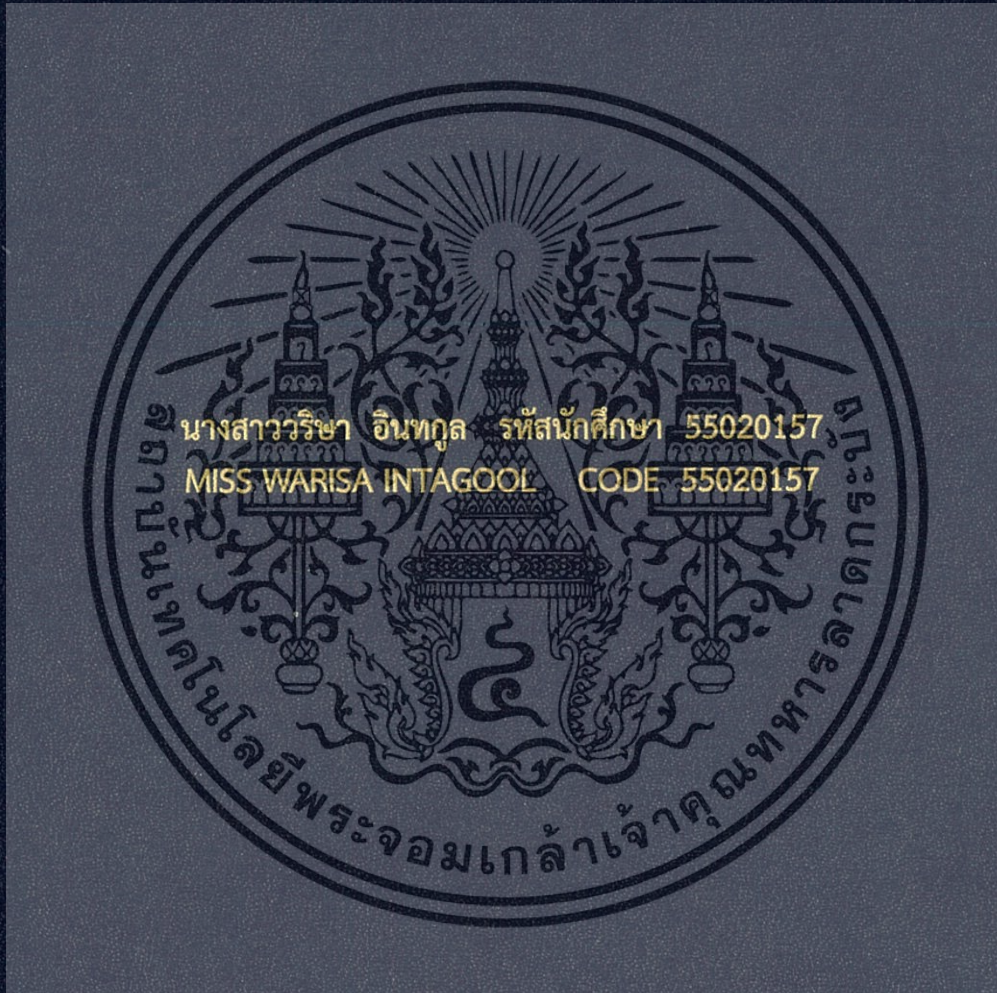


โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน เสนอแนะ
ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจกาแฟพิเศษ จังหวัดเชียงใหม่

(INTERIOR ARCHITECTURAL DESIGN FOR CHIANGMAI
COFFEEHOOD SPECIALTY COFFEE COMMERCIAL CENTRE)



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต(สถาปัตยกรรมภายใน)
กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ
ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจกาแฟพิเศษ จังหวัดเชียงใหม่

(INTERIOR ARCHITECTURAL DESIGN FOR CHIANGMAI
COFFEEHOOD SPECIALTY COFFEE COMMERCIAL CENTRE)

นางสาว วริษา อินทกุล รหัสนักศึกษา 55020157

MISS WARISA INTAGOOL CODE 55020157

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)

กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจกาแฟพิเศษ
จังหวัด เชียงใหม่ (INTERIOR ARCHITECTURAL DESIGN FOR CHIANGMAI
COFFEEHOOD SPECIALTY COFFEE COMMERCIAL CENTER)

ประเภทโครงการ โครงการเสนอแนะ

ชื่อ นางสาว วริษา อินทกุล

MISS WARISA INTAGOOOL

รหัส 55020157

สาขาวิชา สถาปัตยกรรมและการวางแผน

กลุ่มวิชา สถาปัตยกรรมภายใน

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ที่อยู่ 427/182 บ้านสวนริมคลองบางมด แขวงบางมด เขตจอมทอง กทม.10150

โทรศัพท์ 087-486-2686

E-mail iacqua6002@gmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ทรงชม จุลาสัย

อาจารย์ประจำกลุ่ม รศ.ทรงชม จุลาสัย

รศ.พรชัย บุญชัยวัฒนา

ผศ.ชาลี มธุรการ

อ.ดร.ฐิติพรรณ เกินสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้รับ
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต
(สถาปัตยกรรมภายใน)

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ โสวิทย์สกุล)

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

ผศ. พิเชฐ โสวิทย์สกุล
รศ.ทรงชม จุลาสัย
รศ.พรชัย บุญชัยวัฒนา
อ.ดร.ฐิติพรรณ เกินสม
ผศ.ชาลี มธุรการ

ประธาน
กรรมการ
กรรมการ
กรรมการ
กรรมการและเลขานุการ



.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รศ.ทรงชม จุลาสัย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ในการทำวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจกาแฟ พิเศษ จังหวัด เชียงใหม่ (INTERIOR ARCHITECTURAL DESIGN FOR CHIANGMAI COFFEEHOOD SPECIALTY COFFEE COMMERCIAL CENTER)

เมืองเชียงใหม่ถือเป็นเมืองที่มีทรัพยากรด้านกาแฟอย่างครบวงจร ประกอบกับการพยายามสร้าง ภาพลักษณ์ ‘เมืองกาแฟ’ ของเชียงใหม่ เป็นการส่งเสริมธุรกิจที่ทำให้ตลาดกาแฟในเชียงใหม่เติบโตรวดเร็ว มากในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา ทำให้เมืองเชียงใหม่เต็มไปด้วยร้านกาแฟท้องถิ่นที่กระจายอยู่ทุกมุมเมือง มีแหล่ง ปลุกกาแฟคุณภาพดี มีที่ตั้งโรงคั่วกาแฟจำนวนมาก มีสถาบันวิชาการด้านกาแฟและเป็นแหล่งศูนย์รวมบา ริสต้าฝีมือเยี่ยม ที่พร้อมจะผลักดันให้เชียงใหม่ เป็นที่รู้จักในฐานะเมืองกาแฟไม่แพ้เมืองอื่นๆบนโลก

แต่ด้วยความกระจัดกระจายของร้านกาแฟ และยังการจัดกิจกรรมต่างๆ ยังไม่มีพื้นที่รองรับมากพอ จึงเป็นโอกาสที่ดีในการเสนอแนะโครงการศูนย์ส่งเสริมธุรกิจกาแฟพิเศษ จ.เชียงใหม่ขึ้น

โครงการที่จะเกิดขึ้นใหม่นี้เป็นการสนับสนุนจาก สมาคมกาแฟพิเศษไทย เพื่อเป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่ง ศูนย์รวมและสร้างเครือข่ายของคนกาแฟในเมืองเชียงใหม่ รวมถึงการมีพื้นที่สาธารณะไว้ให้แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับกาแฟพิเศษ การจัดกิจกรรม WORKSHOP สำหรับบาริสต้า (BARISTA) และบุคคลทั่วไป มี พื้นที่สำหรับการทดลองและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกาแฟ และเป็น HUB รองรับนักท่องเที่ยวลักษณะ CAFEHOPPER จากทั้งในและต่างประเทศก่อนจะกระจายสู่ร้านกาแฟอื่นๆ ในเมือง ถือเป็น การสร้าง วัฒนธรรมกาแฟที่แข็งแกร่งและผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบใหม่สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ให้เกิด การพัฒนาทั้งสังคมและเศรษฐกิจไปพร้อมๆกัน

จุดประสงค์โครงการ

1. เพื่อเป็นศูนย์รวมแลกเปลี่ยนความรู้และพัฒนาความสามารถอย่างครบวงจรสำหรับ คนกาแฟใน เมืองเชียงใหม่และที่อื่นๆ
2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือก และ ส่งเสริมภาพลักษณ์ การก้าวสู่การเป็น ‘เมือง กาแฟ’ ของจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเป็น HUB สำหรับการท่องเที่ยว LIFESTYLE คนเมืองที่เรียกว่า CAFEHOPPER ก่อนจะ กระจายสู่ร้านกาแฟต่างๆในเมืองเชียงใหม่
4. เพื่อเป็นแหล่งจัดกิจกรรมและการแข่งขันเกี่ยวกับกาแฟของเมืองเชียงใหม่

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อศึกษาและออกแบบพื้นที่ สถาปัตยกรรมภายในสำหรับโครงการ ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจกาแฟ พิเศษ จังหวัด เชียงใหม่
2. ได้เรียนรู้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับโครงการเพื่อตอบสนองผู้ใช้งาน
3. สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ได้จริงและสามารถเสนอข้อมูลแนวทางวิธีการแก้ปัญหา แก่ผู้ที่มีความสนใจที่จะนำไปศึกษาต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน) ภาควิชา สถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2559 จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์ทาง สถาปัตยกรรมภายในของโครงการ CHIANGMAI COFFEEHOOD ศูนย์ส่งเสริมธุรกิจกาแฟพิเศษ จังหวัด เชียงใหม่

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ใช้เวลาในการจัดทำต่อเนื่องกันตั้งแต่ปี 2559-2560 ข้อมูลที่เก็บรวบรวม บางอย่างจึงเป็นข้อมูลที่ใช้กันอยู่ในระยะเวลาดังกล่าว ซึ่งอาจมีข้อมูลบางอย่างที่ได้รับการปรับปรุง และแก้ไข หลังจากที่ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมไปแล้วบ้าง ดังนั้นข้าพเจ้าจึงขอภัยในข้อผิดพลาดบางประการที่ เกิดขึ้นในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ค้นคว้าและผู้สนใจและทำประโยชน์ให้กับ การศึกษาในด้านสถาปัตยกรรมภายในต่อไป

วริษา อินทกุล

ผู้จัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าวิจัยตลอดจนรวบรวมข้อมูลต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์ทางสถาปัตยกรรมภายใน Chiangmai Coffeehood ศูนย์ส่งเสริมกาแฟพิเศษ จ.เชียงใหม่ ได้รับความอนุเคราะห์และความร่วมมือ รวมถึงข้อคิดเห็นและคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ รวมทั้งกำลังใจและการช่วยเหลือจากบุคคลต่อไปนี้

ขอขอบคุณ

- ครอบครัว สำหรับการให้กำลังใจและคอยสนับสนุนทุกอย่างตลอดมา
- รศ.ทรงชม จุลาสัย อาจารย์ที่ปรึกษา สำหรับคำแนะนำและคอยให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ตลอดมา รวมไปถึงอาจารย์ประจำกลุ่ม รศ.พรชัย บุญชัยวัฒนา , ผศ.ชาติ มธุรการ , อ.ดร.ฐิติพรรณ เกินสม ที่คอยผลักดันและให้คำแนะนำ ทำให้มองเห็นจุดบกพร่องที่พลาดไปและช่วยพัฒนาให้งานออกมาดีขึ้น
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และอาจารย์ในคณะทุกท่านสำหรับความรู้และประสบการณ์ต่างๆและความทรงจำที่ดีตลอด 5 ปี
- ขอขอบคุณเพื่อนร่วมแอดไวเซอร์ ตอย เพียร์ อีฟ ที่ไปตรวจแบบด้วยกัน ให้คำแนะนำเวลาเครียดเป็นความทรงจำที่ดีตลอดหนึ่งปี ถึงแม้ว่าจะไม่อยู่แล้วแต่พวกเราจะคิดถึงอีฟเสมอ
- ขอขอบคุณเพื่อนบ้านเดี่ยว ตอย สุนิก พาง อิน เก๋ รวมถึงบุทคอนโด ที่อยู่ด้วยกันตลอดหนึ่งเดือนแห่งความเหนียว คอยให้กำลังใจและคำปรึกษาตลอด
- ขอขอบคุณพี่วิว Hands&heart และพี่เทค Yellow craft cafe สำหรับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการทำกาแฟและเป็นเสมือนจุดเริ่มต้นของการทำโครงการนี้
- ขอขอบคุณศาล เดช จีน นื่องฮาร์ทสธ 3 รวมถึงเพื่อนๆ สล 5 ที่แวะเวียนมาหาเป็นที่ปรึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างสถาปัตยกรรม ช่วยตัดไม้เด็ด และคอยให้กำลังใจเสมอ
- ขอขอบคุณสายรหัส 61 พี่มาย พี่อ้ม พี่วาวา ตาล พ้า ไบนัสและ นื่องไอซ์ ที่คอยถามไถ่และช่วยเหลือตลอดระยะเวลาทำที่ลิส
- ขอขอบคุณ ใบตอง แพรพลอย ปีสี่ ที่ให้กำลังใจและแวะเวียนเข้ามาช่วยงาน รวมถึงเป็นจุดเริ่มต้นให้เลือกทำวิทยานิพนธ์หัวข้อนี้
- ขอขอบคุณพี่โตม พี่อานัฐ พี่นรงค์ พี่กร พี่คาราเมล พี่แพรญา พี่น้ำหาดใหญ่ พี่นอร์ท พี่เส้าหลิน ที่แวะเข้ามาให้คำแนะนำ และสร้างสีสันให้กับบุทตอนที่กำลังเครียดๆ
- ขอขอบคุณอีกหลายคนที่ไม่ได้กล่าวถึงแต่แวะเวียนมาให้กำลังใจ ทำให้วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ผ่านไปด้วยดี

วริษา อินทกุล

ผู้จัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ

	หน้า
1.1 ประวัติความเป็นมา และความสำคัญของโครงการ	1
1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ	
1.2.1. กลุ่มสนับสนุนโครงการ Chiangmai Barista Club	2
1.2.2. กลุ่มสนับสนุนโครงการ SCATH	3
1.3 จุดประสงค์ของโครงการ	4
1.4 องค์ประกอบโครงการ	4
1.5 ภาพลักษณ์โครงการ	5
1.6 กลุ่มเป้าหมาย	6
1.7 ที่ตั้งของโครงการ	
1.7.1 ข้อพิจารณาในการเลือกที่ตั้งและเกณฑ์ลักษณะอันพึงประสงค์	7
1.7.2 ลักษณะที่ตั้งของโครงการ	8
1.7.3 การเข้าถึงโครงการ	11
1.7.4 สภาพแวดล้อมโดยรอบ	11
1.8 อาคารสำหรับโครงการ	
1.8.1 ข้อพิจารณาในการเลือกอาคารและเกณฑ์ลักษณะอันพึงประสงค์	12
1.8.2 ลักษณะอาคาร Seenspace Thonglor	12
1.8.3 ลักษณะอาคาร 72 Courtyard	16
1.8.4 ลักษณะอาคารหอศิลปวัฒนธรรม ม.เชียงใหม่	18
1.9 ขอบข่ายและขอบเขตของโครงการ	22
1.10 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	23

บทที่ 2 ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสนับสนุนโครงการ

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ

2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการรวมกลุ่มชุมชน (Community)	24
2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนกาแพ	25
2.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับ Co-Living Culture	25
2.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับ Boutique Hotel	26
2.1.5 ลักษณะเฉพาะของโครงการ	35

2.1.6 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ วัฒนธรรมกาแฟ (Coffee Culture) ใช้ประโยชน์ด้าน 36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่าย หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยไว้ล่วงหน้า และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.7	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ กาแฟพิเศษ (Specialty Coffee)	37
2.1.8	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบนิทรรศการ	38
2.1.9	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบห้องสมุด	43
2.2	กรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ	
2.2.1	หลักเกณฑ์ในการเลือกกรณีศึกษา	44
2.2.2	กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Community Space	
2.2.2.1	Common Ground	45
2.2.2.2	Pop Brixton	47
2.2.2.3	HUBBA-TO	49
2.2.3	กรณีศึกษาเกี่ยวกับโรงเรียนกาแฟ	
2.2.3.1	The Specialty Coffee lab	53
2.2.3.2	TORCH COFFEE COMPANY	55
2.2.3.3	COUNTER CULTURE COFFEE TRAINING CENTER	57
2.2.4	กรณีศึกษาเกี่ยวกับโรงแรม	
2.2.4.1	Bangkok tree House	59
2.2.4.2	THE ROAM, UBUD	61
2.2.4.3	Coppersmith Hotel	63
2.2.5	สรุปผลการศึกษาโครงการเปรียบเทียบเพื่อการออกแบบ	64
2.3	ข้อมูลเฉพาะของโครงการ	
2.3.1	เอกลักษณ์องค์กรของสมาคมกาแฟพิเศษไทย	65
2.3.2	ประวัติความเป็นมาของสมาคมกาแฟพิเศษไทย	66
2.3.3	พันธกิจและอัตลักษณ์	66
2.3.4	ข้อมูลเกี่ยวกับ โครงการเชียงใหม่เมืองกาแฟ	66
2.3.5	ข้อมูลเกี่ยวกับ ธุรกิจกาแฟในเมืองเชียงใหม่	67
2.3.6	ข้อมูลเกี่ยวกับชั้นเรียนกาแฟ	68
2.4	ระบบสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และวัสดุในการตกแต่งภายใน	
2.4.1	ลักษณะโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม	70
2.4.2	ระบบสภาพแวดล้อมภายใน	
2.4.2.1	ระบบแสงสว่างที่ส่งผลกับบรรยากาศ	73
2.4.2.2	ระบบปรับอากาศและการหมุนเวียนอากาศ	75
2.4.2.3	ระบบการจัดการกลิ่น	77
2.4.2.4	ระบบการจัดการสุขาภิบาลภายในอาคาร	80
2.4.3	อุปกรณ์พิเศษเกี่ยวกับการทำกาแฟ	81
2.4.4	วัสดุที่ใช้ในการออกแบบโครงการ	82

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3	กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และพื้นที่ที่ต้องการ	
3.1	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย และ ประเภทผู้ใช้โครงการ	83
3.2	กิจกรรมและพฤติกรรมผู้ใช้โครงการ	86
3.3	พฤติกรรมผู้ให้บริการ	88
บทที่ 4	การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ	
4.1	การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1.1	การวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร	91
4.1.2	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่	95
4.1.3	แผนภาพความสัมพันธ์ของพื้นที่แบบวงกลม	96
4.1.4	ตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ และ แผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่	97
4.1.5	การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่ และทางสัญจร	101
4.1.6	การวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่สัมพันธ์	101
4.2	แนวความคิดในการออกแบบ	
4.2.1	แนวความคิดในการออกแบบ	102
4.2.2	ฉิม หรือ Mood Board	103
บทที่ 5	ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน	
5.1	ผังบริเวณของโครงการ	104
5.2	ผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการ	105
5.3	ผังเพดานและไฟฟ้าของอาคารโครงการ	106
5.4	รูปตัดของอาคารโครงการ	107
5.5	ภาพทัศนียภาพภายในโครงการ	108
5.6	หุ่นจำลอง	112
	บรรณานุกรม	113
	ประวัติผู้เขียน	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ประวัติความเป็นมา และความสำคัญของโครงการ

การดื่มกาแฟ นอกจากจะตอบสนองความต้องการของร่างกายแล้ว ยังแฝงการบริโภค ความหมาย หรือที่เราเรียกว่า ‘วัฒนธรรมกาแฟ’ ตั้งแต่ รสชาติ กลิ่น บรรยากาศ โอกาส และสถานที่ กาแฟเองก็สัมพันธ์กับสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นบริบทในการกำหนดและสร้างความหมายของมัน เช่นกัน ทำให้แต่ละเมืองทั่วโลกเกิดสิ่งที่เรียกว่า วัฒนธรรมกาแฟขึ้นอย่างแพร่หลาย เมลเบิร์น , ซีแอตเทิล , โรม , ออสโลว์ , เวียนนา , ไทเป , หรือแม้แต่ประเทศเพื่อนบ้าน AEC อย่างมาเลเซียและ สิงคโปร์ ล้วนแต่เป็นเมืองที่ถูกยอมรับว่าเป็นเมืองกาแฟ ซึ่งกระตุ้นสภาพสังคมและเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ในประเทศไทย เมืองเชียงใหม่ถือเป็นเมืองที่มีทรัพยากรด้านกาแฟอย่างครบวงจร ที่นอกจากจะ เต็มไปด้วยร้านกาแฟท้องถิ่นที่กระจายอยู่ทุกมุมเมืองแล้ว ยังเป็นแหล่งปลูกกาแฟคุณภาพดี เป็นที่ตั้ง โรงคั่วกาแฟจำนวนมาก มีสถาบันวิชาการด้านกาแฟและเป็นแหล่งศูนย์รวมบาร์ิสต้าฝีมือเยี่ยม ที่พร้อมจะผลักดันให้เชียงใหม่ เป็นที่รู้จักในฐานะเมืองกาแฟไม่แพ้เมืองอื่นๆบนโลก

รวมถึงกระแสความสนใจของคนเมืองเชียงใหม่ เรื่องสุขภาพและรสนิยม มีการนำศิลปะและ งานฝีมือที่ต้องใช้ความประณีต (ART & CRAFT) เข้ามาสู่กระบวนการกาแฟ ทำให้คาเฟ่เตอร์ร่ากาแฟ ของเมืองเชียงใหม่ ยิ่งชัดเจนและดึงดูดผู้ที่หลงใหลในรสและกลิ่นกาแฟที่ต้องการเสาะหาลักษณะของ กาแฟที่ดี มากกว่า กาแฟที่อร่อย (CAFE-HOPPER) ให้เข้ามาท่องเที่ยวและใช้เวลาในเมืองนี้มากขึ้น แต่ด้วยความกระจัดกระจายของร้านกาแฟ และยังการจัดกิจกรรมต่างๆ ยังไม่มีพื้นที่รองรับมากพอ จึง เป็นโอกาสดีในการที่จะจัดตั้ง โครงการ CHIANGMAI COFFEEHOOD SPECIALTY COFFEE COMMERCIAL CENTER ขึ้นเพื่อเป็นแหล่งศูนย์รวมและสร้างเครือข่ายของคนกาแฟในเมืองเชียงใหม่ รวมถึงการมีพื้นที่สาธารณะไว้ให้แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ และจัดกิจกรรม WORKSHOP สำหรับบา ริสต้า (BARISTA) และบุคคลทั่วไป และเป็น HUB รองรับนักท่องเที่ยวลักษณะ CAFEHOPPER จาก ทั้งในและต่างประเทศก่อนจะกระจายสู่ร้านกาแฟอื่นๆ ในเมืองเพื่อสร้างวัฒนธรรมกาแฟที่แข็งแรง และผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบใหม่สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ให้เกิดการพัฒนาทั้ง สังคมและเศรษฐกิจไปพร้อมๆกัน

1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ

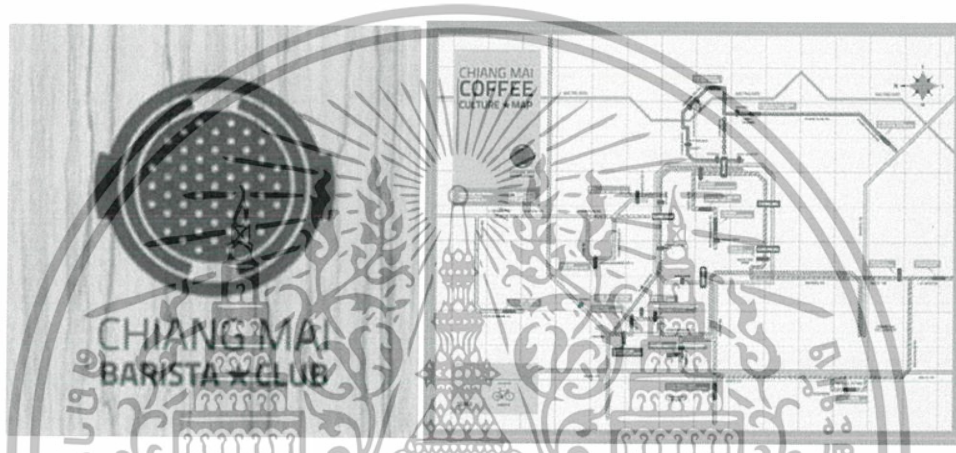
การพยายามสร้างภาพลักษณ์ ‘เมืองกาแฟ’ ของเชียงใหม่ เป็นการส่งเสริมธุรกิจที่ทำให้ ตลาดกาแฟในเชียงใหม่เติบโตรวดเร็วมากในช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมา เชียงใหม่วันนี้มีร้านกาแฟรวมกัน มากที่สุดจังหวัดหนึ่งของประเทศ และได้ขึ้นชั้นเป็น "เมืองกาแฟ" ที่มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถึง 100% มีมูลค่าทางการตลาดต่อปีมากถึง 1,000 ล้านบาท มีสำรวจในปี 2556 ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) พบว่าบริเวณเขตถนน นิมมานเหมินท์ทั้งสองฝั่ง รวมไปถึงจนถึง

ถนนศิริมั่งคณาจารย์ มีร้านกาแฟ และ เบเกอรี่มากกว่า 40 ร้าน จากการวิเคราะห์เฝ้ามองว่า แนวโน้มธุรกิจร้านกาแฟ และ ธุรกิจกาแฟของเชียงใหม่ยังมีศักยภาพมากและมีแนวโน้มที่ดีมากด้วยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวและการส่งออกกาแฟที่เริ่มเติบโตขึ้น

โครงการ CHIANGMAI COFFEEHOOD SPECIALTY COFFEE COMMERCIAL CENTER ที่จะเกิดขึ้นใหม่นี้ จะเป็นพื้นที่ที่รองรับแนวคิดของกลุ่ม CHIANGMAI BARISTA CLUB (ดูรูปที่ 1.1) ที่มีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่และผลักดัน วัฒนธรรมกาแฟให้กับเมืองเชียงใหม่รวมถึงคนทั่วไปที่สนใจอีกด้วย



รูปที่ 1.1 แสดงโลโก้ของกลุ่ม CHIANGMAI BARISTA CLUB

1.2.1. กลุ่มสนับสนุนโครงการ Chiangmai Barista club , TCDC Chiangmai จุดประสงค์ของการรวมกลุ่มกันเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้เริ่มต้นเดินทางบนถนนสายกาแฟให้ได้คุณภาพมาตรฐาน มั่นคง และยั่งยืน โดยหวังจะเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการขับเคลื่อนพัฒนากิจการไปสู่ “ร้านกาแฟคุณภาพ”

“โครงการเชียงใหม่เมืองกาแฟ” เป็นหนึ่งเป้าหมายหลักของชมรมเชียงใหม่บาร์ิสต้า โดยจัดกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับกาแฟอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดการประกวดแชมป์บาร์ิสต้าของเมืองเชียงใหม่ การจัดการประชุมเพิ่มเติมทักษะความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ การอบรมการชงกาแฟเอสเปรสโซ่ โดยแชมป์ Grand Barista Championship และวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตอบรับกระแสสังคมของวงการธุรกิจในโลกของกาแฟยุคใหม่

¹ที่มา : หนังสือ “MADE IN CHIANGMAI” ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), 2554



รูปที่ 1.2 แสดงโลโก้ของสมาคมกาแฟพิเศษไทย (SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION)

1.2.1. กลุ่มสนับสนุนโครงการ สมาคมกาแฟพิเศษไทย² (Specialty Coffee Association of Thailand) เป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบการกาแฟในหลากหลายแขนงเข้ามา ได้แก่ ผู้ปลูกกาแฟ โรงคั่วกาแฟ ร้านกาแฟ บาร์สต้า รวมถึงผู้เชี่ยวชาญทางด้านกาแฟโดยเฉพาะ ทำงานด้านการพัฒนาคุณภาพกาแฟอย่างกว้างขวาง จากไร่กาแฟต้นน้ำ ถึงผู้ดื่มกาแฟปลายน้ำ ผลลัพธ์ที่ได้คือกาแฟไทยมีคุณภาพดีขึ้นเป็นกาแฟพิเศษ มีหน้าที่หลักดังนี้

1.2.1.1 ส่งเสริมความรู้ด้านการบำรุงรักษาต้นกาแฟ ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟมีความรู้ มีความเข้าใจในการดูแลบำรุงรักษาต้นกาแฟ ให้มีคุณภาพผลกาแฟให้ดีขึ้น

1.2.1.2 ส่งเสริมความรู้ด้านการเก็บเกี่ยว ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟและผู้รวบรวมผลกาแฟ เก็บเกี่ยวผลกาแฟและแปรรูปเมล็ดกาแฟ มีความเข้าใจวิธีการเก็บเกี่ยวผลกาแฟที่ดีและปรับปรุงการแปรรูปเมล็ดกาแฟ ให้มีคุณภาพดีขึ้น

1.2.1.3 เผยแพร่ความรู้และจัดกิจกรรมต่างๆ ดำเนินการเผยแพร่ความรู้และจัดกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ ทำงานประสานงานกับภาครัฐในเรื่องที่เกี่ยวกับกาแฟในทุกด้านให้กับ เกษตรกร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและใช้กาแฟทั้ง ภาครัฐและภาคเอกชน

1.2.1.4 การประเมินคุณภาพเมล็ดกาแฟ อย่างเป็นทางการ เป็นหน่วยงานกลาง ทำหน้าที่ในการประเมินคุณภาพเมล็ดกาแฟ อย่างเป็นทางการของทุกภาคส่วนทั้งภาคเกษตรกรและภาครัฐ

1.2.1.5 จัดประกวดคุณภาพกาแฟ ดำเนินการจัดการประกวดกาแฟคุณภาพและการประกวดกาแฟ 10 สุดยอดกาแฟแห่งปี ในทุกปีการผลิตกาแฟ

1.2.1.6 ส่งเสริมกาแฟที่ได้รางวัล ส่งเสริมการสร้างชื่อเสียงและข้อมูลของกาแฟที่ได้รางวัลจากการประกวดให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างของผู้ที่อยู่ในแวดวงกาแฟ และผู้ซื้อเมล็ดกาแฟตลอดจนบุคคลทั่วไป

1.2.1.7 ส่งเสริม และเผยแพร่เมล็ดกาแฟไทย ส่งเสริม และเผยแพร่เมล็ดกาแฟไทยในแหล่งปลูกต่างๆให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในรสชาติ และคุณภาพในตลาดโลก

²ที่มา: หนังสือ "MADE IN CHIANGMAI" ที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), 2554
เอกสารนี้ที่ออกหนังสือ "MADE IN CHIANGMAI" ที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), 2554
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 จุดประสงค์โครงการ

1.3.1 เพื่อเป็นศูนย์รวมแลกเปลี่ยนความรู้และพัฒนาความสามารถอย่างครบวงจรสำหรับคนกาแฟในเมืองเชียงใหม่และที่อื่นๆ

1.3.2 เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือก และ ส่งเสริมภาพลักษณ์ การก้าวสู่การเป็น ‘เมืองกาแฟ’ ของจังหวัดเชียงใหม่

1.3.3 เพื่อเป็น HUB สำหรับการท่องเที่ยว LIFESTYLE คนเมืองที่เรียกว่า CAFEHOPPER ก่อนจะกระจายสู่ร้านกาแฟต่างๆในเมืองเชียงใหม่

1.3.4 เพื่อเป็นแหล่งจัดกิจกรรมและการแข่งขันเกี่ยวกับกาแฟของเมืองเชียงใหม่

1.3.5 เพื่อศึกษาและออกแบบพื้นที่ สถาปัตยกรรมภายในสำหรับโครงการ CHIANGMAI

COFFEEHOOD SPECIALTY COFFEE COMMERCIAL CENTER

1.4 องค์ประกอบโครงการ





จุดประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการ	องค์ประกอบของโครงการ
1. เพื่อเป็นศูนย์รวมแลกเปลี่ยนความรู้และพัฒนาความสามารถอย่างครบวงจรสำหรับคนในวงการกาแฟของเมืองเชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - WORKSHOP ระยะสั้น ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกาแฟพิเศษ (ดูรูปภาพกิจกรรมจากตารางประกอบด้านล่าง*) - การจัด MONTHLY SESSION เกี่ยวกับกาแฟแค () แหล่งให้ข้อมูลสืบค้นเกี่ยวกับกาแฟและวิธีการทำ - พื้นที่ทดลองกาแฟของบาร์ิสต้า โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม 	<ul style="list-style-type: none"> - ห้อง WORKSHOP - ชั้นเรียน BARISTA TRAINING - พื้นที่จัดการสัมมนา - LIBRARY - CO-BREWING LAB
2. เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือก และส่งเสริมภาพลักษณ์ การก้าวสู่การเป็น ‘เมืองกาแฟ’ ของจังหวัดเชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - นิทรรศการชั่วคราว - พื้นที่ขายของที่ระลึก 	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่อเนกประสงค์ - สำหรับจัดนิทรรศการ - SOUVENIR SHOP
3. เพื่อเป็น HUB สำหรับการท่องเที่ยว LIFESTYLE คนเมือง CAFEHOPPER / COFFEE GEEKS ก่อนจะ	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นจุดนัดพบ - พื้นที่พักผ่อน / นั่งเล่น - มาใช้บริการ COFFEE HOPPING TOUR 	<ul style="list-style-type: none"> - ลานกิจกรรม - CONCIEGE - RESTAURANT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระจายสู่ว่านกาแพต่างๆ ในเมืองเชียงใหม่	- ทานอาหาร - พักค้างคืน	- CAFÉ' - พื้นที่พักค้างคืน
4. เพื่อเป็นแหล่งจัด กิจกรรมและการแข่งขัน เกี่ยวกับกาแพของเมือง เชียงใหม่	- การจัดการแข่งขันต่างๆ	- พื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม

ตาราง 1.4 แสดงองค์ประกอบโครงการ

กิจกรรม	ภาพประกอบ
DRIP BREWING	
CUPPING	
ROASTING	
COMPETITION	

ตาราง 1.5 แสดงภาพกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในโครงการ

1.5 ภาพลักษณ์โครงการ

โครงการเสนอแนะ CHIANGMAI COFFEEHOOD SPECIALTY COFFEE COMMERCIAL CENTER เป็นศูนย์รวมด้านกาแพอย่างครบวงจรของเชียงใหม่ ที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในวงการกาแพจังหวัดเชียงใหม่เป็นหลัก เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลและพัฒนาให้เชียงใหม่เป็นเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กาแฟที่มีประสิทธิภาพ รวมถึง ยังเป็นสถานที่ที่ต้อนรับคนภายนอก ที่ต้องการเข้ามาจับประสบการณ์ใหม่ๆ ด้านกาแฟ (COFFEE EXPERIENCE)

1.6 กลุ่มเป้าหมาย

ประเภท	ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
<p>1. กลุ่มเจ้าของธุรกิจ ร้านกาแฟและกลุ่ม บาร์ิสต้า 50%</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีบทบาทในพื้นที่ของการจัด WORKSHOP / CO-BREWING LAB / แลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับกาแฟ (MONTHLY SESSION) ให้กับคนในชุมชนและคนที่สนใจ - เป็นสมาชิกของกลุ่ม CHIANGMAI BARISTA CLUB - พักค้างคืนเพื่อเข้าคอร์ส BARISTA TRAINING และแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำกาแฟ
<p>2. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ สนใจกาแฟ (CAFÉ-HOPPER) 30 %</p>	<ul style="list-style-type: none"> - อยู่ในช่วงอายุ GEN Y เป็นหลัก (ไม่รองรับเด็ก) - ใช้พื้นที่ของโครงการเพื่อเป็นเสมือนสถานที่พักผ่อน และเป็น DESTINATION HUB ที่ให้ข้อมูลในการไปแวะเวียนสู่ร้านกาแฟต่างๆในเมือง (CAFÉ-HOPPING DAY TOUR) และเป็นสถานที่เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่เกี่ยวกับกาแฟ - มีฐานะปานกลาง – ค่อนข้างมาก - มีเวลาว่างพอสมควรในการมาพักผ่อนแต่ละครั้ง - ต้องการที่พักค้างคืนทางเลือกใหม่
<p>3. กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไปที่สนใจ เป้าหมายรอง 20%</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เยี่ยมชมนิทรรศการ - เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ - ซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาแฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ที่ตั้งโครงการ

1.7.1 ข้อพิจารณาในการเลือกที่ตั้งและเกณฑ์ลักษณะอันพึงประสงค์

- การเข้าถึงโครงการเป็นพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่าย อยู่ในบริเวณที่มีระบบขนส่งมวลชนรองรับ และมีพื้นที่มากพอสำหรับผู้ที่มาโดยรถยนต์ส่วนตัว
- ตำแหน่งที่ตั้งเป็นพื้นที่ที่อยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่หรือไม่ไกลจากบริเวณ
 - นิมมานเหมินท์ ซึ่งเป็นแหล่งร้านค้าแพะของเชียงใหม่ที่ขึ้นชื่อสำหรับนักท่องเที่ยว
- สถานที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมของโครงการ
- อยู่ในย่านที่มีผู้คนสัญจรผ่านพลุกพล่าน สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนได้
- มีขนาดและสัดส่วนเหมาะสมกับที่ตั้งโครงการ และการขยายตัวของโครงการในอนาคต

1.7.2 ลักษณะที่ตั้งของโครงการ

ที่ตั้งอาคารที่เหมาะสมตามข้อพิจารณา กลุ่มเป้าหมาย และความต้องการของโครงการ มีทั้งหมด 3 พื้นที่ ดังนี้



- พื้นที่ว่างบน ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
- พื้นที่ว่าง 12 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
- พื้นที่ว่างบน ถ.นิมมานเหมินท์ ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก.) พื้นที่ว่างบน ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200



พิกัดที่ตั้งโครงการ : 18°48'11.4"N 98°57'48.0"E

ขนาดพื้นที่โครงการทั้งหมด : ประมาณ 7,239.32 m²

ระยะห่างจาก ถ.นิมมานเหมินท์ : 550 m (เดิน 6 นาที)

วิเคราะห์พื้นที่ : อยู่ไม่ไกลจาก ม.เชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งรวมนักศึกษา พื้นที่บริเวณนี้ค่อนข้างสงบเนื่องจากอยู่ไกลจากถนนท่องเที่ยว การเข้าถึงโครงการสะดวก

อาณาเขต: ทิศเหนือ – ร้านอาหารห้วยแก้ว

ทิศใต้ ซอยห้วยแก้ว 2 และอาคารพาณิชย์

ทิศตะวันออก ถนนห้วยแก้ว

ทิศตะวันตก อาคารพาณิชย์

การเข้าถึงโครงการ : 1. รถประจำทาง – รถแดงประจำทาง

2. รถยนต์ส่วนตัว – เข้าจาก ถนน ห้วยแก้ว

ข.) พื้นที่ว่างบน ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200



พิกัดที่ตั้งโครงการ : 18.794140,98.964324

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดพื้นที่โครงการทั้งหมด : ประมาณ 7,479.35 m²

ระยะห่างจาก ถ.นิมมานเหมินท์ : 400 m (เดิน 5 นาที)

วิเคราะห์พื้นที่ : เป็นพื้นที่ที่เดินทางสะดวกเพราะอยู่ฝั่งตรงข้ามของ ถ.ศิริมิ่งคลาจารย์ ที่เป็นถนนเชื่อมต่อกับเส้นนิมมานเหมินท์ มีผู้คนพลุกพล่าน เข้าถึงง่าย

อาณาเขต : ทิศเหนือ - บ้านพักอาศัย

ทิศใต้ - อาคารพาณิชย์และทางเข้า ถ.ศิริมิ่งคลาจารย์

ทิศตะวันออก - พื้นที่ส่วนบุคคล

ทิศตะวันตก - คอนโดมิเนียม ฮิลไซด์

การเข้าถึงโครงการ : 1. รถประจำทาง – รถแดงประจำทาง

2. รถยนต์ส่วนตัว – เข้าจาก ถนน ห้วยแก้ว

ค.) พื้นที่ว่างบน ถ.นิมมานเหมินท์ ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200



พิกัดที่ตั้งโครงการ : 18.799885,98.971093

ขนาดพื้นที่โครงการทั้งหมด : ประมาณ 9000 m²

ระยะห่างจาก ถ.นิมมานเหมินท์ : 700 m (เดิน 8 นาที)

วิเคราะห์พื้นที่ : เป็นพื้นที่ว่างขนาดใหญ่ในอาณาเขตของ ม.เชียงใหม่ สภาพแวดล้อมสงบและปลอดภัย มีความร่มรื่น อยู่บน ถ.นิมมานเหมินท์

อาณาเขต : ทิศเหนือ - ซ.เชียงใหม่ 2 และ อาคารพาณิชย์

ทิศใต้ - หอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ทิศตะวันออก - สวนสุขภาพสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

ทิศตะวันตก - ถนนรอบเมืองเชียงใหม่

การเข้าถึงโครงการ : 1. รถประจำทาง – รถแดงประจำทาง

2. รถยนต์ส่วนตัว – เข้าจาก ถนน ห้วยแก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงการวิเคราะห์การเลือกทำเลที่ตั้งจากลักษณะที่พึงประสงค์ ของพื้นที่ที่ต้องการของโครงการ โดยมีค่าความสัมพันธ์ ดังนี้ มากที่สุด = 4 มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1

สถานที่	พื้นที่ ก.	พื้นที่ ข.	พื้นที่ ค.
ข้อพิจารณา			
1. การเข้าถึงโครงการ	2	4	3
2. ตำแหน่งที่ตั้งใกล้เคียงนิคม	3	4	2
3. เอื้อต่อการจัดกิจกรรม	2	3	4
4. ใกล้กลุ่มเป้าหมาย	2	4	3
5. มีขนาดและสัดส่วนรองรับขยายตัวของโครงการในอนาคต	3	2	4
สรุป	12	17	16

ตาราง แสดงการเปรียบเทียบตำแหน่งที่ตั้ง

จากตารางเปรียบเทียบข้อพิจารณาที่ตั้งโครงการ แสดงให้เห็นว่า พื้นที่ว่างบริเวณ 12 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 มีความเหมาะสมมากที่สุดที่จะใช้เป็นที่ตั้งสำหรับโครงการ

1.7.3 การเข้าถึงโครงการ

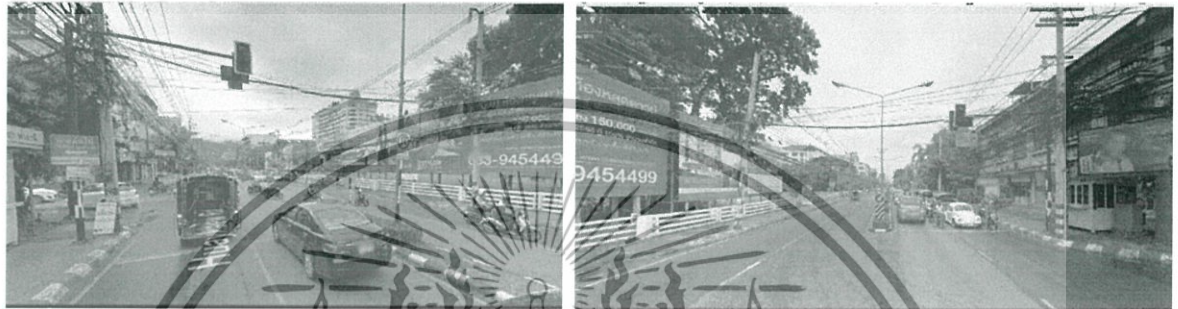
1. รถประจำทาง – รถแดงประจำทาง
2. รถยนต์ส่วนตัว – เข้าจาก ถ.ห้วยแก้ว หรือทะลุจาก ถ.ศิริมิ่งคลาจารย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.4 สภาพแวดล้อมโดยรอบ

