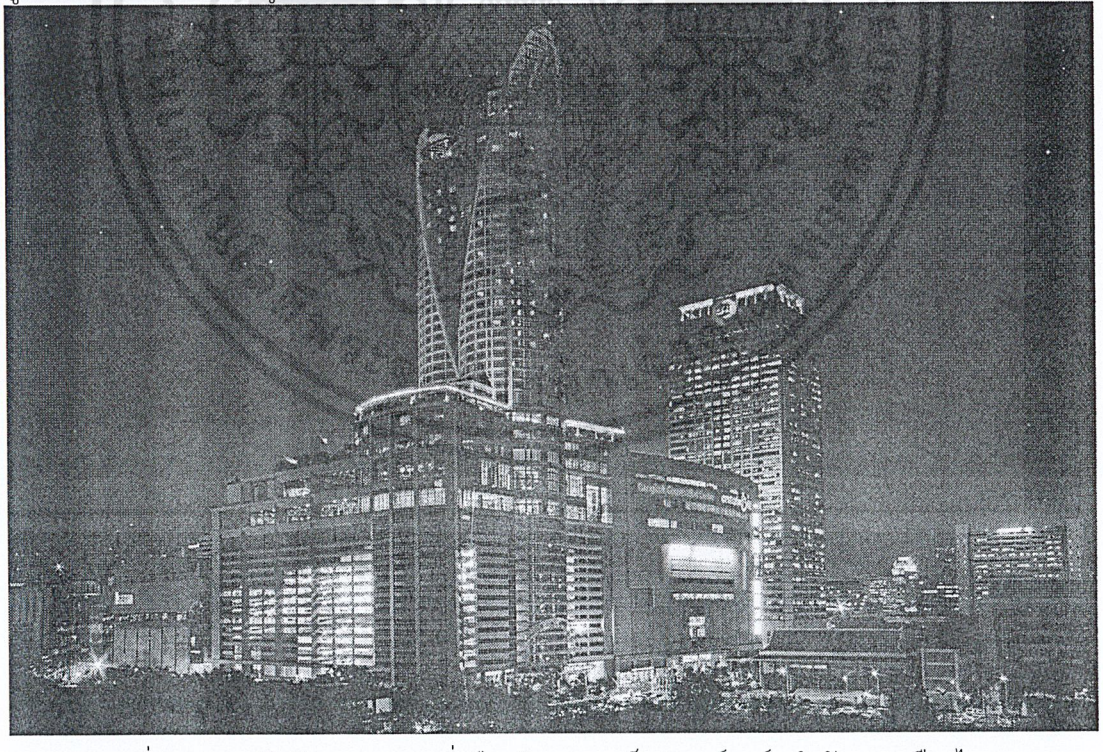
รูปที่1.3 แสดงถึงสภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ

- ตัวอาคารเป็นส่วนหนึ่งของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ โดยจะมีลานของศูนย์การค้าที่สามารถทำเป็นส่วนของการจัดกิจกรรมOUTDOORได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่1.4 แสดงภาพรวมศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์และโรงแรมเซนทาราแกรนด์เซนทรัลเวิลด์

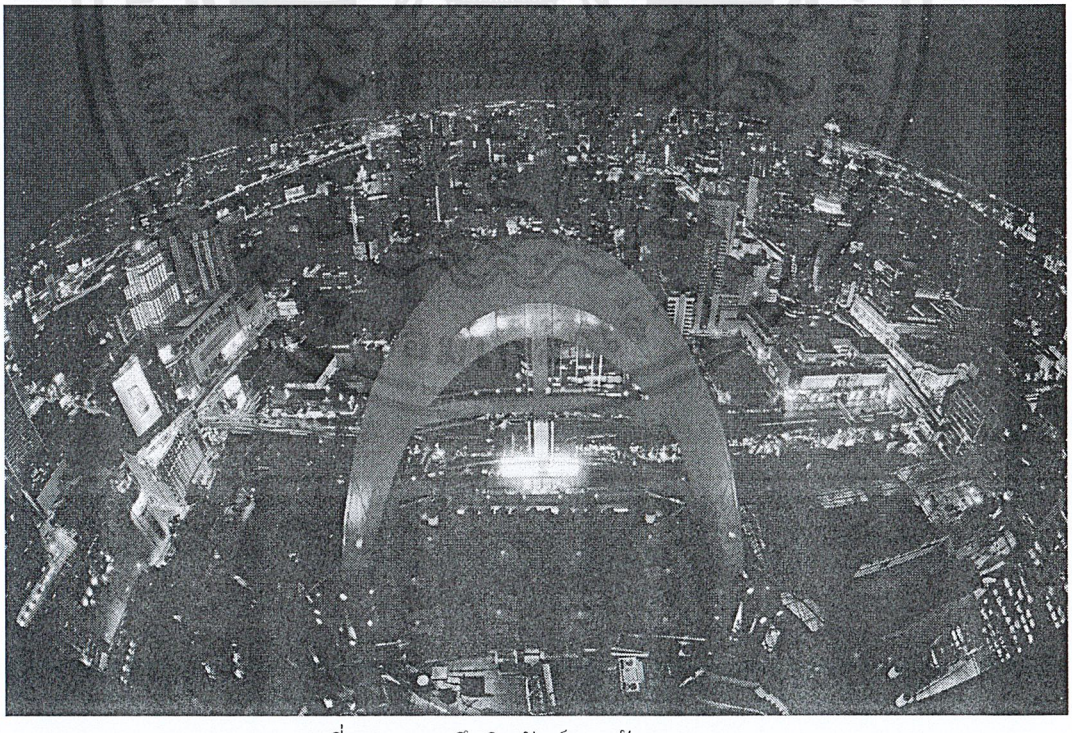


รูปที่1.5 แสดงถึงตัวอาคารยามค่ำคืน ตัวอาคารเป็นแลนด์มาร์คสำคัญของเมืองไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่1.6 แสดงถึงทิวทัศน์จากด้านบนอาคาร



รูปที่1.7 แสดงถึงทิวทัศน์จากด้านบนอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



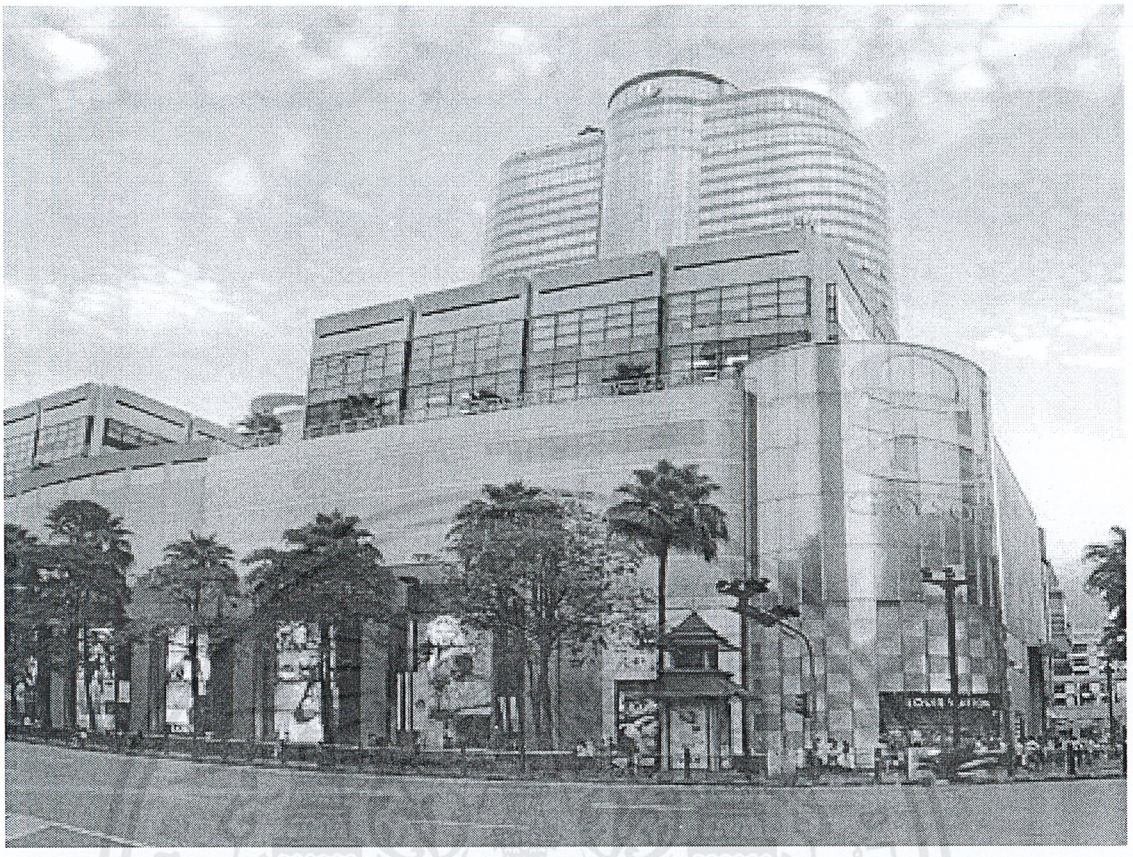
รูปที่1.8 แสดงถึงทิวทัศน์จากด้านบนอาคาร

○ ทางด้านทิศตะวันออกเป็นที่ตั้งของบิ๊กซีราชดำริ และ ห้างสรรพสินค้าเกสรพลาซ่า



รูปที่1.9 แสดงถึง บิ๊กซีราชดำริ มุมมองจากห้างสรรพสินค้าเซนทรัลเวิลด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่1.10 แสดงถึงเกสรพลาซ่า มุมมองจากห้างสรรพสินค้าเซนทรัลเวิลด์

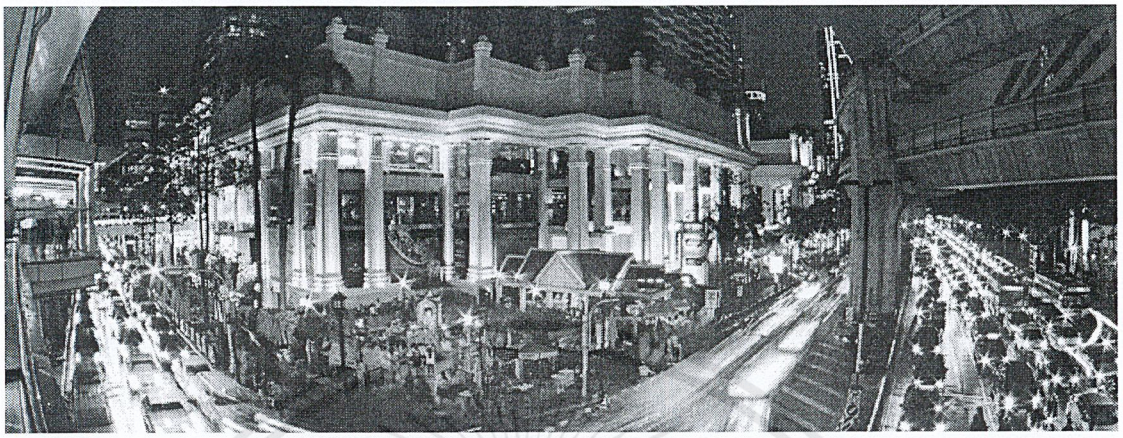
○ ทางทิศใต้เป็นที่ตั้งของโรงพยาบาลตำรวจ และ THE ROYAL BANGKOK SPORT CLUB



รูปที่1.11 แสดงถึงTHE ROYAL BANGKOK SPORT CLUB

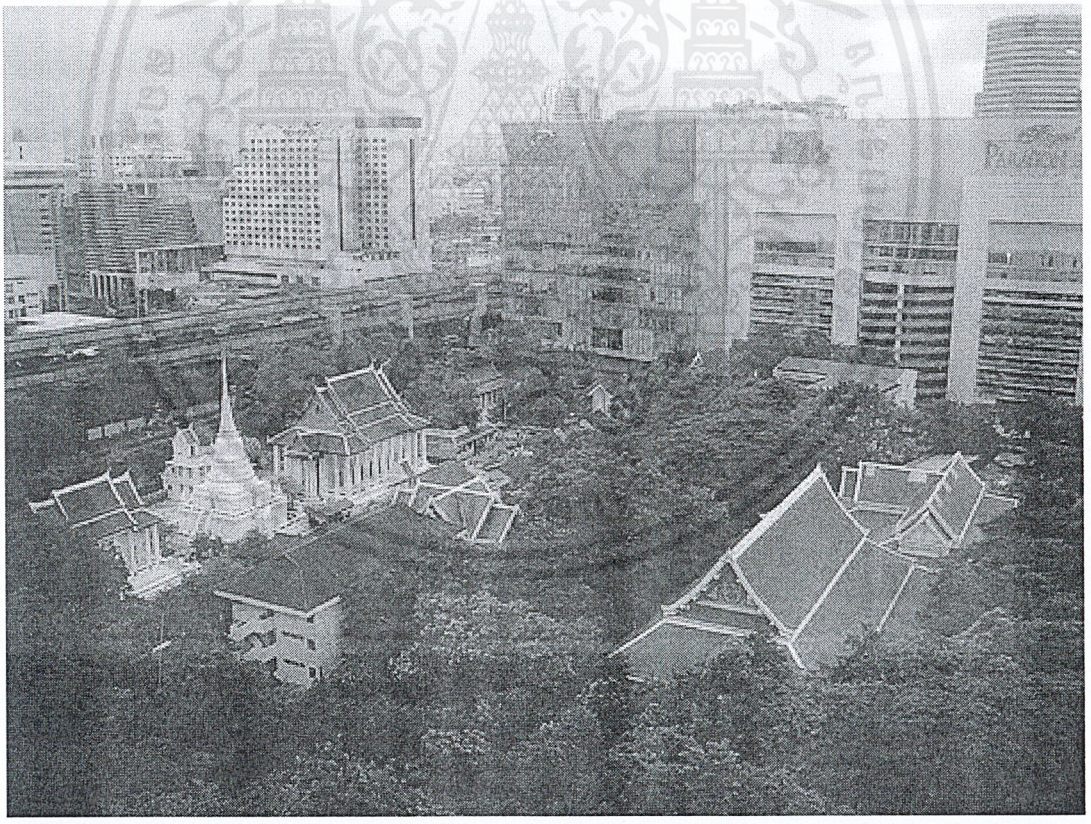
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้เป็นที่ตั้งของ อัมรินพลาซ่า และเอราวัณพลาซ่า ซึ่งเป็นที่ตั้งของพระพรหม แยกราชประสงค์อีกด้วย



รูปที่1.12 แสดงถึงอัมรินพลาซ่า แยกราชประสงค์

- ทางด้านทิศตะวันตกเป็นที่ตั้งของวัดปทุมวนารามราชวรวิหาร สยาม และ สยามพารากอน



รูปที่1.13 แสดงถึงวัดปทุมวนารามราชวรวิหาร สยาม และ สยามพารากอน มุมมองจากห้างสรรพสินค้าเซนทรัลเวิลด์

- ทางทิศตะวันออกของโครงการมี แยกราชประสงค์ ซึ่งเป็นแยกที่มีการจราจรตลอดวัน เป็นหนึ่งในแลนด์มาร์คของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่1.14 แสดงถึงแยกราชประสงค์

1.8.3 ปัญหา

1. เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงจึงทำให้เป็นจุดที่มีความอ่อนไหวทางด้านการเมืองของประเทศไทยแต่จากปัญหาความอ่อนไหวที่เกิดขึ้นเราจึงต้องนำจุดที่อ่อนไหวมาที่สุดมาสร้างให้เป็นจุดที่แข็งแรงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นานาชาติต่อไป

2. การจราจรที่ติดขัด

1.9 การเข้าถึงโครงการ

การคมนาคม ที่สามารถเข้าถึงอาคาร มีดังนี้

รถยนต์ส่วนบุคคล

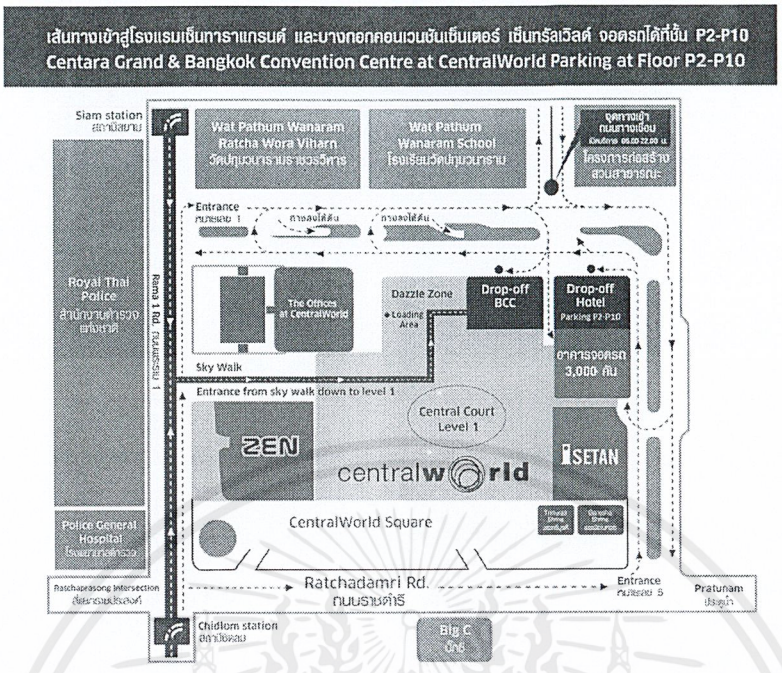
รถยนต์จากทางโรงแรม

รถรับจ้างส่วนบุคคล (TAXI)

รถโดยสารประจำทาง รถปรับอากาศสาย 16, 25, 73, 79, 204, 501, 508 /
ไมโครบัสสาย 5, 6, 12, 23 และ
รถประจำทางธรรมดาสาย 15, 16, 21, 25, 40, 48, 54, 73

รถไฟฟ้าบีทีเอส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่1.2 แสดงการเข้าถึงของโครงการ

1.10 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1 ได้เรียนรู้วิธีการการวิเคราะห์ข้อมูล และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับโครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้มาใช้งาน

2 ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรมและสถาปัตยกรรมภายใน ที่เหมาะสมกับกับการspaceและประสบการณ์ของผู้มาใช้

3 สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ได้จริงและสามารถเสนอข้อมูลแนวทางวิธีการแก้ปัญหาแก่ผู้ที่มีความสนใจที่จะนำไปศึกษาต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การศึกษาข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเฉพาะของโครงการ

2.1 ข้อมูลทั่วไป

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับรงแรม

ความหมายของคำว่า โรงแรม นั้น ตามพระราชบัญญัติการโรงแรม พ.ศ. 2494 กล่าวว่า “โรงแรม” หมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้น เพื่อรับสินจ้าง สำหรับนักเดินทาง หรือ บุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว ดังนั้น คำว่า “อุตสาหกรรมโรงแรม” อาจสรุปให้ชัดเจนได้ว่า เป็นการดำเนินธุรกิจแบบมีสถานประกอบการจัดตั้งเพื่อรับสินจ้างจากคนเดินทาง หรือบุคคลที่หาที่อยู่ หรือที่พัก มีบริการเกี่ยวกับที่พักอาศัย อาหาร เครื่องดื่ม และบริการอื่นๆ เพื่อความสะดวกสบายของผู้ที่เป็นลูกค้า อาจเป็นอาคารเพียงหลังเดียว หรือหลายหลังก็ได้

2.1.1.1 ลักษณะสำคัญของโรงแรม

1.เป็นสถานที่ หรือ สิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนไหวไม่ได้ (อสังหาริมทรัพย์)

2.โรงแรมเป็นสถานที่ขายบริการ ซึ่งจะต้องขาย ณ สถานที่ทำการผลิตที่ผู้ใช้บริการอยู่

3.เป็นสถานที่พักเปิดบริการต่างๆ แก่สาธารณชน ทุกคนสามารถเข้าพักได้(ยกเว้นเด็กที่ไม่มีผู้ปกครองมาด้วย)

4.โรงแรมควรจัดให้มีบริการทั้งเฉพาะคน ครอบครัว หรือ กลุ่มบุคคล

5.ควรมีบริการต่าง ๆ ครบถ้วน เพื่อสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการโดยมีห้องพักราคาต่างๆกัน ห้องน้ำ บริการอาหาร และ เครื่องดื่มในราคาต่าง ๆ กัน มีบริการซักรีด ขายของที่ระลึก ไปรษณีย์ ห้องประชุม ห้องโถง ห้องจัดเลี้ยง บริเวณจัดสวน บริการด้านสันทนาการต่าง ๆ เป็นต้น

6.โรงแรมเป็นเครื่องมือการผลิตที่มุ่งขายบริการ ให้ได้กำไรพอสมควร คุ้มกับการบริหารงานและทุนที่ลงไป

2.1.1.2 ประวัติของโรงแรมแห่งประเทศไทย

ในอดีต ที่พักค้างแรมของผู้เดินทางในประเทศไทย ทั้งที่เป็นคนไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาติดต่อทางการค้า การฑูต การเมือง การทหาร การเยี่ยมเยียน ฯลฯ ถ้าเป็นแขกบ้านแขกเมืองคนสำคัญ ก็จะๆได้พักในวังของพระเจ้าแผ่นดิน พระราชวงศ์ บ้านเสนาบดี ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ ถ้าเป็นพ่อค้า คนเดินทางทั่วไป ก็พักตามวัดวาอาราม จวนเจ้าเมือง บ้านนายอำเภอ กำนันผู้ใหญ่บ้าน บ้านเศรษฐีคหบดี บ้านญาติเพื่อนฝูง หรือ ศาลาตามหมู่บ้านที่มีอยู่ทั่วไป

การโรงแรมในประเทศไทย เริ่มในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยมีการติดต่อทางการค้ากับชาวต่างชาติมากขึ้น มีโรงแรมโอเรียนเต็ล เป็นโรงแรมแห่งแรก(ซึ่งเดิมพื้นที่ของโรงแรมโอเรียนเต็ล 13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เคยเป็นโรงแรมเก่าที่ถูกไฟไหม้ครั้งใหญ่เมื่อประมาณพ.ศ. 2405)
สมัยรัชกาลที่ 6 พ.ศ. 2454 มีโรงแรมใหม่ที่ถนน สาธรเหนือ คือ Royal Hotel ซึ่งเป็น
สถานฑูตรัสเซียในปัจจุบัน พ.ศ. 2465 กรมรถไฟสร้างโรงแรมหัวหินเป็นโรงแรมชายทะเล แห่งแรกในเมืองไทย
สมัยรัชกาลที่ 7 พ.ศ. 2469 มีโรงแรมเดอลุกซ์แห่งแรกของไทย คือ โฮเต็ลพญาไท ประกอบด้วย
ห้องรับรอง ห้องอาหาร บาร์ ห้องนั่งเล่น ห้องพักกว่า 60 ห้อง เนื่องจากเป็นพระราชวังมาก่อนจึงประดับ
ตกแต่ง
อย่างวิจิตรงดงาม จนได้รับการยกย่องว่าเป็น Palace Hotel ที่ยอดเยี่ยมที่สุดในตะวันออกกลาง พ.ศ. 2470
มีโรงแรมราชธานีที่สถานีรถไฟหัวลำโพง ปัจจุบันเป็นกองโรงแรม และคลังพัสดุสเบียง การรถไฟแห่งประเทศ
ไทย
รัชกาลที่ 8 พ.ศ. 2485 สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ได้สร้างโรงแรมรัตนโกสินทร์ และโรงแรม
สุริยานนท์ ขึ้นที่ถนนราชดำเนิน มีชื่อเสียงในการบริหาร และเป็นที่ชุมนุมของลงสังคมชั้นสูง รัฐบาลใช้เป็น
ที่รับรองแขกเมือง ต่อมาให้เอกชนเข้าดำเนินการ โดยเปลี่ยนชื่อเป็น “Royal” และ“Majestic”

2.1.1.3 ลักษณะกิจการโรงแรมในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้
แบ่งตามการดำเนินงานได้ 3 ลักษณะ คือ
1. โรงแรมที่เป็นสาขา และมีข่ายงาเชื่อมโยงกับโรงแรมที่อยู่ต่างประเทศ โดยมากจะอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็น
ศูนย์กลางการท่องเที่ยว จะต้องแบ่งรายได้จากการขายทั้งสิ้น
ประมาณร้อยละ 6-8 ให้สำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ
2. โรงแรมดำเนินงานโดยคนไทย โดยจ้างชาวต่างชาติ ที่มีความชำนาญให้เป็นผู้บริหาร ส่วนใหญ่
อยู่ในกรุงเทพฯ และในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว
3. โรงแรมที่ยังไม่ได้มาตรฐานที่จะรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมากจะอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ
เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักประมาณ 20 ห้อง และธุรกิจขนาดปานกลางประมาณ 100 ห้อง

2.1.2 ประเภทของโรงแรม
โรงแรมเป็นที่ขายบริการประเภทหนึ่งซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นหนักไปในด้านพักผ่อนและการรับประทานอาหาร
ดังนั้นจึงมีบุคคลหลายประเภทที่จะต้องเกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการท่องเที่ยว, ธุรกิจ,
การค้า ฯลฯ จึงมีการแบ่งประเภทของโรงแรมออกเป็นหลายชนิดด้วยกัน
การแบ่งประเภทของโรงแรมสามารถจำแนกได้จากลักษณะต่าง ๆ ได้หลายวิธี คือ
2.1.2.1 การแบ่งชนิดของโรงแรมตามลักษณะที่ตั้ง
2.1.2.2 การแบ่งชนิดของโรงแรมตามมาตรฐานของโรงแรม
2.1.2.3 การแบ่งชนิดของโรงแรมตามการดำเนินงาน
2.1.2.4 การแบ่งชนิดของโรงแรมตามขนาด
2.1.2.5 การแบ่งชนิดของโรงแรมตามระยะเวลามาพัก
2.1.2.6 การแบ่งชนิดของโรงแรมตามคนพัก [14]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.1 การแบ่งชนิดของโรงแรมตามลักษณะที่ตั้ง แบ่งได้เป็น 3 ชนิด คือ

1. โรงแรมในเมือง (CITY HOTEL) คือ โรงแรมตามเมืองใหญ่ๆที่มีความสำคัญทางด้านธุรกิจ การค้า การทูต หรือ การท่องเที่ยวที่มีส่วนที่ท่องเที่ยวในลักษณะสถาปัตยกรรมเก่าแก่ของเมืองโบราณสถาน โบราณวัตถุ ฯลฯ

2. โรงแรมในเมืองเล็ก (SMALL CITY HOTEL) คือ โรงแรมที่อยู่ในเมืองที่ห่างไกลชุมชนของเมืองใหญ่ๆ หรืออยู่ในชนบทตามเมืองเล็กๆ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

3. โรงแรมตากอากาศ (RESORT HOTEL) คือ โรงแรมที่อยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะเป็นธรรมชาติ เช่น ชายหาด ริมทะเล บนภูเขา เป็นต้น

2.1.2.2 การแบ่งตามมาตรฐานของโรงแรม

แบ่งออกได้เป็น 5 ชนิด คือ

1. โรงแรมชั้นพิเศษ (LUXURY HOTEL) คือ โรงแรมที่มีส่วนให้บริการ และการบริการพิเศษ
2. โรงแรมชั้นหนึ่ง (FIRST CLASS HOTEL) คือ โรงแรมที่มีส่วนให้บริการ ควรสะดวกสบายและให้บริการครบถ้วน การจัดบริการที่ดี
3. โรงแรมชั้นสอง (SECOND CLASS HOTEL) คือ โรงแรมที่มีลักษณะการบริการ และ ส่วนประกอบต่างๆ ด้อยกว่าโรงแรมชั้นหนึ่ง
4. โรงแรมชั้นสาม (THIRD CLASS HOTEL) คือ โรงแรมราคาถูก มีการบริการเพียงที่พักค้างคืน หรือห้องนอนเท่านั้น

2.1.2.3 การแบ่งตามลักษณะของการดำเนินงาน

แบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด คือ

1. ลักษณะแบบ AMERICAN PLAN HOTEL คือ การคิดอัตราค่าห้องพัก รวมกับค่าอาหารด้วย

ซึ่งอาจเป็น2-3มื้อ โดยไม่ยกเว้นกรณีที่แขกไม่รับบริการอาหาร

2. ลักษณะแบบ EUROPEAN PLAN HOTEL คือ ตั้งอัตราค่าห้องพักเท่านั้น ส่วนถ้าแขกที่มาพักต้องการจะรับบริการก็ต้องเสียเงินเพิ่ม
3. ลักษณะแบบ DUAL PLAN HOTEL คือ มรการให้บริการทั้งสองแบบข้างต้น (1และ2) โดยจะให้แขกที่มาพักเป็นผู้รับทานเอง

2.1.2.4 การแบ่งตามระยะเวลาของแขกที่มาพัก

แบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด คือ

1. TRANSITION HOTEL คือ โรงแรมที่มีระยะเวลาในการพักสั้นเพียงวันเดียว หรือ น้อยกว่านั้น ไม่มีการจองห้องพักล่วงหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. RESIDENT HOTEL คือ โรงแรมที่มีระยะเวลาในการพักยาวเป็นสัปดาห์ เป็นเดือนหรือเป็นปี

3. RESORT HOTEL คือ โรงแรมที่แขกมาพักเพื่อการพักผ่อน หรือผู้ป่วยมาพักฟื้น

2.1.2.5 การแบ่งตามขนาดของโรงแรม แบ่งออกได้ 3 ชนิด คือ

1. โรงแรมขนาดใหญ่ (LARGE HOTEL) มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 300 ห้องขึ้นไป

2. โรงแรมขนาดกลาง (AVERAGE HOTEL) มีจำนวนห้องพัก ตั้งแต่ 25-299 ห้อง

3. โรงแรมขนาดเล็ก (SMALL HOTEL) มีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 25 ห้อง

2.1.2.6 การแบ่งตามลักษณะของแขกที่เข้าพัก

แบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด คือ

1. โรงแรมสำหรับนักธุรกิจ (BUSINESS HOTEL) คือ โรงแรมที่เน้นบริการด้านที่พักอาหารและธุรกิจที่เข้ามาประกอบธุรกิจในเมือง นอกจากนี้ยังมีบริการเกี่ยวกับธุรกิจต่างๆ เช่น มีห้องประชุม (BUSINESS CENTERS) อุปกรณ์ในการประกอบธุรกิจ มีการบริการเลขานุการ และพนักงานพิมพ์ดีด หากต้องการ มีการสื่อสาร ก็จะมีบริการ เช่น ไปรษณีย์ โทรเลข

2. โรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว (TOURIST HOTEL) คือ โรงแรมที่เน้นการบริการทางด้านที่พัก อาหาร และอำนวยความสะดวกเรื่องท่องเที่ยวแก่นักทองเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งมักจะมาพักเป็นหมู่คณะ โดยปกติโรงแรมประเภทนี้จะพร้อมที่จะบริการรักธุรกิจด้วย

3. โรงแรมระหว่างทาง (MOTOP HOTEL) คือ โรงแรมที่เน้นการบริการทางด้านที่พักและอาหารแก่ผู้ที่เดินทางผ่านไปมาโดยวันรุ่งขึ้นจะเดินทางต่อโรงแรมประเภทนี้มักตั้งอยู่ ระหว่างทางจากเมืองหนึ่งไปยังอีกเมืองหนึ่งการบริการที่จอดรถของแขกผู้มาพักอย่างสะดวกสบาย

2.1.2.7 โรงแรมประเภทแบ่งตามมาตรฐานของโรงแรม

1.โรงแรมระดับ 5 ดาว (Luxury Hotel) คือ โรงแรมที่มีมาตรฐานในการบริการต่อแขกดีเยี่ยม มีความหรูหราเป็นพิเศษ ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างเป็นพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการ อาหาร หรือความหรูหราของห้องพัก

2.โรงแรมระดับ 4 ดาว (First Class Hotel) คือ โรงแรมที่มีส่วนให้ความสะดวกสบายและการบริการครบถ้วน มีการจัดบริการที่ดี การจัดบริเวณรอบๆโรงแรม ถ้าเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวต้อง

จัดบรรยากาศทั้งในและนอกให้เป็นส่วนหนึ่งของที่ตั้งโรงแรม เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ขาดไม่ได้ คือ สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร ห้องเลี้ยงรับรองและห้องประชุม และมีการจัดบริการด้านนำเที่ยวชมบริเวณโดยรอบ

3.โรงแรมระดับ 3 ดาว (Second Class Hotel) คือ โรงแรมที่มีการบริการและส่วนประกอบในการบริการด้อยกว่าโรงแรมระดับ 4 ดาว 16

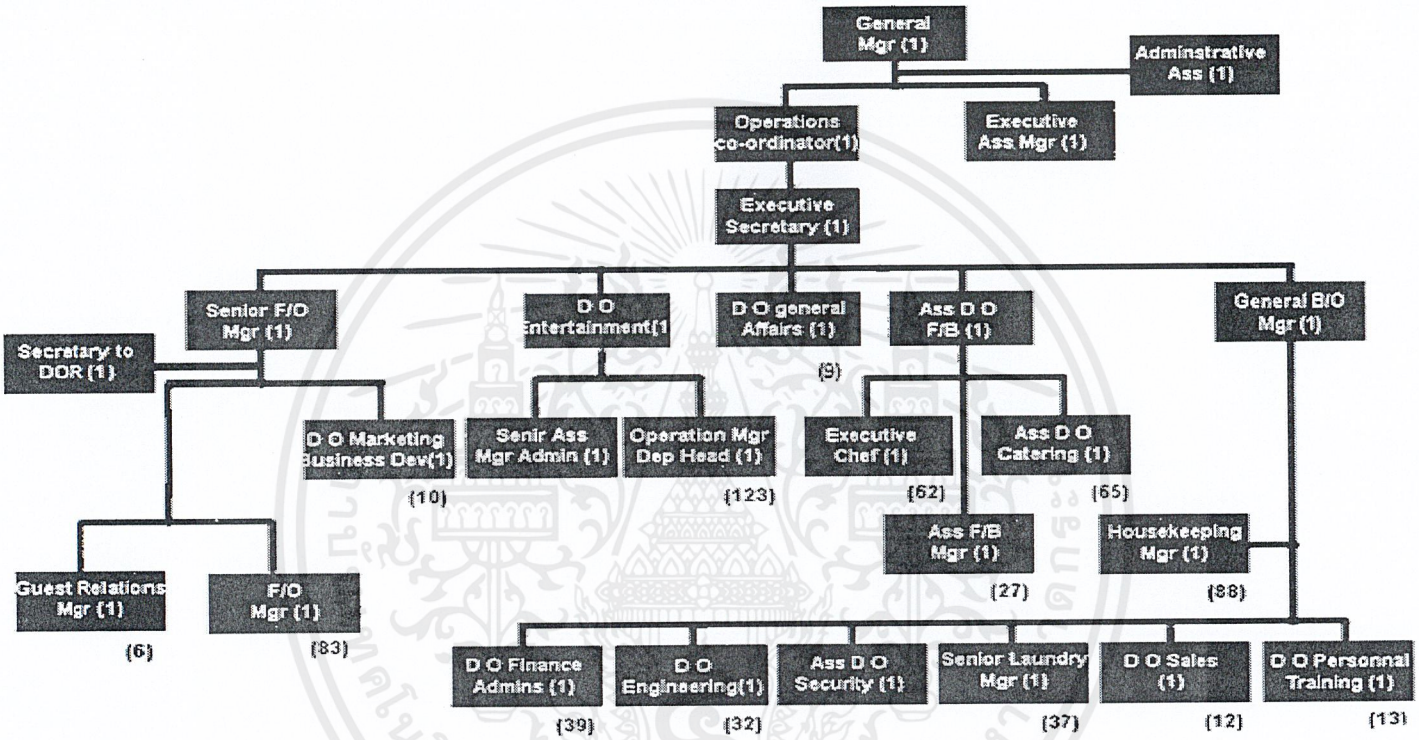
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.โรงแรมระดับ 2 ดาว (Third Class Hotel) คือ โรงแรมที่มีการบริการและส่วนบริการและส่วนประกอบในความสะดวกสบายน้อย มีห้องหรือไม่มีเลยก็ได้

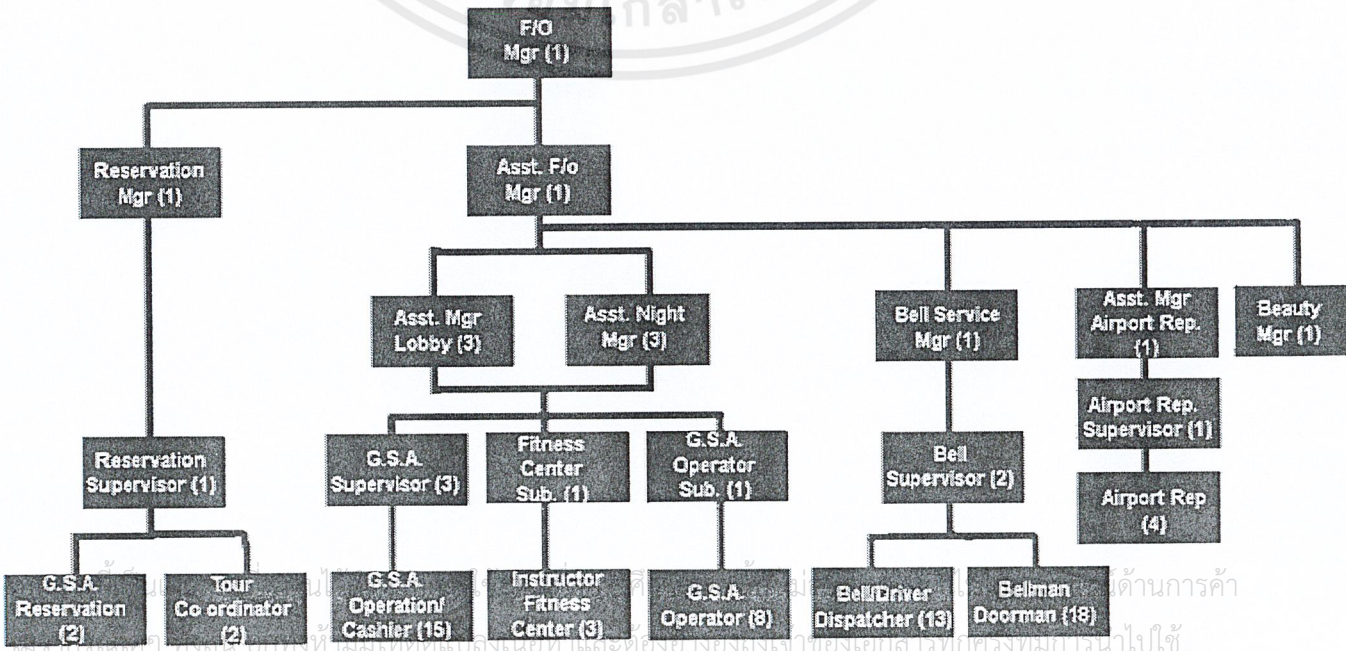
5.โรงแรมระดับ 1 ดาว (Cheap Hotel) หรือโรงแรมราคาถูก คือ โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพักค้างคืนเท่านั้น ไม่มีส่วนบริการความสะดวกสบายหรือมีน้อยมาก

2.1.3 สายบริหารและอัตรากำลัง

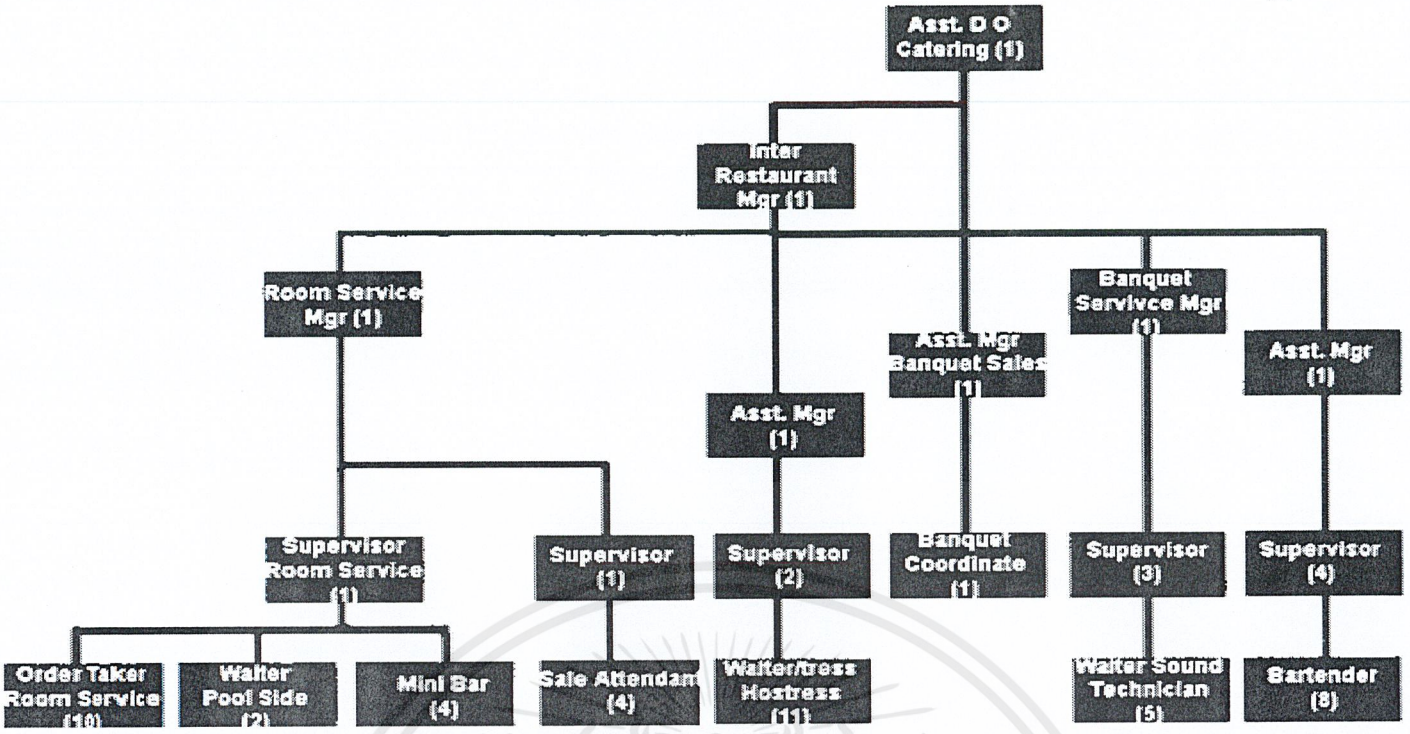
2.1.3.1 ฝ่ายบริหาร

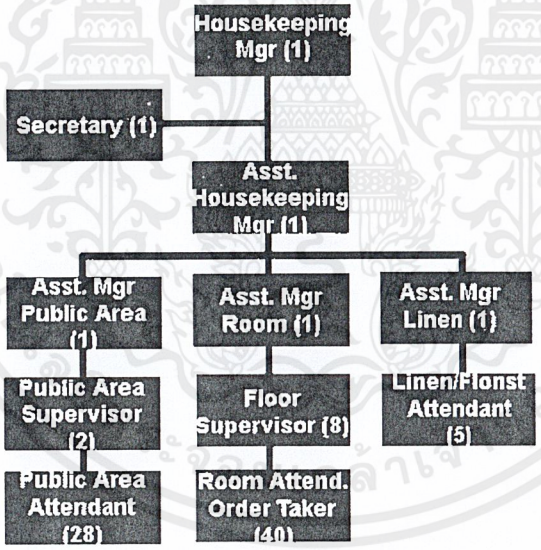


2.1.3.2 ฝ่ายบริการ



ลิขสิทธิ์ | ข้อมูลนี้เป็นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้ามมิให้ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ หรือนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4 รายละเอียดขององค์ประกอบพื้นฐานโครงการ

การจำแนกสายงานในการดำเนินธุรกิจการโรงแรมสามารถจำแนกสายงานออกตามลักษณะการทำงานของแต่ละแผนกอันเป็นองค์ประกอบสำคัญของโรงแรม

ส่วนประกอบของโรงแรมสามารถแบ่งแยกออกเป็นส่วนใหญ่ๆได้หลายวิธี เช่น การแบ่งตามลักษณะการใช้สอย การแบ่งตามลักษณะรายได้ขงส่วนนั้นๆ ฯลฯ แต่วิธีที่สะดวกแก่การดำเนินงานคือการแบ่งตามลักษณะของกิจกรรม

ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

1. FRONT OF THE HOUSE (ส่วนนี้สำหรับผู้มาใช้บริการของโรงแรม)
2. BACK OF THE HOUSE (ส่วนนี้สำหรับให้บริการของโรงแรม)

1. FRONT OF THE HOUSE (ส่วนนี้สำหรับผู้มาใช้บริการของโรงแรม)

คือ ส่วนที่ผู้มาใช้บริการได้เข้ามารับบริการของโงแรม ส่วนนี้จะตัดขาดจากส่วน BACK OF THE HOUSE ในด้านการหมุนเวียนของคนและสิ่งของ แต่ทั้งนี้ต้องจัดให้การบริการจาก BACK OF THE HOUSE เข้าถึงได้อย่างใกล้ชิด

ส่วนของ FRONT OF THE HOUSE จะมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ประดับประดาอย่างสวยงาม เพื่อสร้างความประทับใจและเป็นการชักจูงแขกผู้มาใช้บริการได้กลับมาใช้บริการอีกอันหมายถึงรายได้และผลกำไรของโรงแรม

FRONT OF THE HOUSE ประกอบด้วย

1.1 ทางเข้า ENTRANCE
1.2 สำนักงานส่วนหน้า FRONT OFFICE
1.3 ส่วนโถงและส่วนพักผ่อน LOBBY AND LOUNGE
1.4 ห้องน้ำสำหรับแขก TOILETS FOR GUEST
1.5 บริเวณบริการแขกในโรงแรม CONCESSION SPACE
1.6 บริเวณร้านค้าและเช่าซื้อของโรงแรม RENTAL SPACE
1.7 ส่วนให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม FOOD AND BEVERAGE SERVICE SPACE
1.8 ส่วนบริการด้านสถานที่ BANQUETING FACILITIES
1.9 ส่วนบริการหรือส่วนประกอบพิเศษ SPECIAL ACCOMMODATION
1.10 ส่วนห้องพักแขก GUEST ROOM SPACE

ส่วนประกอบต่างๆของ FRONT OF THE HOUSE นี้ยังมีรายละเอียดปลีกย่อยออกไปดังนี้ 17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 ทางเข้าโรงแรม HOTEL ENTRANCE

ทางเข้าโรงแรม อาจแยกได้หลายลักษณะดังนี้

1.1.1 ทางเข้าใหญ่ เป็นทางเข้าสู่โรงแรมโดยตรง ผู้มาใช้บริการ ของโรงแรมจะสัมผัสกับจุดนี้จุดแรกเมื่อเข้าสู่โรงแรมควรเป็นจุดเด่นที่สามารถมองผ่านชัด และควรให้เห็นส่วนภายในโรงแรม ซึ่งควรจะเป็นที่ที่ตรงไปยังแผนกต้อนรับ ได้โดยตรงการติดต่อระหว่างส่วนทางเข้าใหญ่กับส่วนทางเข้าใหญ่กับส่วนสัญจรภายนอกควรสะดวกสบายรวดเร็วที่สุด

1.1.2 ทางเข้าย่อย เป็นทางเข้าสำหรับคนภายนอกที่ไม่ได้มาพักที่โรงแรม แต่มาใช้บริการด้านอื่นๆ ของโรงแรม

1.1.3 ทางเข้าของสัมภาระ ควรอยู่ใกล้ทางเข้าใหญ่เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการขนย้ายกระเป๋าจากพาหนะไปยังห้องพัก

1.1.4 ทางเข้าส่วนบริการ ทางเข้านี้จะต้องแยกออกจากทางสัญจรของแขกโดยเด็ดขาด แต่ต้องอยู่ในการขนส่งของ และมีที่เพียงพอสำหรับขนย้ายของโดยไม่รบกวนส่วนอื่นๆ

1.2.สำนักงานส่วนหน้า FRONT OFFICE

ส่วนนี้เป็นส่วนกลางของกิจการต่างๆในโรงแรม เป็นจุดที่แขกผู้มาพัก หรือผู้ที่ต้องการจะติดต่อธุรกิจบางอย่างกับโรงแรม จะต้องมาส่วนนี้ก่อนนอกจากนี้ยังเป็นส่วนควบคุมการเข้าออกของแขกด้วย

สำนักงานส่วนหน้า ประกอบด้วย

1.2.1 เคาน์เตอร์ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของสำนักงานส่วนหน้าซึ่งแขกของโรงแรมสามารถติดต่อในส่วนนี้ได้โดยตรง และมีหน่วยงานย่อยๆได้แก่

- ส่วนต้อนรับ
- ส่วนลงทะเบียน
- ส่วนจดหมาย ข่าวสาร กุญแจ
- ส่วนการเงิน
- ส่วนแลกเปลี่ยนเงินตรา

นอกจากนี้แล้วยังมีส่วนบริการร่วมอีก คือ

- เคาน์เตอร์ บริการเกี่ยวกับสัมภาระ ซึ่งแยกต่างหาก จากเคาน์เตอร์หน้า แต่อาจอยู่ใกล้เคาน์เตอร์ส่วนหน้าได้ มีหน้าที่ต้อนรับแขกที่ประตู และจัดการเรื่องกระเป๋า และสัมภาระต่างๆ
- BAGGAGE HANDLING เป็นส่วนเก็บสัมภาระของแขก
- TOUR GROUP COUNTERS เป็นส่วนที่ให้บริการแก่กลุ่มทัวร์

1.2.2 สำนักงานสนับสนุนเคาน์เตอร์ส่วนหน้า (OFFICE) มีส่วนประกอบย่อยดังนี้คือ 18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- TELEPHONE OPERTOR ควบคุมโทรศัพท์ จะทำหน้าที่บริการต่อโทรศัพท์ ระหว่างบุคคลภายนอกกับภายในทั่วทั้งโรงแรม เช่น ห้องพัก ส่วนบริการอื่นของโรงแรม ฯลฯ บริการต่อโทรศัพท์ข้ามประเทศ และบริการโน้ต หากโทรศัพท์แล้วไม่พบแขก หรือแขกไม่อยู่ห้องพัก ส่วนนี้จะมีห้องกั้นเป็นสัดส่วน และป้องกันเสียงรบกวน อันเกิดจากเสียงโทรศัพท์ ส่วนนี้อาจมีบริการประกาศทางเครื่องขยายเสียงด้วย
- METERS & RECORDS มาตราวัดและบันทึก ทำหน้าที่จดบันทึกการใช้โทรศัพท์ของแขกในระหว่างการเข้าพัก เพื่อจะนำมาคิดค่าใช้จ่าย ส่วนนี้จะอยู่ใกล้กับ TELEPHONE OPERTOR
- ACCOUNTANT พนักงานบัญชี ทำหน้าที่เกี่ยวกับบัญชีค่าใช้จ่ายของแขกในระหว่างการเข้าพัก ซึ่งจะใช้ในลักษณะของคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วขึ้น ซึ่งในส่วนนี้จะมีตู้เซฟเล็กๆสำหรับเก็บรายได้ของแขกที่มา Check Out ในแต่ละวัน
- CREDIT MANAGER ผู้จัดการฝ่ายการเงินที่หน้าที่เก็บของมีค่าที่แขกนำมาฝากไว้ในระหว่างการเข้าพัก โดยไม่คิดค่าบริการ
- SORTING OFFICE แผนกสารบรรณ มีหน้าที่รับเอกสารหนังสือต่างๆและแยกแยะเอกสารส่งไปตามหน่วยงานต่างๆ (เป็นคนประสานงานด้านธุรการ)
- PAGING AND COMMUNICATION การประกาศเรียกแขก และให้ข่าวสารทำหน้าที่เกี่ยวกับการบริการด้านเครื่องขยายเสียง เพื่อเรียกที่ผู้ที่ต้องการพบหรือบริการให้ข่าวสารหรืออาจเป็นรูปของเอกสารต่างๆ
- FRONT OFFICE MANAGER ผู้จัดการส่วนหน้า ทำหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงานของส่วนหน้าทั้งหมด ควบคุมการดูแลหน้าที่ของพนักงานให้มีประสิทธิภาพดีเยี่ยม รวมทั้งการฝึกงาน และออกคำสั่งพนักงานทุคนในส่วนนี้
- COMPUTER OPERATIONS ส่วนควบคุมคอมพิวเตอร์ มีหน้าที่เป็นตัวแทนของเอกสารต่างๆ ในส่วนนี้เป็นเพียงเนื้อที่ห้องสำหรับตั้งคอมพิวเตอร์ ไม่มีพนักงานควบคุม และจะต่อ TEMINAL ไปจุดต่างๆในส่วนนี้
จะอยู่ในส่วนหลัง ไม่ยุ่งกับส่วนหน้าและส่วนต่างๆของโรงแรมทั้งหมด
- ADVANCE RESERVATIONS ส่วนจองห้องพักส่วนหน้า มีหน้าที่บริการจองห้องพักล่วงหน้าไว้นานๆ จัดทำบัญชีการจองห้องพักล่วงหน้า และเช็คชื่อการจองห้องพักเมื่อแขกที่มาจองห้องพักมาจองตามกำหนด ส่วนนี้ทำงานต่อเนื่องกับส่วนลงทะเบียน ของเคาน์เตอร์ส่วนหน้า และทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัททัวร์ต่างๆ ที่มาใช้บริการจองห้องพักของโรงแรม
- REGISTRATION OFFICE ทำการลงทะเบียน มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องของแขกที่ลงทะเบียนแล้ว และเตรียมห้อง (SLIP) ที่จองไว้ในการลงทะเบียน
- ROOMSTATUS INDICATORS แผนกแสดงสถานภาพของห้องพักทั้งหมดของโรงแรม มีหน้าที่บอกสถานที่ของห้องพักนั้นว่าเป็นอย่างไร โดนจะมีแผงบอกตำแหน่งของห้องพักที่ทันสมัยจะใช้ปุ่มไฟขึ้นที่ห้องทุกๆห้อง เช่น
ปุ่มแสงสีแดง แสดงว่ามีแขกอยู่
ปุ่มแสงสีเหลืองแสดงว่าพนักงานกำลังทำความสะอาด 19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปุ่มแสงสีเขียวแสดงว่า ห้องว่าง
ในส่วนนี้จะทำงานร่วมกับ ADVANCE RESERVATIONS มากกว่า REGISTRATION OFFICE
ซึ่งจะไม่ยุ่งกับส่วนหน้า
- STATIONARY STORE ส่วนนี้เก็บอุปกรณ์การเขียน มีหน้าที่ เป็นส่วนเก็บของพวกเอกสารสิ่งพิมพ์และอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ
- TYPING AND COERICAL OFFICES ที่ทำงานพิมพ์ดีด และเสมียน มีหน้าที่พิมพ์เอกสารและจัดการเกี่ยวกับเรื่องเอกสารต่างๆ
- MARKETING SALES OFFICE ส่วนการขาย การตลาด มีหน้าที่ขายห้องพักตามบริษัทต่างๆ เพื่อให้กลุ่มบริษัททัวร์เข้ามาใช้บริการ

