

วิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน เสนอแนะ
คอมมูนิตีมอลล์เพื่อพัฒนาคุณภาพความเป็นอยู่ด้านสุขภาพคนเมืองกรุงเทพฯ
(Interior Architectural Design for Wellness of living for urban life: Bangkok)



นางสาว แพรวพลอย ทรณพ รหัสนักศึกษา 56020140
MISS PRAELOY HORANOP CODE 56020140

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน) กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อ้นธิกา สวัสดิ์ศรี)

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อ้นธิกา	สวัสดิ์ศรี	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ทรงชม	จุลาสัย	กรรมการ
อาจารย์ ดร. ฐิติพรรณ	เกินสม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาลี	มธุรการ	กรรมการ และเลขานุการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาลี มธุรการ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อเรื่องวิทยานิพนธ์

ชื่อ นางสาว แพรพลอย ทรณพ
Miss Praeploy Horanop

รหัส 56020140

สาขาวิชา สถาปัตยกรรมภายใน

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ที่อยู่ 754/10 ซ.พัฒนาการ 38 ถ.พัฒนาการ เขต/แขวง สวนหลวง
กรุงเทพมหานคร ฯ 10250

โทรศัพท์ 086-030-8585

Email praeployhoranop@gmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ. ชาลี มธุรการ

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน เสนอแนะ คอมมูนิตีมอลล์เพื่อพัฒนา .
คุณภาพความเป็นอยู่ด้านสุขภาพคนเมืองกรุงเทพฯ
(Interior Architectural Design for Wellness of living for urban life: Bangkok)

ประเภทโครงการ โครงการเสนอแนะ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน Wellness of living for urban life : Bangkok” นี้ มีวัตถุประสงค์สำคัญ เพื่อศึกษาปัญหาของคนเมืองที่คิดว่าออฟฟิศไม่ใช่ที่ดีๆ ตอบโจทย์ และบ้านก็ไม่ใช่ที่ๆ ดีที่สุด และการให้ความสำคัญในการพัฒนาสุขภาพ เช่นการออกกำลังกาย และความสวยความงาม การแก้ปัญหา และหาแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมภายใน เพื่อให้มีลักษณะและบรรยากาศ สอดคล้องเข้ากับรูปแบบสถาปัตยกรรม พฤติกรรมผู้ใช้ที่ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ โดยดำเนินการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ ออกแบบ โดยคำนึงถึงพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้อาคารและผู้ใช้ในด้านกิจกรรมต่างๆ ภายในโครงการ เพื่อให้งานศึกษาค้นคว้า อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง ความเป็นไปได้ของโครงการ และศึกษาข้อมูลจากโครงการใกล้เคียงในเรื่องนโยบายเพื่อที่จะบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางเอาไว้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นสถานที่ใจกลางเมืองรองรับกลุ่มเป้าหมายที่รักสุขภาพ และต้องการ Upper Lifestyle ให้ถูกรสนิยมของตนเอง
2. ส่งเสริมธุรกิจด้านสุขภาพที่กำลังเติบโต
3. เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้านสุขภาพ

แนวทางการออกแบบ

มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อนำเสนอ การหาแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์ทางสถาปัตยกรรมภายใน เพื่อให้มีลักษณะและบรรยากาศสอดคล้องเข้ากับรูปแบบสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อม นำกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโครงการมาช่วยกำหนดขอบเขตโครงการ และดูพฤติกรรมของผู้ใช้และความต้องการ โดยนำอาคารที่เข้าถึงได้ง่ายมีการตกแต่งที่เป็นสไตล์ทันสมัย สบาย ไม่ดูหรูหรามากเกินไปเพื่อตอบโจทย์กลุ่มอายุของผู้ใช้งานในโครงการ โดยมากจะเป็นทุกเพศทุกวัน และยังเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโครงการ เพื่อให้ผู้ที่มาพักสามารถดื่มด่ำกับบรรยากาศได้อย่างเต็มที่ ให้ผู้ที่เข้ามาใช้งานในโครงการสัมผัสบรรยากาศ ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ของโครงการได้อย่างเต็มที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการวิจัย

1. ค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ
 - 1.1 ศึกษาสภาพความเป็นอยู่ของโครงการ และคอมมูนิตี้อับริเวณใกล้เคียงคือ ซอยเอกมัย และทองหล่อ
 - 1.2 ศึกษาโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียง เพื่อนำมาปรับใช้กับงาน ออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน
2. ศึกษาพฤติกรรมและอัตรากำลังของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
3. ศึกษาข้อมูลลักษณะของการออกกำลังกาย และองค์ประกอบต่างๆ
4. ศึกษาองค์ประกอบและแนวทางการออกแบบตกแต่งคอมมูนิตี้อับริเวณใกล้เคียงในย่านสุขุมวิท
5. ศึกษาสภาพแวดล้อมที่ตั้งโครงการ
6. ศึกษารูปแบบสถาปัตยกรรมและแนวทางการตกแต่ง และเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม

สรุปผลการวิจัย

1. สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมกับสภาพโครงการ ลักษณะอาคารเป็นแบบโมเดิร์น สามารถทนแดด ลม ฝน ได้เป็นอย่างดี และมีช่องลมเหมาะสมกับการทำกิจกรรมต่างๆในโครงการ ภูมิประเทศโดยรอบเป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีอากาศร้อนชื้น และอยู่ใจกลางเมือง สามารถทำเป็นคอมมูนิตี้อับริเวณได้ มีพื้นที่พอที่จะทำเป็นปอดใจกลางกรุง
2. การจัดวางอาคารที่ผลมาจากการเข้าถึงตัวอาคารจากถนนเป็นหลัก และทัศนียภาพที่แต่ละพื้นที่ที่ต้องการ
3. การใช้งานทั้งภายในและภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน
4. งานระบบต้องมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการ
5. วัสดุอุปกรณ์และพนักงานที่ดีจะทำให้โครงการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

1. ที่ตั้งและตัวอาคารมีความเหมาะสมกันในเรื่องของขนาด และการวางตำแหน่ง เพราะจะช่วยในเรื่องของมุมมองจากภายนอก ความสวยงาม และประโยชน์ได้อย่างเต็มที่
2. การศึกษาโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียง จะช่วยให้ทราบข้อดี-ข้อเสีย เพื่อมาปรับใช้ในโครงการได้อย่างเหมาะสม
3. ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมให้มาก เช่น สภาพแวดล้อมที่สามารถส่งเสริมการวิ่งภายนอกอาคาร และผู้ใช้งานได้ และสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด
4. การประสานการออกแบบ ทั้งภายนอกและภายในสอดคล้องเรื่องราว ให้ผู้ใช้งานไม่รู้สึกอึดอัดมากเกินไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ศึกษาแนวทางและมาตรฐานการออกแบบของคอมมูนิตีมอลล์ ระบบการจัดการภายใน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบให้อยู่ในพื้นฐานของความเป็นจริง
2. ได้รับข้อมูลในด้านการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าออกแกนิก การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคนที่จะมาใช้ในโครงการ ว่าแต่ละกลุ่มมีลักษณะแบบไหนเพื่อนำมาปรับให้เข้ากับการออกแบบ
3. ได้รับความรู้และทำความเข้าใจงานสถาปัตยกรรมและงานสถาปัตยกรรมภายในสัมพันธ์กับตัวสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อมโดยรอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

ในปัจจุบันมีความมูลนิธิที่มอลล์เกิดขึ้นมากมายในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองใหญ่ มีผู้คนสมัยใหม่อาศัยอยู่มากมาย และด้วยความเป็นเมืองใหญ่ที่อยู่อาศัยจึงแพง และหายาก พอที่อยู่อาศัยแพงจึงมีความคับแคบมากยิ่งขึ้น ผู้คนจึงนิยมให้อาศัยอยู่นอกบ้านมากกว่าในบ้าน หากิจกรรมต่างๆ มากกว่าที่ที่อยู่อาศัยจะให้ได้ และคนยุคใหม่ยังสนใจภาพลักษณ์และสุขภาพมากยิ่งขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากสถิติต่างๆ และสถานที่ออกกำลังกายที่มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น แต่สถานที่ๆ ที่ตอบโจทย์ให้คนมาใช้เวลาทั้งวันเพื่อพัฒนาตนเองด้านสุขภาพในกรุงเทพมหานครยังมีน้อย และเนื่องจากต้องเป็นสถานที่ที่มีการเดินทางที่สะดวกสบาย ทำให้คอมมูนิตี้มอลล์ด้านสุขภาพในย่านเอกมัยเป็นสถานที่ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่สมบูรณ์แบบ ตัวโครงการอยู่ในซอยเอกมัยที่มีกลุ่มคนมากมายอาศัยอยู่ และส่วนมากเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีพื้นที่กว้างขวางมากเพื่อตอบโจทย์กิจกรรมต่างๆ โครงการนี้จะช่วยส่งเสริมธุรกิจด้านสุขภาพ ในเรื่องความแข็งแรง ความสวยงาม และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ให้เป็นที่รู้จักและนิยมมากขึ้น และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ อีกทั้งเป็นตัวช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจด้วย

โครงการเสนอแนะ Wellness of living for urban : Bangkok จึงเป็นการนำเสนอรูปแบบของคอมมูนิตี้มอลล์ที่ครอบคลุมเรื่องการออกกำลังกายตามเทรนด์แปลกใหม่ ของคนรุ่นใหม่ มีทั้งฟิตเนส และทางเดินเพื่อให้สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ เมื่อคนเข้ามาโครงการจะมีทางเลือกมากมายในการเดิน แม้จะไม่ได้มาออกกำลังกายในโครงการ แต่ยังตอบโจทย์ในเรื่องของอาหารการกิน การทำสปา และเป็นพื้นที่ๆ สามารถมาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน รวมถึงผู้เข้าใช้โครงการสามารถเช่าสถานที่ เพื่อจัดงานต่างๆ เป็นการส่วนตัวได้ ซึ่งมีพื้นที่ที่เป็นลานห้อง และสนามกีฬา ที่สามารถให้ครอบครัว เพื่อน ฯลฯ มาทำกิจกรรมร่วมกันได้ จะได้สัมผัสบรรยากาศแปลกใหม่

โครงการนี้สามารถรองรับกิจกรรมต่างๆ ในเรื่องของสุขภาพเต็มรูปแบบ ทั้งทำเลที่ตั้งที่ไม่ไกลจากการเดินทางขนส่งสาธารณะ และยังมีลานจอดรถรองรับ การเดินทางสะดวกสบาย มีสภาพแวดล้อมที่ดีเหมาะแก่การออกกำลังกายในช่วงอันเร่งรีบ ทำให้ผู้เข้าใช้โครงการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายใจกลางกรุง โครงการนี้มี facility ต่างๆ รองรับมากมาย หากอยากสัมผัสความรู้สึกพิเศษขอเชิญที่คอมมูนิตี้มอลล์นี้

สุดท้ายได้มีความคาดหวังว่าโครงการวิทยานิพนธ์นี้จะส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล สังคมในภายภาคหน้า หากมีข้อผิดพลาดใด ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวแพรวพลอย ทรณพ

ผู้จัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าวิจัย ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อการตกแต่งภายในโครงการ Wellness of living for Urban เอกมัย กรุงเทพมหานคร นี้ได้รับความอนุเคราะห์และความร่วมมือช่วยเหลือเป็นอย่างดี ในการเอื้อเฟื้อข้อมูล และเอกสารต่างๆ และขอคิดเห็นอันเป็นประโยชน์รวมทั้งร่างกาย แรงใจจากบุคคลต่อไปนี้

- ขอขอบคุณทุกคนในครอบครัว พ่อ และแม่ ที่ให้กำลังใจมาโดยตลอด และกำลังทรัพย์แบบไม่อันคอบส่งอาหารต่างๆ มาให้ ตลอดระยะเวลาที่วิทยานิพนธ์
- ขอขอบคุณอาจารย์ชาติที่เป็นทั้งอาจารย์ที่ปรึกษา และพี่รหัส ที่ให้คำปรึกษาที่ดี มีความเอาใจใส่ ชี้แนะให้ได้เป็นโครงการนี้ขึ้นมา และติดตามงานเสมอ
- ขอขอบคุณอาจารย์ดวง ที่เข้ามาแนะนำสิ่งดีๆ ในหลายๆเรื่อง
- ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
- ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่อยู่เคียงข้างกันทั้งกลุ่ม นอนห้องเดียวกัน ใช้ชีวิตอยู่ด้วยกัน ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกัน มีทั้งเรื่องตลก และเรื่องเศร้า แต่เราก็ผ่านกันไปได้
- ขอขอบคุณเพื่อนๆ ในรุ่นทุกคน ที่แชร์งานต่างๆ ผ่านลง Instagram ทำให้รู้เรื่องราวต่างๆ ของเพื่อนๆ
- ขอขอบคุณน้องรหัส 45 น้องบิว น้องมายด์ น้องสแตมป์ น้องดิศก์ ที่ช่วยที่เยอะแยะมากมาย และน้องๆ คนอื่นๆ ที่แวะเวียนเข้ามาหา ให้กำลังใจ ถามไถ่ และซื้อของมาฝาก ถ้าไม่มีรหัส งานที่ต้องออกมาไม่เร็ขนาดนี้
- ขอขอบคุณพี่ตึก และพี่ตอย ที่เอาเสบียงมาให้ได้อย่างอลังการ
- ขอขอบคุณพี่ๆ ทุกคนที่แวะเวียนเข้ามาหาที่ห้อง ขอขอบคุณพี่กวาง พี่เลี้ยง พี่มินต์ พี่ปอม พี่ส้ม พี่น้ำ พี่น้ำตาล สด ที่แวะมาเฮฮา และนำเสบียงเข้ามาฝาก
- ขอขอบคุณแม่ใบตอง ที่ส่งเสบียงมาให้ได้เต็มอ้อมไปหลายมือ
- ขอขอบคุณบริษัทแสนสิริ คุณวิสุทธิ์ เจริญพานิชสันติ ที่จัดส่งเอกสารและข้อมูลต่างๆ ในการทำที่สืสมาให้ อย่างครบถ้วน
- ขอขอบคุณบรรยากาศต่างๆ ที่เพื่อนๆ มอบให้ตลอดระยะเวลาการทำงาน
- ขอขอบคุณ Internet , pinterest .google, Instagram ที่ช่วยให้การค้นคว้าหาข้อมูลได้ง่ายขึ้น
- ขอขอบคุณเพลงใน Youtube ที่ฟังเกือบทุกเพลงให้คลายเครียด
- ขอขอบคุณ Tcdc Emporium ให้เป็นสถานที่ทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของโครงการ	1
1.2 จุดประสงค์ของโครงการ	2
1.3 องค์ประกอบของโครงการ	2
1.4 กลุ่มเป้าหมาย	3
1.5 ขอบข่ายขอบเขตวิทยานิพนธ์	3
1.6 ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ	4
1.6.1 ข้อพิจารณาในการเลือกที่ตั้ง	7
1.6.2 ลักษณะที่ตั้งของโครงการ	
1.6.3 การเข้าถึงโครงการ	
1.6.4 สภาพแวดล้อมโดยรอบ	
1.7 ลักษณะอาคาร	
1.8 ขอบเขตและขอบข่ายของโครงการ	16
1.9 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	
บทที่ 2 ข้อมูลทั่วไปและโครงการเปรียบเทียบ	
2.1 ข้อมูลทั่วไป	21
2.1.1 ข้อมูลพื้นฐานประกอบโครงการ	21
2.1.2 ข้อมูลการออกแบบพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรม	
2.1.3 ข้อมูลการเจริญเติบโตของธุรกิจสุขภาพ	
2.2 ข้อมูลเฉพาะโครงการ	31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1	ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่โดยรอบ	
2.2.2	ข้อมูลเกี่ยวกับรักษาสุขภาพ	
2.2.3	ข้อมูลเกี่ยวกับการ Upper Lifestyle	
2.3	การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ	37
2.3.1	ข้อพิจารณาในการเลือกกรณีศึกษา	
2.3.2	กรณีศึกษาการวางผังสภาพแวดล้อม	
2.3.3	กรณีศึกษาการออกแบบ Wellness	
2.3.4	กรณีศึกษาการใช้พื้นที่เพื่อสร้างกิจกรรม	
2.3.5	กรณีศึกษาข้อมูลการให้บริการต่าง ๆ ในธุรกิจสุขภาพ	
2.4	สรุปผลการศึกษาโครงการเปรียบเทียบเพื่อออกแบบ	
บทที่ 3	พฤติกรรมและพื้นที่ที่ต้องการใช้	41
3.1	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับระดับการบริหาร	
3.1.1	เจ้าของโครงการหรือบริษัทเจ้าของโครงการ	
3.1.2	คณะกรรมการของโครงการ	
3.1.3	ผู้จัดการโครงการ	
3.2	ประเภทของผู้ใช้โครงการ	42
3.2.1	พฤติกรรมผู้ให้บริการ และขนาดพื้นที่	
3.2.2	พฤติกรรมผู้มาใช้บริการ	
3.3	พฤติกรรมผู้ใช้อาคาร	44
3.3.1	ลูกจ้างหรือพนักงานผู้ให้บริการ	
3.3.2	พฤติกรรมของผู้รับบริการ	
3.4	ผู้ให้บริการ	46
3.4.1	การศึกษาพฤติกรรมภายในส่วนต้อนรับ และ ล็อบบี้	
3.4.2	การศึกษาพฤติกรรมในส่วนของยิม	
3.4.3	การศึกษาพฤติกรรมในส่วนของร้านอาหาร	
3.4.4	การศึกษาพฤติกรรมในส่วนของซูเปอร์มาร์เก็ต	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4	การวิเคราะห์โครงการและการศึกษาพฤติกรรมพื้นที่ใช้สอย	52
4.1	ระบบในอาคารที่มีผลต่อการออกแบบภายใน	
4.1.1	ระบบแสงสว่าง	
4.1.2	ระบบเสียงและการควบคุม	
4.1.3	ระบบปรับอากาศและการหมุนเวียนอากาศ	
4.2	การวิเคราะห์ที่ตั้ง	53
4.3	การวิเคราะห์อาคาร	65
4.4	การวิเคราะห์ตารางค่าความสัมพันธ์บุคคล	78
4.5	การวิเคราะห์พื้นที่	79
4.6	การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยของอาคาร	
4.7	การแข่งเขตพื้นที่	80
บทที่ 5	ผลงานการออกแบบ	82
5.1	Layout plan and Furniture layout plan	
5.2	Design section and perspective	85
5.3	perspective	
5.4	plate A1 and mode'	100
บทที่ 6	บรรณานุกรม	104

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

ความเป็นมาของโครงการ

1.1. ความเป็นมาของโครงการ

Nation tv กล่าวถึง Trends ในปี 2017 ที่ผ่านมา ในเรื่องของ “Upper Life Style” ของคนรุ่นใหม่ ที่เริ่มมีกระแสมาตั้งแต่ปี 2016 โดยการยกตัวอย่างเช่นร้านกาแฟชื่อดัง เปิดสาขาในบางพื้นที่ โดยเสนอราคากาแฟที่สูงขึ้นกว่าเดิม โดยการมีการเชื่อเชิญเพื่อเข้าไปใช้บริการ แม้เป็นเรื่องจืดและรสนิยม ซึ่งเป็นการสวนทางตามการตลาดในภาพรวม เพราะขณะที่ใคร ๆ แข่งกันลด แต่แบรนด์บางส่วนมองเห็นการ upper ผ่าน life style เพราะเมื่อจ่ายแล้วได้ภาพลักษณ์ และสถานะที่สูงขึ้น เป็นเสียงอย่างหนึ่งในการประกาศตัว

Life style ปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจในสุขภาพมากยิ่งขึ้น ธุรกิจด้านสุขภาพมีการเจริญเติบโตขึ้นมาก และผู้คนใช้ชีวิตนอกบ้านมากกว่าในบ้าน จึงทำให้รู้สึกว่าบ้านจึงไม่ใช่สถานที่ที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดีที่สุด และที่ทำงานก็ไม่ใช่สถานที่ที่เหมาะสมแก่การทำงาน คนยุคนี้จึงต้องการ Third place ซึ่งทำให้ตัวเองต้องอยู่ในสภาพถูกจ้องมองจากคนอื่น ๆ กล่าวคือคนรุ่นใหม่มีกระแสทาง Social Media ที่ต้องอัปเดตตลอดเวลาว่าทำอะไร ที่ไหน อย่างไร สังเกตได้จาก Facebook และ Instagram, ความเหงา, ความอยากเป็นเหมือนใครบางคน และอยากใช้ชีวิตในแบบสังคมตะวันตก

คนรุ่นใหม่หันมาให้ความสำคัญและสนใจกับสนใช้ชีวิตมากขึ้น ทั้งในเรื่องของอาหารการกิน การออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม และเครื่องมือที่สามารถทำให้สุขภาพดีขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องได้ภาพลักษณ์ที่บ่งบอกรสนิยมส่วนตัว

ดังนั้นโครงการจึงเป็น THIRD PLACE แห่งใหม่ย่านเอกมัยเพื่อตอบสนองต่อการ Upper Lifestyle ชักจูงให้คนเข้าไปทำความคุ้นเคยกับสถานที่ สร้างความตระหนัก ในอนาคตอาจเกิดสิ่งๆ เรียกว่า Repeat Visit จนเกิดเป็น Brand Royalty ในที่สุด เป็นศูนย์รวมของคนรักสุขภาพ มาใช้เวลาร่วมกันด้วยการทำกิจกรรมต่าง ๆ สร้างความแตกต่าง และภาพลักษณ์ใหม่ให้แก่คนยุคใหม่ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2. เหตุผลในการเลือกโครงการ

1.2.1. ธุรกิจด้านสุขภาพ เช่น ร้านอาหารทางเลือก สถานที่ออกกำลังกายเฉพาะรูปแบบ เสริมความงามต่าง ๆ กำลังเติบโตไปทั่วโลก เพราะคนส่วนใหญ่เริ่มตระหนักว่าถ้าสุขภาพไม่ดีเจ็บป่วย จึงไม่คุ้มต่อการสูญเสีย ไม่ว่าจะเสียเงิน และเสียเวลา ทำให้สนใจตัวเองมากขึ้น

1.2.2. รายงานศึกษา The new trend in Urban lifestyle in the Kingdom of Thailand ฉายภาพความเคลื่อนไหวของสังคมเมือง มีประเด็นที่น่าสนใจคือ ประชากรมีอัตราการเกิดน้อยลง และไม่ต้องการแต่งงานของผู้หญิงมีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากได้รับการศึกษาระดับสูง ทำให้คนมีเงินเพื่อมาเพื่อดูแลภาพลักษณ์ของตัวเองมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับหน้าที่การงานและ Life style ของตนเอง หรือสามารถใช้เงินเพื่อสร้าง Life Style ให้ตนเองได้

1.2.3. สังคมคนเมืองมีความเป็นครอบครัวเดี่ยวมากยิ่งขึ้น ทำให้ระบบที่อยู่อาศัยมีการเปลี่ยนแปลงเป็นคอนโดมิเนียม ผู้คนจึงหันมาใช้ชีวิตนอกบ้านมากกว่าในบ้าน และไม่มีบริเวณให้ทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ออกกำลังกายในสวนสาธารณะ หรือการทำครัวแบบหนักๆ

1.3. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.3.1. เพื่อเป็นสถานที่ใจกลางเมืองรองรับกลุ่มเป้าหมายที่รักสุขภาพ และต้องการ Upper Lifestyle ให้ถูกรสนิยมของตนเอง

1.3.2. ส่งเสริมธุรกิจด้านสุขภาพที่กำลังเติบโต

1.3.3. เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้านสุขภาพ

1.4. กลุ่มเป้าหมายโครงการ

1.4.1. กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ 22-35 ปี มีรายได้ 40,000บาทขึ้นไป ทำงานย่านสุขุมวิท ที่ใส่ใจในด้านสุขภาพ ความงาม และการพัฒนาตนเอง

1.4.2. Male และ Female Manager อายุ 35-45ปี เนื่องจากมีความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมทางสังคม ตลอดจนใส่ใจสุขภาพ และอยากพัฒนาตนเองเสมอ

1.4.3. กลุ่มแม่บ้านญี่ปุ่นที่อยู่ย่านสุขุมวิท ที่มีเวลาว่าง

1.5. ภาพลักษณ์ของโครงการ

1.5.1. HEALTHY สร้างสุขภาพ ทั้งการออกกำลังกาย และการรับประทานอาหารที่ดี

1.5.2. CHIC สร้างความทันสมัย ดูดี มีรสนิยมในสถานที่

1.5.3. NEW ROUTINE สร้างกิจจะลักษณะที่ดีในการดำเนินชีวิต เพื่อพัฒนาตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6. ที่ตั้งของโครงการ

1.6.1. ลักษณะพึงประสงค์ของที่ตั้ง

1.6.1.1. อยู่ใจกลางจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ (Heart of Bangkok) ซึ่งเป็นสังคมเมือง ที่มีการตื่นตัวของผู้นสามารถเดินทางไปกลับได้อย่างสะดวก ไม่ไกลจากสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเมล์ รถไฟฟ้า รถยนต์ส่วนตัว และมอเตอร์ไซด์

1.6.1.2. สามารถมองเห็นอาคารได้ง่ายและโดดเด่น

1.6.1.3. การเข้าถึงโครงการไม่ไกลจากถนนสายหลักที่จะเข้าสู่โครงการได้สะดวก

1.6.1.4. สภาพแวดล้อมโดยรอบของพื้นที่มีคนรุ่นใหม่อาศัยอยู่ โดยส่วนมากเป็นสังคมคนทำงานบริษัท และธุรกิจขนาดย่อม

1.6.2. การวิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการ

A: ตั้งอยู่ในซอยสุขุมวิท63 (ซอย เอกมัย) ระหว่างเอกมัยซอย 9 และซอย 11 เชื่อมมาจากถนนสุขุมวิท และถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ซึ่งมีรถไฟฟ้า BTS สถานีเอกมัยหน้าปากซอย

1. พิกัดที่ตั้งโครงการ

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ : อาคารพาณิชย์ร้านเฟอร์นิเจอร์ Hall of Fame และถัดไปเป็นซอยเอกมัย 11

ทิศใต้ : สำนักงานแพทย์สุขุมวิท 63

ตะวันออก : ถนนหลักสุขุมวิท 63 และอาคารพาณิชย์ต่างๆ

ตะวันตก : ซอยทองหล่อ 18

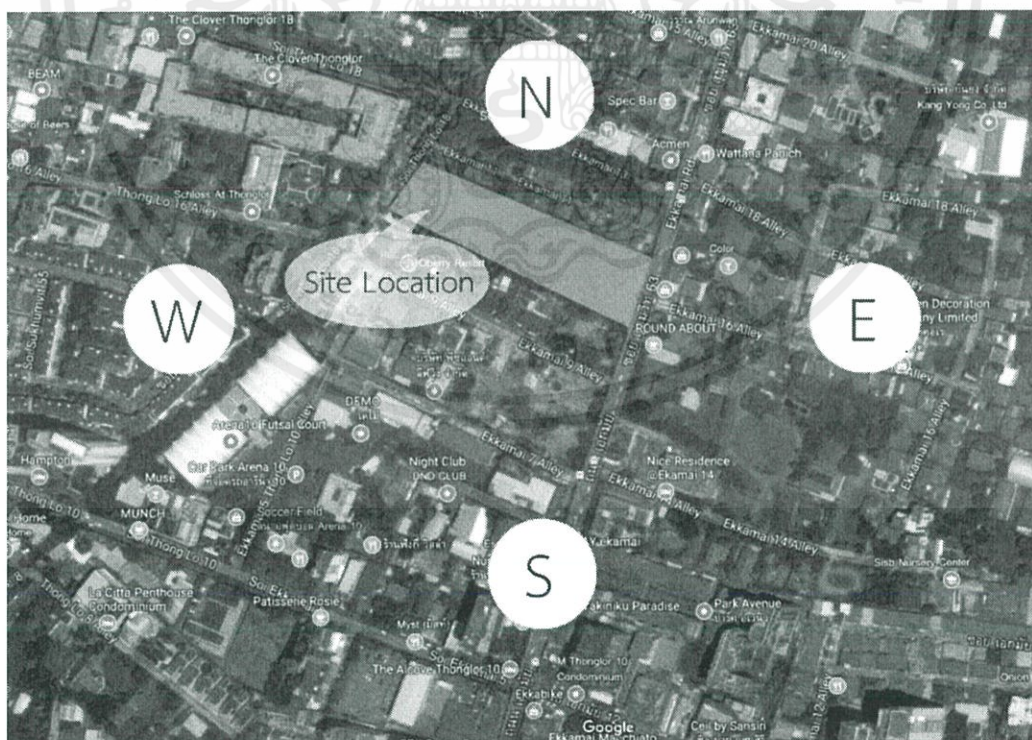
พื้นที่โครงการทั้งหมด : 12,800 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.3 การเข้าถึงโครงการ



ภาพที่ 1.1 แสดงการเข้าถึงโครงการ



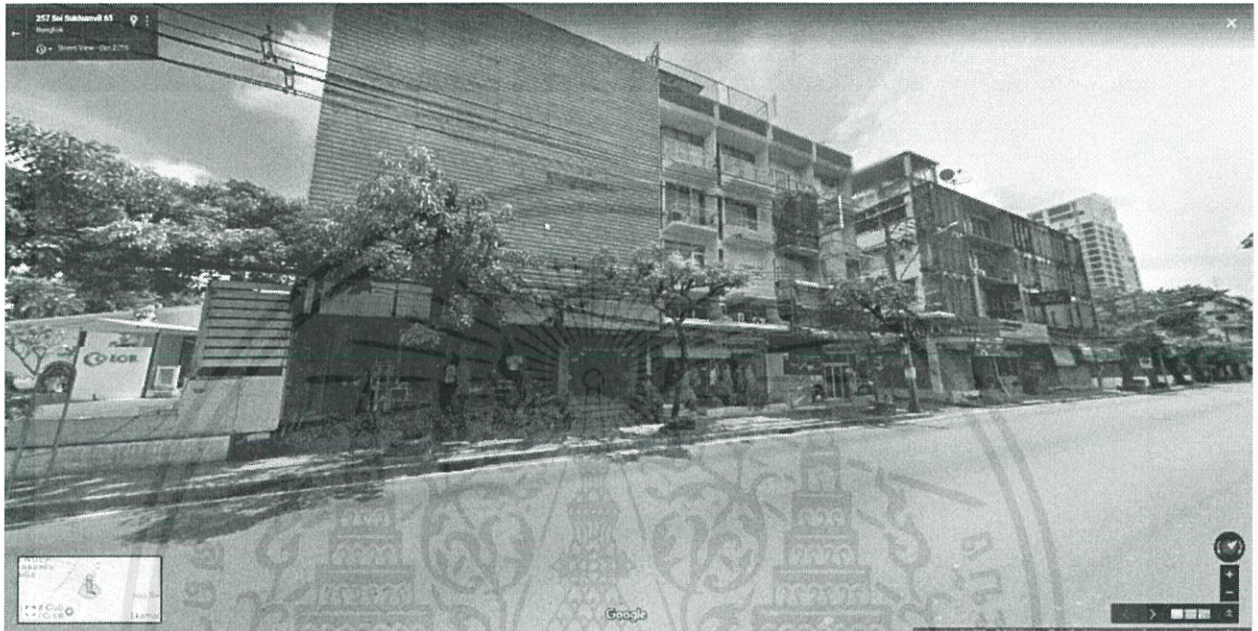
ภาพที่ 1.2 แสดงพื้นที่ตั้งโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.4 ลักษณะโครงการ

1.6.5 ลักษณะสภาพแวดล้อม

เป็นพื้นที่ปล่อยทิ้งร้างแห่งเดียวที่ติดถนนหลัก ในซอยสุขุมวิท 63



ภาพที่ 2.1.1 แสดงทิศเหนือด้านหน้าของโครงการ



ภาพที่ 2.1.2 แสดงอาคารพาณิชย์บริเวณหน้าโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



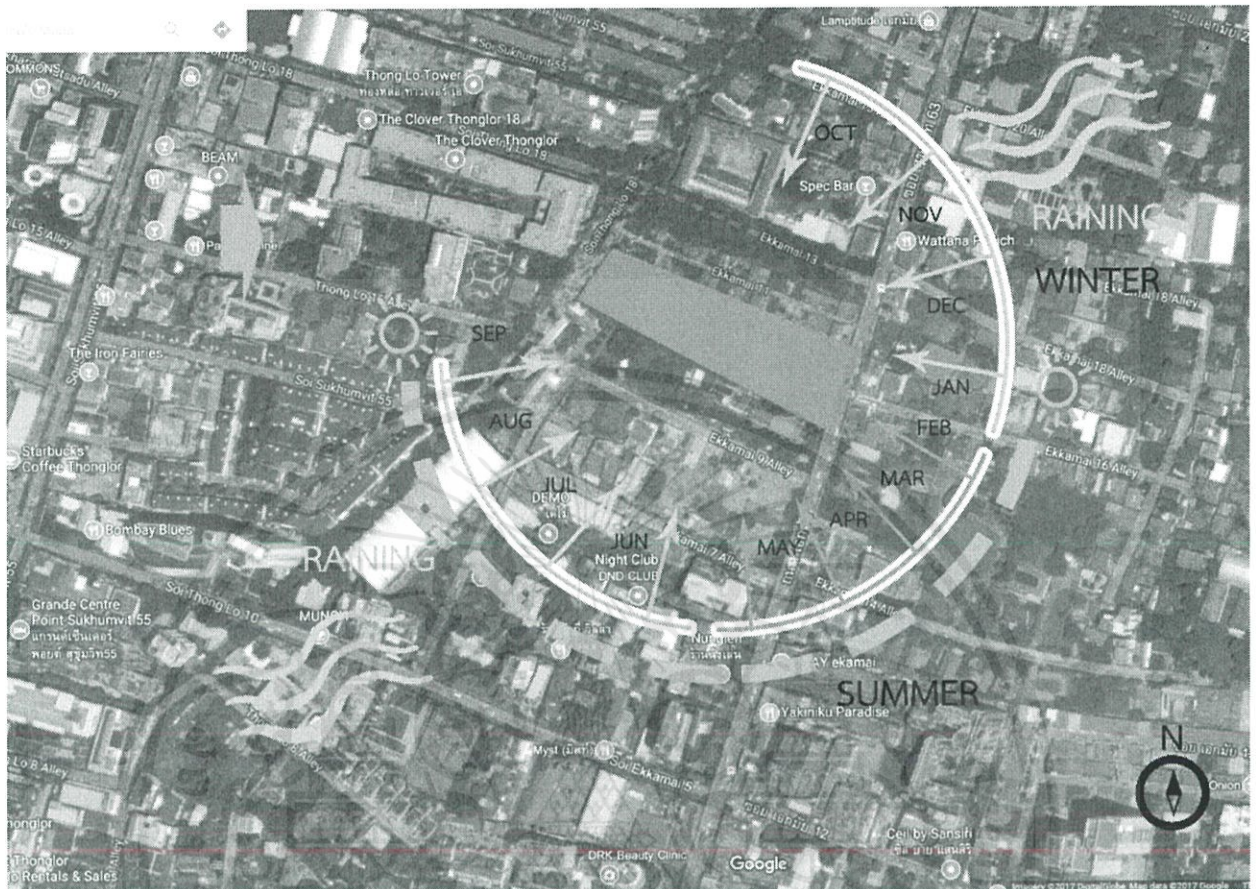
ภาพที่ 2.1.3 แสดงพื้นที่ตั้งโครงการปัจจุบัน



ภาพที่ 2.1.4 บริเวณทางเข้าหลักของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 การวิเคราะห์ที่ตั้ง



ภาพที่ 2.2.1 แสดงการวิเคราะห์ลม แดด ฝนของโครงการ

แดด : แดดช่วงเช้าขึ้นทางด้านหน้าของโครงการ ไม่มีสิ่งปลูกสร้างขนาดใหญ่มาบดบังแสงแดด จะได้แสงที่สวย และตอนเย็นจะตกบริเวณทางเข้รองของโครงการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นที่ตั้งของ Back office

ลม : ทิศทางของลมนั้นจะเข้ามาทางด้านข้างของโครงการ ที่เป็นส่วนทำกิจกรรมต่างๆในโครงการ ทำให้อากาศถ่ายเทสะดวกเนื่องจากมีบางส่วนของอาคาร เป็นพื้นที่ที่ต้องใช้อากาศธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะภูมิอากาศ : ลักษณะทางภูมิอากาศของกรุงเทพมหานคร เป็นเขตร้อนชื้นในช่วงฤดูฝนทุกช่วง
เดือนสิงหาคม-ตุลาคม ถ้าเข้าสู่ฤดูหนาวอากาศจะเย็นลง อากาศจะเย็นสบายเพราะได้อิทธิพลม
ตะวันออกเฉียงเหนือพัดผ่าน

ข้อดี

1. บริเวณโดยรอบเป็นสังคมที่ทันสมัย สังคมหนุ่มสาวออฟฟิศ เพราะถนนเอกมัยเป็นแหล่งสังสรรค์
ของคนรุ่นใหม่ทั้งกลางวันและกลางคืน
2. การเดินทางสะดวก ทั้งขนส่งสาธารณะเช่นรถไฟฟ้า รถเมล์ และรถยนต์ส่วนตัว สามารถเข้าถึงได้
จากถนนสุขุมวิทและถนนเพชรบุรีตัดใหม่
3. อยู่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

ข้อเสีย

1. ใกล้อาคารพาณิชย์ ซึ่งมีสภาพค่อนข้างเก่า
2. การจราจรหนาแน่นในช่วงโมงเร่งรีบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

B : ตั้งอยู่ในซอยสุขุมวิท 39 เลขที่ 66 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานครฯ



ภาพที่ 1.1 แสดงการเข้าถึงโครงการ



ภาพที่ 1.2 แสดงพื้นที่ตั้งโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิกัดที่ตั้งโครงการ

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ : The Cadogan Private Residence

ทิศใต้ : ทับทิมแมนชั่น และหมู่บ้านพร้อมจิต

ตะวันออก : I.U.C.N.