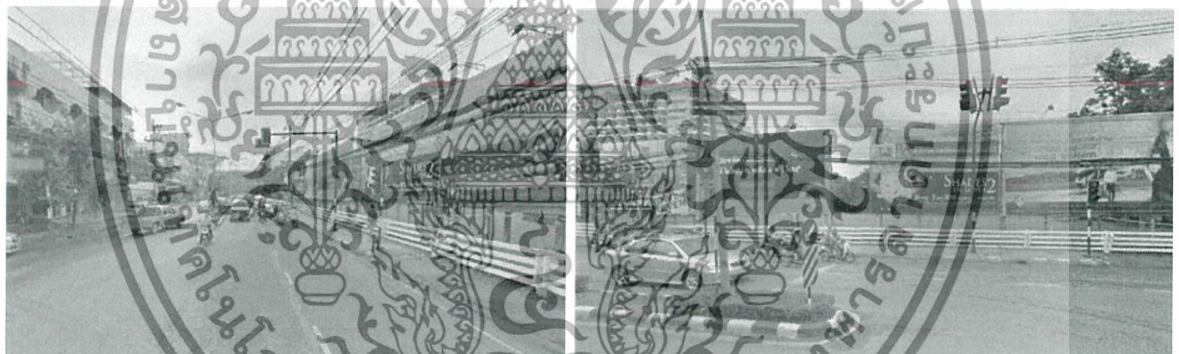
อาณาเขตของที่ตั้ง

- | | |
|-------------|---|
| ทิศเหนือ | - บ้านพักอาศัย |
| ทิศใต้ | - อาคารพาณิชย์และทางเข้า ถ.ศิริมิ่งคลาจารย์ |
| ทิศตะวันออก | - พื้นที่ส่วนบุคคล |
| ทิศตะวันตก | - คอนโดมิเนียม ฮิลไซด์ |



รูปแสดงการเข้าถึงจาก ถ.ห้วยแก้ว

รูปแสดงการเข้าถึงจาก ถ.ห้วยแก้ว



รูปแสดงการเข้าถึงจาก ถ.ห้วยแก้ว

รูปแสดงการเข้าถึงจาก ถ.ห้วยแก้ว

1.8 ลักษณะอาคาร

1.8.1 ข้อพิจารณาในการเลือกอาคารและเกณฑ์ลักษณะอันพึงประสงค์

1. ลักษณะโครงสร้างอาคาร : มีรูปทรงเรียบง่าย ขนาดกลาง ความสูงไม่เกิน 3 ชั้น มีช่วงเสาที่กว้าง เหมาะแก่การทำกิจกรรมในโครงการ
2. ลักษณะพิเศษของพื้นที่ : มีพื้นที่ COURT เพื่อเชื่อมต่อพื้นที่ระหว่างตัวอาคารหลักและอาคารประกอบ
3. มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการจัดกิจกรรมต่างๆในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8.2 ลักษณะอาคาร

การเลือกอาคารเลือกจากความเหมาะสมตามจุดประสงค์ ความต้องการตามขอบเขตของโครงการและพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการของโครงการ โครงการที่เลือกมา มี 3 อาคาร ดังนี้

- 1.) อาคารของโครงการ SEENSPACE THONGLOR
- 2.) อาคารของโครงการ 72 COURTYARD
- 3.) อาคารหอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

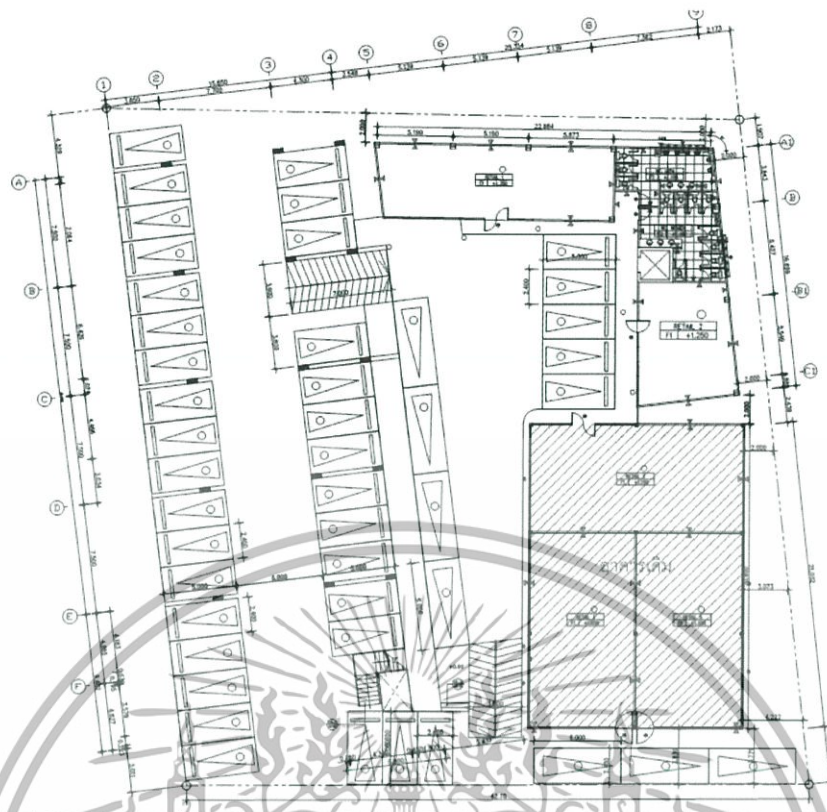
1) อาคารโครงการ SEENSPACE THONGLOR



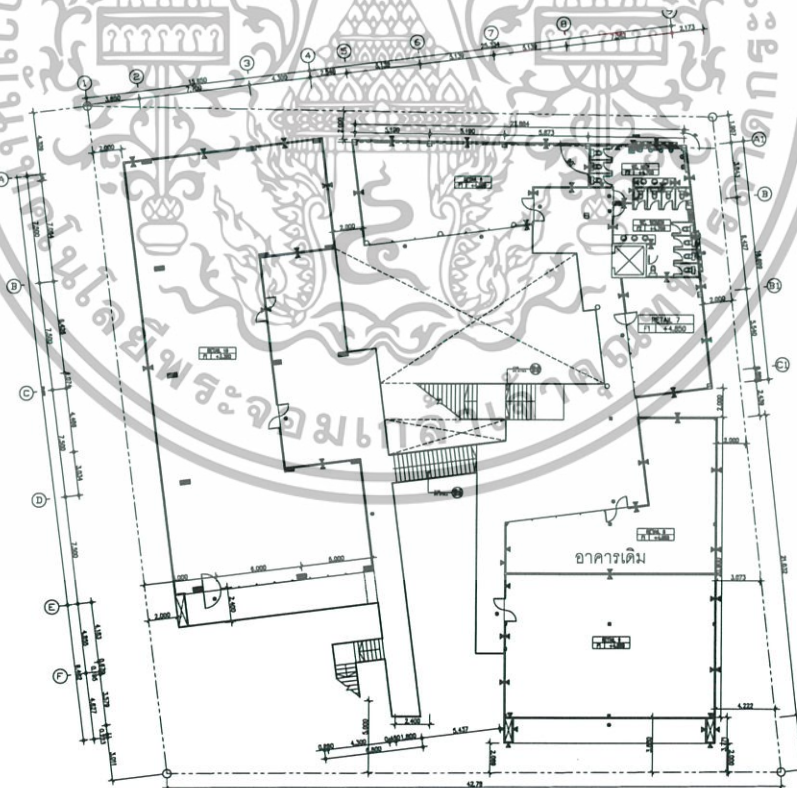
รูปที่ 1.8.2.1 แสดงลักษณะอาคาร seenspace thonglor

พื้นที่อาคาร : ประมาณ 2643 ตารางเมตร

สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร : เป็นอาคารสมัยใหม่ วัสดุหลักเป็นคอนกรีต จุดเด่นคือลักษณะตัวอาคารที่เป็นสองฝั่งโอบล้อมพื้นที่กิจกรรมตรงกลาง มีการเล่นจังหวะการพาดบังได้ ทำให้เกิดสเปซที่สวยงาม

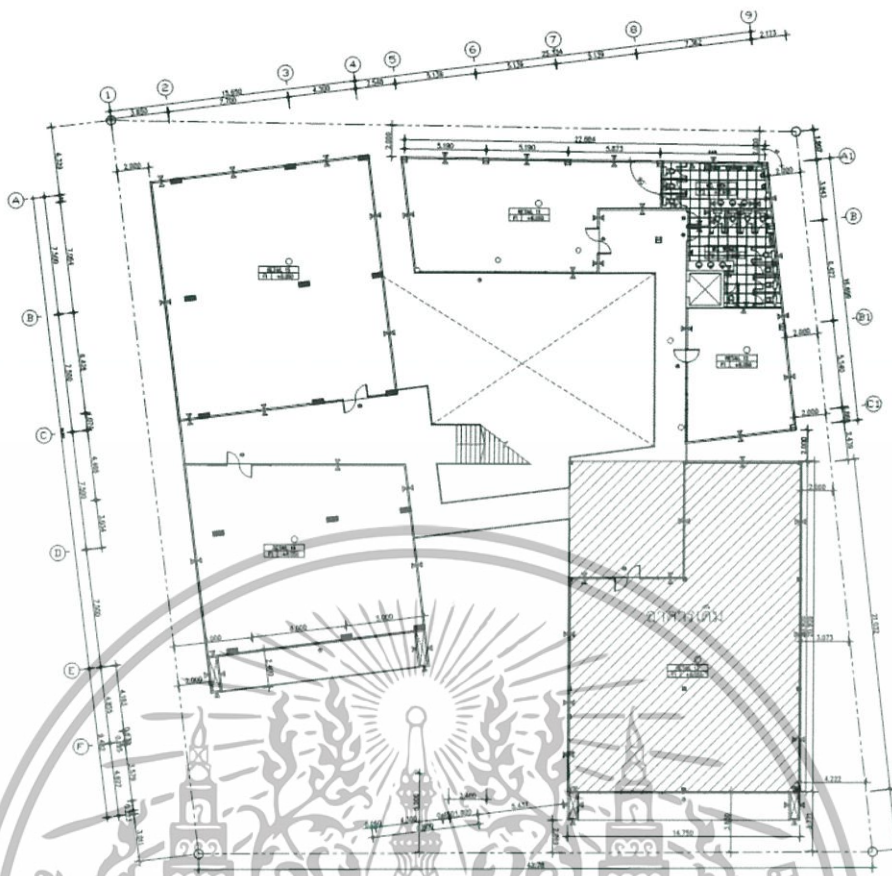


รูป 1.1 แสดงแปลนอาคาร SEENSPACE THONGLOR ชั้น 1



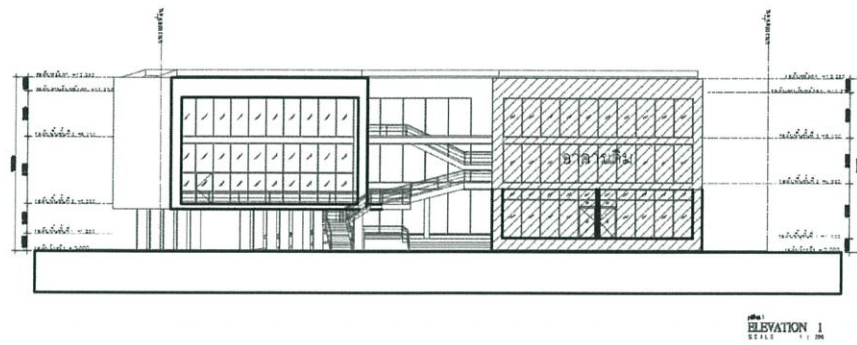
รูป 1.2 แสดงแปลนอาคาร SEENSPACE THONGLOR ชั้น 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

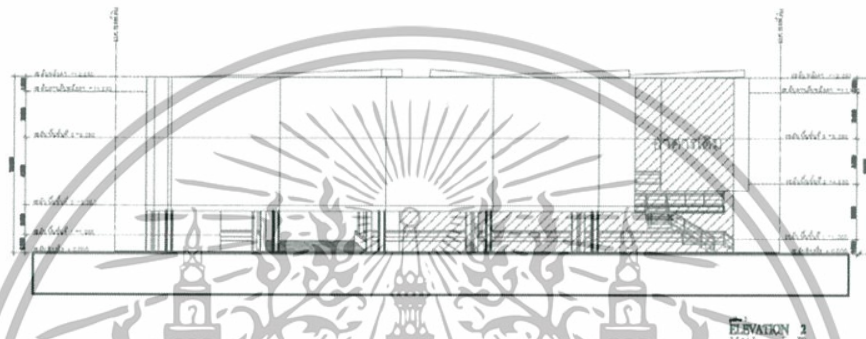


รูป 1.3 เติงแปลนอาคาร SEENSPACE THONGLOK ชั้น 3

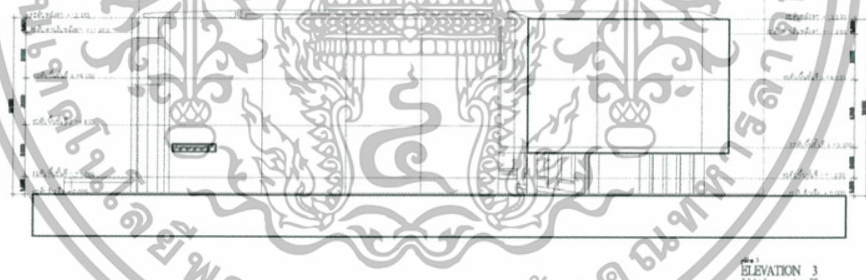
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



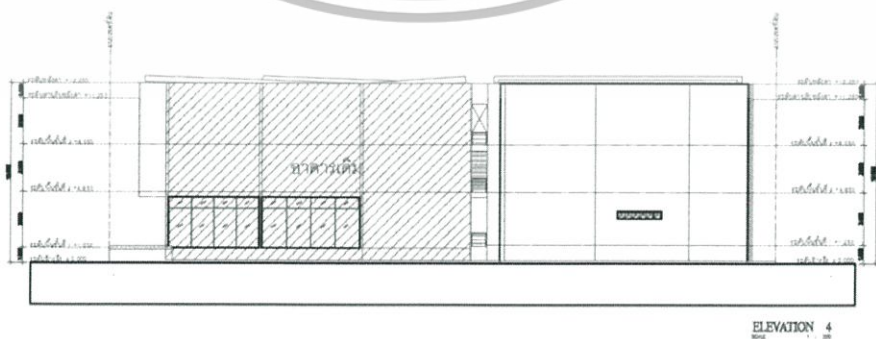
รูป 1.4 แสดงรูปด้านอาคาร SEENSPACE THONGLOR ด้านหน้า



รูป 1.5 แสดงรูปด้านอาคาร SEENSPACE THONGLOR ด้านซ้าย



รูป 1.6 แสดงรูปด้านอาคาร SEENSPACE THONGLOR ด้านขวา



รูป 1.7 แสดงรูปด้านอาคาร SEENSPACE THONGLOR ด้านหลัง

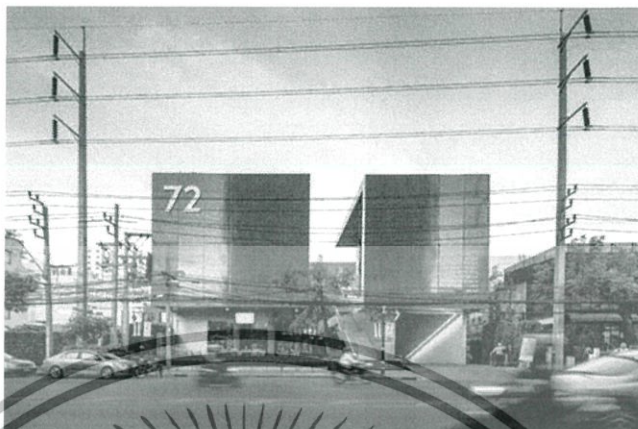
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงขนาดพื้นที่อาคาร SEENSPACE THONGLOR

ชั้นที่	พาดิश्य	ขนาดพื้นที่
1	พาดิश्य 1	80.24
	พาดิश्य 2	51.39
	พาดิश्य 3	106.21
	พาดิश्य 4	96.09
	พาดิश्य 5	96.09
	พื้นที่รวมพาดิश्यชั้นที่ 1 (ห้องน้ำและทางเดิน)	566
2	พาดิश्य	88.20
	พาดิश्य 1	41.92
	พาดิश्य 1	92.14
	พาดิश्य 1	144.40
	พาดิश्य 1	337.78
	พื้นที่รวมพาดิश्यชั้นที่ 2 (ห้องน้ำและทางเดิน)	1063
3	พาดิश्य 1	96.40
	พาดิश्य 1	51.39
	พาดิश्य 1	249.17
	พาดิश्य 1	156.07
	พาดิश्य 1	208.38
	พื้นที่รวมพาดิश्यชั้นที่ 3 (ห้องน้ำและทางเดิน)	1014
รวมพื้นที่อาคาร		2,643
จำนวนที่จอดรถต่อพื้นที่ 45 คัน		

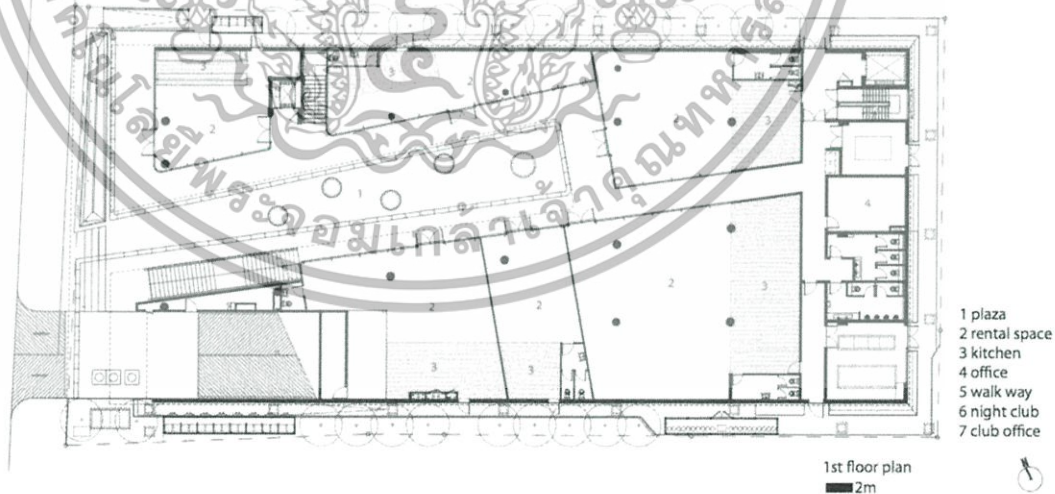
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.) อาคารของโครงการ 72 COURTYARD



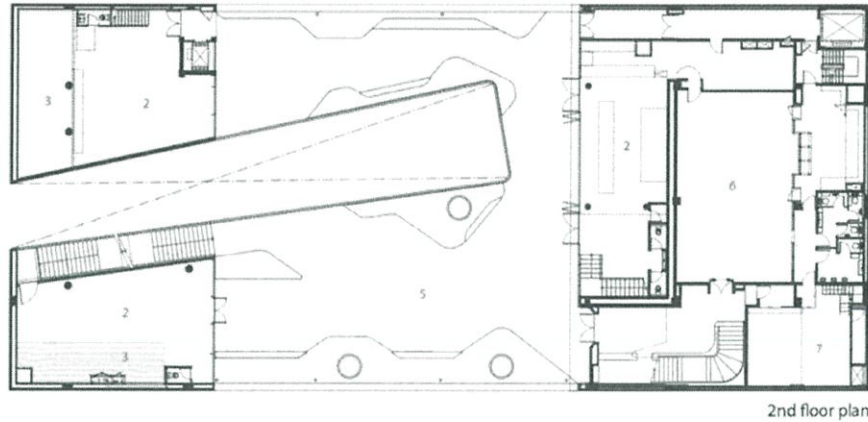
รูป 2.2 แสดงทัศนียภาพโครงการ 72 COURTYARD

พื้นที่อาคาร : ประมาณ 2000 ตารางเมตร
 สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร : เป็นอาคารสมัยใหม่ วัสดุหลักเป็นคอนกรีต เป็นอาคารหน้าแคบแต่ลึกเข้าไป จุดเด่นคือการวางแนวผนังเอียงเพื่อสร้างสเปซ court ตรงกลางให้เด่น แบ่งเป็น 3 อาคารหลัก ชั้นสองเชื่อมกันด้วยระเบียงที่เป็นพื้นที่กึ่ง indoor/outdoor



รูป 2.3 แสดงแปลนอาคาร 72 COURTYARD ชั้นที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูป 2.3 แสดงแปลนอาคาร 72 COURTYARD ชั้นที่ 2

3.) อาคารหอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



พื้นที่อาคาร: ประมาณ 5200 ตารางเมตร

สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร เป็นอาคารแบบร่วมสมัย ก่ออิฐฉาบปูน ลักษณะพื้นที่ภายใน เป็นแบบเปิดโล่งเชื่อมกันสองชั้น มีทางเดินเชื่อมต่อกันระหว่างอาคาร แบ่งออกเป็นกลุ่มอาคาร 3 หลัง คือ อาคารหอนิทรรศการ อาคารโรงละคร และอาคารสำนักงาน

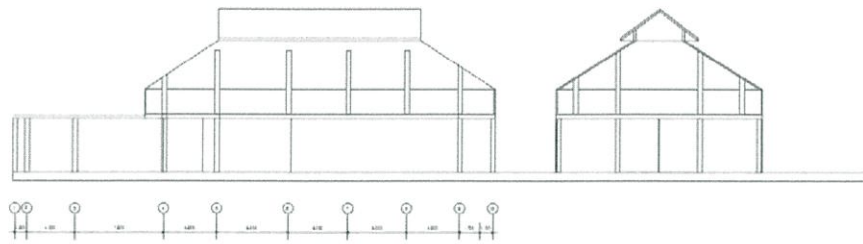
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



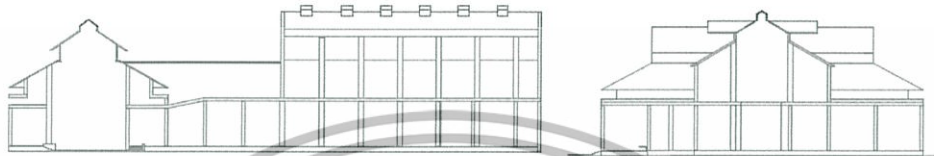
รูป 3.3 แสดงแปลนอาคารหอศิลปวัฒนธรรม ชั้นที่ 1

รูป 4.4 แสดงแปลนอาคารหอศิลปวัฒนธรรม ชั้นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูป 5.5 แสดงรูปด้านหอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม ตึกประกอบ



รูป 6.4 แสดงรูปด้านหอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม ตึกหลัก

ตารางแสดงการวิเคราะห์การเลือกอาคารจากลักษณะที่พึงประสงค์ของโครงการ โดยมีค่าความสัมพันธ์ ดังนี้ มากที่สุด = 4 มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1

อาคาร ข้อพิจารณา	SEENSPACE THONGLOR	72 COURTYARD	หอนิทรรศการ ศิลปวัฒนธรรม
1. ลักษณะโครงสร้างอาคาร	4	3	3
2. ลักษณะพิเศษของพื้นที่ (court)	3	3	2
3. พื้นที่เพียงพอจัดกิจกรรม	3	1	4
สรุป	10	7	9

ตาราง แสดงการเปรียบเทียบอาคาร

จากตารางเปรียบเทียบอาคาร แสดงให้เห็นว่า อาคาร SEENSPACE THONGLOR มีความเหมาะสมมากที่สุดที่จะใช้เป็นที่อาคารสำหรับโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 ลักษณะอาคาร



รูปแสดงลักษณะทางเข้าอาคาร



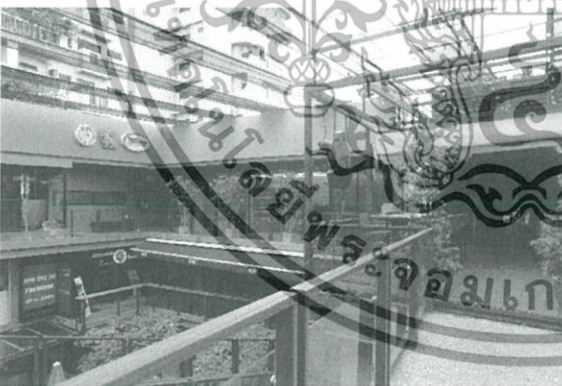
รูปแสดงลักษณะ court ของอาคาร



รูปแสดงพื้นที่ชั้นสองของอาคาร



รูปแสดงการเชื่อมต่อพื้นที่อาคาร



รูปแสดงการเชื่อมต่อพื้นที่ชั้นสามของอาคาร

1.9 ขอบข่ายและขอบเขตของโครงการ

จากการวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบต่างๆของโครงการสามารถบอกถึงขอบเขตและขอบข่ายของโครงการตามขั้นตอนต่างๆ และการวิเคราะห์พื้นที่ใช้โดยสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบของโครงการ	ขอบข่าย	ขอบเขต	พื้นที่ (ตร.ม)
.1พื้นที่ส่วนต้อนรับและบริการ			
-พื้นที่โถงต้อนรับ(Main Lobby)	○	●	125
-เคาน์เตอร์ต้อนรับและพื้นที่ส่วนพักย่อย	○	●	30
- ห้องผู้จัดการ / ห้องทำงาน	○		50
- ห้องเก็บของ (STORAGE)	○		10
- ห้องน้ำ	○		30
.2พื้นที่ร้านอาหารและครัว			
- Cafe	○	●	125
- ร้านอาหารภายในอาคาร (All Day Dining)	○	●	200
- ห้องเตรียมอาหารและพื้นที่ครัว (Kitchen)	○		300
- ห้องเก็บของ (Storage)	○		
- ห้องน้ำ	○		
.3พื้นที่ส่วนบริการ			
- ส่วนนิทรรศการ (EXHIBITION)	○	●	30
- ส่วนสัมมนา	○	●	20
- ศูนย์ข้อมูล ห้องสมุด	○	●	55
- CO-BREWING LAB	○	●	125
- BARISTA TRAINING CLASS	○	●	55
- WORKSHOP AREA	○	●	65
-SOUVENIR SHOP	○	●	30
- ลานจัดกิจกรรม	○	●	100
- ห้องน้ำ	○		20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. พื้นที่ส่วนห้องพัก			
- STUDIO TYPE	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	350
- SUITE TYPE	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	250
- CORRIDOR	<input type="radio"/>		125
5. พื้นที่ส่วนพนักงาน			400
-พื้นที่ส่วนพนักงาน (BACK OF HOUSE)	<input type="radio"/>		
-ห้องเก็บของสำหรับพนักงาน	<input type="radio"/>		
-ห้องน้ำสำหรับพนักงาน	<input type="radio"/>		
รวม			2495

1.10 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เรียนรู้วิธีการจัดการ ขั้นตอนลำดับในการทำวิทยานิพนธ์ และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับโครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้มาใช้
2. ได้เรียนรู้การเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งจากการทำแบบสอบถาม ค้นหาในห้องสมุด อินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาวิเคราะห์ แยกแยะ และ ส่งเคราะห์ออกมาเป็นงานออกแบบ
3. ได้เสนอแนวทางการออกแบบที่ใช้พื้นที่ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม
4. ได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรม และ สถาปัตยกรรมภายในทั้งงานระบบ โครงสร้างโดยใช้บริบท รอบๆโครงการ เป็นส่วนในการออกแบบ
5. สามารถนำความรู้ที่ได้ระหว่างการทำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสนับสนุนโครงการ

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ

2.1.1 ชุมชนนักปฏิบัติ (Community)¹

ชุมชนมีหลายความหมาย หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ดังที่เรียกกันว่าหมู่บ้าน (ในชนบท) ชุมชนแออัด (ในเมือง) หรือ หมายถึงกลุ่มคนที่อยู่ในที่เดียวกันหรือห่างไกลกัน แต่สัมพันธ์ด้วยความสนใจ ผลประโยชน์หรือความเชื่อ เผ่าพันธุ์ อาชีพ ปัญหาเดียวกัน คล้ายกัน ร่วมกัน เช่น ชุมชนชาวคริสต์ ชุมชนชาวจีน การรวมกลุ่มเป็นสมาคมต่างๆ ของคนอาชีพเดียวกันหรือมีความสนใจร่วมกัน ชุมชนต่างๆ มีความสัมพันธ์หรือปฏิสัมพันธ์ต่อกันแบบไม่เป็นทางการหรือตามธรรมชาติ

ชุมชน (community) อาจเรียกว่า "ประชาคม" ซึ่งแปลจากภาษาอังกฤษว่า community เช่นเดียวกัน เพื่อบอกถึงกลุ่มรัฐประเทศ กลุ่มทางการเมือง เช่น ประชาคมยุโรป (European Community) ประชาคมนานาชาติ (international community) มีการนำมาใช้ในภาษาไทยใน ความหมายประยุกต์ ซึ่งหมายถึงกลุ่มคน รวมถึงการประชุมเพื่อพิจารณาเรื่องราวหรือประเด็น สาธารณะ เช่น ประชาคมหมู่บ้าน ประชาคมตำบล การทำประชาคม

Community คือ ชุมชนที่มีการรวมตัวกันตั้งแต่สองหรือสามคนขึ้นไป เชื่อมโยงกันอย่างไม่ เป็นทางการ โดยมีลักษณะร่วมกันดังนี้

1. ประสบปัญหาลักษณะเดียวกัน
2. มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากกันและกัน
3. มีเป้าหมายร่วมกัน มีความมุ่งมั่นร่วมกัน ที่จะพัฒนาวิธีการทำงานได้ดีขึ้นวิธีปฏิบัติคล้ายกัน
4. ใช้เครื่องมือ และภาษาเดียวกัน มีความเชื่อ และยึดถือคุณค่าเดียวกัน
5. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกันและกัน อาจจะพบกันด้วยตัวจริง หรือผ่านเทคโนโลยี
6. มีช่องทางเพื่อการไหลเวียนของความรู้ ทำให้ความรู้เข้าไปถึงผู้ที่ต้องการใช้ได้ง่าย
7. มีความร่วมมือช่วยเหลือ เพื่อพัฒนาและเรียนรู้จากสมาชิกด้วยกันเอง
8. มีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่อง มีวิธีการเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งให้แก่สายในทางสังคมทำให้เพิ่มพูน ความรู้ที่ลึกซึ้งขึ้นเรื่อยๆ

สามารถสรุปได้ว่า ชุมชนนักปฏิบัติ คือ คนกลุ่มเล็กๆ ซึ่งทำงานด้วยกันมาระยะหนึ่ง มี เป้าหมายร่วมกัน และต้องการที่จะแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์จากการทำงาน กลุ่ม ดังกล่าวมักจะไม่ได้เกิดจากการจัดตั้งโดยองค์กร เป็นกลุ่มที่เกิดจากความต้องการทางสังคม และ ความพยายามที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ เป็นกลุ่มที่ไม่มีอำนาจ ไม่มีการกำหนดไว้ในแผนภูมิโครงสร้าง องค์กร และอาจจะมีเป้าหมายที่ขัดแย้งกับผู้นำองค์กร ในหนึ่งองค์กรอาจจะมีชุมชนนักปฏิบัติจำนวนมาก และคนคนหนึ่งจะเป็นสมาชิกในหลายชุมชน เครือข่ายความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการ เกิดจาก

¹ ที่มา : “CoP (Community of Practice) คืออะไร” – www.dopa.go.th

ความใกล้ชิด ความพอใจ และพื้นฐานที่ใกล้เคียงกัน ลักษณะที่ไม่เป็นทางการจะเอื้อต่อการเรียนรู้ และการสร้างความรู้ใหม่ๆ มากกว่าโครงสร้างที่เป็นทางการ คำว่า ปฏิบัติ หรือ Practice ชี้จุดเน้นที่ การเรียนรู้ซึ่งได้มาจากการทำงาน เป็นหลัก เป็นแง่มุมเชิงปฏิบัติ ปัญหาประจำวัน เครื่องมือใหม่ๆ พัฒนาการในเรื่องงาน วิธีการทำงานที่ได้ผล และไม่ได้ผล การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทำให้เกิดการ ถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ฝังลึก สร้างความรู้ และความเข้าใจได้มากกว่าการเรียนรู้ จากหนังสือ หรือ การฝึกอบรมตามปกติ เครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งมีสมาชิกจากต่างหน่วยงาน ช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ดีกว่า การสื่อสารตามโครงสร้างที่เป็นทางการ

2.1.2 โรงเรียนสอนกาแฟ

โรงเรียน หมายถึง สถานที่สำหรับฝึกสอนนักเรียนภายใต้การดูแลของครูหรืออาจารย์ หลาย ประเทศมีระบบการศึกษาอย่างเป็นทางการ ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาภาคบังคับ ในระบบการเรียนนี้ นักเรียนจะผ่านโรงเรียนตามลำดับ นอกเหนือจากโรงเรียนหลักแล้ว นักเรียนในบางประเทศยังสามารถเข้าเรียนในโรงเรียนทั้งก่อน และหลังโรงเรียนประถม และมัธยม โรงเรียนอนุบาลเสริมการเรียนการสอนให้กับเด็กเล็กมาก มหาวิทยาลัย โรงเรียนฝึกงาน, อุดมศึกษา อาจมีอยู่หลังจากจบมัธยมศึกษา โดยโรงเรียนอาจจะอุทิศเพื่อสอนแค่วิชาสาขาเดียว เช่น โรงเรียนวิชาเศรษฐศาสตร์ โรงเรียนสอนเต้น สอนปั้นหุ่นจำลอง

โรงเรียนประเภทวิชาชีพ เป็นโรงเรียนที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาเกี่ยวกับวิชาชีพ เพื่อให้นักเรียนนำไปประกอบอาชีพหรือเพิ่มเติมทักษะในการประกอบอาชีพ

คอร์สศิลปะการทำกาแฟ (Barista) ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นมืออาชีพมากขึ้น ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ หรือผู้ที่ใฝ่ฝันอยากจะเป็นบาริสต้ามืออาชีพ เพื่อการทำเครื่องดื่มกาแฟประเภทต่าง ๆ อาทิ กาแฟเอสโด้ อิตาเลียนทั้งแบบร้อนและเย็น การตกแต่งหน้ากาแฟ การสาธิตศิลปะการทำฟองนมลาเต้อาร์ท (Latte Art) ขั้นพื้นฐาน การใช้งานเครื่องบดเมล็ดกาแฟ และการดูแลรักษาเครื่องทำกาแฟ

2.1.3 Co-Living Culture

จากการสำรวจ พบว่า คนยุคนี้ต้องการพื้นที่ส่วนตัวแต่ในขณะเดียวกันก็ไม่อยากถูกตัดขาดจากคนอื่นเช่นกัน ความรู้สึกต่างชั่วที่รวมอยู่ด้วยกันและเป็นลักษณะร่วมอย่างหนึ่งของคนยุคนี้นั้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตัวเลขของคนอายุ 25-34 ปีที่อาศัยอยู่ร่วมกันกับคนอื่นมีจำนวนมากขึ้น

ความคิดสร้างสรรค์บางครั้งก็มาจากการใช้เวลาร่วมกับคนอื่นและการเรียนรู้จากความแตกต่าง ทำให้ไอเดียของการสร้างคอมมูนิตี้ขยายไปถึงเรื่องการใช้ชีวิต ไม่ใช่แค่เรื่องการทำงานเท่านั้น และเป็นจุดเริ่มต้นของวัฒนธรรมใหม่อย่าง Co-living ที่เส้นแบ่งระหว่างเวลางานและเวลาส่วนตัวจางลง วัฒนธรรมที่ทำให้พลังของความเป็นคอมมูนิตี้ชัดขึ้นและเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตมากขึ้น

สามารถสรุปได้ว่า Co-Living คือ ที่พื้นที่ประเภทใหม่ที่เปิดให้คนทั่วไปสามารถเช่าห้องพักแบบส่วนตัวหรือแชร์กับคนอื่นได้ Co-living space นั้น ก็จะคล้ายๆกับ Co-working space (พื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำงานที่เอื้อให้คนจำนวนหนึ่งที่มีลักษณะงานต้องทำงานคนเดียว ได้มีโอกาสพบปะผู้คน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ ทั้งที่ไม่ได้ทำงานด้วยกัน จนกลายเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของสถานที่ทำงานที่พบได้ตามเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา และพัฒนาความเป็นคอมมูนิตี้ที่เชื่อมโยงกันด้วยสเปซที่ใช้ทำงาน) เพียงแต่ที่เพิ่มขึ้นมากก็คือ เราสามารถนอนที่นั่นได้ กิน นอน ทำงาน เล่น บาร์ดีทุกอย่างอยู่ในที่เดียวกันได้ทั้งหมด ใช้ชีวิตในที่นี้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีจุดเด่นอยู่ตรงที่ สถานที่ตั้ง ที่จะอยู่ใจกลางย่านสำคัญ พื้นที่ส่วนรวมนั้น ก็จะเปิดเป็นพื้นที่ทานอาหารค่ำร่วมกัน โดยมีโต๊ะบังปอง โต๊ะพูล มีการสอนโยคะ ซึ่งในบางโอกาสก็จะมีการเล่นอาหารค่ำฟรี เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยได้ใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกัน ในลักษณะที่ไม่ต่างจาก coworking space

จากสถิติของ Pew Research Center ที่สำรวจในอเมริกาเมื่อปี 2015 เปอร์เซ็นต์ของคนวัย Gen Y ที่เข้าบ้านร่วมกับคนอื่นสูงขึ้นจาก 5.7 เปอร์เซ็นต์ในปี 2005 เป็น 7.4 เปอร์เซ็นต์ในปี 2015 ซึ่งเท่ากับเพิ่มขึ้นถึง 39 เปอร์เซ็นต์จากเดิมภายในระยะเวลาเพียง 10 ปี

2.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับ BOUTIQUE HOTEL

โรงแรม คือ สถานที่ประกอบการที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องที่พักอาศัย อาคารและบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก

ลักษณะสำคัญของโรงแรมพอสรุปได้ดังนี้

1. โรงแรมเป็นสถานที่เคลื่อนย้ายจากแหล่งที่ตั้งไม่ได้
2. ทุกคนมีสิทธิ์ที่จะเข้าไปพักได้เว้นแต่ผู้เยาว์หรือเด็กซึ่งไม่มีผู้ดูแลมาพักอยู่ด้วย
3. โรงแรมเป็นวิสาหกิจที่ขายสินค้าและบริการ
4. โรงแรมควรจัดให้บริการตั้งแต่เอกชนแต่ละคน หรือครอบครัว หรือกลุ่มเอกชน

โรงแรมจะต้องจัดให้มีการบริการเอกรูปครบถ้วน สำหรับสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

Boutique Hotel (บูติกโฮเทล) : คือโรงแรมขนาดกะทัดรัดมักมีจำนวนไม่เกิน 100 ห้อง แต่ละห้องอาจมีขนาดไม่ใหญ่ เรียกว่าใช้พื้นที่แบบ “the best of small spaces” เดิมโรงแรมประเภทนี้ไม่เน้นตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางแบบ Business Traveler หลายแห่งจึงไม่มีห้องประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจ แต่เมื่อแนวโน้มของนักธุรกิจที่นิยมเข้าพักในโรงแรมบูติกมากขึ้น โรงแรมเหล่านี้ก็ให้ความสำคัญกับบริการและความสะดวกในจุดนี้มากขึ้นโรงแรมบูติกมักมีดีไซน์ที่แตกต่างและโดดเด่น หรืออาจมีธีมของการสร้างโรงแรมที่มีความน่าสนใจ

HOSTEL คือ ที่พักที่มีลักษณะคล้ายโรงแรมแต่ไม่มีการจัดเตรียมบริการต่างๆไว้ให้ยกเว้นที่พักรวม (มักจะใช้ห้องน้ำส่วนกลางร่วมกัน) และอาจมีอาหารเช้าให้ด้วย ที่พักประเภทนี้จะมีราคาถูก หรืออีกความหมายหนึ่ง คือ ที่พักราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน คือ เตียงนอน, ห้องน้ำ, และที่เก็บของที่ปลอดภัยเท่านั้น ราคาของ Hostel จะถูกกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงแรมมาก และบางแห่งต้องแชร์ห้องพักรักกับนักเดินทางท่านอื่น ซึ่งทำให้เราได้เพื่อนใหม่และเปิดโลกของเราให้กว้างขึ้นด้วย

ลักษณะทำเลที่ตั้งของบุทิกโฮเทล

โดยทั่วไปโรงแรมประเภทนี้จะตั้งอยู่ใจกลางเมือง จึงทำให้ในบางครั้งจะสับสนกับ HIP HOTEL แต่จริงๆแล้ว จำนวนห้องพักจะแตกต่างกัน นิยมตั้งในเมืองหลวง ด้วยเหตุผลที่ว่าต้องการนำบรรยากาศรอบๆ โครงการมาเสริมจุดแข็งของโรงแรมให้เกิดความน่าสนใจ และบริเวณในเมืองหลวง ี่ืออำนวยความสะดวกในการเดินทางที่จะไปเที่ยวในตัวจังหวัดต่อไป ทำให้โรงแรมประเภทนี้ เป็นโรงแรมที่จัดตั้งในเขตชุมชน หรือสถานที่สำคัญในเมืองหลวง เดินทางไปมาได้สะดวก มีการคมนาคมหลายรูปแบบ และมีสภาพ ENVIRONMENTAL CONDITION ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง

ลักษณะการให้บริการ

โรงแรมมักมีขนาดเล็กด้วยจำนวนห้องที่น้อยกว่า 150 ห้อง ช่วยให้พนักงานสามารถจดจำชื่อของผู้ใช้บริการได้ทำให้นักเดินทางมีความรู้สึกใกล้ชิดและเป็นกันเอง ลักษณะประเภทนี้ทำให้โรงแรมมีจุดขายที่แตกต่าง

พื้นที่ของโรงแรม

พื้นที่สำหรับผู้ให้บริการของโรงแรม

คือส่วนที่ผู้มาใช้บริการได้เข้ามาใช้บริการของโรงแรม ส่วนนี้จะตัดขาดจากส่วนสำหรับให้บริการของโรงแรม ในด้านการหมุนเวียนของคนและสิ่งของ แต่ทั้งนี้ต้องจัดการบริการจากส่วนสำหรับให้บริการของโรงแรมเข้าถึงได้อย่างใกล้ชิด

ส่วนสำหรับผู้มาใช้บริการของโรงแรมจะมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ที่ระดับ-ประดาอย่างสวยงาม เพื่อสร้างความประทับใจและเป็นการชักจูงแขกผู้มาใช้บริการได้กลับมาใช้บริการ อีกอันหมายถึง รายได้ และผลกำไรของโรงแรม

