

โครงการเสนอแนะออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน
ศูนย์ความงามและสปาแบรนด์ลักซ์
INTERIOR ARCHITECTURAL DESIGN PROPOSAL PROJECT FOR
LUSH BEAUTY AND SPA CENTER



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2019

FACULTY OF ARCHITECTURE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
(สถาปัตยกรรมภายใน)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อันธิกา สวัสดิ์ศรี)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบบัณฑิตวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อันธิกา สวัสดิ์ศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุมพร มูรพันธ์

รองศาสตราจารย์ ทรงชม จุลาสัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญานินทร์ รัชชวงค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาติ มธุการ

ประธานกรรมการ

รองประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการและเลขานุการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการเสนอแนะออกแบบสถาปัตยกรรมภายในศูนย์ความงามและสปา แบรนด์ลัช
นักศึกษา	นางสาวกนิษฐภัทร ดอนตู
รหัสประจำตัว	58020107
หลักสูตร	สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2562
ที่อยู่	82/334 หมู่ 9 ถ.กัลปพฤกษ์ เขตบางแค แขวงบางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10160
โทรศัพท์	06-5505-1416
Email address	mewkanit@outlook.com
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รศ. ทรงชม จุลาสัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ LUSH BEAUTY AND SPA CENTER ศูนย์ความงามและสปา แบรินด์ลัช เกิดขึ้นเนื่องจากได้พบกับแผนแนวคิดพัฒนาพื้นที่บริเวณสยามสแควร์ที่ต้องการพัฒนาบริเวณนี้เป็นย่านครีเอทีฟและย่านนวัตกรรมและแฟชั่นของคนรุ่นใหม่มา ร่วมการแชร์ประสบการณ์ของตัวเอง และแบรนด์ LUSH เป็นแบรนด์ที่เป็นผู้นำในเรื่องของเทรนด์ใหม่ๆ แฟชั่น และเครื่องสำอางค์ที่มีรูปแบบแปลกไม่เหมือนใครทำด้วยวิธีแฮนด์เมด ที่นอกจากจะผลิตเครื่องสำอางแล้วยังใช้นวัตกรรมมาใช้ในการผลิต

จากข้อสรุปดังกล่าวทำให้ผู้ทำวิทยานิพนธ์สนใจทำวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับพื้นที่ให้บริการด้านความงามและสปาและในขณะเดียวกันเป็นพื้นที่ให้กลุ่มคนร่วมทำประโยชน์ให้กับสังคมยังสามารถมาร่วมกันครีเอทีฟสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นตามนโยบายของแบรนด์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน) ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2562 เพื่อเป็นข้อมูลเกี่ยวกับโครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน LUSH BEAUTY AND SPA CENTER ศูนย์ความงามและสปา แบรินต์ซ์การศึกษาและเสนอแนะโครงการนี้ มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมและเสนอแนะแนวความคิดเกี่ยวกับเครื่องสำอางค์และผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและยังคำนึงถึงผลกระทบต่อทางสังคมต่างๆ โดยทุกๆ ผลิตภัณฑ์ของ LUSH จะมาจากการช่วยเหลือปัญหาต่างๆ ทั่วโลกและยังส่งเสริมให้ผู้ใช้หันมาสนใจคุณสมบัติประโยชน์ที่จะได้จากวัตถุดิบมากกว่าที่จะสนใจแพ็คเกจที่สวยงาม

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เวลาในการจัดทำต่อเนื่อง ข้อมูลที่ศึกษาและเก็บรวบรวมมาเป็นข้อมูลที่ใช้ในปัจจุบัน ซึ่งอาจมีการปรับปรุงและแก้ไขหลังจากที่ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมไปแล้ว ดังนั้นหากมีข้อผิดพลาดประการใด ทางผู้จัดทำจึงขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วยและข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะสามารถทำประโยชน์ให้แก่การศึกษาและออกแบบต่อไป

นางสาวกนิษฐภัทร ดอนคู่
ผู้จัดทำ

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ทั้งนี้ต้องขอขอบคุณ

1. ขอบพระคุณครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจคอยสนับสนุนในทุกๆด้านตามที่ลูกขอ ให้กำลังใจลูกเสมอมา ตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

2. ขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ทรงชม จุลาสัย จะไม่สามารถมาถึงจุดนี้ได้ หากไม่มีคำแนะนำจาก อาจารย์ตั้งแต่คิดจะทำโครงการนี้ขึ้นมีอาจารย์ให้คำปรึกษาดีๆมาตลอดตั้งแต่การเลือกอาคารและโลเคชั่นที่เหมาะสมกับโครงการ อาจารย์จะคอยให้กำลังใจและช่วยในเรื่องของDetailเล็กๆในโครงการจนไปถึงในคำแนะนำการDEVELOP CONCEPT DESIGN จนสามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี

3. ขอบพระคุณ ผศ.ชาลี มธุรการ และ ผศ.ดร.ญาณินทร์ รักรวงศ์วาน ที่คอยให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ ในตรวจการกลุ่มร่วมกัน ทั้งในเรื่องของการวางผังการ DEVELOP CONCEPT DESIGNต่างๆรวมทั้งให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์

4. ขอบคุณเพื่อนๆที่คอยให้กำลังใจและให้คำแนะนำขอบคุณ หมิว มาย โบว์ มุก นัส ที่เป็นเพื่อนให้คำปรึกษาดีๆตลอดระยะเวลา5ปี และแพร์ ที่อยู่กับเราในช่วงสุดท้ายของการทำธีสิสขอบคุณจริงๆ

5. ขอบคุณรุ่นพี่และรุ่นน้องในภาควิชาสถาปัตยกรรมภายในสายรหัสรวมทั้งสายโครทิสที่ตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์ให้คำปรึกษาดีๆและถามไถ่มาตลอด

สุดท้าย ณ ที่นี้ ขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังและอาจารย์ทุกๆท่าน รุ่นพี่ทุกคน ที่ให้ความรู้ ให้ประสบการณ์ ให้ช่วงเวลาดีๆ ที่เกิดขึ้นมาตลอด 5ปีที่ศึกษาอยู่ที่นี้และต่อจากนี้จะเก็บไว้เป็นความทรงจำตลอดไป

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	V
คำนำ.....	VI
กิตติกรรมประกาศ	VII
สารบัญ	VIII
สารบัญตาราง	X
สารบัญภาพ	XI
บทที่ 1	15
1.1 ประวัติความเป็นมา และความสำคัญโครงการ.....	15
1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ	16
1.3 เหตุผลในการเสนอแนะ	17
1.4 วัตถุประสงค์โครงการ.....	17
1.5 กลุ่มเป้าหมาย	17
1.6 ภาพลักษณ์โครงการ.....	19
1.7 ที่ตั้งและการเข้าถึงโครงการ	20
1.8 ลักษณะทางกายภาพของโครงการ	22
1.9 สภาพแวดล้อมโครงการ.....	25
1.10 การวิเคราะห์อาคาร(BUILDING ANALYSIS).....	28
1.11 การวิเคราะห์ที่ตั้ง (SITE ANALYSIS)	29
บทที่ 2	31
2.1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ	31
2.2 ข้อมูลสนับสนุนโครงการ.....	48
บทที่ 3.....	56
3.1 กรณีศึกษา.....	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4.....	70
บทที่ 5.....	80
5.1 สภาพแวดล้อมภายในและวัสดุ.....	80
5.2 การวิเคราะห์และแนวความคิดในการออกแบบ.....	83
บทที่ 6.....	92
6.1 ผังบริเวณของอาคาร.....	92
6.2 ผังเฟอร์นิเจอร์(Furniture Layout).....	93
6.3 ผังเพดานและแสดงตำแหน่งดวงโคม (Reflected ceiling floor plan).....	95
6.4 รูปด้านของอาคาร (Elevation).....	97
6.5 รูปตัดของอาคาร (Section).....	97
6.6 ภาพทัศนียภาพภายในโครงการ.....	98
บรรณานุกรม.....	110
ภาคผนวก.....	111

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงขอบเขตและขอบข่ายของวิทยานิพนธ์.....	50
ตารางที่ 2.2 ตารางรายละเอียดข้อกำหนด.....	53
ตารางที่ 2.3 แสดงรายละเอียดประกอบโครงการ.....	54
ตารางที่ 3.1 ตารางวิเคราะห์กรณีศึกษา Panpuri Wellness.....	57
ตารางที่ 3.2 ตารางวิเคราะห์กรณีศึกษา Dii wellness med spa.....	59
ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงกรณีศึกษา Erb spa.....	61
ตารางที่ 3.4 ตารางแสดงกรณีศึกษา Glamy Beauty Sport.....	63
ตารางที่ 3.5 ตารางแสดงกรณีศึกษา Villa de Murir Store.....	65
ตารางที่ 3.6 ตารางแสดงกรณีศึกษา Nordic Bros Design Community.....	67
ตารางที่ 3.7 ตารางแสดงกรณีศึกษา Professional Cooking School in Ancient Slughterhous.....	69
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงการวิเคราะห์การเข้าใช้งานในโครงการ.....	73
ตารางที่ 4.2 แสดงพื้นที่ส่วน Reception / hall / W.C. BACK OF THE HOUSE.....	74
ตารางที่ 4.3 แสดงพื้นที่ส่วน STORE + SOCIAL SPACE + EVENT SPACE.....	75
ตารางที่ 4.4 แสดงพื้นที่ส่วน STORE + SOCIAL SPACE + EVENT SPACE.....	76
ตารางที่ 4.5 แสดงพื้นที่ส่วน Workshop.....	76
ตารางที่ 4.6 แสดงพื้นที่ส่วน Restaurant.....	77
ตารางที่ 4.7 แสดงพื้นที่ส่วน Cafe.....	77
ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงพื้นที่ส่วน SPA.....	78
ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงพื้นที่ส่วน Beauty & Salon.....	78
ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงพื้นที่ส่วนสปา.....	79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1.1ภาพ ภาพลักษณะโครงการ	19
ภาพที่ 1.2 ภาพแสดงที่ตั้ง	20
ภาพที่ 1.3 ภาพผังบริเวณ.....	22
ภาพที่ 1.4 ภาพผังอาคาร	22
ภาพที่ 1.5 ภาพรูปด้านอาคาร.....	23
ภาพที่ 1.6 ภาพรูปด้านอาคาร.....	23
ภาพที่ 1.7 ภาพรูปตัดอาคาร	24
ภาพที่ 1.8 ภาพรูปตัดอาคาร	24
ภาพที่ 1.9 ภาพถ่ายด้านหน้าโครงการ.....	25
ภาพที่ 1.10 ภาพถ่ายด้านหลังโครงการ.....	25
ภาพที่ 1.11ภาพแสดงทิศเหนือของที่ตั้ง	26
ภาพที่ 1.12ภาพแสดงทิศใต้ของที่ตั้ง	26
ภาพที่ 1.13 ภาพแสดงทิศตะวันออกของที่ตั้ง.....	27
ภาพที่ 1.14ภาพแสดงทิศตะวันตกของที่ตั้ง	27
ภาพที่ 1.15 ภาพถ่ายอาคาร.....	28
ภาพที่ 1.16 ภาพ Site Location	29
ภาพที่ 1.17ภาพ Site Location.....	30
ภาพที่ 2.1 ภาพผังองค์กร Lush.....	47
ภาพที่ 2.2 ภาพ Logo.....	48
ภาพที่ 2.3 ภาพสายบริหารและอัตรากำลัง.....	52
ภาพที่ 3.1ภาพ Reception Panpuri Wellness.....	56
ภาพที่ 3.2 ภาพ Restaurant Panpuri Wellness	56
ภาพที่ 3.3 ภาพ Spa massage room Panpuri Wellness	57
ภาพที่ 3.4 ภาพผังอาคาร	57
ภาพที่ 3.5ภาพ Waiting Area Dii Spa.....	58
ภาพที่ 3.6ภาพ Spa Massage Room Area Dii Spa.....	58
ภาพที่ 3.7ผังอาคาร.....	59