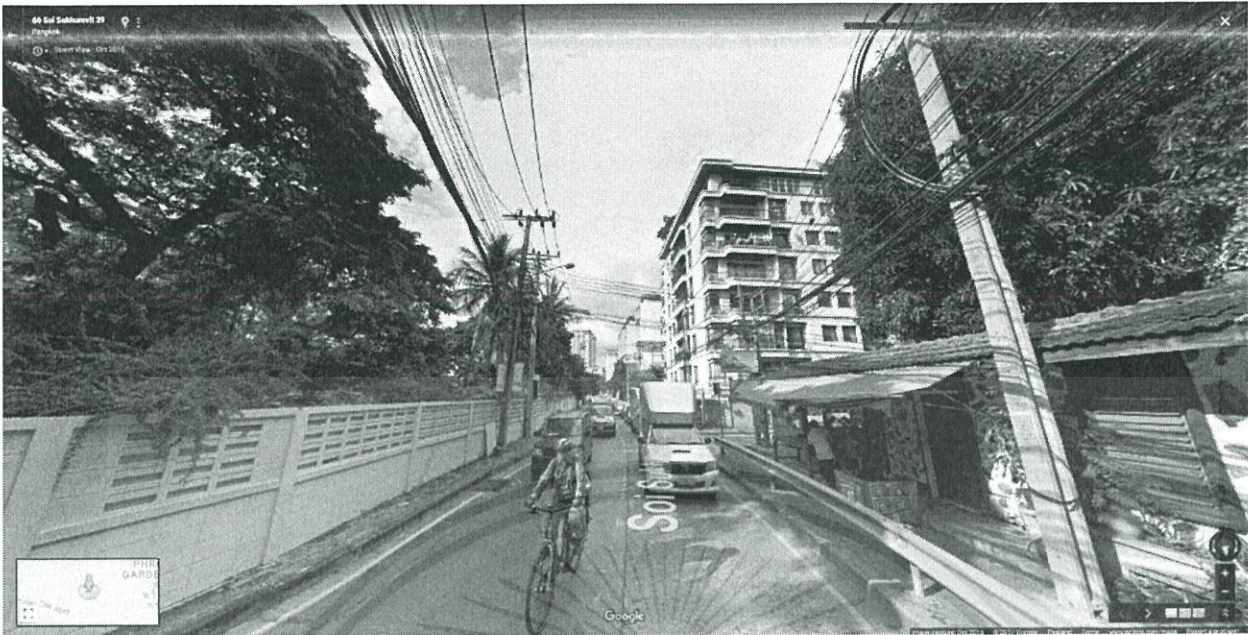
ตะวันตก : หมู่บ้านพร้อมจิต

พื้นที่โครงการทั้งหมด : 42,000 ตารางเมตร



ภาพที่ 1.3 แสดงภาพด้านหน้าโครงการปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.4 แสดงภาพด้านตรงข้ามด้านตะวันออกของโครงการ



ภาพที่ 1.5 แสดงภาพทางเข้าโครงการปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อดี

1. พื้นที่ค่อนข้างเป็นส่วนตัว เนื่องจากพื้นที่โดยรอบเป็น Private residence
2. ผู้คนที่อาศัยในย่านนี้มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดี
3. ใกล้ห้างสรรพสินค้าชื่อดัง

ข้อเสีย

1. สามารถเดินทางได้ทางเดียว และการจราจรติดขัดสม่ำเสมอ
2. ไม่มีรถโดยสารสาธารณะผ่าน

C: ตั้งอยู่ซอย อรรถกระวี ตัดถนนพระราม4 และเชื่อมต่อซอยสุขุมวิท 26

พิกัดที่ตั้งโครงการ

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ : Bambini villa ซึ่งเป็น Shopping mall ขนาดเล็ก

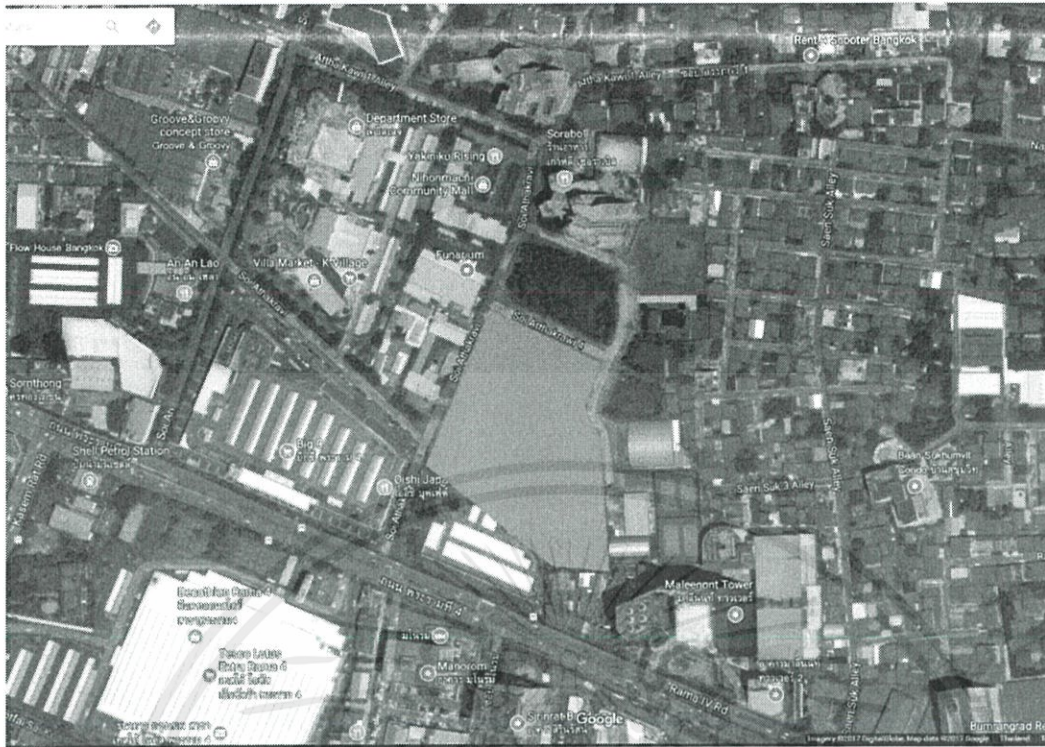
ทิศใต้ : ลานจอดรถห้ามสรรพสินค้า Big C

ตะวันออก : Tennis Court

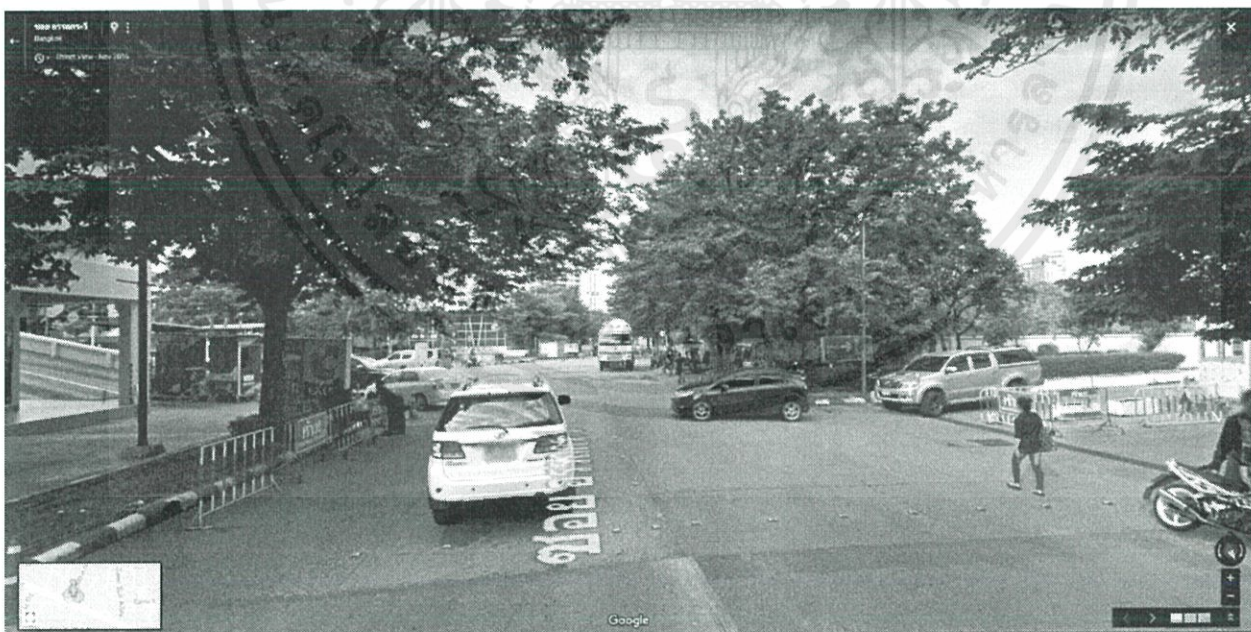
ตะวันตก : Car Care

พื้นที่โครงการทั้งหมด : 38,400 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.1 แสดงพื้นที่ตั้งโครงการ

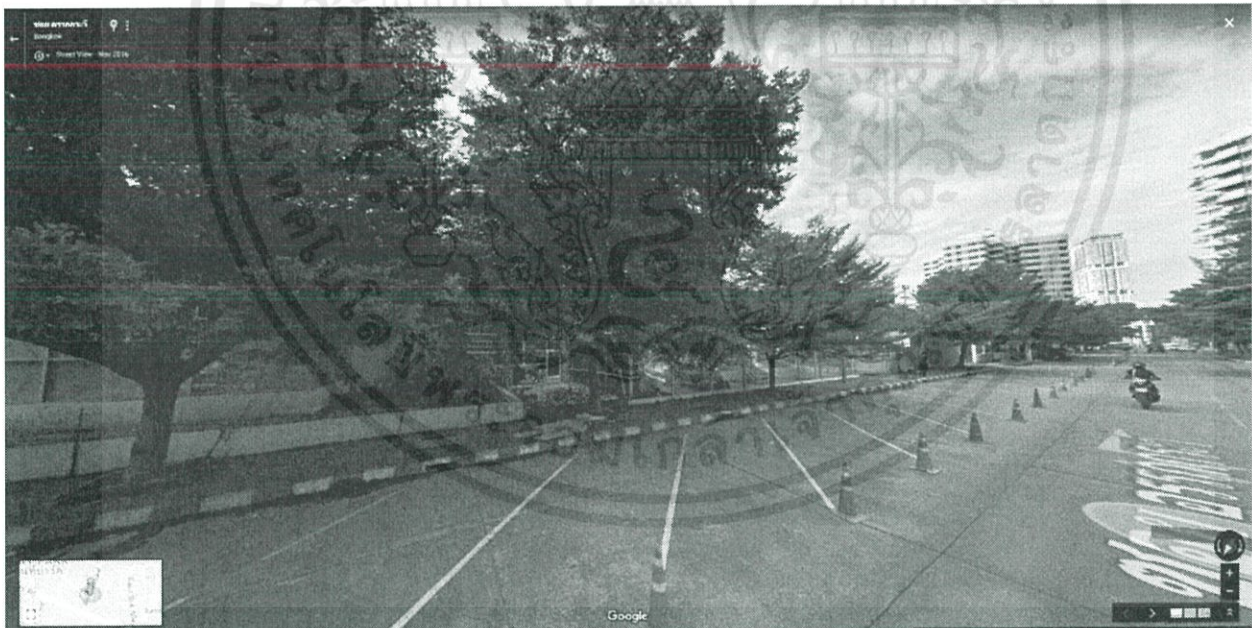


ภาพที่ 1.2 แสดงภาพก่อนการเข้าถึงโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.3 แสดงด้านหน้าโครงการปัจจุบัน



ภาพที่ 1.4 แสดงฝั่งตรงข้ามของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อดี

1. เข้าถึงโครงการได้ง่ายจากถนนใหญ่
2. การจราจรไม่หนาแน่น และมีขนาดถนนที่ใหญ่
3. ใกล้ศูนย์การค้า และแหล่งรับประทานอาหาร

ข้อเสีย

1. ค่อนข้างห่างไกลจากรถไฟฟ้า
2. ค่อนข้างมีความเป็นชุมชน

การเปรียบเทียบที่ตั้งที่เหมาะสม

สถานที่	การเดินทาง	การใช้เสียง	สภาพแวดล้อม	ทัศนียภาพ โดยรอบ	รวม
ซอย สุขุมวิท 63	3	2	2	3	9
ซอย สุขุมวิท 39	1	1	2	2	6
พื้นที่ว่างซอยอรุณกวี	2	3	2	1	8

หมายเหตุ : 1=น้อย, 2=ปานกลาง, 3=มาก

ตารางที่ 1.1 แสดงการเปรียบเทียบที่ตั้งที่เหมาะสม

ดังตารางสรุป ได้ว่าสถานที่ที่เหมาะสมในการเลือกที่ตั้งของโครงการ คือ พื้นที่ว่างบริเวณซอยสุขุมวิท 63 กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.6 การเลือกที่ตั้งโครงการและอาคาร

เกณฑ์การพิจารณาลักษณะอันพึงประสงค์

1.6.1. ZONING : อยู่ในย่านเศรษฐกิจ สังคมทำงานบริษัท และการทำธุรกิจ ใกล้สถานที่ที่เป็นแหล่ง Hangout ของคนเมืองรุ่นใหม่ เพื่อ Upper Lifestyle

1.6.2. ACCESSIBILITY : การคมนาคมสะดวก มีการเข้าถึงง่าย มีจุดบริการขนส่งสาธารณะ รวมถึงพื้นที่สำหรับจอดรถยนต์ส่วนตัวที่สามารถจอดได้อย่างสะดวก

1.6.3. SITE CHARACTERISTIC : สามารถมองเห็นตัวอาคารได้ง่าย โดยเน้นในสวนมุมมองด้านหน้าของอาคารจากมุมมองถนน

1.6.4. STRUCTURE : อาคารมีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก มีอยู่ 2 อาคาร ซึ่งพื้นที่สามารถรองรับ การใช้งานต่าง ๆ ได้ มี มีช่องแสงเพื่อรับแสงจากธรรมชาติ และมีพื้นที่ที่สามารถสร้าง SPACE ตามที่ต้องการ

1.6.5. SPECIAL USING AREA : มีพื้นที่รองรับOutdoorและ กิจกรรมกึ่ง Outdoor ภายในอาคารได้

1.7 องค์ประกอบของโครงการ และขอบเขตโครงการ

วัตถุประสงค์ของโครงการ	กิจกรรม	องค์ประกอบ
1. เพื่อเป็นสถานที่ใจกลางเมืองรองรับกลุ่มเป้าหมายที่รักสุขภาพ	- พื้นที่ต้อนรับ - พื้นที่ทำกิจกรรม - พื้นที่รับประทานอาหาร	- LOBBY - SPA - GYM - BAR&RESTAURANT
2. ส่งเสริมธุรกิจเพื่อสุขภาพ	- พื้นที่ซูเปอร์มาร์เก็ต - พื้นที่วางแผนกิจกรรม	- SUPERMARKET - WORKSHOP

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เป็นสถานที่รองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทางด้านสุขภาพ	- จัดงานเลี้ยง	-FRIENDS HOUSE PARTY -WORKSHOP
--	----------------	---------------------------------------

ตารางที่ 1.2 องค์ประกอบโครงการ

1.7 องค์ประกอบ ขอบเขต และขอบข่ายของโครงการ

องค์ประกอบ	ขอบข่าย	ขอบเขต	พื้นที่ (ตร.ม.)
1. FRONT OF THE HOUSE			
1.1. RECEPTION			
-LOBBY AND WAITING AREA	○	○	
-LOBBY LOUNGE	○	○	
-LIFE LOBBY	○	○	
-CONCIERGE	○	○	
1.2. RESTAURANT			
-ALL DAY DINING	○	○	
1.3. SPECIAL SERVICE			
- HIKING SPACE	○	○	
- FRIEND HOUSE PARTY	○	○	
- WORKSHOP ROOM	○	○	
- GYM	○	○	
-SUPERMARKET			

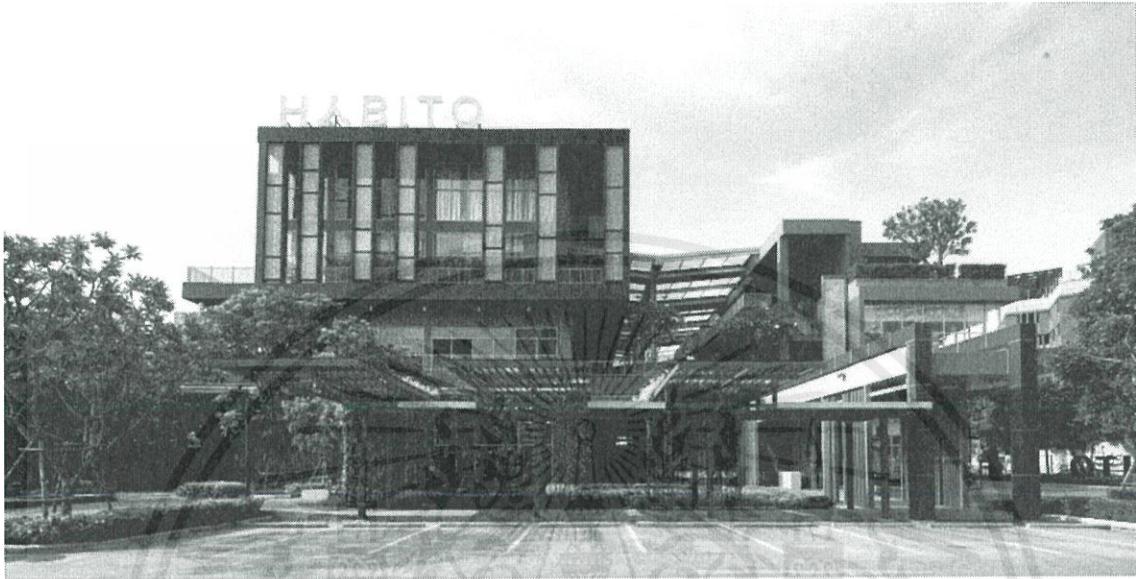
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. BACK OF THE HOUSE			
2.1. ส่วนบริหาร			
- ฝ่ายบริหาร	○		
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์	○		
- ฝ่ายบุคคล	○		
- ฝ่ายจัดซื้อ	○		
- ฝ่ายห้องพัก	○		
- ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม	○		
- ฝ่ายการขายและการตลาด	○		
- ฝ่าย IT	○		
- ฝ่ายช่าง	○		
2.2. ส่วนบริการ			
- SERVICE ENTRANCE	○		
- STAFF FACILITY	○		
- ROOM SERVICE	○		
- HOUSE KEEPING	○		
- LAUNDRY AREA	○		
- KITCHEN	○		
- STORAGE	○		
- ENGINEERING SERVICE	○		
- MAINTENANCE	○		
- PARKING SERVICE	○		
- SECURITY			
FACADE			
รวมพื้นที่ทั้งหมด			
-รวมพื้นที่ออกแบบทั้งหมด			

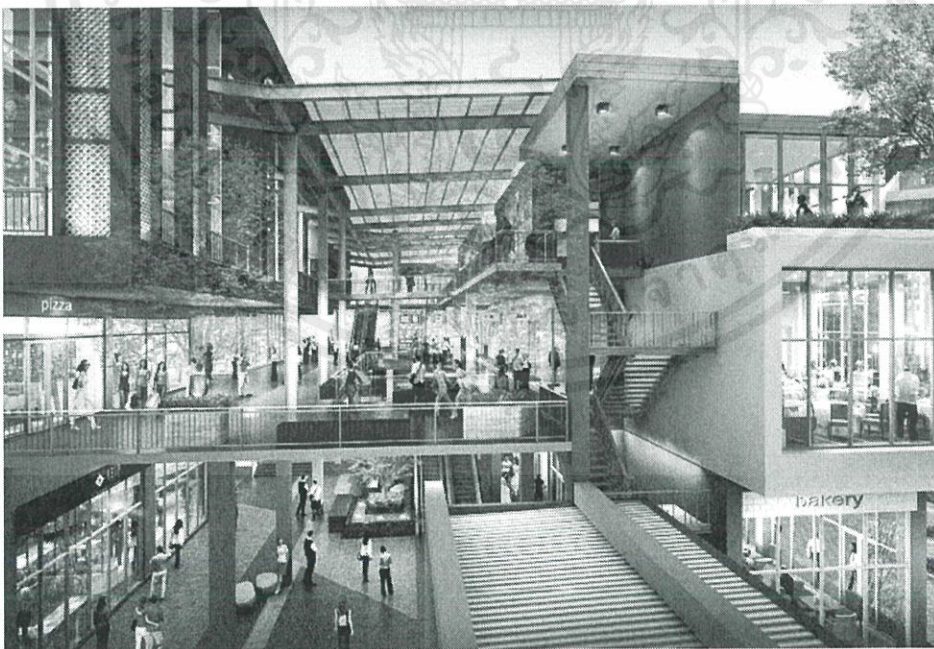
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 รูปอาคารปัจจุบัน

Habito Mall , T77 by Sansiri

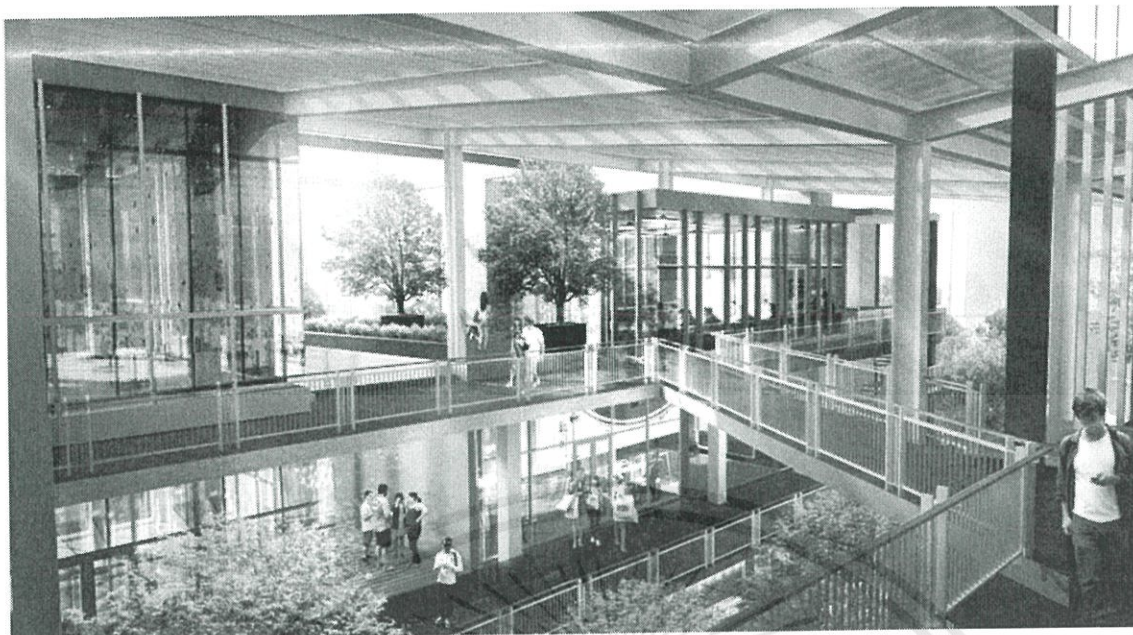


รูปด้านหน้าโครงการ

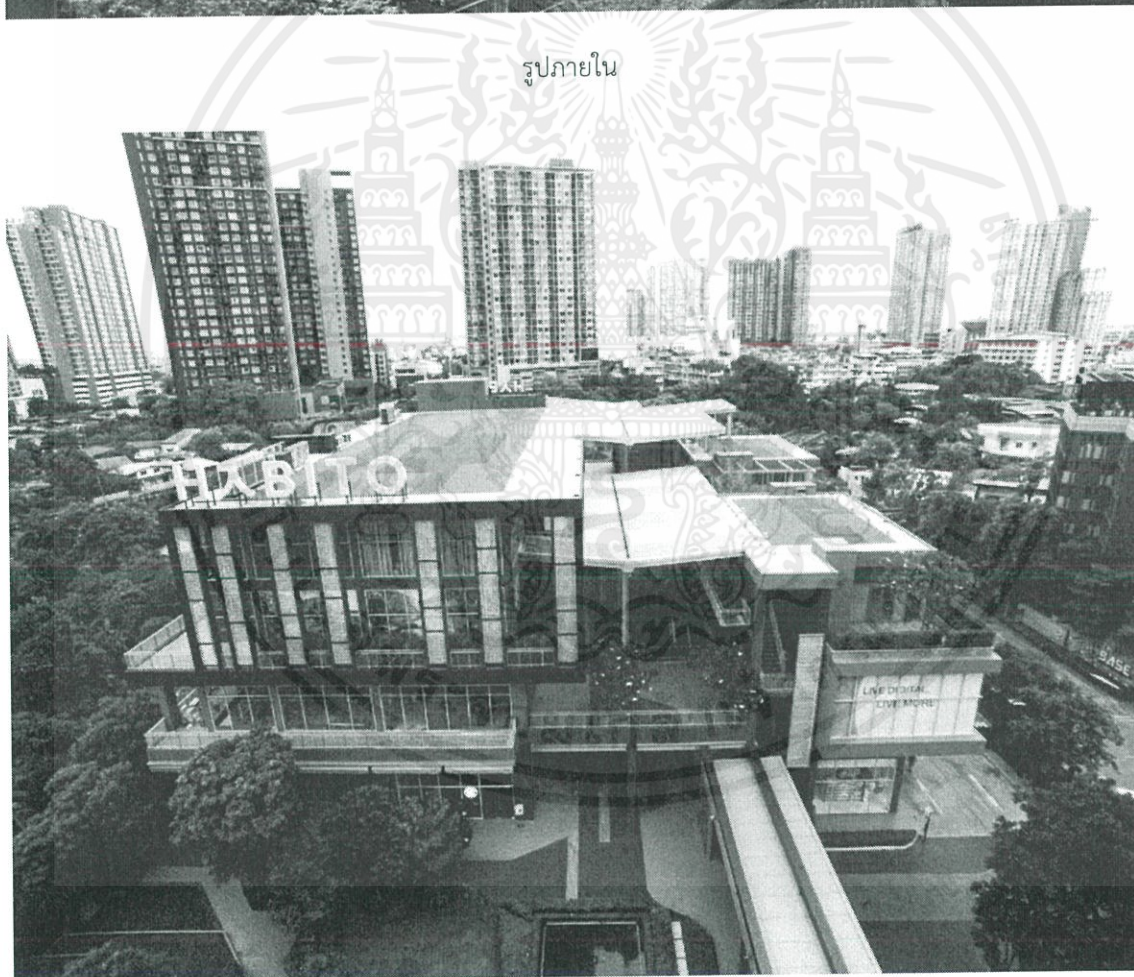


รูปด้านหน้าโครงการแบบใกล้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปภายใน



รูปทางด้านบนหลังคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูลทั่วไปและโครงการเปรียบเทียบ

2.1 ข้อมูลทั่วไป

2.1.1 ข้อมูลพื้นฐานการออกแบบคอมมูนิตีมอลล์

คอมมูนิตีมอลล์ (Community mall) เป็นอสังหาริมทรัพย์ประเภทหนึ่งที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในกรุงเทพฯ โดยมีปริมาณพื้นที่เพิ่มขึ้นถึง 150% ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

สังเกตการณ์ของบริษัทที่ปรึกษาและบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ เจแอลแอล ใน 2-3 ปีนี้ พบว่าการขยายตัวของคอมมูนิตีมอลล์เริ่ม “ชะลอตัว” เนื่องจากหลายโครงการไม่ประสบความสำเร็จ!! ทำให้ผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนใช้เวลาในการตัดสินใจนานขึ้น

คอมมูนิตีมอลล์ เป็นศูนย์การค้าขนาดเล็กที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับชุมชนอยู่อาศัย โดยทั่วไปมี “ซูเปอร์มาร์เก็ต” เป็นผู้เช่าหลัก รวมถึงธุรกิจอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน อาทิ ร้านจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม ร้านขายยา และบริการทั่วไป คอมมูนิตีมอลล์บางโครงการอาจมีขนาดใหญ่กว่าปกติโดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่ม เช่น โรงภาพยนตร์

ศูนย์บริการข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ไทยของเจแอลแอล ระบุว่า คอมมูนิตีมอลล์ในกรุงเทพฯ มีพื้นที่เช่ารวม 8.56 แสนตร.ม. เพิ่มขึ้นจากปี 2551 ที่มีพื้นที่รวม 3.45 แสนตร.ม.