ส่วนสำหรับผู้มาใช้บริการของโรงแรม ประกอบด้วย

1 **ทางเข้าโรงแรม (HOTEL ENTRANCE)** ทางเข้าโรงแรม อาจแยกได้หลายลักษณะ ดังนี้
ทางเข้าใหญ่ (MAIN ENTRANCE) เป็นทางเข้าสู่โรงแรมโดยตรง ผู้มาใช้บริการของโรงแรม จะสัมผัสกับจุดนี้เป็นจุดแรกเมื่อได้เข้าสู่โรงแรม ควรเป็นจุดเด่นที่สามารถมองเห็นชัด และควรให้เห็นส่วนภายในโรงแรม ซึ่งควรจะเป็นที่ที่ตรงไปยังแผนกต้อนรับ ได้โดยตรงการติดต่อกันระหว่างส่วนทางเข้าใหญ่กับส่วนสัญจรภายนอกควรสะดวกรวดเร็วที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางเข้าย่อย (SUB ENTRANCE)

เป็นทางเข้าสำหรับบุคคลภายนอกที่ไม่ได้มาพักในโรงแรม แต่มาใช้บริการด้านอื่น ๆ ของโรงแรม เช่น คอฟฟี่ชอป, ภัตตาคาร ฯลฯ

ทางเข้าของสัมภาระ (LUGGAGE ENTRANCE)

ควรอยู่ใกล้ทางเข้าใหญ่เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการขนย้ายกระเป๋าจากพาหนะไปยังห้องพักแขก

ทางเข้าของส่วนบริการ (SERVICE ENTRANCE)

ทางเข้าส่วนนี้จะต้องแยกออกจากสัญจรของแขก โดยเด็ดขาด แต่ต้องอยู่ในการขนส่งของและควรมีที่เพียงพอสำหรับขนย้ายของโดยไม่รบกวนส่วนอื่น

2. สำนักงานส่วนหน้า (FRONT OFFICE)

ส่วนนี้เป็นศูนย์กลางของกิจการต่าง ๆ ในโรงแรม เป็นจุดที่แขกผู้มาพัก หรือผู้ที่ต้องการจะติดต่อธุรกิจบางอย่างกับโรงแรม จะต้องมาส่วนนี้ก่อน นอกจากนี้ยังเป็นส่วนควบคุมการเข้าออกของแขกด้วย สำนักงานส่วนหน้า (FRONT OFFICE) ประกอบด้วย

เคาน์เตอร์ (FRONT DESK) เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของสำนักงานส่วนหน้าซึ่งแขกของโรงแรมสามารถติดต่อในส่วนนี้ได้โดยตรง โดยมีหน่วยงานย่อย ๆ ได้แก่

- ส่วนต้อนรับ (RECEPTION)
- ส่วนลงทะเบียน (REGISTRATION)
- ส่วนจดหมาย กุญแจ ข่าวสาร (MAIL, KEYS, MESSAGE)
- ส่วนการเงิน (CASHIER)
- ส่วนแลกเปลี่ยนเงินตรา (CURRENCY EXCHANGE SERVICE)
- เคาน์เตอร์บริการเกี่ยวกับสัมภาระ (BELL CAPTAIN COUNTER) ซึ่งแยกต่างหาก จากเคาน์เตอร์ส่วนหน้า แต่อาจอยู่ใกล้เคาน์เตอร์ส่วนหน้าได้ มีหน้าที่ต้อนรับแขกที่ประตู และจัดการเรื่องกระเป๋า และสัมภาระต่าง ๆ
- BAGGAGE HANDLING เป็นส่วนเก็บสัมภาระของแขก
- TOUR GROUP COUNTERS เป็นส่วนที่ให้บริการแก่กลุ่มทัวร์

สำนักงานสนับสนุนเคาน์เตอร์ส่วนหน้า (OFFICE) มีส่วนประกอบย่อย ดังนี้คือ

- TELEPHONE OPERATOR ควบคุมโทรศัพท์ จะทำหน้าที่บริการต่อโทรศัพท์ ระหว่างบุคคลภายนอกกับภายในทั่วทั้งโรงแรม เช่น บริการต่อโทรศัพท์ข้ามประเทศ (OVERSEA TELEPHONE) และบริการเน็ต หากโทรศัพท์แล้วไม่พบแขก ส่วนนี้จะมีห้องกันเป็นสัดส่วน เพราะป้องกันเสียงรบกวน อันเกิดจากเสียงโทรศัพท์ ในส่วนนี้อาจมีบริการประกาศทางเครื่องขยายเสียงด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- METERS & RECORDS มาตราวัดและบันทึก ทำหน้าที่จดบันทึกการใช้โทรศัพท์ของแขกในระหว่างการเข้าพัก ส่วนนี้จะอยู่ ใกล้กับ TELEPHONE OPERATOR
- ACCOUNTANT พนักงานบัญชี ทำหน้าที่เกี่ยวกับบัญชีค่าใช้จ่ายของแขกในระหว่างการเข้าพัก ซึ่งจะใช้ในลักษณะของคอมพิวเตอร์ ส่วนนี้จะมีตู้เซฟเล็ก ๆ สำหรับเก็บรายได้ของแขกที่มาเช็คอินในแต่ละวัน
- CREDIT MANAGE ผู้จัดการฝ่ายการเงิน มีหน้าที่ควบคุมดูแลเกี่ยวกับบัญชีและการเงินของส่วน FRONT OFFICE
- SAFE DEPOSIT & VAULT ส่วนของฝากมีค่า มีหน้าที่เก็บของมีค่าที่แขกนำมาฝากไว้ในระหว่างการเข้าพัก โดยไม่คิดค่าบริการ
- SORTING OFFICE แผนกสารบรรณ ที่หน้าที่รับเอกสารหนังสือต่าง ๆ และแยกแยะเอกสารส่งไปตามหน่วยงานต่าง ๆ (เป็นคนประสานงานด้านธุรการ)
- PAGING AND COMMUNICATION การประกาศเรียกแขก และให้ข่าวสาร
- FRONT OFFICE MANAGER ผู้จัดการส่วนหน้า ทำหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงานของสำนักงานส่วนหน้าทั้งหมด ควบคุมดูแลการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานให้มีประสิทธิภาพดีเยี่ยม รวมทั้งให้การฝึกงาน และออกคำสั่งแก่พนักงานทุกคนในส่วนนี้
- COMPUTER OPERATIONS ส่วนควบคุมคอมพิวเตอร์ มีหน้าที่เป็นตัวแทนของเอกสารหรือแฟ้มต่างๆในส่วนนี้จะ เป็นเพียงเนื้อที่ห้องสำหรับตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์อย่างเดียวไม่มีพนักงานควบคุม และจะต่อ TERMINAL ไปจุดต่าง ๆ ในส่วนนี้จะอยู่ในส่วนหลัง ไม่ยุ่งกับส่วนหน้า และกับส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมทั้งหมด
- ADVANCE RESERVATIONS ส่วนจองห้องพักส่วนหน้า มีหน้าที่บริการจองห้องพักล่วงหน้าไว้นาน ๆ จัดทำบัญชีการจองห้องพักล่วงหน้า และเช็คชื่อการจองห้องพักเมื่อแขกที่มาจองห้องพักมาตามกำหนด ส่วนนี้จะทำงานต่อเนื่องกันกับส่วนลงทะเบียนของเคาน์เตอร์ส่วนหน้า นอกจากนี้จะทำหน้าที่ติดต่อกับพวกกลุ่มบริษัททัวร์ต่าง ๆ ที่มาใช้บริการจองห้องพักของโรงแรม
- REGISTRATION OFFICE ที่ทำการลงทะเบียน มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องของแขกที่ลงทะเบียนแล้ว และเตรียมห้อง (SLIP) ที่จองไว้เพื่อใช้ในการลงทะเบียน
- ROOM STATUS INDICATORS แผงแสดงสถานภาพห้องพักทั้งหมดของโรงแรมมีหน้าที่บอกสถานที่ของห้องพักนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร โดยจะมีแผงบอกตำแหน่งของห้องพักที่ทันสมัยจะใช้ระบบปั๊มไฟขึ้นที่ห้องทุก ๆ ห้อง

ในส่วนนี้จะทำงานร่วมกับ ADVANCE RESERVATION มากกว่า REGISTRATION OFFICE ซึ่งจะไม่ยุ่งกับส่วนหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STATIONERY STORE ส่วนเก็บอุปกรณ์การเขียน มีหน้าที่เป็นส่วนเก็บพวก เอกสารสิ่งพิมพ์ และอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ

TYPING AND COERICAL OFFICES ที่ทำงานพนักงานพิมพ์ดีด และเสมียน มีหน้าที่พิมพ์เอกสาร และจัดการเกี่ยวกับเรื่องเอกสารต่าง ๆ

MARKETING SALES OFFICE ส่วนการขาย และการตลาด มีหน้าที่ขาย ห้องพักตามบริษัทต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มบริษัททัวร์เข้ามาใช้บริการของโรงแรม

ส่วนโถงและส่วนพิเศษ (LOBBY AND LOUNGE)

เป็นศูนย์กลางของการหมุนเวียนของแขก ลักษณะห้องโถงรับแขกของโรงแรมนั้นส่วนใหญ่เป็นโถงพัก รอขนาดใหญ่ มีส่วนประกอบที่สำคัญคือ

- ส่วนนั่งพักผ่อน (LOUNGE)
- ส่วนเคาน์เตอร์ส่วนหน้า (FRONT DESK)
- ส่วนโทรศัพท์สาธารณะ (PUBLIC TELEPHONE)

ส่วนห้องน้ำสำหรับแขก (TOILETS FOR GUEST)

ห้องน้ำจัดไว้สำหรับแขกและผู้ที่มาใช้บริการของโรงแรม ซึ่งมีการจัดแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ห้องน้ำ ส่วนในสาธารณะ ห้องน้ำส่วนในห้องพักแขก

บริเวณบริการแขกในโรงแรม (CONCESSION SPACE)

บริเวณนี้คือ ส่วนบริการที่ให้บริการแก่แขกที่มาพักเป็นส่วนใหญ่ กิจกรรมดังกล่าวอาจจะดำเนินการ โดยทางโรงแรมเอง หรือให้บุคคลภายนอกสัมปทานไปดำเนินการก็ได้ กิจกรรมในส่วนบริการนี้ได้แก่

-ร้านเสริมสวย (BEAUTY SALON) จัดไว้เพื่อสนองความต้องการของแขกผู้หญิงในเรื่องการแต่งผม ตลอดจนแต่งเล็บ ฯลฯ จำนวนที่หนึ่งมักจะมีเป็นจำนวนครึ่งหนึ่งของที่นั่ง

-ร้านขายของ (CIGARS AND NEWS STAND) ตามปกติในโรงแรมเล็ก ๆ มักจะดำเนินงานโดย FRONT OFFICE ถ้าเป็นโรงแรมขนาดกลาง อาจทำเป็นส่วนหนึ่งอยู่ใกล้ ๆ FRONT OFFICE และถ้า เป็นโรงแรมใหญ่ จะมีการเปิดร้านขายเฉพาะ และมีของจุกจิกด้วย

-VALET SHOP เป็นส่วนที่รับส่งเสื้อผ้าของแขก ที่จัดการเกี่ยวกับการส่งเสื้อผ้าที่ต้องการซักรีดไปยัง LAUNDRY

บริการเช่า – ชื่อของโรงแรม (RENTAL SPACE) เป็นบริเวณที่ไม่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ โรงแรม ทางโรงแรมจะให้เช่า โดยเก็บค่าเช่าเป็นรายเดือนร้านค้าเหล่านี้จะมีของจำหน่ายเกือบทุก ประเภท เช่น ของที่ระลึก ร้านขายยา ร้านขายหนังสือ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE SERVICE SPACE)

เป็นส่วนให้บริการด้านอาหาร และเครื่องดื่มแก่แขกที่พักที่โรงแรม และผู้ที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว เป็นส่วนหนึ่งที่ใช้ดึงดูดความสนใจบุคคลทั่วไป ซึ่งส่วนนี้สามารถทำรายได้เท่าเทียมกับส่วนห้องพัก ส่วนบริการอาหาร และเครื่องดื่มแบ่งออกเป็น

- ห้องรับประทานอาหารเฉพาะ (PRIVATE DINING ROOM)

เป็นห้องอาหารที่แยกออกจากห้องอาหารใหญ่ สำหรับแขกที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ไม่ปะปนกับผู้อื่นมีขนาดความจุของห้องประมาณ 8-10 คน

- คอฟฟี่ช็อป (COFFEE SHOP)

เป็นส่วนบริเวณอาหาร และเครื่องดื่มตลอด 24 ชั่วโมง เป็นส่วนบริการสำรองจากภัตตาคาร จะมีบริเวณปรุงอาหารแยกเฉพาะส่วน (AUXILIARY KITCHEN) โดยไม่ต้องพึ่งครัวใหญ่ เพราะบริการแต่อาหารที่ทำได้ง่าย ๆ และรวดเร็วในราคาปานกลาง บางครั้งอาจจะจัดเป็นห้อง หรือบริเวณกึ่งกลางแจ้งกับริมสระว่ายน้ำก็ได้

- คอกเทลเลาจน์ (COCKTAIL LOUNGE)

เป็นส่วนบริการเครื่องดื่ม ส่วนนี้อาจเป็นส่วนที่หยุดพักคอย ก่อนที่จะเข้าไปรับประทานอาหารในภัตตาคาร หรือดื่มเพื่อต้องการพักคอย COCKTAIL LOUNGE ยังจัดเป็นห้องเฉพาะ

- บาร์ (BARS)

เป็นส่วนบริการเครื่องดื่มทุกประเภท เปิดให้บริการในช่วง 11.00 น. – 02.00 น. บรรยากาศภายในจะเป็นแบบสบาย ๆ ไม่มีเสียงดังมาก ถ้ามีเพียงดนตรีที่มีเพียงขึ้นเดียว อาจเป็นเปียโน หรือกีตาร์ขับกล่อม จุดประสงค์ใหญ่ของผู้มาใช้บริการจะมานั่งพักผ่อน หรือนั่งคุยกันมากกว่าอย่างอื่น

ส่วนบริการหรือส่วนประกอบพิเศษ (SPECIAL ACCOMMODATION)

คือบริเวณส่วนประกอบพิเศษ สำหรับให้ความสะดวกสบายแก่แขกผู้มาพัก และบุคคลทั่วไป รวมทั้งบางส่วนสำหรับพนักงาน

- ส่วนปฐมพยาบาล (FIRST AID) ส่วนใหญ่จะบริการสำหรับพนักงานของโรงแรม มีส่วนรักษาชั้นปฐมพยาบาลพร้อมห้องตรวจโรค ควรมีทางเข้าออกอย่างน้อย 2 ทาง เพื่อไม่ให้สับสน และออกด้านหลังได้ในกรณีฉุกเฉินทางออกควรอยู่ใกล้ที่จอดรถด้วย

- ห้องคอมพิวเตอร์ (COMPUTER ROOM) เป็นส่วนที่ให้บริการทางด้านพักผ่อนหย่อนใจของแขกผู้มาพัก และอาจเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามาใช้บริการด้วยก็ได้ ห้องนี้ควรอยู่ใกล้กับคอกเทลเลาจน์และบาร์ เพื่อที่จะบริการเครื่องดื่มได้สะดวก

- สระว่ายน้ำ (SWIMMING POOL) ควรเป็นส่วนตัวไม่ถูกรบกวนจากบุคคลภายนอก บริเวณรอบสระควรจัดให้มีอาหาร และเครื่องดื่มไว้คอยบริการแขกในขณะที่พักผ่อนอยู่ในบริเวณนี้ และต้องมีแสงสว่างเพียงพอสำหรับจัดงานกลางคืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ส่วนเปลี่ยนเครื่องแต่งตัว และทำความสะอาดร่างกายก่อน – หลังการใช้สระ
ว่ายน้ำควรอยู่ในที่มิดชิดพอสมควร ไปใช้ได้สะดวก แต่ไม่ควรอยู่บริเวณเดียวกันจนทำให้เสีย
บรรยากาศส่วนนี้จัดแยกออกเป็นสวนชาย – หญิง

- CORRIDOR ทางเดิน ทางสัญจร ที่เชื่อมระหว่างอีกส่วนหนึ่งไปยังอีกส่วนหนึ่ง

- TERRACE & GARDEN บริเวณพักผ่อนที่อยู่นอกตัวอาคาร เพื่อเป็นการ
เปลี่ยนอิริยาบถ TERRACE อาจมีหลายส่วนให้เป็นส่วนบริการอาหาร และเครื่องดื่ม เช่น
RESTAURANT ส่วน GARDEN นั้นอาจจัดเป็นสวนหย่อมหรือสนามประดับด้วยพันธุ์ไม้ต่าง ๆ
เพื่อให้แขกได้พักผ่อนหย่อนใจ

ส่วนห้องพักแขก (GUEST ROOM SPACE)

เป็นส่วนที่สำคัญ ที่สุดของโรงแรม เพราะจุดประสงค์หลักในการลงทุนคือ
หารายได้จากการเช่าห้องพัก ดังนั้นจึงควรจัดทำส่วนนี้ให้ดีที่สุด เพื่อผลกำไรของโรงแรม

ส่วนห้องพักแขกประกอบด้วยส่วนใหญ่ ๆ 2 ส่วน คือ

ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM) ซึ่งประกอบด้วยส่วนนอน ห้องน้ำส่วนเก็บ
เสื้อผ้า และสัมภาระต่าง ๆ ถ้าเป็นห้องชุดจะมีเนื้อที่นั่งเล่นเพิ่มขึ้นอีกส่วนหนึ่ง

ส่วนบริการห้องพัก (GUEST FLOOR SERVICE) เป็นส่วนบริการของ
โรงแรมที่ให้กับแขกที่มาพักโดยเฉพาะ

ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)

ประเภทของห้องพัก (GUEST ROOM CLASSIFICATIONS) แบ่งออกเป็น

- ห้องทั่วไป (TYPICAL BED ROOM) ประกอบด้วย

ห้องนอนเตียงเดี่ยว (SINGLE BEDROOM)

ห้องนอนคู่ (DOUBLE BEDROOM)

ห้องนอนเตียงคู่ (TWIN BEDROOM)

- ห้องชุด (SUITE BEDROOM) มีประตูที่ผนังห้องทั้ง 2 เปิดต่อเนื่องกันโดย
ไม่ต้องเปิดประตูหน้าห้องออกไปเพื่อเข้าอีกห้องหนึ่ง ห้องแบบนี้จัดเหมือน TWIN BEDROOM 2
ห้อง หรือส่วนหนึ่งเป็นห้องนอน และอีกส่วนหนึ่งเป็นห้องนั่งเล่น

- ห้องนอนพิเศษ (LUXURY BEDROOM) ห้องชนิดนี้ประกอบด้วยห้องนอน
แบบเตียงคู่ หรือแบบห้องนอนคู่ ส่วนนั่งเล่นหรือรับแขก ส่วนเตรียมอาหาร หรือส่วนรับประทานอาหาร
ส่วนประชุม หรือห้องนอนอีกชุดหนึ่ง

ส่วนบริการห้องพัก (GUEST FLOOR SERVICE) ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ส่วนบริการอาหาร (FOOD SERVICE ROOM) เป็นส่วนบริการอาหารไปยังห้องพักส่วนนี้ประกอบด้วย ส่วนล้างมือ อ่างล้างถ้วยชาม ที่เก็บถ้วยชาม เตาอุ่นอาหาร ที่ปิ้งขนมปัง อาหารจากครัวใหญ่ที่จัดส่งตามห้องพัก จะต้องผ่านส่วนนี้ เพื่อทำการอุ่นอาหารก่อน บางโรงแรมไม่มีส่วนบริการนี้ อาหารจากครัวใหญ่จะถูกนำไปยังห้องพักโดยตรง

- ส่วนผ้า (LINEN ROOM) เป็นส่วนเก็บของประเภทผ้าที่ใช้ในแต่ละชั้นของโรงแรมโดยแยกต่างหากจากห้องผ้าใหญ่ (MAIN LINEN) ในส่วนนี้จะมียกเก็บผ้าที่จะส่งไปซัก และที่ซักแล้ว

- VALET ROOM ทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับส่ง เสื้อผ้าของแขกที่ส่งไปซักรีด และจัดส่งคืนยังห้องของแขก

- ห้องพนักงานรับใช้ (MAID'S ROOM) เป็นห้องของพนักงานทำความสะอาด

ส่วนบริการของโรงแรม (BACK OF THE HOUSE)

เป็นส่วนที่ไม่ได้หักรายได้ให้แก่โรงแรมโดยตรง แต่เป็นส่วนบริหารดำเนินงาน และให้บริการส่วนต่าง ๆ ของโรงแรมเพื่อสนับสนุนกิจการของส่วนผู้มาใช้บริการของโรงแรม ส่วนนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ

ส่วนบริหาร (ADMINISTRATIVE QUARTER) ส่วนนี้ถือเป็นหัวใจ และมันสมองในการดำเนินกิจการของโรงแรม ส่วนบริหารประกอบด้วย

ส่วนผู้จัดการ (MANAGER'S OFFICE) เป็นส่วนทำงานของผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่บริหาร เช่น

- ผู้จัดการทั่วไป (GENERAL MANAGER)
- ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE MANAGER)
- ผู้จัดการฝ่ายดูแลสถานที่ (HOUSE KEEPER MANAGER)
- ผู้จัดการฝ่ายบุคคล (PERSONNEL MANAGER)

ส่วนบัญชี (ACCOUNTING OFFICE)

ส่วนทั่วไป (GENERAL OFFICE) เป็นที่ทำงานของส่วนต้อนรับ และฝ่ายต่าง ๆ

ส่วนบริการ (SERVICE QUARTER) ประกอบด้วย

เนื้อที่บริการ (SERVICE SPACE) เป็นส่วนบริการทั่วไป ต้องอยู่ในบริเวณที่รถเข้าถึง และติดต่อกับส่วนที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- ทางเข้าส่วนบริการ (SERVICE ENTRANCE) ต้องไม่ปะปนกับทางเข้าของผู้มาใช้บริการโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ที่จอดรถของ (TRUCK DOCK) ที่จอดรถบรรทุกของพัสดุ
- ชานชาลา (LOADING PLATFORM) ส่วนชานชาลา ขนถ่ายพัสดุ
- ส่วนรับของ (RECEIVING AREA) เป็นที่สำหรับเช็คพัสดุเข้า – ออก บริเวณนี้มีเคาน์เตอร์ทำการของแผนกตรวจพัสดุ
- ห้องเก็บของ (GARBAGE ROOM)

เนื้อที่เก็บของ (STORAGE ROOM) แบ่งออกได้ดังนี้

- ห้องเก็บของทั่วไป (GENERAL STORAGE) อยู่ใกล้ทางเข้า ส่วนบริการและส่วนรับของ
- ส่วนเก็บเครื่องเรือน (FURNITURE STORAGE)

เนื้อที่พนักงาน (STAFF SPACE) แบ่งได้ดังนี้

- ทางเข้าพนักงาน (STAFF ENTRANCE) ทางเข้า – ออกของพนักงาน
- ห้องเก็บของและเปลี่ยนเครื่องแบบของพนักงาน (STAFF LOCKER ROOM) ส่วนนี้จะแยกชาย – หญิง
- ห้องรับประทานอาหารของพนักงาน (STAFF DINING ROOM) ควรจัดอยู่ในส่วนที่พนักงานใช้ได้สะดวกและไม่ปะปนกับของผู้มาใช้บริการของโรงแรม

ส่วนซักรีด (LAUNDRY & LINEN ROOM) แบ่งได้ดังนี้

- ห้องซักรีด (LAUNDRY ROOM) การบริการส่วนนี้บางโรงแรมไม่ได้ดำเนินการเอง
- ห้องผ้า (LINEN ROOM)

ครัว (KITCHEN) เป็นที่สำหรับปรุงอาหารที่จะส่งไปยังส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม ครัวใหญ่ของโรงแรม ครัวใหญ่ประกอบด้วย

- ส่วนทำขนมปัง (BAKE SHOP)
- ส่วนเตรียม (PREPARATION AREA)
- ส่วนปรุงอาหาร (COOKING AREA)
- ห้องบริการอาหาร (FOOD SERVICE ROOM)
- ส่วนทำงานพ่อครัว (CHEF OFFICE)
- ห้องเก็บอาหาร และเครื่องดื่ม (STORE ROOM) อยู่ใกล้ครัวแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ
 1. STEWARD'S STORE ROOM เป็นที่เก็บอาหารแห้ง
 2. BEVERAGE STORE ROOM ห้องเก็บเครื่องดื่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. DISH WASHING AREA ส่วนล้างภาชนะ
 ส่วนซ่อมบำรุง และห้องเครื่อง (MAINTENANCE AND MECHANICAL SHOPS) แบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ คือ

- ห้องซ่อมเครื่อง (MAINTENANCE SHOP) แบ่งย่อยได้ คือ

1. PLUMBING & ELECTRIC SHOP ส่วนซ่อมท่อน้ำ และอุปกรณ์ไฟฟ้า
2. CARPENTRY & UPHOLSTERING SHOP ซ่อมแซมเครื่องเรือน
3. PAINTING & VARNISH ROOM ส่วนทาสี และขัดมันทั้งเครื่องมือ

เครื่องใช้ และสถานที่

- ห้องเครื่อง (MECHANICAL SHOP) เป็นส่วนควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของเครื่องจักรกลต่าง ๆ ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ คือ

1. BOILER ROOM เป็นบริเวณที่ตั้งของเครื่องต้มน้ำ สำหรับแจกจ่ายไปยังส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม
2. FUEL STORAGE เป็นส่วนเก็บเชื้อเพลิง
3. TRANSFORMER VAULT ห้องหม้อแปลงไฟฟ้า
4. AIR CONDITIONING MACHINE ROOM เป็นบริเวณติดตั้งระบบเครื่องปรับอากาศภายในอาคาร
5. ENGINEER OFFICE เป็นห้องทำงานของวิศวกร และเจ้าหน้าที่ดูแลบำรุงรักษาเครื่องจักรต่าง ๆ

2.1.5 ลักษณะเฉพาะของโครงการ

ดังนั้น โครงการที่จะเกิดขึ้นจึงแตกต่างจากศูนย์การเรียนรู้ทั่วไป โดยเป็นศูนย์ที่เน้นเจาะจงที่จะสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ของคนในชุมชนกาแฟเมืองเชียงใหม่ ต้องอยู่ในบริเวณพื้นที่ที่คนทุกกลุ่มสามารถเข้าไปใช้งานได้สะดวก เน้นการสร้างความรู้และพัฒนาความรู้โดยการปฏิบัติ มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทำให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ มีพื้นที่ในการอำนวยความสะดวกสำหรับกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น พื้นที่การประชุมเชิงปฏิบัติการ พื้นที่เกี่ยวกับการศึกษา พื้นที่ให้คนในชุมชนได้ร่วมแสดงออก พื้นที่จัดงานประจำปี เป็นต้น และมี พื้นที่โรงแรมประเภทบูติกโฮเทลผสมกับที่พักแบบโฮสเทล ที่มีจุดขายด้านไลฟ์สไตล์เกี่ยวกับกาแฟเป็นหลัก เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ๆเกี่ยวกับกาแฟ และกลุ่มลูกค้าที่มาทำกิจกรรมในศูนย์เป็นระยะเวลายาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.5 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมกาแฟ (Coffee Culture)

การดื่มกาแฟ คือพฤติกรรมทางสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต การแสดงอัตลักษณ์ วิถีคิด ทักษะคตินิยม และกิจกรรมที่ทำบนโต๊ะกาแฟ ทั้งหมดนี้รวมๆ เรียกว่าวัฒนธรรมของการดื่มกาแฟ

การดื่มกาแฟเคยเป็นวัฒนธรรมของชนชั้นสูงมาก่อน แล้วจึงค่อยแพร่มาสู่ชนชั้นกลางและประชาชนทั่วไป ในยุคที่วัฒนธรรมการดื่มกาแฟแพร่หลายมาถึงคนในระดับล่าง มีร้านกาแฟปรากฏขึ้นทั่วไป ในบริเวณที่เป็นชุมชนหรือตลาดที่มีคนมากมาย การมานั่งดื่มกาแฟในตอนเช้า ของกลุ่มคนคุ้นเคยในละแวกบ้านเดียวกัน พร้อมทั้งพูดคุยถกปัญหาประจำวันไปมาเรื่อยๆ ได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมที่เรียกว่า “สภากาแฟ” ที่รู้จักกันโดยทั่วไป สภากาแฟหรือสังคมนาฬิกาที่จะต้องมืองค์ประกอบหลักอยู่ 3 สิ่งด้วยกันคือ เครื่องดื่ม คนกิน(ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป) และพื้นที่หรือร้านกาแฟ

และไม่ว่าโลกจะเจริญทันสมัยขึ้นเพียงใด วัฒนธรรมการดื่มกาแฟ สังคมของคนชอบดื่มกาแฟไม่เคยเปลี่ยนไป และนับวันจะพัฒนาให้ทันสมัยขึ้นไปตามกาลเวลา ปัจจุบัน มีร้านกาแฟรูปแบบใหม่ๆ ที่เน้นอุปกรณ์ความสะดวกในการสื่อสารครบครัน ทั้ง 3G Wifi แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงเหมือนเดิม ก็คือพฤติกรรมของผู้คนที่ชอบมานั่งพูดคุย พบปะสังสรรค์ มาละเลียด ดื่ม ชิม จิบกาแฟ พูดคุยกันอย่างออกรสชาติ ในบรรยากาศสบายๆ ไม่อยากรับรู้ หลีกหนีความเร่งรีบแข่งขันของผู้คนภายนอกร้าน เพราะนี่คือโลกส่วนตัวหลังที่ 3 ที่หาไม่ได้จากที่ไหนอีกแล้ว เป็นการปิดกั้นการรับรู้จากโลกภายนอกชั่วคราว อย่างลงตัวที่สุด

2.1.7 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ กาแฟพิเศษ (Speacility Coffee)

ตั้งแต่ปี 2002 จนถึงปัจจุบัน เป็นยุคของการดื่มกาแฟเพื่อเสพรสชาติ ผู้ดื่มกาแฟยอมจ่ายเงินมากขึ้นเพื่อรสชาติของกาแฟที่ดีขึ้น แหล่งที่มาของกาแฟ และที่สำคัญวิธีการผลิตจะต้องโปร่งใสมาเป็นอันดับต้นๆ ไล่จากแหล่งที่ปลูก การใช้แรงงาน และ เรื่อง กาแฟ Organic ได้ถูกหยิบยกขึ้นมาในสังคมและ Barista ตามร้านท้องถิ่นเริ่มเสาะหาเมล็ดกาแฟที่ดีกว่า จากผู้ผลิตขนาดเล็ก และมีการใช้วิธีการสกัดกาแฟที่หลากหลายมากขึ้นจากยุคก่อน ที่ใช้กันเพียงแค่เครื่อง Espresso เท่านั้น ผู้ชงถือเป็นทูตของเมล็ดกาแฟแต่ละเมล็ดที่จะนำพาคุณลักษณะอันล้ำเลิศของกาแฟจากแหล่งปลูกมาสู่ถ้วยของผู้ดื่มอย่างไรก็ดี กาแฟถูกเปรียบเหมือนไวน์ชั้นเลิศ ที่ต้องประกาศข้อมูลเบื้องหลังเช่นสายพันธุ์ กระบวนการผลิต แหล่งปลูก หรือแม้แต่ชื่อของผู้ปลูกอย่างละเอียด และคอกาแฟก็เริ่มให้ความสนใจในเรื่องกรรมวิธีของการสกัดมากยิ่งขึ้น ในยุค Third Wave จึงมี Barista และ คอกาแฟจำนวนหนึ่ง ที่นิยมกาแฟพิเศษ หรือ ที่เรียกว่า Specialty Coffee

Specialty Coffee กาแฟพิเศษ คือกาแฟที่ผู้ผลิต ให้ความสำคัญของ “รสชาติ” ที่มีความแตกต่างตั้งแต่ วิธีการปลูก วิธีการ Process วิธีการคั่ว และ วิธีการชง ซึ่งในแต่ละประเทศ จะมีกาแฟพิเศษจากไร่ที่มีการปลูกที่ดีที่สุดในปีนั้นๆ เป็นได้ทั้งสภาวะอากาศ และวิธีการปลูกที่มีการดูแลเป็นพิเศษ ทำให้เกิดความโดดเด่นทางรสชาติ การคัดเลือกเมล็ดกาแฟอย่างละเอียด ยกตัวอย่างเช่น กาแฟพิเศษบางตัวนั้นมีการเลือกด้วยมือคน ซึ่งจะได้ทำการคัดเอาเฉพาะเมล็ดที่สมบูรณ์ ตากแดดและพลิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลับอย่างตั้งใจ ทำให้ได้รสชาติแตกต่างออกมาจากเทรนด์กาแฟทั่วไปในปีนั้นๆ และ ด้วยที่มาที่มีข้อจำกัด กาแฟชนิดนี้มักจะมีจำนวนจำกัดมาก ซึ่ง Specialty Coffee นี้เองกำลังได้รับความนิยมจากนักดื่มกาแฟในยุค Third Wave ดังนั้น เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟทั่วโลก ได้นำสายพันธุ์กาแฟที่มีคุณภาพสูงไปปลูกในพื้นที่ต่างๆ โดยได้มีการพัฒนาสายพันธุ์ และคุณภาพในแหล่งเพาะปลูก กาแฟที่ได้นั้นจึงมีผลผลิตที่แตกต่างกันออกไป โดยจะมีลักษณะพิเศษในแต่ละพื้นที่ และภูมิภาค เช่น ประเทศ, แหล่งที่ปลูก, เกษตรกรผู้ปลูก, สายพันธุ์ที่ปลูก, คุณภาพ, ระดับความสูงในการปลูก, ปริมาณฝนที่ตกในแต่ละปี, อุณหภูมิในการปลูก, วิธีการแปรรูป, เอกลักษณ์ของรสชาติและกลิ่น

การจัดว่ากาแฟพิเศษนั้น จะขึ้นอยู่กับเกณฑ์คะแนนมาตรฐานของ SCAA .หรือสมาคมกาแฟของอเมริกา ซึ่งการจะจัดว่ากาแฟแหล่งใดเป็นกาแฟพิเศษก็จะมีหลักเกณฑ์เช่น ความชื้น คุณภาพเมล็ด จำนวนของเมล็ดแปลกปลอมที่ปนมา รวมถึงขั้นตอนสุดท้าย คั่วและชิม คะแนนทั้งหมดจะถูกนำมาประเมินด้วยน้ำหนักถ่วงคะแนนแตกต่างกันในแต่ละหัวข้อ โดยจะมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ประเมิน

เกณฑ์การให้คะแนนนั้นคือ 80 คะแนนขึ้นไป จะจัดว่าเป็นกาแฟพิเศษ ซึ่งหมายถึง กาแฟนี้มีความสะอาด รสชาติดีเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความชื้นที่ดี มีเมล็ดขนาดสม่ำเสมอและไม่ค่อยพบ defect ที่ก่อให้เกิดรสชาติที่ไม่ดีได้

คุณภาพทางกายภาพนั้น สามารถวัดได้จากรูปลักษณะ ขนาดของเมล็ดกาแฟ รสชาติและกลิ่นที่ได้รับ สิ่งที่จะแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของกาแฟ ได้แก่ การออกใบรับรองคุณภาพที่แสดงถึงแหล่งที่มา มีตราสินค้า และที่สำคัญคือ มีผลผลิตอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างข้อมูลที่จะระบุในเอกสารดังนี้

ชนิดกาแฟ (Coffee type) :

กาแฟอาราบิก้า, โรบัสต้า (Arabica, Robusta)

สายพันธุ์ (Plant Variety) :

ตัวอย่างเช่น คาติมอร์ คาทูรา คาทุย เบอร์บอน มาร์กาโกยิป (Catimor, Caturra, Catuai, Bourbon, Maragogype)

วิธีการแปรรูป (Processing) :

วิธีการแปรรูปแบบสีเปียก กึ่งเปียก และสีแห้ง (Washed, Semi-washed, unwashed)

ระดับความสูงของการปลูก :

สูงมากเท่านั้น สูง ปานกลาง ต่ำ (Strictly high [Growing altitude and climate] grown/SHB, high grown/HG, Medium to low altitude)

คุณภาพดิน (Soil Condition) :

ตัวอย่างเช่น ดินภูเขาไฟ (e.g. Volcanic soils)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเพาะปลูก (Cultivation) :

ตัวอย่างเช่น ระบบน้ำ การให้ปุ๋ย การควบคุมแมลงและโรค (e.g. irrigation, fertilization, pest and disease control)

สภาพทางภูมิศาสตร์ : ตัวอย่างเช่น ความลาดชัน (e.g. Slope area)

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่า กาแฟนั้นเป็นพืชอุตสาหกรรมที่ต้องมีระบบการจัดการที่ดี ในทุกๆขั้นตอนต้องมีมาตรฐานตั้งแต่ต้นจนจบ ตั้งแต่ระบบการจัดการพื้นที่ปลูก การแปรรูป การคัดเลือกสายพันธุ์ เพื่อให้ได้กาแฟที่ดีและสะอาด เพื่อส่งต่อไปยังโรงคั่วเมล็ดกาแฟ ผลิตและบรรจุเพื่อจัดจำหน่ายให้ถึงมือผู้บริโภคต่อไป

2.1.8 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบนิทรรศการ

นิทรรศการ

คำว่านิทรรศการตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Exhibition" มีความหมายใกล้เคียงกับภาษาอังกฤษว่า Display แบ่งออกได้เป็นหลายระดับ ตั้งแต่ขนาดเล็กมาปานกลาง จนถึงขนาดใหญ่ แต่ถ้าเป็นงานขนาดใหญ่ระดับชาติเรียกว่า Exposition

นิทรรศการหมายถึงการจัดแสดงข้อมูลเนื้อหาผลงานต่างๆ ด้วยวัสดุสิ่งของอุปกรณ์และกิจกรรมที่หลากหลายแต่มีความสัมพันธ์กันในแต่ละเรื่องโดยมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนมีการวางแผนและออกแบบที่เร้าความสนใจให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการดูการฟังการสังเกตการจับต้องและการทดลองด้วยสื่อที่หลากหลาย

ประเภทนิทรรศการ (แบ่งตามระยะเวลาที่จัด)

1. นิทรรศการถาวร(Permanent Exhibition)

มีวัตถุประสงค์จัดแสดงเป็นระยะเวลานาน อาจเป็น 5-10 ปีขึ้นไป คำนึงถึงและเนื้อหาที่จะสามารถอยู่ในความสนใจของผู้ชมเป็นระยะเวลายาวนาน รวมทั้งสื่อที่ใช้ต้องสามารถดึงดูดใจ มีความหลากหลาย และน่าประทับใจ

2. นิทรรศการชั่วคราว(Temporary Exhibition)

จัดตามเทศกาลต่างๆ ใช้เวลาจัดประมาณ 2 – 10 วันจัดระยะสั้นเป็นครั้งเป็นคราว ตามเทศกาลต่างๆเนื้อหาเน้นเรื่องราวใหม่สื่อที่ใช้จัดเป็นแบบชั่วคราว ซึ่งเป็นทั้งสื่อประภทวัสดุและกิจกรรม

3.นิทรรศการเคลื่อนที่

เป็นนิทรรศการที่จัดทำเพื่อแสดงในสถานที่ต่างๆเพื่อเข้าถึงพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายโดยให้ความสะดวกในการเคลื่อนย้ายไปจัดในที่อื่นๆได้ไม่เสียรูปทรงและเกิดปัญหาด้านการเคลื่อนย้าย นิทรรศการแบบชั่วคราว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นทางการเข้าชมนิทรรศการ สามารถแบ่งได้ออกเป็น

1.เส้นทางการเดินทางเดียว

การกำหนดเส้นทางเดินแบบตายตัว เป็นการกำหนดให้เดินจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งตามลำดับจนกระทั่งจบนิทรรศการ ซึ่งหากไม่มีทางอื่นให้เลือกเดิน และมีผู้ชมจำนวนมากเต็มพื้นที่จนเกิดความรู้สึกอึดอัด ผู้ชมจะละโอกาสที่จะรอชมนิทรรศการ และเดินออกไปหาทางออกอย่างรวดเร็ว แต่สามารถสร้างความรู้สึกและอารมณ์ให้แก่ผู้ชมได้อย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดความทรงจำที่น่าประทับใจ หากเลือกใช้อย่างเหมาะสม กับเนื้อเรื่องและพื้นที่

2.เส้นทางการเดินแบบกว้าง

การกำหนดเส้นทางการเดินที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถมองเห็นองค์ประกอบของนิทรรศการทั้งหมดในคราวเดียว เช่นเดียวกับการจัดพื้นที่พิพิธภัณฑ์ศิลปะทั่วไป ที่จะจัดแสดงงานศิลปะชิดกับผนังห้อง เว้นช่องว่างในส่วนกลาง แต่อาจขาดการกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจ และทำให้ยากต่อการสร้างความต่อเนื่องของเนื้อหา ในแต่ละส่วนเข้าด้วยกัน

3.เส้นทางการเดินแบบวงกลม

การกำหนดเส้นทางเดินที่กำหนดเข้าออกเป็นทางเดียวกันกับบริเวณส่วนกลางของพื้นที่ เพื่อให้ผู้ชมได้เข้าไปเดินวนโดยรอบและย้อนกลับมาซึ่งทางออกซึ่งเป็นจุดเดียวกับทางเข้า ทำให้ง่ายต่อการสร้างความต่อเนื่องของเนื้อหาเป็นตอนๆ พร้อมทั้งสามารถกำหนดจุดสนใจของเรื่องได้อย่างชัดเจน

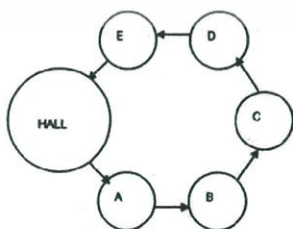
4.เส้นทางการเดินแบบอิสระ

ไม่กำหนดเส้นทางเดิน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ชมเลือกเดินได้อย่างอิสระ โดยการจัดกลุ่มของเนื้อหาที่แตกต่างกันในแต่ละส่วนของพื้นที่นิทรรศการ โดยแต่ละพื้นที่ที่มีจุดสนใจของตนเองเฉพาะเรื่อง ผู้ชมไม่จำเป็นต้องเดินตามลำดับเพราะไม่มีการกำหนดไว้ก่อน สามารถที่จะค้นหาและสำรวจในสิ่งที่ตนสนใจและเห็นภาพรวมของเนื้อหาทั้งหมดได้จากการรวมเนื้อหาของแต่ละส่วนเข้าด้วยกัน

การจัดกลุ่มห้องแสดง สามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. ROOM TO ROOM ARRANGMENT

เป็นการจัดแสดงที่ให้ผู้ชมเดินเรื่อยๆโดยไม่ต้องย้อนกลับ ทำให้ชมได้ทั่วถึงตามลำดับ อาจจะใช้ห้องใหญ่ห้องหนึ่งแล้วกันเป็นส่วนๆ



