

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ  
เฟนดีรีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด  
(Interior Architectural Design for Fendi Resort  
Koh Chang, Trat)

นางสาว วิภาวี บุญสมพงษ์ รหัสนักศึกษา 55020160

MISS VIPAVEE BOONSOMPONG CODE 55020160

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)

กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้รับ  
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต  
(สถาปัตยกรรมภายใน)

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ โสวิทย์สกุล)

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

ผศ. พิเชฐ โสวิทย์สกุล  
อ.ฉัตรชัย อินทรโชค  
อ.ศักดา ทรงศรีวิสุทธิ  
อ.ธันว์ ศรีจันทร์  
ผศ.ดร.ชุมพร มूरพันธ์

ประธาน  
กรรมการ  
กรรมการ  
กรรมการ  
กรรมการและเลขานุการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(อ.ธันว์ ศรีจันทร์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

เรื่อง

หน้า

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

1.1	ความเป็นมาของโครงการ	1
1.2	เหตุผลสนับสนุนโครงการเสนอแนะ	2
1.3	วัตถุประสงค์ของโครงการ และ วัตถุประสงค์ของการศึกษาโครงการ	2
1.4	กลุ่มเป้าหมาย	3
1.5	ภาพลักษณ์ของโครงการ	3
1.6	ที่ตั้งของโครงการ	4
1.6.1	การวิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการ	4
1.6.2	การเข้าถึงโครงการ	4
1.6.3	วิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งของโครงการ	6
1.6.4	วิเคราะห์พื้นที่โครงการ	6
1.6.5	วิเคราะห์ลักษณะการวางผังอาคาร	8
1.7	ลักษณะของอาคาร	11
1.7.1	ลักษณะพึงประสงค์ของอาคาร	11
1.7.2	แบบอาคาร	13
1.8	องค์ประกอบของโครงการ	17
1.9	ขอบเขตของโครงการ และ ขอบเขตของวิทยานิพนธ์	17

บทที่ 2 ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสนับสนุนโครงการ

2.1	ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ	19
2.1.1	ความเป็นมาของลักษณะโครงการ	19
2.1.2	ประเภทของโครงการ	29
2.1.3	ลักษณะเฉพาะของโครงการ	29
2.1.4	องค์ประกอบพื้นฐานของโครงการ	30
2.1.5	สายการบริหารและอัตรากำลังพื้นฐาน	49
2.2	กรณีศึกษาเปรียบเทียบ	50
2.2.1	Bvlgari Resort, Bali	52
2.2.2	Armani Hotel, UAE	51
2.2.3	Fendi Private Suite ,Italy	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 Iniala ,Phungnga ,Thailand	53
2.2.5 ข้อสรุปเพื่อนำไปสู่การออกแบบ	55
2.3 ข้อมูลเฉพาะของโครงการ	56
2.3.1 ประวัติความเป็นมาของแบรนด์Fendi	56
2.3.2 ขอบข่ายของสินค้าภายในแบรนด์ Fendi	57
2.3.3 รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ภายใต้แบรนด์	57
2.4 ระบบสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และวัสดุในการตกแต่งภายใน	59
2.4.1 ลักษณะทางสถาปัตยกรรม	59
2.4.2 ระบบโครงสร้างอาคาร	59
2.4.3 ระบบสภาพแวดล้อมภายในอาคาร	59
2.4.4 วัสดุในการตกแต่งภายใน	77
บทที่ 3 กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และพื้นที่ที่ต้องการ	
3.1 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย	82
3.2 พฤติกรรมของผู้รับบริการ	83
3.3 พฤติกรรมของผู้ให้บริการ	84
3.4 พื้นที่ที่ต้องการ	88
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล	89
4.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร	89
4.1.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่	91
4.1.3 แผนภาพความสัมพันธ์ของพื้นที่แบบวงกลม	91
4.1.4 ตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ และแผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่	92
4.1.5 การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่	98
4.1.6 การวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่สัมพันธ์	99
4.2 แนวความคิดในการออกแบบ	105
4.2.1 แนวความคิดในการออกแบบ	105
บทที่ 5 ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน	
5.1 ผังบริเวณของโครงการ	106
5.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการ	106
5.3 ผังเพดานและผังไฟฟ้าของอาคารโครงการ	108
5.4 รูปตัดของอาคารโครงการ	109
5.5 ภาพทัศนียภาพภายในโครงการ	110
5.6 ภาพไอโซเมตริก	115

## บรรณานุกรม

### ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

### โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ เฟนดิรีสอร์ท เกาะช้าง จังหวัดตราด (Interior Architectural Design for Fendi Resort Koh Chang, Trat)

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะเฟนดิรีสอร์ท จัดทำขึ้นเพื่อเล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ซึ่งมีความน่าสนใจในตัวและมีอิทธิพลแก่ผู้บริโภค สามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยโดยมีมาตรฐานเป็นสำคัญ ทั้งคุณภาพและภาพลักษณ์ ทำให้ผู้บริโภคยอมเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่จำเป็นแต่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างมาก ซึ่งธุรกิจแฟชั่นเป็นธุรกิจที่สามารถทำรายได้ ได้อย่างมหาศาลพอๆกับทรัพยากรที่สำคัญอื่นๆเช่น เชื้อเพลิง หรือของอุปโภคบริโภคที่จำเป็น เสื้อผ้าและเครื่องประดับคือภาพสะท้อนตัวตนของผู้คนในสังคม "เรา รู้สึกกับตัวเราอย่างไร" "ปรารถนาให้คนอื่นมีพฤติกรรมต่อเราอย่างไร" แฟชั่นสามารถสื่อสารความต้องการนั้นออกมาได้ แฟชั่นคือเทรนด์ที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคม ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบศิลปะที่สามารถครอบครองได้ทั้งอย่างชั่วคราวและถาวร จึงมีแนวความคิดที่จะนำแฟชั่นมาใช้ถ่ายทอดรูปแบบการพักผ่อนอย่างมีรสนิยมของผู้ที่ต้องการ

โครงการในไม่ได้เป็นเพียงรีสอร์ทที่มีชื่อแบรนด์เฟนดิ เป็นเครื่องหมายการค้าเท่านั้น แต่สามารถทำให้เห็นถึงอิทธิพลที่ส่งผลแก่มนุษย์ให้การเลือกใช้สินค้าและบริการ โดยเป็นการสื่อสารที่ไม่ต้องใช้คำพูดใดๆก็สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคสามารถเห็นภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้

แฟชั่นไม่ได้เพียงจำกัดอยู่แค่เพียงเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงเครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์ ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ไปจนถึงอาหารได้อีกด้วย แม้หลายคนจะไม่ได้ยอมรับว่าหลงใหลในแฟชั่น แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้เช่นกันว่า ทุกวันนี้สิ่งที่เราเลือกสวมใส่คือคำประกาศ ตัวตนจากตัวเรา อีกนัยหนึ่งก็คือการสร้างเอกลักษณ์ของเรานั้นเอง เอกลักษณ์นี้เชื่อมต่อกับคุณค่าของแบรนด์ผ่านกลไกการตลาด ไม่ว่าจะคุณจะเป็นคนแบบไหน เก๋ไก๋ สง่างาม นุ่มนวล ติดดิน สุขุมลุ่มลึก หรืออยู่ในอารมณ์เช่นไร แฟชั่นแบรนด์สามารถตอบทุกอย่าง ตรงตามที่คุณต้องการได้

## คำนำ

ต้องยอมรับอุตสาหกรรมแฟชั่นในปัจจุบันนั้นมีส่วนในการขับเคลื่อนสังคมไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง มีเงินไหลเวียนเป็นจำนวนมากในอุตสาหกรรมนี้ไม่แพ้ทรัพยากรอื่นๆที่มนุษย์เราจำเป็นต้องใช้ในการดำรงชีวิต เนื่องจากเครื่องนุ่งห่มถือเป็นปัจจัยสี่ ที่มนุษย์เราจำเป็นต้องใช้เป็นหลักในการดำรงชีวิตมาตั้งแต่โบราณกาล การแต่งกายหรือการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มนั้นเป็นการบ่งบอกถึงฐานะ รสนิยม ไปจนถึงวิถีชีวิต ตามแต่ละจุดประสงค์ของผู้ใช้ ในปัจจุบัน เสื้อผ้าและเครื่องประดับคือภาพสะท้อนตัวตนของผู้คนในสังคม เพราะการเลือกใช้นั้นสามารถบ่งบอกถึงวิถีชีวิตโดยรวมของผู้ใช้ได้

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะเพนดิรีสอร์ท เป็นโรงแรมที่ทำให้เห็นอิทธิพลสำคัญของวงการแฟชั่น ที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การกำหนดวิธีการเลือกบริโภคของผู้บริโภค โดยมีความโดดเด่นในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเฉพาะตัว การแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของตัวแบรนด์ไม่ว่าจะโดยรูปธรรมหรือนามธรรม ซึ่งมีความโดดเด่นและแตกต่างกับแฟชั่นไฮเต็ลและรีสอร์ทแห่งอื่นๆ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับโรงแรมประเภทโรงแรมและรีสอร์ท โดยมีพื้นฐานข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบตกแต่งทางสถาปัตยกรรมภายใน และข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการออกแบบเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ข้อมูลที่ศึกษาและเก็บรวบรวมเป็นข้อมูลที่ใช้อยู่จริงในขณะจัดทำระหว่างปีพ.ศ. 2550-ปัจจุบัน ซึ่งอาจมีข้อมูลบางอย่างที่ได้รับการปรับปรุงและแก้ไขในภายหลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์

ดังนั้น จึงขออภัยหากพบข้อผิดพลาดบางประการที่เกิดขึ้นในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้จัดทำ

วิภาวี บุญสมพงษ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ได้ประสบผลสำเร็จลุล่วงผ่านพ้นไปได้ด้วยดี จะไม่มีวิทยานิพนธ์ที่สมบูรณ์ขนาดนี้ได้หากขาดกำลังกายและกำลังตลอดระยะเวลาการทำงานร่วมปีที่ผ่านมามากมายของบุคคลเหล่านี้ มีเรื่องราวต่าง ๆ มากมายที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำวิทยานิพนธ์นี้ ประกอบด้วยทั้งสุขและทุกข์ปะปนกันไป จึงขอขอบคุณ

ครอบครัวที่ให้กำลังใจและเป็นแรงบัลดาลใจให้สามารถดำเนินวิทยานิพนธ์นี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ธันว์ ศรีจันทร์ ที่ได้คอยให้คำชี้แนะ และคำปรึกษา และทำให้ได้เห็นมุมมองใหม่ๆในการเรียน และการใช้ชีวิต

อาจารย์ประจำกลุ่มที่ได้คอยแนะนำให้เห็นถึงข้อบกพร่อง และชี้แนะแนวทางในการแก้ไข เพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ๆในการเรียนในสาขาวิชา

อาจารย์ทุกท่านในภาควิชาที่แม้ไม่ได้เป็นที่ปรึกษา หรืออาจารย์ประจำกลุ่ม แต่ก็ยังช่วยแนะแนวทางการความรู้ในการทำวิทยานิพนธ์

เพื่อนๆที่เป็นเพื่อนการตรวจกลุ่มที่ทำให้เห็นถึงมิตรภาพ การให้กำลังใจซึ่งกันและกัน และยังช่วยให้คำปรึกษาและแนวความคิดต่างๆในการทำงาน

น้องๆที่อยู่ในสายรหัส ที่ทำให้รู้ว่าการทำวิทยานิพนธ์คนเดียวมันช่างเป็นความยากลำบาก และได้มีพวกเขาได้มาช่วยทำให้งานนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

เพื่อนๆในภาควิชา ที่แบ่งปันข้อมูล และช่วยเหลือซึ่งกันและกันและให้กำลังใจกันเป็นอย่างดีในระหว่างการทำวิทยานิพนธ์

พี่ๆน้องๆที่อยู่ในภาควิชาที่คอยถามไถ่ ท้วงเี่ยว และคอยให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีในช่วงที่ทำวิทยานิพนธ์

เพื่อนต่างภาคที่ทำให้เห็นถึงมิตรภาพ ความเป็นห่วงซึ่งกันและกัน

สุดท้าย พี่ชั้นชั้น ที่เป็นคนสร้างความมั่นใจและเป็นกำลังใจคอยให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์นี้ให้สามารถประสบผลสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และอีกมากมายที่อาจจะตกหล่นในการกล่าวขอบคุณในครั้งนี้ ขอขอบคุณที่ได้ช่วยมอบประสบการณ์และเรื่องราวดีๆนอกเหนือจากความรู้และการศึกษา ทำให้ชีวิตของฉันทันในรั้วการศึกษาในคณะแห่งนี้เต็มไปด้วยความทรงจำที่สวยงาม

นางสาววิภาวี บุญสมพงษ์

55020160

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ประวัติความเป็นมา และความสำคัญของโครงการ

แฟชั่นเครื่องนุ่งห่มเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อการดำรงชีพของมนุษย์เพราะนอกจากจะใช้ปกปิดร่างกายแล้วยังสามารถบ่งบอกลักษณะของผู้สวมใส่ได้อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นฐานะ รสนิยม หรือความสนใจ FENDI คือแบรนด์แฟชั่นเข้าสู่จากอิตาลีซึ่งมีชื่อเสียงจากการใช้เฟอร์ ซึ่งเป็นเครื่องบ่งบอกฐานะของชนชั้นสูงในสมัยนั้น FENDI สามารถทำเฟอร์ที่ดูหนาและทอหยาบ มาประยุกต์ให้เป็นเสื้อผ้าที่สามารถสวมใส่ได้โดยง่ายและสวมใส่ได้ทุกวัน ซึ่งในก่อนหน้านี้คุณนั้นยังนิยมใส่กระโปรงใหญ่คล้ายสู่มักและผ้าปักลูกไม้ ซึ่งทำใน FENDI ได้กลายเป็นห้องเสื้อชั้นนำที่นิยมในชนชั้นสูงของกรุงโรมในเวลาต่อมา

ขนสัตว์เป็นวัสดุเพียงหนึ่งเดียว ที่ถือเป็นความสนใจเฉพาะด้านของตระกูล FENDI และยังเป็น วัสดุที่มี มาตั้งแต่จุดแรกเริ่ม ของมนุษย์ชาติ ขนสัตว์ได้รับใช้มนุษย์ ในการเป็นเครื่อง ป้องกันปัจจัยภายนอกต่างๆ หากเราลองมองจากอารยธรรม ในยุคสมัยต่างๆแล้ว นับตั้งแต่ ยุคอียิปต์โบราณ ไปจนถึงยุคไบแซนไทน์ ยุคกลาง ยุคเรอเนสซองค์ ยุครีเจนซี และแนวการ ออกแบบในสมัยนโบลเลียนที่1 เราจะเห็นได้ว่าขนสัตว์ได้ยืนหยัด อยู่ในสถานะ เครื่องบ่งบอก สถานภาพทางสังคม และอำนาจทางการทหาร และด้วยความเข้าใจในความมีระดับ Fendi จึงได้ช่วยผลักดัน ให้วัสดุอันทรงคุณค่าเหนือกาลเวลานี้ ได้ก้าวขึ้นสู่สถานะ ที่สูงขึ้นอีก ระดับหนึ่ง (ที่มา : <http://thaicatwalk.com/>)

ปัญญาชนหลายคนมักมองว่า ‘แฟชั่น’ เป็นเพียงสิ่งฉาบฉวย หรือเป็นกระแสความแปรเปลี่ยนที่มากับเครื่องแต่งกาย แบบผม รองเท้า อันเป็นแค่เปลือกนอกที่แสดงรสนิยมแบบรวมหมู่ซึ่งบางครั้งก็สะท้อนฐานะความเป็นอยู่และชนชั้นของปัจเจกบุคคล ที่เติบโตและขยายตัวมาพร้อมๆ กับลัทธิบริโภคนิยม ดังนั้นการศึกษาหรือทำความเข้าใจ ‘แฟชั่น’ ในเชิงปรัชญาความคิดจึงอาจเป็นเรื่องเปลืองเปล่าไร้ประโยชน์ หรืออย่างดีที่สุดก็ควรเป็นแค่การวิพากษ์แฟชั่นไปพร้อมๆ กับระบบทุนนิยมที่ทำให้ ‘เครื่องฉาบเคลือบ’ เหล่านี้มีมูลค่าขึ้นมา ขณะที่ก็มีปัญญาชนอีกไม่น้อยกลับเห็นว่า ‘เปลือกนอก’ ของมนุษย์มีความหมาย หรือช่วยให้เราเข้าใจ วิวัฒนาการทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (ที่ไม่ใช่แค่พัฒนาการทางด้านเครื่องแต่งกาย) ไม่น้อยไม่มากไปกว่า การศึกษาวรรณกรรม ความคิด หรือศิลปะ (ที่มา : Being and Time)

เป็นตัวอย่างที่เราเห็นได้ในทั่วไปและในอดีตและปัจจุบันแฟชั่นมีอิทธิพลอย่างมากต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สามารถก่อรายได้และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมของการบริโภคได้เป็นอย่างดี จึงมีสถานที่ไม่น้อยที่นิยมนำแฟชั่นมาประยุกต์กับธุรกิจเพื่อดึงดูดลูกค้า เนื่องจากแบรนด์แฟชั่นต่างๆมีประวัติศาสตร์เรื่องราวที่น่าสนใจในตัวเองอยู่แล้ว อีกทั้งยังเห็นได้ถึงมาตรฐานคุณภาพของแบรนด์นั้นๆเป็นทุนเดิม ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆง่ายกว่าเลือกบริโภคสินค้าที่ยังไม่รู้จักมาก่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะเพนตรีสอร์ท จัดทำขึ้นเพื่อเล็งเห็นถึงความสำคัญ ของอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ซึ่งมีความน่าสนใจในตัวและมีอิทธิพล แก่ผู้บริโภค สามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยโดยมีมาตรฐานเป็นสำคัญ ทั้งคุณภาพ และภาพลักษณ์ ทำให้ผู้บริโภคยอมเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าที่จำเป็นแต่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ เป็นอย่างมาก ซึ่งธุรกิจแฟชั่นเป็นธุรกิจที่สามารถทำรายได้ ได้อย่างมหาศาลพอๆกับทรัพยากรที่สำคัญอื่นๆเช่น เชื้อเพลิง หรือของอุปโภคบริโภคที่จำเป็น เสื้อผ้าและเครื่องประดับคือภาพสะท้อนตัวตนของผู้คนในสังคม "เรา รู้สึกกับตัวเราอย่างไร" "ปรารถนาให้คนอื่นมีพฤติกรรมต่อเราอย่างไร" แฟชั่นสามารถสื่อสารความต้องการนั้น ออกมาได้ แฟชั่นคือเทรนด์ที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคม ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบศิลปะที่ สามารถครอบครองได้ทั้งอย่างชั่วคราวและถาวร จึงมีแนวความคิดที่จะนำแฟชั่นมาใช้ถ่ายทอดรูปแบบการ พักผ่อนอย่างมีรสนิยมของผู้ที่ต้องการ

โครงการในไม่ได้เป็นเพียงรีสอร์ทที่มีชื่อแบรนด์เพนติ เป็นเครื่องหมายการค้าเท่านั้น แต่สามารถทำให้ เห็นถึงอิทธิพลที่ส่งผลแก่นุชยให้การเลือกใช้สินค้าและบริการ โดยเป็นการสื่อสารที่ไม่ต้องใช้คำพูดใดๆก็ สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคสามารถเห็นภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้

แฟชั่นไม่ได้เพียงจำกัดอยู่แค่เพียงเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงเครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์ ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ไปจนถึงอาหารได้อีกด้วย แม้หลายคนจะไม่ได้ยอมรับว่าหลงใหลในแฟชั่น แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้เช่นกันว่า ทุกวันนี้สิ่งที่เราเลือกสวมใส่คือคำประกาศ ตัวตนจากตัวเรา อีกนัยหนึ่งก็คือการ สร้างเอกลักษณ์ของเรานั้นเอง เอกลักษณ์นี้เชื่อมต่อกับคุณค่าของแบรนด์ผ่านกลไกการตลาด ไม่ว่าจะคุณจะเป็น คนแบบไหน เก๋ไก๋ สง่างาม นุ่มนวล ติดดิน สุขุมลุ่มลึก หรืออยู่ในอารมณ์เช่นไร แฟชั่นแบรนด์สามารถตอบทุก อย่าง ตรงตามที่คุณต้องการได้

## 1.3 จุดประสงค์ของโครงการ

1. ช่วยส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ
2. สนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวโดยการเพิ่มทางเลือกที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่อง แฟชั่น
3. สร้างงานและรายได้แก่ประชาชนในจังหวัดตราดและในประเทศ
4. สร้างความชัดเจนให้กับแบรนด์ ที่เป็นมากกว่าธุรกิจแฟชั่นเสื้อผ้าและของใช้ ตามแนวคิดที่ต้องการ นำเสนอ ในเรื่องของLifestyle

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.4 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

1. กลุ่มลูกค้า และผู้ที่ชื่นชอบ FENDI ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
2. นักท่องเที่ยว หรือนักเดินทางชาวต่างชาติที่มีความสนใจด้านศิลปะ แฟชั่น งานออกแบบ ที่แสวงหาสถานที่พักผ่อนอย่างมีระดับ
3. ผู้เข้าพักทั้งครอบครัว คู่รัก กลุ่มเพื่อน และผู้ต้องการหาสถานที่พักผ่อนบนเกาะช้างที่มีความสงบ เน้นการชมบรรยากาศภายในรีสอร์ทและธรรมชาติรอบที่พัก

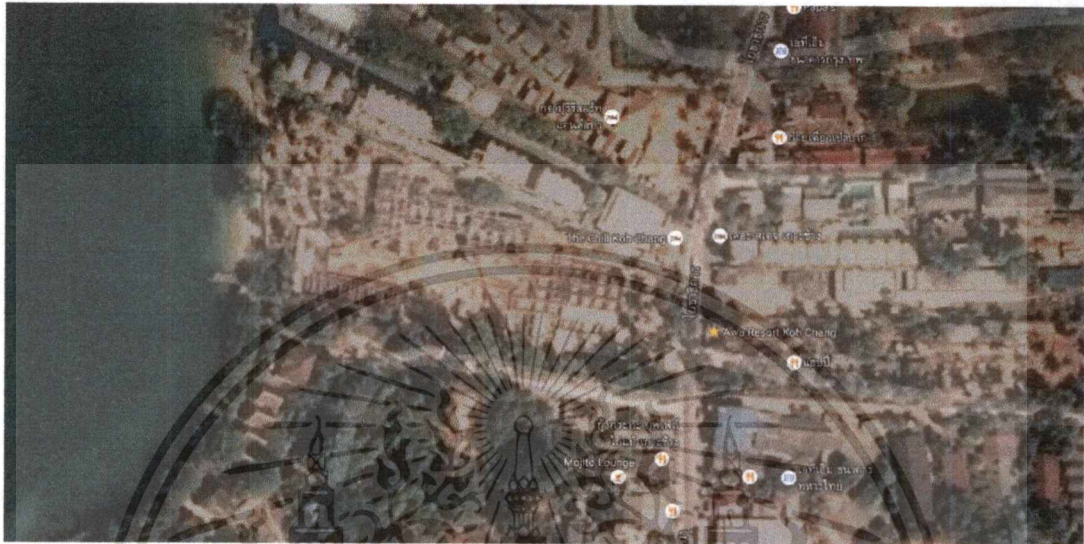
## 1.5 ภาพลักษณ์ของโครงการ

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะเพนติรีสอร์ท เป็นสถานที่พักผ่อนโดยใช้ภาพลักษณ์ของแบรนด์เพนติ มาใช้ภายในรีสอร์ททั้งภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของแบรนด์ ซึ่งมีความโดดเด่นในเรื่องความขี้เล่น ความทันสมัย และสนุกสนาน ความพิถีพิถันของการเลือกใช้เฟอร์เจอร์ การออกแบบ และการให้บริการ โดยให้แบรนด์เป็นตัวสื่อสาร เสมือนเป็นชนชั้นสูงที่ได้รับการปฏิบัติอย่างดีเยี่ยมในสมัยก่อน ซึ่งผู้ที่เข้าพักยังรู้สึกถึงการพักผ่อน ความเป็นส่วนตัว แต่ยังคงหรูหราด้วยในเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดแหล่งดึงดูดแห่งใหม่ที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ผู้ที่ต้องการพักผ่อนในแพ้นรีสอร์ทเข้ามาพักผ่อนทางจากในประเทศและต่างประเทศ

## 1.6 ที่ตั้งโครงการ

### 1.6.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการ

ที่ตั้ง : เอวา รีสอร์ท เกาะช้าง หาดไก่แบ้ เกาะช้าง จ.ตราด



ภาพที่ 1.1 แสดงที่ตั้งโครงการ

สภาพแวดล้อมโดยรอบ : อยู่บนเกาะช้าง ติดกับชายหาด บริเวณหาดไก่แบ้ ทัศนียภาพด้านหลังเป็นภูเขาอุทยานแห่งชาติเกาะช้าง

อาณาเขตติดต่อ : ทิศเหนือ : The Chill Koh Chang

ทิศตะวันออก : อุทยานแห่งชาติเกาะช้าง

ทิศตะวันตก : หาดไก่แบ้ อ่าวไทย

ทิศใต้ : ร้านอาหาร

### 1.6.2 การเข้าถึงโครงการ

การเดินทางไปเกาะช้าง โดยรถยนต์ส่วนตัว

1. มอเตอร์เวย์ ขั้ตรงมายัง กรุงเทพ – ชลบุรี (ทางหลวงพิเศษหมายเลข 7)
2. ขั้ตรงมาเรื่อยๆ จะเจอป้าย จันทบุรี – บ้านบึง เลี้ยวซ้ายและตรงไปพัทยา – ระยอง เราเลี้ยวซ้ายออกบ้านบึง (ทางหลวงหมายเลข 344)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3. ขับตรงมาเรื่อยๆ เป็นระยะทางกว่า 97 กิโลเมตร จะเจอสามแยกแกลงให้เลี้ยวซ้าย (ทางหลวงหมายเลข 3)
- 4. ขับตรงไปอีก 64 กิโลเมตร จะเจอ แยกไฟแดง พลัปลลา ให้เลี้ยวขวา
- 5. ขับตรงไปอีก 46 กิโลเมตร ให้สังเกต สะพานข้ามแม่น้ำเวฬุ เข้าเขตตำบลแสนตุ้งแล้วไปอีก 2 ไฟแดง ให้สังเกตสามแยกไฟแดงจะเห็นป้าย เพอร์รี่เกาะช้าง ให้เลี้ยวขวา เข้าทางหลวงหมายเลข 3156 ขับตรงไปอีก 23 กิโลเมตร จะเจอท่าเรือเพอร์รี่เกาะช้าง หรือท่าเรืออ่าวธรรมชาติ เลยจากท่าเรือนี้ไปหน่อยจะเจอท่าเรือเซนเตอร์พ้อย

**การเดินทางไปเกาะช้าง โดยเรือเฟอร์รี่**

เรือเฟอร์รี่ท่าเรืออ่าวธรรมชาติ ใช้เวลาการเดินทางประมาณ 30 นาที ตั้งแต่เวลา 6:30 น-17:00น เรือออกทุกๆ 45 นาที หรือออกทุกๆจำนวนรถยนต์เต็มเรือเฟอร์รี่ (หากเต็มเร็วก็ออกก่อนเวลา แต่หากเต็มช้าก็ออกตามเวลา) เรือจะส่งคุณที่ท่าเรือสับปะรด เรือเฟอร์รี่ท่าเรือเซนเตอพ้อยซ์ ใช้เวลาการเดินทางประมาณ 45-50 นาที ตั้งแต่เวลา 6:00 น-17:30 น เรือออกทุกๆ 1 ชั่วโมง เรือจะส่งคุณที่ท่าเรือด่านเก่า

\*\* สำหรับคนที่นำรถยนต์ส่วนตัวไปด้วย สามารถนำรถยนต์ข้ามไปยังฝั่งเกาะช้างได้

**การเดินทางไปเกาะช้าง โดยเครื่องบิน**

การเดินทางไปเกาะช้าง โดยเครื่องบิน สายการบิน Bangkok Airways เปิดบริการ เที่ยวบิน กรุงเทพฯ – ตราด คุณสามารถนั่ง เครื่องบินมาลงยังตราดได้เพียงไม่ถึงชั่วโมง

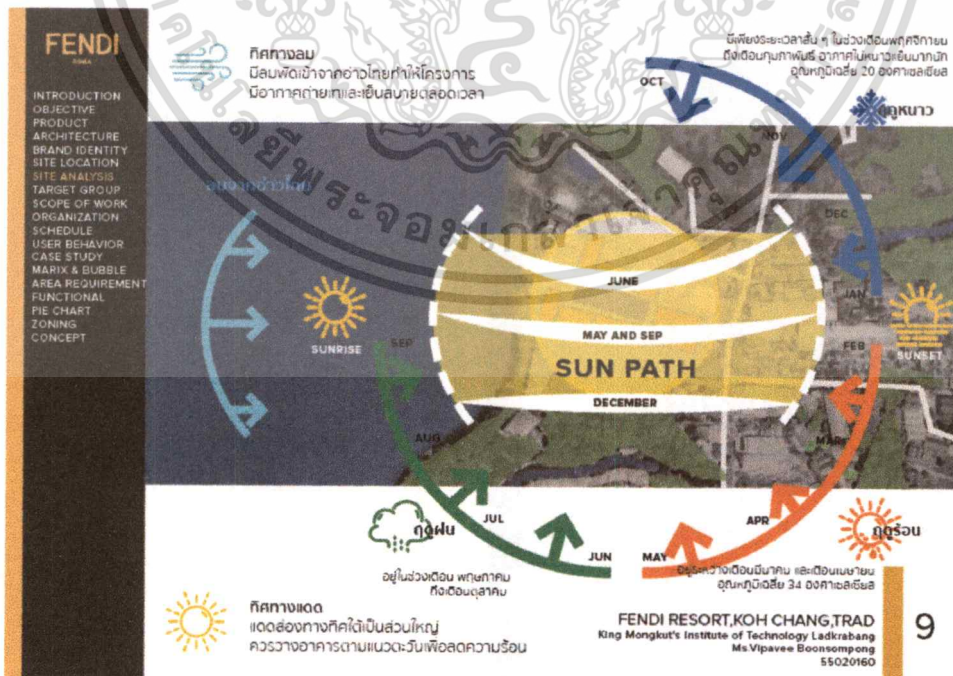
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.6.3 วิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งของอาคาร



ภาพที่ 1.2 แสดงที่ตั้งของอาคาร

### 1.6.4 วิเคราะห์พื้นที่โครงการ



ภาพที่ 1.3 ภาพวิเคราะห์พื้นที่โครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ทิศทางลม

มีลมพัดเข้าจากอ่าวไทย ทำให้โครงการมีอากาศถ่ายเทและเย็นสบายตลอดเวลา

### ทิศทางแดด

แดดส่องทางทิศใต้เป็นส่วนใหญ่ ควรวางอาคารตามแนวตะวันเพื่อลดความร้อน

### ฤดูหนาว

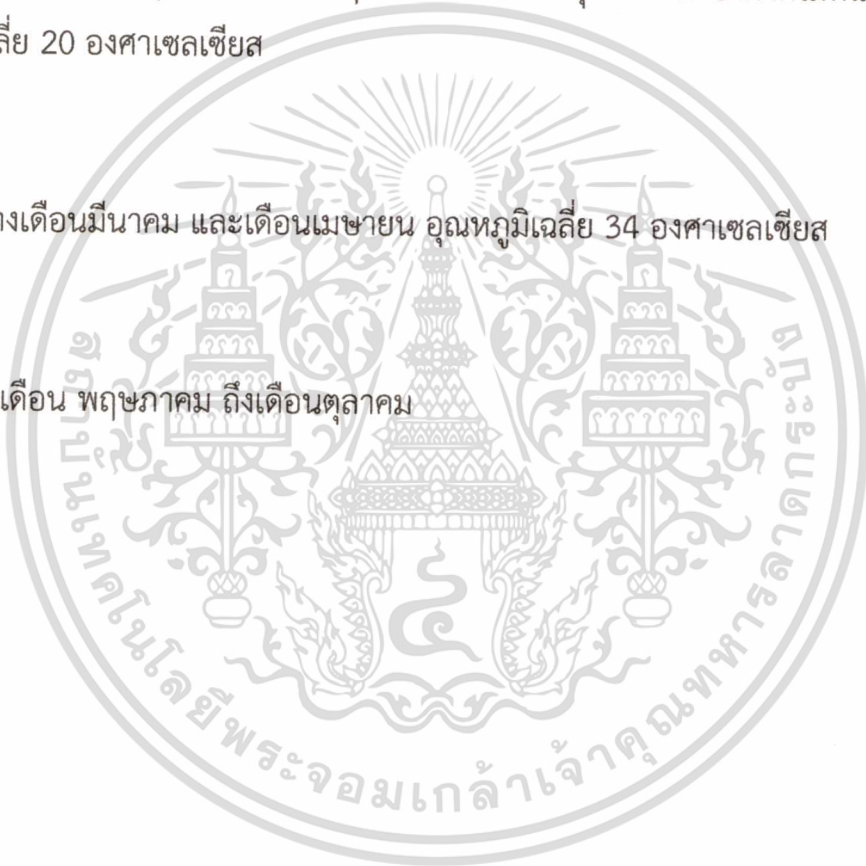
มีเพียงระยะเวลาสั้น ๆ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ อากาศไม่หนาวเย็นมากนัก อุณหภูมิเฉลี่ย 20 องศาเซลเซียส

### ฤดูร้อน

อยู่ระหว่างเดือนมีนาคม และเดือนเมษายน อุณหภูมิเฉลี่ย 34 องศาเซลเซียส

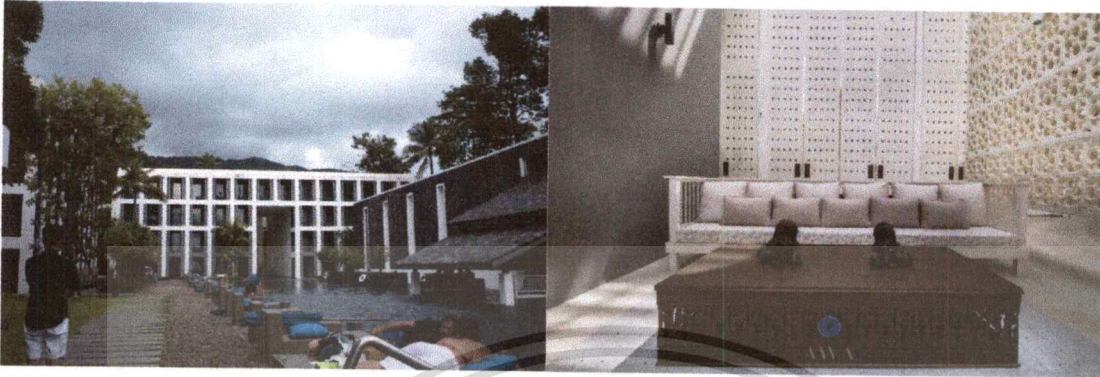
### ฤดูฝน

อยู่ในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึงเดือนตุลาคม



## 1.6.5 วิเคราะห์ลักษณะการวางผังอาคาร

### AWA RESORT, KOH CHANG

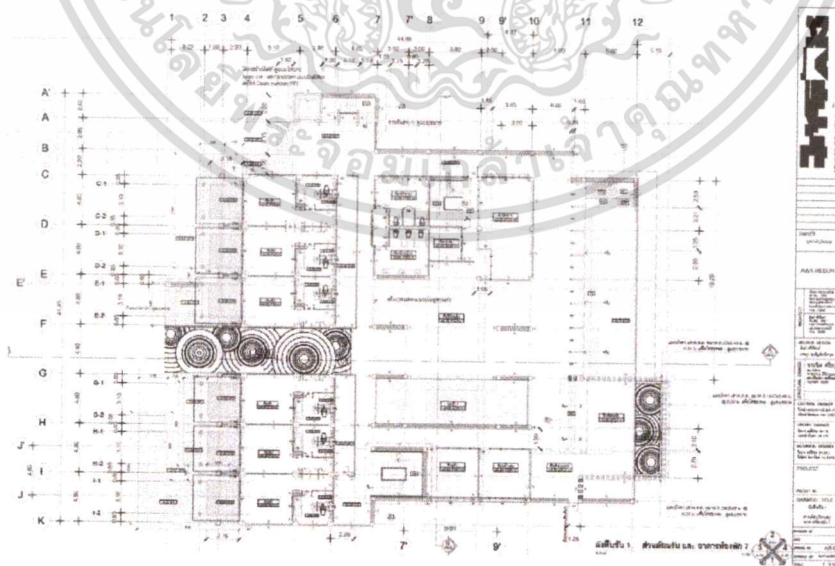


ภาพที่ 1.4 และ 1.5 ภาพอาคาร7 และ LOBBY

#### อาคาร7 และ LOBBY

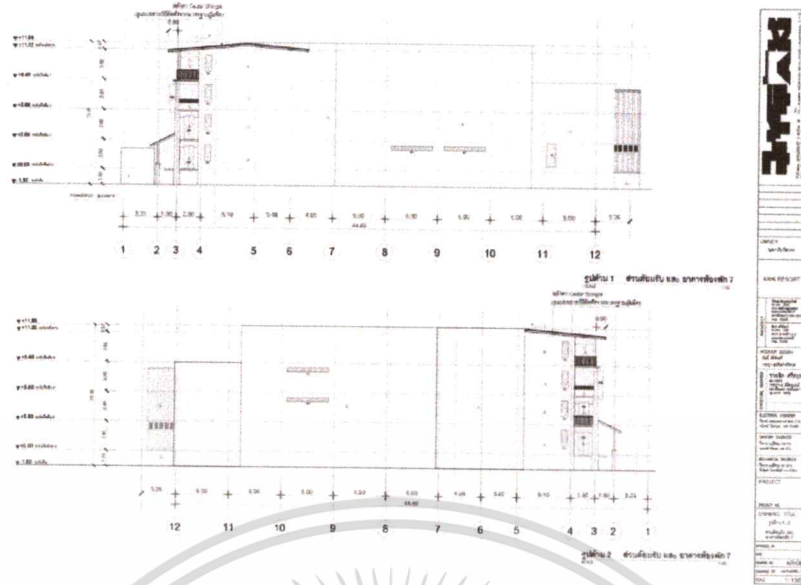
เป็นอาคารที่อยู่บริเวณหน้าสุดของโครงการติดกับทางเข้า มีจำนวน4ชั้นเป็นอาคารที่เป็นส่วนต้อนรับและบริการห้องพักโดยที่มาของอาคาร7คือการมีห้องพัก7ห้องต่อ1ชั้น ลักษณะโครงสร้างเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก ใช้ระบบเสาและคาน โครงสร้างหลังคาเติมเป็น Gable roof ผสม Skylight

ขนาดของพื้นที่อาคารโดยรอบ ประมาณ 1860 ตร.ม.



ภาพที่ 1.6 ผังพื้นที่อาคารอาคาร7 และ LOBBY

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.7 รูปด้านอาคารอาคารอาคาร7 และ LOBBY



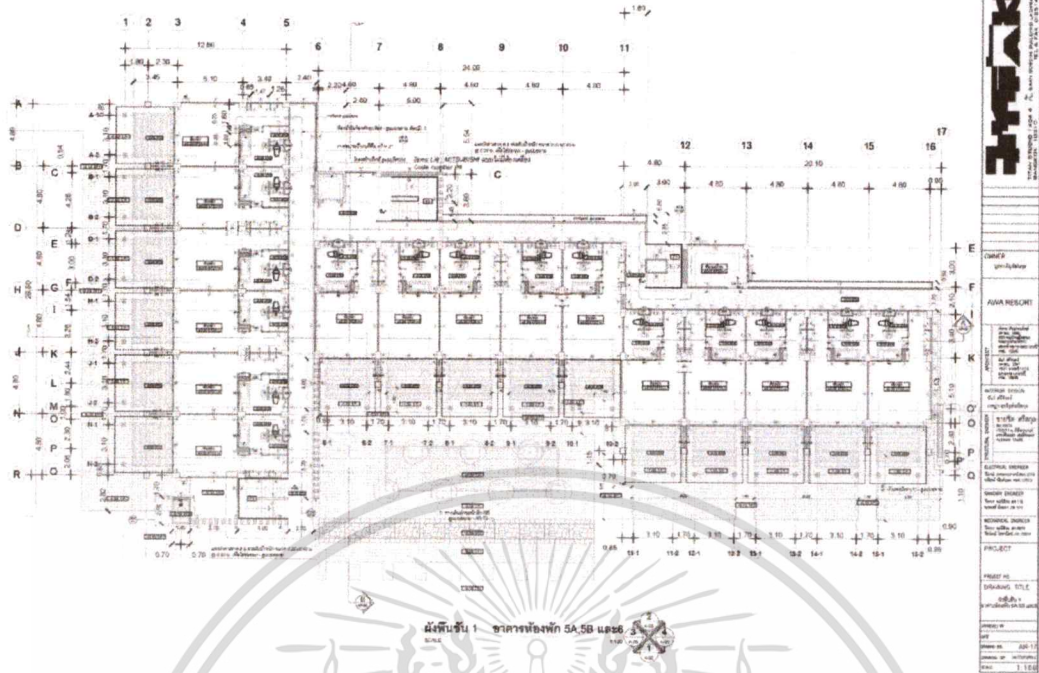
ภาพที่ 1.8 และ 1.9 ภาพอาคาร5A,5B และอาคาร6

### อาคาร5A,5B และ 6

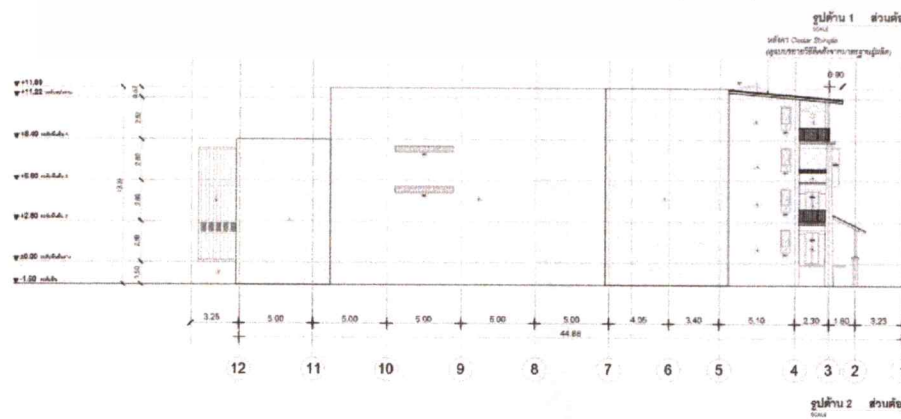
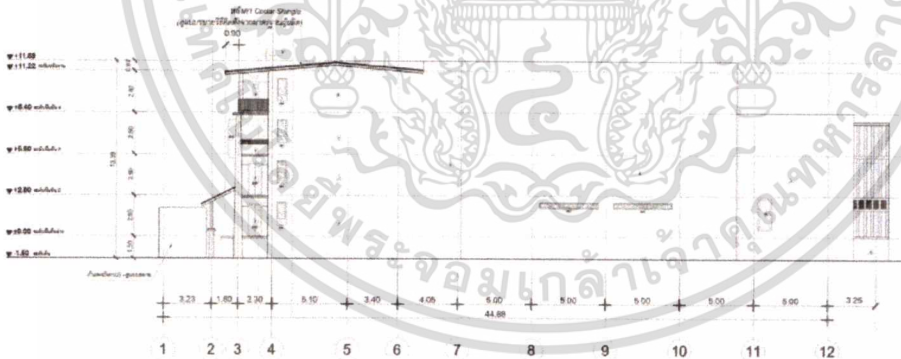
เป็น3อาคารที่อยู่ต่อเนื่องและมีอาณาบริเวณเชื่อมต่อกัน โดยเป็นอาคารสำหรับห้องพักทั้งหมด โดยที่อาคาร5A และ5B มีห้องพัก5ห้องต่อ1ชั้น ส่วนอาคาร 6 ซึ่งเป็นอาคารห้องพักปลายสุดและสามารถเห็นวิวทะเล มีห้องพัก6ห้องต่อ1ชั้น ทุกอาคารมีทั้งหมด4ชั้นด้วยกันเป็นโครงสร้างแบบคอนกรีตเสริมเหล็ก ใช้เสาและคานเป็นตัวรับน้ำหนัก

ขนาดของพื้นที่อาคารโดยรอบ ประมาณ 1940 ตร.ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.10 ผังพื้นอาคารอาคาร 5A, 5B และอาคาร 6



<b>ASIA RESORT</b>	
OWNER	ASIA RESORT
PROJECT	ASIA RESORT
PROJECT NO.	
DRAWING TITLE	รูปด้าน 1
DATE	ASIA RESORT
DESIGNED BY	
CHECKED BY	
DATE	ASIA RESORT
SCALE	1:100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพที่ 1.11 รูปด้านอาคาร5A,5B และอาคาร6

### 1.7 ลักษณะของอาคาร

#### 1.7.1 ลักษณะพึงประสงค์ของอาคาร

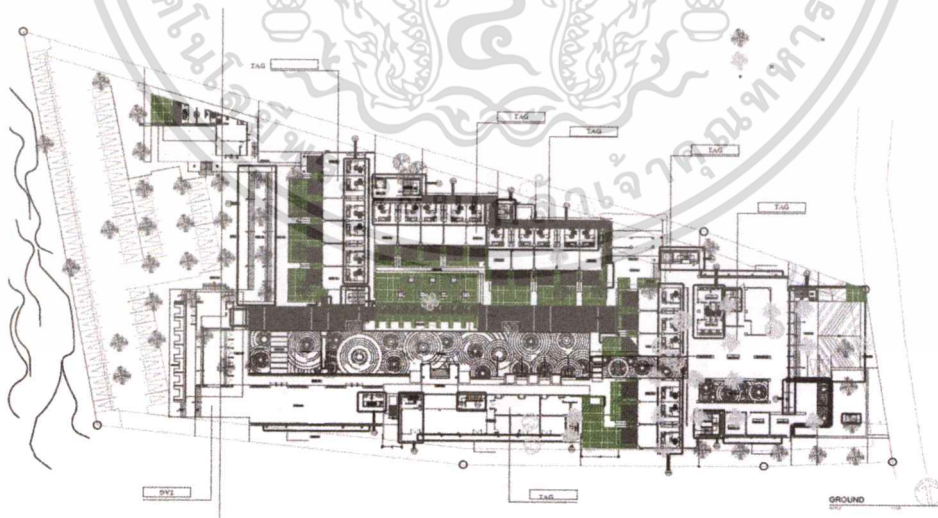
1. ลักษณะโครงสร้างอาคาร : เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กอาคารสมัยใหม่ มีลักษณะเป็นรูปตัว U
2. ลักษณะพิเศษของพื้นที่ : ด้านจะวันตกติดกับอ่าวไทย มีลักษณะเป็นหาดหิน ด้านตะวันออกมีทัศนียภาพเป็นภูเขาของอุทยานแห่งชาติเกาะช้าง
3. การเข้าถึงอาคาร : มีทางเข้าหลักจากถนนโยธาธิการทั้ง 2 ฝั่ง เดินทางได้สะดวก
4. มุมมองและภาพลักษณ์ : เหมาะแก่การพักผ่อน มีอากาศถ่ายเท มีการจัดวางรูปแบบอาคารที่ไม่บดบังทัศนียภาพของธรรมชาติ