1.3.ส่วนโถงและส่วนพักผ่อน (LOBBYLOUNGE)
เป็นศูนย์กลางของการหมุนเวียนของแขก ลักษณะห้องโถงขอโรงแรมนั้น ส่วนใหญ่เป็นโถงพักรอขนาดใหญ่ มีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ
1.3.1 ส่วนนั่งพักผ่อน
1.3.1เคาน์เตอร์ส่วนหน้า
1.3.3โทรศัพท์สาธารณะ

1.4.ห้องน้ำสำหรับแขก (TOILETS FOR GUEST)
ห้องน้ำจัดไว้สำหรับแขกผู้ที่มาใช้บริการของโรงแรม ซึ่งมีการจัดแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้
1.4.1 ห้องน้ำสาธารณะ
1.4.2 ห้องน้ำในห้องพักแขก
1.4.3 ห้องน้ำสำหรับแขก (TOILETS FOR GUEST)

1.5.บริเวณบริการแขกในโรงแรม (CONCESSION SPACE)
ส่วนบริการแก่แขกที่มาพักเป็นส่วนใหญ่ กิจการอาจดำเนินการโดยทางโรงแรเอง หรือบุคคลภายนอกสัมปทานไปดำเนินการเองก็ได้ ได้แก่
1.5.1 ร้านตัดผม จัดไว้สนองความต้องการของแขกในเรื่องการตัดผม โกนหนวด ฯลฯ มักจะมีแห่งเดียวในโรงแรม มีประมาณ 4 ที่นั่ง เป็นอย่างน้อย
1.5.2 ร้านเสริมสวย จัดไว้สนองความต้องการของแขกผู้หญิงไว้แต่งผม แต่งเล็บฯลฯ จำนวนที่นั่งมักจะเป็นจำนวนครึ่งหนึ่งของที่นั่งใน 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.3 ร้านขายของ โรมแรมเล็กๆมักจะดำเนินการใน FRONT OFFICE ถ้าเป็นโรงแรมขนาดกลางอาจอยู่ใกล้ FRONT OFFICE และถ้าเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ จะมีการเปิดร้านขายของเฉพาะ และมีของตุกติกด้วย

1.5.4 VALET SHOP เป็นส่วนรับส่งเสื้อผ้าของแขก ส่งเสื้อผ้าที่ต้องการซักรีดไปยังLAUNDRY

1.5.5 TELEGRAPH OFFICE ส่วนบริหารพิเศษเพื่อแบ่งเยาภาระของ FRONT OFFICE

1.6.บริเวณร้านค้าและเช่าซื้อของโรงแรม (RENTAL SPACE)

เป็นบริเวณที่นอกเนื้อการดำเนินการของโรงแรม โรงแรมจะให้เช่าเป็นรายเดือน ร้านเหล่านี้จะมีของจำหน่ายทุกประเภท

1.7.ส่วนให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE SERVICE SPACE)

ส่วนบริการด้านอาหาร เครื่องดื่นแก่แขดกที่มาพัก และผู้ที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว เป็นส่วนหนึ่งที่ใช้ดึงดูดความสนใจของผู้ที่มาใช้บริการทั่วไป ซึ่งสามารถทำรายได้เท่าเทียบกับห้องพัก แบ่งออกเป็น

1.7.1 ภัตตาคาร ห้องรับประทานอาหาร (RESTAURANT, DINING ROOM) บริการแก่แขกที่พักในโรงแรมและผู้ที่มาใช้บริการครั้งราว จะบริการทั้ง3 เวลา หรืออาจเปิดเฉพาะเวลาเที่ยงคืน หรือเย็นเท่านั้น แบ่งได้ดังนี้

- ภัตตาคารไทย
- ภัตตาคารจีน
- ภัตตาคารญี่ปุ่น
- ภัตตาคารฝรั่งเศส
- ภัตตาคารอิตาเลี่ยน
- ห้อง GRILL ROOM (บริการอาหารประเภท ปิ้ง ย่าง)

1.7.2 ห้องรับประทานอาหารเฉพาะ (PRIVATE DINING ROOM) เป็นห้องอาหารที่แยกออกจากของอาหารใหญ่ สำหรับแขกที่ต้องการความเป็นส่วนตัว มีความจุประมาณ 8 – 10 คน

1.7.3 คอฟฟี่ช็อป (COFFEE SHOP) เป็นส่วนบริเวณอาหารและเครื่องดื่มตลอด 24 ชั่วโมง เป็นส่วนบริการสำรองจากภัตตาคาร มีบริเวณส่วนปรุงอาหารแยกเฉพาะส่วน โดยไม่ต้องพึ่งครัวใหญ่ เพราะบริการแต่อาหารที่ทำง่ายๆ และรวดเร็วในราคาปานกลาง บางครั้งอาจจะจัดเป็นห้อง หรือบริเวณกึ่งกลางแจ้งริมสระว่ายน้ำก็ได้

1.7.4 คอกเทลเลาจน์ (COCKTAIL LOUNGE) ส่วนนี้เป็นส่วนบริการเครื่องดื่มอาจเป็นส่วนพักคอยก่อนรับประทานอาหารในภัตตาคาร และยังจัดมีห้องเฉพาะด้วย

1.7.5 บาร์ (BARS) เป็นส่วนบริการทุกประเภท เปิดช่วง 11.00 น. – 02.00 น. บรรยากาศภายในจะเงียบๆ ไม่ดงมาก อาจมีเพียงดนตรีเพียงชิ้นเดียว อาจเป็นเปียโน หรือ กีตาร์ขับกล่อม จุดประสงค์ใหญ่ของผู้ที่มาใช้บริการ

จะเป็นการพักผ่อนหรือคุยกันมากกว่า 21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.6 ไนต์คลับ (NIGHT CLUB) เป็นสถานที่ให้ความสนุกสนานกับแขกด้านการเต้นรำ ฟังเพลง สนทนาพบปะสังสรรค์ บริการเครื่องดื่มต่างๆ โดยเปิด ระหว่าง 20.30 น.- 01.00 น. ในวันเสาร์อาทิตย์ ประกอบด้วยโต๊ะขนาดเล็กสำหรับวางเครื่องดื่ม มีส่วนตั้งวงดนตรี และฟลอร์เต้นรำ บรรยากาศค่อนข้างมืดสลัว

1.8.ส่วนบริการด้านสถานที่ BANQUETING FACILITIES

เป็นสถานที่เปิดให้บุคคลเช่าเพื่อประกอบกิจการต่างๆ เช่น จัดเลี้ยง สัมมนา หรือจัดนิทรรศการชั่วคาว ควรมีทางเข้าแยกต่างหาก จากทางเข้าของโรงแรม โดยจัดเข้าในโถงห้องพักคอยของส่วนบริการด้านสถานที่ก่อน เพราะมีจำนวนคนใช้เป็นกลุ่มใหญ่ไปในทางเดียวกันต้องการจำอำนวยประโยชน์ให้สามารถจัดเปลี่ยนใช้กับหน้าที่ใช้สอยต่างๆเพื่อให้เหมาะสมกับงาน เพราะงานจะมีตอนกลางคืนอัตราห้องไม่ตายตัว ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรม

และมีหลายห้องได้

ส่วนประกอบอาจแบ่งได้ตามนี้

1.8.1 โถงทางเข้า เป็นส่วนพักก่อนเข้าสู่งาน มีห้องน้ำ ในส่วนนี้ เป็นโถงติดต่อจากส่วนสาธารณะ ส่วนอื่นไปยังส่วนอเนกประสงค์

1.8.2 ส่วนอเนกประสงค์ เป็นส่วนที่ใช้ในการจัดงานประชุม งานเลี้ยง ฯลฯ สามารถปรับขนาดของห้องได้โดยใช้ประตูเลื่อนได้กั้นแบ่งห้องย่อยเป็นส่วนสำคัญของโรงแรม เนื่องจากห้องนี้สามารถเปลี่ยนแปลงใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง

1.8.3 ส่วนบริการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- ส่วนเตรียม เป็นที่จัดเตรียมอาหารรับอาหารจากครัวใหญ่ ในกรณีที่ครัวใหญ่อยู่ไกล ควรมีทางเดินติดต่อกับครัวใหญ่ต่างหากโดยไม่ปนกับส่วนของสาธารณะ ถ้าครัวอยู่ใกล้กับที่อเนกประสงค์แล้วจัดที่เตรียมอาหารอยู่ในครัวใหญ่ได้เลย ภายในส่วนเตรียมอาจมีอุปกรณ์ทำครัวอยู่ครบครัน
- ส่วนเก็บ ส่วนนี้จะอยู่ใกล้กับห้องอเนกประสงค์เป็นที่สำหรับเก็บอุปกรณ์เครื่องเรือน และอุปกรณ์อื่นที่ใช้ในการประกอบการจัดงานในด้านสถานที่

1.9 ส่วนบริการหรือส่วนประกอบพิเศษ (SPECIAL ACCOMMODATION)

คือบริเวณส่วนประกอบพิเศษ สำหรับให้ความสะดวกสบายแก่แขกผู้ที่มาพัก และบุคคลทั่วไป รวมทั้งพนักงาน

1.9.1 ส่วนปฐมพยาบาล (FIRST AID) ส่วนใหญ่จะบริการสำหรับพนักงานของโรงแรม มีส่วนรักษาขั้นปฐมพยาบาลพร้อมห้องตรวจโรค ควรมีทางเข้าออก 2 ทาง เพื่อให้สับสน และออกด้านหลังได้ในกรณีฉุกเฉิน

ควรติดกับที่จอดรถ

1.9.2 สระว่ายน้ำ (SWIMMING POOL) ควรเป็นส่วนตัวไม่ควรถูกรบกวนจากบุคคล ภายนอก บริเวณรอบสระควรมีบริการด้านอาหารเพื่อให้บริการแขก และมีแสงสว่างเพียงพอสำหรับการจักงานตอนกลางคืน ส่วนเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย และการทำความสะอาดร่างกายก่อนและหลังว่ายน้ำ ควรอยู่ในที่มิดชิดพอสมควรไปใช้ได้สะดวก แต่ไม่ควรอยู่บริเวณเดียวกันจนทำให้เสียบรรยากาศ ส่วนนี้จะแยกออกเป็นส่วนชายหญิง 22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9.3 CORRIDOR ทางเดินสัญจร ที่เชื่อมระหว่างอีกส่วนหนึ่งไปยังอีกส่วนหนึ่ง

1.9.4 TERRACE & GARDEN บริเวณพักผ่อนที่อยู่นอกตัวอาคาร เพื่อเป็นการเปลี่ยนอิริยาบถ TERRACE อาจมีหลายส่วนให้บริการอาหารเครื่องดื่ม เช่นRESTAURENT ส่วน GARDEN อาจเป็นสวนหย่อมจัดด้วยพรรณไม้ต่างๆ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

1.10ส่วนห้องพักแขก (GUEST ROOM)

เป็นส่วนที่สำคัญ เป็นจุดประสงค์ในการลงทุนการให้เช่าห้องพัก ดังนั้นจึงควรทำส่วนนี้ให้ดีที่สุด เพื่อผลกำไรของโรงแรม

ส่วนนี้ประกอบด้วยส่วนใหญ่ 2 ส่วน คือ

1.10.1 ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM) ซึ่งประกอบด้วยส่วนนอน ห้องน้ำส่วนเก็บเสื้อผ้าและสัมภาระต่างๆ ถ้าเป็นห้องชุดจะมีเนื้อที่นั่งเล่นเพิ่มขึ้นอีกส่วนหนึ่ง

1.10.2 ส่วนบริการห้องพัก (GUEST FLOOR SERVICE) เป็นส่วนบริการของโรงแรมที่ให้แขกที่มาพักโดยเฉพาะ

1.10.1 ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)

ประเภทของห้องรับแขก แบ่งออกเป็น

- ห้องทั่วไป ประกอบด้วย

1.ห้องนอนเตียงเดี่ยว

2.ห้องนอนคู่

3.ห้องนอนเตียงคู่

- ห้องชุด

มีประตูที่ผนังห้องทั้ง 2 เปิดต่อเนื่องกันโดยไม่ต้องเปิดประตูหน้าห้องออกไป เพื่อเข้าอีกห้องหนึ่ง ห้องแบบนี้จัดเหมือน TWIN BEDROOM 2ห้อง หรือส่วนหนึ่งเป็นห้องนอน และอีกส่วนหนึ่งเป็นห้องนั่งเล่น

- ห้องนอนพิเศษ

ห้องนอนแบบนี้ประกอบด้วยห้องนอนเตียงคู่ ส่วนนั่งเล่นหรือรับแขก ส่วนเตรียมอาหาร ส่วนประชุม หรือห้องนอนอีกชุดหนึ่ง

1.10.2 ส่วนบริการห้องพัก ประกอบด้วย

- ส่วนบริการอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นส่วนบริการอาหารไปยังห้องพักส่วนนี้ประกอบด้วย ส่วนล้างมือ อ่างล้างจาน ที่เก็บถ้วยชาม เตาอุ่น อาหารจากครัวใหญ่ที่ส่งมาให้ห้องพัก จะต้องผ่านส่วนนี้ เพื่อทำการอุ่นอาหารด่วน บางโรงแรมไม่มีส่วนบริการนี้

- VALET ROOM ทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับส่ง เสื้อผ้าที่แขกส่งไปซักรีดและจัดคืน
- ห้องพนักงานรับใช้ เป็นห้องพนักงานทำความสะอาด

2.BACK OF THE HOUSE (ส่วนบริการของโรงแรม)

เป็นส่วนบริการของโรงแรมโดยตรง แต่เป็นส่วนบริหารดำเนินงาน และให้บริการส่วนต่างๆ เพื่อสนับสนุนส่วนผู้มาใช้บริการของโรงแรม สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ

2.1 ส่วนบริหาร (ADMINISTRATIVE QUARTER)

2.2 ส่วนบริการ (SERVICE QUARTER)

2.1 ส่วนบริหาร (ADMINISTRATIVE QUARTER) ถือเป็นหัวใจ และมันสมองในการดำเนินกิจการของโรงแรม ประกอบด้วย

2.2.1 ส่วนผู้จัดการ (MANAGER'S OFFICE) เป็นส่วนทำงานของผู้จัดการและเจ้าหน้าที่บริหาร เช่น

- ผู้จัดการทั่วไป
- ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม
- ผู้จัดการฝ่ายดูแลสถานที่
- ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

2.2.2 ส่วนบัญชี (ACCOUNTING OFFICE)

2.2.3 ส่วนทั่วไป (GENERAL OFFICE) เป็นที่ทำงานของส่วนต้อนรับและฝ่ายต่างๆ

2.2 ส่วนบริการ (SERVICE QUARTER) ประกอบด้วย

2.2.4 เนื้อที่บริการ เป็นส่วนบริการทั่วไป ต้องอยู่ในบริเวณที่รถเข้าถึง และติดต่อกับส่วนที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- ทางเข้าส่วนบริการ ต้องไม่ประปนกับส่วนของผู้ที่มาใช้บริการ
- ที่จอดรถขนของ ที่จอดรถบรรทุกพัสดุ
- ชานชาลา เป็นส่วนขนถ่ายพัสดุ
- ส่วนรับของ เป็นที่สำหรับเช็คพัสดุเข้า-ออก บริเวณนี้มีเคาร์เตอร์ของพนักงานสำหรับตรวจสอบพัสดุ
- ห้องเก็บของ

2.2.5 เนื้อที่เก็บของ แบ่งออกได้ดังนี้

- ห้องเก็บของทั่วไป อยู่ใกล้ทางเข้าส่วนบริการและส่วนรับของ
- ส่วนเก็บเครื่องเรือน

2.2.6 เนื้อที่พนักงาน 24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ทางเข้าออกของพนักงาน
- ห้องเก็บของและเปลี่ยนเครื่องแบบของพนังงาน แยกเป็นส่วนชาย-หญิง
- ห้องรับประทานอาหานของพนักงานควรจัดอยู่ในส่วนที่พนักงานใช้ได้สะดวกและไม่ปะปนกับส่วนที่แขกผู้มาใช้

2.2.7 ส่วนซักรีด แบ่งได้ดังนี้
- ส่วนห้องซักรีด บางโรงแรมส่วนนี้ไม่ได้ดำเนินการเอง
- ห้องผ้า

2.2.8 ครัว เป็นที่สำหรับปรุงอาหารเพื่อส่งไปยังส่วนต่างๆของโรงแรม ครัวใหญ่ของโรงแรม
- ส่วนทำขนมปัง
- ส่วนเตรียม
- ส่วนปรุงอาหาร
- ห้องบริการอาหาร
- ส่วนทำงานพ่อครัว
- ห้องเก็บอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ใกล้ครัวแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ○ STEWARD'S STORE ROOM ที่เก็บอาหารแห้ง

○ BEVERAGE STORE ROOM ห้องเก็บเครื่องดื่ม

○ DISH WASHING AREA ส่วนล้างภาชนะ

2.2.9 ส่วนซ่อมบำรุงและห้องเครื่อง แบ่งเป็นส่วนต่างๆ คือ
- ห้องซ่อมเครื่อง แบ่งย่อยได้คือ

1. PLUMBING & ELECTRIC SHOP ส่วนซ่อมท่อน้ำและอุปกรณ์ไฟฟ้า
2. CARPENTRY & UPHOLSTERING SHOP ซ่อมแซมเครื่องเรือน
3. PAINTING & VANISH ROOM ทาสีและขัดมันทั้งเครื่องมือเครื่องใช้และสถานที่
- ห้องเครื่อง เป็นส่วนที่ควบคุมดูแลปฏิบัติงานของเครื่องกลต่างๆ ประกอบด้วยส่วน

ต่างๆดังนี้
1.BOILER ROOMบริเวณที่ตั้งของเครื่องต้มน้ำ สำหรับแจกจ่ายไปยังส่วนต่างๆ
2.FUEL STORAGEเป็นส่วนเก็บเชื้อเพลิง
3TRANSFORMER VAULT.ห้องหม้อแปลงไฟฟ้า
4.AIR CONDITION MACHINE ROOM บริเวณติดตั้งระบบเครื่องปรับอากาศภายในอากาศภายในอาคาร
5.ENGINEER OFFICE เป็นห้องทำงานของวิศวกร และเจ้าหน้าที่ดูแลบำรุงรักษาเครื่องจักร

2.1.4 องค์ประกอบภายในโรงแรม 25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก

- 100% cotton oversized bath towels - Down pillows
- Duvets available - Hair dryer
- Make-up/shaving mirror - Refrigerated private bar
- Terry cloth slippers - Thick terry bathrobes
- DVD player available - Wi-Fi internet
- Room includes continental breakfast

2.สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

- จุดบริการข้อมูลท่องเที่ยว - Wi-Fi internet
- ที่จอดรถ - บริการซักรีด/ซักแห้ง
- ร้านอาหาร, บาร์ - ตู้นิรภัย
- ห้องออกกำลังกาย - ห้องGallery
- บริการนวดแผนโบราณ และ สปา - ร้ายขายของ
- สระว่ายน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2กรณีศึกษา

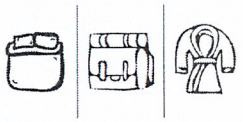
2..2.1 ศึกษาเรื่องพื้นที่ใช้สอย จุดเด่น และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมที่มีระดับมาตรฐานใกล้เคียงกัน

2.2.1.1 THE STANDARD

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

The Standard, High Line hovers gracefully above the High Line, once an elevated train line running up Manhattan's West Side, now converted into New York's proverbial "park on stilts". The hotel's panoramic views overlooking the Hudson River and Manhattan's magnificent skyline afford each of the 337 guestrooms on eighteen floors a sense of particular privilege.



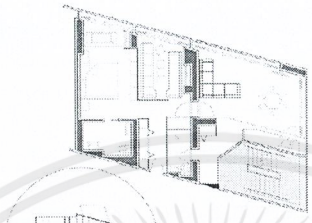
FLOOR : 16 + 17

The
EMPIRE
SUITE

Dimensions:
813 SQ.FT (25' X 25.5' // 16' X 11')

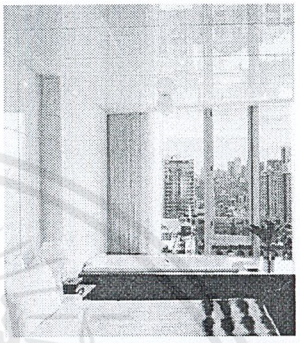
Capacity:
STANDING 25

Features:
WET BAR WITH KITCHENETTE
TWO 42 INCH PLASMA TVS
SPECTACULAR WALL-TO-WALL GLASSED CORNER
TWO SEPARATE LIVING AND LOUNGING AREAS
SPA SHOWER
SUNKEN BATH TUB WITH CITY VIEWS
GUEST POWDER ROOM
DOWNTOWN VIEWS





NORTH



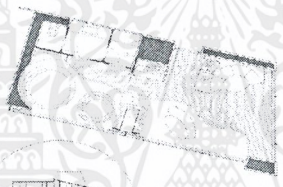
FLOOR : 16 + 17

The
LIBERTY
SUITE

Dimensions:
664 SQ. FT. (38.5' X 17')

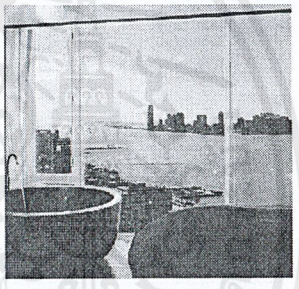
Capacity:
15 STANDING

Features:
HARDWOOD FLOORS
TWO 42 INCH PLASMA TVS
DOUBLE SHOWER
BEDROOM TUB WITH CITY VIEWS
GIGANTIC 6 FT. ROUND BED
DOWNTOWN + HUDSON RIVER VIEWS





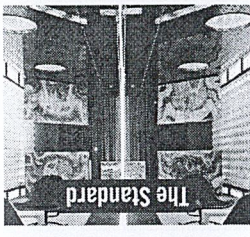
NORTH



The Standard, High Line is the new heart and soul of the fashion, art, and media worlds.

THE STANDARD
NEW YORK , USA

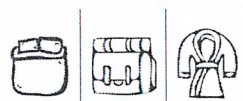
The Standard, New York 848 Washionton Street.



MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

The Standard, High Line hovers gracefully above the High Line, once an elevated train line running up Manhattan's West Side, now converted into New York's proverbial "park on stilts". The hotel's panoramic views overlooking the Hudson River and Manhattan's magnificent skyline afford each of the 337 guestrooms on eighteen floors a sense of particular privilege.



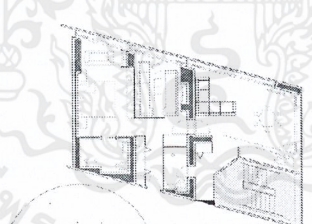
FLOOR : 16 + 17

The
EMPIRE
SUITE

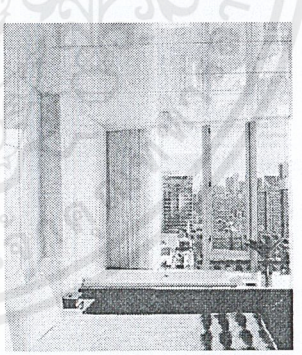
Dimensions:
813 SQ.FT (25' X 25.5' // 16' X 11')

Capacity:
STANDING 25

Features:
WET BAR WITH KITCHENETTE
TWO 42 INCH PLASMA TVS
SPECTACULAR WALL-TO-WALL GLASSED CORNER
TWO SEPARATE LIVING AND LOUNGING AREAS
SPA SHOWER
SUNKEN BATH TUB WITH CITY VIEWS
GUEST POWDER ROOM
DOWNTOWN VIEWS



NORTH



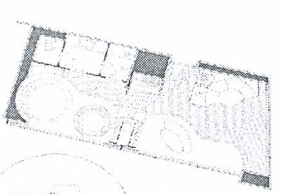
FLOOR : 16 + 17

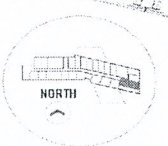
The
LIBERTY
SUITE

Dimensions:
664 SQ. FT. (38.5' X 17')

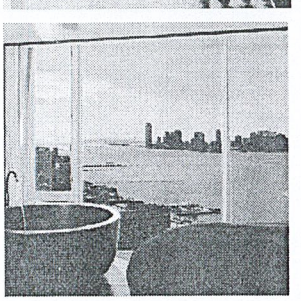
Capacity:
15 STANDING

Features:
HARDWOOD FLOORS
TWO 42 INCH PLASMA TVS
DOUBLE SHOWER
BEDROOM TUB WITH CITY VIEWS
GIGANTIC 6 FT. ROUND BED
DOWNTOWN + HUDSON RIVER VIEWS





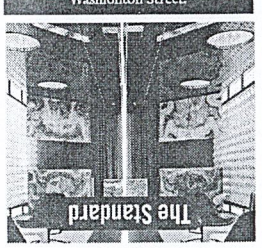
NORTH



The Standard, High Line is the new heart and soul of the fashion, art, and media worlds.

THE STANDARD
NEW YORK , USA

The Standard, New York 848 Washionton Street.



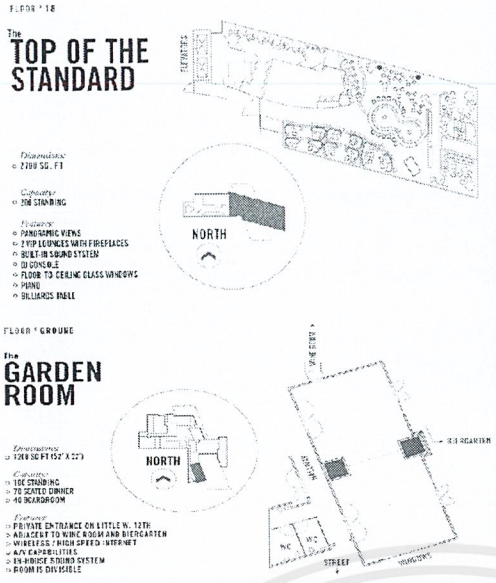
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

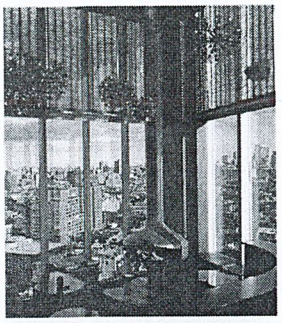
MiTH SIAM HOTEL

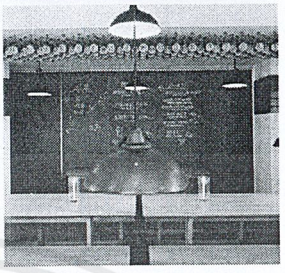
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

The Standard, High Line hovers gracefully above the High Line, once an elevated train line running up Manhattan's West Side, now converted into New York's proverbial "park on stilts". The hotel's panoramic views overlooking the Hudson River and Manhattan's magnificent skyline afford each of the 337 guestrooms on eighteen floors a sense of particular privilege.









The Standard, High Line is the new heart and soul of the fashion, art, and media worlds.

THE STANDARD
NEW YORK . USA

The Standard, New York 848 Washionton Street.

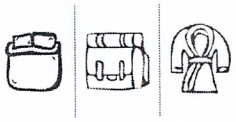


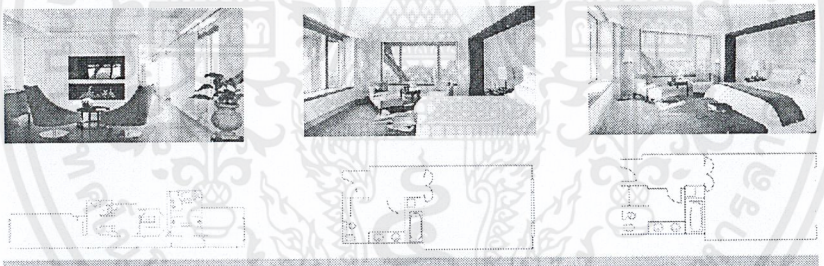
2.2.1.2 HOTEL ARTS BARCELONAR

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

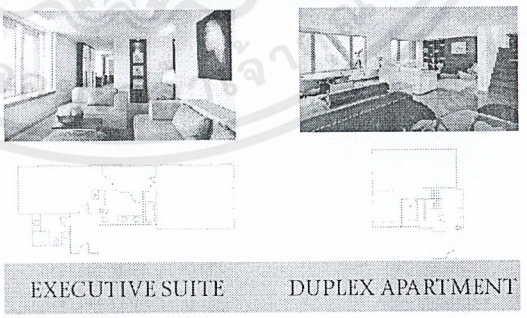
The Hotel Arts Barcelona is the ideal city-resort hotel, with a stunning beachfront setting in the beating heart of one of Europe's most dynamic cities.The hotel overlooks the Mediterranean on the Port Olimpic, next to the marina and Barcelona's pristine beaches, and surrounded by lush terraces and lively promenades.





ARTS SUITE | DELUXE ROOM | CLUB DELUXE ROOM

- The Suites - Four extremely spacious and luxurious suites, each with a unique style and personality. Includes Club benefits.
- Deluxe rooms - Light, comfortable, spacious guestrooms,with sea or city views.
- The Club - Rooms and suites offering greater seclusion and special Club benefits, including access to the Club lounge.
- Executive suites - Occupying the corner sites of the hotel, these light-filled suites have even more space and stunning views. Each comes with its own private lounge.
- Apartments - On the upper floors of the hotel, these huge duplex apartments are among the best-appointed rooms in Barcelona. Beautifully designed and furnished,each apartment has truly spectacular, panoramic views of the sea and city, and comes with a range of exclusive benefits including butler service.



EXECUTIVE SUITE | DUPLEX APARTMENT

483 sea or city view rooms including 56 executive suites, one Arts suite, one Mediterranean Suite, 26 duplex Apartments, one Royal Suite and one Presidential Suite

HOTEL ARTS BARCELONA
BARCELONA . SPAIN

Marina 19-21, Barcelona 08005 Spain

HOTEL ARTS BARCELONA

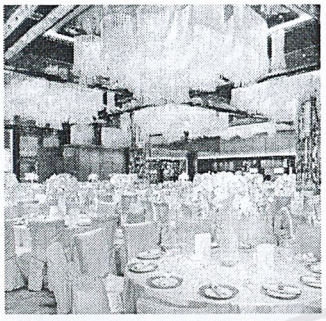
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

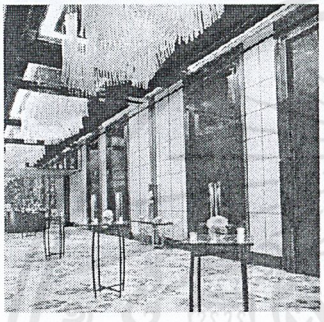
2.2.1.3 THE RITZ CALRTON HONGKONG

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

The Ritz-Carlton, Hong Kong is a business hotel featuring luxurious conference spaces and exceptional service. From exclusive board meetings and attention-grabbing product launches, to corporate-wide celebrations and trade show lodging, our distinctive hotel is ideal for all of your Hong Kong business travel needs.





BALLROOM LEVEL

ROOM NAME	SQ. FT. / M²	DIMENSIONS (M / FT)	CEILING HEIGHT FT / M	BANQUET ROUNDS OF 10	RECEPTION	CONFERENCE	CLASSROOM	U-SHAPE	THEATER
Diamond Ballroom	7,229 / 676	95 x 84 / 29 x 25	23 / 7	504	600	---	392	90	720
Diamond I	3,629 / 337	43 x 84 / 13 x 25	23 / 7	216	300		168	54	300
Diamond II	3,650 / 339	48 x 84 / 15 x 25	23 / 7	216	300	---	168	54	300
Diamond Ballroom + Foyer	11,344 / 670	96 x 118 / 29 x 36	23 / 7	672	1000	---	423	---	1,080
Ballroom Foyer	2,065 / 194	85 x 25 / 25 x 11	23 / 7	---	200	---	---	---	---

LEVEL 3

ROOM NAME	SQ. FT. / M²	DIMENSIONS (M / FT)	CEILING HEIGHT FT / M	BANQUET ROUNDS OF 10	RECEPTION	CONFERENCE	CLASSROOM	U-SHAPE	THEATER
Jade I	1,161 / 107	26 x 39 / 8 x 12	9.10 / 3.0	24	30	---	24	21	36
Jade II	874 / 77	39 x 25 / 10 x 7.5	10.5 / 3.6	48	50	---	28	30	55
Jade I & Jade II	2,034 / 190	69 x 28 / 10 x 8.5	10.2 / 3.6	84	90	---	84	48	110

LEVEL 8

ROOM NAME	SQ. FT. / M²	DIMENSIONS (M / FT)	CEILING HEIGHT FT / M	BANQUET ROUNDS OF 10	RECEPTION	CONFERENCE	CLASSROOM	U-SHAPE	THEATER
Emerald I	561 / 54	23 x 19 / 10 x 6	8.6 / 2.6	24	30	---	24	15	40
Emerald II	622 / 60	33 x 25 / 10 x 7.5	8.6 / 2.6	24	30		24	25	40
Emerald I & II	1,203 / 114	21 x 44 / 10 x 13.5	8.6 / 2.6	72	60	--	48	30	80

A wedding reception at The Ritz-Carlton, Hong Kong offers beautiful décor, elegant venues and immaculate service. As the highest hotel in the world, your friends and family will gather to watch the two of you say your vows in a romantic ambiance with majestic views of the city and Victoria Harbour.

THE RITZ CALTON HONGKONG

International Commerce Centre, 1 Austin Road West, Kowloon, Hong Kong



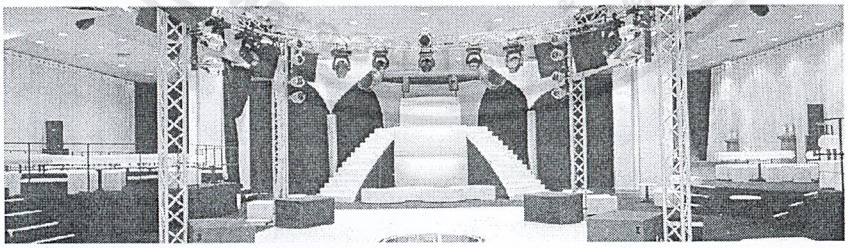
2.2.1.4 GRAND HYATT CANNES HOTEL MARTINEZ

MiTH SIAM HOTEL

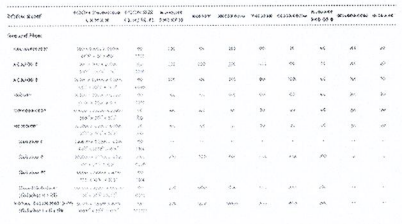
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

e hotel's long and rich history, authen- hospitality and timeless architectural auty has long established the Grand yatt Cannes Hôtel Martinez as the gship hotel on the French Riviera and one of the most famous hotels in nnes. Ideally located on the prestig- us Boulevard de la Croisette,









As the largest luxury hotel on La Croisette with the most extensive convention space after the Palais des Festivals itself, Grand Hyatt Cannes Hotel Martinez is capable of hosting any event, large or small, from 50 to 1000 delegates.

GRAND HYATT CANNES HOTEL MARTINEZ
CANNES, FRANCE

73, La Croisette
06400 Cannes, France



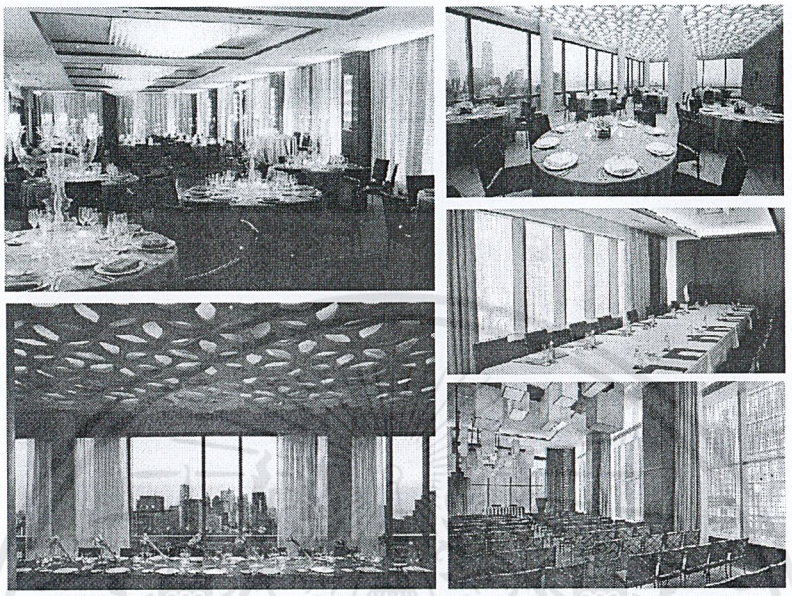
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1.5 TRUMP SOHO NEW YORK

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

Trump SoHo® New York offers 391 spacious hotel rooms and luxury suites with floor-to-ceiling windows showcasing remarkable views of Manhattan from the 20th floor up. Designer furnishings by Fendi Casa compliment state-of-the-art amenities from vanity bathroom TVs to 42-inch flat screen entertainment – even in-room computer and complimentary business cards, upon request.



With modern sophistication and more meeting and event spaces than any other SoHo hotel, Choose from Manhattan event venues such as elegant ballrooms, spacious outdoor terraces, the iconic Trump Executive Ballroom, or soaring penthouse spaces with floor-to-ceiling windows.

TRUMP SOHO NEW YORK
NEW YORK , USA

246 Spring Street
New York, NY 10013 US

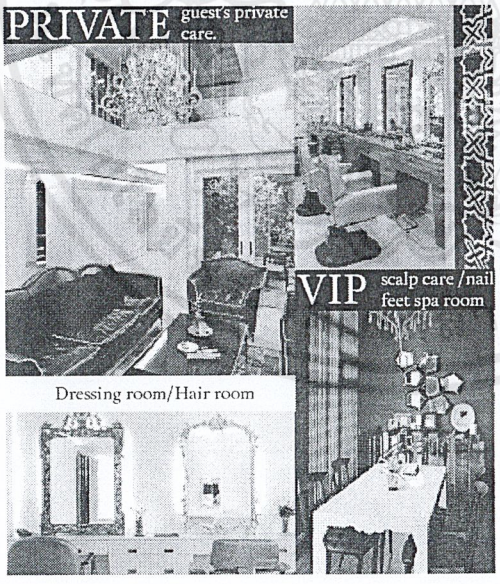
TRUMP
SOHO
NEW YORK

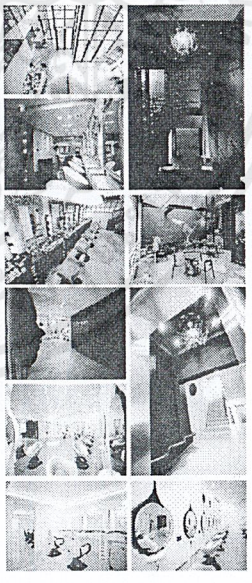
2.2.2 ศึกษาเรื่องพื้นที่ใช้สอย จุดเด่น และสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน BEAUTY CENTRE

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

Jennyhouse is an traditional beauty salon offering the best in creative hairstyling and make-up suiting each client's individual face, personality and lifestyle.
It is a high-end beauty salon that not only offers general hair, make up service and wedding, nail care.
Jenny House, the starting point of Korea's beauty trends, can help you with your styling transformation.





> HAIR ROOM
> MAKE UP ROOM
> SPA ROOM
> GUEST PRIVATE CARE
-SCALP CARE ROOM
-NAIL CARE ROOM
-FOOT SPA
> INDIVIDUALIZED SPACE
> STYLING TRANSFORMATION ROOM

JENNY HOUSE
SOUTH KOREA

Jenny House is located in Cheongdam-dong and has three branches, the Primo, Cheongdam, and Olive branch.



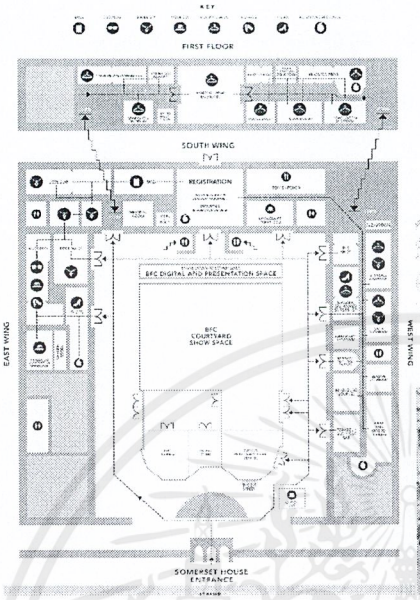
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

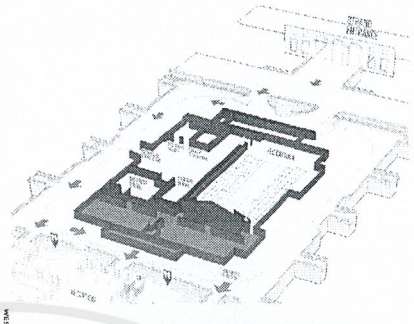
2.2.2 ศึกษาเรื่องพื้นที่ใช้สอย จุดเด่น และสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน FASHION BUILDING INDRUSTRY

MiTH SIAM HOTEL

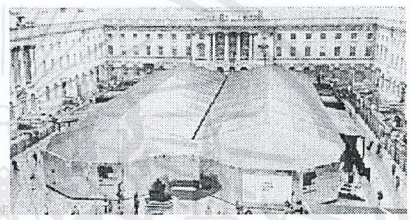
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

Somerset house once again play host to London fashionweek.This is your guid to the space, including the BFC courtyard show space,the designer showrooms and all amenities around the site.





FASHIONWEEEK ZONING



A new initiative allowing Designer's to hire rooms in Somerset House for personalized half-day or full-day showcases, a dedicated NEWGEN Gallery, a new-look glossy tent housing the BFC Catwalk & Show Space with larger catwalk and backstage layout with space for 500 seated guests and improved access to backstage.

SOMERSET HOUSE
LONDON,UK

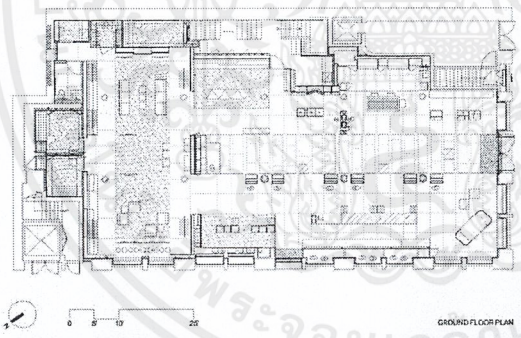
Somerset House Trust - Strand London WC2R 1LA .

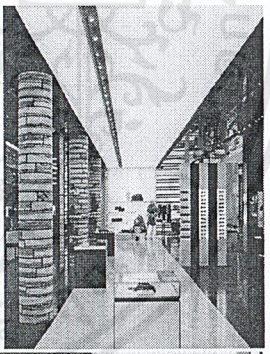
AT SOMERSET HOUSE

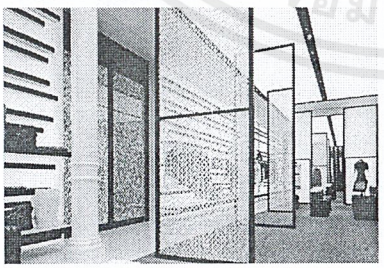
MiTH SIAM HOTEL

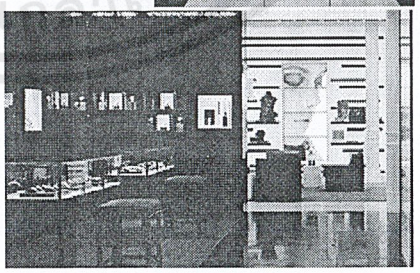
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

A single-story, 4,170-square-foot Chanel boutique located in the heart of SoHo. The store includes a ready-to-wear department, a watch corner, a beauty and fragrance area, a handbag bar, and a shoe section.









WATCH
BEAUTY
FRAGRANCE
HAND BAG
SHOE

CHANEL SOHO
NEW YORK,USA

Chanel soho is located in 139 Spring Street, New York, NY branch.

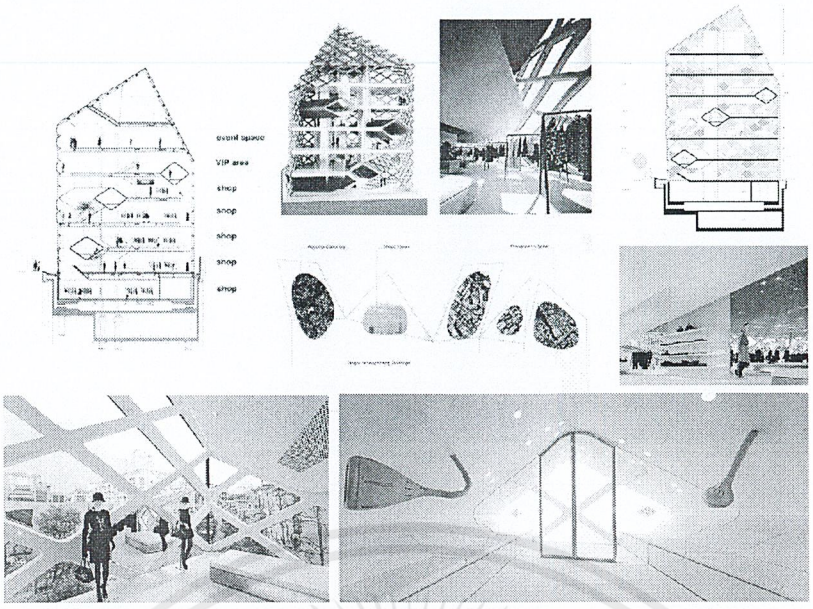


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

Prada's Tokyo store, in the fashionable Aoyama district, a mixed-use neighborhood of low-rise buildings where not a square meter of land has been left unoccupied, is the company's second radical approach to fashion-store architecture. The intent is "to reshape both the concept and function of shopping, pleasure and communication, to encourage the meshing of consumption and culture."