กฤษฎ์ จรุงรักษ์ หัวหน้าฝ่ายบริการธุรกิจศูนย์การค้า เจแอลแอล กล่าวว่า คอมมูนิตีมอลล์หลายโครงการที่เปิดขึ้นก่อนหน้านี้ประสบความสำเร็จสูง จูงใจให้มีโครงการใหม่ๆ เกิดขึ้นตามมาจำนวนมาก ประกอบกับการที่คอมมูนิตีมอลล์เป็นศูนย์การค้าที่มีขนาดเล็ก ทำให้สร้างได้ง่ายเทียบศูนย์การค้าประเภทอื่น คอมมูนิตีมอลล์จึงขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่ชะลอตัวลงนับตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา

“คอมมูนิตีมอลล์หลายๆ โครงการเริ่มประสบความสำเร็จล้มเหลวให้เห็น ทำให้ผู้ประกอบการที่สนใจพัฒนาโครงการใหม่ลังเลและระมัดระวังมากขึ้น”

ผู้พัฒนาโครงการคอมมูนิตีมอลล์ ไม่ได้มีแต่เฉพาะ “มืออาชีพ” ที่มีประสบการณ์ แต่จำนวนมากเป็น “ผู้ประกอบการหน้าใหม่” ที่ไม่เคยทำธุรกิจศูนย์การค้ามาก่อน จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่คอมมูนิตีมอลล์หลายโครงการไม่ประสบความสำเร็จ ไม่สามารถดึงธุรกิจค้าปลีกให้เข้ามาเช่าพื้นที่ได้ ไม่สามารถดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาจับจ่ายได้ แม้จะมีร้านค้า-ร้านอาหารชื่อดังเข้ามาเปิดบริการเต็มพื้นที่ก็ตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“มีหลายสาเหตุที่นำไปสู่ความล้มเหลวของคอมมูนิตีมอลล์ โดยหลักตั้งอยู่ห่างชุมชน เข้าถึงไม่สะดวก วางตำแหน่งโครงการไม่สอดคล้องกับเป้าหมาย ขาดการผสมผสานที่ดีของประเภทกิจการในศูนย์ กิจกรรมการตลาดที่ขาดประสิทธิภาพ ที่สำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน คือการที่ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับเปลี่ยน หรือรับมือความท้าทายต่างๆ ที่ไม่ได้คาดไว้ล่วงหน้าได้”

กฤษฎ์ กล่าวต่อว่า มีคอมมูนิตีมอลล์หลายโครงการที่เปิดบริการขึ้นไม่นานและประสบความสำเร็จในแง่ปล่อยเช่าและดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ ตัวอย่างหนึ่งที่ได้เห็นได้ คือ โครงการ ลิตเติล วอล์ค บางนา ภายใต้การพัฒนาของ อินเด็กซ์ ลิฟวิง มอลล์ พื้นที่รวม 3,200 ตร.ม. มี “วิลล่า มาร์เก็ต” เป็นผู้เช่าหลัก รวมทั้งร้านสตาร์บัคส์ เบอร์เกอร์ คิง โอ บอง แปะ เอราเมน โขยุ ศูนย์เลเซอร์ สถานเสริมความงาม

โดยขณะนี้ยังมีผู้ประกอบการหลายรายสนใจโอกาสเช่าพื้นที่เปิดร้านในโครงการ ปัจจัยสำคัญของความสำเร็จมาจาก “ทำเล” ที่ตั้งในชุมชนที่มีผู้อยู่อาศัยหนาแน่น เข้าออกได้ง่าย มีที่จอดรถเพียงพอ มีสัดส่วนของร้านค้าประเภทต่างๆ ที่พอเหมาะ อีกทั้งอยู่ในทำเลที่ผู้ขับรถสัญจรจากกรุงเทพฯ ไป พัทยา ชลบุรี นิยมใช้เป็นจุดแวะพัก “การเปิดกว้างของผู้พัฒนาโครงการเป็นอีกปัจจัยสำเร็จ ซึ่งระหว่างออกแบบได้มีการปรับเปลี่ยนหลายครั้งตามเสียงตอบกลับที่ได้จากผู้ประกอบการค้าปลีกรายหลัก ซึ่งล้วนมีความเข้าใจมากที่สุดว่าการออกแบบพื้นที่อย่างไรจะตอบโจทย์ลูกค้าของตนเองได้ดีที่สุด”

อย่างไรก็ตาม กรุงเทพฯ ยังคงมีการขยายตัวของเมืองอย่างต่อเนื่อง จึงมีโอกาสที่จะเกิดโครงการคอมมูนิตีมอลล์ใหม่ๆ แม้จะไม่มีสูตรสำเร็จตายตัวสำหรับการพัฒนาโครงการให้ประสบความสำเร็จ แต่หากผู้พัฒนาโครงการมีความเข้าใจในความต้องการของทั้งผู้ประกอบการค้าปลีกและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะช่วยลดความเสี่ยงของการลงทุนได้

2.1.2 การวางผังคอมมูนิตีมอลล์

ศูนย์การค้าชุมชน แยกได้เป็น 2 ประเภท คือ Neighborhood Center กับ Community Center ได้อธิบายไว้ว่า Neighborhood Center หรือศูนย์การค้าชุมชนขนาดเล็กมีพื้นที่ประมาณ 3,000-10,000 ตร.ม. โดยมีพื้นที่ร้านค้าหรือพื้นที่เช่ารวมประมาณ 5,000 ตร.ม. ครอบคลุมประชากรในชุมชนประมาณ 3,000-40,000 คน ในรัศมี 4-5 กม. จากศูนย์การค้าหรือใช้เวลาขับรถไม่เกิน 10 นาที

Community Center หรือศูนย์การค้าชุมชนขนาดใหญ่ มีพื้นที่ประมาณ 10,000-30,000 ตร.ม. มีพื้นที่ให้เช่าเฉลี่ยประมาณ 15,000 ตร.ม. ครอบคลุมประชากร 40,000-150,000 คน ในรัศมี 8-13 กม. จากศูนย์การค้า โดยมีระยะเวลาขับรถมาที่ศูนย์การค้า 10-20 นาที

จะเห็นได้ว่าศูนย์การค้าชุมชนทั้ง 2 ประเภท ต่างกันที่ขนาดของพื้นที่ทำให้ศักยภาพในการดึงดูดลูกค้าได้ในปริมาณที่แตกต่างกัน ตัวอย่างของศูนย์การค้าชุมชนก็เช่น J-Avenue ทองหล่อ , K-Village สุขุมวิท 26 , La Villa อารีย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นต้น สำหรับศูนย์การค้าที่มีขนาดใหญ่กว่าศูนย์การค้าชุมชนจะเรียกว่า Regional Center เช่น เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว และที่มีขนาดใหญ่ที่สุดเรียกว่า Super Regional Center เช่น พิวเจอร์พาร์ค รัชสิต เป็นต้น ส่วนประสมของร้านค้าในศูนย์การค้าชุมชน

ส่วนประสมของร้านค้าหรือผู้เช่าในศูนย์การค้าชุมชนมีผลในการดึงดูดลูกค้าเข้ามาที่ศูนย์การค้าและมีผลต่อรายได้ค่าเช่าของเจ้าของศูนย์การค้า โดยผู้เช่าหลักที่ช่วยดึงดูดคนเข้ามาที่ศูนย์การค้าชุมชนประกอบด้วย

- ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Lotus Express , Foodland , Tops ซึ่งจะช่วยให้เกิดฐานลูกค้าประจำและความถี่ในการเข้ามาที่ศูนย์การค้า
- ร้านกาแฟ ปัจจุบันในประเทศไทย ร้านกาแฟที่มีชื่อเสียงกลายเป็นผู้เช่าแม่เหล็กที่ศูนย์การค้าชุมชนต้องมี โดย Starbucks จะเป็นแม่เหล็กลำดับต้นๆ ที่ศูนย์การค้าอยากให้ผู้เช่าเข้ามาช่วยดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะศูนย์การค้าที่เน้นลูกค้าระดับกลางบนขึ้นไป ส่วนลูกค้าระดับกลาง Café Amazon เป็นร้านกาแฟที่มีพลังดึงดูดลูกค้าได้ดี รวมถึงร้านกาแฟอื่นๆ อีกหลายร้าน
- ร้านอาหาร โดยเฉพาะร้านอาหารดังๆ เช่น McDonald , KFC , MK , S&P เป็นต้น รวมถึงร้านอาหารไทยดังๆ ประจำท้องถิ่น อย่างศูนย์การค้าชุมชนแถวภาคตะวันออก การได้ร้านอาหารทะเลชื่อดังประจำจังหวัดเข้ามาเป็นสาขาในศูนย์ ย่อมช่วยดึงดูดลูกค้าได้ดี
- ธนาคาร เป็นอีกแรงดึงดูดสำคัญของศูนย์การค้า
- บริการยานยนต์ เช่น ศูนย์เปลี่ยนยาง ล้างรถและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น ยิ่งถ้ามีสถานีบริการน้ำมันในศูนย์ การชุมชนเข้าด้วยแล้วจะเป็นพลังให้เกิดการหมุนเวียนของลูกค้า ซึ่งปกติเองช่วงหลังขยายธุรกิจสถานีบริการน้ำมันมาเป็นศูนย์การค้าชุมชนโดยมีปั้มน้ำมันเป็นแรงดึงดูดหลัก
- ร้านค้าปลีกอื่นๆ เช่น ร้านขายยา ร้านหนังสือ ร้านแว่นตา ร้านเสริมสวย เป็นต้น

การวางผังอาคารสำหรับศูนย์การค้า

The Urban Land Institute (ULI) ได้ให้คำแนะนำในการวางผังอาคารสำหรับศูนย์การค้าไว้ 5 รูปแบบ ได้แก่

1. แบบ Linear หรือการวางเป็นแนวตรงคล้ายตัวอักษรโอในภาษาอังกฤษ (l) โดยให้การจราจรทั้งที่จอดรถและการเดินของคนหมุนเวียนอยู่รอบตัวอาคาร การวางรูปแบบนี้ค่อนข้างเหมาะกับศูนย์การค้าชุมชนขนาดเล็ก จุดเด่นของ Linear คือ ต้นทุนการก่อสร้างต่ำ จอรถได้สะดวก เหมาะกับแปลงที่ดินหน้าแคบแต่ยาว ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าแบบเส้นก้วยเตี้ยเส้นใหญ่
2. แบบ L-Shaped เป็นการแก้ปัญหาของผังอาคารแบบ Linear ที่ยาวเกินไปด้วยการต่อหางตัว l ให้ยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกมาคล้ายตัว L ทำให้โครงการมีหน้าที่เปิดกว้างขึ้นและดูมีมิติที่น่าสนใจกว่าแบบ Linear ซึ่งศูนย์การค้าชุมชนหลายแห่งก็นิยมวางรูปอาคารลักษณะนี้

3. แบบ U-Shaped เป็นการวางรูปอาคารคล้ายตัว U โดยมีลักษณะของจุดเด่นที่คล้ายกับแบบ L-Shaped แต่ทำให้มีพื้นที่อาคารเพิ่มขึ้น โดยนิยมวางผู้เช่าหลักไว้ที่ปลายตัว U แต่ละด้านเพื่อให้เกิดการไหลเวียนของลูกค้าจากด้านหนึ่งไปอีกด้านหนึ่งจะได้ผ่านร้านค้าระดับรองๆ ที่อยู่บริเวณกลางๆ อาคาร

4. แบบ O-Shaped หรืออาจเรียกว่าแบบ Mall เป็นการวางอาคารแบบตัว I สองอาคารคู่ ขนานกันไปแล้วเชื่อมต่อปลายอาคารทั้งสองด้วยอาคารปิดหัวท้าย จึงมีลักษณะคล้ายตัว O โดยนิยมวางผู้เช่าหลักไว้ที่หัวและท้ายของตัว O เพื่อให้เกิดการไหลเวียนของลูกค้าในศูนย์การค้าและลูกค้าสามารถเดินรอบศูนย์การค้าเป็นวงได้ ทำให้การไหลเวียนของลูกค้าในศูนย์ดีขึ้น

5. แบบ Cluster คือการวางกลุ่มอาคารขนาดเล็ก-ใหญ่ สลับกันเป็นกลุ่ม การจัดกลุ่มอาคารลักษณะนี้อาจเกิดจากทางศูนย์การค้าชุมชนพัฒนาแบบทยอยสร้างอาคารเป็นระยะๆ ไม่ได้เป็นพร้อมกันทั้งหมดหรือด้วยข้อจำกัดของกฎหมายผังเมืองที่ไม่ให้สร้างอาคารขนาดใหญ่จึงใช้การสร้างอาคารขนาดเล็กหลายๆ อาคารเป็นกลุ่มๆ แทนการจัดผังลักษณะนี้อาจให้ผู้เช่าหลักบางรายเช่าเหมาอาคารบางอาคารทั้งหลังได้สะดวกขึ้น เช่น ร้านอาหารอาจต้องการวางระบบระบายควันหรือต้องมีระบบท่อแก๊สจึงต้องแยกระบบออกไปจากอาคารอื่นๆ เพื่อความปลอดภัย

2.1.3 ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์

คอมมูนิตีมอลล์ คือรูปแบบธุรกิจด้านการพัฒนาและบริหารศูนย์การค้า โดยมุ่งเน้นที่ศูนย์การค้าแบบเปิด (Open-air Shopping Center) จัดหาที่ดินตามความต้องการของลูกค้า และนำมาพัฒนาเป็นศูนย์การค้าหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก เพื่อให้บริการเช่าพื้นที่ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ให้บริการบริหารโครงการและพื้นที่ส่วนกลาง จัดหาสถานที่ประกอบการ และให้บริการสาธารณูปโภค ตลอดอายุสัญญาเช่าพื้นที่ การขยายตัวของชุมชนที่อยู่นอกเมือง ประกอบกับวิถีชีวิตอันเร่งรีบ และการจราจรที่ติดขัด ทำให้กลุ่มคนที่อาศัยในแต่ละย่านไม่อยากเสียเวลากับการไปจับจ่ายซื้อของตามห้างสรรพสินค้า หรือศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ทั้งที่อยู่ในเมืองหรืออยู่ห่างจากบ้านมากเกินไป เพราะนอกจากจะต้องขับรถไกลแล้ว ยังต้องเสียเวลากับการหาที่จอดรถ แลบบางครั้งต้องจอดรถไกลจากจุดที่ต้องการซื้อของ ทำให้ คอมมูนิตีมอลล์ หรือศูนย์การค้าใกล้บ้านที่สามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว กลายเป็นรูปแบบค้าปลีกที่มาแรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4 ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

สยามพิวเจอร์ ต้นแบบคอมมูนิตี้ มอลล์เมืองไทย แนะนำผู้ประกอบการมือใหม่ ต้องมีความชัดเจน ไม่ใช่แห่ทำตามกระแสฮิต เผยกลยุทธ์ทำคอมมูนิตี้ มอลล์ต้องคำนึงถึง 5 ปัจจัยหลัก ทำเล-การออกแบบ – ผู้บริหาร-การตลาด-เงื่อนไข ด้านแผนการลงทุนพร้อมเปิดกว้างหาพันธมิตร ผุดคอมมูนิตี้ มอลล์รูปแบบใหม่ๆ เพิ่ม

จากกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อคอมมูนิตี้ มอลล์ หรือศูนย์การค้าขนาดย่อม ที่ เปิดให้บริการในชุมชนหรือเฉพาะผู้บริโภคในย่านนั้นๆ ส่งผลให้ปัจจุบันมีผู้ประกอบการเปิดให้บริการค้าปลีกในรูปแบบของคอมมูนิตี้ มอลล์ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีทั้งที่ประสบความสำเร็จ และประสบปัญหาขาดทุน

สาเหตุที่ผู้บริโภคให้ความนิยมใช้บริการในคอมมูนิตี้ มอลล์ เพราะคำนึงเรื่องความสะดวกสบาย ความทันสมัย และมีสินค้ารองรับตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

อย่างไรก็ดี การที่จะพัฒนาและบริหารคอมมูนิตี้ มอลล์ให้ประสบความสำเร็จ ต้องมีความชัดเจนในการดำเนินการ โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ประกอบไปด้วย ทำเล หรือโลเคชันว่าผู้บริโภคในรัศมี 3-5 กิโลเมตรที่ศูนย์ต้องการนั้น มีศักยภาพมากน้อยแค่ไหน มีกำลังซื้ออยู่ในระดับไหน ปานกลาง สูง หรือในระดับแมส รวมทั้งต้องวิเคราะห์เจาะลึกว่าทำเลที่ตั้งอยู่ฝั่งซ้าย หรือขวา มีการจราจรเข้าหรือขาออก หรือมีอุปสรรคการจราจรติดขัดมากน้อยแค่ไหน มีจำนวนรถยนต์ รถประจำทาง รถจักรยานยนต์มากน้อยแค่ไหน และในอนาคตศูนย์จะสามารถรองรับกำลังซื้อในอีก 10-20 ปีได้หรือไม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องศึกษาและวิเคราะห์ก่อนที่จะตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยที่ 2 คือ การศึกษาถึงรูปแบบสถาปัตยกรรม ว่าผู้บริโภคต้องการหรือนิยมศูนย์การค้าแบบใด ทึบ โปร่ง ทรงเหลี่ยม ฯลฯ และผสมผสานออกมาให้เป็นรูปแบบที่ต้องการ ซึ่งนักออกแบบต้องศึกษาดูงานมาทั่วโลก ปัจจัย 3 คือ ผู้บริหาร ซึ่งต้องมีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญในสายงานค้าปลีก ต้องรู้จักใช้กลยุทธ์ผลึกและดึง ให้เกิดความลงตัวในรูปแบบwin-win ระหว่างศูนย์กับผู้เช่า ปัจจัยต่อมา คือด้านการตลาด ในฐานะที่ศูนย์ได้รับความไว้วางใจ ให้บริหารจัดการจากผู้เช่า ศูนย์จึงต้องคิดเผื่อ และคิดแทนถึงเรื่องของการโฆษณา ส่งเสริมการขาย กลยุทธ์การตลาดต่างๆ รวมไปถึงAnchorที่จะมาสร้างความแข็งแรงให้กับศูนย์ ส่วนปัจจัยสุดท้าย เป็นเรื่องของเงื่อนไขที่ต้องสมเหตุสมผลกับทุกฝ่าย

2.1.5 คอมมูนิตี้มอลล์ ตามสไตล์คนเมือง

1. ฮาบิโต (Habito) ตั้งอยู่ในโครงการ T77 ที่ สุขุมวิท 77

คอมมูนิตี้มอลล์แห่งใหม่ สไตล์ญี่ปุ่น ซึ่งบริเวณนั้นอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ ต้นไม้เขียวชอุ่ม ทำให้เราได้สูดอากาศบริสุทธิ์พร้อมซอปปิง กินของอร่อยๆ ได้ นี่แหละสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้เป็นอย่างดี ตั้งอยู่ในโครงการ T77 ซอยสุขุมวิท 77 หรือ อ่อนนุช ซอย1 โดยที่นี่เขามีแนวคิดที่ว่า “Habito: The Heart of Good Living” มอบไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตที่ดีตั้งแต่เช้าจรดเย็นแก่คนรุ่นใหม่

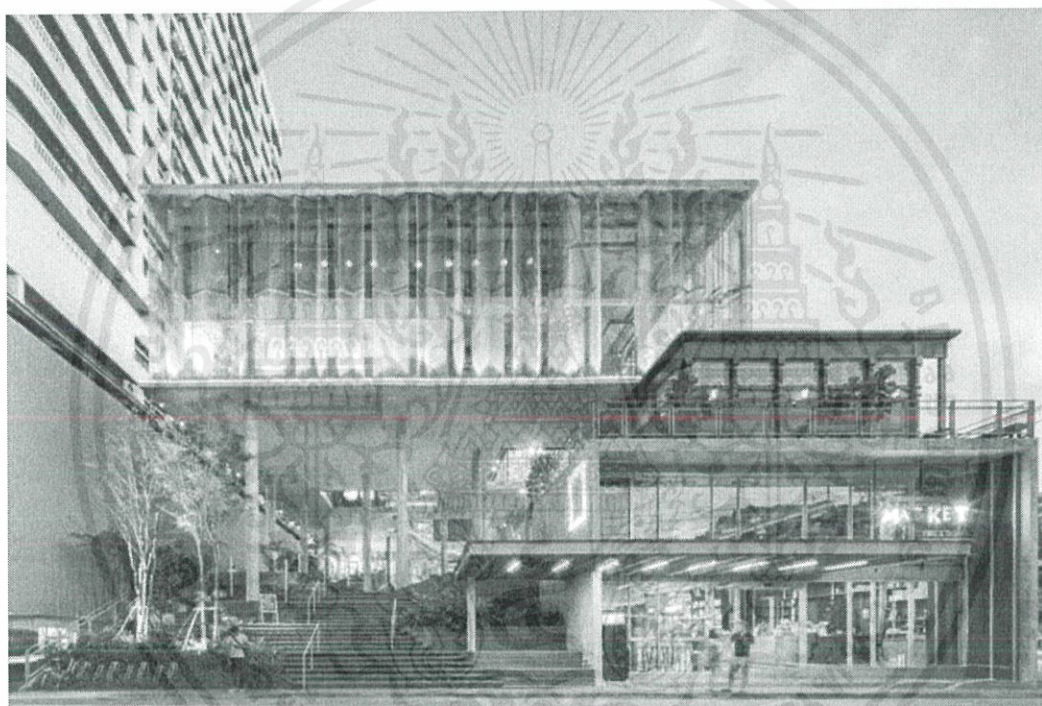
ภายใน ฮาบีโตะ (Habito) ประกอบด้วยร้านค้าจำนวน 32 ร้าน ตั้งแต่ร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านค้าและบริการต่างๆ อย่างครบครัน



2. เดอะ คอมมอนส์ (The Common) : ทองหล่อซอย 17

คอมมูนิตี้มอลล์แห่งใหม่ ตั้งอยู่ในซอยทองหล่อ 17 มาพร้อมคอนเซ็ปท์ Wholesome living ตอบโจทย์คนเมืองในปัจจุบันที่เน้นใส่ใจสุขภาพ ตัวอาคารตกแต่งสไตล์ลอฟท์ โครงสร้างแบบเปิดโล่ง ใช้ปูนเปลือย พร้อมผสมผสานกับธรรมชาติด้วยต้นไม้สีเขียว ทำให้คนที่มาจะได้รู้สึกสดชื่นและผ่อนคลาย

เดอะคอมมอนส์ แบ่งออกเป็น 4 โซน ได้แก่ Market , Village , Play yard , Top yard มีร้านค้า ร้านอาหาร และร้านกาแฟ ตกแต่งเก๋ๆ อยู่หลายร้าน ได้เพลิดเพลินกับอาหารแสนอร่อยพร้อมนั่งชิลสโลว์ไลฟ์ได้

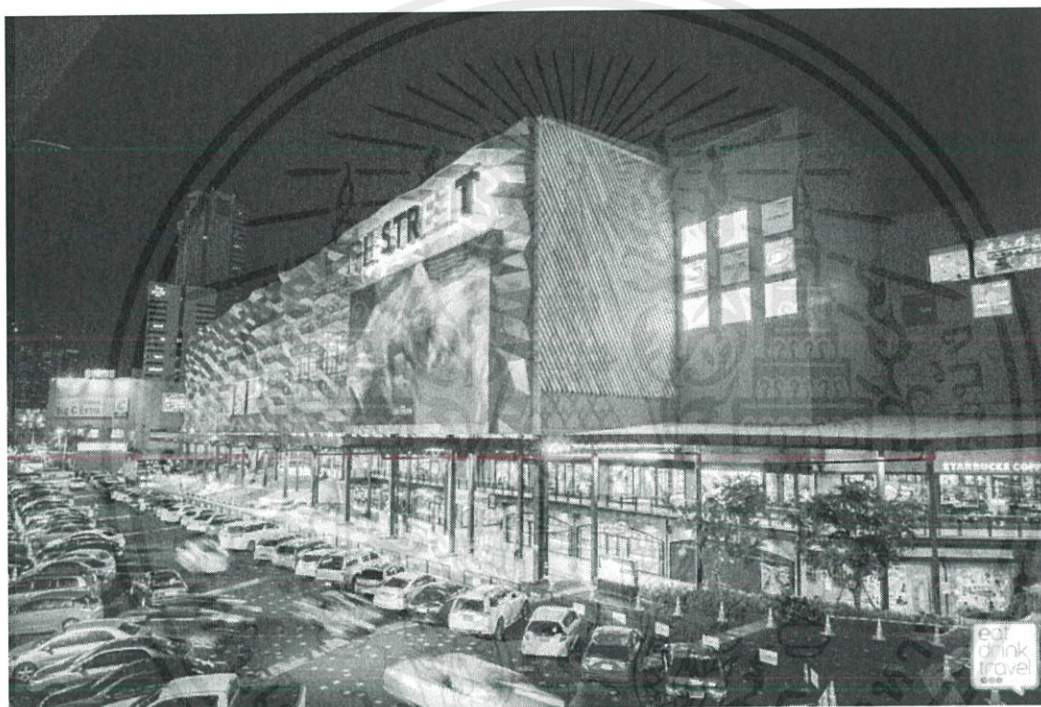


เอกสารนี้เป็น
ไม่ว่ากรณีใดๆ

ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ซึ่งมีการนำไปใช้

3. เดอะ สตรีท (The Street Patchada)

เป็นสตรีทมอลล์ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนเมืองได้เป็นอย่างดี เปิดแบบ 24 ชั่วโมง ตั้งอยู่ในทำเลกลางเมือง ถนนรัชดา ที่คึกคักและมีสีสันในยามค่ำคืน ออกแบบโครงสร้างที่ทันสมัย เท่ เป็นแหล่งรวมร้านค้า ร้านอาหาร รวมถึง Super Market ที่เปิด 24 ชั่วโมง มีทั้งหมด 5 ชั้น มีร้านค้า ร้านอาหาร โซน IT ธนาคาร และบริการอื่นๆ อีกมากมาย อีกทั้งยังมีกิจกรรมต่างๆ ให้เล่น เช่น Bounce สपोर्टเทนนิสที่ใจกลางเมือง มีแถมโพลีลีนจากประเทศออสเตรเลียที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียและจำลองหน้าผาให้ได้เล่นออกกำลังกาย



เมื่อก่อนได้ๆ ทั้งสน อีกทั้งยังมีเหตุดแปลงเนื้อหาและตองอ้างอิงลงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เดอะ เซ็นส์ ปิ่นเกล้า

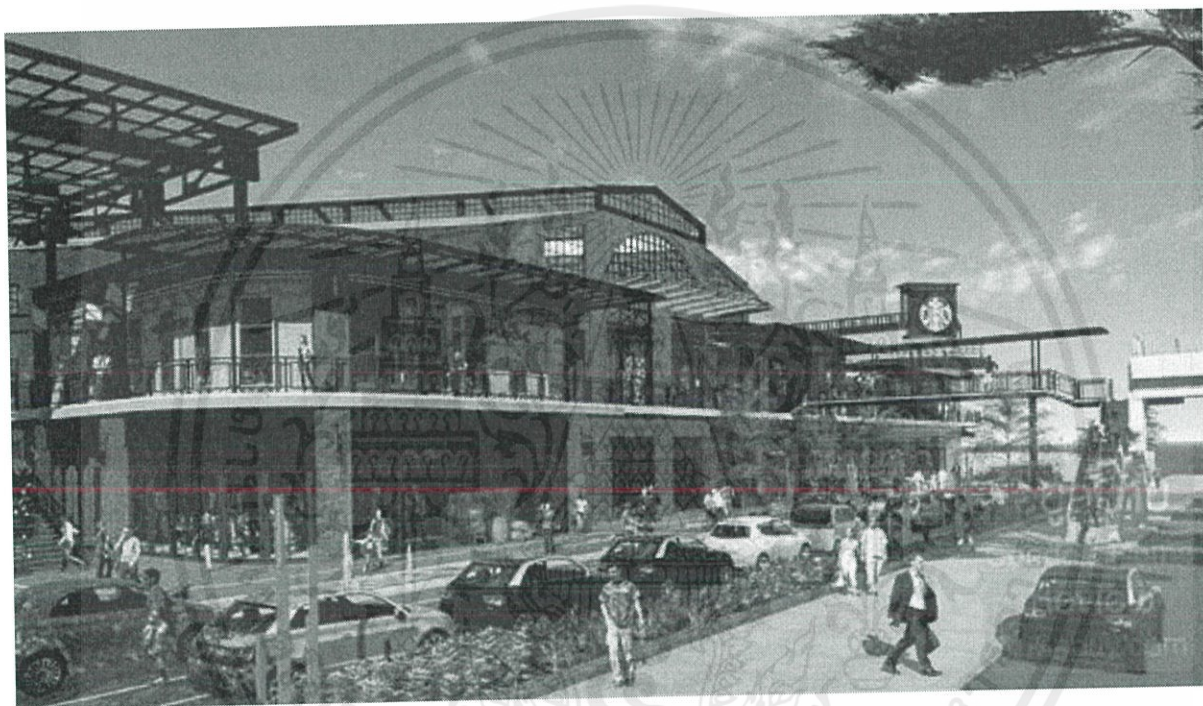
คอมมูนิตี้มอลล์ย่านปิ่นเกล้า ออกแบบสไตล์ร่วมสมัย แต่ยังไม่ลืมความกลมกลืนกับธรรมชาติ ประกอบไปด้วย Supermarket , ร้านอาหาร , เบเกอรี่ , ร้านค้า , ความงาม , เครื่องดื่ม , สุขภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาสำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นำไปเผยแพร่ในเชิงพาณิชย์ การค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. สวนเพลิน มาร์เก็ต : พระราม 4

สวนเพลิน มาร์เก็ต มีคอนเซ็ปต์ เพลินจิต เพลินใจ เพลินช้อป เพลินชิม ออกแบบตกแต่งสไตล์ อินดัสเทรียล ลอฟท์ จำลองบรรยากาศสถานีรถไฟ เพราะด้านหลังในอดีตเคยเป็นเส้นทางรถไฟสายแรกในประเทศไทย มีร้านค้า ร้านอาหาร ให้เลือกมากกว่า 250 ร้านค้า มีจุดเด่นที่โซฟา Food & Beverage และมีกิจกรรมต่างๆที่ทางโครงการ นั้นจัดอยู่อย่างเป็นประจำ



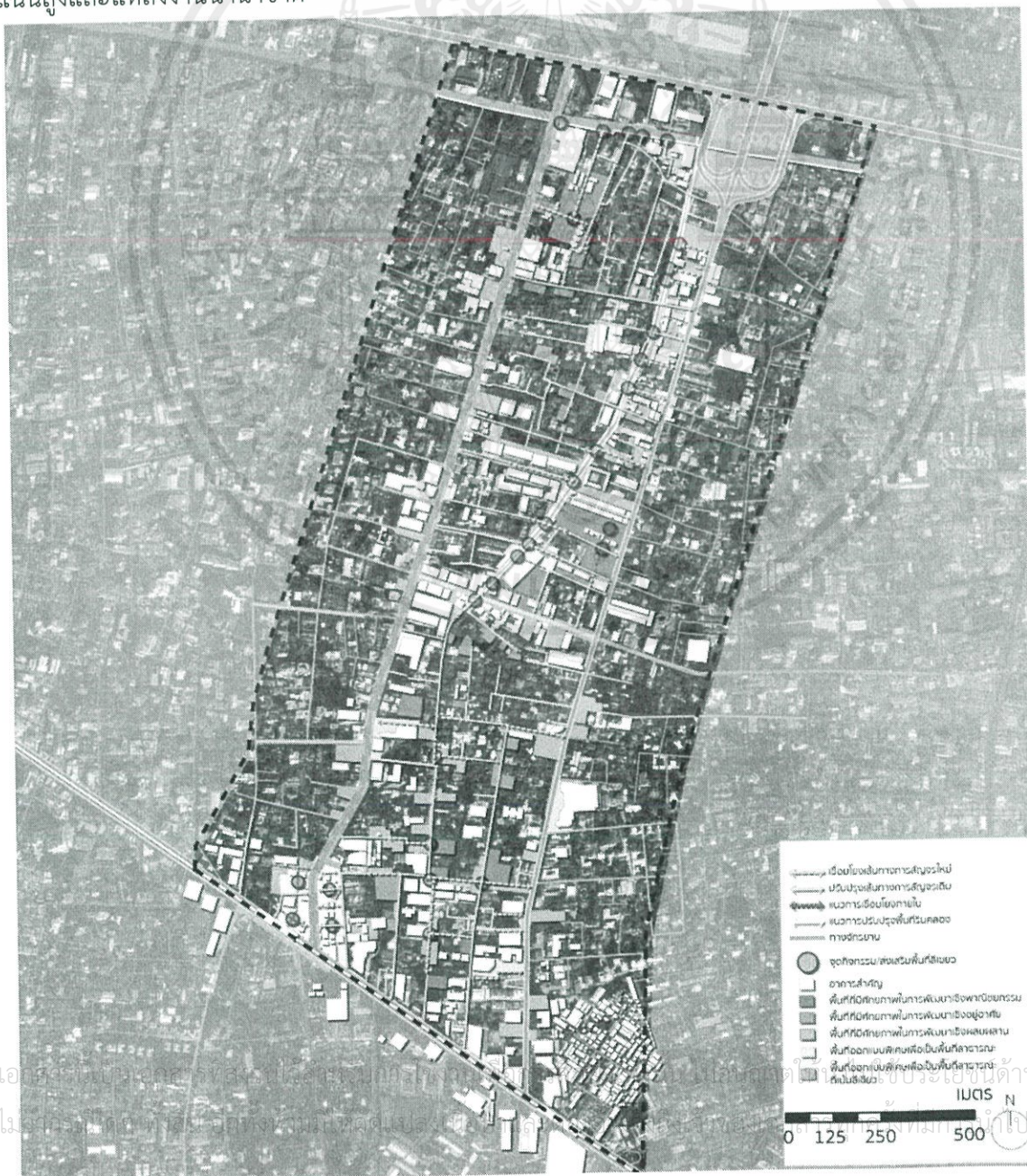
เมื่वाकरणใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลเฉพาะของโครงการ

2.2.1 ข้อมูลทั่วไปของเอกมัย

ย่านทองหล่อ – เอกมัย ตั้งอยู่นอกเขตพื้นที่เมืองชั้นใน แต่นับเป็นย่านที่อยู่อาศัยและแหล่งงานที่สำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานครที่กำลังมีการเติบโต และเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเป็นศูนย์กลางของกลุ่มคนรุ่นใหม่และกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์นำเทรนด์ (Trend setter) ของเมือง จึงถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการฟื้นฟูย่านที่อยู่อาศัยและแหล่งงานชั้นดี

ในอนาคตมีการส่งเสริมให้เป็นพื้นที่รองรับวิถี 24 ชั่วโมง เป็นย่านธุรกิจนำเทรนด์ ต้นแบบพื้นที่ส่วนกลางสาธารณะร่วมแบ่งปัน พื้นที่เชื่อมต่อด้วยโครงข่ายการสัญจรระบบรองและทางเดินทางเท้า ย่านชุมชนพักอาศัยหนาแน่นสูงและแหล่งงานนานาชาติ



2.2.2 ลักษณะของเอกมัย



ก่อนผับบาร์และร้านค้าแฟลจะเข้ามาจับจองพื้นที่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้เข้ามารู้จัก ‘เอกมัย’ ในฐานะย่านเที่ยว เดิมเอกมัยก็เป็นย่านชุมชนบรรยากาศน่าอยู่ที่คนคุ้นเคยกันดีและผ่านกันเป็นประจำอยู่แล้ว

แจ่มจันทร์ เจริญสุข เจริญใจ และอีกหลายซอยชื่อเพราะบนถนนเอกมัยเหล่านี้ เป็นทางสัญจรที่คนใช้ทะลุติด ถนนสายหลักมาหลายสิบปี ย่นระยะเวลาเดินทางบนถนนทั้งจากคลองตันสู่สุขุมวิท และจากเพชรบุรีสู่พระโขนง เชื่อมให้คนในย่านไปมาหาสู่กันได้สะดวกด้วยโครงข่ายซอยลัด

คนแถบนี้มุดปรีดีออกเอกมัยไปทองหล่อต่อชอยกลาง จนทางผ่านก็เริ่มกลายเป็นจุดแวะและเปลี่ยนเป็น จุดหมาย เริ่มมีร้านรวงทยอยกันผุดขึ้นตามซอยต่างๆ ทั่วย่านเอกมัย เปลี่ยนบ้านแปลงตึกเก่าให้ทันสมัย (หรือ บ้างก็ทำของที่ใหม่ให้กลายเป็นเก่าวินเทจ) จนเอกมัยกลายเป็นย่านแอ่งค้อเอาที่บรรยากาศสนุกที่เต็มไปด้วยมุม น่าสนใจ และในบางวันที่อากาศไม่ร้อนเท่าไร เอกมัยก็จะกลายเป็นย่านนำเดินช้อปปิ้งเดินชิมที่ร้านรวงแต่ละแห่งอยู่ ห่างกันแค่ระยะเดินถึง

เมื่อเทียบกับถนนพี่น้องที่ขนานคู่กันอยู่อย่างทองหล่อ ที่ทุกวันนี้แน่นขนัดไปด้วยตึกสูงตลอดเส้นตั้งแต่หัวซอย ยันท้ายซอย บรรยากาศของถนนเอกมัยอาจดูบ้านๆ กว่านิด และย้อนยุคกว่าหน่อย ด้วยร้านตึกแถวที่บริหารกัน แบบครอบครัว บ้านรั้วชิดที่ยังเกาะกลุ่มกันเป็นหมู่ ต้นไม้ใหญ่ที่ยังถูกรักษาไว้เป็นร่มเงาให้กับคนในย่าน และร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจ้าเก่าดั้งเดิมที่เปิดขายมานานับสิบๆ ปี เคียงคู่เป็นเพื่อนบ้านกับร้านสมัยใหม่ เป็นบรรยากาศเฉพาะตัวไม่เหมือนย่านไหนๆ ที่เราอยากชวนให้ลองมาดูดชอกทะลุซอยเดินสำรวจร้านรวงทั้งเก่าและใหม่ที่น่าสนใจบนถนนสายนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ความเป็นมา และผู้คนบนถนนสุขุมวิท



สุขุมวิท ย่านที่เจริญถึงขีดสุดของกรุงเทพมหานครชั้นใน ถือเป็นแหล่งรวบรวมความเจริญสูงสุด ประกอบไปด้วยศูนย์การค้าขนาดใหญ่มากมาย มีแหล่งชุมชนชาวต่างชาติอย่างญี่ปุ่นและเกาหลี สถาบันเท็งช่วงกลางคืนที่มีชื่อเสียงระดับโลก คอนโดโครงการต่างๆที่ราคาสูงลิบลิว พร้อมทั้งสาธารณูปโภคที่ครบครัน สามารถบอกได้เต็มปากว่า สุขุมวิทเป็นแหล่งไลฟ์สไตล์คนเมือง ที่ค่าครองชีพสูงสุดในประเทศไทย



Traffic on Sukhumvit Rd.