ROOM TO ROOM ARRANGMENT

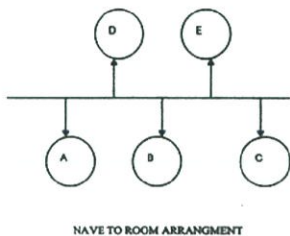
ข้อดี เป็นการจัดที่ประหยัดเนื้อที่

ข้อเสีย ถ้าใช้ในพิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่ๆเมื่อทำการปิดห้องหนึ่งจะมีผลกระทบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. CORRIDOR TO ROOM ARRANGMENT

มีลักษณะเป็นทางเดินย่อย แล้วมีทางแยกออกไปยังห้องแสดงส่วนต่างๆ แต่ละห้องมีทางออก-เข้า โดยไม่ผ่านห้องอื่นส่วนทางเดินอาจใช้เป็นห้องแสดงภาพได้



ข้อดี ผู้ชมสามารถเลือกชมได้ในห้องแสดงห้องใดห้องหนึ่ง

ข้อเสีย การแสดงไม่ติดต่อกันเป็นการขัดจังหวะการแสดงและเสียพื้นที่ทางเดิน หากผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายก็เดิน ผ่านห้องจัดแสดงไป ทำให้รับรายละเอียดไม่ครบ

3. CENTER ARRANGEMENT รวมเอาระบบการจัดทั้ง 3 ลักษณะเข้าด้วยกัน มีห้องโถงกลางเป็นศูนย์กลางแยกสู่ห้องต่างๆ แต่ละห้องสามารถติดต่อกันได้ เมื่อเปิดห้องใดห้องหนึ่งก็สามารถใช้ COURT หรือ HALL เป็นจุดฉายไปยังห้องแสดงต่างๆ ได้

เวลาในการชมนิทรรศการ

ข้อมูลที่น่าสนใจจะรับอยู่ได้ระหว่าง 60 ภาพ ต่อวินาที ภาพ 16 ภาพ ที่มนุษย์รับรู้ภายใน 1 วินาที มีเพียง 1 ใน 3 เท่านั้นที่มนุษย์จำได้และมีข้อมูลไม่เกิน 160 ภาพ

จากการศึกษาพบว่าประมาณ 40-60 นาที ผู้ชมจะเกิดอาการล้า ระบบความรู้สึกทางประสาท ควรเปิดโอกาสให้สายตาเคลื่อนที่ในลักษณะการพักมือน เช่นการเปลี่ยนสีสดใสเป็นสีที่เย็นลงจากสว่างเป็นมืด การทดแทนการยืนยันของระบบประสาททำได้โดยการนั่ง ยืน เดิน นอน เป็นต้น ควรมีที่พักทุกๆ 45 นาที

ปัจจัยมนุษย์ที่เกี่ยวข้องในการจัดนิทรรศการ

- ก.) สัดส่วนมนุษย์มาตรฐานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สุดในการออกแบบ สัดส่วนมนุษย์มาตรฐาน เป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้วัดความสัมพันธ์จริงของตนเองกับพื้นที่รอบๆ การออกแบบ SPACE ภายในนิทรรศการ สามารถกำหนดอารมณ์ความรู้สึกของผู้เข้าชมได้
- ข.) ขอบเขตของการมองเห็นและพิกัดจำเป็นในห้องจัดแสดงโดยปกติแล้วแบ่งออกเป็น 3 แบบ มนุษย์มองเห็นที่สามารถมองเห็นโดยที่ไม่ต้องหัน ใช้ศีรษะประมาณ 40 องศา ความจริงมุมมองของมนุษย์ มากกว่านี้ โดยที่มนุษย์มองทางตั้ง มากกว่าทางนอน

องค์ประกอบนิทรรศการ

ส่วนจัดนิทรรศการยังแบ่งเป็นส่วนๆตามหลักการบริหารและความจำเป็นดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ส่วนจัดแสดง หมายถึงบริเวณจัดตั้งวัตถุแสดงให้ผู้ใช้บริการได้เข้าชมและศึกษาเป็นส่วนสาธารณะสำหรับผู้เข้าชมทั่วไป การออกแบบต้องคำนึงถึงลักษณะของวัตถุแสดงเป็นสำคัญ อันจะส่งผลต่อการกำหนดเนื้อที่จัดแสดง ปริมาตรรูปทรงและการเลือกใช้ระบบประกอบอาคารให้สอดคล้องกัน

2. ส่วนเก็บรูปวัตถุ(คลัง) เป็นคลังเก็บวัตถุที่ได้มาแต่ยังไม่พร้อมจะนำแสดงหรือเก็บวัตถุที่เหลือจากการแสดงแล้ว จึงสมควรจะต้องมีขนาดใหญ่และเป็นสัดส่วนกับขนาดของส่วนจัดแสดงและวัตถุแสดง ในกรณีที่มีพื้นที่น้อยอาจแก้ปัญหาโดยการตัดแปลงส่วนจัดแสดงให้สามารถเก็บวัตถุแสดงได้ด้วยเช่น การเล่นระดับเพดานทำเป็นที่เก็บของ ออกแบบลิ้นชักตอนล่างของตู้แสดง เป็นต้น

3. ส่วนบริหารงาน เป็นฝ่ายบริหารและดำเนินงานต่างๆ มีลักษณะเป็นศูนย์กลางกิจกรรมในนิทรรศการ จะมีขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ขึ้นกับขนาดของนิทรรศการส่วนบริหารนี้เป็นเหมือนกับเขตแบ่งส่วนสาธารณะออกจากส่วนอื่นๆ ซึ่งการออกแบบจะต้องคำนึงถึงด้วย

4. ส่วนปฏิบัติงานช่าง เป็นส่วนทำกรปรุแต่งวัตถุแสดงให้เหมาะสมสำหรับเก็บรักษาและนำออกแสดง เป็นบริเวณที่ใช้ทำการวิจัยค้นคว้าและเสริมสร้างสิ่งอื่นๆ สำหรับจัดเก็บและการแสดง จึงต้องกว้างและมีอุปกรณ์พร้อม



แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบส่วนนิทรรศการดังนี้
สัญลักษณ์และความหมาย

- | | | | | | |
|---|---------|--------------------|---|---------|--------------------|
| 1 | หมายถึง | ส่วนแสดงนิทรรศการ | 2 | หมายถึง | ส่วนบริหารงาน |
| 3 | หมายถึง | ส่วนคลังพิพิธภัณฑ์ | 4 | หมายถึง | ส่วนปฏิบัติงานช่าง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อที่ใช้ในการจัดนิทรรศการของโครงการ

1. Board

ข้อพิจารณาคือ วัตถุประสงค์ของนิทรรศการ เนื้อหาที่ต้องการแสดง และห้องหรือสถานที่ที่จะใช้จัดแสดง ซึ่งรูปแบบที่นิยมใช้มีกันดังต่อไปนี้

- จัดแผงบอร์ดต่อกันด้วยข้อต่อให้ติดพื้น
- จัดแผงบอร์ดลอย โดยมีโครงสร้างมาช่วย
- จัดตั้งลอยตัว
- ต่อก้อยจากเพดานลงมา
- จัดแขวนด้านข้างตามผนังโครงสร้างต่างๆ

ถ้าเป็นนิทรรศการถาวร อุปกรณ์ส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งประดิษฐ์ หุ่นจำลอง ตู้แสดง และบอร์ดจัดแสดง แต่ถ้าเป็นนิทรรศการชั่วคราวแล้วมักจะใช้บอร์ดจัดแสดงเป็นหลัก ขนาด สี และส่วนสัมพันธ์อื่นๆ และประการสุดท้ายคือ ศูนย์ในใจ ซึ่งหมายถึงจุดที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ เนื้อหาของการนำเสนอทั้งหมดนั่นเอง

ลักษณะการจัดทำบอร์ดที่นิยมมีทั้งหมด 3 แบบดังนี้

1. จัดแสดงแบบหันออก เป็นลักษณะการจัดแสดงที่ดึงดูดผู้ชมทั่วไปแต่ให้ความสะดวกกับผู้ชมที่สนใจได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร การจัดแสดงแบบนี้เหมาะกับห้องนิทรรศการขนาดเล็ก
2. จัดแสดงแบบหันเข้าหาผู้ชม เป็นการจัดแสดงที่ให้ความสะดวกแก่ผู้ชมที่สนใจได้ดี โดยเฉพาะผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่ เพราะสามารถนำเสนอเรื่องพร้อมทั้งสามารถจัดเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำได้อย่างใกล้ชิด
3. แนะนำผู้ชมเดินเข้าหา ให้ความสะดวกแก่ผู้ชมได้ดี ผู้ชมที่เป็นเป้าหมายเฉพาะราย โดยจะมีการชักชวนให้ผู้ชมกล้าที่จะเดินเข้ามาถาม และมีการป้องกันสิ่งรบกวนเพื่อให้ผู้ชมมีสมาธิกับการศึกษาวัตถุนั้น

การจัดลานกิจกรรมกลางแจ้ง

การจัดลานกลางแจ้งโดยทั่วไปควรมีลักษณะเป็นพื้นที่โล่งสำหรับทำกิจกรรมโดยขนาดของลานจะขึ้นกับกิจกรรมนั้นๆ และขึ้นกับจำนวนคนที่จะใช้ โดยส่วนใหญ่ลานกลางแจ้งควรตั้งอยู่ในส่วนที่สังเกตเห็นได้ง่าย สามารถมองได้รอบเหมือนกับเป็นศูนย์กลาง

บรรยากาศรอบๆ ลานกลางแจ้งควรปลูกประดับด้วยพรรณไม้เพื่อความร่มรื่นและสร้างร่มเงาให้แก่ลาน วัสดุที่ใช้ควรเป็นวัสดุที่ทนทาน สามารถล้างและทำความสะอาดได้ง่าย เช่น หิน หรือ กระเบื้อง ที่ใช้ภายนอกอาคารต่างๆ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการใช้งานบ่อยต้องมีการปรับเปลี่ยนกิจกรรมตลอดเวลา ควรที่เก็บของเก็บอุปกรณ์อยู่ในบริเวณใกล้เคียงด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.8 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบห้องสมุด

ห้องสมุด คือแหล่งสารสนเทศ บริการทรัพยากรสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ จุลสารกฤตภาค วัสดุเทปและโทรทัศน์ CD-ROM DVD VCD รวมถึงไมโครฟิล์มด้วย โดยมีบรรณารักษ์เป็นผู้ดำเนินงานและบริหารงานต่างๆในห้องสมุด โดยจัดระบบเป็นหมวดหมู่ และระเบียบเรียบร้อย เพื่อให้ผู้ใช้ห้องสมุดมีความสะดวก สืบค้นได้ง่ายตรงกับความต้องการห้องสมุด ในปัจจุบันทำหน้าที่เก็บรวบรวม จัดระบบ เพื่อให้บริการสารสนเทศต่างๆ ตลอดจนถึงเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการสื่อสาร อีกทั้งยังมีเครื่องมือในการค้นหาและดำเนินการให้บริการ สื่อต่างๆ เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้ห้องสมุด ห้องสมุดยังมีคำเรียกต่างๆ อีกมากมาย อาทิ ศูนย์ข้อมูล ศูนย์วัสดุ, ศูนย์วัสดุการศึกษา, สถาบันวิทยบริการ, ศูนย์เอกสาร และ ศูนย์สารสนเทศ เป็นต้น

ห้องสมุด ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Library” ซึ่งมาจากภาษาละติน แปลว่า “หนังสือ” ห้องสมุด หมายถึงสถานที่รวบรวมสรรพวิทยาการต่างๆ คือ สถานที่รวบรวมความรู้ทุก สาขาวิชา เป็นต้น ซึ่งบันทึกไว้ในวัสดุสิ่งพิมพ์เช่นหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ และวัสดุที่ไม่ได้พิมพ์ เช่น วีดิทัศน์ วีดิโอ เทปเสียง โดย มีวิธีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบเพื่อสะดวกแก่ผู้เข้าใช้บริการของห้องสมุด และผู้ที่สนใจบรรณารักษ์เป็นผู้ดำเนินงานเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ

การจัดส่วนห้องสมุด

ลักษณะของห้องสมุดเฉพาะมีดังนี้

1. สถานที่ตั้ง มักจะต้องอยู่ในวงการค้าธุรกิจและองค์การอุตสาหกรรมพาณิชยกรรมหรือบริษัทบางแห่ง ก็เป็นสมาคมหรือองค์การวิชาชีพ โดยมีนโยบายบริการสังคมด้วย บางแห่งจะเป็นหน่วยงานของรัฐบาล ของท้องถิ่นพิพิธภัณฑสถาน ห้องสมุดคณะ หรือเป็นแผนกหนึ่งของห้องสมุดประชาชน
2. ขอบเขตวิชา และจำกัดของเขตวิชา ให้บริการวิชา และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องเท่านั้น
3. ผู้ใช้ มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการเฉพาะกลุ่มบุคคลที่ต้องการใช้ห้องสมุดเพื่อค้นคว้า
4. ขนาดของห้องสมุด มีขนาดต่าง ๆ กัน ส่วนมากจะเล็ก บางแห่งมีผู้ใช้จำนวนมากและต่อเนื่อง ก็จะมีหนังสือบริหารเป็นหมื่นเล่ม ห้องสมุดขนาดเล็กและใหญ่สุดจะมีเอกสารสิ่งพิมพ์ 400 เล่ม - 2800 เล่ม เป็นต้น
5. หน้าที่การให้บริการ ห้องสมุดทั่วไปมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา สันทนาการสุนทรีย์ภาพ วิจัยให้ความรู้ แต่วัตถุประสงค์สำคัญของห้องสมุดเฉพาะคือ ให้บริการความรู้และข้อมูลต่างๆ แก่ผู้ใช้โดยตรงจุดประสงค์และรวดเร็ว

ข้อควรคำนึงในการออกแบบห้องสมุด

1. การให้แสงสว่างอย่างสม่ำเสมอ
2. มีการควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาสภาพหนังสือโดยใช้ระบบปรับอากาศในอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลา นอกจากจะรักษาสภาพหนังสือแล้ว ยังเป็นส่วนให้ความสบายแก่ผู้ใช้บริการของห้องสมุดอีกด้วย
3. ตำแหน่งที่ตั้งควรให้มีเสียงรบกวนจากภายนอกน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สามารถขยายได้เมื่อมีหนังสือเพิ่ม
5. มีการควบคุมดูแลการเข้าออกห้องสมุด โดยเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ

การจัดวางตำแหน่งส่วนต่าง ๆ ภายในห้องสมุด

1. ส่วนชั้นหนังสือ โดยมากมักเรียงไปตามฝาห้อง ทั้งนี้เพื่อไม่ให้กินเนื้อที่สำหรับอ่าน นอกจากนี้ยังทำให้บรรณารักษ์ หรือเจ้าหน้าที่ได้มีโอกาสควบคุมดูแลห้องสมุดโดยทั่วถึง แต่ปัจจุบัน การจัดวางชั้นอาจจัดวางตรงกลางห้องหรือข้าง ๆ มีที่ว่างสำหรับอ่านหนังสือให้เป็นสัดส่วนมากขึ้น การวางหนังสือกลางห้อง ควรวางระยะห่างกันระหว่าง 1.50 ม. ผู้ใช้จะได้หยิบหนังสือได้โดยสะดวก
2. ส่วนชั้นวารสาร วารสารเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจและเชิญชวนให้คนเข้าไปใช้ห้องสมุดได้มาก เพราะมีปกสวยงามดูมีชีวิตชีวาว่าหนังสือทั่วไป ดังนั้นชั้นวางจึงควรอยู่ใกล้ทางเข้าหรือเป็นที่ที่คนเข้าถึงได้ง่าย และไม่ไกลจากบริการควบคุมมากนัก
3. โต๊ะรับ-จ่ายหนังสือ เป็นโต๊ะที่จะมีผู้มาติดต่อยืม และคืนหนังสือเสมอ มักจะวางอยู่ใกล้ทางเข้าออกเพราะเป็นการสะดวกแก่ผู้ใช้ในการยืมและส่งหนังสือ ทั้งยังเป็นการช่วยให้เจ้าหน้าที่ควบคุมดูแลการยืมได้ดียิ่งขึ้น เพราะเมื่อผู้ใช้ได้ยืมหนังสือไปแล้วเจ้าหน้าที่จะได้ตรวจดูเป็นครั้งสุดท้าย ก่อนออกจากห้องสมุด
4. โต๊ะบัตรรายการ ควรอยู่ในที่เห็นได้ง่ายจากทางเข้า อยู่ตรงกลางระหว่างหนังสือทั่วไปกับหนังสืออ้างอิง หรือให้ใกล้กับเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถาม และโต๊ะรับจ่าย ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาหนังสือของห้องสมุดโดยสะดวก
5. ส่วนชั้นหนังสืออ้างอิง ควรอยู่ใกล้บรรณารักษ์ เพื่อจะได้คำอธิบายหรือคำแนะนำแก่ผู้ใช้ ควรจัดให้ที่นั่งอ่านด้วยในกรณีที่มีเนื้อที่มากพอ
6. โต๊ะเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถาม ควรอยู่ในที่ที่มองเห็นได้ง่าย ใกล้กับหนังสือทั่วไปสะดวกในการติดต่อสอบถาม
7. ส่วนแสดงหนังสือใหม่ หรือเรื่องราวที่น่าสนใจ ควรอยู่ตรงทางเข้าออกให้ผู้ใช้ได้เห็นทันทีเมื่อเข้ามาใช้ห้องสมุด
8. โต๊ะอ่านหนังสือ ควรจัดให้ไม่แน่นจนเกินไป เพื่อความสะดวกในการเดินไม่เกะกะควรจัดให้มีที่นั่งสอดแทรกตามบริเวณชั้นหนังสือบ้าง ระยะห่างระหว่างโต๊ะควรห่างกันประมาณ 1.50 - 1.80 ม. ระหว่างเก้าอี้ตัวหนึ่งถึงอีกตัวหนึ่ง จัดจากกึ่งกลางเก้าอี้ประมาณ 0.75 - 0.90 ม.

2.2 กรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

2.2.1. หลักเกณฑ์ในการเลือกกรณีศึกษา

แบ่งการพิจารณากรณีศึกษา ออกเป็น 3 ประเภทโครงการ คือ

- กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Community Space
- กรณีศึกษาเกี่ยวกับ โรงเรียนสอนทำกาแฟ
- กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Boutique Hotel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Community Space

2.2.2.1 COMMON GROUND

Name : Common ground

Architects: Office 53427, Urbantainer

Location: 17-1 Ahasan-ro, Jayang-dong,
Gwangjin-gu, Seoul

**COMMON
GROUND**

Facility: Commercial

Site Area: 5,132 m²

Project Area: 5,060 m² (B1F, 4F)

โครงการ Common Ground เป็น Commercial Space ที่สร้างจากพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ในเมือง ภายใต้คอนเซ็ป Creative Connection เพื่อต้องการเป็นศูนย์รวมในการวางขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของนักออกแบบในพื้นที่ ก่อสร้างโดยใช้โครงสร้างของตู้คอนเทนเนอร์กว่า 70 ตู้ เนื่องจากต้นทุนต่ำและประหยัดเวลาในการสร้าง



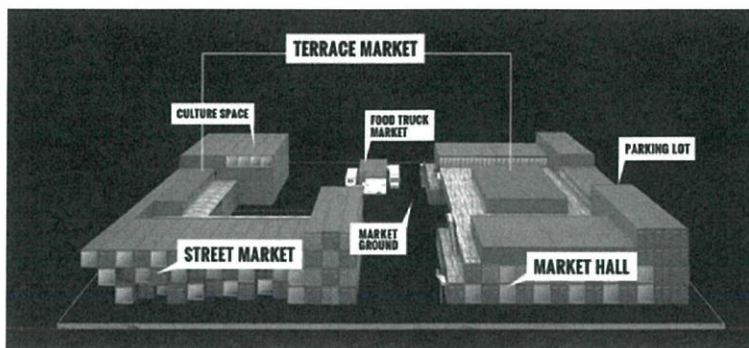
รูป แสดงลักษณะสถาปัตยกรรมภายนอกของโครงการ



รูป แสดงลักษณะสถาปัตยกรรมภายในของโครงการ

องค์ประกอบของโครงการและการวางผัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1. Street Market
2. Market Hall
3. Terrace Market
4. Market Ground / Food Truck Market
5. Culture Space (พื้นที่ให้ศิลปินมาแสดงออก)

CONCEPT DESIGN

Common Ground ยังมีเรื่องของคาร์ดิเชนเอกลักษณ์องค์กรที่น่าสนใจ คือการออกแบบโลโก้ให้เชื่อมโยงลงไปถึงสถาปัตยกรรมและมีการกำหนดสีของโครงการ ดังนี้



2.2.2.2 POP Brixton



Name : POP Brixton

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

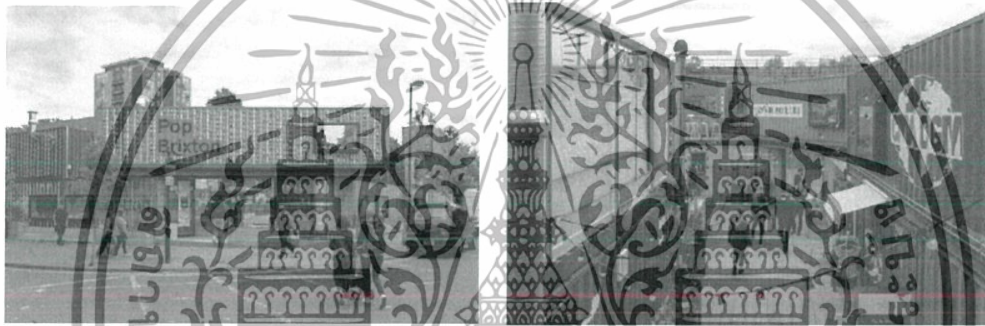
Architects: Carl Turner Architects

Location: Brixton Station Rd, London SW9 8PQ

Facility: Enterprise Community

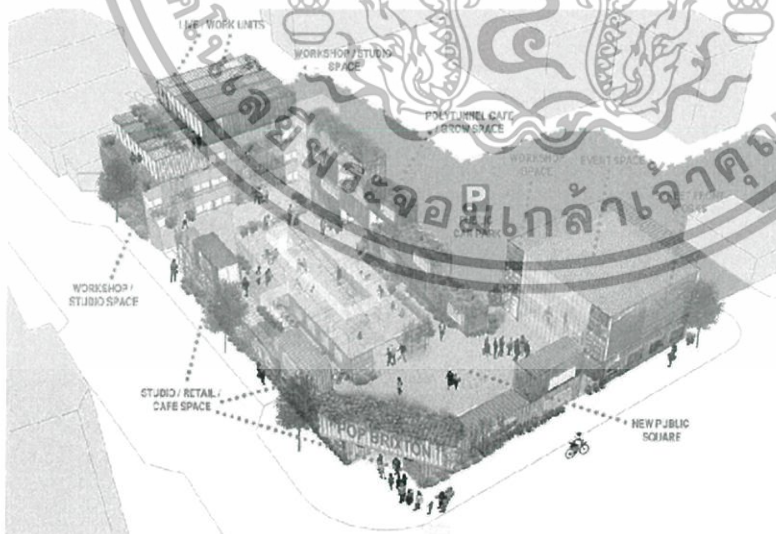
Project Area: 2000 SQ.M

โครงการเล็กๆ ที่พร้อมจะผลักดันชุมชนหนึ่งในลอนดอน ประเทศอังกฤษ อย่าง Pop Brixton ได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน (นักลงทุน) ที่เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน มีการจัดฝึกอบรมในสถานที่สำหรับธุรกิจต่างๆ และการเรียนรู้อื่นๆ เพื่อให้ Pop Brixton เป็นเหมือนศูนย์รวมการเรียนรู้คอยขับเคลื่อนชุมชนทางด้านการออกแบบ พื้นที่ต่างๆ ของ Pop Brixton ถูกออกแบบและพัฒนาให้เป็นทั้งสตูดิโอสร้างสรรค์และพื้นที่สาธารณะ ที่มีทั้งร้านค้า บาร์ โรงแรม ฯลฯ โดยมีแนวความคิดที่ให้ความสำคัญในด้าน ค่าใช้จ่ายที่ต่ำและประหยัดพลังงานในการก่อสร้าง จนนำมาสู่การใช้ตู้คอนเทนเนอร์หลายตู้ประกอบเข้าด้วยกัน



รูปแสดงทัศนียภาพของโครงการ

องค์ประกอบของโครงการและการวางผัง

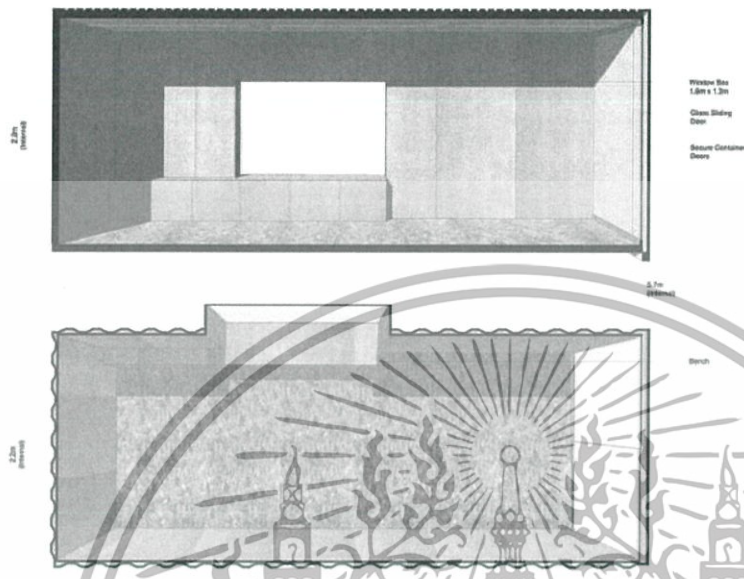


รูปแสดง Isometric ของโครงการ

1. LIVE/WORK UNITS – พื้นที่ให้เช่าเพื่ออยู่อาศัยหรือเป็นออฟฟิศสำหรับกลุ่ม Startups
2. WORKSHOP / STUDIO SPACE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3. RETAIL
- 4. CAFÉ'
- 5. EVENT SPACE – พื้นที่ให้เช่าเพื่อทำกิจกรรม สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามกิจกรรม
- 6. PUBLIC SQUARE – พื้นที่ตรงกลางเพื่อเป็นจุดนัดพบ



รูปแสดงลักษณะของคอนเทนเนอร์ให้เช่าขนาด 12sq.

การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ

โครงการ POP FARM

Pop Brixton จัดทำโครงการระยะยาวอย่าง Pop Farm ที่จะสร้างอาหารและความเขียวให้กับชุมชน โดยอาสาสมัครทำการปลูกพืชผักที่สามารถทานได้ตามจุดต่างๆ ในชุมชน มีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการทำฟาร์มและปลูกผักทุกอาทิตย์โดยอาสาสมัครจากคนในชุมชน ซึ่งเมื่อได้ผลผลิตแล้วจะนำพืชผักเหล่านั้นกลับมาขายในโครงการ Pop Brixton เกิดเป็นวงจรความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน



รูปแสดงภาพกิจกรรมในโครงการ Pop Farm

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2.3 HUBBA-TO



ชื่อโครงการ : Hubba-To

ที่ตั้ง : ชั้น 3 โครงการ HABITO รีเทล มอลล์ สุขุมวิท 77

ชอย่ออนุช 1/1

ประเภท : Co-working Space

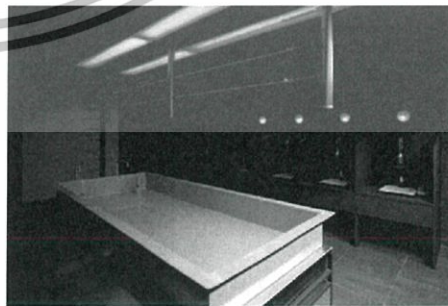
HUBBA เป็น Co-working Space แห่งแรกที่เปิดให้บริการในกรุงเทพฯ เมื่อ 4 ปีก่อน ให้บริการพื้นที่ออฟฟิศให้เช่ารายวัน เพื่อเป็นพื้นที่สนับสนุนและประสานกลุ่มธุรกิจ startups ที่ยังคงค้างกระจัดกระจายอยู่ในเมืองไทยให้ก้าวสู่ระดับภูมิภาค ภายใต้คอนเซ็ป “Connecting the dot” ที่สำคัญพื้นที่ส่วนกลางของ HUBBA ก็จะเป็นเวทีให้คนไฟแรงเหล่านี้ได้มาพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเติมเชื้อไฟระหว่างกันอยู่เนืองๆ โดยผลักดันให้ HUBBA เป็นเครือข่ายเชื่อมต่อกับนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการมองว่าพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และการออกแบบสร้างสรรค์นั้นจำเป็นต้องอาศัย “ความฉับไว” ในการขับเคลื่อนธุรกิจด้วย หลายครั้งที่สมาชิกต้องการใช้เงินลงทุนแบบเร่งด่วน ซึ่งการรอเงินทุนสะสมในลักษณะ CROWDFUNDING นั้นก็อาจไม่ใช่คำตอบเสมอไป และนี่คือเหตุผลที่ทาง HUBBA คอยจัดเวทีเชื่อมต่อกับนักลงทุนประเภท VENTURE CAPITAL อย่างสม่ำเสมอ

เอกลักษณ์และจุดเด่น

Hubba-to เป็นแบรนด์ย่อยของ Hubba ภายใต้คอนเซ็ป “Co-Creation Community” โดยยังคงเปิดพื้นที่ให้คนมาทำงานร่วมกันเหมือนเดิม แต่เน้นไปที่การทำงานคราฟต์ (Craft) และงานดีไซน์ (Design) เป็นพื้นที่สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ที่รองรับการใช้งานหลากหลาย สิ่งที่แตกต่างกันคือการมีห้องตัดเย็บผ้าสำหรับ Fashion Designer, ห้องเซรามิก, ห้องมืดสำหรับอัดล้างรูปฟิล์ม, Food Lab นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ทำงานสำหรับออฟฟิศ



ห้อง Ceramic Room เป็นห้องที่รวมศิลปะของการสร้างเครื่องปั้นดินเผา งานเซรามิก และงานไม้เข้าด้วยกัน



Dark Room ห้องมืดสำหรับล้างฟิล์ม ซึ่งหายากมากในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



FoodLab เป็นพื้นที่ที่จัดสำหรับการ
ทำอาหารทุกรูปแบบ



Wearable Arts Room ให้อัศจรรย์เทคโนโลยีในการ
สร้างสรรค์และผสมผสานรูปแบบการผลิตเพื่อก้าวข้าม
กรอบเดิมๆและพัฒนาผลงานให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

อัตราค่าเช่าใช้บริการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PRICELIST



COWORKING SPACE		STARTER 299.- / MONTH	LITE 899.- / MONTH	UNLIMITED 2990.- / MONTH	MEGA 5990.- / YEAR
Access		1 day (24h/each extra day) + 1 hour / month meeting room	5 days (24h/each extra day) + 2 hours / month meeting room	Unlimited + 4 hours / month meeting room	Unlimited + 150 hours / month meeting room
Access hours		9am - 8pm	9am - 8pm	24 / 7	24 / 7
Access to mentorship program		x	x	✓	✓
HUBBA-TO Partners discounts and benefits		✓	✓	✓	✓
Guest Reception		✓	✓	✓	✓

* FIX DESK (+)1990 / month

(RAW MATERIALS NOT INCLUDED)

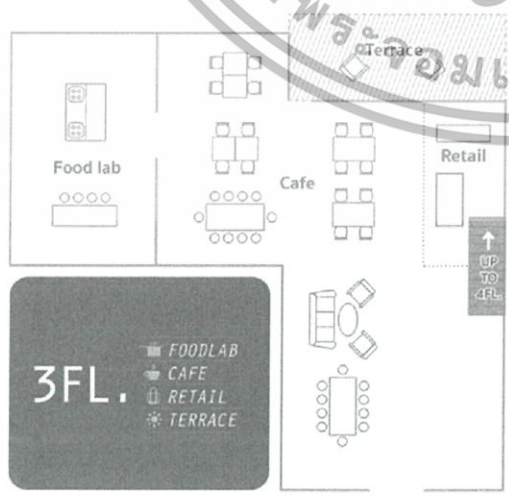
CRAFT ROOM	STARTER (1 DAY)	LITE (5 DAY/MONTH)	UNLIMITED (MONTH)	ROOM RENTAL (DAY)
Pottery	299.- (24h/each extra day)	899.- (24h/each extra day)	2990.-	25000.-
Wearable	299.- (24h/each extra day)	899.- (24h/each extra day)	2990.-	25000.-
Dark room (black and white only)	299.- (24h/each extra day)	899.- (24h/each extra day)	2990.-	15000.-
Food Lab	299.- (24h/each extra day)	899.- (24h/each extra day)	2990.-	15000.-

(RAW MATERIALS NOT INCLUDED)

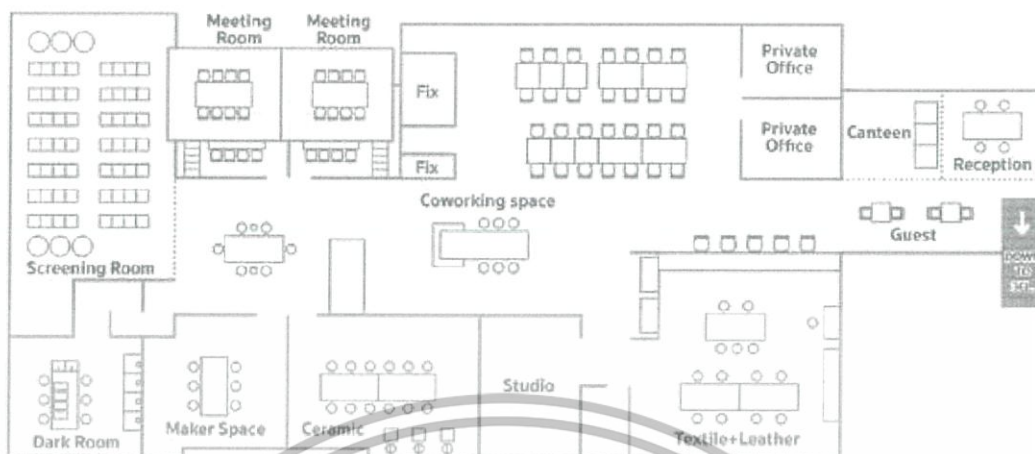
SPACE RENTAL	1 HOUR	HALF DAY (6 HOURS)	FULL DAY (8 HOURS)	1 MONTH
Screening room	1490.-	5490.-	9490.-	contact us for rate
Food lab	2500.-	8000.-	15000.-	contact us for rate

PRIVATE OFFICE	MEETING ROOMS & LOCKER
Room 1 (10 sq.m.) up to 4 people, no furniture	SIZE (L) 549.- / hour
Room 2 (11 sq.m.) up to 6 people, no furniture	SIZE (M) 400.- / month
Room 3 (25 sq.m.) up to 10 people, no furniture	SIZE (S) 449.- / hour
	SIZE (S) 200.- / month

ลักษณะการวางผัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ

HUBBA-TO Artist Residency Program เกิดจากการร่วมมือกันของ HUBBA Thailand และ Sansiri PLC เพื่อให้ศิลปินไทยและบุคคลทั่วไปที่มีไอเดียสร้างสรรค์ได้ใช้เวลาทำความรู้จัก ‘HUBBA-TO’ Co-Creation Community แห่งแรกของไทย ด้วยการลงมือสร้างงานศิลปะไม่จำกัดรูปแบบด้วยอุปกรณ์ที่ครบครันในพื้นที่ที่พร้อมต้อนรับทุกแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นได้จริง ตลอดระยะเวลา 4 เดือน รวมถึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันวงการศิลปะสร้างสรรค์และงานฝีมือให้พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง

ศิลปินจะได้อะไรจาก HUBBA-TO

- สิทธิในการใช้เครื่องมือได้ทุกห้องโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
- เข้าร่วมเวิร์คช็อปที่สนใจได้ฟรี
- พบปะ Mentor เพื่อรับคำแนะนำด้านต่างๆ
- พื้นที่แสดงผลงานแบบ Online และ Offline
- Meetup เพื่อแลกเปลี่ยนไอเดียและพบปะผู้คนใหม่ๆ
- โอกาสในการนำเสนอผลงานต่อนักลงทุน

สิ่งที่ศิลปินต้องมอบให้ HUBBA-TO

- เข้ามาใช้พื้นที่ใน HUBBA-TO อย่างน้อย 4 วันต่อสัปดาห์
- ดูแลความเรียบร้อยของสถานที่
- ให้คำแนะนำตามสายงานที่ตนถนัดแก่สมาชิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ร่วมกันสร้างศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ในแนวทางของเรา
- จัดเวิร์กช็อปถ่ายทอดความรู้
- ร่วมจัด Exhibition กับศิลปิน residency คนอื่นๆ เมื่อจบโปรแกรม

2.2.3 กรณีศึกษาเกี่ยวกับโรงเรียนกาแฟ

2.2.3.1 The Specialty coffee lab



SPECIALTY
COFFEE LAB

ชื่อโครงการ : The Specialty coffee lab

ที่ตั้ง : 66 ซอย ทองหล่อ 25 สุขุมวิท 55 กรุงเทพฯ 10110

ประเภท : Coffee Academy / Café

ขนาดพื้นที่ : 700 ตร.ม.