EVENT SPACE
VIP AREA
SHOP

PRADA AOYAMA
JAPAN

Prada Aoyama Epicenter Minami-Aoyama 5-2-6107-0062 Tokyo,Japan



2.2.4 สรุปวิเคราะห์การนำมาใช้ของกรณีศึกษา

MiTH SIAM
HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

CASE STUDY'S CONTENT

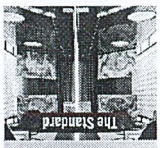
	AT SOMERSET HOUSE		CHANEL SOHO 2010	
FIRM SYSTEM	The time table of fashion week programe.	The arrangement of regular vip and vvip customer.	The catagories of products in the store that can be use in walk in clothes	
ZONNING	The inside and out door fashion show space.	The seperated space to a different grade of customers.	The zonning of product that customer will pay attention to them first.	There arrangement of activities from shopping to event space.
ACTIVITIES	- Fashion show -Red Carpet -Shopping -Gallary	- Hair - Make up - Styling - Spa -transformation	-Shopping	- Shopping -VIP -Event space

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

CASE STUDY'S CONTENT

					
FIRM SYSTEM	The management of the hotel in this size and star.	There types of rooms.			
ZONNING	There restaurant pub and bar size and capacities.	The room size and zonning.	There ballrooms capacities sizes and zonning.	There ballrooms capacities sizes and zonning.	There ballrooms capacities sizes and zonning.
ACTIVITIES	-Dinning' -Wine testing	- Rest - Sleep - Bath	- Meeting	- Meeting	- Meeting

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลเฉพาะ

2.3.1 ประวัติความเป็นมาโครงการ

ความเป็นมาของโครงการ

แฟชั่นเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่อยู่ใกล้ชิดกับวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วโลก แม้ว่าระดับความสามารถในการรับรู้เข้าใจถึงคุณค่าความงาม และความคิดสร้างสรรค์ของผู้คนแต่ละสังคมจะยังเหลื่อมล้ำกันตามพื้นฐานการศึกษา รสนิยม และฐานะ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า แฟชั่นนั้นเป็นศิลปะที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องคู่มากับการพัฒนาอารยธรรมของมนุษยชาติ

การถือกำเนิดของแหล่งศูนย์กลางแฟชั่นในเมืองใหญ่ต่างๆของโลก เช่น มิลาน หรือปารีส มีรากฐานมาจากวิวัฒนาการทางอารยธรรมของประเทศเหล่านั้นที่มีความเจริญทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ รวมถึงความเจริญทางด้านศิลปวัฒนธรรม แฟชั่นเป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการในการใช้ชีวิตของผู้คน ซึ่งความเจริญในด้านต่างๆที่พัฒนาต่อเนื่องควบคู่กันไปก่อให้ผู้คนเกิดความตื่นตัวในการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ ต้องการมีชีวิตที่สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม การก่อสร้างตกแต่งบ้านเมือง รูปแบบการกินอยู่อย่างเป็นเลิศ เรื่อยไปจนถึงการแต่งตัวสวยงาม ซึ่งเห็นกันว่าเป็นการใช้ชีวิตอย่างถูกต้องตามแบบแผนของผู้มีรสนิยม กลายเป็นส่วนหนึ่งวัฒนธรรม ทั้งหมดนี้เป็นเหตุผลที่ทำให้วงการแฟชั่นในดินแดนที่มีความเจริญเหล่านั้น มีความก้าวหน้าเร็วกว่าประเทศอื่นๆจนได้เป็นศูนย์กลางหรือผู้ชี้นำทิศทางแฟชั่นของทั่วโลก

การพัฒนาทางด้านแฟชั่นของประเทศในภูมิภาคเอเชียหรือประเทศไทยนั้น แตกต่างจากประเทศที่เป็นศูนย์กลางเช่นในยุโรป ก่อนหน้านี้แม้จะมีความพยายามทั้งจากภาครัฐและเอกชนในการสร้างความตื่นตัวทางด้านแฟชั่น ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จ เหตุผลอย่างหนึ่งคือหลายๆประเทศในภูมิภาคนี้ยังเป็นประเทศที่ยากจน ในขณะที่แฟชั่นชั้นสูงเป็นเรื่องของผู้มีฐานะ ประกอบหลายประเทศในภูมิภาคนี้เคยตกเป็นอาณานิคมของชาติตะวันตก ถูกครอบงำโดยอารยธรรมของผู้ปกครองมานาน ผู้คนในประเทศถูกสั่งสอนให้เชื่อว่าการตามอย่างฝรั่งเป็นเส้นทางสู่ความเจริญ ทั้งในด้านการใช้ชีวิต ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ และเทคโนโลยีต่างๆ จึงทำให้เกิดความอ่อนด้อยในเรื่อง ORIGINALITY มุ่งแต่จะเลียนแบบจากผู้นำที่เป็นชาติตะวันตกมากกว่าสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นจากความคิดหรือรากเหง้าของตนเอง ทำให้การพัฒนาทางด้านศิลปะไม่โดดเด่น

แม้แต่สิงคโปร์ ญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่เจริญมากของภูมิภาคนี้ ก็ไม่ประสบความสำเร็จในด้านแฟชั่น เพราะคนเอเชียส่วนใหญ่เห่อของนอก ยกตัวอย่างดีไซเนอร์ชื่อดังของญี่ปุ่น ถ้าทำงานอยู่แค่ในญี่ปุ่นก็ไม่ดัง ต้องไปทำงานต่างประเทศเพื่อชุบตัว เช่น ฝรั่งเศสหรืออเมริกา จึงจะสามารถกลับมาเป็นที่ยอมรับได้ในประเทศของตัวเอง

ทั้งๆที่ภูมิภาคเอเชียเป็นแหล่งกำเนิดอารยธรรมซึ่งเป็น “มรดกวัฒนธรรมโลก” ศิลปวัฒนธรรมในเอเชียทวีปแสดงให้เห็นพลังความศรัทธา ความเจริญงอกงามของมวลมนุษยชาติ บ่งบอกอัตลักษณ์แสดงรากเหง้าของภูมิปัญญาตะวันออก ไม่ว่าจะเป็น ภาษา ดนตรี นาฏศิลป์ วรรณกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเพณี พิธีกรรม การแสดง การแต่งกาย อาหาร เป็นต้น ทั่วโลกรู้จักและยอมรับภูมิภาคเอเชียผ่านศิลปวัฒนธรรม ทวีปเอเชียจึงเป็นที่รู้จักแพร่หลายไปยังภูมิภาคอื่นทั่วโลก ศิลปวัฒนธรรมในเอเชียทวีปดำรงอยู่มายาวนานท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลก มีทั้งการรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมและการปรับเปลี่ยนตามกระแสโลกในปัจจุบัน นับเป็นความเข้มแข็งและเป็นเสน่ห์ของทวีป

วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นใน สหรัฐอเมริกา เปรียบเหมือนคนเป็นไข้หวัดที่เวลาจามแต่ละทีก็กระทบไปทั่วทั้งในยุโรปและเอเชีย ส่วน ยุโรป ก็เกิดวิกฤติหนักแต่ก็ไม่ถึงขั้นเป็นมะเร็ง มีเพียงบางประเทศเท่านั้นที่มีปัญหาหนัก เช่น กรีซ ซึ่งก็มีสัดส่วนในเศรษฐกิจยุโรปเพียงแค่ 2% ในขณะที่ เยอรมนี ซึ่งอยู่ในยุโรปเหมือนกันกลับไม่เป็นหวัดเลย และดูมีแนวโน้มการเติบโตดียิ่งขึ้นไปเสียอีก

สำหรับ เอเชีย นั้น ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในซีกโลกตะวันตกมากน้อยแตกต่างกันไป บางประเทศได้รับผลกระทบมาก บางประเทศได้รับผลกระทบน้อย และบางประเทศก็ไม่ได้รับผลกระทบเลย และในขณะที่ สหรัฐอเมริกา และ ยุโรป ซึ่งมีประชากรรวมกันเพียง 1,000 กว่าล้านคนกำลังเผชิญวิกฤติอยู่นี้ เอเชีย ซึ่งมีประชากรกว่า 3,000 ล้านคนก็ได้ผงาดขึ้นมา และดูมีโอกาสดียิ่งกว่าสหรัฐอเมริกา และ ยุโรป ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแม้ในวิกฤติจึงยังมีโอกาส ต้องมองวิกฤติให้เป็นโอกาส

และด้วยข้อด้อยเหล่านี้ทำให้เกินคำถามว่าทำไมเราไม่เป็นประเทศแรกที่จะใช้โอกาสนี้ขึ้นมาเป็นหนึ่งในด้านแฟชั่นในภูมิภาคเอเชียของเราล่ะ? ในเมื่อทุกวันนี้ภุมิภาคเอเชียของเรามีการตื่นตัวในเรื่องของแฟชั่นเป็นอย่างมาก และเพื่อที่จะผลักดันดีไซน์เนอร์ให้ตื่นตัวแสวงหาหรือสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของตัวเอง จากรากเหง้าเดิม แต่มีความเป็นปัจจุบันในด้านวิธีคิดและกลวิธีในการนำเสนอ BANGKOK FASHION WEEK จะผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำทางด้านแฟชั่นในภูมิภาคเอเชีย เพื่อที่จะแก้ไขและสร้างแนวทางความเชื่อมั่นการพัฒนาแฟชั่นของไทย ในด้านวัตถุดิบและการส่งออกอย่างยั่งยืน เพื่อที่จะได้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

แนวคิดการเป็นศูนย์กลางแฟชั่นระดับเอเชียโดยการจัดงาน จัดสร้างโครงการ BANGKOK FASHION WEEK เพื่อผลักดันประเทศไทยให้เป็นหน้าตาของเอเชีย โดยการร่วมมือจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น รัฐบาลไทย กระทรวงอุตสาหกรรม สมาคม Bangkok Fashion Society (BFS) สมาคมAsian Couture Federation(ACF) ภาคเอกชน รวมถึงประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชีย

ในการนี้เพื่อที่จะสนับสนุนโครงการแฟชั่นระดับเอเชียอย่าง BANGKOK FASHION WEEK จึงต้องมีการจัดเตรียมสถานที่ที่จะเป็นที่รองรับแขกVVIPที่จะมาเยือนประเทศไทย จึงนำไปสู่การออกแบบโครงการเสนอแนะ Sophisto Hotel เพื่อที่จะเป็นโรงแรมที่สร้างประสบการณ์และอำนวยความสะดวกในทุกขั้นตอนให้แก่แขกผู้มาเยือนไม่ว่าจะเป็นตัวดีไซน์เนอร์ ผู้ร่วมงาน หรือ นักธุรกิจ เป็นการนำเสนอโรงแรมและส่วนจัดกิจกรรมงานในรูปแบบ ที่นำเสนอออกมาในรูปแบบของ Facility, Art, Fashion, Furniture, Decoration และสร้างความเป็นPrivateในความไม่Private เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ชีวิตที่เหนือระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่าวได้ว่าBANGKOK FASHION WEEK เป็นโครงการระยะยาวและต่อเนื่อง ใน1ปี จะมีการจัดงานใหญ่ทั้งหมด2ครั้ง คือ ช่วงA/W (Autumn Winter) และช่วง S/S (Spring Summer) สถานที่ที่มีความพร้อมจึงเป็นจุดสำคัญที่จะผลักดันให้โครงการดำเนินต่อไปอย่างราบรื่น โครงการ Sophisto Hotel จึงมีความต้องการที่จะเป็นเป็นเบื้องหลังเพื่อสรรสร้างความงามอย่างครบวงจรทั้งในด้านตัวบุคคล บรรยากาศ และตัวโครงการเอง อย่างมืออาชีพ กล่าวคือเป็นโรงแรมที่มีฟังก์ชั่นแปลกใหม่อย่างทีมMake upและStylish คอยช่วยตัดสินใจ ให้คำแนะนำและMake Overให้ท่านมีความสวยโดดเด่นก่อนจะเข้าไปร่วมงาน หรือ บรรยากาศของงานที่ทำให้ชวนหลงใหล ความสะดวกสบายของการบริการแต่งตัวในสถานที่จัดงานจะทำให้ท่านไม่ต้องเสียเวลาเดินทางหรือเกิดปัญหาชุดที่ยับจากการเดินทาง เพื่อสัมผัสความเป็นเซเลบริตี้อย่างแท้จริงเป็นประสบการณ์ใหม่ๆบนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน รวมถึงความพร้อมของพื้นที่จัดงานในทุกรูปแบบทั้งงานใหญ่งานเล็ก

โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่กลางใจเมือง ในเขตธุรกิจ มีจุดประสงค์ให้บริการนักธุรกิจเป็นหลัก และนอกจากนั้นมักจะนิยมใช้เป็นที่จัดงานประชุม หรือ งานเลี้ยง จะมีการบริการที่หรูหรา แต่ช่วงเวลาที่แขกจะเข้าพักมักจะสั้นๆ ดังนั้น โรงแรมในเมืองจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวที่แต่งต่างจากโรงแรมประเภทอื่น ในหัวข้อต่างๆดังต่อไปนี้

2.3.1.1 ลักษณะทำเลที่ตั้ง

1. โรงแรมในเมืองควรจะตั้งอยู่ในทำเลที่มีภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกสบายในการเดินทาง มีทำเลตั้งใจกลางเมืองหรือย่านธุรกิจ แวดล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สำคัญต่างๆ เป็นต้น
2. บรรยากาศของโรงแรมในเมืองเป็นบรรยากาศที่ตอบสนองการใช้ชีวิตแบบคนเมือง ถึงบรรยากาศจะพลุกพล่าน แต่ต้องมีความสงบ ไม่มีสิ่งรบกวนต่อ การพักผ่อน

2.3.1.2 สภาพแวดล้อม

1. ผู้มาพักจะต้องได้เทคโนโลยี และประสบการณ์ใหม่ๆได้มากที่สุด ดังนั้น เทคโนโลยีใหม่ๆจึงจำเป็นต่อการอำนวยความสะดวกให้กับแขกผู้มาเยือน
2. กรณีของเสียง ผนังของโรงแรมในเมือง จะมีการออกแบบวัสดุกันเสียงด้วยคุณภาพสูง เพราะผู้มาพักต้องการสัมผัสกับธรรมชาติอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นเสียงคลื่นลม น้ำตกเสียงสัตว์ป่า ฯลฯ ยกเว้นห้องบางห้องที่จำเป็น เช่น ไนต์คลับ หรือในสถานเต้นรำ เป็นต้น
3. ลักษณะตัวอาคารจะต้องเข้ากับสภาพแวดล้อม ไม่ทำลายธรรมชาติ
4. การเน้นด้านมุมมองของผู้มาพัก เช่น จัดให้มีระเบียงของห้องพักแขก เพื่อพักผ่อน และมีมุมมองทิวทัศน์ที่ดี เลือกวัสดุที่ไม่ทึบตัน เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ด้านใน และด้านนอกอาคาร รวมทั้งส่วนอื่นๆของโรงแรม เช่น ภัตตาคาร สระน้ำ ฯลฯ จะต้องกลมกลืนสัมพันธ์ กับบรรยากาศที่เป็นในเมืองและเหมาะสมกับการใช้สอย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1.3 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้

1. การเลือกวัสดุในการตกแต่งภายในควรเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติที่นำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับงานร่วมสมัย เพื่อเน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ของสภาพแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม
2. ห้องน้ำควรมีระบบระบายอากาศที่ดี ป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์ หรือกลิ่นอับภายในอาคาร และ ป้องกันการอุดตันของท่อน้ำ

2.3.1.4 การอำนวยความสะดวกและกิจกรรมพิเศษ

การจัดตั้งตำแหน่งสระว่ายน้ำของโรงแรมและห้องอาบ ควรจัดอยู่ในด้านตำแหน่งที่เห็นบรรยากาศตัวเมืองมากที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาว่ายน้ำแล้วชมวิวไปด้วย รวมทั้งผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้า ซึ่งเป็นการสะดวกกว่าที่ผู้มาพักจะต้องกลับไปอาบน้ำที่ห้องพักและตัวอาคารก็รักษาความสะอาดได้ง่ายอีกด้วย จัดให้กิจกรรมพิเศษเพื่อเสริมด้านนันทนาการ เพลิดเพลินในการพักผ่อนและประสบการณ์ใหม่ๆ เช่น กิจกรรมสังสรรค์ อาทิ จัดให้มีการสังสรรค์เป็น Event ของโรงแรม เป็นต้น

2.3.1.5 ความต้องการพื้นฐานในโรงแรมในเมือง

ผลของการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่าผู้เช่ามีความต้องการทางด้านต่างๆ แบ่งเป็นข้อๆดังต่อไปนี้คือ

- ความสะดวกสบาย ทางด้านการบริการทุกประเภท ความสะดวกทางด้านสถานที่พัก

ตลอดจนความปลอดภัยไร้กังวล

- ความต้องการที่นอนอ่อนนุ่ม
- มีที่พักผ่อนหย่อนใจทั้งที่เป็นส่วนตัวและไม่เป็นส่วนตัว คือ บริเวณห้องนอนซึ่งตัวเองสามารถ

ทำสิ่งใดได้ตามความสะดวก ที่ไม่เป็นส่วนตัว คือ บริเวณภายนอกอันเป็นที่พบปะสังสรรค์

- ต้องการห้องน้ำที่สะอาด
- การติดต่อประชาสัมพันธ์ที่สะดวก พร้อมทั้งบริการอย่างดีของทางโรงแรม
- ต้องการพักในราคาพอสมควร
- ต้องการความสะดวกในเรื่องอาหารการกินและเครื่องดื่ม ที่เก็บเสื้อผ้า สิ่งที่ต้องการแขวนเพื่อ

ไม่ให้ยับ และเสื้อผ้าที่ต้องการพับเก็บให้มิดชิด เช่น เครื่องชั้นใน

- ให้มีที่สำหรับเก็บรองเท้าและเครื่องกีฬา ตลอดจนเครื่องใช้ต่างๆ เช่น หมวก กระเป๋า รองเท้า ร่ม ฯลฯ
- มีที่เก็บของมีค่า อาจเป็นโต๊ะหัวเตียง หรือโต๊ะแต่งตัวที่มีกุญแจ รวมทั้งตู้นิรภัยภายในห้องพัก หรือที่รับฝากที่ส่วนประชาสัมพันธ์
- มีเครื่องเสียงและเครื่องบันเทิงต่างๆ เช่น วิทยุและโทรทัศน์ ตลอดจนหนังสือสำหรับอ่านเล่น
- มีไฟฟ้าหรือแสงสว่างในที่ที่ต้องการและไม่รบกวนเวลานอน
- บรรยากาศสีสันของความเป็นตัวเมือง

2.3.1.6 การจัดแฟชั่นโชว์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟชั่นเปลี่ยนแปลงไปตามจังหวะเวลา การจัดแสดง แฟชั่นโชว์ซึ่งเป็นการนำเสนอผลงานการออกแบบทางแฟชั่นก็เช่นกัน เนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันและความก้าวหน้าของนวัตกรรมเทคโนโลยีรุ่นใหม่ล้วนส่งผลต่อการจัดแสดงแฟชั่นโชว์แม้ว่าแต่ละการจัดแสดงใช้เวลาประมาณ 15 นาที หากแต่เบื้องหลังนั้นดีไซน์เนอร์ต้องใช้เวลาเตรียมงานนานถึง 6 เดือน ตั้งแต่เริ่มจรดดินสอลงกระดาษจนเกิดเป็นคอลเลคชั่นเสื้อผ้าบนรันเวย์ ที่ออกสู่สายตาสาธารณชนทั้งจากช่างภาพสื่อมวลชน ผู้ชมที่นั่งแถวหน้าตัวแทนผู้ซื้อ (Buyers) ไปจนถึงกลุ่มลูกค้าประจำและรุ่นใหม่การเรียนรู้ที่จะผสมผสานสุนทรียศาสตร์ผ่านรูปแบบการจัดแสดงแฟชั่นโชว์นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ตั้งแต่การเลือกดนตรีประกอบและการจัดแสงที่สอดคล้องกับลักษณะของการจัดแสดง การวางแผนถ่ายภาพเพื่อจัดทำหนังสือรวบรวมผลงานการออกแบบ เช่น เครื่องแต่งกายเครื่องประกอบเครื่องการแต่งกาย เครื่องประดับ เป็นต้น ที่จัดทำขึ้นในแต่ละคอลเลคชั่นเพื่อนำเสนอต่อกลุ่มลูกค้าและสื่อมวลชนหรือที่เรียกกันว่า ลุคบุ๊ก (Look book) ซึ่งทั้งหมดเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ นอกจากนี้การเข้าใจถึงประวัติศาสตร์ของแฟชั่นโชว์ รูปแบบการจัดแสดง และแนวโน้มในอนาคตของแฟชั่นโชว์ทั้งจากต่างประเทศและประเทศไทยถือเป็นสิ่งสำคัญของวิธีการถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ รวมถึงความมุ่งหมายและเจตนารมณ์ในการออกแบบของนักออกแบบต่อคอลเลคชั่นของเครื่องแต่งกายแต่ละคอลเลคชั่น

คำสำคัญ : แฟชั่นโชว์ การนำเสนอผลงานแฟชั่น นักออกแบบเสื้อผ้า

ช่วงเดือนกันยายน คอลเลคชั่นเสื้อผ้าชั้นสูง (Haute Couture)และคอลเลคชั่นเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Pret-a-Porter) สำหรับฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อนของปีถัดไปจะถูกจัดแสดงขึ้น ส่วนคอลเลคชั่นเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวของปีถัดไปจะถูกจัดแสดงขึ้นในฤดูใบไม้ผลิซึ่งอยู่ในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ เมืองศูนย์กลางทางแฟชั่นที่สำคัญของโลก ได้แก่ นิวยอร์ก ลอนดอน มิลานและปารีส เป็น 4 เมืองที่มีชื่อเสียงเก่าแก่และสำคัญของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ นอกจากนี้ยังมีเมืองที่กำลังพัฒนาเพื่อเป็นเมืองศูนย์กลางทางแฟชั่นอีกมากมาย อาทิ โคเปนเฮเก้น เบอร์ลิน และซิดนีย์ เป็นต้น

สำหรับนักออกแบบเสื้อผ้าหน้าใหม่ การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ถือเป็นเรื่องที่มีความเสี่ยงเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงแฟชั่นโชว์แต่ละงานนั้นมีราคาค่อนข้างสูง ฉะนั้นรูปแบบของการจัดแสดงจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ การเลือกรูปแบบการจัดแสดงให้เหมาะสมกับแนวคิดของคอลเลคชั่น กลุ่มลูกค้าและอัตลักษณ์ของแบรนด์เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและควรศึกษาให้ดีการนำเสนอผลงานแฟชั่น (Fashion Presentation)เป็นอีกแนวทางหนึ่งของรูปแบบการจัดแสดงที่ใช้งบประมาณน้อยกว่าการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ เนื่องจากใช้เวลาในการจัดแสดงที่สั้นและกระชับกว่ารูปแบบเรียบง่ายกว่าเหมาะสมกับแบรนด์ที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งนอกจากนี้เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีให้กับดีไซน์เนอร์ที่ต้องการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ด้วยงบประมาณที่ไม่สูงนัก

วัตถุประสงค์ของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์

ในการจัดแสดงแฟชั่นโชว์แต่ละครั้ง วัตถุประสงค์ของการจัดแสดงล้วนมีเหตุผลหลากหลายประการ ได้แก่

1. **ความต้องการนำเสนอเสื้อผ้าคอลเลคชั่นใหม่** คอลเลคชั่นเสื้อผ้าจะถูกนำเสนอออกมาให้ประทับใจเหล่าผู้ชมให้มากที่สุดสะท้อนแนวความคิดและสไตล์ของดีไซน์เนอร์ รวมไปถึงสื่อสารข้อมูลของแบรนด์อย่างมีนัยยะ อาทิ ความประณีต ความแตกต่างแนวทางของอุปลักษณ์มโนทัศน์ (Conceptual) เป็นต้น
2. **ความต้องการดึงดูดความสนใจจากสื่อ** ความแปลกใหม่ของเสื้อผ้าสามารถดึงดูดความสนใจจากสื่อต่างๆ ได้ ดังนั้นความแปลกใหม่ นวัตกรรม และความสวยงามของคอลเลคชั่นเสื้อผ้าที่ทำขึ้น กลายเป็นสิ่งที่สร้างแรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรารถนาให้กับสื่อต่างๆ ได้ภาพถ่ายจากแฟชั่นโชว์และบทวิจารณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับแฟชั่นล้วนมีอิทธิพลต่อความเป็นจริงทางธุรกิจของแบรนด์ได้

3. **ความต้องการให้แบรนด์เป็นที่จดจำ** หลากหลายแฟชั่นโชว์ที่บรรดาบรรณาธิการแฟชั่นได้ชมในสัปดาห์แห่งการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ในแต่ละครั้ง หลังจากการแสดงทั้งหมดจบลง อะไรที่ทำให้พวกเขาเหล่านั้นยังสามารถ จดจำ และพูดถึงแบรนด์ที่พวกเขาได้ดู แล้วนำความทรงจำเหล่านั้นไปเขียนบทวิจารณ์สนับสนุนแบรนด์ที่น่าประทับใจยกตัวอย่างเช่น แฟชั่นโชว์นั้นสมบูรณ์แบบ ไร้ข้อผิดพลาด คอลเลคชั่นเสื้อผ้านั้นถูกตัดเย็บอย่างพิถีพิถันและประณีตมาก เป็นต้น

บทนำ

หากต้องลองคิดคำจำกัดความหรือนิยามของคำว่า“แฟชั่นโชว์” ให้ผู้อื่นเข้าใจ ดูเหมือนเป็นคำที่ไม่ยาก แต่ถ้าให้เข้าใจคำนี้ได้อย่างลึกซึ้ง คงต้องเพิ่มศัพท์เทคนิคหรือคำเฉพาะเข้าไปในคำจำกัดความมาพอสมควร เพื่อที่จะอธิบายให้ครบถ้วนสมบูรณ์ตามกระบวนความ อยากให้ผู้อ่านลองจินตนาการถึงแฟชั่นโชว์
ให้ลองจินตนาการถึงคอลเลคชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย นางแบบนายแบบ เวที และผู้ชม ทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นส่วนประกอบหลักของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ซึ่งใช้ระยะเวลาสั้นๆ ในการจัดแสดงผลงานการออกแบบของนักออกแบบเสื้อผ้าหรือเรียกอีกอย่างว่า“ดีไซน์เนอร์” ซึ่งถือเป็นช่องทางการสื่อสารทางการตลาดอีกวิธีหนึ่งที่จำเป็นต้องสื่อสารให้ตรงกับจุดมุ่งหมายหลักของคอลเลคชั่นเสื้อผ้านั้นๆ เมื่อแสงไฟดับลงพร้อมกับความเงียบของผู้ชมที่พร้อมจะติดตามการแสดงที่จะเกิดขึ้นในอีกไม่กี่วินาทีข้างหน้า ทีมงานเบื้องหลังทุกคนต่างวิ่งกันวุ่นวาย ดีไซน์เนอร์ตรวจความเรียบร้อยของคอลเลคชั่นเสื้อผ้าเป็นครั้งสุดท้าย ก่อนที่นางแบบและนายแบบจะได้รับสัญญาณจากผู้กำกับเวทีให้เดินออกไปสู่เวที หลังจากนั้นแฟชั่นโชว์จึงเริ่มต้น

นิยามของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์

การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ คือ วิธีการที่นักออกแบบเสื้อผ้านำเสนอความคิดและแรงบันดาลใจไปพร้อมกับการโฆษณาแบรนด์เสื้อผ้าเพื่อให้ครอบคลุมถึงสื่อต่างๆ รวมไปถึงการได้รับผลตอบรับที่ดีจากสาธารณชน ในฐานะผู้ชมและกลุ่มลูกค้า ซึ่งมีผลต่อความภักดีและซื่อสัตย์ต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ต่อไป มีความคิดเห็นจากคุณ ดิดิเย่ร์ กรัมบาช (Didier Grumbach) ประธานของสหพันธ์เครื่องแต่งกายชั้นสูงแห่งประเทศฝรั่งเศส (Federation Franc,aise de la Couture) กล่าวไว้ว่า “ไม่มีข้อกำหนดใดๆ ที่บังคับให้ดีไซน์เนอร์ต้องจัดแสดงแฟชั่นโชว์ต่อสาธารณชน นอกเสียจากพวกเขาเหล่านั้นต้องการให้ผลงานการออกแบบของพวกเขาออกสู่สายตาประชาชนและการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ ก็สามารถตอบสนองความต้องการแสดงออกทางความคิดและศิลปะของพวกเขาได้” [1]นอกจากกลุ่มลูกค้าและเพื่อนฝูงที่มาดูแฟชั่นโชว์ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ชมหลัก สื่อมวลชนและตัวแทนซื้อ (Buyer) ถือเป็นกลุ่มผู้ชมที่สำคัญมากเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ในฐานะสื่อมวลชน สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารแฟชั่นต่างๆ พวกเขาสามารถเลือกชุดเสื้อผ้าที่พวกเขา
ชื่นชอบมาวางแผนจัดทำรูปแบบนิตยสารของพวกเขาต่อไปในอนาคตส่วนตัวแทนซื้อ หลังจากชมแฟชั่นโชว์เสร็จเรียบร้อยแล้วพวกเขาอาจจะเพิ่มการสั่งซื้อเสื้อผ้าก่อนการตัดสินใจ ยืนยันการสั่งซื้อที่เลือกไปก่อนหน้านี้ถือเป็นการเพิ่มโอกาสในการซื้อขายเสื้อผ้าอีกทางหนึ่งการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ ณ ที่ต่างๆ ทั่วโลก ถูกจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ครั้งแรกของรอบปี อยู่ในช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์และครั้งที่สอง อยู่ในช่วงเดือนกันยายนถึงตุลาคม การจัดพิจารณาจากผลของการออกแบบ การผลิต การจัดจำหน่าย และยอดขายของคอลเลคชั่นเสื้อผ้าจากปีที่ผ่านมาในฤดูใบไม้ร่วงหรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. **ความต้องการสนับสนุนการตัดสินใจซื้อ** ในแฟชั่นโชว์ส่วนที่สำคัญที่สุดส่วนหนึ่งของผู้ชม คือ ผู้ซื้อและความเป็นไปได้ในการซื้อ สำหรับกลุ่มผู้ซื้อประจำ ถือเป็นตัวช่วยที่ดีที่สุดในการยืนยันการตัดสินใจซื้อและเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์ ส่วนกลุ่มผู้ซื้อในอนาคตแฟชั่นโชว์ถือเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวการตัดสินใจซื้อในอนาคตได้

5. **ความต้องการสร้างความคาดหวัง** เมื่อแฟชั่นโชว์ได้ผ่านพ้นไป ถ้าดีไซน์เนอร์คนไหนสามารถสร้างความประทับใจให้กับสื่อมวลชนและตัวแทนซื้อไว้ได้สำเร็จ ชื่อของเขาและแบรนด์ที่เขาทำจะถูกเผยแพร่ไปในสื่อต่างๆ นิตยสารแฟชั่น เป็นต้นและเมื่อถึงเวลาการจัดแสดงแฟชั่นในครั้งต่อไป งานแสดงของเขาจะได้รับความสนใจเข้าชม จากผู้คนจำนวนไม่น้อยซึ่งเป็นผลดีต่อเนื่องกับตัวของดีไซน์เนอร์และแบรนด์

ความเป็นมาของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์จากอดีตสู่ปัจจุบันและอนาคต

ในสมัยก่อน สุภาพบุรุษและสุภาพสตรีชั้นสูงที่ได้รับเชิญมางานรื่นเริงที่จัดขึ้นในห้องเต้นรำระดับหรู พวกเขาเหล่านั้นจะได้รับเกียรติให้นั่งอยู่ในที่นั่งแถวหน้า เพื่อจะได้ชื่นชมแขกผู้มีเกียรติท่านอื่นที่เดินเข้ามาในงานและตัดสินกันว่าใครจะมีเป็นผู้ที่ดูดีที่สุดในงานนั้นๆ จากคำกล่าวของนักประวัติศาสตร์ที่ชื่อ วาเลอรี่ สตีล(Valerie Steel) จุดเริ่มต้นของการจัดแฟชั่นโชว์ยังไม่เป็นที่แน่ชัดความเชื่อส่วนใหญ่สันนิษฐานว่า ชาร์ล เฟรดเดอริก เวิร์ธ (CharlesFrederick Worth) นักออกแบบเครื่องแต่งกายคนแรกของช่วงปลายศตวรรษที่ 19 เป็นผู้ริเริ่มการจัดแสดงและนำเสนอเสื้อผ้าขึ้นในสมัยนั้น ชาร์ล เวิร์ธ เป็นผู้ปฏิวัติกระบวนการสร้างสรรค์การออกแบบตัดเย็บเครื่องแต่งกายอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน เขาริเริ่มการออกแบบรายละเอียดตกแต่งเครื่องแต่งกาย รวมไปถึงเรื่องการเลือกใช้ผ้าให้แก่ลูกค้า จากเมื่อก่อนที่ลูกค้าสามารถเลือกเสื้อผ้าได้เฉพาะจากหุ่นลองเสื้อเท่านั้น ชาร์ล เวิร์ธ ได้เสนอแนวทางใหม่แก่วงการออกแบบเสื้อผ้าในสมัยนั้น คือ การเชื้อเชิญกลุ่มลูกค้าของเขาไปชมการนำเสนอเสื้อผ้าผ่านการเคลื่อนไหวของผืนผ้าบนร่าง
ของนางแบบหรือนายแบบ หากแต่นางแบบและนายแบบเหล่านั้นมีรูปร่างที่ธรรมดา ไม่ได้สูงและสวยเหมือนนางแบบในปัจจุบันแมรี่ เวอร์เน็ต (Marie Vernet) เป็นหนึ่งในนางแบบที่ได้ร่วมแสดงในเหตุการณ์ครั้งนั้นและถือเป็นนางแบบคนแรกของประวัติศาสตร์แฟชั่นซึ่งทั้งหมดที่เกิดขึ้นถือเป็นจุดกำเนิดของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ช่วงแรกล้วนเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงจากโรงละครที่พัฒนาต่อมาเป็นโรงภาพยนตร์ นักประวัติศาสตร์ ชื่อ คาโรลีน อีวานส์ (Caroline Evans) ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจัดแสดงแฟชั่นโชว์และการเปลี่ยนแปลงในยุคนั้นไว้ว่า “มีความคล้ายคลึงกันในอิทธิพลของภาพถ่ายเหล่าบรรดานางแบบนายแบบกับโครงร่างเงาของมนุษย์ในภาพยนตร์การเคลื่อนไหวสัมพันธ์กับเวลาและความเร็วมีผลทางด้านศิลปะและธุรกิจต่อความต้องการมีชีวิตที่ทันสมัยซึ่งเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อการจัดแสดงแฟชั่นโชว์เพราะการเคลื่อนไหวทำให้ผู้ชมเกิดความปรารถนาที่เป็นจริงได้มากกว่า” เป็นที่รู้กันว่า พอลพอเร่ย์ (Paul Poiret) ดีไซน์เนอร์แห่งปารีส เป็นคนแรกที่ออกแบบการนำเสนอเสื้อผ้าเฉพาะให้กับสื่อในช่วงฤดูร้อนปี 1910 และตีพิมพ์เป็นบทความลงในหนังสือพิมพ์ L’Illustration โดยมีเลดี้ ดัฟฟ์ กอร์ดอน(Lady Duff Gordon) หญิงสูงศักดิ์ชาวอังกฤษ เบื้องหลังแบรนด์ลูซี่(Lucile) เข้าร่วมการนำเสนอเสื้อผ้านี้ด้วย เธอมีบทบาทอย่างมากในวงการการจัดแสดงเสื้อผ้าในขณะนั้น เธอเป็นนักออกแบบ ผู้วางแผนการจัดงาน ผู้รวบรวมและฝึกฝนนางแบบเพื่อใช้จัดแสดงผลงานเสื้อผ้าแบรนด์ของเธอ เลดี้ ดัฟฟ์ เป็นคนแรกที่ตั้งชื่อในวงการให้กับนางแบบจากชื่อชนชั้นแรงงานที่จำเจและน่าเบื่อ เช่น ซูซี่ แคทธาลีน โรส เปลี่ยนเป็นชื่อที่มีเอกลักษณ์ เช่น กาเมล่า โดโลเรส หรือแฮฟ เป็นต้น นอกจากนี้เธอพยายามประกาศว่าตัวเธอเองเป็น
ผู้บุกเบิกการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ แม้ว่าจะไม่เป็นที่ยอมรับ ในบรรดานักประวัติศาสตร์แฟชั่นก็ตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในยุโรประหว่างยุค 20 สถานที่ในการจัดแสดงแฟชั่นโชว์มักจะเป็นในห้องนั่งเล่นของดีไซน์เนอร์เพื่อเลี้ยงฉลองในสนามกีฬาหรือในโกดังขนาดใหญ่ นางแบบนายแบบจะเดินออกมาอย่างช้าๆสายตาไม่มองผู้ชม ไม่พูดจาใดๆ ผู้ชมจะได้ยินแต่เสียงบรรยายคอลเลคชั่นเสื้อผ้าของดีไซน์เนอร์เท่านั้น ท่าโพสที่โด่งดังในสมัยนั้น คือ ท่าโพสของโคโค่ ชาแนล (Coco Chanel) ที่นางแบบจะเอียงสะโพกมาด้านหน้า เอียงไหล่ไปด้านหลัง ยื่นเท้าข้างหนึ่งมาด้านหน้าโพสท่าทางอื่น ขณะที่เมืองปารีสกลายเป็นศูนย์กลางทางแฟชั่นและแฟชั่นชั้นสูงในอเมริกา ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ต่างๆ ก็นำเข้าคอลเลคชั่นเสื้อผ้าจากแฟชั่นโชว์ในปารีสมาขายเช่นกัน การนำเสนอคอลเลคชั่นนิวลุค (New Look Collection) ของแบรนด์ คริสเตียนดิออร์ (Christian Dior) เป็นจุดเปลี่ยนของประวัติศาสตร์แฟชั่น[3],[4] และรูปแบบการเดินแบบบนรันเวย์แฟชั่นโชว์ ด้วยรูปแบบเสื้อผ้าที่ประกอบด้วยกระโปรงเอวสูง บานย้วย คลุมเข่า และรูปแบบการเดินของนางแบบที่นิ่งเงียบและสง่าแต่ให้ชีวิตชีวากับเสื้อผ้าที่สวมใส่ พร้อมกับจังหวะการเคลื่อนไหวที่ดูสับสนและแปลกตา

ในปี 1949 ความประทับใจในเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้กำเนิดขึ้นเนื่องจากการรับเอาอิทธิพลของแฟชั่นอเมริกันซึ่งมีที่มาจากรูปแบบการผลิตเสื้อผ้าจำนวนมาก วัฒนธรรมรูปแบบใหม่ของการผลิตสินค้าจำนวนมากและมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น หลังจากช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ส่งผลให้แรงปรารถนาทางแฟชั่นแพร่กระจายไปสู่กลุ่มคนทุกชนชั้น ในยุคนี้ แมรี่ เควนท์ ดีไซน์เนอร์ชาวอังกฤษได้จัดแสดงแฟชั่นโชว์ผลงานเสื้อผ้าของตัวเอง ด้วยการให้นางแบบเต้นและวิ่งไปรอบๆ ตามจังหวะเพลงแจ๊สในโรงแรมแห่งหนึ่งในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ การแสดงดังกล่าวเป็นที่ประหลาดใจให้กับผู้มาร่วมงานเป็นอย่างมาก ในปี 1966 ประเทศฝรั่งเศส พาโค่ ราแบนน์(Paco Rabanne) กับแฟชั่นโชว์ที่มีชื่อว่า “เสื้อผ้า 12 ชุดที่เป็นการทดลองและไม่สามารถใส่ได้จริงกับวัสดุร่วมสมัย (12 Experimental and Unwearable Dresses in Contemporary Materials)” และปิแอร์ การ์แดง (Pierre Cardin) กับแฟชั่นโชว์ที่ชื่อว่า ฮาเพนนิ่ง(Happening) ทั้ง 2 งานถูกจัดขึ้นบนถนน [1] (หน้า 38) ซึ่งทั้งหมดถือเป็นการเพิ่มรูปแบบใหม่ให้แก่วงการแฟชั่นโชว์เสื้อผ้าสำเร็จรูปในปี 1970 ดีไซน์เนอร์ชาวญี่ปุ่น เคนโซ่ (Kenzo) ได้เริ่มต้นยุคของสื่อแฟชั่นโชว์ (Media Fashion Show) อย่างเป็นทางการโดยเริ่มจากการเพิ่มความยาวของรันเวย์ของแฟชั่นโชว์ ให้ยาวกว่าขนาดปกติถึง 4 เท่า นางแบบและนายแบบ มีอิสระในการเดินแบบอย่างเต็มที่ ในช่วงเวลานี้ เจอร์รี่ ฮอลล์ (Jerry Hall) และ แพทเคลฟแลนด์ (Pat Cleveland) ถูกตั้งฉายาว่าเป็นเจ้าแม่แห่งรันเวย์โชว์เนื่องด้วยความเป็นนางแบบมืออาชีพของทั้งสองคน และคำว่า“สุดยอดนางแบบ” ก็ถือกำเนิดขึ้นในยุคนี้ นอกจากนี้ การเตรียมการจัดทำและบทบาทของนักออกแบบฉากแฟชั่นโชว์ ก็ได้มีความสำคัญอย่างยิ่งในช่วงนี้ด้วยต่อมาในยุค 80 การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ส่วนใหญ่ ถูกทำให้มีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์และน่าสนใจมากขึ้น เริ่มมีการนำแฟชั่นโชว์ต่างๆ ออกเป็นรายการทางโทรทัศน์ นักออกแบบเสื้อผ้าชื่อดังชาวอิตาลี จีอันนี่ เวอร์ซาเช่ (Gianni Versace) ได้สร้างรูปแบบใหม่ให้กับการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ชั้นสูง ด้วยการเปลี่ยนแฟชั่นโชว์ชั้นสูงที่ส่วนใหญ่มักจัดแสดงในห้องโถงที่หรูหราเป็นบริเวณรอบสระว่ายน้ำของโรงแรมระดับ 5 ดาวแห่งหนึ่งในประเทศฝรั่งเศส อีกด้านหนึ่งที่มองข้ามความหรูหราและห่างไกลจากความเป็นชนชั้นสูงลอนดอน กลายเป็นเมืองหลวงแห่งใหม่ของวงการแฟชั่น รูปแบบพังค์ (Punk) ได้สร้างอิทธิพลให้กับรูปแบบการจัดแสดงแฟชั่นโชว์การคัดสรรนางแบบ และนายแบบ สามารถเลือกจากคนธรรมดาตามท้องถนน วิเวียน เวสต์วูด (Vivienne Westwood) ดีไซน์เนอร์ชื่อดังของประเทศอังกฤษ ได้นำรูปแบบการแต่งกายสไตล์พังค์และรอยสักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผสมผสานกับรูปแบบการแต่งกายสมัยวิกตอเรี่ยน กลายเป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่สร้างความแปลกใหม่ให้กับกระแสแฟชั่นในขณะนั้น ต่อมาดีไซน์เนอร์และแบรนด์เสื้อผ้าอาทิ กอมม์ เดอ การ์ซอง (Comme des Garcons), มาร์ติน มาเจล่า(Martin Margiela) และฮุสเซน ชาลายัน (Hussein Chalayan)ได้ปฏิวัติรูปแบบการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ จากที่เคยใช้การนำเสนอคอลเลคชั่นเสื้อผ้าเป็นหลักมาเป็นการนำเสนอแนวความคิดและข้อความต่างๆ ที่แบรนด์ และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดีไซน์เนอร์ต้องการจะสื่อสารสู่ผู้ชมหรือกลุ่มลูกค้าเข้าสู่ยุค 90 การจัดแสดงแฟชั่นโชว์พัฒนาจากยุค 80มาเป็นการจัดแสดงคอลเลคชั่นเสื้อผ้าผ่านรูปแบบของการแสดงละครตัวอย่างเช่น การจัดแสดงแฟชั่นชั้นสูงของจอห์น กาลลิเอโน่(John Galliano) สมัยที่ทำเสื้อผ้าให้กับแบรนด์จิวองชี่ (Givenchy)60และแบรนด์คริสเตียน ดิออร์ (Christian Dior) อเล็กซานเดอร์แมคควีน (Alexander McQueen)หลังจากยุค 90 มาจนถึงยุคปัจจุบัน การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ได้พัฒนาอย่างรวดเร็วไปตามกระแสสังคมที่เติบโตตามระบบเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ในปี 1995 วอลเตอร์ แวน เบเรนดอกค์(Walter Van Beirendonck) ได้แปลงโฉมนางแบบบนรันเวย์โชว์เป็นภาพเสมือนจริงด้วยคอมพิวเตอร์ ต่อมาอีก 10 ปี โชว์ของอเล็กซานเดอร์ แมคควีนจัดแสดงขึ้นในรูปแบบของภาพระบบฮอโลแกรมหรือสามมิติ โดยมีเคท มอสส์ (Kate Moss) นางแบบชื่อดังในยุคนั้นเป็นนางแบบในโชว์นั้น ในปี 2009 วิกเตอร์ แอนด์ รอฟท์(Viktor and Rolf) สองดีไซน์เนอร์ชื่อดัง แฟชั่นโชว์ของพวกเขาใช้นางแบบเพียงคนเดียวในการนำเสนอคอลเลคชั่นเสื้อผ้าผ่านการถ่ายทอดสดทางอินเตอร์เน็ตเป็นครั้งแรก ดีไซน์เนอร์ สเตฟาโน่พิลาติ (Stefano Pilati) ได้นำเสนอคอลเลคชั่น เสื้อผ้าบุรุษในรูปแบบภาพยนตร์สั้นบนจอขนาดใหญ่ 3 จอ ต่อมาแบรนด์ต่างๆ เช่น เบอเบอร์รี่ (Burberry) ไมเคิล คอร์ (Michael Kors), ไอแซค มิซราคี (Isaac Mizrahi) ได้นำเสนอคอลเลคชั่นเสื้อผ้าของพวกเขาผ่านการออกอากาศด้วยระบบสตีมมิ่ง (Streaming)เนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน สามารถส่งผลสู่แนวโน้มของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ในอนาคตเพราะแบรนด์ต่างๆจำเป็นต้องควบคุมงบการเงินและการลงทุน ต้องละทิ้งความหรูหราของแฟชั่นโชว์ชั้นสูงในรูปแบบละครมาสู่การจัดทำแฟชั่นโชว์แบบเรียบง่ายแต่มีประสิทธิภาพสูง อนาคตยังไม่มีความแน่นอน แต่สิ่งที่แน่นอน คือ ระบบอินเตอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อสังคม สามารถทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างเกิดขึ้นจริงได้

รูปแบบของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์

ความหลากหลายในรูปแบบและสไตล์ของคอลเลคชั่นเสื้อผ้าในแต่ละแบรนด์หรือแต่ละดีไซน์เนอร์ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ของจักษุและโสตประสาทของกลุ่มผู้ชมและลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต การตัดสินใจเลือกรูปแบบในการนำเสนอผลงานให้สอดคล้องกับแนวความคิดหรือจุดมุ่งหมายของแบรนด์เป็นสิ่งที่พึงกระทำสำหรับการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ที่ใช้เวลาแสดงประมาณ 15 นาที จากข้อมูลการจัดกลุ่มการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ของมาร์ทา แคมป์ส (Marta Camps) ในงานเขียนเรื่ององค์ประกอบพื้นฐานของแฟชั่นโชว์ รูปแบบของการสามารถแบ่งได้เป็น 2 แนวทางคือ แนวทางแรก แบ่งตามประเภท (Types of Fashion Show) แนวทางที่ 2 แบ่งตามลักษณะ (Genres of Fashion Show)

1. **แบ่งตามประเภทของแฟชั่นโชว์** แบ่งเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1.1. **การจัดแสดงแฟชั่นโชว์เพื่อสื่อมวลชน (Press Fashion Shows)** แฟชั่นโชว์ประเภทนี้ เน้นการแสดงผลงานการออกแบบเสื้อผ้าสู่สื่อต่างๆ อาทิ บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น ตัวแทนผู้สั่งซื้อช่างภาพแฟชั่น สื่อมวลชนต่างๆ เป็นต้น เพื่อเป็นการโฆษณา หรือกระจายข่าวสารสู่แหล่งข่าวต่างๆ เช่น นิตยสาร เวปไซต์ และสื่อ สิ่งพิมพ์ต่างๆ ฯลฯ

1.2. การจัดแสดงแฟชั่นโชว์เสื้อผ้าชั้นสูง (Haute Couture Fashion Shows) เสื้อผ้าชั้นสูง หมายถึงเสื้อผ้าที่ออกแบบตัดเย็บอย่างประณีตพิถีพิถันเป็นพิเศษทุกขั้นตอน ใช้วัสดุและเนื้อผ้าที่คัดสรรหรือสั่งทำขึ้นโดยเฉพาะ ผลิตขึ้นในจำนวนจำกัดและราคาสูงมาก แฟชั่นโชว์ประเภทนี้จัดขึ้นเฉพาะที่เมืองปารีส ประเทศฝรั่งเศส ผู้เข้าชมเป็นผู้ที่ได้รับบัตรเชิญให้เข้าร่วมงานเท่านั้นส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงทางสังคม ค่าใช้จ่ายการจัดแสดงในแต่ละแบรนด์นั้นถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจากจำเป็นต้องใช้เงินทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนมากในการจัดแสดงค่าใช้จ่ายโดยประมาณ 1 ล้านยูโร หรือประมาณ 50 ล้านบาท ต่อ 1 แฟชั่นโชว์ ถึงจะเป็นการลงทุนที่สูงมากแต่การลงทุนในรูปแบบนี้ แบรนด์เสื้อผ้าชั้นสูงแต่ละแบรนด์ไม่ได้ผลตอบแทนเป็นยอดขายของเสื้อผ้าที่จัดแสดง แต่เป็นผลกำไรที่มาจากเครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย เช่น แว่นตา กระเป๋า น้ำหอม เป็นต้น ฉะนั้นจุดประสงค์หลักของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์รูปแบบนี้อยู่ที่ภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ตราตรึงต่อผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายอันมีผลมาจากโชว์

1.3การจัดแสดงแฟชั่นโชว์เสื้อผ้าสำเร็จรูป (Pret - a -Porter Fashion Shows) เสื้อผ้าสำเร็จรูป หมายถึง เสื้อผ้าที่ถูกผลิตขึ้นจำนวนมากจากโรงงานทั่วไป ราคาของเสื้อผ้าเหล่านี้ขึ้นอยู่กับการโฆษณา ชื่อเสียงของแบรนด์ และคุณภาพของวัสดุที่เลือกมาใช้ออกแบบตัดเย็บ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ถูกจัดแสดงในแฟชั่นโชว์จะมีวางขายตามร้านในอีก 6 เดือนข้างหน้า กลุ่มผู้ซื้อหลักเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่สนใจในแฟชั่น และติดตามข่าวสารแฟชั่นจากเวปไซต์หรือนิตยสารแฟชั่น ไม่ใช่แค่เพียงผู้เข้าชมแฟชั่นโชว์เท่านั้น

1.4. การจัดแสดงแฟชั่นโชว์เพื่อใช้แสดงสินค้า (Showroom Fashion Shows) แฟชั่นชว์ประเภทนี้ มักเป็นแฟชั่นโชว์ขนาดเล็กที่จัดแสดงคอลเลคชั่นเสื้อผ้าในแต่ละแบรนด์ โดยเชิญเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ เช่น สื่อมวลชน ตัวแทนผู้ซื้อ (Buyers)บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น ฯลฯ เพื่อเลือกซื้อเสื้อผ้า ในคอลเลคชั่นนั้นๆ ไปจัดจำหน่ายหรือโฆษณาในฤดูกาลต่อไป มักจัดขึ้นในโชว์รูมของแบรนด์ รูปแบบของงาน เน้นความเรียบง่ายและเป็นกันเอง

1.5. การจัดแสดงแฟชั่นโชว์บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity Fashion Shows) แฟชั่นโชว์ประเภทนี้ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงทางสังคม เช่น ดารานักแสดง ศิลปินนักร้อง นักการเมืองบุคคลในสังคมชั้นสูง ฯลฯ ทั้งหมดจะถูกเชิญมาเป็นนางแบบหรือนายแบบกิตติมศักดิ์ในงานเพื่อแสดงคอลเลคชั่นเสื้อผ้าของแบรนด์นั้นต่อสาธารณชนและสื่อมวลชนต่างๆ ส่วนใหญ่มักจัดขึ้นบนพรมแดงหรือ สถานที่หรูหรา มีระดับ ผลตอบรับจากการจัดงานประเภทนี้ คือ แบรนด์ที่จัดงานมักจะได้รับการพูดถึง และเป็นที่สนใจของประชาชน ในระยะเวลา อันสั้น

1.6. การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ประเภทโสตทัศนะ (Audiovisual Fashion Shows) แฟชั่นโชว์ประเภทนี้ มักอยู่ในรูปแบบของภาพยนตร์หรือวิดีทัศน์แฟชั่น ถือเป็นมิติที่ 4 โดยอาศัยเสียงและภาพในการสื่อสารแนวความคิดของคอลเลคชั่นสู่ผู้ชม เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่ง ให้กับดีไซน์เนอร์หรือแบรนด์เสื้อผ้า ที่ต้องการจัดแฟชั่นโชว์รูปแบบใหม่ และใช้งบประมาณน้อย

1.7. การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ประเภทภาพเสมือนจริง (Virtual Fashion Shows) แฟชั่นโชว์ประเภทนี้ ผู้ชมสามารถติดตามชมแฟชั่นโชว์ดังกล่าวได้จากที่บ้าน โดยอาศัยไฟล์จากแผ่นซีดี คลิปวิดีทัศน์จากอินเตอร์เน็ต เวปไซต์ของแต่ละแบรนด์ นิตยสารแฟชั่นออนไลน์ ฯลฯ การจัดทำแฟชั่นโชว์ประเภทนี้ ยังจำเป็นต้องใช้เวลาในการจัดทำพอสมควร ตัวอย่างเช่น คลิปวิดีทัศน์ความยาว 7 นาทีอาจใช้เวลาในการถ่ายทำจริงประมาณ 14 ชม. โดยใช้นางแบบหรือนายแบบ 1 คน เสื้อผ้าที่ใช้ประมาณ 20 ชุด กล้องที่ใช้ในการถ่ายทำอย่างน้อย 3 ตัว เพื่อถ่ายรายละเอียดของแต่ละชุดในทุกมุมมองและแฟชั่นโชว์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะนำมาใช้กับคอลเลคชั่น เสื้อผ้าที่อาศัยเทคโนโลยี หรือเสื้อผ้าที่ออกแบบเพื่ออนาคตจึงจะเหมาะสมต่อการแสดงแนวความคิดของคอลเลคชั่นนั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. แบ่งตามลักษณะของแฟชั่นโชว์ แบ่งเป็น 3 ชนิด ดังนี้

2.1. การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ลักษณะดั้งเดิม (The Classic Fashion Shows) โดยทั่วไปแฟชั่นโชว์ลักษณะนี้ นางแบบและนายแบบจะสวมใส่เสื้อผ้าของแบรนด์หรือดีไซน์เนอร์ที่ต้องการจัดแสดงแล้วเดินออกมาตามรันเวย์พร้อมกับเสียงดนตรีประกอบ การแสดงจะใช้เวลาประมาณ 15 - 20 นาที หน้าที่หลักของดีไซน์เนอร์ในการจัดแฟชั่นโชว์ลักษณะนี้ คือ การนำเสนอคอลเลคชั่นเสื้อผ้าให้ประทับใจกลุ่ม ลูกค้าให้มากที่สุด และความแปลกใหม่ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในแฟชั่นโชว์นี้ คือ ตำแหน่งและสถานที่ของรันเวย์ รูปแบบของรันเวย์ อาทิ รันเวย์เป็นรูปสี่เหลี่ยม วงกลม แถวคู่ เป็นต้นการจัดระบบแสงสี ดนตรีที่นำมาประกอบในการจัดแสดง ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ควรเลือกให้เหมาะสมกับแนวคิดของคอลเลคชั่นเสื้อผ้าที่นำเสนอ เมื่อแสงไฟดับลง เสียงดนตรีเริ่มดังขึ้น นางแบบและนายแบบต่างค่อยเดินออกมาตามรันเวย์จนครบ ประกอบกับแสงแฟลชจากกล้องของช่างภาพ จนกระทั่งนางแบบและนายแบบเดินหายเข้าไปหลังฉาก ทุกอย่างหยุดลงสักพักแสงไฟและเสียงเพลงจะกลับมาอีกครั้ง พร้อมกับขบวนของเหล่านางแบบและนายแบบที่มีดีไซน์เนอร์เดินนำเพื่อออกมาขอบคุณผู้ชมและสื่อมวลชน แบรนด์ที่นิยมจัดแฟชั่นโชว์ลักษณะนี้ เช่น เควิล ไคลน์ (Calvin Klein) ดอนน่า คาเรน (Donna Karen) และ ลาคอสท์ (Lacoste) เป็นต้น