AWA Resort เกาะช้าง

พื้นที่อาคารโดยประมาณ : ประมาณ 14,606 ตารางเมตร

ที่ตั้ง : หาดไก่แบ้ เกาะช้าง จ.ตราด ประเทศไทย 23110

ผังโครงการ

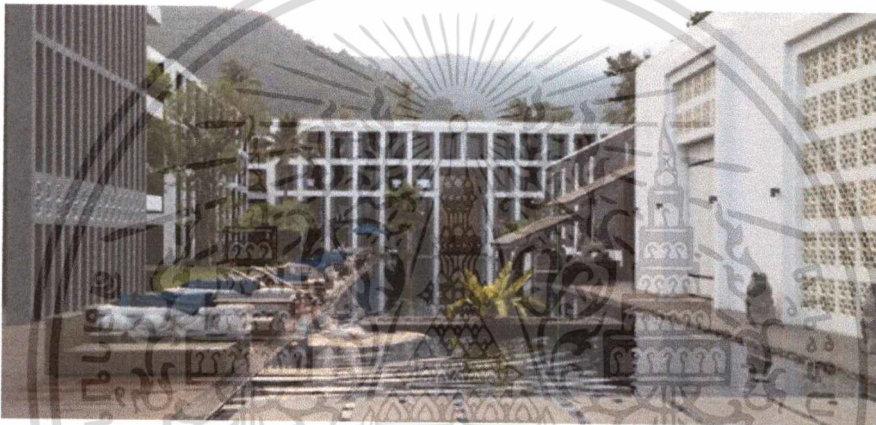


ภาพที่ 1.12 แสดงผังโครงการผังติดทะเล

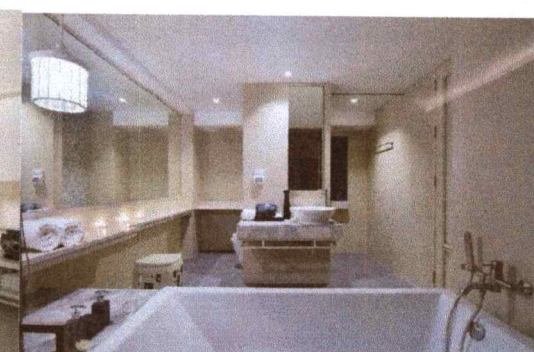
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.13 และ 1.14 แสดงภาพอาคารภายนอก



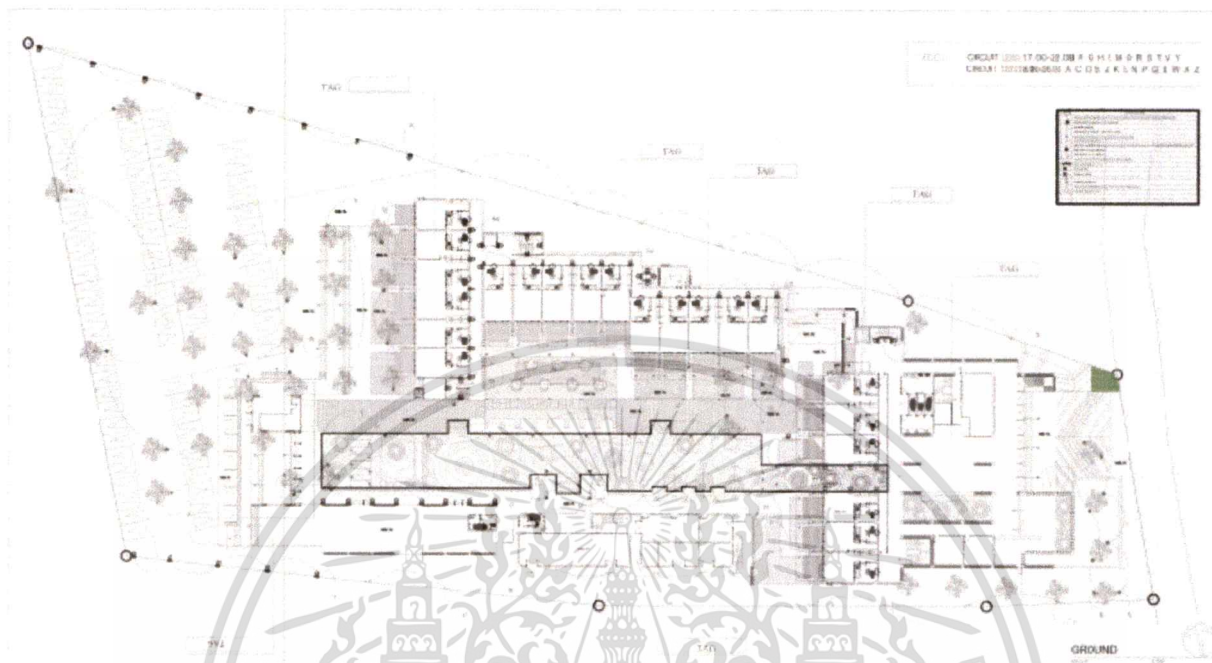
ภาพที่ 1.15 แสดงภาพอาคารภายนอก



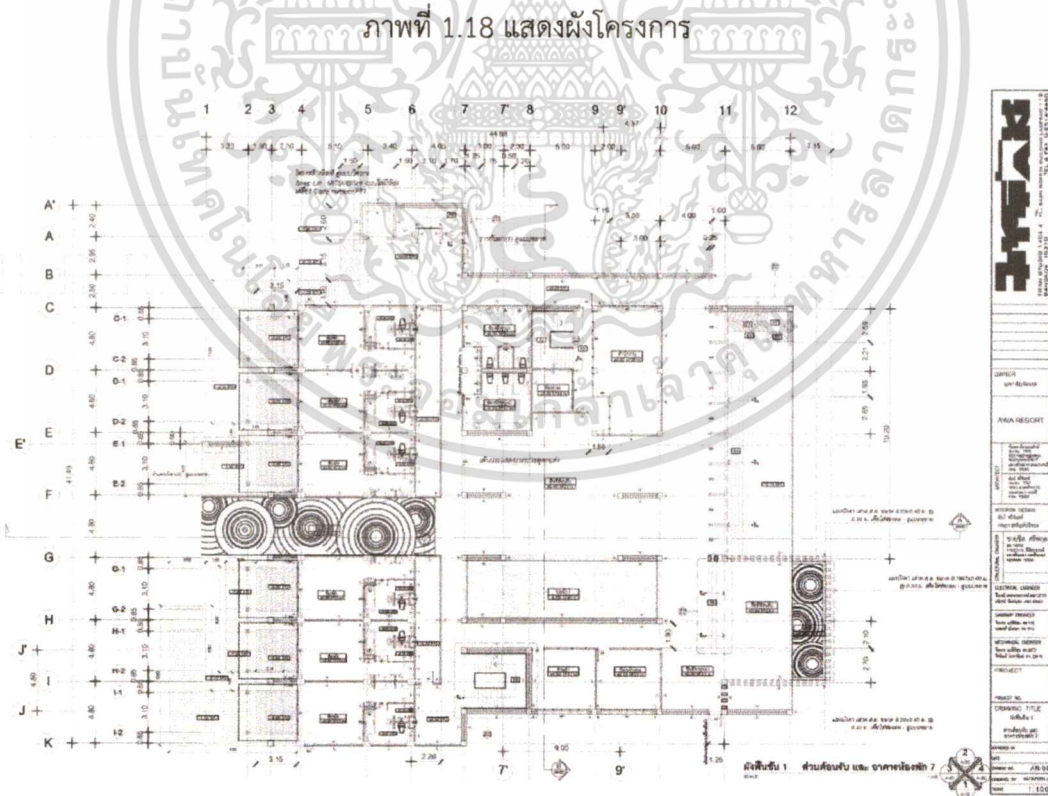
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1.16 - 1.17 แสดงภาพภายในอาคาร

1.7.2 แบบอาคาร

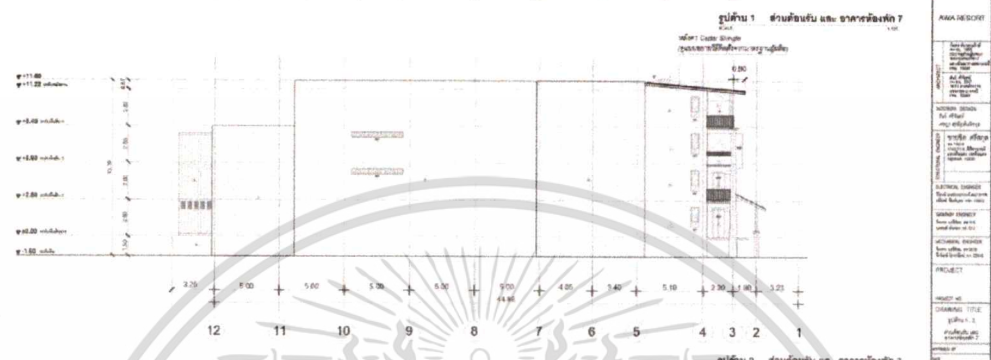
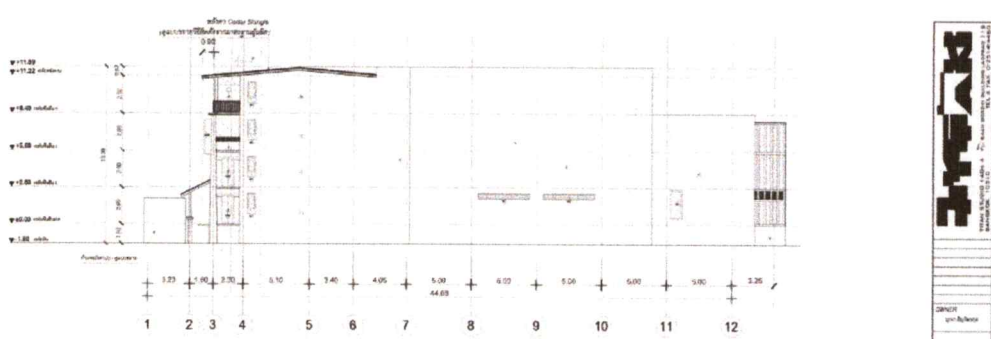


ภาพที่ 1.18 แสดงผังโครงการ

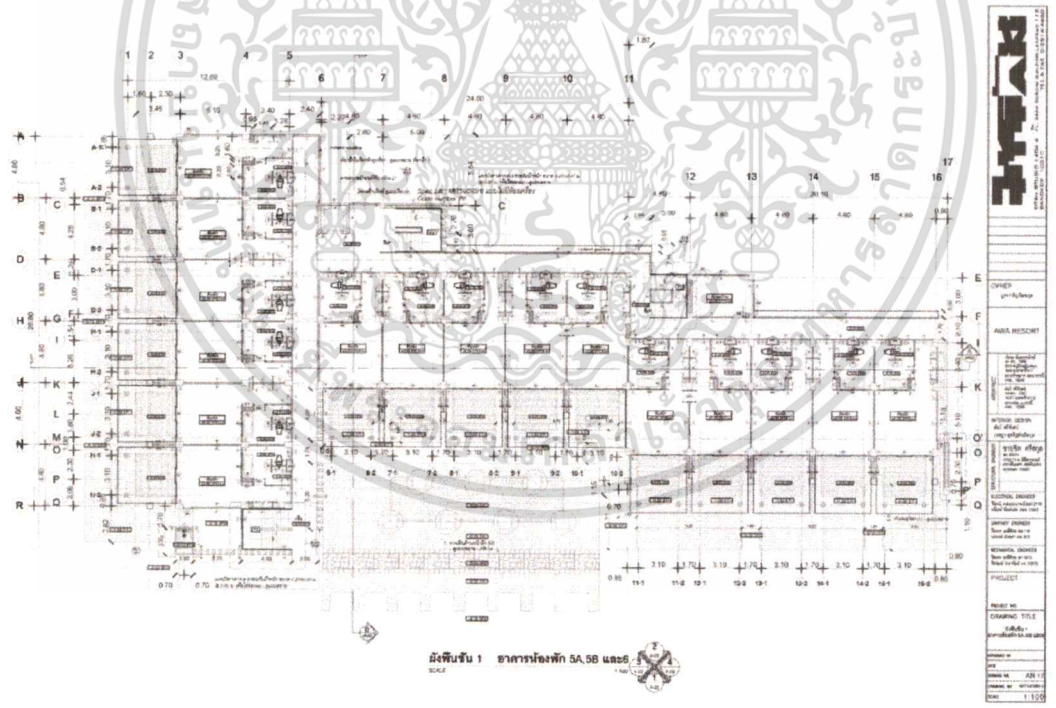


ภาพที่ 1.19 แสดงผังพื้นที่อาคารอาคาร7 และ LOBBY

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

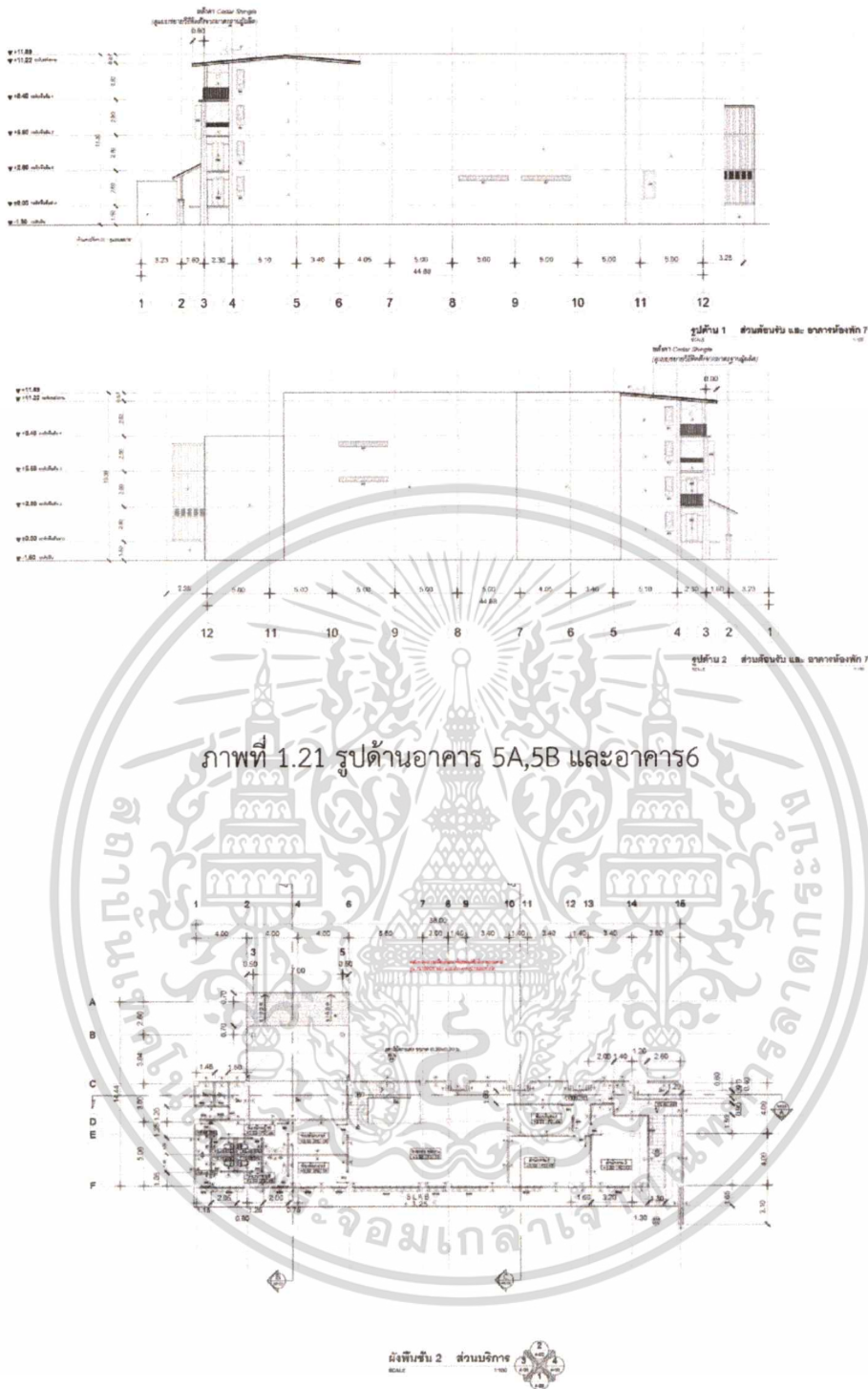


ภาพที่ 1.19 แสดงรูปด้านอาคารอาคาร7 และ LOBBY



ภาพที่ 1.20 ผังพื้นอาคาร 5A,5B และอาคาร6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

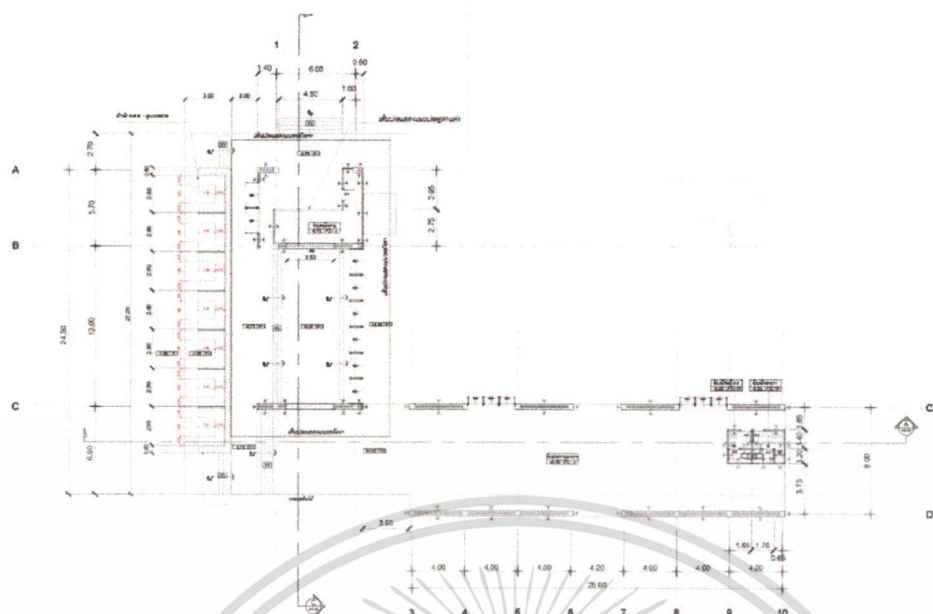


<b>PRINTECH</b>	
ARCHITECTURAL DESIGN & CONSTRUCTION	
111 หมู่ 10 ต.บ้านใหม่ อ.บ้านใหม่ จ.บุรีรัมย์ 36110	
TEL: 043-821111 FAX: 043-821112	
WWW.PRINTECH.CO.TH	
OWNER	
ANA RESORT	
PROJECT	
PROJECT NO.	
DRAWING TITLE	
DATE	
SCALE	
SHEET NO.	
TOTAL SHEETS	
DRAWN BY	
CHECKED BY	
APPROVED BY	
DATE	

<b>PRINTECH</b>	
ARCHITECTURAL DESIGN & CONSTRUCTION	
111 หมู่ 10 ต.บ้านใหม่ อ.บ้านใหม่ จ.บุรีรัมย์ 36110	
TEL: 043-821111 FAX: 043-821112	
WWW.PRINTECH.CO.TH	
OWNER	
ANA RESORT	
PROJECT	
PROJECT NO.	
DRAWING TITLE	
DATE	
SCALE	
SHEET NO.	
TOTAL SHEETS	
DRAWN BY	
CHECKED BY	
APPROVED BY	
DATE	

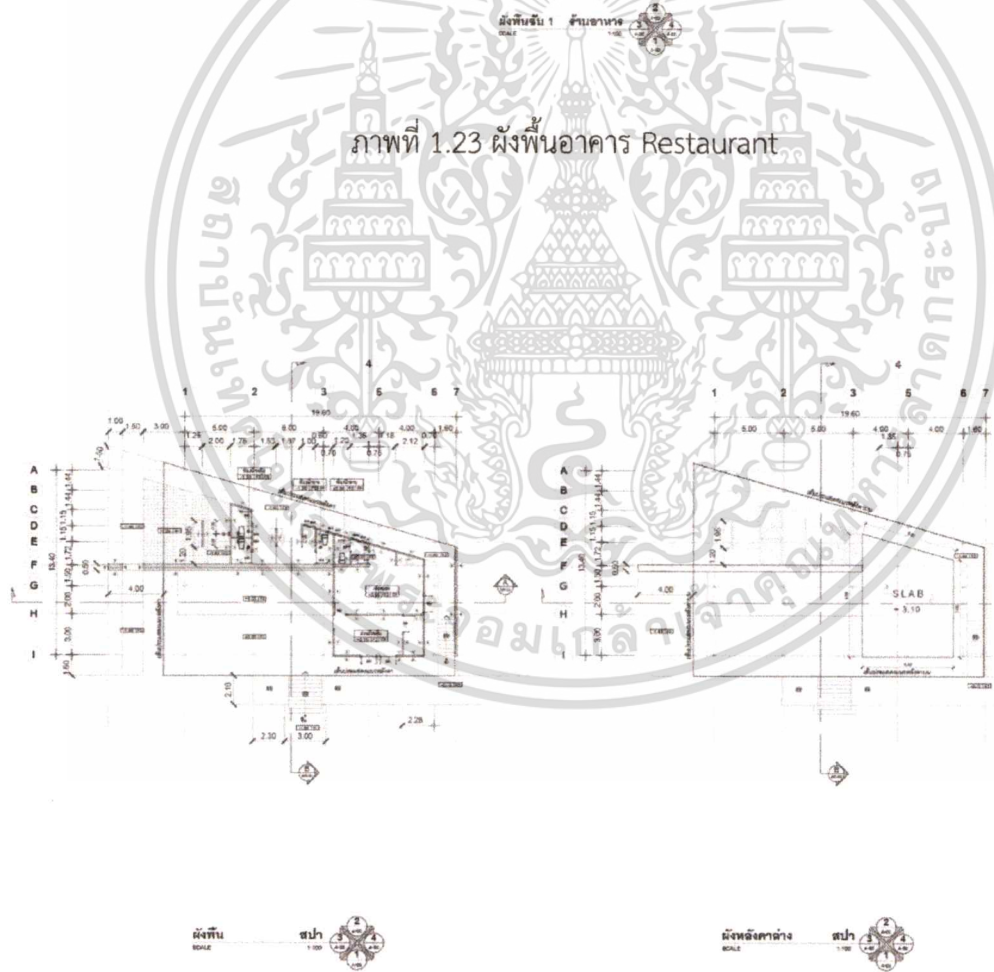
ภาพที่ 1.22 ผังพื้นที่อาคาร Restaurant Services

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



<b>PTV</b>	
PTV ENGINEERING & ARCHITECTURE CO., LTD.	
101/101 หมู่ 10 ซอย 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10310 โทร. 02-511-1111	
COMPANY	www.pvtv.com
PROJECT	AWA RESORT
PROJECT NO.	
DESIGNED BY	สถาปนิก (ส.ท.)
CHECKED BY	สถาปนิก (ส.ท.)
DATE	
SCALE	1:100
PROJECT	
PROJECT NO.	
DESIGNED BY	สถาปนิก (ส.ท.)
CHECKED BY	สถาปนิก (ส.ท.)
DATE	
SCALE	1:100
PROJECT	

ภาพที่ 1.23 ผังพื้นอาคาร Restaurant



<b>PTV</b>	
PTV ENGINEERING & ARCHITECTURE CO., LTD.	
101/101 หมู่ 10 ซอย 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10310 โทร. 02-511-1111	
COMPANY	www.pvtv.com
PROJECT	AWA RESORT
PROJECT NO.	
DESIGNED BY	สถาปนิก (ส.ท.)
CHECKED BY	สถาปนิก (ส.ท.)
DATE	
SCALE	1:100
PROJECT	
PROJECT NO.	
DESIGNED BY	สถาปนิก (ส.ท.)
CHECKED BY	สถาปนิก (ส.ท.)
DATE	
SCALE	1:100
PROJECT	



ภาพที่ 1.23 ผังพื้นอาคาร Spa

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.8 องค์ประกอบของโครงการ

จุดประสงค์ของโครงการ	กิจกรรม	พื้นที่รับรองกิจกรรม
- สนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยว โดยการเพิ่มทางเลือกที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องแฟชั่น	- ได้พักผ่อนไปกับเฟอร์นิเจอร์และห้องพักที่ถูกออกแบบมาอย่างดีของแบรนด์	- บริเวณทั่วทั้งโรงแรม
- สร้างงานและรายได้แก่ประชาชนในจังหวัดตราดและในประเทศ	- มีการจ้างแรงงานท้องถิ่นและประยุกต์ใช้บริบทรอบๆภายในรีสอร์ท	
- สร้างความชัดเจนให้กับแบรนด์ที่เป็นมากกว่าธุรกิจแฟชั่นเสื้อผ้าและของใช้ ตามแนวคิดที่ต้องการนำเสนอในเรื่องของLifestyle	- ใช้จุดด้อยของแบรนด์ให้เป็นจุดเด่นของแบรนด์เช่นการใช้ขนสัตว์จะมาจากสัตว์จากฟาร์มปศุสัตว์ในประเทศ	

## 1.9 ขอบเขตของโครงการและขอบเขตของวิทยานิพนธ์

องค์ประกอบ	ขอบข่าย	ขอบเขต	พื้นที่ (ตร.ม.)
<b>1.ส่วนบริการ (service)</b>			
<b>1.1Front Of The House</b>			
<b>1.1.1ส่วนต้อนรับ</b>			
-Information / bag / waiting area	✓	✓	
-Fendi Boutiuqe	✓	✓	
- Lounge	✓	✓	
- ส่วน พักผ่อน นั่งเล่น Café	✓	✓	
-Restroom	✓		
<b>1.1.2ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม</b>			
- All day dining	✓	✓	
- Pool Bar	✓	✓	
<b>1.1.3ส่วนบริการพิเศษ</b>			
-Bar	✓		
-Spa	✓	✓	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-Swimming Pool	✓	✓	
-Fitness	✓	✓	
-Salon			
-Cigar Room			
<b>1.2Back of the house</b>			
-Service Entrance	✓		
-Staff Facilities	✓		
-Room service	✓		
-Hose keeping	✓		
-Linen room	✓		
-Laundry area	✓		
-Storage	✓		
-Engineering service	✓		
-Parking service	✓		
-Recreation	✓		
<b>2.ส่วนห้องพัก</b>			
- Deluxe	✓	✓	
- Premiere	✓	✓	
- Signature Suite	✓	✓	
- Presidential Suite	✓	✓	
<b>3.สวน</b>	✓		
<b>4.ลานจอดรถ</b>	✓		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

# ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลสนับสนุนโครงการ

## 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ

### 2.1.1 ความเป็นมาของลักษณะโครงการ

โรงแรมตากอากาศ (RESORT) เป็นที่ที่คนเราเดินทางไปพักผ่อนและสนุกสนาน ซึ่งการพักผ่อนนี้มีหลายรูปแบบ อาจจะเป็นเพียงที่นั่งพักผ่อนแดด หรือออกไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ

ตั้งแต่สมัยโบราณ คนชั้นสูงที่มีบ้านพักอาศัยในตัวเมืองมักจะหลบอากาศร้อนหรือหนาวจัดไปพักที่ชนบท ซึ่งทั้งในกรณีที่มีและไม่มีบ้านพักของตนเองในชนบท ล้วนแต่ต้องการสถานที่ที่สงบร่มรื่นและพักผ่อนหย่อนใจในบริเวณนั้น คนชั้นกลางระดับสูงก็เช่นกัน ต้องการท่องเที่ยวออกนอกเมืองในช่วงหยุดงานประจำปี และต้องการบ้านพักนอกเมือง โรงแรมในสถานตากอากาศ (RESORT) จึงถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวนี้

โรงแรมตากอากาศ (RESORT) อาจแบ่งเป็น 2 แบบคือ

โรงแรมตากอากาศ ที่ให้บริการสนทนาการแก่แขกทุกประเภท แขกที่มาพักไม่จำเป็นต้องออกจากโรงแรมไปหาความบันเทิงที่อื่นๆ เลย เพราะตัวโรงแรมในสถานตากอากาศเองเป็นสิ่งจูงใจให้แขกมาพักโรงแรมแบบนี้จะคิดค่าอาหารเช้าวันละ 3 มื้อ รวมไปถึงค่าห้องพัก ระบบนี้เรียกว่า ระบบอเมริกัน (AMERICAN PLAN)

โรงแรมตากอากาศ ที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่พักผ่อนหย่อนใจตามธรรมชาติ โรงแรมพวกนี้บางแห่งอาจมีสระน้ำ ภัตตาคาร และไนต์คลับ ฯลฯ แต่ทำเลที่ตั้งใกล้กับสิ่งเหล่านี้ต่างหากที่ดึงดูดแขกให้มาพักมิใช่ตัวโรงแรมในสถานตากอากาศเอง เมื่อแขกต้องการชมสถานที่ต่างๆ นอกโรงแรมจึงไม่ค่อยกลับมารับประทานอาหารกลางวันที่โรงแรม จึงเสนอให้แขกเลือกระหว่างแบบยุโรป (EUROPE PLAN) คือ การบริการเฉพาะห้องพัก และแบบอเมริกันดัดแปลง (MODIFIED AMERICAN PLAN) ซึ่งบริการห้องพัก และอาหาร 2 มื้อ คือ เช้าและเย็น บางโรงแรมในสถานตากอากาศยังหักค่าอาหารเช้าซึ่งแขกไม่ได้มารับประทานคืนให้อีกด้วย

โรงแรมตากอากาศนี้ เป็นคู่แข่งกันของโรงแรมในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะเรื่องการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง ซึ่งโรงแรมตากอากาศสามารถอำนวยความสะดวกไม่แพ้โรงแรมใหญ่ๆ ในตัวเมือง จะต้อยกว่าก็แค่ด้านห้องพัก ซึ่งมีจำนวนน้อยกว่า แต่เนื่องจากโรงแรมตากอากาศมักจะสร้างเป็นกลุ่มอยู่ใกล้กัน จึงได้เปรียบในการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่มาประชุมที่จะอยู่ในโรงแรมตากอากาศใดก็ได้ แล้วเดินทางไปยังสถานที่จัดประชุมซึ่งอยู่ในละแวกเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโรงแรมตากอากาศ (RESORT)

ลักษณะทั่วไปของโรงแรมตากอากาศ โรงแรมตากอากาศมักอยู่ในบริเวณที่มีภูมิประเทศที่สวยงาม อากาศดี มุ่งบริการด้านที่พัก อาหาร ด้านการบริการ และด้านพักผ่อนหย่อนใจแก่ผู้มาพัก อันได้แก่นักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนจริงๆ เป็นสำคัญ ดังนั้น โรงแรมตากอากาศจึงต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่น ในหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

### ลักษณะทำเลที่ตั้ง

1. โรงแรมตากอากาศควรจะต้องตั้งอยู่ในทำเลที่มีภูมิประเทศที่อำนวยความสะดวกพักผ่อน แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ภูเขา ทะเล แม่น้ำ ทะเลสาบ ป่าไม้ เป็นต้น
2. บรรยากาศของโรงแรมตากอากาศเป็นบรรยากาศที่บริสุทธิ์ ต้องไม่มีสิ่งรบกวน เช่น การจราจร ความแออัดของตึกหมู่บ้านช่อง อาคาร อันก่อให้เกิดการรบกวนประสาทสัมผัสทางการมองเห็นและการได้ยิน

### สภาพแวดล้อม

1. ผู้มาพักจะต้องได้สัมผัสธรรมชาติมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นอากาศบริสุทธิ์จากชายทะเล ป่าเขา สายลม แสงแดด ซึ่งเป็นที่พอใจของผู้เข้ามาพัก ดังนั้น การปรับอากาศจึงไม่มีความจำเป็น อีกทั้งยังเป็นตัวปิดกั้นระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติอีกด้วย
2. กรณีของเสียงก็เช่นเดียวกัน ผนังของโรงแรมตากอากาศไม่จำเป็นต้องเป็นวัสดุกันเสียง เพราะผู้มาพักต้องการสัมผัสกับธรรมชาติอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นเสียงคลื่น ลม น้ำตก เสียงสัตว์ป่า เป็นต้น ยกเว้นห้องบางห้องที่จำเป็น เช่น ไนต์คลับ หรือในสถานเต้นรำ เป็นต้น

3. ลักษณะตัวอาคารจะต้องเข้ากับสภาพแวดล้อม ไม่เป็นตัวทำลายธรรมชาติ เช่น โรงแรมชายทะเล ควรจะสร้างในแนวราบตามลักษณะของชายหาด หรือโรงแรมตามชายเขา ควรมีการลดหลั่นของตัวอาคารให้เข้ากับความลาดชันของเชิงเขา

4. การเน้นด้านมุมมองของผู้มาพัก โรงแรมตากอากาศจะต้องเน้นถึงข้อนี้เป็นพิเศษ เช่น จัดให้มีระเบียงของห้องพักแขกเพื่อพักผ่อนและมีมุมมองทิวทัศน์ที่ดี รวมทั้งส่วนอื่นๆ ของโรงแรม เช่น ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ เป็นต้น จะต้องกลมกลืนสัมพันธ์กับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติอย่างเต็มที่ และเหมาะสมกับการใช้สอย เหมือนการพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติจริงๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้

1. การเลือกวัสดุในการตกแต่งภายใน ควรเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติและท้องถิ่น เพื่อเน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ
2. ห้องน้ำชายทะเล ควรมีระบบระบายอากาศที่ดีและมีที่กรองกรวดทรายไว้เพื่อป้องกันการอุดตันของท่อน้ำทิ้ง

## การอำนวยความสะดวกและกิจกรรมพิเศษ

การจัดตั้งตำแหน่งสระว่ายน้ำของโรงแรมชายทะเลห้องอาบน้ำจืด ควรจัดอยู่ในด้านตำแหน่งที่ติดทะเลมากที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมอาบน้ำทะเลแล้วมาอาบน้ำจืด รวมทั้งผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้า ซึ่งเป็นการสะดวกกว่าที่ผู้มาพักจะต้องกลับไปอาบน้ำที่ห้องพัก และตัวอาคารก็รักษาความสะอาดได้ง่ายอีกด้วย

จัดให้มีกิจกรรมพิเศษเพื่อเสริมด้านนันทนาการ เพลิดเพลินในการพักผ่อนและมีประโยชน์ต่อการพักผ่อน เช่น กิจกรรมทางน้ำ อาทิจากการเล่นเรือใบ ดำน้ำ ตกปลา หรือจัดให้มีสนามกีฬาประเภทต่างๆ เช่น เทนนิส กอล์ฟ เป็นต้น

## ความต้องการพื้นฐานในโรงแรมตากอากาศ (RESORT)

นักธุรกิจโรงแรม สถาปนิก รวมทั้งมัณฑนากรผู้ออกแบบโรงแรม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ถ่องแท้ เพื่อที่ตอบสนองความต้องการนั้นๆ ได้ถูกต้องและสมบูรณ์ อันหมายถึงความสำเร็จในการออกแบบของธุรกิจโรงแรม ซึ่งผลของการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า ผู้เข้ามีความต้องการด้านต่างๆ แบ่งเป็นข้อๆ ดังต่อไปนี้

1. ความสะดวกสบายเป็นอันดับแรกสำหรับผู้เข้าพักทุกคนต้องการ อันหมายถึงความสะดวกสบายทางด้านบริการทุกประเภท ความสะดวกทางด้านสถานที่พัก ตลอดจนความปลอดภัยไร้กังวล
2. ความต้องการที่นอนอ่อนนุ่ม และสีสันทันสวยงามสดชื่น
3. มีที่พักผ่อนหย่อนใจ ทั้งที่เป็นส่วนตัว และไม่เป็นการส่วนตัว คือ บริเวณภายนอกอันเป็นที่พบปะสังสรรค์
4. ต้องการห้องน้ำที่สะอาดอาบน้ำได้สะดวกสบายและบรรยากาศในห้องน้ำสดชื่น มีสุขภัณฑ์ที่อำนวยความสะดวกอย่างพร้อมมูล
5. การติดต่อประชาสัมพันธ์ที่สะดวก พร้อมทั้งการบริการอย่างดีของทางโรงแรม
6. ต้องการพักในราคาที่สมควร
7. ต้องการความสะดวกในเรื่องอาหารการกินและเครื่องดื่ม และถ้าต้องการจะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับประทานอาหารในห้องพักก็สามารถเรียกบริการทางโทรศัพท์ได้ ทั้งอาหารและเครื่องดื่ม ถ้าต้องการเปลี่ยนบรรยากาศนอกสถานที่พัก ทางโรงแรมก็ควรมีร้านอาหารไว้บริการ พร้อมทั้งการอำนวยความสะดวกในห้องพัก และนอกสถานที่ด้วยรสชาติที่ถูกปาก และถูกสุขอนามัยเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

8. ที่เก็บเสื้อผ้า สิ่งที่ต้องการแขวนเพื่อไม่ให้ยับ และเสื้อผ้าที่ต้องการพับเก็บให้มิดชิด เช่น ชุดชั้นใน
9. ใหล้มี่สำหรับเก็บรองเท้าและเครื่องกีฬา ตลอดจนเครื่องใช้ต่างๆ เช่น หมวก กระเป๋า รองเท้า ร่ม ฯลฯ
10. มีที่สำหรับเก็บของมีค่า อาจเป็นโต๊ะหัวเตียง หรือโต๊ะแต่งตัวที่มีกุญแจ
11. มีเครื่องเสียงและเครื่องบันเทิงต่างๆ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์ ตลอดจนหนังสือสำหรับอ่านเล่น
12. มีไฟฟ้าหรือแสงสว่างในที่ที่ต้องการและไม่รบกวนเวลานอน

### องค์ประกอบและการออกแบบร้านอาหาร

การจัดร้านอาหาร

1. การวางผังความสัมพันธ์ระหว่างโต๊ะอาหาร เคาน์เตอร์ คราวและเนื้อที่ใช้สอยอื่นๆ
2. ตำแหน่งทางเข้าออกและประตูเพื่อความสะดวกของลูกค้า
3. วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งโดยเฉพาะวัสดุที่จับปูพื้น
4. การออกแบบวิธีการจัดโต๊ะเก้าอี้ และเครื่องเรือนชนิดอื่นๆ
5. การให้แสงสว่างในส่วนต่างๆ
6. ระบบการระบายอากาศและกลิ่นอาหาร

ทางเข้าร้านอาหารในบริเวณนี้จะต้องคำนึงถึง

- ตำแหน่งนี้จะต้องสัมพันธ์กับทางเข้าภายนอกอาคารเพื่อสะดวกต่อการ ลูกค้า
- การให้แสงเพื่อความเด่นชัดของทางเข้า
- ทางเข้าสามารถที่จะเห็นการโชว์ทำอาหารที่ดึงดูดใจแก่การเข้าใช้
- ทางเดินของลูกค้าและบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การให้แสงสว่าง

โดยทั่วไปควรให้แสงขนาด 35 Lumens ส่วนเคาน์เตอร์เก็บเงินและส่วนโซอาหาร 5 6 Lumens สีที่ใช้ควรอยู่ในโทนร้อนเพื่อเพิ่มความน่ารับประทานอาหารให้แก่อาหาร สำหรับดวงไฟที่ใช้ห้อยจากเพดานควรที่จะมีฝาครอบที่มีความลึกมากพอที่จะปิดหลอดไฟได้

## ระบบถ่ายเทอากาศและกลิ่น

เพื่อป้องกันกลิ่นและควันจากครัว ครัวที่จะมีการระบายอากาศที่นอกเหนือจาก การใช้ระบบปรับอากาศคือมีการติดตั้งเครื่องดูดอากาศหรือระบายอากาศในส่วนการบริการ อาหาร นอกจากนี้แล้วภายในครัวเองควรที่จะมีพัดลมดูดอากาศเองต่างหากเพื่อป้องกัน ควันหรือกลิ่นที่จะเล็ดลอดออกไปข้างนอก

## ฉากกันทางเข้าครัว

โดยปกติการเดินเข้าออกของบริการเพื่อเข้าออกมักจะมีประจำ จึงทำให้เกิดโอกาสที่ ลูกค้าจะเห็นสภาพภายในครัวที่ไม่น่าได้ ดังนั้นทางเข้าครัวจึงน่าจะมีฉากกันและประตู ทางเข้าครัวจะต้องกว้าง

## การจัดลำดับของส่วนบริการ

1. ตำแหน่งของเคาน์เตอร์ต้องสัมพันธ์กับทางเข้าและโต๊ะรับประทานอาหาร
2. ตำแหน่งและความชัดเจนของรายการอาหารที่แสดงไว้และป้ายอื่นๆ
3. เนื้อที่ที่พอกับคนที่แออัดอยู่หน้าเคาน์เตอร์ คนที่มาคนเดียวมักจะมานั่งบริเวณเคาน์เตอร์
4. ที่ว่างทางเข้ามีเพื่อที่เป็นพื้นที่กันชนก่อนที่จะเข้ามาถึงส่วนบริการเพื่อการปรับตัวของลูกค้า
5. พยายามปกป้องและหลีกเลี่ยงการจัดทางเดินที่เดินตัดกลุ่มของโต๊ะอาหาร

## ความสัมพันธ์ของพื้นที่ในส่วนต่างๆ

โดยปกติแล้วการใช้พื้นที่ในการรับประทานอาหารของแต่ละบุคคลจะใช้พื้นที่ประมาณ 16 ตรม. พื้นที่ที่บริการร้อยละ 15 ของพื้นที่รับประทานอาหารทั้งหมด ครัวประมาณร้อยละ 25 ของพื้นที่รับประทานอาหารรวมกับส่วนบริการ พื้นที่สำหรับเตรียมอาหารร้อยละ 15 ของพื้นที่ครัว ที่เก็บอาหารประมาณร้อยละ 25 ของพื้นที่ครัวและที่ทิ้งขยะประมาณร้อยละ 5 ของพื้นที่ครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครัว พื้นที่ครัวทั้งหมดจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

1. บริเวณปรุงอาหาร บริเวณนี้ถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของครัว เพราะใช้เป็นที่ปรุงอาหารไม่ว่าจะเป็น ทอด ปิ้ง ต้ม อบ ย่าง ผัด บริเวณนี้จะแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ
  2. บริเวณเตรียมอาหาร ในส่วนที่สองในครัวเป็นบริเวณที่จัดเตรียมอาหารหลังจากที่นำอาหารเข้ามาในครัว มีข้อคำนึงถึง คือ
    - การเตรียมเนื้อต้องมีอุปกรณ์รองรับ การหันเนื้อ กระดูก จะทำให้เกิดการเลอะเทอะ
    - การเตรียมผักก็มักจะมีส่วนที่เสียต้องทิ้ง จะต้องใช้น้ำเป็นส่วนประกอบในการเตรียม ทำให้เกิดความเลอะเทอะจากน้ำมันในบริเวณที่เตรียม
    - การเตรียมอาหารจำพวกแป้ง ต้องการส่วนที่แห้ง ดังนั้นโดยทั่วไปจึงนิยมแยกส่วน เตรียมอาหารออกจากกันเป็น 4 ส่วน คือ บริเวณเตรียมผัก บริเวณเตรียมเนื้อ บริเวณเตรียมแป้ง และบริเวณเตรียมทั่วไป
3. บริเวณพักอาหาร คือส่วนที่นำอาหารจากส่วนที่ปรุงแล้วไปสู่ส่วนบริการโดย
  - ใช้พนักงานในกรณีที่มีการบริการ
  - ลูกค้ายกไปเองในกรณีที่ช่วยตัวเอง

ในบางแห่งพนักงานในครัวจำกัด หรือเป็นสถานที่บริการขนาดเล็ก บริเวณปิ้งขนมปัง ที่ซิงกาแพ ที่ทำเครื่องต้ม ที่เก็บน้ำแข็ง ตู้เย็นที่เก็บไอศกรีม ทั้งนี้เพื่อลดภาระของพ่อครัว จะให้พนักงานเสิร์ฟเป็นผู้ทำเอง นอกจากนี้ยังรวมส่วนผู้ที่เก็บเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และอ่างล้างมือไว้ด้วย

### ข้อมูลเกี่ยวกับสปา

Spa นั้นมีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “Sanus Per Acque” หมายถึง การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ (Health Through Water) ซึ่งก็คือ การดูแลรักษาสุขภาพโดยใช้น้ำบำบัด ไม่ว่าจะเป็นการอาบน้ำแร่แช่น้ำร้อน กายอบตัวและอบผิวด้วยไอน้ำ

ได้มีผู้กล่าวถึงสปาไว้ในบทความหนึ่งของนิตยสารหญิงไทยว่า สปา หมายถึง การดูแลสุขภาพและพักผ่อน การบำบัดสุขภาพจิตและสุขภาพกายในแนวทางอายุรเวช หรือเวชศาสตร์ เป็นการบำบัดเพื่อการผ่อนคลาย ทำให้เกิดความสุขทั้งกายและจิตใจ

หนังสือ “วาริบำบัด อานุภาพแห่งสายน้ำ” ของนายแพทย์บรรจบ ชุมทสวัตติกุล ได้กล่าวถึงสปาว่า ในยุโรปมีสำนักรักษาด้วยน้ำหลายแห่ง การบำบัดด้วยน้ำมีวิวัฒนาการเป็นร้อยปี และกลายมาเป็นสปาซึ่งเป็นแหล่งรักษาโรคตามแนวธรรมชาติบำบัดที่แพร่หลายไปทั่วโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้ความหมายของสปาแตกต่างกันออกไป แต่เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า สปาน่าจะหมายถึง การใช้น้ำเพื่อการบำบัดทั้งทางร่างกายและผ่อนคลายทางจิตใจ และสปายังถือเป็นการพักผ่อนตามธรรมชาติโดยมีน้ำเป็นปัจจัยสำคัญ

นอกจากนี้ สปายังมีหลักการอื่นๆ ประกอบด้วย ได้แก่ หลักการของประสาทสัมผัสทั้ง 5 ดังนี้

รูป เช่น การสร้างบรรยากาศให้รู้สึกผ่อนคลาย อาจเพิ่มความสดชื่นสดใสด้วยสีเขียวของใบไม้ หรือสีส้มสวยๆ ของดอกไม้

