

วิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ  
ศูนย์การเรียนรู้แฟชั่นและไลฟ์สไตล์กรุงเทพมหานคร

แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

( THAILAND FASHION AND LIFESTYLE CENTER : BANGKOK )



นายธีรเมธ แสงจันทร์ รหัสนักศึกษา 57020125

MR.TEERAMATE SANGCHAN ID 57020125

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6000011111

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังอนุมัติ  
ให้รับวิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต  
(สถาปัตยกรรมภายใน)

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อันธิกา สวัสดิ์ศรี)

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

รศ.ทรงชม จุลาสัย

อ.ดร.ฐิติพรรณ เกินสม

ผศ.ชาติ มธูการ

ประธาน

กรรมการ

เลขานุการกลุ่ม

กรรมการและเลขานุการกลุ่ม

.....ดร.ฐิติพรรณ เกินสม.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(อ.ดร.ฐิติพรรณ เกินสม)

	สถาปัตยกรรมภายใน
	รับวันที่.....
	เวลา.....
	ชื่อผู้รับ..... 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## หัวข้อวิทยานิพนธ์

**หัวข้อวิทยานิพนธ์** ศูนย์การเรียนรู้แฟชั่นไทยและไลฟ์สไตล์กรุงเทพมหานคร  
( Thailand Fashion And Lifestyle Center : Bangkok )

**ประเภทโครงการ** โครงการเสนอแนะ

**ชื่อ** นายธีรเมธ แสงจันทร์  
Mr.Teeramate Sangchan

**รหัส** 57020125

**สาขาวิชา** สถาปัตยกรรมภายใน

**คณะ** สถาปัตยกรรมศาสตร์

**ปีการศึกษา** 2561

**ที่อยู่** 82/38 หมู่ที่ 1 ตำบลท่าทองกลาง อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา 24110

**โทรศัพท์** 092-2682642

**E-mail** [breyfuss@gmail.com](mailto:breyfuss@gmail.com)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อ.ดร. จูดีพรรณ เกินสม

## บทคัดย่อ

ในยุคปัจจุบันศิลปะและแฟชั่นนั้นส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์มากยิ่งขึ้น ซึ่งในประเทศไทยนั้นมีความพร้อมในการที่จะเป็นผู้นำในด้านแฟชั่น ทั้งด้านวัสดุ ความคิด บุคลากร ที่มีศักยภาพในการพัฒนาแฟชั่น โครงการ FLUS จัดทำขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาในส่วนที่บกพร่องและเติมเต็มช่องว่างของประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยนั้นมีศักยภาพเพียงพอในการที่จะผลักดันให้เกิดเป็นเมืองแฟชั่น โครงการนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะเป็นสถานที่ที่เป็นจุดหมายสำคัญที่จะรวบรวมคนที่มีวิสัยทัศน์ โลฟี่สไตล์เดียวกันเข้ามาทำกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทำงาน และสร้างเป็นกลุ่มคนที่สามารถที่จะผลักดันประเทศไทยในด้านของแฟชั่นได้ ซึ่งภายในโครงการประกอบด้วยพื้นที่ให้ความรู้ อย่าง นิทรรศการ เวิร์คช็อป และห้องสมุด พื้นที่ปฏิบัติงานเช่น co-working และแฟชั่นฮอลล์ ซึ่งสามารถจัดแสดงงานและเรียนรู้ไปกับงานจริง และพื้นที่รองรับอื่นๆเช่น คาเฟ่ สวน ร้านอาหาร ร้านค้า และลานอีเวนท์

## วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นสถานที่ให้ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาแฟชั่นไทยสู่ระดับสากล
2. เพื่อเป็นสถานที่ทดลองและปฏิบัติงานให้กับบุคคลที่มีความสนใจด้านแฟชั่น
3. เพื่อเป็นสถานที่จัดแสดงผลงานด้านแฟชั่น
4. เพื่อสร้าง community เครือข่ายระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและบุคคลที่สนใจในด้านแฟชั่น

## แนวทางการออกแบบ

โครงการนี้มีกลุ่มเป้าหมายคือ นักเรียนและนักศึกษาด้านการออกแบบแฟชั่น ซึ่งอยู่ในช่วงมัธยมปลายไปจนถึงมหาวิทยาลัยซึ่งต้องการพื้นที่ในการทดลองปฏิบัติผลงานเรียนพบปะผู้คนที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านแฟชั่น จึงมีการออกแบบโครงการให้มีพื้นที่ที่รองรับการทำงาน สังสรรค์ และพื้นที่ที่สามารถเผยแพร่ความรู้และผลงาน และยังเป็นสถานที่ที่รวบรวมบุคลากรในด้านแฟชั่นเพื่อการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยกลุ่มเป้าหมายรองคือ แฟชั่นดีไซเนอร์ ซึ่งจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญในการที่จะเชื่อมระหว่างสองวัยให้ทำลายช่องว่างนี้ขึ้น และสามารถสานต่อแนวความคิด กระบวนการทำงาน ประสบการณ์ได้ดีมากยิ่งขึ้น

## ผลการวิจัย

### 1. ค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

#### 1.1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

#### 1.2 ศึกษาโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

### 2. ศึกษาข้อมูลความต้องการพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย

### 3. ศึกษาพฤติกรรมและอิตรกำลังของบุคคลที่เกี่ยวข้อง

### 4. ศึกษาสถานที่ตั้งของโครงการและสภาพแวดล้อมโดยรอบ

### 5. ศึกษาองค์ประกอบและแนวทางการออกแบบโครงการ

### 6. ศึกษารูปแบบสถาปัตยกรรมของอาคารที่นำมาใช้ในโครงการ

### 7. ศึกษาแนวทางการออกแบบตามแนวความคิดการออกแบบโครงการ

## สรุปผลการวิจัย

### 1. ทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการมีผลต่อการออกแบบโครงการ

### 2. พฤติกรรมของผู้เข้าใช้โครงการเป็นตัวกำหนดรูปแบบการออกแบบภายในโครงการ

3. การออกแบบตกแต่งภายในและการจัดวางพื้นที่ภายใน ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงที่คำนึงถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของโครงการ โครงสร้างอาคาร งานระบบทางวิศวกรรมต่างๆ ที่ตอบสนองการใช้สอยที่เกิดประโยชน์ให้ได้มากที่สุด ภายใต้ความงามที่มาพร้อมกับการออกแบบที่ทำให้เกิดความประทับใจและดึงดูดผู้ใช้บริการ

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ “โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะศูนย์การเรียนรู้แพชั่นและไลฟ์สไตล์” สำหรับนักเรียนและนักศึกษาด้านการออกแบบแพชั่น สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ทั้งนี้ต้องขอขอบคุณ

- ขอขอบคุณโครงการริช ทาวเวอร์ ในการอนุเคราะห์ให้ใช้ผังอาคารในการทำวิทยานิพนธ์ครับ
  - ขอขอบคุณ.ดร. ฐิติพรรณ เกินสม (อาจารย์ก้อย) อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ช่วยแนะนำ ชี้แนะ คอยสอน และปรับปรุงงานตั้งแต่เริ่มทำโครงการจนงานสำเร็จครับ
  - ขอขอบคุณอาจารย์อ้อ อาจารย์ชาลี อาจารย์ประจำกลุ่มตรวจ ที่คอยติชม คอยแนะนำแนวทางเพื่อพัฒนางานให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
  - ขอขอบคุณน้องและพี่สายรหัส 27 พี่โย พี่ปลา พี่คิว สำหรับคำแนะนำและวัสดุที่พยายามหามาให้น้องมีวัสดุที่คอยถามความคืบหน้าของงานและช่วยงาน น้องใหม่ที่เป็นเหมือนเลขาคู่ที่แบ่งงานได้ทุกอย่าง น้องเมจิที่ช่วยแบ่งงานและสอนงานน้อง และน้องเพชรที่พยายามแบ่งงานจากพี่ๆไป
- ขอบคุณสำหรับกำลังใจในวันจูรีด้วย
- ขอขอบคุณพี่เอกซ์ที่คอยสนับสนุนทุกอย่างตั้งแต่เริ่มทำงาน และเป็นกำลังใจที่คอยผลักดันจนงานสำเร็จได้ด้วยดี
  - ขอขอบคุณพี่ปอน ที่ให้คำแนะนำในแวดวงของแพชั่น
  - ขอขอบคุณเพื่อนๆในกลุ่มที่ปรึกษา นัท และ แนน เป็นที่ปรึกษา กำลังใจ คอยติง แนะนำ และเตือนสติให้เห็นจุดบกพร่อง ข้อดี ข้อเสียในโครงการ
  - ขอขอบคุณเพื่อนๆในรุ่นที่ชื่นชมในตัวตนของเรา ให้กำลังใจทุกครั้งที่มีเริ่มปน
  - ขอขอบคุณพ่อและแม่ที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญที่เป็นแรงสนับสนุนที่ดีมากๆ ที่ช่วยให้สามารถทำงานที่รักได้ตลอดเวลา โดยไม่รู้สึเหนื่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนำ

ในยุคปัจจุบันศิลปะและแฟชั่นนั้นส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์มากยิ่งขึ้น ซึ่งในประเทศไทยนั้นมีความพร้อมในการที่จะเป็นผู้นำในด้านแฟชั่น ทั้งด้านวัสดุ ความคิด บุคลากร ที่มีศักยภาพในการพัฒนาแฟชั่น โครงการ FLUS จัดทำขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาในส่วนที่บกพร่องและเติมเต็มช่องว่างของประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยนั้นมีศักยภาพเพียงพอในการที่จะผลักดันให้เกิดเป็นเมืองแฟชั่น โครงการนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะเป็นสถานที่ที่เป็นจุดหมายสำคัญที่จะรวบรวมคนที่มีวิสัยทัศน์ โลฟิสต์สไตล์เดียวกันเข้ามาทำกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทำงาน และสร้างเป็นกลุ่มคนที่สามารถที่จะผลักดันประเทศในด้านของแฟชั่นได้ ซึ่งภายในโครงการประกอบด้วยพื้นที่ให้ความรู้ อย่าง นิทรรศการ เวิร์คช็อป และห้องสมุด พื้นที่ปฏิบัติงานเช่น co-working และแฟชั่นฮอลล์ ซึ่งสามารถจัดแสดงงานและเรียนรู้ไปกับงานจริง และพื้นที่รองรับอื่นๆ เช่น คาเฟ่ สวน ร้านอาหาร ร้านค้า และลานอีเวนท์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอโครงการการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในประเภทโครงการเสนอแนะศูนย์การเรียนรู้แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ โดยเกิดจากการศึกษาข้อมูลและค้นคว้าด้วยตัวเอง ผ่านการออกแบบเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับโครงการ โดยผู้จัดทำมุ่งหวังว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะ เป็นประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องโครงการในด้านแฟชั่น การจัดกิจกรรม นิทรรศการ ไม่มากก็น้อย

สุดท้ายนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใดทางผู้จัดทำขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นายธีรเมธิ แสงจันทร์

รหัส 57020125

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	I
กิตติกรรมประกาศ	II
คำนำ	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	V
สารบัญภาพ	VI
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของโครงการ	1
1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
1.4 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ	3
1.5 องค์ประกอบภายในโครงการ	3
1.6 ขอบเขตของโครงการ และขอบเขตของวิทยานิพนธ์	5
1.7 ตำแหน่งที่ตั้งของโครงการ	7
1.7.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ และเกณฑ์การพิจารณาลักษณะ อันพึงประสงค์	7
1.7.2 การวิเคราะห์ลักษณะที่ตั้งโครงการ	8
1.7.3 ข้อพิจารณาในการเลือกที่ตั้งโครงการ	17
1.7.4 ข้อสรุปในการเลือกที่ตั้งโครงการ	18
1.8 ลักษณะอาคาร	19
1.8.1 การวิเคราะห์อาคาร และเกณฑ์การพิจารณาลักษณะอันพึงประสงค์	19
1.8.2 การวิเคราะห์ลักษณะอาคาร	19
1.8.3 ข้อพิจารณาในการเลือกอาคาร	31
1.8.4 ข้อสรุปในการเลือกอาคาร	31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2 เอกสาร และข้อมูลสนับสนุนโครงการ

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ	28
2.1.1 คำนิยามและความหมายของโครงการ	28
2.1.2 ประเภทของโครงการ	28
2.1.3 ลักษณะเฉพาะของโครงการ	29
2.1.4 ความหมายของแพชชั่น	29
2.1.5 องค์ประกอบของการออกแบบแพชชั่น	29
2.1.5.1 การหาข้อมูล และการออกแบบแพชชั่น	29
2.1.5.2 ผ้า และ เทคนิค	38
2.1.5.3 โครงสร้าง	41
2.1.5.4 การพัฒนารูปแบบ	41
2.1.7 องค์ประกอบพื้นฐานของโครงการ	43
2.1.8 รายละเอียดองค์ประกอบพื้นฐานของโครงการ	44
2.1.9 สายการบริหารและอัตรากำลังพื้นฐาน	56
2.2 กรณีศึกษาเปรียบเทียบ	
2.2.1 กรณีศึกษาเปรียบเทียบประเภทศูนย์	57
2.3 ข้อมูลเฉพาะโครงการ	70
2.3.1 ประวัติโครงการ	70
2.3.2 เอกลักษณ์องค์กร	70
2.3.3 สายการบริหารและอัตรากำลัง	71
2.3.4 องค์ประกอบโครงการ	71
2.3.5 ระบบสภาพแวดล้อมภายในและวัสดุ	71
2.3.6 ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและระบบโครงสร้าง	72
2.3.7 ระบบสภาพแวดล้อมภายใน	73
2.3.7.1 ระบบปรับอากาศ	73
2.3.7.2 ระบบไฟฟ้า	76
2.3.7.3 ระบบสุขาภิบาล	77
2.3.7.4 ระบบดับเพลิง	78
2.3.8 วัสดุ และแนวความคิดในการเลือกใช้	79

### บทที่ 3 พฤติกรรมและพื้นที่ที่ต้องการใช้

3.1 ประเภทของผู้ใช้โครงการ	82
3.2 พฤติกรรมของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ (User Behavior)	82
3.3 การบริหารทรัพยากร	86
3.4 วิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ (Area Requirements)	88
3.5 สรุปพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ (Area Summary)	90

### บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ

4.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งและอาคาร	91
4.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่และค่าความสัมพันธ์แบบวงกลม	93
4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย (Functional Diagram)	96
4.4 การวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่สัมพันธ์ (Zoning & Stacking)	97
4.5 แนวความคิดในการออกแบบ (Concept)	97
4.6 รูปแบบของโครงการ และ วัสดุ (Mood Board & Material Board)	98

### บทที่ 5 บทสรุป และผลงานการออกแบบ

5.1 ผังบริเวณของโครงการ	99
5.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ภายในโครงการ	99
5.3 ผังเพดานและไฟฟ้าของโครงการ	102
5.4 รูปตัดของโครงการ	106
5.5 ทศนียภาพของโครงการ	107
5.6 ภาพไอโซเมตริกของโครงการ	115
5.7 หุ่นจำลอง	115

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ตารางแสดงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ	3
1.2 องค์ประกอบภายในโครงการ	4
1.3 ขอบเขตของโครงการ และขอบเขตของวิทยานิพนธ์	5
1.4 อาณาเขตติดต่อกับที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง BTS สถานีนา	10
1.5 อาณาเขตติดต่อกับที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง ARL สถานีมักกะสัน	12
1.6 อาณาเขตติดต่อกับที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรม แห่งประเทศไทย	14
1.7 การเปรียบเทียบถึงความเหมาะสมของที่ตั้งโครงการเพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมที่สุด	15
1.8 การเปรียบเทียบถึงความเหมาะสมของอาคารเพื่อหาอาคารที่เหมาะสมที่สุด	27
2.1 องค์ประกอบพื้นฐานของโครงการ	44

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ที่ตั้ง และขอบเขตของที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง BTS สถานีนาана แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	9
1.2 เส้นทางสัญจรในการเข้าถึงโครงการ 1 BTS สถานีนาانا	9
1.3 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ BTS สถานีนาانا	10
1.4 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศใต้ BTS สถานีนาانا	10
1.5 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันออก BTS สถานีนาانا	10
1.6 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันตก BTS สถานีนาانا	10
1.7 ที่ตั้ง และขอบเขตของที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง ARL สถานีมีกกะสัน แขวงมีกกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร	11
1.8 เส้นทางสัญจรในการเข้าถึงโครงการ ARL สถานีมีกกะสัน	11
1.9 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ ARL สถานีมีกกะสัน	12
1.10 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศใต้ ARL สถานีมีกกะสัน	12
1.11 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันออก ARL สถานีมีกกะสัน	12
1.12 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันตก ARL สถานีมีกกะสัน	12

## สารบัญภาพ (ต่อ)

1.13	ที่ตั้ง และขอบเขตของที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรม 13 แห่งประเทศไทย แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร	
1.14	เส้นทางสัญจรในการเข้าถึงโครงการ MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย 13	
1.15	แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ	14
1.16	แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศใต้	14
1.17	แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันออก	14
1.18	แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันตก	14
1.19	แสดงภาพพื้นที่ภายนอกอาคารกรีซทาวเวอร์	17
1.20	แสดงผังพื้นที่ชั้น 1 อาคาร A กรีซทาวเวอร์	17
1.21	แสดงผังพื้นที่ชั้น 2 อาคาร A กรีซทาวเวอร์	18
1.22	แสดงผังพื้นที่ชั้น 3 อาคาร A กรีซทาวเวอร์	18
1.23	แสดงผังพื้นที่ชั้น 4 อาคาร A กรีซทาวเวอร์	18
1.24	แสดงรูปตัด A , B อาคาร A กรีซทาวเวอร์	19
1.25	แสดงรูปตัด C อาคาร A กรีซทาวเวอร์	19
1.26	แสดงภาพพื้นที่อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง	20

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

1.27	แสดงผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง	20
1.28	แสดงผังพื้นที่ชั้น 2 อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง	20
1.29	แสดงผังพื้นที่ชั้น 3 อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง	21
1.30	แสดงรูปตัดอาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง A	21
1.31	แสดงรูปตัดอาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง B	22
1.32	แสดงรูปตัดอาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง C	22
1.33	แสดงภาพพื้นที่ภายนอกอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio 1	23
1.34	แสดงภาพพื้นที่ภายนอกอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio 2	23
1.35	แสดงผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio	24
1.36	แสดงผังพื้นที่ชั้น 2 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio	24
1.37	แสดงผังพื้นที่ชั้น 3 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio	24
1.38	แสดงผังพื้นที่ชั้น 4 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio	25
1.39	แสดงผังพื้นที่ชั้น 5 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio	25
1.40	แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio A	25
1.41	แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio B,C	26
1.42	แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio D,E	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ (ต่อ)

1.43	แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio F,G	26
1.44	แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio H,I	26
2.1	แสดงโครงสร้างของแพชั่น	30
2.2	แสดงรูปทรงของเสื้อผ้า	33
2.3	แสดงรูปแบบลวดลายและสี	34
2.4	ตัวอย่างงานออกแบบแพชั่น 1	36
2.5	ตัวอย่างงานออกแบบแพชั่น 2	37
2.6	สายการบริหารและอัตรากำลังพื้นฐาน	56
2.7	แสดงรูปภายในโครงการ TCDC	57
2.8	แสดงรูปภายในโครงการ TK PARK	60
2.9	แสดงรูปภายในโครงการ KCC	64
2.10	แสดงรูปภายในโครงการ BACC	66
2.11	แสดงรูปภายในโครงการ BOT	68
2.12	แสดงรูปสัญลักษณ์ของโครงการ	70
2.13	สายการบริหารและอัตรากำลังพื้นฐาน	71
2.14	โครงสร้างหลังคา	73

2.15	ระบบปรับอากาศ 1	74
2.16	ระบบปรับอากาศ 2	74
3.1	พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการโดยรวม	82
3.2	พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนนิทรรศการ	83
3.3	พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนเวิร์คช็อป	83
3.4	พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนร้านค้าและร้านอาหาร	84
3.5	พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนโค-เวิร์คกิ้ง	84
3.6	พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนห้องสมุด	85
3.7	พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนแพชชั่นฮอลล์	86
3.8	แสดงภาพรวมเนื้อหา นิทรรศการ และรายละเอียดการจัดแสดง	87
3.9	แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนสาธารณะและสำนักงาน	88
3.10	แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนนิทรรศการและร้านกาแฟ	88
3.11	แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องสมุด	89
3.12	แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนโค-เวิร์คกิ้งและร้านค้า	89
3.13	แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนแพชชั่นฮอลล์และร้านอาหาร	90
3.14	ภาพรวมสรุปการใช้พื้นที่ทั้งหมดของโครงการ	90

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1	การวิเคราะห์ที่ตั้ง	91
4.2	การวิเคราะห์การเข้าถึงที่ตั้ง	92
4.3	การวิเคราะห์อาคารที่ใช้	93
4.4	ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยรวม 1	93
4.5	ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยรวม 2	94
4.6	ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่นิทรรศการและเวิร์คช็อป	94
4.7	ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โค-เวิร์คกิ้งและห้องสมุด	95
4.8	ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่ร้านอาหารและร้านค้า	95
4.9	ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่แฟชั่นฮอลล์	96
4.10	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย	96
4.11	การวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่สัมพันธ์	97
4.12	แนวความคิดในการออกแบบ	97
4.13	รูปแบบของโครงการ	98
4.14	วัสดุที่ใช้ในโครงการ	98
5.1	ผังบริเวณของโครงการ	99
5.2	ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร A และ B ชั้นที่ 1-2	100
5.3	ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร A และ B ชั้นที่ 3-4	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4	ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร C ชั้นที่ 1-2	101
5.5	ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร D ชั้นที่ 1-3	101
5.6	ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร E รูปแบบ A และ B	102
5.7	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B ชั้น 1	102
5.8	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B ชั้น 2	103
5.9	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B ชั้น 3	103
5.10	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B ชั้น 4	103
5.11	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร C ชั้น 1	104
5.12	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร C ชั้น 2	104
5.13	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร D ชั้น 1	104
5.14	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร D ชั้น 2	105
5.15	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร D ชั้น 3	105
5.16	ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร E ชั้น 1	105
5.17	แสดงรูปตัดรวมของโครงการ	106
5.18	แสดงรูปด้านรวมของโครงการ	106
5.19	แสดงรูปตัดรวมของอาคาร A	106

5.20	แสดงรูปตัดรวมของอาคาร B	107
5.21	ทัศนียภาพสวนต้อนรับ	107
5.22	ทัศนียภาพส่วนร้านค้ากาแฟ	107
5.23	ทัศนียภาพส่วนร้านค้าผู้หญิง 1	108
5.24	ทัศนียภาพส่วนร้านค้าผู้หญิง 2	108
5.25	ทัศนียภาพส่วนร้านค้าผู้ชาย	108
5.26	ทัศนียภาพส่วนห้องเรียนสเก็ช	108
5.27	ทัศนียภาพส่วนห้องเรียนทำแพทเทิร์น	109
5.28	ทัศนียภาพส่วนห้องบรรยาย	109
5.29	ทัศนียภาพส่วนห้องตัดเย็บ	109
5.30	ทัศนียภาพส่วนพื้นที่อ่านหนังสือและให้คำปรึกษา	109
5.31	ทัศนียภาพส่วนพื้นที่อ่านหนังสือชั้น 2	110
5.32	ทัศนียภาพส่วนห้องแมททีเรียล	110
5.33	ทัศนียภาพส่วนพื้นที่อ่านหนังสือชั้น 1	110
5.34	ทัศนียภาพส่วนร้านอาหาร 1	111
5.35	ทัศนียภาพส่วนร้านอาหาร 2	111
5.36	ทัศนียภาพส่วนนิทรรศการถาวร 1-2	111

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.37	ทัศนียภาพส่วนนิทรรศการถาวร 3-4	111
5.38	ทัศนียภาพส่วนนิทรรศการถาวร 5-6	112
5.39	ทัศนียภาพส่วนพื้นที่โชว์เคส	112
5.40	ทัศนียภาพส่วนพื้นที่ทำงานชั้น 1	112
5.41	ทัศนียภาพส่วนพื้นที่ Laptop	112
5.42	ทัศนียภาพส่วนห้องถ่ายภาพ	113
5.43	ทัศนียภาพส่วนพื้นที่พื้นที่ทำงานชั้น 2	113
5.44	ทัศนียภาพส่วนห้องประชุมแพชั่น 1	113
5.45	ทัศนียภาพส่วนห้องประชุมแพชั่น 2	113
5.46	ทัศนียภาพส่วนแพชั่นฮอลล์	114
5.47	ทัศนียภาพส่วนแพชั่นฮอลล์ A	114
5.48	ทัศนียภาพส่วนแพชั่นฮอลล์ B	114
5.49	ทัศนียภาพส่วน Events	114
5.50	ภาพไอโซเมตริกของโครงการ	115
5.51	หุ่นจำลอง	115

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

อุตสาหกรรมแฟชั่น เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตผลงาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ทั้งนี้อุตสาหกรรมแฟชั่นค่อนข้างมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจพอสมควร เนื่องจากครอบคลุมถึง 3 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก ประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ รวมถึงอุตสาหกรรมเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ (สมาพันธ์เอสเอ็มอี ไทย. 2558)

ปัจจุบัน รัฐบาลไทยได้มีนโยบายในการผลักดัน เพื่อให้ได้ประเทศไทยได้เป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อุปสรรคที่สำคัญของประเทศไทยนั้นคือ หลายคนอาจมองอุตสาหกรรมแฟชั่นว่าไม่ใช่เรื่องของความต้องการพื้นฐาน (หรือปัจจัยสี่) โดยตรงทีเดียวนัก (ยุทธพงศ์ จิว. 2551) และภาวะแรงงานดิ่งตัวโดยเฉพาะแรงงานไร้ฝีมือ ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่ผู้ประกอบการหลายแห่งจ่ายค่าแรงงานได้มากกว่า 300 บาท/วัน แต่พบว่ายังประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานอยู่ ประกอบกับค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการในสาขาที่ใช้แรงงานเข้มข้นจะมีความเสี่ยงสูงขึ้นเนื่องจากจะมีกำไรเหลือน้อยมาก (สมชาย หาญหิรัญ. 2556) ดังนั้นการที่ประเทศไทยจะพัฒนาและก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้นต้องอาศัยความร่วมมือกันสร้างพื้นฐานองค์ความรู้ ทักษะของแฟชั่นดีไซน์เนอร์รวมถึงประชากรในประเทศและผู้ประกอบการ ควบคู่ไปกับการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายที่ได้ตั้งไว้ ยกตัวอย่างในประเทศสิงคโปร์ ที่มีรัฐบาลคอยสนับสนุน และส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านต่างๆ อาทิเช่นหน่วยงานความคิดสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมการออกแบบ พื้นที่สร้างสรรค์ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ เป็นต้น

โดยในปี 2557 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้ดำเนินโครงการพัฒนาการรวมกลุ่มเครือข่ายอุตสาหกรรมแฟชั่น (Fashion Cluster) ซึ่งเป็นโครงการที่จะช่วยเชื่อมโยงทั้งดีไซเนอร์ ผู้ประกอบการ เพื่อผลักดันให้นำเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่มาแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ประสบการณ์ในการสร้างผลงานใหม่ ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงอุตสาหกรรมแฟชั่นได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ที่จะพัฒนาความสามารถและศักยภาพทางการแข่งขันในระดับนานาชาติ เป็นการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และยังเป็นการสร้างงานให้แก่ประชาชน รวมถึงพัฒนาสังคมของประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) และจัดตั้งศูนย์ออกแบบและพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ (Thai-IDC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นหน่วยงานกลางที่จะเชื่อมโยงบูรณาการบริการด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กับหน่วยงานเครือข่าย ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

จากนโยบายข้างต้นล้วนแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อการผลักดันและพัฒนาประเทศ แต่ยังไม่ครอบคลุมประชากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนา อาทิเช่น นักออกแบบรุ่นเยาว์ กลุ่มคนทั่วไปที่สนใจด้านแฟชั่นไทยหรือชาวต่างชาติที่เข้ามาสนใจในแฟชั่นไทย จึงเห็นถึงความสำคัญของการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ ซึ่งบุคคลที่สนใจสามารถเข้ามาเรียนรู้ สัมผัสประสบการณ์ รู้เท่าทันเทรนด์โลก ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเชื่อมโยงคนที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้าไว้ด้วยกัน โครงการ ศูนย์แฟชั่นไทยและไลฟ์สไตล์ กรุงเทพมหานคร จากแนวความคิดที่จะพัฒนา สนับสนุน และผลักดันโดยนโยบายของภาครัฐ จะช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศด้วยการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์เพื่อสร้างพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ ทักษะที่ดีต่อแฟชั่นไทย ให้ยังคงอยู่และสามารถพัฒนาต่อไปในอนาคต

## 1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ

ยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ของกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมไทย ซึ่งเป็นเครื่องยนต์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในระยะ 20 ปีข้างหน้า ตามกรอบพัฒนาประเทศ 4.0 กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมไทย 4.0 ขึ้น ภายใต้วิสัยทัศน์ “มุ่งสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก” โดยตั้งเป้าหมายให้ภาคอุตสาหกรรมไทยมีการเจริญเติบโตตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559)

จากการสนับสนุนการจัดตั้ง Design Center ของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ประชุมเห็นชอบให้ดำเนินงานภายใต้ชื่อ ศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Thailand Industrial Design Center : Thai-IDC) (นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์, 2560) มีหน้าที่ในการสนับสนุนและผลักดันให้มีการส่งเสริมพัฒนางานออกแบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมไทย ทั้งในด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นให้เป็นที่ไปตามเป้าหมาย (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559)

โครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (Clusters) นโยบายที่สำคัญประการหนึ่งของรัฐบาล ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ คือ การส่งเสริมพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Cluster Development) เนื่องจากพิจารณาเห็นว่า “คลัสเตอร์ (Cluster)” เป็นเครื่องมือและกลไกอันสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศ ซึ่งเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความคิดที่สนับสนุนโครงการให้เกิดการรวมกลุ่มกัน เพื่อสร้างสรรค์งานอุตสาหกรรม ผลักดันให้บุคคลทั่วไปได้สนใจ และกระตุ้นดีไซน์เนอร์เพื่อเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ไทยออกมาในรูปแบบใหม่และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เชื่อมโยงทั้งผู้ผลิต และบริโภคให้เข้าถึงกันได้มากยิ่งขึ้น (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม , ม.ป.ป.)

### 1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.3.1 เพื่อเป็นสถานที่ให้ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาแฟชั่นไทยสู่ระดับสากล
- 1.3.2 เพื่อเป็นสถานที่ทดลองและปฏิบัติงานให้กับบุคคลที่มีความสนใจด้านแฟชั่น
- 1.3.3 เพื่อเป็นสถานที่จัดแสดงผลงานด้านแฟชั่น
- 1.3.4 เพื่อสร้าง community เครือข่ายระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและบุคคลที่สนใจในแฟชั่น

### 1.4 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย	จำนวน (%)
1. นักเรียนและนักศึกษาด้านการออกแบบแฟชั่น	มีความต้องการที่จะเรียนรู้ ต้องการพื้นที่ทำงาน และประสบการณ์ในด้านแฟชั่นซึ่งส่วนมากจะมาเป็นกลุ่ม และมีเวลาว่างที่จะเข้ามาศูนย์การเรียนรู้บ่อยๆ	50%
2. นักร้องแฟชั่นและผู้ทำงานด้านแฟชั่น	มีประสบการณ์ความชำนาญในการออกแบบแฟชั่นมีแรงบันดาลใจในการทำงานสูง	30%
3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านแฟชั่น	กลุ่มคนที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปะ ซึ่งต้องการการเรียนรู้ศิลปะในสถานที่ใหม่ๆ	20%

#### ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงกลุ่มเป้าหมายของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.5 องค์ประกอบภายในโครงการ

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	องค์ประกอบ
1. เพื่อเป็นสถานที่ให้ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อส่งเสริม และพัฒนาแฟชั่นไทยสู่ระดับสากล	<ul style="list-style-type: none"> <li>-นิทรรศการพื้นฐานแฟชั่นสากล และแฟชั่นไทย</li> <li>-นิทรรศการชั่วคราว ศิลปะและแรงบันดาลใจ</li> <li>-งานแสดงวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา</li> <li>-ค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเฉพาะทาง</li> <li>-อ่านหนังสือและทำงาน</li> <li>-ทดลองสร้างชิ้นงานผ่านกระบวนการคิด ออกแบบ และแก้ปัญหา-ค้นคว้าหาความรู้จากแหล่งข้อมูลที่รวบรวมเกี่ยวกับแฟชั่น</li> <li>-อัปเดตนวัตกรรมใหม่ๆและเทรนด์โลก</li> <li>-เวิร์คช็อปการสร้างแพทเทิร์นและลวดลาย</li> <li>-สัมมนาจากผู้มีประสบการณ์ในวงการแฟชั่น อาจารย์ ศิลปิน ดีไซน์เนอร์</li> <li>-ให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ</li> </ul>	<p><b>พื้นที่นิทรรศการและการเรียนรู้</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-นิทรรศการถาวร</li> <li>-นิทรรศการชั่วคราว</li> </ul> <p><b>พื้นที่ห้องสมุด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ห้องสมุดแฟชั่น</li> <li>-ห้องมัลติมีเดีย</li> <li>-ห้องวัสดุ และนวัตกรรม</li> <li>-ส่วนบริการให้คำปรึกษาธุรกิจ</li> </ul> <p><b>พื้นที่เวิร์คช็อปและสัมมนา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-พื้นที่เวิร์คช็อป</li> <li>-เวทีสัมมนา</li> </ul>
2. เพื่อเป็นสถานที่ทดลองและปฏิบัติงานให้กับบุคคลที่มีความสนใจด้านแฟชั่น	<ul style="list-style-type: none"> <li>-รองรับการทำงานเป็นกลุ่ม/เดี่ยว แลกเปลี่ยนความคิด</li> <li>-เลือกซื้อวัสดุและอุปกรณ์ที่มีข้อมูลและบอกคุณสมบัติครบถ้วน</li> <li>-ประชุม/สัมมนา</li> </ul>	<p><b>พื้นที่ปฏิบัติงาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-สตูดิโอตัดเย็บ</li> <li>-สตูดิโอตัดเย็บแบบส่วนตัว</li> <li>-สตูดิโอถ่ายภาพ</li> <li>-ร้านขายวัสดุ และอุปกรณ์</li> <li>-ห้องประชุม</li> </ul>
3. เพื่อเป็นสถานที่จัดแสดงผลงานด้านแฟชั่น	<ul style="list-style-type: none"> <li>-งานแฟชั่นโชว์และงานอีเวนท์ที่จัดขึ้นในโครงการ</li> </ul>	<p><b>พื้นที่แฟชั่นโชว์และอีเวนท์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-แฟชั่นฮอลล์ (Fashion Hall)</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		-เวทีเดินแบบ (Stage) -ลานอีเวนท์ (Event Area)
4. เพื่อสร้าง community เครือข่ายระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้าน แฟชั่นและบุคคลที่สนใจในด้าน แฟชั่น	-รับประทานอาหาร เครื่องดื่ม -ฟังเพลงและพักผ่อน -เลือกซื้อสินค้าแฟชั่น -รับบริการด้านความงาม	<b>พื้นที่ร้านอาหารและบริการ</b> -คาเฟ่ -บาร์ -ร้านอาหาร -ร้านบริการด้านความงาม -ร้านค้า

## ตารางที่ 1.2 ตารางแสดงองค์ประกอบภายในโครงการ

### 1.6 ขอบเขตของโครงการและขอบเขตของวิทยานิพนธ์

องค์ประกอบ	ขอบเขต	ขอบข่าย	ขนาดพื้นที่ (m2)
<b>1.ส่วนต้อนรับ และบริการสาธารณะ</b>			
1.1พื้นที่ต้อนรับ และสอบถามข้อมูล (Reception and Information)	●	●	
1.2ส่วนพักผ่อน (Recreation Area)	●	●	
1.3ห้องน้ำส่วนกลาง (Central Restroom)	●	●	
1.4ที่จอดรถ (Parking)		●	
1.5บริการรับจอดรถ (Valet Parking)		●	
1.6ลิฟต์ (Elevator)		●	
<b>2.ส่วนบริการอาคาร และสนับสนุนโครงการ</b>			
2.1ออฟฟิศหลัก (Office)		●	
2.2ห้องพักพนักงาน (Staff Room)		●	
2.3ห้องควบคุมทั้งโครงการ (Central Control Room)		●	
2.4ห้องน้ำพนักงาน (Staff Restroom)		●	
<b>3.ส่วนนิทรรศการ และการเรียนรู้</b>			
3.1ที่ฝากกระเป๋า (Baggage Service)	●	●	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ส่วนบริการนิทรรศการ และการเรียนรู้ (Exhibition Service)	●	●	
3.3 นิทรรศการ (Exhibition)	●	●	
3.3.1 นิทรรศการถาวร (Permanent Exhibition)	●	●	
3.3.2 นิทรรศการชั่วคราว (Temporary Exhibition)	●	●	
3.4 ห้องควบคุมส่วนนิทรรศการ (Exhibition Control Room)		●	
<b>4. ส่วนเวิร์คช็อปและสัมมนา</b>			
4.14 พื้นที่เวิร์คช็อป (Workshop Area)	●	●	
4.2 เวทีสัมมนา (Talk Stage)	●	●	
4.3 ห้องเก็บของ (Storage Room)		●	
<b>5. ส่วนห้องสมุด</b>			
5.1 ส่วนบริการห้องสมุด (Library Service)	●	●	
5.2 ห้องสมุดแฟชั่น (Fashion Library)	●	●	
5.3 พื้นที่อ่านหนังสือ (Reading Area)	●	●	
5.4 ห้องมัลติมีเดีย (Multimedia Room)	●	●	
5.5 พื้นที่บริการไอแพด (iPad Service)	●	●	
5.6 ห้องวัสดุ และนวัตกรรม (Material and Innovation Room)	●	●	
5.7 ส่วนบริการให้คำปรึกษาธุรกิจ (Business Consult Service)	●	●	
<b>6. ส่วนปฏิบัติงาน</b>			
6.1 สตูดิโอตัดเย็บ (Co-Sewing Studio)	●	●	
6.2 สตูดิโอตัดเย็บส่วนตัว (Private Sewing Studio)	●	●	
6.3 สตูดิโอถ่ายภาพ (Photo Studio)	●	●	
6.4 ร้านขายวัสดุ และอุปกรณ์ (Material and Tools Shop)	●	●	
6.5 ห้องประชุม (Meeting Room)	●	●	
<b>7. ส่วนแพชั่นโชว์ และอีเวนท์</b>			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.1 โถงพักคอย (Pre-Function Area)	●	●	
7.2 แฟชั่นฮอลล์ (Fashion Hall)	●	●	
7.2.1 เวทีเดินแบบ (Stage)	●	●	
7.2.2 ที่นั่งชม (Audience Seat)	●	●	
7.3 ห้องพักนายแบบหรือนางแบบ (Model Room)	●	●	
7.3.1 พื้นที่เปลี่ยนชุด (Fitting Area)	●	●	
7.3.2 พื้นที่แต่งหน้า (Make Up Area)	●	●	
7.3.3 ห้องนํานายแบบหรือนางแบบ		●	
7.4 ห้องควบคุมลานแฟชั่นโชว์ และอีเวนต์ (Fashion and Event Control Room)		●	
7.5 ลานอีเวนต์ (Event Area)	●	●	
7.6 ห้องน้ำส่วนแฟชั่นโชว์ และอีเวนต์ (Rest Room)		●	
<b>8. ส่วนร้านอาหารและบริการ</b>			
8.1 คาเฟ่ (Café)	●	●	
8.2 ร้านอาหาร (Restaurant)	●	●	
8.3 บาร์ (Bar)	●	●	
8.4 ร้านค้า (Retail Shop)	●	●	
8.5 ครั้ว (Kitchen)		●	
8.6 ตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)		●	

ตารางที่ 1.3 ตารางแสดงขอบเขตของโครงการและขอบเขตของวิทยานิพนธ์ (ต่อ)

## 1.7 ตำแหน่งที่ตั้งของโครงการ

### 1.7.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการและเกณฑ์การพิจารณาลักษณะอันพึงประสงค์

1. ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในชุมชนเมือง มีความหลากหลายของคนในพื้นที่
2. ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ติดกับเส้นทางคมนาคม อาทิเช่น ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ ( Bangkok Transit System : BTS ) , รถไฟฟ้ามหานคร ( Metropolitan Rapid Transit : MRT ) , รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยาน ( Airport Rail Link : ARL )
3. สามารถเดินทางเข้าถึงโครงการได้สะดวก ทั้งระบบขนส่งสาธารณะ รถยนต์ส่วนบุคคล มอเตอร์ไซด์ และการเดินเท้า
4. มีพื้นที่เพียงพอต่อการจัดตั้งโครงการ และส่วนต่อเติมในอนาคต
5. ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า อเวนิว หรือพื้นที่สาธารณะที่มีการใช้งานหลากหลาย หรือพื้นที่ที่สามารถรองรับคนจำนวนมาก
6. ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่ติดกับแหล่งอุตสาหกรรม และพื้นที่ที่ก่อให้เกิดมลภาวะที่เป็นพิษ

### 1.7.2 การวิเคราะห์ลักษณะที่ตั้งโครงการ

จากการพิจารณาดำเนินการที่ตั้งที่เหมาะสมต่อโครงการ มีความเป็นไปได้ 3 สถานที่ คือ

- ก. พื้นที่ใกล้เคียง BTS สถานีนานา แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
- ข. พื้นที่ใกล้เคียง ARL สถานีมักกะสัน แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
- ค. พื้นที่ใกล้เคียง MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

#### ก. พื้นที่ใกล้เคียง BTS สถานีนานา แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

**ที่ตั้งโครงการ :** ตั้งอยู่บริเวณ BTS สถานีนานา ถนนสุขุมวิทซอย 6 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ( พิกัด :  $13^{\circ}44'25.1''N$   $100^{\circ}33'18.2''E$  ) โดยขนาดพื้นที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมู ขนาดกว้าง 63.83 เมตร ความยาวที่ 1 101.76 เมตร ความยาวที่ 2 125.66 เมตร ขนาดพื้นที่ทั้งหมดโดยประมาณ 7,260 ตารางเมตร

**สภาพแวดล้อมโดยรอบ :** พื้นที่ตั้งโดยรอบ เต็มไปด้วยตึกสูง ทั้งออฟฟิศ คอนโดมิเนียม โรงแรม ห้างสรรพสินค้า และติดกับ BTS สถานีนานาทางออก 2 ภายในซอยต่างๆมีร้านอาหาร และคาเฟ่แทรกตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

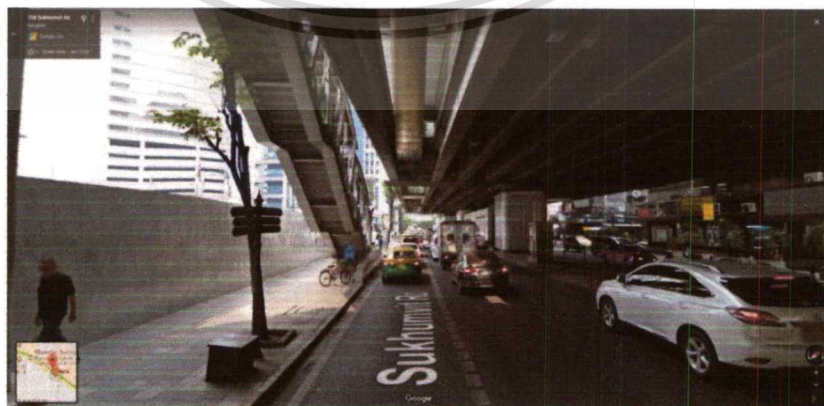
อยู่มาก ผู้คนในบริเวณนั้นใช้การเดินทางเป็นส่วนใหญ่ อยู่ไม่ไกลจากห้างสรรพสินค้าใหญ่ เช่น Central Embassy , Terminal 21 , The Emquartier และ The Emporium