ชื่อแต่เดิม ถนนสุขุมวิท นั้นเริ่มจากถนนเพลินจิตที่ทางรถไฟไปจนถึงสมุทรปราการ ภายหลังเปลี่ยนไปชื่อชื่อว่าถนนสุขุมวิท เพื่อเป็นเกียรติแก่พระพิศาลสุขุมวิท ถนนสุขุมวิทในกรุงเทพมหานครเริ่มตั้งแต่บริเวณเพลินจิต ตัดผ่านเขตคลองเตย เขตพระโขนง และเขตบางนา ก่อนออกไปจังหวัดสมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ไปสุดที่จังหวัดตราด แต่ย่านที่เจริญที่สุดของถนนสุขุมวิทนั้นจะอยู่บริเวณที่รถไฟฟ้าตัดผ่าน เช่น แขวงคลองตัน แขวงคลองเตย แขวงสวนหลวง แขวงพระโขนง และแขวงบางนา ที่เป็นพื้นที่ที่ความเจริญกำลังขยายเข้ามาโดยสังเกตได้ง่ายจากโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่างๆที่ผุดขึ้นมากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุขุมวิทศูนย์รวมที่กิน ที่เที่ยว ยอดนิยมของคนเมือง

ย่านสุขุมวิท นี้เป็นศูนย์รวมสถานที่กิน ที่เที่ยวยอดนิยม เช่นหมู่บ้านญี่ปุ่นแถบซอยสุขุมวิท 33/1 ซึ่งประกอบไปด้วยร้านอาหารญี่ปุ่นระดับพรีเมียม ทั้งยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาอยู่ในไทยใหญ่ที่สุดด้วย โดยตลอดเส้นทางถนนสุขุมวิทโดยเฉพาะบริเวณที่เริ่มต้นจาก BTS นาน ไปถึง BTS อุดมสุขมีความเจริญสูงสุด โดยมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ตลอดทั้งแนว มีตั้งแต่ห้างหรู ห้างดัง ห้างขนาดใหญ่ ไปถึงซูเปอร์มาร์เก็ตและตลาด



อีกหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมจากกระแสโคเรียนฟีเวอร์ อย่างโคเรียนทาวน์ หรือบริเวณปากซอยสุขุมวิท 12 ที่สามารถเดินทางมาได้อย่างง่ายดาย โดย BTS มาลงสถานีนานาหรืออโศกและเดินเท้ามาอีกไม่นานก็จะเจอโคเรียนทาวน์ โดยสถานที่แห่งนี้จะประกอบไปด้วยร้านอาหารเกาหลีที่รวมกันอยู่เยอะที่สุดในกรุงเทพฯ รวมไปถึงสปา ร้านเสริมสวย ร้านหนังสือ ร้านเครื่องสำอางค์ ร้านขายของที่ระลึก ซูเปอร์มาร์เก็ตที่ขายสินค้านำเข้าจากเกาหลี ทำให้สามารถดึงดูดผู้คน que เข้ามาแวะเวียนอยู่เรื่อยๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

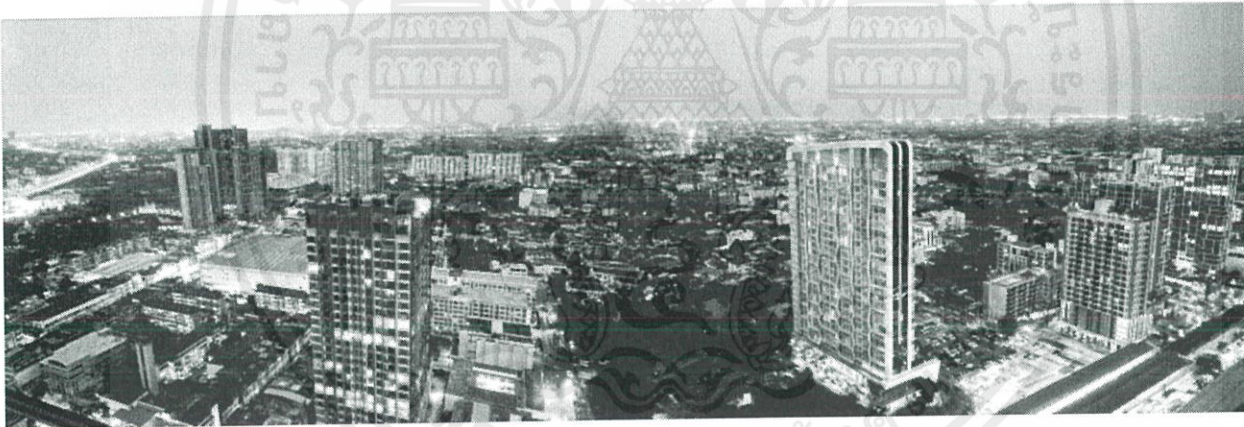
ส่วนทางด้านสถานบันเทิงยามค่ำคืนย่านสุขุมวิทก็มีแหล่งต่างๆมากมาย ไม่แพ้ที่ใดในโลก เช่นย่านเอกมัย-ทองหล่อ หรือซอยดาวบอย

2.2.4 ไลฟ์สไตล์สุขุมวิท

สุขุมวิท ย่านที่ถือว่าเจริญที่สุดของประเทศไทย เป็นย่านที่สะท้อนไลฟ์สไตล์คนเมืองได้อย่างครบครัน จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นย่านที่มีค่าครองชีพสูงมากเลยทีเดียว

โดยค่าครองชีพที่สูงก็แลกไปกับการมีคุณภาพชีวิตที่สะดวกสบายครบครันไปด้วยแหล่งที่พัก ที่กิน ที่เที่ยว ระดับพรีเมียมต่างๆ มีศูนย์การค้าขนาดใหญ่อย่าง ศูนย์การค้าดิเอ็มโพเรียม ศูนย์การค้าเทอมินอล 21 อีกหนึ่งซ็อบบี้มอลล์ขนาดใหญ่ที่อยู่ถัดมาไกลหน่อยบริเวณปลายย่านสุขุมวิทอย่างศูนย์การค้าเมกะบางนา

ที่พักในย่านสุขุมวิทส่วนใหญ่เป็นคอนโดสมัยใหม่มากมาย ที่ขึ้นตามแนวรถไฟฟ้าที่ลากยาวไปถึงบางนา ส่วนบ้านที่อาศัยอยู่ของชาวบ้านนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ถัดเข้าไปอีกจากแนวรถไฟฟ้า ผลมาจากที่ดินราคาที่สูงลิ่วในย่านนี้ มีทั้งบ้านเดี่ยวใหญ่รวมทั้งแหล่งชุมชนต่างๆ ที่ตั้งรกรากอยู่อาศัยมาตั้งแต่สมัยโบราณ



ถึงแวลลุ่มโดยตึกใหญ่มากมายที่สะท้อนสังคมเมืองที่คึกคัก แต่สุขุมวิทก็ยังมีมุมสีเขียว ที่เป็นเหมือนปอดของคนเมือง อย่างสวนเบญจสิริให้ได้เข้าไปพักผ่อน เดินเล่น และทำกิจกรรมต่างๆได้อย่างเพลิดเพลิน



เอกสารนี้เป็นเอกสาร
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้ง




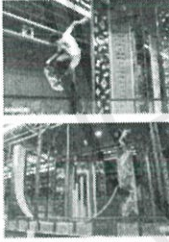


ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
รังที่มีการนำไปใช้

2.3 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

2.3.1 ข้อพิจารณาในการเลือกกรณีศึกษา

1. มีความทันสมัยตอบโจทย์กับไลฟ์สไตล์คนเมือง
2. มีความแปลกใหม่ เพื่อมาปรับใช้ให้เกิดประสบการณ์ใหม่
3. ประโยชน์ที่ได้จากโครงการ

2.3.2 กรณีศึกษาสपोर्टคลับ

Wellness community mall of living for urban life : Bangkok						
PLACE	PICTURE	WHAT'S INSIDE	FACILITIES	TRAINING PROGRAMS	OPENING HOURS	OTHER SERVICE
		Sport + Fitness + Recreation	Facility reservation Indoor & Outdoor sport Space for rent Playing Partners	Group x Classes Fitness / Thai Boxing Rock Climbing Tennis Badminton Swimming Squash / Table tennis Basket Ball	EVERYDAY 6 AM - 11 PM	Amenities/Waiting Lounge Convenience Store/Pro shop Steaming room Locker rooms Saby club - Foot , Aroma Thai Massage Coffee shop/Restaurant WiFi Available Free Shuttle bus
		Alternative to a dull gym + Cardio workout	BOUNCE after dark Parties School-excursions Music party Corporate and teams event	Free Jumping The wall Slam dunk Big bag Dodgeball Performance Trampoline Super Trap	EVERYDAY 10 AM - 10 PM	Pop-Up Store Drink corner Waiting Lounge Locker
		Hiit + Strength	Group class Challenge	40 and 60 minutes class of Hiit and Strength Pre and Post-Netal Training Nutrition	MON - THU 6.30 AM - 9.00 PM FRI 6.30 AM - 7.00 PM SAT - SUN 8.30 AM - 5.00 PM	Shower room Locker room



นางสาว พรพลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
กลุ่มวิชาสาขาศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง




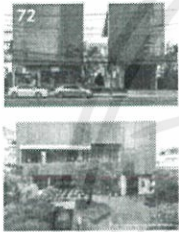


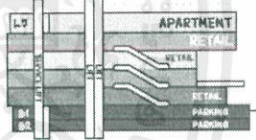
ii

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 กรณีศึกษาคอมมูนิตี้มอลล์


CASE STUDY | COMMUNITY MALL

Wellness community mall of living for urban life : Bangkok

PLACE	PICTURE	WHAT'S INSIDE	FACILITIES	CONCEPT								
		Stay together + Close to nature	Markets Communal Area Village Play yard Common Kitchen Restaurant Dessert Bar	<table border="1"> <tr> <td>First Idea</td> <td>Gathering the team</td> <td>Create Space for Conversation</td> <td>Design Our Place</td> </tr> <tr> <td>Make it Come True</td> <td>Keep Growing Together</td> <td>Give Back to Neighbor-</td> <td>Back to The Common</td> </tr> </table>	First Idea	Gathering the team	Create Space for Conversation	Design Our Place	Make it Come True	Keep Growing Together	Give Back to Neighbor-	Back to The Common
First Idea	Gathering the team	Create Space for Conversation	Design Our Place									
Make it Come True	Keep Growing Together	Give Back to Neighbor-	Back to The Common									
		Hidden Garden in heart of city	Restaurant Cafe Bar	<table border="1"> <tr> <td>Active Plan</td> <td>+</td> <td>Active Space</td> </tr> </table> 24 hours active	Active Plan	+	Active Space					
Active Plan	+	Active Space										
		Perfect blend of an unrivalled lifestyle community and innovation ECO-CONSCIOUSNESS	Coffee and Bakery Restaurant Fashion Health & Beauty Education Supermarket Apartments	 <p>The urban hill on Sukhumvit road An ideal meeting place where nature and urban lifestyles perfectly blend</p> <p>นางสาว พรพอลย์ ทรัพย์ รหัส 56020140 กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p>								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4 กรณีศึกษาการออกกำลังกายทางเลือกแบบใหม่

CASE STUDY COMMUNITY MALL		Wellness community mall of living for urban life : Bangkok				
PLACE	PICTURE	WHAT'S NEW	LOCATION	RATES	OPENING HOURS	TARGET
PHYSIQUE 57		Pilates + Yoga + Ballet + Barre Exercise	Erawan Bangkok Sukhumvit 49	2 classes 1,000 THB 8 classes 8,000 THB 10 classes 9,000 THB 20 classes 16,700 THB 50 classes 39,000 THB	MON-FRI 7.00 AM-8.30 PM SAT-SUN 9.00 AM-12.30 PM	Income > 70,000
RYDE		Ryde to burn up to 500 calories	Seenspace Thonglor 13	Walk in class 950 THB 10 RYDES 9,000 THB 20 RYDES 17,100 THB 30 RYDES 24,200 THB 1 MONTH UNLIMITED 15,200 1 YEAR UNLIMITED 109,900	7.30 AM - 7.30 PM Followed by schedule week by week	Income > 50,000
	Yoga fly / Body fly Pilates Reformer Pilates Corefit	Jasmin City Liberty Park Condo Sukhumvit 23	1 private / 2 groups class 1,000 THB Unlimited group classes 6 months = 4496/months = 26,990 THB 3 months = 5,196/months = 15	MON - FRI 8.00 AM - 9.00 PM SAT - SUN 9.00 AM - 17.00 PM	Income > 70,000	

นางสาว เพ็ญพลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
 กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.5 กรณีศึกษาออแกร์นิกคาเฟ่

CASE STUDY | ORGANIC LIVING Wellness community mall of living for urban life : Bangkok

PLACE	PICTURE	COLOR SCHEME	FURNITURE	DESIGN	SERVICES	OPENING HOURS
<i>Patom</i>				Cozy glass house in the middle of green - organic express -	Healthy dishes Fruits and Vegetables Soap Shampoo Balm Organic farmer market	MON closed TUE - SUN 8.00 AM-6.30 PM
<i>LEMON Farm</i>				Natural Home Food	Super Market Salad Bar Restaurant	Everyday 8.30 AM - 8.00 PM
TAAN Pay-What-You-Can Organic Cafe & Meal				Cozy Organic Cafe - Organically Grown & Naturally Cooked -	Cafe Restaurant Organic Product	MON - SUN 9.30 AM - 8.00 PM WED closed

นางสาว แพร่พลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
 ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2.4 สรุปผลการศึกษาโครงการเปรียบเทียบเพื่อการออกแบบ

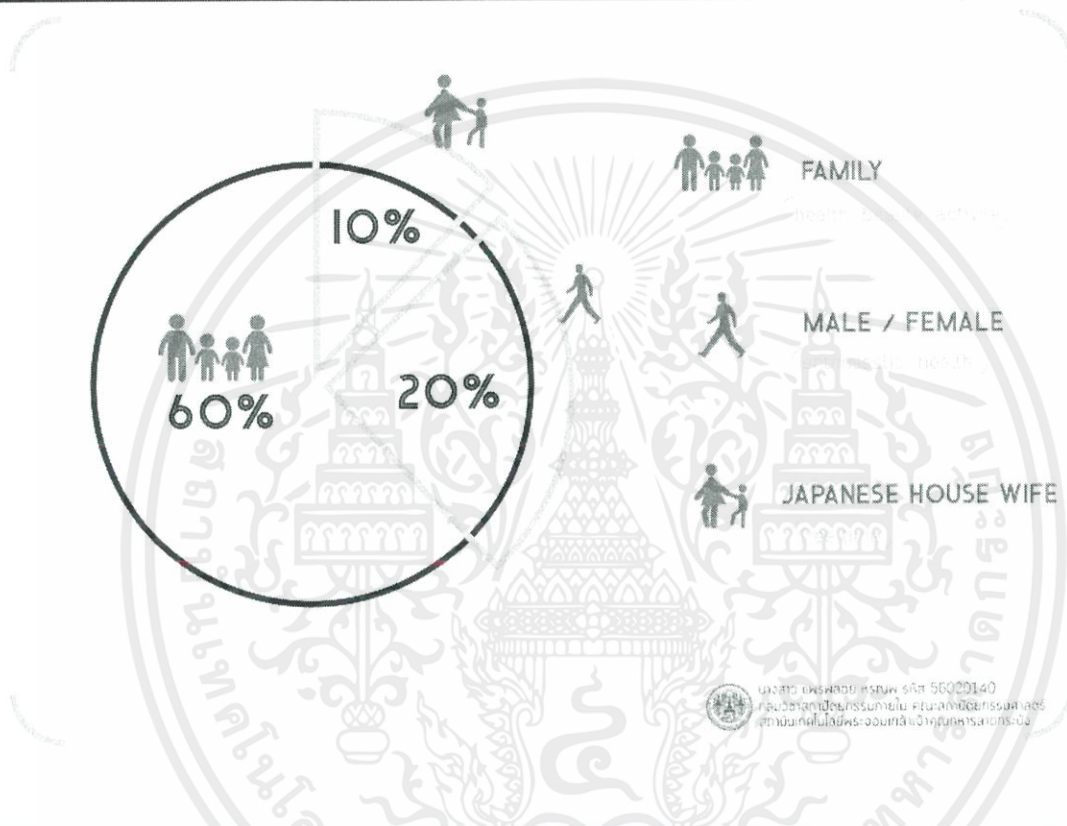
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

พฤติกรรมและพื้นที่ที่ต้องการ

3.1 กลุ่มเป้าหมายโครงการ

TARGET GROUP | Wellness community mall of living for urban life · Bangkok



กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
1. กลุ่มลูกค้าครอบครัวสมัยใหม่	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องการหาที่พักผ่อนหย่อนใจ และทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อกระชับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว 2. เพื่อพัฒนาด้านสุขภาพทั้งครอบครัว
2. กลุ่มคนทำงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องการภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัย 2. ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ และได้สิ่งคมใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลุ่มแม่บ้านญี่ปุ่นในย่านสุขุมวิท	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีสุขภาพที่แข็งแรง 2. หาที่แองเอ๊าท์หลังจากส่งลูกไปโรงเรียน
--------------------------------------	---

3.2 พฤติกรรมผู้ใช้บริการ

3.2.1 ผู้ที่เป็นสมาชิก

หมายถึง ผู้มาใช้บริการต่าง ๆ ในโครงการ โดยเฉพาะในส่วนของ Gym เป็นกลุ่มคนหลักของโครงการ โดยทั่วไปแบ่งได้ดังนี้

1. พนักงานออฟฟิศย่านเอกมัย และใกล้เคียง
2. กลุ่มผู้บริการที่ต้องการพัฒนาบุคลิกภาพ เพื่อ Upper Lifestyle
3. กลุ่มแม่บ้านญี่ปุ่นหลังส่งลูกไปโรงเรียน

3.2.2 ผู้มาใช้บริการร่วม

1. ผู้มาใช้บริการต่าง ๆ เช่น Supermarket , Grab and Go และร้านอาหารต่าง ๆ ซึ่อกาแฟ
2. ผู้มาใช้บริการสถานที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ นอกเหนือจากกิจกรรมที่โครงการกำหนดไว้
3. บุคคลทั่วไปที่เข้ามาจับจ่าย

3.3 พฤติกรรมผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการของโครงการ จะแตกต่างตามประเภทของบุคคลที่ทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ฝ่ายบริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับสูง

เวลาทำงาน 08.00 น. – 17.00น.

พฤติกรรม เดินทางมาถึงโครงการ จอดรถที่จำกัดเฉพาะพนักงานตรงไปสแกนนิ้วเพื่อลงเวลาเข้าถึงงาน ต่อจากนั้นตรงไปส่วนปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติหน้าที่ของตนเองจนหมดเวลาทำงาน ไปสแกนนิ้วเพื่อลงเวลากลับ แล้วจึงเดินทางกลับ

2. เจ้าหน้าที่

เวลาทำงาน แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แบ่งทำงานเป็นผลัด

เวลา 06.00น. – 15.00 น. , 14.00น. – 22.00 น. , 17.00- 24.00 น.

- ทำงานไม่เป็นผลัด

เวลา 10.00 น. – 19.00 น.

เวลาพัก ผลัดกันไปพัก

พฤติกรรม เมื่อเดินทางมาถึงที่ทำงาน ไปสแกนนิ้วเข้างาน และไปยังห้องแต่งตัวเพื่อเปลี่ยนเสื้อผ้าเป็นแบบฟอร์มของโครงการ ตรงไปยังส่วนปฏิบัติหน้าที่โดยหากทำส่วน Super Market , Grab and Go และร้านอาหาร ต้องใช้ทางเซอร์วิสของโครงการ หากในส่วนอื่น สามารถใช้ร่วมกับผู้ใช้บริการทั่วไปได้ ปฏิบัติหน้าที่จนหมดเวลาทำงาน ไปสแกนนิ้วเพื่อลงเวลาเลิกงาน แล้วจึงเดินทางกลับบ้าน

3.4 ทรัพยากร

พฤติกรรมของผู้ให้บริการ บริการส่วนต่าง ๆ

3.3.1 การศึกษาพฤติกรรมภายในส่วน Main Hall

เปิดบริการตั้งแต่ 06.30-22.30 น. พนักงานบริเวณเคาน์เตอร์ต้อนรับ ประชาสัมพันธ์

ผลัดที่ 1 : 06.00-14.00 น.

ผลัดที่ 2 : 13.00-21.00 น.

ผลัดที่ 3 : 15.00-24.00 น.

แบ่งหน้าที่ของหน่วยงานดังนี้

1. แผนกต้อนรับ

บทบาท :

- ประจำเคาน์เตอร์ต้อนรับ
- ให้บริการข้อมูลแก่ผู้คนที่เข้าใช้โครงการ
- ประทับตราบัตรจอดรถ
- บันทึกสถิติการเข้าใช้โครงการ

2. ประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทบาท :

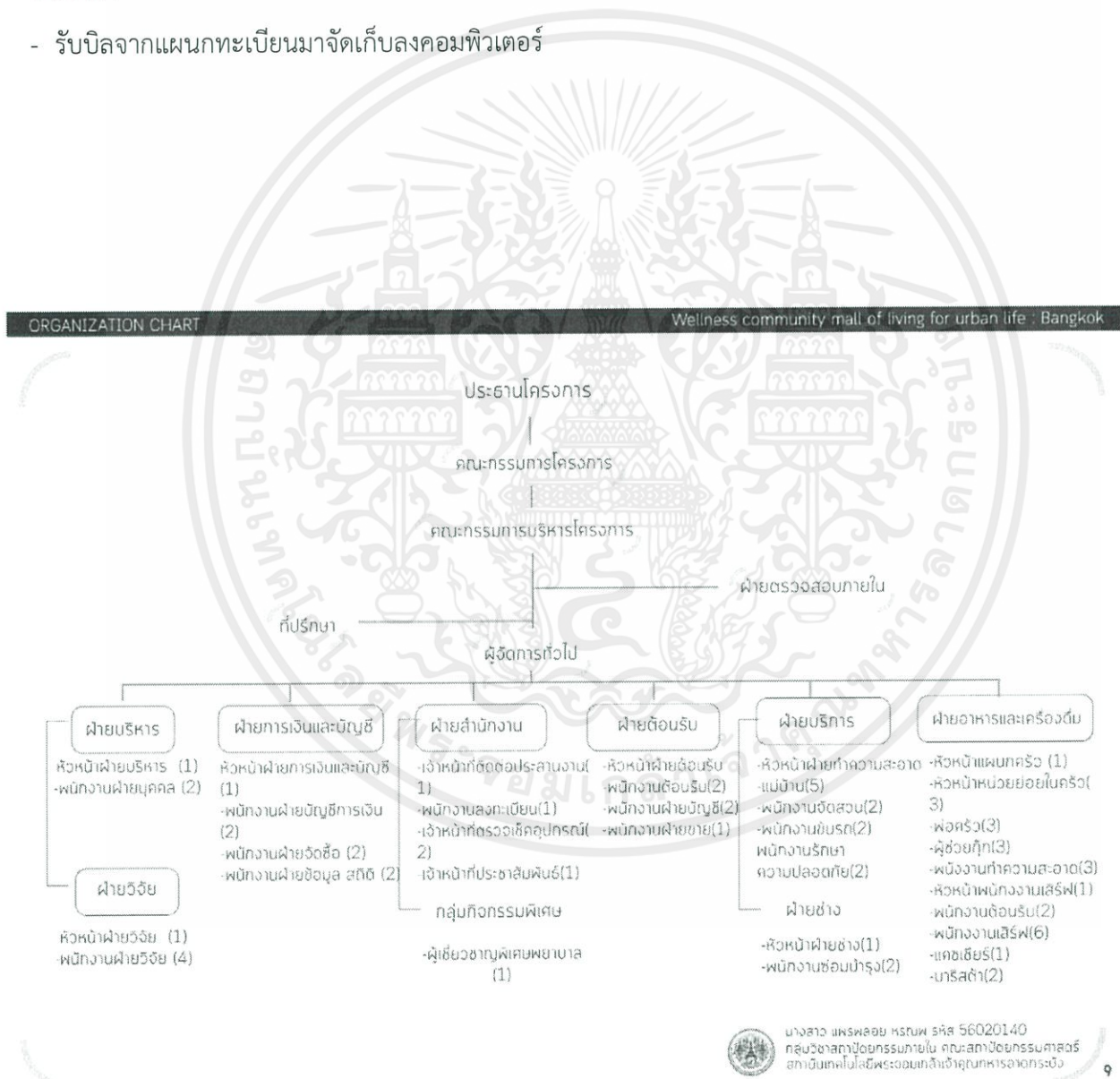
- ต้อนรับแขก
- ให้ข่าวสารและตอบคำถามแขก

3. พนักงานการเงิน

หน้าที่ : เก็บค่าบริการต่าง ๆ ของแขกที่เข้ามาใช้บริการส่วนต่าง ๆ ของโครงการ

บทบาท :

- รับบิลจากแผนกทะเบียนมาจัดเก็บลงคอมพิวเตอร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางการทำงานของพนักงาน และการเข้าใช้การของผู้ใช้โครงการ

TIME TABLE Wellness community mall of living for urban life : Bangkok



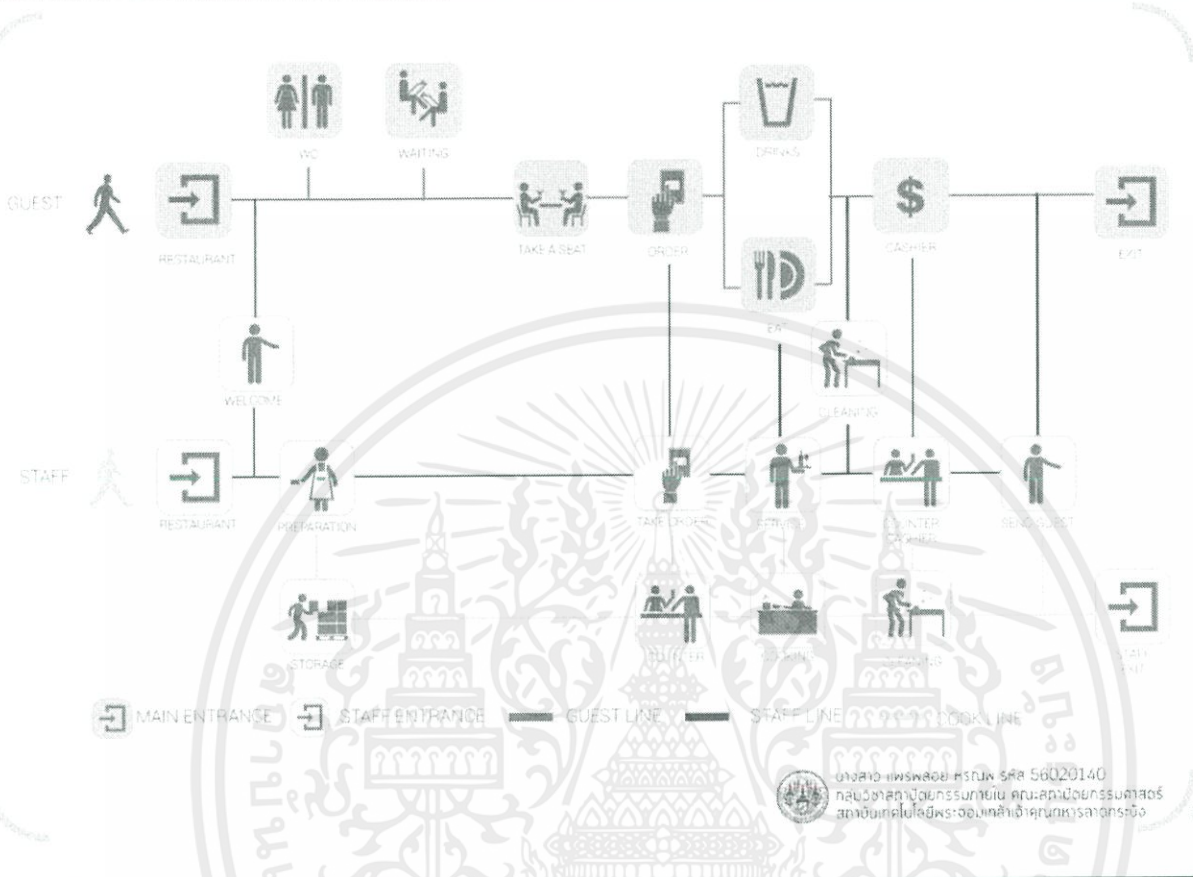

 นางสาว แพรพลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
 กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าการใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 พฤติกรรมการใช้งานภายในโครงการ

USER BEHAVIOR / RESTAURANT

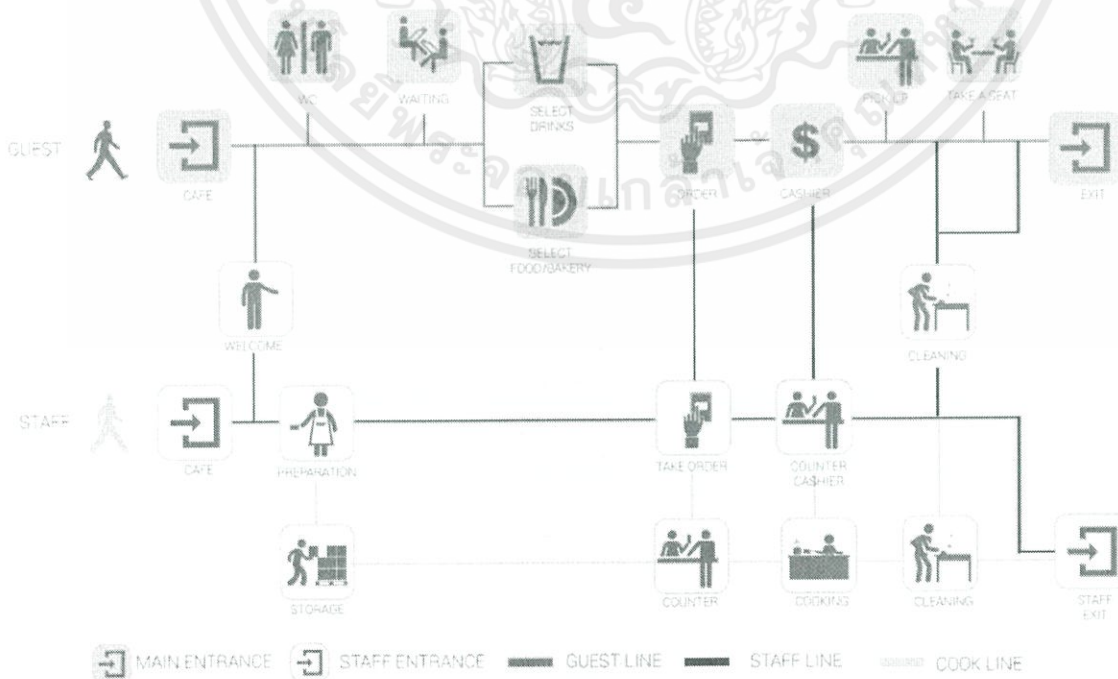
Wellness community mall of living for urban life : Bangkok