รส เช่น การรับประทานอาหารแบบสปาเมนู ซึ่งนับว่าเป็นการบำบัดร่างกายวิธี

หนึ่ง เช่น การรับประทานผักผลไม้ หรือแม้แต่การดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรอุ่นๆ อย่างเช่น น้ำขิง หรือชาเขียว เป็นต้น เครื่องดื่มเหล่านี้มีคุณสมบัติขับสารพิษที่ตกค้างภายในร่างกายได้

กลิ่นหอม เมื่อมีสีส้มสวยๆ ของดอกไม้และแสงตามมุมต่างๆ แล้ว ก็ต้องมีกลิ่นหอม ตามหลักการของอโรมาเทราพี (Aromatherapy) ด้วย

Aromatherapy หรือ สุนทรบำบัด เป็นศาสตร์และศิลป์ในการใช้น้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติ (Volatile or Essential Oil) ในการบำบัดหรือบรรเทาอาการของโรค โดยอาศัยคุณสมบัติที่มีกลิ่นหอมและระเหยได้ของน้ำมันหอมระเหย ซึ่งโมเลกุลของน้ำมันหอมระเหยสามารถสูดดมเข้าทางช่องจมูก หรือแทรกซึมผ่านผิวหนังไปยังส่วนต่างๆ ของร่างกายและสมองรวมถึงจิตใจ มีผลทำให้การทำงานของระบบอวัยวะต่างๆ ของร่างกายและสมอง รวมไปถึงจิตใจและอารมณ์สมดุล จึงสามารถบำบัดอาการต่างๆ ได้

การใช้สุนทรบำบัดในการรักษาโรค ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญในการเลือกใช้น้ำมันหอมระเหยกับอาการหรือผลที่ต้องการรักษาให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล เพราะน้ำมันหอมระเหยอาจมีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล ทั้งนี้บางคนอาจมีผิวที่แพ้ง่าย วิธีทดสอบว่าแพ้น้ำมันหอมระเหยหรือไม่ อาจทดสอบง่ายๆ ได้โดย การหยดน้ำมันชนิดที่ต้องการใช้ลงบนข้อพับแขน แล้วปิดพลาสติกทิ้งไว้ประมาณหนึ่งวัน วันรุ่งขึ้นให้แกะพลาสติกออก หากไม่มีอาการระคายเคืองใดๆ เกิดขึ้น เราก็น่าจะใช้น้ำมันชนิดนั้นได้อย่างปลอดภัย น้ำมันหอมระเหยที่ทำให้ระคายเคืองผิวหนังได้ง่าย ได้แก่ น้ำมันโรสแมรี่ น้ำมันเวอร์บีนา น้ำมันตะไคร้ น้ำมันเทียน ส่วนน้ำมันที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำในการใช้ก็มีอยู่บ้าง ได้แก่ น้ำมันอบเชย น้ำมันกานพลู น้ำมันเสจ และน้ำมันออร์กานัม เป็นต้น

ชนิดของน้ำมันหอมระเหยและสรรพคุณที่สำคัญ

Lavender ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ไวรัส เพิ่มภูมิต้านทาน คลายเครียด ลดการอักเสบและลดการเกร็งของกล้ามเนื้อเรียบ

Chamomile ลดการอักเสบ แก้อาหาร ช่วยย่อยอาหาร ผ่อนคลาย ลดการซึมเศร้า

Marjoram ลดการเกร็งของกล้ามเนื้อเรียบ ลดการอักเสบ ฆ่าเชื้อโรค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Rosemary กระตุ้นการไหลเวียน ลดความเจ็บปวด ลดการบวม (Decongestant)

Tea Tree ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย รา ยีสต์

Cypress กระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต ฆ่าเชื้อโรค

Peppermint ช่วยย่อยอาหาร ฆ่าเชื้อโรค ลดการบวมของเยื่อจมูก

Eucalyptus ช่วยย่อยอาหาร ฆ่าเชื้อโรค ลดการบวมของเยื่อจมูก

Bergamot คลายเครียด ลดการอักเสบ

Geranium ทำให้อารมณ์และร่างกายได้สมดุล ลดการอักเสบ ฆ่าเชื้อรา

เสียง จะใช้เสียงเพลงแบบที่ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย ไม่ว่าจะเสียงธรรมชาติจากคลื่นลมทะเล เสียงลมพัดกิ่งไม้ ใบไม้ เสียงสายน้ำไหล เป็นต้น

สัมผัส โดยทั่วไปแล้วจะเป็นการนวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ โดยที่นินยมนั้น เป็นการนวดแบบไทย แบบสวีดิช หรือการนวดโดยใช้น้ำมันหอมระเหยที่มีกลิ่นพืชพรรณธรรมชาติที่สกัดออกมาในรูปแบบของน้ำมันหอม เช่น ลาเวนเดอร์ คาโมไมล์ น้ำมันโรสแมรี่ เป็นต้น และนำเอาวารีบำบัด หรือ Hydrotherapy เข้ามาประกอบ โดยมีหลักการที่ใช้น้ำมานวดตัว หรือการใช้สรรพคุณของน้ำ เช่น อุณหภูมิ ความค่อน-แรงของน้ำ ให้พอเหมาะซึ่งให้ประโยชน์ต่างกันออกไป

Hydrotherapy คือ การบำบัดด้วยน้ำ “Hydro” เป็นภาษากรีกโบราณ หมายถึง น้ำ ในปัจจุบันหมายถึงการบำบัดด้วยน้ำจากภายนอก แต่ความหมายดั้งเดิมนั้นหมายถึงการบำบัดภายในด้วย ซึ่งตรงกับภาษาไทยว่า วารี หรือ ธาราบำบัด คือ การบำบัดโดยใช้น้ำแข็งของเหลว และไอน้ำ เพื่อบรรเทาอาการต่างๆ ของการติดเชื้อ อากาศปวดเรื้อรัง และอาการปวดเฉียบพลัน ปัญหาการไหลเวียนของโลหิตและอื่นๆ

นายแพทย์บรรจบ ชุมทสวัตติกุล ได้เรียบเรียงที่มาของวารีบำบัดหรือธาราบำบัดไว้ในหนังสือ “วารีบำบัด อานุภาพแห่งสายน้ำ” ไว้ว่า การใช้น้ำเพื่อเสริมสุขภาพและบำบัดโรคนั้น เป็นศิลป์และศาสตร์ ประการสำคัญอีกแขนงหนึ่งของธรรมชาติบำบัดที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ยุคของกรีกและโรมัน ต่อมาได้มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบ โดยชาวเยอรมัน 2 คน คือ

วินเซนต์ เพรียสนิตซ์ และเซบัสเตียน คไนท์ ตำราเกี่ยวกับการรักษาด้วยน้ำเล่มแรกนั้น มีขึ้นในปี ค.ศ. 1886 ที่รัฐบาวาเรีย โดยบาทหลวงเซบัสเตียน คไนท์ ซึ่งแต่เดิมนั้นเป็นเด็กหนุ่มที่สุขภาพอ่อนแอ เขาได้ยื่นคำเล่าขาน เรื่องการบำบัดด้วยน้ำเย็นเพื่อเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง จึงได้ออกไปว่ายน้ำทุกวัน ระยะแรกเฉพาะในฤดูร้อน ต่อมาเขาว่ายน้ำแม้กระทั่งกลางฤดูหนาวที่มีหิมะ โปรยปราย ไม่นานนักเขาก็มีสุขภาพที่เยี่ยมยอด แต่ด้วยสภาพความเป็นอยู่ที่แร้นแค้นของผู้คนในแคว้นบาวาเรีย เขาจึงได้เขียนหนังสือชื่อ “การรักษาด้วยน้ำ” เพื่ออุทิศแด่คนจนผู้ด้อยโอกาส เพียงระยะเวลา 10 ปี งานเขียนภาคภาษาอังกฤษของเขาได้รับการตีพิมพ์ซ้ำถึง 50 ครั้ง ต่อมาในปี ค.ศ. 1906 ดร.เอช เคลลอร์ก์ ในสหรัฐอเมริกา ได้เขียนตำราเรื่อง “หลักวิทยาศาสตร์แห่งวารีบำบัด” นับเป็นตำราการรักษาด้วยน้ำทางวิทยาศาสตร์เล่มแรก และใช้เป็นตำรามาตรฐานกระทั่งปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลไกการทำงานของวารีบำบัดจะขึ้นอยู่กับรูปแบบที่ใช้ ตัวอย่างเช่น

- อ่างน้ำ ช่วยบรรเทาหลายอาการรวมทั้งริดสีดวง รอยแตกบริเวณเยื่อบุทวารหนัก และการติดเชื้อในช่องคลอด
- การลอยตัวในสระหรืออ่างพิเศษ สำหรับผู้ป่วยโรคข้ออักเสบหรือเป็นอัมพาต ช่วยในการบริหารข้อ ซึ่งปกติเคลื่อนไหวยากและเจ็บปวด
- การอาบน้ำผสมยาในอ่างน้ำอุ่นหรือน้ำร้อน ช่วยในการเผาผลาญของเนื้อเยื่อของร่างกายที่อยู่ใต้ผิวหนังหรือทำให้ระบบไหลเวียนโลหิตดีขึ้น โดยการเพิ่มการไหลเวียนของเลือดมาสู่ผิวหนัง
- การอบไอน้ำ ช่วยรักษาอาการคัดจมูกและบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อและข้อแข็ง
- การประคบน้ำแข็ง ช่วยลดอาการบวมอักเสบที่เกิดจากการฟกช้ำ บาดเจ็บจากการเล่นกีฬา หรือถอนฟัน
- การใช้ผ้าเปียกและอุ่นปิดแผล ช่วยให้หัวฝีสุก ทำให้แตกเองหรือเจาะออกได้
- การใช้ผ้าขนหนูเปียกและเย็นพันตัวผู้มีความร้อนสูง เพื่อให้อุณหภูมิร่างกายลดลงอย่างรวดเร็ว เป็นวิธีที่ได้ผลในกรณีฉุกเฉิน

นอกจากนี้ยังมีศาสตร์บำบัดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกันกับสปา เช่น Balneotherapy, Thalassotherapy และ Phytotherapy

Balneotherapy (บัลเนโอเทอราพี) คือ การบำบัดด้วยน้ำแต่มีการเพิ่มแร่ธาตุ น้ำมันและน้ำมันหอมระเหย ส่วนใหญ่จะเป็นสถานพยาบาล มีมากในยุโรป

Thalassotherapy (ทาลาสโซเทอราพี) คือ การบำบัดโดยใช้น้ำทะเล และผลผลิตจากท้องทะเล ไม่ว่าจะเป็นสาหร่ายสกัด เกลือและแร่ธาตุ

Phytotherapy (ไฟโตเทอราพี) คือ ศิลปวิทยาในการบำบัดด้วยการผสมผสานพืชสมุนไพร

Spa เป็นรูปแบบผสมผสานของการอาบอบนวดกับร้านเสริมสวย มีทั้งหมด 7 รูปแบบ คือ

1. spink spa หรือ spring Spa คือ บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ
2. Hotel and Resort spa คือ spa ที่อยู่ตามโรงแรม เป็นที่พักต่างอากาศ เน้นเรื่องการออกกำลังกาย ความสุขสบาย มีบริการอาหาร
3. Day spa คือ Spa ที่เน้นในเรื่องความสวยความงาม ส่วนใหญ่เป็นสถานที่เดี่ยว ๆ แยกจากรีสอร์ทให้บริการบำบัด เพื่อสุขภาพกระจายทั่วไปตามอาคาร ในสำนักงานหรือห้างสรรพสินค้า
4. Club Spa คือ Spa ในรูปแบบของสโมสรให้บริการในเรื่องออกกำลังกาย
5. Destination Spa คือ Spa ที่เน้นเสริมสร้างทางด้านสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. Zecusce Spa หรือ cruise Ship Spa คือ บ่อน้ำแร่บนเรือสำราญ เน้นการออกกำลังกายและความสุขสบาย

7. Medical Spa เป็นบริการของกลุ่มบุคคล หรือชมรมที่มีแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ ให้บริการสุขภาพและการแพทย์แบบครบวงจร ในบรรยากาศที่ผสมผสาน ด้วยการอาบน้ำแร่กับการบำบัดรักษาแผนโบราณ

ธุรกิจ Spa ในเมืองไทยนั้นกำลังเป็นที่นิยมมากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา และเติบโตอย่างรวดเร็ว

ส่วนใหญ่อยู่น้อยอยู่ในประเภท Day Spa ที่เน้นไปในเรื่องของ ความสวยความงามต่างๆ ซึ่งบางรายก็ไม่ต้องจดทะเบียนตามกฎหมายเกี่ยวกับเรื่องนี้ นายแพทย์ธานีทร สนิธิรักษ์ ผู้ศึกษาเรื่อง Spa มากกว่า 2 ปี ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการธุรกิจ Spa ว่า “Spa เป็นการแพทย์แขนงหนึ่ง เพราะฉะนั้นการแพทย์เป็นอะไรที่ไม่ใช่การบริการเหมือนธุรกิจประเภทอื่น บริการ Spa อาจอยู่ที่โรงพยาบาล คลินิก หรืออยู่ตามโรงแรม รีสอร์ท ก็ต้องมีผู้เชี่ยวชาญหรือแพทย์คอยให้การดูแล หรือ คอยให้คำแนะนำอยู่ด้วย บริการทางการแพทย์ต้องคำนึงหลักคุณธรรม จริยธรรมเป็นหลัก”

จากคำกล่าวนี้จะเห็นได้ว่า สปานั้นเป็นมากกว่าการบริการธรรมดา เพราะต้องมีการแพทย์ควบคุม และมีเรื่องของสุขภาพเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ที่สำคัญคือสปานั้นมีข้อจำกัดบางประการสำหรับผู้ที่เป็นโรคประจำตัว เช่น โรคหัวใจ ความดันโลหิตสูง หรือหอบหืด เป็นต้น

สปาบางแห่งเปิดบริการขึ้นมา แต่ไม่มีแพทย์ดูแล และบริการบางอย่าง เช่น การใช้บริการ อ่าง Hydrotherapy จะทำให้มีการขับเหงื่อออกมามาก ทำให้หัวใจและชีพจรเต้นเร็วขึ้น จึงไม่เหมาะต่อผู้ป่วยที่เป็นโรคตับ โรคไต โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจและหอบหืด หรือแม้แต่มะเร็งก็ควรมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคอยควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการสปาควรมีคำนึงถึงสุขภาพของผู้ใช้บริการและผลที่จะตามมา ไม่ใช่เพียงแต่ต้องการผลประโยชน์ของตนเอง

การใช้บริการสปานั้นยังมีข้อจำกัดอย่างอื่นอีก โดยเฉพาะในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจเพื่อความงามหรือเพื่อสุขภาพอื่นๆ ทั้งนี้เป็นเพราะวัสดุหรือแม้แต่อุปกรณ์ใช้ล้วนนำเข้ามาจากต่างประเทศ นอกจากนั้นก็เป็นข้อจำกัดเกี่ยวกับเวลา การทำสปา แต่ครั้งนั้นต้องใช้เวลาค่อนข้างมาก ในแต่ละขั้นตอนของการทำสปาต้องมีเวลาพักเพื่อที่จะใช้บริการ

สปาเหมือนเป็นแพชั่นอย่างหนึ่งซึ่งเมื่อถึงจุดอิ่มตัวแล้วก็ต้องเปลี่ยนหรือมีสิ่งอื่นขึ้นมาแทนที่ การเปิดสปานี้ขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินการว่าจะมีความตั้งใจว่าต้องการทำจริงหรือไม่ หากเปิด ตามกระแสก็อาจต้องปิดตัว ที่ต้องระวังคือ สปาบางแห่งมีการเปิดบริการและขายเป็นคอร์ส เช่น 10 ครั้ง 20 ครั้ง แล้วก็คิดเงินเป็นก้อน เพื่อเป็นการช่วยลูกค้าเฉลี่ยจ่ายต่อครั้งราคาถูกลง แต่ต้องซื้อจำนวนครั้งที่มากขึ้น ซึ่งเรื่องนี้ นายแพทย์ธนพล ทองประเสริฐ ก็ได้กล่าวไว้ว่าเคยมีผู้ดำเนินการสปาที่เปิดกิจการเพื่อรับเงินจากลูกค้าแล้วปิดกิจการหนีไป ผู้บริการจึงต้องใช้วิจารณญาณเป็นอย่างยิ่งในการเลือกซื้อบริการประเภทนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.2 ประเภทของโครงการ

โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel)

## 2.1.3 ลักษณะเฉพาะของโครงการ

เป็นรูปแบบของ Fashion Resort ที่นำ ภาพลักษณ์ของแบรนด์แฟชั่นที่มีชื่อเสียงของอิตาลี ที่มีความหรูหรา ภายใต้ชื่อแบรนด์ FENDI มาใช้ภายในรีสอร์ททั้งภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของแบรนด์ ความพิถีพิถันของการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ การออกแบบ และการให้บริการ โดยให้แบรนด์เป็นตัวสื่อสาร ผสมกับ ความเป็นรีสอร์ท หรือ โรงแรมตากอากาศ ซึ่งเป็นสถานที่ ที่ควรแก่การพักผ่อน "การพัฒนาทางด้านแฟชั่นของประเทศในภูมิภาคเอเชียหรือประเทศไทยนั้น แตกต่างจากประเทศที่เป็นศูนย์กลางเช่นในยุโรป แม้จะมีความพยายามทั้งจากภาครัฐและเอกชนในการสร้างความตื่นตัวทางด้านแฟชั่น ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จ เหตุผลอย่างหนึ่งคือ หลายๆประเทศในภูมิภาคนี้ยังเป็นประเทศที่ยากจน ในขณะที่แฟชั่นชั้นสูงเป็นเรื่องของผู้มีฐานะ ประกอบหลายประเทศในภูมิภาคนี้เคยตกเป็นอาณานิคมของชาติตะวันตก ถูกครอบงำโดยอารยธรรมของผู้ปกครองมานาน ผู้คนในประเทศถูกสั่งสอนให้เชื่อว่าการตามอย่างฝรั่งเป็นเส้นทางสู่ความเจริญ ทั้งในด้านการใช้ชีวิต ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ และเทคโนโลยีต่างๆ จึงทำให้เกิดความอ่อนด้อยในเรื่อง ORIGINALITY มุ่งแต่จะเลียนแบบจากผู้นำที่เป็นชาติตะวันตกมากกว่าสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นจากความคิดหรือรากเหง้าของตนเอง ทำให้การพัฒนาทางด้านศิลปะไม่โดดเด่น

"แม้แต่สิงคโปร์ ญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่เจริญมากของภูมิภาคนี้ ก็ไม่ประสบความสำเร็จในด้านแฟชั่น เพราะคนเอเชียส่วนใหญ่เห่อของนอก ยกตัวอย่างดีไซเนอร์ชื่อดังของญี่ปุ่น ถ้าทำงานอยู่แค่ในญี่ปุ่นก็ไม่ดัง ต้องไปทำงานต่างประเทศเพื่อชูปตัว เช่น ฝรั่งเศสหรืออเมริกา จึงจะสามารถกลับมาเป็นที่ยอมรับได้ในประเทศของตัวเอง

"ในประเทศไทย คนส่วนใหญ่ยากจนไม่มีโอกาสทางการศึกษาหรือออกไปรับรู้อารยธรรมจากภายนอก หากรัชกาลที่ 4 ไม่ทรงส่งพระโอรสพระธิดาไปเมืองนอก หรือ รัชกาลที่ 5 ไม่เสด็จประพาสยุโรป ไม่ได้ไปเห็นบ้านเมืองที่วางผังและออกแบบตกแต่งอย่างดี ไม่ได้เห็นผู้คนที่แต่งกายอย่างสวยงาม คนไทยก็อาจจะยังนั่งเฝ้ากระเบน กินหมากอยู่แบบเดิม

"ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารก้าวล้ำนำหน้าอย่างในปัจจุบัน ข้อมูลข่าวสารของทั่วโลกสามารถรับรู้ได้ทั่วถึงกันหมด แต่เป็นไปไม่ได้ที่ชาวยุโรปซึ่งเห็นแฟชั่นของไทยจะหันมาเอาอย่างคนไทย มีแต่คนไทยที่ยังอาศัยเทคโนโลยีในการรับอิทธิพลทางวัฒนธรรมและลอกเลียนแฟชั่นจากตะวันตก ตอนนี้อาจเห็นว่าคนทั้งโลกแต่งตัวคล้ายๆกัน คนอเมริกันก็แต่งตัวเหมือนกับคนไทย แต่คนไทยกลับเป็นฝ่ายลอกเลียน ชอบเอาอย่างต่างชาติ เกิดลัทธิเอาอย่างขึ้นในบ้านเรา

## 2.1.4 องค์ประกอบพื้นฐานของโครงการ

### 2.1.4.1 Hotel Entrance

ทางเข้าของรีสอร์ทจะเป็นจุดแรกที่แขกผู้มาใช้บริการได้พบเห็น หรือเป็นทางเข้าส่วนเข้าของส่วนสำนักงาน และส่วนบริเวณภายในโรงแรมแบ่งได้เป็น

- **Main Entrance**

เป็นทางเข้าหลักของผู้มาใช้บริการ ควรมีลักษณะที่เด่นเห็นได้ชัดและแสดงออกถึงการ เชื้อเชิญรวมทั้งบรรยากาศที่ดีสามารถเข้าถึงที่จอดรถ และตรงไปส่วนต้อนรับ Reception ได้สะดวก สำหรับทางเข้าที่ยกระดับขึ้นเพื่อเน้นความสำคัญควรจัด GAGR Reception ระดับริมถนนเพื่อบริการขนกระเป๋าให้แขกสำหรับทางลาดที่เหมาะสม 1:10 หรือ 1:20

- **Secondary Entrance or sub Entrance**

เป็นทางเข้าสำหรับบุคคลภายนอกที่ไม่ได้เข้าพักในโรงแรมแต่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม เช่น เข้ามารับประทานอาหาร เข้ายืมอุปกรณ์ค่าน้ำ ติดต่อกาน

### 2.1.4.2 Public Area

- **Lobby (โถงต้อนรับ)**

เป็นส่วนที่ติดอยู่กับทางเข้าโรงแรมเป็นศูนย์กลางของอาคาร สามารถเชื่อมเข้ากับส่วนต่างๆ อาทิ Lobby,Lounge,Coffee Shop หรือส่วนบริการอื่นๆขนาดของ Lobbyขึ้นอยู่กับขนาดของรีสอร์ท เนื้อที่

Main Lobby 0.8-1.0 ตร.ม / ห้อง

Combined Lobby / Luggage Area 0.9-1.2 ตร.ม / ห้อง

ในส่วนของLobby ใกล้กับแผนกต้อนรับ Front Office มีส่วน Bell Boy ทำหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับการขนสัมภาระให้แขกที่มาพัก ตำแหน่งที่ทำการใกล้พนักงานต้อนรับ ส่วนนี้จะติดต่อบaggage Storage 0.02-0.05 ตร.ม./ ห้องพัก เพื่อขนสัมภาระเข้าไปเก็บไว้ในกรณีที่แขกมาในลักษณะ Baggage Tour คือ ส่งสัมภาระบางส่วนไว้ ไม่นำเข้าห้องพัก อาทิ อุปกรณ์ ค่าน้ำ นอกจากนี้ยังมีโทรศัพท์สาธารณะ โทรศัพท์ภายในสำหรับติดต่อแขกภายในห้องพัก มีห้องน้ำบริการสำหรับแขก

- ส่วนห้องน้ำบริการ

เครื่องสุขภัณฑ์	แหล่งอ้างอิง	สำหรับผู้ชาย	สำหรับผู้หญิง
โถส้วม(Water Closet)		1 ที่ : 100 คน	1 ที่ : 50 คน
โถปัสสาวะ (Uniral)		1 ที่ : 25 คน	
อ่างล้างหน้า (Lavotary)			1 ที่ : 1-25 คน 2 ที่ : 25-35 คน 3 ที่ : 36-65 คน 4 ที่ : 56-100คน 5ที่ : มากกว่า100คน

ขนาดพื้นที่ห้องน้ำรวม เส้นทางสัญจร

สุขภัณฑ์	พื้นที่ตารางเมตร
โถส้วม(Water Closet)	3.0
โถปัสสาวะ (Uniral)	1.3
อ่างล้างหน้า(Lavatory)	1.5
ผ้าเช็ดหน้า (Napkin)	1.1

### 2.1.4.3 Food and Beverage Space

ส่วนบริการอาหารเครื่องดื่มแก่แขกที่เข้ามาพักตลอดจนผู้มาใช้โครงการโดยจัดบริการดังนี้

- Restaurant

เป็นส่วนบริการอาหารทั้ง 3 มื้อแก่นักท่องเที่ยว เปิดบริการตั้งแต่ 10.00-22.00 น ควรตั้งอยู่บริเวณที่มีวิวทัศนที่สวยงามและต่อเนื่องครัวใหญ่ เพื่อความสะดวกในการขนส่งอาหาร ควรออกแบบให้สะดวกในการขนส่งอาหาร และทางเข้าที่สะดวก ตามปกติแขกที่มาพักใช้บริการห้องอาหารไม่พร้อมกันทั้งหมด ขนาดของห้องอาหารคิดเป็น 30-40% ของจำนวนแขกที่พักเต็มอัตราคือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0.6 ที่นั่ง- 1 ห้องพัก โดยพื้นที่ 1.1ตร.ม./1 ที่นั่ง ดังนั้น คิดเป็น  
 0.6x54=32 ที่นั่ง พื้นที่ 1.1x54 = 59.4 ตร.ม.  
 สำหรับแขก 6 คน/โต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 35.4  
 สำหรับแขก 2 คน, 4 คน/โต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 34.9,26.3  
 ทั้งนี้อัตราร้อยละเป็นไปตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว

### ● Cocktail Lounge

เป็นส่วนบริการนันทนาการจัดให้อยู่ใกล้ส่วน Lobby เน้นการตกแต่ง และบรรยากาศนั่งเล่นแบบไทย และเสียงเพลงเบาๆในบางครั้งแขกสามารถสั่งเครื่องดื่มโดยมีบริการมาบริการ

คิดเป็น0.8 ที่นั่ง / ห้องพัก พื้นที่ 0.455 ตร.ม./ที่นั่ง ดังนั้น คิดเป็น  
 0.8 x 54 = 43 ที่นั่ง พื้นที่ 0.455 x 43 = 19.65 ตร.ม.

- Women's Toilet and Men's Toilet ในส่วนนี้จะมีชุดเดี่ยว คือ Main Dining Room และ Coffee Shop ซึ่งจะใช้ Toilet เดียวกันมีห้องทำอุปกรณ์ทำความสะอาดโดยคิดจากจำนวนเก้าอี้

### ตารางแสดงจำนวนชุดสุขภัณฑ์ต่อปริมาณผู้ใช้ในส่วน Food & Beverage

จำนวนเก้าอี้บริการ	จำนวนชุด
10-24	2
25-49	3
50-74	4
75-100	5

ส่วนเกิน 100 คิดจำนวน 1 ชุด/30 ที่นั่ง

หมายเหตุ 1 ชุด ห้องน้ำชายประกอบด้วย 1 โถส้วม 1อ่างล้างหน้า 1 โถปัสสาวะ

1 ชุด ห้องน้ำหญิงประกอบด้วย 1 โถส้วม 1อ่างล้างหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.1.4.4 Administration Department (ฝ่ายบริหาร)

- Front Desk and Front office

หน้าที่เป็นศูนย์กลางการควบคุมกิจกรรมต่างๆของโครงการเป็นจุดที่แยกออกผู้ที่ต้องการมาติดต่อธุรกิจในโรงแรมจะต้องมาส่วนนี้ก่อนและยังเป็นส่วนที่ควบคุมการเข้าออกของแขกด้วย ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้

- ส่วนต้อนรับและลงทะเบียนแขก (Guest Reception)
- ส่วนไปรษณีย์และเก็บกุญแจ (Mail and Keys)
- ส่วนเก็บเงิน (Cashier)
- ส่วนการสำรองห้องพัก (Arrange Reservation)
- ส่วนแลกเปลี่ยนเงินตรา (Money Exchange)
- ส่วนโทรศัพท์ (Telephone Operation, Sound and Massage Relays)

#### ส่วนต้อนรับและบริการแขก (Guest Reception)

หน้าที่ต้อนรับแขกและเป็นจุดติดต่อสอบถามของผู้มาใช้บริการในโครงการควรอยู่บริเวณที่เห็นได้ง่าย แผนกทะเบียนจะใกล้แผนกสำรองห้องพักและแผนกการเงิน เพื่อสะดวกในการดำเนินงาน

เนื้อที่บริเวณ Front Office 0.093 ตร.ม. / ห้องพักขนาดความยาว Counter คิดดังนี้

Room	Desk length (a) (m) (ft)	Station (b)	Area (c) (m) (ft)
50	3 10	1 - 2 (d)	9.3 100
100	4.5 15	2 - 3	14.0 150
200	7.5 25	3 - 4	23.2 250
400	10.5 35	4 - 5	32.5 350

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Note (a) Including concierge – information section. In larger hotels this may be separate desk

(b) For registration and cashier services. The central station are made adaptable to serve both function as required

(c) Area of desk, work space and back fittings (excluding guest areas)

(d) Multipurpose use – including telephone exchange.

ที่มา Fred Lawson, (1995) Hotels and Resorts : Planning, Design and Refurbishment P207

### Front Office

Area / Room	Office	Location
Front office 0.65 m x n	Reception area	Adjacent to front desk
ตั้งพื้นที่ส่วน Front Office	Front office manager	
29.25 ตร.ม.	Secretaries : reception, mail	
	Credit manager	
	Court room	
	Cashier	
	Safe deposit area	
	Telephone operator	
	Computer room	
	Fire central room	
	Accountant	
	Controller	
	Payroll manager	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Accountancy room	
	Secretaries	

ที่มา : Fred Lawson, (1995) Hotels and Resorts : Planning, Design and Refurbishment P209

### ความสัมพันธ์ของการบริการส่วนหน้า

(Relationship between front desk service and back up service)

Front desk service	Back service
	Fire control room Meters and records Comptroller Accountant, cashier
Cashier	Safe deposit and vault Telephone operator
Mail, Keys message	Paging and communication Front office manager Computer operations Reservation Office
Registration	Mail sorting, copy Stationary store, records
Information	Typing and clerical office Reception

ที่มา : Fred Lawson, (1995) Hotels and Resorts : Planning, Design and Refurbishment P207

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### Executive Office

Area / Room	Offices	Location
Executive offices	Reception area	
0.25m x m <sup>ดังนั้นพื้นที่</sup> executive		
11.25	General manager	Accesible to front office but May be sited on different floor
	Food and beverage manager	

ที่มา : Fred Lawson, (1995) Hotels and Resorts : Planning, Design and Refurbishment P.207

### Sale and Catering

Area / Room	Office	Location
Sale and Catering	Reception area, secretaries	
	Sales Office	
	Sales and marketing Manager Interview – Meeting Room	Preferable accessible to the Banquet – conference area

ที่มา : Fred Lawson, (1995) Hotels and Resorts : Planning, Design and Refurbishment P.209

เป็นส่วนทำงานของฝ่ายขาย ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายโฆษณา และงานเลขานุการต่างๆ

- ห้องประชุม (Conference Room) เป็นห้องสำหรับเจ้าหน้าที่บริหารชั้นสูงและคณะกรรมการโรงแรม  
ตำแหน่งเข้าประชุมปรึกษาหารือ วางแผนงาน นโยบาย ขนาดความจุ 20 คน พื้นที่ใช้สอย 2.5 ตร.ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.4.5 Food Preparation

ส่วนบริการของส่วน Restaurant และ Lobby Lounge บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่แขกที่มาพัก ภายในโครงการ ประกอบด้วย

- **Main Kitchen (ครัวใหญ่)**

เป็นส่วนปรุงอาหารที่จะส่งไปบริการส่วนต่างๆ ของโรงแรมและ Lobby Lounge หรืออาจรวมไปถึง ห้องอาหารสำหรับพนักงานด้วยดังนั้นจึงต้องอยู่ในบริเวณที่สามารถบริการได้สะดวกที่สุด สามารถส่งไปยังแผนกต่างๆได้สะดวก รวดเร็ว ไม่ขัดกับทางสัญจรของแขกผู้มาพัก

พื้นที่ใช้สอย 0.7 / Seat ในการหาพื้นที่ครัวได้รวมส่วน Lobby Lounge พื้นที่ รวมเป็นดังนี้ 90 x 0.7 = 63 ตร.ม.

ส่วนครัวประกอบด้วยส่วนสำคัญ คือ

- **ส่วนเตรียมอาหาร ( Preparation Area )**

เป็นบริเวณเตรียมเครื่องปรุง ทำความสะอาด ล้างผักและเนื้อก่อนปรุง เป็นส่วนสำคัญเพราะพ่อครัว จะต้องใช้อยู่เสมอ ไม่ว่าจะอยู่จุดไหนก็ตาม จะต้องคำนึงถึงแสงสว่างและอากาศถ่ายเทเพียงพอ บริเวณนี้ ประกอบด้วยโต๊ะอาหาร ตู้เก็บของพวกเซียง ผักก้นเป็อน

- ส่วนเนื้อสัตว์และการเตรียม (Meat Preparation) คิดเป็น 4% ของพื้นที่ครัว
- ส่วนผักสดและการเตรียม (Vegetable Preparation) คิดเป็น 7% ของพื้นที่ครัว
- ส่วนอาหารแช่เย็น (Cool Foods) คิดเป็น 10% ของพื้นที่ครัว

- **ส่วนปรุงอาหาร (Cooking Area)**

เป็นบริเวณปรุงอาหารมีผู้ช่วยเป็นลูกมือ (Commit) ในการหันผัก ล้างต่างๆแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. **ครัวย้อน (Hot Kitchen)** คือ แผนกผัด ทอด นึ่ง อบ เป็นอาหารร้อนอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบอาหาร เช่น เตา แก๊ส เตาอบ เตาอุ่นอาหารให้ร้อน อ่างล้างมือ ล้างภาชนะหลายชุด โต๊ะวางอาหาร ตู้เก็บอุปกรณ์ชุดครัว
2. **ครัวยื่น (Cool Kitchen)** คือแผนกอาหารที่ความเย็นประเภทสลัด HOR-D'S OEUVRE SAUCE เป็นอาหารที่ต้องใช้ความเย็นอยู่เสมอ จำเป็นต้องใช้ผักและการแกะสลัก ผัก ผลไม้ พับ เนย และการแกะสลักอีกด้วยส่วนปรุงอาหารนี้คิดพื้นที่ใช้สอยเป็น 12% ของพื้นที่ครัว

- **ส่วนเก็บอาหาร (Storage Area)** แบ่งเป็น 5 ส่วน

- Dry food storage 30% ของพื้นที่ครัว
- Refrigerated food storage 25% ของพื้นที่ครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Frozen food storage 10% ของพื้นที่ครัว
- Beverage storage 15% ของพื้นที่ครัว
- Refrigerated beverage storage 5% ของพื้นที่ครัว
- Non storage (Paper service) 15% ของพื้นที่ครัว

- **Food controller**

เป็นส่วนพนักงานตรวจเช็คอาหารออกจาก storage

- **Washing Area**

เป็นส่วนบริเวณล้างภาชนะ ถ้วย ชาม ช้อน ส้อมต่างๆ ใช้เครื่องล้างภาชนะแยกกันในแต่ละชนิด โดยมีควบคุมตรวจสอบ และในส่วนนี้ยังรวมแผนกส้วมด้วย แผนกรักษาความสะอาดภายในครัวต่างๆ ได้แก่

- หัวหน้าส้วม
- พนักงานล้างจาน ชาม แก้ว ฯลฯ
- พนักงานทำความสะอาดเครื่องต้มต่างๆ
- พนักงานทำความสะอาดครัว

ส่วน Washing Area ของพื้นที่ครัว

- **Dispenser Bay**

เป็นส่วนตรวจเช็คอาหาร เป็นส่วนหน้าสุดของครัวสำหรับเช็คอาหารไปเสิร์ฟ

- **Chef Office**

เป็นส่วนทำงานของหัวหน้าพ่อครัวชำนาญด้านอาหารและเครื่องต้มมีหัวหน้าคนครัวคอยควบคุมกิจการภายในทั้งหมด

- **Bake shop**

สามารถจัดอยู่ในส่วนหนึ่งยอดครัวหรือแยกต่างหาก (ในโรงแรมใหญ่มักแยกออกต่างหาก) อุปกรณ์ที่ใช้ทำ Bakery ประกอบด้วยเครื่องอบ ชั้นเก็บขนมปัง เครื่องบด เครื่องตีไข่ เครื่องผสม โตะทำขนม อ่างล้างพร้อมตู้และห้องเย็น สำหรับเก็บอาหารสำเร็จรูป

#### 2.1.4.6 General Service Area

พื้นที่ส่วนนี้เป็นส่วน Productive Space ของโครงการประกอบด้วย

- a. Receiving and Storage
- b. Employee Area
- c. Laundry and House Keeping
- d. Engineering and Maintenance work shop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## e. Mechanical Area

## 2.1.4.7 Receiving and Storage

เป็นทางเข้าด้านหลังโครงการ ควรมีจุดเดียว เพื่อสะดวกในการควบคุม แบ่งเป็น 2 ส่วน

- ทางเข้าพนักงาน พนักงานทุกคนจะต้องเข้าออกทางนี้โดยมียามรักษาการเป็นผู้ควบคุม เพื่อป้องกันคนแปลกปลอม พนักงานทุกคนต้องกักรเวลาที่เข้า- ออกที่เครื่อง Time Keeper
- ทางเข้าสิ่งของที่ทางโครงการจัดซื้อโดยพื้นที่ส่วนนี้มีการควบคุมการเข้าออกเช่นกัน จัดซื้อ อาทิ อาหาร อุปกรณ์

- **ที่จอดรถสินค้า (Truck store)**

เป็นที่ส่งของขนาดใหญ่ 4-6 ล้อ เช่น รถขนอาหาร เครื่องดื่ม รถขนขยะ กำหนดให้ใช้จอดได้ครั้งละ 1-2 คัน เนื้อที่ 50 ตร.ม. / คัน

- **ลานรับส่งของ (Loading Platform)**

เป็นบริเวณขนถ่ายสิ่งของลงจากรถ โดยเป็นลานสูง 0.90 – 1.20 ม. เพื่อความสะดวกในการขนย้าย จะต้องติดกับ Receiving Area ได้โดยตรงพื้นที่ เพื่อทำการตรวจเช็คสิ่งของเข้าออกได้สะดวก พื้นที่ 20.0 – 30.0 ตร.ม.

- **บริเวณรับของ (Receiving Area)**

แผนกรับสินค้าเป็นบริเวณพักส่งของเพื่อรอการตรวจเช็คก่อนจะส่งไปแผนกต่างๆ ควรติดกับขานส่งออก และทางเข้าออกของส่วนบริการ เนื้อที่ 0.148 ตร.ม. / ห้องพัก ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่  $0.148 \times 90 = 13.32$  ตร.ม.

- **แผนกเก็บขยะ**

จะต้องรับสภาพกลิ่นเหม็นและสภาพที่ไม่น่าดู ใช้พื้นที่ 0.069 ตร.ม. / ห้องพัก

- ส่วนแยกชนิดขยะ (Garbage sorting area)
- ส่วนขยะแช่เย็น (เพื่อมิให้บูดเน่า) (Refrigerated storage)
- ส่วนเก็บขยะแห้ง (Trash storage)
- ส่วนเก็บขวดเปล่า (Empty bottle storage)

- **แผนกสั่งซื้อ (Purchasing department)**

เป็นแผนกที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อของโครงการ แผนกนี้จัดในส่วนบริหาร

- **General storage**

เก็บวัสดุประเภทเครื่องอะไหล่ต่างๆ (Build storage) ควรอยู่ใกล้บริเวณตรวจสอบรับของขนาด 0.2 – 0.4 ตร.ม. / ห้องพัก

- **Ground equipment storage**

เก็บอุปกรณ์สนามต่างๆ

## 2.1.4.8 Employee Area

เป็นส่วนบริการเจ้าหน้าที่และพนักงานในเรื่องสวัสดิการไม่รวมเจ้าหน้าที่ระดับบริหารชั้นสูงของโรงแรมแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ส่วนบุคคล (Personal) แบ่งเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้  
ใช้พื้นที่ 0.20 – 0.25 / room คิดเป็นพื้นที่  $0.20 \times 90 = 18$  ตร.ม.

- งานควบคุมและเช็คเวลา (Control and Time Keeper) จัดร่วมกับแผนกตรวจสอบ ทำหน้าที่ ตรวจสอบบุคคลที่เข้า ออก และตรวจสอบเวลาทำงานพนักงาน
- ยามรักษาการ (Security) ตรวจสอบและรักษาความปลอดภัย
- Personal Department เป็นแผนกบุคคล ประกอบด้วย
- Personal Manager ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

แผนกนี้มีหน้าที่ควบคุมการทำงานของพนักงานทุกส่วนของโรงแรมโดยมีเจ้าหน้าที่ระดับสูง ได้แก่ ผู้จัดการ คอยควบคุมเรื่องการทำงาน สวัสดิการ และการจัดการด้านประวัติพนักงาน สถิติต่างๆ

- Interview เป็นส่วนตรวจสอบหรือรับพนักงานสัมภาษณ์พนักงานเข้าใหม่
- Training สำหรับฝึกสอนพนักงานเป็นกลุ่มย่อยๆ
- File storage เป็นส่วนเก็บเอกสารรายชื่อพนักงานต่างๆของส่วนบุคคล

- ส่วนบริการพนักงาน (Employee Facilities) ประกอบด้วย
- Employee's Locker and toilets เป็นส่วนสำหรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายของพนักงาน ประกอบด้วยตู้เก็บของ ห้องน้ำ – ส้วม โดยจัดแยกเป็นส่วนชาย – หญิง

Typical areas	Per employee	Per guest room
WCs and washing room	0.4	0.6
Locker and changing room	0.6	0.6

Note : (a) Based on 100 – 200 room hotel of good grade

(b) Ratio of space for male : female facilities depend on local pattern of employment Normally 1:1

(c) Includes changing cubicles and showers

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่  $0.6 \times 90 = 54$  ตร.ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Cafeteria
- เป็นส่วนรับประทานอาหารและพักผ่อน ส่วนของอาหารของเจ้าหน้าที่ จำนวนที่นั่งคิดจาก

Typical area	Per seat	Per guest room
Staff feeding	0.9	0.2

Note : (a) With compact seating plan

(b) Allowing for staggered use 20% at one time

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่  $0.2 \times 90 = 18$  ตร.ม.

#### 2.1.4.9 Laundry & Housekeeping

##### ● Laundry

เป็นส่วนซักรีด ภายในห้องนี้จะมีเครื่องซักผ้า เครื่องบิดผ้า (Extractors) ที่รีดผ้า (Ironer) Trumble Dried มีเนื้อที่ใช้สอยประมาณ 0.65 – 0.79 / ห้องพัก มีขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

1. ผ้าสกปรกจากส่วนต่างๆ ของโรงแรม
2. คัดแยกผ้า ทำเครื่องหมาย
3. นำเข้าเครื่อง นำเข้าเครื่องบิดแห้ง
4. เครื่องรีด
5. บรรจุ รอกการเบิกใช้

ในการให้บริการโครงการสามารถติดต่อเอกชน ในการติดต่อสัมปทาน การซักรีดจากเอกชน ก็ได้

##### ● Linen Room

ห้องเก็บผ้ารวมเป็นส่วนที่เก็บผ้าทุกชนิดที่ใช้ภายในโรงแรม เนื้อที่ใช้สอย 0.4/1 ห้องพัก ดังนั้นพื้นที่ที่ใช้  $0.4 \times 90 = 36$  ตร.ม. แต่เนื่องจากผ้าสำหรับใช้ใน guest room จะแบ่งนำไปไว้ในจุด service ของแต่ละกลุ่มบ้าน ดังนั้น จึงให้พื้นที่เหลืออีกหนึ่ง คือ 9 ตารางเมตร

1. ผ้าใช้ประจำวัน เช่น ผ้าปูโต๊ะ – เติง
2. เครื่องแบบพนักงาน (Uniform Issue)
3. ที่เก็บรถเข็น
4. ส่วนเบิกจ่ายผ้าทุกชนิด
5. ส่วนซ่อมแซมผ้าที่ชำรุด ควรอยู่ใกล้ห้องซักรีดและแผนกทำงานของแม่บ้าน
6. ส่วนเก็บอุปกรณ์และน้ำยาหรือผงซักฟอกประเภท Liner Room ต่างๆ

##### ● Housekeeping Office

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นส่วนทำงานของแผนกแม่บ้านประกอบด้วย ส่วนทำงานของแม่บ้านและผู้ช่วย ควรอยู่สัมพันธ์กับส่วนอื่นโดยเฉพาะ Lost and Found ใช้พื้นที่ 0.33 – 0.46 / room ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่  $0.33 \times 90 = 29.7$  ตร.ม.

- Lost and Found เป็นแผนกที่ดูแลเรื่องทรัพย์สินที่แขกทิ้งไว้หรือสูญหาย โดยภายใต้การควบคุมของแม่บ้าน

#### 2.1.4.10 Engineering & Maintenance Work Shop

ในส่วนช่างวิศวกรรมในการบริหารงานโครงการจัดให้มีฝ่ายช่างคอยดูแลโครงการในส่วนที่จำเป็นทั้งนี้สามารถติดต่อหรือให้ผู้ประกอบการจากข้างนอกเข้ามาจัดการเพื่อลดขั้นตอนในการควบคุมดูแลบริหารส่วนนี้

##### Workshop requirement per guestroom

Engineering workshops, office and stores	0.3 – 0.5
Plant room	0.9 – 1.4

Note : (a) increased to 0.9 m<sup>2</sup> in developing countries.

(b) Reduced in budget hotels.