2.2. การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ลักษณะละคร (The Theatrical Fashion Shows) ในช่วงกลางยุค 90 แฟชั่นโชว์ลักษณะใหม่เกิดขึ้นที่ปารีสและลอนดอนเป็นแฟชั่นโชว์ที่มีลักษณะคล้ายการแสดงละครเนื่องจากดีไซน์เนอร์ตระหนักถึงมูลค่าเชิงพาณิชย์ที่จะได้มาจากการจัดแฟชั่นโชว์ที่สามารถประทับใจสื่อต่างๆ และกลุ่มลูกค้าได้การจัดเตรียมงานให้มีลักษณะคล้ายฉากในละคร ประกอบกับเสียงดนตรีจากคณะโอเปร่า ดีไซน์เนอร์ชาวอังกฤษ ชื่อว่า จอห์น กาลลิเอโน่ เป็นผู้บุกเบิกการจัดแฟชั่นโชว์ลักษณะนี้ แฟชั่นโชว์ของเขานำเทคนิคต่างๆ ของการทำละครมาผสมผสานกับแฟชั่นโชว์ได้อย่างลงตัว เป็นต้นว่า การเปลี่ยนการจัดแสงจากแฟชั่นโชว์แบบดั้งเดิมมาเป็นแสงที่ดูเหมือนฉากละครมากขึ้นการเตรียมบทละครให้นางแบบและนายแบบฝึกซ้อมล่วงหน้าก่อนใช้เดินแบบจริง แฟชั่นโชว์ลักษณะนี้ ดีไซน์เนอร์จะพยายามทำให้คอลเลคชั่นเสื้อผ้าของเขาสามารถสร้างสรรค์บรรยากาศไปพร้อมกับอารมณ์ของละครซึ่งมีผลต่อผู้ชมได้ตั้งแต่ต้นจนจบแฟชั่นโชว์ ส่วนคอลเลคชั่นเสื้อผ้าที่จัดแสดงนั้น ส่วนมากจะไม่มีจำหน่ายจริงในร้านเพราะรายละเอียดและรูปแบบของเสื้อผ้าในโชว์นั้น ไม่สามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวันเสื้อผ้าที่จำหน่ายในร้านนั้นจะลดทอนรายละเอียดและปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สามารถสวมใส่ได้จริง เหตุผลที่ทำเช่นนี้ เพราะดีไซน์เนอร์ต้องการให้ภาพของคอลเลคชั่นเสื้อผ้าในโชว์ตราตรึงอยู่ในความทรงจำของผู้ชม และผู้ชมจะระลึกถึงแบรนด์ของพวกเขาตลอดไป แบรนด์หรือดีไซน์เนอร์ที่นิยมจัดแฟชั่นโชว์ลักษณะนี้ เช่น จอห์น กาลลิเอโน่ (John Galliano) อเล็กซานเดอร์ แมคควีน (Alexander McQueen) เป็นต้น

2.3. การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ลักษณะอุปลักษณ์มโนทัศน์(The Conceptual Fashion Shows) แฟชั่นโชว์ลักษณะนี้มีที่มาจากมโนทัศนศิลป์หรือศิลปะเชิงแนวคิด (Conceptual Art) เน้นแนวความคิดมากกว่ารูปร่างหรือวัสดุที่ใช้ในงานออกแบบหรืองานศิลปะดีไซน์เนอร์จะนำเสนอคอลเลคชั่นเสื้อผ้า เพื่อสื่อสารไปสู่สาระสำคัญของแนวความคิดหลักในการออกแบบคอลเลคชั่นเสื้อผ้านั้นๆซึ่งแนวความคิดในการออกแบบสำคัญเท่ากับเสื้อผ้าที่ออกแบบและการนำเสนอคอลเลคชั่นเสื้อผ้าใกล้เคียงกับการแสดง แต่ไม่ใช่การแสดง ทั้งหมดตัวอย่างแนวความคิดมักจะเกี่ยวกับเรื่องศาสนาบทบาทของสตรี สรีระของสตรี ฯลฯ สถานที่จัดงานมักจะเป็นสถานที่เฉพาะ เหมาะกับแนวความคิดของคอลเลคชั่นที่แสดง แบรนด์หรือดีไซน์เนอร์ที่นิยมจัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟชั่นโชว์ลักษณะนี้ เช่น ฮุสเซน ชาลายัน(Hussein Chalayan), มาร์ติน มาร์เจล่า (Martin Margiela) และ แคลร์ วิลค็อกซ์ (Claire Wilcox) เป็นต้น เนื่องจากความหลากหลายของประเภทและชนิดของแฟชั่นโชว์ การเลือกประเภทและลักษณะของแฟชั่นโชว์ ในแต่ละแบรนด์หรือดีไซน์เนอร์จำเป็นต้องคำนึงถึงการสื่อสารแนวความคิดของแบรนด์ต่อคอลเลคชั่นเสื้อผ้านั้นๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าในคอลเลคชั่นนั้นโดยปราศจากเงื่อนไข

แนวโน้มของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ในอนาคต

จากประวัติศาสตร์และความเป็นมาของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แนวโน้มของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ล้วนมีพัฒนาการที่ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องตามกระแสสังคม ตามยุคสมัยต่างๆ ไม่ต่างจากกระแสของแฟชั่น อาจเป็นเพราะการจัดแสดงแฟชั่นโชว์เป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอผลงานการออกแบบทางแฟชั่นของดีไซน์เนอร์ ทั้งสองอย่างจึงต้องขับเคลื่อนไปพร้อมๆ กัน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ล้ำหน้า ไม่ว่าจะเป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อินเตอร์เน็ตและการสื่อสารแบบไร้สาย วิทยาการคอมพิวเตอร์ ถือเป็นตัวการสำคัญที่ส่งอิทธิพลโดยตรงกับการดำเนินชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน สิ่งเหล่านั้นส่งผลต่อแนวโน้มของกระแสแฟชั่น ในรูปแบบของการรับรู้ข่าวสารแฟชั่นจากช่องทางและสื่อต่างๆ อย่างรวดเร็ว ฉับไว แนวโน้มของกระแสแฟชั่นสามารถสะท้อนไปสู่แนวโน้มของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ได้จากรูปแบบและลักษณะของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ ที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสังเกตเห็นพัฒนาการของแนวโน้มการนำเสนอผลงานการออกแบบแฟชั่นผ่านการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ได้ว่า การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ส่วนใหญ่ มี 2 แนวทาง แนวทางแรก คือ ยังคงยึดกับการจัดแสดงแบบดั้งเดิม มีการใช้สถานที่จัด ใช้นางแบบและนายแบบเชิญผู้ชมและสื่อมวลชน แนวทางที่ 2 คือ นำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาผสมผสานกับการจัดแสดง ตัวอย่างเช่น แฟชั่นโชว์ที่ถ่ายทอดสดให้ผู้ชมพร้อมกันทางระบบอินเตอร์เน็ต การใช้นางแบบและนายแบบจำลองจากภาพถ่ายระบบ 3 มิติเสมือนจริง การใช้โสตทัศนะ เช่น ภาพยนตร์ แสงสี เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดแสดง เป็นต้นฉะนั้น แนวโน้มในอนาคตของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ ต้องอาศัยความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประเภทต่างๆ เป็นต้นว่า ระบบ 4 มิติ ที่มีผลโดยตรงต่อรูปแบบการจัดแสดง แฟชั่นโชว์ ซึ่งประโยชน์ของการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้นั้น มีผลดีต่อการลดต้นทุนทางด้านค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น ค่าเช่าสถานที่ค่าจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ค่าแรงงาน เป็นต้น และยังเป็นผลดีต่อระบบสิ่งแวดล้อม เช่น ลดปริมาณขยะ ลดมลภาวะจากการเดินทางลดการใช้พลังงาน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ต้องการศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับการนำเอาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับศิลปะและการออกแบบอย่างกลมกลืนเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไปในปัจจุบันการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่รูปแบบการจัดแสดงยังเป็นลักษณะแบบดั้งเดิม จัดทำขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายเชิงพาณิชย์เป็นสำคัญ และยังมีกลุ่มเป้าหมายของการจัดแสดงเฉพาะกลุ่ม คนส่วนใหญ่ยังมองการจัดแสดงแฟชั่นโชว์เป็นส่วนหนึ่งของงานสังคม [5] ซึ่งต่างจากการจัดแฟชั่นโชว์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในทวีปยุโรปและอเมริกา เช่น ประเทศอังกฤษ ประเทศอิตาลี ประเทศเยอรมนี และประเทศอเมริกา ฯลฯ ที่มีการนำความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ในรูปแบบต่างๆดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนมองว่าการนำความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ของประเทศไทยยังไม่เป็นที่นิยมและแพร่หลายมากนัก อาจเป็นเพราะขาดบุคลากรที่มีความรู้และการสนับสนุนจากหลายภาคส่วนทำให้แนวโน้มในอนาคตของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ในประเทศไทยโดยภาพรวมยังคงต้องอาศัยข้อมูลความรู้และตัวอย่างของรูปแบบการจัดแสดงแฟชั่นโชว์จากต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางต่อไปในการพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทสรุป

การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ซึ่งถือเป็นการนำเสนอผลงานการออกแบบทางแฟชั่นเพื่อถ่ายทอดความเป็นอัตลักษณ์ของแบรนด์และเจตนารมณ์ของดีไซน์เนอร์ผ่านรูปแบบและลักษณะของเครื่องแต่งกายให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ต้องการนั้น การศึกษาและเข้าใจถึงที่มา ความหมาย และวัตถุประสงค์ของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ล้วนเป็นสิ่งสำคัญ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาตั้งแต่เริ่มต้นของการนำเสนอผลงานทางแฟชั่นมาสู่การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ครั้งแรกของโลก เรื่อยมาจนถึงวิวัฒนาการของแฟชั่นโชว์ในยุคต่างๆจนเข้าสู่ยุคสมัยของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินชีวิต รวมไปถึงรูปแบบทั้ง 7 รูปแบบของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ และลักษณะทั้ง 3 ลักษณะของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์สัปดาห์แห่งแฟชั่นใน 4 เมืองหลักที่มีอิทธิพลต่อทิศทางกระแสแฟชั่นของโลก อันได้แก่ ปารีส มิลาน นิวยอร์ก และลอนดอนซึ่งจากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้สามารถคาดคะเนได้ว่าวิทยาการของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า สามารถส่งผลต่อทิศทางและแนวโน้มในอนาคตของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ได้ส่วนทิศทางและแนวโน้มของการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ในประเทศไทยยังขาดบุคลากรและการสนับสนุนจากหลายภาคส่วนซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ควรมองข้าม หากต้องการรณรงค์ให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงทางแฟชั่น

2.3.2 เอกลักษณ์องค์กร



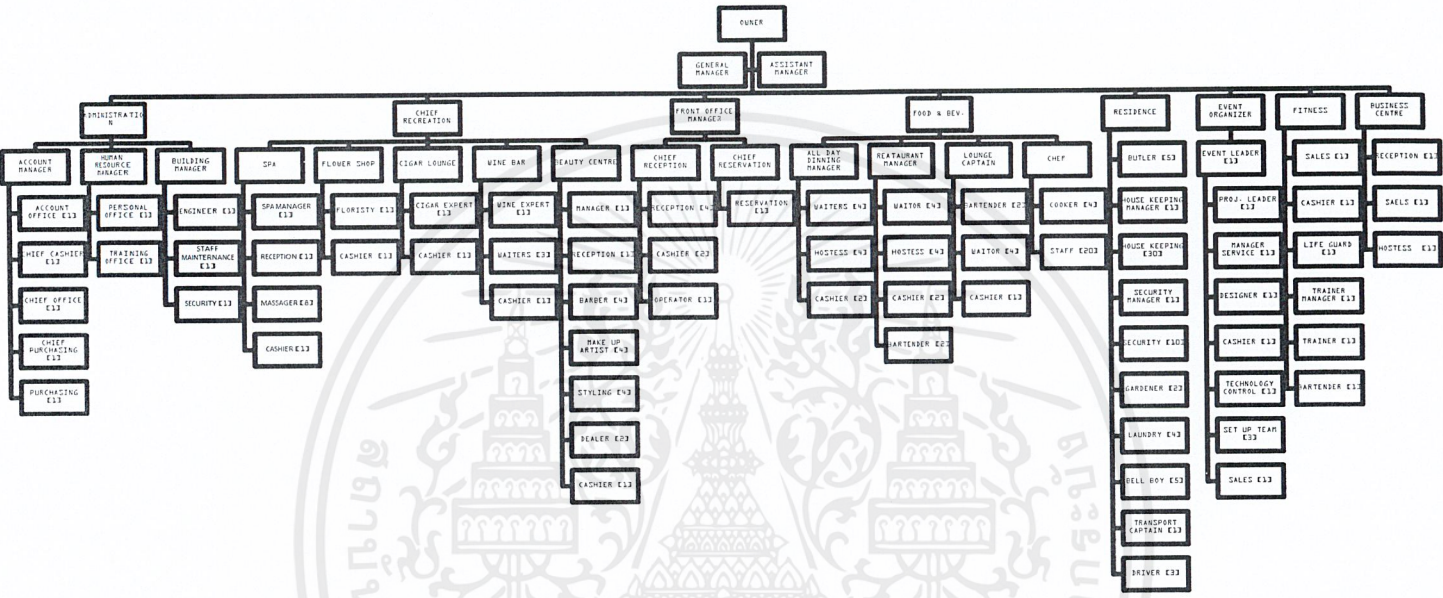
ลักษณะLOGO

คำว่า Mith ถูกย่อมากจากคำว่า Made in Thailand โดยนำอักษาตัวหน้าของคำมาผสมกัน โดยคำว่า Made in Thailand นั้นนำมาจากการแสดงแลห่งผลิตเสื้อผ้าบนป้ายเสื้อนั่นเอง

โดยโลโก้ ถูกออกแบบมาเป็นเป็นตัวอักษรที่เกิดจากการเขียนขึ้นเป็นลายมือ เปรียบเสมือนจุดเริ่มต้นของเสื้อผ้าที่งดงามก็ต้องมีการวาดการออกแบบ โลโก้ก็เสมือนจุดเริ่มต้นของโรงแรมจิงใช้วิธีการเช่นเดียวกัน ตัวสีใช้สีดำเปรียบเสมือนหมึกดำที่ใช้เขียนนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3สายการบริหารองค์กร



2.3.4รายละเอียดองค์ประกอบโครงการและงานระบบสภาพแวดล้อมภายใน

ทางเข้าโรงแรม

ทางเข้าโรงแรมเป็นส่วนที่สำคัญมาก สามารถบ่งบอกถึงรูปแบบและระกับการให้บริการของโรงแรมนั้นได้เป็นอย่างดีว่าเป็นโรงแรมประเภทใด บริการอยู่ในระดับไหน ลักษณะทางเข้าโรงแรม มักทำเป็นมาตรฐานสากล โดยสามารถมองเป็นทางเข้าให้ได้ชัดเจน มองเห็นบรรยากาศภายในได้ จากทางเข้าสัญจรไปถึงส่วนต้อนรับโดยตรง และมีดการกำหนดมุมมองภายในอาคารได้ดีที่สุด การกำหนดและการตกแต่งทางสัญจรควรทำอย่างตรงไปตรงมา เพื่อให้แขกที่มาพักสามารถเข้ามาใน โรงแรมได้อย่างสะดวกสบาย ลาดถนนหน้าทางเข้าควรกว้างไม้ต่ำกว่า 5.5 เมตร ทางเข้าที่มีบันไดอาจดูดีแต่ไม่สะดวกในการย้ายสัมภาระ ต้องมีทางลาด สำหรับขนกระเป๋าเข้าออก โดยควร มีขนาด 1:10 เป็นอย่างมาก นอกจากนั้นยังสามารถจัดทางเข้ารองเป็นทางเข้าสู่ภัตตาคาร และห้องจัดเลี้ยงโดยเชื่อมต่อกับโถงพักคอย ส่วนต้อนรับ และ ลิฟท์ฮอลล์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบองค์ประกอบต่างๆ ต้องให้ความสะดวกสบายแก่แขกที่มาพักและใช้บริการต่างๆได้อย่างดีที่สุด แบ่งได้ดังนี้

1.ป้องกันแดด และฝน

2.การจัดแสง

3.ประตูทางเข้า

4.โถงทางเข้า

5.ประตูอัตโนมัติ

6.ตะแกง และบานม้วน

7.ขั้นบันได

1.ป้องกันแดด และฝน

สามารถป้องกันด้วยการทำแผงยื่นออกไปในลักษณะกำบังหลังคา ซึ่งจะครอบคลุมถึงทางเดิน และที่จอดรถรับส่งหน้าทางเข้าใหญ่ โดยสามารถป้องกันแดด ฝน ที่สร้างความลำบากให้แก่ผู้ที่มาพักในการเข้าโรงแรม

2.3.4.1 ระบบแสงสว่างและการควบคุม

แสงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในงานตกแต่งภายใน แสงไฟนอกจากจะให้ความสว่างในการมองเห็นแล้ว ยังมีผลต่อความรู้สึกทำให้เกิดความน่าสนใจได้ ซึ่งในการออกแบบแสงไฟภายใน ต้องคำนึงถึง

- คุณภาพ หรือความสว่างของไฟที่สามารถเปลี่ยนได้
- คุณสมบัติของการสะท้อนของวัสดุไม่เท่ากัน
- ตำแหน่งที่ตั้งของดวงไฟ
- สี และเงาที่จะเกิดขึ้นบริเวณโดยรอบ

แสงประดิษฐ์ นับเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการตกแต่งภายใน เรียกว่าเป็นเครื่องมือกลไกในงานสถาปัตย์ (Tool of the Architec) แสงประดิษฐ์เป็นสิ่งที่ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี สร้างสรรค์ขึ้นมา โดยมีหลายแบบ หลายลักษณะ ในปัจจุบันแทบทุกมุมโลกใช้แสงประดิษฐ์ในการช่วยจัดแสดง (Display)และสร้างบรรยากาศภายใน อันเป็นประโยชน์ต่อยอดขายและ การดึงดูดลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยในการติดตั้งเบื้องต้น

1. ความกว้างของห้อง ห้องที่กว้างมากต้องการแสงสว่างมาก เพื่อขจัดความมืดและเงา แสงสว่างต้องมีความเข้มสม่ำเสมอเท่าๆกัน โดยต้องมีจุดกำเนิดไฟที่มากกว่า 2 ตำแหน่งขึ้นไป ถ้าจะให้สม่ำเสมอ ควรแบ่งพื้นที่ทั้งหมดของเพดาน เป็นตารางสี่เหลี่ยม เรียกว่า จินตภาพตาราง
2. การแบ่งพื้นที่ต้องขึ้นอยู่กับความสูงของเพดาน พื้นที่ของจินตภาพเพดานต้องมีขนาดเท่ากันหรือเกือบเท่ากับความสูงของเพดาน สำหรับที่ทำงานที่ไม่มีไฟเฉพาะตามโต๊ะทำงาน ความกว้างของจินตภาพตารางต้องแคบลงไปตามความสูงของเพดาน
3. ระยะห่างระหว่างดวงไฟ สำหรับการส่องสว่างโดยตรง การพิจารณาขึ้นอยู่กับความสูงของเพดาน ความกว้างของวงห้อง และการส่องสว่างโดยทางตรงหรือทางอ้อมสำหรับทางปฏิบัติ ระยะห่างของดวงไฟจะใกล้เคียงกับความสูงของเพดาน
4. ข้อพิจารณาสิ่งแวดล้อมกับการติดตั้งดวงไฟ
   - หลีกเลี่ยงการมองเห็นที่มาของแสงโดยตรง
   - หลีกเลี่ยงการสะท้อนกลับของวัตถุผิวเงา
   - หลีกเลี่ยงการสะท้อนกลับของกระจก
   - กำหนดให้มีส่วนที่มีแสงสว่างและเงาพอเหมาะ เพื่อการมองเห็นได้ชัดเจน การที่มีเงาสะท้อนของแสง จะทำให้มีปัญหาในการมองเห็น
   - พิจารณาปริมาณของแสง ที่จะนำมาใช้ในแต่ละบริเวณ
5. ลักษณะและวิธีการติดตั้งแหล่งกำเนิดแสง
   - CEILING MOUNTED FITTING คือ ชนิดติดใต้ฝ้าเพดาน
   - CEILING RECESSED UNITS คือ ชนิดฝังในฝ้าเพดาน
   - SESPENDED FITTING คือ ชนิดแขวนหรือห้อยจากฝ้าเพดาน
   - WALL BRACKETS คือ ชนิดติดผนัง หรือที่เรียกว่า ไฟกิ่ง
   - PORTABLE FITTING คือ ชนิดที่เคลื่อนย้ายได้
6. การติดตั้งไฟจากเพดาน
   - ติดตั้งสปอตไลท์ ให้ส่องตรงจุด ที่ต้องการเน้นหรือโชว์
   - ให้แสงจากโคมไฟผ่านวัสดุกรองแสงเสียก่อน เพื่อจะได้ไม่เกิดเงาเข้ม เพราะความถี่ของแสงไฟมีสูง
   - ซ่อนไฟใต้เพดานหลายดวง จะทำให้ไม่เกิดเงาเข้ม และให้ความสว่างทั่วถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ให้แสงสะท้อนจากเพดานกระจายลงมา ช่วยลดความจ้าของแสง

- ในกรณีที่ติดตั้งไฟใต้เพดาน การออกแบบติดตั้งควรจะมี แผ่นไม้ หรือวัสดุที่ไม่ ให้แสงเข้าตาโดยตรง

2.3.4.2 การใช้แสงสว่างภายในโรงแรมตากอากาศ

การให้แสงสว่างภายในโรงแรมตากอากาศ ต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการเป็นหลัก โดยจะต้องศึกษากิจกรรมของพื้นที่แต่ละพื้นที่ว่ามีอะไรบ้าง รวมถึงทำความเข้าใจคุณลักษณะ และคุณสมบัติของไฟแต่ละชนิดด้วย เพื่อให้การติดตั้งและออกแบบส่งผลให้เกิดความงามและความโดเด่นในบริเวณที่ต้องการ

1. การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วนโถงรับรอง(LOBBY)

เป็นส่วนบริการที่ใช้ต้อนรับผู้ใช้บริการ ส่วนบริการที่มีอยู่คือ แผนกสอบถาม แผนกต้อนรับ ที่โทรศัพท์ ห้องน้ำ ส่วนนั่งพักคอย อาจมีดนตรี หรือจำหน่ายเครื่องดื่ม โถงพักคอยถือเป็นส่วนแนะนำตัวของโรงแรมว่า โรงแรมนี้อยู่ในระดับใด การใช้แสงสว่างในส่วนนี้ ควรจะสว่างพอสมควร ไม่จ้าเกินไป เพราะจะทำให้ผู้ที่มาอยู่ไม่ได้นาน ถ้ามือเกินไปก็จะไม่มีใครกล้านั่ง เพราะ

รู้สึกเหมือนสถานที่กำลังซ่อมบำรุง ห้ามเข้า ยังไม่เรียบร้อย หรือบกพร่องไป การใช้แสงสำหรับบริเวณโถงพักคอย ใช้ได้ทั้งแสงประดิษฐ์และแสงธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนที่อยู่ด้านหน้าของโรงแรม และเปิดบริการทั้งวันทั้งคืน สำหรับกลางวันถ้าใช้แสงธรรมชาติช่วยก็จะเป็นการดี และประหยัด ทั้งยังมีความสวยงามตามธรรมชาติ การใช้แสงไฟประดิษฐ์กับส่วนโถงรองรับนี้ ใช้ได้กับไฟเกือบทุกประเภท โดยแยกเป็นส่วยต่างๆดังนี้

ส่วนประชาสัมพันธ์ ลักษณะเฟอร์นิเจอร์ มักจะเป็นเคาท์เตอร์ ดวงไฟจึงเป็นแบบติดเพดาน หรือห้อยเพดานให้ลำแสงสาดลงด้านล่าง เพื่อให้ความสว่างหน้าเคาท์เตอร์ และแสงจะต้องไม่พุ่งเข้าสายตาคน

ส่วนพักคอย ลักษณะการตกแต่งจะมีโซฟาและโต๊ะกลาง การใช้แสงมีทั้งแบบโคมไฟห้อย โคมตั้งโต๊ะ ไฟติดผนัง และไฟเพดาน ลักษณะโคมไฟควรจะกระจายแสง ทั้งส่องขึ้น และลง กระจายออกรอบด้าน สำหรับไฟตั้งโต๊ะระวังอย่าให้แสงกระจายออกรอบข้างมาเข้าตา ตรงที่นั่งโซฟาควรจะส่องขึ้นและลงเท่านั้น

บริเวณโทรศัพท์ และทางเดินเข้าห้องน้ำ ควรใช้แสงไฟปานกลาง เพื่อให้เห็นทางเท่านั้นพอ เพราะคนที่โทรศัพท์ชอบความเป็นส่วนตัว และพฤติกรรมของคนที่เข้าออกห้องน้ำก็ไม่ชอบให้มีแสงสว่างจ้า ทำให้รู้สึกเขิน

โดยสรุปแล้ว ส่วนโถงรับรองนี้ เป็นบริเวณที่ใช้ไฟได้หลายประเภท เพราะเป็นส่วนที่มีปลีกย่อยหลายส่วน การใช้ไฟมีหลายประเภทที่เหมาะสมกัน คือ การใช้ไฟหลายดวงแต่ว่าแต่ละดวงมีกำลังสองสว่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้อย แต่เมื่อรวมกันแล้วได้ความสว่างที่เหมาะสม สวยงาม แต่ที่ต้องระวังคือ อย่าให้ผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกว่าดวงไฟมากเกินไป จะทำให้รู้สึกร้อน หรือน่ากลัว ไม่อยากเข้าใกล้

ต้องไม่ห้อยโคมไฟให้ต่ำนัก ในกรณีที่เพดานต่ำจะทำให้รู้สึกไม่สบายตา

2 การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วนภัตตาคาร (RESTAURANT)

ภัตตาคารเป็นส่วนจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นเวลาเฉพาะ การให้แสงไฟในส่วนนี้จะขึ้นกับลักษณะของการออกแบบว่าเป็นภัตตาคารประเภทใด ให้บริการอาหารประเภทใด และมีแนวความคิดในการออกแบบอย่างไร โดยภัตตาคารภายในโครงการนี้จะให้ความสำคัญกับการให้บริการอาหารในมื้อค่ำค่อนข้างมาก ฉะนั้นการให้แสงสว่างในส่วนนี้จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง

แสงที่ใช้ภายในภัตตาคารเป็นตัวที่ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศ ใช้ในการเน้นจุดที่สำคัญ การเลือกใช้ไฟในภัตตาคารนิยมหลอดไฟชนิดมีไส้ (INCANDESCENT) เนื่องจากหลอดไฟชนิดนี้ให้แสงสว่างที่ค่อนไปทางสีแดง-เหลือง ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง ส่งเสริมให้อาหารน่ารับประทานมากขึ้นมากกว่าหลอดไฟนีออน การให้แสงสว่างภายในภัตตาคารมักจะใช้

แสงหลายๆชนิดรวมกัน แล้วแต่ลักษณะของการออกแบบและ ประโยชน์ใช้สอย การให้แสงสว่างเฉพาะโต๊ะอาหารทำให้รู้สึกเป็นส่วนตัวได้ นอกจากนี้การติดตั้งวงจรไฟฟ้าแบบพิเศษ เช่น สวิทซ์สำหรับหรี่แสงนั้น มีประโยชน์ในการให้แสงสว่างกับภัตตาคารเป็นอย่างมาก เพราะจะปรับให้สว่างหรือสลัวลงได้ และการจัดแสงในบริเวณที่ต้องการเน้นให้มีความสว่างเหมาะสม ก็จะทำให้ภัตตาคารดูโดดเด่น และสวยงามขึ้น

3. การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วน LOUNGE

เป็นส่วนให้บริการอาหารอย่างเป็นกันเอง ส่วนนี้เปิดให้บริการอาหารเกือบตลอด24ชั่วโมง เน้นการให้บริการอาหารแบบรวดเร็ว บรรยากาศโดยรวมจึงควรสบายๆเป็นกันเอง ไม่ควรหรูหราเกินไปนักการให้แสงสว่างในส่วนนี้ควรให้แสงสว่างปานกลาง มีความสว่างทั่วทั้งบริเวณ ไม่ควรเล่นแสงไฟเป็นจุดๆให้มากนัก หากเป็นไปได้ ควรดึงแสงสว่างจากธรรมชาติเข้ามาใช้ในส่วนนี้มากๆ ก็จะเป็นผลดีทั้งในเรื่องของความประหยัด และยังช่วยให้บรรยากาศโดยรวมดู สบายขึ้นอีกด้วย การเลือกใช้หลอดไฟนั้นอาจเลือกใช้ทั้งหลอดไฟแบบมีไส้ (INCANDESCENT) ร่วมกับหลอดไฟนีออน(FLUORESCENT) ไม่ว่าจะใช้ไฟแบบใดก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ระวังการติดตั้งไฟที่จะสะท้อนเข้าตาผู้มารับประทานอาหาร

4. การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วนสปา (SPA)

เพื่อเน้นบรรยากาศในห้องนวดแบบไทย และใช้แสงธรรมชาติในส่วนพักผ่อน

5. การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้แสงประดิษฐ์ในเวลากลางคืนเพื่อช่วยให้เกิดแสงเงาและมีบรรยากาศที่สวยงาม และแสงธรรมชาติในเวลากลางวัน

2.3.4.3 การใช้สีในการออกแบบภายใน

สีต่างๆมีอิทธิพลอย่างแรงกล้าต่อจิตใจมนุษย์ เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ได้หลายอย่าง ทั้งร้อนแรง อบอุ่น ชุ่มชื้น เยือกเย็น และกระปรี้กระเปร่า เป็นต้น สำรับในด้านการตกแต่งภายในมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ถึงจิตวิทยาของสีว่าสีใดให้ความรู้สึกอย่างไร เพราะการใช้สีให้คล้อยตามกับหน้าที่กิจกรรม และประโยชน์ใช้สอยของสถานที่นั้นๆ ทำให้การใช้สีมีประสิทธิภาพดีขึ้น เช่นในบางพื้นที่ที่ความรู้สึกอบอ้าว อาจแก้ด้วยสีที่เย็นสบาย ทำให้รู้สึกคลายร้อนไปได้บ้าง

อันที่จริงอิทธิพลของสีที่กระทบจิตใจของเราจะรู้สึกไม่เหมือนกันทุกคน ทั้งนี้เพราะในการตกแต่งภายใน ควรจะคำนึงถึงคุณลักษณะและความรู้สึกในเรื่องสีด้วย เช่น

- สีสามารถสร้างความรู้สึกว่าเข้าใกล้ หรือห่างออกไป คือ สีอุ่นดูแล้วรู้สึกเข้าใกล้ตัว แต่สีเย็นดูแล้วออกห่างจากตัว
- สีบางสีอาจไม่น่าดูเมื่อใช้กับพื้นที่มากๆ แต่เมื่อใช้เป็นจุดเด่นหรือในพื้นที่เล็กๆ ได้เหมาะสม เช่น สีส้มสด
- เมื่อใช้สีเข้มจัดคู่กับสีอ่อนจัด จะดูเด่นมีชีวิตชีวากว่าการใช้สีที่มีความเข้มใกล้เคียงกันไว้ด้วยกัน
- ความเด่นของสีจะเกิดขึ้นเมื่อใช้สีต่างกัน ในปริมาณที่ไม่เท่ากัน เพราะการใช้สีแต่ละสีในปริมาณที่เท่ากันหมด หรือเนื้อที่ที่เท่ากันทั้งหมด จะเกิดความน่าเบื่อ

2.3.4.4 จิตวิทยาการใช้สี

สีมีปฏิกริยาต่อความรู้สึกโดยตรง เช่น

- สีเทา ให้ความรู้สึกเคร่งขรึม สุภาพ ผู้ดี เรียบร้อย เงียบสงัด
- สีดำ ให้ความรู้สึกลึกลับ มืด ทุกข์โศก น่ากลัว ให้ความแข็งแกร่ง มีพลัง
- สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธ์ ปราศจากมลทิน เปิดเผย
- สีแสด ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ สนุก อันตราย เบิกบาน ต้อนรับ รบกวน
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกเปรี้ยว ร่าเริง ดีใจ มีอำนาจ ชักจูง ความมั่งคั่ง
- สีแดง ให้ความรู้สึกมั่งคั่ง สมบูรณ์ ความสวย ความสุข ดื้นรั้น ท้าทาย กระตุ้น ความหวาน ความอบอุ่น กระตือรือร้น ร้อน ดุร้าย แรงกล้า
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสุภาพ ถ่อมตน หนักแน่น เยือกเย็น สุขุม มั่นคง
- สีเขียว ให้ความรู้สึกร่าเริง สดชื่น กระชุ่มกระชวย สุขุม เยือกเย็น สันติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4.5 ระบบเสียง และการควบคุม

การออกแบบเพื่อให้มีระบบเสียงที่ดี ต้องคำนึงถึงการสะท้อนของเสียง การดูดกลืนเสียง และการกระจายของเสียง ทั้งมีความเกี่ยวข้องกับ

1. การเลือกใช้วัสดุ
2. การออกแบบรูปร่างของห้อง
3. การจัดเครื่องเรือน

<u>วัสดุที่มีคุณสมบัติในการดูดกลืนเสียง (Sound Absorbing Material)</u>

คุณสมบัติในการดูดกลืนเสียงขึ้นอยู่กับลักษณะของผิว ความหนาและความแน่นของวัสดุ วัสดุที่เก็บเสียงที่ทำขายมี 3 ประเภทคือ

1. ประเภทแผ่นสำเร็จรูป ซึ่งรวมทั้ง Acoustical เช่นพวก เซฟวิ่งบอร์ด เป็นวัสดุที่ทำเป็นรูพรุนและมีวัสดุเก็บเสียงอยู่ด้านหลัง
2. พวกฉาบหรือพ่น เป็นพลาสติกและมีวัสดุที่เป็นรูพรุน Fiber ต่างๆ ใช้ฉาบหรือพ่นบนผนังฝ้าเพดาน
3. ชนิดเป็นผืนยืดหยุ่นได้ เช่น วัสดุจากจำพวก Mineral Wood , Wood Wool , Glass Fiber , Kapok Bates and Hair Felt
4.

วัสดุต่างๆที่ใช้กันอยู่ทั่วไป มีสัมประสิทธิ์ของการดูดกลืนเสียงที่มีความถี่ 512 Hz. ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3.4.5 วัสดุต่างๆที่ใช้

วัสดุ	ความถี่
พรม	1.20
ผ้าม่านหนา	0.4 - 0.6
Flaster	0.25
คน (ผู้ใหญ่)	0.44
กระจกหรือแก้ว	0.025
Celotex	0.36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Hair Felt หนา 1 นิ้ว	0.78
ไม้ที่ทาน้ำมันวานิช	0.03
เก้าอี้ที่บุ	0.30

การออกแบบรูปร่างของห้อง

สิ่งที่ระวังเกี่ยวกับรูปร่างของห้องในเรื่องการป้องกันเสียงต่างๆ มีดังนี้

1. เสียงอุโฆษเกิดขึ้นได้จากเสียงสะท้อน ถ้าเสียงที่ตรงมาถึงหูผู้ฟังต่างกับเสียงสะท้อนซึ่งเสียงสะท้อนจากกำแพงหรือฝาผนัง เป็นระยะทางมากกว่า 65 ฟุต คิดเป็นเวลาจะได้เวลาที่แตกต่างกัน 0.06 วินาที ผู้ฟังจะได้ยินเสียงเดินนั้นได้ 2 ครั้ง แต่ถ้าระยะทางระหว่างเสียงที่มาถึงผู้ฟังโดยตรงกับเสียงสะท้อนน้อยกว่า 65 ฟุต แต่มากกว่า 50 ฟุต ผลเสียจะมีมากกว่า คือ เสียงสะท้อนจะมากวนเสียงที่มาโดยตรง ทำให้ได้ยินไม่ถนัด
2. เสียงสะท้อนที่มารวมกัน เกิดจากพื้นเว้าเป็นเสียงที่ตั้งเกือบเท่าเสียงเดิม จุดที่มารวมกันจะได้เสียงมาก ในเวลาเดียวกัน จุดอื่นๆ ที่อยู่รอบๆ เกือบจะไม่มีเสียงเลย จึงเกิดเสียงดังพร้อมกันไปด้วย เมื่อคนๆ หนึ่งที่นั่งอยู่ได้ยินเสียงดัง คนที่นั่งใกล้ๆ บางที่จะไม่ได้ยินเสียงเลย พื้นเว้าจึงเป็นพื้นที่ที่จะต้องระมัดระวังมาก ถ้าไม่มีได้ในห้องยิ่งดี
3. เสียงดับ อาจเกิดได้เมื่อเสียงมาแทรกสอดกัน เป็นจำพวก Destructive Interfere คือเสียงที่มาพบกันนั้น เสียงหนึ่งเป็นเสียงตอน Reification อีกเสียงหนึ่งเป็น Condensation ซึ่งหักลบกลบกันพอดี ถ้าคลื่นของทั้ง 2 เสียงนั้นมีความถี่และแอมพลิจูดเท่ากัน
4. เสียงวิ่งไปวิ่งมาในห้อง (Room Flutter) มักเกิดจากห้องที่มีผนัง 2 ด้านขนานกัน ทำให้เกิดเป็นเสียงอุโฆษได้ วิธีแก้อาจทำให้กำแพงไม่ขนานกันได้ โดยการแขวนรูปมีหิ้งวางหนังสือ หรือหิ้งของอื่นๆ การทำประตูหน้าต่างก็ช่วยแก้ไขไปในตัว วัสดุที่ขรุขระ ตู้ โต๊ะที่มีผิวหนาเป็นริ้วๆ จะช่วยให้ Room Flutter หายไป

ห้องที่มีเสียงดีควรจะมีคุณสมบัติดังนี้

1. ให้เสียงกระจายโดยทั่วไปและสม่ำเสมอ
2. ให้ระดับเสียงดังเพิ่มขึ้นสำหรับผู้ที่อยู่ไกลจากต้นเสียง
3. ให้ระดับเสียงที่ถึงผู้ฟังโดยตรง กับระดับเสียงที่สะท้อนจากผนังต่างๆ ถึงผู้ฟัง เป็นอัตราที่เหมาะสม ใช้วัสดุที่สะท้อนได้ มาให้เสียงสะท้อนเข้าถึงหูผู้ฟังที่อยู่ข้างหลัง ส่วนผู้ฟังที่นั่งข้างหน้าไม่จำเป็นต้องใช้ การใช้วัสดุที่ขรุขระก็ช่วยในการที่จะทำให้เสียงกระจายโดยทั่วห้อง
4. การคำนวณ Reverberation Time พลังเสียงที่ทำให้คลื่นเสียงภายในห้องสะท้อนลดลง 1/1000000 ของ Original energy ของห้อง ควรจะต้องนึกถึงความถี่ของเสียงด้วย เพราะวัสดุบางอย่างมีประสิทธิภาพของการดูดกลืนแตกต่างออกไปมาก สำหรับเสียงสูงและเสียงต่ำ Reverberation Time จึงแตกต่างออกไป
5. หาทางเพิ่มระดับเสียงให้ทั่วถึงกัน ห้องเล็กไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องขยายเสียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Floor Plan พยายามหลีกเลี่ยงห้องสี่เหลี่ยมและกำแพงเว้า ที่นั่งของผู้ฟังควรจะจัดให้ได้ยินเสียงและเห็นทั่วถึง เพราะเสียงออกไปทางข้างหน้านั้น คนพูดได้ยินชัดกว่าข้างๆ ห้องสี่เหลี่ยมอัตราส่วนระหว่างความยาวกับความกว้าง ควรจะอยู่ระหว่าง 2:3:5 ถึง 1:2:1 จัดที่นั่งให้เรียงแถวไปทางด้านยาวและเพื่อให้เสียงตรงไปมากที่สุด สัดส่วนที่ดีที่ระหว่าง สูง : กว้าง : ยาว

= 2:3:5 Interfere คือ เสียงที่มาพบกันนั้น เสียงหนึ่งเป็นเสียงตอน Reification อีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงตอน Condensation ซึ่งหักลบกลบกันพอดี ถ้าคลื่นของทั้งสองมีความถี่และแอมพลิจูดเท่ากัน พื้นที่วงกลมหรือรูปวงรี มี Sound Foci จึงควรดัดแปลงใช้วัสดุรูปโค้งนูนกรุ เพื่อให้เสียงแพร่หรือกระจายไปทั่วถึง เสียงจะดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เพื่อจะให้จุคนมากๆ ห้องสี่เหลี่ยมอาจจะออกแบบให้ตอนเวทีแคบและขยายกว้างออกไปแต่ต้องระวังอย่าให้มีเสียงอุโฆษ

ระดับเก้าอี้ ตามปกติคนที่นั่งคนที่นั่งฟังสัมประสิทธิของการดูดเสียงอยู่แล้วฉะนั้น ระดับของพื้นหรือเก้าอี้ควรให้สูงขึ้นตามระดับจากเวที เพื่อคนนั่งข้างหลังจะได้รับเสียงโดยตรงและมองเห็นได้ชัด เก้าอี้แถวหน้า 2 – 3 แถว อาจอยู่ในระดับเดียวกันก็ได้ แต่ระยะที่อาจจะวางเก้าอี้ได้ในแนวระดับไม่เกิน 35 ฟุต ห้องประชุมมุมที่สูงกว่าแนวระดับไม่ควรน้อยกว่า 8 องศา ถ้าเป็นห้องปาฐกถาซึ่งมีการสาธิต หรือการทดลองแสดงด้วยมุมที่สูงกว่าแนวระดับควรจะมีประมาณ 15 องศา

เพดาน เพดานไม่ควรสูงเกินไป คนที่อยู่แถวหลังๆ ควรจะได้รับเสียงที่สะท้องเป็นพิเศษ

กำแพงข้างๆ ย่อมเป็นไปตาม Floor Plan แต่อาจจะดัดแปลงได้ อย่างให้มี Sound Flutter และให้เสียงกระจายให้ทั่วถึง คือ กรุโดยพื้นหยาบ หรือเป็นร่อง หรือใช้ม่านเป็นริ้นๆ ตามความเหมาะสม สำหรับห้องที่มี Balcony ความลึกของ Balcony ต้องใหญ่กว่า 3 เท่าของความสูงของ Balcony ตรงแถวหน้าสุด (ความยาวของ Balcony ต้องไม่มากกว่า 3 เท่า)

กำแพงหลัง (Rear Wall) ไม่ควรเป็นพื้นเว้า สถาปนิกจึงมักจะทำกำแพงหลังให้เป็นรูปโค้งเว้าด้วย ถ้าต้องการให้เป็นพื้นโค้งเว้าจริงๆ ก็ควรจะใช้วัสดุที่ดูดกลืนเสียง หรือกำแพงเป็นร่องๆ

<u>ผลของลมต่อการเดินของเสียง</u>

เสียงที่ด้านลมจะมีทิศทางของเสียงขึ้นข้างบน ส่วนเสียงที่ตามลมจะมีทิศทางลงข้างล่างและกระจายออกไป โดยกระทบพื้นแล้วสะท้อนต่อไปอีก ที่เป็นดังนี้ก็เพราะที่ใกล้ๆ พื้น ลมจะมีความเร็วต่ำเสมอไปแต่ความเร็วจะเพิ่มขึ้นไประยะสูง เสียงที่กระจายไปตอนบนถ้าตามลมก็จะกระจายไปโดยรวดเร็ว ถ้าทวนลมก็กลับทางโดยเร็วเหมือนกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสียงรบกวน (Noise)

คือ เสียงที่ดังเกิน 100 เดซิเบลขึ้นไป เป็นเสียงที่เราต้องการ เสียงรบกวนนี้ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ทำให้ประสาทหูเสื่อมลง อาจทำให้เป็นผลเสียทางด้านอารมณ์ ทำให้เป็นโรคเส้นประสาทได้

ต้นเสียง (Sources of Noise)

แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. เสียงภายนอก ได้แก่ เสียงจากรถยนต์ เครื่องบิน เครื่องยนต์จากโรงานอุตสาหกรรม เป็นต้น เราได้ยินเสียงได้เพราะมีอากาศเป็นสื่อ (Media) เสียงที่แผ่ไปรอบๆ ดังเท่ากัน แต่จะได้ยินเสียงที่ Direction ดังมากเป็นพิเศษ กว่าทิศทางอื่นๆ

วิธีแก้ปัญหา

- ไม่ควรอยู่ใกล้ถนนสายใหญ่ ทางรถไฟ สนามบิน โรงงาน
- การวางผังอาคาร ควรให้ที่ตั้งอาคารอยู่ลึกเข้าไป โดยการให้อยู่ห่างจากแหล่งกำเนิดเสียงให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ตรวจดูว่าทั้งกลางวัน – กลางคืนจะมีเสียงรบกวนแค่ไหน แยกเขตอาคาร โซนสำนักงานที่อยู่ในย่านจอแจควรใช้กระจกปิด กระจก 2 ชั้น แล้วใช้เครื่องปรับอากาศ
- ใช้โครงสร้างที่มั่นคงแข็งแรงแต่ยืดหยุ่นได้ ผนังหนา เช่น ผนังก่ออิฐ คอนกรีต
- ทำสนามหญ้า ปลูกต้นไม้เป็นกลุ่มเป็นแถว Green Belt เพื่อช่วยดูดกลืนเสียง
- ทำ Screen กั้น เป็นต้นว่าอาคารที่ไม่ต้องการความเงียบ เช่น โรงรถให้ไว้ข้างหน้า หรือทำเป็น Bunker ดินให้ถนนอยู่ต่ำกว่า

2. เสียงภายใน (Inside Noise) คือ เสียงรบกวนที่เกิดขึ้นภายในอาคาร ซึ่งอาจมาจากห้องเหล่านี้ คือ ห้องลิฟท์ ห้องครัว ห้องดนตรี ห้องทำงานที่ใช้เครื่องจักรและเครื่องมือต่างๆ เช่น จักรเย็บผ้า พัดลมดูดอากาศ เครื่องปรับอากาศ ฯลฯ

วิธีแก้ปัญหา

- ที่ตั้งของห้อง แยกห้องที่ต้องการความเงียบให้ห่างจากห้องที่มีเสียงรบกวน เช่น ห้องนอนห่างจากห้องลิฟท์ ห้องน้ำ หรือแยกออกไป (สำหรับหอพัก) สำหรับห้องที่เกิดเสียงแลความสั่นสะเทือน อาจให้อยู่ Basement บนหลังคา หรือแยกออกไป ใช้แท่น ยาง ไม้คอร์ก รองรับเครื่องเพื่อลดความสั่นสะเทือน
- บุวัสดุที่ดูดกลืนเสียง ทำหน้าต่างกระจก 2 ชั้น ห้องกันเสียงที่แทรกผ่านตรงรอยต่อของประตูและรอยกุญแจ โดยใช้วัสดุพวก สักหลาด ยางปิดส่วนที่เป็นช่องโหว่
- โครงสร้างของพื้น เช่น การปูพื้นไม้บนพื้นคอนกรีต การทำ Finished บนพื้นคอนกรีต เช่น Cork Board กระเบื้องยาง พรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การทำฝ้าเพดาน ฝ้าเพดานชนิดแขวน Suspended Ceiling ให้มีจุดแขวนน้อยที่สุดและยืดหยุ่น (Flexible) ได้ เช่น เหล็กเส้น ลวด เพื่อไม่ให้เป็นสื่อถ่ายทอดความสั่นสะเทือนมาสู่เพดาน
- ทำ Sound Lock โดยเป็นห้องที่อยู่ระหว่างประตู 2 บาน เพื่อลดเสียงในเวลาเปิดประตู
- ป้องกันเสียงทางหลังคา โดยทำหลังให้สูง มี Air Space ตรงกลางระหว่างหลังคากับเพดาน หรือทำหลังคา 2 ชั้น หลังคาคอนกรีตสามารถป้องกันเสียงได้ถึง 40-50 เดซิเบล หลังคามุงกระเบื้องและฝ้าเพดานป้องกันเสียงได้ 25-40 เดซิเบล กระเบื้องแผ่นเล็กกันเสียงได้ดีกว่ากระเบื้องแผ่นโต

2.3.4.6 ระบบปรับอากาศและการควบคุม

การปรับอากาศหมายถึงการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น การเคลื่อนไหวและความบริสุทธิ์ของบรรยากาศในเนื้อที่จำกัดที่ใดที่หนึ่ง ในปัจจุบันการควบคุมสภาพอากาศภายในอาคาร สามารถแบ่งออกได้ตามขนาดของเครื่องปรับอากาศ และแบ่งตามระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

<u>แบ่งตามขนาดของเครื่องปรับอากาศ</u>

1. UNIT TYPE, PACKAGE TYPE คือระบบจะอยู่ในเครื่องเดียวกัน โดยมีขนาดเล็กสะดวกในการติดตั้ง แต่ไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเสียงรบกวน มีขีดจำกัดในการทำงาน อายุในการใช้งานสั้น และไม่มีการถ่ายเทอากาศภายในและภายนอกอาคาร
2. SPLIT TYPE เป็นเครื่องปรับอากาศขนาดกลาง ยกเครื่องออกเป็น2ส่วน ส่วนหนึ่งอยู่ภายในห้องเรียก FAN COIL UNIT และส่วนภายนอกอาคารเรียก CONDENSING UNIT เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านประสิทธิภาพการทำงาน ระยะห่างระหว่างสองส่วนนี้จะไม่เกิน 15-25 เมตร ในระดับไม่เกิน 3ชั้น และไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่
3. CENTRAL UNIT เป็นระบบปรับอากาศขนาดใหญ่ แยกการทำงานเป็น3ส่วน คือ
   - CENTRIFUGAL MACHINE ประกอบด้วยส่วนทำงานที่เป็นตัวกลางในการจ่ายความร้อนและความเย็นให้กับระบบในการทำงานส่วนอื่น
   - AIR HANDING แบ่งได้เป็น2แบบคือ
     AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COILเย็น นำอากาศเข้าสู่ห้องโดยตรง

     AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COILเย็น แล้วนำลมเย็นผ่านเข้าช่องท่อ และกระจายไปยังส่วนต่างๆ ของอาคารที่ต้องการปรับอากาศ

   - COOLING TOWER UNIT หรือ CONDENSING UNIT เป็นตัวถ่ายเทความร้อนและส่งลมเย็นให้กับ CENTRIFUGAL MACHINE

<u>เปรียบเทียบแอร์สปริทกับชิลเลอร์</u>

สำหรับงานที่มีพื้นที่ขนาดเล็ก นิยมใช้แอร์สปริทมากกว่า เพราะติดตั้งง่าย ราคาถูกกว่า แต่จะมีข้อจำกัดที่ความยาวของท่อน้ำยาแอร์(ยาวที่สุดได้ประมาณ 6 เมตร) เนื่องจากปัญหาเรื่องกำลังของคอมเพรสเซอร์ และปัญหาที่เกิดจากการที่น้ำมันหล่อลื่นที่ปนไปกับน้ำยาซึ่งวิ่งไปแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตกค้างอยู่อาจทำให้คอมเพรสเซอร์ไหม้ได้ นอกจากนี้เครื่องระบายความร้อนเครื่องหนึ่งไม่ควรโยงกับเครื่องส่งลมเย็นหลายๆตัวเพราะจะมีปัญหาการกระจายน้ำไปยังเครื่องส่งลมเย็นแต่ละตัวเครื่องส่งลมเย็นทุกตัวที่ต่อโยงกันนี้จะต้องใช้พร้อมกัน แต่การควบคุมอุณหภูมิทำได้เพียงจุดเดียว การที่จำเป็นต้องใช้ท่อน้ำยาแอร์ยาว ทำให้ต้องใช้เทคนิคการเดินท่อ ราคาท่อ และน้ำยาแอร์ที่แพง โอกาสที่จะรั่วซึมก็มีมากขึ้น