ภาพที่ 3.8ภาพ Shop Erb	60
ภาพที่ 3.9ภาพ Spa Massage Room.....	60
ภาพที่ 3.10ภาพผังอาคาร	61
ภาพที่ 3.11ภาพผังอาคาร	61
ภาพที่ 3.12ภาพ Salon Area.....	62
ภาพที่ 3.13 ภาพ Makeup Area	62
ภาพที่ 3.14 ผังอาคาร	63
ภาพที่ 3.15ภาพ Social Area	64
ภาพที่ 3.16ภาพ Shop	64
ภาพที่ 3.17 ภาพPlan.....	65
ภาพที่ 3.18 ภาพผังอาคาร	65
ภาพที่ 3.19ภาพ Studio	66
ภาพที่ 3.20ภาพ Studio.....	66
ภาพที่ 3.21 ภาพผังอาคาร	67
ภาพที่ 3.22ภาพ Studio.....	68
ภาพที่ 3.23 ภาพ Corridor.....	68
ภาพที่ 3.24 ภาพผังอาคาร	69
ภาพที่ 4.1 ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภาพรวม	70
ภาพที่ 4.2ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ cafe	70
ภาพที่ 4.3ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ Restaurant.....	71
ภาพที่ 4.4ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ Store + social space + event space.....	71
ภาพที่ 4.5ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ workshop	72
ภาพที่ 4.6ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการBeauty and salon.....	72
ภาพที่ 4.7ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการspa	73
ภาพที่ 5.1ความสัมพันธ์ของพื้นที่ทั้งหมด	83
ภาพที่ 5.2ความสัมพันธ์ของพื้นที่Cafe	83
ภาพที่ 5.3 ความสัมพันธ์ของพื้นที่Restaurant.....	84
ภาพที่ 5.4ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Store + Social space + Event space.....	84
ภาพที่ 5.5ความสัมพันธ์ของพื้นที่workshop.....	84
ภาพที่ 5.6ความสัมพันธ์ของพื้นที่Beauty & Salon	85

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.7 ความสัมพันธ์ของพื้นที่Spa.....	85
ภาพที่ 5.8 ความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยรวม.....	86
ภาพที่ 5.9 ความสัมพันธ์ของพื้นที่cafe.....	86
ภาพที่ 5.10 ความสัมพันธ์ของพื้นที่Restaurant.....	87
ภาพที่ 5.11 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Store + Social space + Event space	87
ภาพที่ 5.12 ความสัมพันธ์ของพื้นที่workshop	88
ภาพที่ 5.13 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Beauty and Salon.....	88
ภาพที่ 5.14 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Beauty and Salon.....	89
ภาพที่ 5.15 ภาพการวิเคราะห์ขนาดพื้นที่	89
ภาพที่ 5.16 ภาพการวิเคราะห์ความสำคัญของพื้นที่.....	90
ภาพที่ 5.17 ภาพแสดงการแบ่งเขตพื้นที่	90
ภาพที่ 5.18 ภาพแสดงแนวความคิด	91
ภาพที่ 6.1 ภาพผังบริเวณโครงการ	92
ภาพที่ 6.2 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่1.....	93
ภาพที่ 6.3 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่2.....	93
ภาพที่ 6.4 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่3.....	94
ภาพที่ 6.5 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่4.....	94
ภาพที่ 6.6 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 1	95
ภาพที่ 6.7 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 2	95
ภาพที่ 6.8 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 3	96
ภาพที่ 6.9 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 4	96
ภาพที่ 6.10 ภาพรูปปั้นหน้าอาคาร.....	97
ภาพที่ 6.11 ภาพรูปตัดอาคาร	97
ภาพที่ 6.12 ภาพรูปตัดของอาคาร.....	97
ภาพที่ 6.13 ภาพพื้นที่ด้านหน้า	98
ภาพที่ 6.14 ภาพพื้นที่Reception.....	98
ภาพที่ 6.15 พื้นที่ส่วนRetail store/Social space/Event space.....	99
ภาพที่ 6.16 พื้นที่ส่วนRetail store/Social space/Event space.....	99
1.1.1 ภาพที่ 6.17 พื้นที่บริเวณMakeup area.....	100
1.1.2 ภาพที่ 6.18 พื้นที่บริเวณCorridor.....	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.3 ภาพที่ 6.19พื้นที่ส่วนSkincare area	101
ภาพที่ 6.20 ภาพแสดงพื้นที่ส่วนcafe	101
ภาพที่ 6.21ภาพแสดงส่วนcafe.....	102
ภาพที่ 6.22ภาพแสดงส่วนCommon area	102
ภาพที่ 6.23ภาพพื้นที่ส่วนcook workshop	103
ภาพที่ 6.24ภาพพื้นที่ส่วนCreative workshop	103
ภาพที่ 6.25พื้นที่ส่วนcreative workshop	104
ภาพที่ 6.26ภาพ Garden roof top.....	104
ภาพที่ 6.27ภาพบริเวณRestaurant	105
ภาพที่ 6.28ภาพบริเวณRestaurant	105
ภาพที่ 6.29ภาพบริเวณRestaurant	106
ภาพที่ 6.30ภาพReception spa.....	106
ภาพที่ 6.31 ภาพProduct area	107
ภาพที่ 6.32ภาพFace spa.....	107
ภาพที่ 6.33ภาพBeauty and salon	108
ภาพที่ 6.34ภาพBeauty and salon	108
ภาพที่ 6.35ภาพ Footandhead spa.....	109
1.1.4 ภาพที่ 6.36 All body spa.....	109

บทที่ 1

1.1 ประวัติความเป็นมา และความสำคัญโครงการ

1.1.1 ความเป็นมาโครงการ

Lush ก่อตั้งจากร้านเล็กๆเมืองPooleประเทศอังกฤษ ปัจจุบันได้กิจการทั่วโลกกว่า 950 สาขา

ใน 50 ประเทศ เป็นร้านแรกที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับกลุ่มคนที่ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ แพชั่น และ Lifestyle ของคนกรุงเทพมหานคร Lush ก้าวมาเป็นผู้นำความสำเร็จ จากแนวคิดที่สร้างสรรค์ เป็นผู้คิดค้น และเป็นต้นแบบ ของ บารบอม ยาสีฟันเม็ด แชมพูก้อน สบู่อาบน้ำเจลลี่ มาร์กหน้าสด หลายผลิตภัณฑ์ที่แปลกตา ทำด้วยวิธี Handmade ใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติที่มาจากความช่วยเหลือเกษตรกรทั่วโลก โดยสินค้าจะตามเทรนด์ของโลกอยู่เสมอ และมีนโยบายที่ไม่ทดลองกับสัตว์ เป็นผู้นำอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของโลกที่สนับสนุนการลดบรรจุภัณฑ์ และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม(ที่มา:Lush,2019)

ซึ่งในปัจจุบันแบรนด์ Lush สอดคล้องการใช้ชีวิตของคนในกรุงเทพ มี Lifestyle ให้ความสำคัญในด้านความงามและสุขภาพ ตลอดจน การคำนึงถึงการเลือกใช้สินค้าและบริการที่ไม่ใช้สารเคมี ใส่ใจในส่วนผสม เป็น vegetarian หันมาเลือกบริโภคสินค้าประเภท แบรนด์ มากขึ้นเนื่องจากทำให้รู้สึก ว่าสินค้าและบริการทำมาเพื่อพวกเขาโดยเฉพาะโดยการตัดสินใจเลือกซื้อมาจากข้อมูลทางและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมชอบพบปะสังสรรค์ มีความคิดสร้างสรรค์และเปิดกว้างทางความคิดแชร์ความคิดเห็นอย่างเปิดเผย สนุกกับประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร ทำกิจกรรมที่มีความสุขกับตนเอง (ที่มา:TCDC,2018)

ด้วยสาเหตุข้างต้นจึงเกิดเป็นโครงการ Lush beauty and spa center ที่ตอบโจทย์ Lifestyle การใช้บริการด้านความงามของคนในกรุงเทพในปัจจุบัน ที่ยังเป็นพื้นที่สำหรับพบปะกับกลุ่มเพื่อนอีกทั้งยังส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของ แบรนด์ Lush ในประเทศไทยชัดเจนยิ่งขึ้นในเรื่องของสินค้าบริการตลอดจน นโยบายตลอดจนแคมเปญของแบรนด์ Lush