- Engineer Office เป็นห้องพัก - ทำงานควบคุมเครื่องจักรของวิศวกร ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่  $0.3 \times 54 = 16.2$  m<sup>2</sup>
- Electrical Shop มีหน้าที่ตรวจสอบ ซ่อมแซม เครื่องไฟฟ้าต่างๆ ภายในโรงแรม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ โคมไฟ ในส่วนนี้สามารถติดต่อช่างจากภายนอกเข้ามาซ่อมแซมได้
- Plumbing Shop ตรวจสอบซ่อมแซมเครื่องจักรต่างๆ
- Carpenter Shop มีหน้าที่ซ่อมแซมเครื่องเรือน เช่น โต๊ะ เก้าอี้
- Paint and Vanush Shop มีหน้าที่เรื่องการทาสี
- Upholdstery Shop มีหน้าที่ซ่อมแซมหุ้มเบาะเครื่องเรือน
- Furniture Storage เป็นส่วนที่เก็บเครื่องเรือนที่ไม่ได้ใช้หรือชำรุด หรือรอซ่อมแซมห้องพักแขกเนื้อที่ประมาณ 0.02 ม<sup>2</sup>/1 ห้องพัก
- Mechanical Area
  - Mechanical Treatment Palant เป็นกระบวนการขั้นตอนการกำจัดของเสียในแต่ละกลุ่มบ้าน ใช้ Safe to Tank
  - Boiler Room (ห้องน้ำร้อน ไอน้ำ) ในโครงการใช้ระบบทำน้ำร้อนจากน้ำผ่านด้วยระบบ Cooling Wall ในห้องพัก
  - Transformer Room ห้องหม้อแปลงไฟฟ้า ควรมีการระบายอากาศดี ใกล้เคียงไฟฟ้า main ใหญ่ อันจะทำให้การสิ้นเปลืองสาย main น้อยลง เนื่องจากเป็นห้องที่ใช้ไฟฟ้ามามาก
- Emergency Generater เครื่องแปลงไฟฟ้าสำรอง อยู่ในห้องแปลงไฟฟ้าก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Telephone Equipment Room ศูนย์ควบคุมชุมสายโทรศัพท์ ควรอยู่ใกล้สายไฟ main ใหญ่ (เนื่องจากสายโทรศัพท์เดินพ่วงมากับสายไฟฟ้า)
- Electrical Switch Board เป็นแผงควบคุมไฟฟ้าใหญ่ทั้งหมดของอาคารอยู่ใกล้ห้องหม้อแปลงไฟฟ้า และใกล้กับห้องควบคุมของวิศวกร
- Fuel Storage ถังเก็บน้ำมันอาจอยู่ใต้ดิน หรือเหนือดิน ควรอยู่ใกล้ห้องเครื่องทำไอน้ำ ห้องเครื่องไฟฟ้าสำรอง และควรอยู่ในบริเวณที่รถน้ำมันส่งเข้าถึงได้สะดวก ทั้งเป็นที่เก็บก๊าซ และเชื้อเพลิงอื่นๆด้วย
- Meter Room ห้องเก็บอุปกรณ์มาตรวัดน้ำ หรืออุปกรณ์อื่นๆ
- Fire Pump ป้อนน้ำฉุกเฉินของอาคารใช้ในกรณีฉุกเฉิน หรือเกิดเพลิงไหม้ ควรอยู่ในบริเวณที่รถดับเพลิงต่อท่อเข้าสะดวก
- PABX Audio ส่วนควบคุม และอุปกรณ์การสื่อสาร จัดอยู่ในส่วนห้องควบคุมวิศวกร

#### 2.1.4.11 Guest Room Space

เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของโรงแรม เพราะจุดประสงค์ของอาคารประเภทนี้ คือการให้เข้าพักซึ่งเป็นส่วนทำกำไร ให้กับโครงการเป็นส่วนมาก การสร้างความประทับใจให้แก่แขกผู้มาใช้บริการนี้ ก็เป็นเครื่องจูงใจให้แขกกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต ประกอบด้วย

- Guest Room

ลักษณะของโรงแรมในโครงการเป็นประเภท Resort Hotel ซึ่งผู้มาพักส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมด จะมาเป็นกลุ่ม หรือมาเป็นคู่ โดยอาศัยการวิเคราะห์จากอัตราส่วนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะช้าง เป็นดังนี้ จากจำนวนห้องพักทั้งหมด 40 ห้องพัก

#### Typical Ratios of Room Types

Resort Hotels	Single/Double 15%	Twin 85%	Convertible family rooms
---------------	-------------------	----------	--------------------------

Note: (a) Usually with double or queen – sized beds for flexibility

ที่มา Fred Lawson, (1995) Hotels and Resort: Planning, Design and refurbishment. P.223

เปรียบเทียบอัตราส่วนนักท่องเที่ยวเกาะช้าง กับอัตราส่วนห้องพักสังเกตได้ว่า หากนักท่องเที่ยวมาเดี่ยว แนวทางการตลาดสามารถจัดห้องพักแบบ Single หรือ Double ก็ได้เปรียบเทียบอัตราส่วนนักท่องเที่ยวจังหวัดตราด

นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคนเดียว	34.9%
นักท่องเที่ยวมาเป็นคู่	44.9%
นักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม มากกว่า 2 เฉลี่ย 6 คน	20.2%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากจำนวนห้องพักทั้งหมด 40 ห้อง แบ่งได้ดังนี้ เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้ 4 แบบ เป็นจำนวนทั้งหมด ดังนี้

Type A Fendi Deluxe	20 ห้อง
Type B Fendi Premiere	11 ห้อง
Type C Signature Suite	8 ห้อง
Type D Presidential Suite	1 ห้อง

### Ceiling Hight

Specific Area	Height (M)
Normal – Over sleeping/living area minimum	2.50 – 2.30
Preferable in hot climates	3.00
Bathroom and Entrance lobby minimum	2.20

### รายละเอียดเกี่ยวกับชนิด ขนาด และความสัมพันธ์ของเครื่องเรือน

1. เตียง (BED) มี 2 มาตรฐานอเมริกา และยุโรป ซึ่งในการออกแบบโครงการนี้จะยึดมาตรฐานยุโรป เพราะมีตัวเลขลงตัวในมาตรฐานแบบเมตริก

เตียงเดี่ยว (Single Bed) กว้าง 1.00 ม. ยาว 2.00 ม.

เตียงคู่ (Double Bed) กว้าง 1.50 ม. ยาว 2.00 ม.

เตียงคู่ขนาดใหญ่ (King Size) กว้าง 2.00 ม. ยาว 2.00 ม.

2. หัวเตียง (Heads Boards) เป็นส่วนตกแต่งให้เตียงนอนมีบรรยากาศดี อาจเป็นที่ตั้งไฟอ่านหนังสือ หัวเตียงนี้สูงประมาณ 0.90 ม. จากพื้น

3. ที่แขวนผ้า ชั้นเก็บของ

- ที่แขวนผ้ายาว 0.90 ม. สำหรับห้องเตียงเดี่ยว และ 1.20 ตร.ม. สำหรับห้องเตียงคู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ชั้นเก็บของมีพื้นที่รวม 1.10 ตร.ม. สำหรับห้องเตียงเดี่ยว และ 1.50 ตร.ม. สำหรับห้องเตียงคู่

4. โตะหัวเตียง เป็นโตะสำหรับวางของ เช่น โทรศัพท์ หนังสือ ความกว้าง 0.30 -0.45 ม. สำหรับเตียงเดี่ยว และกว้าง 0.60 ม. สำหรับใช้ร่วม 2 เตียง สูงประมาณ 0.60 – 0.75 ม.

5. ชั้นวางกระเป๋าเดินทาง ยาว 0.75 – 0.90 ม. สูง 0.45 ม. อาจเป็นส่วนหนึ่งของโตะ

6. กระจกเงา (Mirror) ติดตั้งบริเวณโตะเครื่องแต่ง ในห้องน้ำและบริเวณอื่นๆ ที่เหมาะสม

7. เครื่องเรือนที่เคลื่อนที่ได้ ได้แก่

เก้าอี้แต่งตัว

เก้าอี้พักผ่อน

โตะวางของชุดรับแขก

โตะตั้งคอมพิวเตอร์

ตระกร้าทิ้งขยะ ที่เขี่ยบูทรี

8. ตำแหน่งติดตั้งดวงไฟ ได้แก่ บริเวณหัวเตียง กลางห้อง โตะเครื่องแต่ง โถงทางเข้า ห้องน้ำ

9. ระดับการติดตั้งสวิทช์ (วัดจากศูนย์กลางสวิทช์)

ปลั๊กไฟฟ้า สูงจากพื้น 0.30 ม.

บริเวณขอบโตะ สูงจากพื้น 1.20 ม.

สวิทช์ปิดเปิดดวงไฟ สูงจากพื้น 1.20 ม.

ปลั๊กเครื่องโอบนวนไฟฟ้า สูงจากพื้น 1.35 ม.

ดวงไฟในห้องน้ำ สูงจากพื้น 2.10 ม.

10. ประตูทางเข้า สามารถนำรถเข็นกระเป๋าเข้า – ออก ได้โดยสะดวก ควรกว้างประมาณ 0.90 ม. ตัวบานสามารถกันเสียงจากภายนอกได้

11. เครื่องเรือนในห้องน้ำ ประกอบด้วย

- อ่างอาบน้ำ ขนาดทั่วไป 0.70 x 1.70 x 0.50 ม. พร้อมพรมยางปูในอ่างกันลื่น

- อ่างล้างหน้า ขนาดทั่วไป 0.40 x 0.55 ม. สูง 0.75 x 0.80 ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- โถส้วม (นิยมใช้ชนิดมีโถเก็บน้ำมากกว่าชนิด Flushing Valve เพราะเงียบและประสิทธิภาพมากกว่า)
- ฝักบัวอาบน้ำ
- ชั้นกระจกเหนืออ่างล้างหน้า
- ที่ใส่สบู่ กระจกชำระ ที่เชี่ยบุหรี
- อื่นๆ

#### 2.1.4.12 ห้องบริการ (Floor Service Room)

เป็นส่วน Back Of The House ซึ่งเป็นบริการหนึ่งที่โรงแรมจัดแยกไว้ประจำสำหรับคอบบริการแขกที่มาพักแต่ละกลุ่มบ้านพัก การออกแบบต้องคำนึงถึงการติดต่อกับส่วนของแม่บ้าน ส่วนบริการต่างๆ และแผนกซ่อมแซม และจะต้องไม่รบกวนห้องพักแขก ประกอบด้วย

1. ส่วนแม่บ้าน กำหนดโดยใช้ Maid Module คือ 1 MAID MODULE / 30 ห้องพัก โดยใช้พื้นที่ MAID MODULE 3.0 x 4.2 นอกจากนี้ ใน Maid Services ได้สำรองส่วน Pantry ให้บริการอาหาร แก่ลูกค้ายในแต่ละบ้าน

ที่มา: Fred Lawson, (1995) Hotels and Resort: Planning, Design and refurbishment. P.238

2. ส่วนบริการของพนักงาน (Service Station) ลักษณะเปิดโล่ง มีพนักงานประจำ (Bell Boy) จัดให้มี เคาน์เตอร์พร้อมที่นั่ง โต๊ะเขียนหนังสือ แผงกริ่งไฟหรือสัญญาณ ซึ่งต่อมาจากห้องพัก ควรอยู่ในตำแหน่งส่วนกลางของแต่ละกลุ่มบ้าน และใกล้กับทางขึ้นลง เพื่อคอยตรวจสอบดูแลคนผ่านเข้าออกของแต่ละกลุ่มบ้าน เพื่อรักษาความปลอดภัยอีกชั้น รวมทั้งมีหน้าที่คอยรับคำสั่งจากแผนกต้อนรับชั้นล่าง ให้ปฏิบัติตามคำสั่งอื่นๆ

1. ส่วนเก็บผ้า (Linen Room) เป็นส่วนที่เก็บของใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าปูที่นอน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดตัว ปลอกหมอน พุก หมอน ที่ใช้ในแต่ละกลุ่มของห้องพักแขก ประกอบด้วย

- บริเวณเก็บหาบ กำหนดให้มีหาบ 1 คัน 12 – 18 ห้องรับแขก
- บริเวณเก็บผ้า (Racking and Shelves for Linen) ประกอบด้วยช่องและชั้นเก็บผ้าโดยทั่วไปผ้าที่ใช้ในห้องพักแขก 4 – 5 Sets ต่อห้อง
- บริเวณเก็บผ้าสกปรก (Soiled Linen Area) มักจะเก็บไว้กับห้องผ้าสะอาด และมีห้องเก็บเครื่องมือทำความสะอาด (Cleaner Store) อาจอยู่ในส่วนเก็บผ้า อยู่ที่พักของพนักงานทำความสะอาด (Maid Room)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์ต่างๆ มีดังนี้ ผ้า สบู่ ผงซักฟอก แปรง เครื่องดูดฝุ่น ไม้กวาด ถังน้ำ อ่างสำหรับล้างทำความสะอาด ลีก 0.45 ม. เพื่อที่วางถังได้

## 2. ส่วนเตรียมอาหาร (Food Pantry) เพื่อบริการแขกในห้องพัก รายละเอียด ดังนี้

- ผนังควรบุกระเบื้องเคลือบสูงจากพื้นอย่างน้อย 1.80 ม.
- พื้นต้องทำความสะอาดให้ง่าย กันน้ำ ทนความร้อน ทนการขีดข่วน
- มีที่ล้างภาชนะ
- มีอุปกรณ์เตรียมเครื่องดื่มต่างๆ เครื่องทำน้ำแข็ง และเตาอุ่นอาหาร
- มีบริเวณเก็บรถเข็น ถาด ถ้วยชาม เป็นต้น
- ประตูส่วน Service เข้าสู่ Guest Cabana ต้องมีความกว้างอย่างน้อย 1.05 ม. (บานเดียว) หรืออย่างน้อย 1.35 ม. (บานคู่) ประตูเปิดภายในห้อง

### 2.1.4.13 Special Accommodation

#### ● Sea Food Barbeque (ลานปิ้งย่าง)

ลานสำหรับทำอาหารปิ้งย่างในช่วงสวดสัปดาห์ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักลานนี้ ควรสะดวกในการรับประทาน และบริการขนาดของลานเป็นดังนี้

จำนวนคน	ขนาดกองไฟ	ระยะห่าง (เมตร)
20 – 30	1.00	2.00 – 3.00
30 – 50	1.50 – 2.00	5.00 – 6.00
50 - 100	3.00	6.00

ระยะห่างจากกองไฟไม่ควรเกิน 8 ม. ถ้าต้องการจำนวนคนเพิ่ม ควรเพิ่มขนาดกองไฟและจัดแถวที่นั่งให้ซ้อนกัน

อุปกรณ์ต่างๆ ประกอบด้วย

บริเวณก่อไฟ, ม้านั่งเล่น, โต๊ะวางของ, ก๊อกน้ำ, ถังขยะ, เตาบาร์บีคิว

#### - Parking Area

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริเวณที่จอดรถในโครงการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

Public parking ได้แก่ รถตู้ ซึ่งเป็นบริการของโครงการ เป็นการควบคุมผู้เข้ามาพัก การเดินทางเข้ามาที่พัก เป็นจำนวนมากจึงมีน้อย

Bus coach – parking ที่จอดรถบริเวณโรงแรม ได้แก่รถตู้ รถขนของต่างๆ และรวมถึงรถที่จะต้องเข้าออก ส่วน Control & Timekeeper ด้วยส่วนจอดนี้ อยู่บริเวณด้านหลังส่วนบริการของโรงแรม

Staff parking ที่จอดรถของพนักงานส่วนหน้าหรือสำหรับเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร

การคำนวณจำนวนที่จอดรถ คิดจากหลักเกณฑ์ ตาม พ.ร.บ. ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 โดยมีวิธีคำนวณ คือ

- นำจำนวนรถรวมทั้งหมดที่ได้จากการหาจำนวนรถในส่วนของโรงแรม ภัตตาคาร ส่วนจัดเลี้ยง และห้องโถงมาเปรียบเทียบกับจำนวนรถที่คิดจากการคำนวณวิธีที่ 2
- คิดจากพื้นที่ทั้งอาคารโดยวิธีใดมีจำนวนมากกว่าถือให้วิธีนั้นเป็นเกณฑ์  
โรงแรมที่มีห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง ให้มีที่จอดรถไม่น้อยกว่า 10 คัน สำหรับ 30 ห้องพักแรก ส่วนที่เกิน 30 ห้อง ให้คิดอัตรา 1 คัน ต่อ 5 ห้อง เศษที่เหลือให้คิดเป็น 5 ห้อง ดังนั้น โรงแรมขนาด 54 ห้อง จะต้องมียี่จอดรถ 22 คัน หากจากพื้นที่ภัตตาคารทั้งหมด โดยข้อกำหนดภัตตาคารที่มีพื้นที่ ไม่เกิน 750 ตร.ม. ให้มีที่จอดรถยนต์ไม่น้อยกว่า 1 คัน ต่อพื้นที่ตั้งโต๊ะอาหาร 15 ตร.ม. ดังนั้น ภัตตาคารมีพื้นที่รวม 240 ตร.ม. มีที่จอดรถ 17 คัน หากจากพื้นที่ห้องโถงทั้งหมด ให้มีที่จอดรถ 1 คัน ต่อ 10 ตร.ม. เศษของ 10 ตร.ม. คิดเป็น 10 ตร.ม. ดังนั้นห้องโถงมีพื้นที่รวม 61.30 ตร.ม. มีพื้นที่จอดรถ 11 คัน ดังนั้นพื้นที่จอดรถในโครงการเป็นจำนวน 26 คัน

ตาราง สรุปประเภทของโครงการ Fendi Resort,Koh Chang,Trat

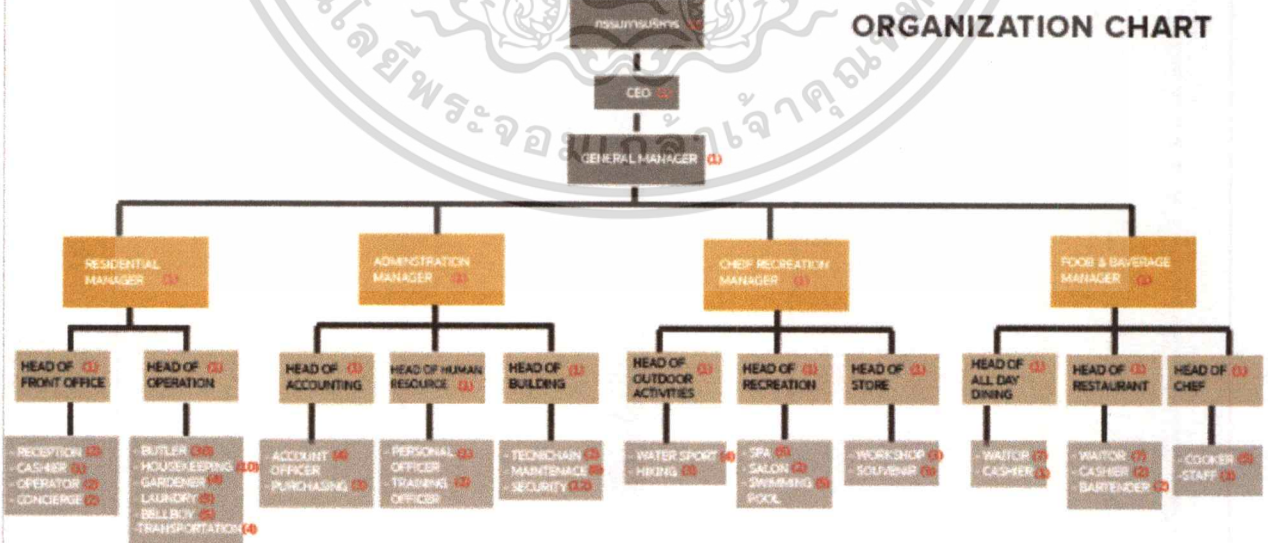
เกณฑ์การพิจารณา	ประเภทของโรงแรม	ลักษณะโรงแรม
1. ขนาดของโรงแรม	โรงแรมขนาดกลาง	เนื่องจากมีจำนวน ( 25 ห้อง)
2. ที่ตั้งของโรงแรม	โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel)	มุ่งเน้นทางด้านกิจกรรม เช่นการทำเวิร์คช็อป วิถีชีวิตชาวเกาะ เป็นต้น
3. คุณภาพและมาตรฐานการบริการ	โรงแรมชั้นหนึ่ง (First Class Hotel)	เป็นโรงแรมที่มีส่วนให้ความสะดวกสบายและบริการครบถ้วน มีการจัดบริการที่ดี
4. แบ่งชนิดตาม	ลักษณะยุโรป	คิดอัตราค่าห้องพักเท่านั้น ส่วนค่าอาหาร ถ้าแขกที่มาพักจะรับบริการเพิ่มก็ต้องเสีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการดำเนินงานของโรงแรม	(Europe Plan Hotel )	เพิ่มอีก
5. แบ่งประเภท ตามระยะเวลาเข้าพัก	Resident Hotel	เนื่องจากขึ้นอยู่กับแขกว่ามีระยะเวลาเข้าพักเท่า แต่เมื่อพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายของรีสอร์ท ที่เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งมีเวลาพักผ่อนที่ยาวนาน โดยเฉลี่ยประมาณ 3-5 วัน
6. ลักษณะการใช้สอยและลักษณะพิเศษ	Beach Resort Hotel	เนื่องจากเป็นรีสอร์ทที่อยู่ติดกับทะเล และมีกิจกรรมเกี่ยวกับทะเลมากมาย รวมทั้งผู้ที่มาเข้าพักที่ต้องการพักผ่อน , ดำน้ำ, พายเรือ, เล่นน้ำทะเล เป็นต้น

### 2.1.5 สายการบริหารและอัตรากำลังพื้นฐาน

#### ORGANIZATION CHART



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 กรณีศึกษาเปรียบเทียบ

### 2.2.1 Bvlgari Resort,Bali

โรงแรม Bvlgari เริ่มทำกิจการโรงแรมแห่งแรก ในมิลาน ประเทศอิตาลี 2004 การตกแต่งอย่างมีเอกลักษณ์ของบุลการี สอดคล้องกับคอนเซ็ปต์งานออกแบบที่เป็นอิตาเลียน ดีไซน์ ดังนั้น ผู้รับผิดชอบงานโครงสร้างและตกแต่งภายใน คือนักออกแบบชื่อดังชาวอิตาเลียน อันโตนิโอ ซิตเตอร์ริโอ กับหุ้นส่วนของเขา (Antonio Citterio and Partners) ที่รับผิดชอบงานตกแต่งทั้งหมดของบุลการี รีสอร์ท ในบาหลี่ ประกอบด้วยบ้านพักสไตล์วิลล่า 59 หลัง ห้องสปาสวีทแยกส่วนต่างหาก และบุลการี วิลล่า บ้านพักสุดหรู พื้นที่ 1,300 ตารางเมตร มี 2 ห้องนอนใหญ่ สระว่ายน้ำส่วนตัว โสมเจียเตอร์ และห้องรับประทานอาหารส่วนตัว หน้าที่ของอันโตนิโอ ต้องออกแบบความเป็นบาหลี่ หาดทราย ทีวีไม้ ให้เชื่อมโยงเข้ากับบ้านพักแบบวิลล่า ต้องสวยงามคล้องจองตั้งแต่หลังคาบ้านจนถึงทุกตารางนิ้วที่แขกผู้มาเยือนได้สัมผัส



ภาพที่ 2.1 และ 2.2 Bvlgari Resort,Bali

#### จุดเด่น

- ตกแต่งงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวบาหลี่ เพื่อให้งานโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมและงานตกแต่งภายใน เชื่อมโยงเข้าด้วยกัน อันโตนิโอจึงต้องว่าจ้างแรงงานชาวบาหลี่ เพื่อจัดหาไอเดียการตกแต่ง และการเข้าถึงวิถีชีวิตแบบบาหลี่แท้ๆ ซึ่งใครจะรู้สึกถึงซึ่งเท่าชาวเกาะบาหลี่

- มีการใช้เรื่องความเชื่อพื้นเมืองของชาวบาหลี่เรื่องการนับถือภูติผีปีศาจมาใช้ในการจัดวางแปลนและอาคาร ชาวบาหลี่มีเทพแห่งความดี เทพแห่งความชั่วร้าย อยู่ด้วยกัน เปรียบไปก็คล้ายกับหลักฮวงจุ้ย ศาสตร์โบราณของชาวจีน ที่เมื่อจะสร้างบ้านก็ต้องดูทิศทางลม ชาวบาหลี่กำหนดทิศทางของปีศาจหรือเทพแห่งความชั่วร้ายเอาไว้ ต้องรู้หลักการเคลื่อนไหวของแรงลมเพื่อหลีกเลี่ยงทางเดินของปีศาจ ชาวบาหลี่บอกว่า พวกเขาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปีศาจจะเดินเข้าสู่ตัวบ้านในทางตรงเท่านั้น ฉะนั้นทางเดินเข้าสู่ตัวบ้านจึงต้องหักมุม มีมุมเลี้ยว 1-2 มุม เวลาเดินสู่ภายใน วิธีนี้จะช่วยให้เกิดแรงลมพัดเข้าสู่ตัวบ้านอย่างทั่วถึง ทำให้บ้านเย็น (และปีศาจเดินเข้ามาไม่ได้) ภายในวิลล่าต้องมีส่วนรับประธานอาหารกลางแจ้ง มีส่วนพักผ่อนและบาร์แฝงตัวอยู่อีกมุมหนึ่ง ส่วนสระว่ายน้ำนั้นก็ต้องเปิดโล่งมองเห็นวิวทะเล และรับอากาศบริสุทธิ์

- เติงนอนก็ต้องกำหนดทิศทางอย่างมีหลักเกณฑ์ ชาวบาหลี่เชื่อว่า การนอนหลับให้สบายนั้นต้องหันศีรษะไปทางทิศที่มีภูเขาไฟ ซึ่งอยู่จุดศูนย์กลางของเกาะ ส่วนปลายเท้าให้หันสู่ทะเล นอนตามทิศทางนี้แล้วจะโชคดี หลับอย่างเป็นสุข นักออกแบบจากอิตาลีก็ต้องดีไซน์ห้องนอนตามนั้น แล้วเสริมความหรูหราด้วยผ้าปูเตียงเนื้อคอตตอนอิตาลี ทอ 300 เส้น สีขาวเนียนนุ่มนำหลับไหล และตกแต่งด้วยผ้าตกแต่งปลายเตียงกับหมอนอิง เป็นงานปักเย็บแบบบาหลี่ เรียกว่า Balinese songket

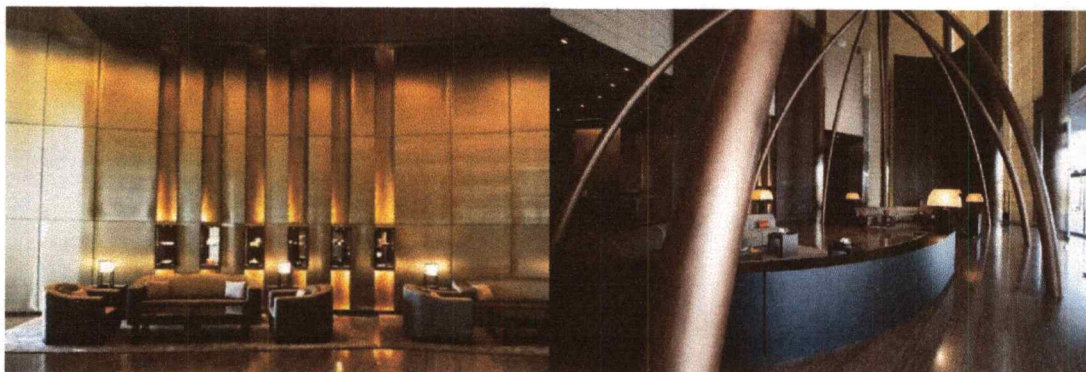
- งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่เรียกว่า Balinese songket เป็นงานผ้าทอและงานปักที่ต้องเป็นช่างฝีมือชาวเกาะเท่านั้น งานผ้าปักบอกเล่าเรื่องราวของวิถีชีวิตชาวบาหลี่ แต่ละชิ้นใช้เวลาทำไม่น้อยกว่า 2 เดือน บุคลากรรีสอร์ท ตกแต่งห้องด้วยผ้าปักสไตล์บาหลี่และของตกแต่งโบราณของอินโดนีเซีย มีงานผ้าปักไม้แกะสลัก งานเครื่องปั้นดินเผา ใช้สำหรับใส่ผลไม้วางไว้ในห้องนอน ทำจากหินภูเขาไฟ แหล่งผลิตอยู่ในสุลาเวสีและบนเกาะบาหลี่

### 2.2.2 Armani Hotel, UAE

โรงแรมดังกล่าวเป็นผลจากความร่วมมือกันระหว่าง บริษัท อัมมาร์ พร็อพเพอร์ตี้ (ผู้พัฒนาตึกสูงที่สุดในโลก) และนายอาร์มานี่ ทั้งสองฝ่ายยังมีโครงการพัฒนาโรงแรม รีสอร์ท และที่พักอาศัยสุดหรูตามเมืองสำคัญๆ ทั่วโลกร่วมกันในลักษณะหุ้นส่วน โดยปีหน้าจะมีโรงแรมอาร์มานี่อีกแห่งผุดขึ้นในเมืองมิลาน ประเทศอิตาลี และจะมีรีสอร์ท ตลอดจนโครงการที่พักอาศัยภายใต้ชื่อ “อาร์มานี่” ที่ประเทศอียิปต์ด้วย

อาร์มานี่ ดูไบ เป็นโรงแรมหรูขนาด 160 ห้องที่ตั้งอยู่บนชั้น 5-8 ของตึก เบิร์จ คาลิฟา (ห้องสวีทจะอยู่บนชั้น 38-39)ทุกตารางนิ้วล้วนได้รับการออกแบบตกแต่งอย่างพิถีพิถันโดยนายจอร์จีโอ อาร์มานี่ ภายใต้แนวคิดที่ต้องการเน้นในเรื่องประโยชน์ใช้สอยและความหรูหราสะดวกสบายสไตล์มินิมัลลิสต์ ทุกห้องจึงเน้นไปที่การใช้วัสดุคุณภาพเยี่ยมมากกว่าการประดับด้วยของตกแต่ง ด้วยเหตุนี้จึงไม่มีการนำรูปภาพใดๆ มาประดับบนฝาผนังแม้แต่ห้องเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 และ 2.4 Armani Hotel, UAE

### จุดเด่น

- มีการวางปีกห้องพักตามอาคาร Burj Kalifa ซึ่งแบ่งตัวอาคารออกเป็น 3 ปีก การกันโซนของ space มีการโค้งไปมาเพื่อหลบเหลี่ยมของตัวอาคาร
- Lifestyle Service แยกทุกคนจะมีผู้ดูแลส่วนตัว
- การนำศิลปะที่พบเห็นได้จากเสื้อผ้าและของใช้ของแบรนด์มาเป็นเฟอร์เจอร์และงานตกแต่งภายใน

### 2.2.3 Fendi Private Suite ,Italy

ตั้งอยู่บนอาคารสาขาใหญ่ของ Fendi Palazzo เป็นอาคารเดิมสมัยศตวรรษที่ 17 เป็นโรงแรมที่มีเพียง 7 ห้องพัก 4 type room 1.Palazzo Suite ขนาด 52sq.m. 2.Deluxe Suite ขนาด 48 sqm 3.Junior Suite ขนาด 28 sqm 4.Corner Suite 59 sqm. ลักษณะอาคารเป็นแบบ Italian renaissance Architecture งานอินทีเรีย แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของ Roman Origin of Fendi กับความเป็นสมัยใหม่ของตัวแบรนด์ วัสดุที่ใช้ภายในจึงเป็นตามแนวความคิดที่ใช้คือ Unexpected Material เช่น เงิน, กระชก, LED ซึ่งมาผสมผสานกะหินอ่อนลายโบราณซึ่งเป็นวัสดุที่โดดเด่นของอิตาลีได้อย่างลงตัว มีความ Contrast ของ Material เช่นหินอ่อนแบบเก่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 และ 2.6 Fendi Private Suite ,Italy

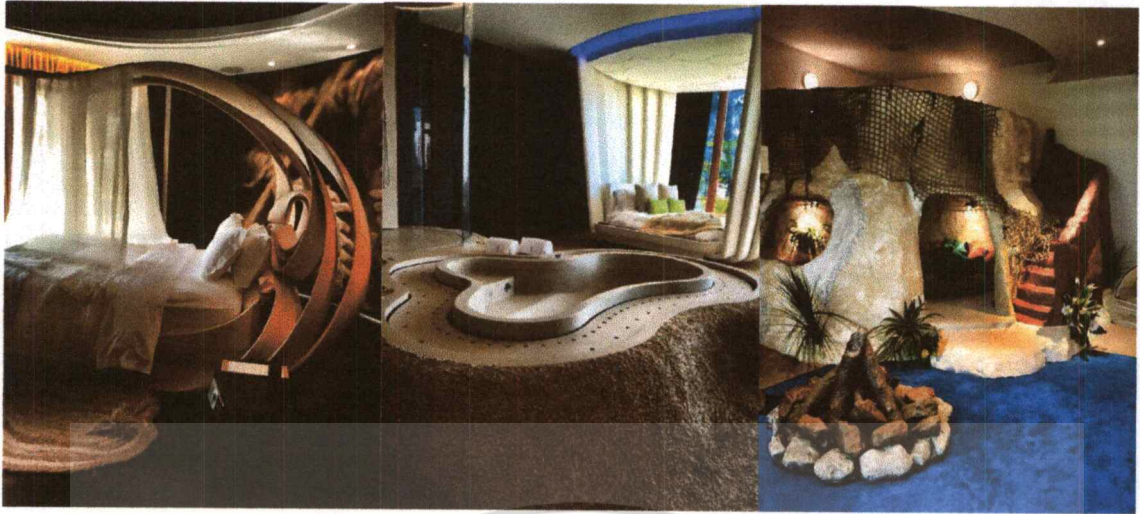
### จุดเด่น

- เป็นโรงแรมที่เกิดจากแบรนด์ Fendi โดยตรง จึงเหมาะแก่การที่จะศึกษาการตีความ แนวความคิด ดีไซน์ ที่ Define ความเป็น Fendi ออกมาได้อย่างชัดเจน
- ศึกษาการจัดผังในพื้นที่ ที่จำกัด
- การนำดีเทลที่พบเห็นได้จากเสื้อผ้าและของใช้ของแบรนด์มาเป็นเฟอร์นิเจอร์และงานตกแต่งภายใน

### 2.2.4 Iniala ,Phungnga ,Thailand

โรงแรม Iniala เป็นหนึ่งในโรงแรมที่ห้องพักแพงที่สุดในประเทศตอนนี้ ตั้งอยู่ที่จังหวัดพังงา โดยตั้งอยู่ห่างจากสนามบินภูเก็ต 20 กิโลเมตร ใช้นักออกแบบถึง 11 คน ค่าห้องพักที่นี่ในช่วง low season เริ่มต้นที่ USD 1,800++ (minimum stay 3 nights) ประมาณกว่า 206,000 บาท ห้องพักที่นี่สามารถพักได้ 2 คน ซึ่งมาพร้อมกับแพคเกจคือมีผู้จัดการวิลล่าคอยดูแล 1 คน, คนขับรถ, เชฟ, พนักงานสปาทำทรีตเมนต์ได้วันละ 6 ชั่วโมงต่อวิลล่า, แม่บ้าน และรถตู้แบบหรูให้ใช้ระหว่างวัน โดยใช้บริการได้ในระยะทาง 150 กิโลเมตร ในส่วนของบริการอื่นๆ ก็มีอินเตอร์เน็ตไร้สาย โรงภาพยนตร์ส่วนตัว บริการซักผ้าและบริการเทรนเนอร์ออกกำลังกายส่วนตัว ในเรื่องของอาหาร สามารถซื้ออาหารแบบแพคเกจ (อาหาร 3 มื้อรวมอาหารว่าง) ได้ในราคา USD 250++ ประมาณ 9 พันบาทต่อคนต่อวันสำหรับช่วง low season ที่นี่จะประกอบไปด้วย 1 เพนท์เฮาส์กับ วิลล่า 3 หลัง แต่ละหลังจะมี 3 ห้องนอน มีห้องอาหารชื่อ aziamendi (อาเซียมันดิ) เป็นห้องอาหาร Fine Dining เสริฟอาหารประเภท gastronomy food

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.7 และ 2.8 และ 2.9 Iniala ,Phngnga ,Thailand

### จุดเด่น

- เป็นรีสอร์ทที่มี Facility ของห้องพัก และภายในโรงแรมอย่างครบถ้วนและหรูหรา มีราคาห้องพักสำหรับผู้ที่มีรายได้มาก การใช้จ่ายระดับสูง
- ขนาดห้องเหมาะสมกับราคา มีคอนเซ็ปต์ที่ดีไซน์อย่างสนุกสนาน และสมัยใหม่ อย่างเช่นการทำพื้นทรายเทียมรอบๆอ่างน้ำ ไม่ใช่แค่เพียงรูปลักษณ์ แต่สัมผัสเวลาเหยียบลงบนพื้นทรายเทียมนั้นยังอ่อนนุ่ม และยุบลงไปเสมือนเหยียบทรายจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 ข้อสรุปเพื่อนำไปสู่การออกแบบ

CASE STUDY

	DESIGN	ELEMENT	PRICE	ROOM TYPE
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ FENDI PRIVE</li> <li>■ FENDI STORE</li> <li>■ ZUMA RESTAURANT</li> </ul>	- 17,500-46,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Palazzo Suite 32 sqm.</li> <li>- Deluxe Suite 48 sqm.</li> <li>- Junior Suite 30 sqm.</li> <li>- Corner Suite 59 sqm.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Private Dining</li> <li>■ Armani Lounge</li> <li>■ Armani Ristorante</li> <li>■ Armani Spa / Beauty Designer</li> <li>■ Fitness</li> </ul>	- 19,000-160,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 22 Armani Deluxe Room 45 sqm.</li> <li>- 40 Armani Premiere Room 55 sqm.</li> <li>- 20 Armani Classic Suite 70 sqm.</li> <li>- 6 Armani Executive Suite 95 sqm.</li> <li>- 2 Armani Ambassador Suite 110 sqm.</li> <li>- 2 Armani Signature Suite 203 sqm.</li> <li>- 1 Armani Presidential Suite 200 sqm.</li> <li>- 1 Armani Milano Suite 190 sqm.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Azamandi Restaurant with Executive Chef and Head Sommelier</li> <li>■ Water based activities</li> <li>■ Spa</li> <li>■ Cookery classes</li> <li>■ Gastronomy</li> </ul>	- 70,000-117,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 Bedroom Villa Bianca</li> <li>- 2 Bedroom Villa Siam</li> <li>- 3 Bedroom Collector's Villa</li> <li>- 1 Iniala Panthouse 250 sqm.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ SANGKAR RESTAURANT</li> <li>■ THE BVLGARI SPA</li> <li>■ THE BVLGARI VILLA</li> <li>■ FITNESS CENTER</li> <li>■ IL BAR</li> <li>■ SWIMMING POOL</li> <li>■ BVLGARI CHAPEL</li> </ul>	- 29,500-110,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 Five Bedroom Mansion 3,590 sqm.</li> <li>- 3 Three Bedroom Mansion 1,710 sqm.</li> <li>- The Bulgari Villa 1,300 sqm.</li> <li>- 3 Two Bedroom Villas 550 sqm.</li> <li>- 8 Ocean Cliff Villas 300 sqm.</li> <li>- 12 Premier Ocean View Villas 300 sqm.</li> <li>- 35 Ocean View Villas 300 sqm.</li> </ul>
	DESIGN CONCEPT	PRODUCT	MATERIAL	RETAIL
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unexpected Material</li> <li>- ฝึกเรียนรู้ถึงความสัมพันธ์ของ Roman Origin และความร่วมสมัยของตัวแบรนด์</li> <li>- มีความคอนทราสต์ของ Material เช่นหินอ่อนลายแบบโบราณ มาจัดวางกับ Pattern ที่ร่วมสมัย</li> </ul>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการวางอีกห้องพักผ่อนอาคาร Burj Khalifa ซึ่งแบ่งตัวอาคารออกเป็น 3 บล็อก การกันโซนของ space มีการใช้ไม้มาเชื่อมหลังหลังของตัวอาคาร</li> <li>- Lifestyle Service ออกทุกคอกเป็นจุดสูงส่วนตัว</li> <li>- การนำดีเทลที่ผสมกับใช้จากสิ่งต่าง ๆ ของของแบรนด์มาใช้เพื่อลดอัตราความแตกต่างภายใน</li> </ul>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตกแต่งงานศิลปะที่ครบถ้วนผ่านของแบรนด์ เพื่อให้งานศิลปะที่จากสถาปัตยกรรมและงานตกแต่งภายใน เรือนโถงเข้าตัวบ่งชี้นั้น สนองต่อชื่อที่ตั้งว่า อัจฉริยะของชาวบราซิล เพื่อจุดมุ่งหมายการตกแต่งและการเข้าใช้ที่สะดวกสบาย ซึ่งใคร่ของผู้ที่รักถึงเจ้าสาวชาวบราซิล</li> </ul>			

1. ใช้แพชชั่นมาถ่ายทอดในรูปแบบสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน การตีความภาษาของงานออกแบบ

จาก Product ต่างๆ ไปสู่งานออกแบบตกแต่งสถาปัตยกรรมภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การจัดการพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างภายนอกและภายใน ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน
3. ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของพักของโรงแรมและรีสอร์ทระดับ Luxury
4. ขนาดพื้นที่จากกรณีศึกษาเพื่อความเหมาะสมกับระดับของที่พักและโรงแรม

## 2.3 ข้อมูลเฉพาะของโครงการ

### 2.3.1 ประวัติความเป็นมาของแบรนด์ FENDI

แบรนด์ FENDI ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ.1925 และภายในไม่นานก็ได้เปิดร้านกระเป๋าและสินค้าขนสัตว์เป็นครั้งแรกของแบรนด์ถนน Via del Plebiscito ในกรุงโรม แบรนด์ FENDI อยู่ภายใต้การดูแลของ Edoardo และ Adele Fendi และเป็นแบรนด์ที่เป็นที่ชื่นชอบเป็นอย่างมาก เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น ก็ได้ขยายสาขาเพิ่มขึ้นระหว่างปี 1930-1940 เมื่อถึงวันนี้ แบรนด์ FENDI ก็เป็นที่รู้จักกันดีในกรุงโรม และเริ่มขยายความนิยมสู่เมืองอื่นๆ หลังจากปี 1950 ลูกสาวทั้ง 5 คนของ Edoardo และ Adele เริ่มทำงานในธุรกิจครอบครัว และลูกสาวแต่ละคนก็ได้นำไอเดียใหม่ๆ มาใช้ในธุรกิจด้วย ในปี 1965 ได้เริ่มร่วมงานกับ Karl Lagerfeld ผู้สร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่แบรนด์อย่างมหัศจรรย์ สินค้าขนสัตว์ทุกอย่างได้รับการออกแบบใหม่และตีความใหม่จนกลายเป็นสินค้าที่ทันสมัย นุ่ม เบา วัสดุก็เปลี่ยนไปด้วย โดยนำหนังสัตว์กลับมาใช้อีกครั้งหนึ่ง และในช่วงนี้เองที่ได้มีการออกแบบโลโก้ที่เป็นตัว F สองตัว

กระเป๋า FENDI ก็ได้รับการออกแบบใหม่ให้ดูเรียบหรูและใช้งานสะดวก ใช้นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อรังสรรค์สไตล์ที่โดดเด่น จากกระเป๋าที่ดูแข็งทื่อก็กลายมาเป็นกระเป๋าที่นุ่มและไร้โครงสร้าง หน้าที่ใช้มีลวดลายมีการถักทอ ย้อมสี และผ่านกระบวนการให้มีความนุ่มและสวยงามมากขึ้น จนกลายเป็นจุดเริ่มต้นของกระเป๋ารุ่นใหม่ เมื่อ FENDI ประสบความสำเร็จจากสินค้าประเภทกระเป๋าและขนสัตว์แล้วจึงได้ริเริ่มความคิดที่จะนำเสนอสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น จนมาเป็นสินค้าประเภท ready-to-wear ในปี 1977

ในปี 1984 เมื่อแบรนด์เติบโตขึ้น คอลเลกชันก็ขยายขึ้น สินค้าทุกชิ้นได้รับการออกแบบและผลิตด้วยความประณีต ไม่ว่าจะเป็นผ้าพันคอ เนคไท ถุงมือ แวนกันแดด กางเกงยีนส์ หรือสินค้าตกแต่งบ้าน จากนั้นในปี 1985 FENDI ได้เปิดพิพิธภัณฑ์ขึ้นเป็นครั้งแรก คือ National Gallery of Modern Art ในกรุงโรม เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองครบรอบ 60 ปีของ FENDI และครบรอบ 20 ปีของการร่วมงานกับ Karl Lagerfeld

ต่อมาในปี 1988 FENDI ได้เริ่มผลิตสินค้าประเภทนาฬิกา ภายใต้การดูแลด้านดีไซน์ของ Silvia Venturini Fendi จากนั้นเพียงไม่กี่ปี นาฬิการุ่น Selleria ซึ่งทำด้วยมือในทุกขั้นตอน ก็ได้รับการออกแบบใหม่และกลับมาโด่งดังอีกครั้งหนึ่ง ในตอนแรก นาฬิการุ่นนี้ออกแบบโดย Adele Fendi แต่ในคราวนี้ได้รับการออกแบบใหม่ โดยยังคงเก็บลักษณะและเทคนิคเดิมไว้ ส่วนกระเป๋าถือ กระเป๋าเดินทาง และเครื่องหนังต่างๆ ทำจากหนัง Cuio ผลิตด้วยมือโดยผู้เชี่ยวชาญ และเป็นสินค้าลิมิเต็ด เอดิชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดสร้างสรรค์ของ Silvia ในฐานะครีเอทีฟ ไดเรกเตอร์ของสินค้าประเภทแอ็คเซสเซอรี ทำให้เกิด กระเป๋า รุ่น Baguette ขึ้นในปี 1997 เป็นกระเป๋าที่ประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง มีลักษณะเป็นกระเป๋าใบเล็ก สำหรับหนีบไว้ได้แขนลักษณะเดียวกับขนมปังบาแกตต์ ปัจจุบันนี้กระเป๋ารุ่นนี้มีกว่า 1,000 แบบ ในวัสดุและ ดีไซน์ที่แตกต่างกันไป นับว่าเป็นสินค้าที่แฟนตัวจริงต้องสะสมไว้

ในปี 2000 กลุ่มบริษัท LVMH ได้เข้ามาถือหุ้นใน FENDI และเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในปี 2001 จากนั้น ในปี 2005 FENDI ได้ฉลองครบรอบ 80 ปีด้วยการเปิด Palazzo FENDI ในกรุงโรม เป็นสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ที่อยู่ใจกลางเมือง เป็นสัญลักษณ์แห่งจิตวิญญาณของแบรนด์ เป็นสตูดิโอ เป็นสถานที่ผลิตสินค้าประเภทขนสัตว์ และเป็นบูติก FENDI ที่ใหญ่ที่สุดในโลก (ที่มา : Art Bangkok)

### 2.3.2 ขอบข่ายของสินค้าภายในแบรนด์ FENDI

- สินค้าประเภทกระเป๋า เครื่องหนัง
- นาฬิกา มาตรฐาน Swiss Made
- น้ำหอม โดยเริ่มจาก น้ำหอมผู้หญิงในปี1985 ต่อมาได้ทำไลน์น้ำหอมผู้ชายเพิ่มในชื่อ Theorema Uomo และ Theorema Uomo และ Celebration and Fantasia สำหรับผู้หญิง
- แว่นตา มีทั้งแว่นสายตาและแว่นกันแดด
- ผลิตภัณฑ์ขนสัตว์ ซึ่ง ทำให้แบรนด์ FENDI แตกต่างจากแบรนด์อื่นในสมัยก่อน
- FENDI CASA เป็นไลน์ล่าสุดของ FENDI ทำเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์และ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน อาทิ โซฟา อาร์มแชร์ โต๊ะ เตียง