15

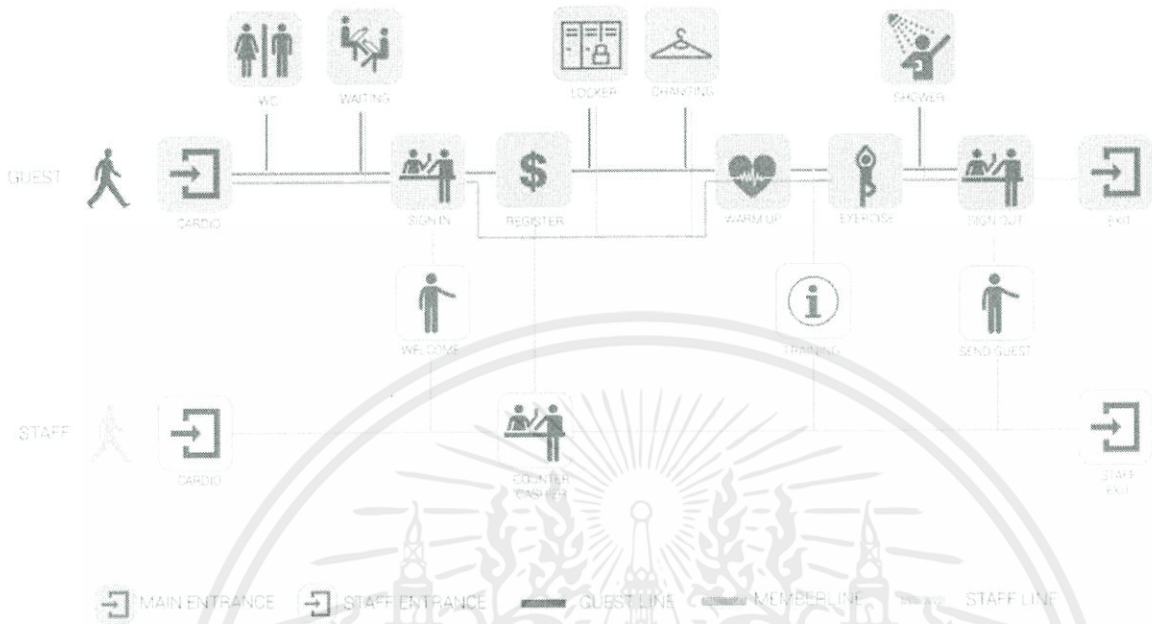
USER BEHAVIOR / CAFE

Wellness community mall of living for urban life : Bangkok

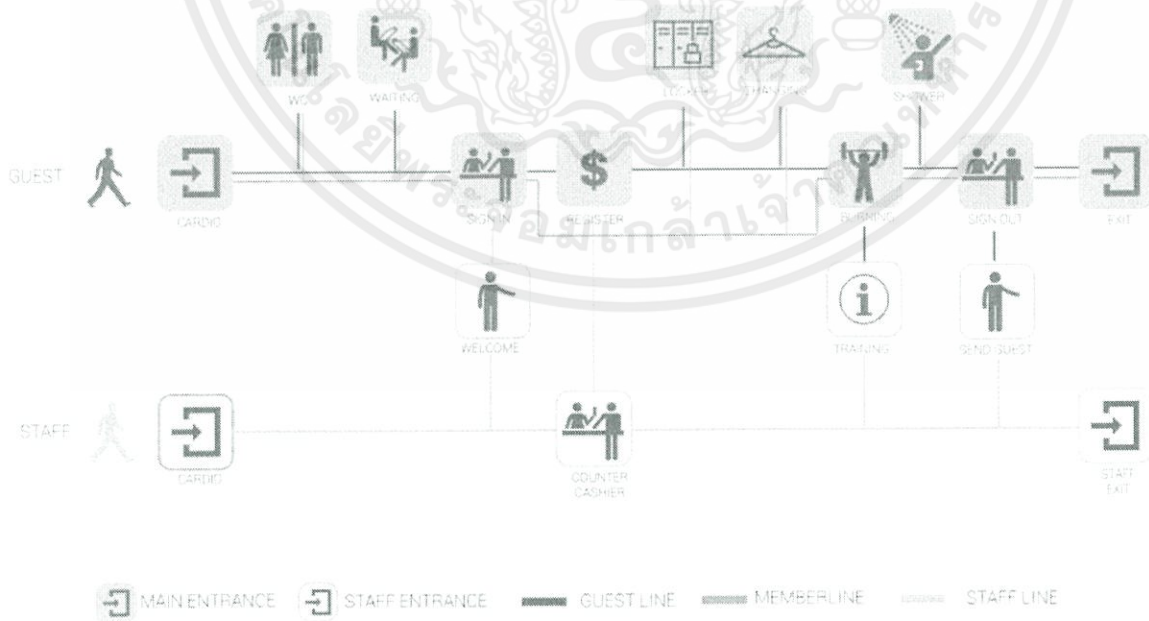


16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

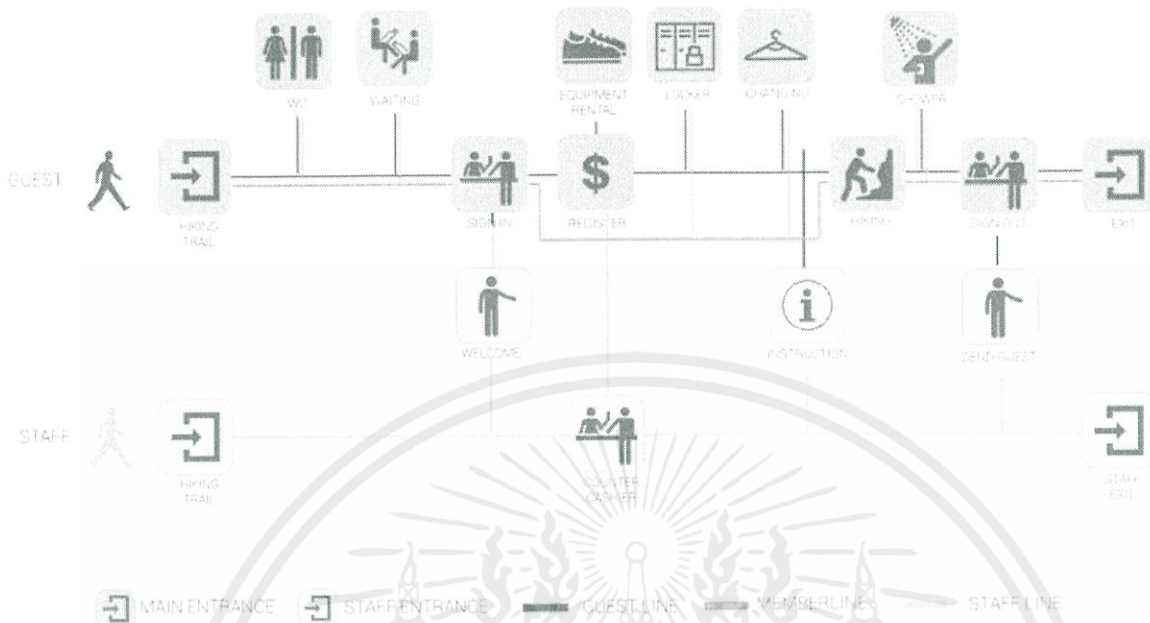


นางสาว พรพลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



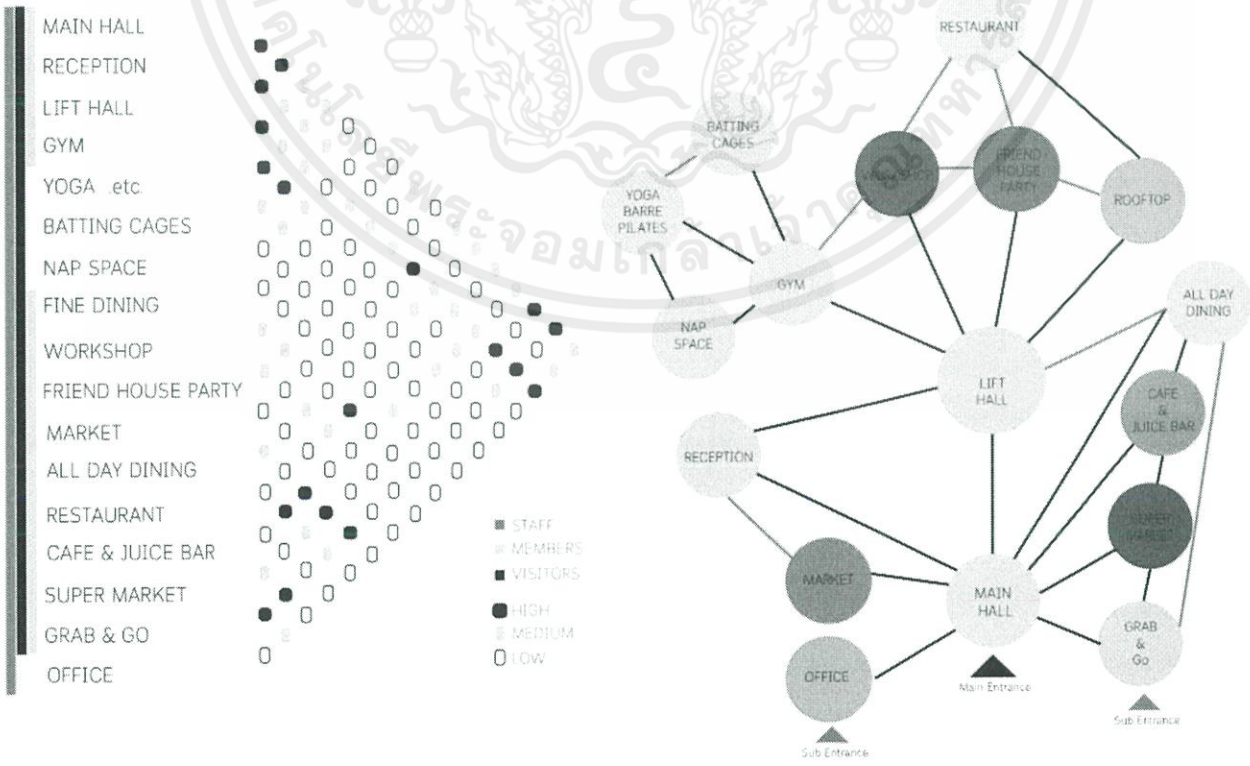
นางสาว พรพลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



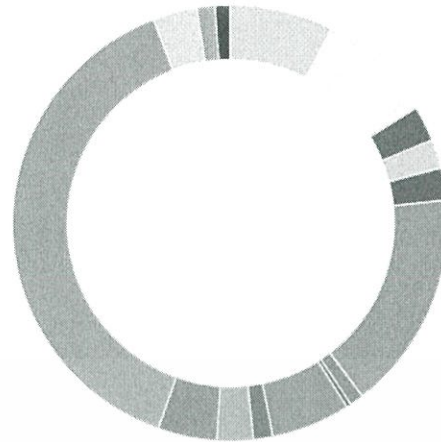
นางสาว พรหมลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
 คณะวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.5 พื้นที่ที่ต้องการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Element	Area (sq.m.)	Percent (%)
Main Hall	207.22	7.67
Playground / Picnic	232.57	8.61
Super Market	70.33	2.60
Market	58.50	2.16
Grab and go	64.35	2.38
All day dining	440.22	16.30
Cafe	28.15	1.04
Juice bar	9.217	0.34
Workshop	156.39	5.79
Nap space	39.33	1.45
Friend House Party	74.10	2.74
Fine dining restaurant	119.54	4.42
Gym	1044.44	39.69
Organic spa	69.60	3.33
Office	35.00	1.32
Back of the house	30.5	1.15
Total	2639.46	-



- MAIN HALL
- PLAYGROUND / PICNIC
- SUPER MARKET
- MARKET
- GRAB AND GO
- ALL DAY DINING
- CAFE
- JUICE BAR
- WORKSHOP
- NAP SPACE
- FRIEND HOUSE PARTY
- FINE DINING RESTAURANT
- GYM
- ORGANIC SPA
- OFFICE
- BACK OF THE HOUSE

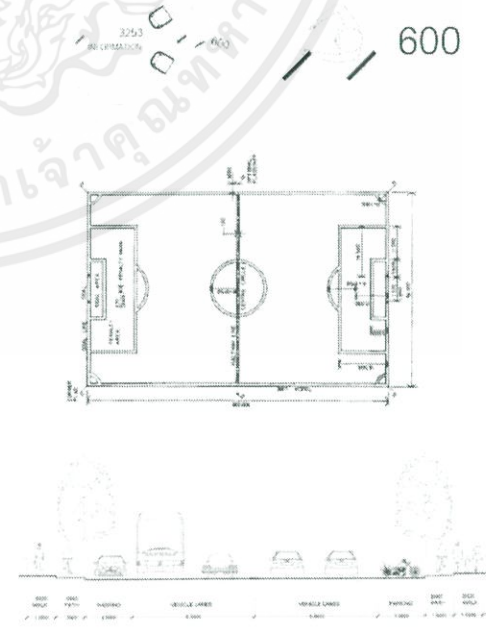
นางสาว พรพอลย์ ทรัพย์ รหัส 56020140
 คณะวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

MAIN HALL

Area	Area (sq.m.)	Unit (person)	Area (sq.m.)	Ref.
Reception	2.70	2	5.40	CS
Trail register information	3.00	2	6.00	CS
Register information	3.00	2	6.00	CS
Waiting area	0.65	120	72.00	CS
Lift hall	0.60	50	30.00	CS
Concierge / Valet	1.50	20	30.00	CS
Drop off	4.00	10	40.00	CS
Circulation 30%			47.82	
Total	159.40		47.82	207.22 sq.m.

PLAY GROUND / PICNIC

Area	Area (sq.m.)	Unit (person)	Area (sq.m.)	Ref.
Information	2.70	2	5.40	CS
Rental counter	3.00	2	6.00	CS
Storage	6.50	3	19.50	CS
Washing area	1.20	15	18.00	CS
Picnic area	0.60	100	60.00	CS
Children play ground	1.50	20	30.00	CS
Drop off	4.00	10	40.00	CS
Circulation 30%			53.67	
Total	178.90		53.67	232.57 sq.m.



นางสาว พรพอลย์ ทรัพย์ รหัส 56020140
 คณะวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SUPER MARKET

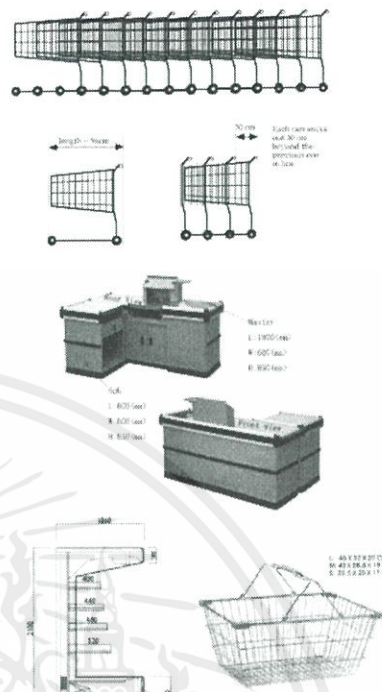
Area	Area (sq.m.)	Unit (person)	Area (sq.m.)	Ref.
Cashier	1.50	4	6.00	CS
Shelf	0.24	20	4.80	CS
Promotion area	3.00	2	6.00	CS
Refrigerator	1.20	4	4.80	CS
Storage	6.50	5	32.5	CS
Circulation 30%				16.23
Total	54.10 + 16.23 = 70.33 sq.m			

MARKET - temporary

Area	Area (sq.m.)	Unit (person)	Area (sq.m.)	Ref.
Shop	2.25	20	45.00	CS
Circulation 30%				16.60
Total	45.00 + 16.60 = 61.60 sq.m			

GRAB AND GO

Area	Area (sq.m.)	Unit (person)	Area (sq.m.)	Ref.
Shop	1.50	4	6.00	CS
Cashier	0.75	2	3.00	CS
Circulation 30%				16.55
Total	6.00 + 3.00 + 16.55 = 25.55 sq.m			



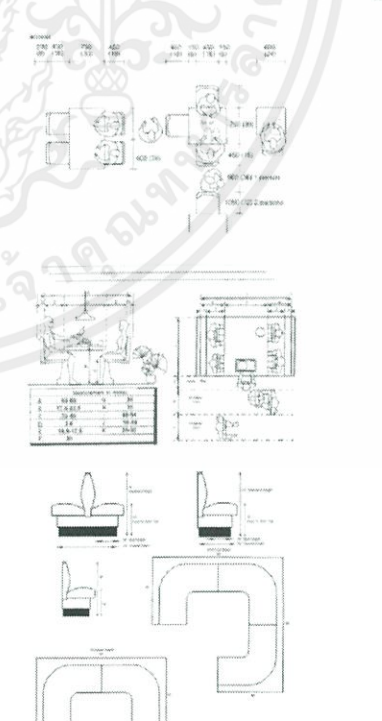
นางสาว พรพลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
 ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ALL DAY DINING

Area	Area (sq.m.)	Unit (person)	Area (sq.m.)	Ref.
Washing area	0.60	5	3.00	CS
Counter bar	1.05	5	3.25	CS
Seating	6.70	120	128.00	CS
Pantry	3.50	2	5.00	CS
Cashier	1.20	1	1.20	CS
Order desk / Station	0.60	3	1.80	CS
Kitchen	7.02	6	42.00	CS
Storage	8.00	10	60.00	CS
Circulation 30%				101.69
Total	339.63 + 101.59 = 440.22 sq.m			

CAFE

Area	Area (sq.m.)	Unit (person)	Area (sq.m.)	Ref.
Cashier	1.60	1	1.60	CS
Pantry	2.20	2	4.40	CS
Display area	2.50	1	2.50	CS
Display cooler	1.05	1	1.05	CS
Seating	0.70	5	3.50	CS
Service station	0.60	1	0.60	CS
Storage	8.00	1	8.00	CS
Circulation 30 %				6.495
Total	21.65 + 6.495 = 28.15 sq.m			

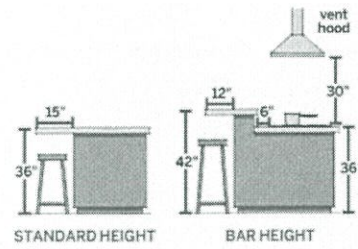


นางสาว พรพลอย ทรัพย์ รหัส 56020140
 ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

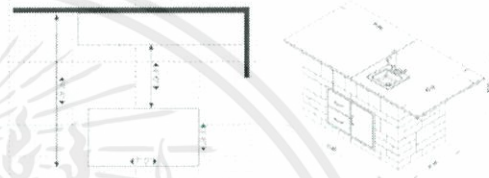
JUICE BAR

Area	Area (sq.m)	Unit (person)	Area (sq.m)	Ref
Fruit display	1.47	1	1.47	cs
Counter	0.60	1	0.60	cs
Blended area	0.60	2	1.60	cs
Sink	0.57	1	0.57	cs
Cashier / Order	0.60	1	0.60	cs
Counter bar	0.75	3	2.25	cs
Circulation 30 %			2.127	
Total			7.09 + 2.127 = 9.217 sq.m	



WORKSHOP

Area	Area (sq.m)	Unit (person)	Area (sq.m)	Ref
Register	1.50	2	3.00	cs
Cooking island (instructor)	2.50	1	2.50	cs
Cooking island	1.40	20	28.00	cs
Storage	1.20	15	50.00	cs
Dining Area	0.45	30	13.50	cs
Flexible space	2.20	16	35.20	cs
Changing	1.14	9	3.76	cs
Bath	1.44	10	14.40	cs
Circulation 30 %			36.09	
Total			140.33 + 36.09 = 176.42 sq.m	



นางสาว อพรพลอย ทรัพย์ สรศ 56020140
 ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

NAP SPACE

Area	Area (sq.m)	Unit (person)	Area (sq.m)	Ref
Napping chair	1.71	30	17.1	cs
Circulation 30 %			5.13	
Total			17.1 + 5.13 = 22.23 sq.m	

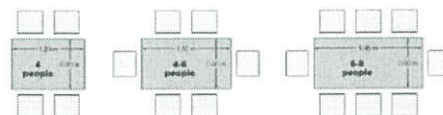


FRIEND HOUSE PARTY

Area	Area (sq.m)	Unit (person)	Area (sq.m)	Ref
Seating	1.74	30	57.00	cs
Circulation 30 %			5.13	
Total			57.00 + 17.10 = 74.10 sq.m	

FINE DINING

Area	Area (sq.m)	Unit (person)	Area (sq.m)	Ref
Reception	3.30	1	3.30	cs
Waiting area	0.60	20	12	cs
Seating	2.30	20	46.00	cs
Wine display	1.05	3	3.15	cs
Kitchen	2.87	4	11.5	cs
Storage	8.00	2	16.00	cs
Circulation 30%			27.59	
Total			91.05 + 27.59 = 118.64 sq.m	



นางสาว อพรพลอย ทรัพย์ สรศ 56020140
 ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบ

4.1 ที่ตั้งโครงการ

ที่ตั้งและข้อพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง

การเลือกที่ตั้งโครงการ ได้พิจารณาโดยใช้จุดประสงค์ของโครงการเป็นหลัก

หลักเกณฑ์การเลือกที่ตั้งโครงการ

1. อยู่ใจกลางจังหวัดกรุงเทพมหานคร (Heart of Bangkok) ซึ่งเป็นสังคมเมือง ที่มีการตื่นตัวของผู้นคน สามารถเดินทางไปกลับได้อย่างสะดวก ไม่ไกลจากสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเมล์ รถไฟฟ้า รถยนต์ส่วนตัว และมอเตอร์ไซด์
2. สามารถมองเห็นอาคารได้ง่ายและโดดเด่น
3. การเข้าถึงโครงการไม่ไกลจากถนนสายหลักที่จะเข้าสู่โครงการได้สะดวก
4. สภาพแวดล้อมโดยรอบของพื้นที่มีคนรุ่นใหม่อาศัยอยู่ โดยส่วนมากเป็นสิ่งคมครอบครัว ทำงานบริษัท และธุรกิจขนาดย่อม
5. ลักษณะที่ดิน ที่ตั้งโครงการมีพื้นที่กว้างพอสมควร เนื่องจากต้องรองรับพื้นที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อรองรับกับวัตถุประสงค์ของโครงการ

การพิจารณาการสำรวจพื้นที่ จึงได้สถานที่ที่เหมาะสมใกล้เคียงกัน 3 แห่งคือ

ตำแหน่งโครงการ

A: ตั้งอยู่ในซอยสุขุมวิท 63 (ซอย เอกมัย) ระหว่างเอกมัยซอย 9 และซอย 11

เชื่อมมาจากถนนสุขุมวิท และถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ซึ่งมีรถไฟฟ้า BTS

สถานีเอกมัยหน้าปากซอย

1. พิกัดที่ตั้งโครงการ

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ : อาคารพินิจร้านเฟอร์นิเจอร์ Hall of Fame และถัดไปเป็นซอยเอกมัย 11

ทิศใต้ : สำนักงานแพทย์สุขุมวิท 63

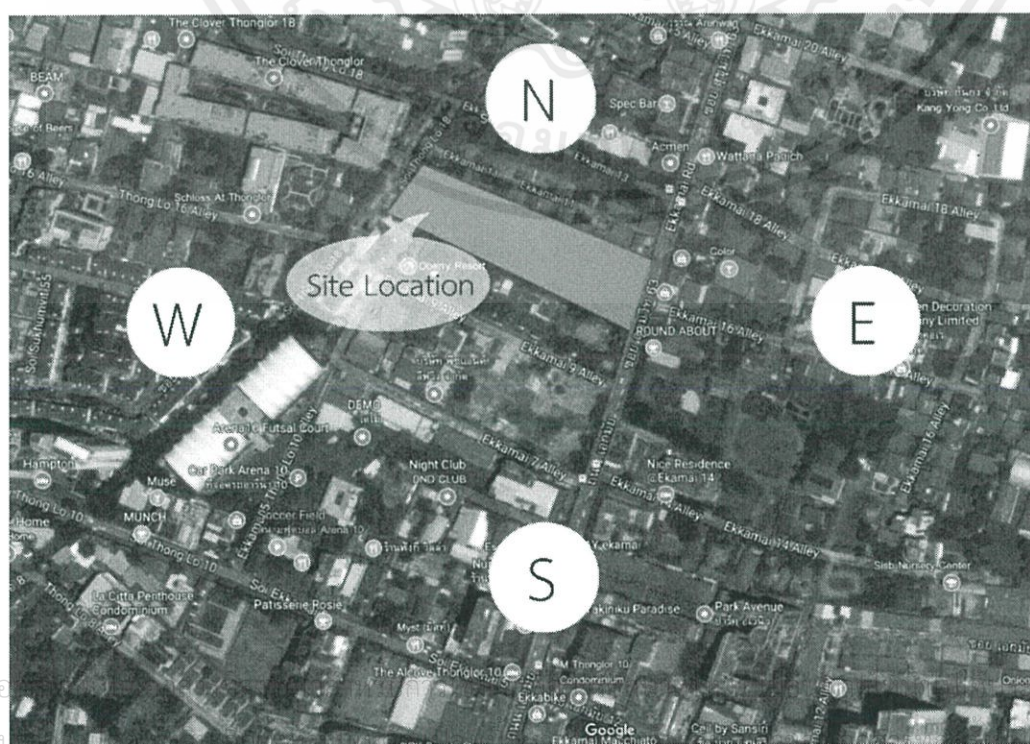
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตะวันออก : ถนนหลักรสุขุมวิท 63 และอาคารพาณิชย์ต่างๆ

ตะวันตก : ซอยทองหล่อ 18

พื้นที่โครงการทั้งหมด : 12,800 ตารางเมตร

การเข้าถึงโครงการ

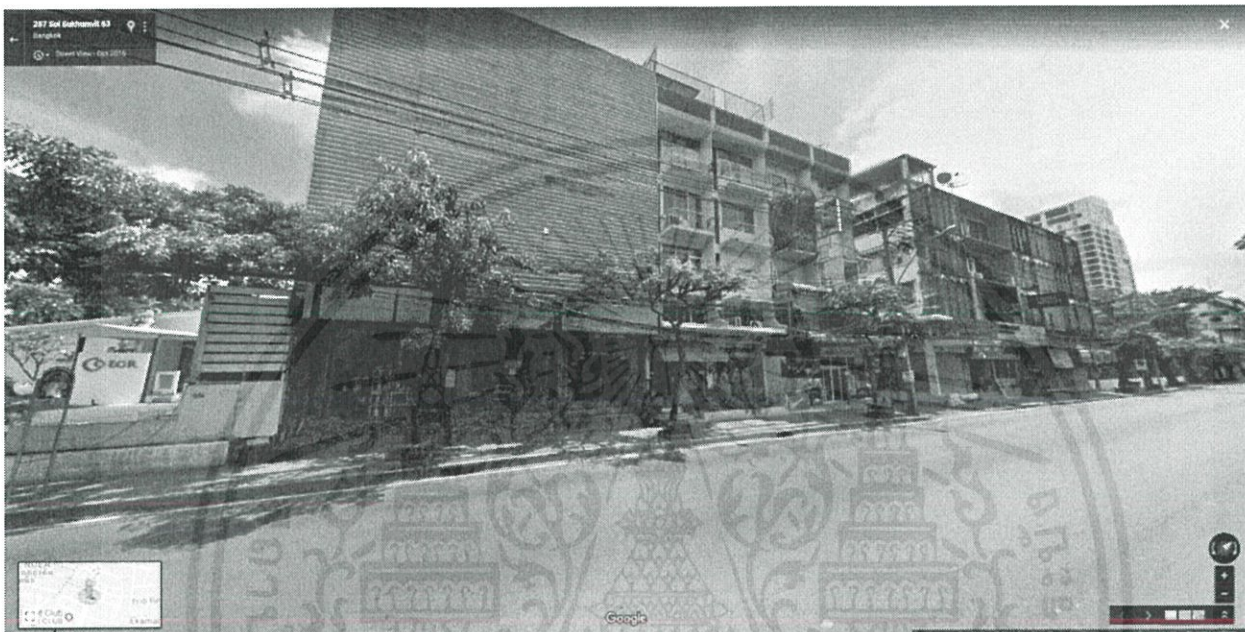


ยชน์ด้านการค้า
การนำไปใช้

ลักษณะโครงการ

ลักษณะสภาพแวดล้อม

เป็นพื้นที่ปล่อยทิ้งร้างแห่งเดียวที่ติดถนนหลัก ในซอยสุขุมวิท 63



ภาพที่ 2.1.1 แสดงทิศเหนือด้านหน้าของโครงการ



ภาพที่ 2.1.2 แสดงอาคารพาณิชย์บริเวณหน้าโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



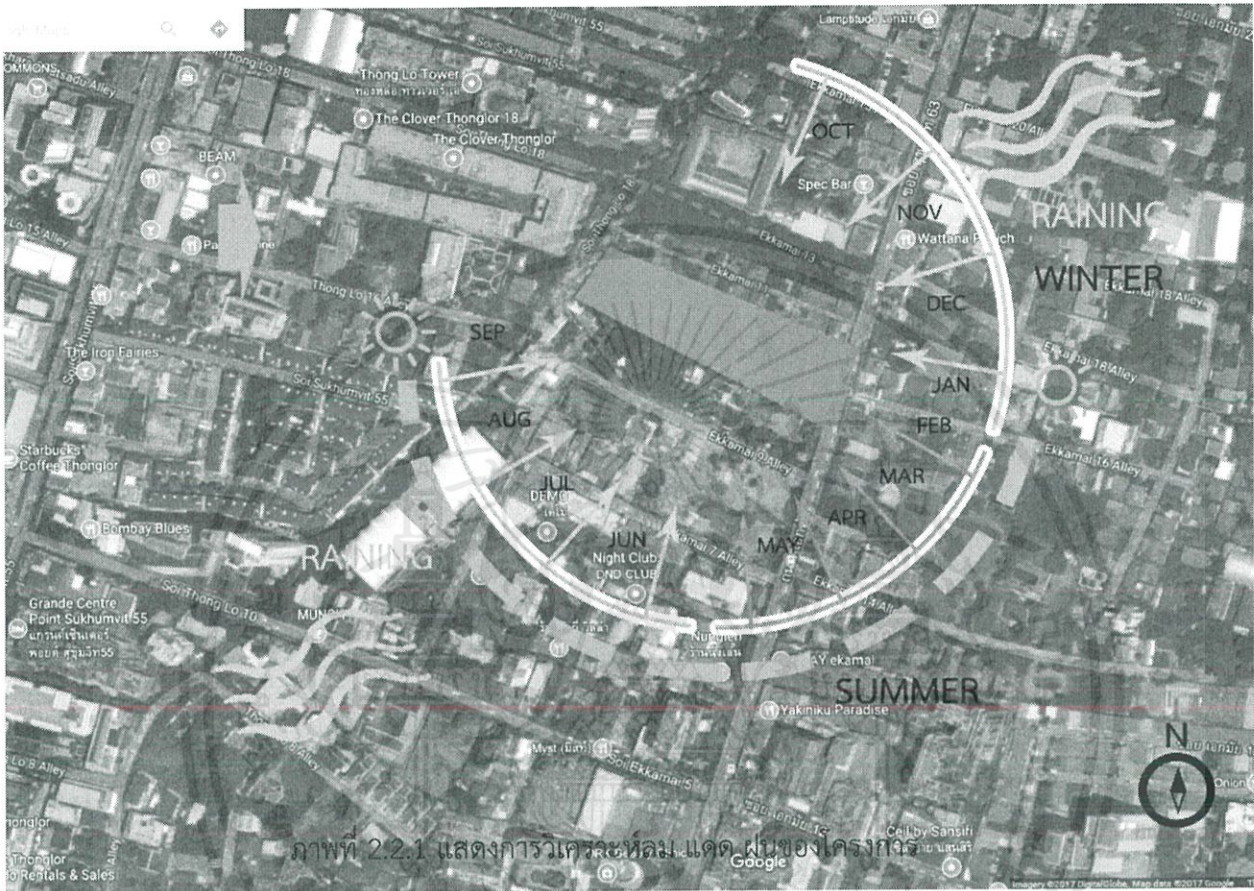
ภาพที่ 2.1.3 แสดงพื้นที่ตั้งโครงการปัจจุบัน



ภาพที่ 2.1.4 บริเวณทางเข้าหลักของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 การวิเคราะห์ที่ตั้ง



ภาพที่ 2.2.1 แสดงการวิเคราะห์ลมแดด ผืนของโครงการ

แดด : แดดช่วงเช้าขึ้นทางด้านหน้าของโครงการ ไม่มีสิ่งปลูกสร้างขนาดใหญ่มาบดบังแสงแดด จะได้แสงที่สวยงาม และตอนเย็นจะตกบริเวณทางเข้าของโครงการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นที่ตั้งของ Back office

ลม : ทิศทางของลมนี้จะเข้ามาทางด้านข้างของโครงการ ที่เป็นส่วนทำกิจกรรมต่างๆในโครงการ ทำให้อากาศถ่ายเทสะดวกเนื่องจากมีบางส่วนของอาคาร เป็นพื้นที่ที่ต้องใช้อากาศธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะภูมิอากาศ : ลักษณะทางภูมิอากาศของกรุงเทพมหานคร เป็นเขตร้อนชื้นในช่วงฤดูฝนทุกช่วงเดือน สิงหาคม-ตุลาคม ถ้าเข้าฤดูหนาวอากาศจะเย็นลง อากาศจะเย็นสบายเพราะได้อธิพหลมตะวันออกเฉียงเหนือพัดผ่าน

ข้อดี

1. บริเวณโดยรอบเป็นสังคมที่ทันสมัย สังคมหนุ่มสาวออฟฟิศ เพราะถนนเอกมัยเป็นแหล่งสังสรรค์ของคนรุ่นใหม่ทั้งกลางวันและกลางคืน
2. การเดินทางสะดวก ทั้งขนส่งสาธารณะเช่นรถไฟฟ้า รถเมล์ และรถยนต์ส่วนตัว สามารถเข้าถึงได้จากถนนสุขุมวิทและถนนเพชรบุรีตัดใหม่
3. อยู่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

ข้อเสีย

1. ใกล้อาคารพาณิชย์ ซึ่งมีสภาพค่อนข้างเก่า
2. การจราจรหนาแน่นในช่วงโมงเร่งรีบ

B : ตั้งอยู่ในซอยสุขุมวิท 39 เลขที่ 66 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานครฯ



ภาพที่ 1.1 แสดงการเข้าถึงโครงการ



พิกัดที่ตั้งโครงการ

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ : The Cadogan Private Residence

ทิศใต้ : ทับทิมแมนชั่น และหมู่บ้านพร้อมจิต

ตะวันออก : I.U.C.N.