1.2 เหตุผลสนับสนุนโครงการ

1. เหตุผลทางด้านการใช้ชีวิตของกลุ่มคน Generation Y
 - เพื่อเป็นสถานที่ที่พบปะสังสรรค์ ได้ร่วมกัน Creative สิ่งใหม่ๆ
 - เพื่อส่งเสริมให้คนในกรุงเทพฯหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้นในแง่ของความงาม และ สุขภาพ ที่มา จากวัตถุดิบ vegetarian
 - เมื่อได้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ดี ยังสามารถส่งผลในด้านร่างกาย และจิตใจที่ดีตามมา
2. เหตุผลทางด้านนโยบายแบรนด์ Lush
 - เป็น แบรนด์ แรกที่เป็นผู้นำในการคิดเครื่องสำอางรูปแบบใหม่
 - ผลิตด้วยวิธี Handmade และ บอกส่วนผสมชัดเจน
 - วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต เป็น vegetarian 100% Vegan 80%
 - เพื่อส่งเสริมวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ที่มาจากการช่วยช่วยเหลือเกษตรกรจากทั่วโลก รวมถึง เกษตรกรในประเทศไทย
 - เพื่อลดการเกิดขยะ โดยนำบรรจุภัณฑ์มารีไซเคิล สามารถย่อยสลายได้ หรือบางผลิตภัณฑ์ไม่ ใช้บรรจุภัณฑ์เลย
 - เพื่อต่อต้านการทดลองผลิตภัณฑ์กับสัตว์ทุกชนิด (ที่มา:Lush,2019)
3. เหตุผลทางด้านแคมเปญแบรนด์ Lush ในประเทศไทย
 - ผลักดันในเรื่องของช้างไทย
 - ลดขยะพลาสติก (ที่มา:บ็อบแวนแอส,2018)
4. เหตุผลทางด้านเทรนด์การดูแลสุขภาพ 2020
 - Green Product
 - Green Building
 - Eco Fashion
 - Green Industry (ที่มา:MGR Online,2015)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 เหตุผลในการเสนอแนะ

1. ต้องการให้เป็นพื้นที่ดูแลทั้งด้านความงามและสุขภาพที่ผู้ให้บริการจะได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ
2. เป็นพื้นที่ให้กลุ่มคน Creative ที่มีความชอบเหมือนกันมาพบปะกัน
3. เนื่องจากยังไม่มีเคยมีโครงการประเภทนี้ของ Lush ในเมืองไทย

1.3.1 ภาพลักษณ์โครงการ

LUSH BEAUTY AND SPA CENTER เป็นศูนย์ความงามที่ทุก Facility ใช้วัตถุดิบเป็น vegetarian สดใหม่ ที่ผู้ที่เข้ารับบริการสามารถเลือกวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมได้เอง โดยจะมีคำแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากส่วนผสม จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์โดยตรงจากการใช้ผลิตภัณฑ์ มีพื้นที่สำหรับทำกิจกรรม Creative ผลิตภัณฑ์แบรนด์ Lush รวมถึง ด้านอาหาร มาพบปะกับกลุ่มเพื่อน ตอบโจทย์ Lifestyle ของคนในกรุงเทพ และผู้ที่ชื่นชอบสินค้า แบรนด์ Lush ในเรื่องของการดูแลตัวเองในด้านความงามและสุขภาพ

1.3.2 องค์กรรองรับโครงการ

Lush Fresh Handmade Cosmetic

1.4 วัตถุประสงค์โครงการ

1.4.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อเป็นพื้นที่ที่ให้บริการทางด้านความงามและสุขภาพ ภายใต้ แบรนด์ Lush
- เป็นพื้นที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ แบรนด์ Lush
- เพื่อเป็นพื้นที่ Creative สิ่งใหม่ๆ และ Share ประสบการณ์ใหม่ๆ
- เป็นพื้นที่สำหรับ กลุ่มคนที่เลือกบริโภควัตถุดิบที่มีส่วนผสมเป็น vegetarian

1.4.2 วัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์

- เพื่อศึกษากิจกรรม และพฤติกรรม ของกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์
- เพื่อศึกษาลักษณะการใช้พื้นที่ เหมาะสมกับ กิจกรรมและพฤติกรรม
- เพื่อศึกษาความรู้ด้านการ Developer Design Concept

1.5 กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ แบรนด์ Lush (ที่อยู่ใน Generation Y)
- กลุ่มคนที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตมาจากวัตถุดิบ Vegetarian
- กลุ่มคนรักสิ่งแวดล้อมต้องการ Creative สิ่งใหม่ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

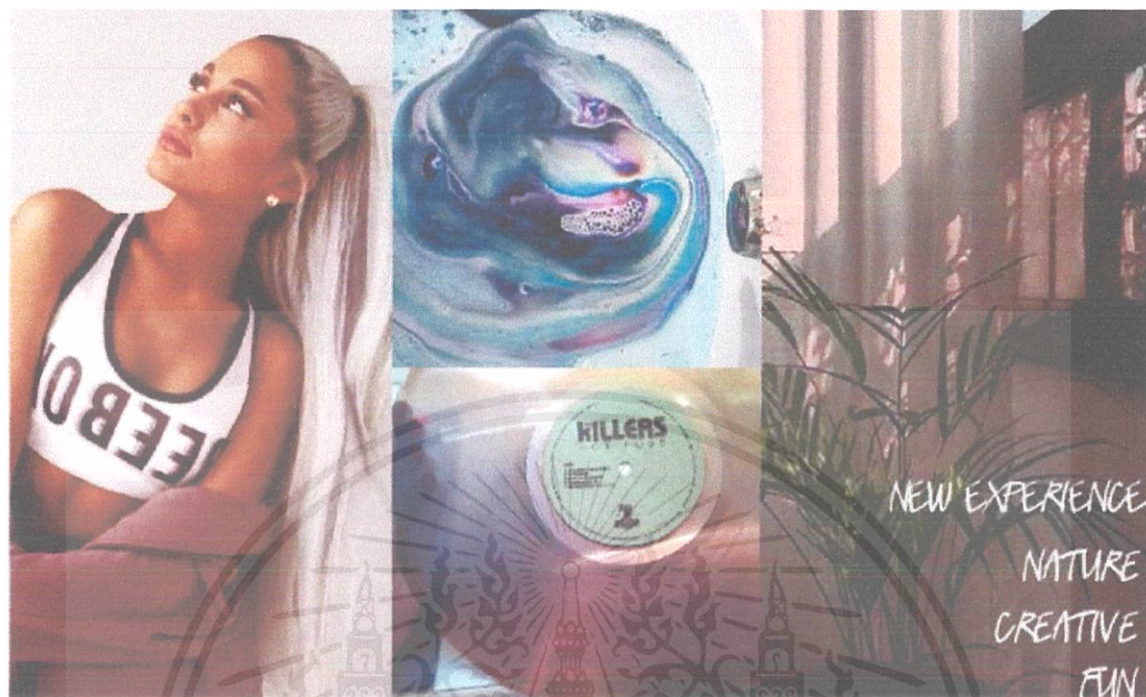
ตารางที่ 1.1 ตารางแสดง กลุ่มเป้าหมาย และ ลักษณะความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
1 กลุ่มผู้ใช้ Product Brand Lush (ที่อยู่ใน Generation Y)	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้ที่มองหาพื้นที่ใช้บริการทางด้าน ความงามและสุขภาพที่ตอบโจทย์ Lifestyle การใช้ชีวิตในกรุงเทพ - เป็นผู้ที่ต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ที่แปลกใหม่ เพื่อร่วมกัน Creative เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ - เป็นผู้ที่มา พบปะ สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน - เป็นผู้ที่ต้องการพื้นที่Share ความประทับใจ Lifestyle การใช้ชีวิตผ่านรูปภาพ ทางSocial media
2 กลุ่มคนที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตมาจาก วัตถุดิบ Vegetarian	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้ที่ชอบสินค้า vegetarian โดยมาเดี่ยวๆ หรือหมู่คณะ - ผู้ที่ต้องการคำแนะนำในการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือ การทำผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีHandmade - ต้องการพื้นที่สำหรับใช้บริการทางด้านต่างๆ เช่น Bar , Restaurant , café , ซื้อผลิตภัณฑ์
3. กลุ่มคนรักสิ่งแวดล้อมต้องการ Creative สิ่งใหม่ๆ	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการพื้นที่สำหรับ Creative ผลิตภัณฑ์ - พื้นที่พบปะของกลุ่มคน Creative เพื่อร่วมกันทำสิ่งใหม่ๆ

*โดยผู้ที่สนใจแบรนด์ Lush คิดเป็น ผู้หญิง 89 % ผู้ชาย 11 % โดยสำรวจจากยอด Follow ทาง Instagram

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ภาพลักษณ์โครงการ



ภาพที่ 1.1 ภาพ ภาพลักษณ์โครงการ

เป็น Beauty & Spa Center ภายใต้แบรนด์ Lush ที่มี Facility ครบครันในด้านความงาม ตอบโจทย์ Lifestyle คนกรุงเทพฯ ที่หันมาดูแลตัวเองกันมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ทุกชนิดเป็น Vegetarian รวมถึงอาหารการกิน ที่ผู้มาใช้บริการจะรู้สึกเหมือนทำแบบ Homemade และเป็นพื้นที่ได้มาร่วมกัน Creative ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในแคมเปญต่างๆ หรือพบปะกลุ่มเพื่อนและกลุ่มที่คนมี Lifestyle เดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ที่ตั้งและการเข้าถึงโครงการ

1.7.1 การวิเคราะห์เพื่อเลือกที่ตั้ง

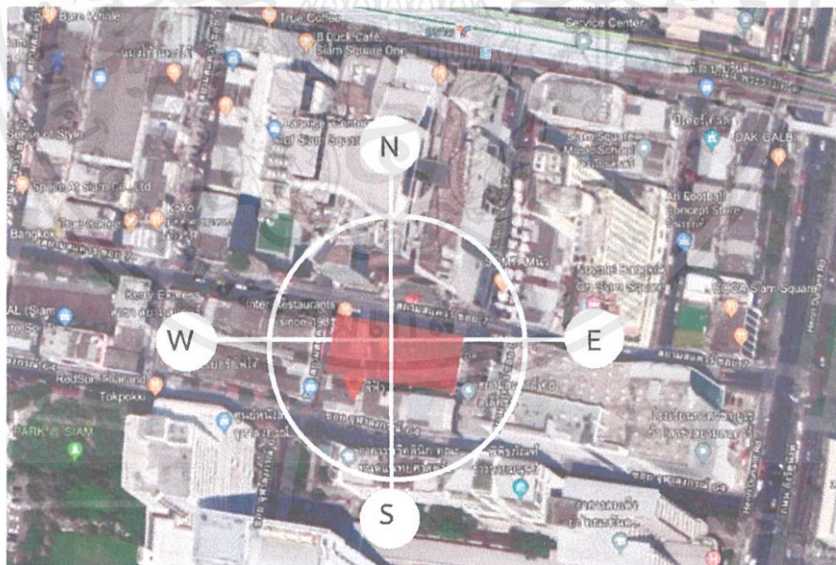
1. พื้นที่มีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับโครงการและสามารถรองรับการขยายพื้นที่ในอนาคต
2. บริเวณที่ตั้งรอบๆเป็น ย่านการค้า ที่ประกอบไปด้วยห้างร้าน แหล่ง Hangout แต่ไม่แออัดจนเกินไป
3. พื้นที่ตั้งโครงการการสัญจรสามารถเดินเข้าถึงได้สะดวก ติดริมถนน อีกทั้งสามารถเข้าถึง โดยรถประจำทาง รถไฟฟ้า รถส่วนตัว รถมอเตอร์ไซด์