### 2.3.3 รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ภายใต้แบรนด์ FENDI

FENDI มีไลน์สินค้าที่เป็นของตัวเองในชื่อของ FENDI CASA Fendi แบรนด์แฟชั่นชื่อดังระดับโลกจาก ประเทศอิตาลี ต่อยอดแบรนด์เป็นเฟอร์นิเจอร์ระดับไฮเอนด์ภายใต้ชื่อ Fendi Casa โดยก่อตั้งขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1989 ภายใต้แนวคิดที่ว่าต้องการแต่งตัวให้บ้านเหมือนกับที่ Fendi ได้ออกแบบเครื่องแต่งกายและ เครื่องประดับให้กับผู้หญิงและผู้ชาย เฟอร์นิเจอร์ทุกชิ้นของ Fendi Casa จึงมีเอกลักษณ์และมีสไตล์เฉพาะตัว ไม่เหมือนใคร

ด้วยแนวคิดที่เรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยความหรูหราสไตล์ลัทธิของ Fendi บวกกับความเชี่ยวชาญในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของ CLUB HOUSE ITALIA ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีค.ศ. 1970 โดย “Alberto Vignatelli” ปราชญ์การณ Dress Up Room จึงเกิดขึ้น และแบรนด์ Fendi Casa ได้กลายเป็นอีกหนึ่งเส้นทางธุรกิจที่เต็มไปด้วยความโดดเด่นและความคิดสร้างสรรค์ โดยทุกชิ้นงานได้แรงบันดาลใจจากงานออกแบบในอดีต แต่ได้ ปรับรูปแบบให้ดูทันสมัยขึ้นโดยยังคงความหรูหรา เรียบง่าย เหมาะกับ Lifestyle ในปัจจุบันและ Fendi Casa

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

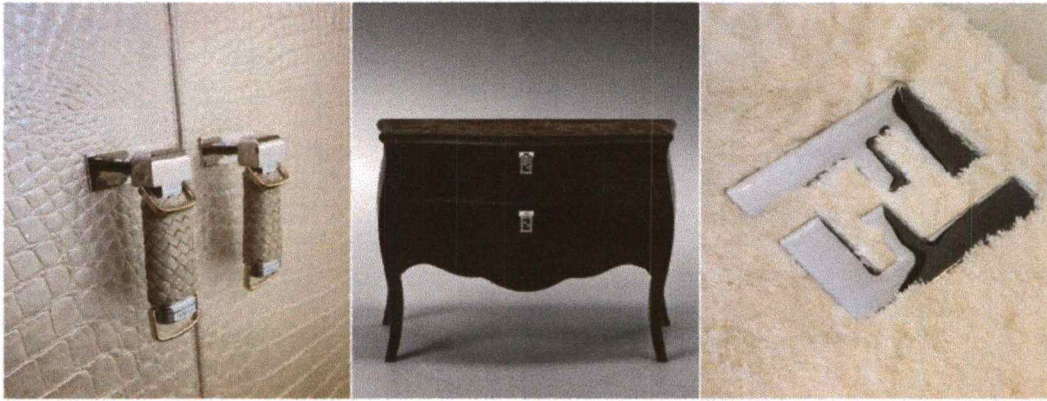
ได้สร้างสรรค์ผลงานสไตล์ลัทธิอีกครั้ง โดยได้รับเกียรติจาก Benetti Group ในการตกแต่งภายในให้กับ LADY LARA เรือยอร์ชส่วนบุคคลสุดหรูความยาว 59 เมตร ด้วยเฟอร์นิเจอร์ Fendi Casa ทั้งลำเป็นครั้งแรก ตั้งแต่ lobby ไปจนถึงพื้นที่ใช้สอยส่วนตัว



ภาพที่ 2.10 และ 2.11 รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ของแบรนด์ Fendi

ตลอดระยะเวลา 27 ปี แห่งความสำเร็จของ Fendi Casa นอกจากจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ตกแต่ง เพิ่มความหรูหราและลัทธิลัทธิให้กับบ้านแล้ว ยังขยายไลน์สินค้าไปในส่วนอื่น ๆ อาทิ โรงแรมระดับไฮเอนด์ เรือยอร์ชหรู หรือกระทั่งเครื่องบินส่วนตัวอีกด้วยจุดเด่นของ Fendi Casa คือ การนำการดีไซน์และความประณีตในการผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจาก Fendi มาใช้กับเฟอร์นิเจอร์ทุกชิ้น สร้างสรรค์จนกลายเป็นการผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างแฟชั่นกับการดีไซน์เฟอร์นิเจอร์ เช่น การนำเอารูปแบบการเย็บ ความประณีต และความละเอียดอ่อนในการผลิตกระเป๋า Fendi มาประยุกต์ใช้กับส่วนต่าง ๆ ของเฟอร์นิเจอร์ ตัวลือกระเป๋าของ Fendi SPY BAG ถูกนำมาใช้เป็นมือจับจับลิ้นชักตู้หรือโต๊ะ หรือกระทั่งสัญลักษณ์ FF อันคุ้นเคยที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์และความหรูหราก็ถูกนำมาสอดแทรกในส่วนสำคัญของเฟอร์นิเจอร์ทั้งนี้ สินค้าทุกชิ้นยังถูกผลิตขึ้นจากวัตถุดิบชั้นดี ไม่ว่าจะเป็นผ้า, หนัง, ไม้ หลาก ๆ ขั้นตอนเป็นงาน Hand Made เช่น การเดินตะเข็บ หรือ “Selleria” ที่สันของโซฟาและอาร์มแชร์ โดย Fendi Casa มีการพัฒนาการออกแบบและเทคนิคการผลิตอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนถึงคว้าหาวัสดุใหม่ ๆ มานำเสนออยู่เสมอ

ด้วยความพิถีพิถันในทุกขั้นตอน ทำให้เฟอร์นิเจอร์ Fendi Casa สามารถถ่ายทอดความหรูหราและลัทธิลัทธิพร้อมทั้งบ่งบอกถึงไลฟ์สไตล์และรสนิยมของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ Fendi Casa จะเป็นแบรนด์เฟอร์นิเจอร์ระดับไฮเอนด์ที่ได้รับความนิยมอันดับต้น ๆ ของโลก



ภาพที่ 2.12 และ 2.13 รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ของแบรนด์ Fendi

## 2.4 ระบบสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และวัสดุในการตกแต่งภายใน

### 2.4.1 ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคาร



ภาพที่ 2.14 และ 2.15 ลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคาร

### 2.4.2 ระบบโครงสร้างอาคาร

เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กขนาดปานกลาง ใช้ระบบเสาและคาน มีอาคารในอาณาบริเวณ 6 อาคารหลักด้วยกัน

### 2.4.3 ระบบสภาพแวดล้อมภายในอาคาร

#### 2.4.3.1 ระบบแสงสว่าง

##### 1. ส่วนต้อนรับ&ล็อบบี้

เป็นส่วนบริการที่ต้อนรับผู้ให้บริการ (ทั้งผู้ที่จะมาพักอาศัยและผู้ที่มาใช้บริการด้านอื่นๆ) และเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการสำหรับการย้ายออกไปทัศนศึกษาหรือผู้ที่เพิ่งจะมาพักที่โรงแรม ส่วนบริการที่มีอยู่คือ แผนกสอบถาม แผนกต้อนรับ ที่โทรศัพท์ ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน อาจจะมีดนตรีและจำหน่ายเครื่องดื่ม โถงพักคอยถือเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การให้แสงสว่างในส่วนนี้ควรให้แสงสว่างปานกลาง มีความสว่างทั่วทั้งบริเวณ ไม่ควรเล่นแสงไฟเป็นจุดๆ ให้มากนัก หากเป็นไปได้ ควรดึงแสงสว่างจากธรรมชาติเข้ามาใช้ในส่วนนี้ให้มากๆ ก็จะเป็นผลดีทั้งในเรื่องของความประหยัด และยังช่วยให้บรรยากาศโดยรวมดู ผ่อนคลาย สบายๆ ขึ้นอีกด้วย การเลือกใช้หลอดไฟนั้น อาจเลือกใช้ทั้งหลอดไฟแบบมีไส้ (INCANDESCENT) ร่วมกับหลอดไฟนีออน (FLUORESCENT) ไม่ว่าจะใช้ไฟแบบใดก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ระวังการติดตั้งไฟที่จะสะท้อนเข้าตาผู้มารับประทานอาหาร

### 3. ร้านอาหาร

ภัตตาคารเป็นส่วนจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นเวลาเฉพาะ โดยจะให้ความสำคัญกับการให้บริการอาหาร ในมือค่าน้อยมาก ฉะนั้นการให้แสงสว่างในส่วนนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง การให้แสงไฟในส่วนนี้จะขึ้นกับลักษณะของการออกแบบว่าเป็นภัตตาคารประเภทใด ให้บริการอาหารประเภทใด และมีแนวความคิด ในการออกแบบอย่างไร

แสงที่ใช้ในภัตตาคารเป็นตัวช่วยเสริมสร้างบรรยากาศ ใช้ในการเน้นจุดที่สำคัญ การเลือกใช้ไฟในภัตตาคาร นิยมหลอดไฟชนิดมีไส้ (INCANDESCENT) เนื่องจากหลอดไฟชนิดนี้ให้แสงสว่างที่ค่อนข้างนุ่มนวล-เหลือง ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง และให้ความรู้สึกหรูหรามากกว่าหลอดไฟนีออน การให้แสงสว่างภายในภัตตาคารมักจะใช้แสงหลายๆชนิดปะปนกัน แล้วแต่ลักษณะการออกแบบและประโยชน์ใช้สอย การให้แสงสว่างเฉพาะโต๊ะอาหารให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัวได้ นอกจากนี้การติดตั้งวงจไฟฟ้าแบบพิเศษ เช่น สวิตช์สำหรับหรี่แสงนั้น มีประโยชน์ในการให้แสงสว่างในภัตตาคารเป็นอย่างมาก จะปรับให้สว่างหรือสลัวก็ได้ และการให้แสงจัดในบริเวณที่ต้องการเน้น หรือจุดที่น่าสนใจ จะทำให้ภัตตาคารดูสวยงามขึ้น

### การให้แสงสว่างภายในโครงการ

#### 1. การใช้แสงในการตกแต่งภายใน

แสงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในงานตกแต่งภายใน แสงไฟนอกจากจะให้ความสว่างในการมองเห็นแล้วยังมีผลต่อความรู้สึก ทำให้เกิดความน่าสนใจได้ ซึ่งในการออกแบบแสงไฟในอาคารจะต้องคำนึงถึง

1. คุณภาพ หรือความสว่างของไฟสามารถเปลี่ยนแปลงได้
2. คุณสมบัติในการสะท้อนของวัสดุไม่เท่ากัน
3. ตำแหน่งที่ตั้งของดวงไฟ
4. สี เงาม และบริเวณโดยรอบ

แสงประดิษฐ์ นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการตกแต่งภายใน เกือบจะเรียกว่าเป็นเครื่องมือกลไกในงานสถาปัตยกรรม (Tool of the Architect) แสงประดิษฐ์เป็นสิ่งที่ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีช่วยกันสร้างสรรค์ขึ้นมาจนในปัจจุบันแทบทุกมุมของโลกใช้แสงประดิษฐ์และการใช้ไฟช่วยจัด ดิสเพลย์ อันเป็นประโยชน์ต่ออดุชาชาย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. การใช้แสงสว่างภายในโรงแรม

1. ต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการเป็นหลัก
2. ต้องศึกษากิจกรรมของสถานที่แต่ละแห่ง
3. ทำความเข้าใจคุณลักษณะและคุณสมบัติของดวงไฟแต่ละชนิด
4. การใช้แสงไฟที่ดีต้องไม่ทำลาย จุดประสงค์ ความงาม ความโดดเด่นของส่วนที่ใช้หรือ

บริเวณใกล้เคียง แต่ต้องช่วยให้หนูนส่วนต่างๆ ตรงจุดหมายที่ต้องการ

5. การใช้แสงไฟที่ดี ต้องไม่ใช่ดวงไฟมากๆ หรือรูปแบบที่วิจิตรพิสดารเท่านั้น
6. การใช้แสงไฟที่ดี ต้องไม่ใช่แต่ติดตั้งเข้าไป ยังต้องมีการออกแบบป้องกันหรือระวังสิ่งที่ไม่ดีอันเกิดจากดวงไฟ เช่น ตำแหน่ง

## 3. ปัจจัยในการติดตั้งเบื้องต้น

1. ความกว้างของห้อง ห้องที่กว้างมากด้วยการแสงสว่างมาก เพื่อขจัดความมืดและเงา ดังนั้น แสงสว่างจะต้องมีความเข้มสม่ำเสมอและเท่าๆกัน โดยต้องมีจุดกำเนิดไฟที่มากกว่า 2 ตำแหน่งขึ้นไป ถ้าจะให้เสมอกัน ควรแบ่งพื้นที่ทั้งหมด (เพดาน) เป็นตารางสี่เหลี่ยม เรียกว่า จินตภาพตาราง
2. การแบ่งพื้นที่ยอมขึ้นอยู่กับความสูงของเพดาน พื้นที่ของจินตภาพเพดานต้องมีขนาดเท่ากันหรือเกือบเท่ากับ ความสูงของเพดาน สำหรับที่ทำงานที่ไม่มีโพลีโพลตามโตะทำงาน ความกว้างของจินตภาพตารางต้องแคบลงไปตามความสูงของเพดาน
3. ระยะห่างระหว่างดวงไฟ สำหรับการส่องสว่างโดยตรง การพิจารณาขึ้นอยู่กับความสูงของเพดาน ความกว้างของวงห้องและการส่องสว่างโดยตรงหรือทางอ้อมสำหรับทางปฏิบัติ ระยะห่างดวงไฟจะใกล้เคียงกับความสูงเพดาน

สำหรับรายละเอียดของสิ่งแวดล้อมกับตัวกำเนิดไฟจะแยกออกเป็นการพิจารณาเป็นหมวดหมู่ดังนี้

### 3.1 ข้อพิจารณาสิ่งแวดล้อมกับการติดตั้งดวงไฟ

1. หลีกเลี่ยงการมองที่มาของแสงโดยตรง
2. หลีกเลี่ยงการสะท้อนกลับของวัตถุผิวเงา
3. หลีกเลี่ยงการสะท้อนกลับของกระจกที่ไม่ได้อยู่กับที่ (เช่น หน้าต่างเมื่อปิด)
4. กำหนดให้มีส่วนที่ยังมีแสงสว่างและเงาพอเหมาะ เพื่อการมองเห็นได้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. พิจารณาปริมาณของแสงสว่างที่เป็นแสง-สี

### 3.2 ลักษณะวิธีการติดตั้งแหล่งกำเนิดแสง

1. CEILING MOUNTED FITTING คือ ชนิดติดตั้งเพดาน (ฝ้าเพดาน)
2. CEILING RECESSED UNITS คือ ชนิดฝังในเพดาน (ฝ้าเพดาน)
3. SUSPENDED FITTINGS คือ ชนิดแขวนหรือห้อยจากเพดาน
4. WALL BRACKETS คือ ชนิดติดผนังหรือเรียกว่า ไฟกึ่ง
5. PORTABLE FITTINGS คือ ชนิดเคลื่อนย้ายได้

### 3.3 การติดตั้งไฟจากเพดาน

1. ติดตั้งสปอตไลท์ ให้ส่องตรงจุดที่ต้องการเน้นหรือโชว์
2. ให้แสงจากโคมไฟผ่านวัสดุกรองแสงเสียก่อน เพื่อจะได้ไม่เกิดเงาเข้ม เพราะความถี่ของแสงไฟสูง
3. ซ่อนไฟใต้เพดานหลายดวง จะทำให้ไม่เกิดเงาเข้ม และให้ความสว่างทั่วถึง
4. ให้แสงสะท้อนเพดานกระจายลงมา ช่วยลดความจ้าของแสงและทำให้ความสว่างให้ทั่วถึง
5. ในกรณีที่ติดตั้งดวงไฟใต้เพดาน ควรจะมีแผงพลาสติก การออกแบบติดตั้งควรระวังแสง เข้าตา อาจทำโดยมีแผ่นไม้กัน

#### 2.4.3.2 ระบบเสียงและการควบคุม

หลักการจัดระบบเสียงภายในห้อง

การออกแบบเพื่อให้มีระบบเสียงที่ดี ต้องคำนึงถึงการสะท้อนของเสียง การดูดกลืนเสียงและการกระจายของเสียง ทั้งมีความเกี่ยวข้องกับ

1. การเลือกใช้วัสดุ
2. การออกแบบรูปร่างของห้อง
3. การจัดเครื่องเรือน

วัสดุที่มีคุณสมบัติในการดูดกลืนแสง (Sound Absorbing Material)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณสมบัติในการดูดกลืนแสง ขึ้นอยู่กับลักษณะของผิว ความหนา และความแน่นของวัสดุ วัสดุที่เก็บเสียงที่ทำขาย แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ประเภทแผ่นสำเร็จรูป ซึ่งรวมทั้ง แผ่นอคริลิก เช่น พวงเซพริงบอร์ด เป็นวัสดุที่ทำเป็นรูปพรมและมีวัสดุเก็บเสียงอยู่ด้านหลัง
2. พวงฉาบหรือพ่น เป็นพลาสติกและมีวัสดุที่เป็นรูปพรม Fiber ต่างๆ ใช้ฉาบหรือพ่นบนผนังฝ้าเพดาน
3. ชนิดเป็นผืนยืดหยุ่นได้ เช่น วัสดุจากจำพวก ไม้, แผ่นอะคริลิก, แผ่นโฟเบอร์ วัสดุต่างๆ ที่ใช้กันอยู่ทั่วไป มีสัมประสิทธิ์ของการดูดกลืนแสงที่มีความถี่ 512 HZ ดังต่อไปนี้

วัสดุ	ความถี่
พรม	1.20
ผ้าม่านหนา	0.4-0.6
แฟสเตอร์	0.25
คน (ผู้ใหญ่)	0.44
กระจกหรือแก้ว	0.025
ซีโลเท็ค	0.36
ขนสัตว์ หนา 1 นิ้ว	0.78
ไม้ที่ทาน้ำมันวานิช	0.03
เก้าอี้ที่บุ	0.30

การออกแบบรูปร่างของห้อง

สิ่งที่จะเกี่ยวข้องกับรูปร่างของห้องในเรื่องการป้องกันเสียงต่างๆ มีดังนี้

1. เสียงอูโฆซ เกิดขึ้นได้จากเสียงสะท้อน ถ้าเสียงที่มาตรงถึงผู้ฟังต่างกับเสียงสะท้อน ซึ่งเสียงสะท้อนจากกำแพงหรือฝ้าผนัง เป็นระยะทางมากกว่า 65 ฟุต คิดเป็นเวลาจะได้เวลาที่แตกต่างกัน 0.06 วินาที ผู้ฟัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะได้ยินเสียงเดินนั้นได้ 2 ครั้ง แต่ถ้าระยะทางระหว่างเสียงที่มาถึงผู้ฟังโดยตรงกับเสียงสะท้อนน้อยกว่า 65 ฟุต แต่มากกว่า 50 ฟุต ผลเสียจะมีมากกว่า คือ เสียงสะท้อนจะมากกว่าเสียงที่มาโดยตรง ทำให้ได้ยินไม่ถนัด

2. เสียงสะท้อนที่มารวมกัน เกิดจากพื้นว่าเป็นเสียงที่ตั้งเกือบเท่าเสียงเดิม จุดที่มารวมกันจะได้รับเสียงมากในเวลาเดียวกัน จุดอื่นๆที่อยู่รอบๆ เกือบจะไม่มีเสียงเลย จึงเกิดเสียงดับพร้อมกันไปด้วย เมื่อคนๆ หนึ่งที่นั่งอยู่ได้ยินเสียงดัง คนที่นั่งใกล้ๆ บางทีจะไม่ได้ยินเสียงเลย พื้นเวทีจึงเป็นพื้นที่ที่จะต้องระมัดระวังมาก ถ้าไม่มีได้ในห้องยิ่งดี

3. เสียงดับ อาจเกิดได้เมื่อเสียงมาแทรกสอดกัน เป็นจำพวก Destructive Interference คือ เสียงที่มาพบกันนั้นเสียงหนึ่งเป็นเสียงตอน Reification อีกเสียงหนึ่งเป็น Condensation ซึ่งหักลบกลบกันพอดี ถ้าคลื่นของทั้ง 2 เสียงนั้นมีความถี่และอัมพลิจูดเท่ากัน

4. เสียงวิ่งไปวิ่งมาในห้อง (Room Flutter) มักเกิดจากห้องที่มีผนัง 2 ด้านขนานกัน ทำให้เกิดเป็นเสียงอู้อ้อได้ วิธีแก้ อาจทำให้กำแพงไม่ขนานกันได้โดยการแขวนรูป มีหิ้งวางหนังสือ หรือหิ้งของอื่นๆ การทำประตูหน้าต่างก็ช่วยแก้ไขไปในตัว วัสดุที่ขรุขระ ตุ้ โต๊ะที่มีผิวหน้าเป็นริ้วๆ จะช่วยให้ Room Flutter หายไป

#### 2.4.3.3 ระบบปรับอากาศและการหมุนเวียนอากาศ

ในปัจจุบันการควบคุมสภาพอากาศในอาคารสามารถแบ่งออกได้ตามขนาดของเครื่องปรับอากาศและแบ่งตามระบบการจ่ายความเย็นและระบายความร้อน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

##### (1) เครื่องปรับอากาศแบบตู้ตั้ง (UNIT TYPE, PACKAGE TYPE)

คือ ทั้งระบบจะอยู่ในเครื่องเดียวกัน โดยมีขนาดเล็กราคาถูก สะดวกในการติดตั้ง แต่ไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเสียงรบกวน มีขีดจำกัดในการทำงาน อายุการใช้งานสั้น และไม่มีการถ่ายเทอากาศภายในและภายนอกอาคาร

##### (2) เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน (SPLIT TYPE)

เป็นเครื่องปรับอากาศขนาดกลาง ยกเครื่องออกเป็นสองส่วน ส่วนหนึ่งอยู่ในห้องเรียก "FAN COIL UNIT" และส่วนภายนอกอาคารเรียก "CONDENSING UNIT" เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านประสิทธิภาพการทำงาน ระยะระหว่างส่วน FAN COIL กับ CONDENSING ไม่เกิน 15-25 เมตร หรือระดับไม่เกิน 3 ชั้น ไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่

##### (3) เครื่องปรับอากาศแบบเซ็นทรัลแอร์ (CENTRAL UNIT)

เป็นระบบปรับอากาศขนาดใหญ่ แยกการทำงานเป็น 3 ส่วน คือ

1. CENTRIFUGAL MACHINE ประกอบด้วยส่วนทำงาน เป็นตัวกลางในการจ่ายความร้อนและความเย็นให้กับระบบการทำงานส่วนอื่น

2. AIR HANDING แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

- AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น นำอากาศเข้าสู่ห้องโดยตรง

- AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น และนำลมเย็นผ่านเข้าช่องท่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้วกระจายไปยังส่วนต่างๆ ของอาคารที่ต้องการปรับอากาศ

3. COOLING TOWER UNIT หรือ CONDENSING UNIT เป็นตัวถ่ายเทความร้อนและส่งความเย็นให้กับ CENTRIFUGAL MACHINE

ตารางเปรียบเทียบการทำงาน-ประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศแบบ

เครื่องปรับอากาศแบบหน้าต่าง, เครื่องปรับอากาศแบบตู้ตั้ง, เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน และเครื่องปรับอากาศแบบเซ็นทรัลแอร์

	เครื่องปรับอากาศ แบบหน้าต่าง	เครื่องปรับอากาศ แบบตู้ตั้ง	เครื่องปรับอากาศ แบบแยกส่วน	เครื่องปรับอากาศ แบบเซ็นทรัลแอร์
ขนาด	5000-30000 บีทียู/ชั่วโมง	3-5 ตัน	1-80 ตัน	20-10000 ตัน
ใช้ไฟฟ้า	มากที่สุด			น้อยที่สุด
อายุการใช้งาน	5 ปี	10 ปี		มากกว่า 20 ปี
ราคา	10000-15000 บาท/ตัน	15000-20000 บาท/ตัน		20000-25000 บาท/ตัน
เสียงรบกวน	ดัง	ดัง	เงียบ	เงียบ

แบ่งตามระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อน

#### 1. ระบบอากาศทั้งหมด (ALL AIR SYSTEM)

เป็นระบบจ่ายและระบายความร้อนด้วยอากาศ ถ้าเป็นระบบ เซ็นทรัล ยูนิต ความเย็นจะถูกส่งไปตามท่อลม และมักใช้กับพื้นที่ที่เป็นห้องใหญ่ มีห้องเพียงห้องเดียวต้องการควบคุมการจ่ายอากาศเย็นทั่วบริเวณ เช่น โรงหนัง ห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง

#### 2. ระบบน้ำทั้งหมด (ALL WATER SYSTEM)

เป็นระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อนโดยใช้น้ำ โดยมากเป็น เซ็นทรัล ยูนิต น้ำเย็นจะถูกส่งไปตามท่อซึ่งเดินเป็นวงผ่านห้องต่างๆ และแต่ละห้องจะมี แฟนคอยล์ ยูนิต สำหรับพัฒนาความเย็นเข้าไปในห้อง ห้องใดที่ไม่ได้ใช้งานก็สามารถปิด แฟนคอยล์ ได้เป็นส่วนๆ ลักษณะทำให้สามารถควบคุมความเย็นได้เป็นชั้นๆไป และแต่ละชั้นยังสามารถควบคุมความเย็นได้เป็นห้องๆ ด้วยซึ่งเหมาะสำหรับการนำไปใช้ภายในโรงแรม โรงพยาบาล

ระบบน้ำทั้งหมด (ALL WATER SYSTEM) สามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

#### 1. นำความเย็นด้วยน้ำ และระบายความร้อนด้วยอากาศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ถ่ายความเย็นด้วยอากาศ และระบายความร้อนด้วยน้ำ
3. ระบบทำความเย็นแบบอัดไอ (DIRECT REFRIGERANTION SYSTEM)  
นำความเย็นจากน้ำยาโดยตรง ส่วนใหญ่ใช้ในระบบปรับอากาศขนาดเล็ก เช่น เครื่องปรับอากาศแบบตู้ตั้ง

ระบบปรับอากาศมีความจำเป็นมากต่อการบริการ เพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้อาคาร โดยเฉพาะอาคารขนาดใหญ่ เช่น โรงแรม ระบบปรับอากาศมีบทบาทในการควบคุมอุณหภูมิให้คงที่ อุณหภูมิระดับความสบายของผู้ใช้อาคาร ทั้งยังช่วยป้องกันเสียงจากภายนอกและภายในอาคารได้ด้วย ขณะเดียวกันระบบหมุนเวียนอากาศก็จำเป็นในการช่วยให้ระบบการถ่ายลมเย็นสามารถทำงานได้สะดวก

ในการเลือกใช้ระบบปรับอากาศและระบบหมุนเวียนอากาศภายในโครงการนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย และลักษณะความต้องการอื่นๆ พร้อมทั้งความเหมาะสมในการออกแบบมาเป็นเกณฑ์พิจารณา

ระบบปรับอากาศและการถ่ายความเย็น

#### 1. ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)

ใช้ระบบปรับอากาศ เซนทรัล ยูนิค แบบ ระบบน้ำทั้งหมด (ALL WATER SYSTEM) ถ่ายความร้อนโดยใช้ แฟนคอยล์ เป่าลมเย็นเข้าสู่ห้องพักโดยตรง

#### 2. ส่วนที่เป็นสาธารณะ

เช่น โถงโรงแรม ห้องประชุม จัดเลี้ยง ภัตตาคาร ใช้ระบบปรับอากาศ เซนทรัล ยูนิค แบบ ระบบน้ำทั้งหมด (ALL WATER SYSTEM) คือ ถ่ายความเย็นโดยใช้ AIR HANDLING UNIT (AHU) เป่าลมเย็นไปตามท่อในส่วนต่างๆที่ต้องการปรับอากาศ

ลักษณะตัวถ่ายลม ที่ใช้ในโครงการแบ่งเป็น 2 แบบ คือ

#### 1. การถ่ายลมจากเพดาน (CEILING DIFFUSER) ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นวงกลม, สี่เหลี่ยมจัตุรัสและสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ข้อดี สามารถกระจายความเย็นได้ทั่วถึง

ข้อเสีย เปลืองช่องว่าง (SPACE) เหนือเพดาน

#### 2. การถ่ายลมจากผนัง (WALL DIFFUSER) การถ่ายลมในแนวผนัง หัวถ่ายเรียกว่า GRILL ลักษณะการถ่ายจากด้านในอาคารออกสู่ด้านนอก เพื่อความร้อนจากภายนอกจะเข้ามาได้น้อยๆ

ข้อดี สามารถทำในห้องเพดานสูงได้ เพราะไม่มี ท่อลม บนเพดาน

ข้อเสีย การถ่ายความเย็นอาจถูกรบกวนจาก ฉนวนกันความร้อนได้

สรุป ลักษณะการถ่ายลมเย็นภายในห้องพักแขก จะใช้แบบ ซ่อนในผนัง หรือแบบ หน้ากากแอร์ อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งสองอย่างรวมกัน แล้วแต่ความเหมาะสมและการออกแบบลักษณะของท่อถ่ายลม

โดยทั่วไปเป็นลักษณะของท่อสี่เหลี่ยม แต่ท่อจ่ายลมที่ดีควรมีลักษณะเป็นทรงกระบอกแต่ไม่เป็นที่นิยม เพราะมีราคาแพงและเปลืองช่องว่างเหนือเพดาน สัดส่วนของท่อลมในด้านกว้างต่อด้านยาว จะเป็นอัตราส่วนประมาณ 1:6 ขึ้นไป

วัสดุที่ใช้ทำท่อจ่ายลมเย็น ได้แก่ แผ่นเหล็กกัลวาไนซ์ พีวีซี และไฟเบอร์กลาส ซึ่งสามารถทำหน้าที่เป็นฉนวนกันความร้อน-เย็น กันเสียง และทนต่อแรงลมภายในท่อ ซึ่งมีความเร็วสูงประมาณ 15-25 เมตร/วินาที

ระบบดูดอากาศกลับและระบบหมุนเวียนอากาศ

1. ส่วนห้องพัก ใช้ระบบจ่ายความเย็นโดยใช้ แพนคอยล์ ยูนิต เป่าลมเย็นเข้าสู่ห้องพักระบบหมุนเวียนอากาศกระทำโดยการดูดอากาศภายในห้องเข้าสู่ แพนคอยล์ ยูนิต โดยตรง
2. ส่วนที่เป็นสาธารณะ เช่น โถงโรงแรม ห้องประชุม จัดเลี้ยง ภัตตาคาร ที่ใช้ AHU เป่าลมเย็นไปตามท่อ จะใช้ระบบหมุนเวียนอากาศแบบใช้ท่อดูดอากาศกลับ ซึ่งเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพมากและสามารถติดตั้งไว้ภายในห้องน้ำและดुकกลิ่นของห้องน้ำออกไปด้วย

การหมุนเวียนของอากาศกระทำเพื่อให้ระบบการจ่ายลมเย็นสามารถทำงานได้ และนอกจากนี้ยังเป็นระบบที่ช่วยให้ภายในห้องเกิดอากาศบริสุทธิ์เข้ามาแทนที่อากาศที่หมุนเวียนภายในห้อง ซึ่งระบบการหมุนเวียนของอากาศนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระบบ

ระบบที่ 1 เป็นระบบหมุนเวียนอากาศที่มีประสิทธิภาพ แต่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก เพราะมีท่อสำหรับต้องดูดอากาศกลับ

ระบบที่ 2 ต้องเตรียมพื้นที่เหนือเพดาน โดยใช้ช่องว่างเหนือเพดานทั้งหมด สำหรับการดูดอากาศกลับ ลักษณะอาคารต้องถูกปิดไม่ให้มีรอยรั่ว

ระบบที่ 3 ใช้ทางเดินเป็น ท่อดึงลมกลับ(RETURN AIR DUCT) ในตัว โดยทำประตูให้เป็นหน้ากอกหมุนอากาศระบบนี้ทำให้เกิดความประหยัด ใช้ตัวอย่าง PAN ROOM เป็น หน้ากอกในตัว เป็นระบบที่มีราคาถูกแต่มีเสียงดัง และทำให้บริเวณที่ทำการเป่าแรงกว่าที่อื่นๆ

#### 2.4.3.4 ระบบป้องกันอัคคีภัย

กฎหมายกำหนดไว้ว่าอาคารที่เป็นอาคารสาธารณะ,อาคารขนาดใหญ่และอาคารสูงต้องมีข้อกำหนดสำหรับการป้องกันอัคคีภัย ที่หลีกเลี่ยงมิได้เด็ดขาดแต่ใน อาคารพักอาศัยทั่วไปไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ เช่น คอนโดมิเนียมอพาร์ทเมนท์ ก็จำเป็นต้องมีระบบป้องกันอัคคีภัยตามสมควรไว้ด้วยทั้งนี้เพื่อประโยชน์ และความปลอดภัยแก่ชีวิต และทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัย

การป้องกันอัคคีภัยสามารถกระทำได้ 2 ลักษณะคือ

##### 1. การป้องกันอัคคีภัยวิธี Passive

- เริ่มจากการจัดวางผังอาคารให้ปลอดภัยต่ออัคคีภัย คือการวางผังอาคารให้สามารถป้องกันอัคคีภัยจากการเกิดเหตุสุตวิสัยได้ มีวิธีการได้แก่ เว้นระยะห่างจากเขตที่ดิน เพื่อกันการลามของไฟตามกฎหมาย การเตรียมพื้นที่รอบอาคาร สำหรับเข้าดับเพลิง ได้เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

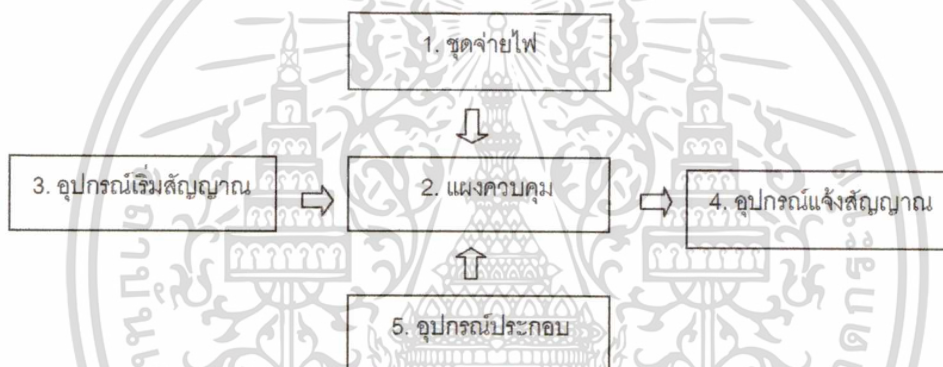
- การออกแบบอาคาร คือการออกแบบให้ตัวอาคารมีความสามารถในการทนไฟ หรืออย่างน้อยให้มีเวลาพอสำหรับหนีไฟได้ นอกเหนือจากนั้น ต้องมีการออกแบบที่ทำให้การเข้าดับเพลิงทำได้ง่าย และมีการอพยพคนออกจากอาคารได้สะดวก มีทางหนีไฟที่ดีมีประสิทธิภาพ

2. การป้องกันอัคคีภัยวิธี Active คือการป้องกันโดยใช้ระบบเตือนภัย, การควบคุมควันไฟ, ระบายควันไฟและระบบดับเพลิงที่ดี

- ระบบสัญญาณแจ้งเหตุเตือนภัยเป็นระบบ ที่บอกให้คนในอาคารทราบว่า มีเหตุฉุกเฉิน จะได้มีเวลาสำหรับการเตรียมตัวหนีไฟ หรือดับไฟได้

#### 2.4.3.4.1 ส่วนประกอบของระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย

ส่วนประกอบที่สำคัญของระบบเตือนอัคคีภัยมี 5 ส่วนใหญ่ๆ ซึ่งทำงานเชื่อมโยงกัน ดังแสดงในแผนภาพ



##### 1. ชุดจ่ายไฟ (Power Supply)

ชุดจ่ายไฟ เป็นอุปกรณ์แปลงกำลังไฟฟ้าของแหล่งจ่ายไฟมาเป็นกำลังไฟฟ้ากระแสตรง ที่ใช้ปฏิบัติงานของระบบและจะต้องมีระบบไฟฟ้าสำรอง เพื่อให้ระบบทำงานได้ในขณะที่ไฟปกติดับ

##### 2. แผงควบคุม (Fire Alarm Control Panel)

เป็นส่วนควบคุมและตรวจสอบการทำงานของอุปกรณ์และส่วนต่างๆ ในระบบทั้งหมด จะประกอบด้วยวงจรตรวจคอยรับสัญญาณจากอุปกรณ์เริ่มสัญญาณ, วงจรทดสอบการทำงาน, วงจรป้องกันระบบ, วงจรสัญญาณแจ้งการทำงานในสภาวะปกติ และสภาวะขัดข้อง เช่น สายไฟจากอุปกรณ์ตรวจจับขาด, แบตเตอรี่ต่ำหรือไฟจ่ายตู้แผงควบคุมโดนตัดขาด เป็นต้น ตู้แผงควบคุม(FCP)จะมีสัญญาณไฟและเสียงแสดงสภาวะต่างๆ บนหน้าตู้ เช่น

- Fire Lamp : จะติดเมื่อเกิดเพลิงไหม้
- Main Sound Buzzer : จะมีเสียงดังขณะแจ้งเหตุ

##### 1. ชุดจ่ายไฟ

##### 2. แผงควบคุม

##### 5. อุปกรณ์ประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. อุปกรณ์เริ่มสัญญาณ

#### 4. อุปกรณ์แจ้งสัญญาณ

- Zone Lamp : จะติดค้างแสดงโซนที่เกิดAlarm

- Trouble Lamp : แจ้งเหตุขัดข้องต่างๆ

- Control Switch : สำหรับการควบคุม เช่น เปิด/ปิดเสียงที่ตู้และกระดิ่ง,ทดสอบการทำงานตู้,ทดสอบ Battery,Resetระบบหลังเหตุการณ์เป็นปกติ

### 3. อุปกรณ์เริ่มสัญญาณ (Initiating Devices)

เป็นอุปกรณ์ต้นกำเนิดของสัญญาณเตือนอัคคีภัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1.1 อุปกรณ์เริ่มสัญญาณจากบุคคล (Manual Station) ได้แก่ สถานีแจ้งสัญญาณเตือนอัคคีภัยแบบใช้มือกด (Manual Push Station)

1.2 อุปกรณ์เริ่มสัญญาณโดยอัตโนมัติ เป็นอุปกรณ์อัตโนมัติที่มีปฏิกิริยาไวต่อสภาวะ ตามระยะต่างๆ ของการเกิดเพลิงไหม้ ได้แก่ อุปกรณ์ตรวจจับควัน(Smoke Detector) อุปกรณ์ตรวจจับความร้อน(Heat Detector) อุปกรณ์ตรวจจับเปลวไฟ(Flame Detector) อุปกรณ์ตรวจจับแก๊ส(Gas Detector)

#### 4. อุปกรณ์แจ้งสัญญาณด้วยเสียงและแสง (Audible & Visual Signalling Alarm Devices)

หลังจากอุปกรณ์เริ่มสัญญาณทำงานโดยส่งสัญญาณมายังตู้ควบคุม(FCP) แล้ว FCPจึงส่งสัญญาณออกมาโดยผ่านอุปกรณ์ ได้แก่ กระดิ่ง,ไซเรน, ไฟสัญญาณ เป็นต้นเพื่อให้ผู้อยู่อาศัย, ผู้รับผิดชอบหรือเจ้าหน้าที่ดับเพลิง ได้ทราบว่ามีเหตุเพลิงไหม้เกิดขึ้น

#### 5. อุปกรณ์ประกอบ (Auxiliary Devices)

เป็นอุปกรณ์ที่ทำงานเชื่อมโยงกับระบบอื่นที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมป้องกัน และดับเพลิงโดยจะถ่ายทอดสัญญาณระหว่างระบบเตือนอัคคีภัยกับระบบอื่น เช่น

5.1 ส่งสัญญาณกระตุ้นการทำงานของระบบบังคับลิฟต์ลงชั้นล่าง, การปิดพัดลมในระบบปรับอากาศ,เปิดพัดลมในระบบระบายอากาศ, เปลี่ยนแปลงเพื่อควบคุมควันไฟ,การควบคุมเปิดประตูทางออก,เปิดประตูหนีไฟ, ปิดประตูกันควันไฟ, ควบคุมระบบกระจายเสียง และการประกาศแจ้งข่าว, เปิดระบบดับเพลิง เป็นต้น

5.2 รับสัญญาณของระบบอื่นมากระตุ้นการทำงานของระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย เช่น จากระบบพ่นน้ำปัดดับเพลิง ระบบดับเพลิงด้วยสารเคมีชนิดอัตโนมัติ เป็นต้น

#### 2.4.3.4.2 อุปกรณ์เริ่มสัญญาณแบบอัตโนมัติ (Automatic Initiation Devices) มีหลายชนิดดังนี้

1. อุปกรณ์ตรวจจับควัน (Smoke Detector) แบ่งออกเป็น 2 แบบดังนี้

1.1 อุปกรณ์ตรวจจับควันชนิดไอออนไนเซชัน (Ionization Smoke Detector) อุปกรณ์ชนิดนี้เหมาะสำหรับใช้ตรวจจับสัญญาณควันในระยะเริ่มต้นที่มีอนุภาคของควันเล็กน้อย Ionization Detector ทำงานโดยใช้หลักการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติทางไฟฟ้า โดยใช้สารกัมมันตภาพรังสีปริมาณน้อยมากซึ่งอยู่ใน Chamber ซึ่งจะทำให้ ปฏิกิริยากับอากาศที่อยู่ระหว่างขั้วบวกและลบ ทำให้ความนำ ไฟฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Conductivity) เพิ่มขึ้นมีผลให้กระแสสามารถไหลผ่านได้โดยสะดวก เมื่อมีอนุภาคของควันเข้ามาใน Sensing Chamber นี้ อนุภาคของควันจะไปรวมตัวกับ อีออน จะมีผลทำให้การไหลของกระแสลดลง ซึ่งทำให้ตัว ตรวจจับควันแจ้งสถานะ Alarm ทันที

1.2 อุปกรณ์ตรวจจับควันชนิดโฟโตอิเล็กทริก (Photoelectric Smoke Detector) เหมาะสำหรับใช้ตรวจจับสัญญาณควันในระยะที่มีอนุภาคของควันที่ใหญ่ขึ้น Photoelectric Smoke Detector ทำงานโดยใช้หลักการสะท้อนของแสง เมื่อมีควันเข้ามาในตัวตรวจจับควันจะไปกระทบกับแสงที่ออกมาจาก Photoemiter ซึ่งไม่ได้ส่องตรงไปยังอุปกรณ์รับแสง Photo receptor แต่แสงดังกล่าวบางส่วนจะสะท้อนอนุภาคควันและหักเหเข้าไปที่ Photo receptor ทำให้วงจรตรวจจับของตัวตรวจจับควันส่งสัญญาณแจ้ง Alarm

## 2. อุปกรณ์ตรวจจับความร้อน (Heat Detector)

อุปกรณ์ตรวจจับความร้อน เป็นอุปกรณ์แจ้งอัคคีภัยอัตโนมัติรุ่นแรกๆ มีหลายชนิด ซึ่งนับได้ว่าเป็นอุปกรณ์ที่ราคาถูกที่สุดและมีสัญญาณหลอก (Fault Alarm) น้อยที่สุดในปัจจุบัน อุปกรณ์ตรวจจับความร้อนที่นิยมใช้กันมีดังต่อไปนี้

2.1 อุปกรณ์ตรวจจับความร้อนชนิดจับอัตราการเพิ่มของอุณหภูมิ (Rate-of-Rise Heat Detector) อุปกรณ์ชนิดนี้จะทำงานเมื่อมีอัตราการเพิ่มของอุณหภูมิเปลี่ยนแปลงไปตั้งแต่ 10 องศาเซลเซียส ใน 1 นาที ส่วนลักษณะการทำงาน อากาศในส่วนด้านบนของส่วนรับความร้อนเมื่อถูกความร้อน จะขยายตัวอย่างรวดเร็วมากจนอากาศที่ขยายไม่สามารถเล็ดลอดออกมาในช่องระบายได้ ทำให้เกิดความดันสูงมากขึ้นและไปดันแผ่นไดอะแฟรมให้ดันขาคอนแทคแต่ละกัน ทำให้อุปกรณ์ตรวจจับความร้อนนี้ส่งสัญญาณไปยังตู้ควบคุม

2.2 อุปกรณ์ตรวจจับความร้อนชนิดจับอุณหภูมิคงที่ (Fixed Temperature Heat Detector) อุปกรณ์ชนิดนี้จะทำงาน เมื่ออุณหภูมิของ Sensors สูงถึงจุดที่กำหนดไว้ซึ่งมีตั้งแต่ 60 องศาเซลเซียสไปจนถึง 150 องศาเซลเซียส การทำงานอาศัยหลักการของโลหะสองชนิด เมื่อถูกความร้อนแล้วมีสัมประสิทธิ์การขยายตัวแตกต่างกัน เมื่อนำ โลหะทั้งสองมาแนบติดกัน (Bimetal) และให้ความร้อนจะเกิดการขยายตัวที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดบิดโค้งงอไปอีกด้านหนึ่ง เมื่ออุณหภูมิลดลงก็จะคืนสู่สภาพเดิม

2.3 อุปกรณ์ตรวจจับความร้อนชนิดรวม (Combination Heat Detector) อุปกรณ์ชนิดนี้รวมเอาคุณสมบัติของ Rate of Rise Heat และ Fixed Temp เข้ามาอยู่ในตัวเดียวกันเพื่อตรวจจับความร้อนที่เกิดได้ทั้งสองลักษณะ

## 3. อุปกรณ์ตรวจจับเปลวไฟ (Flame Detector)

โดยปกติจะนำไปใช้ในบริเวณพื้นที่อันตรายและมีความเสี่ยงในการเกิดเพลิงไหม้สูง (Heat Area) เช่น คลังจ่ายน้ำมัน, โรงงานอุตสาหกรรม, บริเวณเก็บวัสดุที่เมื่อติดไฟจะเกิดควันไม่มาก หรือบริเวณที่ง่ายต่อการระเบิดหรือง่ายต่อการลุกลาม อุปกรณ์ตรวจจับเปลวไฟจะตรวจจับความถี่คลื่นแสงในย่านอุลตราไวโอเล็ต ซึ่งมีความยาวคลื่นอยู่