ตะวันตก : หมู่บ้านพร้อมจิต

พื้นที่โครงการทั้งหมด : 42,000 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.3 แสดงภาพด้านหน้าโครงการปัจจุบัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1.4 แสดงภาพด้านตรงข้ามด้านตะวันออกของโครงการ



ภาพที่ 1.5 แสดงภาพทางเข้าโครงการปัจจุบัน

ข้อดี

1. พื้นที่ค่อนข้างเป็นส่วนตัว เนื่องจากพื้นที่โดยรอบเป็น Private residence
2. ผู้คนที่อาศัยในย่านนี้มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดี
3. ใกล้ห้างสรรพสินค้าชื่อดัง

ข้อเสีย

1. สามารถเดินทางได้ทางเดียว และการจราจรติดขัดสม่ำเสมอ
2. ไม่มีรถโดยสารสาธารณะผ่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

C: ตั้งอยู่ซอย อรรถกระวี ทัดถนนพระราม4 และเชื่อมต่อซอยสุขุมวิท 26

พิกัดที่ตั้งโครงการ

อาณาเขตติดต่อ

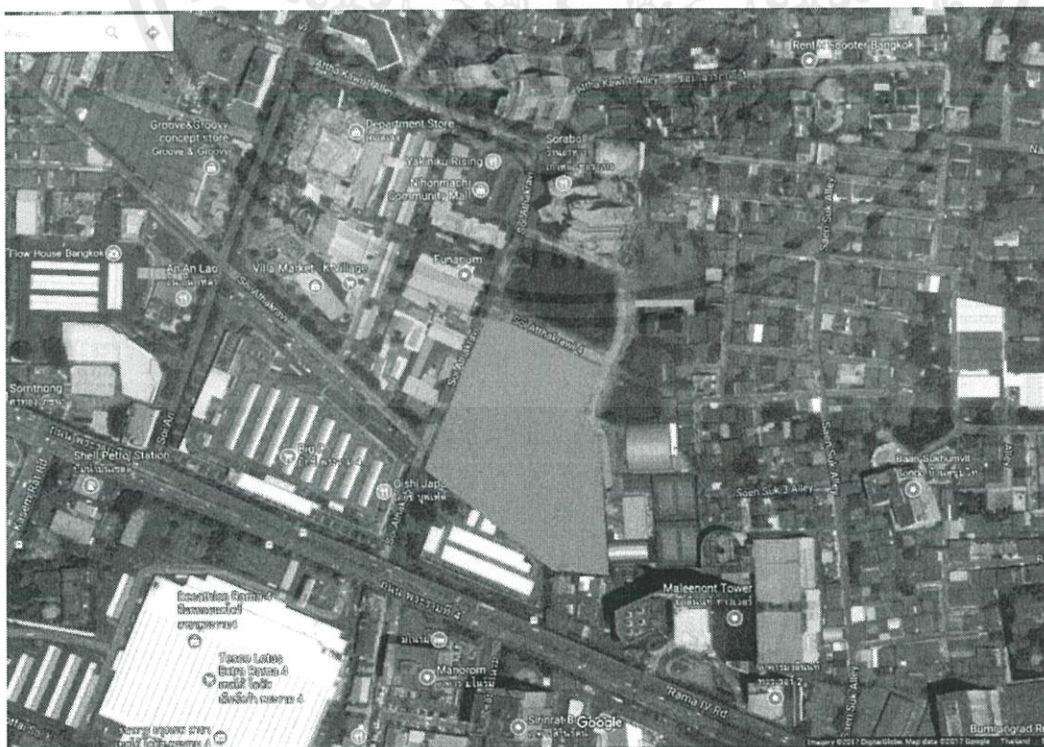
ทิศเหนือ : Bambini villa ซึ่งเป็น Shopping mall ขนาดเล็ก

ทิศใต้ : ลานจอดรถห้ามสรรพสินค้า Big C

ตะวันออก : Tennis Court

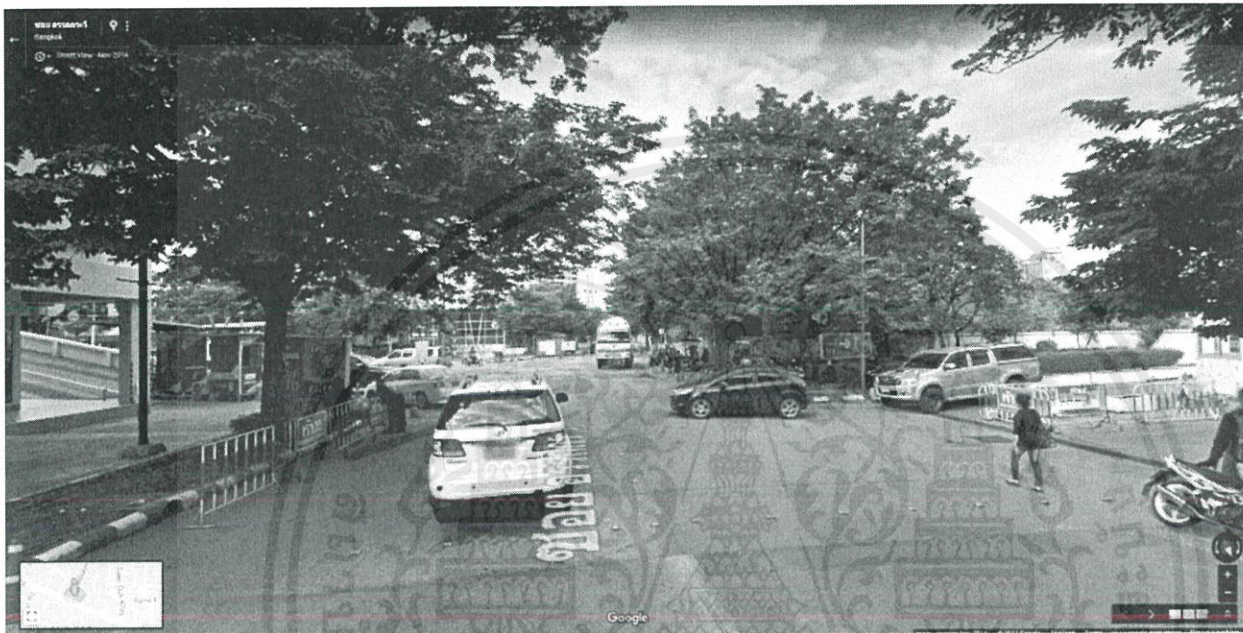
ตะวันตก : Car Care

พื้นที่โครงการทั้งหมด : 38,400 ตารางเมตร

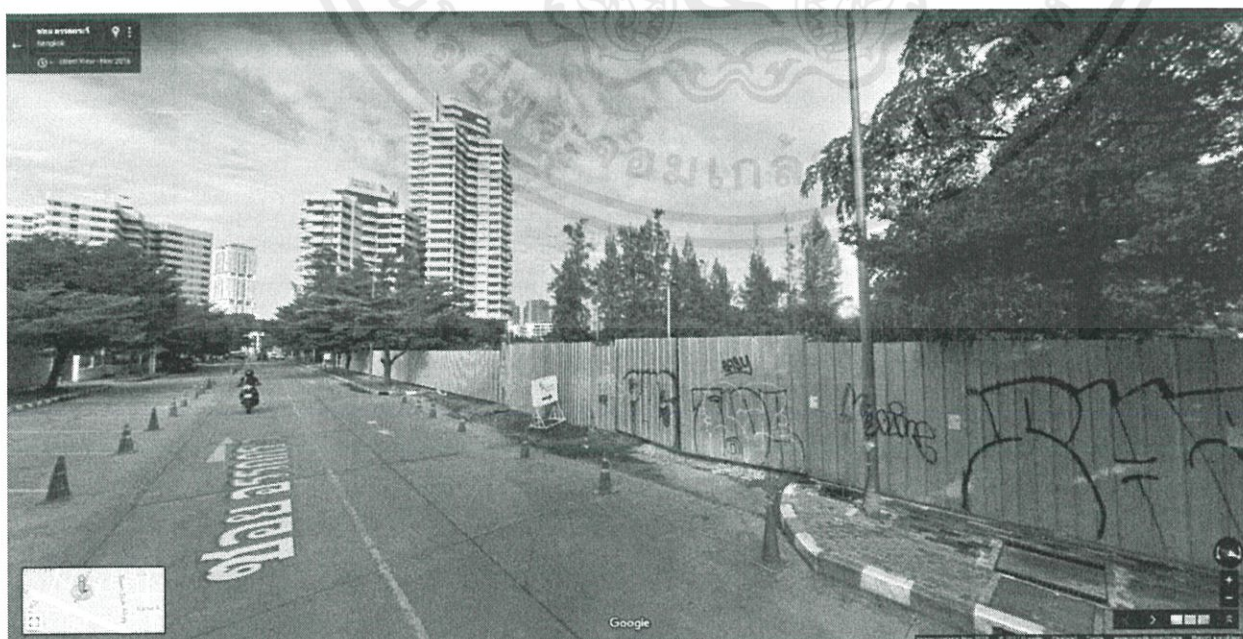


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1.1 แสดงพื้นที่ตั้งโครงการ

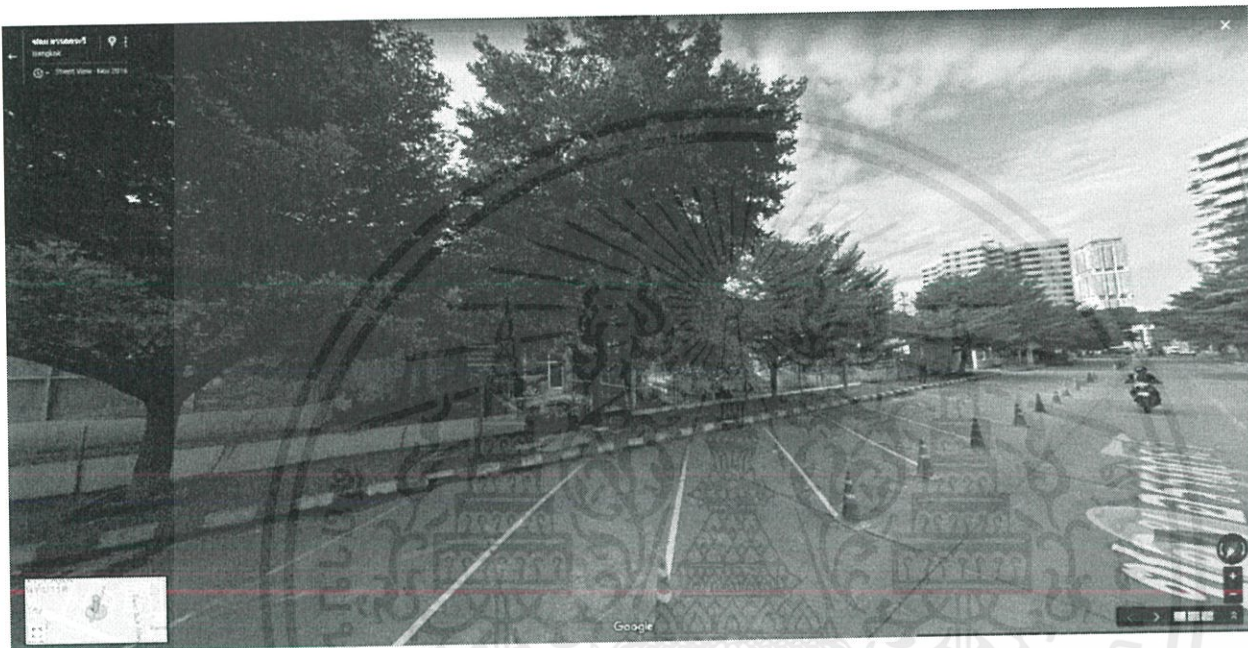


ภาพที่ 1.2 แสดงภาพก่อนการเข้าถึงโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1.3 แสดงด้านหน้าโครงการปัจจุบัน



ภาพที่ 1.4 แสดงผังตรงข้ามของโครงการ

ข้อดี

1. เข้าถึงโครงการได้ง่ายจากถนนใหญ่
2. การจราจรไม่หนาแน่น และมีขนาดถนนที่ใหญ่
3. ใกล้ศูนย์การค้า และแหล่งรับประทานอาหาร

ข้อเสีย

1. ค่อนข้างห่างไกลจากรถไฟฟ้า
2. ค่อนข้างมีความเป็นชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการเลือกพื้นที่ตั้งโครงการโดยให้คะแนนตามเกณฑ์ต่างๆที่กำหนด

สถานที่	การเดินทาง	การใช้เสียง	สภาพแวดล้อม	ทัศนียภาพ โดยรอบ	รวม
ซอย สุขุมวิท 63	3	2	2	3	9
ซอย สุขุมวิท 39	1	1	2	2	6
พื้นที่ว่างซอยอรรถกวี	2	3	2	1	8

หมายเหตุ : 1=น้อย, 2=ปานกลาง, 3=มาก

ตารางที่ 1.1 แสดงการเปรียบเทียบที่ตั้งที่เหมาะสม

ดังตารางสรุป ได้ว่าสถานที่ที่เหมาะสมในการเลือกที่ตั้งของโครงการ คือ พื้นที่ว่างบริเวณซอยสุขุมวิท63 กรุงเทพมหานคร

4.2 การเลือกที่ตั้งโครงการและอาคาร

เกณฑ์การพิจารณาลักษณะอันพึงประสงค์

4.2.1. ZONING : อยู่ในย่านเศรษฐกิจ สังคมทำงานบริษัท และการทำธุรกิจ ใกล้สถานที่ที่เป็นแหล่ง Hangout ของคนเมืองรุ่นใหม่ เพื่อ Upper Lifestyle

4.2.2.. ACCESSIBILITY : การคมนาคมสะดวก มีการเข้าถึงง่าย มีจุดบริการขนส่งสาธารณะ รวมถึงพื้นที่สำหรับจอดรถยนต์ส่วนตัวที่สามารถจอดได้อย่างสะดวก

4.2.3. SITE CHARACTERISTIC : สามารถมองเห็นตัวอาคารได้ง่าย โดยเน้นในสวนมุมมอง ด้านหน้าของอาคารจากมุมมองถนน

4.2.4. STRUCTURE : อาคารมีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก มีอยู่ 2 อาคาร ซึ่งพื้นที่สามารถรองรับ การใช้งานต่าง ๆ ได้ มี มีช่องแสงเพื่อรับแสงจากธรรมชาติ และมีพื้นที่ที่สามารถสร้าง SPACE ตามที่ต้องการ

4.2.5. SPECIAL USING AREA : มีพื้นที่รองรับOutdoorและ กิจกรรมกึ่ง Outdoor ภายในอาคารได้

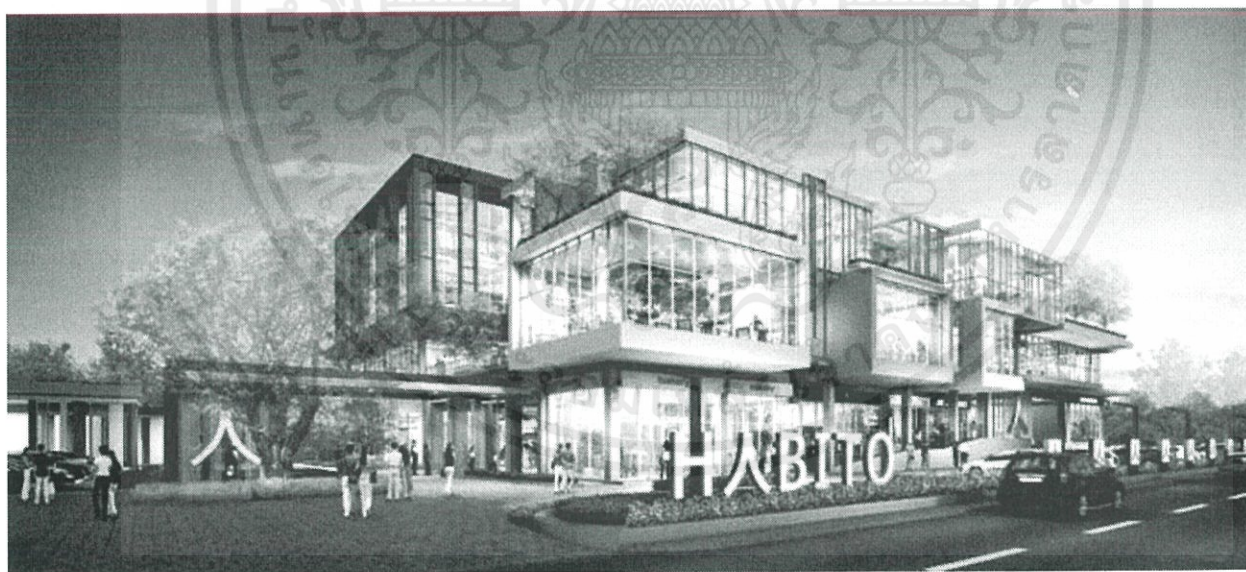
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 การพิจารณาการเลือกอาคาร

ลักษณะของอาคารโครงการ

1. Structure เป็นอาคารสูง 3-4 ชั้น แบบทันสมัยโมเดิร์น ผสมผสานกับการใช้วัสดุที่หาได้ง่าย และทันสมัย มีอาคารแบบคอนกรีตรวมถึงมีพื้นที่ส่วนกลาง เป็นช่องลม ช่องว่าง และมีความครบในเรื่องของทางสัญจร หนีไฟ บันไดเลื่อน ลิฟท์ และลานจอดรถใต้ดิน
2. Special Using Area มีพื้นที่รองรับการทำกิจกรรมต่างๆ เช่นการกินของโครงการ อาคารต้องตอบโจทย์ในการมีทางสัญจรให้เลือกมากมาย และการแบ่งสัดส่วนของอาคารให้เหมาะกับกิจกรรมในโครงการ
3. Accessibility มีทางเข้าหลังจากภายนอกโครงการที่ชัดเจน อาคารมีทางสัญจรกว้างพอและต่อเนื่องเชื่อมถึงทั้งโครงการ
4. Approach and Image สามารถสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ของคนเมืองสมัยใหม่ เพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลาในโครงการมากยิ่งขึ้น คือการสร้าง Third place แห่งใหม่ใจกลางกรุง

อาคารที่ 1 Habito Mall , T77 สุขุมวิท



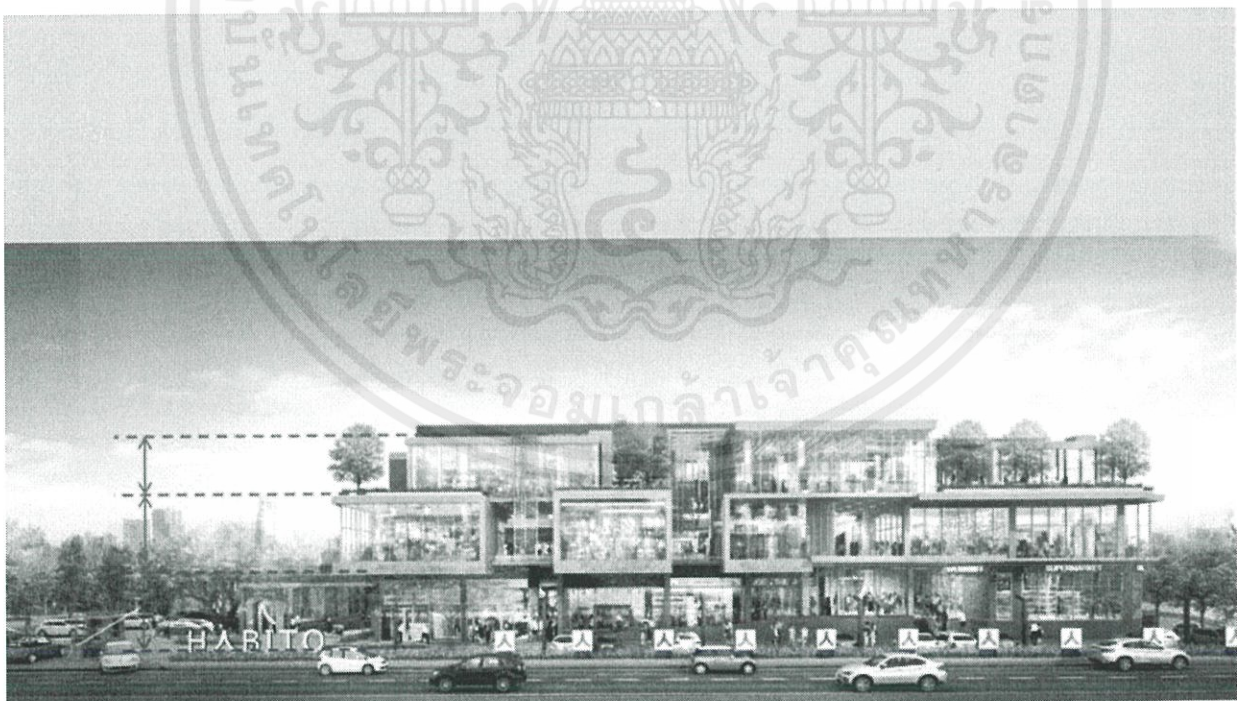
โครงการมีขนาดกลาง ตัวอาคารเป็นคอนกรีตสมัยใหม่ สูง 3.80 – 6.10 เมตร สูง 4 ชั้น ไม่รวมคาดฟ้า

พื้นที่โดยประมาณ 6,400 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Land area	4 Rai
1 building	4 Stories + top roof
Total units	32 Units + 8 Kiosks
Parking	87 Lots (car 49+38) 19 Lots (motorcycle)
Ceiling height (M)	3.80 – 6.10 m.

Unit type	Sizing (Sq. m.)	Units	%
Food	58.40-365.20	19	47.50 %
Light food	32.30-167.10	13	32.50 %
Kiosk	6.00-12.00	8	20%
		40	100 %

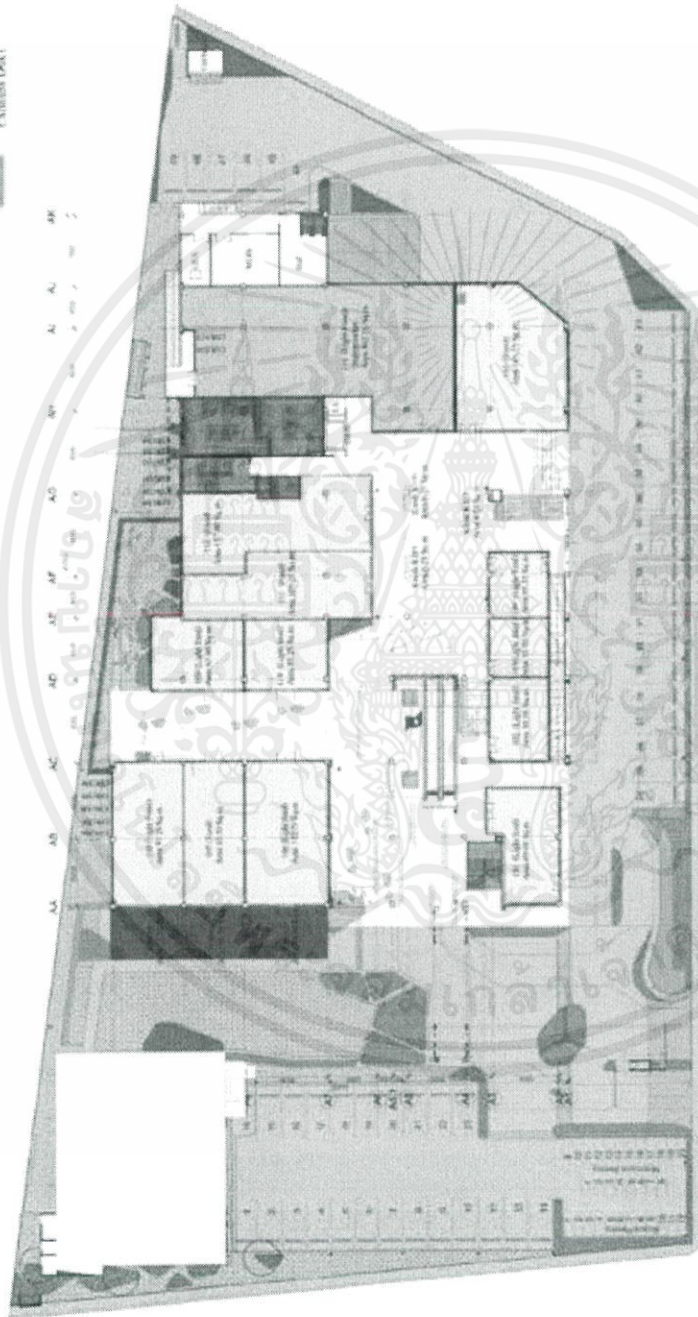


PERSPECTIVE
HABITO

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

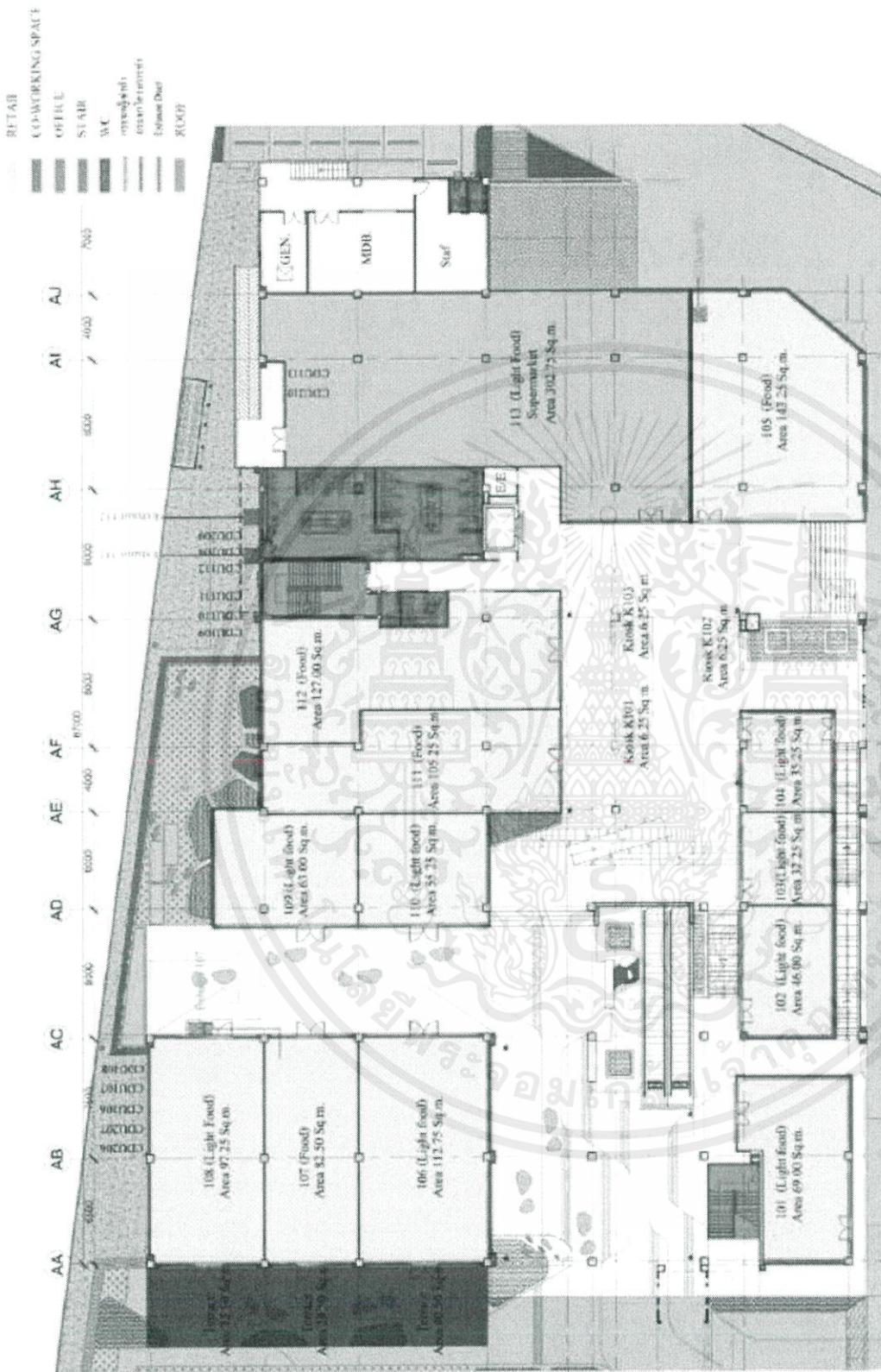
ผังบริเวณ

- RETAIL
- SUPERMARKET
- TERRACE
- STAIR
- WC
- WC
- 02: EQUIPMENT
- 03: DOWN/UP
- Exhaust Duct



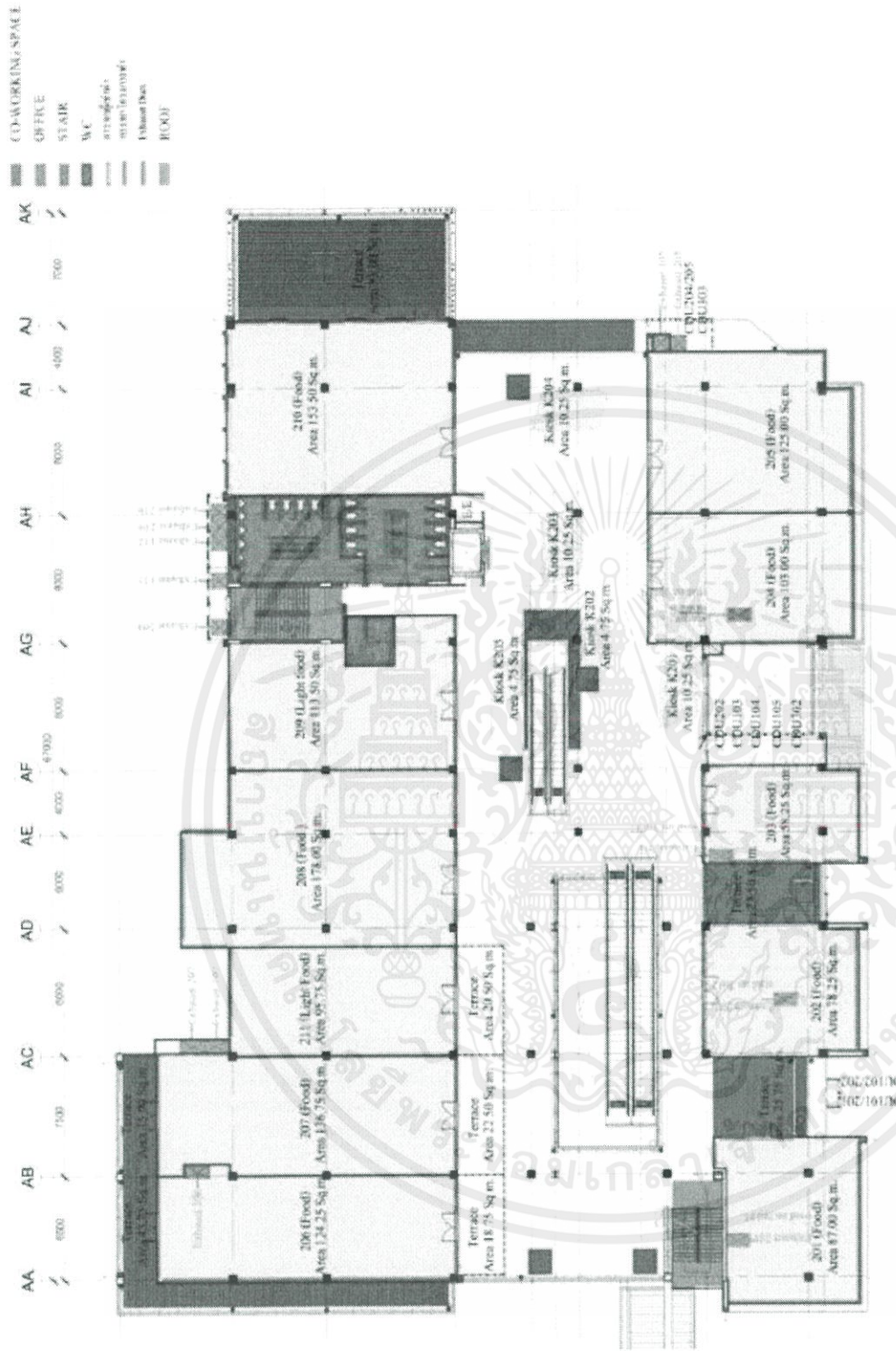
Master plan
HABITO

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1st Floor plan
HABITO

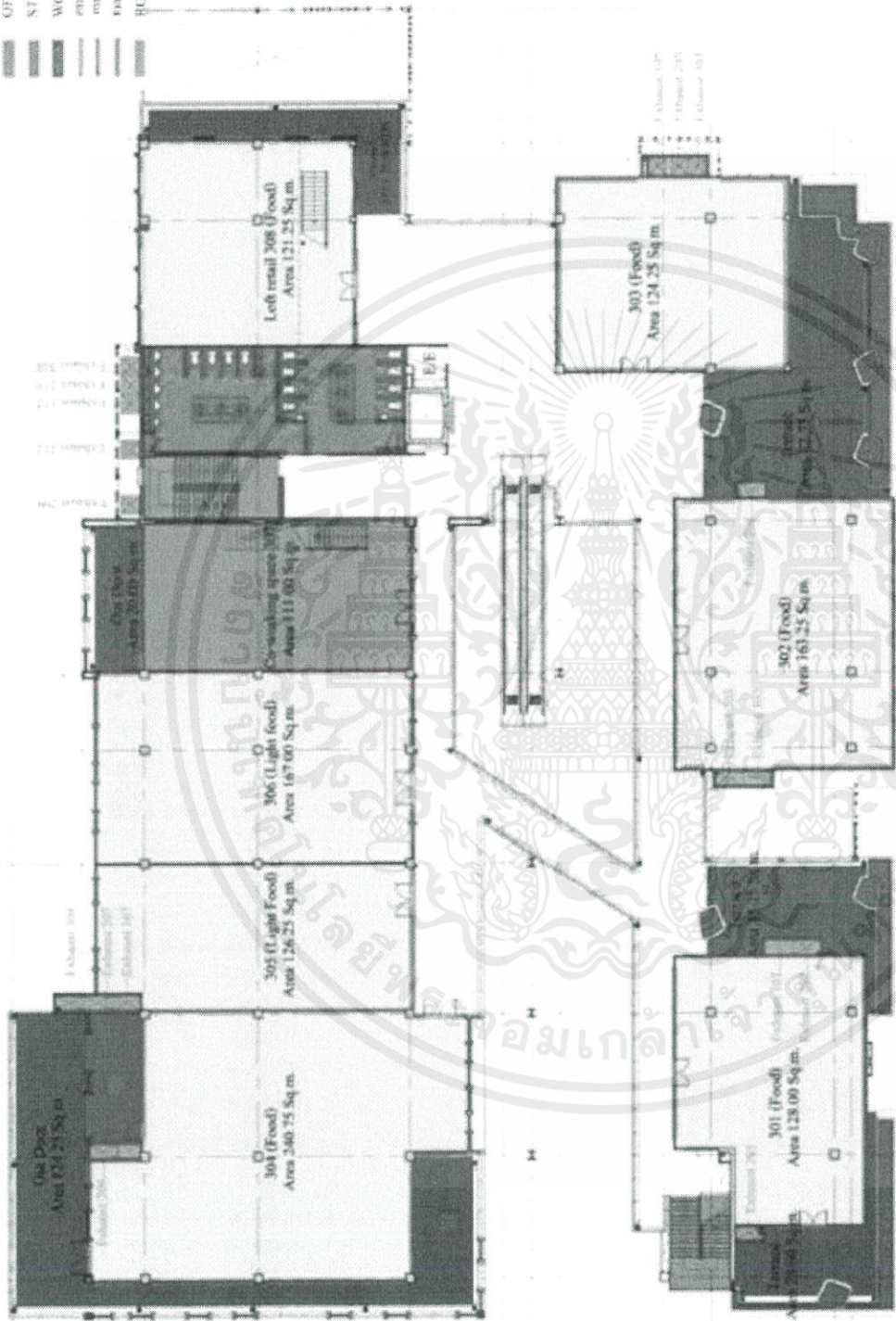
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2nd Floor plan
HABITO

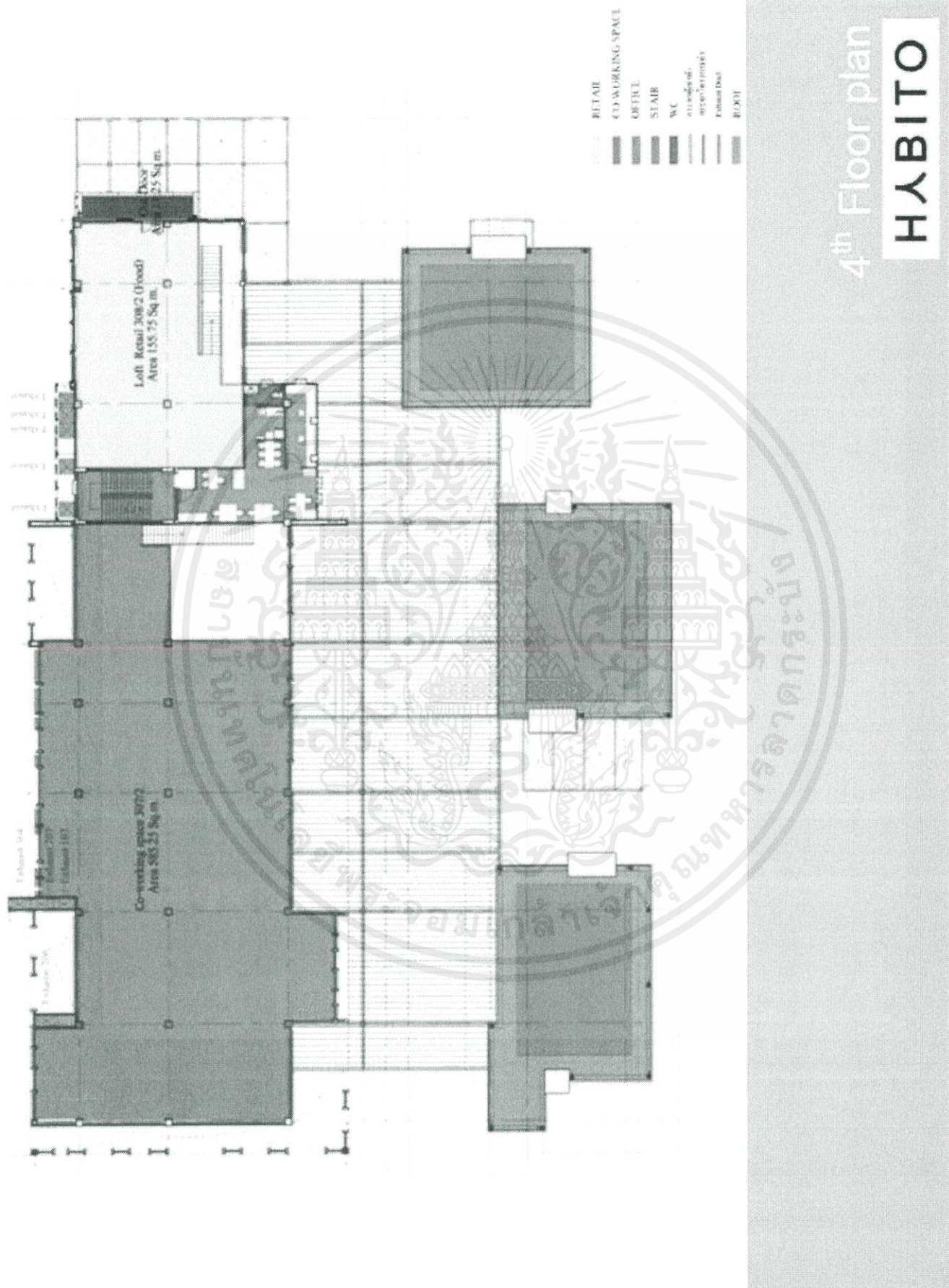
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- RETAIL
- CO-WORKING SPACE
- OFFICE
- STAIR
- WC
- entrance
- main entrance
- Escalator
- ROOF