1.7.2 การวิเคราะห์เพื่อเลือกอาคาร

1. ขนาดอาคารมีความเหมาะสมกับโครงการมีขนาดไม่ใหญ่มากด้วยแบรนด์ มีความเป็น Homemy
2. มีพื้นที่รองรับกิจกรรมเสริมได้สามารถปรับเปลี่ยนได้
3. มีพื้นที่เชื่อมต่อกกลางแจ้ง เพื่อนำธรรมชาติเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอาคารได้
4. การสัญจรภายในสะดวก

1.7.3 ที่ตั้งโครงการ

พื้นที่ ระหว่างสยามสแควร์



ภาพที่ 1.2 ภาพแสดงที่ตั้ง

ที่มาจาก(www.google.com)

1. ที่ตั้ง ระหว่างSiam Square Soi8 และ Soi9 พระรามที่ ๑ สามเสนใน, ปทุมวัน,
2. กรุงเทพฯ 10110
3. อาณาเขตโดยรอบ ทิศเหนือ ติดกับ Siam Square One

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทิศตะวันออก ติดกับ Siam Square Soi8 , Siamkit

ทิศตะวันตก ติดกับ Siam Square Soi9

ทิศใต้ ติดกับ CU University

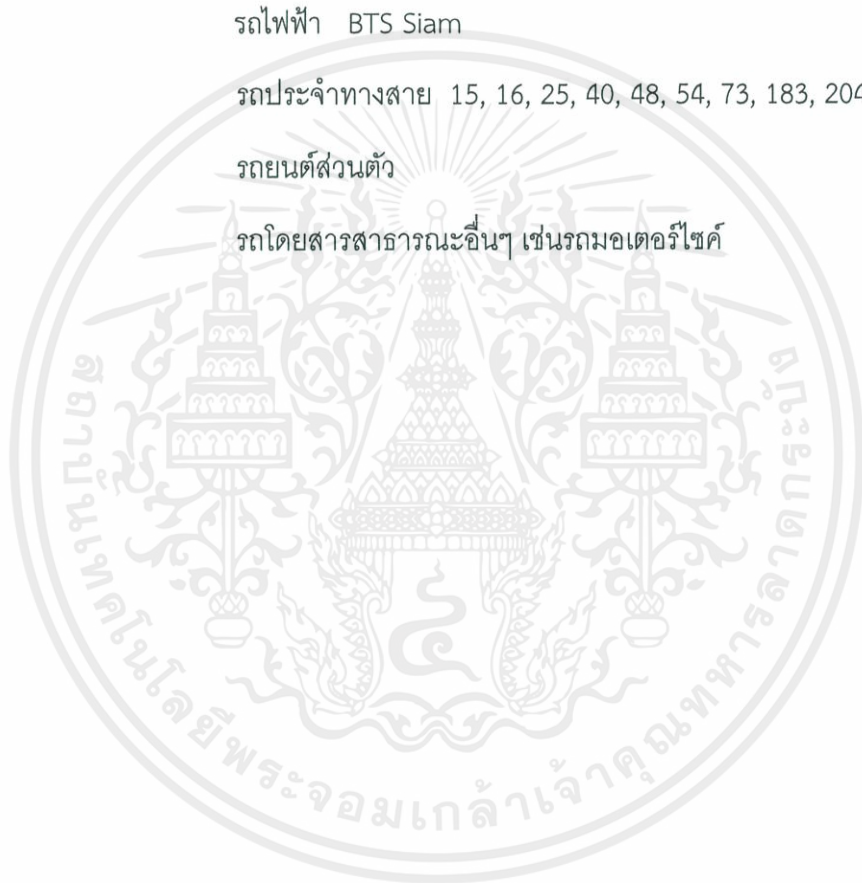
1.7.4 การเข้าถึงโครงการ

รถไฟฟ้า BTS Siam

รถประจำทางสาย 15, 16, 25, 40, 48, 54, 73, 183, 204, 501, 508,

รถยนต์ส่วนตัว

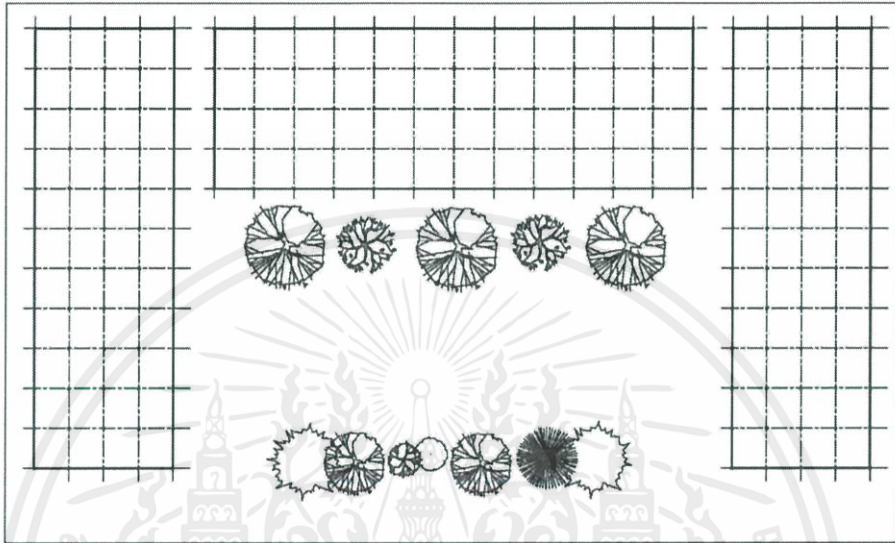
รถโดยสารสาธารณะอื่นๆ เช่นรถมอเตอริไซด์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

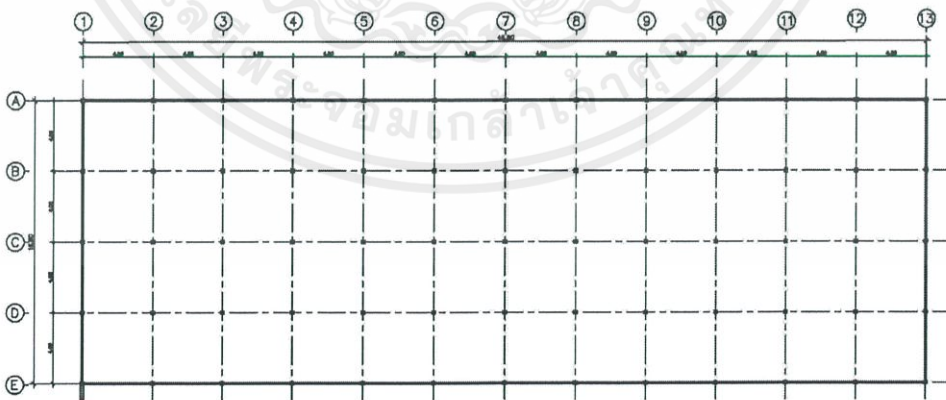
1.8 ลักษณะทางกายภาพของโครงการ

1.8.1 ผังบริเวณ



ภาพที่ 1.3 ภาพผังบริเวณ

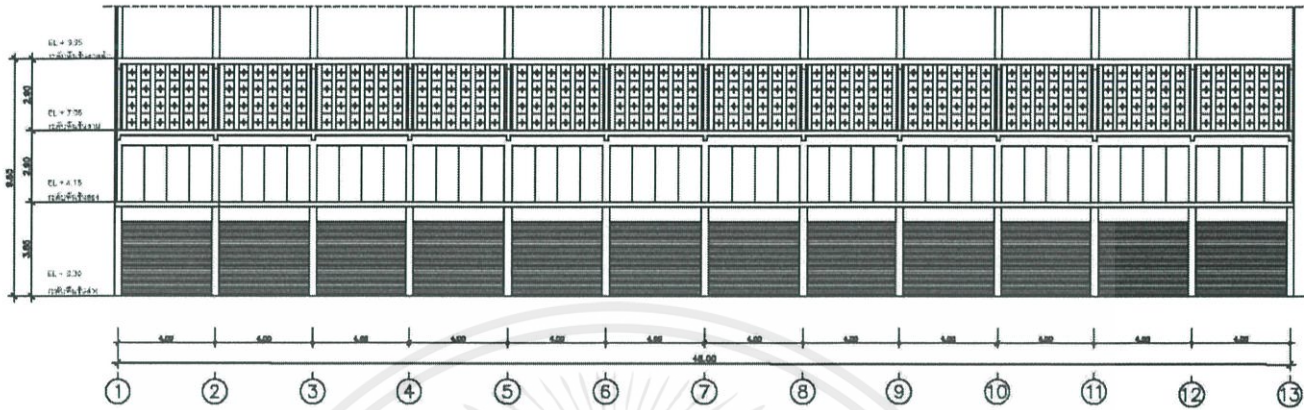
1.8.2 ผังอาคาร



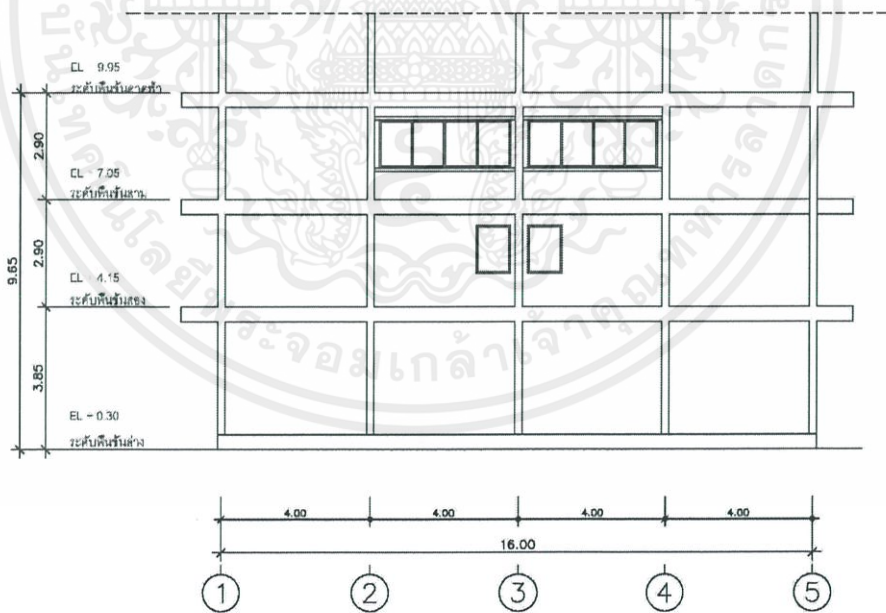
ภาพที่ 1.4 ภาพผังอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8.3 รูปด้าน