ในช่วง 0.18-0.36 ไมครอนที่แผ่ออกมาจากเปลวไฟเท่านั้นแสงสว่างที่เกิดจากหลอดไฟและแสงอินฟราเรดจะไม่มีผลทำให้เกิด Fault Alarm ได้

การพิจารณาเลือกติดตั้งอุปกรณ์ตรวจจับในบริเวณต่างๆ เราจะคำนึงเรื่องความปลอดภัยของชีวิต, ความเสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัยในบริเวณต่างๆ และลักษณะของเพลิงที่จะเกิด เพื่อที่จะติดตั้งอุปกรณ์ตรวจจับที่เหมาะสมสถานที่และไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากเกินไป

#### 2.4.3.4.3 การออกแบบระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการออกแบบ

1. ความสูงของเพดาน : มีผลกับจำนวนอุปกรณ์ตรวจจับที่ต้องใช้ต่อพื้นที่ ความร้อนหรือควันที่ลอยขึ้นมาถึงอุปกรณ์ตรวจจับที่ติดตั้งบนเพดานสูงจะต้องมีปริมาณความร้อน หรือควันที่มากกว่าเพดานต่ำ เพื่อให้อุปกรณ์ตรวจจับทำงานในเวลาที่เหมาะสม จึงต้องลดระยะห่างระหว่างตัวตรวจจับ เพื่อให้ระบบเสริมกำลังตรวจจับให้ละเอียดดีขึ้น เราจะพิจารณากำหนดระยะจัดวางตัวตรวจจับที่ติดบนเพดานโดยอ้างอิงจากตารางต่อไปนี้

ชนิดตัวตรวจจับ	พื้นที่การตรวจจับ (ตารางเมตร)	ระยะห่างระหว่างอุปกรณ์ (เมตร)	ความสูงเพดาน (เมตร)
ตัวจับควัน(smoke detector)	150	9	0.4
ตัวจับควัน(smoke detector)	75	4.5	4.0
ตัวจับร้อน(heat detector)	70	6	0.4
ตัวจับความร้อน(heat detector)	35	3	4.9

2. สภาพแวดล้อม : อุดมภูมิ, ใอน้ำ, ลม, ฝุ่น, สิ่งบดบัง, ประเภทวัสดุที่อยู่บริเวณนั้น ฯลฯ จะมีผลกับการเลือกชนิดของอุปกรณ์ตรวจจับและตำแหน่งการติดตั้ง เช่น ตัวจับควันจะไม่เหมาะกับบริเวณที่มีฝุ่น, ใอน้ำและลม Rate of Rise Heat Detector ไม่เหมาะที่จะติดตั้งในห้องBoiler ถ้าเป็นสารติดไฟแต่ไม่มีควันก็จำเป็นต้องใช้ Flame Detector ดังนั้นเราจะต้องมีพื้นฐานเข้าใจหลักการทำงานของตัวตรวจจับแต่ละชนิด

3. ระดับความสำคัญและความเสี่ยง : เราควรเลือกใช้อุปกรณ์ที่ตรวจจับได้ไวที่สุด เพื่อรับรู้เหตุการณ์ทันที ก่อนที่จะลุกลามใหญ่โต ในบางสถานที่อาจมีปัจจัยเสี่ยงต่ำ เช่น เป็นพื้นที่ที่อยู่ในระยะของสายตาของเจ้าหน้าที่ประจำ ตลอดเวลาบริเวณที่ไม่มีวัตถุติดไฟหรือติดไฟยาก สำหรับบริเวณที่อาจเสี่ยงต่อการสูญเสียชีวิตเราจะต้องใช้อุปกรณ์ที่แจ้งเหตุได้เร็วที่สุดไว่ก่อนได้แก่ ตัวจับควัน

4. เงินงบประมาณที่ตั้งไว้ : งบประมาณเป็นข้อจำกัดทำให้ไม่สามารถเลือกอุปกรณ์ตรวจจับ ชนิดที่ดีที่สุด ติดตั้งไว้ทุกจุดในอาคารเพราะราคาสูง จำ ต้องยอมเลือกชนิดที่มีราคาถูกไปแ่งดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. Fix Temperature Heat Detector - -> 2. Rate of Rise Heat Detector - -> 3. Combination Heat Detector - -> 4. Photo Electric Smoke Detector - -> 5. Ionization Smoke Detector - -> 6. Flame Detector - -> 7. Beam Smoke Detector

อุปกรณ์ที่รับรู้เหตุได้ไวจะมีราคาแพงกว่าแต่อาจจะไม่เหมาะสมกับบางสถานที่ เราจะต้องพิจารณากับข้ออื่นด้วย

#### 2.4.3.4.4 การจัดแบ่งโซน

การที่สามารถค้นหาจุดเกิดเหตุได้เร็วเท่าไร นั้นหมายถึงความสามารถในการระงับเหตุก็จะมากขึ้นด้วยดังนั้นการจัดโซนจึงเป็นความสำคัญในการออกแบบระบบ Fire Alarm กรณีเกิดเหตุเริ่มต้นจะทำให้กระดิ่งดังเฉพาะโซนนั้นๆ ถ้าคุณสถานการณ์ไม่ได้จึงจะส่งให้กระดิ่งโซนอื่นๆดังตาม

แนวทางการแบ่งโซนมีดังนี้

1. ต้องจัดโซน อย่างน้อย 1 โซนต่อ 1 ชั้น
2. แบ่งตามความเกี่ยวข้องของพื้นที่ ที่เป็นที่เข้าใจสำหรับคนในอาคารนั้น เช่น โซน Office, โซน Workshop
3. ถ้าเป็นพื้นที่ราบบริเวณกว้าง จะแบ่งประมาณ 600 ตารางเมตร ต่อ 1 โซน เพื่อสามารถมองเห็นหรือค้นพบจุดเกิดเหตุโดยเร็ว
4. คนที่อยู่ในโซนใดๆ ต้องสามารถได้ยินเสียงกระดิ่ง Alarm ในโซนนั้นได้ชัดเจน

#### 2.4.3.4.5 การออกแบบติดตั้ง Manual Station

ระบบ Fire Alarm จะต้องมีสวิตช์กดฉุกเฉิน(Manual Station)ด้วยอย่างน้อยโซนละ 1 ชุด สำหรับกรณีที่ค้นพบเหตุการณ์ก่อนที่ Detector จะทำงานหรือไม่มี Detector ติดตั้งไว้ในบริเวณนั้น

Manual Station จะต้องมีลักษณะดังนี้

1. เป็นการง่ายต่อการสังเกต โดยใช้สีแดงเข้ม ดูเด่นหรือมีหลอดไฟ(Location Light) ติดแสดงตำแหน่งในที่มืดหรือยามค่ำคืน
2. ตำแหน่งที่ติดตั้ง ต้องอยู่บริเวณทางออก ทางหนีไฟ ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน
3. ระดับติดตั้งง่ายกับการกดแจ้งเหตุ (สูงจากพื้น 1.1-1.5 เมตร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. กรณีระบบมากกว่า 5 โชน ควรมีแจ้งโทรศัพท์เพื่อใช้ติดต่อระหว่างเจ้าหน้าที่บริเวณที่เกิดเหตุกับห้องควบคุมของอาคาร เพื่อรายงานสถานการณ์และสั่งให้เปิดสวิทช์ General Alarm ให้กระดิ่งดังทุกโชน

#### 2.4.3.4.6 การกำหนดตำแหน่งอุปกรณ์แจ้งสัญญาณ

อุปกรณ์แจ้งสัญญาณมีหลายชนิด ได้แก่ กระดิ่ง ไชเรน ไฟสัญญาณกระพริบ โดยทั่วไปเราจะนิยมติดตั้งกระดิ่งไว้บริเวณใกล้เคียงหรือที่เดียวกับ Manual Station ในระดับหูหรือเหนือศีรษะ เราจะมีกระดิ่งอย่างน้อย 1 ตัว ต่อโชนหรือเพียงพอ เพื่อให้คนที่อยู่เขตพื้นที่โชนนั้นได้ยินเสียงชัดเจนทุกคน (รัศมีความดังระดับที่พอเพียงของกระดิ่งขนาด 6 นิ้วจะไม่เกิน 25 เมตร) ส่วนไชเรนเราจะติดตั้งไว้ได้ขยายทางด้านนอก เพื่อแจ้งเหตุให้บุคคลที่อยู่นอกอาคารได้รับทราบว่าเกิดเหตุผิดปกติ โดยเราจะกำหนดให้ไชเรณดงทันทีทุกครั้งที่เกิดเหตุก่อน จากนั้นจึงจะรอการตัดสินใจว่าจะให้โชนอื่นๆดังตามหรือไม่ตำแหน่งการติดตั้งตู้ควบคุม (Fire Alarm Control Panel) เราจะติดตั้งตู้ควบคุม (FCP) ไว้บริเวณที่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย หรือช่างควบคุมระบบอาคาร หรือห้องเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัยเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ใช้ตระหนักถึงความปลอดภัยจะต้องคำนึงถึงและเลือกใช้ให้เหมาะสม

#### 2.4.3.4 ระบบสุขาภิบาล

ระบบสุขาภิบาลในบ้าน ประกอบไปด้วย ระบบประปา, ระบบท่อระบายน้ำทิ้ง, ระบบท่อระบายอากาศ, ระบบระบายน้ำฝน และระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น จะเห็นได้ว่าถ้าเปรียบบ้านเป็นคน รูปร่าง ความสวยงาม เป็นงานในส่วนสถาปัตยกรรม ระบบสุขาภิบาลก็จะเป็นอวัยวะภายในที่ทำหน้าที่ในร่างกายของเรา ทั้งสูบฉีด เลือดหล่อเลี้ยงร่างกาย และขับถ่ายระบายของเสียออกจากร่างกาย หากระบบมีปัญหาเชื่อได้ว่าเจ้าของบ้านคงอยู่ไม่เป็นสุข ดังนั้นการออกแบบที่ดี การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสม การติดตั้งที่ถูกต้องจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก

ปัญหาในระบบสุขาภิบาลที่พบบ่อย

- ท่อรั่ว, ท่อแตกใต้ดิน, ใต้อาคาร, ในกำแพง
- ห้องน้ำชั้นล่างอืดซึกโครกไม่ลง
- เครื่องสูบน้ำ สูบน้ำไม่ขึ้น, หรือทำงานไม่หยุด หรือเดิน-หยุด, เดิน-หยุดตลอด
- ห้องน้ำมีกลิ่นเหม็นตลอดเวลา

##### 2.4.3.4.1 การออกแบบและการเลือกวัสดุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ไม่ควรเดินท่อประปาฝังดินให้ดินลอยเลาะรื้อบ้าน, หลีกเสี่ยง (ห้าม) เดินท่อประปาใต้บ้านหากมีความจำเป็นต้องเดินลอดถนนให้ฝังปลอกท่อเหล็กใต้ถนน หรือต้องฝังดินเข้าตัวบ้านก็ให้ใส่ประตูลูกตุ้มทุกจุด เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบและซ่อมแซมภายหลัง
- หากมีความจำเป็นต้องใช้เครื่องสูบน้ำ เพื่อให้มีแรงดันมากขึ้น ต้องออกแบบให้มีถังเก็บน้ำและให้เดินท่อจากการประปามาจ่ายน้ำให้ถังเก็บน้ำ และให้สูบน้ำจากถังเก็บน้ำนี้เท่านั้น ห้ามสูบน้ำจากท่อที่ต่อกับท่อของการประปาโดยตรง ซึ่งผิดทั้งหลักวิชาการ และยังมีผิดกฎหมายด้วยซ้ำ
- ถังเก็บน้ำก็จะต้องมีขนาดเหมาะสมกับขนาดของบ้าน, จำนวนคนที่อาศัยอยู่ ตลอดจนความแน่นอนของการจ่ายน้ำประปาให้กับบ้านเรา โดยปกติก็จะให้มีขนาดที่น้ำไว้ใช้ได้ 1-2 วัน โดยที่ไม่มีน้ำจากการประปาเต็มเลย มีข้อแนะนำที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งก็คือ ไม่แนะนำให้อาถังเก็บน้ำฝังดิน เพราะยากต่อการดูแลรักษา ทั้งเรื่องความสะอาดและการรั่วซึม รวมทั้งเครื่องสูบน้ำอาจจะสูบน้ำไม่ขึ้นได้ง่ายด้วย
- ท่อประปาในบ้านผมแนะนำให้เลือกใช้ท่อพีวีซีชั้น 13.5 เทตผลส่งๆ ก็คือ ราคาถูก ต่อจ่าย ไม่เป็นสนิมอายุยืน แต่มีข้อควรระวังเอาใจใส่ในการติดตั้งดังนี้
  1. การตัดต้องใช้เครื่องมือให้เหมาะสมให้แน่ใจว่าตัดได้ฉาก และควรลบเหลี่ยมที่ปลายท่อ (Taper) การทากาวให้ทาที่ท่อในปริมาณที่เหมาะสม ทาให้ตลอดความยาวของท่อที่จะดันเข้าไปในข้อต่อ ถ้าทาสั้นกว่าก็จะดันเข้าไปในข้อต่อได้เท่ากับส่วนที่ทากาวไว้ ปลายท่อที่ทากาวต้องสะอาด
  2. ข้อต่อเกลียวที่ต่อกับวาล์ว หรืออุปกรณ์ของสุขภัณฑ์ที่เป็นโลหะไม่ควรใช้เกลียวพลาสติก เพราะเมื่อหมุนคลายออกเมื่อไร เกลียวพลาสติกจะเสียหายทำให้รั่วได้ ถ้าอยู่ในกำแพงก็จะเป็นเรื่องใหญ่ ให้ใช้เกลียวที่เป็นโลหะแทน
  3. การยึดท่อที่เดินไว้ให้มั่นคง เท่าที่ดูงานบ้านทั่วไปจะสะเลยข้อนี้มาก อาจจะทำให้ท่อขยับตัว, สั่นกระแทกกับโครงสร้างทำให้รั่วซึมภายหลังได้
  4. สำหรับท่อที่จะต่อกับเครื่องทำน้ำร้อน ควรใช้ท่อทองแดง เพราะท่อพีวีซี ไม่สามารถเข้ากับน้ำร้อนได้

#### 2.4.3.4.2 การเลือกเครื่องทำน้ำร้อน

เครื่องทำน้ำร้อนขนาดเล็กส่วนใหญ่ที่ใช้ตามบ้านจะเป็นแบบที่ไม่มีหม้อพัก คือจะอาบน้ำร้อนก็เปิดน้ำให้น้ำไหลผ่านเครื่องทำน้ำร้อน ซึ่งมีคอยล์ทำความร้อนด้วยไฟฟ้าอยู่ ทำให้น้ำร้อนขึ้นทันที แล้วจ่ายน้ำร้อนออกมา เครื่องทำความร้อนแบบนี้ จะแบ่งได้เป็น 2 ชนิดหลักๆ ขึ้นอยู่กับกำลังไฟฟ้าที่ใช้ คือ

1. เครื่องทำน้ำร้อนจะใช้กำลังไฟฟ้าอยู่ที่ประมาณ 3 กิโลวัตต์ ส่วนใหญ่จะมีฝักบัวแถมมาให้เลย ไม่ต้องมีก๊อกผสม มีสวิทช์ปิด-เปิดเครื่องในตัว จะอาบน้ำร้อนก็เปิดสวิทช์ หากอยากจะอาบน้ำเย็นก็ปิดสวิทช์ มีตัวปรับกำลังไฟให้น้ำร้อนน้อยมากตามชอบใจ ติดตั้งเครื่องทำน้ำร้อนบริเวณที่อาบน้ำเลย
2. เครื่องทำน้ำร้อนจะใช้กำลังไฟฟ้าอยู่ที่ประมาณ 6 กิโลวัตต์ขึ้นไป ซึ่งทำให้น้ำจะร้อนเกินไป จำเป็นต้องมีน้ำเย็นมาผสมน้อย-มากตามความชอบ ตำแหน่งที่ติดตั้งสามารถซ่อนไว้ใต้เคาน์เตอร์อ่างล้างหน้า หรือบนฝ้า (ต้องเฝ้าระวังเป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปิดซ่อมได้) หรือติดที่ผนังห้องน้ำเลยก็ได้ แต่ต้องใกล้กับจุดใช้งานให้มากที่สุด สำหรับห้องน้ำที่มีอ่างอาบน้ำ และเจ้าของมีรสนิยมชอบนอนแช่น้ำร้อนจัดขนาด 6 กิโลวัตต์อาจจะเล็กไป ต้องใช้แบบ 8 กิโลวัตต์ขึ้นไปแทน ทั้งนี้ต้องระวังและเตรียมขนาดสายไฟฟ้าที่จะมาจ่ายให้กับเครื่องทำน้ำร้อนนี้ให้มีขนาดเหมาะสมด้วย

ทั้งสองประเภทควรเลือกชนิดที่มีเครื่องมือตัดไฟรั่วในตัวอยู่ด้วย (Earth Leakage) เลือกยี่ห้อที่มีชื่อเสียง หรือมีมาตรฐานรับรอง เพราะเป็นห่วงเรื่องไฟรั่วมาก ของใหม่ๆ ก็ไม่เท่าไร นานๆ ไปอาจสร้างปัญหาให้เราได้ ที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งก็ การต่อสายไฟเข้ากับเครื่องทำน้ำร้อน ต้องมั่นใจว่าน้ำจะไม่เข้าไปถูกขั้วที่ต่อไฟฟ้า

#### 2.4.3.4.2 การระบายน้ำทิ้ง

- การออกแบบระบบท่อน้ำทิ้งนั้นใช้หลักการว่า น้ำไหลจากที่สูงลงสู่ที่ต่ำ คำนวณขนาดท่อและความลาดเอียงให้เหมาะสม เพื่อให้ น้ำไหลในท่อได้เร็วพอที่จะพาขยะ สิ่งโสโครกที่เราขับถ่ายปกติไปสู่บ่อน้ำเสียได้ โดยสะดวก ดังนั้นการเดินท่อนวนอนต้องมีความลาดเอียงลงอย่างน้อย 1:100 (1 เมตร/1 ซม.) จากห้องน้ำ ไปยังบ่อบำบัดน้ำเสีย จากบ่อบำบัดน้ำเสียไปท่อระบายน้ำฝนรอบบ้าน และจากท่อระบายน้ำฝนไปยังแหล่งปล่อยน้ำทิ้งตลอดแนวท่อระบายน้ำ วิศวกรผู้ออกแบบจะต้องสำรวจและไต่ระดับจากต้นจนปลายให้ได้ หากมีความจำเป็นก็อาจจะต้องยกตัวบ้านให้สูงขึ้น หรือทำบ่อพักและสูบน้ำทิ้งออกไปสู่ท่อระบายน้ำสาธารณะ อุปกรณ์ข้อต่อที่ใช้ต้องเป็นแบบที่ใช้สำหรับการระบายน้ำทิ้งเท่านั้น ห้ามใช้ข้อต่อประปาซึ่งจะมีความโค้งน้อย
- สำหรับเรื่องกลิ่นนั้น อุปกรณ์ทุกชนิดที่ต่อกับท่อระบายน้ำทิ้งจะต้องมีที่ดักกลิ่น (คอก่าน) ที่ได้มาตรฐานทุกตัว ตัวไหนไม่มี หรือที่ดักกลิ่นไม่ดักกลิ่นที่ไม่ปรารถนาจะมาเยือนได้เสมอ ที่ดักกลิ่นหรือ P-Trap ออกแบบให้มีน้ำขังกันอยู่ระหว่างท่อกับตัวสุขภัณฑ์ กันไม่ให้กลิ่นผ่านน้ำมาได้ ที่ดักกลิ่นที่ดีต้องมีคุณสมบัติหลักคือ สามารถขังน้ำได้สูงพอประมาณและสามารถถอดล้างเอาขยะออกได้สะดวก สุขภัณฑ์ที่ขายโดยส่วนใหญ่จะมีที่ดักกลิ่นในตัว เช่น โถส้วม หรือจะให้มาพร้อมกับสุขภัณฑ์ เช่น อ่างล้างหน้า, อ่างอาบน้ำ หากไม่มีหรือไม่ให้มา ก็ต้องซื้อเพิ่ม เช่น อ่างล้างจาน (Sink) สำหรับช่องระบายน้ำที่พื้น (Floor Drain) นั้น เป็นปัญหาหลักที่ทำให้เกิดกลิ่น ควรติดตั้ง P-Trap ได้ช่องระบายน้ำทุกตัว เนื่องจากสินค้าที่ขายทั่วไปที่มีดักกลิ่นที่ตันเกินไป ทำให้น้ำที่ขังอยู่แห้งได้ง่าย ขออย่าอีกครั้ง สุขภัณฑ์ทุกตัวต้องมีที่ดักกลิ่น (P-Trap)

#### 2.4.3.2 การใช้สีภายในอาคาร

สีต่างๆ มีอิทธิพลอย่างแรงกล้าต่อจิตใจมนุษย์ เป็นเหตุให้เกิดอารมณ์เปลี่ยนแปลงได้หลายอารมณ์ ทั้งร้อนแรง อบอุ่น และชุ่มชื้น เยือกเย็น กระปรี้กระเปร่า เป็นต้น สำหรับในด้านการตกแต่งภายในจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ถึงจิตวิทยาของสีว่าสีใดให้ความรู้สึกอย่างไร เพราะการใช้สีให้คล้อยตามไปกับหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยของสถานที่นั้นๆทำให้การใช้สีมีประสิทธิภาพดีขึ้นและในบางเวลาก็ช่วยแก้ความรู้สึกที่ร้อนอบอ้าว อาจแก้ด้วยสีที่ให้ความรู้สึกเย็นสบาย ทำให้คลายร้อนไปได้

อันที่จริงแล้วอิทธิพลของสีที่กระทบจิตใจของเราจะรู้สึกไม่เหมือนกันทุกคน ทั้งนี้เพราะในการตกแต่งภายใน ควรจะคำนึงถึงคุณลักษณะและความรู้สึกในเรื่องสีด้วย เช่น

- สีสามารถสร้างความรู้สึกที่เข้าใกล้หรือห่างออกไป คือ สีอุ่น ดูแล้วรู้สึกเข้าใกล้ตัวแต่สีเย็นดูแล้วออกห่างจากตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สีบางสีอาจไม่น่าดูเมื่อใช้กับพื้นที่มากๆ แต่เสริมให้น่าดูแก่สีอื่นๆ เมื่อใช้ในพื้นที่เล็กๆ เช่น สีสัมผัสบนพื้นที่สีเขียวเข้ม

- เมื่อใช้สีเข้มจัดคู่กับสีอ่อนจัด จะดูเด่น มีชีวิตชีวากว่าการใช้สีที่มีความเข้มใกล้เคียงกันไว้ด้วยกัน

- ความเด่นของสี จะเกิดขึ้นเมื่อใช้สีต่างกันในเรื่องที่หรือปริมาณไม่เท่ากัน เพราะการใช้สีแต่ละสีในปริมาณเท่ากันหมด หรือเนื้อที่เท่าๆ กันทั้งหมด จะเกิดความน่าเบื่อหรือการตัดกันอย่างรุนแรง

จิตวิทยาการใช้สี สีสมีปฏิกริยาต่อความรู้สึกของมนุษย์โดยตรง เช่น

- สีเทา ให้ความรู้สึกเคร่งขรึม สุภาพ ผู้ดี เรียบร้อย เงียบสงัด
- สีดำ ให้ความรู้สึกลึกลับ มีด ทุกข์โศก น่ากลัว ให้ความแข็งแกร่ง มีพลัง
- สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากมลทิน เปิดเผย
- สีแสด ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ สนุก อันตราย เบิกบาน ต้อนรับ รบกวณ
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกเปรี๊ยะ ร่าเริง ดีใจ มีอำนาจ ชักจูง ความมั่งคั่ง
- สีแดง ให้ความรู้สึกมั่งคั่ง สมบูรณ์ ความสวย ความสุข ตี้อรัน ทำทาย
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสุภาพ ถ่อมตน หนักแน่น เยือกเย็น สุขุม คงสภาพ
- สีเขียว ให้ความรู้สึกร่าเริง สดชื่น กระชุ่มกระชวย สุขุม เยือกเย็น สันติ

#### 2.4.4. วัสดุในการตกแต่งภายใน

การใช้วัสดุตกแต่งภายในห้องของอาคารพักอาศัยตากอากาศและส่วนอื่นๆ ซึ่งบางชนิดไม่เหมาะสมและไม่สามารถนำมาใช้ได้ถ้าจะใช้ก็จะเกิดปัญหาจากอากาศบริเวณชายทะเลที่มีปฏิกริยาต่อวัสดุนั้นๆ และต้องเพิ่มการบำรุงรักษา อันเป็นการเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ จากการวิเคราะห์ถึงวัสดุที่นำมาใช้นั้นจะต้องทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศของชายทะเล ง่ายต่อการรักษา ทำความสะอาด ส่วนใหญ่ที่ใช้กันอยู่ก็จะเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ และจากการประดิษฐ์โดยทั่วไป

ได้แก่ ไม้ทุกชนิด เช่น ไม้สัก ไม้ไผ่ หวาย ไม้ฉำฉา ฯ , หินได้แก่พวกหินอ่อน หรือหินทะเล กระจกและอื่นๆ ซึ่งความจริงในส่วนของพื้นก็ไม่จำเป็นต้องปูพรมทุกห้อง(นอกจากต้องการความหรูหราและสวยงาม) เพราะยากแก่การทำความสะอาด เพราะชายทะเลมักจะมีทรายติดตัวของผู้ที่มาพัก ซึ่งการที่จะมาพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศต้องการความสบาย โดยไม่จำเป็นต้องคอยระวังรักษา หรือใช้โดยอึดอัดไม่สะดวก พื้นที่ส่วนที่เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาธารณะ โดยทั่วไปควรใช้หิน หรือกระเบื้องดินเผา หรือวัสดุที่เหมาะสมกับอากาศชายทะเล และดูแลรักษา ง่าย ทำความสะอาดง่ายและคงทนถาวร

### 1. วัสดุประเภทหิน

วัสดุประเภทหิน สำหรับผนังภายในและภายนอกของอาคาร นับว่าเหมาะสมที่จะกระด้วยวัสดุประเภทหิน อัน ได้แก่ หินประเภทเนื้อละเอียด สามารถทนต่อดินฟ้าอากาศหรือใช้กันผนังและพื้นที่ใช้งานหนัก ตลอดจนพื้นที่ ที่คนพลุกพล่าน เพราะหินทนต่อการสัมผัส และทำความสะอาดง่าย และยังมีคุณสมบัติที่ให้ความงดงาม ประทับใจ มีค่า การเลือกใช้หินแต่ละชนิด ก็จะทำให้ความรู้สึกต่างกันไป วัสดุประเภทหินสามารถแยกชนิดออก ได้ดังต่อไปนี้

#### - หินอ่อน

เป็นหินที่สามารถทนความสกปรกได้ดี ทนต่อสารเคมีได้บ้างบางชนิด ซึ่งจะใช้หินอ่อนกับผนังภายในเป็น ส่วนมาก หินอ่อนให้ลักษณะที่มีคุณค่าในด้านความงามมากกว่าหินประเภทอื่นๆ มีสีให้เลือกหลายสี เช่น ขาว ดำ เทา ชมพู เขียว น้ำตาล เป็นต้น หินชนิดนี้ทนกับน้ำหนักปานกลาง ทนต่อการขีดสี ไม่เก็บเสียง มีผิวหน้าที่ ดูสวยงาม หรุหร่า ถ้าถูกน้ำมันอาจต่างเป็นดวง มีทั้งแบบด้านและแบบมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำและที่ที่ต้องการ ความหรูหรา วิธีปูคือ ปูบนทราย ขนาดความหนาของแผ่นจะเป็น  $\frac{3}{4}$  และ 1 นิ้ว

#### - หินกาบ

คือหินที่ซ้อนกันเป็นชั้นๆ ที่นิยมใช้มีหลายสีคือ สีน้ำตาล ดำ เหลือง ส้มแดง ม่วง(มีราคาแพงที่สุด) ส่วนมากใช้ ปูตามทางเดิน ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติการปูหินกาบทำได้โดย เตรียม พื้นที่ที่จะปูให้มีผิวขรุขระ เพื่อหินกาบ จะได้ติดแน่นกับพื้น ใช้แปรงชุบน้ำตีผนังให้ชุ่มตลอดเวลา ใช้ปูนทรายเป็นตัวเชื่อม เมื่อปูต้องคอยจับแผ่นหินไป ด้วย เพื่อไม่ให้หน้าปูนเกาะที่หินกาบ เมื่อเสร็จใช้ฟองน้ำทำความสะอาดและลงแว็กซ์

#### - หินแกรนิต

ส่วนมากใช้กรุผนังหรือพื้นทางเดินของส่วนต่างๆ เนื่องจากเป็นหินที่แข็งที่สุด เนื้อแน่น และทนทาน เมื่อขัดให้ ขึ้นเงาจะมีลักษณะคล้ายหินอ่อน รักษาและทำความสะอาดง่าย

#### - หินชนวน

หินชนวนมีสีต่างๆให้เลือกหลายสี ได้แก่สีฟ้า สีดำ และสีน้ำตาล มีราคาแพงแต่ประหยัดค่าบำรุงรักษาได้ดี

#### - หินหล่อ

ได้แก่ วัสดุประเภทหินผสมกับซีเมนต์ คุณีคุณค่าน้อยกว่าหินแท้ แต่มีความงามคงทน และรักษาง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. วัสดุประเภทดินเผา

วัสดุประเภทดินเผา เช่น อิฐ กระเบื้อง และเซรามิค สามารถใช้กรุพื้นและผนัง ราคาถูกกว่าหิน ทนทานดินฟ้าอากาศ ทนต่อการสึกกร่อน รักร้าง่าย ตลอดจนมีลวดลายให้เลือกได้มากกว่า

### - อิฐ

สามารถนำมาใช้ได้โดยธรรมชาติของมัน หรือทาสีทับ สีธรรมชาติมีสีแดง สีแสด สีเหลือง ราคาถูกกว่าหิน คงทนและง่ายต่อการรักษา

### - กระเบื้อง

เป็นวัสดุที่สามารถปูได้ทั้งพื้นและผนัง ใช้ในทุกห้องได้ตามต้องการ เหมาะสมกับสภาพดินฟ้าอากาศ และทนต่อผลจากไอน้ำเค็มได้เป็นอย่างดี มีหลากหลายแบบ หลายขนาด หลากสีสันทันให้เลือกได้ตามความต้องการ

## 3. วัสดุประเภทไม้

เป็นวัสดุที่เหมาะสมกับการตกแต่งภายในที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ เพราะหาได้ง่าย ทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ และมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ไม่มีหลายชนิด เช่น

### - ไม้สัก

เป็นไม้เนื้อปานกลางระหว่างไม้เนื้อแข็งกับไม้เนื้ออ่อน ใช้กับงานประณีตได้ดี รวมทั้งมีสีสนิมและลวดลายสวยงาม เหมาะแก่การทำเครื่องเรือน ในส่วนที่ต้องการความสวยงามและคงทน การนำมาใช้ควรขัดผิวให้เรียบเนียน อาจย้อมสีให้เข้มขึ้นเล็กน้อยก็จะสวยงาม

### - ไม้อัดสัก

เป็นไม้สักที่แปรรูปให้เป็นแผ่นบางอัดทับกับไม้เนื้อแข็ง เพื่อให้มีความแข็งแรงไม่บิดงอหรือหัก ใช้กรุเครื่องเรือน จะดูแลรักษาดีกว่าเครื่องเรือนที่ทำผิวด้วยไม้สัก

### - ไม้อัดยาง

เป็นไม้อัดเช่นเดียวกับไม้อัดสัก มีความแข็งแรงทนทานพอๆกัน แต่มีเนื้อสีไม้และลวดลายน้อยกว่ามาก นิยมพ่นสีหรือกรูวัสดุอื่นทับผิวหน้าอีกที ราคาถูก แต่การใช้ไม้อัดยางพ่นสีทำผิวเครื่องเรือน จะดูแลรักษาดีกว่าเครื่องเรือนที่ทำผิวด้วยไม้สัก

### - ไม้อัดมะปิ่น

เป็นไม้อัดที่มีคุณภาพและราคาปานกลาง มีเนื้ออ่อนและทำผิวได้ดีโดยไม่ต้องย้อมสี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### - ไม้อัดยมหิน

มีลักษณะคล้ายไม้อัดสัก แต่มีลวดลายแปลกกว่า คือไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เหมือนลายของไม้สัก แต่มีการผลิตน้อยจึงหายาก ราคาไม่แน่นอน มีความคงทนมาก

#### - ไม้สน หรือ ไม้ฉำฉา

เป็นไม้เนื้ออ่อน ไม่นิยมใช้ทำเครื่องเรือนมากนัก แต่มีใช้ประกอบหรือใช้ตกแต่งบางส่วนของเครื่องเรือนให้ดูสวยงามมากขึ้น ปัจจุบันมีการนำไปใช้ทำเครื่องเรือนทั้งตัว เพราะมีความสวยงาม แต่ไม่ค่อยแข็งแรง จึงใช้กับเครื่องเรือนที่มีขนาดเล็ก ไม่ต้องรับน้ำหนักมากนัก หรือใช้ประดับบนโครงสร้างไม้เนื้อแข็งแทน ก็จะได้ผลดี เพราะมีความสวยงาม และราคาที่ค่อนข้างถูก

#### - ไม้จำปา

เป็นไม้เนื้ออ่อน ใช้กับงานที่มีความประณีต ไม่นิยมย้อมสี

#### - ไม้ประสานสัก

เป็นไม้ชิ้นเล็กที่นำมาต่อกันเป็นแผ่น เพื่อทำเครื่องเรือน ไม่ทนทานเท่าไม้สัก ราคาถูก

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ ที่อัดแปรรูปแล้วใช้ทำเครื่องเรือนได้อีก มีความแข็งแรงเท่าเทียมกับไม้ แต่ราคาถูกกว่า เรียกว่า “ยิปซัมบอร์ด” จะใช้วัสดุกรุทับผิวหน้าหรือไมใช้ก็ได้

#### 4. กระจก

กระจกเป็นวัสดุที่สำคัญต่อการตกแต่งภายในเป็นอย่างมาก เพราะมีความสวยงามในตัวเอง สามารถใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆได้เป็นอย่างดี มีความโปร่งแสง ทนไฟ และกระจกเงาก็มีความสำคัญในการเพิ่มความ โปร่ง โลง มีคุณค่า หูหรา ให้กับสถานที่

กระจกมีหลายแบบ สามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการ เช่น กระจกดูดความร้อน กระจก 2 ชั้น ช่วยกระจายแสงและกรองความร้อน กระจกบานเกล็ด รับลมได้ดี กระจกมีซ้อติคือ สามารถกันน้ำ กันฝน กันลมได้ ปลอดภัยจากเชื้อราและสามารถป้องกันเสียงได้อีกด้วย แต่มีข้อเสียคือ มีขนาดใหญ่ไม่มาก (ถ้าต้องการขนาดใหญ่พิเศษต้องสั่งจากต่างประเทศ และมีราคาสูงมาก ) ยากต่อการขนส่ง ผิวหน้ามักจะเป็นรอยขีดข่วน

#### 5. ผ้าม่าน

ผ้าม่านเป็นวัสดุที่สำคัญในการตกแต่งภายใน ที่มีความจำเป็นต่อ ประตู หน้าต่าง และกระจก บางครั้งอาจนำมาใช้ในลักษณะการปิดกันอื่นๆได้ ผ้าที่นำมาทำผ้าม่านมีหลายชนิดด้วยกัน เช่น

- ผ้าไหม เป็นผ้าที่มีคุณค่ามาก ให้ความรู้สึกเป็นทางการ สง่างาม เป็นระเบียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผ่ากำมะหยี่ ให้ความรู้สึก หูหრაฟุ่มเฟือย ภูมิฐาน นุ่มนวล มีราคา
- ผ่าฝ้าย ให้ความรู้สึกสบาย เป็นกันเอง
- ผ่าป่าน ให้ความรู้สึกเบา โปร่งสบาย
- ผ่าลูกไม้ ให้ความรู้สึกนุ่มนวล โรแมนติก

นอกจากนี้ยังมีผ้าไหม ผ้า มูลิต่างๆ ที่ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ โปร่งสบาย

ประโยชน์ของผ้ามีหลายอย่าง คือ ช่วยกรองแสงให้ลดความจ้าลง ควบคุมความสว่างได้ตามต้องการ ช่วยลดความร้อนจากอุณหภูมิของแสงแดด ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่วยกันฝุ่น ป้องกันเสียงสะท้อน สร้างบรรยากาศในการตกแต่ง และบังสายตาได้เป็นอย่างดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

## กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และพื้นที่ที่ต้องการ

## 3.1 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

1. มีรายได้และระดับการใช้จ่ายที่สูง
2. กลุ่มลูกค้า FENDI
3. เสพย์แบรนด์และศิลปะ
4. ผู้ที่อยากพักผ่อนในรูปแบบที่หรูหรา
5. มาเพื่อพักผ่อนอย่างแท้จริง
6. ต้องการได้รับการบริการและอยู่ในสถานที่ที่สวยงาม

**FENDI**  
ROMA

INTRODUCTION  
OBJECTIVE  
PRODUCT  
ARCHITECTURE  
BRAND IDENTITY  
SITE LOCATION  
SITE ANALYSIS  
TARGET GROUP  
SCOPE OF WORK  
ORGANIZATION  
SCHEDULE  
USER BEHAVIOR  
CASE STUDY  
MARIK & BUBBLE  
AREA REQUIREMENT  
FUNCTIONAL  
PIE CHART  
ZONING  
CONCEPT

**JETSET LIFE**  
วัยรุ่น วิถีทำงานที่รีบมาก  
โซเชียล แต่ระดับการเลือกใช้  
สินค้าที่พรีเมียม

**FASHIONISTA**  
ผู้ชื่นชอบและสนใจแฟชั่น

**COUPLE**  
คู่รักที่ต้องการพักผ่อน  
อย่างหรูหราและโรแมนติก

**TARGET GROUP**  
ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

1. มีรายได้และระดับการใช้จ่ายที่สูง
2. กลุ่มลูกค้า FENDI
3. เสพย์แบรนด์และศิลปะ
4. ผู้ที่อยากพักผ่อนในรูปแบบที่หรูหรา
5. มาเพื่อพักผ่อนอย่างแท้จริง
6. ต้องการได้รับการบริการ  
และอยู่ในสถานที่ที่สวยงาม

FENDI RESORT, KOH CHANG, TRAD  
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang  
Ms.Vipavee Boonsompong  
55020160

10

ภาพที่ 3.1 ภาพลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3.2 พฤติกรรมของผู้รับบริการ

ผู้ใช้อาคารรีสอร์ท แบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆได้ 2 ประเภทคือ

3.2.1 ผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่พนักงาน อำนวยความสะดวกต่างๆภายในรีสอร์ท

3.2.2 ผู้รับบริการ ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาในอาคารเพื่อเข้ามาใช้บริการทั้งในด้านการพักอาศัย, มาเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ, มาธุรกิจติดต่อธุรกิจ, มารับประทานอาหารหรือมาใช้บริการต่างๆภายในรีสอร์ท

สามารถแยกได้ 2 ประเภท คือ

### 1. ผู้มาพักในรีสอร์ท

หมายถึง ผู้มาใช้บริการห้องพักของรีสอร์ทอาจเป็น นักท่องเที่ยว นักธุรกิจ หรือผู้มาพักผ่อนเป็นครอบครัว โดยทั่วไปแบ่งสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

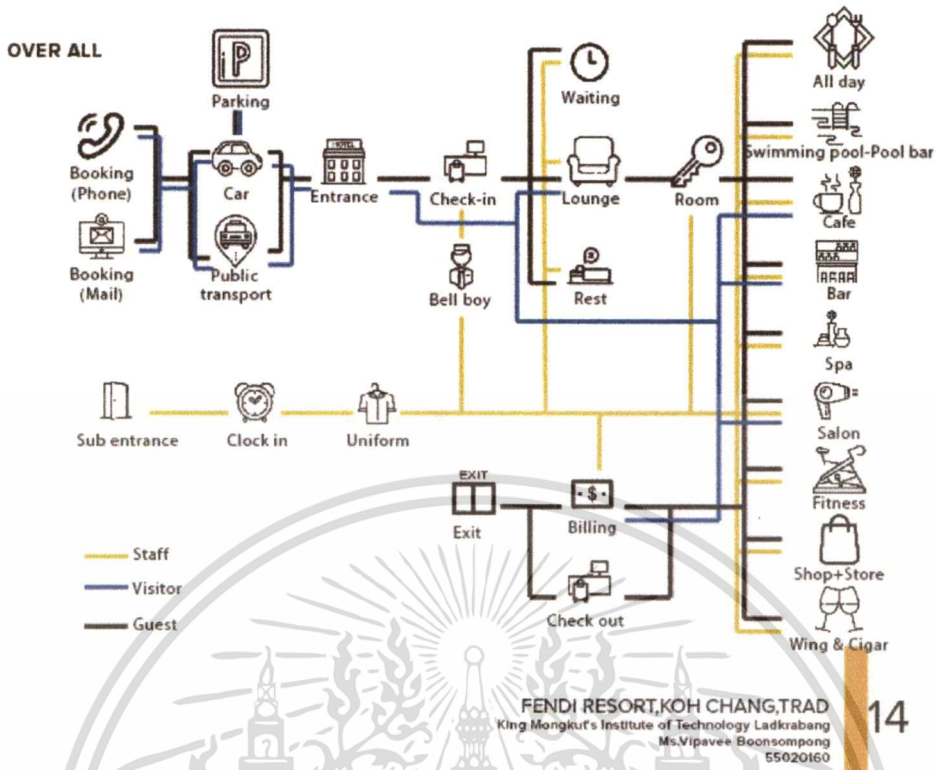
- F.I.T. (FREE LANCE INDIVIDUAL TRAVELLER)
- โดยมากจะมาเป็นส่วนตัว โดยทำการ RESERVATION ผ่านทาง TOUR AGENCY หรือมาพักเอง โดยตัวเองเป็นผู้เลือกมาพักรีสอร์ทนี้เอง
- GROUP TOUR - เป็นประเภทที่มาเป็นกลุ่มประมาณ 15-30 คนโดยผ่าน TOUR AGENCY
- G.I.T (GROUP INDIVIDUAL TRAVELLER) - หมายถึงพวกที่จัดเป็นกลุ่มเอง ประมาณ 7-15 คนโดยมากแล้วจะเป็นนักท่องเที่ยว
- COMMERCIAL - เป็นแขกประเภทที่มาทำธุรกิจ หรือมาประชุม สัมมนาต่างๆ

### 2. ผู้มาใช้บริการร่วม

- ผู้มาใช้บริการประชุมสัมมนาต่างๆ วางหมายกำหนดเป็นทางการ
- ผู้มาใช้บริการสถานที่จัดเลี้ยงต่างๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์งานเลี้ยงแต่งงาน เป็นต้น
- บุคคลทั่วไประดับต่างๆ ซึ่งสามารถเข้ามาจับจ่าย รับประทานอาหารในรีสอร์ทได้ หรือผู้ใช้

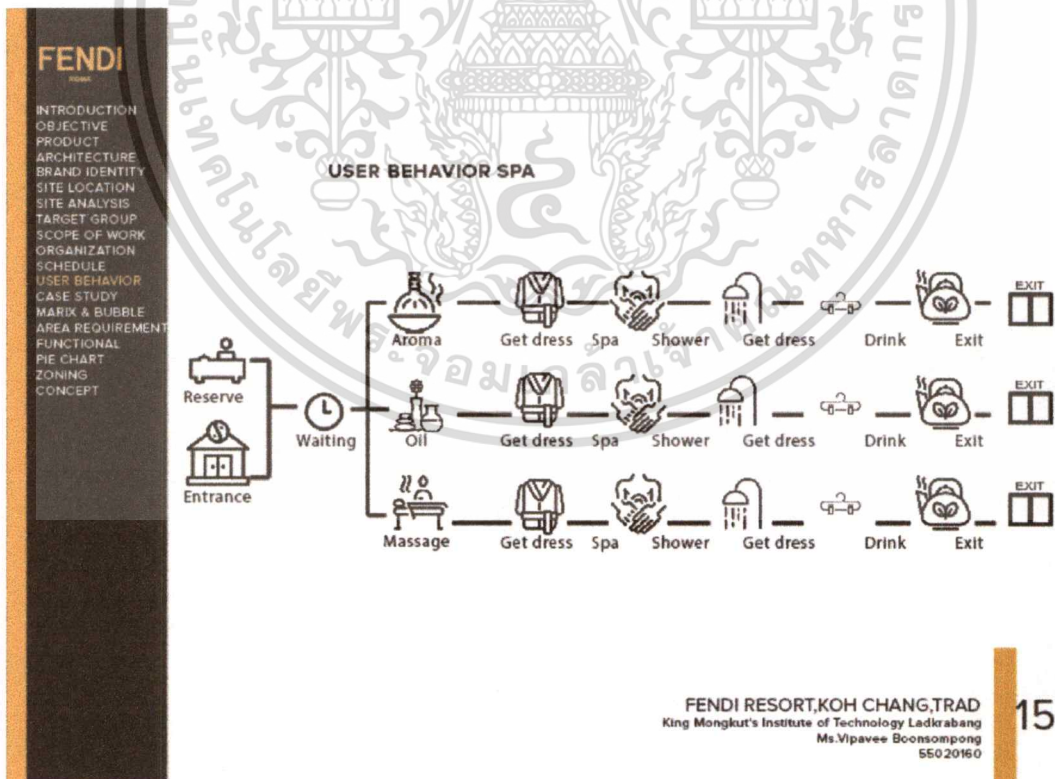
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