3rd Floor plan HABITO

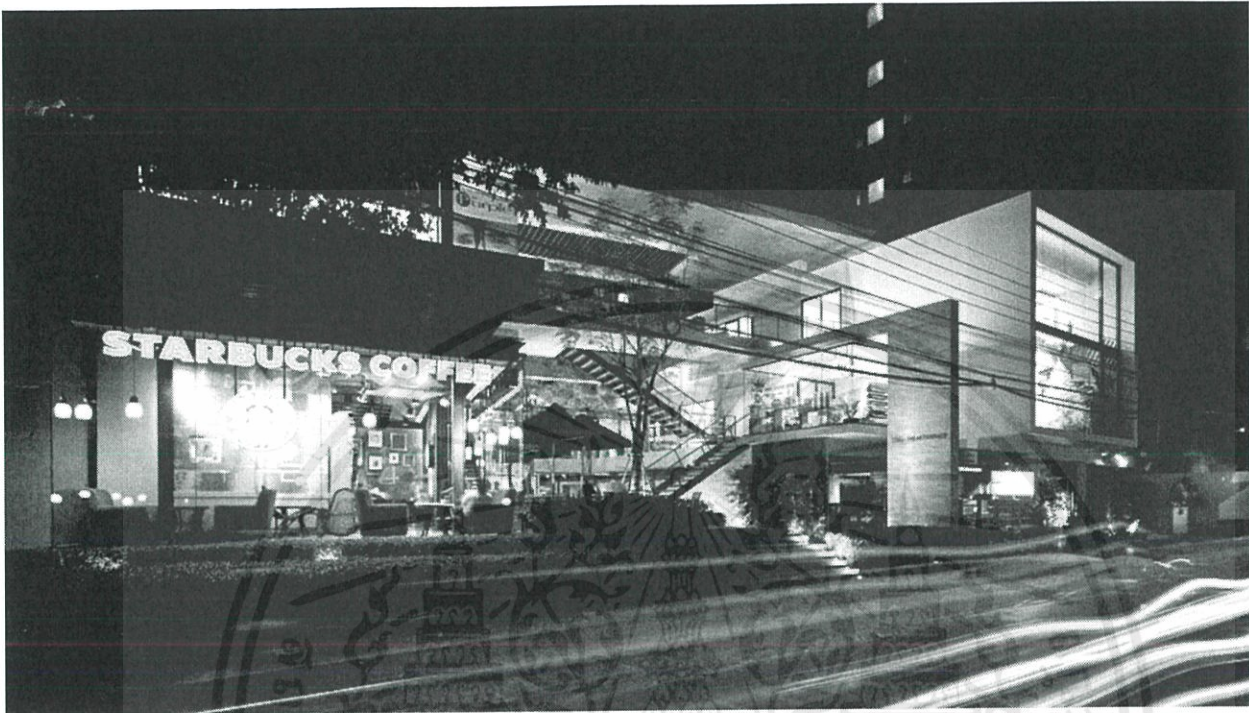
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

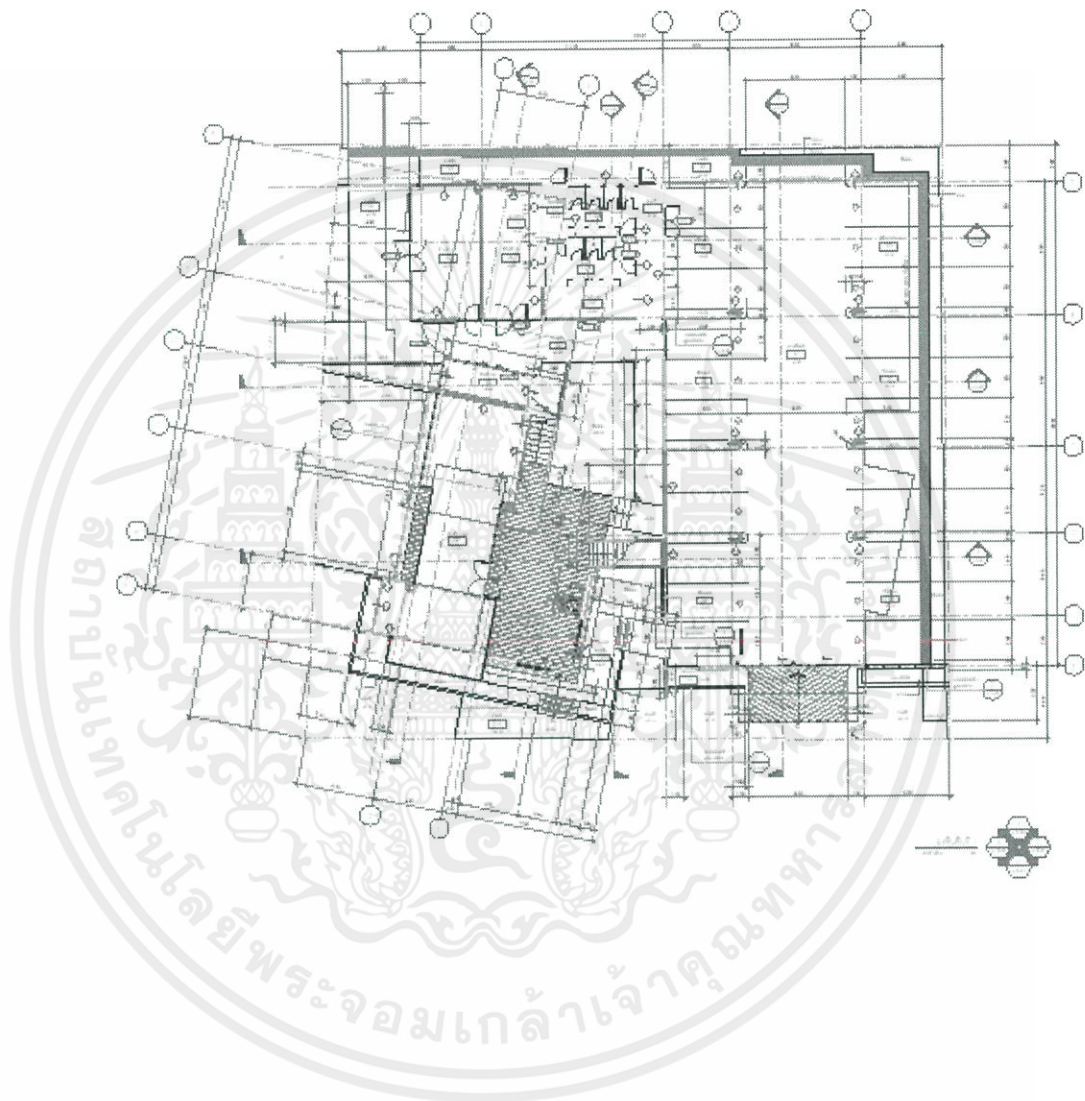
อาคารที่ 2 Terrace 49 , สุขุมวิท 49

เป็นอาคารขนาดเล็ก มีการพาดกันของบันได เป็นอาคารคอนกรีต สามชั้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

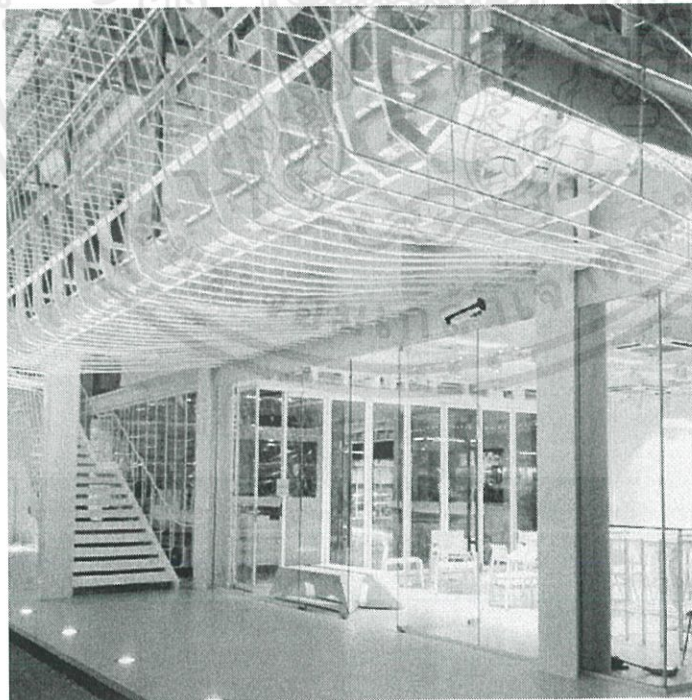
ผังอาคาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

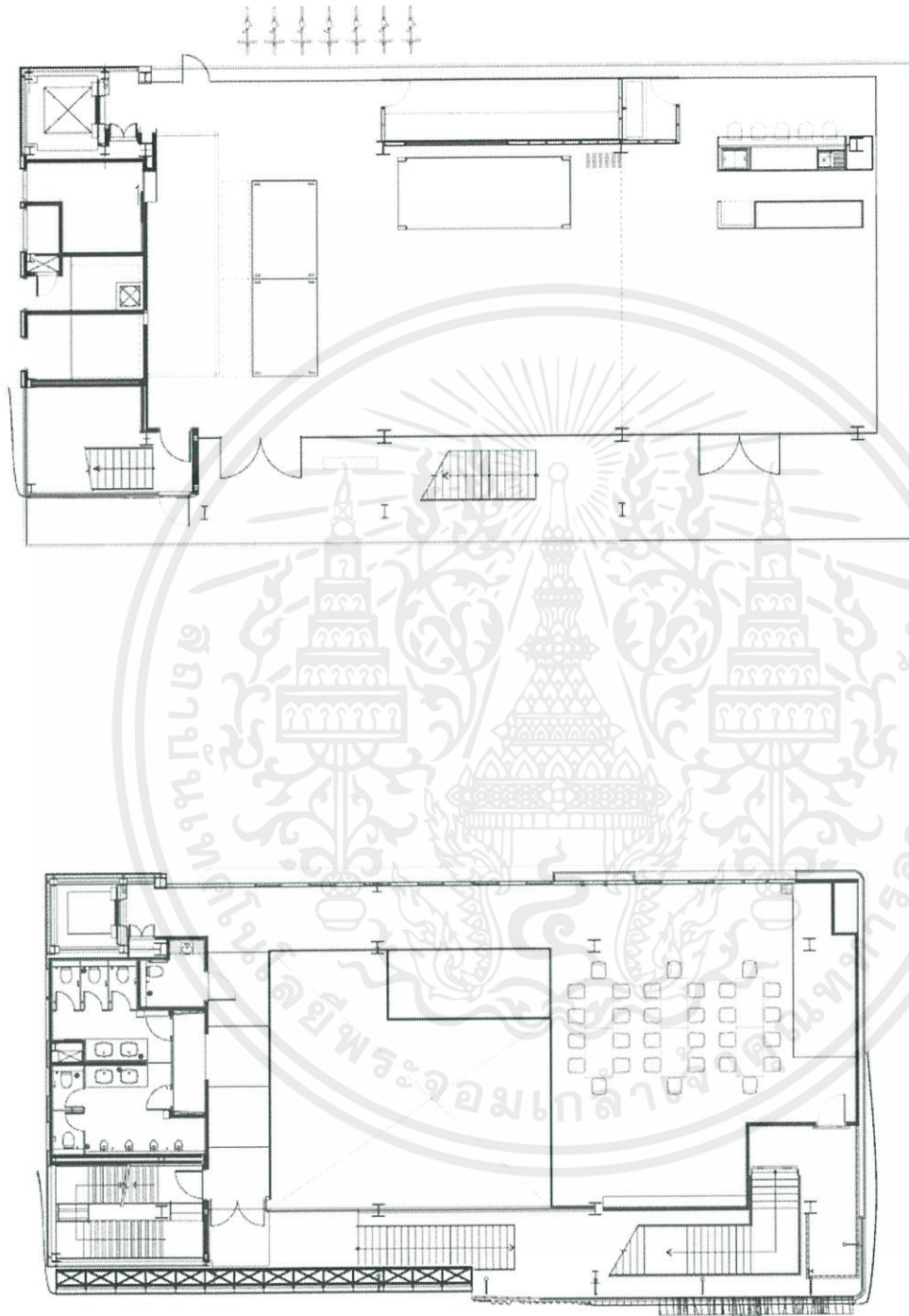
อาคารที่ 3 Now 26 , Siam square

เป็นอาคารรีโนเวทขนาดเล็ก อาคาร public area

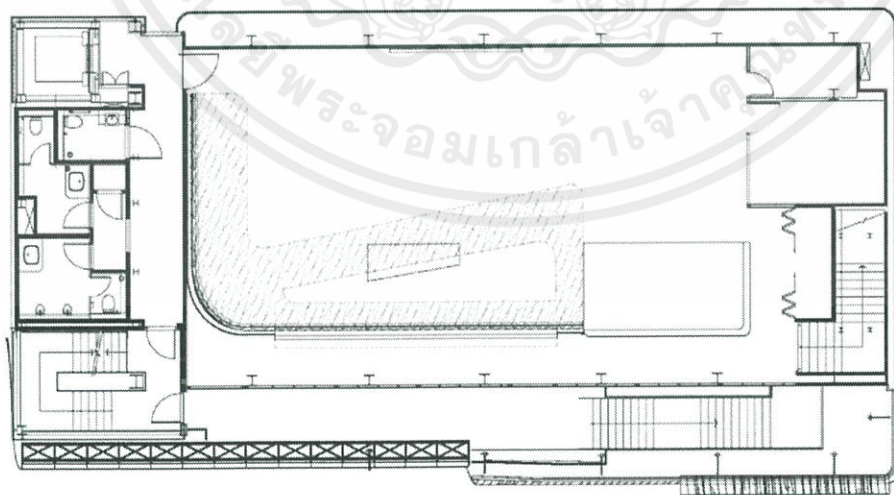
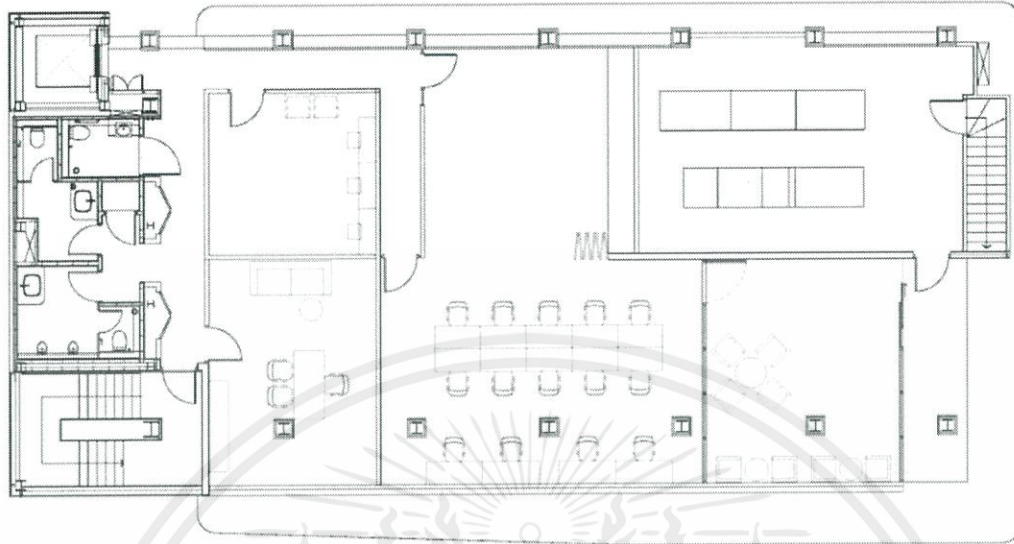


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผังอาคาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกตัวอาคารที่จะนำมาใช้ในโครงการโดยให้คะแนนตามเกณฑ์ต่างๆที่กำหนดดังต่อไปนี้

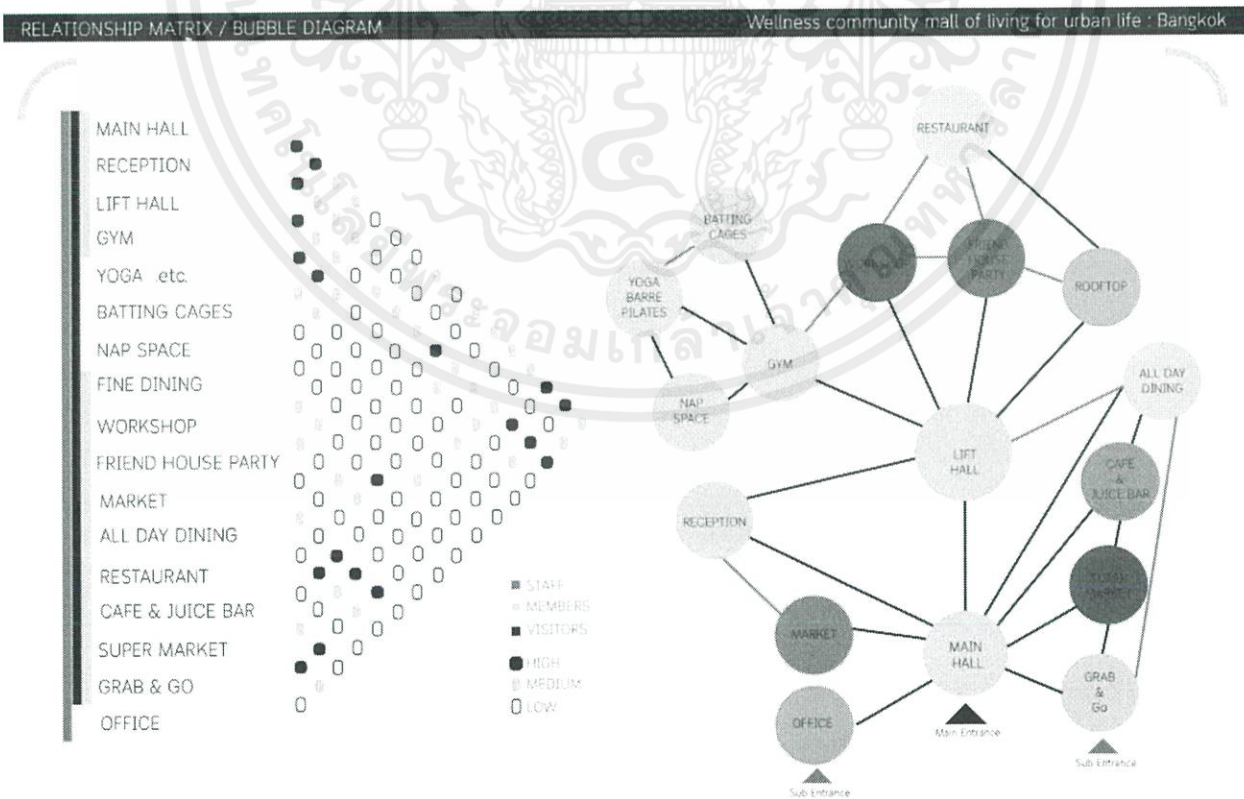
เกณฑ์ \ สถานที่	Habito Mall	Terrace49	Now 26
ลักษณะตัวอาคารมีลักษณะเป็นคอมมูนิตี้มอลล์ และมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ	3	3	2
ลักษณะตัวอาคารที่ทางสัญจรที่หลากหลาย	3	2	1
พื้นที่การใช้งานและพื้นที่ภายใน เชื่อมถึงกันและแบ่งสัดส่วนชัดเจน	3	2	1
การเข้าถึง ทางเข้าหลักจากโครงการที่ชัดเจน	2	2	1
พื้นที่โดยรอบอาคารส่งเสริมและสัมพันธ์กับกิจกรรมต่างๆ	2	1	0
รูปลักษณะภายนอกอาคารที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของโครงการ	3	2	2
รวม	16	12	7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ * ค่าน้ำหนักคะแนน 3 = มากที่สุด
 2 = มาก
 1 = ปานกลาง
 0 = น้อย

จากการพิจารณาอาคารทั้ง 3 แห่ง อาคารที่มีความเหมาะสมกับโครงการมากที่สุดคือ Habito Mall เนื่องจากอาคารมีลักษณะเป็นคอมมูนิตีมอลล์มากที่สุด มีทางสัญจรที่หลากหลายและครบวงจร เช่นบันไดเลื่อน บันไดธรรมดา และบันไดหนีไฟ รวมถึงลิฟท์ มีการแบ่งพื้นที่การใช้งานอย่างชัดเจน เข้าถึงง่าย มีโซน Common area ตรงกลาง หลังคา และระเบียง ที่สามารถเพิ่มกิจกรรมเข้าไปได้ ลักษณะอาคารเหมาะกับสังคมเมืองสมัยใหม่ที่อยากเปิดรับบรรยากาศที่แปลกใหม่

4.4 การวิเคราะห์ตารางค่าความสัมพันธ์และการวิเคราะห์สัมพันธ์วงกลม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 การวิเคราะห์พื้นที่

PIE CHART

Wellness community mall of living for urban life : Bangkok

Element	Area (sq.m.)	Percent (%)
Main Hall	207.22	7.67
Playground / Picnic	232.57	8.61
Super Market	70.33	2.60
Market	58.50	2.16
Grab and go	64.35	2.38
All day dining	440.22	16.30
Cafe	28.15	1.04
Juice bar	9.217	0.34
Workshop	165.39	5.79
Nap space	39.33	1.45
Friend House Party	74.10	2.74
Fine dining restaurant	119.54	4.42
Gym	1044.44	38.69
Organic spa	89.60	3.32
Office	35.00	1.32
Back of the house	30.57	1.15
Total	2600.45	



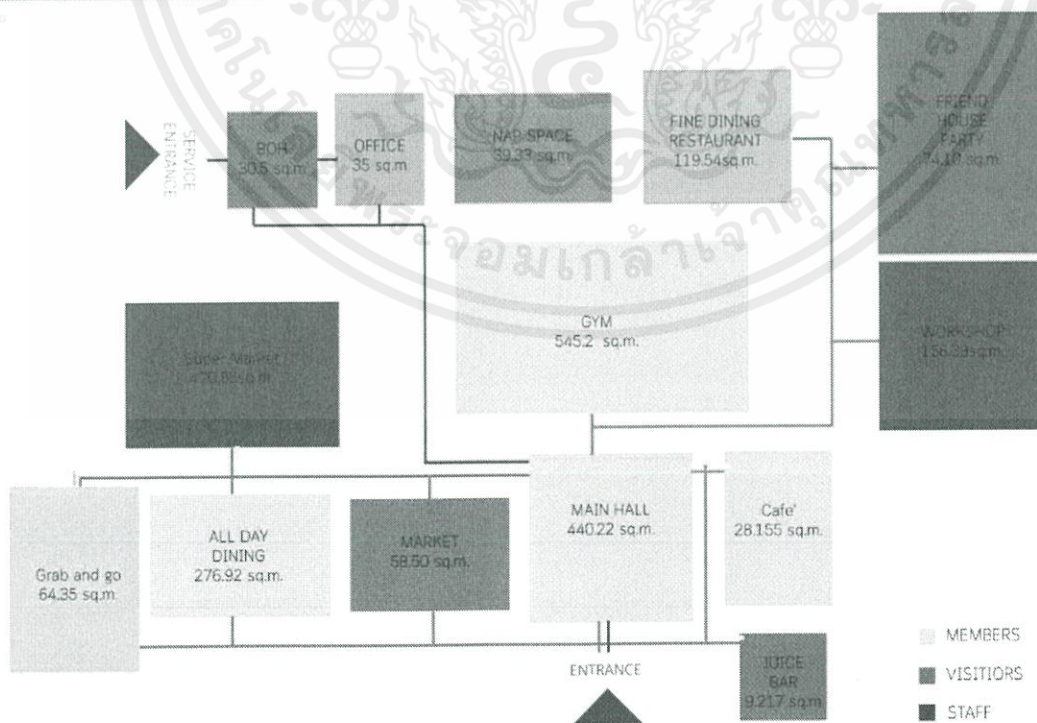
- MAIN HALL
- PLAYGROUND / PICNIC
- SUPER MARKET
- MARKET
- GRAB AND GO
- ALL DAY DINING
- CAFE
- JUICE BAR
- WORKSHOP
- NAF SPACE
- FRIEND HOUSE PARTY
- FINE DINING RESTAURANT
- Gym
- ORGANIC SPA
- OFFICE
- BACK OF THE HOUSE

นางสาว พรพรรณ หงษ์พรหม รหัส 56020140
 คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

4.6 การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอยในอาคาร

FUNCTIONAL DIAGRAM

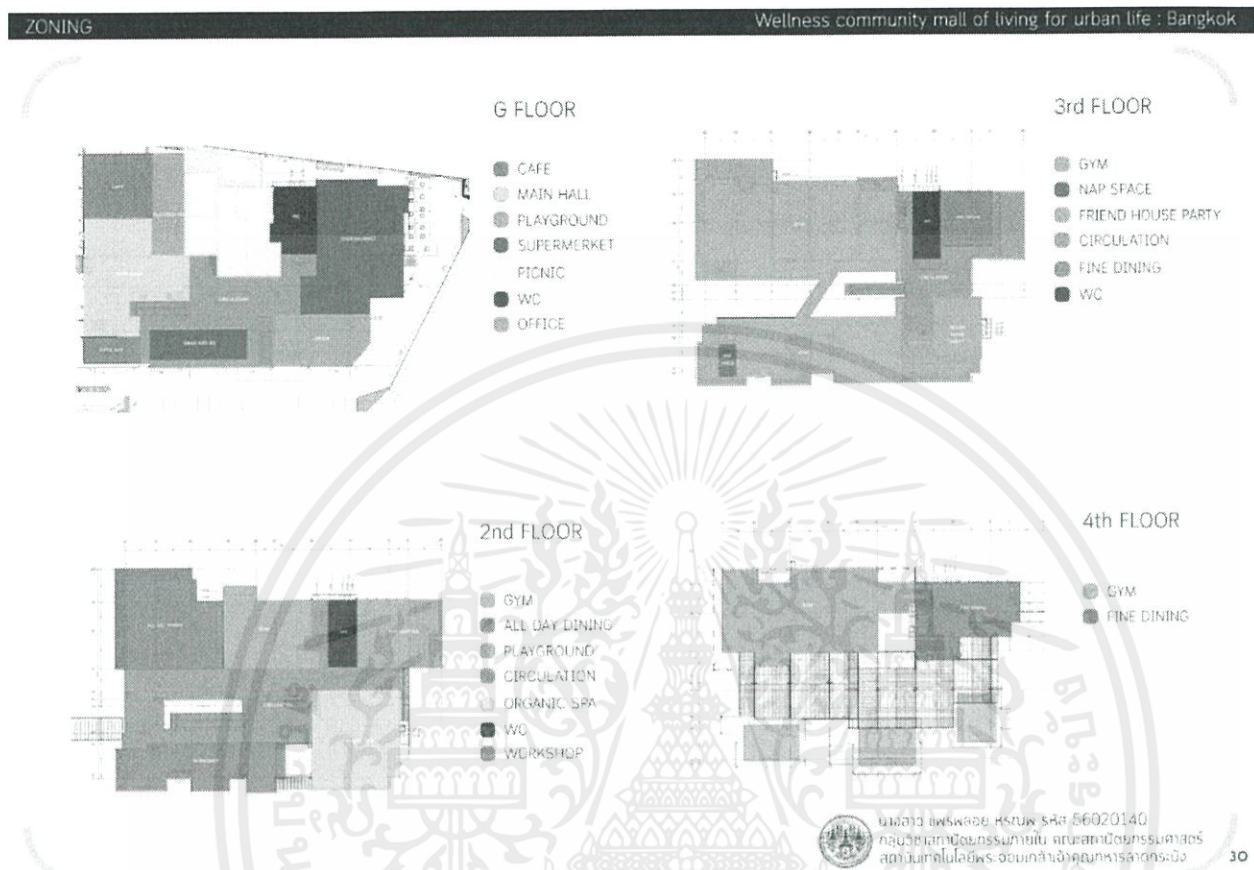
Wellness community mall of living for urban life : Bangkok



นางสาว พรพรรณ หงษ์พรหม รหัส 56020140
 คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญูญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7 การแบ่งเขตพื้นที่



4.8 แนวความคิดในการออกแบบ

DESIGN CONCEPT Wellness community mall of living for urban life : Bangkok

GET SET means prepare yourself to be ready

GO YELLOW means comfort, liveliness, ptimism, summer, happiness, energy and FAMILY



เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของโครงการเชิงนันทนาการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
 นางสาว พรพรรณ หรรษา สหส 56020140
 คณะวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

4.9 ภาพลักษณ์ของโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

บรรณานุกรม

- การเข้าถึงข้อมูลประกอบโครงการ

<http://www.nationtv.tv/main/content/378530071/>

<https://www.independent.co.uk/review%20of%20the%20year/lifestyle-review-of-the-year-2017-trends-health-fitness-beauty-wellbeing-a8093016.html>

- ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่สุขุมวิท

<http://www.sukhumvitlife.com/place/%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B8%A1%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%97->

[%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2-%E0%B9%84%E0%B8%A5%E0%B8%9F%E0%B9%8C/](http://www.sukhumvitlife.com/place/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2-%E0%B9%84%E0%B8%A5%E0%B8%9F%E0%B9%8C/)

<http://bangkok250.org/thonglor-ekamai/>

<http://www.culturedcreatures.co/%E0%B8%97%E0%B8%B0%E0%B8%A5%E0%B8%B8-%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%A2/>

- Habito Mall เลขที่ 45/19 ถนน สุขุมวิท Khwaeng Phra Khanong Nuea, Khet Watthana, Krung Thep Maha Nakhon 10110

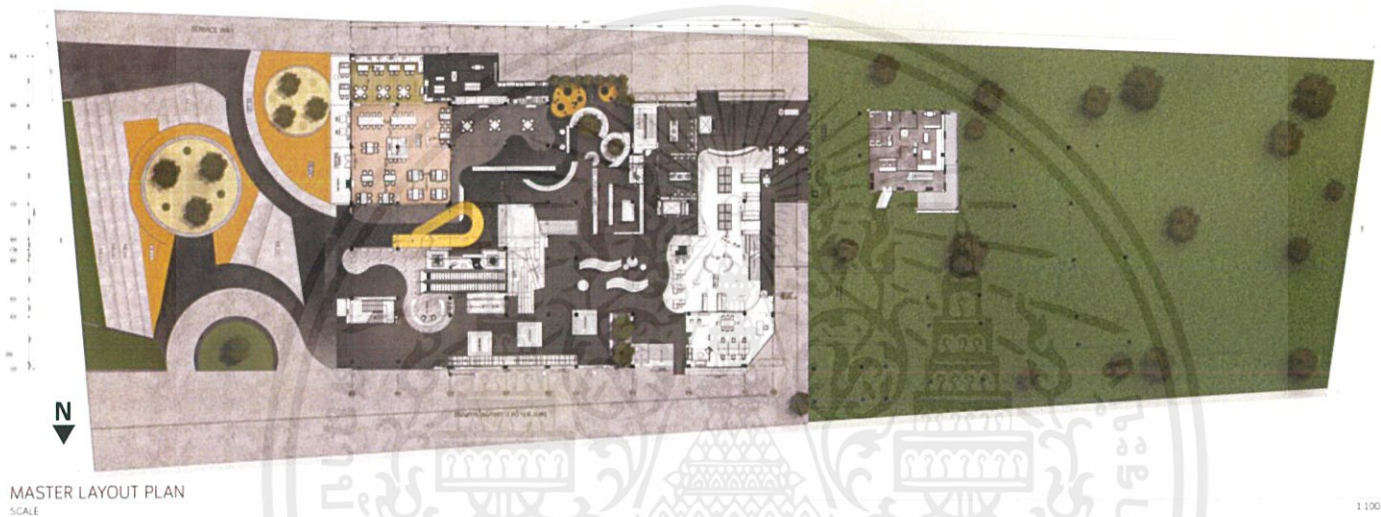
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