Pacamara เป็นโรงคั่วกาแฟจากเชียงใหม่ที่มีสาขาแรกในกทม.อยู่ใน Rain Hill ตอนนี้ทางร้านขยายเปิด สาขาเพิ่มในซอยทองหล่อ 25 โดยทำเป็น Specialty Coffee Lab สำหรับสาขานี้ คุณชาติ ตรีเลิศกุล เจ้าของร้าน ตั้งใจให้เป็นสถานที่สำหรับเผยแพร่ความรู้ทางด้านกาแฟตั้งแต่ระดับพื้นฐานไปจนถึงขั้นสูง และยังเป็น Flagship store โดยออกแบบมาด้วยความพิถีพิถัน ด้วยความตั้งใจของตัวเองที่ต้องการแบ่งปันคุณค่าจากเมล็ดกาแฟดีๆ ผ่านขั้นตอนอีกมากมายเพื่อเสิร์ฟให้คนรักกาแฟที่แวะเวียนมาทั้งที่มาเรียน และมานั่งพักผ่อน ทานกาแฟคุณภาพดี และอาหารรสชาติเยี่ยมที่มีเสิร์ฟทุกวัน และส่วนตัวต้องการสร้างให้เกิดคอมมูนิตี้มอลล์เล็กๆ สำหรับคนรักกาแฟ คือไม่ได้มีแต่ร้านกาแฟ อาหาร หรือเบเกอรี่ อีกทั้งยังต้องการนำประสบการณ์ และองค์ความรู้ด้านกาแฟที่มีมากกว่าสิบปี มาแชร์ให้กับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องราวของกาแฟ โดยเฉพาะผู้ที่สนใจในโลกของธุรกิจกาแฟ เช่น อาชีพบาร์ิสต้า และทำธุรกิจร้านกาแฟ ให้มีพื้นฐานความรู้ด้านกาแฟที่แท้จริง

องค์ประกอบของโครงการ

1. Pacamara Café

โซนกาแฟจะเน้นให้ได้รับแสงธรรมชาติจากหน้าต่างบานใหญ่ เลือกใช้โทนสีอ่อน ปูน และโต๊ะหินแทนที่ไม้เพื่อเปลี่ยนแนวบรรยากาศความเป็นร้านกาแฟ และยังมีอิตาเลียนบาร์ โต๊ะยาวแบบไม่มีเก้าอี้สำหรับคนที่ไม่มีเวลาไม่มากได้แวะเข้ามาดื่มกาแฟหรือทานของรองท้องเล็กน้อย นอกจากนี้ ยังมีเคาน์เตอร์ทำกาแฟที่ตั้งเด่นกลางร้านให้ทุกคนได้เรียนรู้วิธีชงกาแฟกันด้วย

2. Specialty Coffee lab / Academy

เป็นสถานที่สอนทำกาแฟแบบครบวงจร เต็มไปด้วยเรื่องราวที่น่าสนใจของผู้ที่ต้องการเดินทางสู่โลกกาแฟอย่างแท้จริง พร้อมด้วยคอร์สอบรมมากมาย โดยหลักสูตร และเนื้อหาการสอนต่างๆ นั้น ได้วางแผนครอบคลุมทั้งในส่วนการปฏิบัติงานหน้าบาร์ (Operational Skill) และระดับผู้บริหารร้านไปจนถึงเจ้าของกิจการ (Management Skill) และหลักสูตรพิเศษอื่นๆ จากผู้เชี่ยวชาญที่น่าสนใจจากต่างประเทศ

- คอร์สความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกาแฟ,

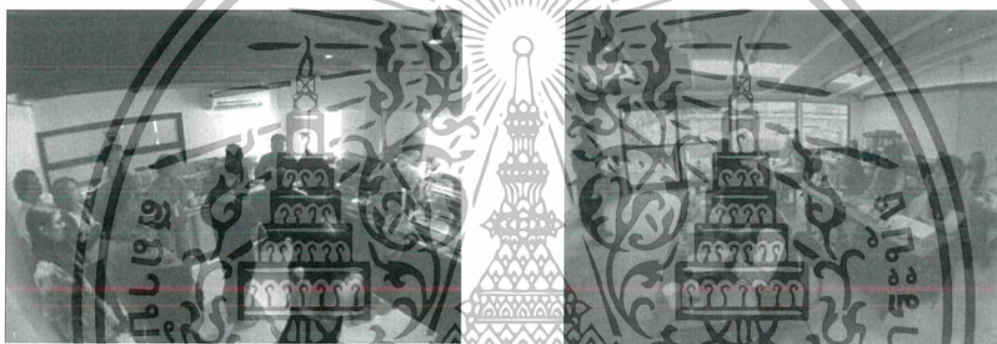
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Fundamental and Basic Barista Skill,
- Advance Barista Skill, Latte Art,
- การคั่วกาแฟ Roasting,
- Home Coffee Brewing,
- ทักษะการชิมกาแฟ (Cupping)

จุดประสงค์คือต้องการยกระดับองค์ความรู้ทั้งภาครัฐ และเอกชนในอนาคต เพื่อให้ประเทศไทยสามารถสร้างมืออาชีพให้กับวงการธุรกิจกาแฟไปได้ไกลในระดับโลกในอันดับต่อไป ในส่วนของผู้ที่ไม่ได้ต้องการเป็นบาร์ิสต้า หรือเจ้าธุรกิจร้านกาแฟ แต่เริ่มมีความหลงใหลหรือเป็นความชอบส่วนตัวอยากเรียนรู้เรื่องเกี่ยวกับโลกของกาแฟ เพื่อเพิ่มอรรถรสให้กับกาแฟแก้วโปรดของคุณ Specialty Coffee Lab ก็มีคอร์สอบรมที่จะหมุนเวียนมาให้ได้สนุกสนานไปกับโลกของกาแฟเช่นกัน

3. Co-Space rental

พื้นที่อเนกประสงค์ไว้รองรับลูกค้าที่เพิ่มจำนวนขึ้น หรือใช้สำหรับจัดงาน และยังมีห้องประชุมให้เช่าอีกด้วย



บรรยากาศภายใน Coffee lab academy ห้องปฏิบัติการและห้องเสิร์ฟ

ข้อดี

มีการแยกส่วนของห้องเรียนและคาเฟ่ออกจากกันเป็นส่วน ทำให้ไม่ใช้เส้นทางสัญจรเดียวกัน ไม่ได้มีแค่การเรียนการสอนอย่างเดียว ทำให้สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าอื่นได้ด้วย

ข้อควรปรับปรุง

เนื่องจากมีพื้นที่ขนาดเล็ก มีจำนวนห้องเรียนไม่มาก ทำให้การจัดคอร์สเรียนหมุนเวียนได้น้อย

2.2.3.2 TORCH COFFEE COMPANY



ชื่อโครงการ : TORCH COFFEE COMPANY

ที่ตั้ง : 181/272 ซอย โพธาราม ถนนช่างเผือก
จังหวัดเชียงใหม่

ประเภท : Coffee Academy

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Torch Coffee Company เป็นโรงเรียนเฉพาะทางที่เน้นการสอนแบบ Training Course ของอุตสาหกรรมกาแฟพิเศษ โดยครอบคลุมสำหรับทุกอาชีพในวงการกาแฟ ตั้งแต่คนปลูกจนถึงคนชง โดยได้รับการยอมรับจาก SCAA (specialty coffee association of America) สมาคมกาแฟพิเศษของอเมริกา เนื่องจากธุรกิจกาแฟพิเศษในทวีปเอเชียกำลังเติบโตและพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป้าหมายของ Torch จึงเพื่อผลักดันส่งเสริม คนในวงการกาแฟ ให้ได้เรียนรู้ ฝึกฝน และพัฒนา โดยเริ่มตั้งแต่จุดกำเนิดของกาแฟ การส่งออก การคั่ว รวมถึงเพิ่มประสบการณ์ในการทำกาแฟของบาริสต้า ซึ่ง Torch เปิดทั้งหมด 3 สาขาในเอเชีย คือ ประเทศจีน , ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่

องค์ประกอบของโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บรรยากาศการเรียนคัดเลือกเกรดของเมล็ดกาแฟ



บรรยากาศการเรียนคลาส Cupping



บรรยากาศห้องเรียนชงกาแฟ



บรรยากาศห้องเรียนเลคเชอร์

ข้อดี

การจัดคอร์สเรียนค่อนข้างชัดเจน และมีหลากหลาย ให้กับคนทุกกลุ่มในวงการกาแฟ

ข้อควรปรับปรุง

ห้องเรียนไม่มีการจัดบรรยากาศ จัดเฟอร์นิเจอร์แบบเน้นจำนวนคนมากๆ ทำให้รู้สึกคับแคบ และค่อนข้างตึงเครียด

2.2.3.3 COUNTER CULTURE COFFEE TRAINING CENTER

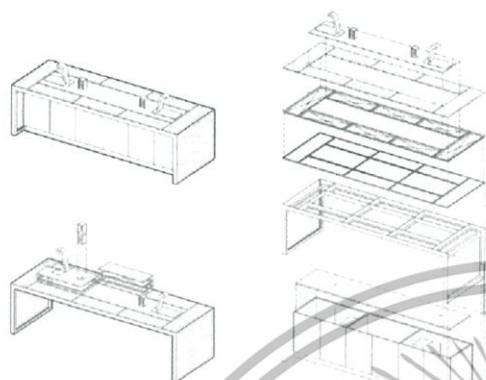
Architects : Jane Kim Design

Location : New York, New York, United States



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการ The Counter Culture Coffee Training Center เป็นพื้นที่สำหรับรองรับการสอนทำกาแฟสำหรับบาริสต้ามืออาชีพและกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจด้านการชงกาแฟ โดยเป็นอีกชั้นหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับกาแฟพิเศษ ภายในโครงการประกอบด้วย ห้องเรียน โชมูม ห้องอาหาร ออดิทอเรียม และพื้นที่จัดกิจกรรม ภายในโครงการยังมีการแข่งขันบาริสต้าและการจัด workshop



POUR-OVER TABLE

พื้นที่การชงกาแฟพิเศษ มีการดีไซน์แบบเฉพาะเป็นแบบ modular coffee brewing system TOP ของเคาน์เตอร์ใช้วัสดุเป็นแผ่นตะแกรงเหล็กเจาะรู (perforated) ทำให้ง่ายต่อการ drain ซากกาแฟ และยังเป็นจุดเด่นของตัวเคาน์เตอร์บาร์ด้วย

ด้านหลังเป็นห้อง Espresso Training Room ที่รองรับได้มากที่สุดจำนวน 20 คน เคาน์เตอร์สอนรูป U-shaped เพื่อให้คนที่เข้าเรียนสามารถมองเห็นคนสอนได้อย่างทั่วถึง แยก space จากภายนอกโดยการใส่ประตูกระจกเป็นการเปิดให้แสงธรรมชาติเข้า

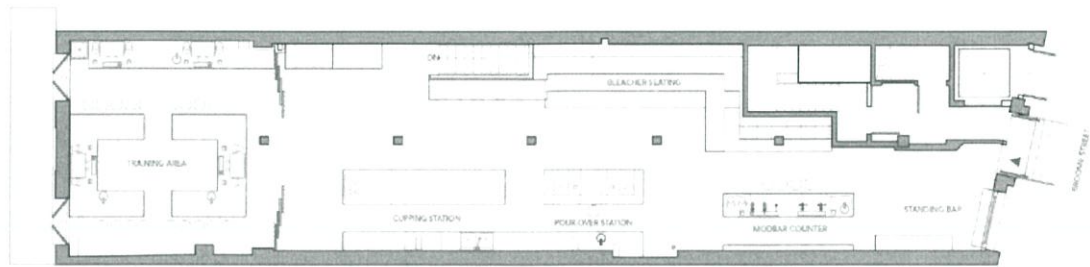


องค์ประกอบของโครงการ

1. SHOWROOM
2. AUDITORIUM
3. COFFEE STATION
4. ESPRESSO TRAINING AREA
5. MEETING ROOM
6. STORAGE
7. EVENT SPACE

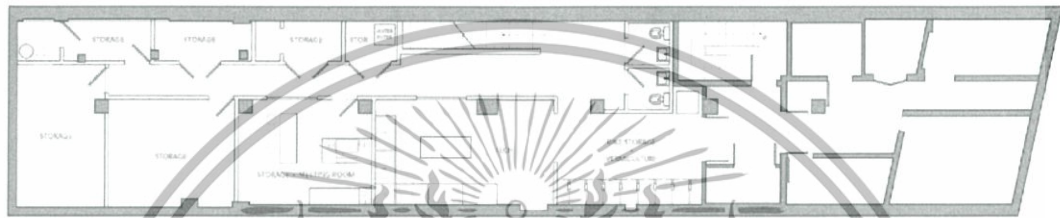
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการวางผัง



FIRST FLOOR PLAN

(N)



CELLAR PLAN



EVERYDAY USE

EDUCATIONAL EVENT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 กรณีศึกษาเกี่ยวกับโรงแรม

2.2.4.1 Bangkok tree House



ชื่อโครงการ : Bangkok tree House
ที่ตั้งโครงการ : 60 หมู่ที่ 1 ถนน
เพชรหิรัญ ตำบลบางน้ำผึ้ง
อำเภอพระประแดง จังหวัด
สมุทรปราการ 10130
ขนาดพื้นที่ : 1 ไร่

“บางกอก ทรี เฮาส์” โรงแรมขนาดเล็ก บนเนื้อที่ 1 ไร่เศษ สถานที่แห่งนี้ได้ชื่อว่าเป็น “ปอดแห่งหนึ่งในเมืองหลวง” การก่อสร้างของ บางกอก ทรี เฮาส์ เน้นวิถีธรรมชาติอย่างแท้จริงตามลักษณะภูมิประเทศ ไม่สามารถนำรถใหญ่เข้ามาได้ ใช้แรงงานคนและวัสดุประเภทไม้ในการก่อสร้าง ไม้ไผ่ทำเพื่อให้เป็นฉนวนกันความร้อนไปในตัว โดยได้นำไม้เก่าที่ใช้แล้วมาสร้างเป็นตัวที่พักและพื้นโดยเสริมโครงสร้างภายในเป็นเหล็ก พร้อมกับใช้ผนังซีเมนต์บอร์ด โดยไม่ต้องก่ออิฐและปูน กลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นลูกค้าชาวต่างชาติ

รูปแบบการก่อสร้าง ได้มีการจัดวางบ้านพักเป็นแนวทแยงขนกันในพื้นที่ตามแนวยาวของแม่น้ำ อาศัยทิศทางแดดและทิศทางลมเป็นหลัก จะสังเกตเห็นว่าอาคารหันหน้าให้กับแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นทิศตะวันออก เพื่อให้บ้านบังแสงแดดให้แก่กัน และบริเวณรอบ ๆ โรงแรมมีต้นไม้ที่งอกขึ้นเองตามธรรมชาติ จึงทำให้มีบรรยากาศที่ร่มรื่น ประกอบกับได้มีการออกแบบสร้างบ้านพักในลักษณะโปร่ง

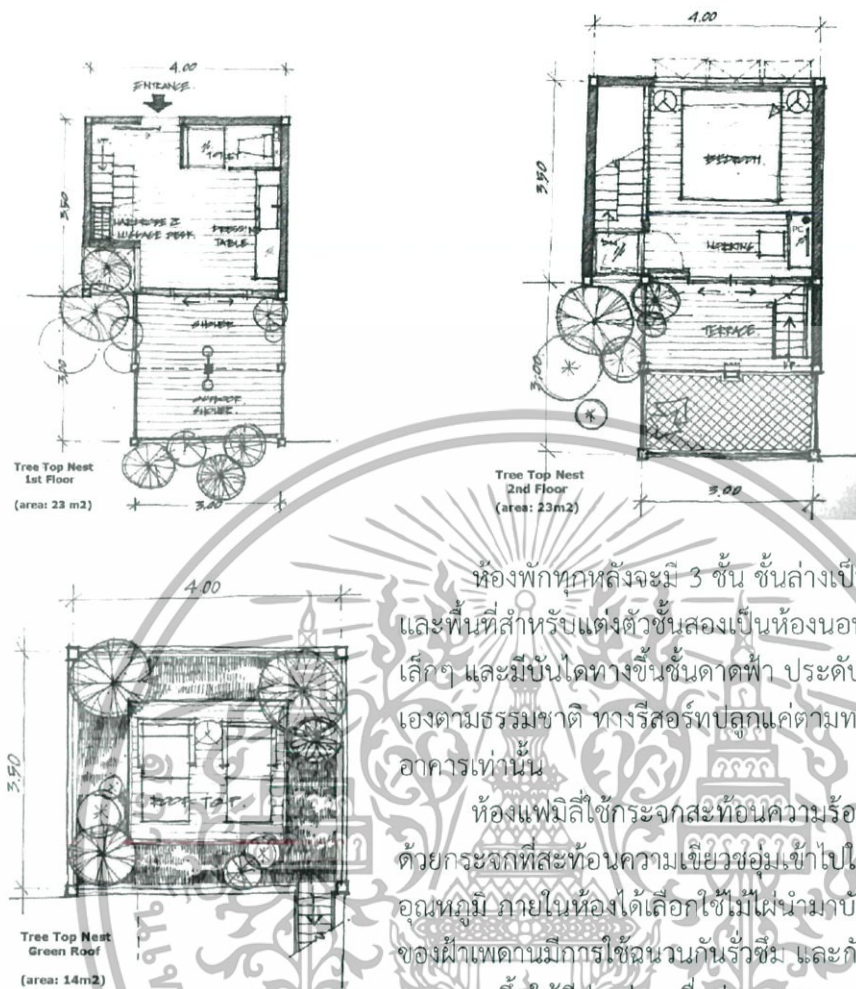
ลักษณะเด่นของโครงการ

เป็นโครงการที่เน้นเรื่องการประหยัดพลังงาน และเป็นการรักษาความสมดุลให้กับระบบนิเวศน์ โดยใช้ธรรมชาติเข้ามามีส่วนช่วย โดยเปลี่ยนระบบแสงสว่างทั้งหมดเป็นหลอดไฟ LED และบริเวณทางเดินใช้หลอดไฟพลังงานแสงอาทิตย์ อีกทั้งยังเสริมด้วยระบบผลิตพลังงานจากกังหันลมเพื่อช่วยในเรื่องประหยัดพลังงาน ทำงานควบคู่กับแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อนำไฟมาช่วยในเรื่องของแสงสว่างภายในรีสอร์ตและเครื่องทำน้ำร้อนในบ้านพักทุกหลัง สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ การสร้างห้องมีเว้นช่วงไว้ 1 - 2 ช่อง เพื่อให้ลมสามารถเข้าได้และอากาศถ่ายเทได้สะดวก

ความพิเศษของที่นี่อีกอย่างหนึ่งคือ ไม่มีตู้เย็นภายในบ้านพัก แต่จะมีตู้เย็นส่วนกลางไว้หนึ่งเครื่อง เป็นแนวคิดช่วยประหยัดพลังงานจาก 10 เครื่อง เหลือ 1 เครื่อง โดยผู้ที่มาพักผ่อนสามารถมาหยิบน้ำไปดื่มได้อย่างไม่จำกัด และยังเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้ที่มาพักผ่อน มีจักรยานส่งเสริมการประหยัดพลังงานและส่งเสริมการออกกำลังกาย เพื่อเข้าถึงวิถีธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการจัดวางผัง



ห้องพักทุกหลังจะมี 3 ชั้น ชั้นล่างเป็นลิโอบบี้เล็กๆ ห้องน้ำ และพื้นที่สำหรับแต่งตัวชั้นสองเป็นห้องนอน ด้านนอกมีระเบียงเล็กๆ และมีบันไดทางขึ้นชั้นดาดฟ้า ประดับด้วยต้นไม้ที่เก๋ขื่นเองตามธรรมชาติ ทางรีสอร์ทปลูกแคะตามทางเดินและผนังอาคารเท่านั้น

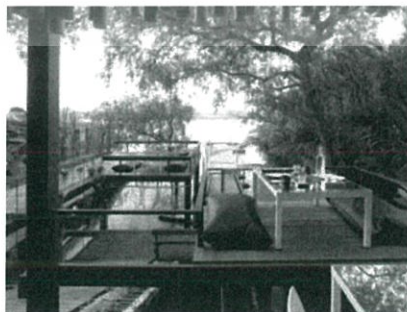
ห้องแอมบิลีใช้กระจกสะท้อนความร้อนและมีการเพิ่มมิติด้วยกระจกที่สะท้อนความเขียวขจีเข้าไปในตัวบ้าน เพื่อลดอุณหภูมิ ภายในห้องได้เลือกใช้ไม้แผ่นนำมาบังแสงแดด ในส่วนของฝ้าเพดานมีการใช้ฉนวนกันรั่วซึม และกันความร้อน ยกระดับเพดานสูงขึ้นให้มีช่องว่าง เพื่อช่วยระบายความร้อน

องค์ประกอบของโครงการ

1. ห้องพัก จำนวน 10 ห้อง (ห้องแอมบิลีมี 1 หลัง พักได้ 4 คน มี 2 ห้อง)
2. ร้านอาหาร
3. คาเฟ่/บาร์
4. พื้นที่ขี่จักรยาน



รูปแสดงบรรยากาศร้านอาหาร



พื้นที่ยื่นออกไปเป็นที่นั่งบริเวณร้านอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4.2 THE ROAM, UBUD

PROJECT : THE ROAM, UBUD

LOCATION: penestanan, bali, Indonesia

PROGRAM: Co-living space / hotel

DESIGN: alexis dornier

SIZE: 1500 m2



Co-living Space

คือ ที่พักประเภทใหม่ที่เปิดให้คนทั่วไปสามารถเช่าห้องพักแบบส่วนตัวหรือแชร์กับคนอื่นได้ Co-living space นั้น ก็จะคล้ายๆกับ Co-working space เพียงแต่ที่เพิ่มขึ้นมาก็คือ เราสามารถนอนที่นั่นได้ กิน นอน ทำงาน เล่น ปาร์ตี้ ทุกอย่างอยู่ในที่เดียวกันได้ทั้งหมด ใช้ชีวิตในนี้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีจุดเด่นอยู่ตรงที่ สถานที่ตั้ง ที่จะอยู่ใจกลางย่านสำคัญ พื้นที่ส่วนรมนั้น ก็จะเปิดเป็นพื้นที่ทานอาหารค่ำร่วมกัน โดยมีโต๊ะปิงปอง โต๊ะพูล มีการสอยโยคะ ซึ่งในบางโอกาสก็จะมีการเลี้ยงอาหารค่ำฟรี เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยได้ใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกัน ในลักษณะที่ไม่ต่างจาก coworking space)

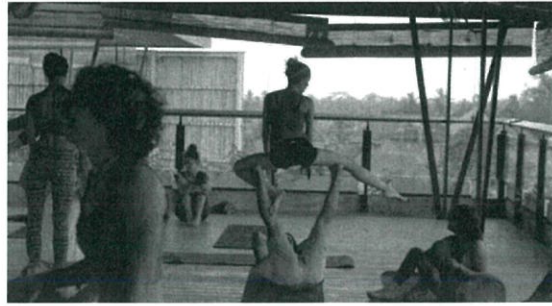


โครงการ Rome Ubud เป็นโครงการโรงแรมประเภท Co-living Space ที่มีเป้าหมายในการสร้าง Community ระหว่างผู้เข้าพัก ภายใต้คอนเซ็ป The Ubud Co-living Experience ให้มีความเป็นส่วนตัว แต่ก็มีพื้นที่รองรับการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยน ทั้งในแง่ความรู้และเทรนด์ต่างๆประกอบไปด้วยห้องพักจำนวน 24 ห้อง ที่วางตัวอยู่ล้อมรอบสระว่ายน้ำ และวางตำแหน่งพื้นที่ส่วนรวมบริเวณดาดฟ้า เพื่อสามารถมองลงมาด้านล่างได้ ใช้เป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับ ครั้วรวม บาร์ และคาเฟ่ ทางโรงแรมยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้แขกผู้เข้าพักได้เข้ามาทำกิจกรรมร่วมกัน เช่นงาน Event หรือการประชุม ใช้วัสดุ ไม้ไผ่ เนื่องจากพืชพันธุ์ธรรมชาติและสีเขียวเป็นเอกลักษณ์ของบาหลี่ เน้นในเรื่องของการใช้แม่ทที่เรียบง่ายประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

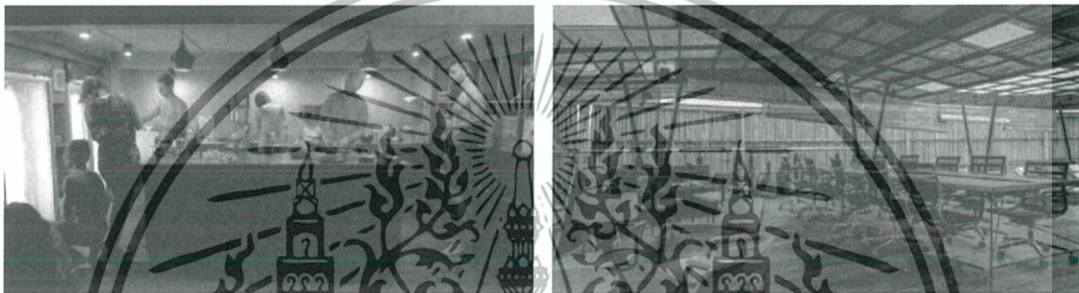
องค์ประกอบของโครงการ

1. ห้องพัก
2. สระว่ายน้ำ
3. ครีวรวม
4. บาร์
5. พื้นที่สวน
6. ห้องประชุมและห้องเรียน
7. Event Space ปรับเปลี่ยนไป



ภาพบรรยากาศ คอร์สเรียน โยคะในโครงการ

ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น คอร์สเรียนโยคะ / capoeira (การออกกำลังกายของอินโดนีเซีย) เป็นพื้นที่ดูหนังร่วมกัน / กินข้าวร่วมกัน



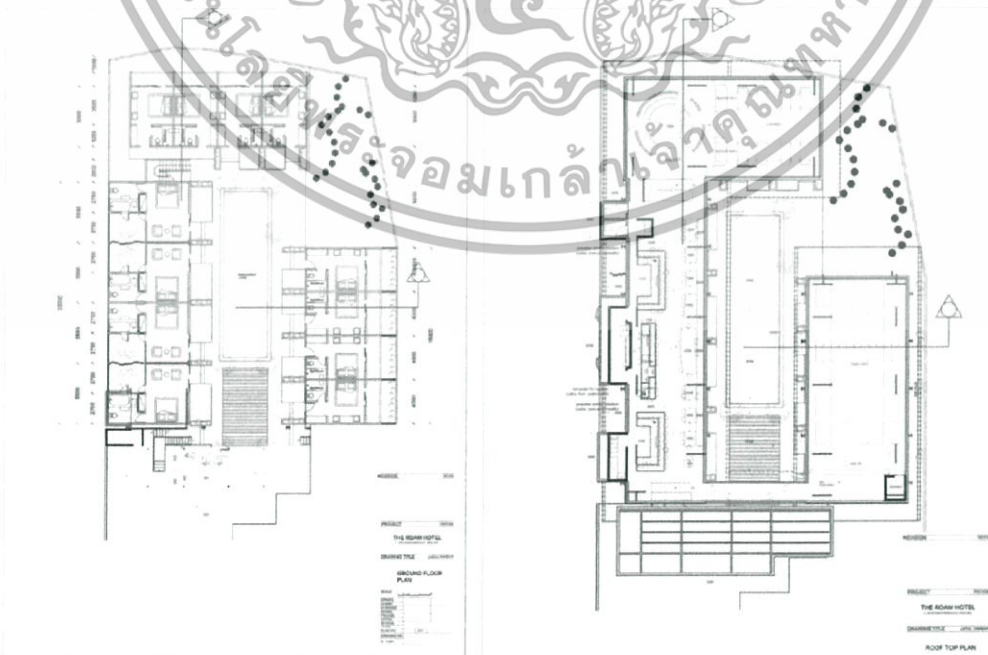
ภาพบรรยากาศครีวรวม

ภาพบรรยากาศ Co-working Space บนดาดฟ้า

ลักษณะการเข้าพัก

ระยะเวลาขั้นต่ำของการเข้าพักที่นี้คือ 1 อาทิตย์ และมากที่สุดคือ 12 อาทิตย์โดยมีค่าใช้จ่ายดังนี้ 1 อาทิตย์ 500 USD และ 1 เดือน 1800 USD

ลักษณะการวางผัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

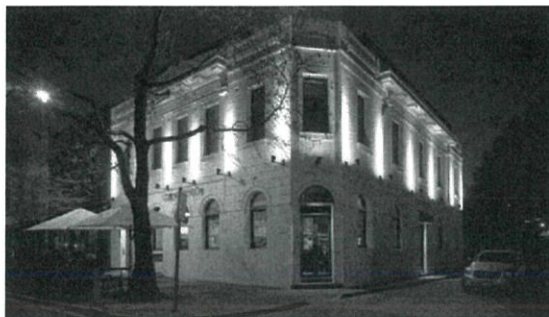
2.2.4.3 COPPERSMITH HOTEL

PROJECT : COPPERSMITH HOTEL

LOCATION: Melbourne, Australia

PROGRAM: Hospitality

DESIGN: Hassell



เป็นโครงการรีโนเวตตึกเก่าเพื่อมาทำเป็นโรงแรม boutique hotel ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งถือเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับกลุ่มคนรักอาหาร (Foodie) โดยมีคอนเซ็ปของโรงแรมคือ “ Neighborhood hang-out place ” ลักษณะการดีไซน์คือให้ภายนอกกับภายในมีความ Contrast กันอย่างชัดเจน นอกจากห้องพักแล้ว ยังประกอบไปด้วยพื้นที่โซน gastronomic bar, dining room and rooftop retreat

ห้องพักทั้ง 15 ห้อง ดีไซน์แบบพิเศษ ให้ผู้เข้าพักรู้สึกผ่อนคลาย เนื่องจากอยู่ในตัวเมือง จึงมีการพัฒนาระบบดูดซับเสียง Acoustic เพื่อป้องกันมลพิษทางเสียง นอกจากนี้ยังดีไซน์เพื่อให้เป็นพื้นที่แห่งการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ โดยออกแบบพื้นที่ส่วนบาร์และบิสโทรให้บริหารง่าย และลงกับจำนวนพนักงานเพื่อรองรับลูกค้าได้อย่างเต็มที่



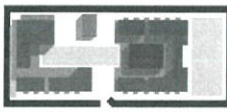












องค์ประกอบของโครงการ

1. ห้องพัก (15 ห้อง)
2. ห้องอาหาร
3. gastronomic bar
4. พื้นที่คาดฟ้า
5. พื้นที่เก็บไวน์ใต้ดิน





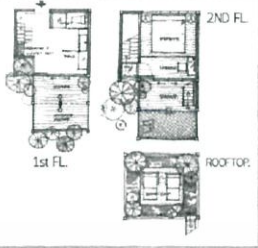


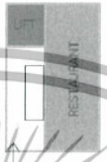
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 สรุปผลการศึกษาโครงการเปรียบเทียบเพื่อการออกแบบ

CASE STUDY				
การออกแบบพื้นที่ Community				
NAME	CONCEPT	FUNCTION	PLANING	APPLY
	CREATIVE CONNECTION			<ul style="list-style-type: none"> - ทรสร้างมูลค่าให้กับพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ - BRANDING ที่ครอบคลุมทั้งโครงการทั้งแต่โลโก้ จนถึงการจัดวางระดับไฮเออร์กรม - ทรสร้าง SPACE ที่เอื้อต่อการให้คนมีปฏิสัมพันธ์กัน
	A PLACE FOR COMMUNITY			<ul style="list-style-type: none"> - ทรสร้างมูลค่าให้กับพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ในเมือง - ออกแบบกิจกรรมให้ชุมชนมีส่วนร่วมเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนให้หันมามอง - ทรสร้างพื้นที่สำหรับกิจกรรมแบบต่างๆ ที่หลากหลาย
	CRAFT MEETS COMMUNITY			<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะพฤติกรรมผู้ใช้งาน - ทรออกแบบพื้นที่ workshop แบบต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ - ประสิทธิภาพของเฟอร์นิเจอร์รองรับกิจกรรม - การจัดบรรยากาศให้เอื้อต่อการทำงานแบบเปิดกลุ่ม - ทรสร้างพื้นที่ให้คนมีปฏิสัมพันธ์กัน
CASE STUDY				
การจัดคอร์สเรียนและราคา				
NAME	AMENITY	COURSE	DURATION	EQUIPMENT
		<ul style="list-style-type: none"> - BASIC BARISTA - BASIC LATTE ART - BASIC BREWING - ADVANCE SKILLS 	<ul style="list-style-type: none"> - 2 DAYS - 1 DAY - 2 DAYS - 5 DAYS 	<ul style="list-style-type: none"> - ESPRESSO BAR - FILTER BAR - LECTURE ROOM
		<ul style="list-style-type: none"> - BARISTA PATHWAY - COFFEE BUYER PATHWAY - ROASTER PATHWAY - COFFEE TASTER PATHWAY - CUPPING TESTER 	<ul style="list-style-type: none"> - 2 DAYS - 1 DAY - 2 DAYS - 5 DAYS 	<ul style="list-style-type: none"> - ESPRESSO BAR - FILTER BAR - ROASTING - TASTING ROOM - LECTURE ROOM
		<ul style="list-style-type: none"> - ESPRESSO - FILTER BREWING - PRIVATE BARISTA TRAINING - CORPORATE COFFEE TRAINING & EVENTS 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 DAY - 2 DAYS - 5 DAYS - 1 DAY 	<ul style="list-style-type: none"> - ESPRESSO BAR - FILTER BAR - ROASTING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CASE STUDY
การออกแบบโรงแรม

NAME	ROOMTYPES	FACILITIES	PLANING / DETAIL	APPLY
	TREE TOP NESTS 1 KING SIZE BED MAX OCCUPANCY 2 THB 8,000 *VIEW WITH A ROOM* 1 KING SIZE BED (MAX OCCUPANCY 2) THB 7,000 BEE HIVE 1 KING SIZE BED 1 SINGLE SIZE BED (MAX OCCUPANCY 3) THB 7,000 FAMILY NEST 1 KING SIZE BED 1 QUEEN SIZE BED (MAX OCCUPANCY 4) THB 7,000			การออกแบบห้องพัก การสร้าง community ภายในพื้นที่โครงการ ลักษณะพฤติกรรมผู้ใช้งาน ฟังก์ชันที่จำเป็นต้องมีส่วนที่พัฒนา การถ่ายฟังก์ชันในห้องออกมาอยู่ส่วน กลางเพื่อเปิดโอกาสให้นักได้มีปฏิสัมพันธ์
	KING SUITE (MAX OCCUPANCY 2) THB 8,000 QUEEN SUITE (MAX OCCUPANCY 2) THB 6,500 QUEEN SUITE SPECIAL ACCESS (MAX OCCUPANCY 2) THB 6,500			<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างกิจกรรมภายในอาคารประเภท CITY BOUTIQUE HOTEL - FOODIE DESTINATION PLACE - ลักษณะพฤติกรรมผู้ใช้งาน - การออกแบบห้องพักที่เอื้อต่อกลุ่มลูกค้า - การสร้าง SPACE สำหรับทรูอยู่ร่วมกัน

2.3 ข้อมูลเฉพาะของโครงการ

2.3.1 เอกลักษณ์องค์กรของสมาคมกาแฟพิเศษไทย
(Specialty Coffee Association of Thailand ; SCATH)

ตั้งแต่กาแฟไทยหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพเมล็ดกาแฟกันมากขึ้นและรวมกลุ่มกันเป็น "สมาคมกาแฟพิเศษ" (Specialty Coffee Association of Thailand ; SCATH) เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟมีความรู้ ความเข้าใจในการดูแลบำรุงรักษาต้นกาแฟ วิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิต การแปรรูปเมล็ดกาแฟให้มีคุณภาพดีขึ้น



2.3.2 ประวัติความเป็นมาของสมาคมกาแฟพิเศษไทย

จุดเริ่มต้นของสมาคมกาแฟพิเศษไทยเกิดขึ้นเมื่อปี 2556 เมื่อกลุ่มผู้มีประสบการณ์ทางด้านกาแฟร่วมมือกันก่อตั้งกลุ่ม Good Quality Coffee กาแฟคุณภาพดี ได้จัดการประกวดคุณภาพกาแฟและ ทำการมอบรางวัลกาแฟคุณภาพดีให้เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ เพื่อสร้างความเข้าใจในคุณภาพของกาแฟที่ดีและให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของเมล็ดกาแฟไทย

ในปี 2557 มีผู้ประกอบการกาแฟในหลากหลายแขนงเข้ามาร่วมกลุ่มมากขึ้น ได้แก่ ผู้ปลูกกาแฟ โรงคั่วกาแฟ ร้านกาแฟ บาร์สต้า รวมถึงผู้เชี่ยวชาญทางด้านกาแฟโดยเฉพาะ จากนั้นกลุ่ม Good Quality Coffee ได้เปลี่ยนชื่อเป็น Thailand Quality Coffee หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า TOC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สู่ตลาดสากล แนวโน้มการพัฒนา ร้านกาแฟและตลาดผู้บริโภคยุคใหม่ และเทคโนโลยีที่จะช่วยผลักดันอุตสาหกรรมกาแฟ และการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบใหม่

โดยเชียงใหม่บาร์ิสต้าคลับ ได้จัดกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับกาแฟอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดการประกวดแชมป์บาร์ิสต้าของเมืองเชียงใหม่ การจัดการประชุมเพิ่มเติมทักษะความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ การอบรมการแข่งขันกาแฟเอสเปรสโซ่ โดยแชมป์ Grand Barista Championship และวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตอบรับกระแสสังคมของวงการธุรกิจในโลกของกาแฟยุคใหม่

รวมถึงได้จัดทำ Chiang Mai Coffee Culture Map แผนที่แสดงวัฒนธรรมเส้นทางของกาแฟในเชียงใหม่ หากมองให้ดีจะเห็นว่าเป็นภาพของถนนสายต่างๆในเชียงใหม่ โดยการยกพื้นที่เป็นศูนย์กลางแห่งเมืองกาแฟของประเทศไทยสำหรับเชียงใหม่ คือ มีทำเลเป็นแหล่งปลูกกาแฟชั้นดีอย่างพันธุ์อาราบิก้า มีสถาบันวิชาการด้านกาแฟมากที่สุด ได้แก่ ศูนย์ฝึกอบรมเกษตรที่สูง คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศูนย์วิจัยเกษตรภาคเหนือ กรมวิชาการเกษตร และศูนย์ส่งเสริมกาแฟโครงการหลวงฯ มีจำนวนโรงคั่วกาแฟมากที่สุดในประเทศ และมีจำนวนร้านกาแฟมากที่สุดในประเทศ

2.3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจกาแฟในเมืองเชียงใหม่

เชียงใหม่วันนี้มีร้านกาแฟรวมกันมากที่สุดจังหวัดหนึ่งของประเทศ และได้ขึ้นชั้นเป็น "เมืองกาแฟ" ที่มีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดถึง 100% ในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมา ทุกย่านถนนทุกตรอกซอยในเขตเมืองเชียงใหม่มีร้านกาแฟผุดขึ้นทุกรูปแบบทั้งกาแฟหรู - Hi-end กาแฟอินดี้ จนถึงกาแฟริมถนน สามารถตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกระดับชั้น กลายเป็นธุรกิจยอดฮิตที่คาดว่าจะมีจำนวนมากถึง 1,000 ร้านค้า และมีมูลค่าทางการตลาดต่อปีมากถึง 1,000 ล้านบาท

10 ปีมานี้ ธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยปัจจัยของเมืองที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประชากรมากขึ้นเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภูมิภาค สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมานิยมดื่มกาแฟกันเพิ่มขึ้น ร้านกาแฟจึงตอบโจทย์ความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบันได้อย่างเบ็ดเสร็จ

เฉพาะในเขตตัวเมืองเชียงใหม่ บนถนนทุกสายและตามตรอกซอยต่าง ๆ คาดว่ามีร้านกาแฟรวมกันทุกประเภทมากกว่า 1,000 ร้านค้า โดยแบ่งกลุ่มธุรกิจร้านกาแฟออกเป็น 3 กลุ่มคือ

- 1) ร้านกาแฟเชน ซึ่งเป็นแบรนด์ท้องถิ่นมีราว 20%
- 2) ร้านกาแฟอินดี้ ซึ่งเจ้าของเป็นคนรุ่นใหม่ทำเองขายเอง มีราว 50%
- 3) ร้านกาแฟรายย่อยราว 30%

ในส่วนของ "ร้านกาแฟอินดี้" เริ่มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาและมีสัดส่วนมากที่สุดขณะนี้ โดยเจ้าของร้านส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ บางคนเพิ่งเรียนจบ ซึ่งเจ้าของลงทุนเองและขายเอง มีจุดขายเรื่องไลฟ์สไตล์ของร้านการดีไซน์ งานศิลปะ และการมีเรื่องราว (Story) ที่นำมาเป็นอีกจุดขายหนึ่งของร้านสามารถตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบความมีสไตล์ของร้านกาแฟ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

สำหรับการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟของเชียงใหม่ไม่ใช่สิ่งน่ากังวล เพราะไม่มีการแข่งขันเรื่องราคา แต่แข่งกันด้วยสไตล์ของกาแฟ ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกได้และแต่ละรายก็มีกลุ่มลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉพาะ เมื่อประเมินมูลค่าทางการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟในเชียงใหม่คาดว่ามากกว่า 1,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเป็นมูลค่าที่รวมการขายเครื่องทำกาแฟด้วย

2.3.6 ข้อมูลเกี่ยวกับชั้นเรียนกาแฟ

หลักสูตร 1-6 Barista Skill และ หลักสูตร 7-8 Roaster Skill

อาจารย์ผู้สอนมีประสบการณ์และผ่านการอบรมจากสมาคม SCAA, SCAE และ CQI

1. หลักสูตร BREWING COURSE

เรียนวิธีการชงกาแฟ หลากหลายรูปแบบ, วิเคราะห์ขนาดของเมล็ดกาแฟที่จะต้องบด เพราะแต่ละวิธีมีการบดที่ต่างกันอย่างเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการชงกาแฟแบบ Brewing ซึ่งมีหลากหลายวิธี ได้เรียนรู้ค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนของปริมาณน้ำกับกาแฟ, รู้และเข้าใจขนาดของกาแฟที่จะบด เพื่อให้เหมาะกับการชงในแต่ละแบบ และ วัดค่า TDS ของกาแฟและเทียบหา IDEAL จากกราฟ Brewing Chart

- | | | |
|------------------|-----------------|-------------|
| 1. Hand Drip V60 | 3. Aero Press | 4. Siphon |
| 6. Chemex | 7. French Press | 8. Moka Pot |

2. หลักสูตร SPECIAL BREWING COURSE ใช้เวลาเรียน 2 วัน ตั้งแต่ 09.30 – 16.30 น.

เรียนวิธีการชงกาแฟ หลากหลายรูปแบบ, วิเคราะห์ขนาดของเมล็ดกาแฟที่จะต้องบด เพราะแต่ละวิธีมีการบดที่ต่างกันอย่างเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการชงกาแฟแบบ Brewing ซึ่งมีหลากหลายวิธี ได้เรียนรู้ค่าเฉลี่ยและอัตราส่วนของปริมาณน้ำกับกาแฟ, รู้และเข้าใจขนาดของกาแฟที่จะบด เพื่อให้เหมาะกับการชงในแต่ละแบบ และ วัดค่า TDS ของกาแฟและเทียบหา IDEAL จากกราฟ Brewing Chart โดยทั้งหมดในคอร์สนี้เราจะใช้กาแฟ Specialty ที่มีคะแนน ตั้งแต่ 80-96 คะแนน

- | | | | |
|----------------------|--------------|-----------------|-------------|
| 1. Hand Drip V60 | 2. Cold Brew | 3. Aero Press | 4. Siphon |
| 5. Cleaver Drip | 6. Chemex | 7. French Press | 8. Moka Pot |
| 9. Attraction Theory | | | |

3. หลักสูตร BASIC COURSE

รูปแบบการเรียน: เหมาะสำหรับผู้ที่กำลังจะเปิดร้านกาแฟ แต่ไม่มีเวลามากนัก หรือ ผู้ที่ต้องการศึกษาต่อที่ต่างประเทศ (จะเน้นการทำกาแฟร้อนมากกว่ากาแฟเย็น เน้นการเรียนรู้แบบสากล)
เมนูและสูตร: เรียนเกี่ยวกับเมนูร้อน เย็น บัน และเครื่องดื่มเสริม เช่น ชาเขียว โกโก้ และ อื่นๆ มากกว่า 50 เมนู (เพราะร้านกาแฟในประเทศไทยควรมีหลากหลายเมนู)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. หลักสูตร FULL COURSE ใช้เวลาเรียน 2 วัน (ตั้งแต่ 09:30 – 16.30 น. ทั้ง 2 วัน)

รูปแบบการเรียน : เหมาะสำหรับผู้ที่กำลังจะเปิดร้านกาแฟ / ผู้ที่สนใจในธุรกิจกาแฟและต้องการเปิดร้าน หรือ ผู้ที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำธุรกิจกาแฟ โดยเฉพาะ เมนูและสูตร: เรียนเกี่ยวกับเมนูร้อน เย็น บ่น และเครื่องดื่มเสริม เช่น ชาเขียว โกโก้ และอื่นๆ มากกว่า 50 เมนู (เน้นปฏิบัติ และทำความเข้าใจ เพื่อเปิดร้านจริง)

5. หลักสูตร CUPPING COURSE 2 วัน ตั้งแต่ 09:30 - 16:00 น.

รูปแบบการเรียน: เหมาะสำหรับผู้เปิดร้านกาแฟ ศึกษาเรื่องรสชาติและกลิ่นกาแฟ ไปถึงผู้ที่เปิดโรงคั่วกาแฟ ที่มีความต้องการฝึกหัดเอกลักษณ์ของเมล็ดกาแฟ

- เริ่มเรียนรู้ทักษะพื้นฐานของการชิมกาแฟ การจำแนกรสชาติ กลิ่น บอด้ ความโดดเด่นของเมล็ดกาแฟชนิดต่างๆ เรียนโดยผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการยอมรับมาตรฐานสมาคมกาแฟอเมริกา SCAA และปฏิบัติฝึกการคั่วกาแฟโดยใช้เครื่องคั่วจริง (เครื่องคั่ว 1 กิโลกรัม) หลังจากนั้นเรียนรู้วิธีการ Cupping ตามหลัก Protocol ของ SCAA
- เรียนหลักสูตร FULL COURSE เกี่ยวกับการเรียนฝึกชงกาแฟ,ชา และเมนู 50 เมนู
- เรียนรู้ตามทฤษฎีและมาตรฐานสากล

- การเรียนแบบ 2 วัน (Advance)

จะอัดแน่นเนื้อหาเกี่ยวกับการชิมมากขึ้น ตามหลักการเรียนของ Q Grader

- ฝึก Cupping กาแฟที่แตกต่างกันมากกว่า 16 ประเภทเมล็ดกาแฟ จากทั่วโลก

6. หลักสูตร ADVANCE CUPPING COURSE ใช้เวลาเรียน 2 วัน

หลักสูตร : เหมาะสำหรับผู้เปิดร้านกาแฟ ศึกษาเรื่องรสชาติและกลิ่นกาแฟ ไปถึงผู้ที่เปิดโรงคั่วกาแฟ ที่มีความต้องการฝึกหัดเอกลักษณ์ของเมล็ดกาแฟ หรือ ผู้ที่สนใจจะเตรียมตัวสอบ Q-Grader

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการ Cupping
2. Olfactory
3. วิธีการ Cupping ที่ถูกต้อง
4. ฝึกการดมกลิ่น
5. Sensory Skill
6. Triangulations
7. Green Defect
8. Roasting Defect
9. Cupping Control

7. หลักสูตร BASIC ROASTING COURSE

8. หลักสูตร SPECIALTY ROASTING COURSE ใช้เวลาเรียน 3 วัน ตั้งแต่ 10:00 - 17:00 น.