14

ภาพที่ 3.3 ภาพพฤติกรรมการใช้งาน



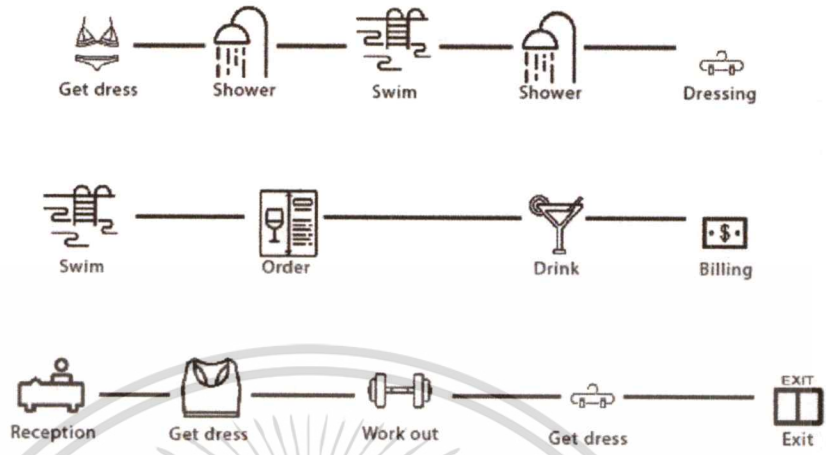
15

ภาพที่ 3.4 ภาพพฤติกรรมการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FENDI**  
 INTRODUCTION  
 OBJECTIVE  
 PRODUCT  
 ARCHITECTURE  
 BRAND IDENTITY  
 SITE LOCATION  
 SITE ANALYSIS  
 TARGET GROUP  
 SCOPE OF WORK  
 ORGANIZATION  
 SCHEDULE  
 USER BEHAVIOR  
 CASE STUDY  
 MATRIX & BUBBLE  
 AREA REQUIREMENT  
 FUNCTIONAL  
 PIE CHART  
 ZONING  
 CONCEPT

**SWIMMING POOL x POOL BAR x FITNESS**



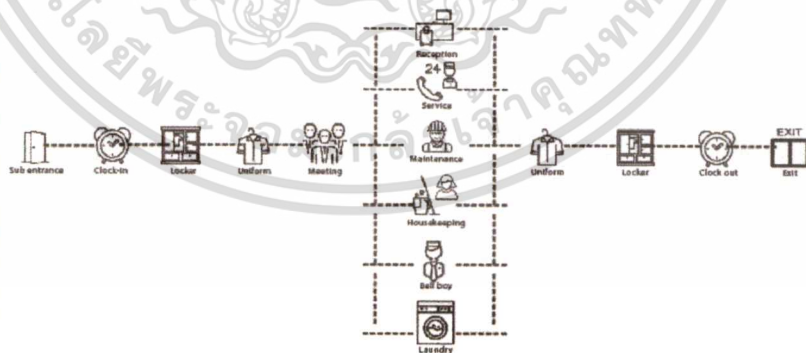
FENDI RESORT, KOH CHANG, TRAD  
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang  
 Ms. Vipavee Boonsompong  
 55020160

16

ภาพที่ 3.5 ภาพพฤติกรรมการใช้งาน

**FENDI**  
 INTRODUCTION  
 OBJECTIVE  
 PRODUCT  
 ARCHITECTURE  
 BRAND IDENTITY  
 SITE LOCATION  
 SITE ANALYSIS  
 TARGET GROUP  
 SCOPE OF WORK  
 ORGANIZATION  
 SCHEDULE  
 USER BEHAVIOR  
 CASE STUDY  
 MATRIX & BUBBLE  
 AREA REQUIREMENT  
 FUNCTIONAL  
 PIE CHART  
 ZONING  
 CONCEPT

**USER BEHAVIOR OFFICE**



FENDI RESORT, KOH CHANG, TRAD  
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang  
 Ms. Vipavee Boonsompong  
 55020160

17

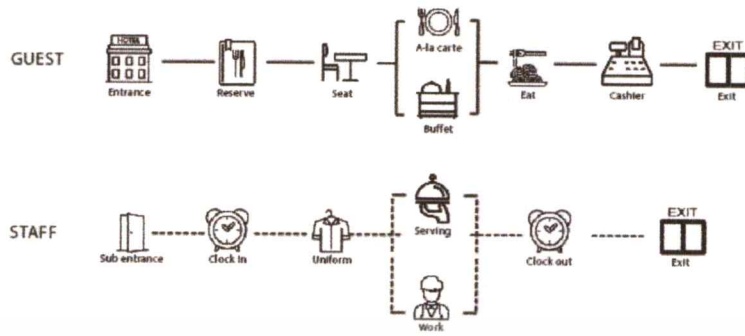
ภาพที่ 3.6 ภาพพฤติกรรมการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FENDI

INTRODUCTION  
 OBJECTIVE  
 PRODUCT  
 ARCHITECTURE  
 BRAND IDENTITY  
 SITE LOCATION  
 SITE ANALYSIS  
 TARGET GROUP  
 SCOPE OF WORK  
 ORGANIZATION  
 SCHEDULE  
 USER BEHAVIOR  
 CASE STUDY  
 MARIK & BUBBLE  
 AREA REQUIREMENT  
 FUNCTIONAL  
 PIE CHART  
 ZONING  
 CONCEPT

ALL DAY DINING



SHIPPING SERVICE



— GUEST  
 - - - STAFF

FENDI RESORT, KOH CHANG, TRAD  
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang  
 Ms. Vipavee Boonsompong  
 55020160

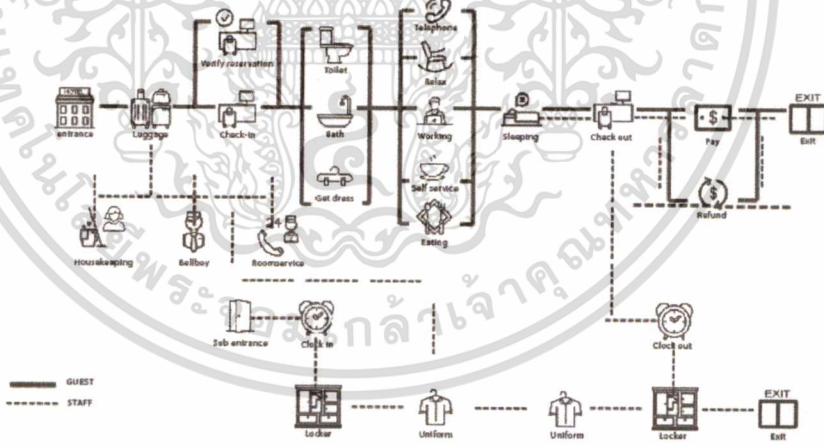
18

ภาพที่ 3.7 ภาพพฤติกรรมการใช้งาน

FENDI

INTRODUCTION  
 OBJECTIVE  
 PRODUCT  
 ARCHITECTURE  
 BRAND IDENTITY  
 SITE LOCATION  
 SITE ANALYSIS  
 TARGET GROUP  
 SCOPE OF WORK  
 ORGANIZATION  
 SCHEDULE  
 USER BEHAVIOR  
 CASE STUDY  
 MARIK & BUBBLE  
 AREA REQUIREMENT  
 FUNCTIONAL  
 PIE CHART  
 ZONING  
 CONCEPT

USER BEHAVIOR GUEST ROOM



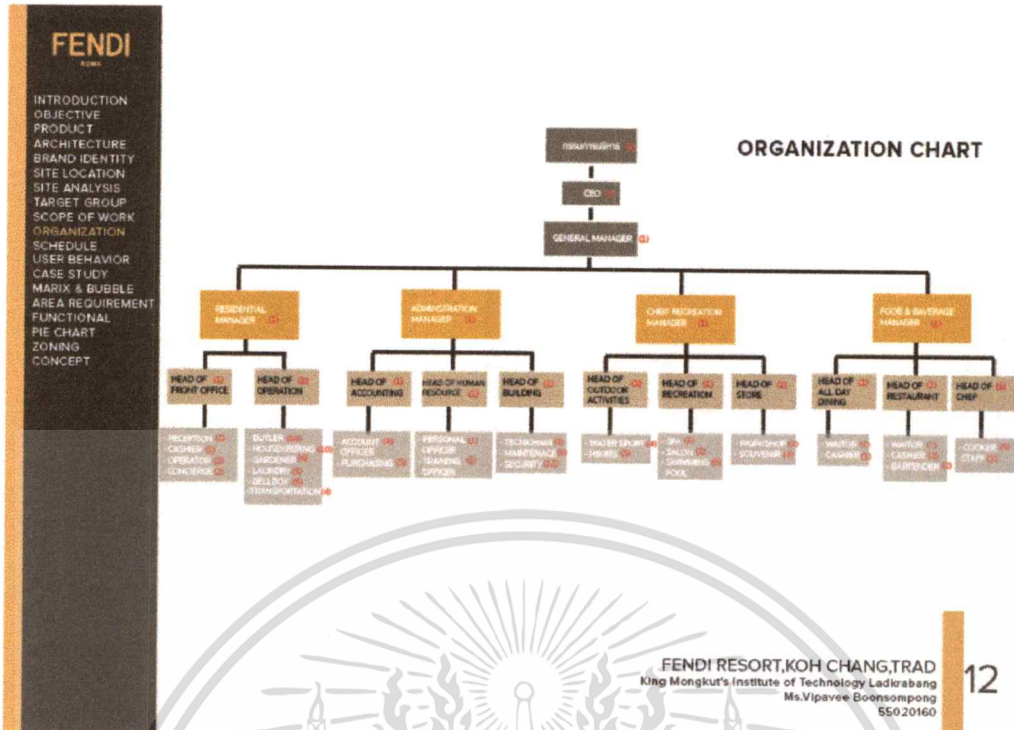
— GUEST  
 - - - STAFF

FENDI RESORT, KOH CHANG, TRAD  
 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang  
 Ms. Vipavee Boonsompong  
 55020160

19

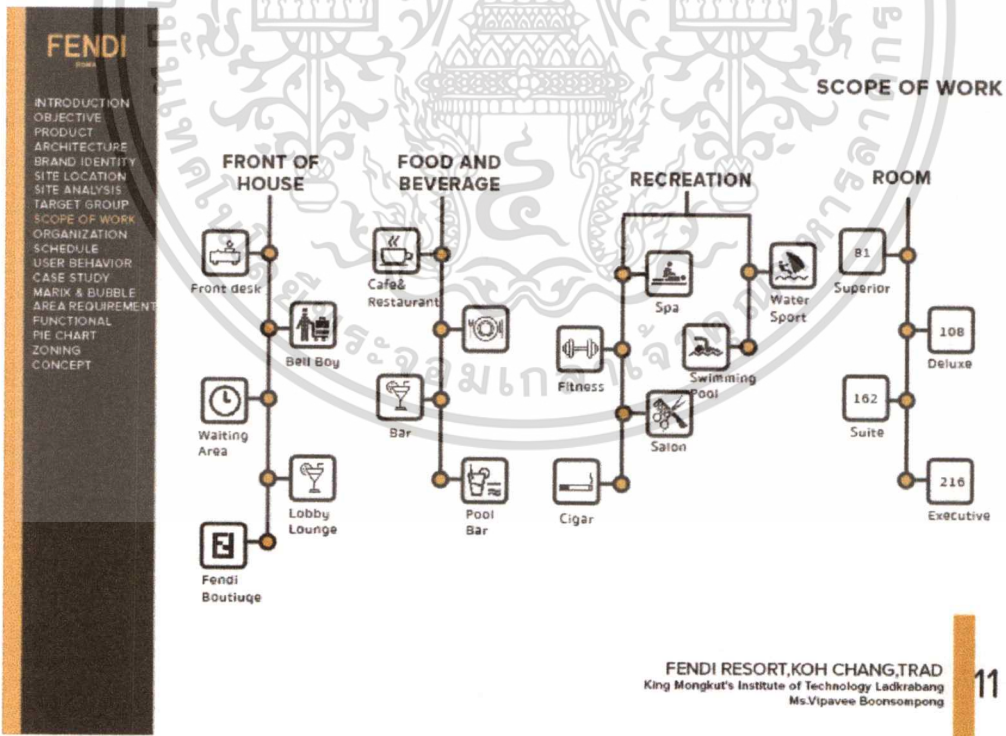
ภาพที่ 3.8 ภาพพฤติกรรมการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.9 ภาพพฤติกรรมกรใช้งาน

3.4 พื้นที่ที่ต้องการ



ภาพที่ 3.10 ภาพพฤติกรรมกรใช้งาน

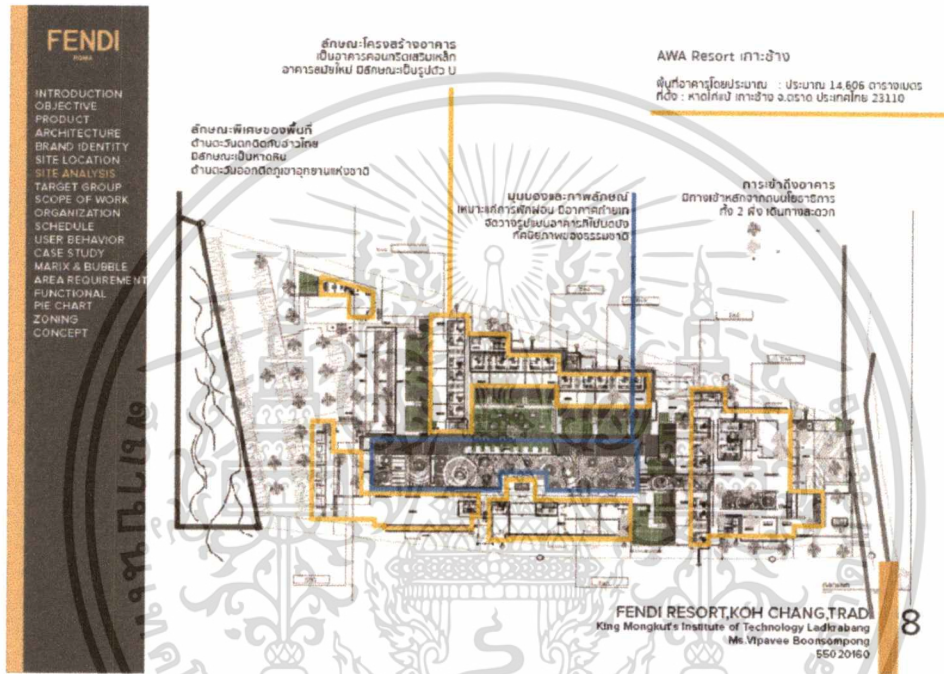
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

# การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ

### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร



ภาพที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร

#### -ลักษณะพิเศษของพื้นที่

ด้านตะวันตกติดกับอ่าวไทย มีลักษณะเป็นหาดหิน ด้านตะวันออกติดภูเขาอุทยานแห่งชาติ

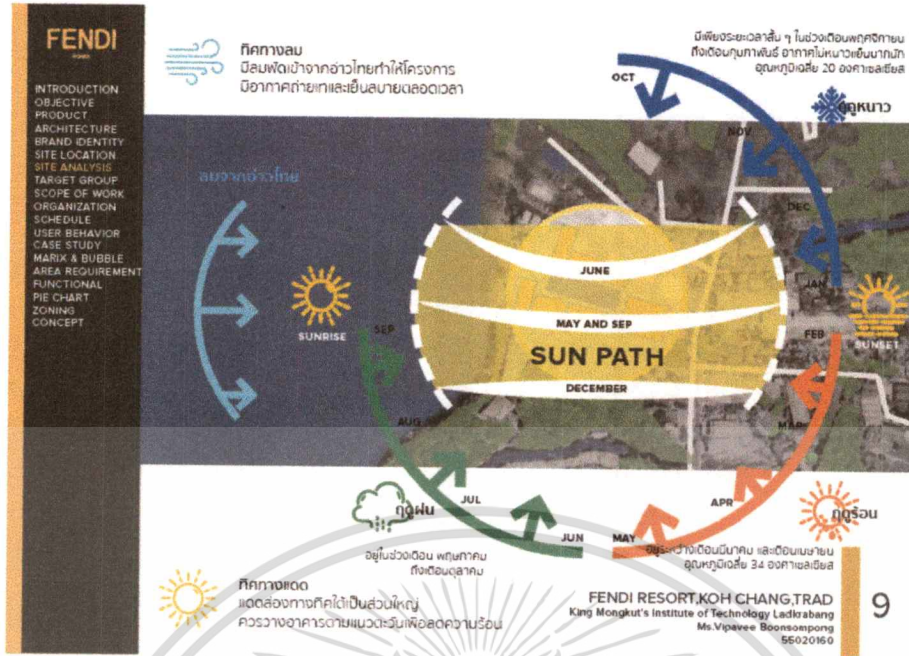
#### -ลักษณะโครงสร้างอาคาร

เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก อาคารสมัยใหม่ มีลักษณะเป็นรูปตัว U

#### -มุมมองและภาพลักษณ์

เหมาะแก่การพักผ่อน มีอากาศถ่ายเท จัดวางรูปแบบอาคารที่ไม่บดบังทัศนียภาพของธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 แสดงการวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร

-ทิศทางลม

มีลมพัดเข้าจากอ่าวไทยทำให้โครงการ มีอากาศถ่ายเทและเย็นสบายตลอดเวลา

-ทิศทางแดด

แดดส่องทางทิศใต้เป็นส่วนใหญ่ ควรวางอาคารตามแนวตะวันเพื่อลดความร้อน

-ฤดูหนาว

มีเพียงระยะเวลาสั้น ๆ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์ อากาศไม่หนาวเย็นมากนัก อุณหภูมิเฉลี่ย 20 องศาเซลเซียส

-ฤดูฝน

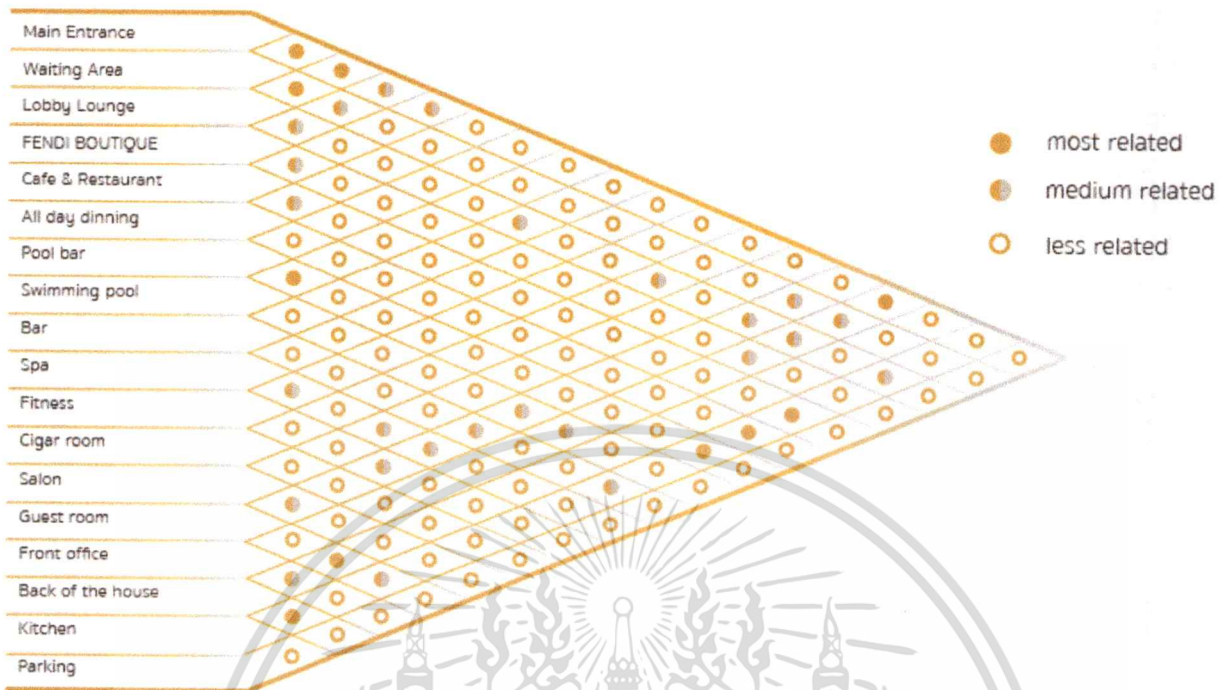
อยู่ในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึงเดือนตุลาคม

-ฤดูร้อน

อยู่ระหว่างเดือนมีนาคม และเดือนเมษายน อุณหภูมิเฉลี่ย 34 องศาเซลเซียส

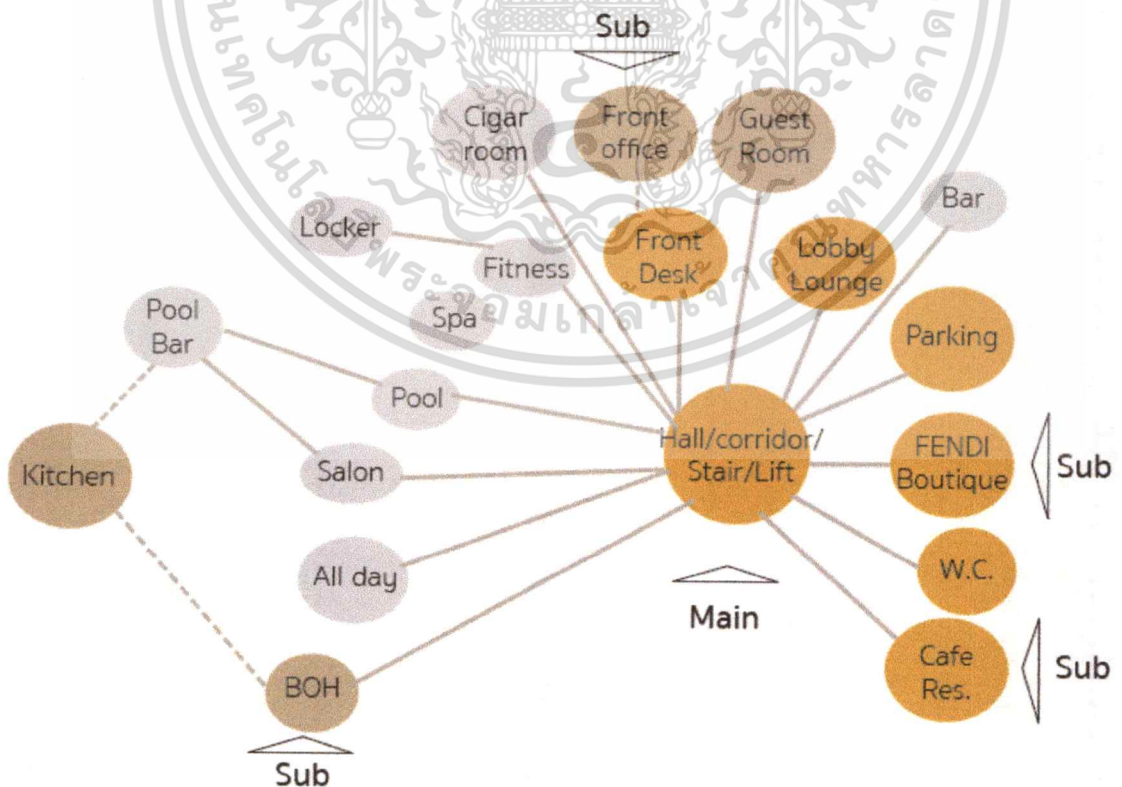
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.1.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่



ภาพที่ 4.3 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่

### 4.1.3 แผนภาพความสัมพันธ์ของพื้นที่แบบวงกลม



ภาพที่ 4.4 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่แบบวงกลม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.4 ตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ และแผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่

##### FRONT DESK

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
FRONT DESK	12.00	1	12.00	
WAITING AREA	0.60	8	4.80	
HALL	0.60	15	9.00	
BELLBOY STATION	1.50	1	1.50	
CONCIERGE	1.50	1	1.50	
W.C.	3.10	8	24.8	
<b>TOTAL</b>			<b>53.60</b>	
CIRCULATION ( 30% )			16.08	
<b>FRONT DESK</b>			<b>69.68</b>	

##### LOBBY LOUGNE

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
RECEPTION	2.00	1	2.00	
BAR AREA	12.40	1	12.40	
COUNTER BAR	8.20	1	8.20	
4 SITTING AREA	3.50	7	25.20	
SOFA SET	5.50	7	38.50	
<b>TOTAL</b>			<b>76.30</b>	
CIRCULATION ( 30% )			22.88	
<b>LOBBY LOUNGE</b>			<b>99.18</b>	

##### FENDI CAFE

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
RECEPTION	2.00	1	2.00	
WORKING AREA	0.70	12	8.40	
BAR	16.40	1	16.40	
DINING AREA	2.00	20	40.00	
KITCHEN ( 30% )	20.04	1	20.04	
<b>TOTAL</b>			<b>86.84</b>	
CIRCULATION ( 30% )			26.05	
<b>FENDI CAFE</b>			<b>112.89</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## FENDI BOUTIUGE

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )
CASHIER	2.10	1	2.10
DISPLAY	3.00	3	9.00
SHOP SHELVES	1.80	5	9.00
WORKSHOP	21.00	1	21.00
HANGING MERCHANDISE	4.00	6	24.00
SEAT	1.05	4	4.20
DRESSING ROOM	1.35	3	4.05
STORAGE ( 30% )	22.00	1	22.00
<b>TOTAL</b>			<b>95.35</b>
CIRCULATION ( 30% )			28.60
<b>FENDI BOUTIUGE</b>			<b>123.95</b>

## POOL BAR

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )
BAR	12.40	1	12.40
EATING	0.84	7	5.88
<b>TOTAL</b>			<b>18.28</b>
CIRCULATION ( 30% )			5.48
<b>POOL BAR</b>			<b>23.76</b>

## ALL DAY DINING

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
FRONT DESK	1.00	1	1.00	
WAITING AREA	0.70	14	9.10	20% OF GUEST
DINING AREA	2.00	42	144	60%
BUFFET COUNTER	9.00	3	27.00	
SERVICE STATION	0.60	4	2.40	
<b>TOTAL</b>			<b>183.50</b>	
CIRCULATION ( 30% )			55.05	
<b>ALL DAY DINING</b>			<b>238.55</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## SWIMING POOL

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
POOL	517	1	517	EXISTING
OUTDOOR FURNITURE	0.90	20	18	
LOCKER	0.40	40	16	
SHOWER	1.44	20	28.8	
LOUNGE ( CHANGING )	12	1	12	
RESTROOM ( MEN )	0.72	8	5.76	
RESTROOM ( WOMEN )	0.72	8	5.76	
RESTROOM ( HANDICAP )	3.14	2	6.28	
<b>TOTAL</b>			<b>609.60</b>	
CIRCULATION ( 30% )			27.77 ( EXCEPT POOL AREA )	
<b>SWIMMING POOL</b>			<b>637.37</b>	

## FITNESS

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
RECEPTION	2.00	1	2.00	
CHANGING ROOM	35.00	1	35.00	WBDG
W.C.	15.00	1	15.00	
FITNESS AREA	40.00	1	40.00	
STUDIO	20.00	1	20.00	
<b>TOTAL</b>			<b>112</b>	
CIRCULATION ( 30% )			33.6	
<b>FITNESS</b>			<b>145.6</b>	

## SPA

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
RECEPTION	2.00	1	2.00	
WAITING AREA	0.77	8	6.16	
CHANGING ROOM	7.05	1	7.05	
TREATMENT AREA	47.00	1	47.00	
PRODUCT SHOWCASE	3.10	2	6.20	
OFFICE/STAFF/STORAGE	10.00	1	10.00	
<b>TOTAL</b>			<b>78.41</b>	
CIRCULATION ( 30% )			23.523	
<b>SPA</b>			<b>101.93</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## CIGAR ROOM

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
DISPLAY	0.90	2	1.80	
WINE CELLAR	0.90	2	1.80	
BAR	12.40	1	12.40	
SOFA SET	5.53	8	44.24	
TOTAL		60.24		
CIRCULATION ( 30% )		18.07		
CIGAR ROOM		78.31		

## SALON

ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
RECEPTION	1.00	1	1.00	
WAITING ROOM	0.70	8	5.60	
STYLING ROOM	1.50	4	6.00	
SHAMPOO	1.50	2	3.00	
TREATMENT	4.00	1	4.00	
DISPLAY	0.90	3	27.0	
STORAGE	6.69	1	6.69	
TOTAL		28.99		
CIRCULATION ( 30% )		8.69		
SALON		37.68		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

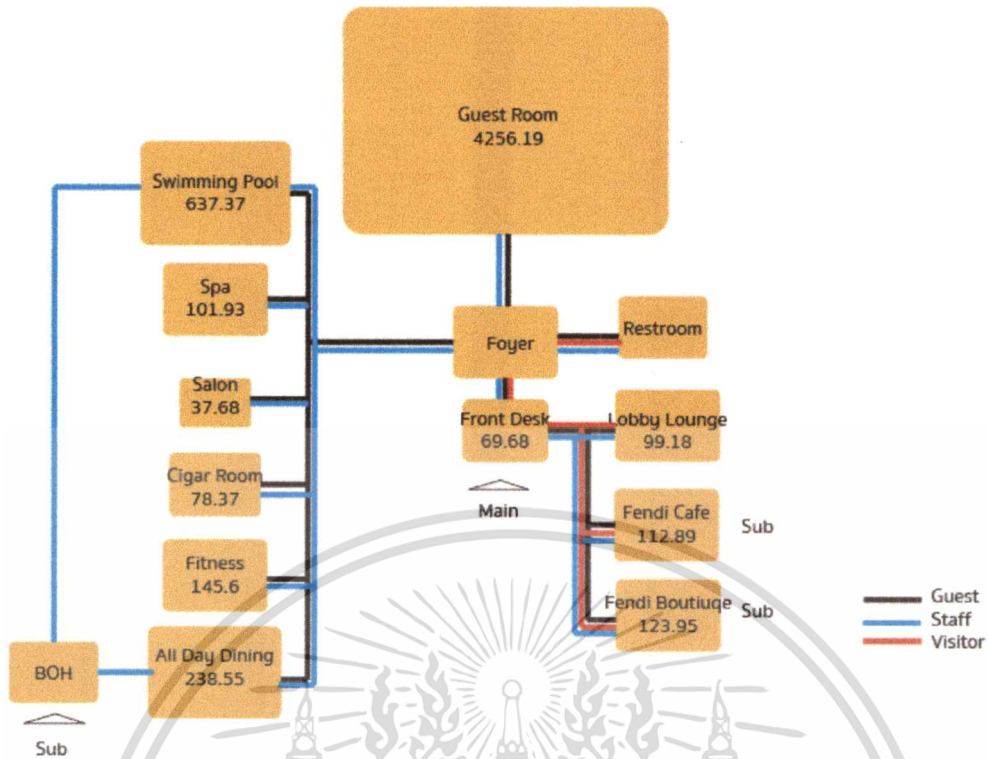
## GUEST ROOM

TYPE	ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
DELUXE	BED	10.44	1	10.44	
	WALK-IN CLOSET	5.60	1	5.60	
	LUGAGE AREA	3.00	1	3.00	
	LIVING AREA	11.25	1	11.25	
	PANTRY	3.50	1	3.50	
	W.C.	3.00	1	13.00	
	JAGUZZI	4.50	1	4.50	
	TERRACE	5.75	1	5.75	
	WORKING AREA	4.75	1	4.75	
<b>TOTAL</b>			<b>59.79</b>		
<b>CIRCULATION ( 30% )</b>			<b>17.93</b>		
<b>DELUXE</b>			<b>77.72</b>		
PREMIER	BED	10.44	1	20.88	
	WALK-IN CLOSET	8.00	1	8.00	
	LUGAGE AREA	3.00	1	3.00	
	LIVING AREA	22.50	1	22.50	
	PANTRY	4.50	1	4.50	
	W.C.	18.50	1	18.50	
	JAGUZZI	5.00	1	5.00	
	TERRACE	6.00	1	6.00	
	<b>TOTAL</b>			<b>88.38</b>	
<b>CIRCULATION ( 30% )</b>			<b>26.51</b>		
<b>PREMIER</b>			<b>114.89</b>		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

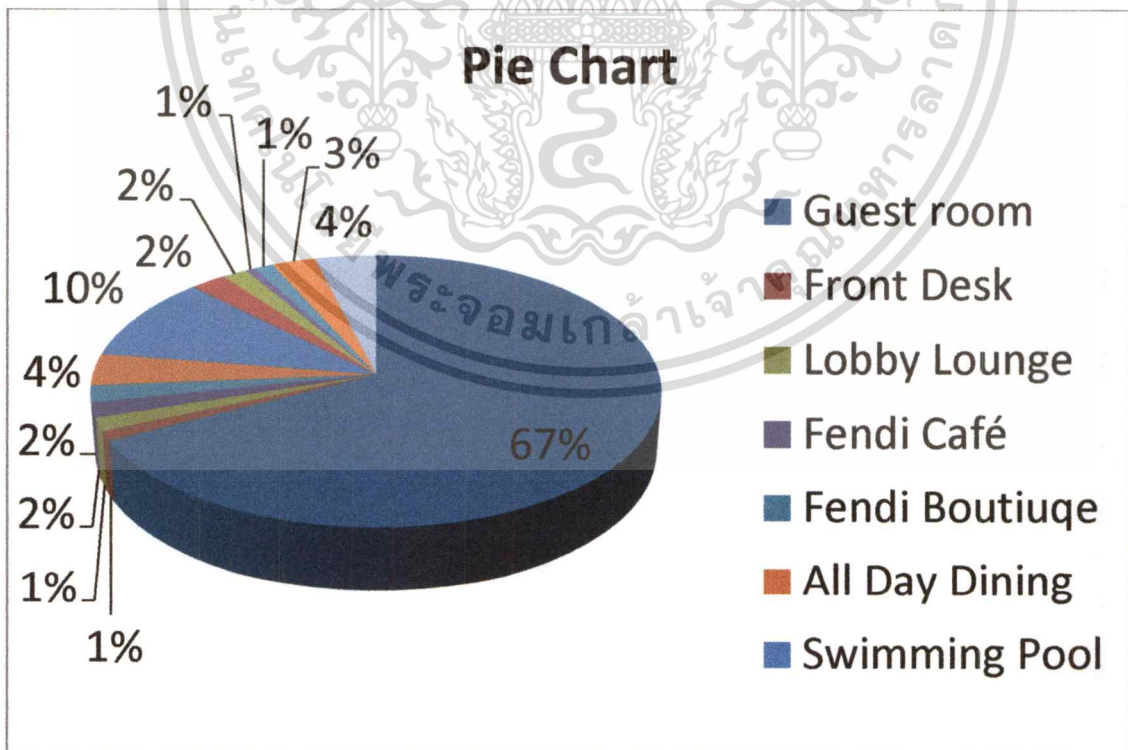
TYPE	ELEMENT	AREA / UNIT ( m <sup>2</sup> )	CAPACITY	AREA ( m <sup>2</sup> )	REMARK
SIGNATURE SUITE	BED	10.44	2	20.88	
	WALK-IN CLOSET	3.00	1	3.00	
	LUGAGE AREA	4.00	1	4.00	
	LIVING AREA	22.50	1	22.50	
	WORKING AREA	8.50	1	8.50	
	FOYER	5.00	1	5.00	
	PANTRY	5.00	1	5.00	
	W.C.	18.50	1	18.50	
	JAGUZZI	4.50	1	4.50	
	PLUNGE POOL	4.00	1	14.00	
	TERRACE	6.00	1	6.00	
	<b>TOTAL</b>			<b>116.88</b>	
	<b>CIRCULATION ( 30% )</b>		<b>36.86</b>		
	<b>SIGNATURE</b>		<b>153.74</b>		
PRESIDENTIAL SUITE	BED #1	10.44	2	20.88	
	BED #2	10.44	2	20.88	
	WALK-IN CLOSET	8.00	2	16.00	
	LUGAGE AREA	4.00	2	8.00	
	LIVING AREA	22.50	1	22.50	
	WORKING AREA	8.50	1	8.50	
	PANTRY/KITCHEN	7.50	1	7.50	
	W.C.	18.50	1	18.50	
	JAGUZZI	5.00	1	5.00	
	PLUNGE POOL	22.00	1	22.00	
	TERRACE	12.00	1	12.00	
	<b>TOTAL</b>			<b>165.26</b>	
	<b>CIRCULATION ( 30% )</b>		<b>49.57</b>		
	<b>PRESIDENTIAL</b>		<b>214.83</b>		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.5 แผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่

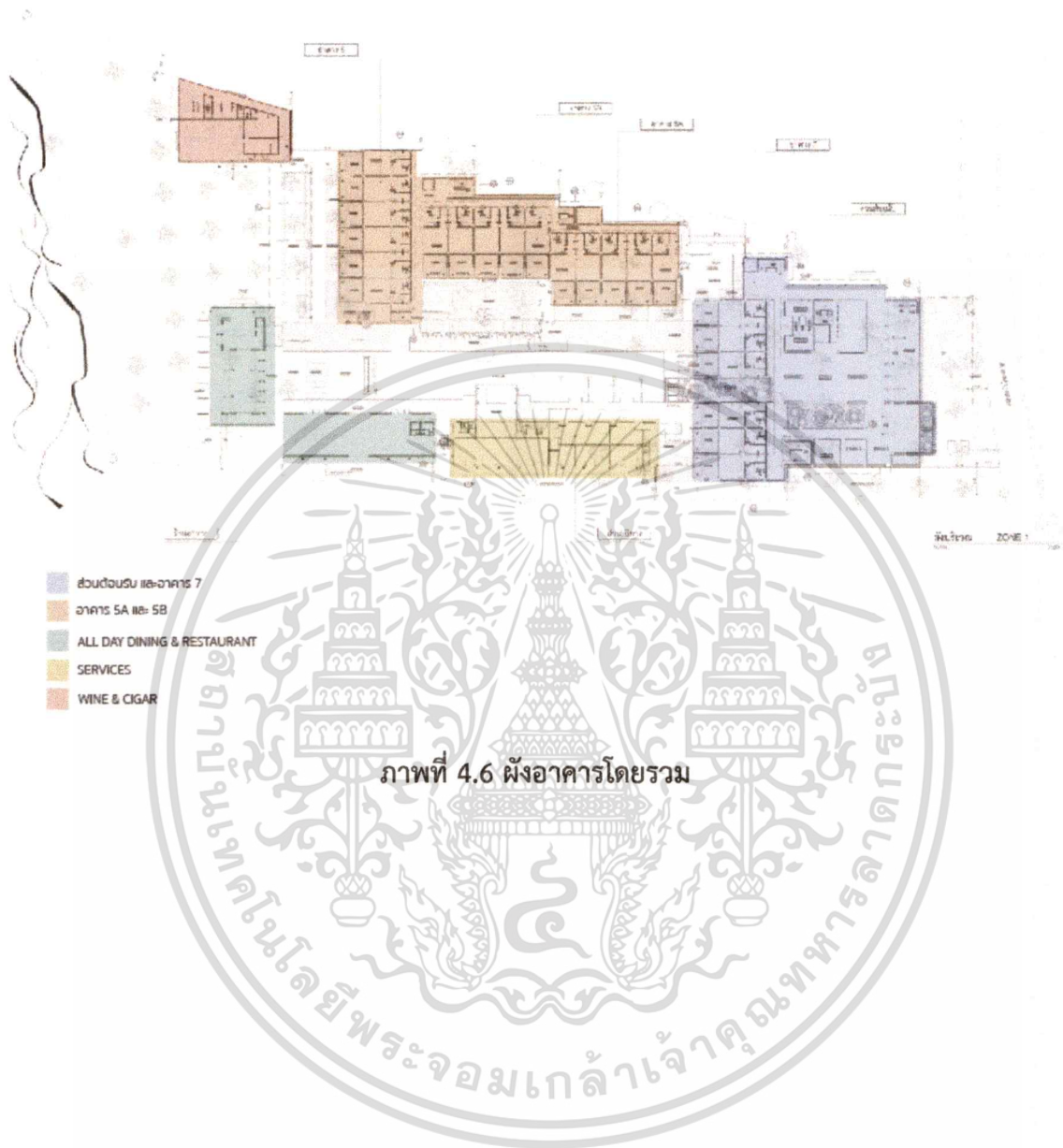
4.1.5 การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

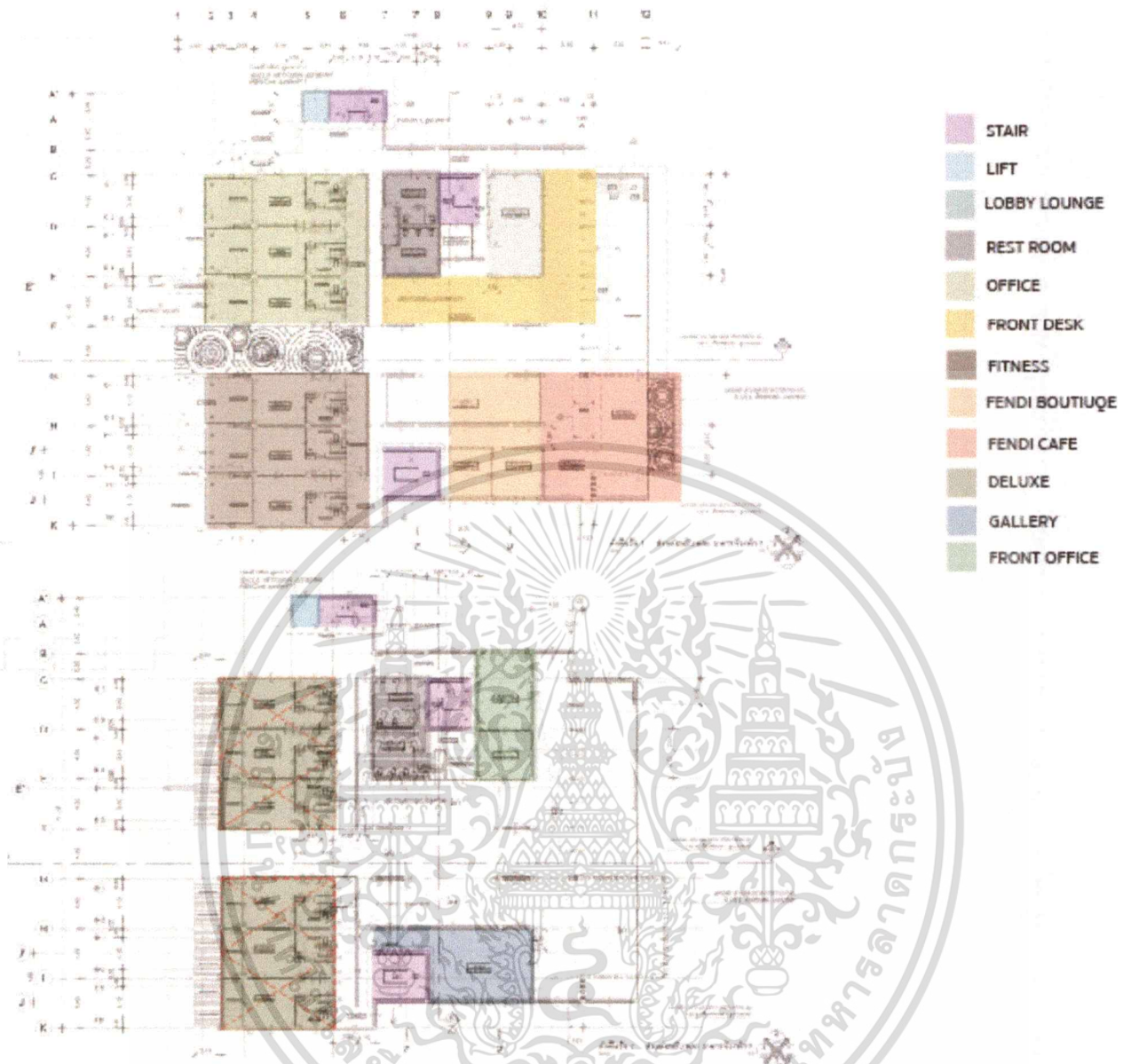
#### 4.1.6 การวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่สัมพันธ์

##### BUILDING



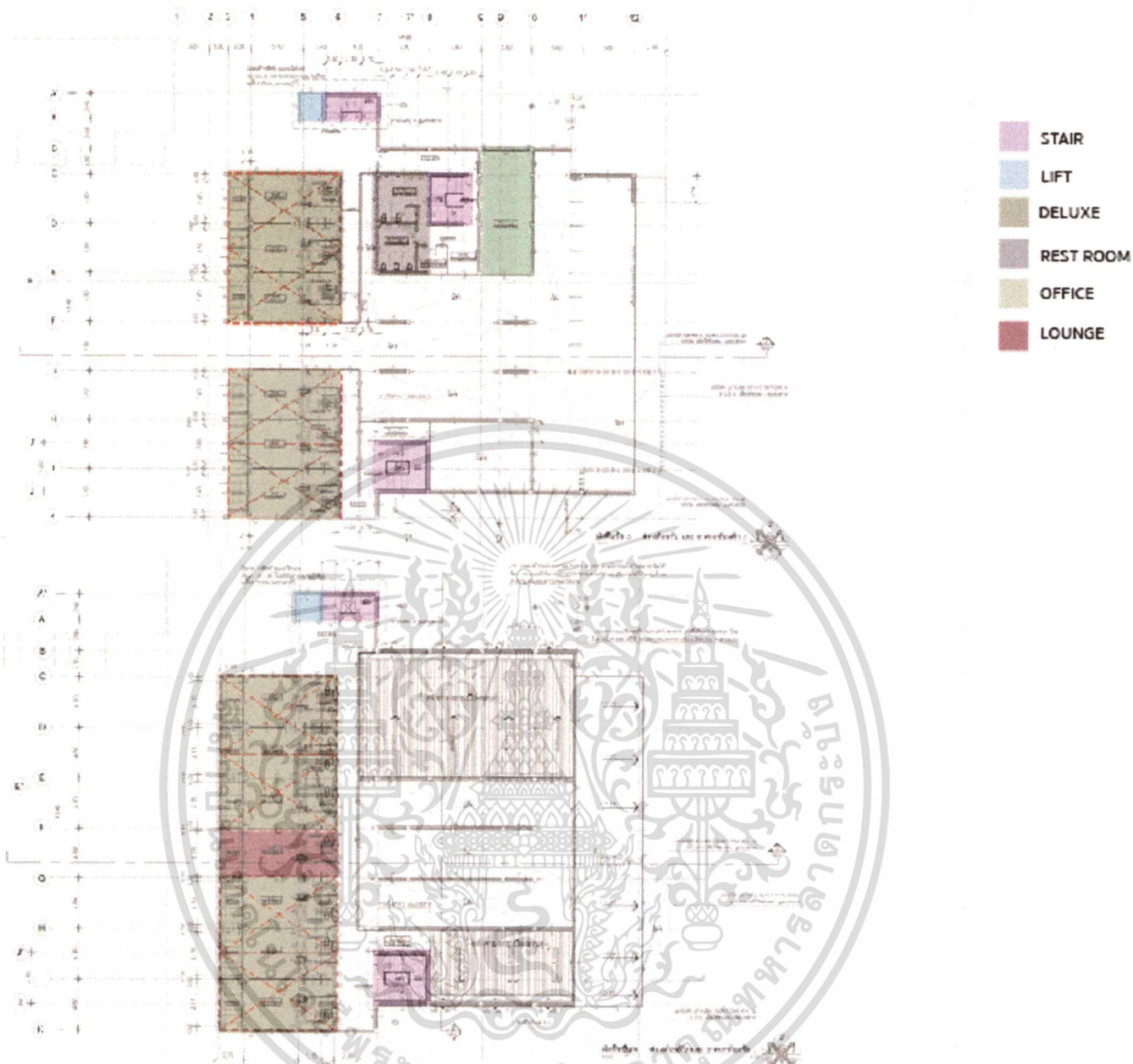
ภาพที่ 4.6 ฟังอาคารโดยรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