ภาพที่ 1.1 ที่ตั้งและขอบเขตของที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง BTS สถานีนาana แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

การเข้าถึงโครงการ :

1. รถยนต์ส่วนตัว จากสยามพารากอน ใช้ถนนพระรามที่ 1 มุ่งหน้าขาออก เลี้ยวซ้ายเข้าถนนราชดำริ ผ่านเซ็นทรัลเวิลด์ เลี้ยวขวาแยกประตูน้ำ วิ่งไปตามถนนเพชรบุรี จากนั้นเลี้ยวขวาแยกมิตรสัมพันธ์ วิ่งไปตามซอยสุขุมวิท 3 เมื่อถึงแยกกานาตรงเข้าซอยสุขุมวิทซอย 4 วิ่งตามทางผ่าน Novotel Ibis Hotel แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าซอยสุขุมวิท 6 ขับตามทางไปเรื่อย ๆ โครงการจะตั้งอยู่ด้านซ้ายก่อนออกถนนสุขุมวิท
2. รถโดยสารประจำทางสาย [2](#), [25](#), [40](#), [48](#), [501](#), [508](#), [511](#) ลงป้ายรถประจำทาง BTS นานา
3. รถไฟฟ้า BTS ลงสถานีนาana ใช้ทางออกที่ 2



ภาพที่ 1.2 เส้นทางสัญจรในการเข้าถึงโครงการ BTS สถานีนาana

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาณาเขตติดต่อ :

ตารางที่ 1.4 ตารางแสดงถึงอาณาเขตติดต่อกับที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง BTS สถานีนานา

ทิศ	อาณาเขตติดต่อ
ทิศเหนือ	ติดกับถนนสุขุมวิท , BTS สถานีนานา , ฝั่งตรงข้ามถนนสุขุมวิท เป็นร้านค้าและร้านอาหารนานาชาติ
ทิศใต้	ติดกับคริสตจักรใจสมานสุขุมวิท
ทิศตะวันออก	ติดกับถนนสุขุมวิทซอย 6 , Q Sukhumvit Condo by QHouse , โรงแรม S6 สุขุมวิท
ทิศตะวันตก	อาคารสำนักงาน , สถานเอกอัครราชทูตสวีเดน



ภาพที่ 1.3 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ



ภาพที่ 1.4 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศใต้



ภาพที่ 1.5 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันออก



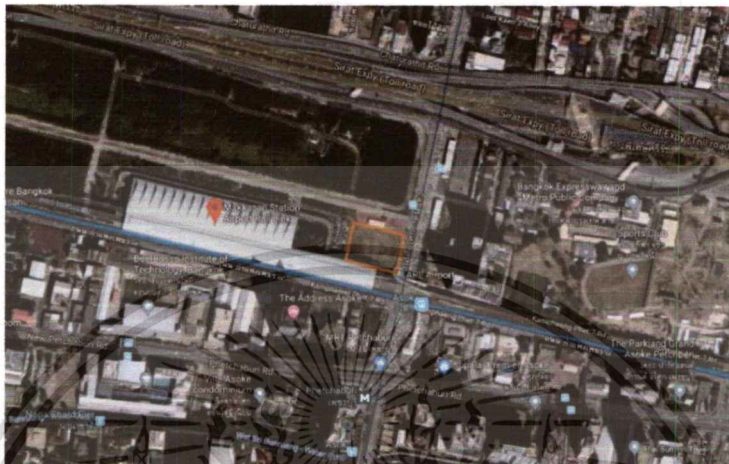
ภาพที่ 1.6 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันตก

ข. พื้นที่ใกล้เคียง ARL สถานีมักกะสัน แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ที่ตั้งโครงการ : ตั้งอยู่บริเวณ ARL สถานีมักกะสัน ถนนอโศก-ดินแดง แขวงบางกะปิ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ( พิกัด :  $13^{\circ}45'03.1''N$   $100^{\circ}33'47.8''E$  ) โดยขนาดพื้นที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาดกว้าง 87.33 เมตร ยาว 87.33 เมตร ขนาดพื้นที่ทั้งหมดโดยประมาณ 7,630 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพแวดล้อมโดยรอบ : พื้นที่ตั้งโดยรอบเป็นพื้นที่โล่ง มีอาคารสูงล้อมรอบเป็นส่วนน้อย ติดกับตัวอาคาร ARL สถานีมักกะสัน และทางเชื่อมไป MRT สถานีเพชรบุรี มีพื้นที่สีเขียว ใกล้กับมอเตอร์เวย์ กรุงเทพฯ – ชลบุรี – พัทยา – มาบตาพุด มีความสงบ ผู้คนไม่พลุกพล่าน



ภาพที่ 1.7 ที่ตั้งและขอบเขตของที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง ARL สถานีมักกะสัน แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

การเข้าถึงโครงการ :

1. รถยนต์ส่วนตัว จากสยามพารากอน ใช้ถนนพระรามที่ 1 มุ่งหน้าขาออก เลี้ยวซ้ายเข้าถนนราชดำริ ผ่านเซ็นทรัลเวิลด์ เลี้ยวขวาแยกประตูน้ำ วิ่งไปตามถนนเพชรบุรี เมื่อถึงแยกเลี้ยวซ้ายเข้าถนนนอศอก-ดินแดง ขับตรงมาเรื่อยๆ ผ่านทางรถไฟ โครงการจะตั้งอยู่ด้านซ้ายก่อนทางขึ้นทางด่วนพิเศษศรีรัช
2. รถโดยสารประจำทางสาย [60](#), [98](#), [136](#), [185](#), [206](#) ป้ายรถประจำทางทางด่วนพระราม9 2
3. รถไฟฟ้า MRT ลงสถานีเพชรบุรี ทางออก 1 เดินข้ามสะพานตามทางไป ARL มักกะสัน



ภาพที่ 1.8 เส้นทางสัญจรในการเข้าถึงโครงการ ARL สถานีมักกะสัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาณาเขตติดต่อ :

ตารางที่ 1.5 ตารางแสดงถึงอาณาเขตติดต่อกับที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง ARL สถานีมักกะสัน

ทิศ	อาณาเขตติดต่อ
ทิศเหนือ	ติดกับพื้นที่ป่าสีเขียวและมอเตอร์เวย์ กรุงเทพฯ - ชลบุรี - พัทยา - มาบตาพุด
ทิศใต้	ติดกับส่วนเชื่อมต่อระหว่าง ARL สถานีมักกะสันกับ MRT สถานีเพชรบุรี
ทิศตะวันออก	ติดกับถนน อโศก - ดินแดง ฝั่งตรงข้ามเป็นโรงพยาบาลผิวหนังอโศก และ LIFE Condominium
ทิศตะวันตก	อาคารสถานี ARL สถานีมักกะสัน และลานจอดรถของสถานี ARL สถานีมักกะสัน



ภาพที่ 1.9 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ



ภาพที่ 1.10 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศใต้



ภาพที่ 1.11 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันออก



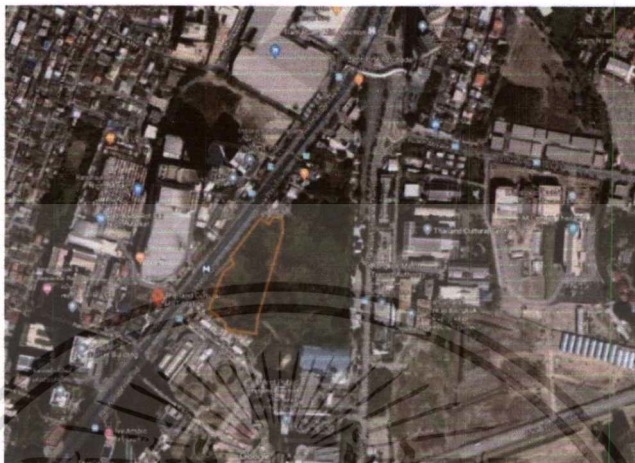
ภาพที่ 1.12 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันตก

ค. พื้นที่ใกล้เคียง MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

ที่ตั้งโครงการ : ตั้งอยู่บริเวณ MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร ( พิกัด :  $13^{\circ}45'57.6''N$   $100^{\circ}34'14.9''E$  ) โดยขนาดพื้นที่รอบที่ตั้ง 586.02 เมตร ขนาดพื้นที่ทั้งหมดโดยประมาณ 16,637.33 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพแวดล้อมโดยรอบ : พื้นที่ตั้งโดยรอบเป็นพื้นที่โล่ง มีอาคารสูงล้อมรอบเป็นส่วนน้อย ติดกับถนนรัชดาภิเษก และพื้นที่ป่าสีเขียว การคมนาคมมีการสัญจรอยู่ตลอดเวลา อยู่ติดกับห้างสรรพสินค้าและศูนย์วัฒนธรรมหลายแห่ง เข้าถึงโครงการได้โดยง่าย อยู่ท่ามกลางแหล่งชุมชนและสถานบริการต่างๆ ผู้คนไม่พลุกพล่าน



ภาพที่ 1.13 ที่ตั้งและขอบเขตของที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

การเข้าถึงโครงการ :

1. ถนนพระรามที่ 1 มุ่งหน้าขาออก เลี้ยวซ้ายเข้าถนนราชดำริ ผ่านเซ็นทรัลเวิลด์ เลี้ยวขวาแยกประตูน้ำ วิ่งไปตามถนนเพชรบุรี เมื่อถึงแยกเลี้ยวซ้ายเข้าถนนนอโศก-ดินแดง ขับตรงมาเรื่อยๆ ผ่านทางรถไฟ ฟอรั่มจันทวน เอสพลานาดรัชดา เมื่อถึงแยกเทียมร่วมมิตรเลี้ยวขวาไปตามถนนเทียมร่วมมิตร โครงการจะอยู่ทางด้านขวา
2. รถโดยสารประจำทางสาย [60](#), [98](#), [136](#), [185](#), [206](#)
3. รถไฟฟ้า MRT ลงสถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ทางออก 1 เดินย้อนไปจนถึงแยกเทียมร่วมมิตร ประมาณ 300 เมตร จากนั้นเลี้ยวขวาไปตามถนนเทียมร่วมมิตรอีกประมาณ 350 เมตร โครงการจะอยู่ทางด้านขวา



ภาพที่ 1.14 เส้นทางสัญจรในการเข้าถึงโครงการ MRT ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**อาณาเขตติดต่อ :**

**ตารางที่ 1.6** ตารางแสดงถึงอาณาเขตติดต่อกับที่ตั้งโครงการในพื้นที่ใกล้เคียง MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย

ทิศ	อาณาเขตติดต่อ
ทิศเหนือ	ติดกับถนนรัชดาภิเษก , MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทยทางออก 1 ซึ่งมีร้านค้าทั่วไปอยู่ติดกับสถานี
ทิศใต้	ติดกับ MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทยทางออก 2 และ อาคารจอดรถศูนย์วัฒนธรรม
ทิศตะวันออก	พื้นที่ป่าสีเขียว , องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ , ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
ทิศตะวันตก	ติดกับถนนรัชดาภิเษก ฝั่งตรงข้ามถนนรัชดาภิเษกเป็นเอสพลานาด รัชดาภิเษก



ภาพที่ 1.15 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ



ภาพที่ 1.16 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ



ภาพที่ 1.17 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันออก



ภาพที่ 1.18 แสดงอาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันตก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.7.3 ข้อพิจารณาในการเลือกที่ตั้งโครงการ

จากการพิจารณาตำแหน่ง ที่ตั้งที่เหมาะสมต่อโครงการทั้ง 3 ตำแหน่ง นำมาเปรียบเทียบกับตามเกณฑ์ข้อพิจารณาในการเลือกที่ตั้งโครงการ เพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมที่สุดต่อโครงการ ดังนี้

ข้อพิจารณาในการเลือกที่ตั้งโครงการ	ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ		
	พื้นที่ ก.	พื้นที่ ข.	พื้นที่ ค.
1. ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในชุมชนเมือง มีความหลากหลายของคนในพื้นที่	4	3	4
2. ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ติดกับเส้นทางคมนาคม อาทิเช่น ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ ( Bangkok Transit System : BTS ), รถไฟฟ้ามหานคร ( Metropolitan Rapid Transit : MRT ), รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยาน ( Airport Rail Link : ARL )	4	4	4
3. สามารถเดินทางเข้าถึงโครงการได้สะดวก ทั้งระบบขนส่งสาธารณะ รถยนต์ส่วนบุคคล มอเตอร์ไซด์ และการเดินเท้า	3	3	4
4. มีพื้นที่เพียงพอต่อการจัดตั้งโครงการ และส่วนต่อเติมในอนาคต	1	2	4
5. ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้กับห้างสรรพสินค้า อเวนิว หรือพื้นที่สาธารณะที่มีการใช้งานหลากหลาย หรือพื้นที่ที่สามารถรองรับคนจำนวนมาก	4	2	3
ข้อพิจารณาในการเลือกที่ตั้งโครงการ	ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ		
	พื้นที่ ก.	พื้นที่ ข.	พื้นที่ ค.
6. ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่ติดกับแหล่งอุตสาหกรรม และพื้นที่ที่ก่อให้เกิดมลภาวะที่เป็นพิษ	3	4	3
<b>รวม (24)</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>22</b>

4 = เหมาะสมมาก 3 = เหมาะสม 2 = พอใช้ 1 = ค่อนข้างไม่เหมาะสม 0 = ไม่เหมาะสม

ตารางที่ 1.7 แสดงการเปรียบเทียบถึงความเหมาะสมของที่ตั้งโครงการเพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.7.4 ข้อสรุปในการเลือกที่ตั้งโครงการ

ที่ตั้งที่เหมาะสมต่อโครงการ ศูนย์แฟชั่นไทยและไลฟ์สไตล์ กรุงเทพมหานคร คือ พื้นที่ใกล้เคียง MRT สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

พื้นที่บริเวณใกล้เคียง BTS สถานีนาana ที่มีการสัญจรของคนในพื้นที่อยู่ตลอดเวลา ผู้คนบริเวณนั้น ใช้การเดินเท้าในการเดินเข้าตามชอนต่างๆบนถนนรัชดา ที่ซึ่งเต็มไปด้วยโรงแรม คอนโดมิเนียม อาคาร สำนักงาน ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า และอื่นๆอีกมาก ซึ่งเป็นผลทำให้ผู้คนในบริเวณนั้นมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และอีกหนึ่งเหตุผล คือพื้นที่บริเวณใกล้เคียง BTS สถานีศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทยนั้น แวดล้อมด้วยกลุ่มของอาคารที่สนับสนุนกับโครงการ ซึ่งตำแหน่งที่ตั้งจะเป็นจุดสำคัญที่จะกลายเป็นแลนด์มาร์คหนึ่งในย่านรัชดานี้ ซึ่งการเดินทางเข้าถึงพื้นที่นั้นสะดวก สามารถเดินทางได้ด้วย รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งสามารถเลือกออกทั้งทางออกที่ 1 และทางออกที่ 2 ซึ่งสะดวกกับผู้ที่เข้าถึงโครงการด้วยรถไฟฟ้า

## 1.8 ลักษณะอาคาร

### 1.8.1 การวิเคราะห์อาคารและเกณฑ์การพิจารณาลักษณะอันพึงประสงค์

1. อาคารมีระยะห่างระหว่างเสามากเพียงพอ
2. พื้นที่ภายในอาคารมีความโล่ง สูง กว้าง มีการขยายตัวตามแนวราบ
3. รูปแบบอาคารเรียบง่าย สามารถปรับเปลี่ยน ดัดแปลงรูปทรงของอาคารให้เกิดความแปลกใหม่
4. Façade มีความทันสมัย น่าสนใจ
5. มีพื้นที่ส่วนกลาง ที่สามารถรองรับคนได้จำนวนมาก
6. เส้นทางสัญจรภายในอาคารไม่ซับซ้อน
7. โครงสร้างเหล็ก

### 1.8.2 การวิเคราะห์ลักษณะอาคาร

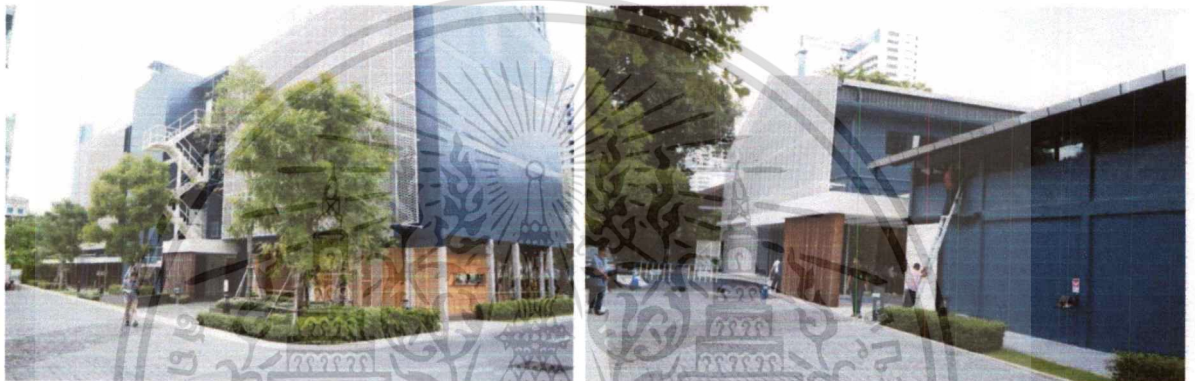
จากการพิจารณาอาคารที่เหมาะสมต่อโครงการ มีความเป็นไปได้ 3 อาคาร คือ

- ก. ภีรัชทาวเวอร์ แอท สาทร ( PHIRAJ TOWER at Sathon )
- ข. อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง ( Rong Num Kaeng )
- ค. อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio

### ก. ภัริชทาวเวอร์ แอท สาทร์ ( PHIRAJ TOWER at Sathon)

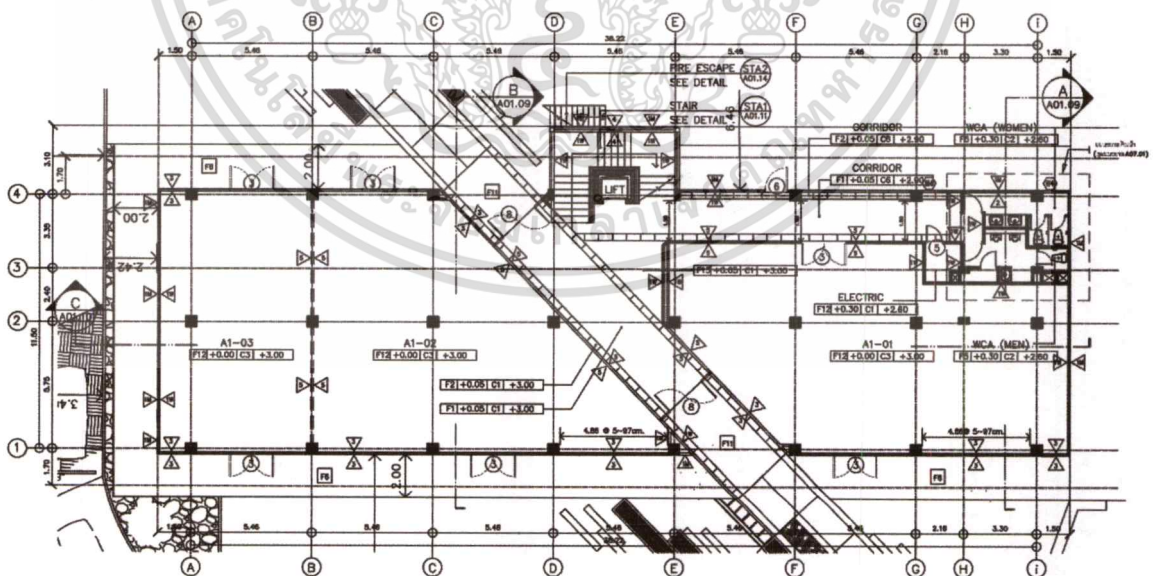
#### วิเคราะห์อาคาร :

ภัริชทาวเวอร์ แอท สาทร์ แบ่งอาคารเป็น 3 ประเภท ซึ่งประกอบไปด้วยอาคารโครงสร้างเสาและคาน ซึ่งมีจำนวน 4 ชั้น วางขวางอยู่ด้านหน้าของโครงการซึ่งเป็นอาคารสำนักงานให้เช่า ส่วนอาคารหลังที่สองเป็นอาคารโกดังโครงสร้างทรีสที่ด้านในตัดแปลงโกดังให้เป็น 2 ชั้นเพื่อเพิ่มพื้นที่ภายใน ส่วนอาคารที่สามเป็นประเภทเดียวกับอาคารที่สองที่เป็นโกดังแต่เป็นโกดังที่เป็นโกดังสามหลังต่อกัน มีชั้นเดียว



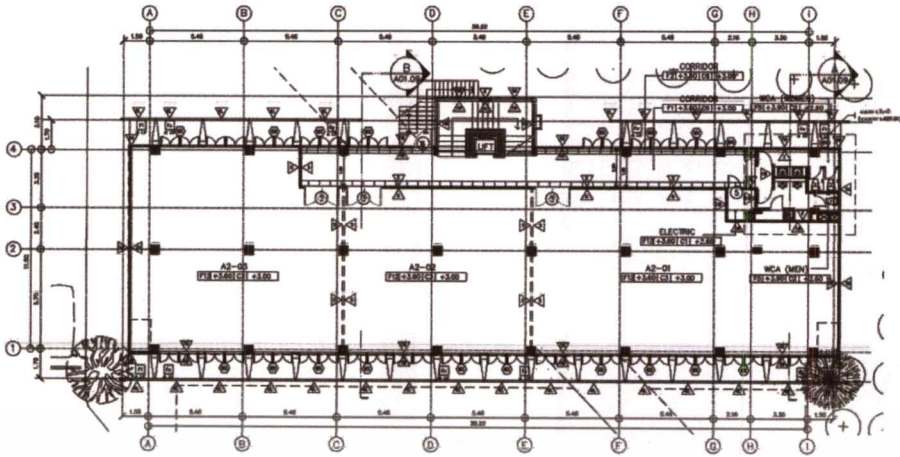
ภาพที่ 1.19 แสดงภาพพื้นที่ภายนอกอาคารภัริชทาวเวอร์

#### แบบอาคาร :

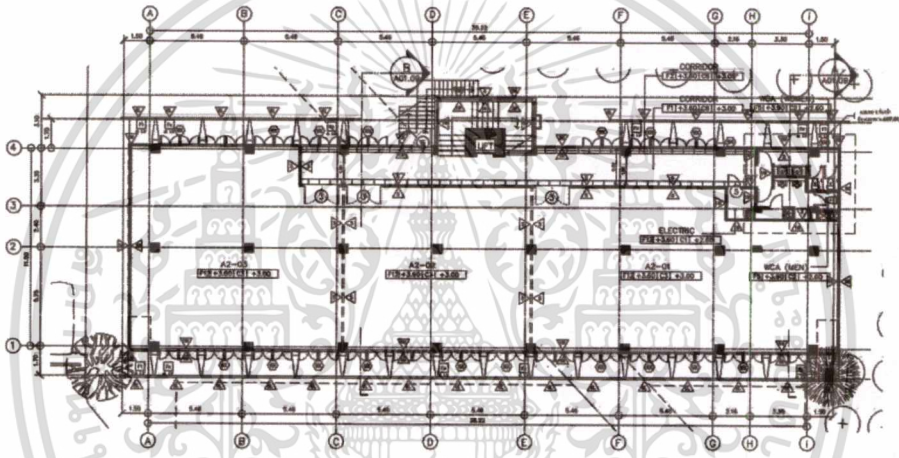


ภาพที่ 1.20 แสดงผังพื้นที่ชั้น 1 อาคาร A ภัริชทาวเวอร์

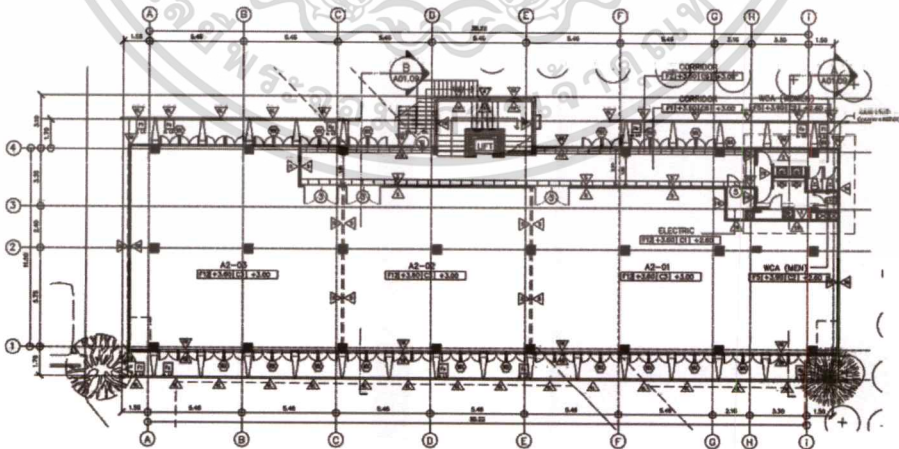
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.21 แสดงผังพื้นที่ชั้น 2 อาคาร A ภิรัชทาวเวอร์

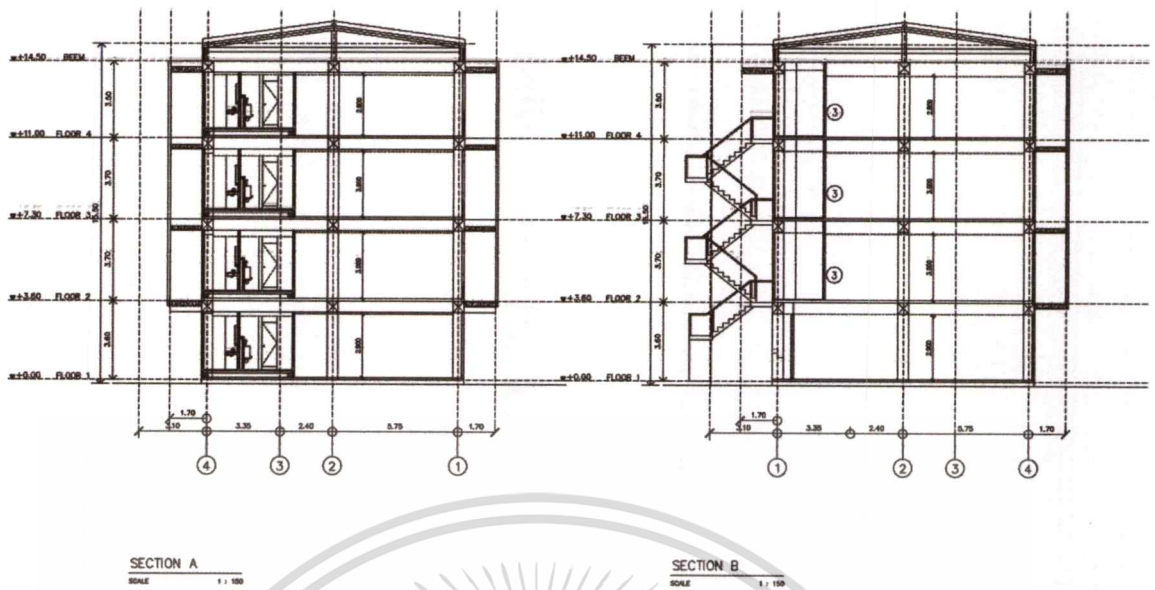


ภาพที่ 1.22 แสดงผังพื้นที่ชั้น 3 อาคาร A ภิรัชทาวเวอร์

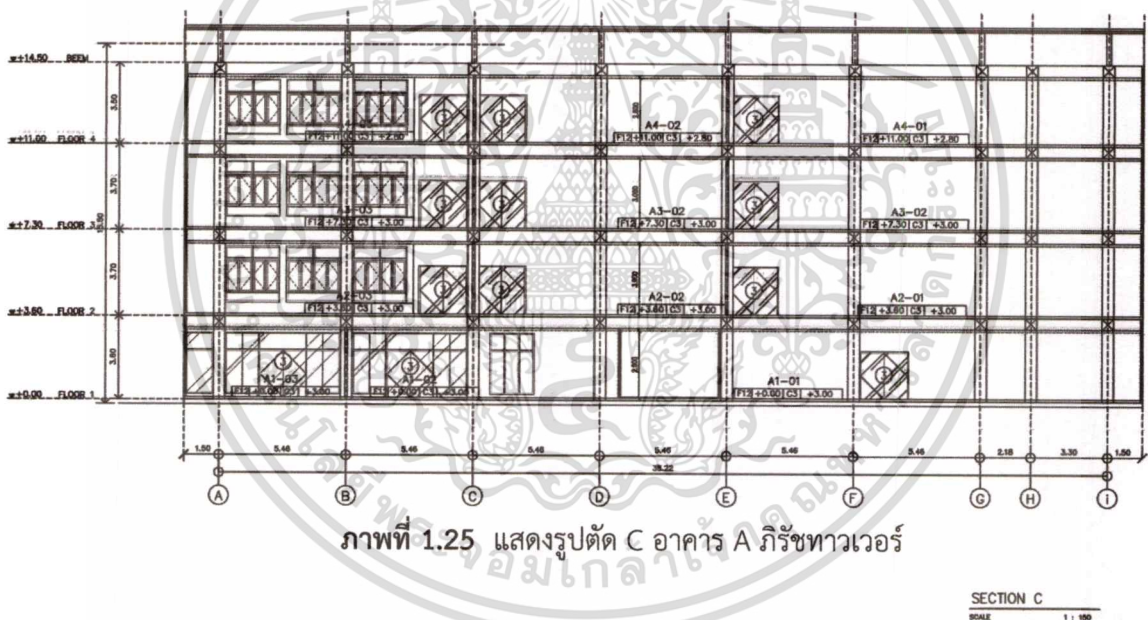


ภาพที่ 1.23 แสดงผังพื้นที่ชั้น 4 อาคาร A ภิรัชทาวเวอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.24 แสดงรูปตัด A, B อาคาร A ภิรัชทาวเวอร์



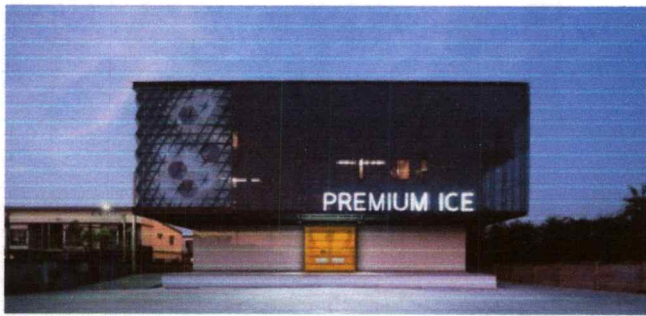
ภาพที่ 1.25 แสดงรูปตัด C อาคาร A ภิรัชทาวเวอร์

## ข. อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง ( Rong Num Kaeng )

### วิเคราะห์อาคาร :

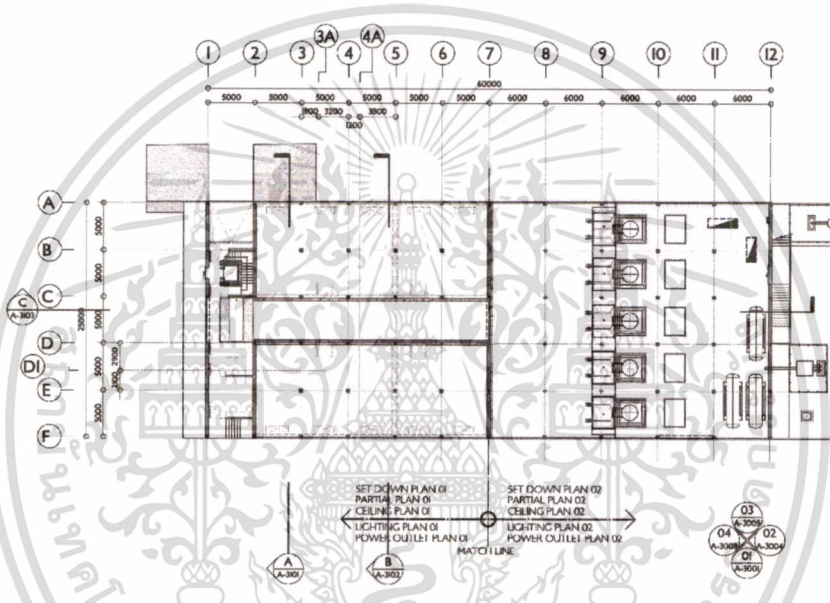
อาคารโครงสร้างเหล็ก มีทั้งหมด 3 ชั้น ใช้นับโด และลิฟท์เป็นทางสัญจรแนวตั้ง มีการเชื่อมต่อในทุกๆชั้น ด้วยการเปิดบริเวณพื้นที่โล่งตรงกลาง เพื่อดึงแสงธรรมชาติเข้ามาในตัวอาคาร หอหุ้มอาคารด้วยเหล็กฉีก ทางเข้าอาคารหลัก 1 ทาง Façade หอหุ้มด้วยเหล็กฉีก และลูกเล่นการเล่นแสงเงาของช่วงเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

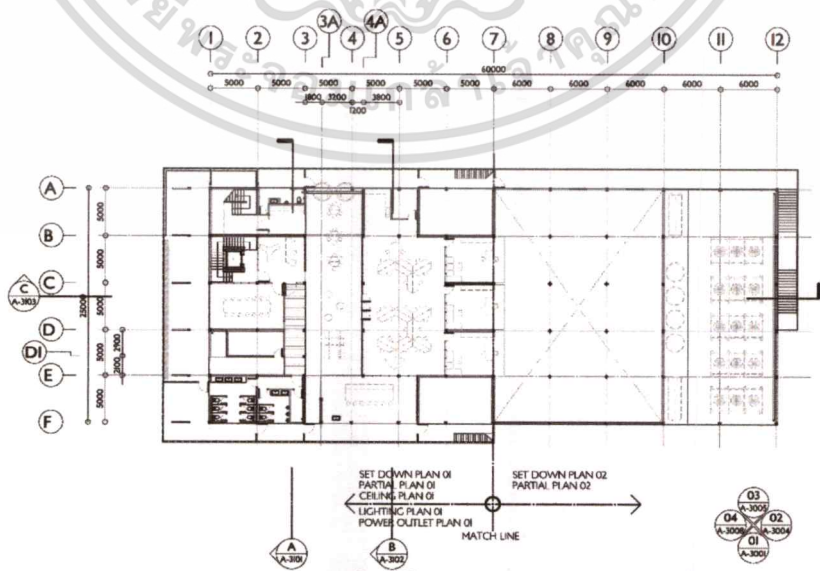


ภาพที่ 1.26 แสดงภาพพื้นที่อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง

แบบอาคาร :

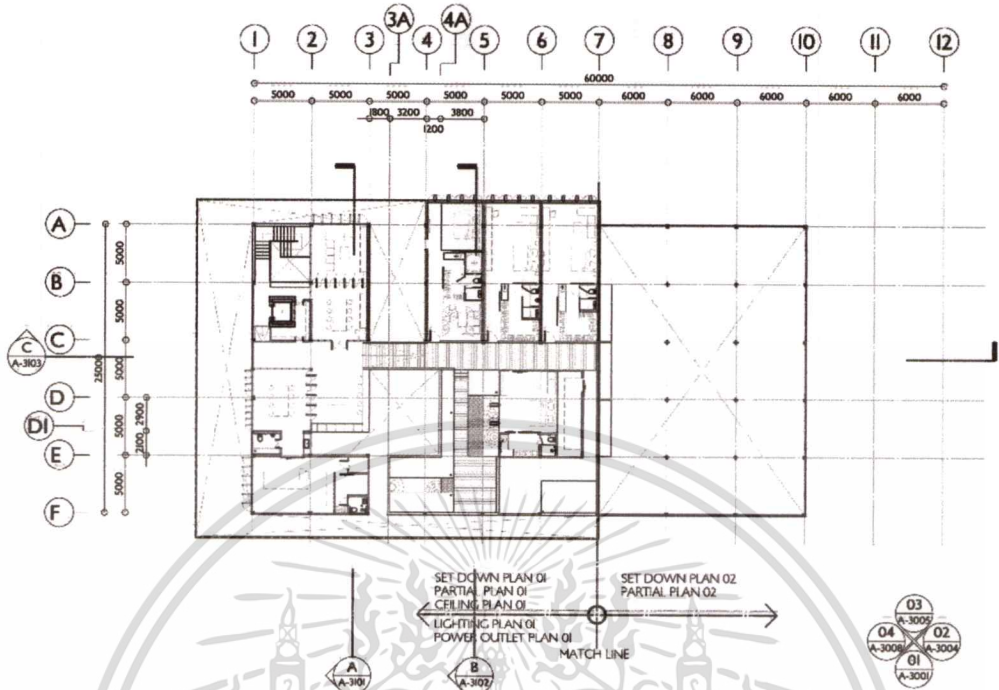


ภาพที่ 1.27 แสดงผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง

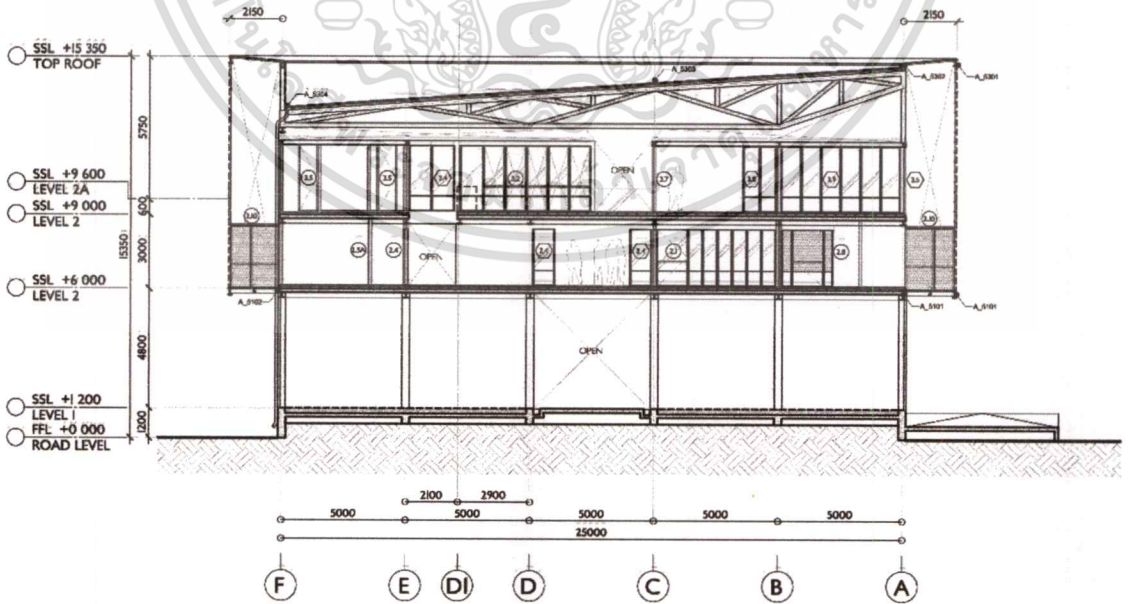


ภาพที่ 1.28 แสดงผังพื้นที่ชั้น 2 อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

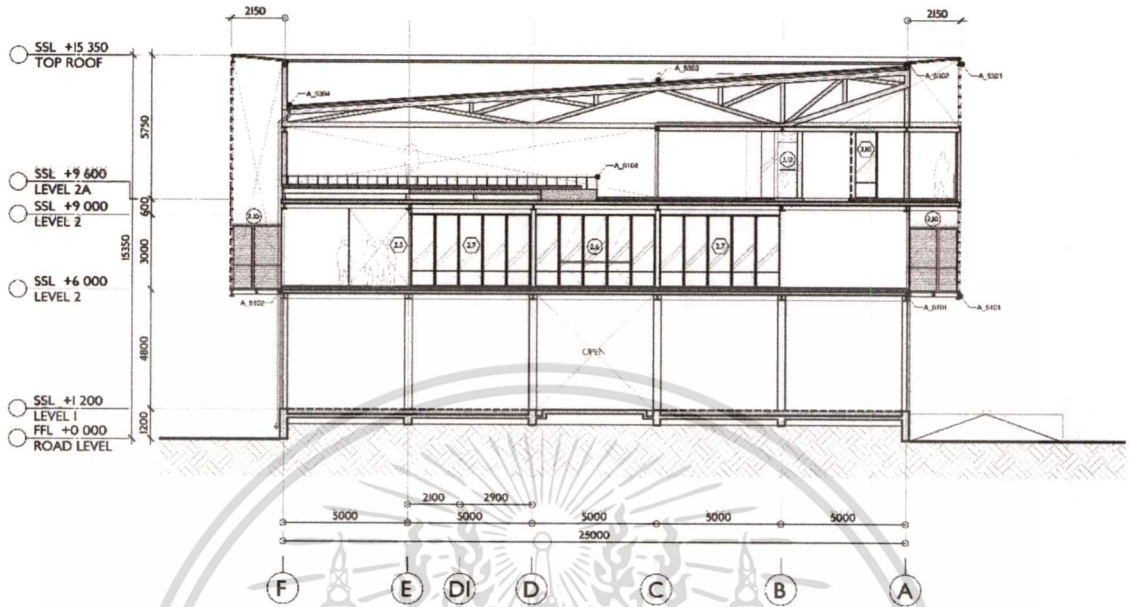


ภาพที่ 1.29 แสดงผังพื้นที่ชั้น 3 อาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง

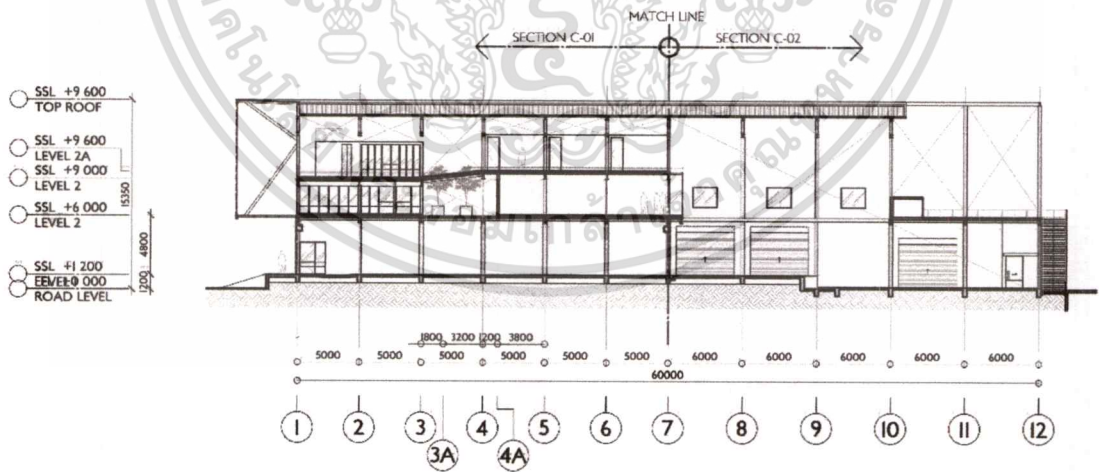


ภาพที่ 1.30 แสดงรูปตัดอาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.31 แสดงรูปตัดอาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง B