ในการหลีกเลี่ยงการใช้ท่อน้ำยายาวๆนี้อาจทำได้โดยการติดตั้งเครื่องส่งลมเย็นไว้ไม่ห่างจากเครื่องระบายความร้อนจนเห็นว่าอันตราย แล้วจึงต่อท่อลมจากเครื่องส่งลมเย็นนี้ไปยังบริเวณที่ต้องการปรับอากาศ ท่อลมมีความยาวตั้งแต่ 10 เมตร ถึง 40 เมตร แล้วแต่กำลังพัดลมเครื่อง ท่อส่งลมยิ่งยาวก็ต้องใช้มอเตอร์ที่มีแรงม้ามากยิ่งขึ้น ปัญหาใหญ่ในการเดินท่อลมนี้คือ การที่ท่อลมมีขนาดใหญ่ (ประมาณ 0.05เมตร/ตัน สำหรับท่อลมส่งและท่อลมกลับ) ทำให้การเดินท่อลมลำบากเพราะต้องเจอสิ่งกีดขวางหลายอย่าง

สำหรับระบบชิลเลอร์ ซึ่งเป็นระบบที่ทำน้ำให้เย็นแล้วจึงส่งน้ำเย็นไปยังที่เครื่องส่งลมเย็นต่างๆ ระยะห่างระหว่างเครื่องชิลเลอร์จะเป็นเท่าไรก็ได้ ถ้าไกลมากก็ใช้ปั๊มที่มีแรงดันสูงขึ้น และเพิ่มขนาดของท่อน้ำ ถึงจะมีราคาที่แพงขึ้นแต่ไม่มีผลกระทบที่จะทำให้เครื่องเสียได้ เครื่องชิลเลอร์เครื่องหนึ่งๆสามารถจ่ายน้ำเย็นไปยังเครื่องส่งลมเย็นได้หลายๆตัว โดยขึ้นอยู่กับขนาดของเครื่อง นอกจากนี้เครื่องส่งลมเย็นแต่ละเครื่องยังสามารถควบคุมอุณหภูมิโดยอิสระ แยกจากตัวอื่นๆได้อีกด้วยการเดินท่อน้ำก็ไม่ต้องพิถีพิถันเหมือนอย่างเดินท่อน้ำยา ถ้าท่อรั่วออกมาก็คือน้ำไม่ใช่น้ำยาจึงไม่เป็นอันตราย

สรุประบบปรับอากาศที่ใช้ในโครงการ

เนื่องจากอาคารส่วนใหญ่ภายในโครงการมีลักษณะเปิดโล่ง (OPEN AIR) ระบบปรับอากาศจึงได้นำไปใช้ในเฉพาะบางส่วนได้แก่

1. ส่วนของบ้านพัก ใช้ระบบ SPLIT TYPE เนื่องจากแต่ละหลังมีพื้นที่น้อย จึงไม่เหมาะที่จะใช้ระบบชิลเลอร์
2. ส่วนของอาคารสัมมนา อาคารสปา และส่วนสำนักงานภายในอาคาร CLUB HOUSE ที่มีพื้นที่ภายในขนาดใหญ่ และต้องการความเป็นส่วนตัว ใช้ระบบชิลเลอร์แบบ WATER COOLED CHILLED WATER SYSTEM โดยใช้แบบ CEILING DIFFUSER เนื่องจากมีการตีฝ้าเพดาน ไม่ได้โชว์โครงสร้างหลังคา

2.3.4.7 ลักษณะวัสดุที่ใช้ตกแต่งอาคารของโครงการ

2.3.4.7.1 วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งโรงแรม

1. <u>วัสดุประเภทหิน</u>

วัสดุประเภทหิน สำหรับผนังภายในและภายนอกของอาคาร นับว่าเหมาะสมที่จะกรด้วยวัสดุประเภทหิน อันได้แก่ หินประเภทเนื้อละเอียด สามารถทนต่อดินฟ้าอากาศหรือใช้กั้นผนังและพื้นที่ใช้งานหนักตลอดจนพื้นที่ที่คนพลุกพล่าน เพราะหินทนต่อการสัมผัส และทำความสะอาดง่าย และยังมีคุณสมบัติที่ให้ความงดงาม ประทับใจ มีค่า การเลือกใช้หินแต่ละชนิด ก็จะให้ความรู้สึกต่างกันไป วัสดุประเภทหินสามารถแยกชนิดออกได้ดังต่อไปนี้

- หินอ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นหินที่สามารถทนความสกปรกได้ดี ทนต่อสารเคมีได้บ้างบางชนิด ซึ่งจะใช้หินอ่อนกับผนังภายในเป็นส่วนมาก หินอ่อนให้ลักษณะที่มีคุณค่าในด้านความงามมากกว่าหินประเภทอื่นๆ มีสีให้เลือกหลายสี เช่น ขาว ดำ เทา ชมพู เขียว น้ำตาล เป็นต้น หินชนิดนี้ทนกับน้ำหนักปานกลาง ทนต่อการขัดสี ไม่เก็บเสียง มีผิวหน้าที่ดูสวยงาม หรูหรา ถ้าถูกน้ำมันอาจด่างเป็นดวง มีทั้งแบบด้านและแบบมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำและที่ที่ต้องการความหรูหรา วิธีปูคือ ปูบนทราย ขนาดความหนาของแผ่นจะเป็น ¾ และ 1 นิ้ว

- หินกาบ

คือหินที่ซ้อนกันเป็นชั้นๆ ที่นิยมใช้มีหลายสีคือ สีน้ำตาล ดำ เหลือง ส้มแดง ม่วง(มีราคาแพงที่สุด) ส่วนมากใช้ปูตามทางเดิน ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติการปูหินกาบทำได้โดย เตรียม

พื้นที่ที่จะปูให้มีผิวขรุขระ เพื่อหินกาบจะได้ติดแน่นกับพื้น ใช้แปรงชุบน้ำตีผนังให้ชุ่มตลอดเวลา ใช้ปูนทรายเป็นตัวเชื่อม เมื่อปูต้องคอยจับแผ่นหินไปด้วย เพื่อไม่ให้น้ำปูนเกาะที่หินกาบ เมื่อเสร็จใช้ฟองน้ำทำความสะอาดและลงแวกซ์

- หินแกรนิต

ส่วนมากใช้กรุผนังหรือพื้นทางเดินของส่วนต่างๆ เนื่องจากเป็นหินที่แข็งที่สุด เนื้อแน่น และทนทาน เมื่อขัดให้ขึ้นเงาจะมีลักษณะคล้ายหินอ่อน รักษาและทำความสะอาดง่าย

- หินชนวน

หินชนวนมีสีต่างๆให้เลือกหลายสี ได้แก่สีฟ้า สีดำ และสีน้ำตาล มีราคาแพงแต่ประหยัดค่าบำรุงรักษาได้ดี

- หินหล่อ

ได้แก่ วัสดุประเภทหินผสมกับซีเมนต์ ดูมีคุณค่าน้อยกว่าหินแท้ แต่มีความงามคงทน และรักษาง่าย

2. <u>วัสดุประเภทดินเผา</u>

วัสดุประเภทดินเผา เช่น อิฐ กระเบื้อง และเซรามิค สามารถใช้กรุพื้นและผนัง ราคาถูกกว่าหิน ทนทานดินฟ้าอากาศ ทนต่อการสึกกร่อน รักษาง่าย ตลอดจนมีลวดลายให้เลือกได้มากกว่า

- อิฐ

สามารถนำมาใช้ได้โดยธรรมชาติของมัน หรือทาสีทับ สีธรรมชาติมีสีแดง สีแสด สีเหลือง ราคาถูกกว่าหิน คงทนและง่ายต่อการรักษา

- กระเบื้อง

เป็นวัสดุที่สามารถปูได้ทั้งพื้นและผนัง ใช้ในทุกห้องได้ตามต้องการ เหมาะสมกับสภาพดินฟ้าอากาศ และทนต่อผลจากไอน้ำเค็มได้เป็นอย่างดี มีหลากหลายแบบ หลายขนาด หลากสีสันให้เลือกได้ตามความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. <u>วัสดุประเภทไม้</u>

เป็นวัสดุที่เหมาะสมกับการตกแต่งภายในที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ เพราะหาได้ง่าย ทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ และมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ไม้มีหลายชนิด เช่น

- ไม้สัก

เป็นไม้เนื้อปานกลางระหว่างไม้เนื้อแข็งกับไม้เนื้ออ่อน ใช้กับงานประณีตได้ดี รวมทั้งมีสีสันและลวดลายสวยงาม เหมาะแก่การทำเครื่องเรือน ในส่วนที่ต้องการความสวยงามและคงทน การนำมาใช้ควรขัดผิวให้เรียบเนียน อาจย้อมสีให้เข้มขึ้นเล็กน้อยก็จะสวยงาม

- ไม้อัดสัก

เป็นไม้สักที่แปรรูปให้เป็นแผ่นบางอัดทับกับไม้เนื้อแข็ง เพื่อให้มีความแข็งแรงไม่บิดงอหรือหัก ใช้กรุเครื่องเรือน จะดูแลรักษายากกว่าเครื่องเรือนที่ทำผิวด้วยไม้สัก

- ไม้อัดยาง

เป็นไม้อัดเช่นเดียวกับไม้อัดสัก มีความแข็งแรงทนทานพอๆกัน แต่มีเนื้อสีไม้และลวดลายน้อยกว่ามาก นิยมพ่นสีหรือกรุวัสดุอื่นทับผิวหน้าอีกที ราคาถูก แต่การใช้ไม้อัดยางพ่นสีทำผิวเครื่องเรือน จะดูแลรักษายากกว่าเครื่องเรือนที่ทำผิวด้วยไม้สัก

- ไม้อัดมะปิน

เป็นไม้อัดที่มีคุณภาพและราคาปานกลาง มีเนื้ออ่อนและทำผิวได้ดีโดยไม่ต้องย้อมสี

- ไม้อัดยมหิน

มีลักษณะคล้ายไม้อัดสัก แต่มีลวดลายแปลกกว่า คือไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เหมือนลายของไม้สัก แต่มีการผลิตน้อยจึงหายาก ราคาไม่แน่นอน มีความคงทนมาก

- ไม้สน หรือ ไม้ฉำฉา

เป็นไม้เนื้ออ่อน ไม่นิยมใช้ทำเครื่องเรือนมากนัก แต่มีใช้ประกอบหรือใช้ตกแต่งบางส่วนของเครื่องเรือนให้ดูสวยงามมากขึ้น ปัจจุบันมีการนำไปใช้ทำเครื่องเรือนทั้งตัว เพราะมีความสวยงาม แต่ไม่ค่อยแข็งแรง จึงใช้กับเครื่องเรือนที่มีขนาดเล็ก ไม่ต้องรับน้ำหนักมากนัก หรือใช้ประดับบนโครงสร้างไม้เนื้อแข็งแทน ก็จะได้ผลดีเพราะมีความสวยงาม และราคาที่ค่อนข้างถูก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- **ไม้จำปา**

เป็นไม้เนื้ออ่อน ใช้กับงานที่มีความประณีต ไม่นิยมย้อมสี

- **ไม้ประสานสัก**

เป็นไม้ชิ้นเล็กที่นำมาต่อกันเป็นแผ่น เพื่อทำเครื่องเรือน ไม่ทนทานเท่าไม้สัก แต่ราคาถูก

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ ที่อัดแปรรูปแล้วใช้ทำเครื่องเรือนได้อีก มีความแข็งแรงเท่าเทียบกับไม้ แต่ราคาถูกกว่า เรียกว่า “ยิปซัมบอร์ด” จะใช้วัสดุกรุทับผิวหน้าหรือไม่ใช้ก็ได้

4. <u>วัสดุจำพวกหวายและไม้ไผ่</u>

- **หวาย**

เป็นวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติในเมืองร้อน เหมาะสมกับการนำมาใช้ตกแต่งอาคารประเภทโรงแรม พักตากอากาศเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ ได้บรรยากาศพื้นถิ่น ไม่ทำปฏิกิริยากับไอเค็มจากทะเลเหมือนโลหะ รวมทั้งราคาถูกสวยงาม น้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวก นอกจากนี้ในปัจจุบันเครื่องเรือนที่ทำด้วยหวาย มีผลิตออกมามากมายหลายแบบ สามารถย้อมด้วยสีฝุ่น หรือทำสีพ่นได้ อย่างไรก็ตามก็ยังคงนิยมใช้สีธรรมชาติของหวายอยู่เช่นกัน

<u>ข้อเสียของหวาย</u>

- ไม่ทนทานต่อกรกัดของมด มอด และเชื้อรา ซึ่งเป็นตัวทำลายเนื้อหวาย หวายมีคุณสมบัติคล้ายไม้ คือเนื้อหวายจะมีส่รพวกแป้งและเซลลูโลส แต่สามารถป้องกันได้ด้วยการใช้สารเคมีที่เป็นยารักษาเนื้อไม้
- หวายไม่แข็งแรงเท่าไม้โดยเฉพาะส่วนที่เป็นหวายเส้นเล็กๆ อาจขาดง่าย ทำความสะอาดยาก มีซอกมุมให้ฝุ่นเกาะมาก แต่สามารถเลี่ยงได้โดยการทำเฟอร์นิเจอร์ด้วยหวายเส้นใหญ่
- จะเก่าและผุเร็วหลังจาก 12 เดือน หรือ 2ปีไปแล้ว หากขาดการดูแลรักษา
- ติดไฟได้ง่าย

<u>การนำไปใช้ในลักษณะอื่น</u>

การเลือกใช้เครื่องเรือนหวายนั้น นอกจากจะซื้อสำเร็จรูปหรือสั่งทำตามแบบที่ต้องการแล้ว ยังสามารถซื้อเพียงบางส่วนของผลิตภัณฑ์หวาย เพื่อนำไปใช้ประกอบกับเครื่องเรือนได้ เช่น ซื้อหวายสานลายดอกพิกุล ซึ่งมีสานเป็นแผ่น ขายเป็นตารางฟุต เพื่อนำไปกรุพนักเก้าอี้ ,หัวเตียง ซึ่งหัวเตียงนี้นำไปประกอบหัวเตียงอื่นที่ไม่ใช่หวายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เบาะที่ใช้กับเก้าอี้หวายนั้น มีทั้งที่มีใช้เป็นนุ่น และเป็นฟองน้ำ ผ้าหุ้มเบาะมักใช้ผ้าฝ้ายเพราะมีเนื้อหยาบซึ่งดูเหมาะสมกับลักษณะของหวาย จะมีอยู่บ้างเหมือนกันที่เลือกใช้วัสดุที่ตรงกันข้ามกับลักษณะของหวาย เพื่อให้เกิดความรู้สึกใหม่ๆ เช่น ใช้ผ้าแพร หรือผ้าไหมที่ดูเป็นมัน เป็นต้น

<u>การใช้วัสดุอื่นผสม</u>

การใช้หวายผสมกับวัสดุอื่นมีมานานแล้ว ในปัจจุบันมีวิวัฒนาการของการผสมผสานดังกล่าวมากขึ้นเรื่อยๆเช่น นำหวายมาผสมผสานกับกระจก ทำเป็นที่บังตา ใช้หวายผสมกับโครงสแตนเลสเป็นเก้าอี้นั่ง ใช้หวายตกแต่งเก้าอี้นวม เป็นต้น

- ไม้ไผ่

ไม้ไผ่เป็นไม้ที่หาง่ายและมีอยู่ทั่วไปในทุกภาคของเมืองไทย เป็นวัสดุที่มีราคาไม่แพงจนเกินไป แต่มีความแน่นอน คือ ไม่ว่าจะเปลี่ยนแปรรูปไปอย่างไรก็ยังดูมีคุณค่าในตัวเอง ที่เห็นเป็นอยู่เสมอว่าเป็นไม้ไผ่และไม่ทิ้งความเป็นธรรมชาติในตัวเอง ถึงแม้ว่าจะผนวกเอาฝีมือและความคิดของคนในการนำมาใช้แล้วก็ตาม ไผ่จึงเป็นไม้ที่คนเห็นแล้วก็อดนึกถึงความเป็นธรรมชาติไม่ได้ และให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลายขึ้นเสมือนว่าได้นั่งอยู่ท่ามกลางบรรยากาศของธรรมชาติ

ไม้ไผ่ที่นำมาตกแต่งนั้น จะต้องผ่านกรรมวิธีหลายอย่าง ตั้งแต่การแช่ในน้ำ ต้ม ย่าง และอบ ก่อนที่จะนำมาใช้ในลักษณะการออกแบบที่แตกต่างกันออกไป ไม้ไผ่นี้เหมาะสมเป็นอย่างมากสำหรับการตกแต่งบริเวณที่อยู่อาศัย หรือนำมาประกอบในการทำเฟอร์นิเจอร์ โคมไฟกั้นผนัง แต่งเพดาน ฯลฯ นับเป็นการเหมาะเป็นอย่างมากที่ตะใช้กับสภาพที่เป็นชายทะเล เพราะไผ่ปลอดจากปัญหาที่เป็นไอน้ำเค็มที่ทำให้โลหะเกิดสนิมเร็วกว่าปกติ และมีราคาถูกกว่าวัสดุอื่นๆ และจาการที่ได้ผ่านกรรมวิธีต่างๆ มาแล้ว ทำให้ไม้ไผ่ที่จะนำมาใช้ มีความคงทนถาวรและปลอดภัยจากแมลง

<u>คุณสมบัติและลักษณะต่างๆของไม้ไผ่</u>

ไม้ไผ่มีลักษณะเป็นปล้องไม้กลมขนาดต่างๆ ข้างในกลวงเป็นช่วงๆ ขนาดจะแตกต่างกัน แล้วแต่อายุและพันธ์ของไม้ไผ่ โดยเนื้อแท้ไผ่ถึงแม้จะดูโปร่งเบา แต่ก็แข็งแรง สามารถรับแรงประเภทต่างๆได้ดี ด้วยเหตุนี้เราจึงสามารถนำไผ่มาใช้ประโยชน์ได้ทั้ง 2 ประเภทคือ ใช้เป็นโครงสร้าง กับ ใช้เป็นวัสดุตกแต่ง หรือบางครั้งอาจจะใช้ร่วมกัน คือใช้เป็นทั้งโครงสร้างและวัสดุตกแต่งไปในตัว

ในการนำไผ่มาตกแต่งนั้น สามารถทำได้ทุกจุด และสามารถสร้างอะไรก็ได้ทุกประเภท ยกตัวอย่างส่วนที่นำไผ่มาตกแต่งได้ดังนี้

- ทำเครื่องเรือน
- ตกแต่งพนัง เพดาน พื้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ทำของประดับ เช่น โคมไฟ ฯลฯ

ไม้ไผ่มีหลายขนาดและหลายชนิดตลอดจนมีความยาวที่แตกต่างกัน เช่น ปล้องใหญ่ใช้ทำโครงสร้างเครื่องเรือนหรือโครงสร้างผนังเบา ปล้องเล็กใช้ตกแต่งประกอบโครงสร้าง ส่วนปล้องที่มีขนาดเล็กมาก อาจผ่าเป็นไม้ซีกใช้กรุผนัง หรือฉาก เป็นต้น

<u>การใช้ไม้ไผ่ตกแต่งผนังและเพดาน</u>

จะใช้วิธีที่คล้ายคลึงกัน หากมีผนังเดิมอยู่แล้ว ก็อาจใช้ไม้ไผ่ผ่าซีกแล้วกรุเป็นแนวทับผนังเดิมลงไป อาจกรุตามแนวตั้งหรือแนวนอน หรือสลับแนวกัน หรือบางช่วงอาจจะเว้นช่องบ้างก็ได้

สามารถนำไม้ไผ่มาใช้แทนคิ้วได้ โดยอาจจะใช้เป็นคิ้วบัวเพดาน นอกจากนี้อาจใช้ไม้ไผ่ทำแนวผนังปิดรอยต่อระหว่างวัสดุต่างชนิดกันได้

<u>การใช้ไม้ไผ่ปูพื้น</u>

ปัจจุบันมีปาร์เก้ไม้ไผ่ ซึ่งมีความทนทานและสวยงาม นำมาปูเฉพาะช่วง หรือปูตลอดแนวพื้น ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติดีกว่าปูปาร์เก้หรือปูพรม

<u>การใช้ไม้ไผ่ทำฉากบังตา</u>

การนำไม้ไผ่มาใช้ในการตกแต่งที่นิยมมากอีกวิธีหนึ่ง คือการทำบังตานั่นเอง เพราะลักษณะที่เป็นปล้องกลมของไม้ไผ่ เมื่อนำมาต่อกันเข้าเป็นผืนก็ทำให้สวยงาม การสานตัวกันให้เป็นแผงนี้ ทำให้เกิดลวดลายขึ้น เราสามารถออกแบบลวดลายของบังตาไม้ไผ่นี้ได้หลายแบบ อาจสานกันเป็นตารางหรือรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ฯลฯ หรือเป็นลายอิสระที่ไม่มีรูปทรง

<u>การใช้ไม้ไผ่ทำเครื่องเรือน</u>

ไม้ไผ่สามารถใช้ทำเป็นเครื่องเรือนทุกชนิดได้ ตั้งแต่ ตู้ เตียง ไปจนถึงเก้าอี้ต่างๆ ซึ่งหากเราตกแต่งผนังด้วยไม้ไผ่แล้วและใช้เครื่องเรือนที่ทำด้วยไม้ไผ่ ก็จะดูเข้ากันได้ดีทีเดียว

<u>การใช้ไม้ไผ่ทำเครื่องประดับตกแต่ง</u>

เศษไม้ไผ่ที่เหลือเล็กๆน้อยๆ สามารถนำมาใช้ทำเครื่องประดับตกแต่งได้หลายชนิด เช่นทำกรอบรูป ,โคมไฟ ฯลฯ บางชนิดก็เป็นของใช้ไปในตัวอีกด้วย

5. <u>กระจก</u>

กระจกเป็นวัสดุที่สำคัญต่อการตกแต่งภายในเป็นอย่างมาก เพราะมีความสวยงามในตัวเอง สามารถใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆได้เป็นอย่างดี มีความโปร่งแสง ทนไฟ และกระจกเงาก็มีความสำคัญในการเพิ่มความ โปร่งโล่ง มีคุณค่า หรูหรา ให้กับสถานที่

กระจกมีหลายแบบ สามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการ เช่น กระจกดูดความร้อน กระจก 2ชั้น ช่วยกระจายแสงและกรองความร้อน กระจกบานเกล็ด รับลมได้ดี กระจกมีข้อดีคือ สามารถกันน้ำ กันฝน กันลมได้ ปลอดจากเชื้อราและสามารถป้องกันเสียงได้อีกด้วย แต่มีข้อเสีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือ มีขนาดใหญ่ไม่มาก (ถ้าต้องการขนาดใหญ่พิเศษ ต้องสั่งจากต่างประเทศ และมีราคาสูงมาก) ยากต่อการขนส่ง ผิวหน้ามักจะเป็นรอยขีดข่วน

6. ผ้าม่าน

ผ้าม่านเป็นวัสดุที่สำคัญในการตกแต่งภายใน ที่มีความจำเป็นต่อ ประตู หน้าต่าง และกระจก บางครั้งอาจนำมาใช้ในลักษณะการปิดกั้นอื่นๆได้ ผ้าที่นำมาทำผ้าม่านมีหลายชนิดด้วยกัน เช่น

- ผ้าไหม เป็นผ้าที่มีคุณค่ามาก ให้ความรู้สึกเป็นทางการ สง่างาม เป็นระเบียบ
- ผ้ากำมะหยี่ ให้ความรู้สึก หรูหราฟุ่มเฟือย ภูมิฐาน นุ่มนวล มีราคา
- ผ้าฝ้าย ให้ความรู้สึกสบาย เป็นกันเอง
- ผ้าป่าน ให้ความรู้สึกเบา โปร่งสบาย
- ผ้าลูกไม้ ให้ความรู้สึกนุ่มนวล โรแมนติก

นอกจากนี้ยังมีม่านไม้ไผ่ มู่ลี่ต่างๆ ที่ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ โปร่งสบาย

ประโยชน์ของผ้าม่านมีหลายอย่าง คือ ช่วยกรองแสงให้ลดความจ้าลง ควบคุมความสว่างได้ตามต้องการ ช่วยลดความร้อนจากอุณหภูมิของแสงแดด ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่วยกันฝุ่น ป้องกันเสียงสะท้อน สร้างบรรยากาศในการตกแต่ง และบังสายตาได้เป็นอย่างดี

4.5 ระบบรักษาความปลอดภัย

ระบบแจ้งเหตุ

1. ระบบกดปุ่มแจ้งเหตุ มีสัญญาณเตือนบริเวณโถงทั่วไป
2. ระบบ Heat & Smoke Detector ในบริเวณห้องโถงทั่วไป โถงทางเดิน ห้องพัก และส่วนที่อาจเป็นต้นเหตุเพลิงไหม้

ระบบดับเพลิง

1. ระบบท่อน้ำและแรงดันและสายสูบ ในส่วนของโถงทางเดิน ห้องพัก และบริเวณอื่นๆโดยทั่วไป
2. ระบบสปริงเกอร์ ใช้ระบบสปริงเกอร์แบบ Wet Pipe(คือ ระบบท่อน้ำที่น้ำมีแรงดันอยู่ตลอดเวลา เมื่อเกิดเพลิงไหม้ความร้อนจะกระตุ้นให้กลไกที่หัวสปริงเกอร์เปิดและน้ำที่มีแรงสูงจะพ่นกระจายออกมา) ติดตั้งในส่วนบริการหลักของโรงแรม (Back of The House) เช่น ห้องครัว ห้องซักรีด หรือบริเวณที่มีการเสี่ยงภัยต่อการเกิดเพลิงไหม้
3. ระบบก๊าซ ใช้ระบบก๊าซฮาลอน 1301 (คุณสมบัติของก๊าซฮาลอน 1031 คือ สามารถหยุดปฏิกิริยาลูกโซ่ของระบบเผาไหม้จากโมเลกุลหนึ่งภายใน 10 วินาที ลักษณะของก๊าซ เป็นก๊าซเหลว ไม่เป็นอันตรายต่อคน และมีประสิทธิภาพมาก) เหมาะกับห้องที่ไม่สามารถดับไฟโดยการใช้น้ำได้ เช่น ในห้องที่มีระบบอิเล็กทรอนิกส์ ห้องควบคุมอาคาร ห้องควบคุมระบบโทรศัพท์
4. เครื่องมือผจญเพลิง ดับไฟที่สามารถเคลื่อนที่ได้ ติดตั้งเป็นชุดอยู่รวมกับสายสูบ และท่อน้ำระบบท่อน้ำแรงดันรวมเป็น 1 หน่วย (House Cabinet Wall) ทุกระยะ 20 เมตร เช่น ในส่วนของโถงทางเดินไปยังห้องพักแขก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบน้ำดับเพลิง

ใช้น้ำจากระบบน้ำใช้ โดยมีการสำรองระดับน้ำเอาไว้ใช้เพื่อการดับเพลิง นอกจากนี้ยังมีปั๊มน้ำฉุกเฉินที่สามารถทำงานได้โดยใช้ไฟฟ้าและน้ำมันดีเซล เพื่อให้สามารถทำงานได้ในกรณีที่ต้องการนำน้ำจากแหล่งอื่นมาใช้ เช่น รถขนน้ำของกรมตำรวจดับเพลิง

2.3.4.8 ระบบอุปกรณ์พิเศษ

ระบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกทางอิเลคทรอนิกส์

1. ระบบโทรศัพท์ของโครงการ เลือกใช้แบบ PABX (Private Automatic Branch Exchange) เพราะเป็นระบบที่ติดต่อระหว่างภายนอกกับภายใน หรือ ภายในกับภายใน โดยผ่านเครื่องอัตโนมัติ หรือ พนักงานต่อสาย ซึ่งสามารถติดต่อได้มากกว่า 50 คู่สาย ทำให้เหมาะกับธุรกิจโรงแรมมากกว่าระบบอื่นๆ ซึ่งจะแบ่งออกเป็นส่วนๆ คือ
   - ส่วนที่พักแขก
   - ส่วนบริหาร
   - ส่วนบริการ
2. ระบบโทรพิมพ์ (Telex) และอุปกรณ์ติดต่ออื่นๆ

   ระบบโทรพิมพ์เป็นอุปกรณ์การพิมพ์ซึ่งสามารถติดต่อได้โดยตรงจากผู้ส่งถึงผู้รับ เป็น อุปกรณ์การพิมพ์ซึ่งประกอบรวมกันทั้งภาคส่งและภาครับในหน่วยเดียวกัน ขนาดประมาณ 1000 ม.ม. x 700 ม.ม.

3. โทรทัศน์วงจรปิด เป็นอุปกรณ์ซึ่งติดต่อเพื่อใช้ในการรักษาความปลอดภัย ในการนำไปใช้อาจมีขีดจำกัดในเรื่องความสว่าง การใช้แสง และไม่สามารถทนต่อที่ที่มีอุณหภูมิสูงได้ การให้แสงสว่างจะต้องมีการป้องกัน เช่น แสงที่ฉายถูกตัวกล้องโดยตรง

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

ระบบการประชาสัมพันธ์และการบริการเพลงตามสบาย (Backgroud Music & Paging System) ประกอบด้วยตัวกระจายเสียง เครื่องรับวิทยุ เครื่องเล่นแผ่นเสียง เทป และลำโพง ซึ่งจะติดตั้งอยู่ตามส่วนต่างๆที่กำหนดขึ้นภายในโรงแรม และระบบนี้ยังมีวงจรของไมโครโฟนติดอยู่ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ในการทำงานของระบบประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น

- การทำงานโดยทั่วไป กระทำโดยการทำงานครอบคลุมส่วนของผู้เข้าพัก ส่วนของพนักงาน
- การทำงานเฉพาะเขต กระทำโดยการเจาะจงส่วนที่ต้องการจะให้มีการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 2.3.4.8 อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ระบบ	ส่วนผู้พัก	ส่วนสำนักงาน
ทั่วไป	ห้องโถง ,ล็อบบี้ เลาจน์ ,	ห้องพักพนักงาน ส่วนบริหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ภัตตาคาร ,บาร์	และส่วนทำงานอื่นๆ
เฉพาะส่วน	ส่วนพักผ่อน ,สระว่ายน้ำ	

ระบบโทรทัศน์และวิทยุ

การรับและการแพร่ภาพขึ้นอยู่กับสภาพสถานที่ การจัด และการติดตั้งอุปกรณ์ ซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วยระบบเสาอากาศหลัก (Television System) เครื่องขยายสัญญาณ และเครื่องกระจายสัญญาณไปตามเครื่องรับแต่ละเครื่อง โทรทัศน์วงจรปิด และเชื่อมต่อเข้ากับเครื่องรับได้โดยใช้ระบบ VHF

ระบบคอมพิวเตอร์

เครื่องมือที่ถูกติดตั้งเพื่อใช้ในการส่งเอกสาร บัญชี ใบส่งของ หรือจดหมายติดต่อระหว่างส่วนบริการ ส่วนทำงานต่างๆ หรืออื่นๆ มีแนวโน้มที่จะใช้อุปกรณ์ทางอิเลคทรอนิกส์อย่างมาก เนื่องจากมีความรวดเร็วและแน่นอนในการเชื่อมโยงข้อมูล และการแจ้งข่าวสารต่างๆ

ระบบคอมพิวเตอร์ เป็นการส่งข้อมูลโดยผ่านอุปกรณ์ทางอิเลคทรอนิกส์ ประกอบด้วย แท่นพิมพ์อักษรและจอภาพ สามารถป้อนข้อมูลส่งไปยังแหล่งเก็บข้อมูลและเรียกข้อมูลที่บันทึก

อุปกรณ์พิเศษเพื่อช่วยในการประหยัดพลังงาน (Energy Saving Device)

1. อุปกรณ์ติดตั้งภายในห้องพักแขก เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญสำหรับควบคุมการทำงานของระบบไฟฟ้าภายในห้องพักแขกให้เปิดหรือปิด โดยแขกผู้เข้าพักเป็นผู้ควบคุมเอง การทำงานของระบบนี้เริ่มต้นจากกล่องสำหรับเสียบกุญแจ ทำจากอะคลีลิก ภายในประกอบด้วย ไมโครสวิทซ์ เมื่อแขกที่จะเข้าพักในห้องจะต้องนำกุญแจห้อง ซึ่งอาจทำเป็นการ์ด มาเสียบที่กล่องนี้เพื่อให้กระแสไฟฟ้าภายในห้องพักทำงานตามปกติ เมื่อแขกที่เข้าพักออกนอกห้องพักก็จะดึงกุญแจออก และภายในเวลา 1-3 นาทีดวงโคมและอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่นๆ จะไม่มีกระแสไฟฟ้าจ่ายเข้าไปในวงจร ยกเว้นตู้เย็น
2. อุปกรณ์ควบคุมการทำงานของเครื่องปรับอากาศ ติดตั้งเพื่อช่วยควบคุมการทำงานของเครื่องให้เหมาะสมกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ ความชื้นโดยรอบ เครื่องปรับอากาศจะทำงานภายใต้การควบคุมของ Microprocessor โดยมี Carolic Computer เป็นตัววัดปริมาณน้ำเย็นที่ใช้ในระบบ และส่งผลไปที่ Paramatrix Sequence Controller ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้ซิลเลอร์ทำงานเหมาะสมกับความต้องการของระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
พฤติกรรมและพื้นที่ประกอบกิจกรรม

3.1.1 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
1. กลุ่มดารา-นักแสดง นักร้อง ดีไซเนอร์ นักธุรกิจที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในแถบเอเชีย และยุโรป	1. พื้นที่ที่มีความเป็นส่วนตัว 2. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม 3. พื้นที่สำหรับงาน สังสรรค์ อีเว้น ประชุม สัมมนา แฟชั่นโชว์ 4. พื้นที่สำหรับจัดเตรียมงาน 5. พื้นที่สำหรับพักผ่อน
2. บุคคลในแวดวงสังคมชนชั้นสูงหรือมีชื่อเสียงในสังคม ที่ชอบการเข้าสังคม สังสรรค์ กับกลุ่มเพื่อน	1. พื้นที่สำหรับจิบกาแฟ พูดคุย 2. พื้นที่สำหรับงานสังสรรค์ 3. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม
3. นักท่องเที่ยว หรือนักเดินทางชาวต่างชาติ Blogger ระดับ Hi-end ที่มีความสนใจในด้านศิลปะ แฟชั่น งานออกแบบ ที่มาท่องเที่ยวหรือแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆจากการเดินทาง.	1. พื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน 2. พื้นที่สำหรับงานอีเว้น แฟชั่นโชว์ จัดแสดง 3. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม
4. เพศทางเลือก	1. พื้นที่พื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน 2. พื้นที่สำหรับงานอีเว้น แฟชั่นโชว์ จัดแสดง 3. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม
5. คู่รักที่ต้องการจะจัดงานแต่งงาน	1. พื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน 2. พื้นที่สำหรับงานอีเว้น แฟชั่นโชว์ จัดแสดง 3. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม
6. สาวกของcelebrity และนักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ ที่เห็นแล้วมีความต้องการอยากจะ Follow	1. พื้นที่ส่วนตัวสำหรับพักผ่อน 2. พื้นที่สำหรับแต่งตัวเสริมความงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 พฤติกรรมของผู้ใช้โครงการ

ผู้รับบริการ คือผู้ที่เข้ามาในอาคาร เพื่อรับบริการทั้งในด้านการพักอาศัยหรือการมาเที่ยวพักผ่อน หย่อนใจ หรือมาติดต่อธุรกิจ มีการรับประทานอาหาร จึงมาใช้บริการจัดเลี้ยงภายในอาคาร

3.1.1 ประเภทของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

3.1.1.2.1 ผู้มาพักโรงแรม หรือ ผู้มาใช้บริการห้องพักของโรงแรม อาจเป็นนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ หรือผู้มาพักผ่อนเป็นครอบครัว โดยทั่วไปแบ่งแขกต่างประเทศออกเป็น 4 กลุ่มคือ

โดยมากจะมาเป็นส่วนตัว โดยทำ Reservation ผ่านมาทาง Tour Agency หรือเลือกที่จะมาพักด้วยตัวเอง

3.1.1.2.2 GROUPTOUR เป็นประเภทที่มาเป็นกลุ่มประมาณ 15-30 คน โดยผ่าน Tour Agency

3.1.1.2.3 G.I.T.(GROUPINDIVIDUALTRAVELLER) หมายถึงพวกที่จัดเป็นกลุ่มเอง ประมาณ 7-15 คน โดยมากแล้วจะเป็นนักท่องเที่ยว

3.1.1.2.4 COMMERCIAL แขกประเภทที่มาทำธุรกิจ หรือมาสัมมนา

3.1.2 ผู้มาใช้บริการร่วม

3.1.1.2.1 ผู้มาใช้บริการประชุมสัมมนาต่าง ๆ มีการวางหมายกำหนดการอย่างเป็นทางการ

3.1.1.2.2 ผู้มาใช้บริการสถานที่จัดเลี้ยงต่าง ๆ

3.1.1.2.3 บุคคลทั่วไประดับต่าง ๆ ซึ่งสามารถเข้ามาจับจ่าย รับประทานอาหารได้ หรืออาจใช้เป็นสถานที่นัดพบติดต่อการงาน หรือมาพักผ่อนหย่อนใจ

3.1.1.2.4 ผู้มาติดต่อธุระ

3.1.2 พฤติกรรมการเข้าใช้อาคาร

3.1.2.1 พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ใช้อาการ เป็นตัวกำหนดสิ่งต่อไปนี้

3.1.2.1.1 องค์ประการในการใช้พื้นที่ของอาคาร

3.1.2.1.2 ความต้องการก่อนหลังขององค์ประกอบอาคาร

3.1.2.1.3 กำหนดการใช้เฟอร์นิเจอร์ ที่ใช้สอยในส่วนต่าง ๆ ของอาคาร

3.2.2.2 พฤติกรรมภายในส่วนของโถงรับรอง

3.1.2.2.1 แขกที่มาพัก

เวลาที่มาใช้บริการ	ขึ้นอยู่กับเวลาของเครื่องบินหรือพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
การเดินทาง	รถของโรงแรมที่จัดบริการรับคนจากสนามบินมาขึ้นเรือไปสู่ที่พัก
หน้าที่	เป็นแขกของโครงการ
บทบาท	ปฏิบัติตามกฎที่วางไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรม เมื่อเดินทางมาถึงจะขึ้นจากเรือเดินสู่โถงรับรอง ติดต่อห้องพัก ซึ่งจะมีการจองล่วงหน้าไว้แล้ว อาจจะนั่งพักผ่อนก่อน แล้วจึงไปห้องพักจากนั้นก็ออกจากห้องพักไปใช้บริการในส่วนต่างๆของโครงการ เช่น รับประทานอาหาร ฟังเพลงและพักค้างคืนในห้องพัก

3.1.2.2.2 บุคคลภายนอกที่เข้าใช้บริการ

เวลาที่มาใช้บริการ ขึ้นอยู่กับเวลาของเครื่องบินหรือพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

การเดินทาง โดยรถส่วนตัว รถรับจ้าง

หน้าที่ เป็นแขกที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม

บทบาท เข้ามาที่โถงรับรอง เพื่อนั่งรอพบแขกของโรงแรมและปฏิบัติตามกฎที่วางไว้

พฤติกรรม บุคคลที่มาใช้บริการทั่วไป ก็จะเข้าสู่ส่วนบริการต่าง ๆ ตามความต้องการและเมื่อเสร็จสิ้นภารกิจแล้วจึงเดินทางกลับ

บุคคลที่เข้ามาติดต่อกับแขกที่พักในโครงการ อาจจะใช้โทรศัพท์ติดต่อไปกาแขกที่ห้องพักแล้วรถที่โถงรับรอง จากนั้นมีการปรึกษาพูดคุยธุรกิจ สั่งเครื่องดื่ม และนั่งพักผ่อน

3.2.2. พฤติกรรมภายในส่วนของ MINI BAR

หน้าที่ รับบริการเครื่องดื่ม

บทบาท -แต่งกายสุภาพ

-พูดคุยอย่างสุภาพ

พฤติกรรม -เข้ามาบริเวณ BAR

-สั่งอาหารว่างและเครื่องดื่ม

-สนทนา

- สั่งอาหารว่างและเครื่องดื่ม
- สนทนา
- เมื่อต้องการกลับ เรียกพนักงานมาเก็บเงิน
- รับเงินทอนและออกจากบริเวณ BAR

3.2.2.4 พฤติกรรมภายในส่วนของ RESTAURANT

หน้าที่ เข้ามารับประทานอาหาร

บทบาท - แต่งกายสุภาพ

- เข้ามาเลือกที่นั่ง
- หยิบเมนู สั่งอาหารและเครื่องดื่มกับพนักงาน
- รับประทานอาหาร สนทนา
- จ่ายค่าบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรม - เข้ามาในห้องอาหาร อาจนั่งรอที่ WAITING AREA

- พนักงานจะนำเข้าไปใน DINING AREA ที่โต๊ะตามจำนวนคน
- สั่งเครื่องดื่ม
- สั่งอาหารรับประทาน
- จ่ายเงินค่าบริการ
- กรณีแขกมาพักที่โรงแรม สามารถใช้ ROOM CARD ได้

3.2 พฤติกรรมของผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ คือ เจ้าหน้าที่พนักงาน อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในอาคาร

3.2.1 ประเภทของผู้ให้บริการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

3.2.1.1 ฝ่ายบริหาร คือบุคคลที่ทำงานในระดับบริหาร หรือระดับมันสมองของโรงแรม เช่น ผู้จัดการ หรือผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต่าง ๆ

3.2.1.2 เจ้าหน้าที่ คือบุคคลที่ทำงานภายในโรงแรง แต่มีตำแหน่งหน้าที่ประจำ เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายแคชเชียร์ ฝ่ายลงทะเบียนห้องพักแขก เป็นต้น เจ้าหน้าที่เหล่านี้ทำงานอยู่ใน FRONT OF THE HOUSE ซึ่งต้องพบปะติดต่อแขกอยู่เสมอ

3.2.1.3 พนักงานทั่ว ๆ ไป คือพนักงานครัว พนักงานช่าง พนักงานทำความสะอาด พนักงานขนของ เป็นต้น พนักงานเหล่านี้อยู่ในส่วน BACK OF THE HOUSE

3.2.2 พฤติกรรมการให้บริการ

3.2.2.1 พฤติกรรมภายในส่วนของโถงรับรอง

ผู้ให้บริการในส่วนของ FRONT DESK มีการทำงานแบ่งออกเป็น 3 ผลัด ดังนี้

ผลัดที่ 1 08.00 – 16.00 น.

ผลัดที่ 2 16.00 – 24.11 น.

ผลัดที่ 3 24.00 – 08.00 น.

3.2.2.1.1 แผนกทะเบียน (REGISTRATION)

หน้าที่ ลงทะเบียนการเข้าพักของแขก CHECK – IN และ CHECK – OUT

บทบาท - ยืนประจำตำแหน่งในส่วนของ FRONT DESK

-ลงทะเบียนการเข้าพักของแขกแต่ละคน

-หาห้องพักให้แขก

-ทำสถิติการเข้าพักของโรงแรม

-ต้อนรับแขก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรม - กล่าวต้อนรับและแจ้งชนิดห้องพักแก่แขก ตรวจหาชื่อที่แขก Book ไว้โดยตรวจดูจากคอมพิวเตอร์ที่ COUNTER

- ทำการ CHECK – IN ให้กับแขกโดยให้แขกเซ็นชื่อ ที่อยู่ วัน เดือน ปี เกิด สัญชาติ อาชีพ การทำงาน ในสำคัญประจำตัวต่างด้าว บัตรประจำตัวประชาชน ลงในใบกรอก เรียกว่า บัตรจดนามผู้เช่าพัก ระยะเวลาและการเลิกพักในเวลาใด วันใด

- เมื่อแขกเซ็นชื่อแล้ว พนักงานจะทำการกรอกตัวเลข ที่ยังไม่ได้กรอกขอใบสำคัญ เช่น PASSPORT หรือบัตรประชาชนเพื่อให้ถูกต้อง

- จากนั้นหยิบ ROOM CARD ให้กับแขกแล้วพนักงานนำไปยังห้องพัก

- เมื่อทำการ CHECK – IN เรียบร้อยแล้วจะนำไปบันทึกลงคอมพิวเตอร์ เพื่อทำสถิติและนำไปตรวจกับกองตรวจคนเข้าเมือง จากนั้นออกบิลห้องพักแขก นำไปส่งให้กับ CASHIER เพื่อคิดจำนวนเงินอีกที

- ทำการลงทะเบียนประจำวัน ว่ามีผู้มาพักจำนวนเท่าไร

- โทรศัพท์ไปทางแผนกแม่บ้าน เพื่อติดต่อว่าแขกเข้าพักห้องไหนเพื่อจัดเตรียมการบริการให้เรียบร้อย

- กรณีที่แขกขอย้ายห้องพัก ให้ตรวจว่าห้องไหนว่าง จากนั้นรับกุญแจคืนและให้ ROOM CARD ใหม่แก่แขก ทำการป้อนข้อมูลเข้าคอมพิวเตอร์ จากนั้นนำไปเปลี่ยนห้องให้แก่ CASHIER จะได้ทำการต่อสายโทรศัพท์และจัดเตรียมการบริหารห้องใหม่ให้เรียบร้อย

- ทำการตอบข้อซักถามและคอยต้อนรับ

- กรณีที่อุปกรณ์บริเวณ FRONT DESK เสียหาย ติดต่อแผนกช่างให้ทำการซ่อมแซม

3.2.2.1.2 ประชาสัมพันธ์ (INFORMATION)

หน้าที่ ให้ข่าวสารและตอบคำถามแขกผู้มาพัก

บทบาท - ต้อนรับแขกที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรม

- ตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำแก่แขก

- แจกเอกสารและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณเกาะมุกต์ รวมทั้งแนะนำการหาซื้อสินค้าและของที่ระลึกตามความเหมาะสม

- บริการด้านไปรษณีย์และโทรเลข

พฤติกรรม - เมื่อ แขกเข้ามาถามปัญหาหรือต้องการทราบข้อมูลการทท่องเที่ยว ก็จะคอยตอบในตำแหน่ง COUNTER ที่ยืนอยู่ คอยแจกเอกสารแนะนำเกาะมุกต์

- เมื่อมีผู้มาติดต่อกับแขกที่พัก ก็จะแจ้งชื่อ นามสกุล ให้แก่พนักงานเพื่อไปตรวจที่ INFORMATION ซึ่งจะใส่ชื่อแจกเรียงตามตัวอักษรและหมายเลขห้องพัก

- มีตารางราคาห้องพัก คอยบริการแก่แขกที่ต้องการทราบรายละเอียด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โทรศัพท์ติดต่อแผนกต่าง ๆ พนักงานจะรับข้อความที่มาถึงแล้วแจ้งไปยังแขก รับจดหมายจากบุรุษไปรษณีย์ ทำการแยกชื่อห้องแล้วนำไปเสียบไว้ที่ KEY RACK ตรงบริเวณลงทะเบียน

- พนักงานรับข้อความจากแขกที่ต้องการส่งไปยังห้อง TELEX และรับข้อความที่ส่งมาโดย TELEX ให้แก่แขกทางช่อง KEY RACK พนักงานฝ่ายทะเบียนจะเป็นผู้นำไปให้แก่แขก เมื่อแขกมารับกุญแจ

- INFORMATION ทำหน้าที่เป็น FRONT CASHIER และ SAFE DEPOSIT

3.2.2.1.1 FRONT CASHIER

หน้าที่ เก็บค่าบริการต่าง ๆ และแลกเปลี่ยนเงินแก่แขก

บทบาท - รับบิลจากแผนกทะเบียนมาจัดเก็บเข้าแฟ้ม

- คิดเงินค่าห้องของแขกทุกวัน

- ตรวจไปยังแผนกต่าง ๆ ว่าแขกเข้าไปใช้บริการอะไรบ้าง เป็นเงินเท่าไร

- CHECK OUT ให้แก่แขก

- แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

พฤติกรรม - รับบิลจากแผนกทะเบียน เมื่อแขกเข้ามาพักมาจัดเก็บเข้าแฟ้ม

- พนักงาน CASHIER นำบิลดังกล่าวของทุกห้องเข้าตรวจทุกวัน เป็นการคิดเงินค่าห้องพักแขกประจำวัน เมื่อแขกมา CHECK OUT จะโทรถาม MAID ว่า แขกที่พักห้องนี้ ชื่อนี้ ได้เปิดบริการอะไรบ้าง จะได้ทำการออกบิล และโทรไปถาม OPERATOR ว่าแขกห้องนี้โทรศัพท์แก่ครั้ง แล้วโทรไปที่หน่วยอื่น ๆ ว่าแขกใช้บริการอะไรบ้าง โดยนำบิล ไปเข้าเครื่องรวมจำนวนเงินที่แขกใช้ทั้งหมดที่ฝ่ายทะเบียน

- รับเงินค่าบริการจากแขก

- ตรวจนับยอดเงินที่ได้รับไปยังแผนกบัญชี

- ถ้าแขกต้องการแลกเปลี่ยนเงินตรามาเป็นเงินไทย ก็ต้องทำการแลกเปลี่ยน ในอัตราสากลมี BORD แสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินติดไว้ให้แขกดู

- จะต้องมีที่เก็บเงิน จำแนกเงินในสกุลต่าง ๆ อย่างเป็นหมวดหมู่และเป็นสกุลด้วย

3.2.2.1.4 BELL CAPTION

หน้าที่ ควบคุมการทำงาน BELL BOY

บทบาท - ควบคุมการทำงานของ BELL BOY ให้มีประสิทธิภาพ

- ถ้าแขกมามาจะต้องช่วยเหลือ BELL BOY

- รับโทรศัพท์ที่มาถึงแขกและส่งให้ BELL BOY ไปเชิญแขกมารับโทรศัพท์

พฤติกรรม - นั่งทำงานบริเวณ COUNTER

- ควบคุมการทำงานของ BELL BOY ถ้าแขกมาจะต้องคอยช่วยขนของ

- กรณีที่แขก CHECK OUT แล้วต้องการฝากของไว้ พนักงานจะต้องออกตั๋วและตรวจว่าแขกมี BILL CHECK OUT หรือไม่ จากนั้นนำกระเป๋าไปเก็บใน BAGGAGE ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- คอยรับโทรศัพท์บริเวณ COUNTER เมื่อแขกต้องการคนไปขนกระเป๋าบนห้องพักเพื่อจะ CHECK OUT จะออกคำสั่งให้ BELL BOY ไปตามตัวแขกมารับโทรศัพท์

3.2.2.1.5 BELL BOY

หน้าที่ บริการขนกระเป๋าเดินทางและสัมภาระให้กับแขก

บทบาท - ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ CHECK IN แล้วไปยังห้องพัก

- ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ CHECK OUT ไปที่เรือโดยสาร

- ตามแขกมารับโทรศัพท์

พฤติกรรม - อยู่ประจำทางเข้า

-ออกไปรับกระเป๋าเพื่อนำมายัง COUNTER เพื่อ CHECK IN

- นำกระเปาไปยังห้องพักแขก

- รับคำสั่งจาก BELL CAPTAIN ว่าห้องไหน CHECK OUT แล้วขึ้นไปขนกระเป๋าลงมา

- เมื่อแขก CHECK OUT ขนกระเป๋าเดินทางของแขกไปที่เรือโดยสาร

- กรณีที่แขกฝากของไว้ ต้องออกตั๋วเพื่อสะดวกในการรับคืน จากนั้นนำกระเป๋าไปเก็บใน BAGGAGE ROOM

- ถ้ามีโทรศัพท์มาถึงแขก จะต้องเป็นผู้ไปตามแขก

3.2.2.1.6 RESERVATION

หน้าที่ รับจองห้อง

บทบาท คอยรับความประสงค์แขก ว่าต้องการห้องพักจำนวนเท่าไร แบบไหน

พฤติกรรม - คอยรับโทรศัพท์ของแขกที่มาติดต่อ หรือที่มาติดต่อด้วยตนเอง เพื่อทราบความต้องการขนาดของห้องและจำนวนห้อง

-ตรวจกับฝ่ายทะเบียนแล้วแจ้งว่าห้องที่ต้องการหรือไม่

-เมื่อตกลงเรียบร้อยแล้ว ทำบัตรจองห้องให้แก่แขกและถ้ามีแขกเพิ่มภายหลังก็จะส่งไปฝ่ายทะเบียนเพื่อรอรับการมาของแขก

3.2.2.2 พฤติกรรมภายในส่วนของ Lounge

ผู้ให้บริการ มีการทำงานแบ่งออกเป็น 3 ผลัด ๆ ละ 4 คน ดังนี้

ผลัดที่ 1 06.00 – 19.00 น.

ผลัดที่ 2 14.00 – 22.00 น.