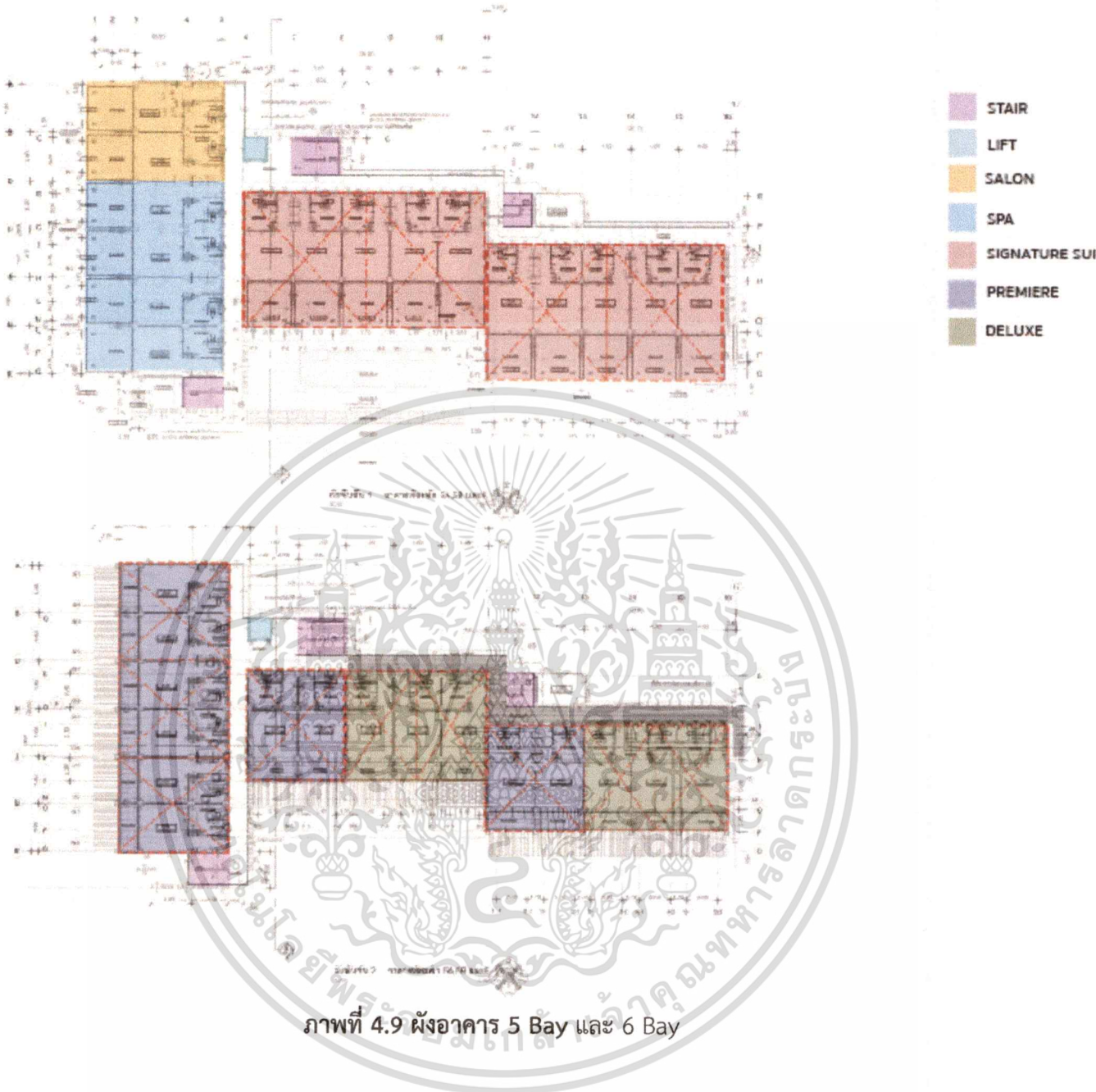
ภาพที่ 4.7 ผังอาคาร 7 Bay

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

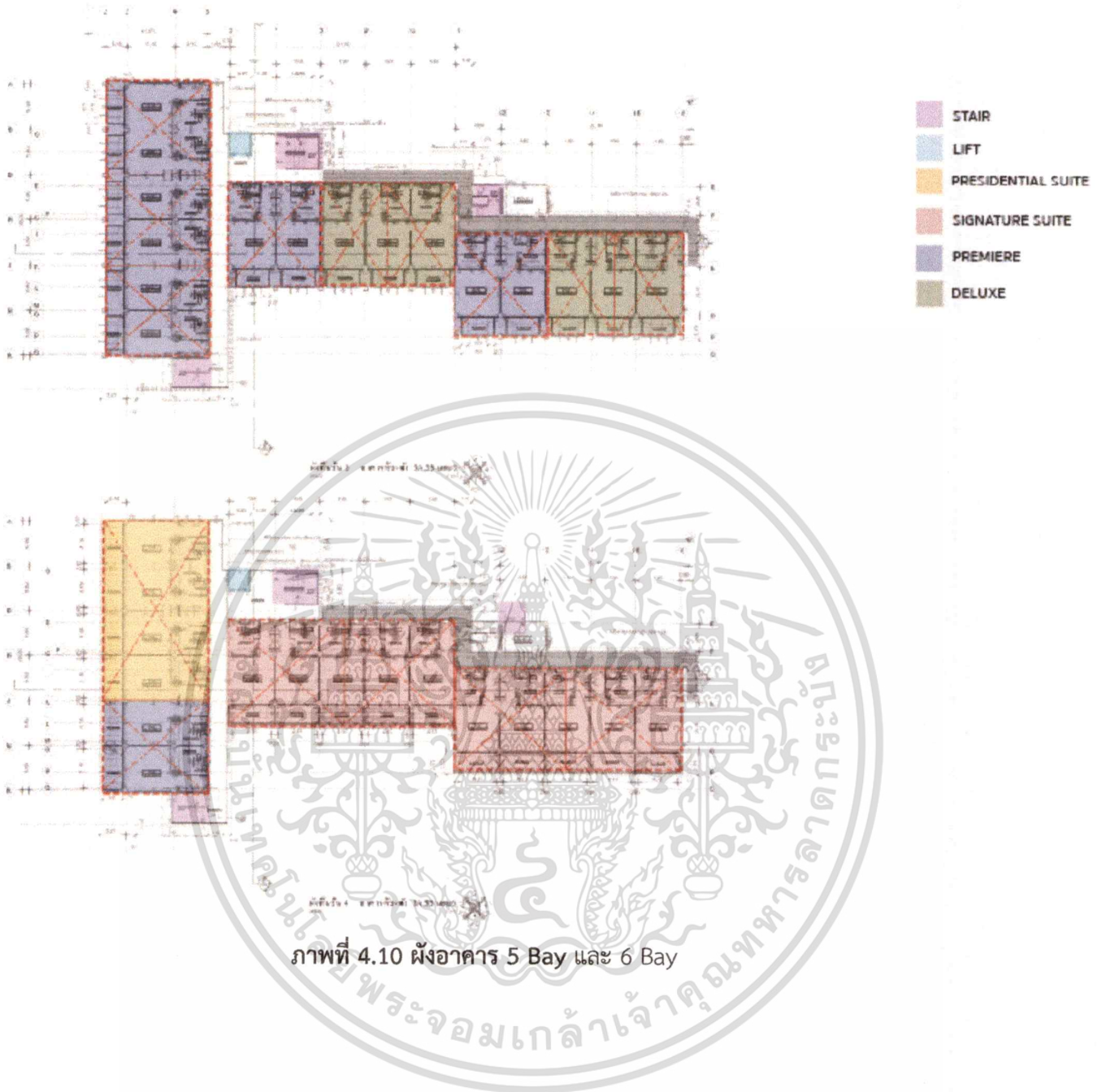


ภาพที่ 4.8 ผังอาคาร 7 Bay

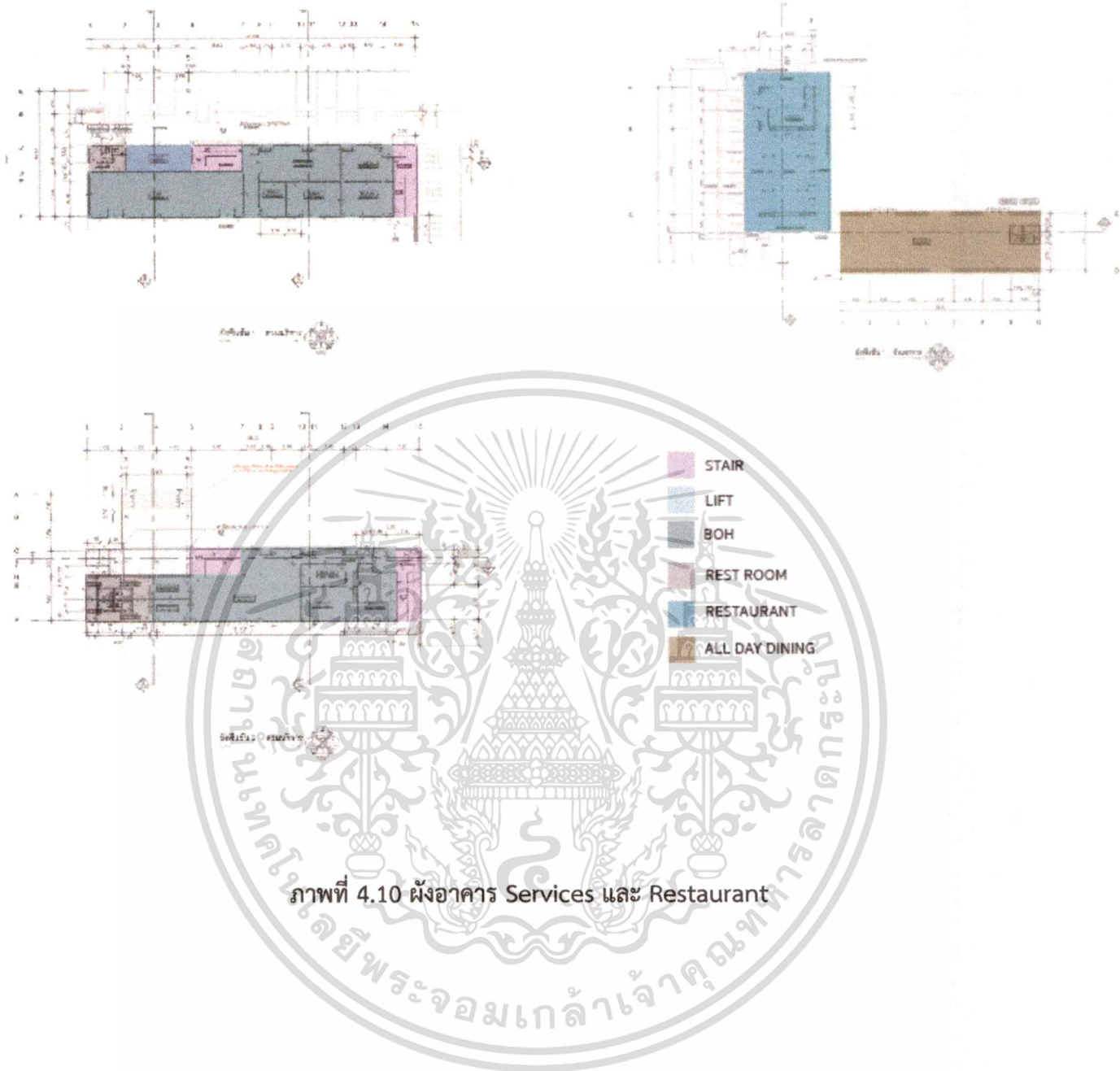
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.2 แนวคิดในการออกแบบ

### 4.2.1 แนวคิดในการออกแบบ

# FENDI

RESORT KOH CHANG

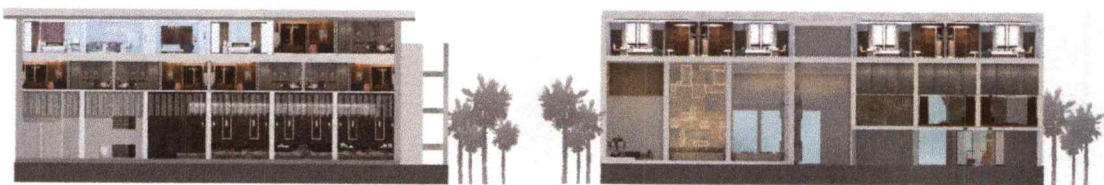


#### PERFECTLY CONTRAST

Why you have to choose just only mountain or sea when you wanna go to somewhere on vacation? In Thailand, We have the place that both ; "Koh Chang" A famous tourist attraction in Trat , Thailand You will get a two different terrain in the same place Contrast of green of a tree on national park and clearly blue of the sea is a perfectly contrast of nature



FENDI: Usually use color in their product but add on simple pattern. We use this main idea combine with nature of Koh Chang to design our resort. Luxury marble is a main material of resort but add surprise in detail to plus a teenage feeling into formal style.

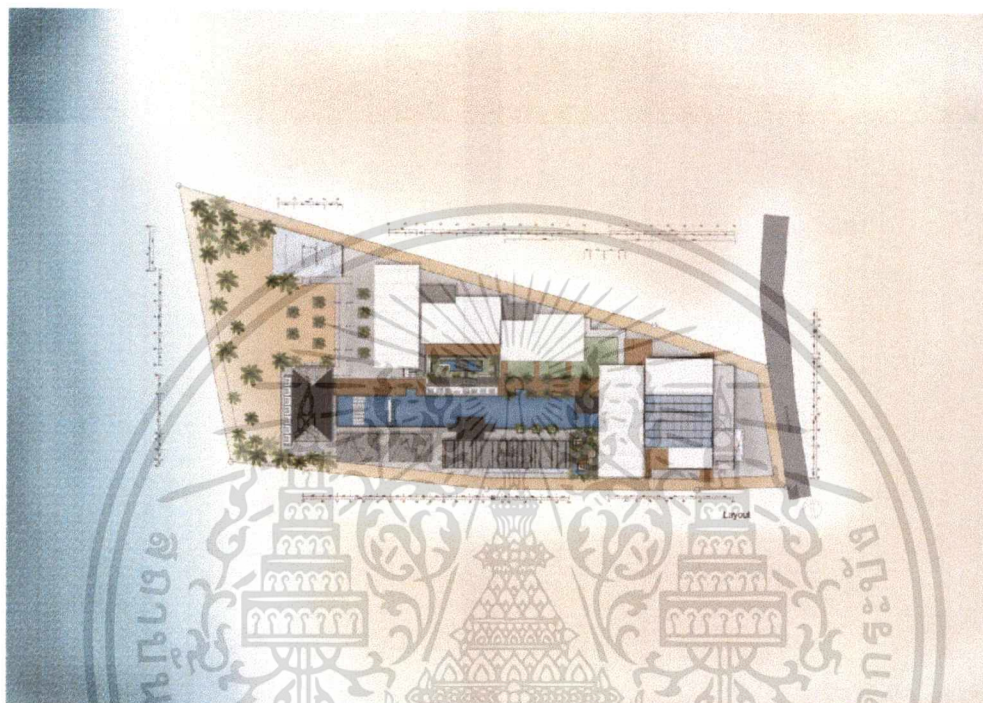


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

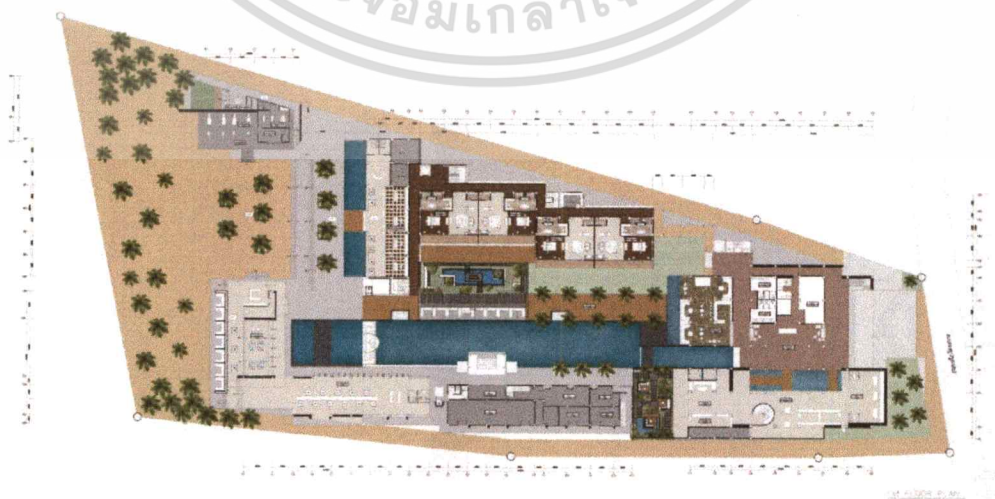
### ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

#### 5.1 ผังบริเวณของโครงการ



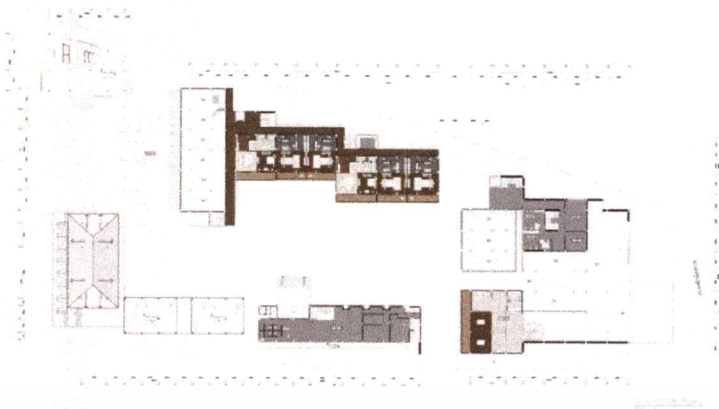
ภาพที่ 5.1 ภาพผังบริเวณของโครงการ

#### 5.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการ

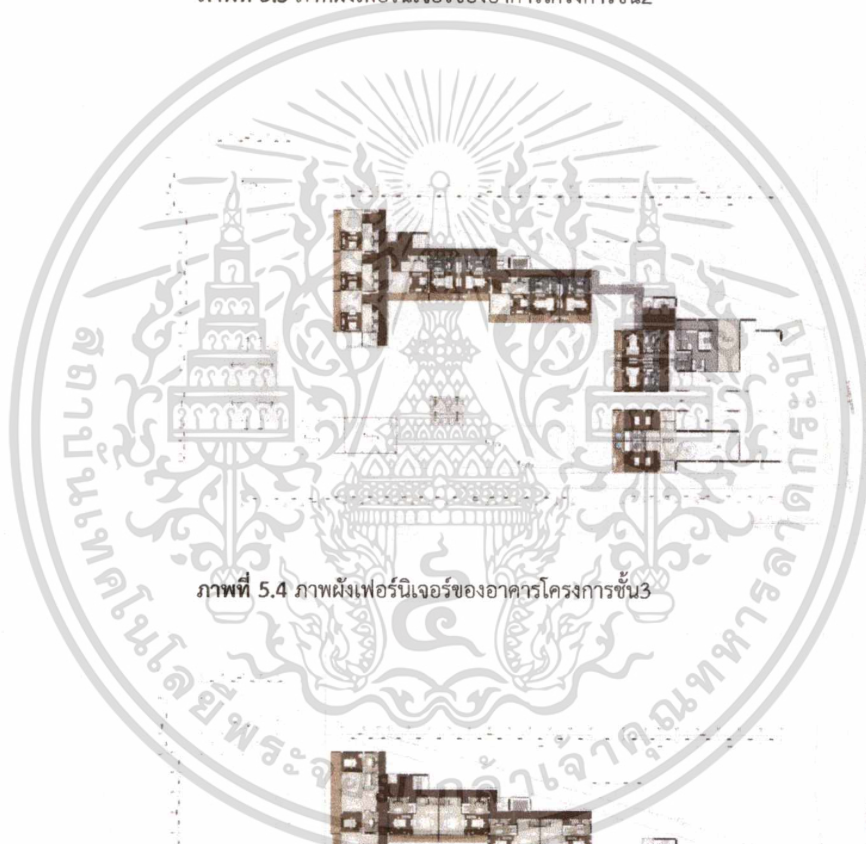


ภาพที่ 5.2 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการชั้น1

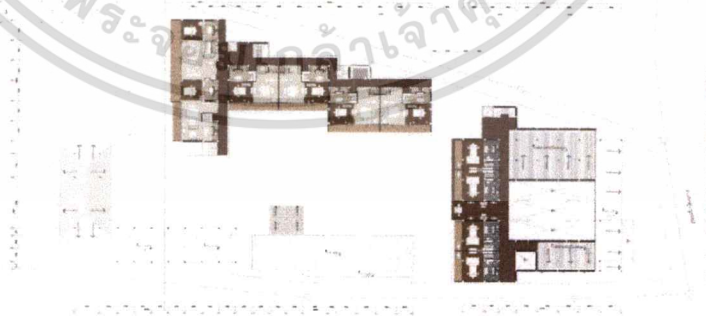
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.3 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการชั้น2



ภาพที่ 5.4 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการชั้น3



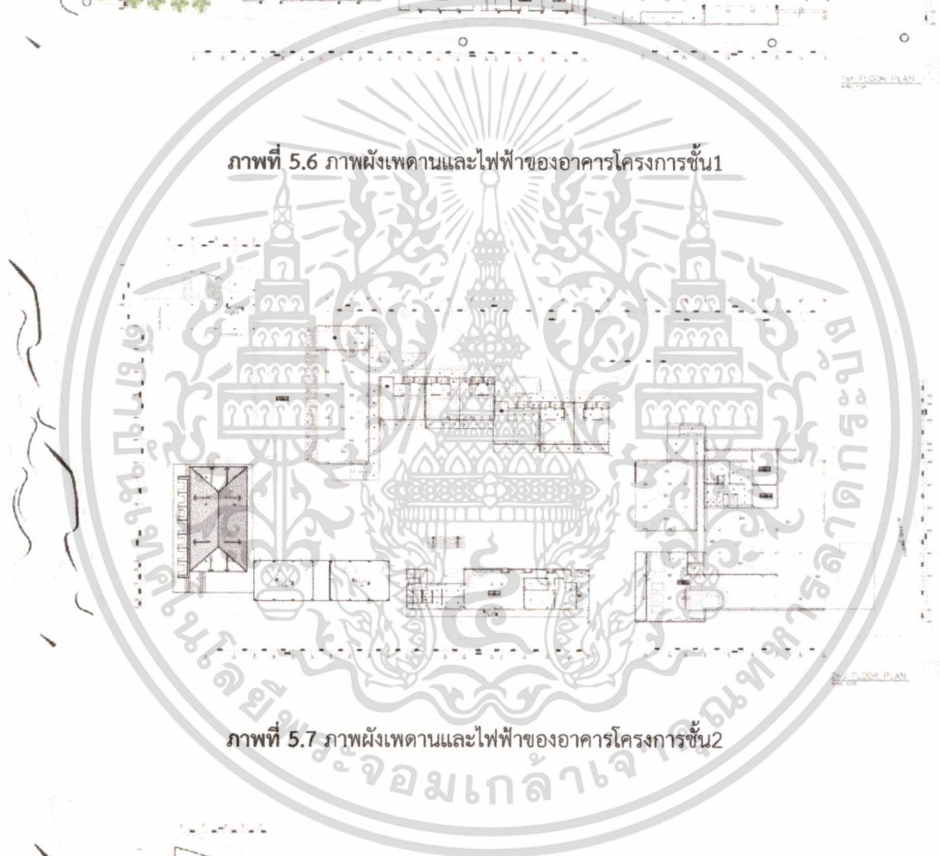
ภาพที่ 5.5 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการชั้น4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

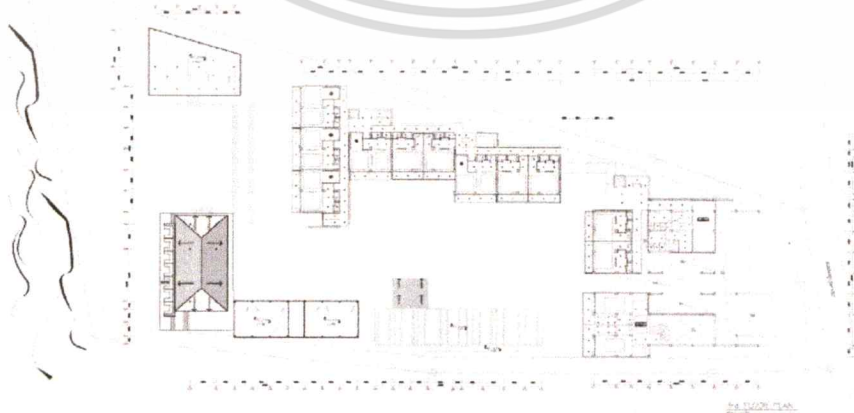
### 5.3 ผังเพดานและไฟฟ้าของอาคารโครงการ



ภาพที่ 5.6 ภาพผังเพดานและไฟฟ้าของอาคารโครงการชั้น1

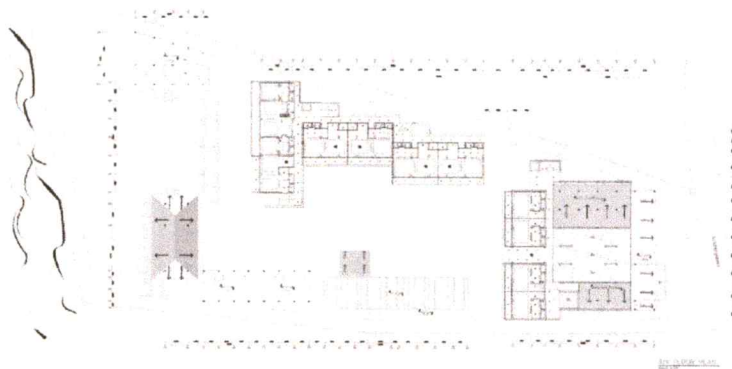


ภาพที่ 5.7 ภาพผังเพดานและไฟฟ้าของอาคารโครงการชั้น2



ภาพที่ 5.8 ภาพผังเพดานและไฟฟ้าของอาคารโครงการชั้น3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

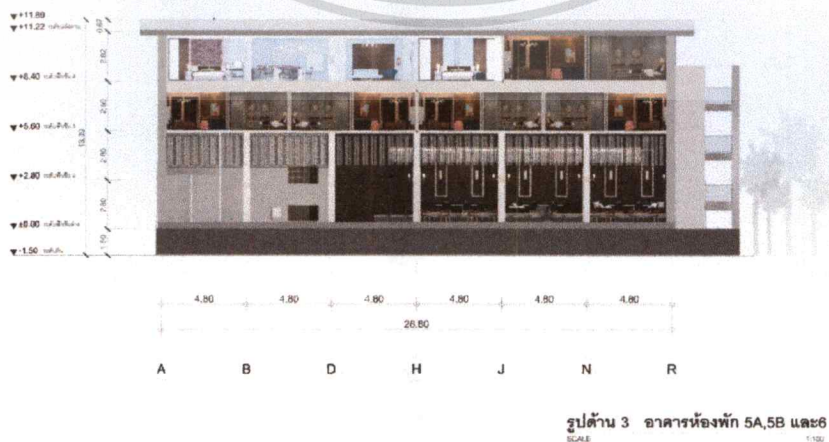


ภาพที่ 5.9 ภาพผังเพดานและไฟฟ้าของอาคารโครงการชั้น4

### 5.4 รูปตัดของอาคารโครงการ



ภาพที่ 5.10 ภาพรูปตัดของอาคารโครงการ



รูปด้าน 3 อาคารห้องพัก 5A,5B และ6  
SCALE 1/100

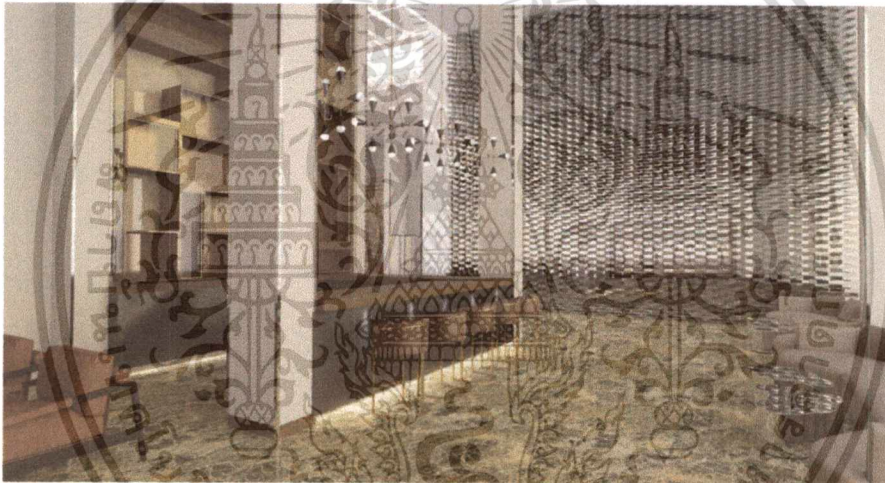
ภาพที่ 5.11 ภาพรูปตัดของอาคารโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.5 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ



ภาพที่ 5.12 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

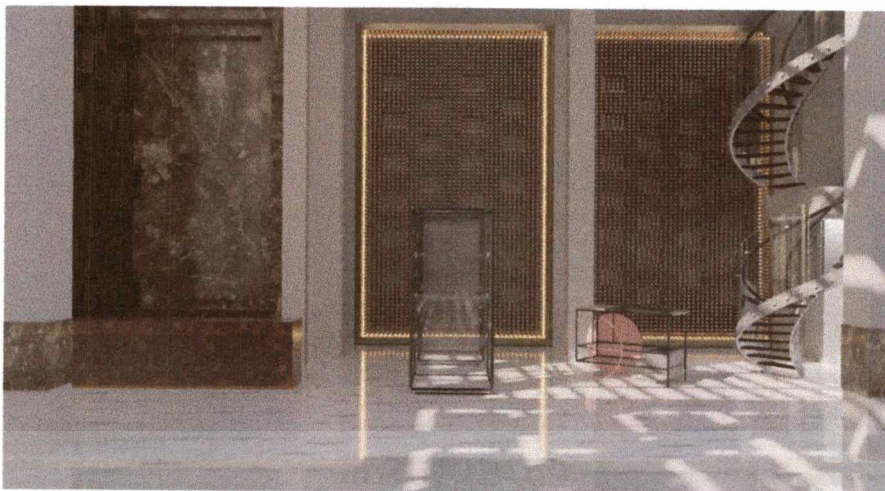


ภาพที่ 5.13 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

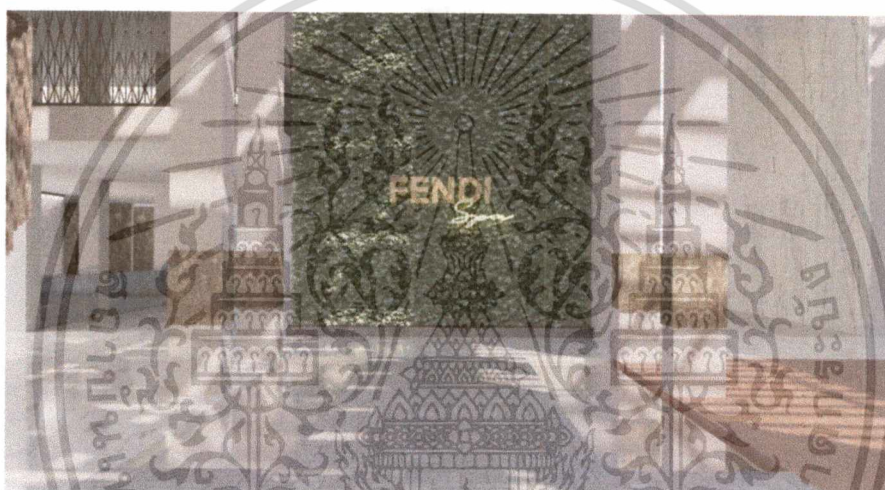


ภาพที่ 5.14 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.15 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

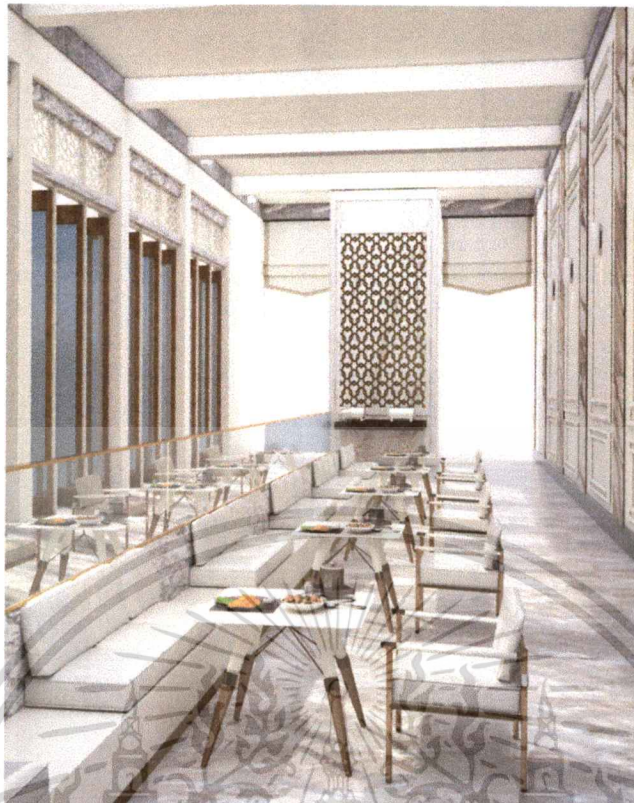


ภาพที่ 5.16 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

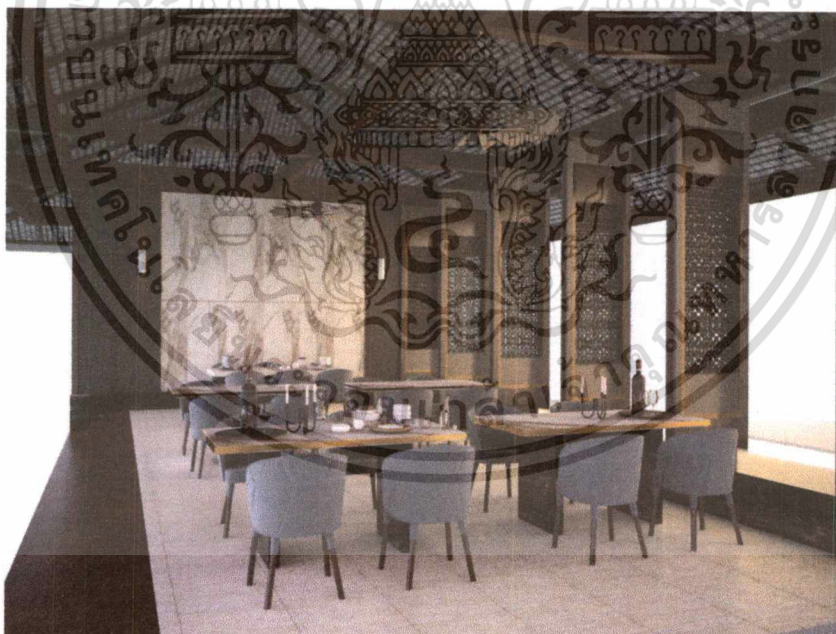


ภาพที่ 5.17 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.18 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ



ภาพที่ 5.19 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

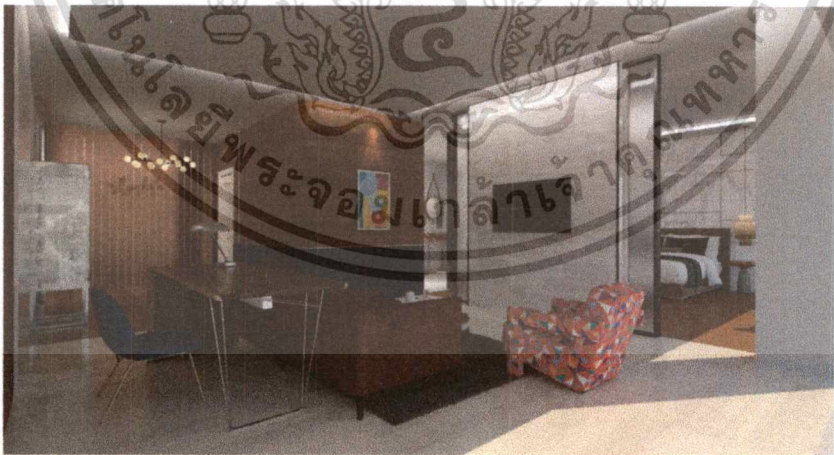
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.20 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ



ภาพที่ 5.21 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

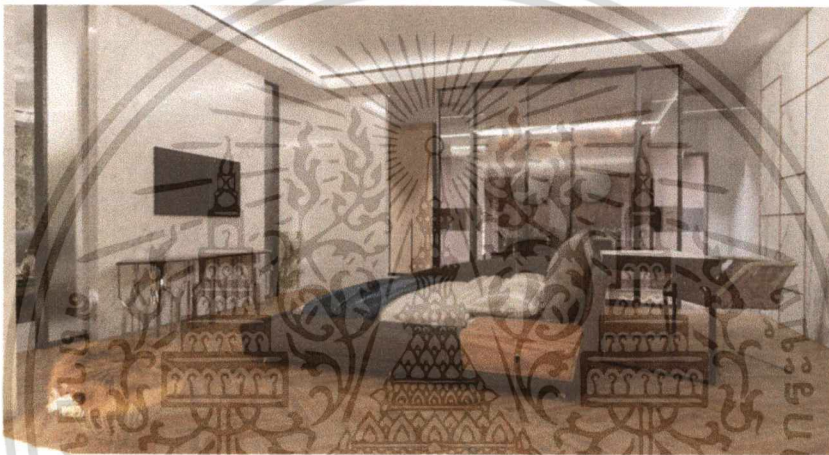


ภาพที่ 5.22 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.23 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

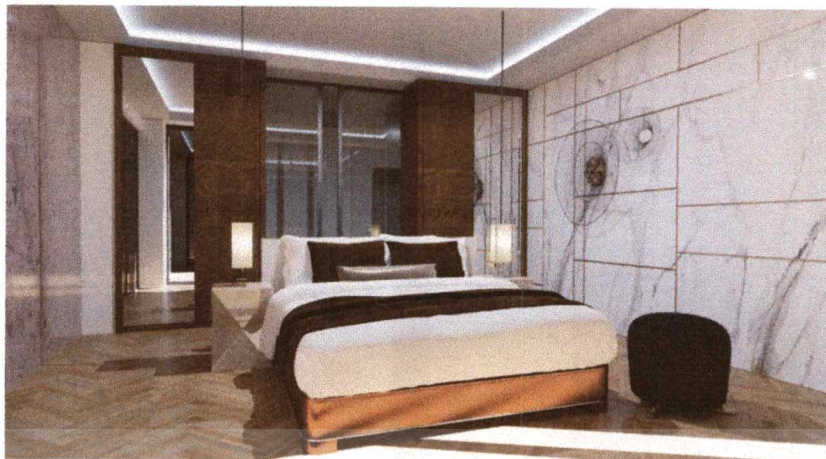


ภาพที่ 5.24 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ



ภาพที่ 5.25 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

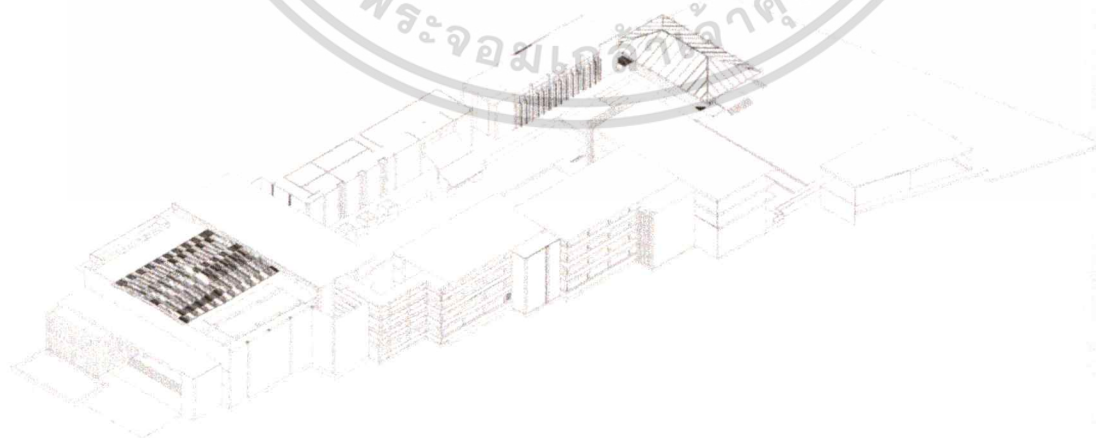


ภาพที่ 5.26 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ



ภาพที่ 5.27 ภาพทัศนียภาพภายในของโครงการ

## 5.6 ภาพไอโซเมตริก



ภาพที่ 5.28 ภาพไอโซเมตริก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช. (2550). รวมความรู้เกี่ยวกับงานโรงแรม. พิมพ์ครั้งที่5. : ฮิวแมน เฮอริเทจ.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. รายงานแนวโน้มธุรกิจ เดือน มกราคม 2599 (Business Outlook Report) [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.bot.or.th/>

สไบทิพย์ มงคลนิมิตร. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการบริการของโรงแรมแมนดารินโอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thapra.lib.su.ac.th/>

ข้อมูลโรงแรม Hotel Indigo Bangkok. เข้าถึงได้จาก : <http://www.hba.com/portfolio/view/266>

ข้อมูลโรงแรม Hotel Indigo Bangkok. เข้าถึงได้จาก : <http://www.a49.com/Project/Detail/309>

โรงแรมและประเภทของโรงแรม [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.teacher.ssru.ac.th/>

โรงแรมไทย, สมาคม. มาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545.

รายงานตลาดอสังหาฯ ในกรุงเทพ. Bangkok Luxury Hotel MarketView Q4 2016 [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.cbre.co.th/>

มาตรฐานโรงแรมและรีสอร์ท. เข้าถึงได้จาก: <http://thaihotels.org/wp-content/uploads/2012/08/%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%90%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%97-%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-1-%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%9A-5-%E0%B8%94%E0%B8%B2%E0%B8%A7-%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A8-25571.pdf>

ภาคผนวก

# FENDI

RESORT KOH CHANG



## PERFECTLY CONTRAST

Why you have to choose just only mountain or sea when you wanna go to somewhere on vacation? In Thailand, We have the place that both ; "Koh Chang".

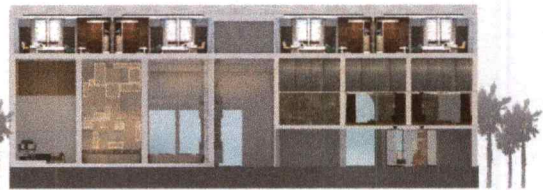
A famous tourist attraction in Trat , Thailand

You will get a two different terrain in the same place

Contrast of green of a tree on national park and clearly blue of the sea is a perfectly contrast of nature



FENDI: Usually use color in their product but add on simple pattern. We use this main idea combine with nature of Koh Chang to design our resort. Luxury marble is a main material of resort but add surprise in detail to plus a teenage feeling into formal style.



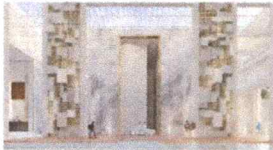
Department of Interior Architecture  
Faculty of Architecture  
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# FENDI

RESORT KOH CHANG



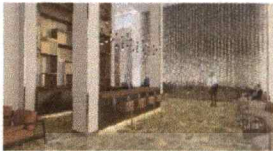
## LOBBY

"Fulgore" is one of words in project "F is for..." Fulgore is brightness. We set lobby to be a door of Fendi world. Brightness, Glory, Luxury. Welcome all of our guests with Italian white marble and luxury pond. This lobby was inspired by Trevi Fountain. Make this piece feel luxurious



## CAFE

Ready to wear is a concept of this cafe, simple but red. Furniture be like product in shop. Notable furniture are decorate in simple luxury space.



## LOBBY LOUNGE

Lobby lounge is a private, Luxuriously - curated space reserved only for Fendi's most exclusive guests



## RESTAURANT

Policromia : Mysterious, Hypnotic, Surreal. Policromia is one of timepiece collection, created in collaboration with Delfina Delettrez Fendi combines different layers and geometries in a modern manner.



## FENDI SPA

Fendi Spa was inspired by Fendi Resort 2017. Tropical, Red, Fresh. We use this collection to be an inspiration to make our guests feel like therapy on the mountain in Koh Chang by color and feeling from this collection.



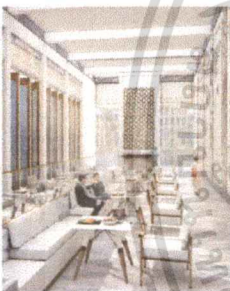
## THE BOUTIQUE

Fendi's Flagship Boutique is nearby lobby lounge, featuring architectural element that is a unique symbol of Fendi's flagship store, Gold, Marble, Majestic and prudent. Browse the latest collections or learn more about Fendi's almost century-long history of groundbreaking design.



## ALL DAY DINING AREA

Have the great meal at Fendi resort. We have a lot of fresh seafood from local ; cooked in Italian and Thai style. Visit here for an unforgettable meal. Assuredly modern with twists and surprises that delight the palette



## ALL DAY DINING AREA

Have the great meal at Fendi resort. We have a lot of fresh seafood from local ; cooked in Italian and Thai style. Visit here for an unforgettable meal. Assuredly modern with twists and surprises that delight the palette



## DULUXE ROOM

Roma on your step. They can be enjoyed from the comfort of the king-sized bed. All exclusively designed and created using the very finest Italian materials, make suite guests feel immediatly at home.



## PREMIERE ROOM

The sleeping area and living area are discreetly divided by a glass panel, creating a spacious, modern space where guests can read, work or entertain as if in the comfort of their own home. The top-quality, all-Italian materials, meticulously detailed finishes and exclusive furnishings are in keeping with the carefully-selected furniture.



## SIGNATURE SUITE

Equipped with every modern comfort and finished with the same attention to detail as the larger suites, Deluxe 6 reflects the high standards of quality and design that set Fendi hospitality apart. The exclusive furnishings, Italian materials and luxurious Fendi Casa accessories ensure that guests experience an unforgettable Roman stay.



## PALAZZO SUITE

Our master suite: stay in the Palazzo Suite and enjoy the once-in-a-lifetime sensation of being the heir of an aristocratic Roman family. Extremely elegant suite is divided into two separate areas to provide guests with maximum privacy. The regal bedroom area, illuminating it with golden Roman light. Awake in luxury amidst Fendi Casa's Mako cotton satin bed linen and masterpieces from the Fendi archives