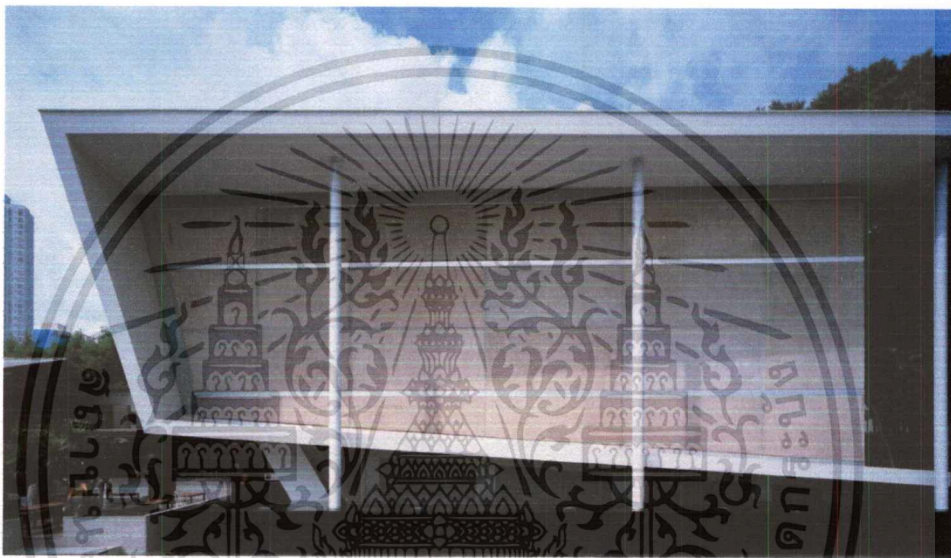
ภาพที่ 1.32 แสดงรูปตัดอาคารสำนักงานโรงน้ำแข็ง C

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

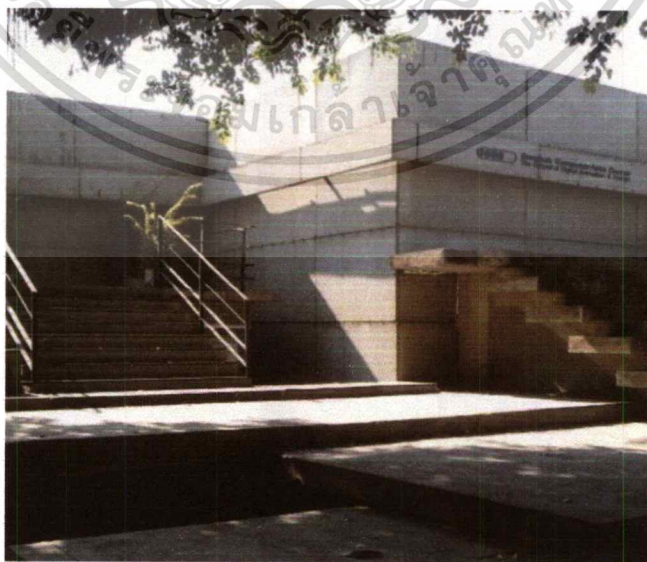
### ค. อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio

#### วิเคราะห์อาคาร :

อาคารโครงสร้าง Post-Tension มีทั้งหมด 5 ชั้น มีพื้นที่จอดรถใต้ตัวอาคาร ใช้บันไดและลิฟต์ในการสัญจรทางตั้ง มีการแบ่งพื้นที่ภายในชัดเจน Façade มีความทันสมัยมีการเล่นกับรูปทรงของตัวอาคารให้เกิดความน่าสนใจ มีชั้นดาดฟ้า บนอาคาร ช่องเปิดของอาคารน้อย การขยายตัวของอาคารเป็นในแนวตั้ง



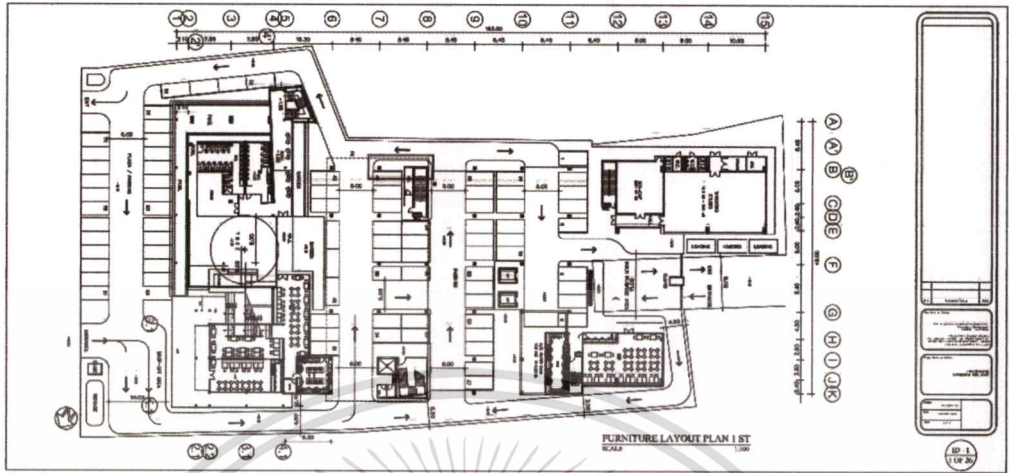
ภาพที่ 1.33 แสดงภาพพื้นที่ภายนอกอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio 1



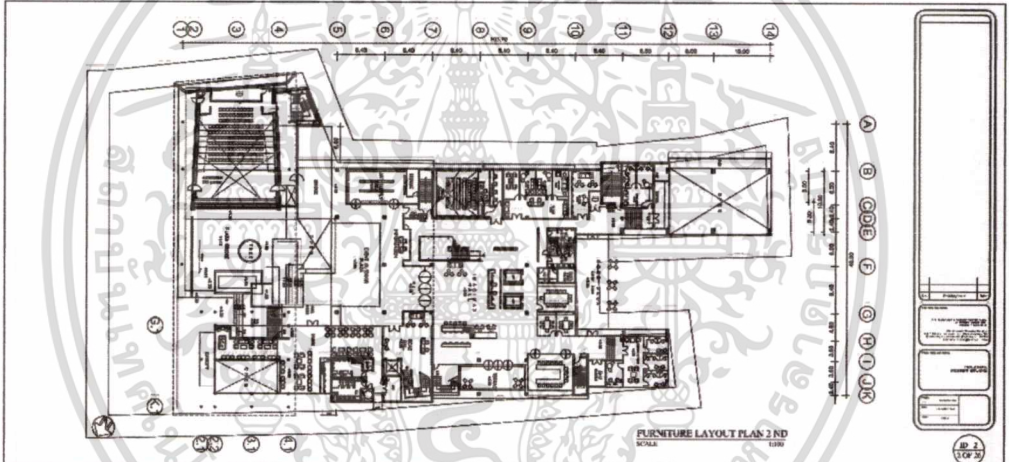
ภาพที่ 1.34 แสดงภาพพื้นที่ภายนอกอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

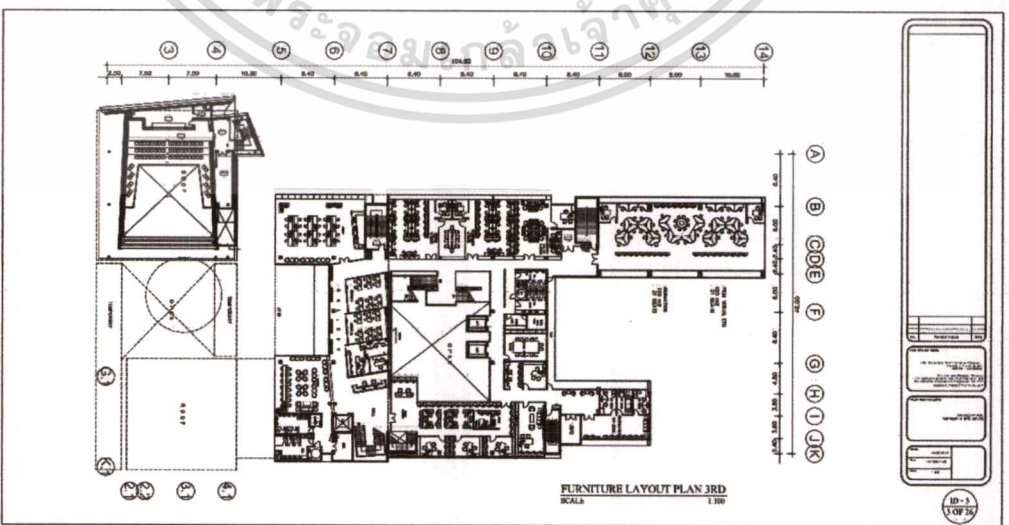
รูปแบบอาคาร :



ภาพที่ 1.35 แสดงผังพื้นที่ชั้น 1 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio

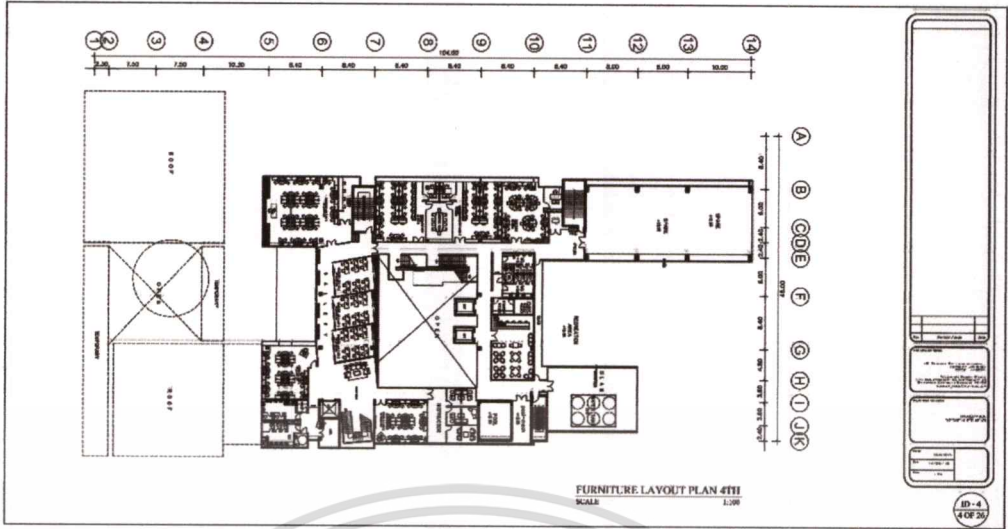


ภาพที่ 1.36 แสดงผังพื้นที่ชั้น 2 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio

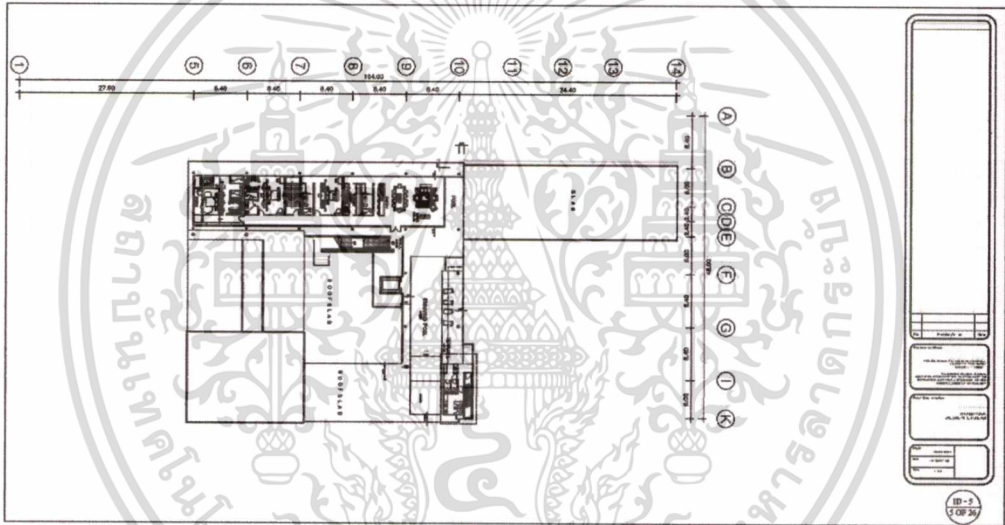


ภาพที่ 1.37 แสดงผังพื้นที่ชั้น 3 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio

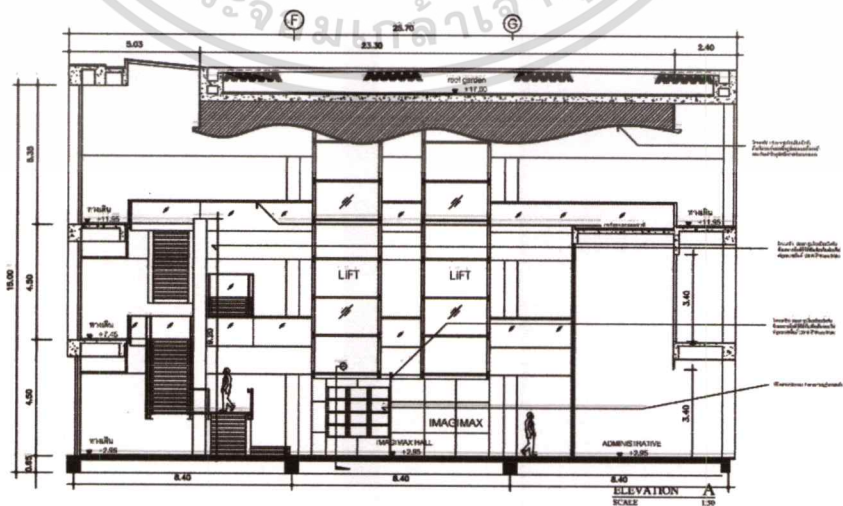
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.38 แสดงผังพื้นที่ชั้น 4 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio

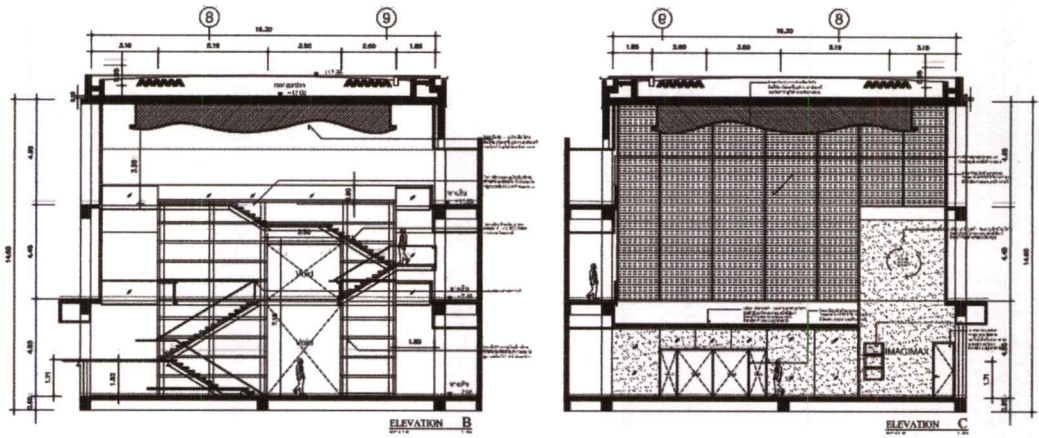


ภาพที่ 1.39 แสดงผังพื้นที่ชั้น 5 อาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio

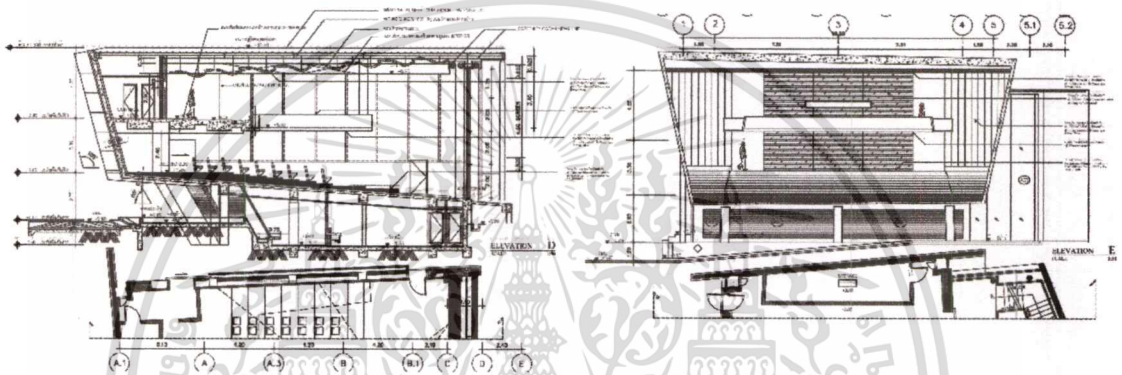


ภาพที่ 1.40 แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio A

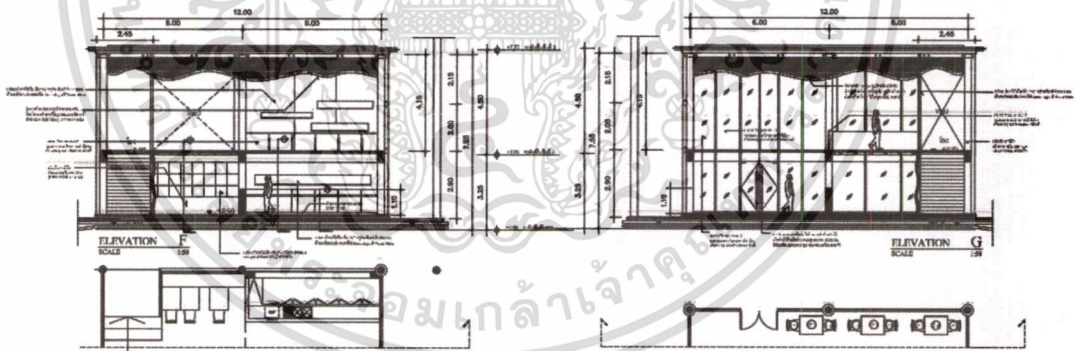
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



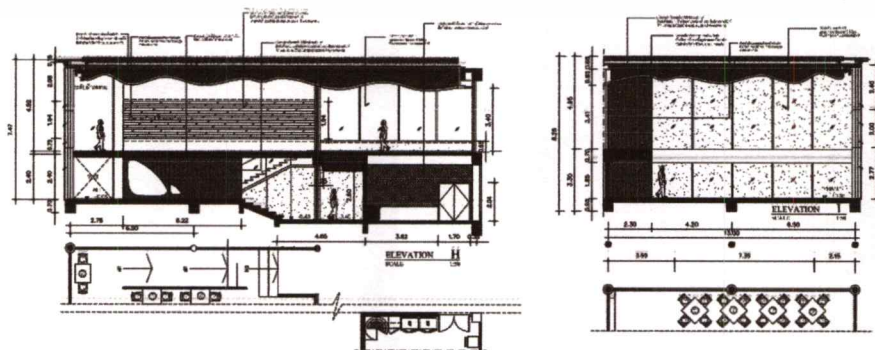
ภาพที่ 1.41 แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio B,C



ภาพที่ 1.42 แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio D,E



ภาพที่ 1.43 แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio F,G



ภาพที่ 1.44 แสดงรูปตัดอาคารสำนักงาน IMAGIMAX Studio H,I

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.8.3 ข้อพิจารณาในการเลือกอาคาร

จากการพิจารณาอาคาร อาคารที่เหมาะสมต่อโครงการทั้ง 3 อาคารนำมาเปรียบเทียบกันตามเกณฑ์ ข้อพิจารณาในการเลือกอาคาร เพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมที่สุดต่อโครงการ ดังนี้

ข้อพิจารณาในการเลือกอาคาร	อาคาร		
	อาคาร ก.	อาคาร ข.	อาคาร ค.
1. อาคารมีระยะห่างระหว่างเสามากเพียงพอ	4	4	3
2. พื้นที่ภายในอาคารมีความโล่ง สูง กว้าง มีการขยายตัวตามแนวราบ	4	4	3
3. รูปแบบอาคารเรียบง่าย สามารถปรับเปลี่ยน ดัดแปลงรูปทรงของอาคารให้เกิดความแปลกใหม่	4	3	3
4. Façade มีความทันสมัย น่าสนใจ	3	3	4
5. มีพื้นที่ส่วนกลาง ที่สามารถรองรับคนได้จำนวนมาก	4	3	2
6. เส้นทางสัญจรภายในอาคารไม่ซับซ้อน	4	4	3
7. โครงสร้างเหล็ก	4	3	3
<b>รวม (28)</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>21</b>

4 = เหมาะสมมาก 3 = เหมาะสม 2 = พอใช้ 1 = ค่อนข้างไม่เหมาะสม 0 = ไม่เหมาะสม

ตารางที่ 1.8 แสดงการเปรียบเทียบถึงความเหมาะสมของอาคารเพื่อหาอาคารที่เหมาะสมที่สุด

### 1.8.4 ข้อสรุปในการเลือกอาคาร

ที่ตั้งที่เหมาะสมต่อโครงการ ศูนย์แพชชั่นไทยและไลฟ์สไตล์ กรุงเทพมหานคร คือ กรีฑาทาวเวอร์ แอท สาทร ( PHIRAJ TOWER at Sathon)

กรีฑาทาวเวอร์ แอท สาทร ( PHIRAJ TOWER at Sathon) เป็นทางเลือกที่เหมาะสมต่อฟังก์ชันในการใช้งานของพื้นที่ ด้วยความที่มีลักษณะอาคารที่หลากหลายในการเลือกใช้ จึงเกิดเป็นพื้นที่ว่างภายในที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาและต่อยอดให้เกิดเป็นพื้นที่การเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ ความแตกต่างของกลุ่มอาคารสามารถนำมาจัดองค์ประกอบใหม่และวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบต่อไป

## บทที่ 2

### เอกสาร และข้อมูลสนับสนุนโครงการ

#### 2.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

##### 2.1.1 คำนิยามและความหมายของโครงการ

โครงการเสนอแนะศูนย์การเรียนรู้แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ คือศูนย์รวมที่ประกอบด้วย ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และกิจกรรมที่มีกระบวนการเรียนรู้ หรือกระบวนการเรียนการสอน ซึ่งในโครงการ มุ่งเน้นไปที่การสร้างองค์ความรู้พื้นฐานเพื่อนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน การสร้างให้เกิด แรงบันดาลใจในการพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ โดยออกแบบให้มีพื้นที่การใช้งานที่ หลากหลายและครบวงจร เช่นพื้นที่เรียนรู้และทำกิจกรรม พื้นที่พักผ่อน พื้นที่ปฏิบัติงาน ลาน กิจกรรม ร้านค้าและร้านอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายภายในโครงการ และ สร้างเป็นแลนด์มาร์คสำคัญของย่านนานา

##### 2.1.2 ประเภทของโครงการ

###### 1. ศูนย์ทรัพยากรการเรียนรู้ สำหรับการศึกษาในระบบโรงเรียน

หมายถึง หน่วยงานที่สนับสนุนการเรียนการสอนทั้งสื่อวัสดุ อุปกรณ์ ซึ่งมีการดำเนินการ ได้หลายลักษณะและมีชื่อเรียกต่างกัน ทั้งศูนย์วัสดุการเรียน, ศูนย์โสตทัศนและห้องสมุด, ศูนย์วัสดุ อุปกรณ์การศึกษา, ศูนย์สื่อการสอน, ศูนย์โสตทัศนวัสดุศูนย์วัสดุการสอนหรือศูนย์วัสดุการศึกษา, ศูนย์โสตทัศนอุปกรณ์หรือหน่วยบริการโสตทัศนอุปกรณ์, สำนักเทคโนโลยีการศึกษา, ศูนย์เทคโนโลยี และนวัตกรรมการศึกษา เป็นต้น

###### 2. ศูนย์ทรัพยากรการเรียนรู้ สำหรับศึกษานอกระบบ

หมายถึง เป็นศูนย์ทรัพยากรการเรียนรู้ ที่มีเป้าหมายโดยมุ่งการให้บริการกับผู้เรียนที่มี จุดมุ่งหมายให้ผู้เรียน ได้รับความรู้ด้านพื้นฐาน ทักษะในการประกอบอาชีพ และทักษะที่จำเป็น สำหรับความรู้ด้านอื่นๆ เป็นฐานในการดำรงชีวิต เช่น ศูนย์ฝึกอาชีพ, ศูนย์การเรียน เป็นต้น

###### 3. ศูนย์ทรัพยากรการเรียนรู้ สำหรับการศึกษาตามอัธยาศัย

หมายถึง เป็นศูนย์รวมและให้บริการความรู้โดยมุ่งให้กลุ่มเป้าหมายได้ศึกษาจาก ประสบการณ์การทำงาน บุคคล ครอบครั้ว สื่อมวลชน ชุมชน แหล่งความรู้ต่างๆ เพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ทักษะ ความบันเทิง และการพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น พิพิธภัณฑการเรียนรู้ เป็นต้น

### 2.1.3 ลักษณะเฉพาะของโครงการ

บริเวณย่านนานาเป็นย่านที่มีความเจริญ และความหลากหลายของคนในพื้นที่สูง ซึ่งความ หลากหลายของคนในพื้นที่เองทำให้เกิดร้านค้า ร้านอาหาร รวมถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลดี ให้กับโครงการที่ต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงของคนในพื้นที่ตลอดเวลา ด้วยธรรมชาติเดิมของคนในพื้นที่ ที่มีความพลุกพล่าน ทั้งการคมนาคมด้วยรถไฟฟ้า การคมนาคมด้วยรถโดยสารประจำทาง การ คมนาคมด้วยรถยนต์ส่วนตัว หรือแม้แต่การเดินทาง ย่านนานาก็มีความคึกคักอยู่ตลอดเวลา และในยาม คำคืนก็เป็นแหล่งรวมสถานบันเทิงจำนวนมาก เรียกได้ว่าย่านนานาเป็นย่านที่ไม่หลับใหลและเป็นสี่ส้น ของกรุงเทพมหานครอีกย่านหนึ่งเช่นกัน ซึ่งโครงการนั้นเน้นไปที่การส่งเสริมการเรียนรู้จาก นิทรรศการ การจัดกิจกรรมที่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนไป เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้ผู้คนบริเวณนั้นเข้ามา มี ส่วนรวมและพัฒนาโครงการ

### 2.1.4 ความหมายของแพชั่น

แพชั่น หมายถึง สมัยนิยม แบบ หรือวิธีการที่นิยมกันทั่วไปชั่วคราวระยะเวลานึง (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2550)

### 2.1.5 องค์ประกอบการออกแบบแพชั่น

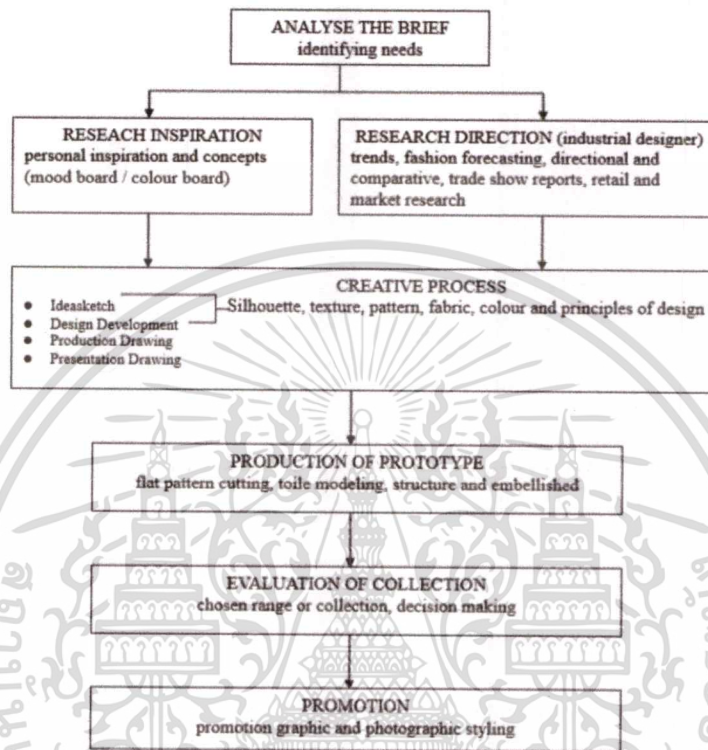
#### 2.1.5.1 Research and Design

ขั้นตอนการออกแบบแบ่งได้เป็น

1. วิเคราะห์โจทย์
2. หาข้อ Inspiration/Concept และ หาแนวทางในการออกแบบ
3. ขั้นตอนการออกแบบสร้างสรรค์
4. ทำแบบร่าง Prototype
5. ประเมินผลชุดรูปแบบ
6. นำเสนอผลงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งในแต่ละขั้นตอนมีกระบวนการที่หลากหลายในการคิดค้น หรือทดลองทำ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบเฉพาะของ Designer หรือตามการวิเคราะห์และหาแนวทางในการออกแบบ ซึ่งสุดท้ายจะเกิดเป็นผลงานที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่



ภาพที่ 2.1 แสดงโครงสร้างของแฟชั่น

องค์ประกอบของการหาข้อมูลและออกแบบแฟชั่น

### 1. Research Book

หนังสือที่รวบรวมกระบวนการคิด แนวความคิด Sketch ต่างๆ ดีไซน์เนอร์บางคนก็เก็บสะสมรูปภาพจำนวนมาก และชิ้นส่วนของผ้า เพื่อที่จะเก็บบันทึกต้นแบบของงานออกแบบเพื่อสู่การพัฒนา Collection และสร้างเป็น Mood Theme หรือ Storyboard

ลักษณะของ Research Book แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ

#### Collage

เป็นศิลปะของการตัดปะโดยเทคนิคการใช้การตัดปะซึ่งก็จะใช้ ส่วนของหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือเศษผ้า กระดาษ รูปภาพ สารพัดสิ่งที่หาได้ ดัดทั้งหมดลงไปบนกระดาษหรือผ้าใบ และยังอาจผสมได้กับเทคนิคอื่นๆของการเขียนภาพเช่น sketch หรือ painting

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Drawing

เป็นวิธีการสร้างภาพเพื่อสื่อความหมายทางการมองเห็นรูปร่างของวัตถุ สิ่งของ บรรยากาศและการเกิดมิติของภาพในขั้นเริ่มแรก คือ ปัจจัยขั้นพื้นฐาน ซึ่งเราต้องการแสดงออก หรือนำเสนอในบางอย่างที่เป็นรูปแบบของเราออกมา หรือเป็นการแสดงออกด้านอารมณ์ให้ผู้อื่นรับรู้จากภาพของผู้วาด และรูปภาพธรรมชาติ ฯลฯ

## Juxtaposition

การนำของ 2 สิ่ง หรือมากกว่ามาจัดวางเทียบเคียงกัน ในองค์ประกอบต่างๆเรื่องราวนั้นๆ อาจเป็นเรื่องๆเดียวกัน หรือเป็นเรื่องราวที่แตกต่างกันก็ได้แต่การนำเรื่องราวที่แตกต่างกัน หรือ ขัดแย้งกันมักจะให้ความน่าสนใจมากกว่าเพราะสามารถทำให้ผู้ที่รับชมเกิดความรู้สึก สนใจ ประหลาดใจ พิศวง งงวย หรือ สนุก ขบขัน เกิดความหมายใหม่ๆ อารมณ์ ความรู้สึกใหม่ๆ หรือ รูปลักษณะใหม่ๆ ขึ้นมา

## 2. Mood , Theme and Storyboard

### Mood & Tone

Mood หมายถึง อารมณ์ของภาพ ประกอบด้วย อารมณ์สนุกสนาน เศร้า และร่าเริง เป็นต้น ในงานออกแบบนั้นจะสามารถบ่งบอกและสื่อความหมายในตัวของมันเอง

Tone คือสีในงานออกแบบ สีนั้นจะบอกความรู้สึก และสิ่งที่เราสามารถสัมผัสได้ โดยลักษณะการเรียกที่เราคุ้นชินนั้นก็คือ สีโทนเย็นและสีโทนร้อน ส่วนการเลือกโทนนี้นั้นมาจากความต้องการของเจ้าของงานว่าต้องการให้งานมีเอกลักษณ์และรูปแบบไปในทิศทางใด

### Theme (แนวทาง)

หมายถึง แก่น หรือสาระสำคัญของเรื่องที่ต้องการจะสื่อไปยังผู้รับสาร โดยสิ่งแรกที่เราร้องต้องคำนึงถึงก็คือ การกำหนด Theme ที่ต้องสามารถถ่ายทอดความรู้สึก วัฒนธรรม และ คุณลักษณะที่เป็นจุดเด่นและน่าสนใจออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจน

## 3. Designing

หมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานในรูป 2 มิติ และ 3 มิติ ให้เกิดความสวยงาม และ ถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้ มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน และ เป็นการสร้างสรรค์ผลงานขึ้น ไม่ลอกเลียนของเดิมหรือ ความคิดเดิมที่มีมาก่อนเพื่อตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย หรือความต้องการด้าน อื่นๆความหมายของการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Fashion Design หรือ Costume Design ในวงการ การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ได้มีการนำคำศัพท์

เหล่านี้มาใช้เรียกทับศัพท์อยู่เสมอ ซึ่งความหมายคำศัพท์ที่นิยมนำมาใช้ ได้แก่ คำว่า Fashion, Costume, Design

### ความสำคัญของการ ออกแบบเสื้อผ้า มีอยู่หลายประการ กล่าวคือ

1. ในแง่ของการวางแผนการทำงาน งานออกแบบเสื้อผ้าจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเหมาะสมและประหยัดเวลาดังนั้นอาจถือว่าการ ออกแบบเสื้อผ้า คือการวางแผนการทำงานก็ได้

2. ในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงาน ออกแบบเสื้อผ้าจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกัน อย่างชัดเจน ดังนั้นความสำคัญในด้านนี้คือเป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน

3. เป็นสิ่งที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมาย ซับซ้อน ผลงานการออกแบบเสื้อผ้าจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบเสื้อผ้า คือตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบเสื้อผ้าได้ทั้งหมด

4. แบบ จะมีความสำคัญอย่างที่สุดในกรณีที่นักออกแบบเสื้อผ้ากับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกัน เช่น สถาปนิกกับช่างก่อสร้าง นักออกแบบเสื้อผ้ากับผู้ผลิตในโรงงาน หรือถ้าจะเปรียบไปแล้ว นักออกแบบเสื้อผ้างก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง

#### 4. Ideal Bodies

##### 1. หุ่นทรงลูกแพร์ ( Pear Shape Body )

คือคนที่มีช่วงล่างใหญ่ เนื่องจากมีไขมันสะสมมากบริเวณเอว สะโพก และต้นขา

##### 2. หุ่นทรงแอปเปิ้ล ( Apple Shape Body )

คือคนที่มีช่วงไหล่ลงไปจนถึงเอวค่อนข้างหนา และมีขนาดใหญ่กว่าช่วงสะโพกลงมา

##### 3. หุ่นทรงกระบอกร ( Rectangle Shape Body )

คือคนที่มีลำตัวตรง ไม่มีส่วนโค้งเว้า

##### 4. หุ่นนาฬิกาทราย ( Hourglass Shape Body )

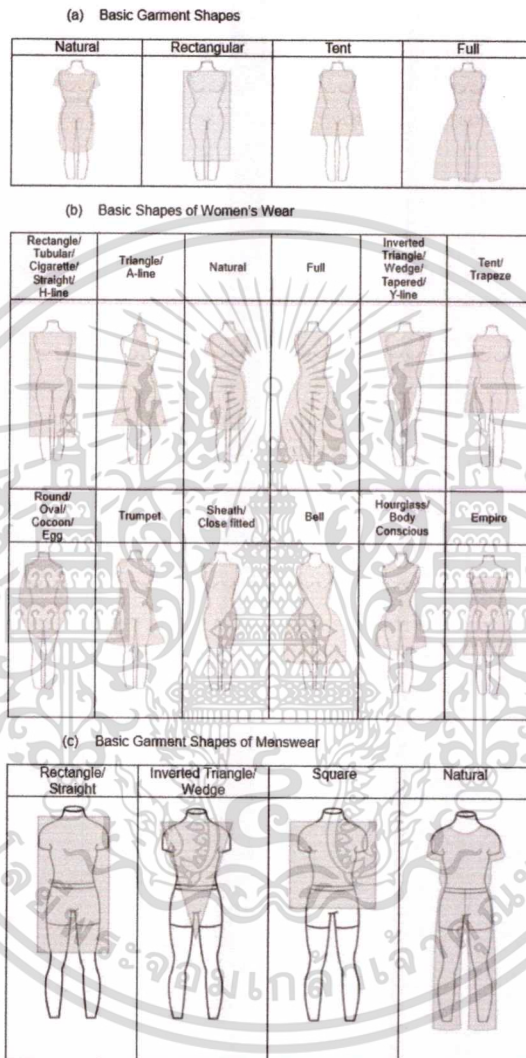
คือคนที่มีรูปร่างสมส่วน เอวคอด ลำตัวส่วนบนและล่างสมดุลกัน สาวๆส่วนมากนิยมมีรูปร่างทรายนาฬิกาทรายเพราะเป็นรูปร่างในอุดมคติของผู้หญิง

##### 5. Wedge Body Type

คือคนที่มีรูปร่างช่วงบนใหญ่ เด่นชัดคือส่วนของหัวไหล่ และหน้าอกกว้างกว่าช่วงล่าง ที่เป็นช่วงของเอวและสะโพก

## 5. Silhouette

Silhouette (ซิลลูเอท) เป็นภาษาฝรั่งเศส มีความหมายว่า ภาพโครงร่าง (Outline) ซึ่งทางแฟชั่นอธิบายให้เข้าใจง่ายจะหมายถึงรูปทรงของชุดที่นำมาแมชให้เข้ากัน หากเรารู้จักซิลลูเอทก็จะทำให้การเลือกซื้อเสื้อผ้า และแมชชุดของเราง่ายขึ้น



ภาพที่ 2.2 แสดงรูปทรงของเสื้อผ้า

## 6. Proportion and Line

หมายถึงเส้นและรูปร่างแบ่งพื้นที่เสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายออกเป็นส่วน ๆ มันเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของส่วนหนึ่งหรือพื้นที่ เมื่อเทียบกับพื้นที่หรือพื้นที่อื่นเมื่อเทียบกับเสื้อผ้าทั้งหมด และต่อร่างกาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กฎพื้นฐานของ Proportion and Line

- เส้นแนวตั้งทำให้ร่างกายดูยาวขึ้น
- เส้นแนวนอนเน้นความกว้าง
- เส้นตรงหมายถึงความแข็งแรงและความเป็นชาย
- เส้นโค้งหมายถึงความอ่อนโยนและความเป็นหญิง
- ตะเข็บและลูกดอกไม่ได้เป็นมาตรฐาน สามารถเคลื่อนไปรอบ ๆ ตัวได้
- เสื้อผ้าสามารถมีความยาวได้ เพื่อสร้างเส้นแนวนอนรอบตัว
- ชั้นของชุดเสื้อผ้าสร้างเส้นหลายอย่าง

### 7. Details ( รายละเอียด )

รายละเอียดของงานจะสามารถช่วยให้งานมีลูกเล่นมากขึ้น ขึ้นอยู่กับเทคนิคและวิธีการ

### 8. Fabric , Colour and Texture ( ผ้า , สี , ผิวสัมผัส )

Fabric หมายถึง วัสดุชนิดหนึ่ง ที่มีลักษณะเป็นแผ่น และผ่านกระบวนการผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ หรือสังเคราะห์ จนได้เป็นเส้นด้ายและผ่านกรรมวิธีผลิตจนได้เป็นผืนผ้า

#### Fabric Patterns

ภาพที่ 2.3 แสดงรูปแบบลวดลายและสี

(a) Geometric Patterns



(b) Conventional Patterns

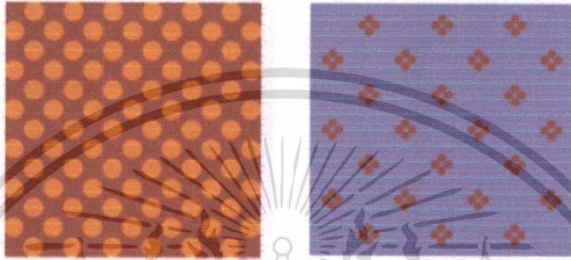


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(c) Naturalistic Patterns



(d) Dots and spots



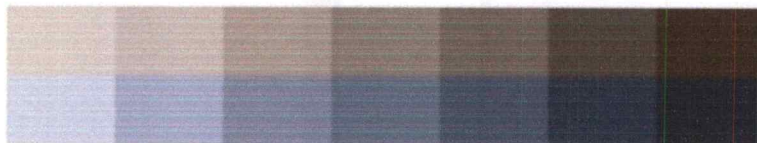
- (e) Printing Techniques
- Block printing
  - Screen printing
  - Burn-out printing
  - Discharge printing
  - Engraved roller printing
  - Heat transfer printing
  - Digital printing

(a) Colour Dimensions

- Hue - the name given to specific colours such as red and blue



- Value - the use of darks and lights or the variation of light strength in a colour



- Intensity - saturation, brightness or paleness of a colour, bright colours are considered to be of high intensity; pale ones are of low intensity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 9. Rendering

หรือ การสร้างภาพกราฟิกส์ (อังกฤษ: rendering) บางครั้งเรียกว่า "การสร้างภาพจากแบบจำลอง" หรือ "การสร้างเป็นภาพสุดท้าย" คือกระบวนการสร้างภาพสองมิติจากแบบจำลองกราฟิกในระบบ โดยเริ่มจากการนำเข้าแบบจำลองกราฟิกซึ่งจะบรรยายวัตถุสองมิติ หรือสามมิติ โดยบอกโครงสร้างข้อมูลของวัตถุดังกล่าว

โดยการเรนเดอร์นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

### 1. Fashion drawing

การสเกตภาพแฟชั่น เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับผู้ที่สนใจการวาดภาพแฟชั่นต่างๆ การวาดภาพแฟชั่นให้ได้ดีควรมีพื้นฐานความรู้ด้านการวาดภาพมาก่อน นั่นคือ คุณต้องเข้าใจการวาดเส้นและแสงเงา แต่ทว่าการสเกตภาพ แฟชั่นจะง่ายและสนุกกว่าตรงที่ หากคุณเข้าใจสัดส่วนจริงของคนแล้ว การวาดภาพแฟชั่นจะเป็นการ สเกตสัดส่วนโมเดล ตามจินตนาการของเรา ซึ่งการสเกตภาพแฟชั่นไม่มีแบบโมเดลตายตัว คุณสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างโมเดลให้เป็นคาแรคเตอร์ตามแบบฉบับของตนเองได้ ทำให้เกิดความแปลกใหม่และมีเอกลักษณ์ การวาดภาพแฟชั่น มีประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการเป็นดีไซเนอร์หรืองานที่สัมพันธ์กับการออกแบบอย่างมากเพราะสามารถสื่อสารความคิดออกมา เป็นรูปธรรมได้ สามารถนำไปใช้พัฒนาและก่อให้เกิดผลงานตามที่คุณคิดขึ้นได้



ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างงานออกแบบแฟชั่น 1

<https://thefashiondesign.wordpress.com/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. Fashion illustration

การเรนเดอร์ภาพเสมือนจริงด้วยการใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างสีและ ลวดลายที่นอกเหนือจากการ Drawing ซึ่งสามารถใส่เทคนิคความวาว ลักษณะพื้นที่ผิว อารมณ์ ความรู้สึกที่ ใกล้เคียงที่อยากจะสื่อออกมามากที่สุด



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างงานออกแบบแฟชั่น 2

<https://www.pinterest.com/pin/390546598928625069/?lp=true>

## 10. Portfolio

สิ่งที่รวบรวมตัวอย่าง หรือบางส่วนของหลักฐานที่แสดงถึง ผลสัมฤทธิ์ความสามารถ ความพยายาม หรือความถนัดของบุคคลหรือประเด็นที่ต้องจัดทำแฟ้มสะสมงานไว้ อย่างเป็นระบบ โดย บุคคลนั้น และบุคคลที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการจัดทำแฟ้มร่วมกัน

Portfolio สามารถแบ่งตามจุดประสงค์ได้ 3 อย่างคือ

### 1. The Graduate portfolio

หรือแฟ้มสะสมงานจบการศึกษา รวบรวมผลงานที่ทำในช่วงเวลาที่ศึกษา และผลงาน ต่างๆ ที่เคยทำ จัดทำเป็นรูปเล่มที่เอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตน

### 2. An independent designer's portfolio

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟ้มสะสมผลงานของ Designer ที่ไว้แสดงผลงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อนำเสนอความเป็นตัวตน ผลงานที่ออกแบบ

### 3. An industry portfolio

แฟ้มสะสมผลงานที่ทำในเชิงอุตสาหกรรม เพื่อนำเสนอให้กับลูกค้า ให้เห็นถึงสไตล์ของ Designer ความคิด รสนิยม และความสนใจในดั่งงานออกแบบ

## 2.1.5.2 Fabrics and Techniques

### ผ้าที่แบ่งตามลักษณะเนื้อผ้า

**Natural Fibres** เส้นใยธรรมชาติ ซึ่งแบ่งออกเป็น

-Cellulose Fibres

#### เส้นใยฝ้าย

เป็นเส้นใยของส่วนที่ห่อหุ้มเมล็ดฝ้าย โดยนำมาปั่นเป็นเส้นด้าย และทอเป็นผ้า อย่างที่เราคุ้นเคยกันดีคือ “ผ้าฝ้าย” เส้นใยของฝ้าย มีความเหนียวปานกลาง ดูดซับน้ำและความชื้นได้ดี ระบายความร้อน และทนต่อความร้อนได้ดี ทนต่อการซักกรีด ทนต่อการครูดและต่าง มีความบางและเบา และราคาถูก จึงเป็นที่นิยมกันอย่างไม่น้อยในปัจจุบัน เพื่อใช้ตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า แต่ผ้าที่ได้จากเส้นใยฝ้าย ค่อนข้างยับง่าย และขึ้นราได้ง่าย

#### เส้นใยผ้าไหม

เป็นเส้นใยธรรมชาติ ซึ่งได้มาจากรังไหม ด้วยการนำรังไหมไปต้ม เพื่อสาวไหมออกจากรัง และนำมาปั่นเป็นเส้นด้าย ไว้ใช้ทอผ้าไหม อย่างที่เราคุ้นเคยกันดี ลักษณะของผ้าไหม มีความมันวาวเมื่อสะท้อนแสง แลดูสวยงาม เนื้อผ้าที่ได้จากได้จากการทอไหม จะมีความกระชับ แน่น เหนียว และทนทาน ผ้าไหมมีความชื้นอยู่ในตัว จึงทำให้รู้สึกนุ่ม เมื่อสวมใส่ คงรูปได้ดี ไม่ยับง่าย คุณภาพที่ดี ก็มาพร้อมกับราคาที่ค่อนข้างสูง แต่ยังคงเป็นที่นิยมอยู่ไม่น้อย นำผ้าไหมมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้ากันในปัจจุบัน

#### เส้นใยผ้าลินิน

เป็นเส้นใยจากลำต้นของแฟล็กซ์ นำมาปั่นเป็นเส้นด้าย แล้วทอเป็นผ้าลินิน ด้วยคุณสมบัติของเส้นใยธรรมชาติ ที่มีความเหนียว และแข็งแรง ทนแสงและความร้อนได้ดี จึงรีดได้ด้วยความร้อนสูง มีความมันวาวคล้ายเส้นใยไหม ดูดซับน้ำได้ดี ข้อเสียคือเนื้อผ้าจากเส้นใยลินิน ค่อนข้างแข็งและยับง่าย

### -Protein Fibres

#### เส้นใยผ้าขนสัตว์

เป็นเส้นใยที่ได้จากขนสัตว์ เส้นใยที่ได้จากขนสัตว์ ถ้ายืดความชื้นได้ดี มีความเหนียวพอสมควร เปียกน้ำแล้วจะหดตัว และความเหนียวก็จะลดลงด้วย ลักษณะเป็นมันเงา ทนต่อความร้อนได้ปานกลาง ทนต่อเชื้อราและแบคทีเรียได้ดี ดูดความร้อน จึงเหมาะกับเสื้อผ้าที่ให้ความอบอุ่น เป็นผ้าที่ไม่ทนต่อแสงและแสงแดดจัด ซึ่งจะทำให้เส้นใยเปื่อยและขาดง่าย ทำความสะอาดได้ด้วยวิธีซักแห้ง ควรเก็บใส่ถุงพลาสติกเพื่อป้องกันมอด

### Man-made Fibres เส้นใยสังเคราะห์ที่ได้จากธรรมชาติ แต่ผ่านกระบวนการทางเคมี

#### เส้นใยผ้าเรยอน

เป็นเส้นใยผ้าสังเคราะห์ที่ได้จากต้นไม้ ด้วยกระบวนการย่อยสลายทางเคมี แล้วนำมาฉีกเป็นเส้นใย เพื่อนำมาปั่นจนเป็นด้าย ผ้าที่ทอจากเส้นใยเรยอนจะมีความนุ่มนวล มันวาว ใส่แล้วรู้สึกสบายตัว เพราะเส้นใยผ้าเรยอนระบายความร้อน และดูดความชื้นได้ดี ข้อควรระวัง ความเหนียวของผ้าจะลดลง ถ้าปล่อยให้ตากแดดที่จัด เป็นระยะเวลานาน และผ้าจะเกิดเชื้อราค่อนข้างง่าย ถ้าเก็บในที่อับชื้น

#### เส้นใยผสม

เป็นเส้นใยที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นการผสมระหว่างเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ ซึ่งอาจจะผสมอยู่มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความต้องการและคุณลักษณะของเส้นใย

### Synthetic Fibres เส้นใยสังเคราะห์จากสารเคมี โดยการผ่านกระบวนการทางเคมี

#### เส้นใยผ้าโพลีเอสเตอร์

เป็นผ้าที่ได้จากเส้นใยสังเคราะห์ ซึ่งมีลักษณะคล้ายผ้าฝ้ายที่ได้จากเส้นใยธรรมชาติ เพราะมีความนุ่มและมันเงา บางและเบา จับจีบได้ง่าย และคงรูปได้ดี ดูดซับความชื้นได้น้อย ด้วยคุณสมบัติที่ไม่ยับง่าย เส้นใยผ้าโพลีเอสเตอร์จึงมักนิยมนำไปผสมกับผ้าฝ้าย เพื่อให้ผ้านั้นน่าใช้มากยิ่งขึ้น

#### เส้นใยผ้าไนลอน

เป็นผ้าเส้นใยสังเคราะห์ประเภทเทอร์โมพลาสติก เส้นใยผ้าไนลอนนี้มีความเหนียวและทนทานสูง แต่ยังคง ยืดหยุ่นและคืนตัวได้ค่อนข้างดี การที่นำเส้นใยผ้าไนลอนไปผสมกับเนื้อผ้า เพราะให้ผ้าสามารถคงรูปได้ และไม่ให้อับง่าย เมื่อนำไปซักแล้วจะแห้งเร็ว สามารถทำความสะอาดได้โดยการซักด้วยสบู่หรือผงซักฟอก รีดให้เรียบได้ง่าย เนื่องจากผ้าที่ทำจากเส้น

ใยในลอนไวต่อความร้อน จึงสามารถอบให้แห้งได้ด้วยความร้อนทุกระดับ แต่ใส่แล้วอาจไม่ค่อยสบายตัวนัก

### เส้นใยผ้าสแปนเด็กซ์

เป็นผ้าที่ได้จากเส้นใยสังเคราะห์ที่ยืดและหดกลับได้ดี ด้วยคุณลักษณะพิเศษนี้จึงมักนิยมนำไปทำเป็นชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นใน ผ้าพันข้อเท้าและขอบถุงเท้า แต่ถ้าเส้นใยผ้าสแปนเด็กซ์ได้รับสารฟอกขาวประเภทคลอรีน หรือต่างที่มีความเข้มข้น จะทำให้ความเหนียวและการยืดตัวของผ้าลดลง นอกจากนี้เส้นใยผ้าสแปนเด็กซ์ยังสามารถทนต่อเหงื่อไคล และไขมันได้ดี และยังทนต่อสารเคมีได้ดีอีกด้วย

### ผ้าที่แบ่งตามโครงสร้างผ้า

#### 1. Woven fabrics (ผ้าทอ)

เป็นผ้าที่เกิดจากกระบวนการทอโดยใช้เครื่องทอ (weaving loom) หรือที่นั่นเอง โดยมีเส้นยืน (warp yarn) และเส้นพุ่ง (filling or weft yarn) ที่ทอขัดในแนวตั้งฉากกัน และจุดที่เส้นทั้งสองสอดประสานกัน (interlacing) จะเป็นจุดที่เส้นด้ายเปลี่ยนตำแหน่งจากด้านหนึ่งของผ้าไปด้านตรงข้าม การทอในปัจจุบันมีการพัฒนา จากการทอด้วยมือ (hand looms) ไปเป็นการใช้เครื่องจักรในการทอ โดยใช้เทคนิคหลากหลายรูปแบบ แตกต่างกันไป

#### 2. Knitted fabrics (ผ้าถักหรือที่เรียกว่าผ้ายืดโดยทั่วไป)

ซึ่งเรียกตามลักษณะการทอนั่นเอง knit เป็นผ้าที่เกิดจากลักษณะการทอผ้าชนิดนี้ซึ่งจะทอในลักษณะใช้เข็ม (needles) ถักเพื่อให้เกิดเป็นห่วงของด้ายที่มีการสอดขัดกัน (interlocking loops) โดยจะมีเส้นที่อยู่แนวตั้ง (Wales) และเส้นที่อยู่ในแนวนอน (courses) เป็นเส้นด้ายร้อยกันไปมาและทอ(แบบถัก)ขึ้นรูปเป็นวงกลมโดยใช้เครื่องทอผ้าแบบวงกลมซึ่งจะได้เสื้อที่ออกมาไม่มีรอยตัดด้านข้างตัวมีลักษณะเหมือนผ้าถุงหรือโสร่งที่ไม่มีรอยเย็บด้านข้าง

#### 3. Non-woven fabrics (ผ้าที่ไม่ถักไม่ทอ)

ผ้าที่เกิดจากการขึ้นรูปจากเส้นใยโดยตรง ซึ่งแตกต่างจากผ้าทอหรือผ้าถักโดยทั่วไปที่มีการขึ้นรูปเส้นใยให้เป็นเส้นด้ายก่อนแล้วจึงนำไปขึ้นรูปเป็นผ้า ดังนั้นถ้าเรานำเอาแผ่นนอนนอวูฟเวนมาส่องกล้องขยายดูโครงสร้างกันชัดๆ ก็จะเป็นเส้นใยพาดสานกันไปมาในทุกทิศทาง

### 2.1.5.3 Construction

#### 2.1.5.4 Develop a collection

ขั้นตอนก่อนที่จะนำเสนอผลงานจะต้องรู้ก่อนว่าเราออกแบบเพื่อใคร โดยสามารถจำแนกการแบ่งประเภทดังนี้

##### 1. การแบ่งตามระดับ

###### -Haute Couture

Haute Couture เป็นภาษาฝรั่งเศส แปลว่า ศิลปะการตัดเย็บชั้นสูง ซึ่งไม่ใช่ว่าจ๋าๆ ทุกคนจะสามารถเปิดห้องเสื้อแบบ Haute Couture เพราะการเป็น Haute Couture ต้องมีข้อกำหนดดังต่อไปนี้

1. ต้องเป็นงานทำมือ ไม่มีการใช้เครื่องจักรใดๆ ตั้งแต่ต้นจนจบ
2. ต้องเป็นการดีไซน์แบบ Made-to-order สำหรับลูกค้า Private เท่านั้น
3. ต้องมี Workshop หรือ Atelier อยู่ในปารีสเท่านั้น (หากอยู่ที่อื่นจะเรียกว่า Couture ไม่สามารถใช้คำว่า Haute Couture ได้) และใน Atelier ต้องมี Staff แบบทำงานเต็มเวลาอย่างน้อย 15 คน
4. ในหนึ่ง Atelier ต้องมีช่างเทคนิคที่ทำงานแบบเต็มเวลาอย่างน้อย 20 คน
5. ในทุกๆ Season ต้องมีการโชว์ Collection อย่างน้อย 50 ดีไซน์ ทั้งชุดกลางวันและชุดราตรี สู่อาธารณชน ในช่วงเดือนมกราคมและกรกฎาคมของทุกปี

###### -Ready to wear

Ready to Wear คือ เสื้อผ้าที่ผลิตในโรงงาน ตามแบบที่ดีไซน์เนอร์ได้ออกแบบไว้ จนเสร็จสิ้นทุกกระบวนการ มีไซส์ตามมาตรฐาน และมีวางขายตามห้างร้านของแบรนด์สินค้า สำหรับคอลเลกชัน Ready to Wear จึงถูกออกแบบมาเพื่อการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน เน้นคัดตั้งและแพทเทิร์นเรียบง่าย เพื่อคงไว้ซึ่งความเป็นแบรนด์แฟชั่น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสะท้อนตัวตนของแบรนด์ออกมาได้ด้วยเช่นกัน

###### -Luxury super brands

Luxury Brand ส่วนใหญ่เป็นแบรนด์แถบยุโรป เช่น อิตาลี ฝรั่งเศส และอเมริกา ขณะที่แถบเอเชียกำลังไต่ระดับ แต่ในขณะนี้มาได้ไกลสุดก็ยังคงอยู่ในส่วนของ Bridge Line Brand แม้จะเริ่มต้นจากแฟชั่น หากประสบความสำเร็จมีแบรนด์ที่แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับในระดับสูงแล้ว ก็สามารถต่อยอดแตกไลน์เป็นธุรกิจอื่นๆ ได้อีกอย่างไม่รู้จบ โดยเฉพาะ Lifestyle Business อาทิ น้ำหอม เครื่องสำอาง เครื่องเรือน โทรศัพท์มือถือ และโรงแรม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## DNA ของ Luxury Brand

1. Genuine ความแท้ ดั้งเดิมของดีไซน์และประสบการณ์
2. No Compromise ในเรื่องคุณภาพของสินค้า ขณะที่เน้นซื้อป พรหมต้องหนา แอร์ ต้องเย็น เป็นต้น โดยซื้อจะต้องคำนึงถึง Dominant และ Visibility และจะไม่เปิดในรูปแบบของคอร์เนอร์ในศูนย์การค้า
3. Innovation เพราะ Luxury Brand เป็นจุดเริ่มต้นเทรนด์แฟชั่นโลก และเป็นโซว์ เคสของเทคโนโลยีแฟชั่น ขณะเดียวกันก็ต้อง Customized ทั้งในแง่ของการบริการและสินค้า เพื่อความ Exclusive
4. Heritage & Legacy เป็นเรื่องของตำนาน ประวัติศาสตร์แห่งความสำเร็จที่สั่งสม มาอย่างยาวนาน เช่น LV ถือกำเนิดมาร่วม 150 ปี จนสร้างความน่าเชื่อถือและ No Doubt ในเรื่องคุณภาพ ทำให้เกิด Emotional Loyalty สูง

- Mid-level brands and designer ( แแบรนด์ระดับกลางและดีไซเนอร์ )
- Independent designer labels ( ฉลากดีไซเนอร์อิสระ )
- Casualwear and Sportswear Brands ( แแบรนด์เสื้อผ้าลำลองและแบรนด์ชุดกีฬา )
- High Street ( เสื้อผ้าแนวไฮสตรีท )
- Supermarket

## 2. การแบ่งตามประเภทผู้ใช้งาน

- Womenswear
- Menswear
- Childrenswear

## 3. การแบ่งตามประเภทของเสื้อผ้า

- Casualwear ( ชุดลำลอง )
- Jeanswear ( ชุดยีนส์ )
- Sportswear ( ชุดกีฬา )
- Swimwear ( ชุดว่ายน้ำ )
- Underwear ( ชุดชั้นใน )
- Eveningwear ( ชุดราตรี )
- Showpieces ( ชุดไว้สำหรับโซว์ )
- Tailoring ( ชุดที่ตัดเย็บ มีการวัดเพื่อตัดเย็บ / สูท )
- Knitwear ( ชุดถัก )
- Accessories ( เครื่องประดับ )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.7 องค์ประกอบพื้นฐานของโครงการ

องค์ประกอบ	วัตถุประสงค์	ตัวอย่างกิจกรรม
พื้นที่นิทรรศการ (EXHIBITION AREA)	1. เพื่อเป็นสถานที่ให้ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อ ส่งเสริมและพัฒนาแฟชั่นไทย สู่ระดับสากล	- นิทรรศการพื้นฐานแฟชั่นสากล และแฟชั่นไทย - นิทรรศการชั่วคราว ศิลปะและ แรงบันดาลใจ - งานแสดงวิทยานิพนธ์ของ นักศึกษา
พื้นที่ห้องสมุด (LIBRARY) พื้นที่ปฏิบัติงาน (CO-WORKING SPACE)	2. เพื่อเป็นสถานที่หาข้อมูลและ ปฏิบัติงานให้กับบุคคลที่มี ความสนใจด้านแฟชั่น	- ค้นคว้าหาข้อมูลจาก แหล่งข้อมูลเฉพาะทาง - อ่านหนังสือและทำงาน - ทดลองสร้างชิ้นงานผ่าน กระบวนการคิด ออกแบบ และ แก้ปัญหา-ค้นคว้าหาความรู้ จากแหล่งข้อมูลที่รวบรวม เกี่ยวกับแฟชั่น - อัปเดตนวัตกรรมใหม่ๆและ เทรนด์โลก - รองรับการทำงานเป็นกลุ่ม/ เดี่ยว แลกเปลี่ยนความคิด - เลือกซื้อวัสดุและอุปกรณ์ที่มี ข้อมูลและบอกคุณสมบัติ ครบถ้วน - ประชุม/สัมมนา
พื้นที่เวิร์คช็อปและการเรียนรู้ (WORKSHOP AREA)	3. เพื่อเป็นสถานที่จัดสอน เทคนิควิธีการด้านแฟชั่นจากผู้ มีประสบการณ์ด้านแฟชั่นและ ให้คำปรึกษา	- เวิร์คช็อปการสร้างแพทเทิร์น และลวดลาย - สัมมนาจากผู้มีประสบการณ์ใน วงการแฟชั่น อาจารย์ ศิลปิน ดีไซน์เนอร์ - ให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ
พื้นที่แฟชั่นโชว์ และอีเวนต์ (FASHION SHOW & EVENTS AREA)	4. เพื่อเป็นสถานที่จัดแสดงผล งานด้านแฟชั่น	- งานแฟชั่นโชว์และงานอีเวนต์ที่ จัดขึ้นในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่ร้านอาหารและบริการ (FOOD & SERVICE AREA)	5. เพื่อสร้าง community เครือข่ายระหว่างผู้เชี่ยวชาญ ด้านแฟชั่นและบุคคลที่สนใจ ในด้านแฟชั่น	- รับประทานอาหาร เครื่องดื่ม - ฟังเพลงและพักผ่อน - เลือกซื้อสินค้าแฟชั่น - รับบริการด้านความงาม
--	--	--

ตารางที่ 2.1 องค์ประกอบพื้นฐานของโครงการ

## 2.1.8 รายละเอียดองค์ประกอบพื้นฐานของโครงการ

### 2.1.9.1 พื้นที่นิทรรศการ (EXHIBITION AREA)

นิทรรศการคืออะไร คำว่านิทรรศการตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Exhibition" มีความหมายใกล้เคียงกับภาษาอังกฤษว่า Display แบ่งออกได้เป็นหลายระดับ ตั้งแต่ขนาดเล็กมาปานกลาง จนถึงขนาดใหญ่ แต่ถ้าเป็นงานขนาดใหญ่ระดับชาติเรียกว่า Exposition

งานนิทรรศการคือ การสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้ผ่านไปมาให้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ และความคิด เราให้เกิดความสนใจในเนื้อหา ซึ่งเสนอและกระตุ้นให้มีการ กระทำบางอย่าง เปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น

#### วัตถุประสงค์ในการจัดนิทรรศการ

1. ถ่ายทอดประสบการณ์ ความรู้เรื่องต่างๆ ด้วยสื่อที่หลากหลาย
2. สร้างความประทับใจ ความศรัทธา ของผู้ที่จัดนิทรรศการ
3. กระตุ้นผู้ชมให้เกิดเจตคติใหม่ ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้
4. เพื่อสร้างภาพพจน์ใหม่ๆ ให้แก่องค์ที่จัดนิทรรศการ
5. สร้างความบันเทิง ด้วยกิจกรรมต่างๆ
6. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการทำงานขององค์ที่จัดนิทรรศการ

#### ประเภทของการจัดแสดงนิทรรศการ

##### 1. จำแนกตามขนาด

- 1.1 การจัดแสดงจุลนิทรรศการ
- 1.2 นิทรรศการทั่วไป
- 1.3 มหกรรม

##### 2. จำแนกตามวัตถุประสงค์

##### 2.1 นิทรรศการเพื่อการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นนิทรรศการที่จัดขึ้นเพื่อการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ไปสู่ผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้จากการแสดงเนื้อหาด้วยสื่อและกิจกรรมต่าง ๆ การจัดนิทรรศการเพื่อการศึกษา มักจะมีรูปแบบ เนื้อหา สื่อ หรือกิจกรรมเกี่ยวข้องกับหลักสูตร และบทเรียนหรืองานวิชาการไม่ทางตรงก็ทางอ้อม

### นิทรรศการเพื่อศึกษามีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. เป็นการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ด้วยรูปแบบต่าง ๆ
2. ส่งเสริมให้ผู้ชมมีทัศนคติที่ดีทางการศึกษา
3. เปิดโอกาสให้ผู้ชมหรือผู้เรียนได้มีทางเลือกในการเรียนรู้หรือการศึกษาตามความสามารถและความถนัดของแต่ละบุคคล
4. นิทรรศการที่หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ จัดขึ้นเพื่อถ่ายทอดความรู้จัดว่าเป็นนิทรรศการเพื่อการศึกษาได้เป็นอย่างดี
5. รูปแบบของนิทรรศการเพื่อการศึกษาอาจเป็นทั้งนิทรรศการชั่วคราว นิทรรศการเคลื่อนที่ หรือนิทรรศการถาวร
6. นิทรรศการทางการศึกษาสามารถจัดได้ทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียน บริเวณในโรงเรียน นอกโรงเรียน และสถานที่ทั่วไปในชุมชน

### 2.2 นิทรรศการเพื่อประชาสัมพันธ์

เป็นการจัดแสดงสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ดีระหว่างประชาชนกับองค์กรหรือหน่วยงาน โดยการนำเสนอข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเพื่อเป็นการส่งเสริมความเชื่อถือศรัทธาให้ประชาชนยอมรับสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามนโยบายขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ ต่อไป

### นิทรรศการเพื่อประชาสัมพันธ์มีลักษณะที่สำคัญดังนี้คือ

1. ส่งเสริมให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ
2. เป็นการรวบรวมหลักฐานข้อมูล ข้อเท็จจริงหรือความคิด
3. เน้นการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริงขององค์กรหรือหน่วยงาน
4. มุ่งแสดงคุณค่าที่น่าเชื่อถือศรัทธาในด้านความรู้ความสามารถ
5. เป็นการจัดแสดงที่เหมาะสมกับกาลเวลาและโอกาส เหมาะกับเหตุการณ์หรือเทศกาล
6. รูปแบบการนำเสนอมีลักษณะแปลกใหม่ สามารถกระตุ้นความสนใจและสื่อความหมายได้ดี

### 2.3 นิทรรศการเพื่อการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการจัดแสดงที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการขายสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการให้ได้มากที่สุดตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งอาจแนะนำให้ผู้ชมรู้จักสินค้าผลิตภัณฑ์ด้วยสื่อหลายชนิด เช่น การจัดป้ายนิเทศ โปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว ภาพวีดิทัศน์หุ่นจำลอง ของจริง ของตัวอย่าง นิทรรศการประเภทนี้อาจจัดเป็นเทศกาลประจำปี เป็นการจัดเฉพาะกิจหรือจัดเนื่องในโอกาสวันสำคัญ

### นิทรรศการเพื่อการค้ามีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. มีจุดมุ่งหมายเพื่อการขายสินค้าเป็นสำคัญ โดยเน้นที่การโฆษณาประชาสัมพันธ์
2. การใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในงานนิทรรศการเป็นหลักการพื้นฐานสำคัญของการดำเนินกิจกรรมประเภทนี้
3. นิทรรศการเพื่อการค้ามีทั้งรูปแบบนิทรรศการถาวร
4. หากเป็นนิทรรศการขนาดใหญ่ของภาคเอกชนที่มีธุรกิจขนาดใหญ่ มักจะลงทุนในการโฆษณาสูงเพื่อสร้างความสนใจและโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้เฝ้าติดตามตัดสินใจเข้าชม

### 3. จำแนกตามระยะเวลาที่จัด

#### 3.1 นิทรรศการถาวร

นิทรรศการถาวร หมายถึง นิทรรศการที่จัดแสดงเรื่องราวเดิมๆ ไม่เปลี่ยนแปลง สิ่งที่แสดง เช่น ของจริง หุ่นจำลอง รูปภาพ งานกราฟิก ฯลฯ และวิธีการ จัดแสดงนั้น ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นระยะเวลานาน จัดอยู่ในอาคารหรือ สถานที่เดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง ผู้ชมสามารถเข้ามาชมได้ตลอดเวลาตลอด ทั้งปี นิทรรศการถาวร มีการจัดกันหลายรูปแบบ และมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป แต่ส่วนใหญ่ที่รู้จัก มักคุ้นกันดีก็คือมีคำว่าพิพิธภัณฑ์ หอ นิทรรศการ หอศิลป์ ศูนย์วัฒนธรรม นำหน้า เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ หอศิลป์แห่งชาติ หอวัฒนธรรมนิทรรศน์ เป็นต้น

#### 3.2 นิทรรศการชั่วคราว

นิทรรศการชั่วคราว เป็นการจัดนิทรรศการเป็นครั้งคราวในวาระโอกาส หรือ เทศกาล พิเศษ เพื่อแสดงความรู้ใหม่ๆ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ วันสำคัญของชาติ หรือ ของ หน่วยงาน หรือ เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์กรณีพิเศษ นิทรรศการชั่วคราว อาจจัดแสดงในสถานที่เดิมเป็นประจำ แต่สื่อและเนื้อหาที่นำมาแสดงชุดนั้น ๆ เปลี่ยนไป หรือจัดเปลี่ยนไปตาม สถานที่ต่าง ๆ แต่ลักษณะที่สำคัญก็คือ นิทรรศการชั่วคราวนี้ มีระยะเวลาจัดแสดงที่แน่นอน ตั้งแต่สั้นที่สุดคือเพียงหนึ่งวัน เป็นต้นไป จนถึง สัปดาห์ หรือเป็นเดือน แต่ไม่ว่าจะมีระยะเวลาสั้นหรือนานเท่าไร ก็ตาม นิทรรศการชั่วคราวนี้ จะต้องใช้เวลาสั้นสุดที่แน่นอน

### 3.3 นิทรรศการเคลื่อนที่

นิทรรศการเคลื่อนที่ หมายถึง นิทรรศการที่จัดขึ้นเป็นชุดสำเร็จ หรือถอดประกอบได้ เพื่อนำไปแสดงในหลายๆ ที่หมุนเวียนกันไป รูปแบบและเนื้อหาที่จัดแสดง เป็นแบบเดิม วัตถุประสงค์ในการจัดเป็นอย่างไรเดิมอาจมีสิ่งของหรือการแสดง ประกอบเพิ่มเติม ในบางครั้งเท่านั้น ส่วนสถานที่จัดก็หมุนเวียนเปลี่ยนไปเรื่อย อาจสัญจรไปต่างจังหวัด หรือในจังหวัดเดียวกันแต่เปลี่ยนชุมชนที่นำไปแสดง เช่น ในการจัดนิทรรศการ ตราไปรษณียากรเป็น นิทรรศการสัญจรจัดโดยการสื่อสาร แห่งประเทศไทย ในการสัญจร ก็จะร่วมกับหน่วยงานในท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงาน หลักก็คือหน่วยงานในสังกัด การสื่อสารในจังหวัดที่ไป ในการจัดแสดง บางครั้ง อาจเชิญหน่วยงานอื่นในท้องถิ่นเข้าร่วม เช่น ชมรมนักสะสมแสตมป์ในท้องถิ่น หรือ+ ศูนย์ชีววิทยาทางทะเล ในการจัดแสดง ที่ภูเก็ต ทั้งนี้เพราะมีการเสนอ ตราไปรษณียากรชุดใหม่เป็นชุดเต่าทะเลไทย เป็นต้น

## 4. จำแนกตามสถานที่

### 4.1 นิทรรศการในอาคาร

นิทรรศการที่จัดในบริเวณอาคาร หรือจัดสร้างอาคารเพื่อแสดงนิทรรศการ โดยเฉพาะ นิทรรศการแบบนี้อาจจัดโดยวิธีแบบถาวร แบบชั่วคราว หรือแบบ เคลื่อนที่ก็ได้ นิทรรศการ ในร่มแบบถาวร เช่น ในอาคารของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร หรือพิพิธภัณฑ์จังหวัด นิทรรศการในร่มแบบชั่วคราว จัดขึ้นโดยมีระยะเวลาแสดงแน่นอน มีจุดมุ่งหมาย แคมเปญแต่เด่นชัด

### 4.2 นิทรรศการกลางแจ้ง

นิทรรศการกลางแจ้งอาจจะจัดแบบ นิทรรศการถาวร นิทรรศการชั่วคราว เพียงแต่ สถานที่จัดเป็นการจัดนอกอาคาร และอาจจัดในสนามโดย ใช้เต็นท์นิทรรศการประเภทนี้ มี ขนาดใหญ่หรือเล็กขึ้นอยู่กับรูปแบบ ลักษณะวิธีจัดด้วยและมีขอบเขตการ แสดงกว้างขวาง นิทรรศการกลางแจ้งแบบถาวร มักมีขนาดใหญ่พื้นที่แสดงกว้างขวาง เช่น ไดโนเสาร์ที่ อำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น เช่น บริเวณที่จะตกแต่งเป็นสภาพธรณีวิทยาสมัยดึกดำบรรพ์

### 4.3 นิทรรศการกึ่งในอาคารกึ่งกลางแจ้ง

เป็นการแสดงวัสดุหรืออุปกรณ์ทั้งในอาคารและกลางแจ้งในเวลาเดียวกัน สิ่งของที่นำมาจัดแสดงมีทั้งคุณสมบัติที่ทนทานต่อดินฟ้าอากาศและฉีกขาดย่อยสลายง่าย ดังนั้นผู้จัดจึง ควรพิจารณาว่าวัสดุอุปกรณ์ใดเหมาะสำหรับการจัดแสดงข้อมูลในบริเวณใด นิทรรศการ ประเภทนี้สามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมได้ดี

### 2.1.9.2 พื้นที่ห้องสมุด (LIBRARY)

ห้องสมุด คือแหล่งรวบรวมทรัพยากรสารสนเทศทุกประเภท ทั้งที่เป็นวัสดุตีพิมพ์ วัสดุไม่ตีพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการคัดเลือกและจัดหาเข้ามาอย่างทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการและความ สนใจของผู้ใช้ มีบรรณารักษ์เป็นผู้ดำเนินงานและจัดบริการต่างๆอย่างเป็นระบบ

#### วัตถุประสงค์ของห้องสมุด

1. เพื่อการศึกษา
2. เพื่อการค้นคว้าวิจัย
3. เพื่อการจรรโลงใจ
4. เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
5. เพื่อบริการด้านข่าวสาร

#### ประเภทของห้องสมุด

1. **หอสมุดแห่งชาติ** คือ หอสมุดที่รัฐบาลของประเทศจัดตั้งขึ้นเพื่อรวบรวมหนังสือ สิ่งพิมพ์เอกสาร วัสดุอื่นๆที่ผลิตขึ้นทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ให้ผู้ใช้ทุกเพศ ทุกวัย ทุก ระดับ ได้ศึกษาค้นคว้า ซึ่งวัสดุที่ผลิตขึ้นนี้ มีกฎหมายกำหนดให้ผู้ผลิตต้องส่งมอบให้กับหอสมุด แห่งชาติส่วนหนึ่ง

2. **ห้องสมุดโรงเรียน** คือ ห้องสมุดที่โรงเรียนแต่ละระดับ (อนุบาล ประถม มัธยมศึกษา) จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าประกอบการเรียนการสอนของครู และนักเรียน และเพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน และการค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง

3. **ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ห้องสมุดวิทยาลัย** คือ ห้องสมุดที่ตั้งขึ้นในมหาวิทยาลัย วิทยาลัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ส่งเสริมการเรียนการสอน การค้นคว้าวิจัย แก่นักศึกษา และครู อาจารย์ในสถานศึกษานั้นๆ

4. **ห้องสมุดประชาชน** คือ ห้องสมุดที่รัฐบาล จังหวัด เทศบาลจังหวัดนั้นๆ จัดตั้งขึ้นเพื่อ บริการแก่ประชาชนในท้องถิ่นของตน เพื่อเป็นแหล่งส่งเสริมความรู้ ความสนใจ ปรับปรุงความรู้ใน งานอาชีพของตน ให้ประชาชนรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจและ ความเพลิดเพลิน เป็นศูนย์รวมข่าวสาร และเหตุการณ์ต่างๆของประเทศ และของโลกให้ประชาชน ในท้องถิ่นนั้นได้ทราบความเคลื่อนไหว มีความรู้ทันต่อเหตุการณ์

5. **ห้องสมุดเฉพาะ** คือ ห้องสมุดหน่วยราชการ องค์กร สถาบัน สมาคม บริษัท โรงงาน ต่างๆ จัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมสิ่งพิมพ์ และโสตทัศนวัสดุทางวิชาการ และเฉพาะวิชาที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานนั้น ให้สมาชิกของหน่วยงานได้ศึกษาความรู้ เพื่อช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อส่งเสริมการค้นคว้าวิจัยในสาขาที่ตนปฏิบัติงานอยู่

### 2.1.9.3 พื้นที่ปฏิบัติงาน (CO-WORKING SPACE)

Co working [โคเวิร์กิง] คือ การที่บรรดาธุรกิจขนาดเล็กและเจ้าของกิจการ ทั้งหลายมานั่งทำงานร่วมกันในสถานที่เดียวกัน ซึ่งเป็นแนวทางการทำงานรูปแบบใหม่ที่กำลัง เติบโตอยู่ในขณะนี้ สิ่งที่ทำให้การทำงานแบบ Co working แตกต่างไปจากการทำงานใน 20 ออฟฟิศทั่ว ๆ ไป คือ ทุกคนทำงานอิสระ ไม่ได้เป็นพนักงานของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง แม้ว่า แนวคิดการทำงานแบบ Co working จะค่อนข้างใหม่

#### จุดเริ่มต้นของโค-เวิร์กิง

รูปแบบการทำงานในพื้นที่ร่วมกัน หรือ Coworking ต้องย้อนไปในปี 2005 ที่แบรด นิวเบิร์ก (Brad Neuberg) ได้ก่อตั้ง Coworking Space ที่น่าจะเป็นแห่งแรกขึ้นในเมือง ซานฟรานซิสโก ชื่อ “The Hat Factory” ณ ที่แห่งนี้เป็นที่พบปะของนักเขียนด้าน IT อยู่ สามคน แต่ก็มักจะมีผู้คนแวะเข้ามานั่งทำงานที่นี่ทุกวัน แบรดยังเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้ง Citizen Space ซึ่งเป็น Coworking Space แห่งแรกที่ตั้งขึ้นสำหรับนั่งทำงานจริง ๆ

Coworking Space ส่วนมากก็จะมีโต๊ะธรรมดา โต๊ะที่มีผนังกัน หรือบริเวณทำงานส่วนตัวที่สามารถมาเช่าเฉพาะเวลาหรือเต็มเวลาก็ได้ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสามารถใช้ อุปกรณ์ สำนักงาน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ได้จัดเตรียมไว้ให้บริการร่วมกันได้ เช่น ห้องประชุม เครื่องพิมพ์ คราว บริเวณพักผ่อนและสัญญาณ WiFi การทำงานในรูปแบบการทำงานร่วมกันหรือ Co working นั้นเติบโตและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีข้อได้เปรียบกว่าห้อง Executive Suite หรือห้องทำงานแบบ พิเศษสำหรับผู้บริหารอยู่มาก ค่าบริการก็ถูกกว่าและมีความยืดหยุ่นในการรองรับคนได้มากกว่าเป็นไหน ๆ Co working Space จึงผุดขึ้นในเมืองต่างๆ มากขึ้น พร้อมเติบโตและพัฒนาต่อไปอีก โดยเห็นได้ชัดจากในระยะเวลาเพียง 2 ปีที่ผ่านมา มี Co working Space เกิดขึ้นใหม่ถึง 2000 แห่ง

#### ข้อดีของโค-เวิร์กิง

เจ้าของกิจการ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมและเหล่าผู้คนทำงานที่บ้าน เนื่องจากในปัจจุบันนั้น ลักษณะการทำงานมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยเหตุผลนี้มาจากความพยายามในการลดงบประมาณของหลายๆ บริษัท การทำงานสมัยนี้จึงไม่ได้จำกัดให้อยู่แต่ในออฟฟิศเท่านั้น ใน

ประเทศสหรัฐอเมริกา มี Freelance หรือผู้ทำงานอาชีพอิสระอยู่ถึง 32-35 ล้านคน และมีคนที่ทำงานที่บ้านมากกว่า 20 ล้าน จริงอยู่ที่ว่าการทำงานในบ้านนั้นมีข้อดีคือ สามารถใส่ชุดอะไรก็ได้ จะนอนหรือนั่งทำงานก็ได้ และอยากเริ่ม – หยุดทำงานเมื่อไหร่ก็ได้ แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้คุณไม่มีสมาธิจดจ่ออยู่กับการทำงาน งานที่ได้จึงไม่ได้มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ส่วนการนั่งทำงานคนเดียววนั้นอาจทำให้คุณรู้สึกเหงา เปล่าเปลี่ยวเพราะไม่มีเพื่อนและอาจส่งผลให้ธุรกิจของคุณเติบโตช้าลงอีกต่างหาก ส่วนการทำงานในร้านกาแฟก็อาจสนุกอยู่ในช่วงสั้นๆ แต่เมื่อเวลาที่มีคนเดินผ่านไปผ่านมา คอยกั้นเสียงดังในร้านก็อาจทำให้คุณเสียสมาธิในการทำงาน ขาดความเป็นส่วนตัว แคมเปญใจเจ้าของร้านจนอาจต้องสั่งกาแฟเพิ่มหลายแก้วเป็นสาเหตุให้นอนไม่หลับโดยไม่รู้ตัวในตอนกลางคืน ด้วยเหตุนี้คนทำงานอิสระเพียงแค่ 2% เลือกที่จะทำงานในร้านกาแฟ แต่ถ้าหากเป็นการทำงานร่วมกัน ใน Co working Space แล้วปัญหาเหล่านั้นจะถูกแทนที่ด้วยบรรยากาศการถูกรายล้อมไป 21 ด้วยเจ้าของกิจการที่มีความคิดสร้างสรรค์และขยันทำงาน ซึ่งจะเป็แรงผลักดันให้คุณเป็นแบบนั้นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ Co working Space ยังเพิ่มโอกาสในการพบปะผู้คนที่จะส่งผลดีต่อธุรกิจหรืองานของคุณ เช่น ผู้ทำงานอิสระอาจได้แนวคิดดีๆ จากเจ้าของกิจการ ผู้ที่ทำงานประจำก็อาจได้แรงบันดาลใจในการทำงานจากเหล่าฟรีแลนซ์ ซึ่งจะทำให้เกิดเชื่อมต่อกับสมาชิกคนอื่น ๆ ไปด้วยกันเป็นโยงใยทางสังคม

#### 2.1.9.4 พื้นที่เวิร์คช็อปและการเรียนรู้ (WORKSHOP AREA)

##### Workshop

Workshop คือ การประชุมที่จะต้องมีการฝึกปฏิบัติ สำหรับผู้เข้าร่วมประชุมเป็นหลัก สำคัญมักจะมีสมาชิกที่ร่วมประชุมจำนวนไม่มาก เพียงพอต่ออุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวกในการฝึกปฏิบัติการในเรื่องที่จัดประชุมนั้น ๆ เนื่องจากเน้นการฝึกปฏิบัติเป็นส่วนที่สำคัญมาก

##### จุดประสงค์

เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเฉพาะอย่าง ตามหัวข้อของการประชุมปฏิบัติการครั้งนั้น ๆ โดยมุ่งปรับปรุงความสามารถและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานของสมาชิกแต่ละคน

##### ข้อมูลอื่น ๆ

การประชุมแบบการประชุมปฏิบัติการ หรือ การประชุมเชิงปฏิบัติการ ที่เรียกกันว่า Workshop นี้เป็นการประชุมอีกแบบหนึ่ง ที่ใช้กันมากในบริษัทในวงการธุรกิจ อุตสาหกรรม และในองค์กรต่าง ๆ เนื่องจากการประชุมแบบนี้ จะต้องมีการฝึกปฏิบัติ สำหรับผู้เข้าร่วมประชุมเป็น

หลักสำคัญ การประชุมแบบนี้ ปกติแล้วจะมีสมาชิกที่ร่วมประชุมจำนวนไม่มากนัก คือมักจะมีจำนวนแต่เพียงพอเหมาะกับการปฏิบัติ และ เครื่องอำนวยความสะดวกในการฝึกปฏิบัติการ ในเรื่อง ที่จัดประชุม นั้น ๆ ขึ้น เนื่องจากเน้นการฝึกปฏิบัติเป็นส่วนที่สำคัญมาก

ในการประชุมเชิงปฏิบัติการนี้ สมาชิกในการประชุมจะต้องร่วมกันศึกษา รับฟังการ บรรยาย หรือ ศึกษาค้นคว้า ทำความเข้าใจ และฝึกปฏิบัติ เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เฉพาะอย่าง ตามหัวข้อของการประชุมปฏิบัติการครั้งนั้น ๆ หลักสำคัญของการประชุมแบบนี้คือ การเรียนรู้ - ฝึกปฏิบัติ - แล้วนำไปปฏิบัติในการปฏิบัติงานจริง ตัวอย่าง การประชุมเชิงปฏิบัติการ เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การสร้างแบบทดสอบ - แบบวัดความพึงพอใจของผู้บริหาร การประชุมเชิงปฏิบัติการซ่อมบำรุงเกียรติระบบอัตโนมัติ การประชุมเชิงปฏิบัติการซ่อมบำรุงเกียรติระบบอัตโนมัติ การประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดหมวดหมู่เอกสารในสำนักงาน เป็นต้น

การจัดการประชุมแบบนี้ จึงต้องมีเอกสาร มีหนังสือ มีรายละเอียดและข้อมูล ตลอดจน วัสดุอุปกรณ์ เพื่อประกอบการศึกษาและเพื่อการฝึกปฏิบัติ ซึ่งต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าให้พร้อม เพื่อ ผู้เข้าประชุมจะใช้ประโยชน์ได้ทันทีในการฝึกปฏิบัติตามกำหนดการ หรือตามตารางการปฏิบัติ ตามที่ได้กำหนดไว้เป็นการเฉพาะ

การประชุมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวนี้ จุดเน้นจะอยู่ที่การปฏิบัติได้เป็นการแก้ปัญหาด้วย ภาควิชาปฏิบัติ เน้นการปฏิบัติมากกว่าการบรรยายหรือการอภิปราย มุ่งปรับปรุงความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานของสมาชิกแต่ละคน ส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการ งานหรือวิชาชีพ