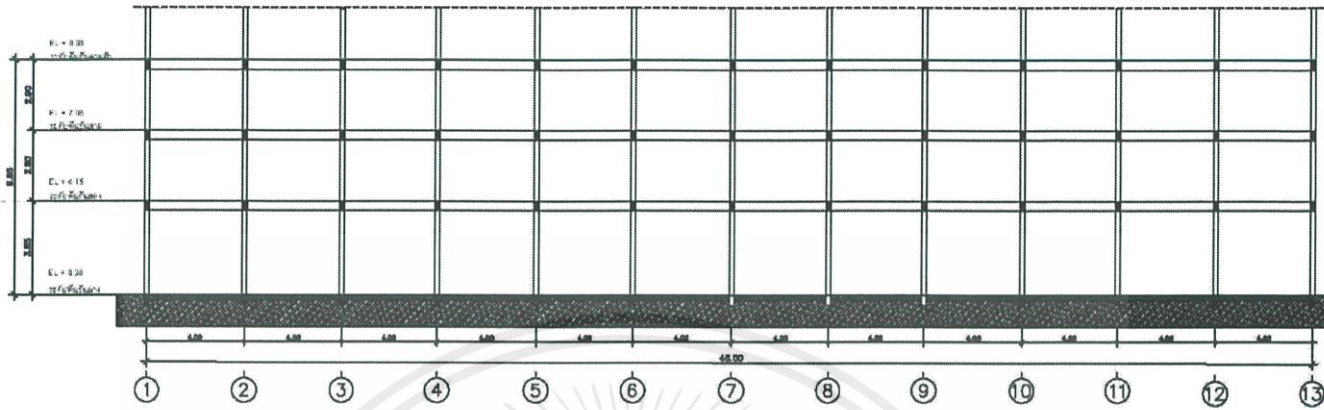
ภาพที่ 1.5 ภาพรูปด้านอาคาร



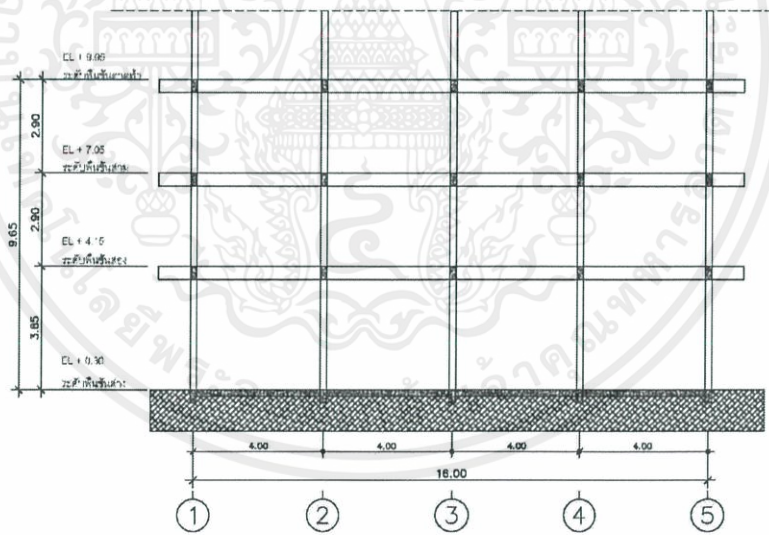
ภาพที่ 1.6 ภาพรูปด้านอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8.4 รูปตัด



ภาพที่ 1.7 ภาพรูปตัดอาคาร



ภาพที่ 1.8 ภาพรูปตัดอาคาร

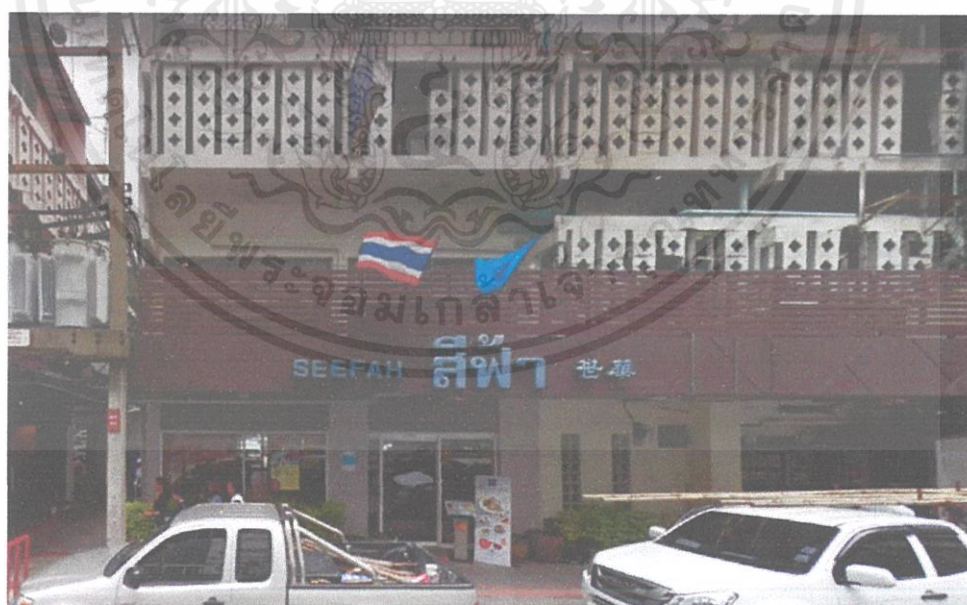
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9 สภาพแวดล้อมโครงการ

1.9.1 สภาพแวดล้อมภายในโครงการ



ภาพที่ 1.9 ภาพถ่ายด้านหน้าโครงการ



ภาพที่ 1.10 ภาพถ่ายด้านหลังโครงการ

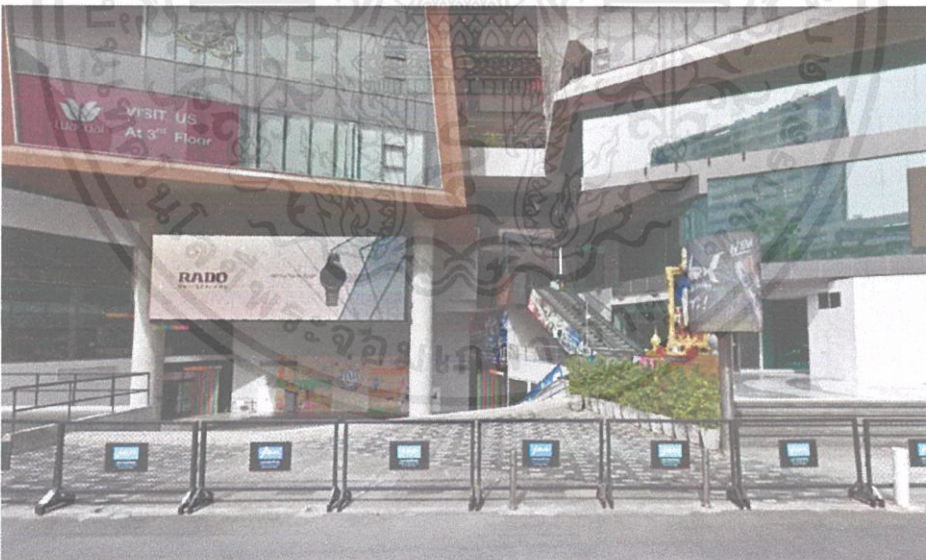
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9.2 สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ

เป็นแลนด์มาร์ครวมธุรกิจหลายหลายในเรื่องของ แฟชั่น ช้อปปิ้งสตรีท แพลกซิฟ สตรี อาหาร พื้นที่โฆษณา บาร์เบอร์ เพลง และหนัง โรงเรียนกวดวิชา สะท้อนไลฟ์สไตล์ของคนเมืองที่มองหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยสามารถเข้าถึงโครงการได้สะดวกด้วยการคมนาคมที่ครบครัน



ภาพที่ 1.11 ภาพแสดงทิศเหนือของที่ตั้ง
ที่มา : (Googleearth, 2562 : www.earth.google.com)



ภาพที่ 1.12 ภาพแสดงทิศใต้ของที่ตั้ง
ที่มา : (Googleearth, 2562 : www.earth.google.com)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.13 ภาพแสดงทิศตะวันออกของที่ตั้ง
ที่มา : (Googleearth, 2562 : www.earth.google.com)



ภาพที่ 1.14 ภาพแสดงทิศตะวันตกของที่ตั้ง
ที่มา : (Googleearth, 2562 : www.earth.google.com)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.10 การวิเคราะห์อาคาร(BUILDING ANALYSIS)

เป็นอาคารพาณิชย์ เป็นอาคารพาณิชย์สำหรับเช่า 4 ชั้นบริเวณสยามสแควร์สแปนเสาขนาด 4.00 x 4.00 เมตรโดยรวมของที่ตั้งอาคารประมาณ 3000 ตารางเมตร อาคารเป็นระบบโครงสร้างเสาและคาน ค.ส.ล.ความสูงรวมของอาคารประมาณ10เมตร