ผลัดที่ 3 22.00 – 06.00 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2.2.1 BARTENDER จำนวน 1 คน

หน้าที่ ผสมเครื่องดื่มและจัดอาหารว่าง

บทบาท - ตอบรับรายการจากพนักงานบริการ

- ผสมเครื่องดื่มและจัดอาหารว่าง

พฤติกรรม - รับรายการพนักงานบริการแล้วนำไปไว้ที่ COUNTER

-จัดรายการตามที่สั่ง

- วางไว้บน COUNTER พนักงานจะนำไปส่งให้แก่แขก

- พนักงานจะนำบิลวางไว้ 1 ใบและเก็บไว้ที่ CASHIER 1 ใบ

3.2.2.2.2 พนักงานบริการ จำนวน 2 คน

หน้าที่ ให้บริการแก่แขกที่มานั่ง Lounge

บทบาท - ให้บริการแก่แขกและดูแลความเรียบร้อย

พฤติกรรม - คอยยืนอยู่เพื่อแขกจะได้เรียกใช้สะดวก

-นำรายการอาหารไปไว้ที่ COUNTER ผสมเครื่องดื่ม

- นำเครื่องดื่มไปให้แก่แขกและคิดเงินเมื่อแขกจะกลับ

3.2.2.2.3 CASHIER จำนวน 2 คน

หน้าที่ คิดค่าบริการและเก็บเงิน

บทบาท - รับรายการจากพนักงาน

-คิดเงินและเก็บเงิน

-ทำบัญชีส่งฝ่ายบัญชีของโรงแรมต่อวัน

พฤติกรรม -นั่งบริเวณ COUNTER CASHIER

-รับรายการจากพนักงาน

-คิดเงินและเก็บเงิน ทอนเงิน ทำบัญชี

- รูดบัตรลงบัญชีในคอมพิวเตอร์ ในกรณีที่แขกใช้ ROOM CARD จ่ายเงินแทนเงินสด

3.2.2.3 พฤติกรรมภายในส่วนของ RESTAURANT

เปิดบริการตั้งแต่เวลา 10.00 – 22.00 นง

ผู้ให้บริการ มีการทำงานแบ่งออกเป็น 2 ผลัด ดังนี้

ผลัดที่ 1 10.00 – 16.00 น.

ผลัดที่ 2 16.00 – 22.00 น.

3.2.2.3.1 MANAGER

หน้าที่ ควบคุมความเรียบร้อยในร้านอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทบาท - รับคำสั่งจากฝ่ายบริหารแล้วประสานกับพนักงานในความรับผิดชอบ

-ตรวจความเรียบร้อย

-แนะนำและปรับปรุงการบริการอยู่เสมอ

พฤติกรรม -ดูแลความเรียบร้อยกับผู้ช่วย

-คอยต้อนรับและแนะนำแขก

3.2.2.3.2 SUPERVISOR

หน้าที่ ดูแลการปฏิบัติงานภายในห้องที่รับผิดชอบ หรืออาจปฏิบัติงานแทนผู้จัดการ

บทบาท - รับคำสั่งจากผู้จัดการ ทำหน้าที่และรับผิดชอบ

-ดูแลต้อนรับแขก

-ดูแลพนักงานให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

พฤติกรรม -แนะนำแขก พาไปนั่ง

-ช่วยเรียกพนักงานบริการ

-นำบิลมาให้แขกเมื่อเรียกเก็บเงิน

3.2.2.3.3 CASHIER

หน้าที่ ดูแลความเรียบร้อยเกี่ยวกับการเงิน

บทบาท -ตรวจดูยอดเงินแต่ละโต๊ะ

-รับเงินเข้าบัญชี ทอนเงิน

-ทำบัญชียอดขายในแต่ละวัน

พฤติกรรม -พนักงานนำใบสั่งของจากแขกมาไว้หน้าโต๊ะ CASHIER และ CASHIER นำมาจากช่องคิดเงินส่งบิลให้พนักงานบริการไปเก็บเงิน

-แขกที่พัก อาจใช้ ROOM CARD ลงบัญชีได้ พนักงานบริการจะนำ ROOM CARD จากแขกมาให้ CASHIER เพื่อรูดบัตรลงบัญชีไว้ในคอมพิวเตอร์ แล้วส่งไปยังฝ่ายทะเบียน

-เมื่อห้องอาหารปิด รวมยอดเงินให้ตรงกับใบเสร็จ

-นำบัญชีเสนอต่อผู้จัดการและฝ่ายบัญชี

3.2.2.3.4 พนักงานบริการ

หน้าที่ บริการเสิร์ฟอาหารแก่ผู้มารับบริการ

บทบาท - เข้าทำงานก่อนเวลา 30 นาที

-ใส่เครื่องแบบสะอาดเรียบร้อย

-ตรวจอุปกรณ์ใน SERVICE STATION ให้ครบถ้วน

พฤติกรรม -ช่วยกันจัดโต๊ะโดยปูผ้า จัดช้อนซ้อม แก้วน้ำ จาน ชามและเชิงเทียน แผ่นรองจาน ให้อยู่สภาพเรียบร้อย พร้อมใช้ได้ทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-คอยรับคำสั่งจากผู้จัดการและผู้ช่วย

-เรียนรู้รายการอาหาร

-เมื่อแขกเข้ามาคอยบริการกล่าวทักทาย

-ถามแขกว่าต้องการเครื่องดื่มก่อนหรือไม่ ถ้าต้องการจะเขียนใบสั่งไปให้ BARTENDER เมื่อเสริฟเรียบร้อย ยืนคอยรับคำสั่งอาหารจากแขก

-รับคำสั่งและทบทวน เขียนใบสั่งไปที่ครัว ซึ่งจะมีพนักงานยกออกมาที่ STATION นำไปส่งให้แขก

-คอยเติมเครื่องดื่ม คอยถามว่าต้องการอะไรเพิ่มหรือไม่

-เมื่อแขกทานอาหารเสร็จแล้ว เก็บโต๊ะ ส่งไปยังครัวแล้วถามแขกว่าต้องการอะไรเพิ่มหรือไม่ หลังอาหารเสนอรายการของหวาน เมื่อคิดเงินนำบิลจาก CASHIER ให้ในกรณีที่แขกใช้ ROOM CARD ให้นำ ROOM CARD ไปที่ CASHIER เพื่อคิดเงินแล้วนำมาคืน

3.2.2.4 **ส่วนบริหาร (ADMINISTRATION)**

ฝ่ายบริหาร ผู้จัดการโครงการ (GENERAL MANAGER)

บทบาท รับผิดชอบกิจกรรมและธุรกิจของโครงการทุกด้าน บริการและควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ รับผิดชอบการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งหมดเดียวกันก็ประสานงานด้านต่าง ๆ ให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องและราบรื่น

หน้าที่ -วางเป้าหมาย (TARGENTING)

-วางแผนการทำงาน (PLANNING)

-สื่อสารสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีภายในโครงการ (COMMUNICATION) มอบหมายงานที่ถูกต้องเหมาะสม (ASSIGNING)

-แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ (PROBLEM SOLVING)

-ประเมินผลและปรับปรุงการปฏิบัติงาน (EVALUATION & IMPROVEMENT)

ผู้บังคับบัญชาโดยตรง คณะกรรมการ (BOARD OF COMMITTEE)

หน้าที่ -จัดวางระบบบริหารประจำวันตามลำดับความสำคัญ

-อ่านจดหมาย เอกสารและบันทึกต่าง ๆ เพื่อแยกประเภทและส่งไปยังแผนกที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบความถูกต้องอย่างละเอียด ก่อนเข้าเซ็นชื่อและส่งออก

-ประชุมประจำวันกับหัวหน้าแผนกต่าง ๆ หรือประชุมกับลูกค้าผู้ใช้บริการ

-สำรวจความเรียบร้อยภายในโครงการ อย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง โดยสำรวจความสะอาด การบริการ ความสุภาพของพนักงาน สำรวจทั่ว ๆ ไปและสิ่งของเพื่อการเผยแพร่ส่งเสริมการขาย สำรวจการซ่อมแซมและการบำรุงรักษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-ปรึกษาหารือเป็นประจำวันกับหัวหน้าแผนกบัญชีของโครงการในเรื่องบันทึกรายได้ประจำวัน (DAIRY REPORT) การประมาณการ (FORECAST) การซ่อมแซมและบำรุงรักษา (REPAIR & MAINTENANCE) รายรับ รายจ่ายและเงินกระและรายวัน สินเชื่อ (CREDIT)

-จัดงานเลี้ยงอาหารหรือเลี้ยงคอกเทล แก่ผู้มาใช้โครงการในบางครั้งหรืออาจเชิญบุคคลสำคัญจากส่วนรายการ จากธุรกิจการค้าหรือบุคคลสำคัญที่มาใช้บริการมาเลี้ยงรับรองหรือคณะกรรมการและเจ้าของโครงการมาประชุม

-เข้าร่วมงานสังคมหรือสังสรรค์กับบุคคลในท้องถิ่น

-ตรวจตรางานโฆษณาและประชาสัมพันธ์

-ปรึกษากับแผนกขาย

-ปรึกษากับแผนกบุคคลในเรื่องการฝึกอบรม

-แสวงหาความคิดริเริ่มในการปรับปรุงสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกโครงการให้ดียิ่งขึ้น

-ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในด้านสาธารณูปโภคจากรายงานแผนกช่างและแผนกอื่น ประกอบด้วย

1. ฝ่ายการเงินและการบัญชี (CONTROLLER & ACCOUNTANT)

แผนกบัญชี (ACCOUNTING DEPARTMENT)

หัวหน้าแผนกบัญชี (CHIEF ACCOUNT)

บทบาท ควบคุมบันทึกรายงานบัญชีทุกประเภท ตลอดจนทรัพย์สินทั้งหลายของโครงการบริหารงานทั้งหมดที่เกี่ยวกับการเงินการบัญชีในแผนก ควบคุมกระแสเงินสดและทรัพย์สินอื่นทั้งหมดของโครงการ

หน้าที่ -จัดและรักษาระบบควบคุมภายในและการตรวจสอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจของโครงการ

-จัดระบบการบันทึกทางบัญชีให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและกำหนดวิธีจัดทำบัญชีตามนโยบายของคณะกรรมการ

-การเก็บรักษาสัญญาและสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นเอกสารและข้อมูลตามข้อกำหนดของทางราชการซึ่งจะมีผลต่อสถานภาพทางการเงินของโครงการ

-ควบคุมกำกับดูแลเกี่ยวกับภาษีทั้งหมดของโครงการให้อยู่ในระบบที่ถูกต้อง

-ตรวจสอบและอนุมัติการจ่ายเงินและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้เป็นไปตามขั้นตอน

-ติดตามและตรวจสอบบันทึกรายงานต่าง ๆ เกี่ยวกับการเงินการบัญชี ที่มีอยู่ประจำวัน-สัปดาห์/เดือน

-ควบคุมดูแลและจัดทำบัญชีลูกหนี้ เจ้าหนี้บัญชีต่าง ๆ รายงานทางสถิติต่าง ๆที่จำเป็น

-ช่วยหัวหน้าแผนกต่าง ๆ ในการตั้งและปรับปรุงงบประมาณประจำปีและจำเป็นต้องรับผิดชอบในการทำรายงานเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงกับที่ได้ประมาณการไว้

- ติดต่อ เก็บสัญญาและการประกันภัยต่าง ๆ

สมุห์บัญชี (ASS ACCOUNTANT)

บทบาท รับผิดชอบต่อรายการเงินตลอดจนการวิเคราะห์ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าที่ -จัดเตรียมรายงานประจำปี/เดือน ในเรื่องบัญชีกำไร ขาดทุน งบดุลและแนวโน้มการปฏิบัติงาน

-จัดทำบัญชีหุ้นธนาคาร บัญชีของผู้ประกอบการให้ตรงต่อความเป็นจริงและทันสมัยเสมอ

-จัดเตรียมการวิเคราะห์บัญชีประจำเดือน สภาพการข้อตกลงแลกเปลี่ยน

-จัดทำบันทึกรายงานการปฏิบัติงานของแผนกอาหารและเครื่องดื่มทุกสามเดือนให้สมบูรณ์เพื่อได้ทราบกำไรขาดทุนของภัตตาคาร คลับและบริการอื่น ๆ ที่มีโครงการ

แคชเชียร์ใหญ่ (GENERAL CASHEIR)

บทบาท รวบรวมยอดเงินฝากประจำวันและจัดทำบัญชีเงินสดรายวัน รวมทั้งยอดเงินสดในมือ

หน้าที่ -รวบรวมและนับเงินสดในรายการต่าง ๆ ที่ได้รับฝากแต่ละแผนกให้ถูกต้องตรงกับยอดเงินที่ระบุไว้

-รับและลงบันทึกการรับเงินสดประจำวันและเช็คที่ได้รับไปรษณีย์ลงในสมุดรายงานประจำวัน

-เตรียมและจัดทำฝากธนาคารรายวัน

-นับและตรวจสอบเงินคงคลังของแผนกทุกวันและเบิกทดแทนสำหรับยอดที่จ่ายไป

หน่วยจัดซื้อ (PURCHASING DEPARTMENT)

หัวหน้าหน่วยจัดซื้อ

บทบาท ควบคุมการจัดซื้อทุกสิ่งทุกอย่าง ตามความต้องการของทุกหน่วยทุกแผนก เพื่อให้โครงการดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หน้าที่ -ทำงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริการและแผนกบัญชีในเรื่องการควบคุมการจัดซื้อ

-กำหนดขั้นตอนและแบบฟอร์มสำหรับการขอซื้อ ให้แก่หน่วยต่าง ๆ เพื่อใช้ในการขอซื้อ

-รับใบขอซื้อหรือความต้องการซื้อจากหน่วยงานต่าง ๆ ในกรณีที่จะต้องซื้อสิ่งของที่มีราคาสูง เช่น พวกเครื่องมือหรือวัสดุก่อสร้างต่าง ๆ จำเป็นต้องตรวจสอบว่าการซื้อนั้นอยู่ในงบประมาณหรือไม่

-เก็บรักษาแฟ้ม สมุดแจ้งรายการสินค้า บัญชีรายชื่อคุณลักษณะโดยละเอียดของสินค้า สิ่งของและอุปกรณ์

-ซื้อให้ถูกต้องตามความต้องการ ตามคุณลักษณะเฉพาะและตามราคาที่ถูกที่ควรของสินค้าหรืออุปกรณ์ทุกชนิด

-พบปะตัวแทนฝ่ายขายจากบริษัทผู้แทนจำหน่าย เพื่อทราบถึงความเคลื่อนไหวด้านราคาและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

-ติดต่อประงานงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานในรายละเอียดสินค้าและอุปกรณ์ของใช้ทุกชนิด

แผนกบุคคล (HUMAN RESOURCE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวหน้าแผนกบุคคล (PERSONNEL MANAGER)

บทบาท จัดระบบ จำแนกหน้าที่ของพนักงาน การว่าจ้างแรงงาน วางหลักเกณฑ์ในเรื่องที่เกี่ยวกับบุคลากรและความสัมพันธ์

หน้าที่ -จัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานเป็นลายลักษณ์อักษรให้ฝ่ายบริหารอนุมัติให้และจัดพิมพ์เพื่อเป็นแนวทางให้พนักงานของโครงการถือปฏิบัติ

-เจรจา ช่วยฝ่ายบริหารในการทำข้อตกลง สัญญา การว่าจ้างแรงงานและเรื่องแรงงานสัมพันธ์

-รับผิดชอบภารกิจด้านบุคลากรต่าง ๆ เช่น การว่าจ้าง การประกัน การฝึกอบรม การให้รางวัลตอบแทนความดีความชอบ การบันทึกทะเบียนประวัติ การจ่ายเงินทดแทนในกรณีเลิกจ้าง

-สัมภาษณ์ผู้สมัครงานบางตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายและเป็นผู้ติดต่อกับผู้สมัครในเรื่องการว่าจ้าง

-รับผิดชอบการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานทั้งนี้เพื่อให้พนักงานเหล่านั้นสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้ช่วยหัวหน้าแผนกบุคคล (ASSISTANT PERSONNEL MANAGER)

บทบาท ช่วยเหลือหัวหน้าแผนกบุคคลในทุกเรื่องและจัดการเรื่องวีซ่า (VISA) ใบอนุญาตทำงาน (WORK PERMIT) ของชาวต่างประเทศ ที่เป็นพนักงานของโครงการและดำเนินการในเรื่องการชำระภาษี

หน้าที่ -จัดการเรื่องวีซ่าเข้าประเทศ ใบอนุญาตทำงานในประเทศและการชำระภาษีให้กับพนักงานที่เป็นชาวต่างประเทศ ตลอดจนพนักแสดงที่มาแสดงโครงการ

-จัดทำและดำเนินการต่ออายุใบอนุญาตต่าง เช่น กิจการห้องพัก ห้องอาหาร การขายสุราและบุหรี่ การขายอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างเวลาห้ามขาย ใบอนุญาตการใช้เครื่องขยายเสียง การจุดดอกไม้ไฟ การใช้เครื่องจักรบางชนิดและอื่น ๆ

-จัดทำรายงานสรุปผลการทำงานของพนักงานในรอบสัปดาห์

-ดูแลแผ่นป้ายประกาศของโครงการ

สรุปงานแผนกบุคคล

-มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการว่าจ้างพนักงานและฝึกอบรมพนักงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน

-มีหน้าที่รักษากฎระเบียบ ข้อบังคับ ให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาของฝ่ายบริหาร ทั้งยังเป็นผู้ร่างกฎระเบียบข้อบังคับเสนอให้ฝ่ายบริหารอนุมัติใช้

-ดำเนินการฝึกอบรมพนักงานเพื่อประสิทธิภาพที่ดีขึ้น มีหน้าที่รับผิดชอบงานฝ่ายบุคคล เช่น การว่าจ้าง การประกัน การเก็บประวัติพนักงาน ฯลฯ

- เป็นผู้สัมภาษณ์ผู้สมัคร สอบประวัติผู้สมัครก่อนรับเข้าเป็นพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ช่าง (ENGINEERING DEPARTMENT)

หัวหน้าแผนกช่าง (CHIEF ENGINEER) และช่างเฉพาะเรื่อง

บทบาท บริหารงาสนและรับผิดชอบงานในแผนกช่างและเรื่องที่เกี่ยวกับงานช่างทั้งหมด

หน้าที่ - รับผิดชอบการซ่อมบำรุงรักษาควบคุมการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ในแผนก เช่น หน่วยช่างทีสี หน่วยช่างไม้ ช่างไฟฟ้า ช่างประปา ช่างปูน และช่างเฟอร์นิเจอร์

-ทำงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริหาร หัวหน้าแผนกบัญชี หัวหน้าหน่วยจัดซื้อ โดยพิจารณาการซื้ออุปกรณ์ใหม่เพื่อใช้แทนของเก่า เช่น เฟอร์นิเจอร์ วัสดุก่อสร้าง การก่อสร้างหรือการปรับปรุงแก้ไขอาคาร

-ประสานงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยซักรีด พนักงานซักรีด (LAUNDRY) หน่วยแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

-เดินตรวจงาน ดูแล สภาพของอาคารและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ทั่วโครงการ โดยเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้

-ปรึกษาหารือกับผู้รับเหมา (CONTRACTOR) เรื่องการติดตั้ง ซ่อมแซม โดยประสานงานของผู้รับเหมาให้สอดคล้องกับพนักงานในแผนก

-รับผิดชอบโครงการปรับปรุงห้อง เฟอร์นิเจอร์ การซ่อมม่านและการทดแทนของที่ชำรุด

-ปรึกษากับฝ่ายบริหาร ในการขายบริการและอุปกรณ์ อาทิ การใช้พลังงาน การใช้น้ำ การใช้เครื่องปรับอากาศและเฟอร์นิเจอร์สำหรับจัดงานเลี้ยงหรืองานบริการต่าง ๆ จัดระบบบันทึกรายงานการปฏิบัติงานของพนักงาน มีหน้าที่ควบคุมพัสดุตลอดจนควบคุมเรื่องค่าใช้จ่าย ค่าจ้าง เงินเดือนในแผนกอย่างใกล้ชิด

3.2.2.5 ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม (FOOF AND BEVERAGE DEPARTMENT)

หัวหน้าแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (FOOF AND BEVERAGE DEPARTMENT)

บทบาท รับผิดชอบการปฏิบัติงานทั้งหมดทุกหน่วยในแผนกและประสานงานกับทุกหน่วยในแผนกต่างๆ

หน้าที่ -ตรวจสอบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยในแผนก

-ประชุมหารือกับหน่วยบริหารในเรื่องบันทึกรายงาน การประมาณการต่าง ๆ นโยบายงบประมาณและการวางแผนในอนาคต (REPORT, FORECAST BUDGET, POLICIES & FUTURE PLANNING)

-ติดต่อปรึกษาหารืออย่างใกล้ชิดกับหัวหน้าแผนกบัญชี หัวหน้าหน่วยซักรีด

-กำหนดมาตรฐาน คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อการจัดซื้อ

-สอบถามในเรื่องราคาสินค้า แหล่งขายเงินสด (SALES) ราคาของอาหาร เครื่องดื่ม แนวโน้มของธุรกิจ เป็นต้น

-จัดทำรายงานสำหรับฝ่ายบริหารในเรื่องงบประมาณ ทั้งในด้านค่าจ้าง (PAY ROLL) และรายได้ (REVENUE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-หมั่นพบกับผู้ขายสินค้า (PURVEYORS) เพื่อเรียนรู้และรับทราบถึงผลิตภัณฑ์ หรือวิธีการใหม่ ๆ หาโอกาสพบกับผู้ใช้บริการของโครงการเพื่อให้ทราบว่ามีข้อติชมเกี่ยวกับเรื่องอาหารและเครื่องดื่มอย่างไรบ้าง

-แสวงหาความรู้และความชำนาญเพิ่มเติมในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มอยู่เสมอ เพื่อให้มีความทันสมัยในเรื่องนี้อยู่เสมอ

หัวหน้าพ่อครัว (EXECUTIVE CHEF)

บทบาท กำกับดูแลและประสานงานทั้งหมดที่เกี่ยวกับการผลิตอาหาร ควบคุมการปฏิบัติงานโดยผ่านสายงานทางผู้ช่วยหัวหน้าพ่อครัว (SOUS CHEF) และพ่อครัว (COOKS)

หน้าที่ -กำกับดูแลและประสานงานด้านการเตรียมอาหารทั้งหมดภายในโครงการ

-สำรวจตรวจครัวต่าง ๆ และบริเวณที่ใช้ประกอบอาหารเพื่อให้ทราบสมรรถภาพการทำงาน วิธีการทำงานและความคืบหน้าของงานครัว ทั้งการเตรียมและการผลิตอาหาร

-สาธิตวิธีการและตำรับอาหารใหม่ให้แก่พ่อครัวเพื่อปรับปรุงการเตรียมอาหารของพ่อครัว แนะนำเครื่องปรุงและวิธีการใหม่ ๆ

-จัดทำรายการอาหาร (MENU) โดยใช้อาหารที่มีอยู่ตามฤดูกาลและตามความต้องการของธุรกิจขณะนั้นหรือความนิยมในขณะนั้น

-ปรึกษาหารือกับผู้ช่วยหัวหน้าพ่อครัวและหัวหน้าแผนกอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงหรือทดแทนด้านอุปกรณ์เครื่องใช้

-ทำงานอย่างใกล้ชิดกับหัวหน้าหน่วยจัดซื้อ พนักงานในหน่วย

-ศึกษาความเคลื่อนไหวหรือการเปลี่ยนแปลงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยจัดเลี้ยง หน่วยภัตตาคาร เพื่อจัดระบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่ายต่าง ๆ เพื่อผลทางธุรกิจและทำอาหารได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

-ตรวจสอบคุณภาพอาหารสดที่สั่งจากผู้ขาย โดยทำงานร่วมกับหน่วยจัดซื้อ

กัปตัน (CASPTAIN)

บทบาท คอยให้บริการแก่แขกในการบริการด้านอาหาร โดยให้แขกรู้สึกได้รับการเอาใจใส่ตลอดเวลาและดูแลให้การปฏิบัติงานของลูกน้องเรียบร้อยเสมอ

หน้าที่ คอยตรวจตราการให้บริการ การจัดโต๊ะ จาน ชาม การเก็บกวาด ล้างภาชนะทุกวัน ดูแลความเสียหายที่เกิดขึ้นกับภาชนะ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการบริการ ตรวจเช็คและรายงานหัวหน้า

พนักงานบริการเสิร์ฟอาหาร (WAITER)

บทบาท คอยให้บริการรับสั่งและเสิร์ฟอาหารแก่แขกด้วยความสุภาพเรียบร้อย

หน้าที่ คอยจัดโต๊ะอาหาร เก็บถ้วย จาน ชาม เปลี่ยนผ้าปูโต๊ะ จัดดอกไม้ประจำโต๊ะ รับสั่งและส่งอาหารมาเสิร์ฟต่อแขก พร้อมกับสนองความต้องการของแขกตลอดเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พนักงานส่งอาหาร (BUS BOY)

บทบาท คอยรับส่งรายการอาหารจากส่วนบริการไปยังครัวและนำอาหารที่เสร็จแล้วมาส่ง

หน้าที่ คอยช่วยเหลือการจัดเตรียมโต๊ะและบริเวณให้บริการอาหาร ขนย้ายเบิกของจากแผนกจัดซื้อมายังแผนกทำครัว เตรียมของตามคำสั่งพ่อครัว หรือกัปตันในการทำอาหารและรับส่งอาหารจากครัวไปยังส่วนบริการพร้อมกับขนถ่ายภาชนะใช้แล้วกลับมายังครัวด้วย

ผู้ดูแลด้านเครื่องดื่ม (BEVERAGE SUPERVISION)

บทบาท ควบคุมกัปตันให้ปฏิบัติการบริการแก่แขกในด้านความเรียบร้อยและความพร้อม

หน้าที่ ควบคุมให้การบริการด้านเครื่องดื่มเป็นไปโดยเรียบร้อย ดูแลเครื่องดื่มและของใช้ต่าง ๆ ทุกวันพร้อมกับจัดเตรียมรายการสั่งซื้อเพิ่มเติม ตลอดจนดูแลการบริการของลูกน้อง

หัวหน้าบาร์เทนเดอร์ (HEAD BARTENDER)

บทบาท ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานในด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณบาร์ต่าง ๆ ของโครงการ

หน้าที่ -ดูแลการเตรียมบาร์ก่อนเปิดบริการเพื่อพร้อมที่จะให้บริการ

-ควบคุมการเตรียมเครื่องดื่มและการเสริฟตามสั่ง

-ดูแลการเก็บรักษาเครื่องดื่มให้ถูกต้อง โดยประสานงานกับผู้มีหน้าที่ควบคุมอาหารและเครื่องดื่ม

-แจกจ่ายและเสริมเครื่องดื่มตามคำสั่งของผู้ใช้บริการ

-จดบันทึกเครื่องดื่มที่สั่งให้ลูกค้าผู้ใช้บริการและวางบิลทันทีขณะเสริฟ เพื่อสะดวกในการจ่ายเงิน

-รับเงินหรือใบเรียกเก็บเงินที่ลงนามแล้ว เพื่อส่งต่อไปยังพนักงานเก็บเงินต่อไป

-ทอนเงินให้ลูกค้าผู้ใช้บริการพร้อมทั้งใบรับเงิน

บาร์เทนเดอร์ (BARTENDER)

บทบาท รับผิดชอบประจำบาร์ดึกอย่างที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้าบาร์เทนเดอร์

หน้าที่ -จัดเตรียมบาร์เพื่อการบริการ

-ปัด กวาด ถูก บริเวณเคาน์เตอร์บาร์และใกล้เคียงให้สะอาด น่าดู

-จัดแก้ว เตรียมอุปกรณ์ผสมเครื่องดื่มให้พร้อม วางให้ถูกที่เพื่อความสะดวกและรวดเร็วเวลาปฏิบัติงาน

-เมื่อได้รับคำสั่งให้เตรียมเครื่องดื่มด้วยความรวดเร็วถูกต้องตามคำสั่ง

-ตรวจบันทึกหรือสอบทานของคงคลังประจำบาร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-รักษาระดับต่ำสุดและสูงสุดของคงคลังของบาร์และรายการเครื่องดื่ม รวมทั้งเก็บรักษาใบเบิก ใบรับโอน (TRANSFER RECEIPT) ทำบันทึกการขายเครื่องดื่ม ส่งสำเนาการขายประจำวันให้แก่ผู้ควบคุมอาหารและเครื่องดื่ม

พนักงานทำความสะอาด (CLEANER)

บทบาท ทำความสะอาดภาชนะต่าง ๆ ในการทำอาหารและเครื่องดื่ม คอยตรวจเช็คของที่แตกเสียหาย แจ้งแก่หัวหน้า

หน้าที่ รับภาชนะที่ใช้แล้วจากส่วนบริการมาทำความสะอาด ตรวจเช็คให้พร้อมที่จะหมุนเวียนไปใช้ได้ตลอดเวลา

3.2.2.6 ส่วนห้องพัก (RESIDENCE)

3.2.2.6.1 แผนกบริการส่วนหน้า (FRONT OFFICE)

การบริหารงานฝ่ายหน้า ฝ่ายหน้าหรือที่เรียกกันว่า หน่วยต้อนรับ RECEPTION) เป็นหน่วยงานที่เสมือนศูนย์รวม เป็นศูนย์การติดต่อระหว่างผู้มาใช้บริการ (GUEST) กับโครงการ หรือการติดต่อเพื่อการอื่น ๆ รวมทั้งการติดต่อในด้านอื่น ๆ ของผู้ใช้บริการระหว่างที่พักอยู่และเมื่อถึงกำหนดวันที่ผู้ใช้บริการออก (CHECK OUT) ก็จะต้องมาชำระเงิน พร้อมกับคืนกุญแจห้องให้กับหน่วยงานนี้

หน้าที่

-จัดระบบการควบคุมห้องพักที่ว่างอยู่และห้องที่จองแล้ว

-ให้การต้อนรับผู้ใช้บริการอย่างสุภาพ

-ทำการรับจองห้องพักของผู้ใช้บริการ

-ลงทะเบียนให้ผู้ใช้บริการเมื่อมาถึงและจัดกุญแจห้องให้

-จัดเตรียมเอกสารการชำระเงินล่วงหน้า เมื่อผู้ใช้บริการจะออก (CHECK OUT)

-จัดบริการขนสัมภาระให้

-จัดการข่าวสารให้ผู้ใช้บริการตามที่ต้องการ

-จัดบริการด้านโทรศัพท์ผู้ใช้บริการ

-จัดดำเนินงานที่เหมาะสมเกี่ยวกับการร้องเรียนของผู้ใช้บริการ

-จัดบริการข่าวสารที่มาถึงผู้ใช้บริการ

-จัดบริการส่งของไปรษณีย์ให้ผู้ใช้บริการ

-จัดบริการขนส่งให้กับผู้ใช้บริการ

-จัดรายการผู้ใช้บริการเข้าพักและออกให้แผนกอื่นทราบ

-ประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ให้ทันการ เพื่อรักษาระดับมาตรฐานของการบริการ

พนักงานส่วนหน้าแบ่งออกเป็น

1. พนักงานต้อนรับ (RECEPTION)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. พนักงานติดต่อโทรศัพท์ (OPERATOR)

3. พนักงานลงทะเบียนและจองห้องพัก (REGISTRATION & RESERVATION)

4. พนักงานคิดเงิน (CASHIER)

5. พนักงานแลกเงินตรา (EXCHANGE)

บทบาท ตรวจสอบชนิดของห้องพักที่มีทั้งหมด ห้องที่ว่างประจำวัน รวมทั้งบริการอื่น ๆ ของโครงการ ราคาอาหาร ราคาห้อง อำนาจการลดราคาที่สามารถทำได้

หน้าที่ -ติดต่อให้คำตอบที่แขกผู้ใช้บริการสอบถามมาเกี่ยวกับเรื่องห้องพัก

-ดำเนินการรับจองห้องด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น ทางจดหมาย, ทางโทรพิมพ์ (Telex), ทางโทรเลข, ทางโทรศัพท์ ด้วยตนเอง

-ควบคุมการยกเลิกการจองห้องและเพิ่มเติมการจอง

-เมื่อได้รับการแจ้งที่แน่นอนจากผู้ใช้บริการ คอยลงบันทึกในแบบฟอร์มแล้วแจ้งไปยังแผนกต่าง ๆ

-เตรียม “NAME SLIP” สำหรับการจองห้องพัก เมื่อมีการจองห้องให้นำ “NAME SLIP” ไปใส่ลงใน “ROOM PACK”

-ประสานงานประจำวันกับงานต้อนรับ เรื่องการจองห้องพักและอื่น ๆ

-เก็บรักษาเอกสารการของห้องพักให้ตรงตามท วัน เดือน ปี ในการจองห้องพักล่วงหน้ารวมกับเอกสารการติดต่อ

-หลักฐานใบสำคัญการจ่ายเงินล่วงหน้า ให้ส่งไปยังฝ่ายบัญชี

งานรับของห้องพักมีการติดต่อโดยตรง เพื่อการจองห้องพักและบริการอื่นของโครงการ

-แผนกขายของโครงการ (Sales Dep.)

-บริษัทนำเที่ยว (Travel Agency)

-บริษัทค้าขายอื่น ๆ (Firm/Company)

-หน่วยงานของรัฐบาล (Gov.Office)

-สถานทูต (Embassies)

- สายการบิน (Air Line)

-ลูกค้าที่มาติดต่อด้วยตนเอง (Self)

งานต้อนรับ (RECEPTION)

งานต้อนรับเป็นงานที่ให้บริการความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ นับแต่เมื่อมาถึง ขณะพักอยู่และเมื่อจากไป เป็นงานที่ต้องเตรียมพร้อมอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้บริการต่อผู้ใช้บริการทั้งที่พักอยู่และที่จะเข้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาพักซึ่งไม่ทราบว่าจะมาเมื่อใด ควรจะอยู่ในที่ที่แขกมองเห็นและทำงานร่วมกับ BELL, CAPTAIN, OPERATOR และ INFORMATION

งานต้อนรับ เป็นงานส่วนหน้าของโรงแรมซึ่งจะต้องคอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ฉะนั้น การทำงานของงานต้อนรับจึงแบ่งออกเป็น 3 ผลัด

-MORNING SHIFT (กะเช้า)

-EVENING SHIFT (กะเย็น)

-OVERNING SHIFT (กะกลางคืน)

-ต้อนรับแขกผู้ใช้บริการ ให้ลงทะเบียน จัดห้องให้ จัดการย้ายห้องให้ตามความต้องการ

-ควบคุม ROOM PACK ประจำวัน

-ดำเนินการเรื่องกุญแจห้องพัก

-ประสานงานกับการขนส่งสัมภาระ, งานบริการรับส่ง, งานส่งของไปรษณีย์

-ประสานงานกับการรับจองห้อง, งานโทรศัพท์, งานแคชเชียร์

-เตรียมเรื่องการเงินเมื่อผู้ใช้บริการจะออก (CHECK OUT)

-รับการร้องเรียนของผู้ใช้บริการ

-ให้ข่าวสารเกี่ยวกับการจองห้องพักหลังจากที่งานรับของห้องพักปิดแล้ว หรือให้ข่าวสารที่เกี่ยวกับงานต้อนรับ

การรักษากุญแจ (KEYS)

กุญแจเป็นทรัพย์สินของโครงการที่ต้องใช้เป็นประจำ ชนิดของกุญแจมีอยู่ด้วยกันหลายชนิด คือ

-กุญแจห้องพักของแขกผู้ให้บริการ

-กุญแจประตูทั่ว ๆ ไป

-กุญแจห้องทำงาน

-กุญแจสถานบริการต่าง ๆ ของโครงการ

การเก็บรักษากุญแจทั่วไปควรเก็บไว้เป็นที่ ณ ที่ใดที่หนึ่ง ทุกครั้งที่จะมาเอากุญแจหรือคืนต้องเซ็นชื่อและลงเวลาไว้เป็นหลักฐาน กุญแจต่าง ๆ ของโครงการ (ยกเว้นกุญแจห้องพัก) จะเก็บรักษาไว้ที่ FRONT OFFICE CASHIER เพราะเป็นสถานที่บริการตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนกุญแจสำรองควรเก็บไว้ในตู้แผนผังกุญแจของโรงแรมรวมกันเป็นแห่งเดียว (บางแห่งผู้จัดการทั่วไปเป็นผู้เก็บ) บางแห่งเก็บไว้ที่บ้าน บางแห่งเก็บไว้ที่พนักงานรักษาความปลอดภัย แต่ Master Key นั้น ผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบ

งานของหายและของหาพบ (LOST AND FOUND)

งาน LOST & FOUND เป็นงานที่แสดงความซื่อสัตย์ของโรงแรม ที่มีต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในความซื่อสัตย์ โดยมี GUEST RELETION เป็นผู้รับแจ้งข่าว การเก็บสิ่งของที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ใช้บริการลืมทิ้งไว้ในบริเวณโครงการ พนักงานทุกคนในโครงการควรมีหน้าที่ต้องนำมาคืนให้งานต้อนรับ เพื่อถามหาผู้เป็นเจ้าของต่อไป หากเก็บไว้ที่ FRONT OFFICE นานพอสมควรตามเวลาที่ฝ่ายบริการกำหนด ให้นำสิ่งของเหล่านี้ไปเก็บรักษาไว้กับแผนกแม่บ้านพร้อมหลักฐานการรับส่ง

การบริการส่งข่าวให้แขก (MESSAGE)

การบริการส่งข่าวนี้ โครงการต้องบริการให้กับผู้ที่มาใช้บริการที่ OPERATION

-บริการ รับ-ส่ง ข่าวให้ผู้ใช้บริการก่อนเข้าพัก

-บริการส่งข่าวให้ผู้ใช้บริการขณะพักอยู่

-บริการส่งข่าวให้ผู้ใช้บริการ เมื่อออกไปแล้วตามที่อยู่ที่ได้ให้ไว้

การบริการไปรษณีย์ (MAIL SERVICE)

การบริการธุรกิจโครงการที่พักตากอากาศนั้น มีทั้งนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ ฉะนั้นการติดต่อของผู้ที่มาพักจึงมีอยู่ตลอดเวลา

การบริการงานไปรษณีย์ คือการส่งจดหมายให้ผู้มาใช้บริการ เป็นงานที่ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น ส่วนการรับจดหมายส่งนั้นมีบ้าง แต่ไม่มาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้ใช้บริการและระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการพัก แต่การส่งจดหมายนั้นมีเป็นประจำ สมควรที่จะต้องมีการเตรียมให้พร้อมเสมอที่ INFORMATION

การบริการรับส่ง (TRANSPORTATION)

การรับส่งแขกผู้ใช้บริการ เป็นการบริการประจำของโครงการที่พักตากอากาศ โดยเฉพาะโครงการซึ่งมีการขนส่งไม่สะดวกนัก การบริการรับ-ส่ง นอกจากเป็นการบริการชนิดหนึ่งของโครงการแล้ว ยังอาจจะเป็นการขายชนิด WALK-IN อีกด้วย เพราะผู้เดินทางบางคนไม่ได้จองที่พักแรมไว้ล่วงหน้า

สถานที่บริการรับส่งของโครงการที่พักตากอากาศ

-สถานีรถยนต์ขนส่ง “รถบัส” และ “รถทัวร์”

-สนามบิน

งานบริการข่าวสาร (INFORMATION)

ผู้เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือธุรกิจ เมื่อเดินทางไปยังต่างถิ่น ก็มีความต้องการที่จะได้ส่งข่าวสารของท้องถิ่นนั้น ฉะนั้น โครงการจึงจำเป็นที่จะต้องบริการข่าวสารกับผู้มาพักให้มากที่สุด

หน้าที่ -ให้ข่าวสารกับการบริการของโครงการทั้งหมด รวมทั้งความสะดวกที่ผู้ให้บริการจะหาได้ภายในโครงการ

-ให้ข่าวสารสถานที่ราชการ บริษัทห้างร้านสำคัญ

-ถนนต่าง ๆ ภายในเมืองนั้น พร้อมทั้งแผนที่

-สถานเริงรมย์ต่าง ๆ ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-สถานที่พักผ่อนของเมืองนั้น พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ

-แหล่งข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น ททท. สาขาต่างจังหวัด

ผู้มาใช้บริการในปัจจุบันส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยว ฉะนั้นการบริการข่าวสารน่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เกาะสมุย ก็ควรจะต้องเตรียมข่าวสารเกี่ยวกับหาดต่าง ๆ ที่มี ระยะทางที่จะไป ความสวยงาม หมู่เกาะต่าง ๆ ที่สวยงาม บริษัทนำเที่ยวของจังหวัด รถบัส จำนวนเที่ยวที่ออกต่อวัน

การให้ข่าวสารของโครงการ ถึงแม้จะไม่ได้ประโยชน์ในด้านรายได้ แต่เป็นการให้บริการ ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้กับแขกผู้มาใช้บริการ

งานบริการโทรศัพท์ (TELEPHONE OPERATOR)

โทรศัพท์เป็นปัจจัยอันสำคัญต่อสังคมในปัจจุบัน ซึ่งสามารถช่วยให้การติดต่อเกิดความรวดเร็วประหยัด การผู้ใช้โทรศัพท์รู้วิธีการใช้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลที่จะต้องพูดและการใช้เสียง

งานบริการโทรศัพท์เป็นหน่วยงานที่จะขาดไม่ได้ เพราะผู้มาใช้บริการที่เดินทางมาปัจจุบันมีหลายประเภท ทั้งนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวก็มีความจำเป็นที่จะต้องใช้โทรศัพท์อยู่เสมอ แม้แต่งานติดต่อประสานงานภายในก็เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ช่วยประหยัดเวลาการเดินทางติดต่อลงได้มาก ทำให้การประสานงานเกิดความรวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

งานบริการโทรศัพท์ของโครงการ เป็นหน่วยงานที่อาจจะเรียกได้ว่าเป็นศูนย์การติดต่อทั้งหมดของโครงการ ทั้งเจ้าหน้าที่ภายใน ผู้ใช้บริการติดต่อเพื่อขอรับบริการ ผู้ใช้บริการ ติดต่อภายนอก เจ้าหน้าที่ภายในติดต่องานผู้ใช้บริการภายนอก

เอกสารที่ควรมีพร้อมเสมอ

-สมุดบันทึก ปากกา หรือดินสอ

-รายการ WAKE-UP CALLS

-สมุดลงบัญชีการใช้โทรศัพท์

-ใบ MESSAGE FORM

-INFORMATION RACK รายชื่อแขกพักของโรงแรม

งานบัญชีส่วนหน้า (FRONT CAHIER)

งานบัญชีส่วนหน้า เป็นงานที่ควบคุมบัญชีรายการที่ผู้ใช้บริการได้ใช้บริการ จะต้องชำระให้กับทางโครงการ ซึ่งมีอยู่หลายประเภท เช่น ค่าห้องพัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซักเสื้อผ้า ค่าโทรศัพท์

งานบัญชีส่วนหน้ามีรายงานขึ้นตรงต่อแผนกบัญชี แต่การปฏิบัติงานจะประจำในด้านการบริการ งานบริการส่วนหน้า (FRONT OFFICE) เพราะเป็นงานบริการให้แขกชนิดหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าที่ของ FRONT OFFICE CAHIER

-ลงบัญชีของแขกในเครื่องบัญชี

-เก็บเงินจากแขกและแยกประเภทบัญชี

-จ่ายเงินล่วงหน้าให้แขก

-เตรียมรายงานการควบคุมและเก็บเงินจากแขก

-เตรียมของส่งไปยัง General Cashier

-เตรียมให้การบริการต่อผู้ใช้บริการ

-ควบคุม Safe Boxes ฝากของ

ความเกี่ยวข้องของหน่วยต้อนรับกับแผนกอื่น ๆ ของโครงการ

การบริการส่วนหน้า เป็นการบริการหน่วยแรกที่ผู้ใช้บริการต้องติดต่อเมื่อต้องการเข้าพักในโครงการ นับแต่การให้ข้อมูลสอบถาม การรับจองห้อง การต้อนรับเมื่อผู้ใช้บริการมาถึงและการบริการอื่น ๆ ฉะนั้น ข้อมูลการติดต่อระหว่างผู้ใช้บริการกับโครงการ หน่วยงานบริการส่วนหน้าเป็นผู้ทำการตกลงทั้งสิ้น ยกเว้นงานการจัดเลี้ยงต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ งานบริการส่วนหน้าจะแจ้งไปหน่วยจัดเลี้ยงทราบเพื่อดำเนินการ

ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการส่วนหน้ากับหน่วยงานแผนกอื่น ๆ มีความสำคัญเป็นอันดับ ดังนี้

1. Front Office กับ House Keeping
2. Front Office กับ Food & Beverage Service
3. Front Office กับ Kitchen
4. Front Office กับ Accounting
5. Front Office กับ Engineering
6. Front Office กับ Personnel

การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (EXCHANGE)

เพื่อให้สะดวกต่อแขกเมื่อเกิดใช้เงินที่แลกมาหมด หรือไม่ใช้บัตรเครดิต โดยมีพนักงานคอยให้จำนวนอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันพร้อมค่าธรรมเนียมแก่แขก

หัวหน้าพนักงานยกสัมภาระ (BELL CAPTAIN)

บทบาท ดำเนินงานเรื่องการบริการขนสัมภาระโดยควบคุมดูแลพนักงานยกกระเป๋า (BELL BOY)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าที่ -ควบคุมกำกับดูแลให้พนักงานในสังกัดปฏิบัติงานอย่างเรียบร้อย โดยประสานงานกับหน่วยต้อนรับ รวมทั้งจัดตารางการทำงานด้วย

-เก็บรักษาบันทึกย่อการลงทะเบียนเข้าพักและการออกของผู้ใช้โครงการอย่างต่อเนื่อง

-ต้องเข้าใจการทำงานและวิธีการทำงานของหน่วยต้อนรับเป็นอย่างดี เพื่อจะได้เป็นอย่างดี เพื่อจะได้ประสานงานได้อย่างไม่ผิดพลาด

-การบริการขนกระเป๋าและพาผู้ใช้บริการไปยังที่พัก ต้องการทำได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

-จะต้องทำบันทึกรายงานทุกครั้งที่เกิดกรณีสูญหายของกระเป๋าหรือสัมภาระต่าง ๆ

-มีหน้าที่ให้คำอธิบายแก่ผู้ใช้บริการ โดยมีรายละเอียดในเรื่องต่อไปนี้ คือ บริเวณและสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ ตารางสายการบินและการเดินรถ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

-พึงระลึกเสมอว่า งานหน่วยนี้เป็นด่านแรกที่ให้การต้อนรับแก่ผู้ใช้บริการสามารถสร้างความประทับใจ หรือความไม่พึงพอใจกับผู้ใช้บริการของโครงการได้ ดังนั้นพนักงานในหน่วยนี้จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาประสิทธิภาพในการทำงาน มีความยิ้มแย้มแจ่มใสในสิ่งที่ผู้ใช้บริการร้องขอ โดยมี BELL BOY อีก 4 คน เป็นผู้ปฏิบัติการขนส่งกระเป๋าผู้เข้าพักไปยังห้องพักและรับคำร้องขอจากแขกมาบอกแก่ส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนกแม่บ้าน

3.2.2.6.2 แผนกงานด้านดูแลความสะอาด (HOUSEKEEPING)

หัวหน้าแม่บ้าน (EXECUTIVE HOUSEKEEPING)

บทบาท รับผิดชอบงานในหน่วยทั้งหมด

หน้าที่ -ควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานทำห้องพัก พนักงานเย็บผ้า พนักงานทำความสะอาดทั่วไป

-กำหนดมาตรฐานความสะอาดและการจัดเตรียมห้องพัก ให้พนักงานในหน่วยถือเป็นหลักปฏิบัติ ทั้งนี้ตามที่ฝ่ายบริหารกำหนด

-จัดตารางการทำงานของพนักงาน ให้เหมาะสมกับงานตรวจพื้นที่รับผิดชอบเป็นประจำ เพื่อดูแลในหน่วยให้เป็นไปตามมาตรฐานและออกคำสั่งแก้ไขหากจำเป็น

-อาจจะทำงานร่วมกับแผนกช่างและฝ่ายบริหารในการให้ข้อคิดเห็นในแผนการปรับปรุงตกต่างและปรับสภาพโครงการ

-รับผิดชอบในเรื่องรายการของใช้และการสั่งของเข้ามาทดแทนของใหม่ เมื่อรายการของใช้ต่าง ๆ ใกล้จะหมดลง

-ประสานงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยบริการส่วนหน้าในเรื่องการเข้าพักและการออกของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวข้องกับงานของหน่วยแม่บ้าน

-บางครั้งอาจต้องควบคุมการทำความสะอาดในตอนกลางคืน เช่น การทำความสะอาดตามครัวต่าง ๆ หรือส่วนที่เป็นสำนักงานของโครงการและพื้นที่สาธารณะในขอบเขตความรับผิดชอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปงานในหน่วยงานแม่บ้าน

1. การบริหาร

-เรื่องพนักงาน การฝึกอบรมและงบประมาณด้านค่าจ้างแรงงาน

-การประสานงานกับหน่วยบริการส่วนหน้า หน่วยรักษาความปลอดภัย แผนกช่างและหน่วยซักรีด

-งานเกี่ยวข้องกับของหายและหาพบ

2. หน้าที่ความรับผิดชอบและพนักงาน

-พนักงานทำความสะอาดห้องพัก

-เสมียนหน่วยแม่บ้าน

-พนักงานห้องจัดเลี้ยง

3. งานควบคุมด้านผ้า

-การเก็บรักษา

-รายการของใช้ต่าง ๆ

-การซักรีด ได้แก่ การเก็บผ้าไปซักและการส่งผ้าคืน

4. ห้องดอกไม้ การเตรียมกระเช้าดอกไม้เพื่อการขาย การตกแต่งดอกไม้สำหรับห้องพัก ห้องจัดเลี้ยงและงานพิเศษในโอกาสอื่น ๆ

5. คนสวน ดูแลต้นไม้และสวนของโครงการ ตลอดจนเรือนพักชำต้นไม้ รับผิดชอบการผลัดเปลี่ยนต้นไม้ตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในโครงการ

6. ห้องเก็บของ รับผิดชอบในการหาสิ่งของเครื่องใช้ให้ผู้รับบริการ

7. สระว่ายน้ำ มีผู้รักษาความปลอดภัย เพื่อเฝ้าดูแลเรื่องความปลอดภัยบริเวณสระน้ำ

หัวหน้าหน่วยซักรีด (LAUNDRY OFFICER)

บทบาท บริหารงานซักรัด ทั้งที่เป็นของผู้ใช้บริการ เครื่องแบบพนักงานและของที่ใช้ในโครงการ

หน้าที่ -ออกตรวจพื้นที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบทั้งหมด ตรวจกรรมวิธีและขั้นตอนในการปฏิบัติงานซักรีดให้เป็นไปอย่างถูกต้อง

-ทำตารางการซักรีดให้ตรงกับความต้องการของแผนกอาหารและเครื่องดื่มและของหน่วยแม่บ้าน

-ประชุมวางแผนร่วมกับแผนกอาหารและเครื่องดื่มและหน่วยแม่บ้าน เพื่อหารือเรื่องการซักรีด ทำตารารงและแผนปฏิบัติให้สอดคล้องกับหน่วยงานทั้งสองเพื่อให้มีความสามารถในการรับงานพิเศษได้

-ดูแลการสอบสวนข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการที่มีถึงหน่วยซักรีด

-ตรวจสอบสูตรการซักผ้า ตลอดจนแก้ไขปรับปรุง เมื่อเห็นว่าทำได้

สรุปงานของหน่วยงานซักรีดและพนักงานซักรีด

1.การบริหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-พนักงานและงบประมาณค่าจ้าง

-วางแผนการปฏิบัติงานประจำวัน

-การปฏิบัติและการควบคุมบันทึกต่าง ๆ

-งบประมาณและการเพิ่มเติมอุปกรณ์

-การบำรุง รักษาและการซ่อม

-ติดต่อกับแผนกบัญชี แผนกช่าง แผนกอาหารและเครื่องดื่ม หน่วยแม่บ้านและหน่วยจัดซื้อ

-แก้ไขและปรับปรุงตามข้อร้องเรียนหรือแนะนำของผู้ใช้บริการ

2.การเก็บและการนำส่ง

-รับคำสั่งทางโทรศัพท์

- วิธีการเก็บ

-ขั้นตอนการบันทึกรายละเอียดสิ่งของ

-การคิดค่าบริการ

-วิธีการขนส่ง

-การบริการพิเศษ

3. การซักรีดให้ลูกค้าผู้ใช้บริการโครงการ

- การแยกชนิดและทำเครื่องหมาย

-สูตรการซัก

-การรีดและการพับด้วยเครื่องจักร

-การแยกชนิดและการบรรจุหีบห่อ

4. การซักรีดของโครงการ ผ้าของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม หน่วยแม่บ้าน เครื่องแบบพนักงานและงานพิเศษ เช่น การซักผ้าห่ม ผ้าคลุมเตียง เป็นต้น ซึ่งมีขั้นตอนคือการแยกชนิดของผ้า การซัก การทำให้หมาดและอบแห้ง การรีดและการพับ การเก็บ การจำหน่ายหมดสภาพและการเพิ่มให้ครบจำนวน รวมทั้งการทดสอบ

5. หน้าที่พนักงานซักรีด

-การแยกชนิดของผ้าและการทำเครื่องหมาย

-การตรวจสอบจุดสกปรกต่าง ๆ

-วิธีการซักและสูตรการซักผ้า

-การทำให้ผ้าแห้ง

-การรีดด้วยมือหรือด้วยเครื่องจักร

-ผ้าชนิดพิเศษ เช่น ผ้าลูกไม้ ผ้าแพร ผ้าขนสัตว์

-เครื่องแบบพนักงาน

พนักงานบริการห้องพัก (ROOM SERVICE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทบาท บริการอาหารและเครื่องดื่มให้ผู้ใช้บริการในห้องพักตามคำสั่งของผู้ใช้บริการ

หน้าที่ -ช่วยเหลือให้การรักษาห้องหรือพื้นที่สำหรับบริการห้องพักโดยปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับงานแม่บ้าน เช่น กวาด ถูก เช็ดพื้นหรืออุปกรณ์รวมถึงตู้เย็น หิ้ง ช่องเก็บเครื่องมือ รถเข็นและอื่น ๆ รวมทั้งความสะอาด อุปกรณ์เสิร์ฟอาหารไม่ว่าจะเป็นโลหะ หรือเครื่องแก้ว

-รับคำสั่งจากพนักงานรับคำสั่งทางโทรศัพท์ส่งใบสั่งไปยังพ่อครัวหรือบาร์เทนเดอร์

-เตรียมถาดหรือโต๊ะเข็นที่เหมาะสมกับรายการสั่ง รวมทั้งเตรียมอุปกรณ์บริการอาหารและเครื่องดื่ม หรืออุปกรณ์สำรองต่าง ๆ ที่จำเป็น

-รับอาหารหรือเครื่องดื่ม แล้วนำมาจัดให้ถูกต้องตามคำสั่ง โดยจัดในถาดหรือรถเข็น โดยจัดในถาดหรือรถเข็น ทบทวนคำสั่งและรายการที่จำเป็นให้ถูกต้องสมบูรณ์

3.3.3.2 อัตรากำลังคนภายในโครงการ สามารถพิจารณาได้จาก

3.3.3.2.1 มาตรฐานของที่พัก

3.3.3.2.2 อัตราการเข้าพัก

3.3.3.2.1 มาตรฐานของที่พัก

ตารางที่ 3.3.3.2.1.1 มาตรฐานอัตรากำลังคน

Typical Ratics	Staff : Room
Modern Luxury Resort	2.0 : 1
Convention Hotel	1.0 : 1
Large City Hotel	0.8 : 1
Resort Hotel (Medium Grade)	0.6 : 1
Minimum Service Hotel & Motel	0.25 : 1
Motel	0.1 : 1

มาตรฐานอัตรากำลังคนโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 4 ระดับด้วยกันคือ

ระดับที่ 1 งานที่ไม่ต้องใช้เทคนิค ได้แก่ พนักงานยกกระเป๋า พนักงานทำความสะอาด พนักงานโทรศัพท์ เสมียนและพนักงานผู้ช่วยในครัว

ระดับที่ 2 งานที่ใช้เทคนิคปานกลาง ได้แก่ งานผสมเครื่องดื่ม หัวหน้าพนักงานรับใช้ เลขานุการ พนักงานบัญชี ผู้ช่วยแม่บ้าน

ระดับที่ 3 งานที่เหนือกว่าระดับเทคนิค ได้แก่ ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ผู้จัดการแผนกต้อนรับ วิศวกร หัวหน้าแผนกบัญชี ผู้จัดการแผนกบุคคล แม่บ้าน พ่อครัว

ระดับที่ 4 งานบริหาร ได้แก่ ผู้จัดการใหญ่ รองผู้จัดการฝ่ายจัดการ รองผู้จัดการฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาด

3.3 การศึกษาพื้นที่ที่ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3.1 กิจกรรมในส่วน LOBBY & FRONT DESK

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1.ติดต่อสอบถาม	ส่วนประชาสัมพันธ์
2.จองห้องพัก	แผนกรับรองห้องพัก
3.ลงทะเบียนห้องพัก	แผนกทะเบียน
4.เคลื่อนย้ายสัมภาระ	แผนกสัมภาระ
5.พักคอย	ส่วนที่นั่งพักคอย
6.ฝากของ	แผนกรับฝากของมีค่า
7.CHECK OUT	แผนกการเงิน
8.เข้าห้องน้ำ	W.C.
9.โทรศัพท์	โทรศัพท์สาธารณะ

ตารางที่ 3.3.2 กิจกรรมในส่วน LOUNGE & MINI BAR

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1.มองหาที่นั่ง	โถงทางเข้า + ส่วนต้อนรับ
2.นั่งสั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม	SITTING AREA บาร์เครื่องดื่ม KITCHEN
3.เรียกใช้บริการเสริม	SERVICE STATION
4.คิดเงินค่าบริการ	COUNTER CASHIET
5.เข้าห้องน้ำ	W.C.