**ลักษณะเฉพาะของการประชุมแบบ Workshop มีดังนี้**

- มีการกำหนด เรื่องของการประชุมเชิงปฏิบัติการชัดเจน กำหนดสิ่งที่จะต้องปฏิบัติให้ ได้ ไว้เห็นได้ชัด และมีกำหนดการ หรือตารางดำเนินงานในการประชุมและการฝึกหัด ที่สัมพันธ์กับ เรื่องที่จัดประชุม
- มีจุดมุ่งหมายสำคัญ ที่การเพิ่มพูนทักษะ ความรู้และประสบการณ์ ซึ่งจะส่งผลต่อการ เพิ่มพูนประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานในเรื่องที่จัดประชุมปฏิบัติการนั้น ๆ โดยตรง
- มีการเตรียมในด้านวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ เอกสาร ข้อมูลที่จำเป็นให้พร้อม เพื่อใช้ในการ ฝึกปฏิบัติสำหรับสมาชิกโดยเฉพาะ
- มีการฝึก / ทดลองปฏิบัติการ หรือ มีการฝึกปฏิบัติกิจกรรมในเรื่องที่จัดประชุม ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการประชุม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

· จุดเน้นของการประชุมปฏิบัติการนี้ อยู่ที่การเตรียมคนให้มีความพร้อมสูง ให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในเรื่องที่จัดประชุม และสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้

การประชุมในลักษณะดังกล่าวนี้ ปกติแล้ว จะมีทั้งการให้ความรู้ (ซึ่งได้เลือกและเตรียมการไว้เป็นการล่วงหน้าอย่างดีแล้ว) และการฝึกปฏิบัติควบคู่กัน แต่จุดเน้นที่สำคัญท้ายที่สุดแล้ว จะอยู่ที่ความสามารถในการปฏิบัติในเรื่องนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพร้อมที่จะนำไปปฏิบัติได้ ในการทำงานจริง

### 2.1.9.5 พื้นที่แฟชั่นโชว์ และอีเวนต์ (FASHION SHOW & EVENTS AREA)

การจัด Fashion / Events

คือ เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดประเภทหนึ่งในลักษณะของการตลาดเชิงรุกที่ต้องการผลักดันสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย

จุดประสงค์

เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการแล้วยังเป็นการกระตุ้นยอดขายหรือสร้างกระแสให้เกิดขึ้นในช่วงใดช่วงหนึ่ง ทำให้สินค้าหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นได้รับการกล่าวถึงการจัดกิจกรรมให้เป็นที่น่าสนใจ และเป็นทีกล่าวถึงทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สื่อมวลชน และสาธารณชน ถือเป็นการแนะนำสินค้า และต่อยอดความเหนียวแน่นกับลูกค้า เพื่อบอกกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของกิจการ

ประเภท

1. ประเภทนำเสนอสินค้าหรือบริการ – การจัดงานอีเวนต์ประเภทนี้เป็นการจัดงานที่เราเห็นกันค่อนข้างบ่อยที่สุด เพราะนี่ถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยนำเสนอสินค้าหรือบริการให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปได้ง่ายที่สุด การจัดงานอีเวนต์ประเภทนี้ส่วนมากมักต้องการจะดึงคนให้เข้ามาสนใจงานของตนเองด้วยการจ้างดารานักร้อง ศิลปิน มาเป็นตัวชูโรงเพื่อให้งานเกิดความน่าสนใจ อีกทั้งยังเป็นการสร้างกระแสได้อย่างดีด้วย

2. การนำเสนอซึ่งความรู้ความเข้าใจ – การจัดงานอีเวนต์ประเภทนี้มักจะเน้นเรื่องราวของการให้ความรู้แก่คนที่เข้าร่วมงานเป็นหลัก อาจไม่ได้จำเป็นว่าจะต้องได้กำไรในอนาคตหรือไม่ได้ผลตอบแทนอะไรกลับคืนมา เพราะสิ่งที่ผู้จัดงานอีเวนต์ประเภทนี้ต้องการมากที่สุดก็คือคนที่มีความคิดในลักษณะใกล้เคียงกันมาอยู่ร่วมกันแล้วนำเสนอแนวทางในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ประเภทใช้เทคนิคพิเศษในการจัดงาน – การจัดงานอีเว้นท์ประเภทนี้สามารถเกิดขึ้นได้หลากหลายแต่ความน่าสนใจก็่อมักจะมีการเลือกนำเอาเทคนิคพิเศษต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดงานอีเว้นท์ อาทิ แสงสีเสียง, ภาพ 3 มิติ, วีดีโอ และอื่นๆ อีกมากมาย เป็นประเภทการจัดงานอีเว้นท์ที่จะทำให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้ที่เข้าร่วมงานเป็นอย่างมาก

4. ประเภทสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร – การจัดอีเว้นท์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะไม่เน้นเรื่องผลกำไรทางด้านตัวเงินเลยแต่คนจัดงานจะมองเห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในอนาคตได้อย่างชัดเจนที่สุด ส่วนมากแล้วมักจะเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นใหม่หรือองค์กรที่ต้องการเปลี่ยนแปลงแนวทางของตัวเองออกไปจากแบบเดิม

การจัดอีเว้นท์ประเภทต่างๆ ก็มักจะมีแนวทางการจัดงานที่ชัดเจน ทั้งหมดทั้งมวลนี้ก็เกิดขึ้นมาจากการวางแผน การทำการบินมาอย่างดีของที่จัดงานเพื่อต้องการให้งานออกมาดีที่สุดในที่สุด

#### 2.1.9.6 พื้นที่ร้านอาหารและบริการ (FOOD & SERVICE AREA)

Restaurant

Restaurant คือร้านที่ขายอาหาร โดยจำหน่ายในลักษณะให้บริการที่ร้านหรือปรุงสำเร็จนำกลับไปทานที่บ้าน

ประเภท

1. ห้องอาหารในโรงแรม หมายถึง ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรม
2. ภัตตาคาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ 2 คูหาขึ้นไป ที่รับประทานอยู่ภายในอาคาร และพนักงานแต่งกายมีแบบฟอร์ม
3. สวนอาหาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ ที่รับประทานอาหารส่วนใหญ่อยู่นอกอาคารบรรยากาศเป็นแบบธรรมชาติ พนักงานแต่งกายมีเครื่องแบบ
4. ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก 1 – 2 คูหา ที่รับประทานอาหารอยู่ภายในอาคารส่วนใหญ่เป็นอาหารประจำท้องถิ่น หรือ เป็นอาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ หมูแดง ส้มตำ ฯลฯ
5. ร้านเครื่องดื่ม ขนมหวานหรือไอศกรีม หมายถึง ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม, ขนมหวานหรือไอศกรีมเท่านั้น

Service / งานบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานบริการ เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) ในการที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ

### จุดประสงค์

เพื่อมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น

### ประเภท

1. การบริการต่อร่างกายลูกค้า (People Processing Service) ประเภทนี้ เป็นบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ ฯลฯ หรือไม่ก็เป็นบริการทางกายภาพ เช่น บริการขนส่งมวลชน เคลื่อนย้ายตัวลูกค้าไปที่จุดหมายปลายทาง ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

2. การบริการต่อจิตใจลูกค้า (Mental Stimulus Processing Service) ประเภทนี้เป็นการให้บริการ โดยไม่จำเป็นต้องถูกเนื้อต้องตัวลูกค้า แต่เป็นการให้บริการต่อจิตใจอารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน วัด โบสถ์ ฯลฯ ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการจนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

3. การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า (Possession Processing Service) เป็นการซื้อบริการให้กับสิ่งของของเรา เช่น บริการ ซัก อบ รีดไปหาสัตว์แพทย์ เป็นต้น บริการในกลุ่มนี้เป็นการให้บริการโดยการถูกเนื้อต้องตัวของสัตว์เลี้ยง หรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องเอาสิ่งของหรือสัตว์เลี้ยงมาไว้ในสถานที่ให้บริการ โดยตัวลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการในระหว่างที่เกิดการให้บริการก็ได้

4. การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (Information Processing Service) บริการในกลุ่มนี้เป็นบริการที่หาต่อสิ่งของของลูกค้าเช่นเดียวกับบริการประเภทที่ 3 แต่ต่างกันว่า ลักษณะของ “สิ่งของของลูกค้า” โดย “สิ่งของของลูกค้า” ในบริการประเภทที่ 3 จะเป็นของที่มีตัวตน แต่สิ่งของในประเภทที่ 4 จะเป็นของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า บริการประเภทนี้ ได้แก่ ธนาคารบริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยการตลาด เป็นต้น

### ข้อมูลอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ลักษณะงานบริการ

1. ลักษณะที่เกิดจากความไว้วางใจ (trust) ผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจในการบริการ เช่น ได้รับการบอกต่อถึงการบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดหรือได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรือจากแหล่งอื่นจนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ

2. ลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ผู้บริโภคไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อ เช่น การโดยสารบนเครื่องบิน เป็นต้น ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ผลของการบริการได้จนกว่าจะมีการเดินทางจริง ผู้บริโภคพยายามจึงแสวงหาสิ่งที่จะบ่งบอกถึง คุณภาพของการบริการเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้น ๆ

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (inseparability) ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า การบริการนั้นเริ่มจากการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการบริการในขณะเดียวกัน เช่น การบริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถ แยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการ

4. ลักษณะความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ซึ่งต้องขึ้นกับองค์ประกอบในด้านร่างกายและจิตใจของพนักงาน เช่น พนักงานคนหนึ่งเมื่อวานนี้ให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวกันนี้อาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม พูดจาไม่ไพเราะ สาเหตุเนื่องมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่ม เพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัดตลอดคืนที่ผ่านมา เป็นต้น

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (perish ability) การบริการต่าง ๆ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูการท่องเที่ยว ห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝน ห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ เป็นต้น

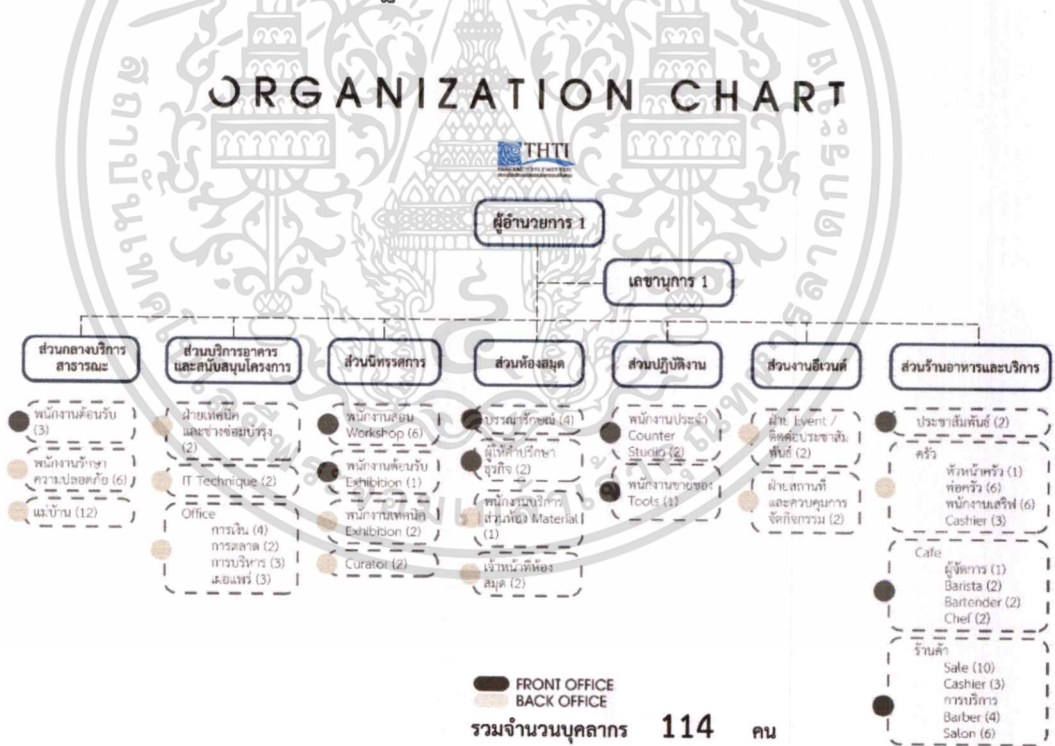
6. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่น ๆ ในสัปดาห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ลักษณะงานบริการที่ทำซ้ำ ๆ (Repetitiveness) เป็นการทำงานซ้ำ ๆ หลาย ครั้ง เช่นพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่ม นำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้งจนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน

8. ลักษณะมีความเข้มข้นต่อความรู้สึกของพนักงาน (Labor Intensiveness) การให้บริการพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่าง อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่น ๆ พนักงานอาจจะพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่จู้จี้จุกจิกสร้างปัญหา

2.1.9 สายการบริการและอัตรากำลังพื้นฐาน



ภาพที่ 2.6 สายการบริการและอัตรากำลังพื้นฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 กรณีศึกษาเปรียบเทียบ

### 2.2.1 กรณีศึกษาเปรียบเทียบประเภทศูนย์ (A)

#### A1. THAILAND CREATIVE & DESIGN CENTER : TCDC, BANGKOK, THAILAND



ภาพที่ 2.7 แสดงรูปภายในโครงการ TCDC

#### ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ชื่อโครงการ	: Thailand Creative & Design Center (TCDC)
ที่ตั้งโครงการ	: อาคารไพบรณียกกลาง เลขที่ 1160 ถนนเจริญกรุง แขวงบาง รักษ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10501
เจ้าของโครงการ	: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) สังกัด สำนักนายกรัฐมนตรี
ประเภทของโครงการ	: Creative & Design Center
ขนาดพื้นที่ของโครงการ	: 10,000 ตารางเมตร

#### ลักษณะของโครงการ

TCDC ศูนย์การเรียนรู้ที่มีนโยบายในผนวกคน ความคิดสร้างสรรค์ สร้างแรงบันดาลใจและจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ เป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้และความบันเทิง เป็นส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการผลิตมากขึ้น

#### วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพของโครงการ

1. ใช้พื้นที่อาคารเก่าซึ่งฟังก์ชันเดิมใช้เป็นที่บริการไพบรณียกไทย แต่ส่วนของศูนย์การออกแบบเข้ามา สอดแทรกบางส่วนของอาคารไพบรณียกกลางบางรัก
2. มีการกำหนดเส้นทางการสัญจรภายในโครงการได้ดี แบ่งสัดส่วนกิจกรรมให้เข้าถึงได้ง่าย และแยกออกจากกันอย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. โครงการเชื่อมระหว่างสองอาคารมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภายในและไม่ทำลายรูปด้านอาคารเดิม

#### องค์ประกอบภายในโครงการ

- Gallery
- Shop
- Auditorium
- Material & Design Innovation Center
- Trencorner
- Creative Room
- Meeting Room
- Maker Space
- Function Room
- Resource Center
- Creative Space
- Creative Business Service
- Rooftop Garden
- Café
- Media Room
- locker
- Refreshing Room
- Business Room

#### วิเคราะห์กรณีศึกษา

จากกรณีศึกษาสิ่งที่โดดเด่นของ TCDC คือการจัดหมวดหมู่ของ FUNCTION ให้เข้ากับความต้องการของผู้ใช้งาน และสามารถจัดสรรพื้นที่ให้ลงตัว ภายใต้ข้อจำกัดของตัวอาคารที่อยู่มาก การวิเคราะห์เส้นทางสัญจรภายในอาคาร ทำเลและที่ตั้ง มีผลที่ทำให้เกิดโครงการนี้ขึ้น

#### ข้อเด่น

1. การจัดหมวดหมู่ของ Function ที่มีระบบ และครอบคลุมกับความต้องการของนักออกแบบ
2. การเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้งานและกิจกรรมที่สร้างให้เกิดเครือข่าย
3. การออกแบบที่สอดคล้องกับพื้นที่เดิมของที่ตั้ง
4. การจัดสรรพื้นที่ในแนวตั้งให้เข้าใจง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ข้อจำกัด

1. การเดินทางเข้าถึงโครงการยังไม่สะดวกมากเพียงพอต่อความต้องการ
2. การบริการจุดสอบถามยังไม่เพียงพอต่อกิจกรรมที่มี

## A2. THAILAND KNOWLEDGE PARK: TK PARK, BANGKOK, THAILAND



### ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

- ชื่อโครงการ : อุทยานการเรียนรู้ (TK Park: Thailand Knowledge Park)
- ที่ตั้งโครงการ : เลขที่ 999/9 อาคารสำนักงานเซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 17 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
- เจ้าของโครงการ : สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) สังกัด สำนักนายกรัฐมนตรี
- ประเภทของโครงการ : Learning Center & Library
- ขนาดพื้นที่ของโครงการ : 3,700 ตารางเมตร

### ลักษณะของโครงการ

1. เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่เน้นการปลูกฝัง และส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน และการแสวงหาความรู้ในบรรยากาศการเรียนรู้สร้างสรรค์ทันสมัย
2. ส่งเสริมให้เด็ก และเยาวชนมีนิสัยรักการอ่าน การแสวงหาความรู้ และการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ตลอดชีวิต
3. ส่งเสริม และสนับสนุนให้เยาวชน และประชาชนมีโอกาพัฒนาแลกเปลี่ยน และแสดงผลงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งสามารถสร้างนวัตกรรม ผลผลิตหรือชิ้นงานจากการผสมผสานด้านศิลปะ วัฒนธรรม ค่านิยมหรือวิถีชีวิตนวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีในรูปแบบที่หลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 แสดงรูปภายในโครงการ TK PARK

### วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพของโครงการ

1. ที่ตั้งโครงการอยู่ภายในห้างเซ็นทรัลเวิลด์โดยเชื่อมด้วยบันไดเลื่อนเข้าสู่พื้นที่ภายใน
2. การแบ่งพื้นที่ภายในอาคาร ด้วยการแยกห้องฟังก์ชันและกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
3. การออกแบบที่เรียบง่าย และลักษณะรูปทรงที่น่าสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

### องค์ประกอบภายในโครงการ

#### ห้องสมุดเด็ก (Kid's room)

- บันไดรักการอ่าน
- สระน้ำความรู้
- บ้านต้นไม้

#### ห้องสมุดมีชีวิต

- ประชาสัมพันธ์
- หนังสือใหม่
- ยืม
- คินหนังสืออัตโนมัติ
- สืบค้นข้อมูล
- ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์
- บันไดนักอ่าน
- กำแพงความรู้
- มุมกาแฟ
- ห้องเงียบ (Quiet room – ห้องอ้างอิงเพื่อการค้นคว้าส่วนบุคคล)

#### ห้องสมุดดนตรี (Music Library)

- ไอพอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บันไดดนตรี

- มุมดนตรี

ลานสานฝัน (Open Square)

- เวทีสานฝัน

ทีเคเธียเตอร์ (TK Theatre)

- มินิเธียเตอร์ 01 (Mini Theatre 01)

- มินิเธียเตอร์ 02 (Mini Theatre 02)

ห้อง Mind Room

- มุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ศูนย์การเรียนรู้เนกประสงค์ (Learning Auditorium)

ห้องสมุดไอที (IT Library)

- ยืม

- ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์

- สื่อเพื่อการเรียนรู้

ห้องฝึกอบรมไอที (IT Workshop)

- ห้องฝึกอบรมไอที 01

- ห้องฝึกอบรมไอที 02

- ห้องฝึกอบรมไอที 03

ห้องบันทึกเสียง (Sound Room)

บริการถ่ายเอกสาร

บริการอินเทอร์เน็ต

## วิเคราะห์กรณีศึกษา

ข้อเด่น

1. อยู่ภายในห้างสรรพสินค้า สามารถเดินทางเข้าโครงการได้สะดวก
2. มีฟังก์ชันในการใช้งานที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. การเชื่อมโยงพื้นที่ภายในที่ต่อเนื่องกัน และสามารถมองเห็นได้โดยรอบ
4. การแยกสัดส่วนของพื้นที่กิจกรรมได้อย่างชัดเจน

ข้อจำกัด

1. การรองรับกลุ่มคนในวัยทำงานและผู้สูงอายุ
2. ยังขาดพื้นที่กิจกรรมกลางแจ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### A3. THAILAND INDUSTRIAL DESIGN CENTER: THAI-IDC



#### ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ชื่อโครงการ	: ศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Thailand Industrial Design Center: Thai IDC)
ที่ตั้งโครงการ	: เลขที่ 86/6 ซอยตรีมิตร ถนนกล้วยน้ำไท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
เจ้าของโครงการ	: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ประเภทของโครงการ	: Design Center
ขนาดพื้นที่ของโครงการ	:

#### ลักษณะของโครงการ

เป็นหน่วยบริการแบบครบวงจร เริ่มตั้งแต่การให้แนวคิดและแรงบันดาลใจ แหล่งวัสดุหรือวัตถุดิบผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการด้านออกแบบ ฐานข้อมูลนักออกแบบ ฐานข้อมูลเชิงลึก เพื่อร่วมขับเคลื่อนของอุตสาหกรรมด้วยกระบวนการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ตามนโยบายของภาครัฐ สร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมรุ่นใหม่ รวมทั้งยังจัดแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

#### องค์ประกอบภายในโครงการ

- ห้องปฏิบัติการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Design Prototype Workshop)
- ห้องปฏิบัติการผลิตนำร่อง (Design Pilot Factory)
- ศูนย์ข้อมูลการออกแบบ และการตลาด (Design Opportunity Center)
- พื้นที่สำนักงานรวมของผู้ประกอบการ (Co-Design Working Space)
- พื้นที่เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ (Business Networking Area)
- พื้นที่นิทรรศการ (Design Exhibition)
- พื้นที่ Eco-System

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์กรณีศึกษา

### ข้อเด่น

1. วัตถุประสงค์ของโครงการที่มีส่วนในการสนับสนุนโครงสร้างเศรษฐกิจ
2. มีฟังก์ชันในการใช้งานที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. สนับสนุนการริเริ่มและสร้างผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม Start Up

### ข้อจำกัด

1. การรองรับกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการ ไม่ครอบคลุมทั้งหมดของกลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ
2. ยังขาดการสื่อสารของโครงการที่เป็นรูปธรรมมากเพียงพอ

## A4. Knowledge Center of Chacheongsao: KCC

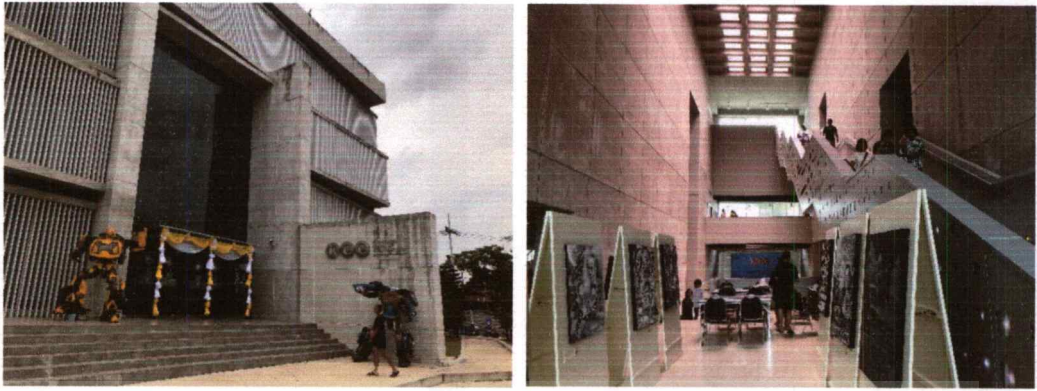


### ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

- ชื่อโครงการ : ศูนย์การเรียนรู้เมืองฉะเชิงเทรา (KCC: Knowledge Center of Chacheongsao)
- ที่ตั้งโครงการ : 47/2 ถนนนริกิจ ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
- เจ้าของโครงการ : สำนักงานบริหาร และพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
- ประเภทของโครงการ : Learning Center
- ขนาดพื้นที่ของโครงการ : 7,000 ตารางเมตร

### ลักษณะของโครงการ

เป็นเครือข่ายอุทยานการเรียนรู้ที่เปิดให้บริการภายใต้แนวคิดห้องสมุดมีชีวิต ตามยุทธศาสตร์การขยายผลอุทยานการเรียนรู้ มุ่งสร้างต้นแบบการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในเขตพื้นที่ระดับจังหวัด ได้รับการพัฒนาและนำเสนอด้วยรูปแบบที่ดึงดูดใจ สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี



ภาพที่ 2.9 แสดงรูปภายในโครงการ KCC

### วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพของโครงการ

1. ตัวอาคารมี Concept คือหนังสือ 4 เล่ม วางซ้อนทับกัน แล้วเกิดพื้นที่ด้านในที่มีการจัดการแบ่งสัดส่วนได้อย่างชัดเจน มีส่วนกลางที่ให้แสงธรรมชาติเข้ามา
2. การสัญจรชั้น 1-2 เป็นลักษณะครึ่งวงกลม แต่ชั้น 3-4 เป็นลักษณะวงกลม และใช้บันไดกลางเป็นทางสัญจรหลักในแนวตั้ง แต่มีลิฟท์และบันไดหนีไฟอยู่ด้านข้างของอาคารด้วย
3. ลักษณะการมองเห็นจากภายนอกดูเป็นอาคารที่บิดตัวด้วยเส้นของระแนงเหล็ก เป็นฉากกันให้ดูเป็นส่วนต้วมากยิ่งขึ้น แต่จากภายในสามารถมองเห็นภายนอกได้บ้าง
4. พื้นผิวของอาคารเป็นคอนกรีตที่มีการกรีดเส้นเพื่อแบ่งระนาบ

### องค์ประกอบภายในโครงการ

1. ห้องสมุดเด็ก เป็นอุทยานการเรียนรู้ที่สนุกสนานเหมาะสมกับจินตนาการของวัยเด็ก
2. ห้องสมุดดนตรี เป็นพื้นที่รวมสื่อสร้างสรรค์ทางดนตรี เพื่อพัฒนาทักษะด้านเสียงเพลง
3. ห้องสมุดมีชีวิต เป็นห้องสมุดที่เปิดกว้างให้ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ศึกษา ค้นคว้าข้อมูลด้วยหนังสือและสื่อมัลติมีเดียที่หลากหลาย
4. โรงละครเคซีซี เป็นโรงละครอันทันสมัย สำหรับการจัดฉายภาพยนตร์ และเวทีแสดงผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปะการแสดง
5. จัดรูสนัดฝัน เป็นพื้นที่เปิดกว้างสำหรับความฝันจินตนาการ ตลอดจนสารพันกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อต่อยอดการเรียนรู้อย่างอิสระ
6. ห้องปล่อยแสง เป็นห้องจัดนิทรรศการส่งเสริมความรู้ งานศิลปะและผลงานคุณภาพ เพื่อจุดประกายความคิดสร้างสรรค์
7. บ้านของเรา เป็นหอประวัติศาสตร์ของเมืองฉะเชิงเทรา ที่นำเสนอข้อมูลด้วยสื่อภาพเคลื่อนไหวและจอภาพระบบสัมผัสขนาดยักษ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. โชนมัลติมีเดีย เป็นพื้นที่การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หลากหลายรูปแบบ เพื่อการเรียนรู้ และงานบันเทิงที่สร้างสรรค์
9. ห้องสมุดไอที เป็นห้องคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโปรแกรมต่างๆ ที่เน้นการปฏิบัติจริงตั้งแต่การใช้ขั้นพื้นฐานจนถึงระดับมืออาชีพ

### วิเคราะห์กรณีศึกษา

#### ข้อเด่น

1. การจัดวางพื้นที่ที่เป็นระเบียบ อยู่ในแนวแกนที่เอื้อต่อการออกแบบ
2. Space ภายในมีความกว้างและสูงมากเพียงพอ มีการกระจายตัวของพื้นที่ทั้งแนวราบและแนวตั้ง
3. แนวความคิดของระนาบที่กันความเป็นส่วนตัว และบังแดด ต้องการความสงบโดยไม่รบกวนธรรมชาติภายนอก
4. มีการจัดการกิจกรรมภายในได้ดี และสามารถรองรับผู้ใช้งานได้จำนวนมาก

#### ข้อจำกัด

1. ระบบโครงสร้างปรับเปลี่ยนได้ยาก
2. รูปแบบอาคารที่มี Concept อยู่แล้ว การปรับเปลี่ยนที่เข้ากับโครงการเป็นไปได้ยาก
3. การสัญจรด้วยบันไดในระยะทางที่สูงและแคบ ยังไม่ตอบสนองต่อผู้ใช้งานทุกกลุ่ม

### A5. Bangkok Art and Culture Centre: BACC

หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร  
BANGKOK ART AND CULTURE CENTRE

### ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ชื่อโครงการ	: หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (BACC: Bangkok Art and Culture Centre)
ที่ตั้งโครงการ	: 939 ถ.พระราม 1 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน 10330
เจ้าของโครงการ	: หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
ประเภทของโครงการ	: Art and Culture Centre
ขนาดพื้นที่ของโครงการ	: 25,000 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ลักษณะของโครงการ

ความคิดเรื่องการมีหอศิลป์สำหรับประชาชน ในวงกว้าง เกิดขึ้นมาตลอดระยะเวลา 15 ปี ที่ผ่านมา เนื่องจากในอดีตนโยบายภาครัฐ ยังไม่มีความชัดเจนในการสนับสนุนงาน ด้านศิลปวัฒนธรรม อย่างจริงจัง และเห็นถึง ความสำคัญของการพัฒนาสติปัญญา อารมณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็น ส่วนสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนา ประเทศ สิ่งนี้เองที่เป็นจุดเริ่มต้นของแนว ร่วมศิลปินไทยในการ สร้างหอศิลป์ร่วม สมัย เพื่อให้มีหอศิลป์ที่ทัดเทียมกับสากล และเป็นเกียรติศักดิ์ศรีกับประเทศ รวมทั้ง เพื่อให้สังคมมีแหล่งเรียนรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นทางเลือกเพื่อจรรโลงยก ระดับจิตใจควบคู่ไปกับ ความเจริญก้าวหน้า ทางวัตถุ หอศิลป์สำหรับประชาชนควรเป็นการลงทุนจากภาครัฐ โดยไม่แสวงหา ผลกำไรทางธุรกิจ เป็นการลงทุนเพื่อ สนับสนุนการพัฒนาเช่นเดียวกับการสร้างสาธารณูปโภค การ สร้างหอศิลป์เปรียบเป็น สาธารณูปโภคทางสมอง หรือ software ทางปัญญาที่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับ การ สร้าง hardware



ภาพที่ 2.10 แสดงรูปภายในโครงการ BACC

## วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพของโครงการ

1. อาคารคอนกรีตที่มีความหนาและหนัก ด้วยขนาดพื้นที่ภายในที่มากเพียงพอกับการจัดแสดง
2. การเชื่อมพื้นที่ภายในด้วยบันไดเลื่อน ลิฟต์ และทางหนีไฟ
3. การขยายตัวในแนวตั้งและเส้นทางการเดินขึ้นบนเป็นการเดินด้วยทางลาดวงกลม

## องค์ประกอบภายในโครงการ

### L Floor

1. Library Foyer
2. ห้องสมุดศิลปะ (Art Library)

### 1st Floor

3. Atrium Hall
4. ห้องเอนกประสงค์ (Multi-Function Room)
5. ร้านค้า (Shop)

### 2nd Floor

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ส่วนเก็บรักษาผลงาน (Storage)

7. ร้านค้า (Shop)

3rd Floor

8. ร้านค้า (Shop)

4th Floor

9. ห้องสตูดิโอ (Studio)

10. ห้องประชุม (Meeting Room)

11. ร้านค้า (Shop)

5th Floor

12. ห้องออডিทอเรียม (Auditorium Room)

13. ห้องประชุมใหญ่ (Meeting Room)

14. ห้องประชุมเล็ก (Meeting Room)

15. ห้องรับรองพิเศษ (VIP Room)

16. ประชาสัมพันธ์ (Information)

6th Floor

17. สำนักงาน (Office)

7th – 9th Floor

18. ห้องนิทรรศการหลัก (Main Gallery)

## วิเคราะห์กรณีศึกษา

### ข้อเด่น

1. ตำแหน่งที่ตั้งที่มีความหลากหลายของคนในพื้นที่ ช่วยดึงดูดผู้ใช้งานเข้ามาในโครงการได้เป็นอย่างมาก
2. เส้นทางลาดที่สะดวกในการเปลี่ยนชั้น โดยที่ไม่ต้องใช้บันไดในการเดิน
3. Space ภายในมีความสูงของเพดานมากเพียงพอ และสามารถติดตั้ง ขนย้ายผลงานได้ง่าย มีทางสัญจรรองรับ
4. ส่วนของห้องน้ำมีเพียงพอต่อความต้องการของการใช้พื้นที่

### ข้อจำกัด

1. อาคารปิดล้อมถ้าต้องการแสงธรรมชาติอาจจะเป็นไปได้ยาก ด้วยโครงสร้างอาคารที่ปิดทึบ จะมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่เปิด
2. การมองเห็นกิจกรรมจากภายนอกน้อย
3. ทางเข้าที่เชื่อมต่อกับ BTS แคบและไม่สะดวกเวลามีคนใช้งานจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## A6. Bank of Thailand Learning Center



## ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

- ชื่อโครงการ : ศูนย์การเรียนรู้ธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT Learning Center)  
 ที่ตั้งโครงการ : เลขที่ 273 ถนนสามเสน แขวงวัดสามพระยา เขตพระนคร  
 กรุงเทพมหานคร 10200  
 เจ้าของโครงการ : ธนาคารแห่งประเทศไทย  
 ประเภทของโครงการ : Learning Center  
 ขนาดพื้นที่ของโครงการ : 12,900 ตารางเมตร

## ลักษณะของโครงการ

ธนาคารแห่งประเทศไทยมุ่งหวังให้ศูนย์การเรียนรู้แห่งนี้เป็นที่เปิด ที่จะสร้างโอกาสและแรงบันดาลใจ จุดประกายแห่งการเรียนรู้และการค้นคว้าด้วยตนเอง ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การระดมพลังสร้างสรรค์ความรู้ เพื่อสร้างนิสัยรักการเรียนรู้และการแบ่งปัน โดยมุ่งให้เป็นศูนย์การเรียนรู้แบบบูรณาการมีสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย มีกิจกรรมด้านการเรียนรู้ที่หลากหลาย ตลอดจนมีพิพิธภัณฑ์ที่อนุรักษ์มรดกสำคัญของชาติ และพื้นที่จัดนิทรรศการให้ความรู้ต่างๆ เช่น นิทรรศการเงินตราที่ชวนเดินทางย้อนอดีต และเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับวิวัฒนาการของเงินตราในช่วงอารยธรรมต่างๆ รวมถึงเงินตราในอนาคต



ภาพที่ 2.11 แสดงรูปภายในโครงการ BOT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพของโครงการ

1. เป็นอาคารส่วนที่ต่อเติมกับอาคารเดิมที่เป็น Office ของ ธนาคารแห่งประเทศไทย
2. โครงสร้างอาคารเสถียรทำให้พื้นที่ภายในส่วนห้องสมุดมีความกว้างและไม่มีเสาขวางอยู่ภายใน Space จึงได้ Space ที่เปิดโล่ง กว้างและสูง
3. Approach ดึงเข้าสู่ตัวอาคารด้วยชั้นบันไดและ Landscape
4. ในบางพื้นที่ผนังมีความหนาเนื่องจากต้องการความปลอดภัยสูง
5. Façade มีความเรียบง่าย

## องค์ประกอบภายในโครงการ

### B1-B2 Floor

1. พิพิธภัณฑ์ธนาคารแห่งประเทศไทย (Bank of Thailand Museum)

### 1st Floor

2. นิทรรศการบทบาทหน้าที่ ธปท.
3. นิทรรศการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน
4. พื้นที่กิจกรรม และนิทรรศการหมุนเวียน (Financial Literacy Exhibition & Rotating Exhibition)
5. ร้านค้า ร้านอาหาร (BOT Lounge / Café / Shop)

### 2nd Floor

6. ห้องสมุด
7. นิทรรศการพระองค์เจ้าวิวัฒนไชย
8. นิทรรศการเรื่องเล่า ธปท.
9. นิทรรศการโรงพิมพ์ธนบัตร

### 3rd Floor

10. ห้องสมุดพระองค์เจ้าวิวัฒนไชย
11. ห้องประชุม 70-80 ที่นั่ง
12. Co-working Space

### 5th Floor

13. ห้องประชุม 250-300 ที่นั่ง

## วิเคราะห์กรณีศึกษา

### ข้อเด่น

1. เป็นศูนย์ที่มีความเฉพาะตัวในเรื่องการนำเสนอข้อมูลในพื้นที่ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ดีสำหรับผู้สนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ส่วนห้องสมุดที่รองรับคนจำนวนมาก และมีวิวที่เหมาะแก่การอ่านหนังสือ
3. ส่วนนิทรรศการที่มีการใช้เทคนิคและวิธีการนำเสนอที่ทันสมัย

#### ข้อจำกัด

1. การเข้าถึงพื้นที่ และทำเลที่ตั้งมีข้อจำกัดของผู้ใช้งาน เดินทางไม่สะดวก
2. ฟังก์ชันภายในยังไม่เพียงพอต่อความต้องการคนที่ใช้พื้นที่ ในด้านของร้านอาหารและร้านค้าต่างๆ

## 2.3 ข้อมูลเฉพาะของโครงการ

### 2.3.1 ประวัติโครงการ

จากนโยบายข้างต้นล้วนแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อการผลักดันและพัฒนาประเทศ แต่ยังไม่ครอบคลุมประชากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกาพัฒนา อาทิเช่น นักออกแบบรุ่นเยาว์ กลุ่มคนทั่วไปที่สนใจด้านแฟชั่นไทย หรือชาวต่างชาติที่เข้ามาสนใจในแฟชั่นไทย จึงเห็นถึงความสำคัญของการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ ซึ่งบุคคลที่สนใจสามารถเข้ามาเรียนรู้ สัมผัสประสบการณ์ รู้เท่าทันเทรนด์โลก ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และเชื่อมโยงคนที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้าไว้ด้วยกัน โครงการ ศูนย์แฟชั่นไทย และไลฟ์สไตล์ กรุงเทพมหานคร จากแนวความคิดที่จะพัฒนา สนับสนุน และผลักดันโดยนโยบายของภาครัฐ จะช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศด้วยการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์เพื่อสร้างพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ ทักษะคนที่ติดต่อแฟชั่นไทย ให้ยังคงอยู่และสามารถพัฒนาต่อไปในอนาคต

### 2.3.2 เอกลักษณ์องค์กร

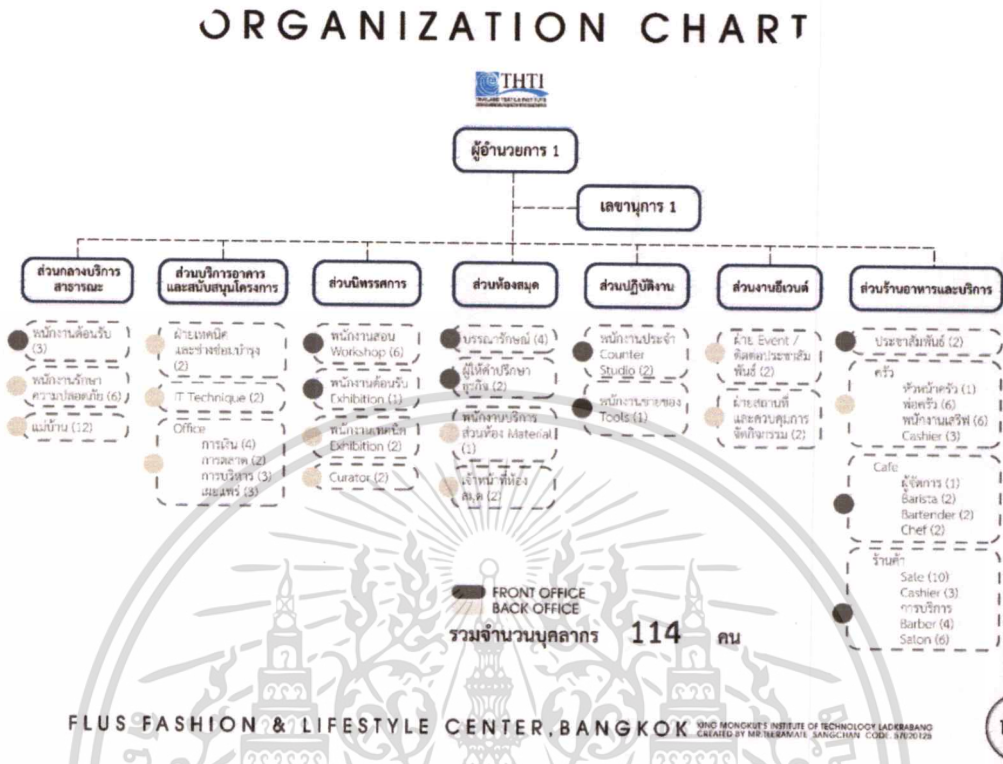


ภาพที่ 2.12 แสดงรูปสัญลักษณ์ของโครงการ

โลโก้ หรือตราสัญลักษณ์ ถอดรูปแบบจากสะดึงไม้ นำมาปรับรูปแบบให้เป็นกราฟฟิก ใส่ชื่อของโครงการ FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER ซึ่งชื่อ FLUS มาจากการผสมคำระหว่าง FASHION และ CLUSTER ซึ่งเป็นแนวความคิดในการที่จะรวบรวมคนให้เป็นกลุ่มซึ่งมีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 สายการบริหารและอัตรากำลัง



ภาพที่ 2.13 สายการบริหารและอัตรากำลังพื้นฐาน

2.3.4 องค์ประกอบของโครงการ

องค์ประกอบ

- พื้นที่นิทรรศการ (EXHIBITION AREA)
- พื้นที่ห้องสมุด (LIBRARY)
- พื้นที่ปฏิบัติงาน (CO-WORKING SPACE)
- พื้นที่เวิร์คช็อปและการเรียนรู้ (WORKSHOP AREA)
- พื้นที่แฟชั่นโชว์ และอีเวนต์ (FASHION SHOW & EVENTS AREA)
- พื้นที่ร้านอาหารและบริการ (FOOD & SERVICE AREA)

2.3.5 ระบบสภาพแวดล้อมภายในและวัสดุ

คอนกรีตผสมเสร็จ

คอนกรีตเป็นวัสดุก่อสร้างที่ใช้กันมานาน ในอดีตการใช้คอนกรีตสำหรับงานก่อสร้างนั้น ผู้รับเหมาจะต้องเริ่มจากการสั่งซื้อ หิน ทราย ปูนซีเมนต์ และน้ำยาผสมคอนกรีต จากนั้นจะต้องจัดการหาเครื่องผสมและทีมงาน แต่ในปัจจุบันคอนกรีตผสมเสร็จซึ่งคือคอนกรีตที่ผสมเสร็จเรียบร้อยจากโรงงาน และลำเลียงใส่รถเพื่อจัดส่งให้หน่วยงานก่อสร้างได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้ามาทดแทนการใช้คอนกรีตผสมโม้เล็กด้วยเหตุผลที่สำคัญคือเวลาและสถานที่ในการก่อสร้าง

### เมทัลชีท

#### คุณสมบัติเมทัลชีท

แผ่นโลหะรีดลอนหรือแผ่นเมทัลชีท (Metal Sheet) คือ แผ่นเหล็กเคลือบโลหะผสมอะลูมิเนียมและสังกะสีที่นำมาขึ้นรูปเป็นลอน เหมาะสำหรับงานผนังทั้งภายในและภายนอก สามารถติดตั้งทั้งบนพื้นระนาบ และพื้นที่โค้ง โดยจะติดตั้งในแนวนอน หรือแนวตั้งก็ได้ ักัดแรงงานหายากวงการก่อสร้างต้องการคอนกรีตที่มีคุณภาพสูง

ข้อดี : มีความทนทานสูง ทนการกัดกร่อนและสนิม ตัดโค้งได้ง่าย สามารถทำหลังคากว้างๆได้โดยที่มีรอยต่อน้อย จึงไม่ค่อยมีปัญหาน้ำรั่วซึม มีทั้งชนิดที่เป็นสีโลหะและชนิดเคลือบสีให้สวยงาม บางรุ่นมีการกรูณวนกันความร้อนมาพร้อมกับแผ่นโลหะ อีกทั้งยังติดตั้งได้ง่ายและรวดเร็วจึงประหยัดค่าใช้จ่ายเรื่องแรงงานช่างครับ