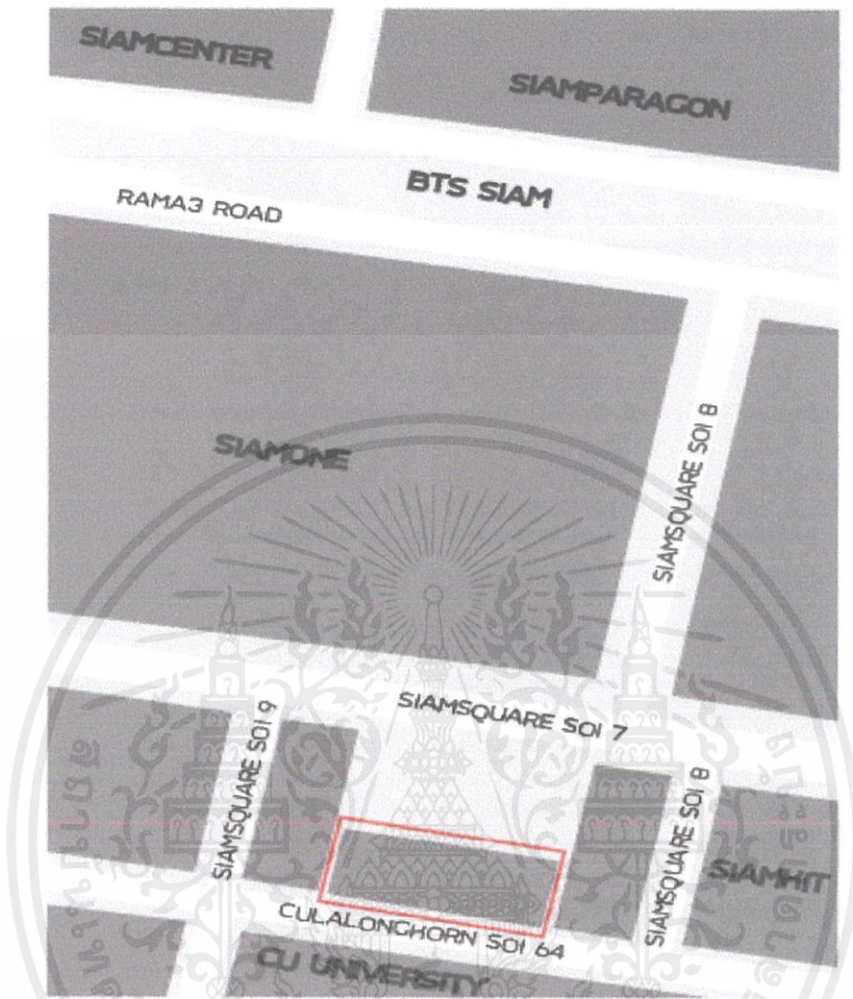


ภาพที่ 1.15 ภาพถ่ายอาคาร

- | | |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 1. พื้นที่อาคาร | พื้นที่อาคารประมาณ 3000 ตารางเมตร |
| 2. ลักษณะการใช้งาน | เป็นอาคารพาณิชย์สำหรับเช่าเพื่อทำเป็นStoreขายสินค้า
ร้านอาหาร |
| 3. โครงสร้าง | โดยด้านหน้าเป็นลานโล่งสำหรับเดินเท้าและจอดรถ
ใช้ระบบโครงสร้างแบบ ค.ส.ล. |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.11 การวิเคราะห์ที่ตั้ง (SITE ANALYSIS)



ภาพที่ 1.16 ภาพ Site Location

- 1.ที่ตั้ง ระหว่าง Siam Square Soi 8 และ Soi 9 พระรามที่ ๑ สามเสนใน, ปทุมวัน, กรุงเทพฯ 10110
- 2.ขนาดพื้นที่ตั้ง พื้นที่ประมาณ 4,800 ตร.ม.(รวมอาคารพาณิชย์ข้างๆ)
- 3.ลักษณะทางกายภาพ อยู่ตรงกลางระหว่าง Siam Square Soi 8 และ Soi 9
- 4.ทิศทางแดดลม

ทิศเหนือ	ติดกับ	ติดกับ ลานโล่ง ได้รับลมมากที่สุด
ทิศตะวันออก	ติดกับ	อาคารพาณิชย์ข้างๆ ได้รับลมแสงแดด

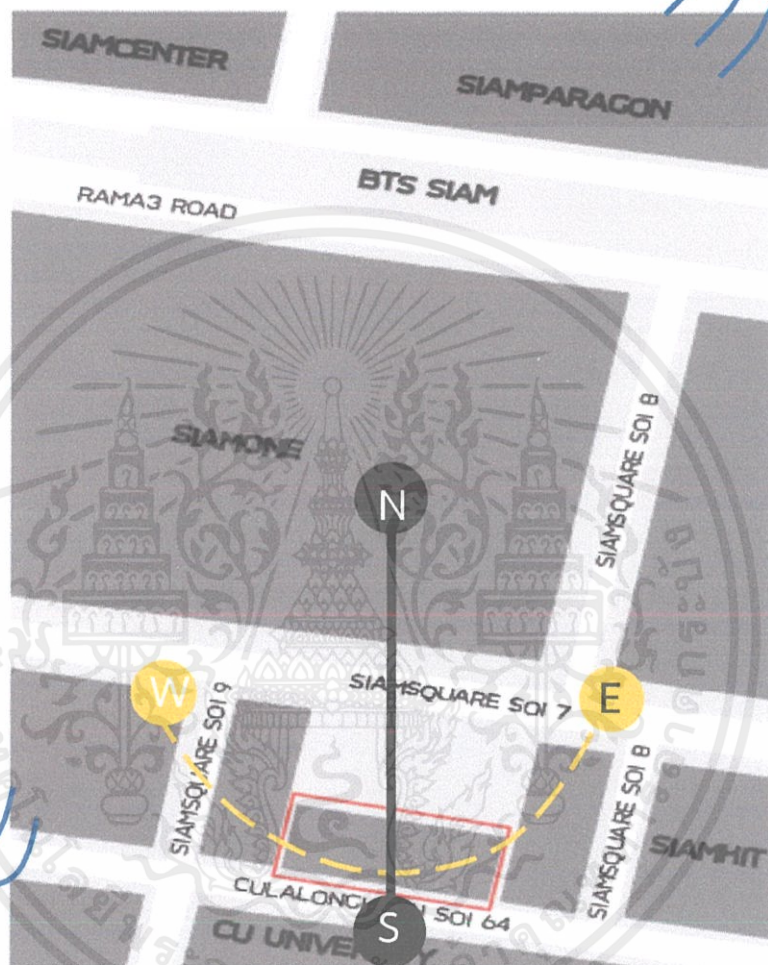
เล็กน้อย

- | | | |
|------------|--------|-----------------------------------------------|
| ทิศตะวันตก | ติดกับ | อาคารพาณิชย์ข้างๆ ได้รับแสงแดดยามเช้าเล็กน้อย |
| ทิศใต้ | ติดกับ | CU University |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

WINDS

WINTER



WINTER WINDS

ภาพที่ 1.17 ภาพ Site Location

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

2.1 ข้อมูลพื้นฐานโครงการ

2.1.1 ลักษณะโครงการ

“สถานเสริมความงาม สปา”

การแบ่งประเภทสปา ตามคำนิยามของประกาศกระทรวงสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ

แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2546 ได้กำหนดรูปแบบของธุรกิจประเภทสปาไว้ 3 แบบดังนี้

1. กิจการสปาเพื่อสุขภาพ คือการประกอบกิจการที่ให้การดูแลเสริมสร้างสุขภาพโดยประกอบด้วยบริการหลัก และบริการเสริมประเภทต่างๆ อาจมีหรือไม่มีก็ได้ บริการหลักได้แก่ การนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพบริการเสริมได้แก่ การออกกำลังกาย การทำสมาธิ โยคะ การอบเพื่อสุขภาพ แพทย์ทางเลือก และการโภชนาบำบัดและการควบคุมอาหาร
2. กิจการนวดเพื่อสุขภาพ การประกอบกิจการนวดโดยมีวัตถุประสงค์ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ความเครียด ด้วยวิธีการกด คลึง บีบ จับ ตัด ดึง ประคบ อบ หรือโดยวิธีการอื่นใดตามศาสตร์และศิลปะการนวดเพื่อสุขภาพ
3. กิจการนวดเพื่อเสริมสวย หมายถึง การประกอบกิจการนวดในสถานที่เฉพาะ เช่น ร้านเสริมสวย หรือแต่งผม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงามด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบการจับ การประคบ การอบหรือด้วยวิธีการอื่นใดตามศิลปะการนวดเพื่อเสริมสวยทั้งนี้ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำ โดยมีผู้ให้บริการ

รูปแบบและบริการของสปาที่ได้รับความนิยม

1. การนวดร่างกาย (Body Massage)

เป็นทางเลือกยอดนิยมของการทำสปา ช่วยให้ร่างกายผ่อนคลายได้ดีเยี่ยม โดยสปาแต่ละแห่งจะมีรูปแบบการนวดต่างกันไป ขึ้นอยู่กับการนำเอาความโดดเด่นของการนวดแบบใด มาผสมผสานให้เป็นเอกลักษณ์ของสปาแต่ละแห่ง แต่หลักๆมี 2 ประเภท คือ นวดแผนไทย กับ นวดบำบัดโรมา รวมไปถึงการนวดของชนชาติอื่น เช่น การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) เป็นต้น เป็นการนวดเพื่อผ่อนคลายและกระตุ้นระบบการหมุนเวียนของโลหิตที่ผิวหนังโดยใช้เทคนิคการลูบไล้ไปตามกล้ามเนื้อ มีการลูบ การเคาะ เพื่อกระตุ้นระบบประสาท และการเขย่าอย่างเป็นจังหวะ ปัจจุบันมีการนำพฤษาบำบัดเข้ามาใช้ประกอบในการนวดด้วย เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความผ่อนคลายทั้งร่างกาย จิตใจและอารมณ์

บางแห่งมีคอร์สนวดกระชับไขมันส่วนเกินด้วย การนวดทุกแบบมีผลดีต่อสุขภาพมากน้อยต่างกัน การนวดได้รับความนิยมอย่างสูงในเมืองไทยโดยเฉพาะนวดแผนไทย จัดเป็นทริตเมนต์ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีประจำสพทุกแห่ง มีชื่อเสียงระดับโลก เพราะมีทั้งความนุ่มนวลเพื่อผ่อนคลาย มีทั้งความหนักแน่นเพื่อการรักษาและยังมีการประคบด้วยสมุนไพรไทย สามารถนวดเพื่อผ่อนคลายรักษาเฉพาะจุดได้ เช่น การนวดเท้า นวดไหล่ นวดเท้า นวดไขสันหลัง เพื่อกระตุ้นประสาท เป็นต้น

2. อบซาวน่า หรือ อบสมุนไพร (Aroma Steam / Herbal Steam)

เป็นการกระตุ้นร่างกายด้วยความร้อนเพื่อให้รูขุมขนในร่างกายเปิดกว้างพร้อมที่จะขับสารพิษออกมากับเหงื่อ วิธีการนี้ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะขั้นตอนง่ายไม่ซับซ้อน ทำเองโดยไม่ต้องพึ่งพาพนักงานก็ได้ ขอแค่ให้มีอุปกรณ์เครื่องซาวน่าก็ใช้ได้

3. สครับ (Scrub)