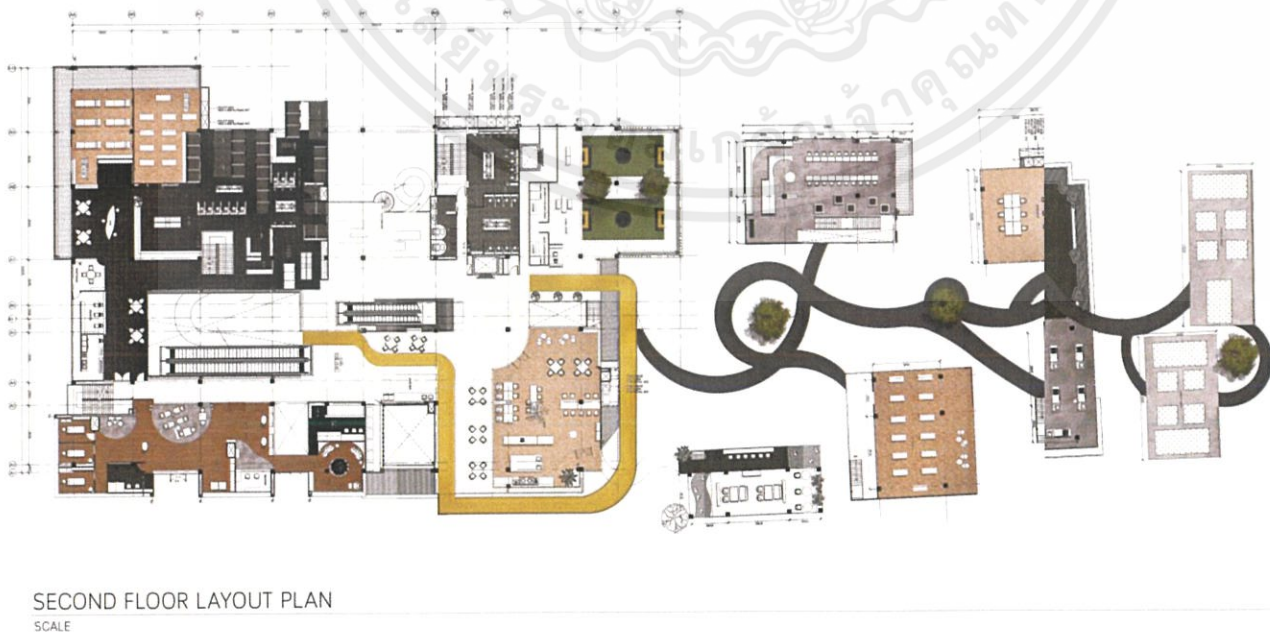
รายละเอียดผลงานการออกแบบ

5.1 แผนแสดงผังบริเวณและผังเฟอร์นิเจอร์

5.1.1 Master Layout plan

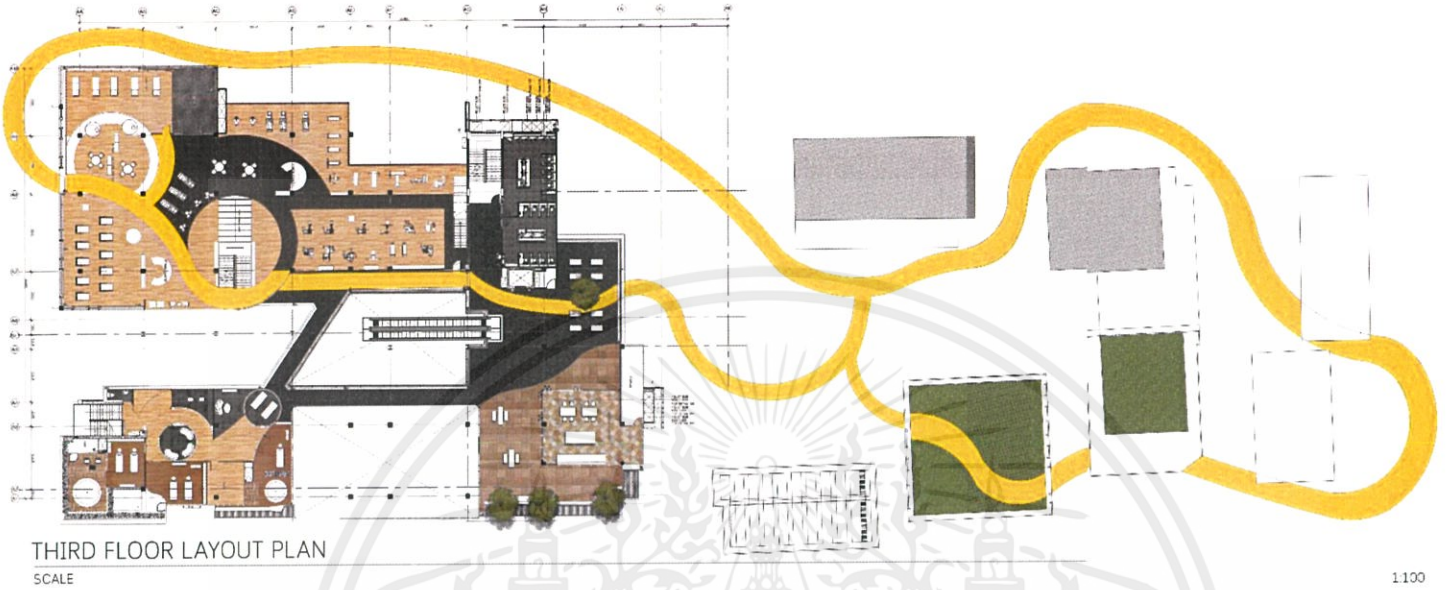


5.1.2 Second floor layout plan



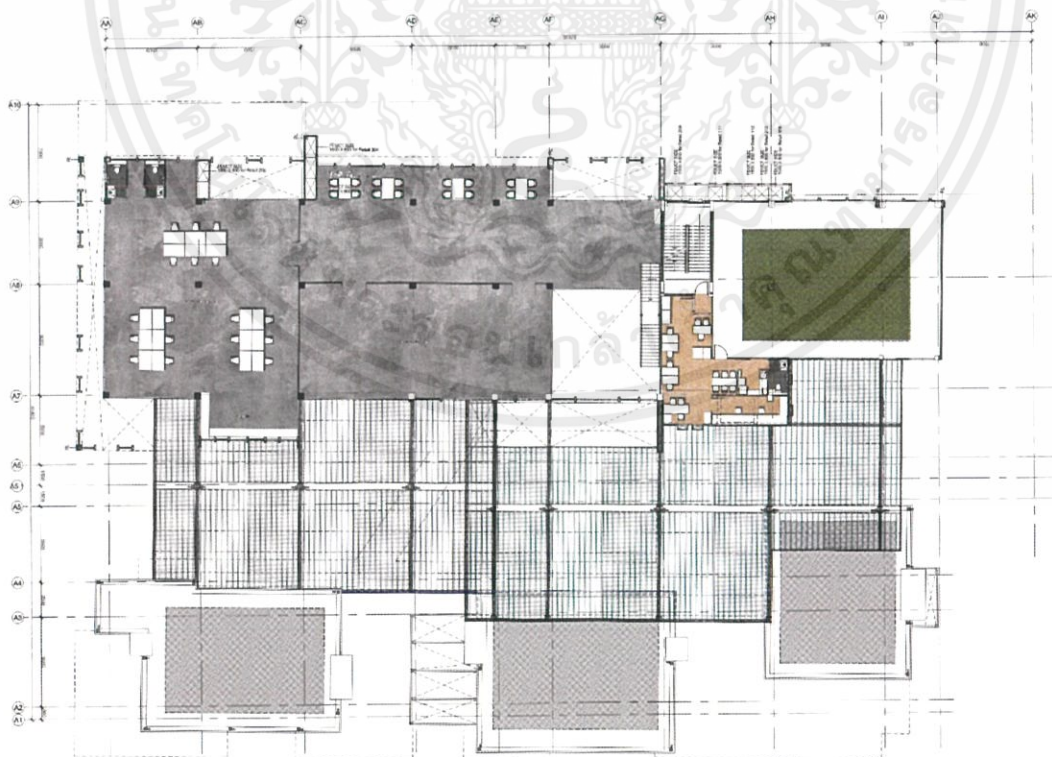
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 Third floor layout plan



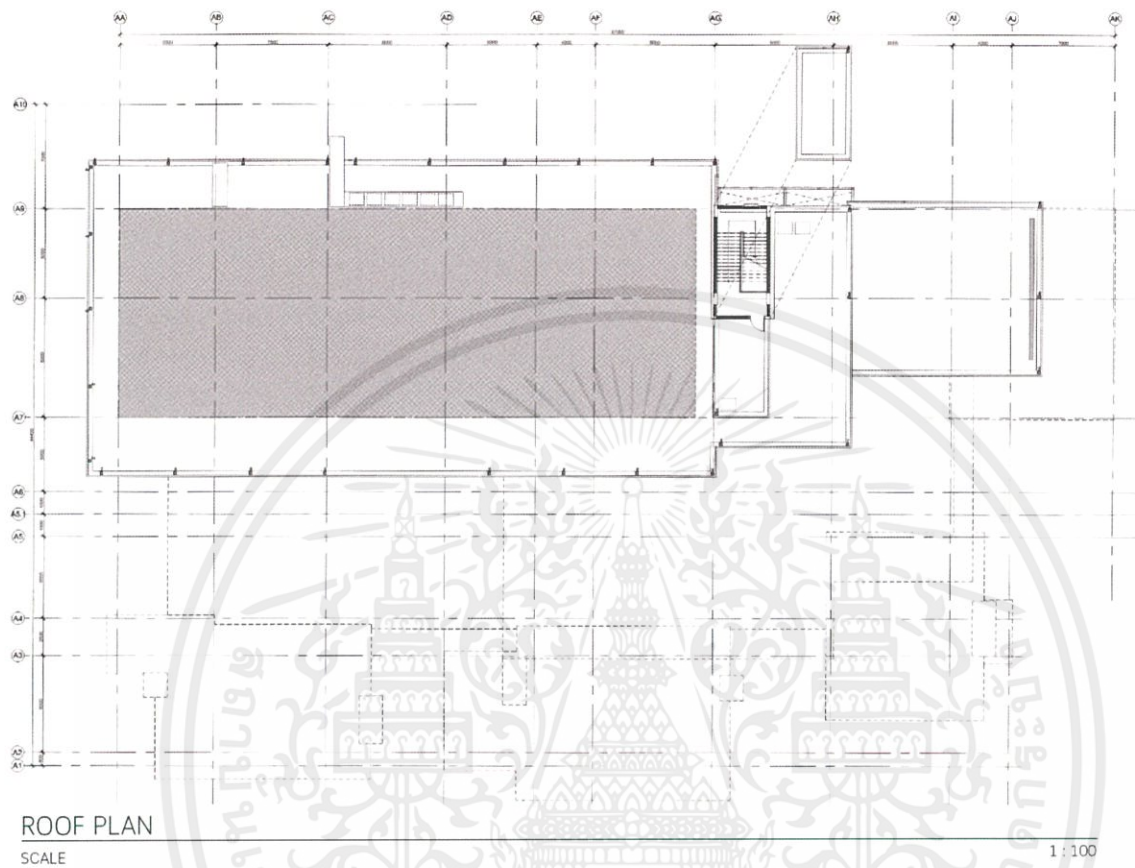
1100

5.1.4 Fourth floor layout plan

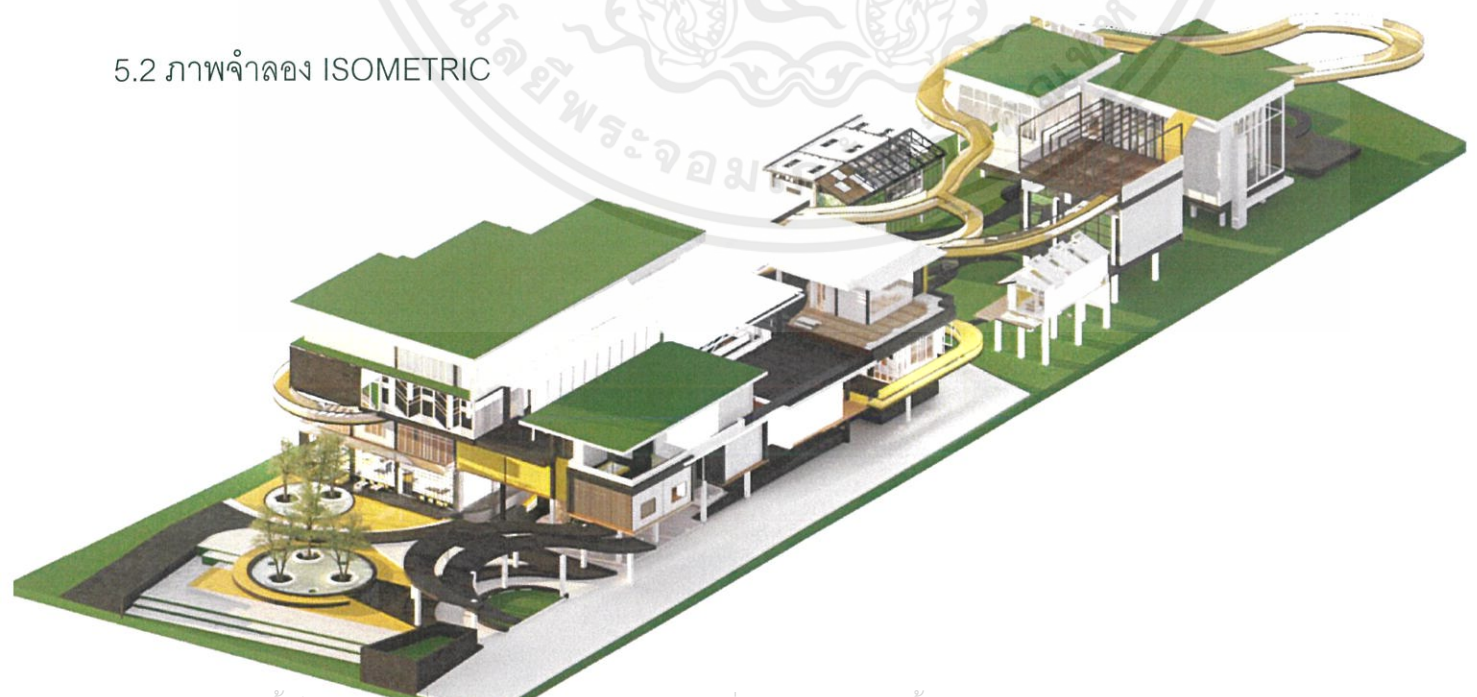


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.5 Roof plan



5.2 ภาพจำลอง ISOMETRIC



เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 Perspective

5.3.1 Exterior



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2 Get healthy stay healthy / Restaurant



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.3 Get chillax / Playground



5.3.4 Get goods home / Supermarket



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

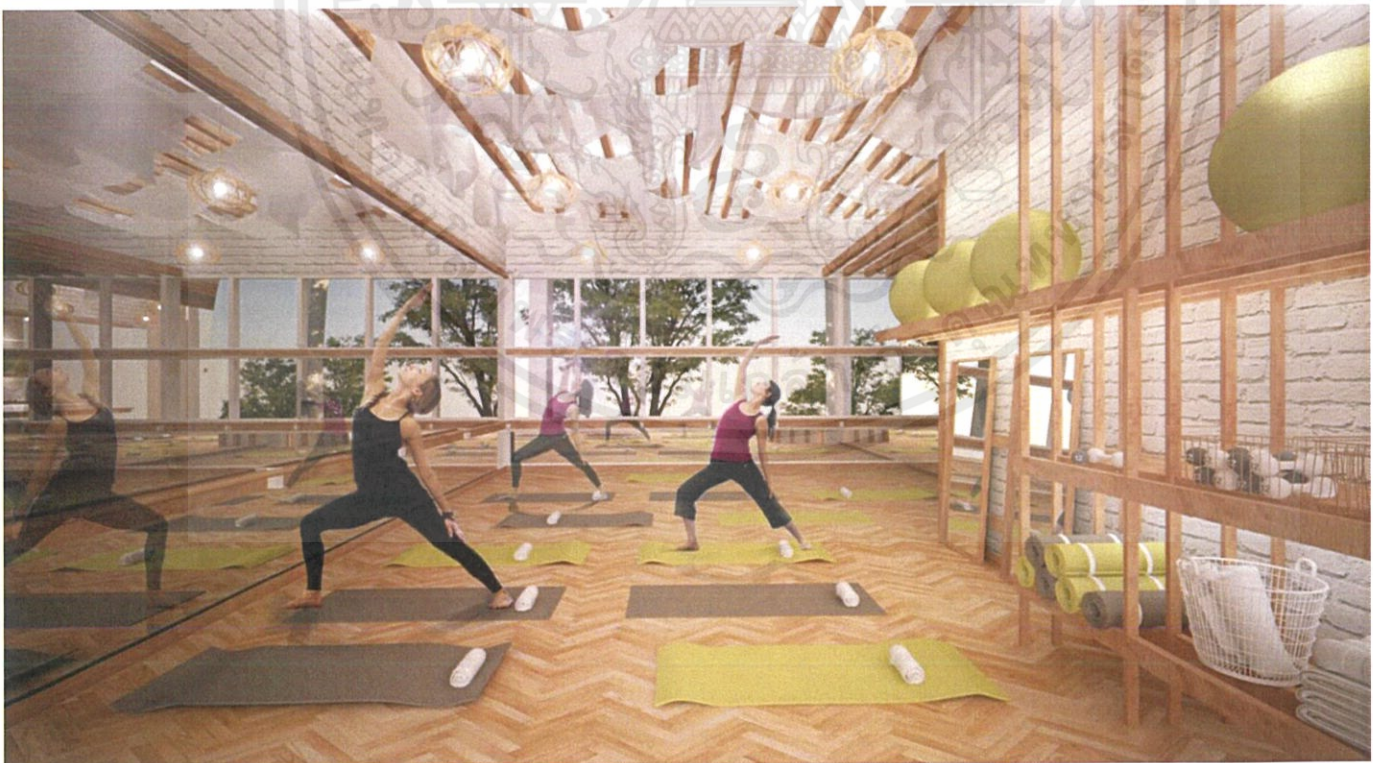
5.3.5 Get high to next level / common area



เอกสารนี้เป็นเอกสารงานวิจัยสำหรับการใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่าการณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีการนำข้อมูลไปใช้
ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ครั้งที่มีการนำไปใช้



5.3.6 Set your body / Gym



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



5.3.7 Slowly boost up / Gym



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

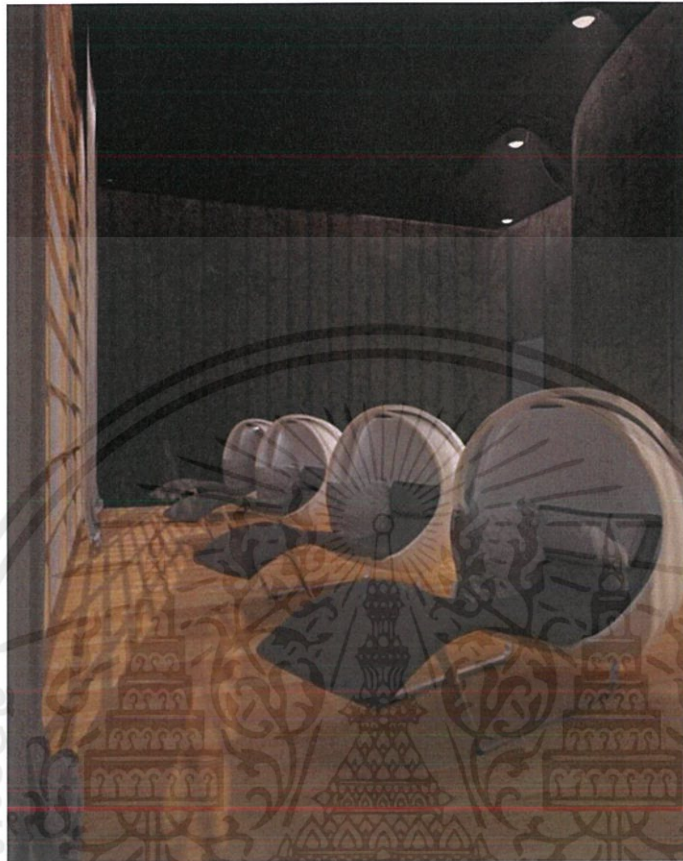


5.3.8 Set off / pace



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.9 Set you free / Nap space



5.3.10 Set you down / Gym



5.3.11 Set your body



เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทฯ ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
หากไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

5.3.12 Café



การปรับปรุงอาคารสำนักงานเป็นศูนย์รวมการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.13 Pace / Run up dine above

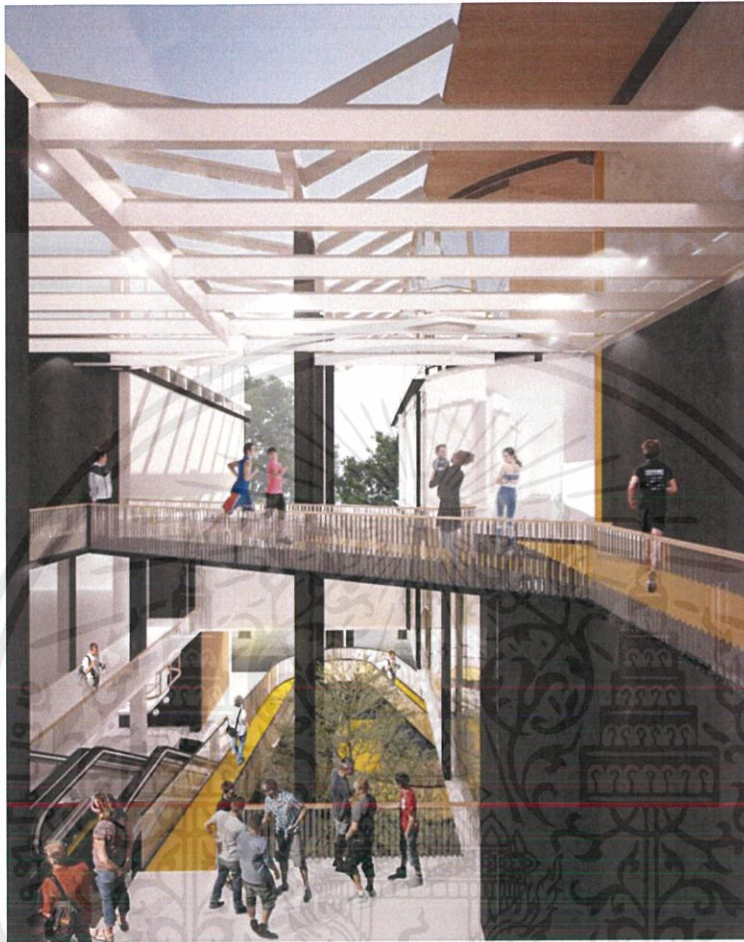


5.3.14 Just fine / Fine dining

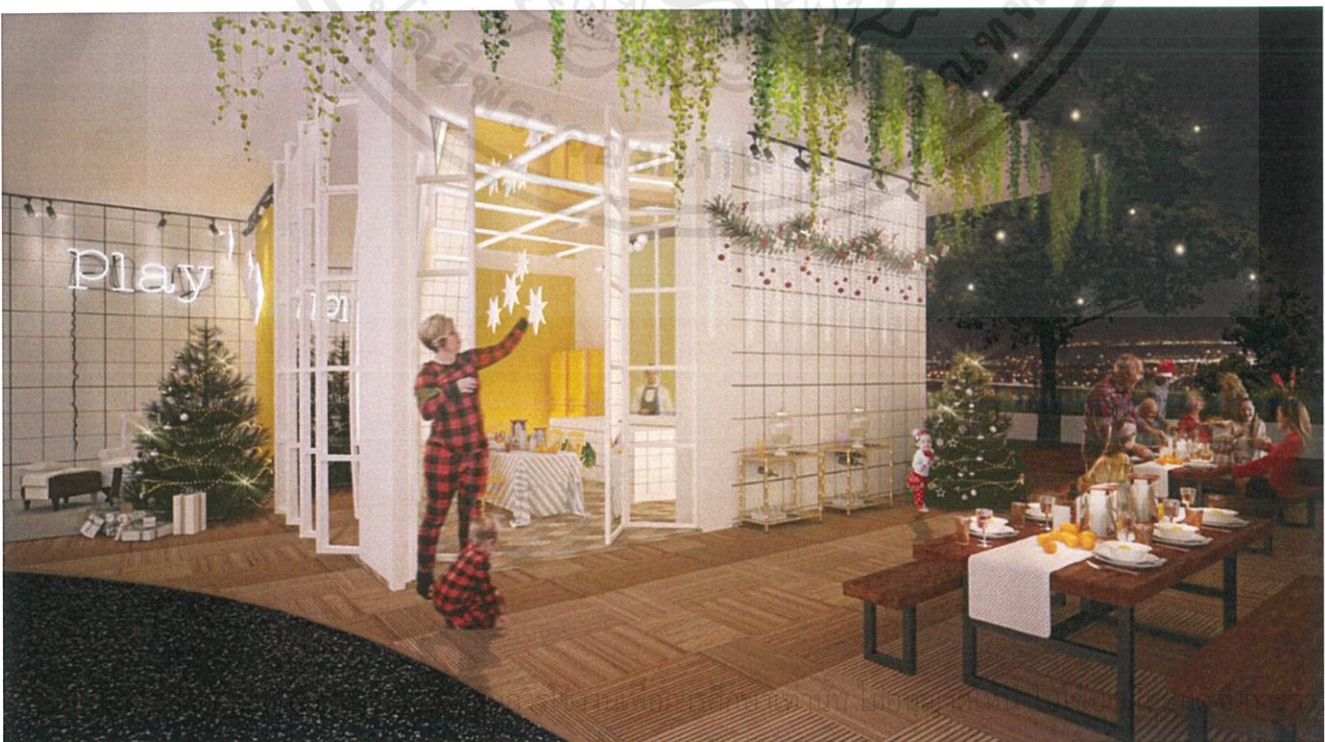


เอกสารนี้เป็นเอกสารของบริษัทฯ ใช้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นใดได้
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

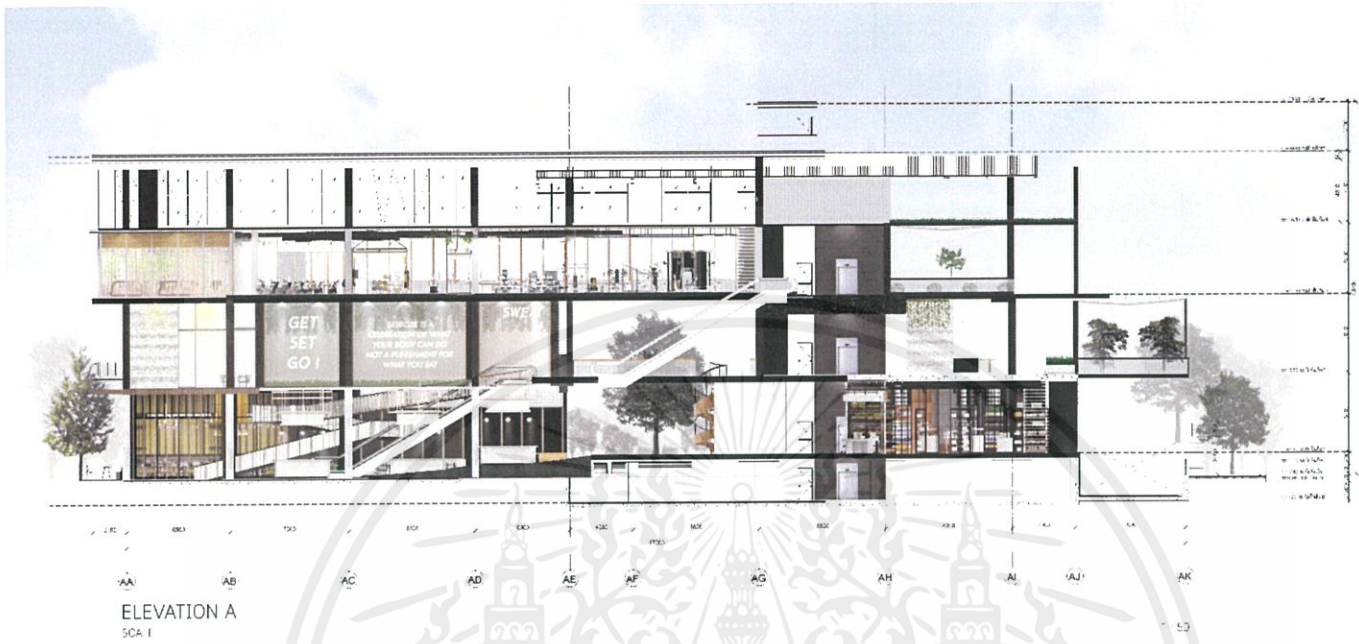
5.3.15 Get high to next level / Common area



5.3.16 Go get fun / Friend house party



5.4 Section



5.5 Page Presentation

GET SET GO

We are in the heart of Bangkok
Access by BTS Ekamai station
Public car and we do have parking

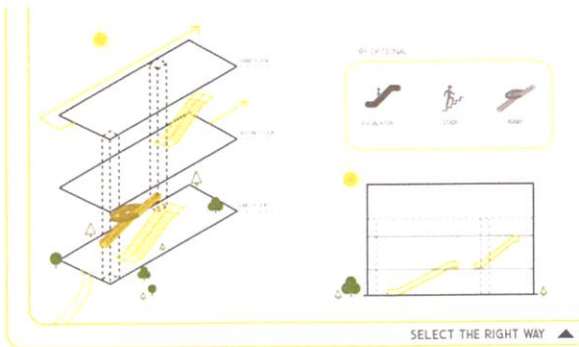
ON YOUR MARK
GET SET
"GO"
ON YOUR WAY
TO BEING
SUCCESSFUL

Find us between Ekamai 9 and 11
Sukhumvit 63 Wattana Bangkok

Total area 12,800 sq.m

WHAT WE WANT TO GIVE ?	WHAT'S CUSTOMER GET ?
<p>THIRD PLACE</p>	<p>HEALTH NEW EXPERIENCE FUN</p>
<p>HELPING AGRICULTURE</p>	<p>SUPPORT HEALTH ACTIVITIES</p>
<p>GROW-HEALTH BUSINESS</p>	<p>HEALTH TRENDY ORGANIC LIVING</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการ
 ไม่ว่าการใช้เอกสารนี้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางเรามีให้ตัดแปลงเนื้อหาและตียงย่ของเงงของเอกสารทุกตวงทมิกรานาเบเซ



▶ 6 SET YOUR BODY



ORGANIC SPA IN THE MIDDLE OF CHAOS

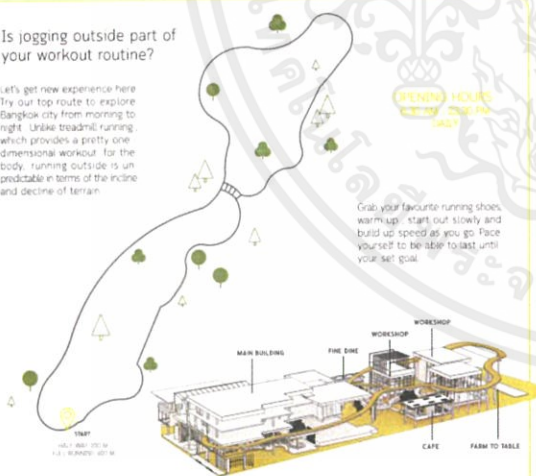
Through the gap in the community, you can take a rest and relax in our calm spa. We offer many kinds of organic spa which you can take your choice for a special promotion to enjoy your valuable healthy time.



Is jogging outside part of your workout routine?

Let's get new experience here. Try our top route to explore Bangkok city from morning to night. Unlike traditional running which provides a pretty one-dimensional workout for the body, running outside is unpredictable in terms of the incline and decline of terrain.

Grab your favourite running shoes, warm up, start out slowly and build up speed as you go. Face yourself to be able to last until your set goal.



RUN UP DINE ABOVE

Explored more what to do use the map than go

What do you prefer for dinner? To enjoy cuisine that could not replicate at home. Many dishes in our fine dining restaurant are extremely labor-intensive, use rare and organic from Thai agricultural and highly specialized equipment.

I did the right sequence. We are serving starters I hot I cold. Next up are the first course through the sweet. Booking first by call as then come to get a precious table and wonderful moment.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.6 Model



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

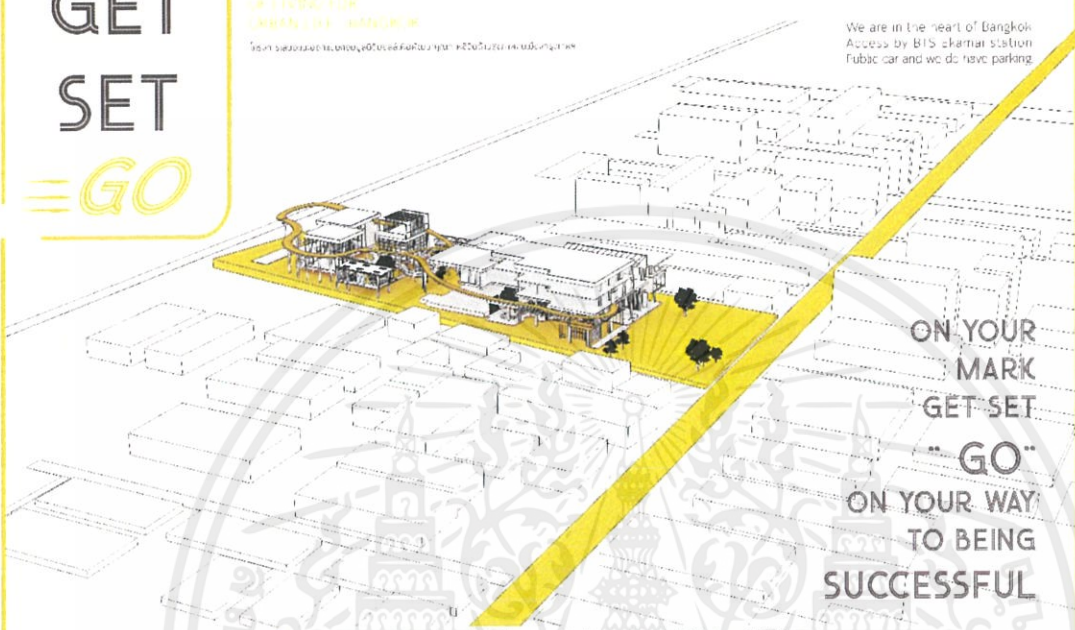


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.7 Page presentation for exhibition

GET SET =GO


We are in the heart of Bangkok
Access by BTS Ekamai station
Public car and we do have parking



ON YOUR MARK
GET-SET
"GO"
ON YOUR WAY
TO BEING
SUCCESSFUL


● Find us between Ekamai 9 and 11 Sukhumvit 63, Wattana Bangkok Total area 12,800 sq.m.

WHAT WE WANT TO GIVE ?




THIRD PLACE

WHAT'S CUSTOMER GET ?



VIRTUAL NEW EXPERIENCE




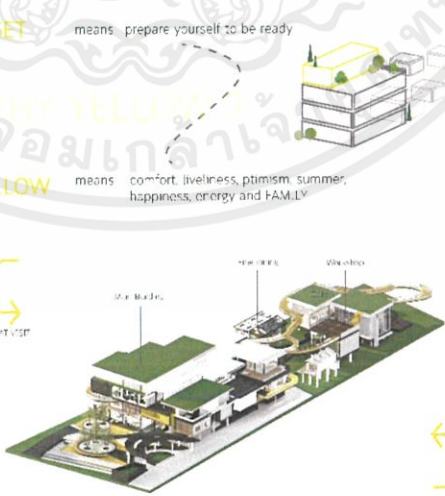
GET SET


means prepare yourself to be ready

GO YELLOW


means comfort, liveliness, optimism, summer, happiness, energy and FAMILY







START



GET SET

DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE
FACULTY OF ARCHITECTURE
KING MONGLAKRAJONGKORN INSTITUTE OF TECHNOLOGY, BANGKOK

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1st FLOOR

GET HIGH TO NEXT LEVEL



GET HEALTHY STAY HEALTHY



GET CHILLAX



GET GOODS HOME



2nd FLOOR

SET YOUR BIDY

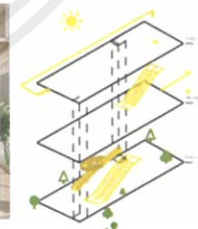


3rd FLOOR

OPENING HOURS
8.30 AM - 23.30 PM
DAILY



CHOOSE YOUR RIGHT WAY



RUN UP DINE ABOVE



GO GET FUN



GET SET



DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE
FACULTY OF ARCHITECTURE
KING MON GKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้