ข้อเสีย : เวลาฝนตกเสียงจะดังมากแต่สามารถแก้ไขได้ด้วยการติดแผ่นโพนข้างใต้เพื่อลดเสียงและป้องกันความร้อนได้อีกชั้นหนึ่ง

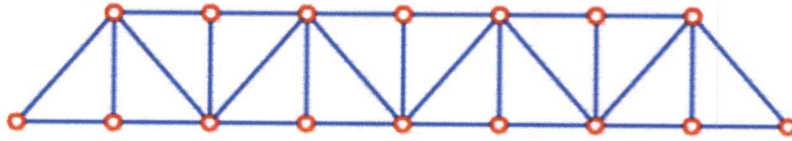
### 2.3.6 ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและระบบโครงสร้าง

#### ระบบแผ่นพื้นกึ่งสำเร็จ

ระบบแผ่นพื้นกึ่งสำเร็จประกอบด้วยส่วนที่ผลิตจากโรงงาน ยกมาติดตั้ง หรือวางบนคานแล้วเสริมเหล็ก เท คอนกรีตทับหน้า (Topping) เพื่อให้เป็นพื้นเดียวกัน ปัจจุบันนิยมใช้แผ่นพื้นคอนกรีตหล่อสำเร็จ หรือแผ่นพื้นสำเร็จรูปอัด แรง ชนิดแผ่นเรียบ (Precast plank) รูปหน้าตัดสี่เหลี่ยมทึบตัน เสริมลวดอัดแรง ความหนาไม่มากนัก (10 – 12 เซนติเมตร) นิยมใช้ในอาคารขนาดเล็ก หรือที่พักอาศัย เพราะคล้ายแผ่นกระดานที่วางพาดบนคานเรียงกัน โดยไม่ต้องใช้ไม้แบบ ผูก เหล็กเสริมกันไว้ และเทคอนกรีตทับหน้าได้ทันที ใช้ค้ำยันเท่าที่จำเป็นตามคำแนะนำของผู้ผลิต เช่นที่กึ่งกลางของช่วงพื้น เท่านั้น ท้องพื้นเรียบจึงไม่จำเป็นต้องฉาบแต่งผิว หรือทำฝ้าปิด อนึ่ง แผ่นพื้นชนิดนี้เมื่อช่วงยาวขึ้น หรือมีความหนาเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตก็อาจทำให้มีแกนกลวงตามความยาวของแผ่นพื้น (Hollow core Slab) เพื่อลดทอนน้ำหนักของแผ่นพื้นนั่นเอง

## ระบบโครงสร้างหลังคา

โครงถัก (Truss) คือ การนำเอาชิ้นส่วนมาประกอบขึ้นเป็นรูปโครงสร้างแบบต่างๆ โดยยึดปลายทั้งสองของชิ้นส่วนต่างๆ ให้อยึดติดกันและสามารถถ่ายแรงให้กันได้ด้วยการเชื่อม การใช้ หมุดย้ำหรือการใช้น็อต โครงสร้างที่นิยมทำเป็นโครงถัก เช่น โครงสร้างสะพาน โครงหลังคา ฯลฯ



จ. แบบวอร์เรนมีค้ำยันแนวตั้ง (Warren Truss with Vertical)

ภาพที่ 2.14 โครงสร้างหลังคา

## 2.3.7 ระบบสภาพแวดล้อมภายใน

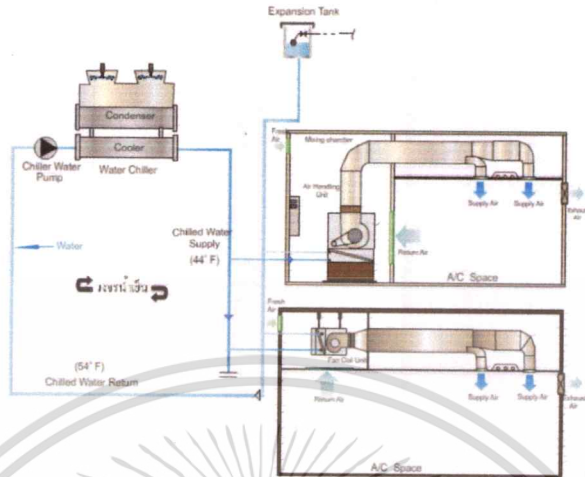
### 2.3.7.1 ระบบปรับอากาศ

#### ระบบปรับอากาศแบบทำความเย็นจากส่วนกลาง (Central Air Conditioning)

คือ ระบบปรับอากาศที่ทำความเย็นให้แก่อาคารโดยอ้อม กล่าวคือ แทนที่จะใช้สารทำความเย็นเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนความร้อนกับอากาศภายในอาคารโดยตรงเช่นเดียวกับเครื่องปรับอากาศทั้งสามแบบข้างต้น แต่กลับใช้สารทำความเย็นเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนความร้อนให้แก่ น้ำที่คอยล์เย็น (Evaporator) ของเครื่องทำน้ำเย็น (Water Chiller) ทำให้น้ำกลายเป็นน้ำเย็น (Chilled Water) อุณหภูมิต่ำก่อนที่จะลำเลียงไปตามระบบท่อ (Piping System) โดยอาศัยแรงดันจากเครื่องสูบน้ำเย็น (Chilled Water Pump) ไปแลกเปลี่ยนความร้อนกับอากาศภายในห้องที่ AHU หรือ FCU ทำให้น้ำเย็นมีอุณหภูมิสูงขึ้น และน้ำเย็นอุณหภูมิสูงนี้ก็จะถูกส่งกลับไปแลกเปลี่ยนความร้อนให้กับสารทำความเย็นที่คอยล์เย็นของเครื่องทำน้ำเย็น ทำให้น้ำกลายเป็นน้ำเย็นอุณหภูมิต่ำ และนำกลับมาแลกเปลี่ยนความร้อนกับอากาศที่ AHU หรือ FCU อีกครั้ง

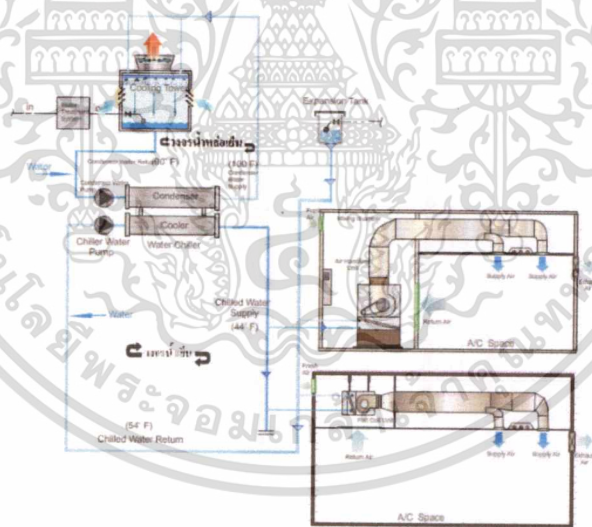
ส่วนสารทำความเย็นเมื่อได้รับความร้อนจากน้ำก็จะถูกคอมเพรสเซอร์ (Compressor) ของเครื่องทำน้ำเย็นอัดทำให้สารทำความเย็นมีความดันและอุณหภูมิสูงขึ้นและส่งไประบายความร้อนที่คอยล์ร้อน (Condenser) ของเครื่องทำน้ำเย็น ทำให้สารทำความเย็นมีอุณหภูมิต่ำลงก่อนจะส่งผ่านวาล์วลดความดัน (Expansion Valve) และไหลกลับเข้าสู่คอยล์เย็นเพื่อแลกเปลี่ยนความร้อนกับน้ำเย็นอุณหภูมิสูงต่อไป

การระบายความร้อนของเครื่องทำน้ำเย็นจะมี 2 ชนิดคือ  
 เครื่องทำน้ำเย็นชนิดระบายความร้อนด้วยอากาศ (Air Cooled Water Chiller, ACWC)



ภาพที่ 2.15 ระบบปรับอากาศ 1

เครื่องทำน้ำเย็นชนิดระบายความร้อนด้วยน้ำ (Water Cooled Water Chiller, WCWC)



ภาพที่ 2.16 ระบบปรับอากาศ 2

2.3.7.2 ระบบระบายอากาศ

การระบายอากาศ เป็นมาตรการที่ถูกนำมาใช้เพื่อควบคุมความเข้มข้นของสารเคมีในสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ทั้งชนิดที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและชนิดที่เป็นอันตรายทางกายภาพ นอกจากนี้การระบายอากาศยังช่วยลดความร้อนซึ่งเป็นสาเหตุของความเหนื่อยล้า ความรู้สึกอึด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อึด ไม่สบายของคน ตลอดจนควบคุมปัญหาเรื่องกลิ่น ความชื้น และคุณภาพอากาศในอาคาร ซึ่งสาเหตุว่าทำไมต้องมีการระบายอากาศในพื้นที่ มีดังนี้คือ

1. เพื่อควบคุมระดับของสิ่งปนเปื้อนในอากาศเช่น เชื้อโรค ฝุ่นละออง ไอสารเคมี ก๊าซ คาร์บอน ฯลฯ ในพื้นที่การปฏิบัติงาน อาคาร โรงงาน ให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัย ซึ่งสิ่งปนเปื้อนเหล่านี้ หากได้รับเข้าสู่ร่างกาย จะเกิดการสะสมในอวัยวะต่าง ๆ และจะนำมาซึ่งความเจ็บป่วยของ บุคลากร

2. เพื่อควบคุมอุณหภูมิ และความชื้นให้อยู่ในระดับที่รู้สึกสบายได้ เพราะความร้อนและความชื้น ถ้าไม่เหมาะสมในกรณีของบุคลากร จะทำให้เกิดการเจ็บป่วย หงุดหงิด อึดอัด ไม่สามารถทำงานได้ รวมถึงการเป็นสาเหตุของอุบัติเหตุและการลาออกของพนักงานได้ ในกรณีของชิ้นงาน อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อชิ้นงาน วัสดุดิบบางประเภทได้

#### ประเภทของการระบายอากาศ

1. การระบายอากาศแบบทั่วไป (General Exhaust Ventilation)
2. การระบายอากาศเฉพาะที่ (Local Exhaust Ventilation)

ซึ่งโครงการนี้เลือกใช้การระบายอากาศแบบทั่วไปเพื่อเจือจาง (Dilution Ventilation) เป็นการระบายอากาศเพื่อลดความเข้มข้นของมลพิษ ซึ่งปนเปื้อนอยู่ในอากาศในสถานที่ประกอบการ โดยการทำให้เจือจางลงด้วยอากาศบริสุทธิ์ จากภายนอก จนกระทั่งมลพิษดังกล่าวมีความเข้มข้นอยู่ในระดับที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ หรือไม่ทำให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ นอกจากอันตรายต่อสุขภาพเนื่องจากมลพิษทางอากาศแล้ว การระบายอากาศแบบนี้ ยังใช้ได้ดีในการป้องกันและควบคุมปัญหาเกี่ยวกับความร้อน ความชื้นและอันตรายจากการระเบิด เนื่องจากสารเคมีบางประเภทอีกด้วย ดังนั้นการระบายอากาศแบบทั่วไปหรือการระบายอากาศเพื่อเจือจาง แบ่งได้เป็น 2 ชนิด ดังนี้คือ

#### การระบายอากาศแบบธรรมชาติ (Natural Ventilation)

อาศัยธรรมชาติทำให้เกิดความดันบรรยากาศที่แตกต่างกันใน 2 พื้นที่ อากาศจึงเคลื่อนที่จากที่มีความดันบรรยากาศสูงไปยังที่มีความดันบรรยากาศต่ำ

ข้อดีการระบายอากาศแบบธรรมชาติคือ เหมาะสำหรับทุกสภาพอากาศ เครื่องปรับอากาศเปรียบเสมือนเครื่องควบคุมสภาพอากาศ โดยมนุษย์สามารถควบคุมและปรับสภาพอากาศให้อยู่ในช่วงที่สบาย

ข้อเสียการระบายอากาศแบบธรรมชาติคือ ยากต่อการติดตั้งและบำรุงรักษา ในบางครั้งพบว่าปริมาณการเติมอากาศจากภายนอกไม่เพียงพอ อีกทั้งมีเสียงดังเกิดขึ้นจากระบบปรับอากาศ

### การระบายอากาศโดยวิธีทางกล (Mechanism Ventilation)

การระบายอากาศโดยวิธีกล เป็นวิธีการระบายอากาศที่ต้องอาศัยอุปกรณ์หรือเครื่องกล เช่น พัดลมช่วยให้อากาศเคลื่อนไหลหมุนเวียน

ข้อดีการระบายอากาศแบบเครื่องกล เหมาะสำหรับประเทศที่มีสภาพอากาศอบอุ่น โดยทั่วไปมักใช้ได้ที่ร้อยละ 50 การลงทุนและค่าบำรุงรักษาต่ำ สามารถเกิดการระบายได้สูง

ข้อเสียการระบายอากาศแบบเครื่องกล คือ ได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ และการทำงานของมนุษย์ได้ง่าย ยากต่อการทำนาย การวิเคราะห์ และการออกแบบ สภาวะนำสบายของมนุษย์ลดลงเมื่อสภาพอากาศร้อน ขึ้น หรือเย็นเกินไป ไม่สามารถสร้างแรงดันอากาศให้เกิดขึ้นสำหรับห้องที่ต้องการให้แรงดันอากาศเป็นลบได้

#### 2.3.7.3 ระบบไฟฟ้า

##### ไฟฟ้าแสงสว่าง

##### ชนิดของหลอดไฟ

1. หลอดไส้ ราคาถูก สีของแสงดี ติดตั้งง่าย ให้แสงสว่างทันทีเมื่อเปิด ประสิทธิภาพต่ำมาก อายุการใช้งานสั้น ไฟฟ้าที่ป้อนให้หลอดจะถูกเปลี่ยนเป็นความร้อนกว่าร้อยละ 90 จึงไม่ประหยัดพลังงาน แต่เหมาะสมกับงานประเภทที่ต้องการหรี่แสง เช่น ห้องจัดเลี้ยงตามโรงแรม หรือใช้กับโคมระย้าที่ประกอบด้วยผลึกแก้วเพื่อเน้นความสวยงาม

2. หลอดฟลูออโรเรสเซนต์ เป็นหลอดที่มีประสิทธิภาพแสงและอายุการใช้งานมากกว่าหลอดไส้ หลอดฟลูออโรเรสเซนต์แท่งยาวที่ใช้แพร่หลายมีขนาด 36 วัตต์ แต่ก็ยังมีหลอดไฟประสิทธิภาพสูง (หลอดซูปเปอร์ลักซ์) ซึ่งมีราคาต่อหลอดแพงกว่าหลอดไฟ 36 วัตต์ธรรมดา แต่ให้ปริมาณแสงมากกว่าร้อยละ 20 ในขนาดการใช้ไฟฟ้าที่เท่ากัน

3. หลอดคอมแพคฟลูออโรเรสเซนต์ (CFL) หรือหลอดตะเกียบชนิดที่ให้สีของแสงออกมาเทียบเท่าร้อยละ 85 ของหลอดไส้ (ให้สีของแสงดีที่สุด) สำหรับใช้แทนหลอดไส้ เพื่อช่วยประหยัดไฟ และอายุการใช้งานนานกว่า 8 เท่าของหลอดไส้ มี 2 ประเภท คือ แบบขั้วเกลียวและแบบขั้วเสียบ แต่ถ้าแบ่งตามลักษณะและการใช้งานของหลอดจะมี 5 ชนิด ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 หลอด SL แบบขั้วเกลียว มีบัลลาสต์ในตัว มีขนาด 9,13,18 และ 25 วัตต์ ประหยัดไฟร้อยละ 75 ของหลอดไส้ เหมาะกับสถานที่ที่ต้องเปิดไฟทิ้งไว้เป็นเวลานานๆ หรือบริเวณที่เปลี่ยนหลอดยาก เช่น โคมไฟหัวเสาบริเวณทางเดินบันได เป็นต้น

3.2 หลอดตะเกียบ 4 แฉก ขั้วเกลียว (หลอด PL\*E/C) ขนาด 9,11,15 และ 20 วัตต์ มีบัลลาสต์อิเล็กทรอนิกส์ในตัวเปิดติดทันที ไม่กะพริบ ประหยัดไฟร้อยละ 80 ของหลอดไส้และยังสามารใช้ได้ในสถานที่อุณหภูมิต่ำถึง  $-20^{\circ}\text{C}$

3.3 หลอดตะเกียบตัวยู 3 ขด (หลอด PL\*E/T) ขนาดกะทัดรัด 20 และ 23 วัตต์ ขจัดปัญหาหลอดยาวเกินโคมให้ความสว่างมากและสามารถใช้เปลี่ยนแทนหลอดไส้ได้ประหยัดไฟร้อยละ 80 ของหลอดไส้

3.4 หลอดตะเกียบขั้วเสียบ (หลอด PLS) บัลลาสต์ภายนอกขนาด 7,9 และ 11 วัตต์ ประหยัดไฟร้อยละ 80 ของหลอดไส้

3.5 หลอดตะเกียบ 4 แฉก ขั้วเสียบ (หลอด PLC) บัลลาสต์ภายนอกขนาด 8,10,13,18 และ 26 วัตต์ ประหยัดไฟร้อยละ 80 ของหลอดไส้

4. หลอดแสงจันทร์ ประสิทธิภาพแสงต่ำกว่าหลอดฟลูออโรสเซนต์เล็กน้อยแต่อายุการใช้งานนานกว่า จึงเหมาะกับการใช้เป็นไฟสนามตามสวนสาธารณะ แต่เมื่อใช้ไปนานๆ คุณภาพแสงจะลดลง

5. หลอดเมทัลฮาไลด์ ประสิทธิภาพสูง คุณภาพแสงดีแต่ต้องใช้เวลาอุ่นหลอดเมื่อเปิด เหมาะสำหรับการใช้ส่องสินค้าในห้างสรรพสินค้า

6. หลอดโซเดียมความดันสูง ประสิทธิภาพสูง แต่คุณภาพแสงไม่ดี มักใช้กับไฟถนน คลังสินค้า ไฟส่องบริเวณที่เปลี่ยนหลอดยาก พื้นที่นอกอาคาร

7. หลอดโซเดียมความดันต่ำ มีประสิทธิภาพสูงสุดแต่คุณภาพแสงเพี้ยนมาก เหมาะกับไฟถนน ไฟรักษาความปลอดภัย

#### 2.3.7.4 ระบบสุขาภิบาล

ระบบท่อสุขาภิบาลภายในอาคารมีอยู่ 7 ระบบ ได้แก่

1) ระบบน้ำดี (หรือน้ำประปา) Cold water pipe system เป็นระบบท่อที่ใช้ในงานในการลำเลียงน้ำสะอาดไปใช้งานตามจุดต่างๆ ที่ต้องการใช้ภายในอาคาร

2) ระบบระบายน้ำโสโครก Soil pipe system เป็นระบบท่อนำน้ำเสียที่ถูกใช้งานจากโถส้วม หรือโถปัสสาวะออกจากพื้นที่และนำเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียก่อนระบายออกนอกอาคาร

3) ระบบระบายน้ำทิ้ง Waste pipe system เป็นระบบที่นำน้ำเสียที่ถูกใช้งานจากกิจกรรมอื่นๆ ออกจากพื้นที่ และนำเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียก่อนระบายออกนอกอาคาร

4) ระบบบำบัดน้ำเสีย Water treatment system เป็นระบบที่ใช้บำบัดน้ำจากการใช้งานภายในอาคาร ให้มีค่าดัชนีวัดค่าคุณสมบัติต่างๆ ของน้ำ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดก่อนระบายออกสู่ระบบระบายน้ำสาธารณะ

5) ระบบท่อระบายอากาศ Vent pipe system หรือเรียกสั้นๆ ว่าท่ออากาศ ระบบท่อ vent นี้จะติดตั้งเข้ากับระบบท่อระบายน้ำป้องกันปัญหาสุญญากาศในเส้นท่อระบายน้ำ ทำให้ระบบระบายน้ำในเส้นท่อสามารถระบายน้ำได้สะดวก

6) ระบบท่อระบายน้ำฝน Rain drainage pipe system ระบบท่อที่ทำหน้าที่ลำเลียงน้ำฝนที่เกิดขึ้นกรณีฝนตก ออกจากตัวอาคาร

7) ระบบระบายน้ำภายนอกอาคาร Building sewer system เป็นระบบท่อระบายน้ำบริเวณโดยรอบของอาคาร ทำหน้าที่ลำเลียงน้ำออกจากบริเวณอาคารเข้าสู่ระบบระบายน้ำสาธารณะ

### 2.3.7.5 ระบบดับเพลิง

#### ระบบดับเพลิงอัตโนมัติและระบบแจ้งเตือนอัคคีภัย (Fire Extinguishing & Detection System)

##### FIRE ALARM SYSTEM (ระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย)

1. ระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย (Fire Alarm Systems) ประกอบด้วย แผงควบคุมระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย Fire Alarm Control Panel Microprocessor based control ทั้งแบบ Conventional และ Addressable สูงสุดถึง 140 Zone

2. อุปกรณ์จับควันไฟ (Smoke Detector) และ อุปกรณ์จับความร้อน (Heat Detector)

- Conventional และ Addressable, Duct Type

3. อุปกรณ์กระดิ่ง (Alarm Bell) ขนาดมาตรฐานที่นิยมแพร่หลาย 6 นิ้ว ขนาดความดัง 87 เดซิเบล (UL Rating)

4. Manual Call Point แบบ “Resettable Break glass”

5. อุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น Abort Station, Sounder Strobe, Horn และอื่นๆ

## FIRE SUPPRESSION SYSTEM (ระบบป้องกันอัคคีภัย)

1. FM-200, NOVEC1230 (Fire Extinguishing system) ระบบดับเพลิงอัตโนมัติด้วยแก๊ส ซึ่งได้ใช้เป็นที่แพร่หลายปัจจุบัน
2. Inertec, Inert Gas (Clean Fire Suppressant) ประกอบด้วย ก๊าซไนโตรเจน ซึ่งไม่ทำลายโอโซน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

### 2.3.8 วัสดุ และแนวคิดในการเลือกใช้

#### วีเนียร์

วีเนียร์ คือ วัสดุปิดผิวที่ทำมาจากเยื่อไม้แผ่นบางๆที่ผ่านมาจากท่อนซุง แล้วนำมาอบและอัดต่อกันเป็นแผ่น ด้วยความหนาไม่เกิน 3 มม. โดยให้ผิวสัมผัสที่เป็นธรรมชาติสวยงามไม่ต่างจากไม้จริง เหมาะสำหรับนำไปใช้ติดตั้งปิดผิวบนวัสดุจำพวกไม้อัด ,ปาร์ติเกิลบอร์ด ,แผ่น MDF ,HDF หรือ Blockboard จนได้พื้นผิวตามขนาดของไม้ั้นๆ(ใช้กาวเป็นตัวยึดประสาน) แล้วเคลือบผิวด้วยแล็กเกอร์หรือยูรีเทนป้องกันการขีดข่วน เหมาะกับการปิดผิวเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว และเฟอร์นิเจอร์บิวท์อิน รวมถึงงานตกแต่งต่างๆภายในอาคาร

#### ประเภทของไม้วีเนียร์ (Wood Veneer)

##### - Natural Colour

เป็นไม้วีเนียร์โทนสีธรรมชาติ ซึ่งมีทั้งโทนครีมอ่อนๆ โทนน้ำตาล และโทนที่เห็นลายไม้ชัดเจน เช่น Ash, Oak, Maple, Beech ,Walnut, Cheery, Mahogany หรือ Zebrano เป็นต้น

##### - Recomposed Colour

เป็นการนำไม้วีเนียร์มาจัดเรียงลวดลาย และสีของชั้นไม้ แล้วย้อมสีจัดเรียงใหม่โดยไม่สามารถควบคุมความสม่ำเสมอของสี และลวดลายไม่ได้ จากนั้นนำเข้ากระบวนการบิอัดเพื่อนำมาตัดขวาง ซึ่งจะทำให้เกิดลวดลายใหม่ และมีสีสันทึ่แปลกตา

##### - Fashion Colour

เป็นการสร้างลวดลายให้ดูแปลกตา โดยการนำวีเนียร์ไปย้อมสีในโทนต่างๆ เช่น แดง, ชมพู, เขียว, ฟ้ำ, น้ำเงิน เป็นต้น

##### - Fancy Block Colour

เป็นการนำวีเนียร์หลายชนิดมาผสมผสานกันให้เหมือนบล็อกไม้ที่เรียงต่อกันในโทนสีที่ตัดกันไปมา ซึ่งให้ความสวยงามแปลกตาไปอีกแบบ

##### - Woven Veneer

เป็นการนำเอาไม้วีเนียร์มาเรียงสานกันแบบตารางหมากรุก เมื่อมองเผินๆจะมีลักษณะคล้ายลวดลายของเครื่องจักรสาน หรือ ที่เรียกว่าลายขัด โดยพื้นผิวจะนูนขึ้นมา จึงให้มิติการสัมผัสที่แตกต่างจากวีเนียร์แบบอื่นๆ

#### - Banding Inlay Veneer

เป็นการนำเอาไม้วีเนียร์มาสร้างเป็นลวดลายสลัสนี้เป็นเส้นแถบยาวๆ เรียกว่าเส้นอินเลย์ โดยนำไปตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ด้วยการเจาะร่องขึ้นงาน และฝังเส้นอินเลย์ลงไป มีขนาดหน้ากว้างตั้งแต่ 3 มม. ไปจนถึง 150 มม. และยาวเฉลี่ยเส้นละ 1.20 เมตร

### Tempered Glass

กระจกเทมเปอร์ คือ กระจกที่ได้จากการนำกระจก FLOAT ไปผ่านกระบวนการทำเทมเปอร์ เพื่อเพิ่มความแข็งแรง โดยใช้หลักการเดียวกับการทำคอนกรีตอัดแรง คือการสร้างให้เกิดชั้นของแรงอัดขึ้นที่ผิวกระจกเพื่อต้านแรงจากภายนอก โดยการให้ความร้อนกับกระจกที่อุณหภูมิสูงกว่าจุดอ่อนตัวของกระจกเล็กน้อยที่ประมาณ  $650^{\circ}\text{C} - 700^{\circ}\text{C}$  และทำให้ผิวกระจกเย็นตัวอย่างรวดเร็ว โดยการใช้ลมเป่าให้เย็นที่กระจกทั้งสองด้าน ผลของความแตกต่างของอุณหภูมิระหว่างผิวนอกกับส่วนกลางเนื้อในของแผ่นกระจก จะทำให้เกิดเป็นชั้นของแรงอัดขึ้นที่ผิวนอกของแผ่นกระจกทั้งสองด้าน โดยจะประกบขึ้นส่วนกลางเหมือนลักษณะแซนวิช และชั้นที่ผิวนี้จะช่วยต้านแรงจากภายนอก ทำให้เกิดแรงกระทำที่สมดุลกัน การแตกของกระจกเทมเปอร์ จะแตกกระจายออกเป็นเม็ดเล็กๆคล้ายเม็ดข้าวโพด และมีความคมน้อย กระจกเทมเปอร์ไม่สามารถนำมาเจาะ เจียร บาก หรือแปรรูปได้อีก เพราะกระจกจะแตก

#### คุณสมบัติเฉพาะของกระจกเทมเปอร์

- กระจกเทมเปอร์ สามารถรับแรงที่มากกว่ากระจกซึ่งเกิดจากลม ร่างกายมนุษย์ หรือแรงดันของน้ำ ในกรณีที่เป็นตู้ปลาหรือสระน้ำ เป็นต้น
- กระจกเทมเปอร์ สามารถทนต่อแรงกระแทกได้มากกว่ากระจกธรรมดา ที่มีความหนาเดียวกัน 3-5 เท่า ลดอันตรายที่เกิดจากกระจกนิรภัยเทมเปอร์ขาด
- กระจกเทมเปอร์ ความหนาของกระจกต่อแรงกระแทกที่วัตถุ หรือร่างกายกระแทกลงบนกระจก เนื่องจากการชน โดยทั่วไปกระจกนิรภัยเทมเปอร์ สามารถรับแรงกระแทกได้ดีกว่ากระจกธรรมดาที่ความหนาเดียวกันประมาณ 4 เท่า ทนทานต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิแบบฉับพลัน

## Laminated Glass

กระจกลามิเนต คือ กระจกตั้งแต่ 2 ชั้นขึ้นไป มาทำการ "ลามิเนต" ทำเป็นชั้นๆ โดยประกบด้วยฟิล์ม PVB ( POLYVINYL BUTYRAL ) หรือ EVA ( ETHYLENE VINYL ACETATE ) เพื่อจุดประสงค์ในการใช้งานที่ต้องการความแข็งแรงมากขึ้น และตอบสนองการใช้งานในด้านความปลอดภัยที่สูง จากนั้นนำมาผ่านกระบวนการรีดด้วย ROLLER ทำให้ PVB FILM ยึดติดกับกระจก หลังจากนั้นกระจกที่ประกบแล้วจะถูกนำไปอบในเตา AUTOCLAVE ที่ควบคุมอุณหภูมิ และความดันที่เหมาะสมเพื่อไล่อากาศออกจนหมด เราเรียกว่า "กระจกเทมเปอร์ลามิเนต"

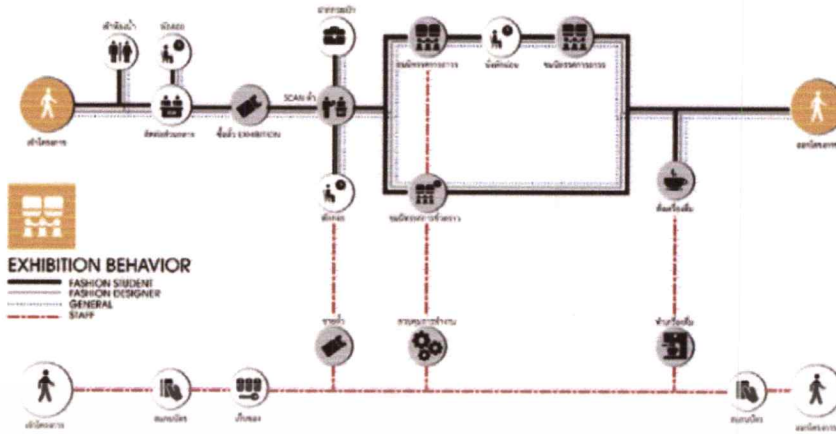
กระจกลามิเนต จึงเป็นกระจกนิรภัยชนิดหนึ่ง ที่เวลาแตกแล้วเศษกระจกจะยังคงยึดติดกันอยู่ด้วยฟิล์มระหว่างแผ่นกระจกเหมือนกับใยแมงมุม โดยเป็นการนำเอากระจก 2 แผ่น หรือกระจกมากกว่า 2 แผ่นมาประกบติดกันไว้ด้วยฟิล์มกับกระจกนิรภัยเทมเปอร์ ( TEMPERED SAFE GLASS ) หรือกระจกธรรมดา ( ANNEALED GLASS / FLOATED GLASS )

### คุณสมบัติเฉพาะของกระจกลามิเนต

- กระจกลามิเนต โดยพื้นฐานถ้าแตกแล้ว เศษกระจกจะไม่ร่วงหล่น ช่วยลดอันตราย และมีความต้านทานน้ำหนักเพิ่มขึ้น
- กระจกลามิเนต ป้องกัน และเก็บเสียงได้ดีกว่ากระจกธรรมดา
- กระจกลามิเนต ป้องกันความร้อนได้
- กระจกลามิเนต ป้องกันการบุกรุกจากขโมยได้



# USER BEHAVIOR

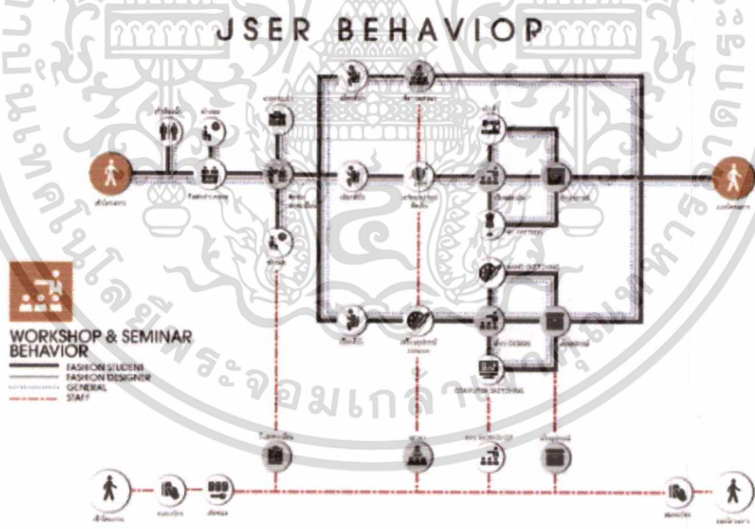


FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

13

### ภาพที่ 3.2 พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนนิทรรศการ

พฤติกรรมของผู้รับบริการเมื่อเข้าสู่พื้นที่ของนิทรรศการถาวร จะต้องซื้อตั๋วเพื่อเข้าสู่นิทรรศการถาวร สามารถที่จะนั่งพักคอย หรือฝากสัมภาระก่อนที่จะเข้าชมนิทรรศการ ซึ่งนิทรรศการมีทั้งนิทรรศการถาวร และนิทรรศการชั่วคราว



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

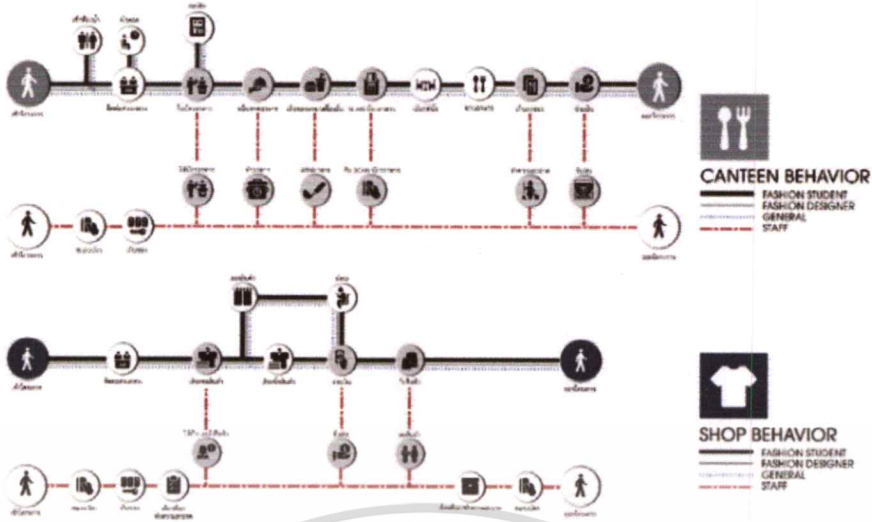
14

### ภาพที่ 3.3 พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนเวิร์คช็อป

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วนของเวิร์คช็อป ซึ่งต้องมีการลงทะเบียนเรียน ก่อนที่จะเข้ามาเรียน สามารถที่จะลงทะเบียนออนไลน์ หรือสามารถมาเลือกลงทะเบียนได้ที่หน้าเคาท์เตอร์ ซึ่งสามารถสอบถามรายละเอียด ซึ่งสามารถเลือกเรียนได้ 4 แบบด้วยกัน Sketching Studio , Pattern Making Studio , Lecture Studio , Sewing Studio

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR



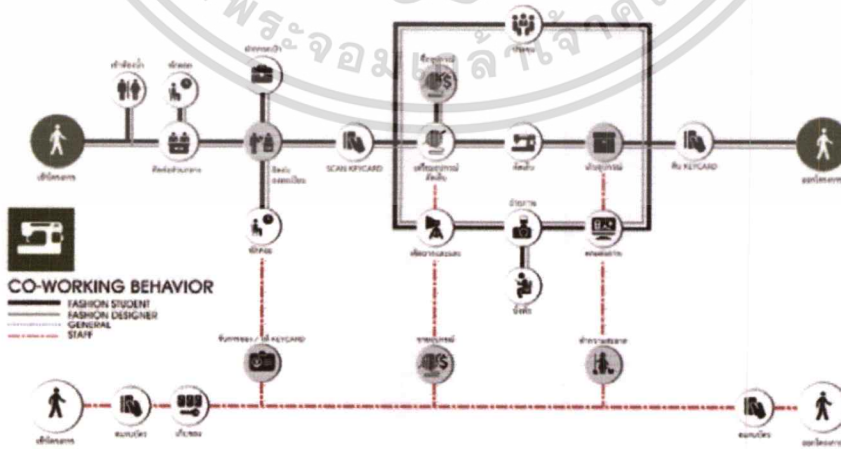
FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 3.4 พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนร้านค้าและร้านอาหาร

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วนของร้านอาหาร ซึ่งลักษณะการบริการเป็นแบบ Self-Service ซึ่งต้องบริการตัวเอง ทั้งสั่งอาหาร จ่ายเงิน รับอาหาร เลือกที่นั่ง ไปจนถึงเก็บภาชนะใส่อาหาร ซึ่งจะสัมพันธ์กับผู้ให้บริการซึ่งจะทำหน้าที่ต่อจากผู้รับบริการในการเก็บภาชนะเข้าสู่ครัวเพื่อล้างจานต่อไป และดูแลความสะอาด ความเรียบร้อยของร้านอาหาร

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วนของซ็อบ สามารถเลือกซื้อสินค้าภายในพื้นที่ซ็อบ ซึ่งผู้ให้บริการจะมีการต้อนรับ แนะนำสินค้า แนะนำเทคนิคในการแต่งตัว และรับจ่ายเงิน ซึ่งภายในซ็อบนั้นสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มาจากโครงการที่มีการเริ่มต้นทำแบรนด์เสื้อผ้าเป็นของตัวเอง

USER BEHAVIOR



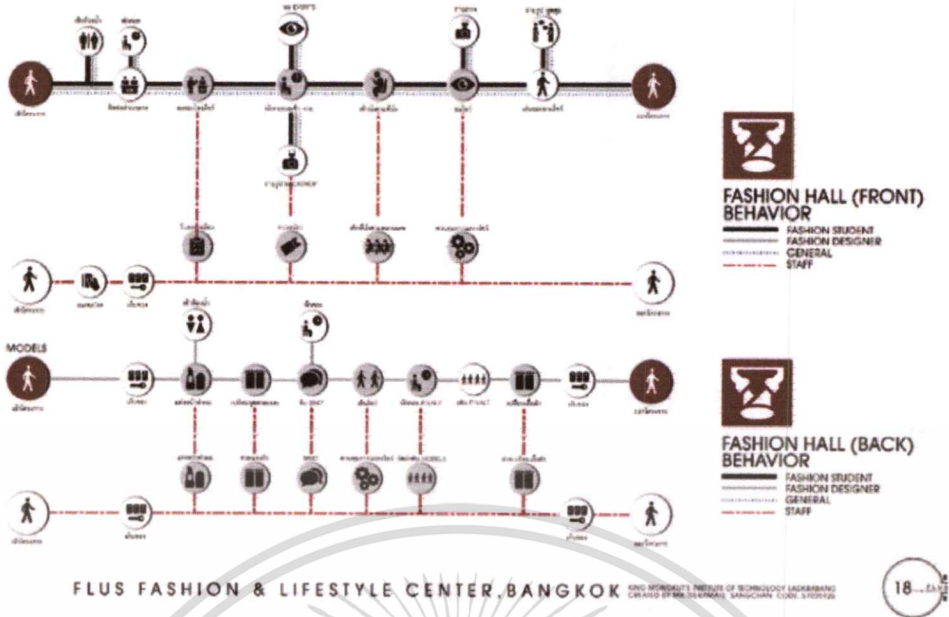
FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 3.5 พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนโค-เวิร์คกิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



# USER BEHAVIOR



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 3.7 พฤติกรรมผู้รับและผู้ให้บริการส่วนแฟชั่นฮอลล์

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วนของแฟชั่นฮอลล์นั้นแยกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ส่วนแรกเป็นส่วนของบริเวณส่วนหน้าของเวที ซึ่งจะหมายถึงผู้รับบริการที่เข้ามาชมแฟชั่นโชว์ ซึ่งจะมีทั้งแฟชั่นดีไซเนอร์ นักเรียนนักศึกษา ดารา ผู้ที่มีชื่อเสียง และช่างกล้อง ซึ่งจะถูกรวมเพื่อตรวจบัตรและความเรียบร้อย ก่อนที่จะเข้าสู่พื้นที่ด้านในที่เป็นที่นั่งสำหรับชมโชว์ ซึ่งเมื่อเข้าสู่พื้นที่แฟชั่นโชว์นั้น จะถูกวางตำแหน่งที่นั่งตามหมายเลขในบัตร ส่วนที่สองเป็นส่วนหลังของเวที ซึ่งจะหมายถึงนายแบบ นางแบบช่างแต่งหน้า ช่างทำผม แฟชั่นดีไซเนอร์ และStaff ซึ่งเมื่อเข้ามาในส่วนหลังเวทีนั้นจะสามารถเข้าห้องน้ำ ตรวจสอบเช็คความเรียบร้อย รวมถึงเก็บสัมภาระในล็อกเกอร์ได้ ก่อนที่จะเข้าสู่พื้นที่แต่งหน้าทำผม แต่งตัวต่อไป

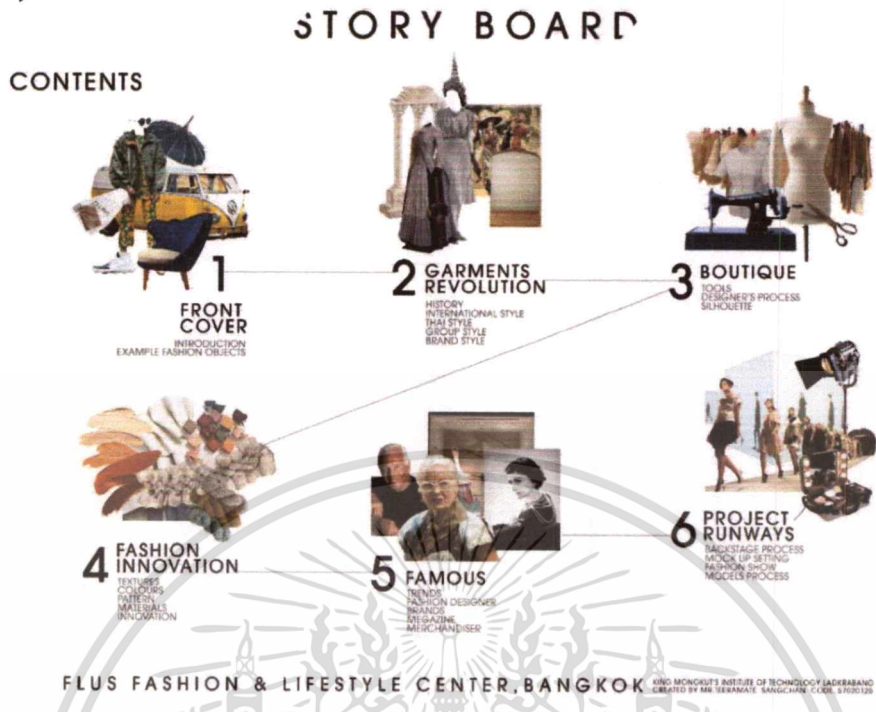
## 3.3 การบริหารทรัพยากร

### 3.3.1 ตาราง Workshop

### WORKSHOP SYLLABUS

	FASHION DESIGN LEARNING			DRESSMAKING LEARNING		
	HAND SKETCHING	ILLUSTRATION	LECTURE	PATTERN MAKING	SEWING	
CONTENTS			<ul style="list-style-type: none"> <li>TREND ANALYSIS</li> <li>FASHION HISTORY</li> <li>FASHION DESIGN TECHNIQUE</li> <li>PROTOTYPE</li> <li>FASHION FOR BUSINESS</li> </ul>			
TOOLS						
TIME	3 HOURS	3 HOURS	3 HOURS	3 HOURS	3 HOURS	3 HOURS
TEACHER	4	4	1	3	3	3
STUDENTS	24-25	24-25	30	16	16	16