คือ การกระตุ้นระบบการหมุนเวียนของเลือดด้วยการขัดผิวด้วยพืชพรรณจากธรรมชาติ เช่น พืชสมุนไพรต่างๆ รวมทั้งการใช้เกลือทะเล สาหร่าย ฟองน้ำเพื่อขจัดเซลล์ผิวแห้งที่เสื่อมสภาพให้หลุดออกไป เซลล์ผิวใหม่จะได้ขึ้นมาทดแทน เป็นการเติมสารอาหารให้ผิวด้วย วิธีสครับนี้จะช่วยให้สุขภาพผิวดีขึ้น ผิวเนียนนุ่ม เรียบ และสีผิวสม่ำเสมอยิ่งขึ้น การขัดผิวสามารถใช้สมุนไพรขัดหรือใช้ครีมขัด แต่ในบางกรณีการใช้สมุนไพรขัดนั้นอาจทำให้เกิดอาการแพ้ หรือมีปัญหาเรื่องของความแห้งของผิวตามมาได้ ซึ่งต่างจากการใช้ครีมขัดเพราะในครีมขัดนั้นจะมีตัวเนื้อครีมที่ช่วยให้ความลื่นในการถูหรือขัด เม็ดของครีมจะทำให้อ่อนนุ่มลดแรงการเสียดสีกับผิวหนัง ซึ่งจะป้องกันการอักเสบและการแพ้ของผิวหนังได้

4. โภชนบำบัด (Nutrition Therapy)

เน้นการกินสารอาหารตามธรรมชาติ หลีกเลี่ยงอาหารแห้ง อาหารปรุงแต่ง หรือปนเปื้อนสารเคมี และสารอาหารดัดแปลง มีนักโภชนาการหรือแพทย์ทางเลือกเป็นผู้แนะนำ

5. ดนตรีบำบัด (Music Therapy)

สพบางแห่งเน้นการเปิดเพลงที่ฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลาย เพลงคลาสสิก ไลท์มิวสิก เพลงไทยเดิม เพลงกลุ่มนี้จะช่วยสร้างจินตภาพเพื่อการผ่อนคลายฟื้นฟูและบำบัดรักษาโรค ทำให้เกิดสมาธิ เพราะดนตรีมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย จิตใจ การทำงานของสมอง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอัตราการหายใจ อัตราการเต้นของชีพจร ความดันโลหิต การตอบสนองของม่านตา ความตึงตัวของกล้ามเนื้อ และการไหลเวียนของเลือด จึงมีการนำดนตรีมาประยุกต์ใช้ในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บทั้งร่างกายและจิตใจ

5. วิธีบำบัดที่อาศัยแสงสี คลื่นแสง (Color-Light-Solar Therapy)

เพื่อบำบัดฟื้นฟู เช่น พลังออร่า (Aura) เป็นต้น ในคนปกติมีพลังออร่าเป็นรัศมีที่ล้อมรอบกาย หยาบอยู่ทุกทิศทาง ในลักษณะสามมิติ รูปกลมรี รูปไข่ ล้อมรอบร่างกาย 2-3 เมตร ผู้ที่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกายพลังอร่ามอ่อน พลังภายนอกจะสามารถเข้ามาก่อวนได้ง่าย ทำให้สามารถถูกครอบงำ และเหน็ดเหนื่อยได้ง่าย ล้มเหลวง่าย และเจ็บป่วย

บางแห่งใช้การอาบแสงตะวัน (Solar Therapy) ของชาวอินเดีย รวมทั้งการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ด้วยเครื่องมือทันสมัย การบำบัดด้วยรังสีอินฟราเรด ด้วยเครื่องมือทันสมัย ฝักบัวอาบน้ำแสงสี (Colour Shower) มีแสงไฟหลากหลายสีสั่น เพื่อการบำบัดตามอารมณ์ที่ต้องการผ่อนคลาย ในขณะที่อาบน้ำเลือกสีได้ตามใจ เช่น สีแดง ช่วยเติมพลังให้แก่ร่างกายและให้ความรู้สึกสดชื่น มีชีวิตชีวา สีเหลือง ช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

เครื่องสำอางประเภท Vegan

กระแสความนิยมคนรุ่นใหม่ใหม่ในการบริโภคสิ่งต่าง ๆ ที่ “ไม่ทำร้ายสัตว์ กลุ่มวีแกน มองว่า ไม่ว่าจะการกินหรือใช้สิ่งใด ๆ อะไรก็แล้วแต่จะไม่เบียดเบียนสัตว์ เป็นการทรมานสัตว์ การทำการทดลองเครื่องสำอางค์ในสัตว์ การใช้กระเป๋าเสื้อผ้าที่ทำมาจากสัตว์ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้ จะหลีกเลี่ยงคือ ครอบคลุมตั้งแต่ไม่ทานเนื้อสัตว์ ไปจนถึงทางตรงและทางอ้อม เช่น น้ำผึ้ง เมื่อกหอยทาก เป็นต้น ซึ่งเหล่าบรรดา บิวตี้แบรนด์ ชันนำ ต่างก็ปรับตัวเข้ากับกระแสกันอย่างรวดเร็ว ออกเครื่องสำอางในกลุ่ม Vegan-friendly

2.1.2 ประเภทโครงการ

1. Dayspa เป็นสปาที่ไม่มีห้องพักค้างคืน ใช้ระยะเวลาอันสั้นประมาณ 1-5 ชั่วโมง ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องความสวยงามและผ่อนคลาย เดย์ สปา เป็นประเภทของสปาที่เปิดบริการมากที่สุดในเวลานี้ มักจะเน้นเรื่องความงามและการบำบัดให้คลายเครียดในเวลาสั้นๆ แต่ไม่กินชั่วโมง ไม่ต้องเข้าคอร์สปรับเรื่องโภชนาการอาหารการกินหรือการออกกำลังกาย เป็นธุรกิจที่ขยายตัวค่อนข้างสูงในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มากเหมือนธุรกิจสปาอื่นๆ อาจจะใช้อาคารสำนักงาน ที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าในสนามบิน หรือบริเวณบ้านที่ร่มรื่นตัดแปลงเป็นเดย์ สปาได้ไม่ยาก พบว่าหากเลือกทำเลดีจะมีลูกค้าหมุนเวียนมาใช้บริการในปริมาณมากเดย์ สปาหลายแห่งมีจุดเด่นเรื่องการทำทรีตเมนต์ความงาม นวดหน้า ขัดผิวอบตัว ซึ่งบางแห่งอาจมีเครื่องสำอางสมุนไพรเฉพาะของตนเองไว้บริการ ส่วนการบำบัดคลายความเครียดนั้น ใช้ทั้งสมุนไพรบำบัดหรือ อโรมาเทอราปี (Aromatherapy) ในการนวดน้ำมันหอมระเหยและการนวดแผนไทยยึดเส้นการทำทรีตเมนต์เพื่อความงาม พนักงานนวดตัวทำตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปรแกรมอย่างดีแล้ว ควรจะมีความรู้ที่จะให้คำปรึกษาด้านทรีตเมนต์นั้นให้กับลูกค้าด้วย หรือมีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษา คำแนะนำต่างๆ แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง เช่น ในเรื่องการทำสปาผิวหน้า ทำความสะอาดและเสริมอาหารบำรุงผิวนั้นนั้นวิธีการแบบไหนบ้าง อะไรจะได้ผลดีกว่ากันระหว่างการนวดมือ การบำบัดด้วยน้ำ หรือการใช้กระแสไฟฟ้า และต้องทำบ่อยแค่ไหน เพราะส่วนมากต้องไปทำซ้ำหลายครั้งอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ ลูกค้าย่อมต้องการคำแนะนำที่จริงใจไม่ได้หวังเพียงผลประโยชน์ที่ทางสปาจะได้รับ

2.1.3 ลักษณะเฉพาะตัวโครงการ

“Vegetrian Beauty & Spa” โดยทุกการบริการจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Vegetrian ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์รวมถึงอาหารการกิน ด้วยเหตุผลนี้จึงมีความประสงค์ที่จะทำโครงการประเภท สถานเสริมความงามในรูปแบบ (Vegetrian Day Spa) ที่นอกจากบริการด้านความงามและสปาแล้วยังเป็นพื้นที่ให้ร่วมกันCreativeสิ่งใหม่ๆ

2.1.4 ข้อกำหนดโครงการ

กฎกระทรวง

ฉบับที่ ๕๕ (พ.ศ. ๒๕๔๓)

ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

พ.ศ. ๒๕๒๒[๑]

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ (๓) และมาตรา ๘ (๑) (๗) และ (๘) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับมาตรา ๓๑ มาตรา ๓๕ มาตรา ๔๘ มาตรา ๔๙ และมาตรา ๕๐ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมอาคารออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ในกฎกระทรวงนี้

“อาคารอยู่อาศัย” หมายความว่า อาคารซึ่งโดยปกติบุคคลใช้อยู่อาศัยได้ทั้งกลางวันและกลางคืนไม่ว่าจะเป็นการอยู่อาศัยอย่างถาวรหรือชั่วคราว

“ห้องแถว” หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไปมีผนังแบ่งอาคารเป็นคูหาและประกอบด้วยวัสดุไม่ทนไฟเป็นส่วนใหญ่

“ตึกแถว” หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไปมีผนังแบ่งอาคารเป็นคูหาและประกอบด้วยวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“บ้านแถว” หมายความว่า ห้องแถวหรือตึกแถวที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารแต่ละคูหา และมีความสูงไม่เกินสามชั้น

“บ้านแฝด” หมายความว่า อาคารที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยก่อสร้างติดต่อกันสองบ้าน มีผนังแบ่งอาคารเป็นบ้าน มีที่ว่างระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารด้านหน้า ด้านหลัง และด้านข้างของแต่ละบ้าน และมีทางเข้าออกของแต่ละบ้านแยกจากกันเป็นสัดส่วน

“อาคารพาณิชย์” หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรม หรือบริการธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังการผลิตเทียบได้น้อยกว่า ๕ แรงม้า และให้หมายความรวมถึงอาคารอื่นใดที่ก่อสร้างห่างจากถนนหรือทางสาธารณะไม่เกิน ๒๐ เมตร ซึ่งอาจใช้เป็นอาคารเพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรมได้

“อาคารสาธารณะ” หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการชุมนุมคนได้โดยทั่วไปเพื่อกิจกรรมทางราชการ การเมือง การศึกษา การศาสนา การสังคม การนันทนาการ หรือการพาณิชย์กรรม เช่น โรงมหรสพ หอประชุม โรงแรม โรงพยาบาล สถานศึกษา หอสมุด สนามกีฬากลางแจ้ง สนามกีฬาในร่ม ตลาด ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า สถานบริการ ท่าอากาศยาน อุโมงค์ สะพาน อาคารจอดรถ สถานีรถ ท่าจอดเรือ โป๊ะจอดเรือ สุสาน ฌาปนสถาน ศาสนสถาน เป็นต้น