ตารางที่ 3.3.3 กิจกรรมในส่วน RESTAURANT

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1.มองหาที่นั่ง	โถงทางเข้า + ส่วนต้อนรับ
2.สั่ง/รับประทานอาหาร	PUBLIC DINING AREA KITCHEN
3.รับประทานอาหารแบบส่วนตัว	PRIBAAAATE DINING AREA
4.ฟังดนตรี	MUSIC STAGE
5. เรียกใช้บริการเสริม	SERVICE STATION
6.คิดเงินค่าบริการ	COUNTER CASHIER
7.เข้าห้องน้ำ	W.C.

ตารางที่ 3.3.4 กิจกรรมในส่วน GUEST ROOM

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1.นอนหลับ	SLEEPING AREA
2.อาบน้ำ	BATH ROOM
3.แต่งตัว	DRESSING AREA
4.ดูทีวี พักผ่อน	RECREATION AREA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3.5 กิจกรรมในส่วน GALLERY

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1.ลงทะเบียน/สอบถามข้อมูล	GALLERY RECEPTION
2.ชมงานศิลปะ	GALLERY
3.ประมูลงานศิลปะ	GALLERY
4.ห้องพัก	WAITING AREA
5.เข้าห้องน้ำ	W.C.

ตารางที่ 3.3.6 การวิเคราะห์พื้นที่ในส่วน Spa & Art Therapyกิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1.ลงทะเบียน/สอบถามข้อมูล	GALLERY RECEPTION
2.ชมงานศิลปะ	GALLERY
3.ประมูลงานศิลปะ	GALLERY
4.นั่งพัก	WAITING AREA
5.เข้าห้องน้ำ	W.C.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

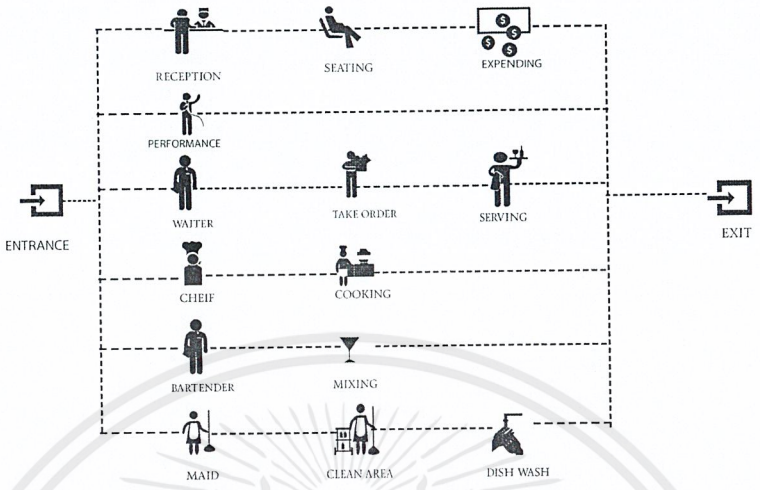
3.1.3พื้นที่ใช้สอย

USER BEHAVIOR : BAR A LOUNGE 56/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : OVERALL 57/75

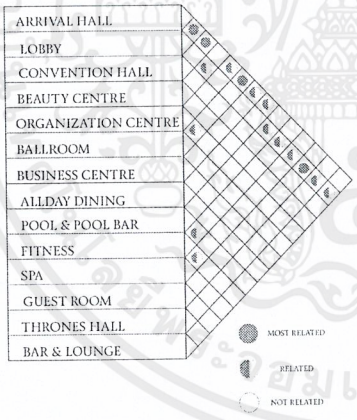
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

OVERALL

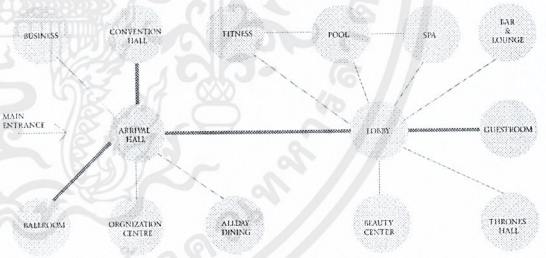
MOST RELATED

RELATED

RELATION MATRIX



BUBBLE DIAGRAM



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : ARRIVAL HALL 58/75

mith

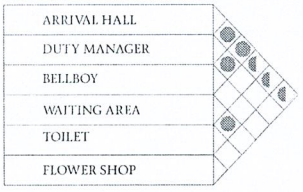
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

ARRIVAL HALL

MOST RELATED

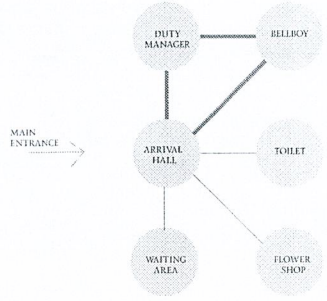
RELATED

RELATION MATRIX





BUBBLE DIAGRAM



RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : LOBBY 59/75

mith

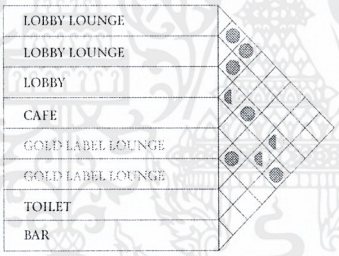
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

LOBBY

MOST RELATED

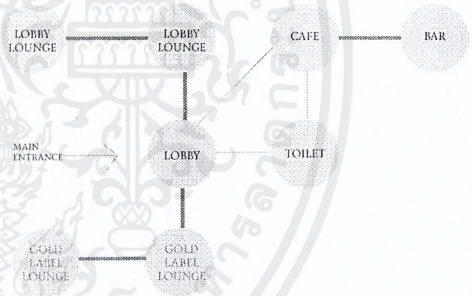
RELATED

RELATION MATRIX





BUBBLE DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : ORGANISE CENTRE

mith

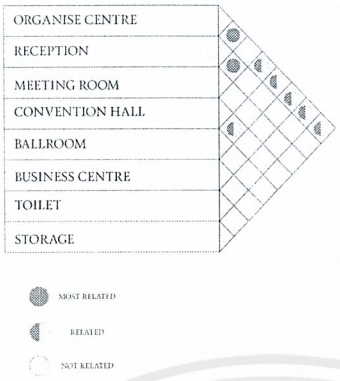
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

ORGANISE CENTRE

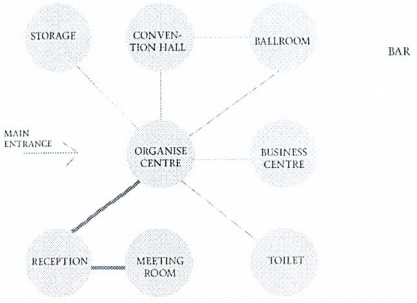
MOST RELATED

RELATED

RELATION MATRIX



BUBBLE DIAGRAM



RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM :ALLDAY DINING

mith

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

ALLDAY DINING

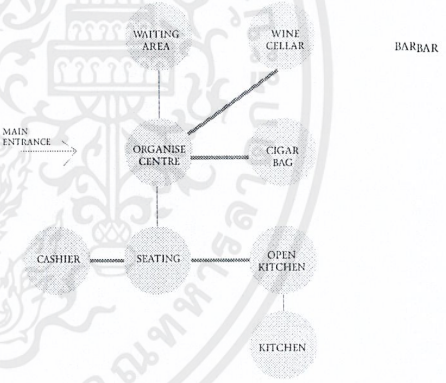
MOST RELATED

RELATED

RELATION MATRIX



BUBBLE DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : FITNESS

62/75

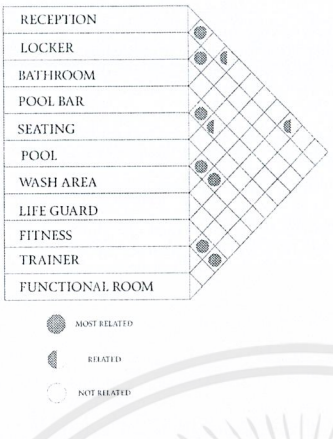
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

FITNESS

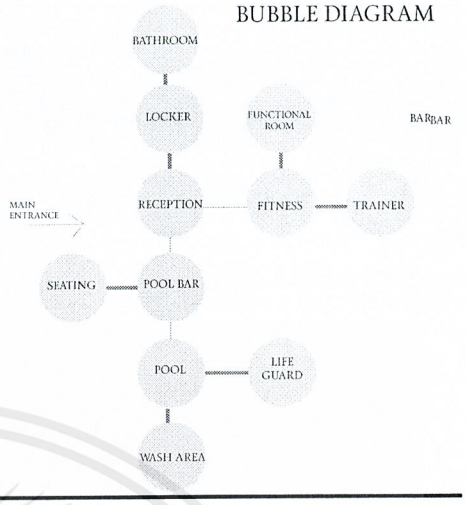
MOST RELATED

RELATED

RELATION MATRIX



BUBBLE DIAGRAM



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : SPA

63/75

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

SPA

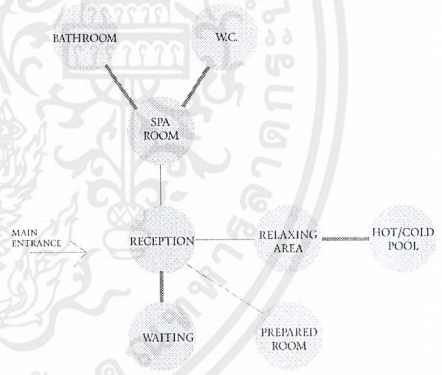
MOST RELATED

RELATED

RELATION MATRIX



BUBBLE DIAGRAM



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : GUEST ROOM 64/75

mith

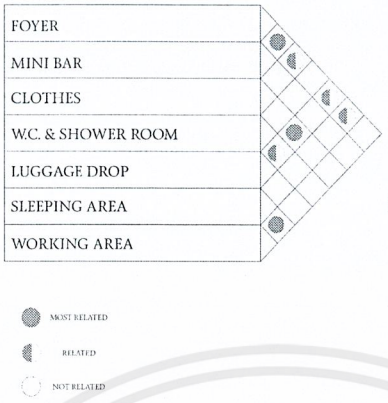
Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST ROOM

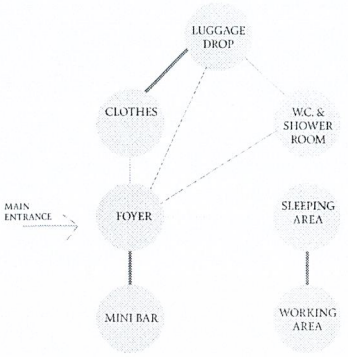
MOST RELATED

RELATED

RELATION MATRIX



BUBBLE DIAGRAM



RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : THRONES 65/75

mith

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

THRONES HALL

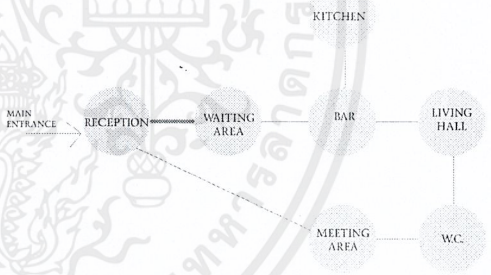
MOST RELATED

RELATED

RELATION MATRIX



BUBBLE DIAGRAM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

RELATION DIAGRAM & BUBBLE DIAGRAM : BAR & LOUNGE 66/75

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

BAR & LOUNGE

MOST RELATED

RELATED

RELATION MATRIX

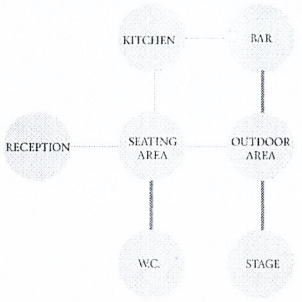
RECEPTION
SEATING AREA
W.C.
OUTDOOR AREA
STAGE
KITCHEN
BAR

MOST RELATED

RELATED

NOT RELATED

BUBBLE DIAGRAM

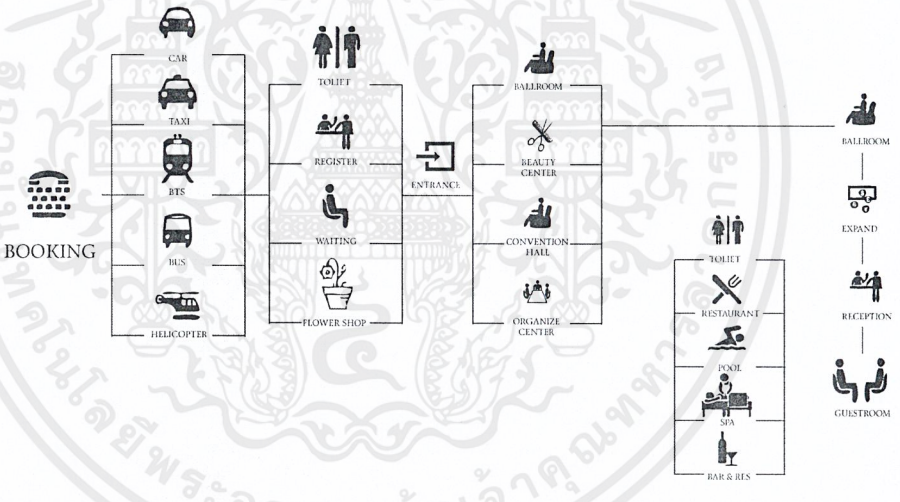


USER BEHAVIOR : OVERALL GUEST 32/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST



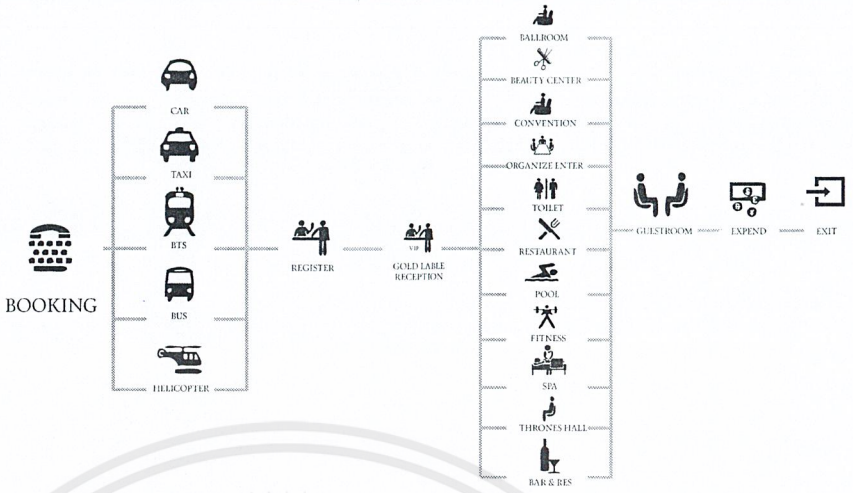
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : OVERALL GOLD LABLE GUEST 36/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

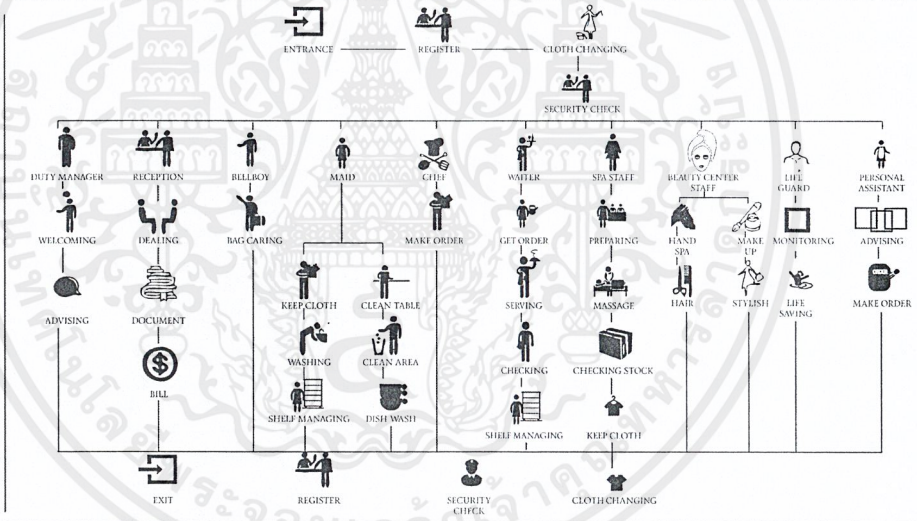
GOLD LABEL-GUEST



USER BEHAVIOR : OVERALL STAFF 26/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135



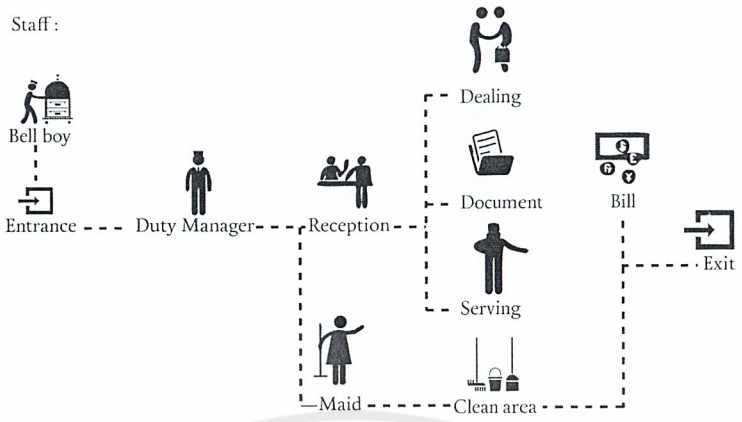
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : LOBBY (CHECK IN) 29/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF

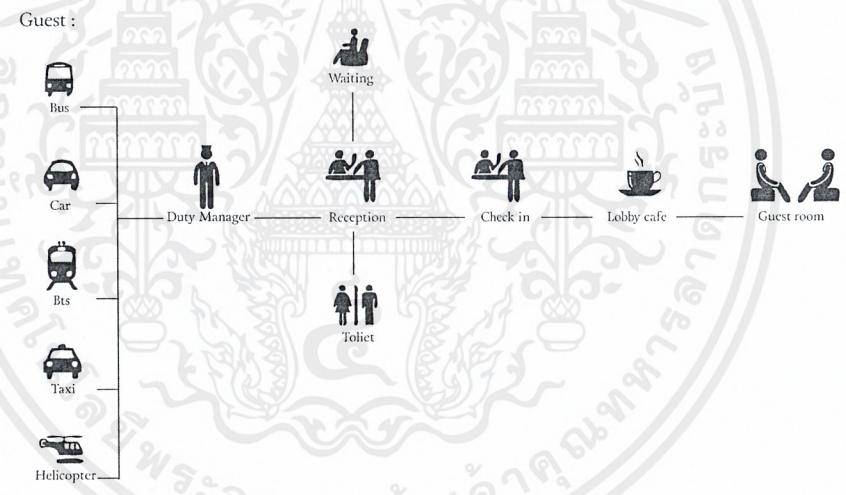


USER BEHAVIOR : LOBBY (CHECK IN) 33/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

Guest



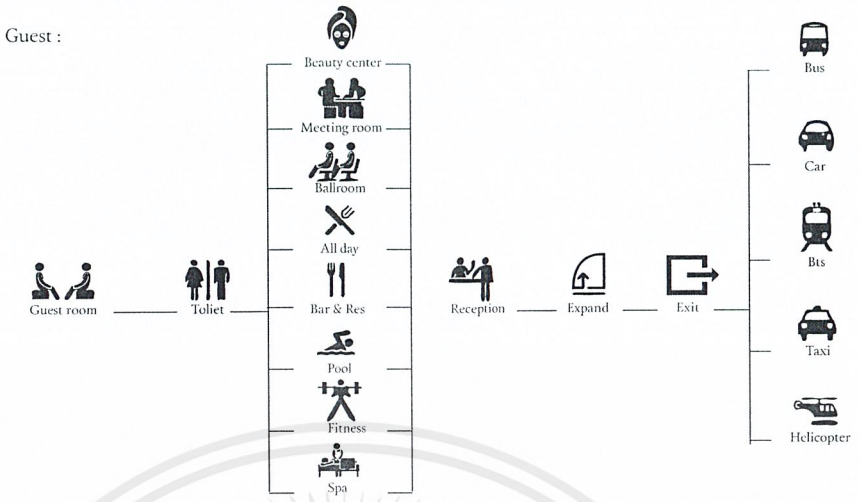
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : LOBBY (CHECK OUT) 37/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

Guest

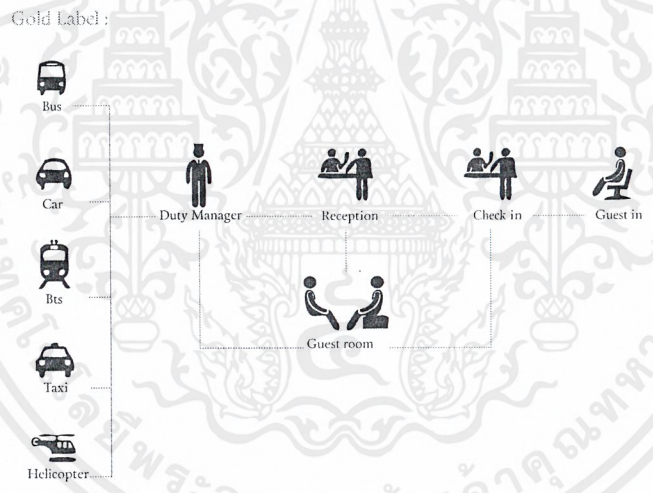


USER BEHAVIOR : GOLD LABEL LOBBY (CHECK IN) 40/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

Gold Label



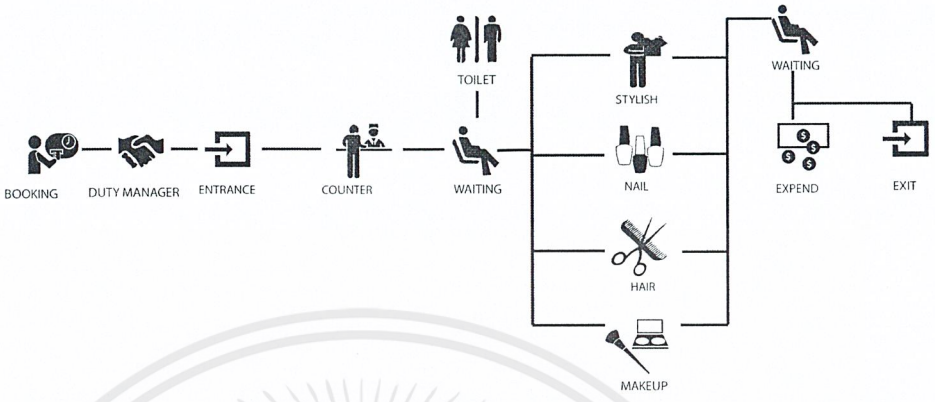
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : BEAUTY CENTER GUEST 30/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST

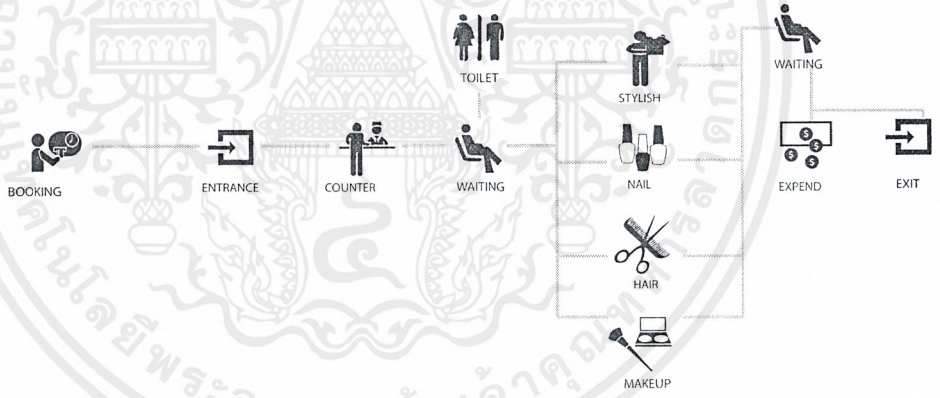


USER BEHAVIOR : BEAUTY CENTER GOLD LABLE GUEST 34/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GOLD LABLE



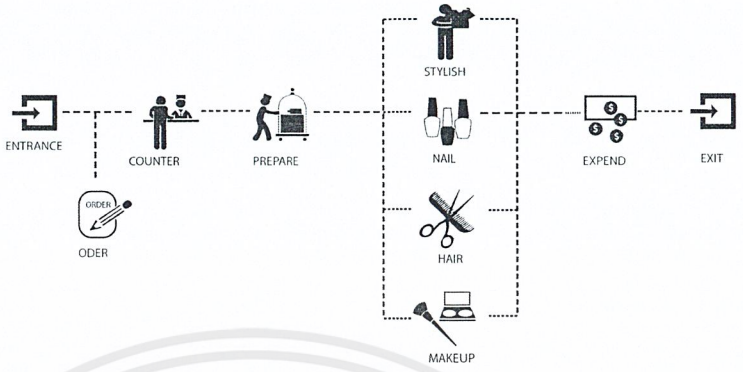
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : BEAUTY CENTER STAFF 38/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF

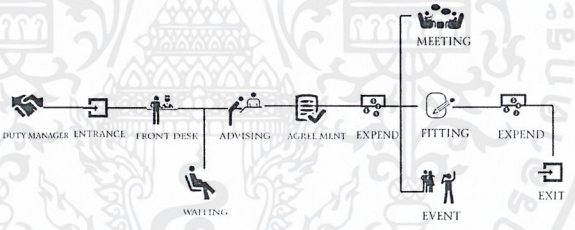


USER BEHAVIOR : ORGANIZATION CENTER GUEST 41/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

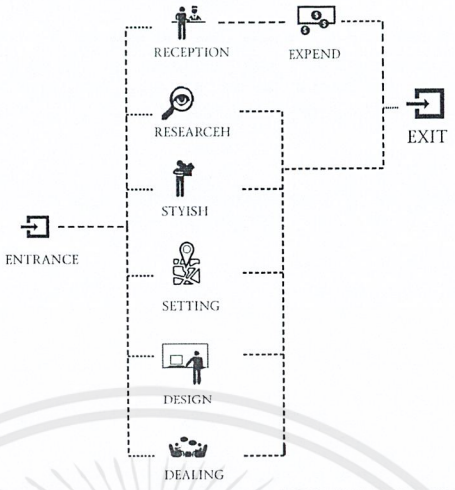
USER BEHAVIOR : ORGANIZATION CENTER STAFF

28/75

MiTH SIAM
HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF



USER BEHAVIOR : BUSINESS CENTER/CONVENTION HALL/BALL ROOM GUEST

31/75

MiTH SIAM
HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : BUSINESS CENTER/CONVENTION HALL/BALL ROOM SRAFF 35/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

---------- STAFF



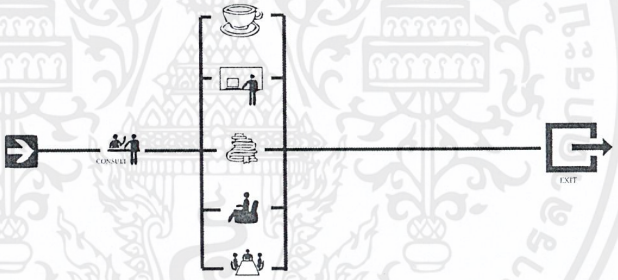
King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

USER BEHAVIOR : THRONES HALL GUSET 39/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

——— GUEST



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

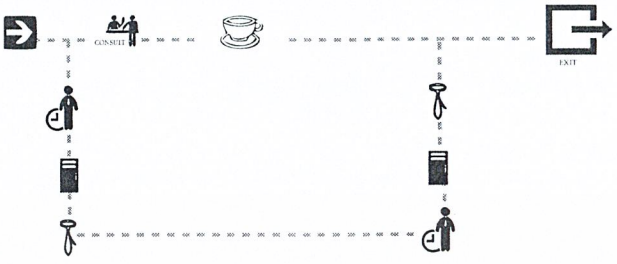
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : THRONES HALL STAFF 42/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF



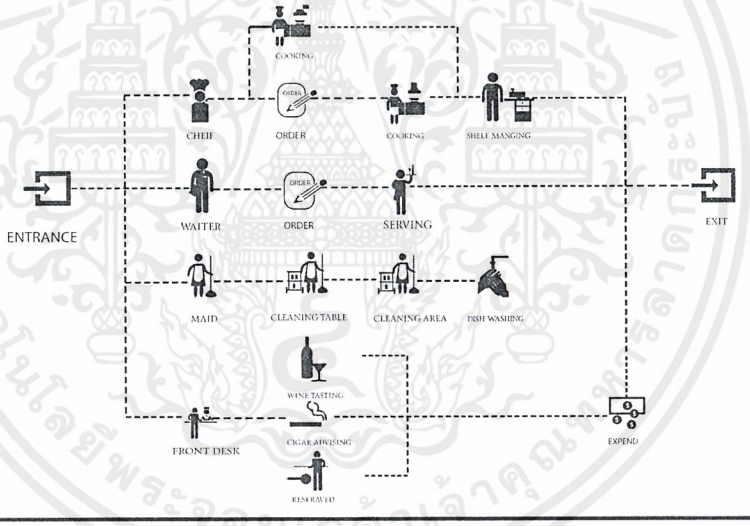
King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

USER BEHAVIOR : ALLDAY DINING 43/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

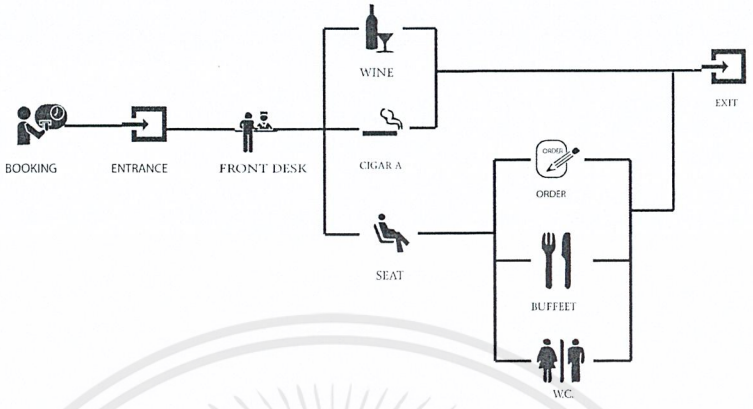
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : ALLDAY DINING 44/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST



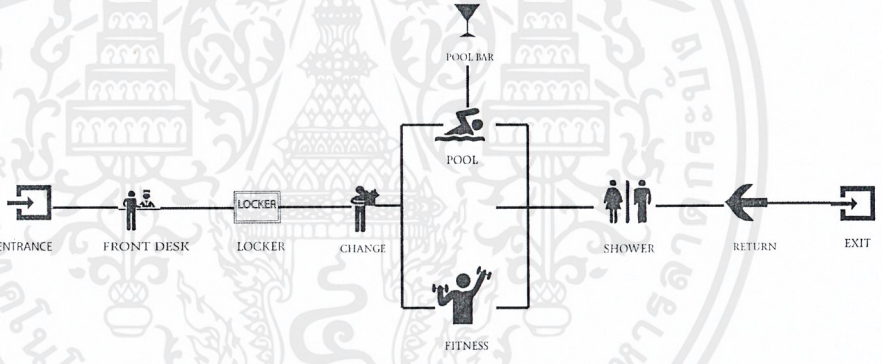
King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

USER BEHAVIOR : POOL AND FITNESS 45/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

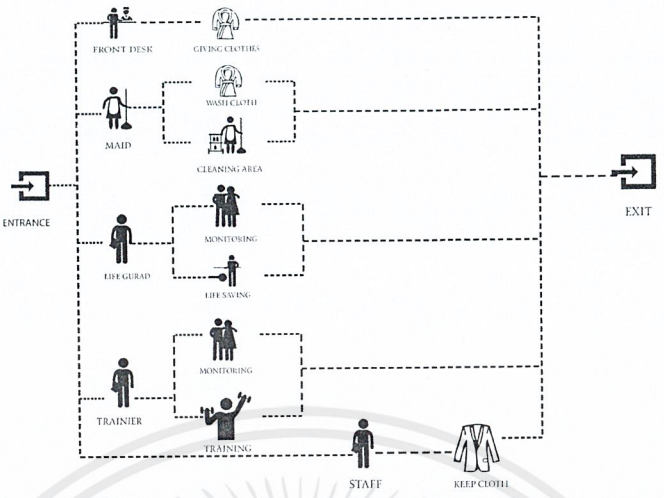
USER BEHAVIOR : POOL AND FITNESS

46/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF



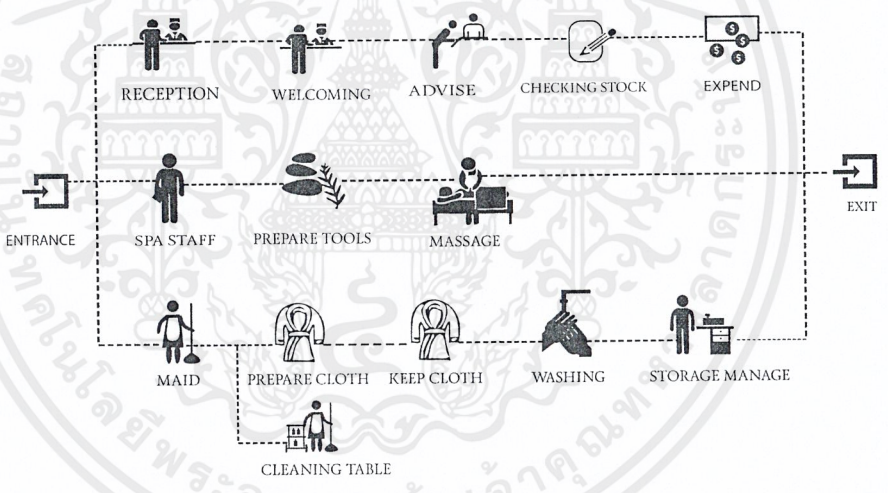
USER BEHAVIOR : SPA

47/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

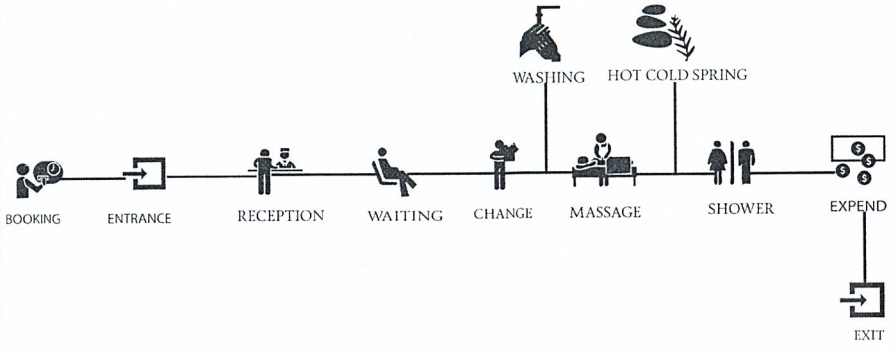
USER BEHAVIOR : SPA

48/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST



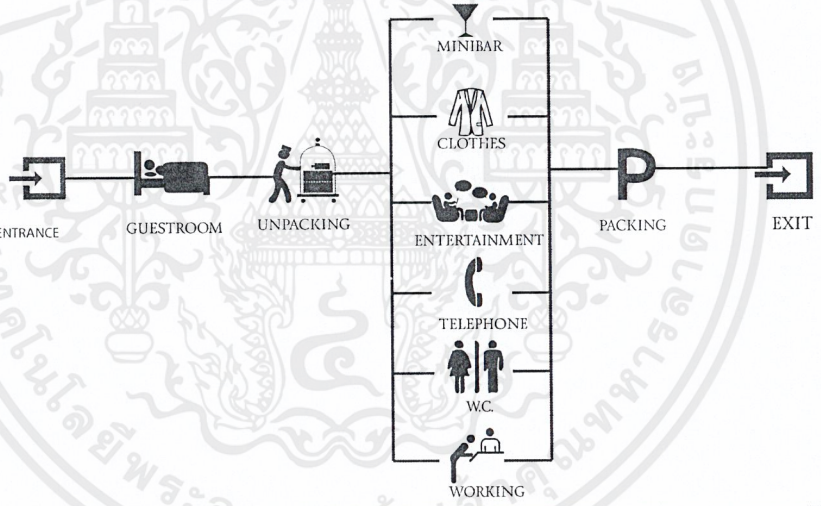
USER BEHAVIOR :GUEST ROOM

49/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

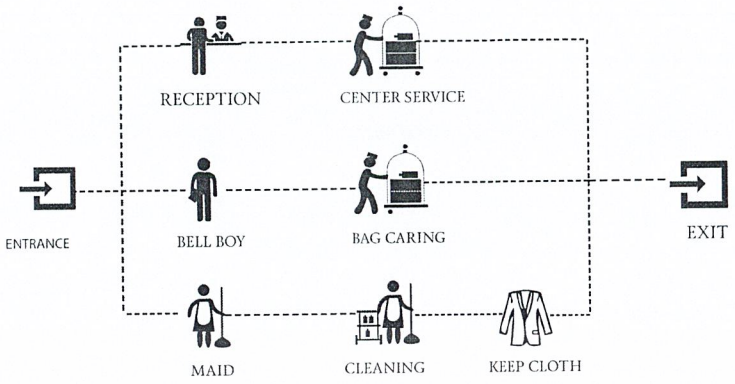
USER BEHAVIOR : GUEST ROOM

50/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF



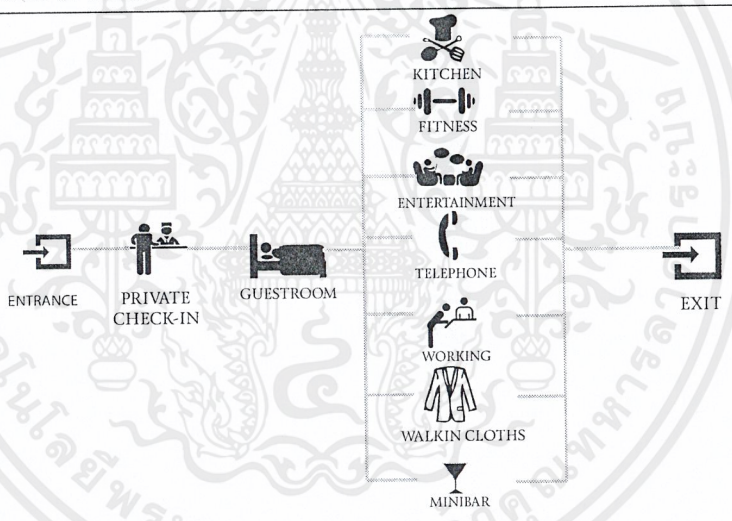
USER BEHAVIOR : GUEST ROOM (GOLD LABLE)

51/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GOLD LABLE GUEST



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : GUEST ROOM (GOLD LABLE) 52/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF

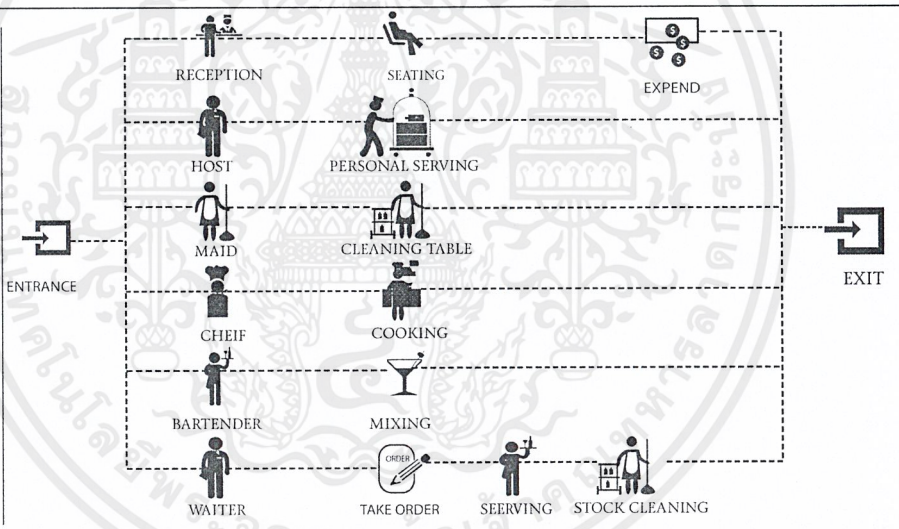


USER BEHAVIOR : THRONES HALL 53/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

STAFF



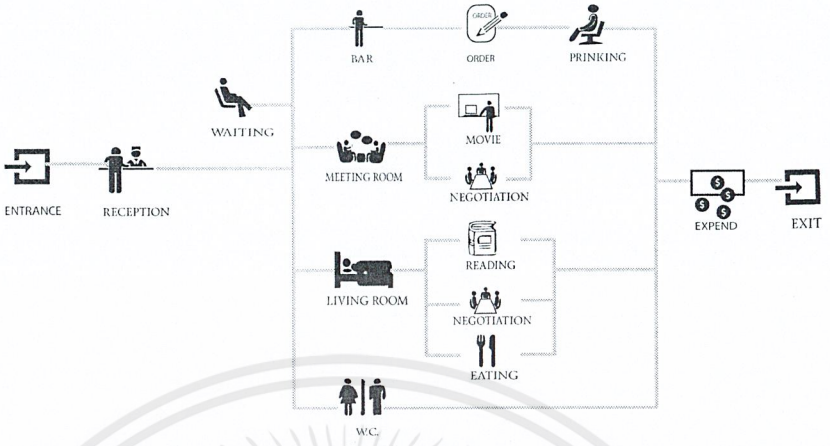
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR : THRONES HALL 54/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GOLD LABLE GUEST



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

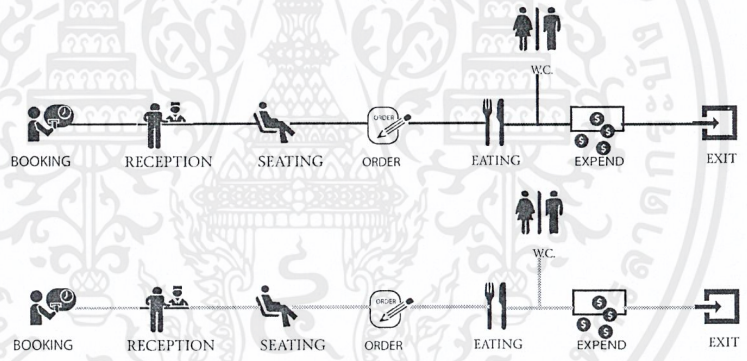
USER BEHAVIOR : BAR A LOUNGE 55/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

GUEST

GOLD LABLE GUEST



King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่และแนวทางการออกแบบ

4.1.1 ตารางสรุปพื้นที่ใช้สอย

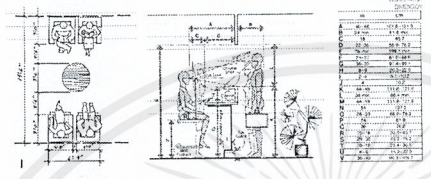
AREA REQUIREMENT : LOBBY / ARRIVAL HALL 67/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

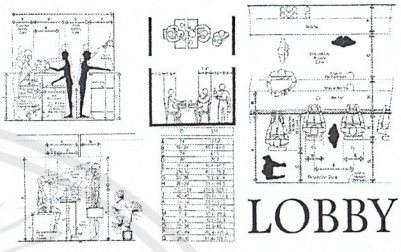
LOBBY

ARRIVAL HALL



ARRIVAL HALL

COMPONENT	AREA/UNIT (sq.m.)	CAPACITY	AREA REQUIREMENT(Sq.m)	REMARKS/SOURCE
DUTY MANAGER	2.75	3	7.25	
BELLBOY STATION	1.44	1	1.44	FOR 2 PPL
WAITING AREA	1.40	36	50	10% OF GUEST
FLOWER SHOP	5.50	1	5.50	STANDARD HALL
CIRCULATION			64.19	
TOTAL			128.38	



LOBBY

COMPONENT	AREA/UNIT (sq.m.)	CAPACITY	AREA REQUIREMENT(Sq.m)	REMARKS/SOURCE
FRONT DESK	2.97	3	8.91	STANDARD HALL
4 SEATING	3.69	3	11.07	STANDARD HALL
FRONT DESK	2.97	1	2.97	STANDARD HALL
4 SEATING	3.69	2	7.38	STANDARD HALL
CAFE AREA	2.00	14	28	TSS
BAR	3	20	60	TSS
TOTAL			118.33	

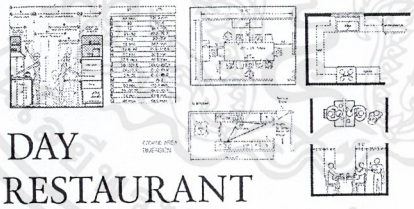
AREA REQUIREMENT : DAY RESTAURANT / ORGANISE CENTER 68/75

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

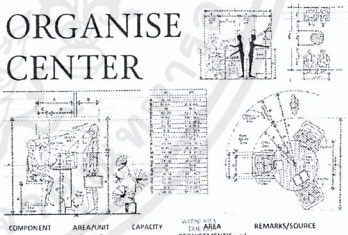
DAY RESTAURANT

ORGANISE CENTER



DAY RESTAURANT

COMPONENT	AREA/UNIT (sq.m.)	CAPACITY	AREA REQUIREMENT(Sq.m)	REMARKS/SOURCE
COUNTER RECEPTION	3.00	5	15.00	TIME-SAVER STANDARD
DINING AREA	2.00	300	600	TIME-SAVER STANDARD
BUFFET AREA	2.20	10	22.00	TIME-SAVER STANDARD
KITCHEN AREA	3.50	5	17.50	TIME-SAVER STANDARD
TOILET	2.20	8	17.60	EXISTING PLAN
DRINKING BAR	2.20	10	22.00	TIME-SAVER STANDARD
CIRCULATION			97.05	30% OF TOTAL AREA
TOTAL			791.15	



ORGANISE CENTER

COMPONENT	AREA/UNIT (sq.m.)	CAPACITY	AREA REQUIREMENT(Sq.m)	REMARKS/SOURCE
COUNTER RECEPTION	3.00	5	15.00	TIME-SAVER STANDARD
WAITING AREA	3.00/3PEOPLE	5	15.00	TIME-SAVER STANDARD
CO-WORING SPACE	5.00/6 PEOPLE	5	25.00	CASE STUDY
THEATER ROOM	7.00	3	21.00	CASE STUDY
PRIVATE WORKING AREA	4.00	2	8.00	CASE STUDY
SELF SERVICE BAR	3.00	2	6.00	CASE STUDY
STORAGE	3.00	1	3.00	CASE STUDY
TOILET	2.20	8	17.60	NEW PLAN
CONVENTION	5,250	1	5,250	PLANING
BALLROOM	900	1	900	PLANING
CIRCULATION			4,252	30% OF TOTAL
TOTAL			18,476	

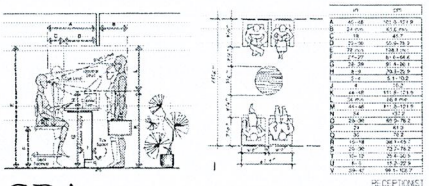
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