3.3.1 Story Board



## STORY BOARD

AREA NAME	CONTENTS	MOOD	RECH	TECHNIQUE					EXHIBIT	AREA (sq. m.)	DURATION (min)
				A	B	C	D	E			
1 FRONT COVER	• เนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูด • ภาพประกอบที่ชัดเจนและสวยงาม • เนื้อหาที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์			X	X					32	3
2 GARMENTS REVOLUTION	• เนื้อหาที่น่าสนใจ • INTERNATIONAL STYLE • ITALY STYLE • GROUP STYLE • BRAND STYLE			X	X	X	X	X		32	10
3 BOUTIQUE	• เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบ • วิธีการทำงานของช่างออกแบบ • ขั้นตอนการทำงาน			X	X	X	X	X		32	6
4 FASHION INNOVATION	• แนวคิดใหม่ • T&E • COLOR • SHAPES & FABRICS • MATERIALS				X	X	X	X		32	6
5 FAMOUS	• TRENDS • FASHION DESIGNER • BRANDS • MAGAZINE			X	X	X	X	X		32	5
6 PROJECT RUNWAYS	• ขั้นตอนการออกแบบเสื้อผ้า • การถ่ายภาพแฟชั่น • การตัดผม • ขั้นตอนการทำงาน backstage			X	X	X	X			32	15

\*A=VEDIO B=SOUND C=MODEL 1:1 D=DIORAMA E=OVER SCALE MODEL F=INTERACTIVE MODEL

FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY (KMITL) BANGKOK  
CREATED BY MR. BEKRAM BANGCHAN CODE: 5705125

ภาพที่ 3.8 แสดงภาพรวมเนื้อหาภัณฑกรและการรายละเอียดการจัดแสดง

ตารางสรุปการใช้พื้นที่ของภัณฑกร และเนื้อหาในการจัดแสดง ซึ่งจะมีเนื้อหาที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ มีเทคนิคและวิธีการที่แตกต่างกัน ในการนำเสนอเนื้อหา รวมถึงช่วงเวลาในการใช้งาน และพื้นที่ที่ใช้งาน ซึ่งเนื้อหาจะถูกปรับเปลี่ยนเพื่อนอัปเดตเนื้อหาให้เป็นไปตามยุคสมัยในทุกๆ 3-6 เดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4 วิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ (Area Requirements)

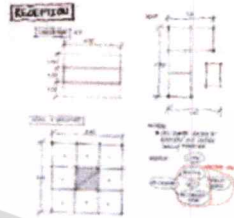
3.4.1 พื้นที่ส่วนบริการสาธารณะ

3.4.2 พื้นที่ส่วนสำนักงาน

## AREA REQUIREMENTS

### PUBLIC SERVICE

Zone	Area	Furniture	Area / Unit	Unit	Area	Remark	
1 Public Service	Reception	Counter	1.50	1.00	15.00	Case Study	
		Waiting Area	6.50	4.00	26.00	Case Study	
		Reception Area	52.50	1.00	52.50	Case Study	
		Bank Counter	1.00	0.80	4.00	Human Dimension	
		ATMs	6.00	0.80	2.20	Human Dimension	
		Waiting Point	1.00	0.50	2.00	Human Dimension	
	Area	Landscaping 40%				21.00	
		Other Area				120.00	



### OFFICE & MAINTANANCE

Zone	Area	Furniture	Area / Unit	Unit	Area	Remark	
2 Office & Maintenance	Office	Work Station	1.00	2.00	20.00	Human Dimension	
		Printer	0.50	0.50	2.50	Human Dimension	
		File Cabinet	0.75	0.50	3.75	Human Dimension	
		Chairing Table	0.50	0.50	2.50	Human Dimension	
		Chair	1.50	0.50	7.50	Human Dimension	
		Reception	3.00	0.50	15.00	Human Dimension	
	Landscaping	Landscaping 40%				12.00	
		Water Counter	1.00	1.00	1.00	Human Dimension	
		Other	0.50	0.50	2.50	Human Dimension	
		Other	0.50	0.50	2.50	Human Dimension	
Construction 40%	Other Area				24.00		
	Total Area				124.00		



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 3.9 แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนสาธารณะและสำนักงาน

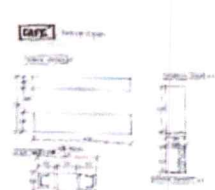
3.4.3 พื้นที่ส่วนนิทรรศการ

3.3.4 พื้นที่ส่วนร้านค้าแฟ

## AREA REQUIREMENTS

### EXHIBITION

Zone	Area	Furniture	Area / Unit	Unit	Area	Remark	
3 Exhibition	Exhibition Hall	Counter	1.50	1.00	15.00	Case Study	
		Table	1.50	1.00	15.00	Case Study	
		Table 1	12.00	0.50	60.00	Case Study	
		Table 2	12.00	0.50	60.00	Case Study	
		Table 3	12.00	0.50	60.00	Case Study	
	Area	Construction 40%				12.00	
		Construction 30%				36.00	
		Storage 30%				36.00	
		Other Area				21.00	
		Secondary Exhibition	Table	44.00	1.00	44.00	Case Study
Area	Construction 40%				17.60		
	Construction 30%				52.80		
	Storage 30%				52.80		
	Other Area				31.80		
	Total Area				329.00		



### CAFETERIA

Zone	Area	Furniture	Area / Unit	Unit	Area	Remark	
4 Cafeteria	Cafe Shop	Counter Counter	1.50	1.00	15.00	Case Study	
		Bank Counter	1.00	0.80	4.00	Case Study	
		Water	1.00	0.80	4.00	Case Study	
		Reception Station	0.50	0.50	2.50	Case Study	
	Area	Construction 40%				11.00	
		Storage 40%				11.00	
Total Area					57.50		

FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 3.10 แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนนิทรรศการและร้านค้าแฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.5 พื้นที่ส่วนห้องสมุด

AREA REQUIREMENTS

LIBRARY

Zone	Area	Furniture	Area / Unit	Unit	Area	Remarks
S. Library	Library	Counter/Reception	3.25	1.00	3.25	Human Dimension
		Stackstation	1.00	6.00	6.00	Human Dimension
		Chair	0.26	1.00	0.26	Human Dimension
		Book Cabinet	0.23	0.20	1.44	Human Dimension
		Ladder	0.48	0.20	2.40	Human Dimension
		Book Shelf	1.00	0.01	15.34	Class Study
		Book End Station	0.40	0.00	1.00	Class Study
		12 Inch Table	13.14	4.50	48.40	Class Study
		4 Bay Table	2.30	8.00	48.00	Class Study
		4 Bay Table	7.33	3.00	14.67	Class Study
		Work End Area	14.04	1.00	14.04	Class Study
		Computer & Web Station	6.00	3.00	6.00	Class Study
		Computer Counter	2.14	1.00	2.14	Class Study
		Media Area	1.92	3.00	5.64	Class Study
		Media room	4.40	4.00	14.28	Class Study
	Reading Area	Reception	0.48	1.00	0.48	Class Study
		Plants	1.20	1.00	1.20	Class Study
		Bin	0.25	1.00	0.25	Class Study
		High Table & Seals	4.25	1.00	4.25	Class Study
	Meeting Room	Meeting Room	17.00	0.00	17.00	Class Study
		Area			204.76	
	Circulation 40%	Total Area			321.71	
		Net Area			281.76	
	Reference Room	Editorial Station	1.00	6.00	12.00	Class Study
		Editorial Platform	1.40	6.00	8.40	Class Study
Magazine Counter		2.43	1.00	2.43	Class Study	
Magazine Reception Station		2.00	2.00	1.00	Class Study	
Magazine Station		1.30	4.00	12.00	Class Study	
Area				47.23		
	Storage 30%			14.27		
100% Area	Total Area			481.04		



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 3.11 แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนห้องสมุด

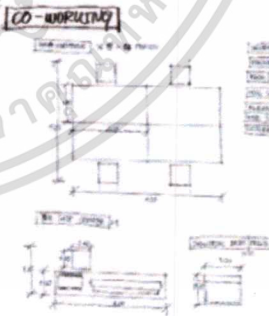
3.4.6 พื้นที่ส่วนโค-เวิร์คกิ้ง

3.4.7 พื้นที่ส่วนช้อปปิ้ง

AREA REQUIREMENTS

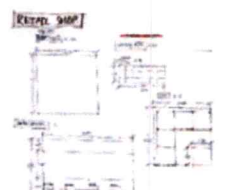
CO - WORKING SPACE

Zone	Area	Furniture	Area / Unit	Unit	Area	Remarks
S. Co-Working Space	Co-Working Space	Office Worktable	0.74	3.00	2.24	Class Study
		Office Worktable	0.80	3.00	2.40	Class Study
		Office Worktable	1.20	4.00	4.80	Class Study
		Workstation	0.30	0.00	4.50	Class Study
		Worktable	0.40	0.00	4.50	Class Study
		Industrial desk	0.80	1.00	1.00	Class Study
		Worktable	0.60	2.00	1.20	Class Study
		Worktable Counter	1.40	1.00	1.40	Class Study
		Workstation	0.70	3.00	2.10	Class Study
		Food Station	1.20	0.00	2.40	Class Study
Area				108.00		
	Circulation 40%			43.74		
100% Area				151.74		
	Net Area			137.17		
Retail Shop	Retail Shop	Shoe Station	0.50	1.00	0.50	Class Study
		Shoe Station	1.20	4.00	4.80	Class Study
		Sale	1.40	3.00	4.20	Class Study
		Shoe Station	2.00	2.00	1.00	Class Study
Area				11.00		
	Circulation 30%			3.30		
100% Area				14.30		
	Net Area			10.99		



RETAILS SHOP

Zone	Area	Furniture	Area / Unit	Unit	Area	Remarks
S. Retail Shop	Retail Shop	Counter/Counter	1.00	1.00	1.00	Class Study
		Shoe Station	1.80	10.00	18.00	Class Study
		Product Area	10.00	10.00	100.00	Class Study
		Shoe	2.00	4.00	8.00	Class Study
		Shoe Station	4.74	4.00	18.96	Class Study
Area				148.96		
	Circulation 30%			44.69		
100% Area				193.65		
	Net Area			148.96		



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 3.12 แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนโค-เวิร์คกิ้งและร้านค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

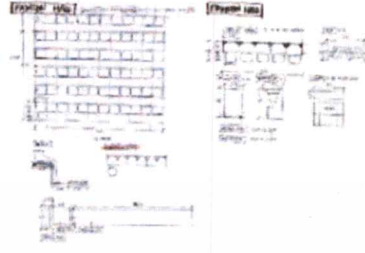
3.3.10 พื้นที่ส่วน Fashion Hall

3.3.9 พื้นที่ส่วนร้านอาหาร

AREA REQUIREMENTS

FASHION HALL

Zone	Area	Functions	Area / Unit	Unit	Area	Remarks
Fashion Hall	Fashion Hall	Showstage	120.00	1.00	120.00	Closet Study
		Brand Reading 75 Beds	25.00	0.20	250.00	Closet Study
		Store Area	10.00	1.00	10.00	Closet Study
		Brand Control Room	12.00	1.00	12.00	Closet Study
		Storage Counter	4.40	4.00	35.20	Closet Study
		Styling Room	1.50	40.00	60.00	Closet Study
		Wall Base	1.50	4.00	6.00	Closet Study
		Locker	0.50	10.00	5.00	Closet Study
		Stairs	0.45	40.00	18.00	Closet Study
		Waiting Area	10.00	1.00	10.00	Closet Study
Back Control Area	9.00	1.00	9.00	Closet Study		
Area				594.00		
Corridor 40%				236.73		
Storage 50%				175.04		
Overhead Area 40%				233.73		
1000 Area				122.07		



CANTEEN

Zone	Area	Functions	Area / Unit	Unit	Area	Remarks	
Canteen	Canteen	Food & Beverage	1.00	4.00	4.00	Closet Study	
		Coffee Station	16.43	1.00	16.43	Closet Study	
		Seating & Dining Table	7.00	0.70	98.00	Closet Study	
		4 Seating Dining Table	3.00	0.25	120.00	Closet Study	
		8 Seating Dining Table	0.50	4.00	20.00	Closet Study	
		16 Seating Dining Table	0.16	14.00	2.24	Closet Study	
		Seating Dining Table	0.16	14.00	2.24	Closet Study	
		Back Counter	1.00	4.00	4.00	Closet Study	
		Area				244.00	
		Corridor 40%				97.60	
Storage 50%				60.00			
Overhead				102.12			



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

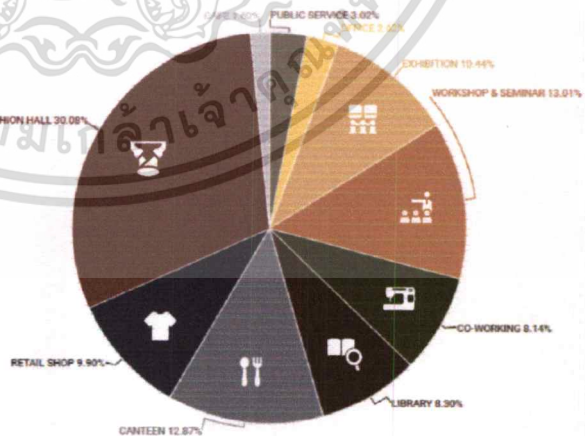
ภาพที่ 3.13 แสดงการใช้พื้นที่ใช้สอยส่วนแฟชั่นฮอลล์และร้านอาหาร

3.5 สรุปพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ (Area Summary)

PIE CHART

TOTAL AREA 4,079.62 SQ.M

- PUBLIC SERVICE 123.35 SQ.M
- OFFICE 106.69 SQ.M
- CAFE 65.96 SQ.M
- EXHIBITION 425.90 SQ.M
- WORKSHOP & SEMINAR 530.57 SQ.M
- CO-WORKING 332.19 SQ.M
- LIBRARY 338.79 SQ.M
- CANTEEN 525.12 SQ.M
- RETAIL SHOP 403.97 SQ.M
- FASHION HALL 1227.07 SQ.M



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 3.14 ภาพรวมสรุปการใช้พื้นที่ทั้งหมดของโครงการ

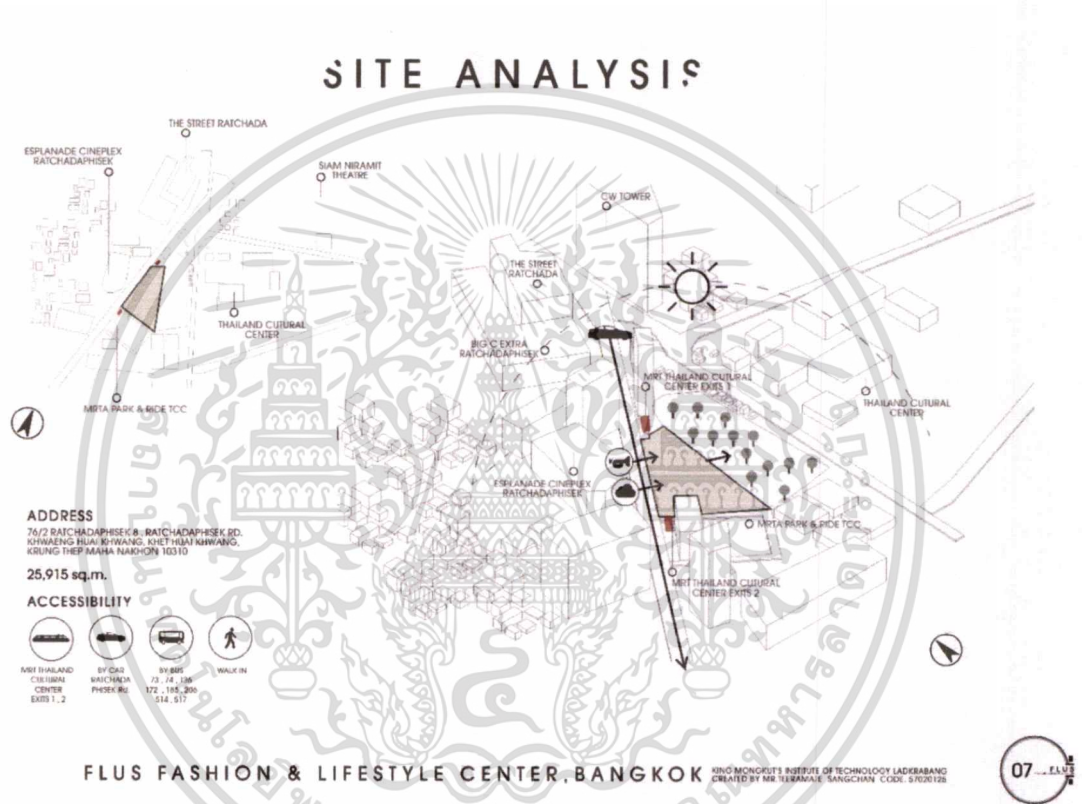
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ

#### 4.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งและอาคาร

##### 4.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งอาคาร



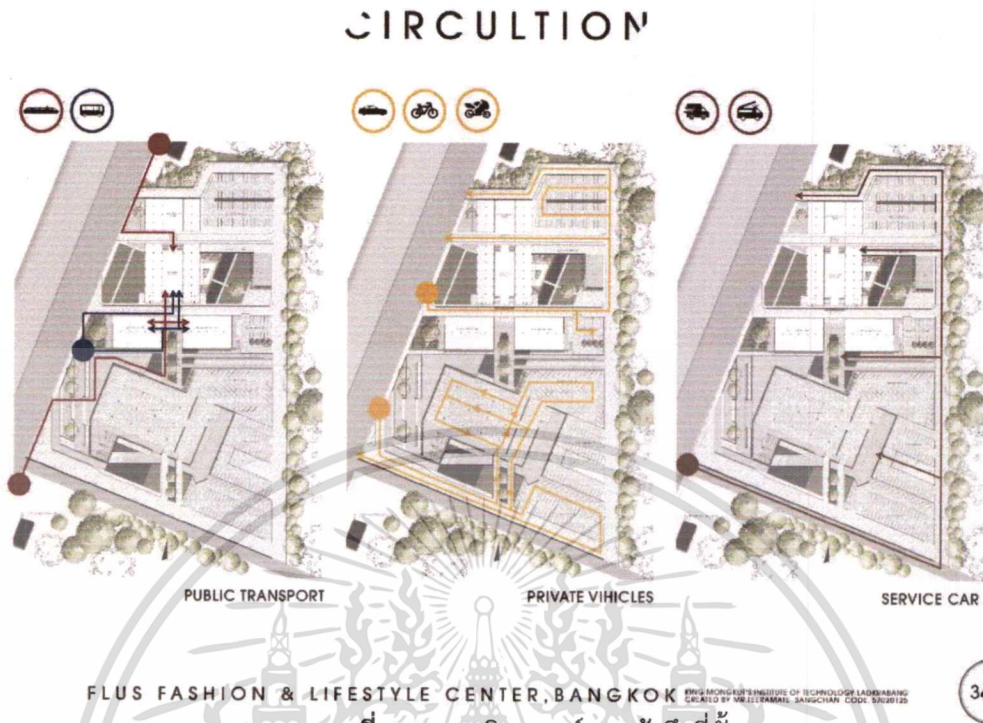
ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง

จากภาพการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ มีประเด็นที่ส่งผลต่อการออกแบบดังนี้

1. ตำแหน่งที่ตั้งเป็นตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย มีห้างสรรพสินค้าที่รวมฟังก์ชันที่สามารถสนับสนุนให้กับโครงการอยู่ตรงข้าม หรือทิศตะวันตก
2. ทิศตะวันออกที่ติดกับโครงการเป็นพื้นที่ว่างที่มีต้นไม้ และด้านหลังเป็นแหล่งที่รวมศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย แวดล้อมด้วยอาคารที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและสถานทูต
3. ตำแหน่งที่ตั้งของโครงการอยู่ติดกับถนนรัชดา ซึ่งทำให้เกิดมลพิษทางเสียง และมลพิษทางอากาศที่จะเข้าสู่โครงการ
4. ติดกับทางออกของ MRT ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ทางออกที่ 1 และ ทางออกที่ 2 ซึ่งสะดวกในการเดินทางของคนเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.2 การวิเคราะห์การเข้าถึงของโครงการ



ภาพที่ 4.2 การวิเคราะห์การเข้าถึงที่ตั้ง

จากภาพการวิเคราะห์ที่โครงการ มีประเด็นที่ส่งผลต่อการออกแบบดังนี้

1. การเดินทางโดยรถสาธารณะ เช่น MRT ซึ่งสามารถลง MRT ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ทางออกที่ 1 และ 2 หรือรถโดยสารประจำทางลงป้ายหน้าโครงการ ซึ่งจะตรงกับทางเข้าของ นิทรรศการ
2. การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวสามารถเข้าได้สองทาง คือทางเข้าสำหรับนิทรรศการและส่วน อื่นๆ และทางเข้าสำหรับแพชั่นฮอลล์
3. ทางเข้าสำหรับรถ Service ซึ่งจะเข้าจากซอยด้านข้างโครงการแล้วอ้อมเข้าด้านหลังของ โครงการ

#### 4.1.2 การวิเคราะห์อาคาร

โครงการ PHIRAJ TOWER AT SATHON อาคารสำนักงานให้เช่าที่เพิ่งถูกปรับปรุงใหม่ ตั้งอยู่ บริเวณถนนสาทรใต้ ติดสถานีรถไฟฟ้าสุรศักดิ์ ด้านข้างคือโรงพยาบาลรามาธิบดี ฝั่งตรงข้ามคือ โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย ซึ่งที่นำมาใช้ 2 รูปแบบอาคาร คือ

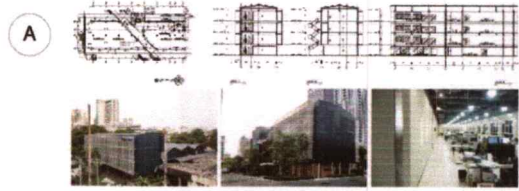
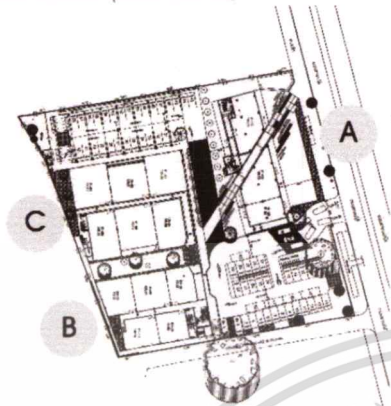
1. อาคารสูง 4 ชั้น โครงสร้างเสาและคาน ความสูงของอาคารประมาณ 15 เมตร ความสูงต่อชั้น 3.60 เมตร มีการสัญจรด้วยลิฟต์และบันได ส่วนบันไดหนีไฟอยู่ภายนอกตัวอาคาร
2. อาคารโกดังสูง 12 เมตร มีเสาที่กว้างเหมาะกับการใช้งานในพื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรม โครงสร้างหลังคาเป็นโครงสร้าง TRUSS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

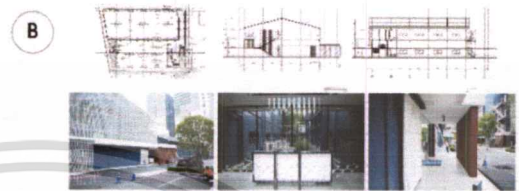
# BUILDINGS ANALYSIS

## PHIRAJ TOWER AT SATHON

โครงการ PHIRAJ TOWER AT SATHON  
อาคารสำนักงานให้เช่าที่เพิ่งถูกปรับปรุงใหม่  
ตั้งอยู่บริเวณถนนสาทรใต้ ถัดสถานีรถไฟสวนจตุจักร  
ด้านข้างคือโรงแรมมาริออท กรุงเทพฯ  
มีโรงแรมอีกโครงการในบริเวณใกล้เคียงกันบริเวณนี้



อาคารสูง 4 ชั้น โครงสร้างเสาเหล็กลาน ความสูงของอาคารประมาณ 15 เมตร  
ความสูงต่อชั้น 3.60 เมตร ลักษณะอาคารมีความเป็นกล่อง ทรงสี่เหลี่ยมตันตัน  
มีการสัญจรด้วยลิฟต์และบันได ส่วนบันไดหนีไฟอยู่ภายนอกตัวอาคาร  
ซึ่งเป็นโครงสร้างเหล็กที่เสริมเข้ามา



อาคารสูงถึง 12 เมตร  
มีบันไดที่กว้างเหมาะกับการใช้งานในพื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรม  
ซึ่งแตกต่างจากที่เห็นบนชั้นของอาคารซึ่งเป็นสำเนา  
สำหรับการจัดสรรพื้นที่ในสำนักงาน โครงสร้างหลังคาเป็นโครงสร้าง TRUSS

FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

KING MONKHUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY (LAKHABANG)  
CREATED BY MR. TERASAMIT SANGCHAN CODE: 5720125

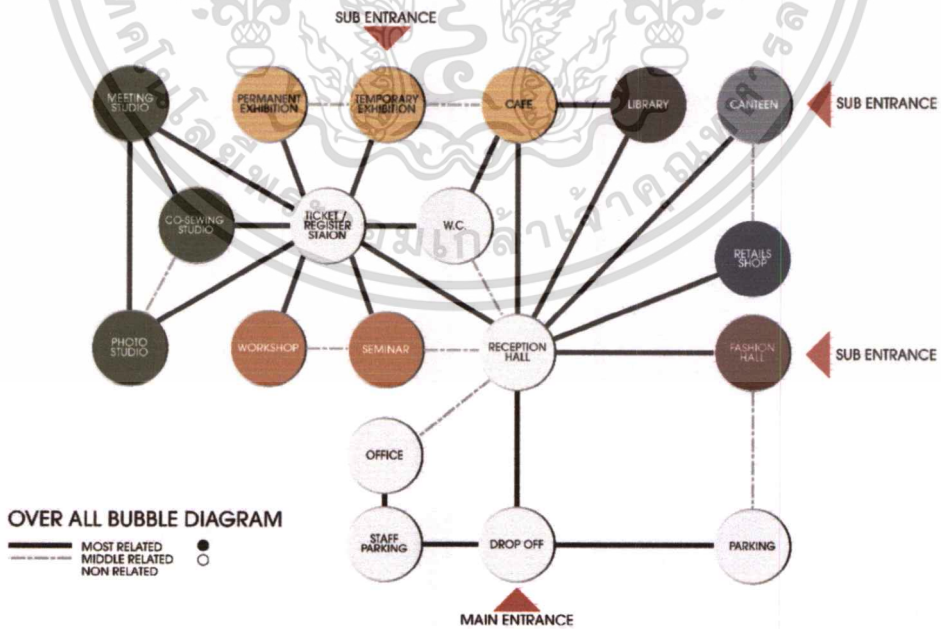


ภาพที่ 4.3 การวิเคราะห์อาคารที่ใช้

## 4.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่และค่าความสัมพันธ์แบบวงกลม

### 4.2.1 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยรวม

# INTERACTION & BUBBLE DIAGRAM



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

KING MONKHUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY (LAKHABANG)  
CREATED BY MR. TERASAMIT SANGCHAN CODE: 5720125

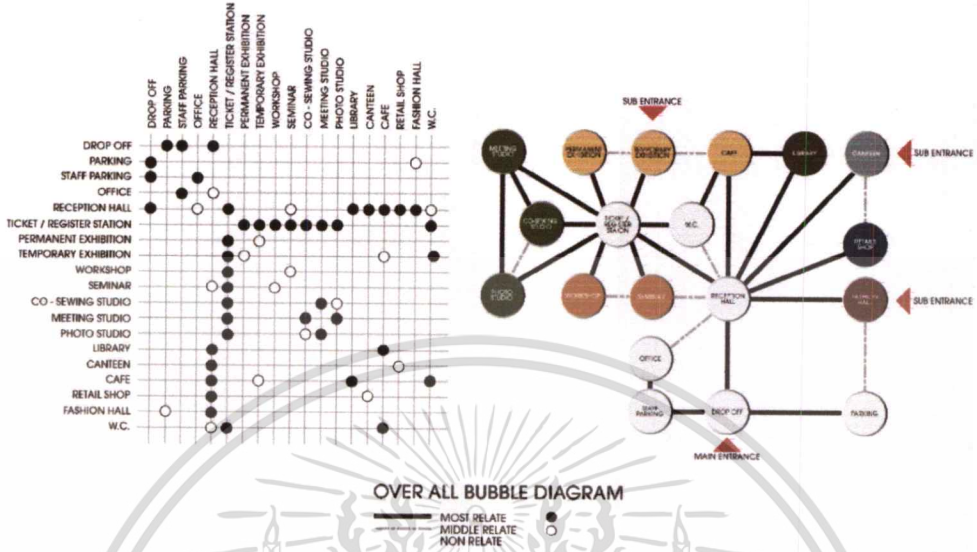


ภาพที่ 4.4 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยรวม 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.1 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยรวม (ต่อ)

# INTERACTION & BUBBLE DIAGRAM



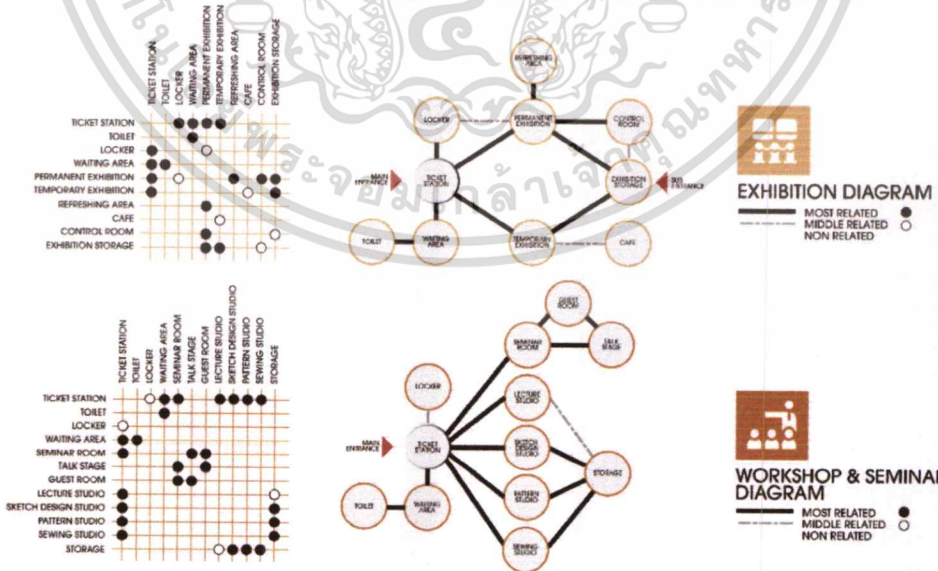
FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 4.5 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยรวม 2

4.2.2 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่นันทนาการ

4.2.3 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่เวิร์คช็อป

# INTERACTION & BUBBLE DIAGRAM



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

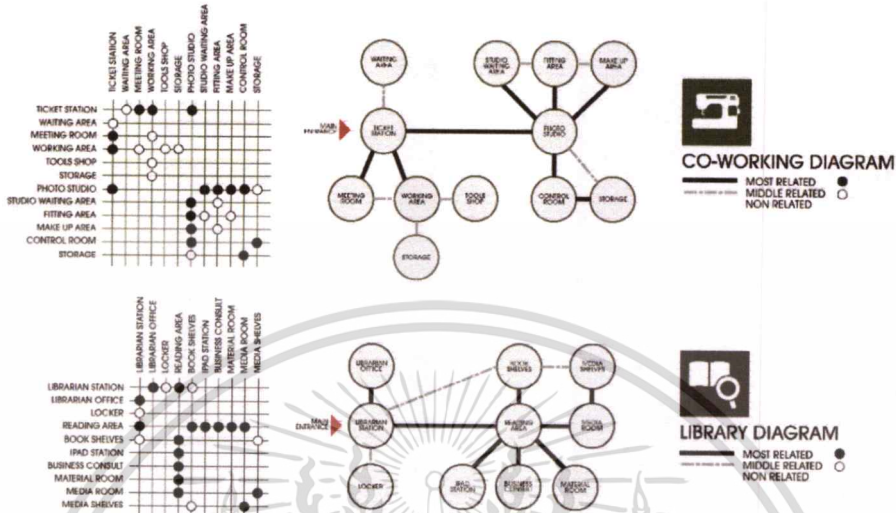
ภาพที่ 4.6 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่นันทนาการและเวิร์คช็อป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โค-เวิร์คกิ้ง

4.2.5 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่ห้องสมุด

INTERACTION & BUBBLE DIAGRAM



22

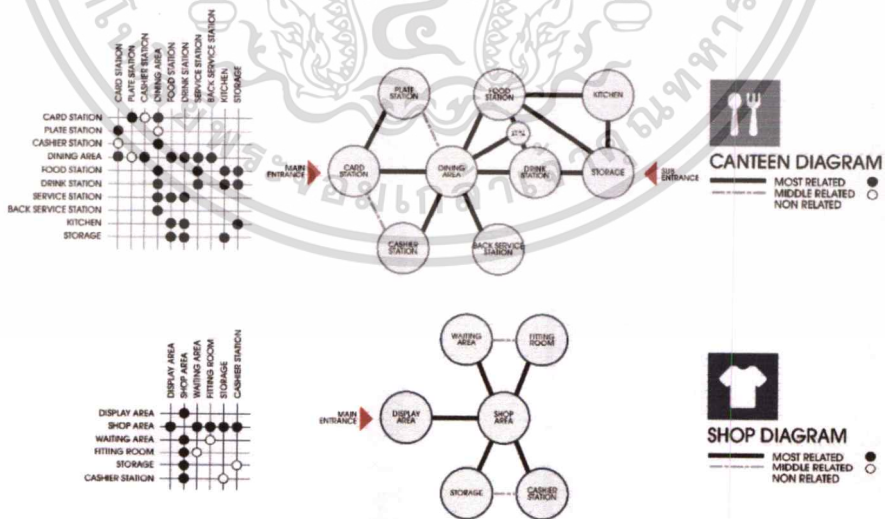
FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 4.7 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่โค-เวิร์คกิ้งและห้องสมุด

4.2.6 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่ร้านอาหาร

4.2.7 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่ร้านค้า

INTERACTION & BUBBLE DIAGRAM



23

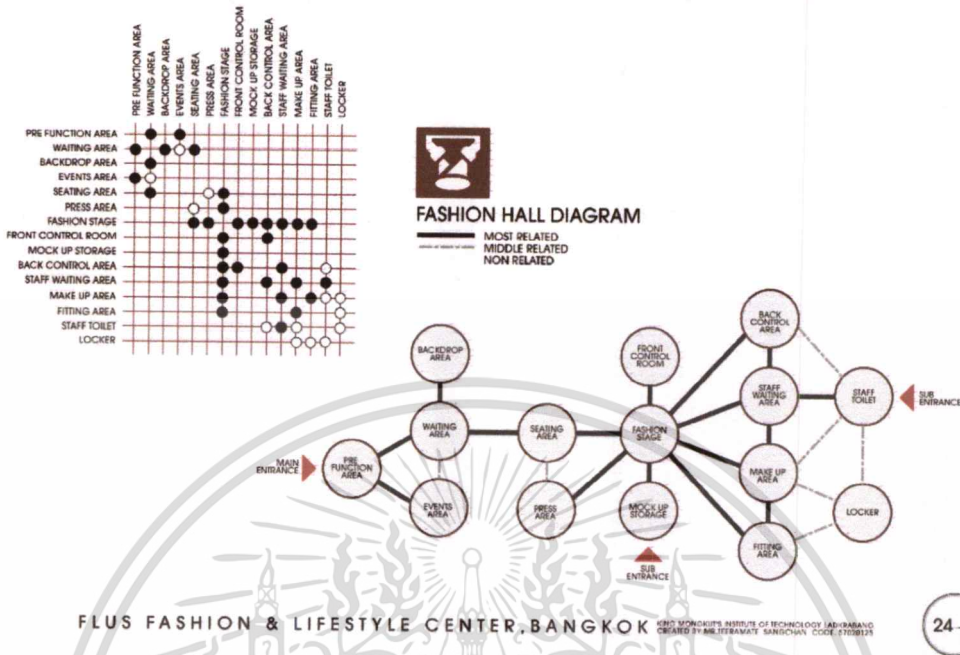
FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

ภาพที่ 4.8 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่ร้านอาหารและร้านค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.2.5 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่แฟชั่นฮอลล์

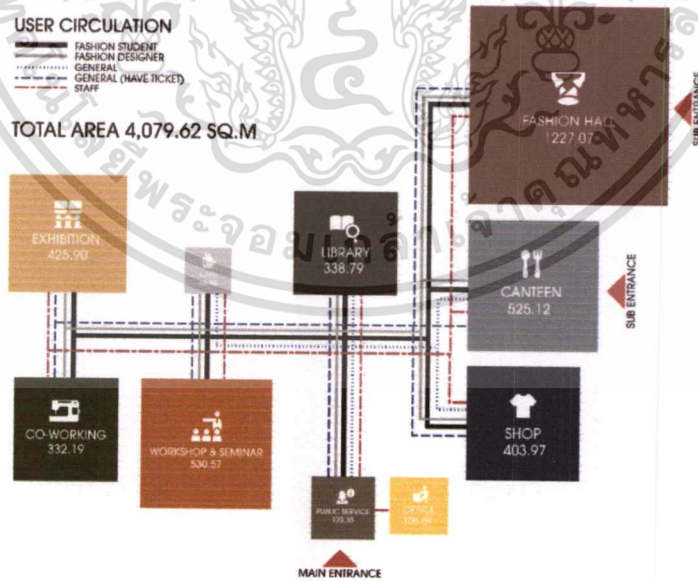
## INTERACTION & BUBBLE DIAGRAM



ภาพที่ 4.9 ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่แฟชั่นฮอลล์

### 4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย (Functional Diagram)

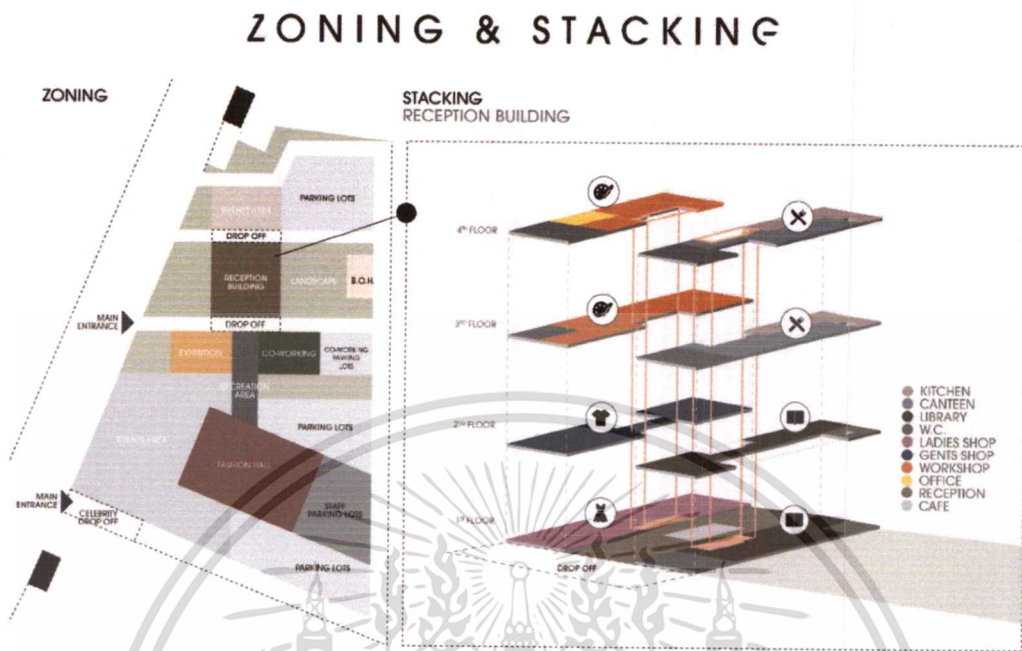
## FUNCTIONAL DIAGRAM



ภาพที่ 4.10 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่สัมพันธ์ (Zoning & Stacking)



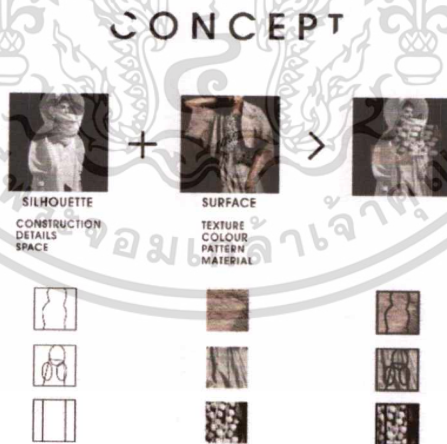
FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

KING MONUKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRAKANG  
CREATED BY MR TERABARAT, SANGSIHAN CODE 5792125

33

ภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่สัมพันธ์

4.5 แนวความคิดในการออกแบบ (Concept)



**FASHION TECHNIQUES**

THE OVERALL CONCEPT DRAWS ON THE TECHNIQUES OF FASHION AND CLOTHING MAKING, WHICH HAS DETAILS AND DETAILS THAT CAN BE APPLIED TO INTERIORS DESIGN BY PULLING SIMILARITIES AND SIMILARITIES OF FUNCTIONS AND TECHNIQUES PLUS NEW IDEAS ADAPTED TO THE TECHNIQUE RESULTING IN NEW FORMS DERIVED FROM THE ORIGINAL EXISTING ONES



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

KING MONUKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRAKANG  
CREATED BY MR TERABARAT, SANGSIHAN CODE 5792125

35

ภาพที่ 4.12 แนวความคิดในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.6 รูปแบบของโครงการ และ วัสดุ (Mood Board & Material Board)

## MOOD BOARD



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK KING MONCKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADEKABANG  
CREATED BY MR. TERAMATE SANGCHAN CODE: SFD20128

36

ภาพที่ 4.13 รูปแบบของโครงการ

## MATERIAL BOARD



FLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK KING MONCKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADEKABANG  
CREATED BY MR. TERAMATE SANGCHAN CODE: SFD20128

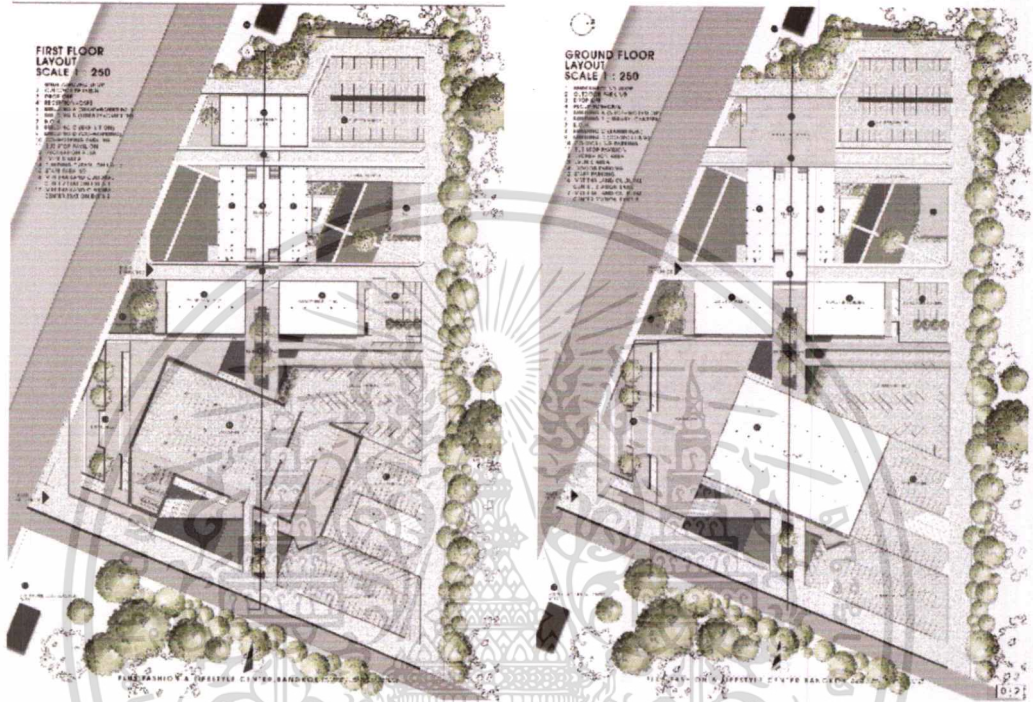
37

ภาพที่ 4.14 วัสดุที่ใช้ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทสรุป และผลงานการออกแบบ