1. Roaster Type
2. Heat Transfer

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Drum Type and Material
4. Term of Roasting
5. Roasting and Flavor
6. Sample Roasting
7. Profile Roasting
8. Roasting Defects
9. Cupping Protocol
10. Air quality Control
11. More than 16 type of Specialty Coffee beans

รายละเอียดการเรียน

1. เริ่มเรียนเกี่ยวกับทฤษฎีกาแฟ ประมาณ 45 นาที – 1 ชั่วโมง (มีเอกสารประกอบการเรียนแจกให้ฟรี)
2. แบบ BASIC COURSE และ แบบ FULL COURSE จะสอนทั้งเมนู ร้อน - เย็น - บัน
3. ข้อแตกต่างของหลักสูตร ก็คือ แบบ BASIC COURSE คือ ได้ทำเมนูธรรมดาทั่วไปและการทำเครื่องดื่มจำพวกชาบางประเภท แต่ไม่มีสูตรพิเศษ ส่วนแบบ FULL COURSE จะได้เรียนหลักสูตรพิเศษ เพิ่มเติม อาทิเช่น สมูทตี้ต่างๆ โอรีโอ้ / อิตาเลียนโซดา / Signature เมนู ก็คือ เมนูที่ผมได้คิดขึ้นมาเอง เพื่อเอาไปขายที่ร้านเพิ่มเติมได้ เพราะไม่เหมือนใครที่ไหน
4. นอกการเรียนเกี่ยวกับกาแฟ ก็จะต้องมีเรื่องการบริการเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ดังนั้นเราก็แนะนำการบริการลูกค้าว่าควรทำอย่างไร
5. หลักสูตรพิเศษ พร้อมเปิดร้าน สอนเป็น Full Course และเข้าไปดูที่ร้านลูกค้าและให้ข้อมูลอย่างเต็มที่
6. การเรียนในแต่ละหลักสูตรเป็นการเรียนแบบส่วนตัว 2-3 คน เท่านั้น

2.4 ระบบสภาพแวดล้อมในอาคาร และวัสดุในการตกแต่งภายใน

2.4.1 ลักษณะโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม

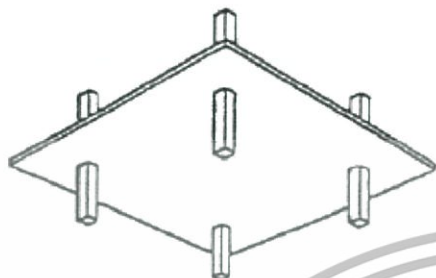
2.4.1.1 โครงสร้างเหล็ก

จุดเด่นของเหล็กคือ เป็นวัสดุสำเร็จรูปผลิตมาจากโรงงานได้มาตรฐาน ตอบโจทย์งานออกแบบบ้านได้ทั้งรูปทรงเรขาคณิตและรูปทรงอิสระ ประกอบติดตั้งที่หน้างานก่อสร้างได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดเวลากว่างานคอนกรีตเสริมเหล็ก ร้อยละสามสิบ สามารถทำโครงสร้างที่มีช่วงคานยาวและคานยื่นได้ดี เสาคานเหล็กมีขนาดเล็กทำให้ภายในบ้านโล่งกว้างไม่มีส่วนของเสาหรือคานโผล่ซึ่งทำให้จัดวางเฟอร์นิเจอร์ได้ง่าย อีกทั้งยังเดินท่อน้ำ ใต้ท้องพื้น เดินท่อร้อยสายไฟฟ้าได้ง่าย วิธีการนำเหล็กโครงสร้างมาประกอบเข้าด้วยกันมีอยู่สองระบบ ได้แก่ ระบบสลักเกลียว และระบบเชื่อมด้วยไฟฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1.2 ระบบพื้นแบบ Post tension

Post tensioned Slab เป็นระบบแผ่นพื้นที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นระบบที่ประหยัดและก่อสร้างได้อย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากอาคารสำนักงาน ที่จอดรถ โรงแรม ศูนย์การค้าต่าง ๆ ที่มักจะมีช่วงเสายาว ลักษณะของแผ่นพื้นระบบ Post tension มีดังนี้



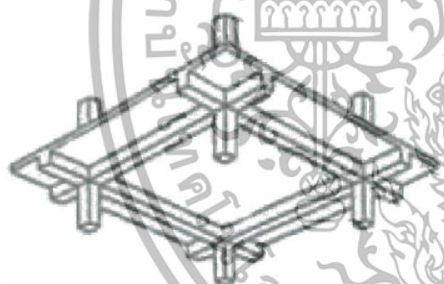
Flat Slab

เป็นแผ่นพื้นชนิดที่เหมาะสมกับงานโครงสร้างทุกชนิด ที่มีระยะห่างของเสาในแต่ละทิศทางใกล้เคียงกัน นิยมใช้กับ Apartment , Office , Building , โรงพยาบาล โรงแรม เหมาะสมที่สุดในช่วงระยะห่างของเสา 5 - 8 เมตร



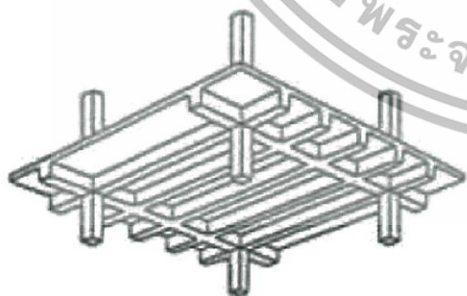
Drop Panel

การใช้งานเหมือนกับ Flat Slab แต่ต้องการระยะห่างของเสามากขึ้นจนถึง 14 เมตร



Continuous Band

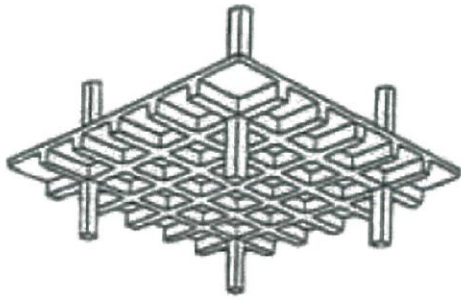
เหมาะสมกับโครงการที่ใช้เป็น Car Park โรงเรียน ศูนย์การค้าที่มี Span ยาวมากในด้านหนึ่งและ Live Load ไม่มากนัก Span ยาวได้ถึง 15 เมตร



Ribbed one Way

เป็นระบบที่น่าสนใจเมื่อพิจารณาถึงปริมาณคอนกรีตที่ใช้ เหมาะกับโครงสร้างที่มี Live Load สูง และ Span ยาวมากเพียงด้านเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Waffle

แพร่หลายมากสำหรับอาคารที่มี Live Load สูง เช่น บริเวณกองเก็บสิ่งของ อาคารโรงงาน อาคารสนามบิน Span 10-20 เมตร

นอกเหนือจากด้านความประหยัด ซึ่งเหนือกว่าระบบพื้นอื่นไม่ว่าจะเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กหรือแบบชิ้นส่วนประกอบ โดยได้พิสูจน์มาแล้วในหลายประเทศทั่วโลก Post tensioned Slab ยังมีความได้เปรียบเหนือกว่าพื้นชนิดอื่นอีกหลายประการ เช่น

1. ช่วงระหว่างเสาที่ยาวกว่า ซึ่งทำให้ภายในอาคารดูกว้างขวางและสวยงาม
2. การจัดบริเวณที่ค้ำตั้งตัวมากกว่า สามารถจัดบริเวณภายในได้สะดวกและไม่ข้อจำกัด เนื่องจากมีจำนวนเสาที่น้อยกว่าและไม่มีคานเป็นตัวกำหนด นอกจากนี้ยังสามารถเปลี่ยนแปลงการจัดบริเวณภายในได้ทุกโอกาส
3. เป็นระบบแผ่นพื้นที่ยาว ทำให้ความสูงระหว่างชั้นลดลงเมื่อเทียบกับระบบอื่น สามารถประหยัดส่วนของผนังและการตกแต่งลงได้อย่างมาก
4. ทำงานได้สะดวกและรวดเร็ว แบบพื้นเพื่อการเทคอนกรีต เป็นแบบที่ง่ายกว่าแบบพื้นของระบบอื่น จึงทำให้ตั้งแบบได้สะดวกและรวดเร็วกว่า
5. เป็นโครงสร้างที่น้ำหนักน้อย จึงทำให้สามารถลดค่าก่อสร้างของฐานราก และมูลค่าของเสาเข็มลงได้
6. มีพื้นที่ใช้งานได้มากกว่า เนื่องจากความสูงระหว่างชั้นที่น้อยกว่า จึงทำให้พื้นที่ส่วนที่เป็นทางขึ้นของรถยนต์และส่วนที่เป็นบันไดน้อยกว่าด้วย เพราะพื้นที่ยังกล่าว แปรผันตามความสูงระหว่างชั้นแต่ขณะเดียวกันก็มีข้อควรระมัดระวัง คือ ความละเอียด ความถูกต้องของผลงาน การควบคุมคุณภาพ ที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ เพราะอาจเกิดการผิดพลาดขึ้นได้ เนื่องจากความรู้เท่าไม่การณ เช่น เติบเหยียบลวดอัดแรง จน Profile ที่จัดไว้เสียหาย การอุดตันของท่อซีท เป็นต้น

พื้น Post tension แบ่งออกเป็น 2 ระบบ

1. Bonded System เป็นระบบที่มีการยึดเหนี่ยวระหว่าง PC Strand กับพื้นคอนกรีตโดยจะหล่อด้วยท่อเหล็กที่ขึ้นเป็นลอน เพื่อช่วยในเรื่องของแรงยึดเหนี่ยว ภายหลังเมื่อทำการอัดแรงจะต้องมีการอัดน้ำปูน เพื่อให้จับยึดระหว่าง PC Strand กับท่อเหล็ก จะใช้กับอาคารที่พักอาศัย ห้างสรรพสินค้า สำนักงาน และโครงสร้างขนาดใหญ่ เช่น ไซโล สะพาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Unbonded System เป็นระบบที่ไม่มีการยึดเหนี่ยวระหว่าง PC Strand กับพื้นคอนกรีต แต่จะอาศัยการยึดที่บริเวณหัว Anchorage ที่ปลายพื้นที่ทั้ง 2 ข้างเท่านั้น จะใช้กับอาคารที่จอดรถ หรืออาคารขนาดเล็กที่มักจะไม่มี การเปลี่ยนแปลงการใช้งาน

2.4.2 ระบบสภาพแวดล้อมภายใน

2.4.2.1 ระบบแสงสว่าง

การส่องสว่างภายในเพื่อให้ใช้งานได้นั้น หมายถึง ต้องให้ได้ระดับความส่องสว่างอยู่ในเกณฑ์ที่ทำงานได้โดยไม่ต้องทำให้เพ่งสายตามากเกินไป ส่วนการส่องสว่างให้เกิดความสวยงามนั้นก็ต้องอาศัยความมีศิลปะในตัวเพื่อพิจารณาในแง่การให้แสงแบบเอฟเฟก (Effect Lighting) หรือการให้แสงแบบส่องเน้น (Accent Lighting)

ระบบการให้แสงหลัก ซึ่งหมายถึงแสงสว่างพื้นฐานที่ต้องใช้เพื่อการใช้งานซึ่งแยกออกได้เป็นระบบต่างๆดังนี้

1. แสงสว่างทั่วไป (General Lighting) คือ การให้แสงกระจายทั่วไปเท่ากันทั้งบริเวณพื้นที่ใช้งาน ซึ่งใช้กับการให้แสงสว่างไม่มากเกินไป แสงสว่างดังกล่าวไม่ได้เน้นเรื่องความสวยงามมากนัก ดังนั้นการประหยัดพลังงานสามารถทำได้ในแสงสว่างทั่วไปนี้
2. แสงสว่างเฉพาะที่ (Localized Lighting) คือ การให้แสงสว่างเป็นบางบริเวณเฉพาะที่ทำงานเท่านั้น เพื่อการประหยัดพลังงานไฟฟ้า โดยไม่ต้องให้สม่ำเสมอเหมือนแบบแรก เช่น การให้แสงสว่างจากฝ้าเพดานโดยติดตั้งเฉพาะเหนือโต๊ะหรือบริเวณใช้งานให้ได้ความส่องสว่างตามต้องการ การให้แสงสว่างลักษณะนี้ประหยัดกว่าแบบ ก) ข้างต้น
3. แสงสว่างเฉพาะที่และทั่วไป (Local Lighting + General Lighting) คือ การให้แสงสว่างทั้งแบบทั่วไปทั้งบริเวณ และเฉพาะที่ที่ทำงาน ซึ่งมักใช้กับงานที่ต้องการความส่องสว่างสูงซึ่งไม่สามารถให้แสงแบบแสงสว่างทั่วไปได้เพราะเปลืองค่าไฟฟ้ามาก เช่น การให้แสงสว่างจากฝ้าเพดานเพื่อส่องบริเวณทั่วไป และที่โต๊ะทำงานติดโคมตั้งโต๊ะส่องเฉพาะต่างหากเพื่อให้ได้ความส่องสว่างสูงมากตามความต้องการของงาน

การส่องสว่างภายในโรงเรียน

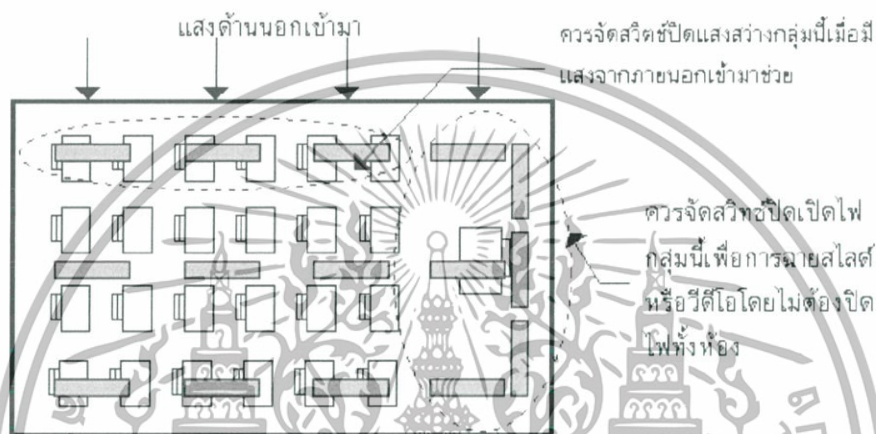
การใช้สายตาในโรงเรียนมีทั้งการมองที่โต๊ะเรียนและการมองในแนวระดับเพื่อดูกระดานหรือผู้สอน ดังนั้นการให้แสงสว่างภายในโรงเรียนจึงต้องระวังเรื่องแสงบาดตามากกว่าการให้แสงสว่างในสำนักงาน โคมไฟที่ใช้ในโรงเรียนโดยทั่วไปเป็นโคมฟลูออเรสเซนต์ตะแกรงคือ มีตะแกรงเพื่อไม่ให้เกิดแสงบาดตาเมื่อต้องใช้สายตาในแนวระดับมากดังแสดงในรูปที่ 5.16 โคมมีตะแกรงหรือเซลล์ประมาณ 11-14 เซลล์ต่อหลอดเพื่อลดแสงบาดตา และใช้แขนจากเพดานในกรณีที่เพดานสูงโดยมีแสงออกทางด้านบนของโคมด้วยทั้งนี้เพื่อให้เพดานสว่างดูไม่มืดอึด โคมไฟฟลูออเรสเซนต์ควรติดตั้งแนวยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของโคมตามทิศทางกรมอง เพื่อไม่ให้เกิดเงาระหว่างโคมที่โต๊ะเรียน โคมที่ใช้ตัวสะท้อนแสงอาจใช้อะลูมิเนียมที่มีสัมประสิทธิ์การสะท้อนแสงที่ดีเพื่อการประหยัดพลังงาน

1. ห้องบรรยาย

ห้องบรรยายควรมีแสงสว่างให้เพียงพอทั่วทั้งห้องเพื่อการใช้สายตาของผู้ที่ฟังการบรรยาย ความส่องสว่างในห้องบรรยายประมาณ 500 ลักซ์ และให้แสงสว่างที่หน้ากระดานมากพอสมควร เพื่อให้การมองเห็นได้ชัดจากผู้ฟัง ความส่องสว่างที่หน้ากระดานประมาณ 700 ลักซ์ และแสงสว่างที่กระดานต้องไม่ให้เกิดแสงบาดตากับผู้ฟังการบรรยาย ดังนั้นการติดตั้งโคมที่ด้านหน้ากระดานต้องพิจารณาแสงสะท้อนจากโคมเข้ากระดานและสะท้อนมาหาผู้ฟัง



2. ห้องปฏิบัติการ

การให้แสงในห้องปฏิบัติการควรให้แสงสว่างสม่ำเสมอทั้งห้อง ความส่องสว่างในห้องปฏิบัติการประมาณ 500 ลักซ์ สำหรับบริเวณที่ต้องการแสงสว่างมากเพราะชิ้นส่วนมีขนาดเล็ก ต้องมีการให้แสงเพิ่มมากขึ้น การให้แสงมากขึ้นกว่า 500 ลักซ์ควรเป็นการให้แสงที่มาจากโคมที่ติดตั้งตามโต๊ะปฏิบัติการ ในกรณีที่ต้องการความส่องสว่างมาก เพื่อใช้ในการเรียนการสอนที่ต้องใช้สายตา มาก เพื่อการมองเห็นวัตถุขนาดเล็กก็ควรติดตั้งโคมไฟใกล้กับชิ้นงาน เพื่อไม่ให้เกิดความลึบเปลืองมากเกินไป นอกจากนี้การวางโคมก็ใช้หลักการเหมือนในห้องเรียน คือวางโคมขนานกับหน้าต่างเพื่อสามารถแบ่งการปิดเปิดสวิตช์ได้เพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้าเพราะบริเวณที่อยู่ใกล้หน้าต่างอาจไม่จำเป็นต้องเปิดไฟในเวลากลางวัน ยกเว้นวันที่ฟ้ามีครึ้มหรือมีการเรียนการสอนในเวลาากลางคืน

3. ห้องประชุมใหญ่

การให้แสงในห้องประชุมใหญ่ของโรงเรียนมีด้วยการหลายวัตถุประสงค์ นอกจากใช้ในการประชุมแล้วก็ยังสามารถใช้ห้องประชุมสำหรับการแสดงที่ต้องมีการให้แสงหน้าเวทีด้วย ความส่องสว่างโดยทั่วไปในห้องประชุมประมาณ 200 ลักซ์ ส่วนความส่องสว่างที่หน้าเวทีก็เหมือนกับที่ให้แสงสว่างเพื่อใช้ในการแสดงทั่วไปที่อาจใช้ความส่องสว่างขนาด 1000 - 2000 ลักซ์ แต่ทั้งนี้ก็ต้องระวังเรื่องแสงบาดตาที่อาจเกิดแก่เด็กด้วย นอกจากนี้ควรมีระบบการหรี่ไฟด้วยเพื่อให้มีระดับการส่องสว่างได้หลายระดับ

ห้องประชุมใหญ่มักกล่าวถึงเพื่อการใช้บรรยายและการเรียนด้วย ความส่องสว่างก็ต้องมากถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

500 ลักซ์โดยใช้โคมฟลูออเรสเซนต์ ส่วนโคมไฟส่องลงหลอดอินแคนเดสเซนต์ก็ควรมีเพื่อการหรี่ไฟด้วยเมื่อต้องการฉายสไลด์หรือวีดีโอ

4. ห้องสมุด

การให้แสงห้องสมุดมีที่ต้องการแสงสว่างเพื่อการมอง อ่าน หรือเขียนประมาณ 3 ที คือ ที่ที่นั่งหนังสือ โต๊ะอ่านหนังสือ และบริเวณตู้ค้นดัชนีหนังสือ ความส่องสว่างในห้องสมุดประมาณ 300 ลักซ์ และตำแหน่งของดวงโคมต้องให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมด้วย เช่น ที่นั่งวางหนังสือต้องวางดวงโคมให้แสงส่องให้เห็นตัวหนังสือที่ชั้นวางหนังสือทุกชั้น ดังนั้นการติดตั้งโคมควรให้อยู่ระหว่างชั้นหนังสือ ส่วนบริเวณโต๊ะอ่านหนังสือก็ต้องติดตั้งโคมให้มีความส่องสว่างมากพอประมาณ 300 ลักซ์

บางครั้งบริเวณห้องสมุดบางพื้นที่อาจมีการติดตั้งคอมพิวเตอร์เป็นบริเวณใหญ่เพื่อการค้นข้อมูลหรือการติดต่ออินเทอร์เน็ตหรือการค้นหาดัชนีหนังสือผ่านคอมพิวเตอร์ ก็ต้องพิถีพิถันในเรื่องโคมที่เลือกใช้ด้วยเพื่อไม่ให้มีแสงสะท้อนตัวโคมไปปรากฏที่หน้าจอคอมพิวเตอร์ โคมที่จะใช้ในกรณีนี้ก็เหมือนโคมที่ติดตั้งในสำนักงานที่มีการใช้คอมพิวเตอร์กันมาก

กรณีที่มีการพิถีพิถันมากในเรื่องของแสงในห้องสมุดก็ต้องพิจารณาในเรื่องของการกระพริบของแสงเนื่องจากความถี่หรือที่เรียกว่า สโตรโบสโคปิกเอฟเฟค (Stroboscopic Effect) ก็อาจแก้ไขในเรื่องการจ่ายไฟสามเฟสเข้าโคมเดียวที่มีสามหลอดโดยจ่ายหลอดละหนึ่งเฟส แต่แบบนี้ค่อนข้างยุ่งยาก ปัญหาดังกล่าวอาจทำให้หลอดไฟได้ด้วยการใช้บัลลาสต์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งให้ผลทางด้านสโตรโบสโคปิกเอฟเฟคน้อยกว่าการใช้บัลลาสต์แกนเหล็กธรรมดา เพราะบัลลาสต์อิเล็กทรอนิกส์ให้ความถี่สูงประมาณ 23-30 Khz เข้าหลอดทำให้ปัญหาดังกล่าวไม่เกิดกับการใช้บัลลาสต์อิเล็กทรอนิกส์

2.4.4.2 ระบบปรับอากาศและหมุนเวียนอากาศ

ปัจจุบันการควบคุมสภาพอากาศในอาคารแบ่งออกได้ตามขนาดของเครื่องปรับอากาศและระบบการจ่ายความเย็นและระบายความร้อนอธิบายได้ดังนี้

1. แบ่งตามขนาดของเครื่องปรับอากาศ

1.1 unit type, package type คือทั้งระบบจะอยู่ในเครื่องเดียวกัน โดยมีขนาดเล็ก ราคาถูก สะดวกในการติดตั้ง แต่ไม่เหมาะกับอาคารขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเสียงรบกวน มีขีดจำกัดในการทำงาน อายุการใช้งานสั้น และไม่มีการถ่ายอากาศภายในและภายนอกอาคาร

1.1 split type เป็นเครื่องปรับอากาศขนาดกลาง แยกออกเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งอยู่ภายในห้องเรียกว่า fan coil unit และส่วนภายนอกเรียก condensing unit เนื่องจากมีข้อจำกัดประสิทธิภาพการทำงาน ระหว่างส่วนในและส่วนนอกไม่เกิน 15-25 เมตร หรือระดับไม่เกิน 3 ชั้น ไม่เหมาะกับอาคารใหญ่

1.1 central unit ระบบปรับอากาศขนาดใหญ่แยกเป็น 3 ส่วน คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- centrifugal machine ประกอบด้วยส่วนทำงาน เป็นตัวกลางในการจ่ายความร้อนและระบายความเย็นในระบบอื่น
- air handing แบ่งเป็น 2 แบบ คือ
 1. air handing ใช้เป่าลมผ่าน coil เย็น นำอากาศเข้าสู่ห้องโดยตรง
 2. air handing ใช้เป่าลมผ่าน coil เย็นและนำลมเย็นผ่านเข้าช่องท่อแล้วกระจายไปยังส่วนต่างๆของอาคาร
- cooling tower unit หรือ condensing unit เป็นตัวถ่ายเทความร้อนและส่งความเย็นให้centrifugal machine

2 แบ่งระบบปรับอากาศตามระบบจ่ายความเย็นและรักษาความร้อน

2.1 all air system เป็นระบบจ่ายและระบายความร้อนด้วยอากาศ ถ้าเป็นระบบ central unit ความเย็นจะถูกส่งไปตามท่อและมักใช้กับห้องใหญ่ มีห้องเพียงห้องเดียวต้องการความคุมการจ่ายอากาศเย็นทั่วบริเวณ

2.2 all water system เป็นระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อนโดยใช้น้ำโดยมากเป็น central unit น้ำเย็นจะถูกส่งไปตามท่อซึ่งเดินเป็นวงผ่านห้องต่างๆ แต่ละห้องจะมี fan coil unit สำหรับพัฒนาความเย็นเข้าไปในห้อง ห้องไหนไม่ใช้งานก็สามารถปิด fan coil ได้เป็นส่วนๆทำให้ควบคุมความเย็นได้เป็นชั้นๆ และยังควบคุมความเย็นได้เป็นห้องๆด้วย

all water system แบ่งเป็น 2 ลักษณะ

2.2.1 นำความเย็นด้วยน้ำและระบายความร้อนด้วยอากาศ

2.2.2 จ่ายความเย็นด้วยอากาศและระบายความร้อนด้วยน้ำ

2.3 direct refrigerant system นำความเย็นจากน้ำยาโดยตรง ส่วนใหญ่ใช้ในระบบปรับอากาศขนาดเล็ก

ระบบปรับอากาศมีความจำเป็นมากต่อการบริการ เพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้อาคาร โดยเฉพาะอาคารขนาดใหญ่ ระบบปรับอากาศมีบทบาทในการควบคุมอุณหภูมิให้คงที่ ในระดับความสบายของผู้ใช้อาคาร ทั้งยังช่วยป้องกันเสียงจากภายนอกและภายในอาคารได้ด้วย ขณะเดียวกันระบบหมุนเวียนอากาศภายในโครงการนั้นต้องสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย และความต้องการอื่นๆพร้อมทั้งความเหมาะสมในการออกแบบ

3 ระบบปรับอากาศและจ่ายความเย็น

3.1 ส่วนห้องพัก (Guest Room) ใช้ระบบปรับอากาศ central unit แบบ all water system จ่ายความร้อนโดยใช้ fan coil เป่าลมเย็นสู่ห้องพักโดยตรง

3.2 ส่วนที่เป็นสาธารณะ เช่น โถงโรงแรม ห้องประชุม จัดเลี้ยง ภัตตาคาร ใช้ระบบปรับอากาศ central unit แบบ all water system คือจ่ายความเย็นโดยใช้ air handing unit เป่าลมเย็นไปตามท่อในส่วนที่ต้องการปรับอากาศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพิจารณาความเย็น

- ต้องกระจายลมเย็นทั่วทั้งห้อง
- ความเร็วของลมต้องสม่ำเสมอ
- ต้องไม่มีลมที่เป่าเป็นจุด

4 ลักษณะตัวจ่ายลม ที่ใช้ในโครงการแบ่งเป็น2แบบคือ

4.1 จ่ายลมจากเพดาน (Ceiling Diffuser) ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นวงกลม สีเหลี่ยมจัตุรัส และสีเหลี่ยมผืนผ้า

ข้อดี สามารถกระจายความเย็นได้ทั่วถึง ข้อเสีย เปลืองช่องว่างเหนือเพดาน

4.2 การจ่ายลมจากผนัง การจ่ายลมในแนวนิ่ง หัวจ่ายเรียกว่า grill ลักษณะการจ่ายจาก ด้านในอาคารออกสู่ด้านนอกเพื่อความร้อนจากภายนอกจะเข้ามาได้น้อยๆ

ข้อดี สามารถทำให้ห้องเพดานสูงได้ เพราะไม่มี duct ceiling

ข้อเสีย การจ่ายความเย็นอาจถูกรบกวนจาก solar heat gain

สรุป ลักษณะการจ่ายลมเย็นภายในห้องพักแขก จะใช้แบบ wall diffuser หรือแบบ ceiling diffuser อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้ง2อย่างรวมกัน แล้วแต่ความเหมาะสมและการออกแบบ

5. ลักษณะของท่อจ่ายลม

โดยทั่วไปเป็นลักษณะของท่อสี่เหลี่ยม แต่ท่อจ่ายลมที่ดีควรเป็นทรงกระบอก แต่ไม่เป็นที่ นิยมเพราะมีราคาแพงและเปลืองช่องว่างเหนือเพดาน สัดส่วนของท่อลมในด้านกว้างต่อด้าน ยาวเป็น 1:6 ขึ้นไป

วัสดุที่ใช้ทำท่อจ่ายลมเย็น ได้แก่ แผ่นเหล็กกล้าไร้สนิม พีวีซีและไฟเบอร์กลาส ซึ่งสามารถทำ หน้าที่เป็นฉนวนกันความร้อน-เย็นกันเสียงและทนต่อแรงลมภายในท่อ ซึ่งมีความเร็วสูงประมาณ15- 25 เมตร/วินาที

2.4.2.3 ระบบการจัดการกลิ่น

การระบายอากาศการนำอากาศที่ปนเปื้อนออกจากพื้นที่ทำงานและนำอากาศที่สะอาดเข้ามา ทดแทน การออกแบบระบบระบายอากาศที่ดี จะต้องมึลักษณะดังนี้

1. สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ คือ ดูดมลพิษออกไปทางปล่อง โดยใช้ Hood หรือท่อ และทำให้คุณภาพอากาศภายในโรงงานมีความปลอดภัยตามเกณฑ์มาตรฐาน
2. การดูดมลพิษต้องมีประสิทธิภาพ คือใช้ดูดปริมาณอากาศออกไปน้อยตรงจุดที่ได้ผลที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่น ในบริเวณที่ใกล้และครอบคลุมแหล่งกำเนิด มีการสูญเสียพลังงานในระบบดูดอากาศน้อยที่สุด เช่น ออกแบบท่อดูดในระบบ และปล่องต้องมีช่องลมหรือใช้ความเร็วลมที่สูงหรือต่ำเกินไป

องค์ประกอบของระบบระบายอากาศ

การดึงอากาศเสียเฉพาะที่นั้นใช้หลักการว่าอากาศจะเคลื่อนที่จากจุดที่มีความดันอากาศสูงไปยังที่มีความดันอากาศต่ำ ดังนั้นจึงต้องสร้างระบบที่มีความดันอากาศสูงและต่ำโดยใช้พัดลมที่ดูดอากาศจึงทำให้บริเวณหน้าพัดลมมีความดันอากาศสูงกว่าหลังพัดลม และอากาศก็จะถูกดูดออกไปด้วยกำลังแรง (เหมือนเครื่องดูดฝุ่น)

ระบบดูดอากาศเสียประกอบด้วย

1. Hood หรือตู้ดูดอากาศเสีย

Hood เป็นตัวอุปกรณ์ที่เก็บอากาศเสียจากแหล่งกำเนิดโดยติดตั้งหรือใกล้แหล่งกำเนิดให้มากที่สุดที่จะเป็นไปได้ โดยอาศัยหลักการให้ความเร็วของอากาศที่ปาก Hood จะต้องมากพอที่จะนำมลพิษ เช่น ฝุ่นหรือก๊าซออกไปได้โดยเราเรียกความเร็วที่จำเป็นนี้ว่า “ความเร็วในการพา” หรือ Capture Velocity ดังนั้นในการออกแบบจะต้องทำให้ปากของ Hood มีขนาดเล็กเท่าที่จำเป็นเท่านั้นเพราะขนาดที่ใหญ่จะสิ้นเปลืองพลังงานมาก ประเภทของตู้ดูดอากาศเสียจะถูกแบ่งตามรูปร่างของตู้ดูดอากาศเสียและลักษณะการควบคุมมลพิษทางอากาศของตู้ดูดอากาศเสียนั้น ๆ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้คือ

1. ตู้ดูดอากาศเสียแบบปิดได้ (Enclosed Hood):- ตู้ดูดอากาศเสียประเภทนี้ จะง่ายต่อการก่อสร้าง ไม่ขัดขวางการทำงาน และสามารถควบคุมอัตราการไหลของอากาศเสียด้วยอัตราต่ำที่สุดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ตู้ดูดอากาศเสียแบบปิดได้เหมาะสำหรับนำไปใช้กับห้องปฏิบัติการ ห้องสเปร์รี่ เป็นต้น
2. ตู้ดูดอากาศเสียแบบแขวน (Free-Hanging Plain Openings):- ตู้ดูดอากาศเสียประเภทนี้ จะมีช่องเปิดเป็นรูปกลม หรือสี่เหลี่ยมจัตุรัส หรือสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยมีอัตราส่วนความกว้างต่อความยาวมากกว่า 0.3 ตู้ดูดอากาศเสียแบบแขวนเหมาะสำหรับแหล่งกำเนิดมลพิษแบบจุดหรือบริเวณพื้นที่เล็ก ๆ และในบริเวณที่ไม่สามารถใช้ตู้ดูดอากาศเสียแบบปิดได้ เช่น การเชื่อมโลหะด้วยไฟฟ้า การบัดกรี เป็นต้น
3. ตู้ดูดอากาศเสียแบบแขวนและช่องเปิดแคบแบบ Slot (Free-Hanging Slot Openings):- ตู้ดูดอากาศเสียประเภทนี้ เหมาะสำหรับแหล่งกำเนิดมลพิษทางอากาศที่มีพื้นที่สำหรับดูดอากาศเสียในลักษณะแคบและยาว และ Slot จะมีอัตราส่วนความกว้างต่อความยาวเท่ากับหรือน้อยกว่า 0.3
4. ตู้ดูดอากาศเสียแบบระบายอากาศเสียทางด้านข้าง (Lateral Ventilation):- การออกแบบตู้ดูดอากาศเสียประเภทนี้) จะใช้ Slot ตลอดหนึ่งด้านหรือสองด้านของถังหรือโต๊ะและอาจจะมีการใช้ด้านท้ายของตู้ดูดอากาศเสียตลอดด้านหนึ่งของถังหรือโต๊ะด้วยก็ได้ ถ้าเป็นไปได้ Slot ควรวางในตำแหน่งแนวยาวของถังหรือโต๊ะ ตู้ดูดอากาศเสียประเภทนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสำหรับการทำงานที่มีการปล่อยมลพิษทางอากาศ ณ พื้นผิวลักษณะแบนราบหรือมีการปล่อยมลพิษทางอากาศทันทีทันใดเหนือพื้นผิวลักษณะแบนราบ เช่น การชุบ Degreasing การจุ่มสี เป็นต้น

5. ตู้ดูดอากาศเสียแบบดูดลงข้างล่าง (Downdraft):- ตู้ดูดอากาศเสียประเภทนี้ มีตะแกรงอยู่ด้านบน ตู้ดูดอากาศเสียแบบดูดลงข้างล่าง (Downdraft) เหมาะสำหรับการทำงานที่มีอากาศไหลลงผ่านแหล่งกำเนิดมลพิษทางอากาศ เช่น การเชื่อม การบัดกรี การขัดละเอียด การพ่นสี เป็นต้น ประสิทธิภาพของตู้ดูดอากาศนี้จะลดลงอันเนื่องมาจากอากาศไหลตัดขวางและอากาศร้อนไหลขึ้นข้างบน จึงมักจะใช้ตู้ประเภทนี้ก็ต่อเมื่อไม่สามารถใช้ตู้ดูดอากาศเสียประเภทอื่นได้

6. ตู้ดูดอากาศเสียแบบแขวนคลุมไว้ด้านบน (Canopy):- ตู้ดูดอากาศเสียประเภทนี้ มีลักษณะเหมือนฝาดมครอบแหล่งกำเนิดมลพิษทางอากาศและมีท่อดูดอากาศต่อที่ข้างบนของตู้ดูดอากาศเสีย การออกแบบเช่นนี้เหมาะสมกับงานที่ผลิตอากาศร้อน เช่น เตาดม เพราะอากาศร้อนจะไหลขึ้นข้างบนและนำมลพิษทางอากาศขึ้นไปด้วย การออกแบบจะต้องให้มีกระแสอากาศที่ไม่เป็นขุ่น จึงมักจะทำให้ตู้ดูดอากาศเสียนี้มีลักษณะที่แคบเข้าเรื่อยๆ จนถึงท่อดูดอากาศ (มมอยู่ระหว่าง 30°C ถึง 45°C)

2. ท่อ

ท่อเป็นอุปกรณ์นำอากาศไปข้างนอกและควรมีแรงต้านทานการไหลของอากาศได้น้อยที่สุด และมีความเร็วของอากาศในท่อที่เหมาะสมด้วย หากความเร็วของอากาศในท่อน้อยเกินไปฝุ่นละอองก็ตกค้างในท่อและทำให้ปิดกั้นอากาศได้ ส่วนอากาศที่ไหลเข้าไปมากก็สิ้นเปลืองพลังงานทำให้เกิดเสียงดังและความสั่นสะเทือน และฝุ่นที่เคลื่อนที่ด้วยความเร็วอาจกัดกร่อนได้มากขึ้น

3. ระบบบำบัดมลพิษ เช่น ระบบบำบัดกลิ่น (ดูรายละเอียดในแต่ละชนิด)

4. พัดลม

พัดลมต้องมีกำลังที่เหมาะสมในการสร้าง “ความดันอากาศ” ที่แตกต่างกันจนเพียงพอที่จะทำให้มลพิษถูกดึงเข้ามาและออกจากระบบได้ พัดลมมีประเภทหลักๆ อยู่ 2 ชนิด คือ ชนิด Axial และ Centrifugal (หอยโข่ง) โดยแบบ Axial จะมีลักษณะเหมือนใบพัดจะดึงอากาศผ่านเข้าไปโดยตรง ส่วน Centrifugal จะเหมือนกงล้อซึ่งดูดอากาศเข้าไปในแกนกงล้อและป้อนอากาศออกทางมุมฉาก พัดลมทั้งสองประเภทนี้มีการใช้งานตามความเหมาะสมที่แตกต่างกัน

1. พัดลมแบบ Axial ใช้มากในการดึงอากาศบริสุทธิ์เข้ามาเจือจางโดยติดไว้ที่กำแพงหรือหลังคา สามารถดึงอากาศได้เป็นจำนวนมากหากไม่มีแรงต้านมากนัก
2. พัดลมแบบ Centrifugal จะทนต่อแรงดันสูงๆ จึงสามารถดึงอากาศผ่านระบบ Hood และท่อได้ดี โดยคัดเลือกพัดลมที่เหมาะสมกับการทำงาน เช่น แบบใบพัดชนิด Radial Blade จะทนต่อฝุ่นปริมาณมากๆ และไม่ค่อยุดตันเมื่อมีฝุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ปล่องระบาย

ปล่องระบายต้องอยู่ห่างจากจุดที่อากาศบริสุทธิ์จะถูกดึงเข้าไปในอาคาร เช่น อย่างน้อย 16-20 เมตร และหากอยู่บนหลังคาต้องสูงจากหลังคาอย่างน้อย 3-4 เมตร เพื่อป้องกันมิให้อากาศที่ระบายออกม้วนกลับลงทางชายคาอาคาร ความเร็วลมที่ออกจากปล่องอย่างน้อยควรเป็น 15 เมตรต่อวินาที เป็นอย่างน้อย และหมวกที่ปิดปลายปล่องก็ไม่ควรมีเพราะจะไปปิดกั้นการพุ่งขึ้นของอากาศเสีย และประสิทธิภาพของหมวกในการกันน้ำฝนสามารถใช้การออกแบบอย่างอื่นได้แทน

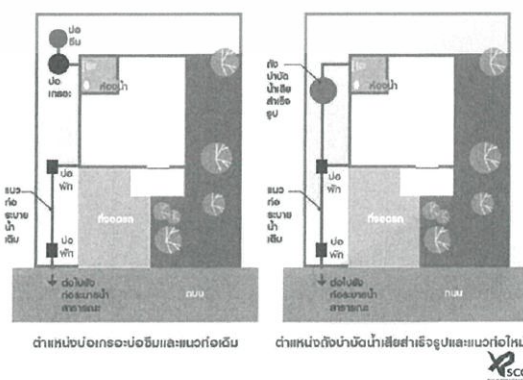
2.4.2.4 ระบบการจัดการสุขาภิบาลภายในอาคาร

น้ำเสียที่เกิดจากการประกอบกิจการร้านอาหารจะมีจุดเด่นคือมีความมัน และสารชีวมวลอยู่ในน้ำค่อนข้างมาก อันเกิดมาจากการล้างจานเป็นจำนวนมากๆ หรือเศษซากอาหารที่ปนมากับน้ำที่ใช้ทำความสะอาด น้ำเสียจากร้านอาหารจึงมักจะมีฟิล์มชีวภาพเคลือบอยู่บนผิวน้ำ และมีกลิ่นค่อนข้างเหม็นกว่าน้ำเสียทั่วไป

ถังบำบัดน้ำเสียที่ใช้จึงควรเลือกถังที่ออกแบบมาเพื่อดักจับ และย่อยสลายสารชีวมวล โดยเฉพาะ โดยอาจไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องปริมาณบำบัดมากนัก ยิ่งเป็นถังบำบัดน้ำเสียแบบที่สามารถฝังใต้ดินได้ ยิ่งดีเพราะช่วยให้ภาพลักษณ์ดูดีกว่าการตั้งถังบำบัดน้ำเสียของร้านไว้เด่นๆ ทั้งนี้แม้จะเลือกใช้ถังบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพสูงแล้วยังจำเป็นต้องใส่ใจกับเรื่องของการแยกขยะ และดักจับเศษอาหารก่อนปล่อยลงไปในระบบน้ำทิ้ง เพื่อให้ถังบำบัดน้ำเสียไม่ต้องทำงานหนักจนเกินไป เป็นการยืดอายุการใช้งานของถังบำบัดน้ำเสียได้เป็นอย่างดี

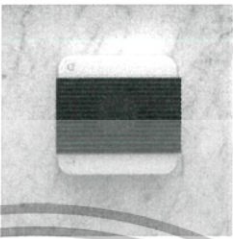



ตำแหน่งที่ตั้งถังบำบัดที่เหมาะสม

ควรมีการวางแผนกำหนดตำแหน่งถังบำบัด โดยจัดความกว้างและความลึกของพื้นที่ให้เพียงพอสำหรับถังบำบัดพร้อมคำนึงถึงเส้นทางเดินท่อที่สอดคล้องกัน เพื่อให้การระบายของเสียจากสุขภัณฑ์ไปยังถังบำบัดและท่อน้ำสาธารณะเป็นไปได้โดยสะดวก ถังบำบัดควรวางใกล้ตำแหน่งท่อระบายน้ำเดิม โดยเดินท่อใหม่มีความลาดชันไม่ต่ำกว่า 1: 50 นอกจากนี้ตำแหน่งของถังบำบัด จะต้องอยู่สูงกว่าปลายท่อน้ำสาธารณะด้วย และอาจวางบ่อพักเป็นระยะๆ ตามความเหมาะสมรวมถึงทุกจุดหักเลี้ยวเพื่อความง่ายดายนในการบำรุงรักษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 อุปกรณ์เบื้องต้นเกี่ยวกับกาแฟในโครงการ

ลำดับที่	ชื่ออุปกรณ์	รูปภาพ	ขนาด
1.	เครื่องชั่งน้ำหนักกาแฟ (Coffee Scale)		13.3x19.5x3 cm
2.	เครื่องชงกาแฟเอกเพรส โซ่ (Espresso)		780 x 560 x 480 mm.
3.	เครื่องบดกาแฟ (Coffee grinder)		130 x 223 x 352 mm
4	เครื่องคั่วกาแฟ (Roasting Machine)		71 x 90 x 104 CM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.4 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบโครงการ

1. วัสดุประเภทหิน ผนังภายในและนอกอาคารชุด นับว่าเหมาะสมกับการกรุหิน เพราะหินทนต่อการสัมผัสแลทำความสะอาด แบ่งออกเป็น

หินอ่อน เป็นหินที่ทนสกปรก ทนสารเคมีบางชนิดส่วนใหญ่ใช้กับผนังภายใน หินอ่อนให้คุณสมบัติด้านความงามมากกว่าหินประเภทอื่น มีหลายสีให้เลือก ทนน้ำหนักปานกลาง ทนการขีดสี ไม่เก็บเสียง หรุหรามีผิวหน้าที่ดูสวยงาม ถูกน้ำมันอาจต่างเป็นดวง มีทั้งแบบด้านและแบบมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำที่ต้องการความหรูหรา วิธีปู ปูปนทราย