SPA

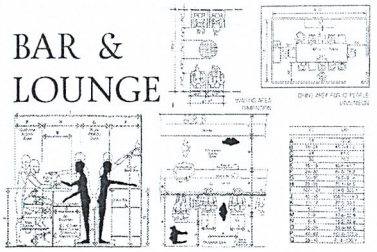
BAR&LOUNGE



SPA

COMPONENT	AREA/UNIT (sq.m.)	CAPACITY	AREA REQUIREMENT(Sq.m)	REMARKS/SOURCE
RECEPTION	0.50	1	5.50	STANDARD HALL
WAITING AREA	0.77	17	13.09	80% OF GUEST
WAITING AREA	0.77	17	13.09	20% OF GUEST
PRODUCT SHOWCASE	3.10	1	3.10	STANDARD HALL
TREATMENT BODY			80.00	CASE STUDY
OFFICE , STAFF, STORE			10.00	CASE STUDY
CIRCULATION			11.00	30% OF AREA
TOTAL			122.69	

BAR & LOUNGE



COMPONENT	AREA/UNIT (sq.m.)	CAPACITY	AREA REQUIREMENT(Sq.m)	REMARKS/SOURCE
HOST	0.50	1	0.50	STANDARD HALL
DINNING AREA	2.00	72	144	60% OF GUEST
WAITING AREA	0.70	13	9.10	20% OF GUEST
BAR	5.60	1	5.60	STANDARD HALL
CASHIER	2.00	1	2.00	STANDARD HALL
CIRCULATION			8.13	30% OF AREA
TOTAL			169.51	

MiTH SIAM HOTEL

Miss Patcharaporn Ravirujiphan
53020135

POOL & POOLBAR

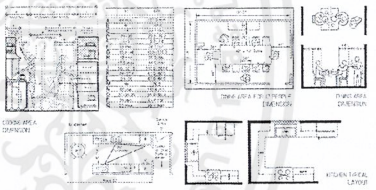
GUESTROOM



POOL & POOLBAR

COMPONENT	AREA/UNIT (sq.m.)	CAPACITY	AREA REQUIREMENT(Sq.m)	REMARKS/SOURCE
BAR&BACK BAR	12.40	1	12.40	STANDARD HALL
COUNTER	5.50	1	5.50	STANDARD HALL
SOFA SET	5.58	6	33.48	STANDARD HALL
2 SITTING AREA	1.84	6	11.04	STANDARD HALL
CIRCULATION			31.6	30% OF AREA
TOTAL			65.58	

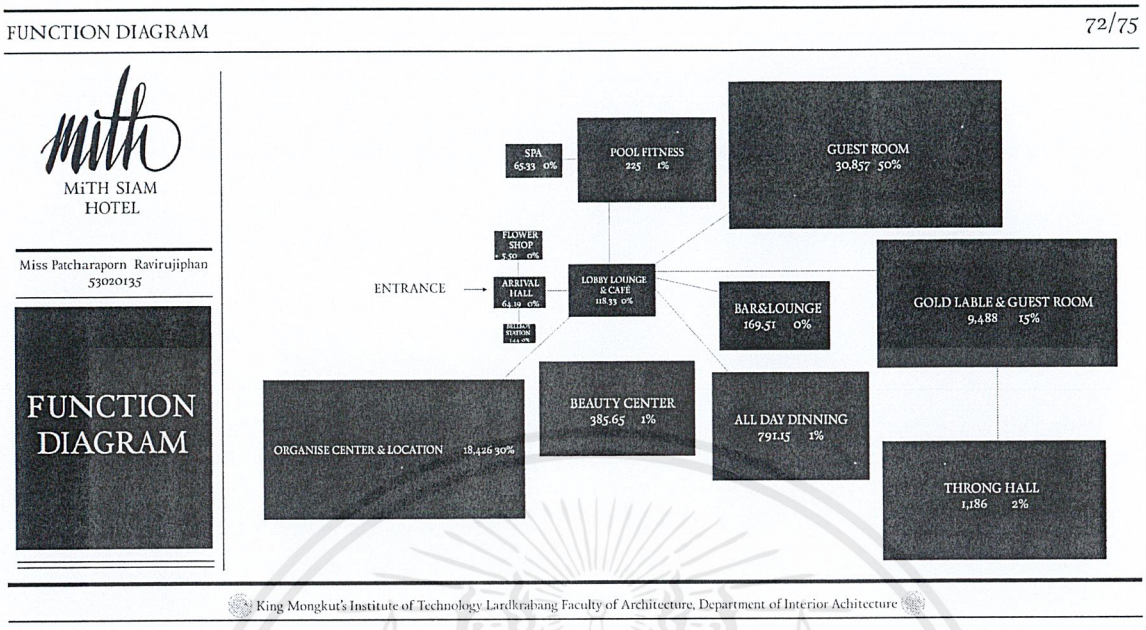
GUESTROOM



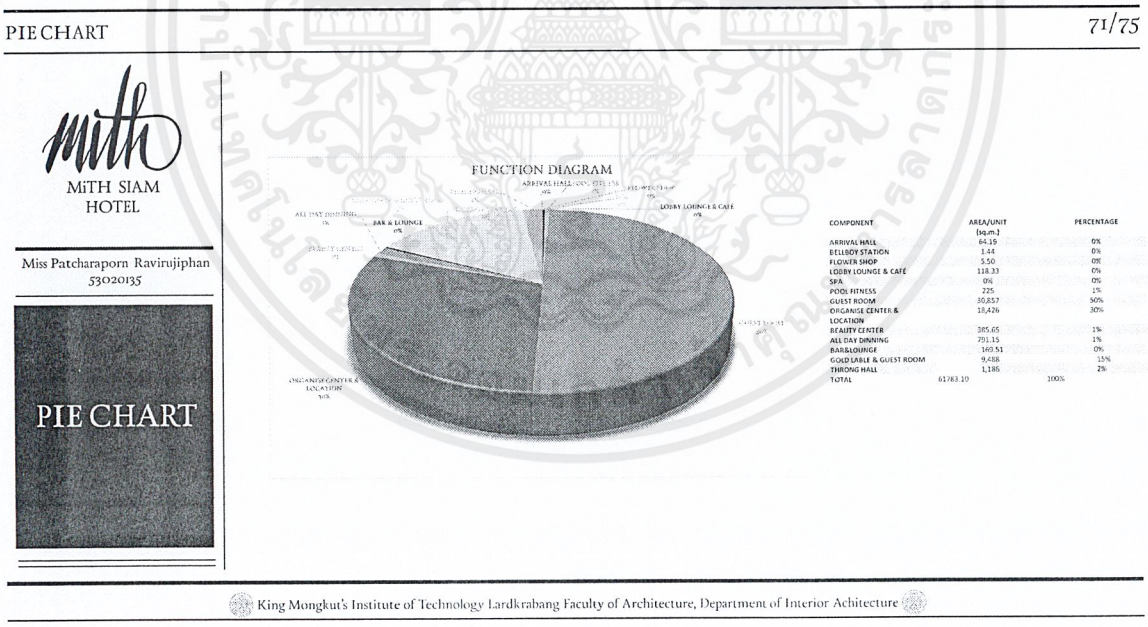
COMPONENT	AREA/UNIT (sq.m.)	CAPACITY	AREA REQUIREMENT(Sq.m)	REMARKS/SOURCE
LUGAGE AREA	1.65	2	3.30	STANDARD HALL
CLOSET	1.60	2	3.20	STANDARD HALL
WC.	3.60	2	7.20	STANDARD HALL
JACUCY	4.00	2	8.00	STANDARD HALL
PANTRY	1.20	1	1.20	STANDARD HALL
DINING AREA	4.00	1	4.00	STANDARD HALL
BEDROOM AREA	12	2	24.00	STANDARD HALL
CIRCULATION			17.06	30% OF AREA
TOTAL			97.96	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 ตารางความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่



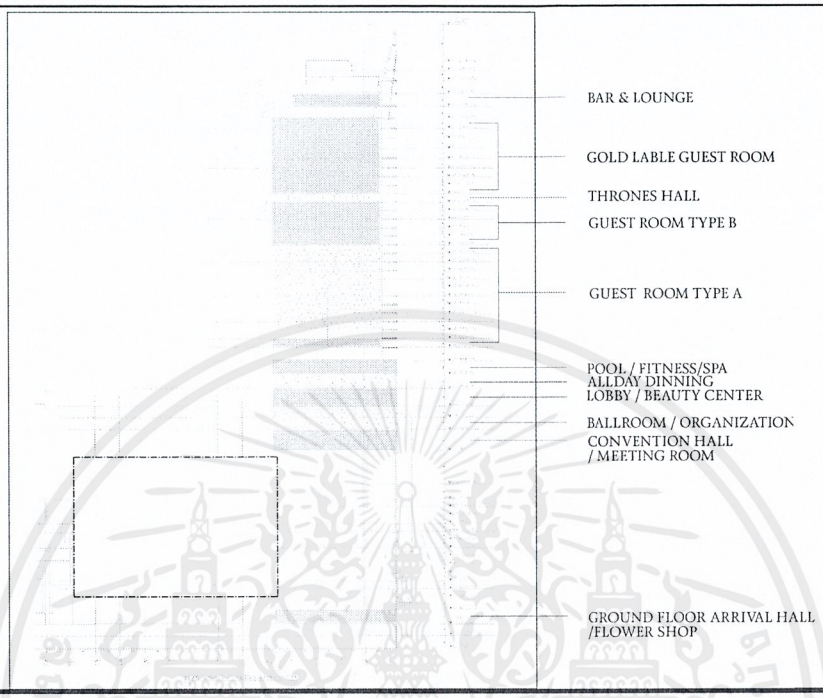
4.1.3 แผนภาพความสัมพันธ์แบบวงกลม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 การแบ่งพื้นที่ภายใน

73/75

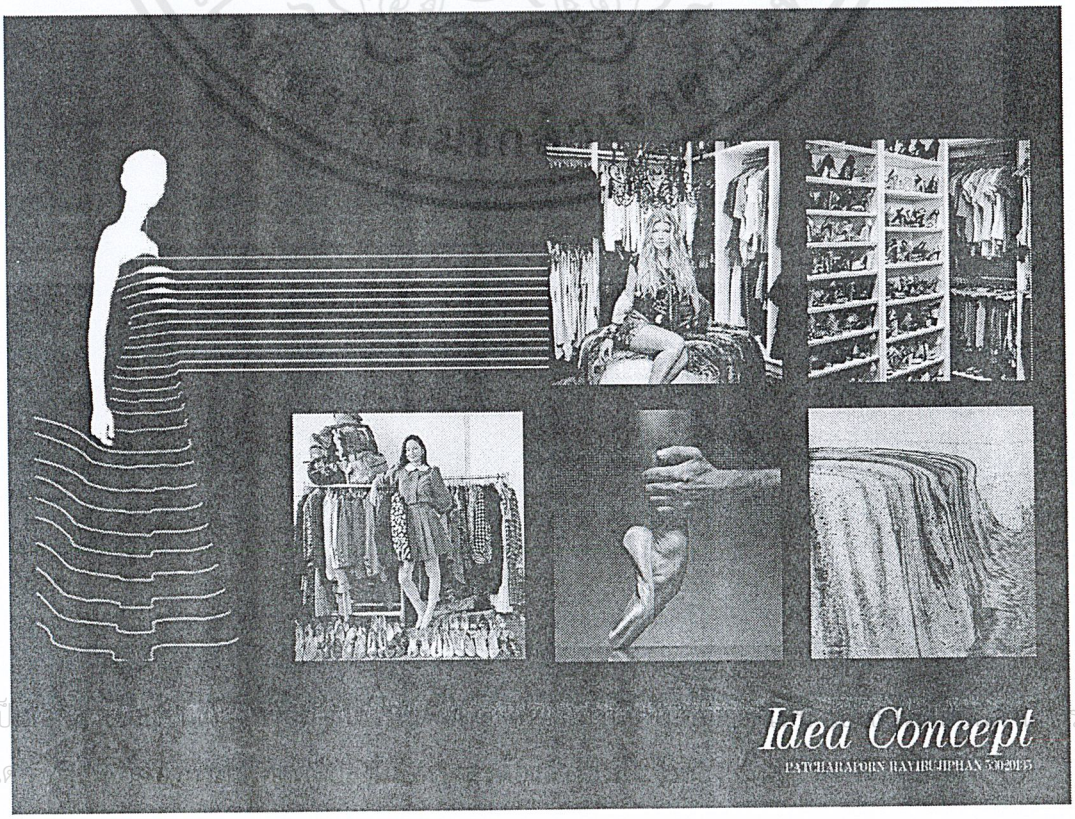


King Mongkut's Institute of Technology Lardkrabang Faculty of Architecture, Department of Interior Achitecture

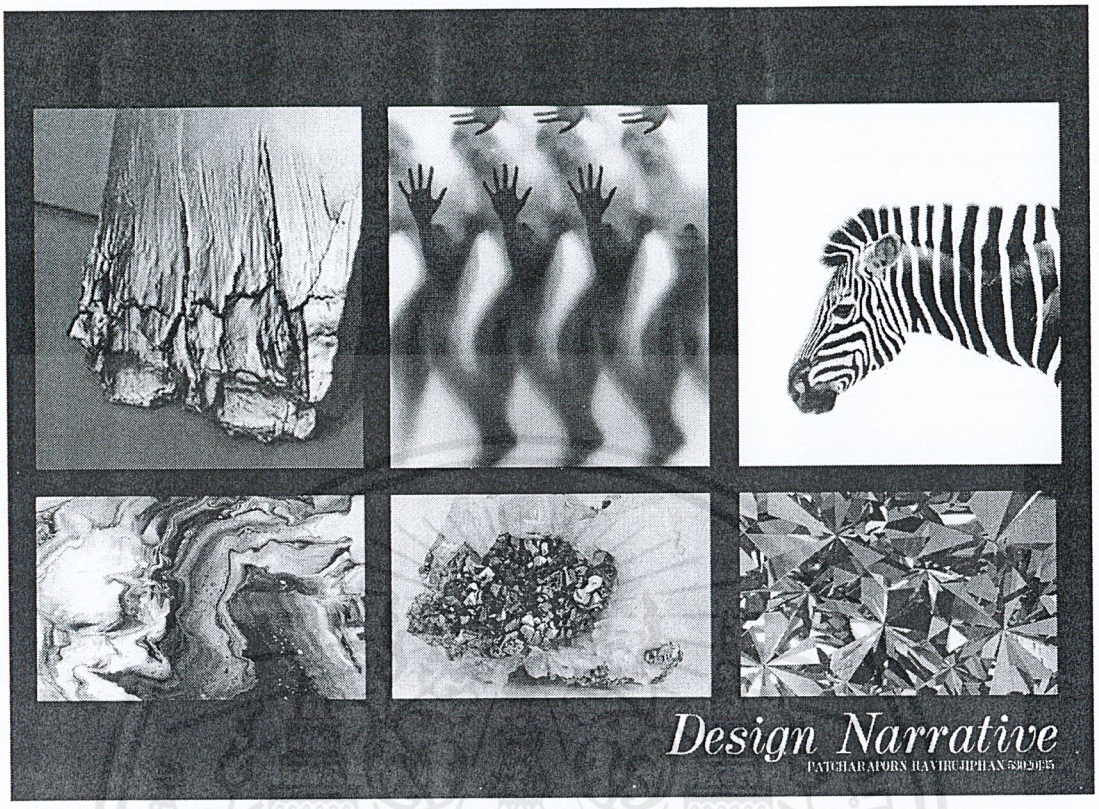
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.5 แนวความคิดในการออกแบบ





เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใด

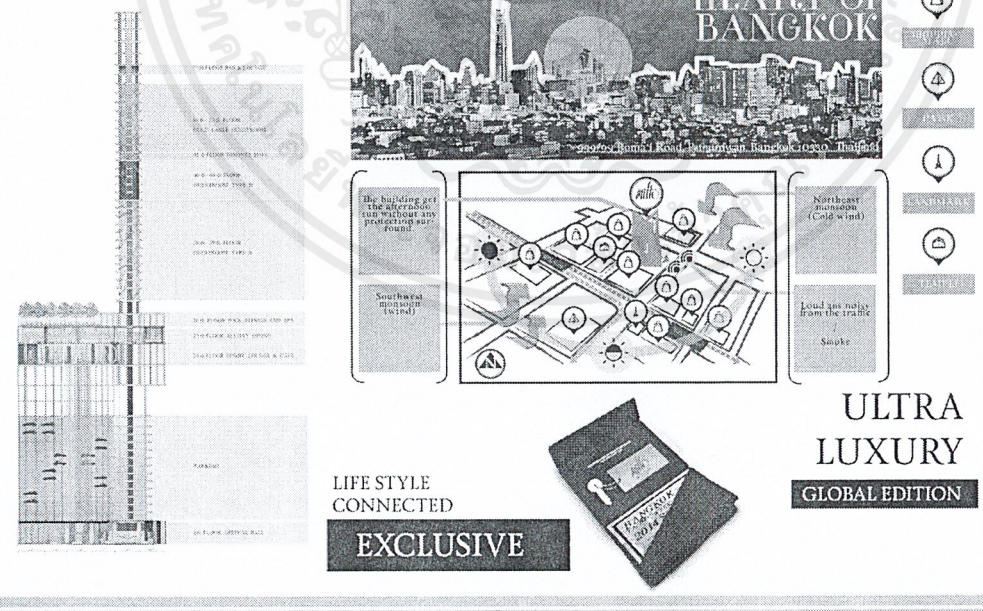


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



DESIGN CONCEPT

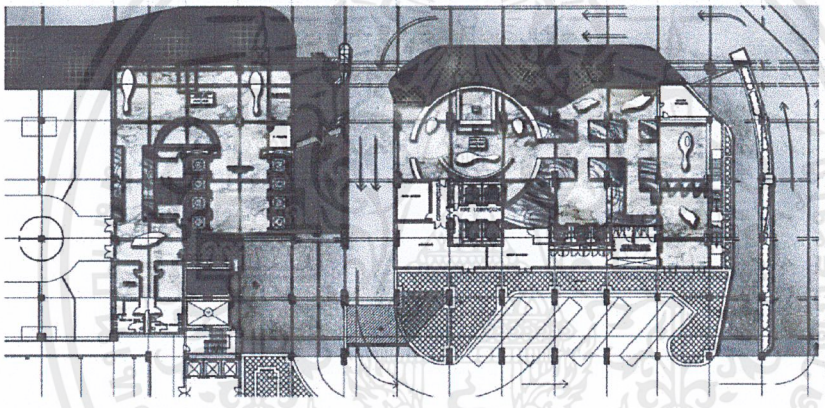


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5
การนำเสนอ

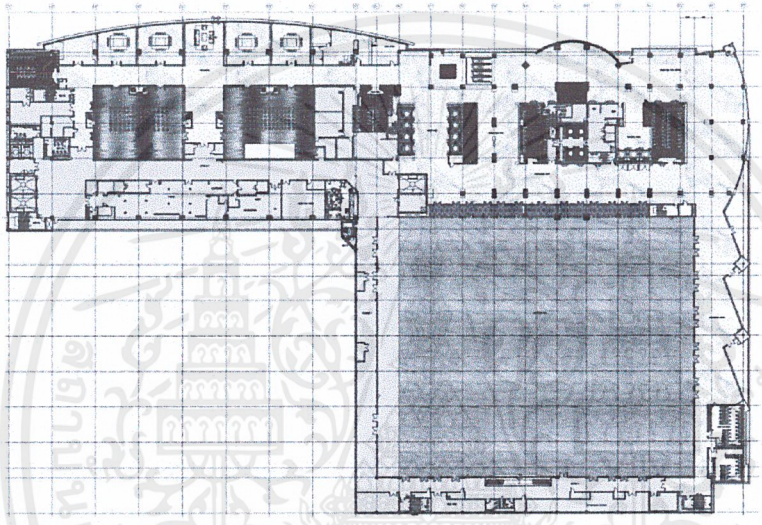
5.1.1 ผังเฟอร์นิเจอร์

MiTH SIAM
HOTEL



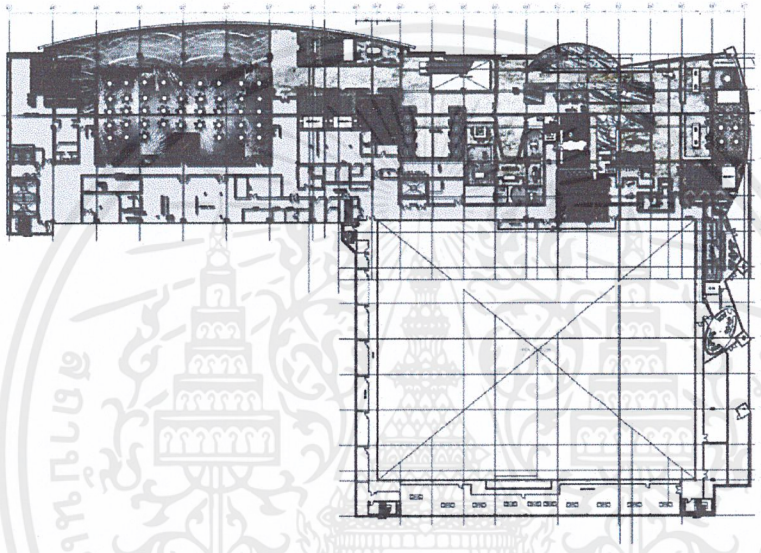
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



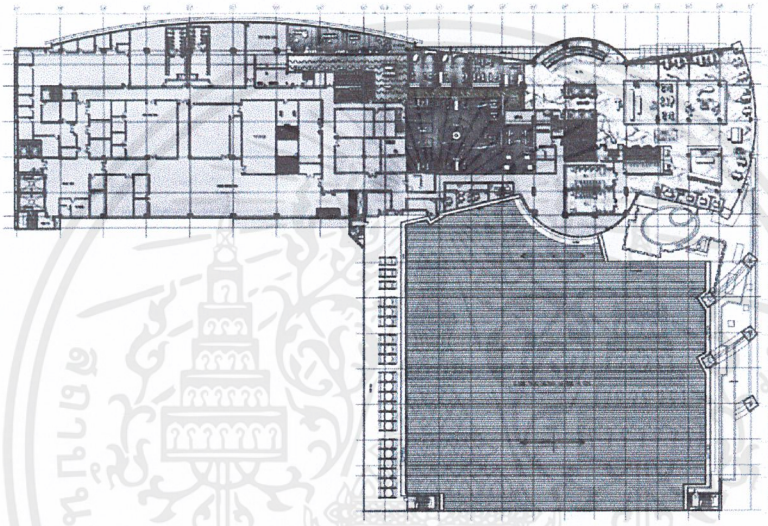
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



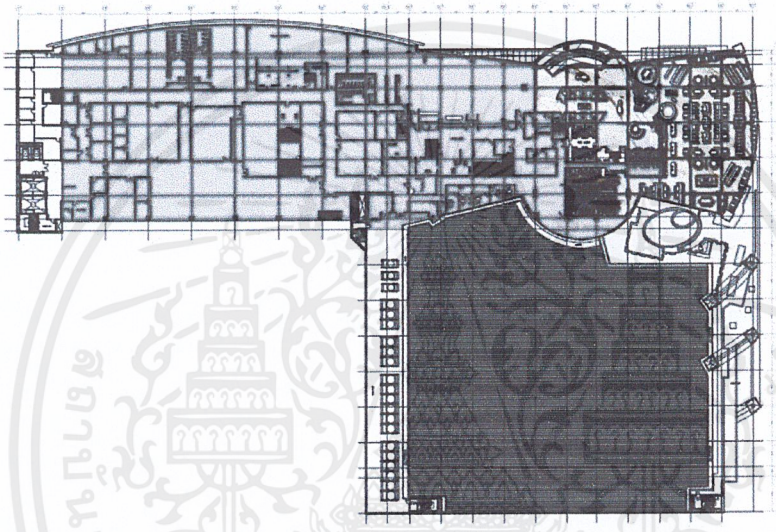
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



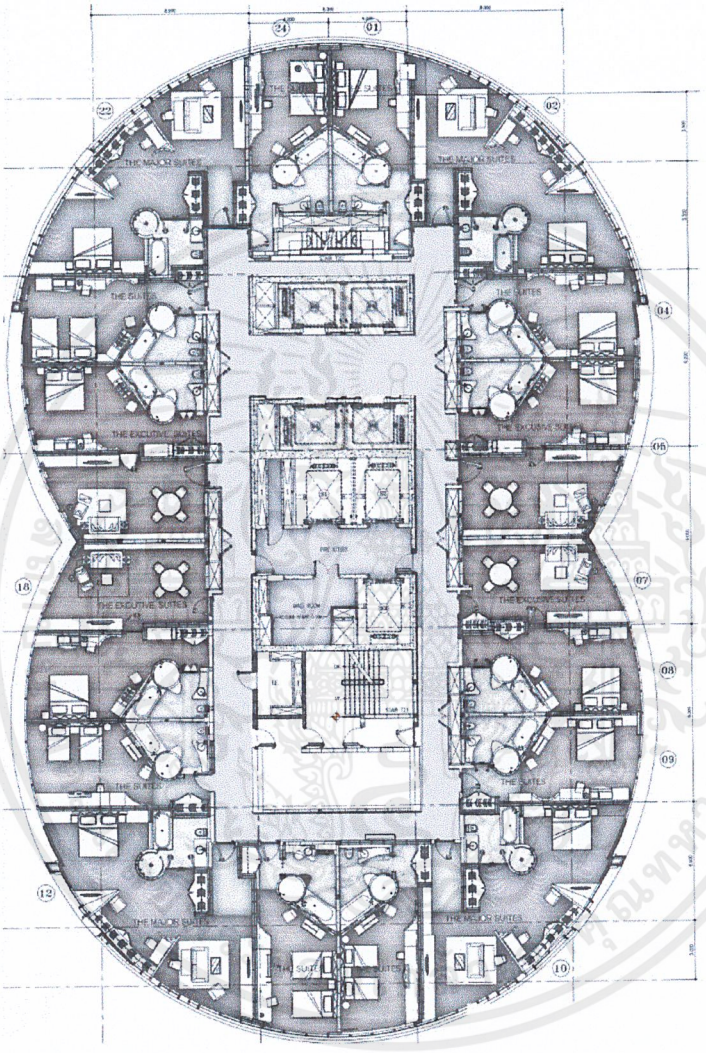
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



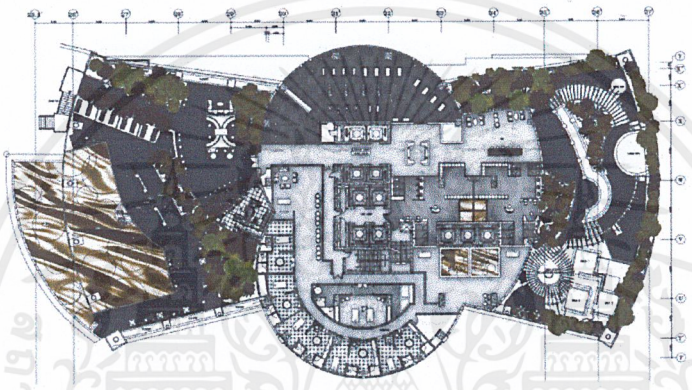
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

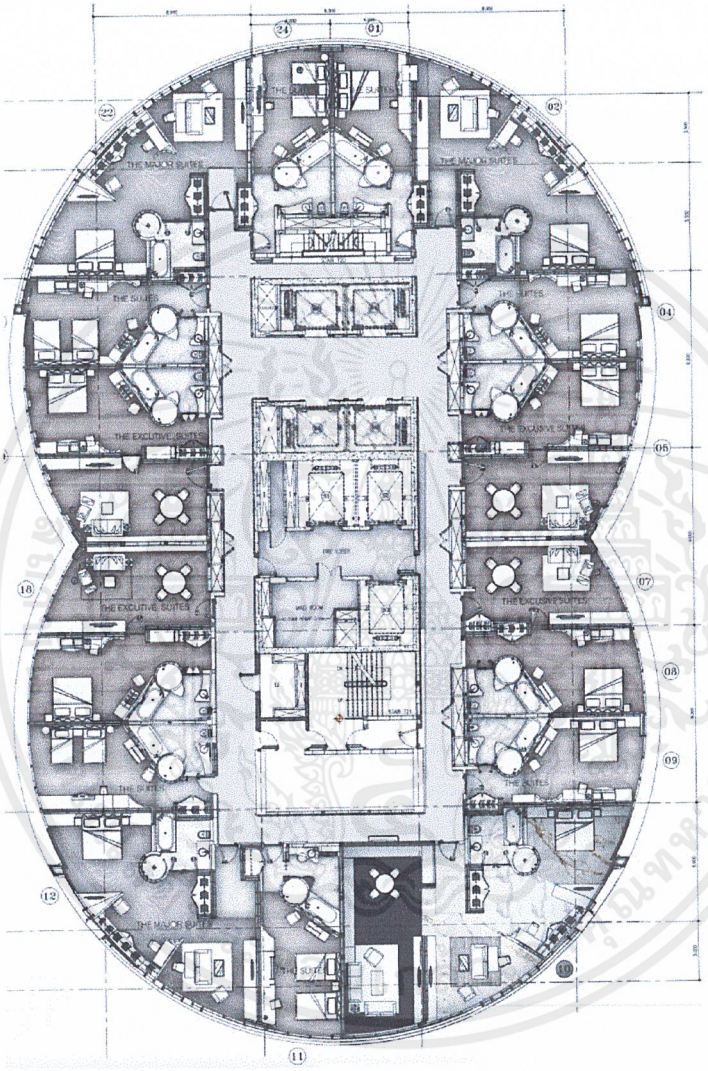


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

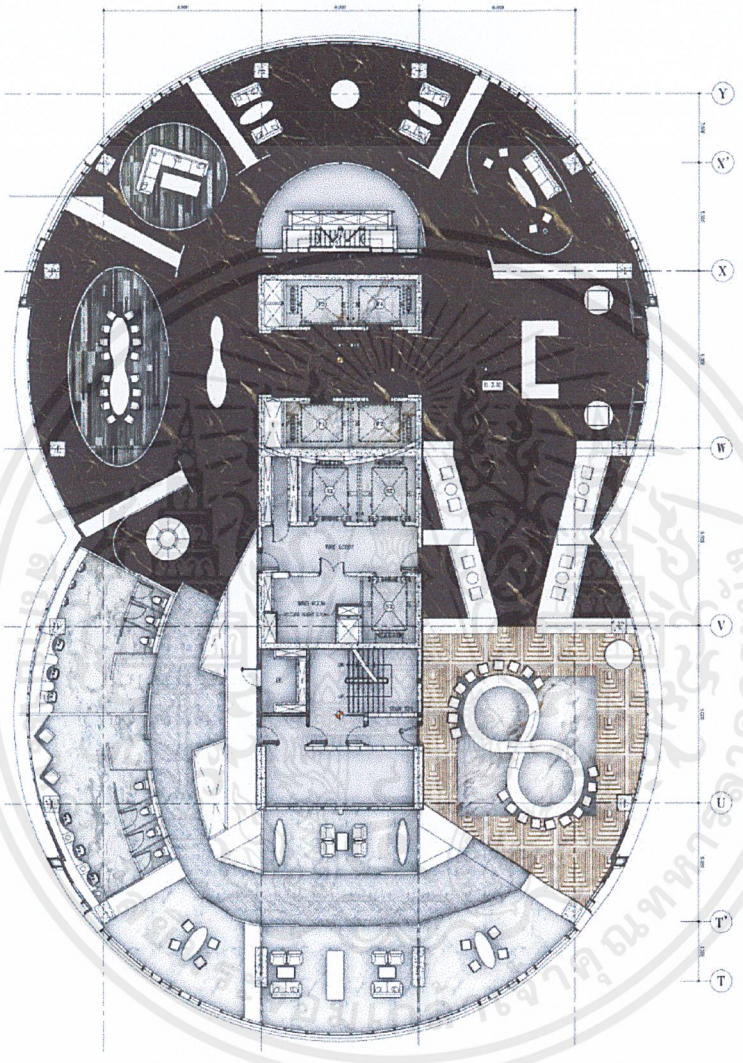


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

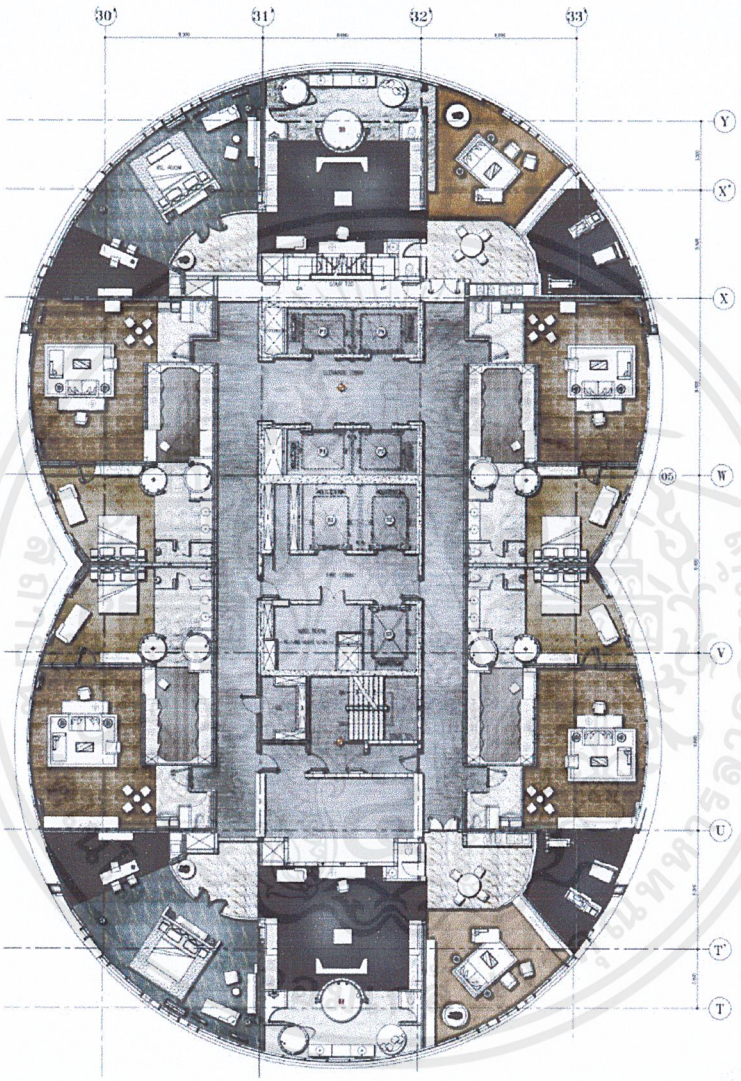
MiTH SIAM
HOTEL



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

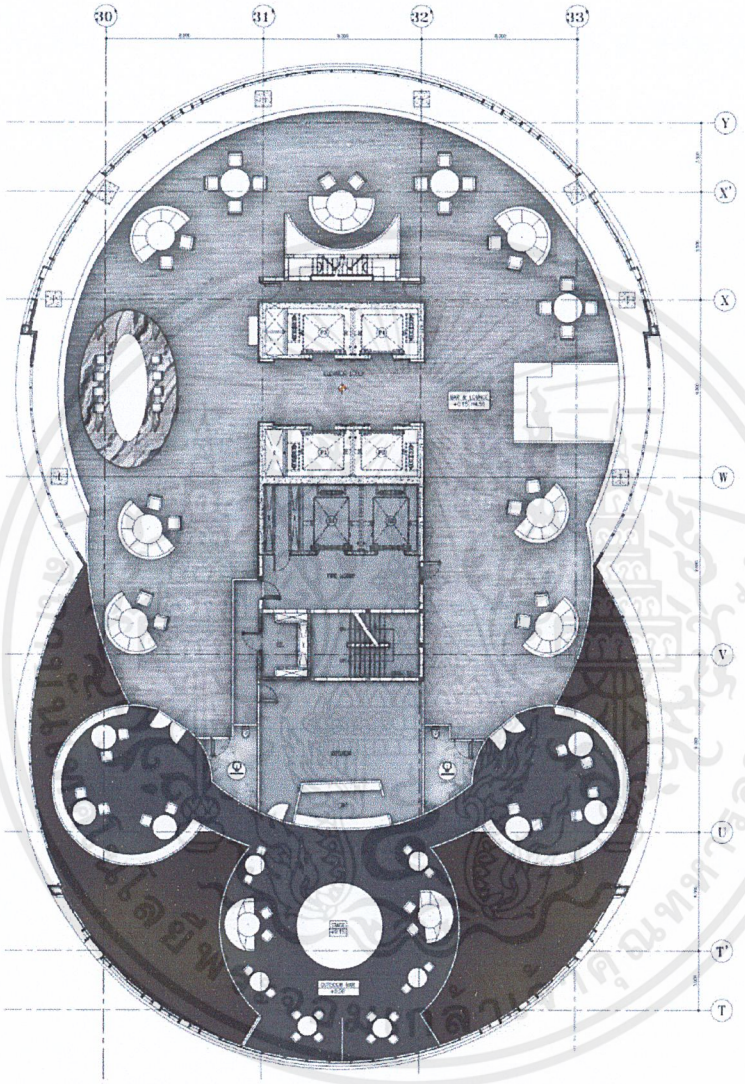
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

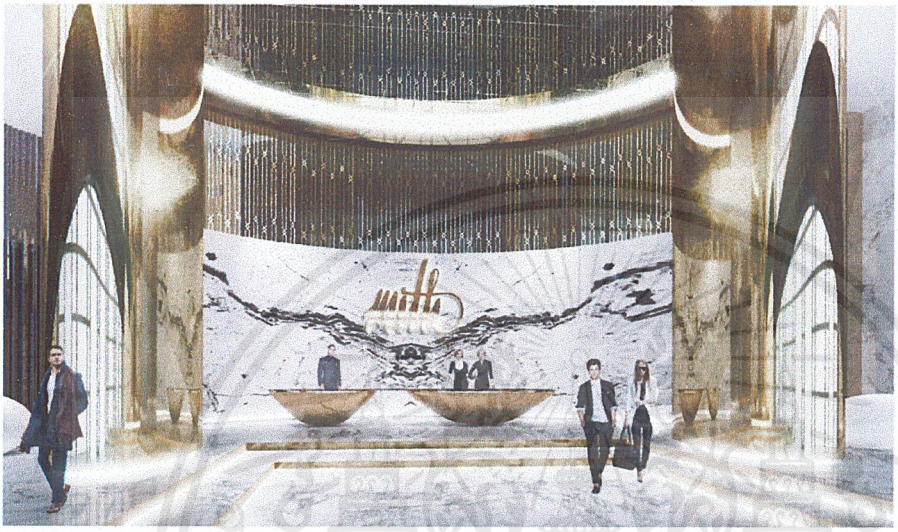


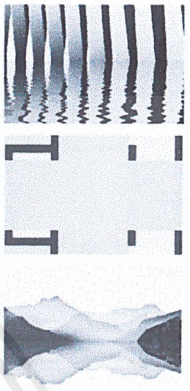
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 ผลงานการออกแบบ

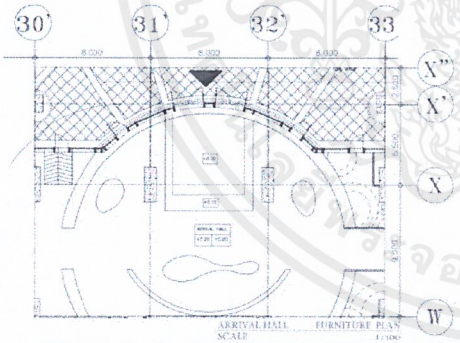
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

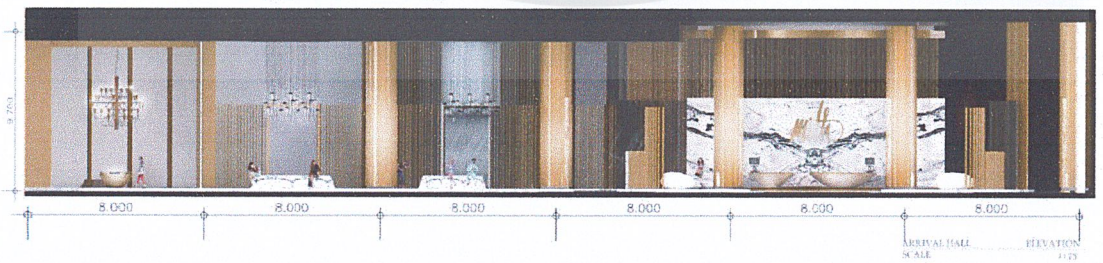




ARRIVAL HALL

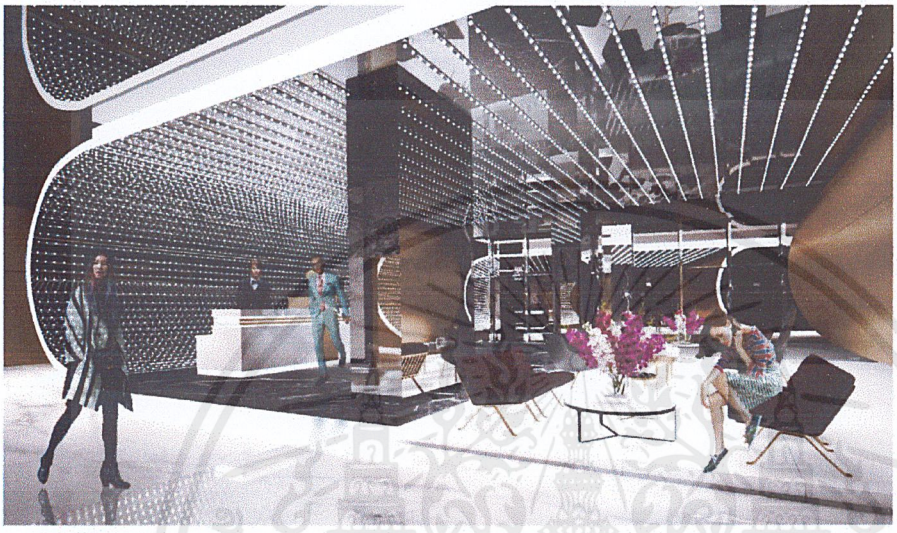




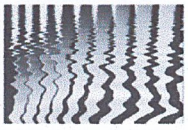


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

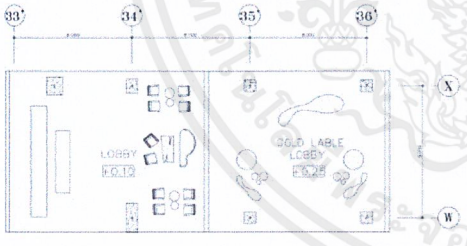








LOBBY



LOBBY FURNITURE PLAN
SCALE 1:100





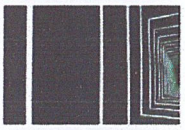
ARRIVAL HALL ELEVATION
SCALE 1:75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



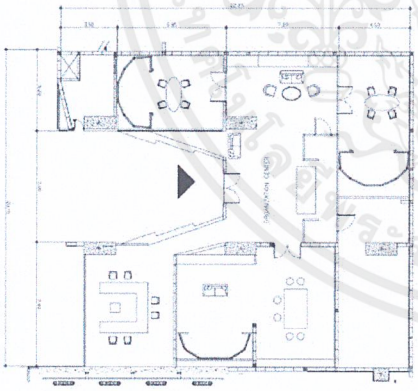




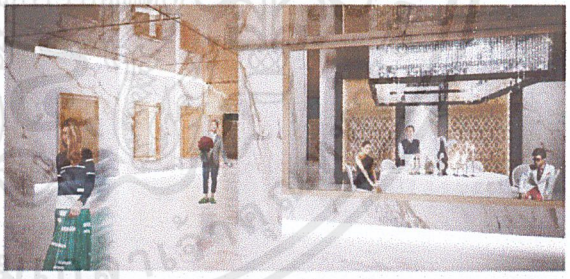


EVENT ORGANIZATION CENTER

2 FLOOR PLAN



EVENT ORGANIZATION CENTER FURNITURE PLAN
NOT TO SCALE





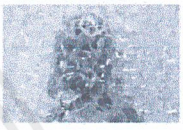
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

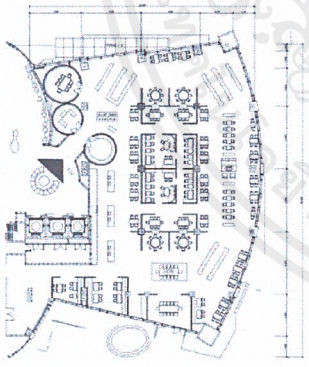






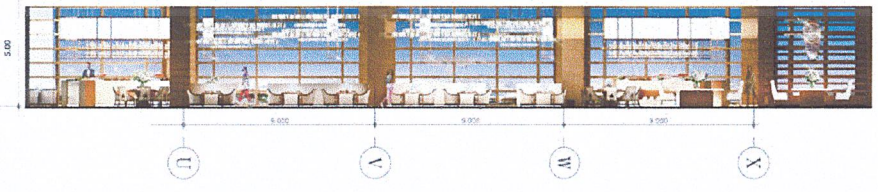


ALLDAY DINING



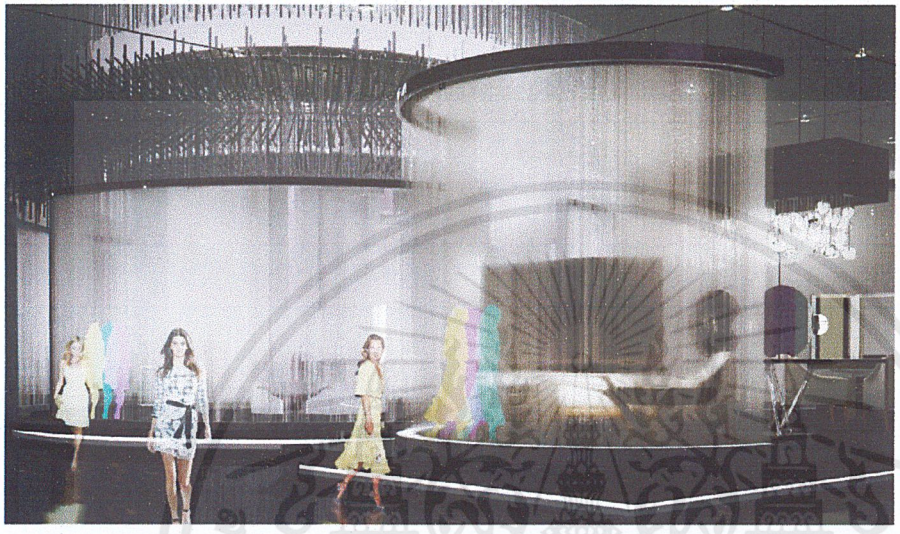


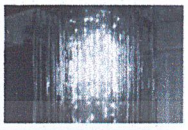
ALLDAY DINING ELEVATION
NOT TO SCALE

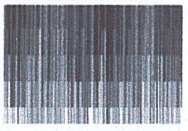


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL

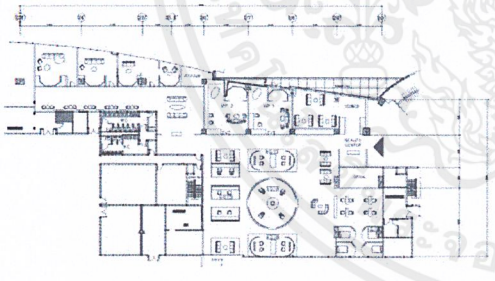








BEAUTY CENTER



BEAUTY CENTER — FURNITURE PLAN
NOT TO SCALE



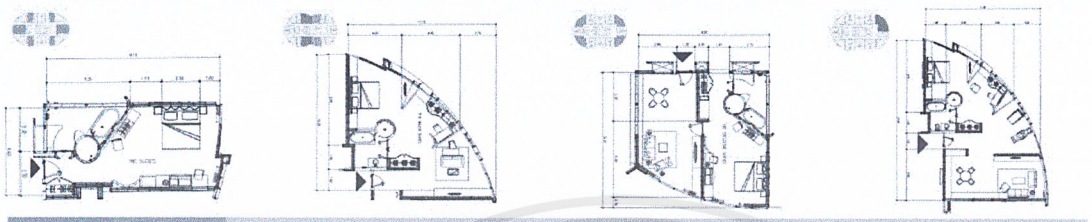


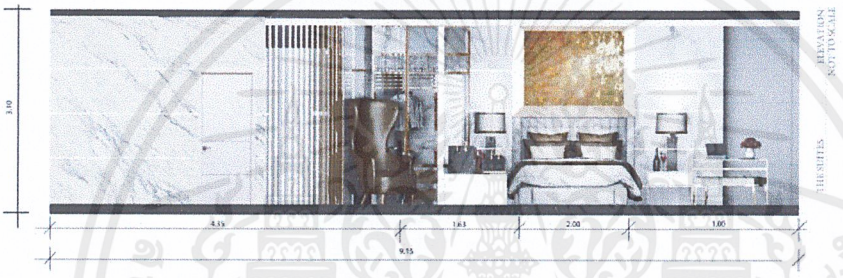
BEAUTY CENTER — ELEVATION
NOT TO SCALE

EVERYDAY IS A
FASHIONSHOW
AND THE
WORLD IS
THE RUNWAY.
COCO CHANEL

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL



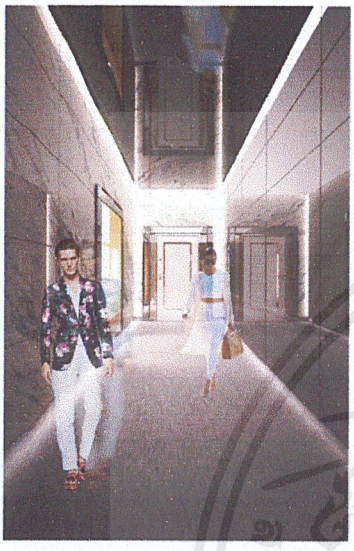


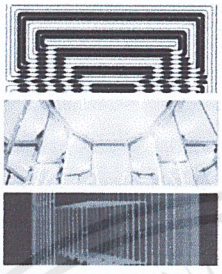
GUESTROOM

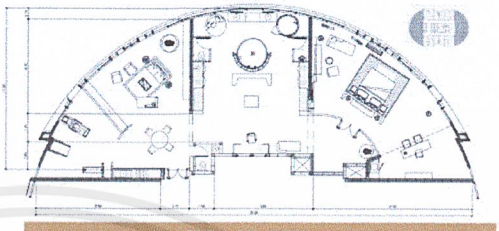


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

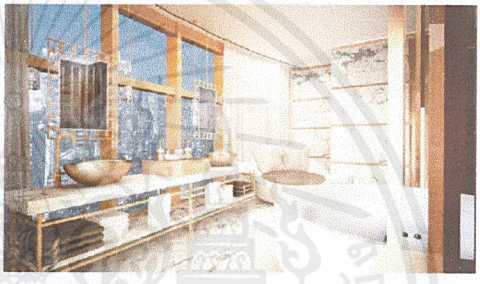
MiTH SIAM
HOTEL







THE MAJOR SUITES
28th-44th FLOOR

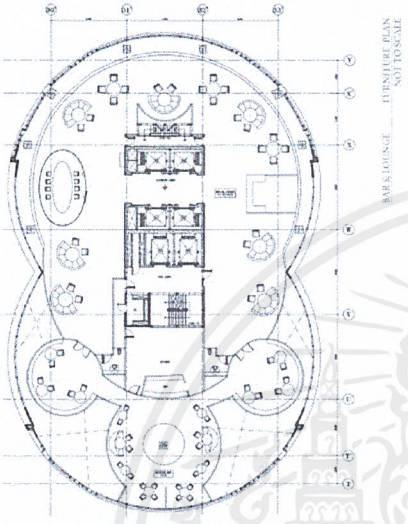


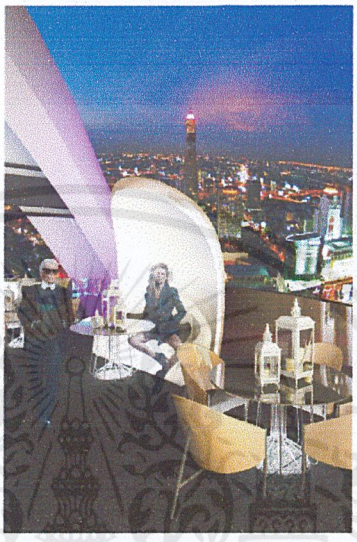
GUESTROOM GOLD LABLE

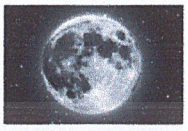


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MiTH SIAM
HOTEL











BAR & LOUNGE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้