5.1 ผังบริเวณของโครงการ

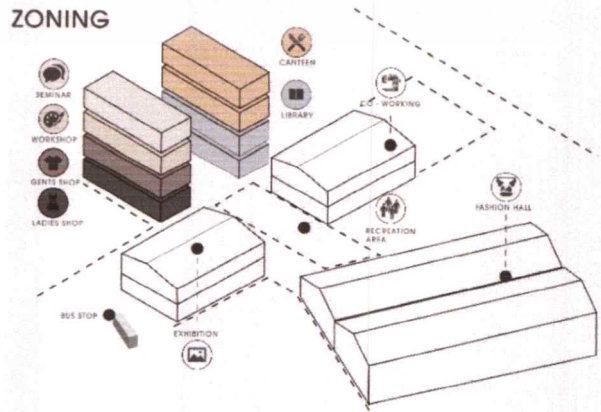


ภาพที่ 5.1 ผังบริเวณของโครงการ

5.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ภายในโครงการ

โดยภายในโครงการนั้นถูกแบ่งผังเฟอร์นิเจอร์ตามกลุ่มของอาคารซึ่งแบ่งได้ตามนี้

- A อาคาร4ชั้นที่รวม ซุปเปอร์มาร์เก็ต ห้องสัมมนา
- B อาคาร4ชั้นที่รวม ห้องสมุด ร้านอาหาร
- C อาคารโกดังนิทรรศการถาวร
- D อาคารโกดังเค-เวิร์คกิ้ง
- E อาคารโกดังแฟชั่นฮอลล์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.2.1 ผังเฟอร์นิเจอร์อาคาร A และ B

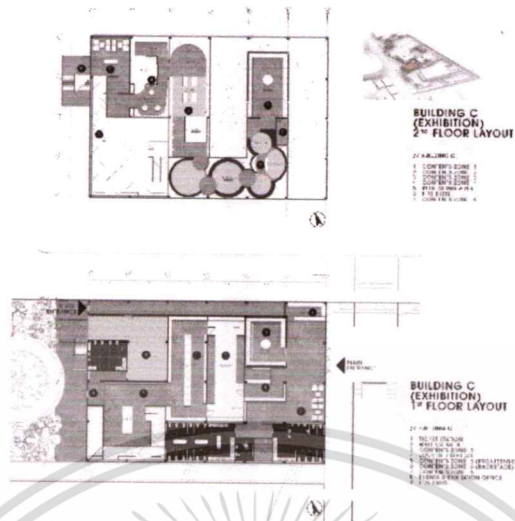


ภาพที่ 5.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร A และ B ชั้นที่ 1-2

ภาพที่ 5.3 ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร A และ B ชั้นที่ 3-4

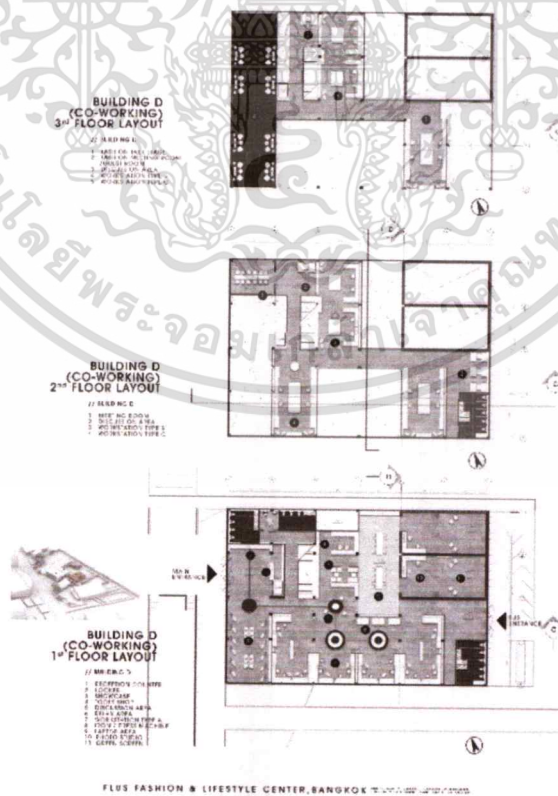
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 ผังเฟอร์นิเจอร์อาคาร C



ภาพที่ 5.4 ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร C ชั้นที่ 1-2

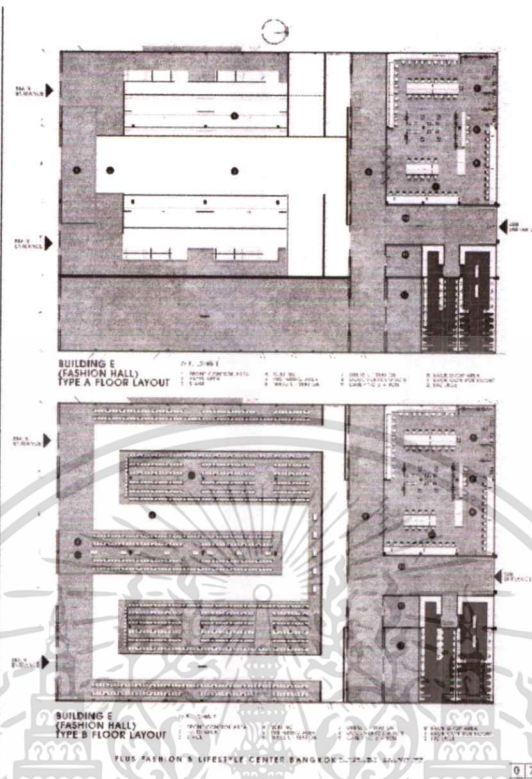
5.2.3 ผังเฟอร์นิเจอร์อาคาร D



ภาพที่ 5.5 ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร D ชั้นที่ 1-3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

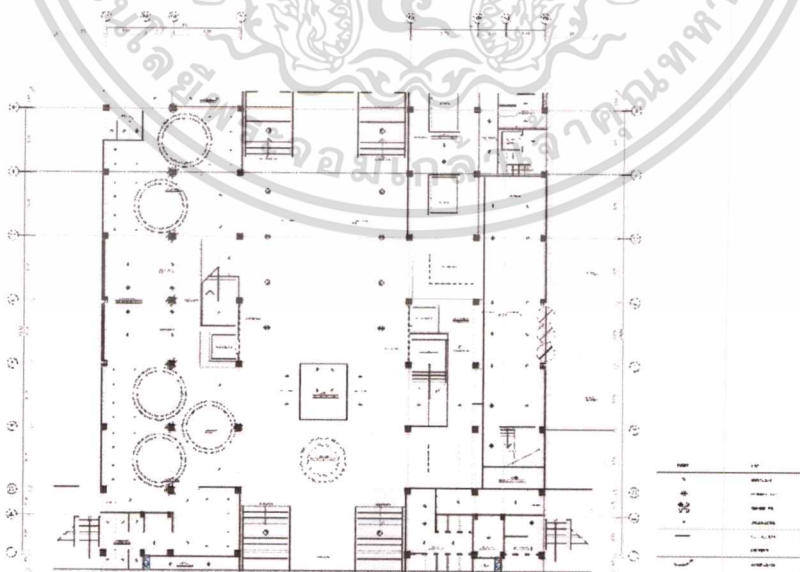
## 5.2.4 ผังเฟอร์นิเจอร์อาคาร E



ภาพที่ 5.6 ผังเฟอร์นิเจอร์ อาคาร E รูปแบบ A และ B

## 5.3 ผังเพดานและไฟฟ้าของโครงการ

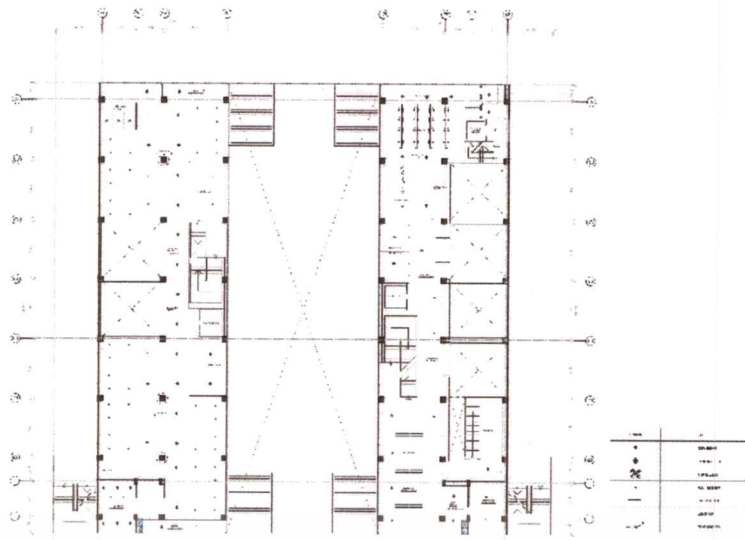
### 5.3.1 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B



CEILING & ELECTRICAL LAYOUT BUILDING A+B 1ST FLOOR

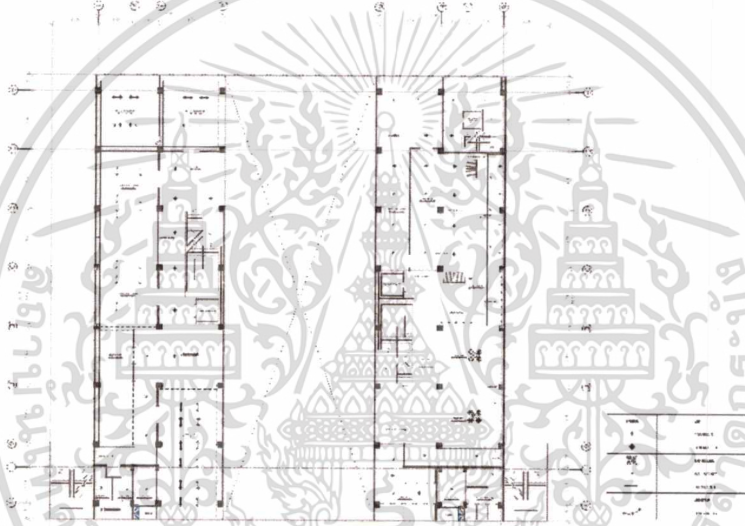
ภาพที่ 5.7 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B ชั้น 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



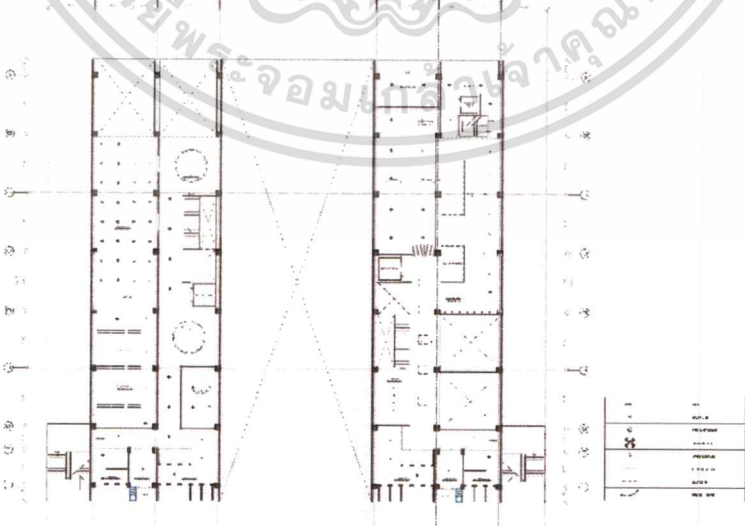
CEILING & ELECTRICAL LAYOUT BUILDING A+B 2ND FLOOR

ภาพที่ 5.8 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B ชั้น 2



CEILING & ELECTRICAL LAYOUT BUILDING A+B 3RD FLOOR

ภาพที่ 5.9 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B ชั้น 3

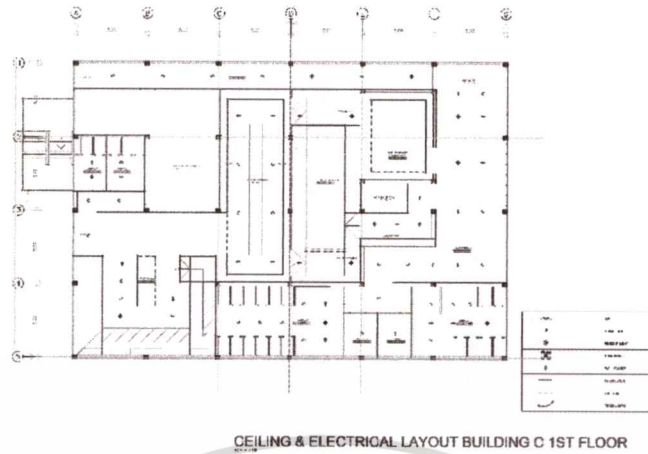


CEILING & ELECTRICAL LAYOUT BUILDING A+B 4TH FLOOR

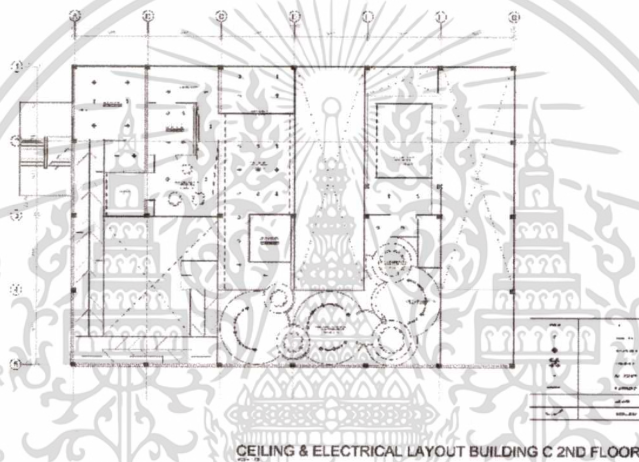
ภาพที่ 5.10 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร A และ B ชั้น 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3.2 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร C

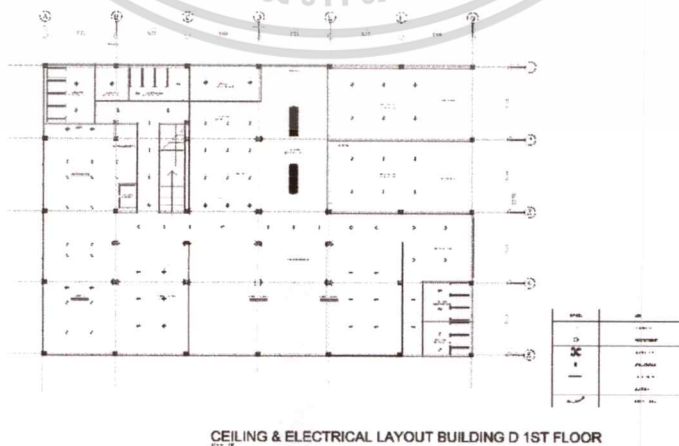


ภาพที่ 5.11 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร C ชั้น 1



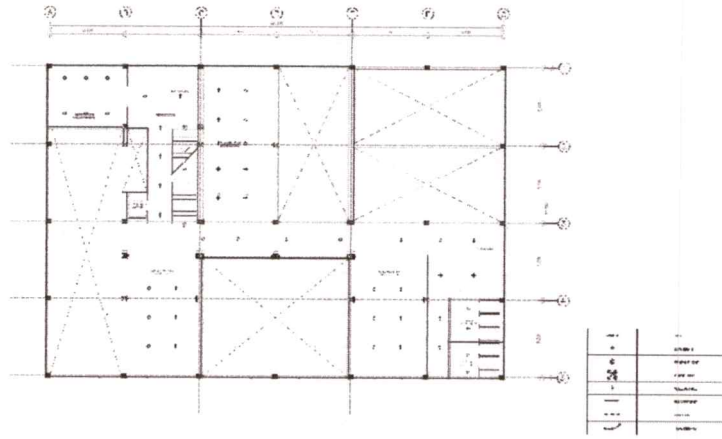
ภาพที่ 5.12 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร C ชั้น 2

### 5.3.3 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร D



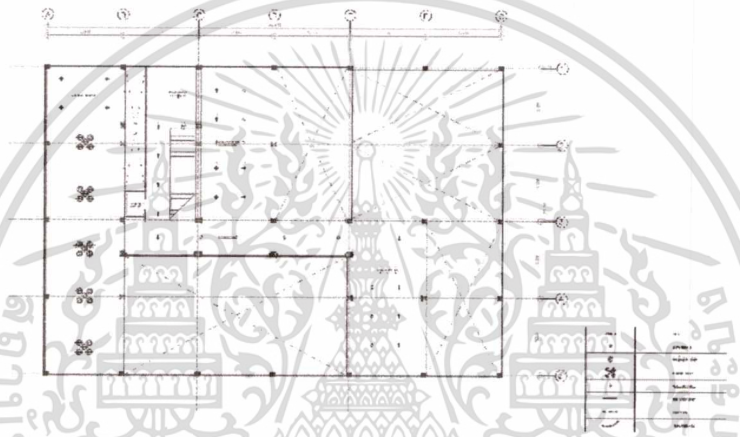
ภาพที่ 5.13 ผังเพดานและไฟฟ้าอาคาร D ชั้น 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



CEILING & ELECTRICAL LAYOUT BUILDING D 2ND FLOOR

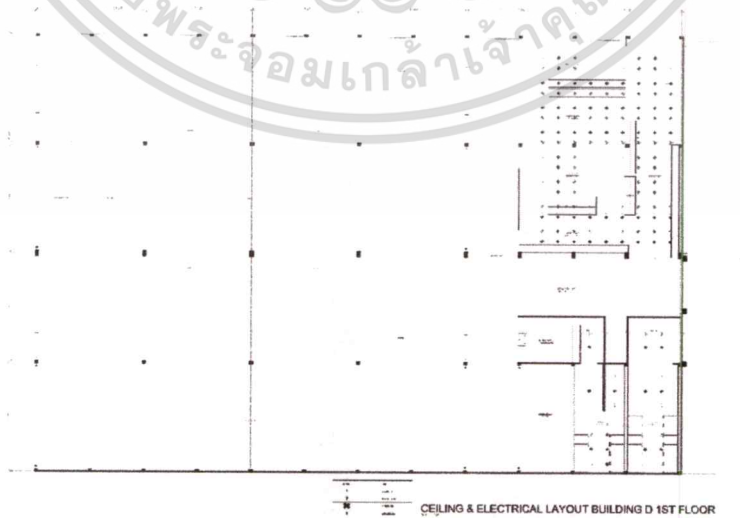
ภาพที่ 5.14 ฝ้าเพดานและไฟฟ้าอาคาร D ชั้น 2



CEILING & ELECTRICAL LAYOUT BUILDING D 3RD FLOOR

ภาพที่ 5.15 ฝ้าเพดานและไฟฟ้าอาคาร D ชั้น 3

5.3.4 ฝ้าเพดานและไฟฟ้าอาคาร E



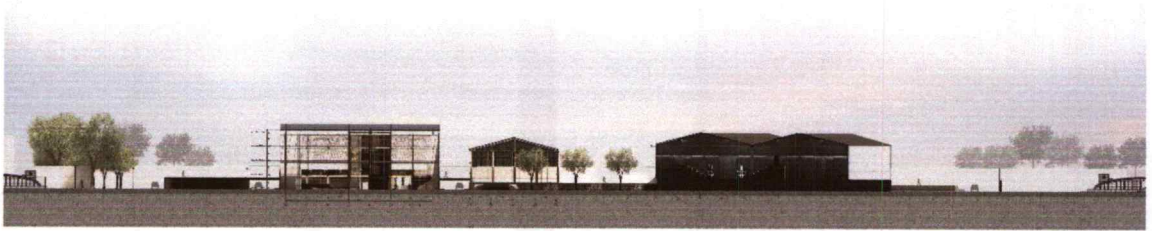
CEILING & ELECTRICAL LAYOUT BUILDING D 1ST FLOOR

ภาพที่ 5.16 ฝ้าเพดานและไฟฟ้าอาคาร E ชั้น 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

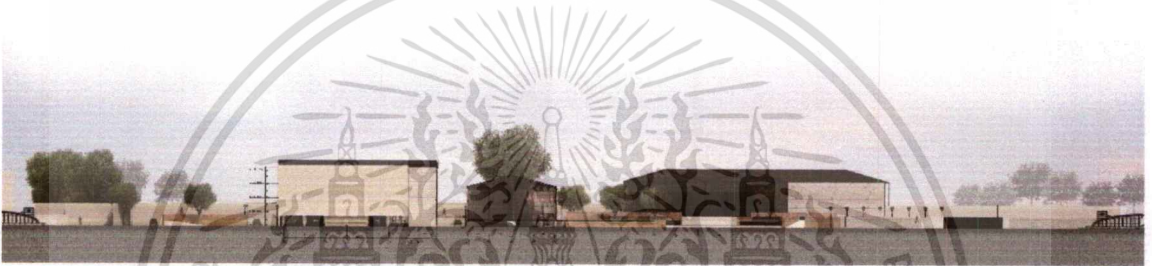
## 5.4 รูปตัดของโครงการ

### 5.4.1 รูปตัดรวมของโครงการ



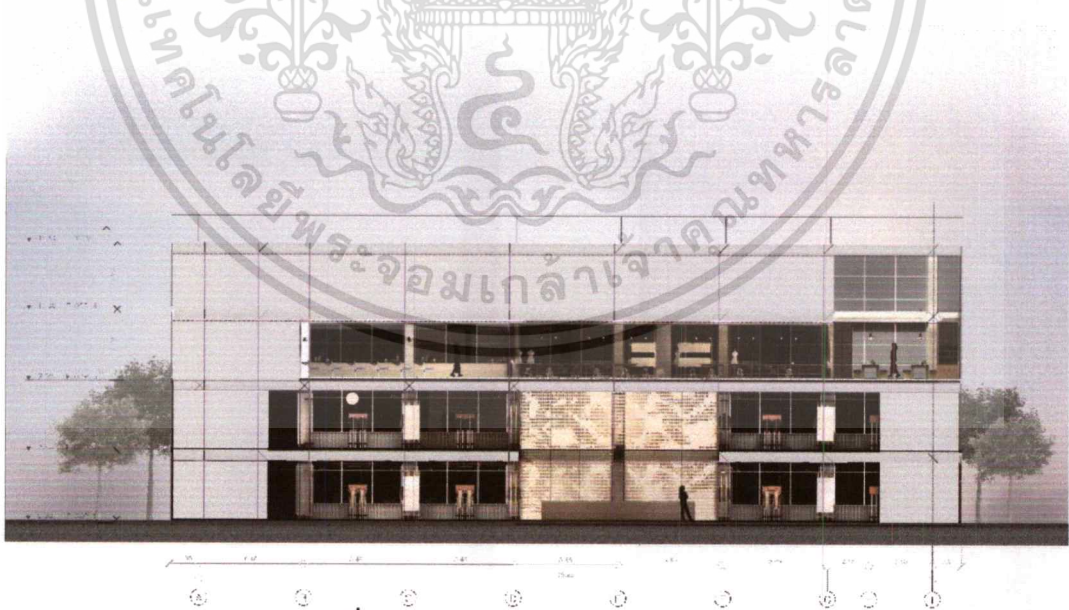
ภาพที่ 5.17 แสดงรูปตัดรวมของโครงการ

### 5.4.2 รูปด้านรวมของโครงการ



ภาพที่ 5.18 แสดงรูปด้านรวมของโครงการ

### 5.4.3 รูปตัดอาคาร A



ภาพที่ 5.19 แสดงรูปตัดรวมของอาคาร A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

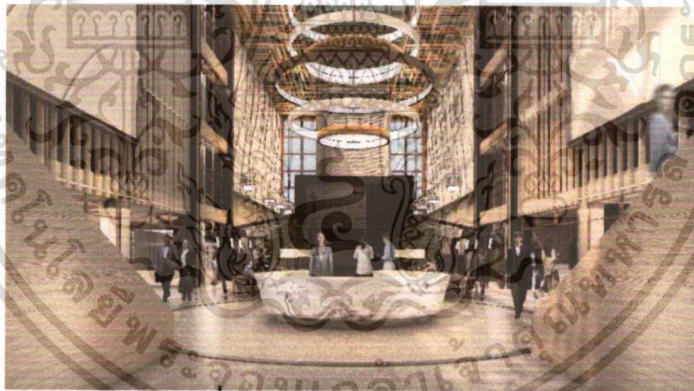
#### 5.4.4 รูปตัดอาคาร B



ภาพที่ 5.20 แสดงรูปตัดรวมของอาคาร B

#### 5.5 ทัศนียภาพของโครงการ

##### 5.5.1 ทัศนียภาพส่วนต้อนรับ



ภาพที่ 5.21 ทัศนียภาพส่วนต้อนรับ



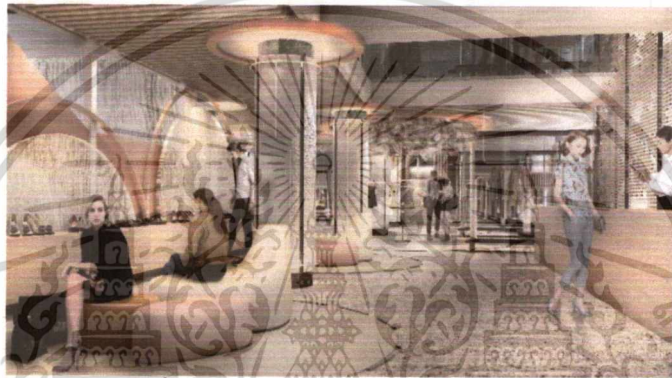
ภาพที่ 5.22 ทัศนียภาพส่วนร้านกาแฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.5.2 ทศนียภาพส่วนร้านค้า



ภาพที่ 5.23 ทศนียภาพส่วนร้านค้าผู้หญิง 1

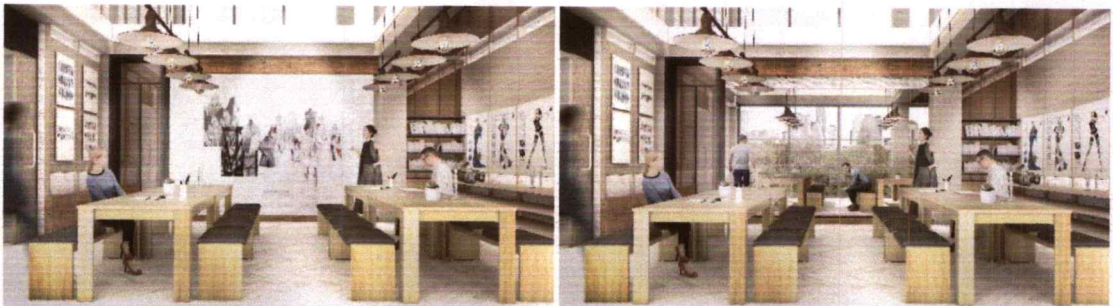


ภาพที่ 5.24 ทศนียภาพส่วนร้านค้าผู้หญิง 2



ภาพที่ 5.25 ทศนียภาพส่วนร้านค้าผู้ชาย

### 5.5.3 ทศนียภาพส่วนเวิร์คช็อป



ภาพที่ 5.26 ทศนียภาพส่วนห้องเรียนสเก็ช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.27 ทศนียภาพส่วนห้องเรียนทำแพทเทิร์น



ภาพที่ 5.28 ทศนียภาพส่วนห้องบรรยาย



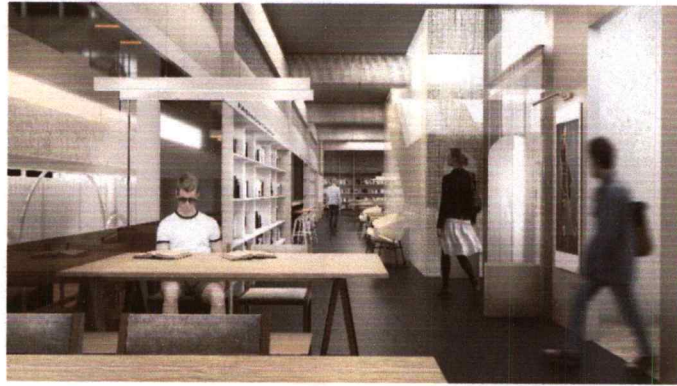
ภาพที่ 5.29 ทศนียภาพส่วนห้องตัดเย็บ

#### 5.5.4 ทศนียภาพส่วนห้องสมุด

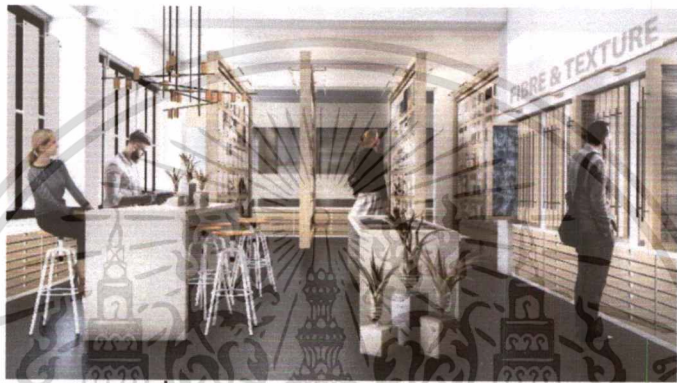


ภาพที่ 5.30 ทศนียภาพส่วนพื้นที่อ่านหนังสือและให้คำปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.31 ทศนียภาพส่วนพื้นที่อ่านหนังสือชั้น 2



ภาพที่ 5.32 ทศนียภาพส่วนห้องแมททีเรียล



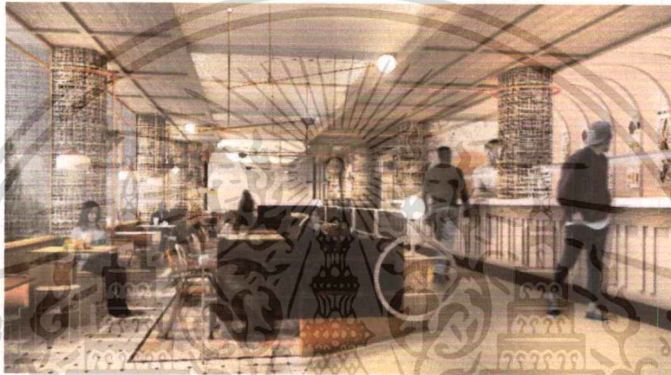
ภาพที่ 5.33 ทศนียภาพส่วนพื้นที่อ่านหนังสือชั้น 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.5.5 ทศนียภาพส่วนร้านอาหาร



ภาพที่ 5.34 ทศนียภาพส่วนร้านอาหาร 1



ภาพที่ 5.35 ทศนียภาพส่วนร้านอาหาร 2

### 5.5.6 ทศนียภาพส่วนนิทรรศการถาวร

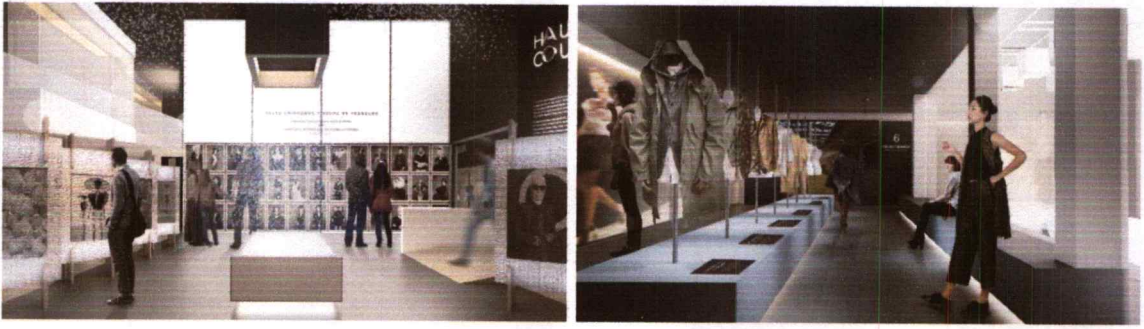


ภาพที่ 5.36 ทศนียภาพส่วนนิทรรศการถาวร 1-2



ภาพที่ 5.37 ทศนียภาพส่วนนิทรรศการถาวร 3-4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.38 ทศนิยมภาพส่วนนิทรรศการถาวร 5-6

### 5.5.7 ทศนิยมภาพส่วนโค-เวิร์คกิ้ง



ภาพที่ 5.39 ทศนิยมภาพส่วนพื้นที่โชว์เคส

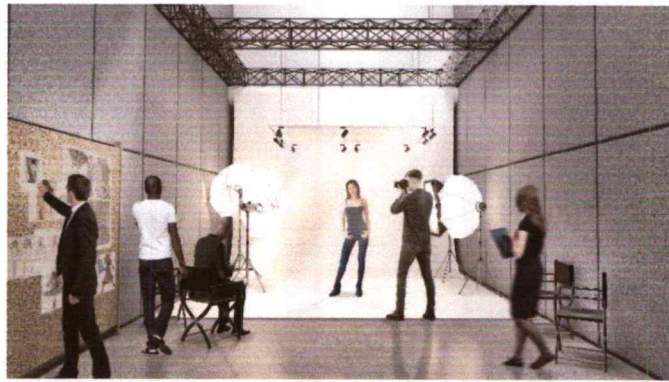


ภาพที่ 5.40 ทศนิยมภาพส่วนพื้นที่ทำงานชั้น 1

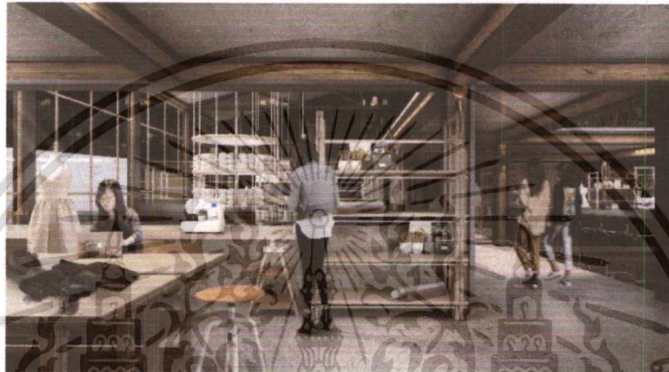


ภาพที่ 5.41 ทศนิยมภาพส่วนพื้นที่ Laptop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.42 ทศนิยมภาพส่วนห้องถ่ายภาพ



ภาพที่ 5.43 ทศนิยมภาพส่วนพื้นที่พื้นที่ทำงานชั้น 2



ภาพที่ 5.44 ทศนิยมภาพส่วนห้องประชุมแพชั่น 1



ภาพที่ 5.45 ทศนิยมภาพส่วนห้องประชุมแพชั่น 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.5.8 ทศนิยมภาพส่วนแพชั่นฮอลล์



ภาพที่ 5.46 ทศนิยมภาพส่วนแพชั่นฮอลล์



ภาพที่ 5.47 ทศนิยมภาพส่วนแพชั่นฮอลล์ A



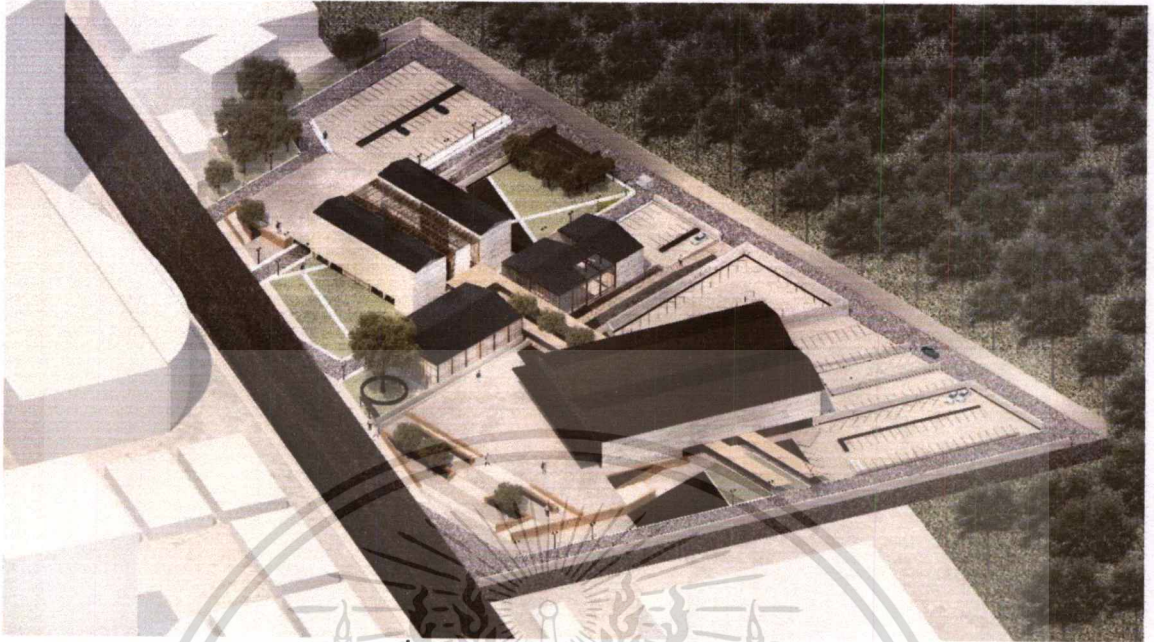
ภาพที่ 5.48 ทศนิยมภาพส่วนแพชั่นฮอลล์ B



ภาพที่ 5.49 ทศนิยมภาพส่วน Events

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.6 ภาพไอโซเมตริกของโครงการ



ภาพที่ 5.50 ภาพไอโซเมตริกของโครงการ

## 5.7 หุ่นจำลอง



ภาพที่ 5.51 หุ่นจำลอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). Retrieved from กรุงเทพธุรกิจ:

<http://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/19248>

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579). ก.

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์. (2560). Retrieved from MGR Online:

<https://m.mgronline.com/smes/detail/9600000008429>

ยุทธิพงศ์ จิว. (2551). Retrieved from Fashion's World เมื่อการตลาดเปลี่ยนโลกแฟชั่น:

<http://www.tcdc.or.th/articles/others/17087>

ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม . (n.d.). Retrieved from กรมส่งเสริม

อุตสาหกรรม: <http://info.dip.go.th/โครงการ/โครงการ>

หลักกสอ/Cluster/tabid/137/Default.aspx

สมชาย หาญหิรัญ. (2556). สศอ. ทุ่มงบปี 57 เดินหน้าพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย. *ข่าว ไอโออี*, 1.

สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย. (2558). เข้าถึงได้จาก The Federation of SME:

<https://www.federationthaisme.org/detail-knowledge.php?id=7>

# ภาคผนวก

## ภาพงานนำเสนอโครงการ

**FLUS**

**SITE ANALYSIS**

**PURPOSE**

**DESIGN DEVELOP**

**ZONING**

**CONCEPT**

**FUNCTION + FASHION TECHNIQUES**

**TARGET**

50% 30% 20%

PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER BANGKOK

0.1

**RECEPTION + CAFE**

**CONCEPT**

**MASS DEVELOP**

**CAFE MODEL**

PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER BANGKOK

0.2

**RETAILS SHOP**

**CONCEPT**

**MATERIAL**

**FURNITURE DESIGN**

PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER BANGKOK

0.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใด ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### LIBRARY

THE ONE-BEST-OF-ONE LIBRARY OBJECTIVES  
 WAS TO BE A PLACE WHERE PEOPLE CAN LEARN  
 AND GROW. THE LIBRARY WAS TO BE A PLACE  
 WHERE PEOPLE CAN LEARN AND GROW. THE  
 LIBRARY WAS TO BE A PLACE WHERE PEOPLE  
 CAN LEARN AND GROW. THE LIBRARY WAS  
 TO BE A PLACE WHERE PEOPLE CAN LEARN  
 AND GROW.



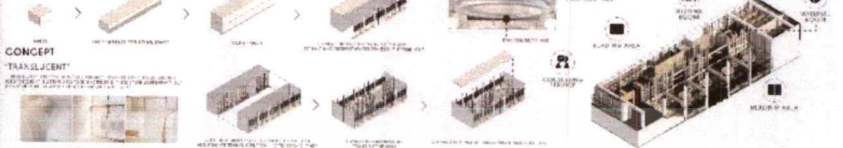
### FUNCTION



### MATERIAL



### MASS DEVELOP

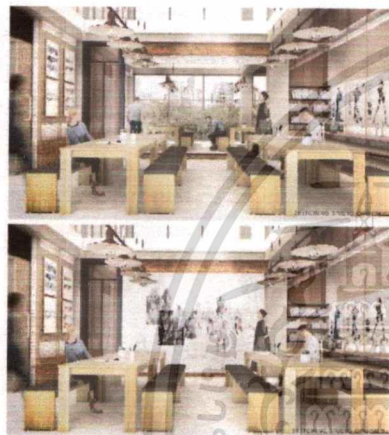


### CONCEPT TRANSLACENT

CONCEPT TRANSLACENT

PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

014



### WORKSHOP STUDIO

CONCEPT TRANSLACENT

### FUNCTION



### MATERIAL



### DESIGN PROCESS



### CONCEPT



PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

015



### CANTEEN

CONCEPT TRANSLACENT

### FUNCTION



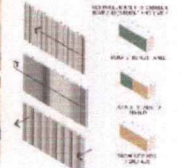
### MATERIAL



### FURNITURE DESIGN



### ADS PANEL PROCESS



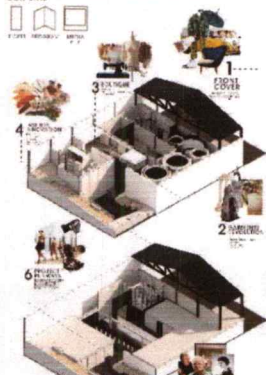
### FOOD TYPE



PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

016

### EXHIBITION



1 FRONT COVER 3 MINS

2 GARMENTS REVOLUTION 10 MINS

3 BOUTIQUE 6 MINS

4 PROJECT RUNWAYS 15 MINS

5 FAMOUS 10 MINS

6 FASHION INNOVATION 6 MINS

PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK

017

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานที่...  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**CO-WORKING**

**CONCEPT**

**FUNCTION**

**TRAILORING**

**SECTION C**  
SCALE: 1:10

PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK



019

**CO-WORKING**

**MATERIAL**

**SECTION D**  
SCALE: 1:10

**FURNITURE DESIGN**

**DESIGN ASSEMBLY**

**WORKSTATION TYPE**

PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK



018



**FASHION HALL**

**CONCEPT**

**FASHION SHOW TYPE**

**TYPE A**

**TYPE B**

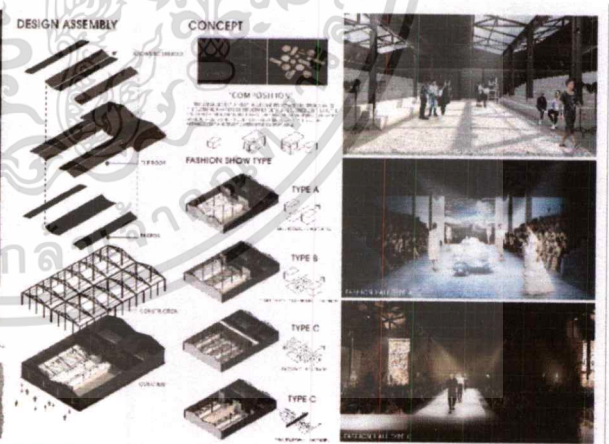
**TYPE C**

**TYPE C**

**MATERIAL MASS DEVELOP**

**FUNCTION**

PLUS FASHION & LIFESTYLE CENTER, BANGKOK



010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้