หินกาบ หินซ้อนกันเป็นชั้นๆที่นิยม คือ สีน้ำตาล ดำ เหลือง ส้ม แดง ม่วง (ราคาแพงสุด) หายากแต่ดูไม่ธรรมดา การปูหินกาบ เตรียมพื้นที่จะปัดตลอดเวลา ใช้ปูนทรายเป็นตัวเชื่อม ปูต้องคอยจับแผ่นหินไปด้วยเพื่อไม่ให้น้ำปูนเกาะที่หินกาบ เสร็จแล้วใช้ฟองน้ำทำความสะอาด

หินแกรนิต ส่วนมากใช้กรุผนังหรือทางเดิน เนื่องจากเป็นหินที่แข็งแรงที่สุดเนื้อแน่นทานเมื่อขัดชั้นเงาคัลลายหินอ่อน บำรุงรักษาง่าย

หินชนวน มีสีต่างๆให้เลือกหลายสี มีราคาแพงอยู่บ้าง แต่ประหยัดบำรุงรักษาได้ดี

หินหล่อ ได้แก่วัสดุผสมซีเมนต์ คุณค่าต่ำกว่าหินแท้ แต่มีความคงทนคงทนบำรุงรักษาง่าย

2. วัสดุประเภทดินเผา สามารถใช้กรุพื้นผนัง ราคาถูก กว่าหินทนทาน ดิน ฟ้า อากาศ ทนการถูกร่อน บำรุงรักษาง่าย มีลวดลายให้เลือก

อิฐ สามารถนำมาใช้ได้โดยธรรมชาติของมัน หรือทาสีทับ สีธรรมชาติมีสีแดง สีเหลือง หรือเทาขาว ราคาถูก คงทน รักษาง่าย

กระเบื้อง วัสดุที่สามารถปูได้ทั้งพื้นและผนัง ให้เนห้องห้องตามต้องการ และเหมาะสมกับสภาพดิน ฟ้า อากาศ ทนต่อไอน้ำเค็มเป็นอย่างดี

3. วัสดุประเภทไม้ เหมาะสมกับการตกแต่งภายใน ที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ เพราะหาได้ง่าย ลมกลืนกับสภาพแวดล้อม

ไม้อัดสัก ไม้เนื้อปานกลางระหว่างเนื้อแข็งกับเนื้ออ่อน ใช้กับงานประณีตได้ดี มีลวดลายที่สวยงาม เหมาะแก่การทำเครื่องเรือน ที่ต้องการความคงทนเรียบเนียน อาจย้อมสีให้เข้มข้นเล็กน้อย

ไม้อัดยาง คือ ไม้สักที่แปรรูปให้เป็นแผ่นบางอัดทับกับไม้เนื้อแข็ง เพิ่มความแข็งแรงไม่บิดงอ ง่าย ใช้กรุเครื่องเรือน ดูแลยากกว่าไม้สัก

ไม้อัดมะปิ่น ไม้อันคุณภาพและราคาปานกลางเนื้ออ่อนทำผิวได้ดีโดยไม่ต้องย้อมสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม้อัดลมหิน คล้ายไม้อัดสัก แต่ลวดลายแปลกกว่า ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเหมือนลายไม้สัก หายาก ราคาไม่แน่นอน คงทนมาก ใช้ปนกับไม้สักได้

ไม้สนหรือไม้ฉำฉา เนื้ออ่อน นิยมทำเครื่องเรือน แต่มีการใช้ประกอบส่วนเครื่องเรือนตกแต่ง มากยิ่งขึ้น ไม่ค่อนข้างแข็งแรง ใช้กับเครื่องเรือนขนาดเล็ก ไม่รับน้ำหนักมากนัก หรือใช้ประกอบบนบโดตรง สร้างไม้เนื้อแข็ง จะได้ผลและให้ความสวยงาม ราคาค่อนข้างถูก

ไม้จำปา สีอ่อน ใช้กับงานประณีต ไม่นิยมย้อมสี

ไม้ประสาธก ไม้ชั้นเล็กนำมาติดกันเป็นแผ่นๆ เพื่อทำเครื่องเรือน ไม่ทนทานเท่าไม้สัก ราคา ถูก เรียกว่า “ยิปซัมบอร์ด” แต่ต้องมีวัสดุกรุทับผิวหน้า

5. กระจก

กระจกเป็นวัสดุที่มีความสำคัญต่อการตกแต่งภายในเป็นอย่างมาก เพราะมีความสวยงามในตัวเองสามารถใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี มีความโปร่งแสง ทนไฟ และกระจกเงามีความสำคัญ ในการเพิ่มความโปร่งแสง และสร้างความหรูหรา ให้กับสถานที่

กระจกมีหลายแบบ สามารถเลือกได้ตามความต้องการ เช่น กระจกดูดความร้อนกระจก 2 ชั้น ช่วยกระจายแสง และกรองความร้อน กระจกบานเกร็ด รับลมได้ กระจกมีข้อดีคือขนาดใหญ่ไม่ มาก

6. ผ้าปูม่าน

ผ้าปูม่านเป็นวัสดุสำคัญในการตกแต่งภายในที่ความจำเป็นต่อประตู หน้าต่าง และ กระจก บางครั้งอาจนำมาใช้ในลักษณะการปิดกั้น ผ้าที่นำมาทำผ้าปูม่านมีหลายชนิดด้วยกัน เช่น

-ผ้าไหม ผ้าที่มีคุณค่ามาก ให้ความรู้สึกเป็นทางการ สง่างาม เป็นระเบียบ

-ผ้ากำมะหยี่ หรูหรา พุ่มเฟิย ภูมิฐาน นุ่มนวล มีราคา

-ผ้าฝ้าย เป็นกันเอง

-ผ้าปาน เบา โปร่งสบาย

-ผ้าลูกไม้ นุ่มนวล โรแมนติก

-ม่านไม้ไผ่เป็นธรรมชาติ โปร่งแสง

ประโยชน์ของผ้าปูม่านมีหลายอย่าง คือ ช่วยกรองแสงลดความจ้าลง ควบคุมความสว่าง ได้ตามต้องการ ช่วยลดความร้อนจากอุณหภูมิของแสงแดด ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่วยกันฝุ่น ป้องกันการสะท้อน สร้างบรรยากาศในการตกแต่งและบังสายตาไป เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และพื้นที่ที่ต้องการ

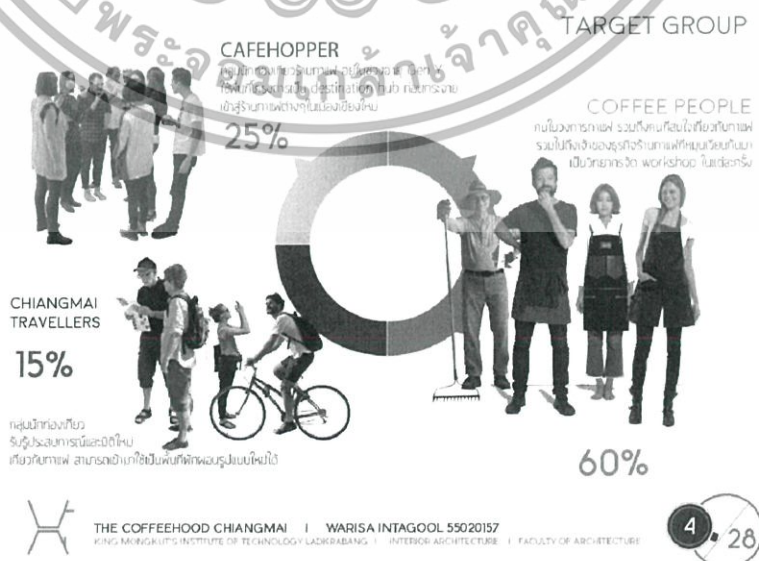
3.1 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย และ ประเภทผู้ใช้โครงการ

แบ่งประเภทผู้ใช้บริการภายในโครงการ Chiangmai Coffeehood เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการเข้ามาใช้โครงการของกลุ่มที่มาใช้โครงการแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งออก เป็น 3 ประเภท คือ

3.1.1 ผู้มาใช้โครงการ

หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการของโครงการและมีพฤติกรรมเกี่ยวเนื่องกับโครงการก่อให้เกิดความต้องการพื้นที่ ภายในโครงการเพื่อที่จะตอบสนองพฤติกรรมนั้นๆ ถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- คนในวงการกาแฟ (คนปลูก คนคั่ว เจ้าของกิจการ บาร์ิสต้า นักให้คะแนน)
กลุ่มคนเหล่านี้เป็นเป้าหมายหลักที่จะมาใช้งานพื้นที่ของโรงเรียนกาแฟ มีความเชี่ยวชาญเรื่องกาแฟในหลากหลายระดับ ต้องการหาความรู้และกระจายความรู้ที่มี เพื่อพัฒนาทักษะ และ ความสามารถของตัวเอง เข้าใช้พื้นที่ประเภท ห้องสมุด, Co-Brewing Lab , Coffee Training , workshop , semina รวมไปถึงวิทยากรพิเศษที่อยู่ในวงการ
- นักท่องเที่ยวไลฟ์สไตล์เกี่ยวกับกาแฟ (Cafe-Hopper)
กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้อยู่ในช่วงอายุวัยรุ่น ตั้งแต่ 15-30 ปีเป็นหลัก (Gen Y) ลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการเสาะหาความแปลกใหม่ใน Lifestyle ที่สนใจ มีความต้องการหาสิ่งใหม่ๆ เสมอคล้ายกับกรเป็นผู้นำเทรนด์ ท่องเที่ยวไปตามร้านกาแฟต่างๆ
- นักท่องเที่ยวเมืองเชียงใหม่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 ผู้มาติดต่อโครงการ

หมายถึง ผู้ที่มาติดต่อเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการจัดหรือดำเนินการอยู่ หรืออาจเป็นการติดต่อขอใช้บริการต่าง ๆ เช่น ขอให้พื้นที่บางส่วนจัดแสดงนิทรรศการ หรือจัดกิจกรรม รวมทั้งข้อมูลผู้มาติดต่อประสานงานกับส่วนบริหารงานของโครงการโดยตรง

3.1.3 ผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ หมายถึงเจ้าหน้าที่ซึ่งทำงานภายใต้บังคับที่รับผิดชอบและบริหารงานในโครงการเพื่อบริหารงานให้บรรลุตามเป้าหมายและเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าชมหรือผู้รับบริการ สามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ฝ่ายบริหาร คือ บุคคลที่ทำงานในระดับบริหาร หรือระดับสมองของโครงการ เช่น ประธานกรรมการ และกรรมการ ผู้จัดการหรือผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต่างๆ
2. เจ้าหน้าที่ คือ บุคคลที่ทำงานภายในโครงการ แต่มีตำแหน่งหน้าที่ประจำของโครงการ เช่น เจ้าหน้าที่รับลงทะเบียน เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายแคชเชียร์ เป็นต้น เจ้าหน้าที่เหล่านี้มักจะทำงานอยู่ใน Front Office ซึ่งต้องพบปะติดต่อแขกอยู่เสมอ
3. พนักงานทั่วไป คือ พนักงานครัว, พนักงานช่าง, พนักงานทำความสะอาด, พนักงานขนของ เป็นต้น พนักงานส่วนนี้จะทำงานอยู่ในส่วนของ Back Of The House

3.1.3.1 อัตรากำลังของแต่ละกิจกรรม

1. ฝ่ายบริหารและจัดการ (16 คน)

1.1 ฝ่ายงานช่างและซ่อมบำรุง

- หัวหน้าฝ่าย (1)
- พนักงานฝ่ายจัดการอาคาร(1)
- พนักงานเทคนิคซ่อมบำรุง (2)
- พนักงานรักษาความปลอดภัย (5)
- แม่บ้าน (2)

1.2 ฝ่ายบริหารและจัดการ

- หัวหน้าฝ่าย (1)
- พนักงานฝ่ายบัญชีการเงิน(1)
- พนักงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ (2)
- พนักงานฝ่ายบุคคล(1)

2. ฝ่ายวิชาการ (10 คน)

2.1 ฝ่ายการอบรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- หัวหน้าฝ่าย (1)
 - วิทยากร (3)
 - เจ้าหน้าที่ประจำแผนก (2)
- 2.2 ฝ่ายห้องสมุดและโคเวกิ้งสเปซ
- หัวหน้าฝ่าย (1)
 - บรรณารักษ์ (2)
 - พนักงานลงทะเบียน (1)
3. ฝ่ายกิจกรรม (5 คน)
- 3.1 ฝ่ายสัมมนาและกิจกรรม
- หัวหน้าฝ่าย (1)
 - พนักงานลงทะเบียน (1)
 - พนักงานประจำแผนก (2)
 - ภัณฑารักษ์ (1)
4. ฝ่ายที่พักและโรงแรมขนาดเล็ก (20 คน)
- 4.1 ฝ่ายบริการ
- หัวหน้าฝ่าย (1)
 - แม่บ้าน (4)
 - พนักงานขับรถ(2)
 - พนักงานยกกระเป๋า(2)
 - พนักงานรักษาความปลอดภัย (2)
- 4.2 ฝ่ายต้อนรับ
- หัวหน้าแผนกต้อนรับ
 - พนักงานต้อนรับ (2)
 - พนักงานบัญชี(2)
 - พนักงานชายตัววี (1)
- 4.3 ฝ่ายช่าง
- หัวหน้าฝ่ายช่าง (1)
 - พนักงานซ่อมบำรุง (2)
5. ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (27 คน)
- 5.1 ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม
- หัวหน้าฝ่าย (1)
 - หัวหน้าหน่วยย่อยในครัว (2)
 - พ่อครัว (5)
 - ผู้ช่วยก๊ัก(2)
 - พนักงานทำความสะอาดครัว (2)
 - บาร์เทนเดอร์ (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บาร์ิสต้า (2)

5.2 ฝ่ายบริการ

- หัวหน้าฝ่ายบริการ (1)
- พนักงานเสิร์ฟ (5)
- พนักงานต้อนรับ (2)
- แคชเชียร์ (2)

จำนวนพนักงานทั้งหมดในโครงการ 78 คน

อัตรากำลังของกิจกรรมที่เกิดขึ้น เกิดจากการกำหนดกิจกรรมต่างๆภายในโครงการประกอบกับพฤติกรรมของผู้ที่จะมาเข้าใช้บริการในด้านต่างๆ ให้มีเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสมกับกิจกรรมและจำนวนผู้ให้บริการ

3.2 กิจกรรมและพฤติกรรมของผู้ใช้โครงการ

เวลาทำการของโครงการที่เปิดให้บุคคลภายนอกเข้ามาติดต่อคือ 09.00- 22.00น. โดยเปิดให้บริการทุกวัน แต่แต่ละส่วนจะมีช่วงเวลาทำการแตกต่างกันไป ซึ่งพนักงานต้องเดินทางมาก่อนเวลาเปิดทำการ 1 ชั่วโมง ช่วงเวลา 12.00 – 13.00 น. เป็นเวลาพักผ่อนทานอาหารภายในโครงการ แต่พนักงานที่ต้องประจำตำแหน่งตลอดเวลาจะผลัดกันทานอาหาร

- ส่วนต้อนรับทั่วไป เปิดให้บริการตั้งแต่ 9.00-20.00 น. โดยเปิดก่อนเวลาทำการของส่วนอื่นๆในโรงเรียน เพื่อรองรับกลุ่มผู้ใช้โครงการที่จะมาสมัครเรียน ลงทะเบียนเรียน หรือ สมัครเป็นสมาชิกและเป็นพื้นที่สอบถามข้อมูลกับผู้มาติดต่อโครงการ
- ส่วนโรงเรียนกาแฟ เปิดให้บริการตามตารางที่ทางโครงการกำหนด และจะเปิดให้บริการในช่วงเวลา 10.00 –18.00 น.
- ส่วนห้องสมุดและพื้นที่ทดลองทำกาแฟ เปิดให้บริการทุกวัน เวลา 10.00-20.00 น
- ส่วนสัมมนาและพื้นที่เวิร์คชอป เปิดทุกวันเสาร์ที่ 1 และ 3 ของเดือน หรือตามตารางพิเศษของโครงการ
- ส่วนต้อนรับของโรงแรมและพื้นที่ใช้ร่วมกัน เปิด 6.00-24.00 น
- ส่วนบริการสาธารณะ ประกอบไปด้วย ร้านขายของที่ระลึก ร้านค้า และร้านอาหาร
ร้านค้าเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 9.00 – 22.00 น.
ร้านอาหารเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 6.00 – 22.00 น.
คาเฟ่เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 9.00 – 22.00 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ให้บริการจะเริ่มเข้ามาให้บริการตั้งแต่ เวลา 08.00 – 23.00 น.

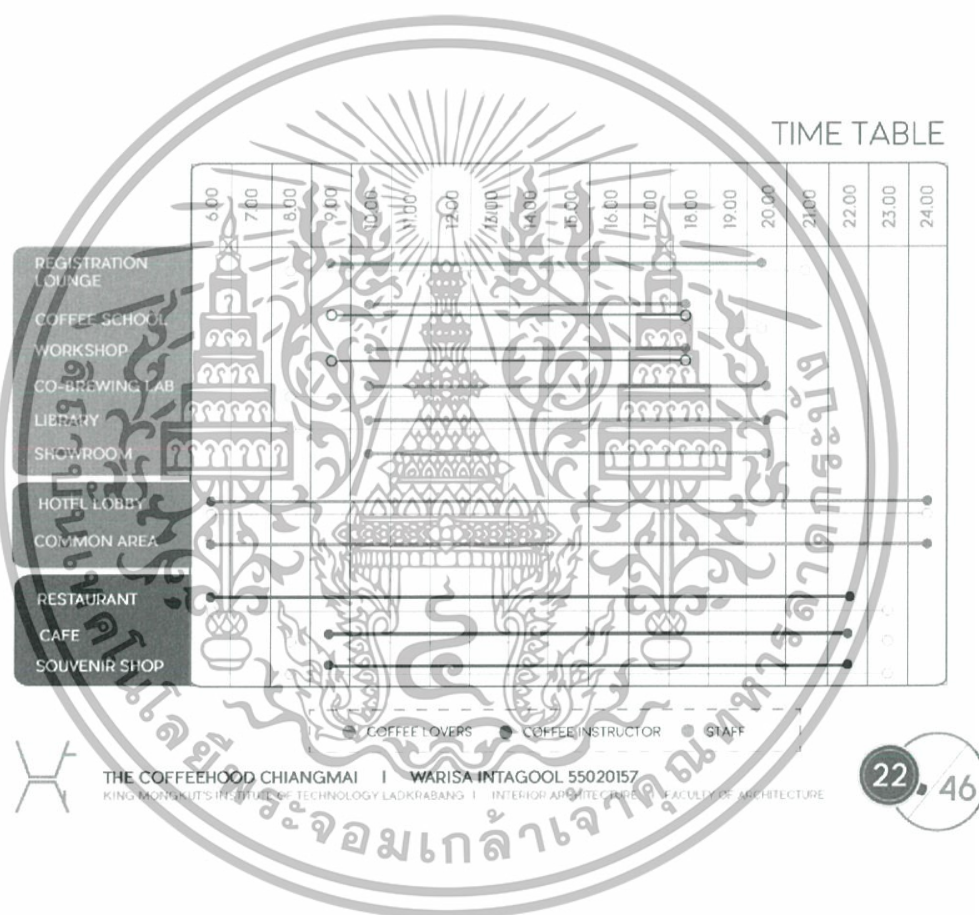
ยกเว้นพนักงานรักษาความปลอดภัย จะให้บริการตลอดเวลา แต่แบ่งเป็น 2 กะ

-พนักงานรักษาความสะอาด ให้บริการตั้งแต่เวลา 08.00 – 23.00 น.

-พนักงานต้อนรับและประชาสัมพันธ์ ให้บริการตั้งแต่เวลา 08.00 – 20.30 น.

-พนักงานให้บริการในส่วนห้องสมุดและนิทรรศการ ให้บริการตั้งแต่เวลา 08.30 – 20.30 น.

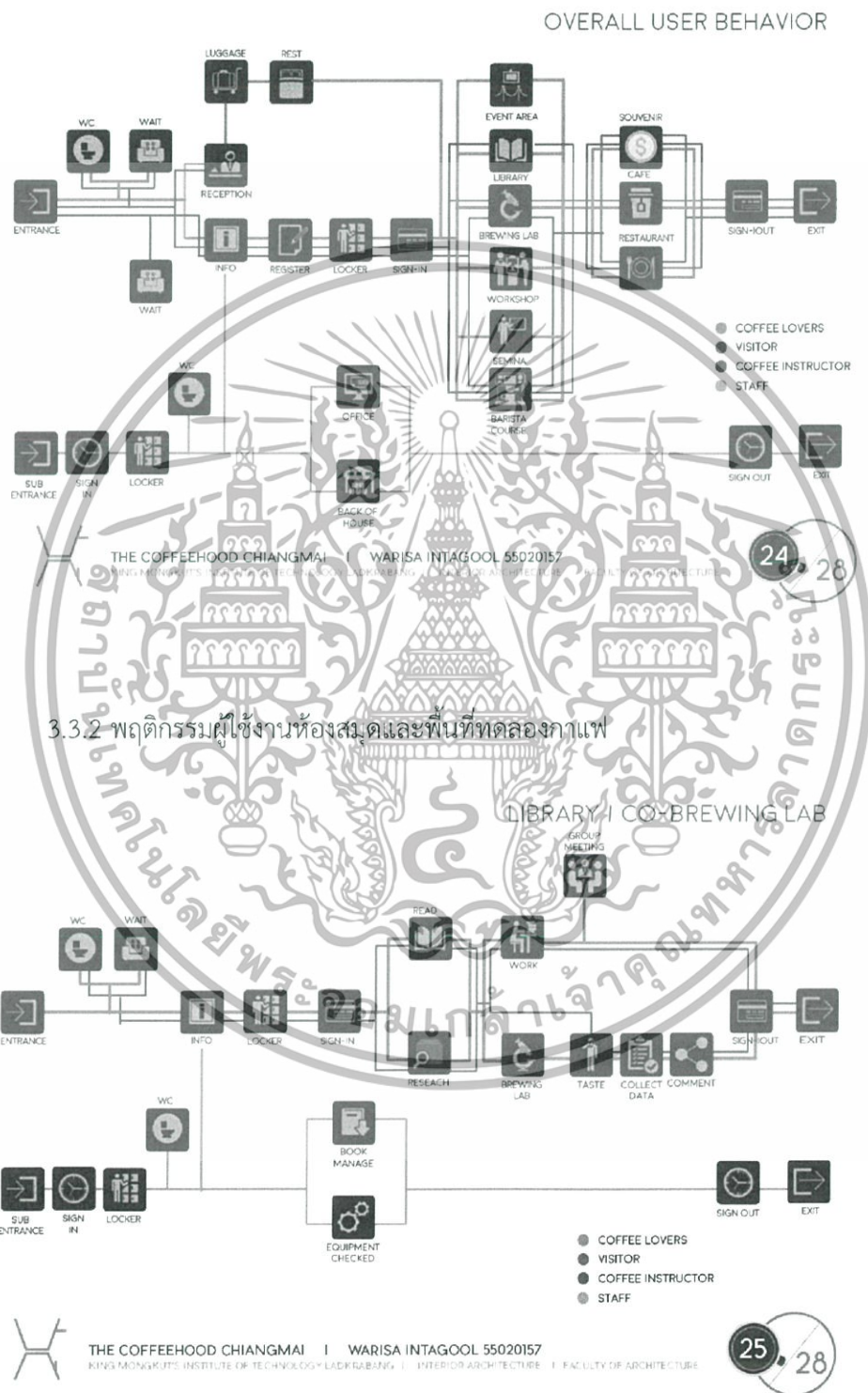
-พนักงานให้บริการด้านการออกแบบ ให้บริการตั้งแต่เวลา 08.00 – 20.30 น.



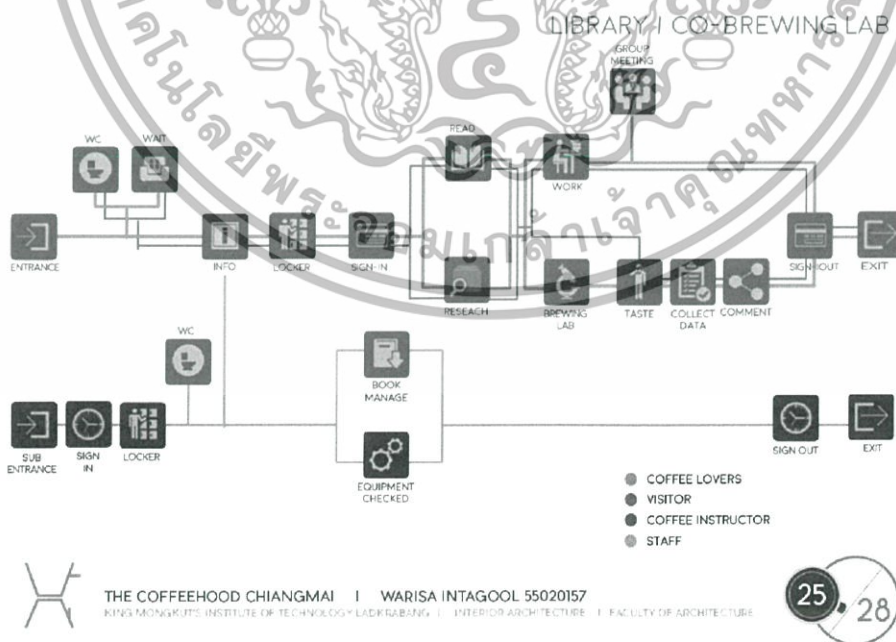
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 พฤติกรรมผู้ใช้งานในโครงการ User behavior

3.3.1 พฤติกรรมผู้ใช้งานทั้งหมด



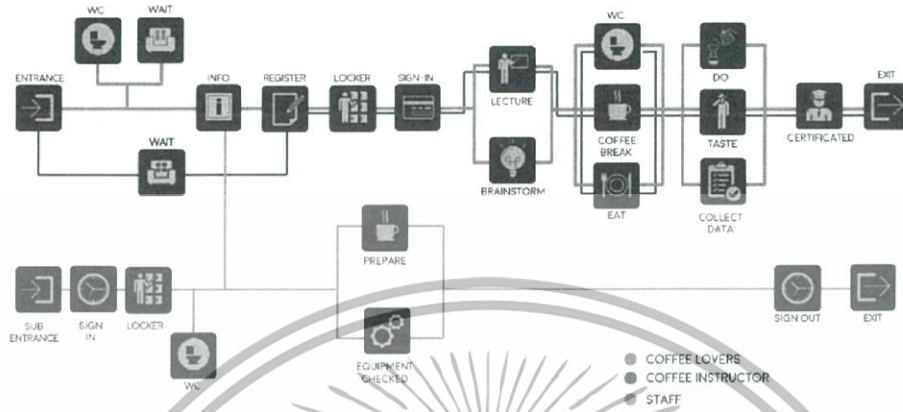
3.3.2 พฤติกรรมผู้ใช้งานห้องสมุดและพื้นที่ทดลองกาแฟ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

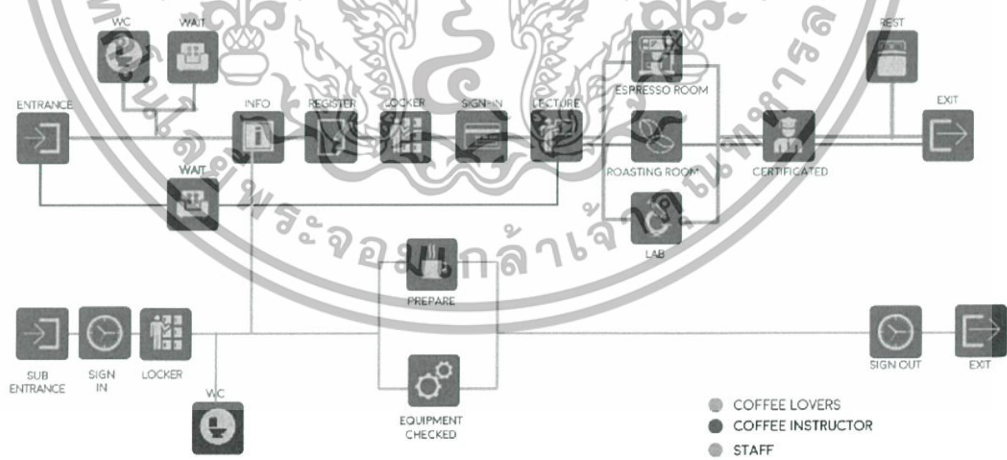
3.3.3 พฤติกรรมผู้ใช้งานห้องเวิร์คชอปและสัมมนา

WORKSHOP / SEMINA



3.3.4 พฤติกรรมผู้ใช้งานห้องเรียนทำกาแฟ

COFFEE COURSE

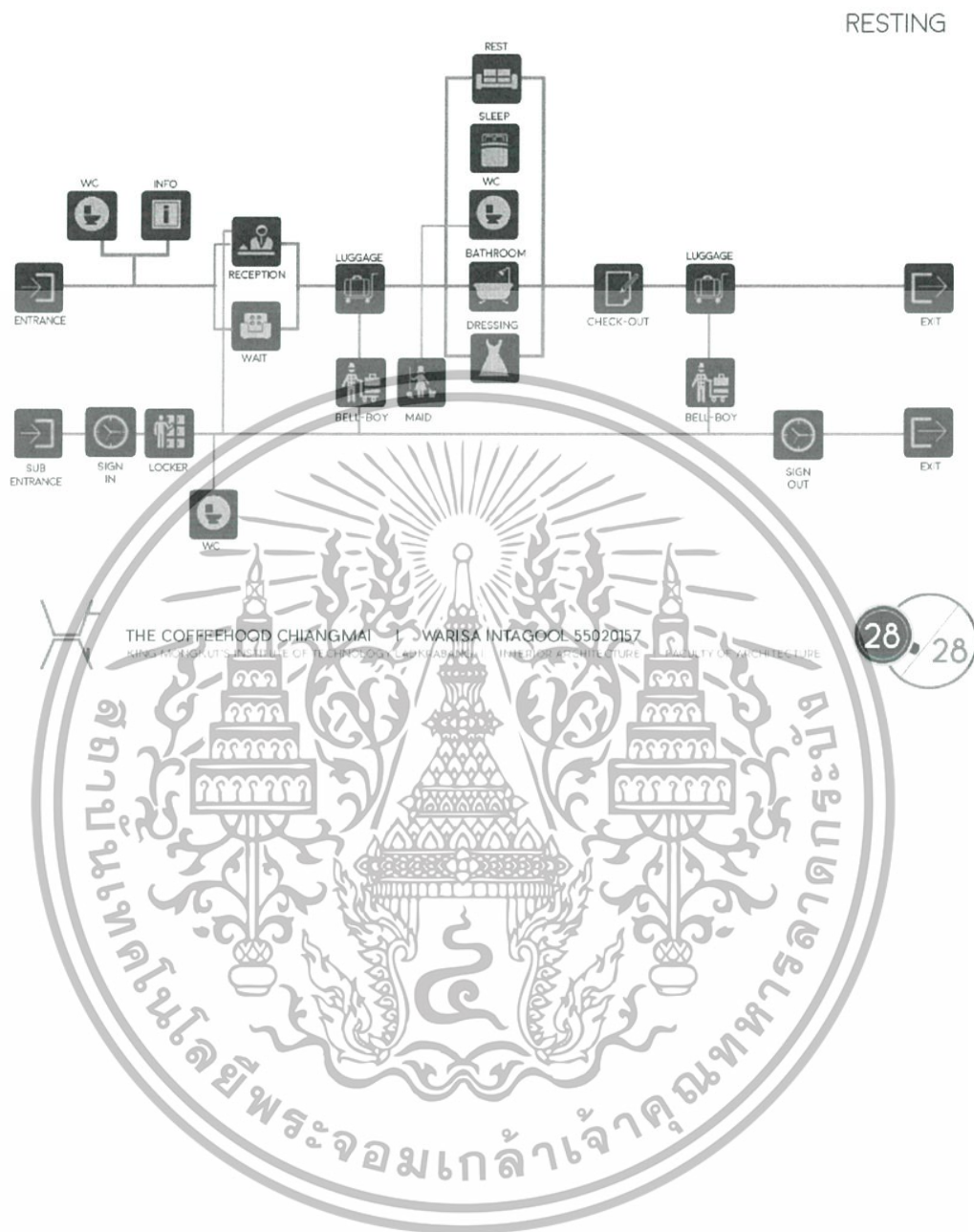


THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.5 พฤติกรรมผู้ใช้งานโรงแรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

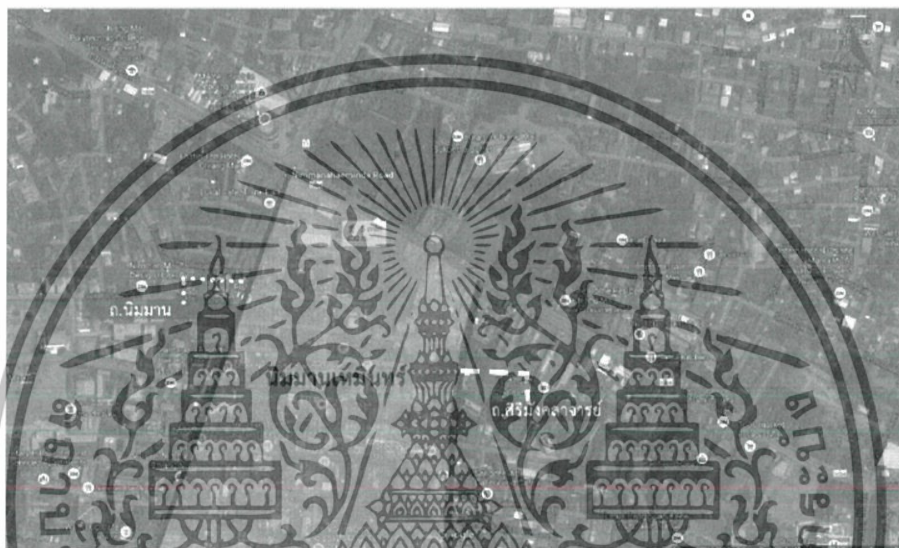
บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ

4.1. การวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร

4.1.1 ลักษณะที่ตั้งของโครงการ

พื้นที่ว่างบน ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200



พิกัดที่ตั้งโครงการ : 18.794140,98.964324

ขนาดพื้นที่โครงการทั้งหมด : ประมาณ 7,479.35 m²

ระยะห่างจาก ถ.นิมมานเหมินท์ : 400 m (เดิน 5 นาที)

วิเคราะห์พื้นที่ : เป็นพื้นที่ที่เดินทางสะดวกเพราะอยู่ฝั่งตรงข้ามของ ถ.ศิริมั่งคณาจารย์ ที่เป็นถนนเชื่อมต่อกับเส้นนิมมานเหมินท์ มีผู้คนพลุกพล่าน เข้าถึงง่าย

อาณาเขต : ทิศเหนือ - บ้านพักอาศัย

ทิศใต้ - อาคารพาณิชย์และทางเข้า ถ.ศิริมั่งคณาจารย์

ทิศตะวันออก - พื้นที่ส่วนบุคคล

ทิศตะวันตก - คอนโดมิเนียม ฮิลไซด์

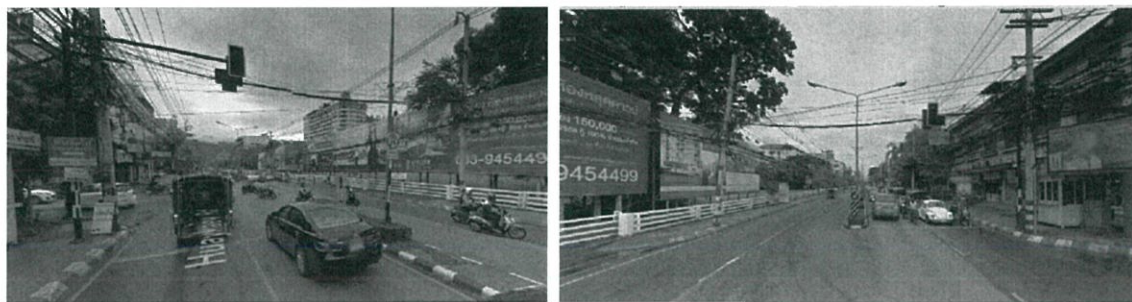
การเข้าถึงโครงการ :

1. รถประจำทาง – รถแดงประจำทาง

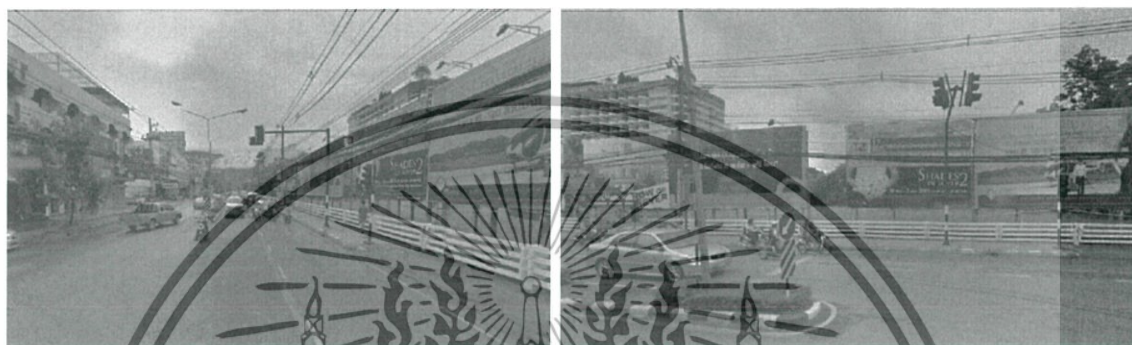
2. รถยนต์ส่วนตัว – เข้าจาก ถนน ห้วยแก้ว

4.1.2 สภาพแวดล้อมโดยรอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปแสดงการเข้าถึงจาก ถ.ห้วยแก้ว



รูปแสดงการเข้าถึงจาก ถ.ห้วยแก้ว

อาณาเขตของที่ตั้ง

- ทิศเหนือ - บ้านพักอาศัย
- ทิศใต้ - อาคารพาณิชย์และทางเข้า ถ.ศิริมงคลจารย์
- ทิศตะวันออก - พื้นที่ส่วนบุคคล
- ทิศตะวันตก - คอนโดมิเนียม ฮิลไซด์

SITE LOCATION & SURROUNDING
12 HUAIKEAW RD. SUTHEP, CHIANGMAI CITY, CHIANGMAI 50200

SURROUNDING



ACCESS CHANGMAI



ACCESS TO SITE



- 400 M TO SIRIMANKALAJARN (WALK ABOUT 5 MINS)
- 600 M TO NIMMANHAEMIN RD (WALK ABOUT 8 MINS)



THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SITE ANALYSIS

12 HUAIKEAW RD SUTHEP, CHIANGMAI CITY, CHIANGMAI 50200



4.1.3 วิเคราะห์อาคาร SEENSACE THONGLHOR

BUILDING ANALYSIS SEENSACE THONGLHOR

ลักษณะอาคาร

โครงสร้างเหล็ก จำนวน 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 2,700 ตร.ม.
 เป็นระบบ Post Tension เป็นรูปทรงกลางเป็น court
 วางผังอาคารสองฝั่ง เชื่อมกันด้วยบันไดที่วางเหลื่อมกัน มีพื้นที่จอดรถ 42 คัน



พื้นที่อาคาร : ประมาณ 2643 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

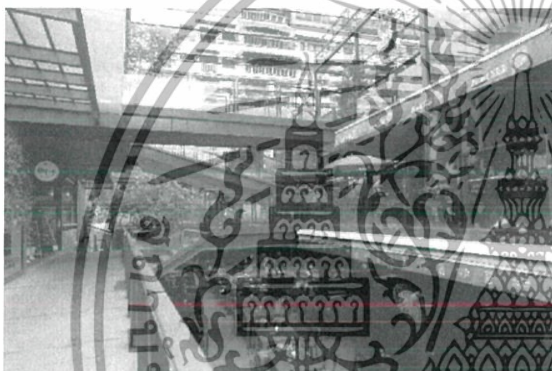
สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร : เป็นอาคารสมัยใหม่ วัสดุหลักเป็นคอนกรีต จุดเด่นคือลักษณะตัวอาคารที่เป็นสองฝั่งโอบล้อมพื้นที่กิจกรรมตรงกลาง มีการเล่นจังหวะการพาดบังแดด ทำให้เกิดสเปซที่สวยงาม



รูปแสดงลักษณะทางเข้าอาคาร



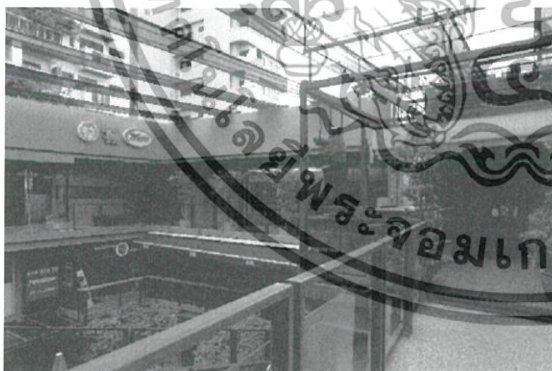
รูปแสดงลักษณะ court ของอาคาร



รูปแสดงพื้นที่ชั้นสองของอาคาร



รูปแสดงการเชื่อมต่อพื้นที่อาคาร



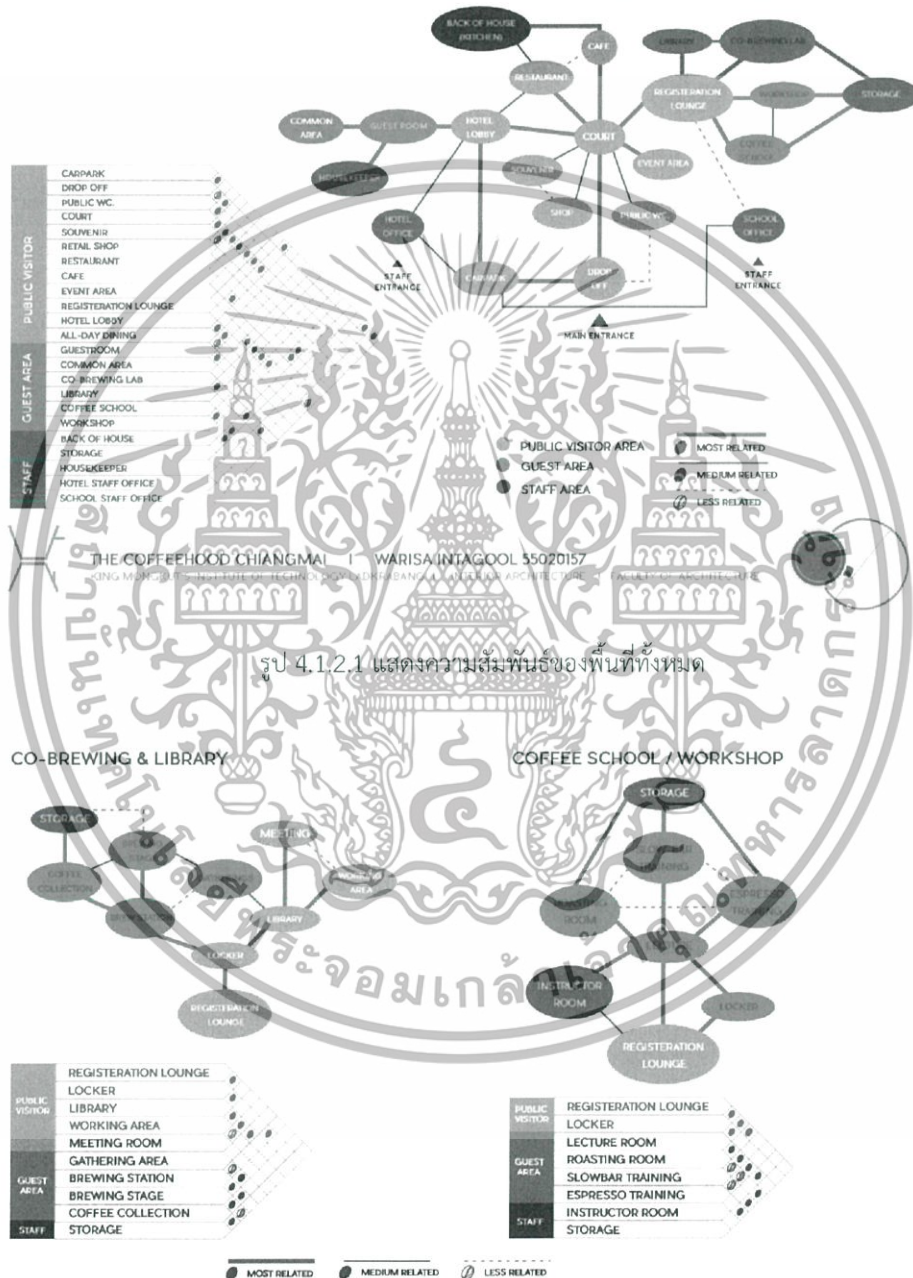
รูปแสดงการเชื่อมต่อพื้นที่ชั้นสามของอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่

วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ (Relation Metrix) และ ค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง (Bubble Diagram)

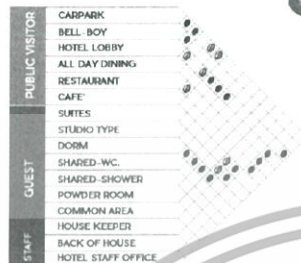
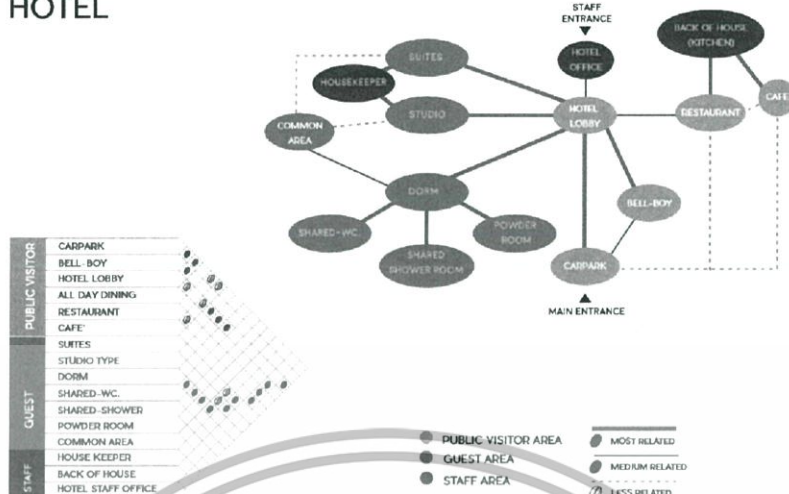
OVER ALL



รูป 4.1.2.2 แสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ Co-brewing lab, library , coffee school

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

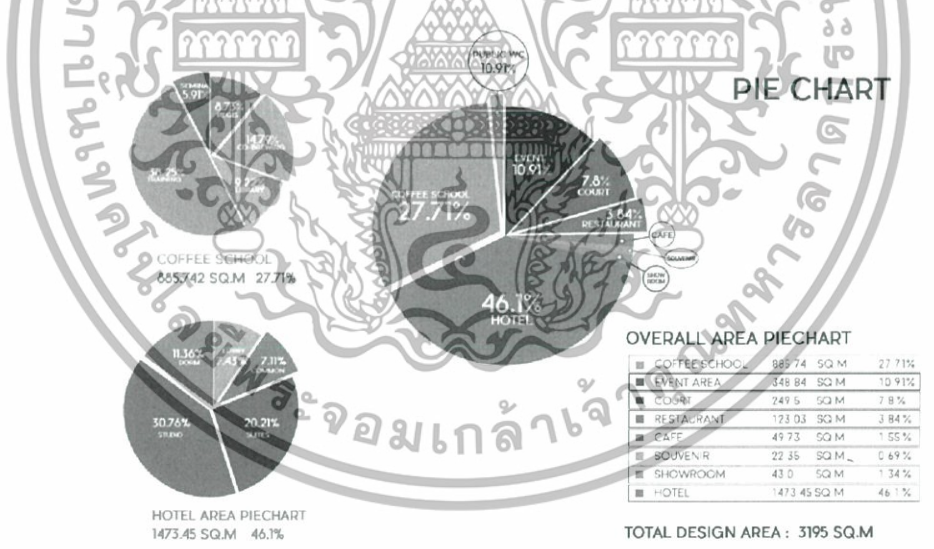
HOTEL



THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE

รูป 4.1.2.2 แสดงความสัมพันธ์ของพื้นที่ส่วนต่าง

4.1.3 แผนภาพความสัมพันธ์ของพื้นที่แบบวงกลม



THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
 KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 ตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ

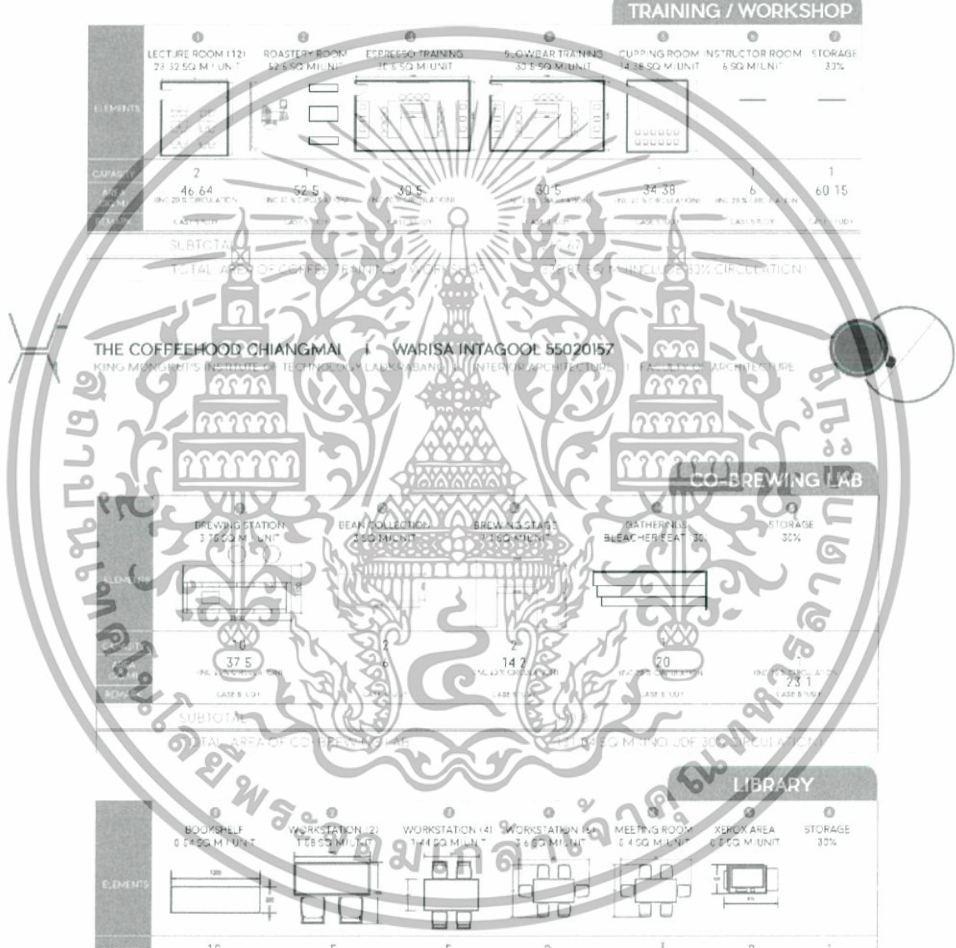
4.1.4.1 ตารางสรุปพื้นที่ส่วนโรงเรียน

REGISTRATION LOUNGE (16)						
ELEMENTS	FRONT RECEPTION 3.75 SQ. M. UNIT	LOCKER 2.12 SQ. M.	GROUP SEAT (2) 2.12 SQ. M.	GROUP SEAT (4) 4.88 SQ. M.	MEN WC 14.95 SQ. M.	WOMEN WC 14.2 SQ. M.
CAPACITY	1	3	4	2	1	1
AREA (SQ.M)	4.5 (INC. 0.75% CIRCULATION)	7.632 (INC. 32.5% CIRCULATION)	8.48	9.76	14.95 (INC. 12.5% CIRCULATION)	14.2 (INC. 12.5% CIRCULATION)
REMARK	LAB 5.10.21	HR. MAKEUP AREA 1.1	HR. MAKEUP AREA 1.1	HUMAN DIMENSION	GATE 5.10.1	GATE 5.10.1
SUBTOTAL	77.34 SQ. M. (INCLUDE 30% CIRCULATION)					

TRAINING / WORKSHOP						
ELEMENTS	LECTURE ROOM (12) 24.32 SQ. M. UNIT	ROASTER ROOM 52.5 SQ. M. UNIT	ESPRESSO TRAINING 11.6 SQ. M. UNIT	6.0. GEAR TRAINING 32.9 SQ. M. UNIT	CUPPING ROOM 14.38 SQ. M. UNIT	INSTRUCTOR ROOM 6.9 SQ. M. UNIT
CAPACITY	2	2	1	1	1	1
AREA (SQ.M)	46.64 (INC. 20% CIRCULATION)	52.5	30.5	30.5	34.38 (INC. 20% CIRCULATION)	6
REMARK	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1
SUBTOTAL	203.52 SQ. M. (INCLUDE 30% CIRCULATION)					

CO-BREWING LAB						
ELEMENTS	BREWING STATION 3.75 SQ. M. UNIT	BEAN COLLECTION 1.42 SQ. M. UNIT	BREWING STATION 14.2 SQ. M. UNIT	BATHROOM BLEACH-DECK 2.0	STORAGE 30%	
CAPACITY	10	2	2	2	1	
AREA (SQ.M)	37.5 (INC. 20% CIRCULATION)	2.84	14.2	20 (INC. 20% CIRCULATION)	23.1 (INC. 20% CIRCULATION)	
REMARK	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1	LAB 5.10.1	
SUBTOTAL	77.54 SQ. M. (INCLUDE 30% CIRCULATION)					

LIBRARY						
ELEMENTS	BOOKSHELF 0.14 SQ. M. UNIT	WORKSTATION (2) 1.78 SQ. M. UNIT	WORKSTATION (4) 1.78 SQ. M. UNIT	WORKSTATION (4) 1.78 SQ. M. UNIT	MEETING ROOM 6.45 SQ. M. UNIT	REPAIR AREA 6.65 SQ. M. UNIT
CAPACITY	10	5	5	2	3	2
AREA (SQ.M)	5.4 (INC. 20% CIRCULATION)	7.9	7.2	7.2	19.44 (INC. 20% CIRCULATION)	12.6 (INC. 20% CIRCULATION)
REMARK	HR. MAKEUP AREA 1.1	HR. MAKEUP AREA 1.1	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	LIBRARY ARCHITECT. DATA	HUMAN DIMENSION
SUBTOTAL	62.84					
TOTAL AREA OF LIBRARY	62.84 SQ. M. (INCLUDE 30% CIRCULATION)					



THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRBANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4.2 ตารางสรุปพื้นที่ส่วนที่พัก

HOTEL LOBBY & WAITING AREA (15)							
ELEMENTS	FRONT DESK 5.5 SQ M / UNIT	BELBOY AREA 1.44 SQ M	FRONT OFFICE 30 SQ M	GR.CJ.P SEAT (2) 2.12 SQ M	GROUP SEAT (4) 4.88 SQ M	MEN WC 14.95 SQ M	WOMEN WC 14.2 SQ M
CAPACITY	1	1	1	4	2	1	1
AREA (SQ.M)	5.5	1.44	30	8.48	9.76	14.95	14.2
REMARK	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	CABINETS	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	CABINETS	CABINETS
SUBTOTAL					84.33 SQ M		
TOTAL HOTEL LOBBY & WAITING AREA					109.67 SQ M (INCLUDE 33 CIRCULATION)		

COMMON AREA								
ELEMENTS	LEISURE TIME				KITCHEN & DINING AREA (22)			
	GR.CJ.P SEAT (2) 3.9 SQ M	GROUP SEAT (4) 9.76 SQ M	BEANBAG (4) 2.8 SQ M	GAME AREA 7.42 SQ M	SHARED KITCHEN 5.6 SQ M / UNIT	COFFEE BAR 6.72 SQ M	GROUP SEAT (4) 3.42 SQ M	GROUP SEAT A 5.4 SQ M
CAPACITY	1	1	1	1	1	1	2	1
AREA (SQ.M)	3.9	9.76	2.8	7.42	5.6	6.72	6.84	5.4
REMARK	CABINETS	CABINETS	CABINETS	CABINETS	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION
SUBTOTAL					82.65 SQ M			
TOTAL HOTEL COMMON AREA					124.02 SQ M (INCLUDE 33 CIRCULATION)			

SUITES TYPE (5)							
ELEMENTS	SLEEPING AREA 7.9 SQ M / UNIT	LUGGAGE AREA 0.6 SQ M	WORKING AREA 2.88 SQ M	LIVING AREA 11.27 SQ M	DAYBED 1.52 SQ M	BATHROOM & CLOSET 13.95 SQ M	BALCONY 6.0 SQ M
CAPACITY	1	1	1	1	1	1	1
AREA (SQ.M)	8.0	0.6	2.88	11.27	1.52	13.95	6.0
REMARK	HUMAN DIMENSION	CABINETS	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	CABINETS
SUBTOTAL					56.56 (INCLUDE 30% CIRCULATION)		
TOTAL 5 ROOMS OF SUITES TYPE					292.85 SQ M		

STUDIO TYPE (12)							
ELEMENTS	SLEEPING AREA 11.34 SQ M / UNIT	LUGGAGE AREA 0.6 SQ M	SEATING (2) 1.95 SQ M	WORKING AREA 2.88 SQ M	CLOSET 0.9 SQ M	BATHROOM 8.6 SQ M	BALCONY 3.9 SQ M
CAPACITY	1	1	1	1	1	1	1
AREA (SQ.M)	11.34	0.6	1.95	1.52	0.9	8.6	3.9
REMARK	HUMAN DIMENSION	CABINETS	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	HUMAN DIMENSION	CABINETS
SUBTOTAL					36.28 (INCLUDE 30% CIRCULATION)		
TOTAL 12 ROOMS OF STUDIO TYPE					435.36 SQ M		



THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DORM TYPE (8)		
ELEMENTS	DORM ROOM 14 BEDS / 4 LOCKERS 88 SQ M UNIT	SHARED BATHROOM 4 W.C. / 4 SHOWERS 22.15 SQ M UNIT
CAPACITY	1	2
AREA (SQ M)	9.9 BY 10.1 M (L x W)	44.3 BY 11.5 M (L x W)
REMARK	LAB 1.00	CLOSET
TOTAL 8 DORM AREA		79.2 SQ M
TOTAL 2 SHARED BATHROOM		88.6 SQ M
TOTAL AREA		167.8 SQ M

HOTEL SUMMARY	
FUNCTION	AREA
HOTEL LOBBY & WAITING AREA	139.62
COMMON AREA	104.85
SUITE	297.8
STUDIO	435.36
DORM	167.8
SUB-TOTAL	1135.43
TOTAL HOTEL AREA	1450.09

THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRBANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE

4.1.4.3 ตารางสรุปพื้นที่ส่วนกลาง

RESTAURANT (80)	
SEATING	80
AREA (SQ M)	18.68
REMARK	LAB 1.00
SUB-TOTAL	18.68
TOTAL AREA OF RESTAURANT	18.68 (INCLUDE 30% CIRCULATION)

CAFFE (30)	
COFFEE BAR	1
ESPRESSO BAR	1
CHEERY	1
TABLE	5
SOFT SEAT 14	5
GROUP SEAT 1	1
SERVICE STATION	1
STORAGE	1
AREA (SQ M)	3.5
REMARK	LAB 1.00
SUB-TOTAL	38.26 SQ M
TOTAL AREA OF CAFF	49.73 SQ M (INCLUDE 30% CIRCULATION)

THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRBANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SOUVENIR SHOP					
ELEMENTS	① SHELF 1.8 SQ M / UNIT	② ISLAND 2.5 SQ M / UNIT	③ CASHIER COUNTER 3.3 SQ M / UNIT	④ WINDOW DISPLAY 10% OF AREA	⑤ STORAGE 20% OF AREA
CAPACITY	2	3	1	1	1
AREA (SQ.M)	3.6	6	3.3	1.3	3
REMARK	NEUTRAL ARCHITECT. DATA	NEUTRAL ARCHITECT. DATA	CABLE LUY	CABLE LUY	CABLE LUY
SUB-TOTAL				17.2	
TOTAL AREA OF RESTAURANT				22.35 (INCLUDE 30% CIRCULATION)	

COFFEE SHOWROOM						
ELEMENTS	① ISLAND 2.5 SQ M / UNIT	② SHELF 1.8 SQ M / UNIT	③ CASHIER COUNTER 3.8 SQ M / UNIT	④ GROUP SEAT 3.42 SQ M / UNIT	⑤ WINDOW DISPLAY 10% OF AREA	⑥ STORAGE 20% OF AREA
CAPACITY	5	2	1	2	1	1
AREA (SQ.M)	12.5	3.6	3.8	6.84	2.3	7.638
REMARK	NEUTRAL ARCHITECT. DATA	NEUTRAL ARCHITECT. DATA	NEUTRAL ARCHITECT. DATA	NEUTRAL ARCHITECT. DATA	NEUTRAL ARCHITECT. DATA	NEUTRAL ARCHITECT. DATA
SUB-TOTAL				33.508		
TOTAL AREA OF CAFE				43.858 (INCLUDE 30% CIRCULATION)		

THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOL 55020157
 KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE

EVENT AREA							
ELEMENTS	TYPE A 1.5 SQ M / UNIT	TYPE B 2.5 SQ M / UNIT	TYPE C 3.5 SQ M / UNIT	TYPE D 4.5 SQ M / UNIT	SEATING (14) 1.4 SQ M / UNIT	SEATING (12) 1.2 SQ M / UNIT	TEMPORARY 6.25 SQ M / UNIT
CAPACITY	1	3	4	4	10	8	40
AREA (SQ.M)	1.5	7.5	14	18	14	12	250
REMARK	CABLE LUY	CABLE LUY	CABLE LUY	CABLE LUY	CABLE LUY	CABLE LUY	CABLE LUY
SUB-TOTAL				298.84			
TOTAL AREA OF EVENT AREA				342.69 (INCLUDE 30% CIRCULATION)			

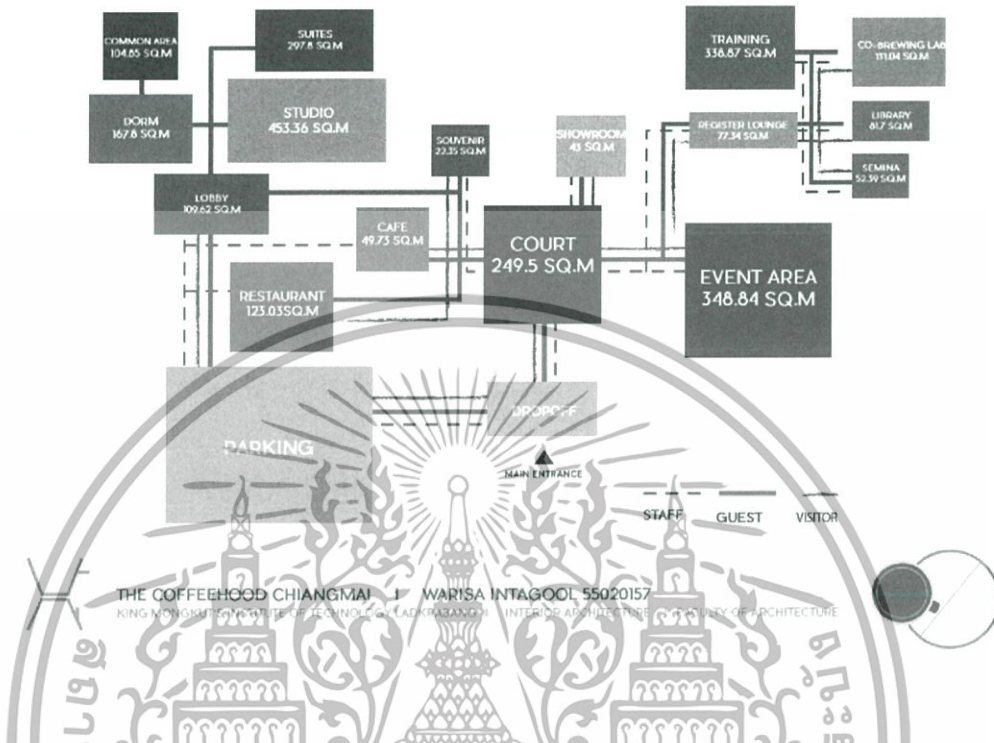
COURT		PUBLIC WC.	
ELEMENTS	STREET FURNITURE 2.5 SQ M / UNIT	ELEMENTS	PUBLIC WC 46.9 SQ M / UNIT
CAPACITY	10	CAPACITY	1
AREA (SQ.M)	25.5	AREA (SQ.M)	46.9
REMARK	CABLE LUY	REMARK	KINGMAIC
SUB-TOTAL		SUB-TOTAL	
19.92 SQ M		46.9 SQ M	
TOTAL AREA OF COURT		TOTAL AREA OF PARKING	
249.5 SQ M (INCLUDE 30% CIRCULATION)		60.97 SQ M (INCLUDE 30% CIRCULATION)	

THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOL 55020157
 KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE

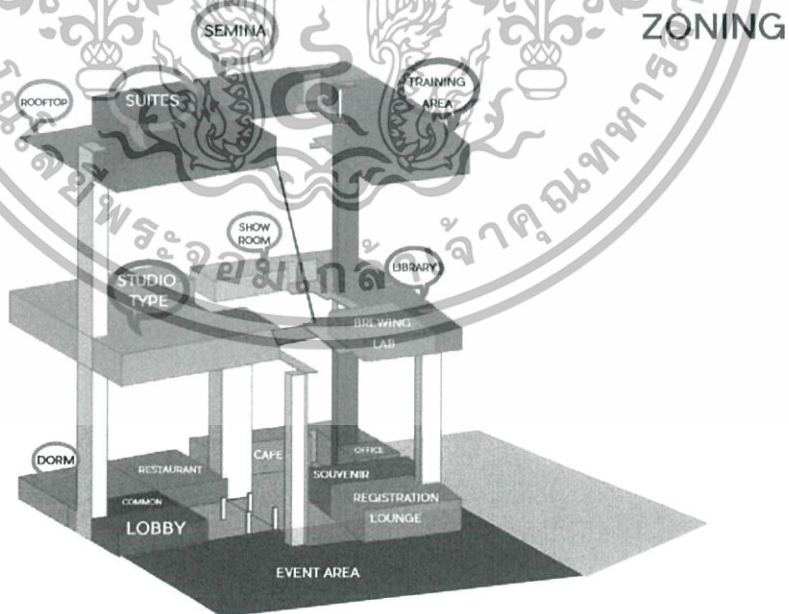
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.5 การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่ และทางสัญจร (Functional Diagram)

FUNCTIONAL DIAGRAM



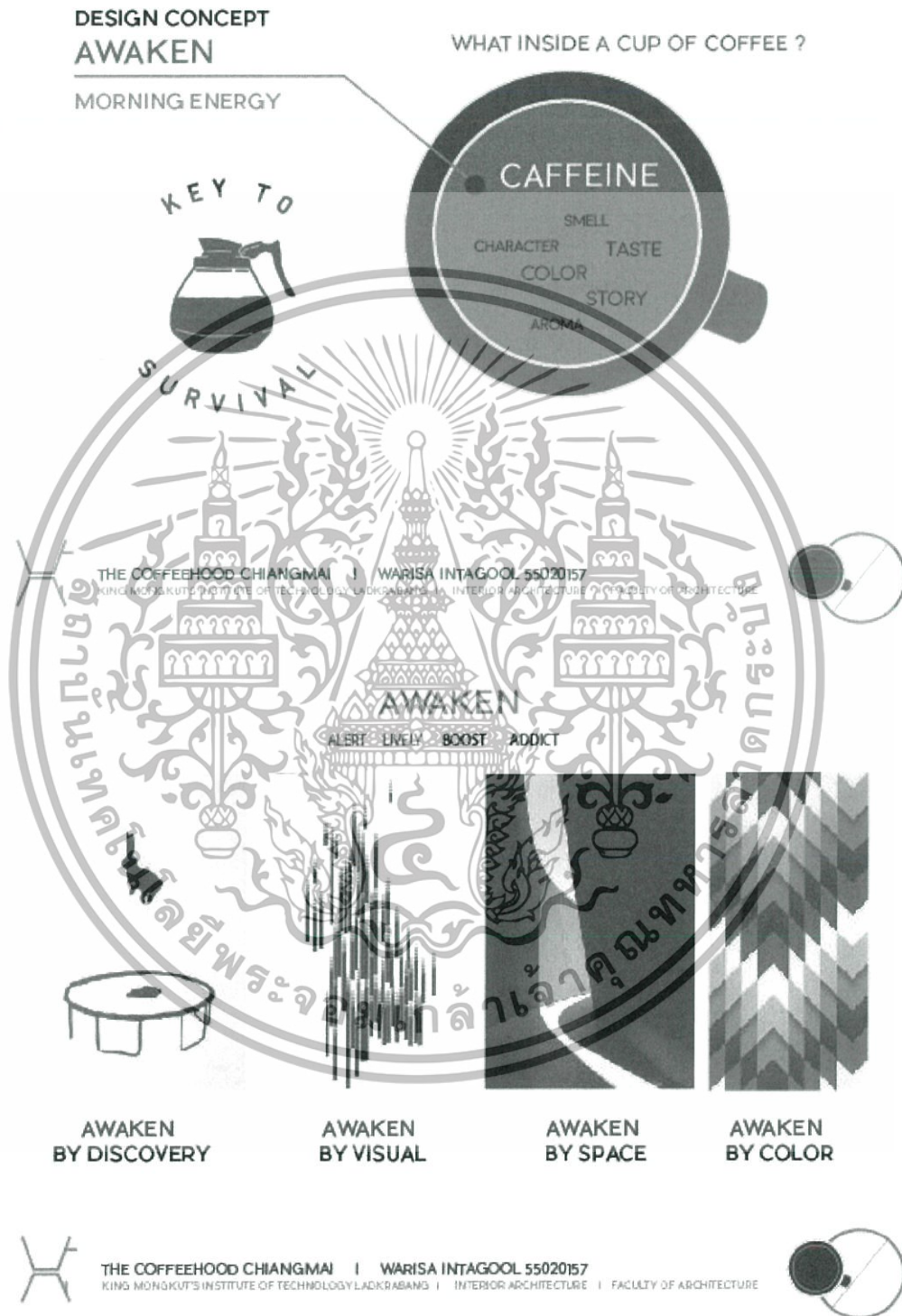
4.1.6 การวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่สัมพันธ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

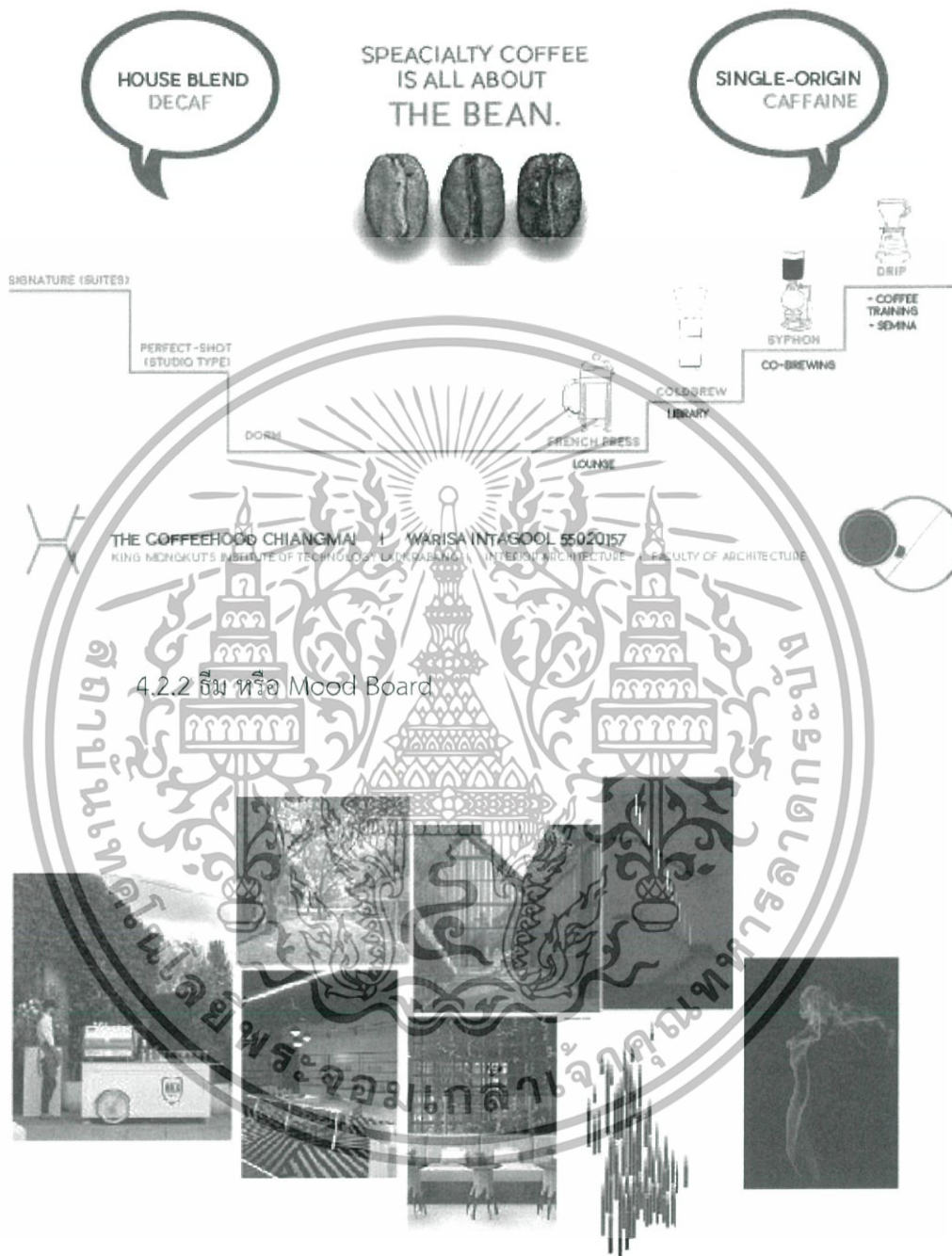
4.2 แนวความคิดในการออกแบบ

4.2.1 แนวความคิดในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CONCEPT DEVELOPMENT
AWAKEN BY DIFFERENCE METHODS



THE COFFEEHOOD CHIANGMAI | WARISA INTAGOOOL 55020157
KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG | INTERIOR ARCHITECTURE | FACULTY OF ARCHITECTURE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

5.1.ผังบริเวณของโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 ผังเพอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการ



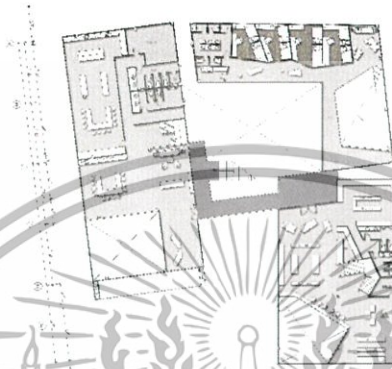
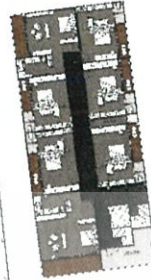
ผังเพอร์นิเจอร์ชั้น 1 ของอาคาร

ผังเพอร์นิเจอร์ชั้น 2 ของอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชั้นเพอร์นิเจอร์ชั้น 3 ของอาคาร



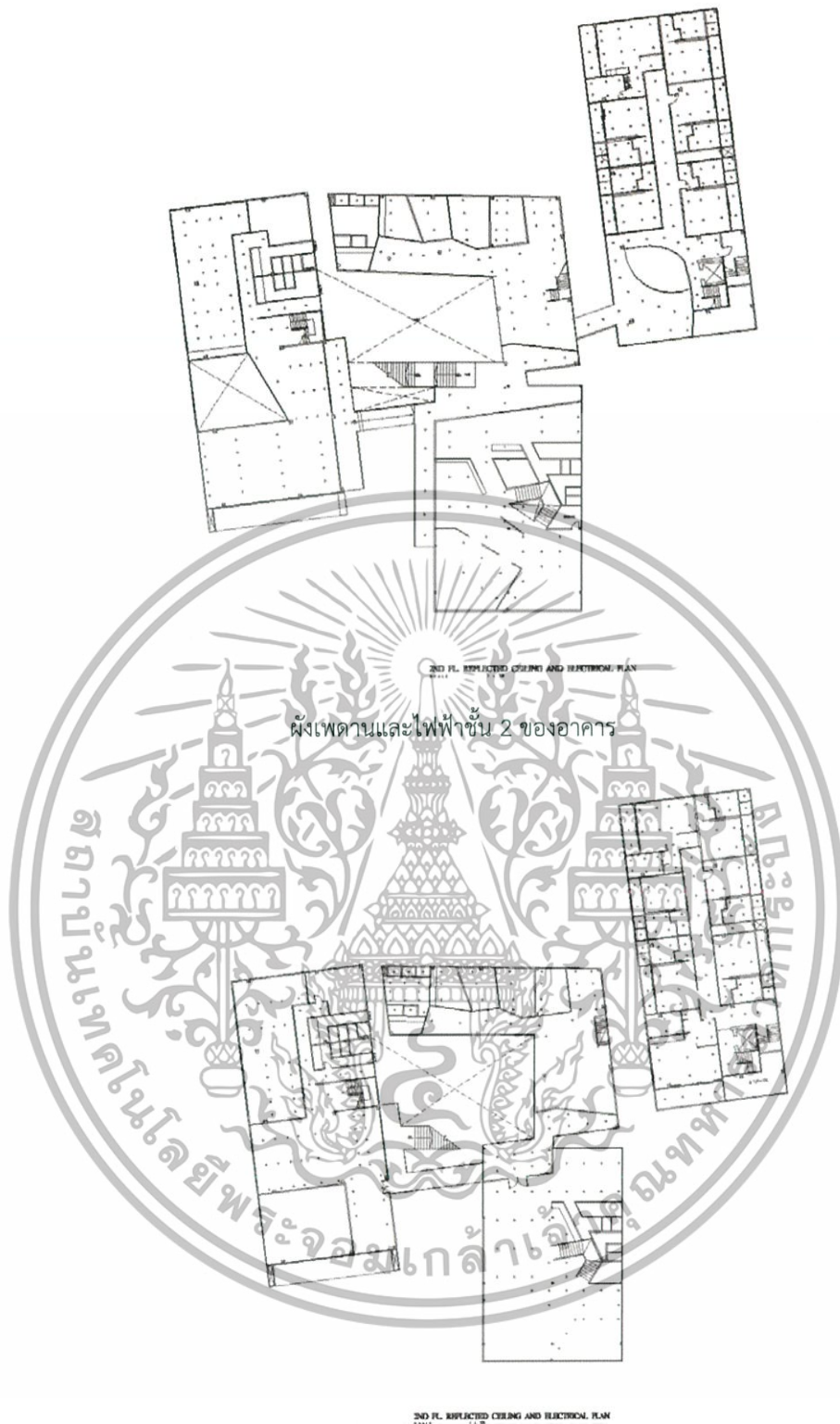
ผังเพอร์นิเจอร์ชั้น 3 ของอาคาร

5.3 ผังเพดานและไฟฟ้าของอาคารโครงการ



ผังเพดานและไฟฟ้าชั้น 1 ของอาคาร

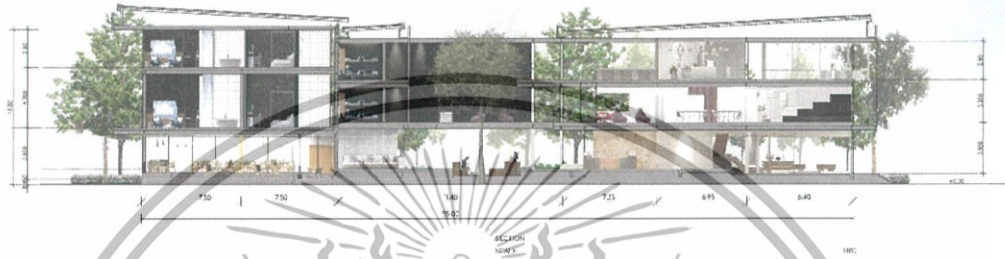
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผังเพดานและไฟฟ้าชั้น 3 ของอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 รูปตัดของอาคารโครงการ



5.5 ภาพทัศนียภาพภายในโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



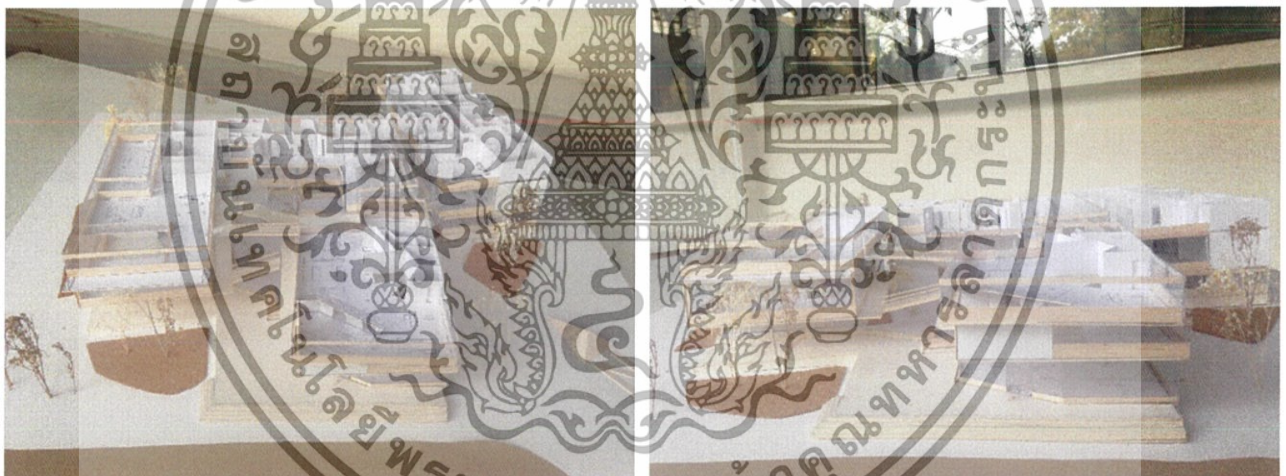
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



5.6 ทุ่งจำลอง



ทุ่งจำลองแสดงการเชื่อมต่อพื้นที่ภายนอกและภายในของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

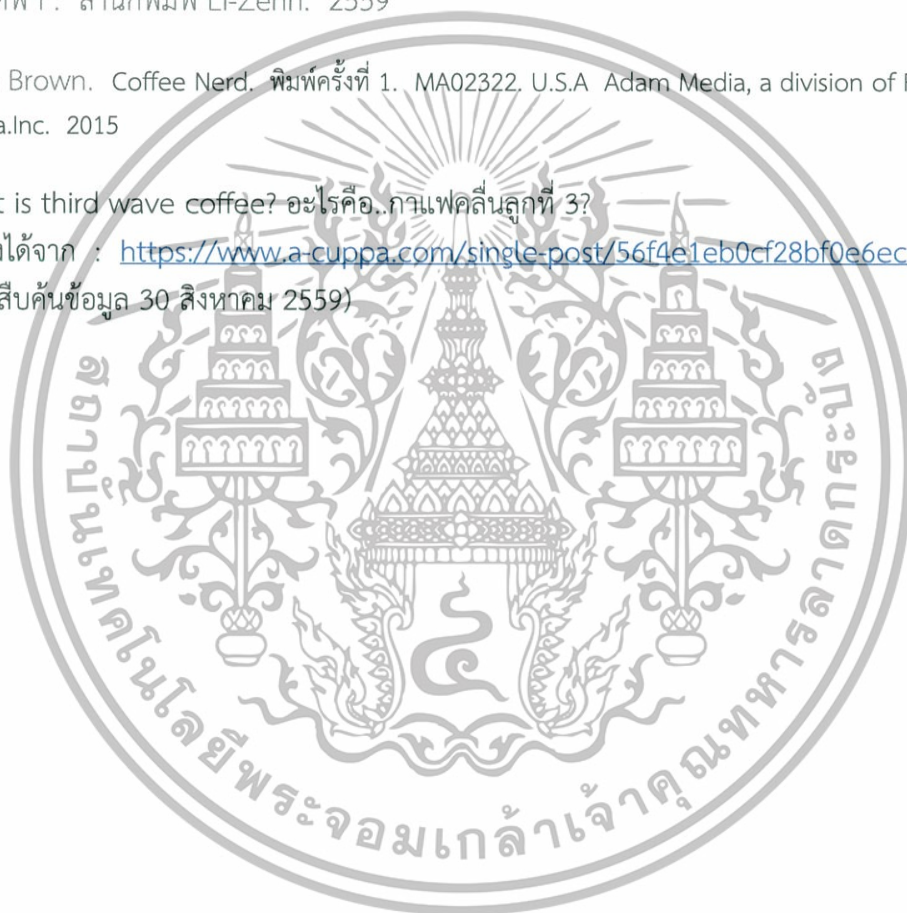
ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC). Made in Chiangmai. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศูนย์
สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC). 2544.

อานนท์ ธิติประเสริฐ,พณพล ธีรวงศธร. Ristr8to Story. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : มะลิ, หจก. สนพ.
2557.

Nithi Sthapitanonda. Resorts by Thai Architects (Peaceful Retreat). พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Li-Zenn. 2559

Ruth Brown. Coffee Nerd. พิมพ์ครั้งที่ 1. MA02322. U.S.A Adam Media, a division of F+W
Media.Inc. 2015

What is third wave coffee? อะไรคือ..กาแฟคลื่นลูกที่ 3?
เข้าถึงได้จาก : <https://www.a-cuppa.com/single-post/56f4e1eb0cf28bf0e6ec516f>
(วันที่สืบค้นข้อมูล 30 สิงหาคม 2559)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้