“อาคารพิเศษ” หมายความว่า อาคารที่ต้องการมาตรฐานความมั่นคงแข็งแรง และความปลอดภัยเป็นพิเศษ เช่น อาคาร ดังต่อไปนี้

- (ก) โรงมหรสพ อัฒจันทร์ หอประชุม หอสมุด หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์สถาน หรือศาสนสถาน
- (ข) อยู่เรือ คานเรือ หรือท่าจอดเรือ สำหรับเรือขนาดใหญ่เกิน ๑๐๐ ตันกรอส
- (ค) อาคารหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสูงเกิน ๑๕ เมตร หรือสะพานหรืออาคารหรือโครงหลังคาช่วงหนึ่งเกิน ๑๐ เมตร หรือมีลักษณะโครงสร้างที่อาจก่อให้เกิดภัยอันตรายต่อสาธารณชนได้
- (ง) อาคารที่เก็บวัสดุไวไฟ วัสดุระเบิด หรือวัสดุกระจายแพร่พิษ หรือรังสีตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

“อาคารอยู่อาศัยรวม” หมายความว่า อาคารหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของอาคารที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยสำหรับหลายครอบครัว โดยแบ่งออกเป็นหน่วยแยกจากกันสำหรับแต่ละครอบครัว

“อาคารขนาดใหญ่” หมายความว่า อาคารที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน ๒,๐๐๐ ตารางเมตร หรืออาคารที่มีความสูงตั้งแต่ ๑๕.๐๐ เมตรขึ้นไป และมีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน ๑,๐๐๐ ตารางเมตร แต่ไม่เกิน ๒,๐๐๐ ตารางเมตร การวัดความสูงของอาคารให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงพื้นดาดฟ้า สำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

“สำนักงาน” หมายความว่า อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่ใช้เป็นสำนักงานหรือที่ทำการ

“คลังสินค้า” หมายความว่า อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่ใช้เป็นที่สำหรับเก็บสินค้าหรือสิ่งของเพื่อประโยชน์ทางการค้าหรืออุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“โรงงาน” หมายความว่า อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่ใช้เป็นโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน

“โรงมหรสพ” หมายความว่า อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่ใช้เป็นสถานที่สำหรับฉายภาพยนตร์ แสดงละคร แสดงดนตรี หรือแสดงมหรสพอื่นใด และมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดให้สาธารณชนเข้าชมการแสดงนั้น โดยจะมีค่าตอบแทนหรือไม่ก็ตาม

“โรงแรม” หมายความว่า อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่ใช้เป็นโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม

“ภัตตาคาร” หมายความว่า อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่ใช้เป็นที่ขายอาหารหรือเครื่องดื่ม โดยมีพื้นที่สำหรับตั้งโต๊ะอาหารไว้บริการภายในอาคารหรือภายนอกอาคาร

“วัสดุถาวร” หมายความว่า วัสดุซึ่งตามปกติไม่เปล่งสภาพได้ง่ายโดยน้ำ ไฟ หรือดินฟ้าอากาศ

“วัสดุทนไฟ” หมายความว่า วัสดุก่อสร้างที่ไม่เป็นเชื้อเพลิง

“พื้น” หมายความว่า พื้นของอาคารที่บุคคลเข้าอยู่หรือเข้าใช้สอยได้ภายในขอบเขตของคานหรือดงที่รับพื้น หรือภายในพื้นนั้น หรือภายในขอบเขตของผนังอาคารรวมทั้งเฉลียงหรือระเบียงด้วย

“ฝา” หมายความว่า ส่วนก่อสร้างในด้านตั้งซึ่งกันแบ่งพื้นภายในอาคารให้เป็นห้อง ๆ

“ผนัง” หมายความว่า ส่วนก่อสร้างในด้านตั้งซึ่งกันด้านนอกหรือระหว่างหน่วยของอาคารให้เป็นหลังหรือเป็นหน่วยแยกจากกัน

“ผนังกันไฟ” หมายความว่า ผนังที่ปิดด้วยอิฐธรรมดาหนาไม่น้อยกว่า ๑๘ เซนติเมตรและไม่มีช่องที่ให้ไฟหรือควันผ่านได้ หรือจะเป็นผนังที่ทำด้วยวัสดุทนไฟอย่างอื่นที่มีคุณสมบัติในการป้องกันไฟได้ดีไม่น้อยกว่าผนังที่ก่อด้วยอิฐธรรมดา หนา ๑๘ เซนติเมตร ถ้าเป็นผนังคอนกรีตเสริมเหล็กต้องหนาไม่น้อยกว่า ๑๒ เซนติเมตร

“อิฐธรรมดา” หมายความว่า ดินที่สร้างขึ้นเป็นแท่งและได้เผาให้สุก

“หลังคา” หมายความว่า สิ่งปกคลุมส่วนบนของอาคารสำหรับป้องกันแดดและฝน รวมทั้งโครงสร้างหรือสิ่งใดซึ่งประกอบขึ้นเพื่อยึดเหนี่ยวสิ่งปกคลุมนี้ให้มั่นคงแข็งแรง

“ดาดฟ้า” หมายความว่า พื้นส่วนบนสุดของอาคารที่ไม่มีหลังคาปกคลุม และบุคคลสามารถขึ้นไปใช้สอยได้

“ช่วงบันได” หมายความว่า ระยะตั้งบันไดซึ่งมีขั้นต่อเนื่องกันโดยตลอด

“ลูกตั้ง” หมายความว่า ระยะตั้งของขั้นบันได

“ลูกนอน” หมายความว่า ระยะราบของขั้นบันได

“ความกว้างสุทธิ” หมายความว่า ความกว้างที่วัดจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งโดยปราศจากสิ่งใด ๆ กีดขวาง

“ที่ว่าง” หมายความว่า พื้นที่อันปราศจากหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างปกคลุม ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวอาจจะจัดให้เป็นบ่อน้ำ สระว่ายน้ำ บ่อพักน้ำเสีย ที่พักรวมมูลฝอย ที่พักรวมมูลฝอย หรือที่จอดรถ ที่อยู่ภายนอกอาคารก็

ได้ และให้หมายความรวมถึงพื้นที่ของสิ่งก่อสร้าง หรืออาคารที่สูงจากระดับพื้นดินไม่เกิน ๑.๒๐ เมตร และไม่มีหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างปกคลุมเหนือระดับนั้น

“ถนนสาธารณะ” หมายความว่า ถนนที่เปิดหรือยินยอมให้ประชาชนเข้าไปหรือใช้เป็นทางสัญจรได้ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะมีการเรียกเก็บค่าตอบแทนหรือไม่

หมวด ๑

ลักษณะของอาคาร

ในกรณีที่มีความลึกของอาคารเกิน ๑๖ เมตร ต้องจัดให้มีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมชั้นบริเวณหนึ่งที่ระยะระหว่าง ๑๒ เมตร ถึง ๑๖ เมตร โดยให้มีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า ๑๐ ใน ๑๐๐ ของพื้นที่ชั้นล่างของอาคารนั้น

ห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างอยู่ริมถนนสาธารณะต้องให้ระดับพื้นชั้นล่างของห้องแถวหรือตึกแถวมีความสูง ๑๐ เซนติเมตรจากระดับทางเท้าหน้าอาคาร หรือมีความสูง ๒๕ เซนติเมตร จากระดับกึ่งกลางถนนสาธารณะหน้าอาคาร แล้วแต่กรณี

ข้อ ๓ บ้านแถวแต่ละคูหาต้องมีความกว้างโดยวัดระยะตั้งฉากจากแนวศูนย์กลางของเสาด้านหนึ่งไปยังแนวศูนย์กลางของเสาอีกด้านหนึ่งไม่น้อยกว่า ๔ เมตร มีความลึกของอาคารโดยวัดระยะตั้งฉากกับแนวผนังด้านหน้าชั้นล่างไม่น้อยกว่า ๔ เมตร และไม่เกิน ๒๔ เมตร และมีพื้นที่ชั้นล่างแต่ละคูหาไม่น้อยกว่า ๒๔ ตารางเมตร

ในกรณีที่มีความลึกของอาคารเกิน ๑๖ เมตร ต้องจัดให้มีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมชั้นบริเวณหนึ่งที่ระยะระหว่าง ๑๒ เมตรถึง ๑๖ เมตร โดยให้มีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า ๒๐ ใน ๑๐๐ ของพื้นที่ชั้นล่างของอาคารนั้น

ข้อ ๔ ห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถวจะสร้างต่อเนื่องกันได้ไม่เกินสิบคูหา และมีความยาวของอาคารแถวหนึ่ง ๆ รวมกันไม่เกิน ๔๐ เมตร โดยวัดระหว่างจุดศูนย์กลางของเสาแรกถึงจุดศูนย์กลางของเสาสุดท้าย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของเดียวกันและใช้โครงสร้างเดียวกันหรือแยกกันก็ตาม

ข้อ ๕ รั้วหรือกำแพงกันเขตที่อยู่มุมถนนสาธารณะที่มีความกว้างตั้งแต่ ๓ เมตรขึ้นไปและมีมุมหักน้อยกว่า ๑๓๕ องศา ต้องปาดมุมรั้วหรือกำแพงกันเขตนั้น โดยให้ส่วนที่ปาดมุมมีระยะไม่น้อยกว่า ๔ เมตร และทำมุมกับแนวถนนสาธารณะเป็นมุมเท่า ๆ กัน

ข้อ ๖ สะพานส่วนบุคคลสำหรับรถยนต์ ต้องมีทางเดินรถกว้างไม่น้อยกว่า ๓.๕๐ เมตร และมีส่วนลาดชันไม่เกิน ๑๐ ใน ๑๐๐

สะพานที่ใช้เป็นทางสาธารณะสำหรับรถยนต์ ต้องมีทางเดินรถกว้างไม่น้อยกว่า ๖ เมตร มีส่วนลาดชันไม่เกิน ๘ ใน ๑๐๐ มีทางเท้าสองข้างกว้างข้างละไม่น้อยกว่า ๑.๕๐ เมตร เว้นแต่สะพานที่สร้างสำหรับรถยนต์โดยเฉพาะจะไม่มีทางเท้าก็ได้ และมีราวสะพานที่มั่นคงแข็งแรงยาวตลอดตัวสะพานสองข้างด้วย

ข้อ ๗ ป้ายหรือสิ่งทีสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่อาคารต้องไม่บังช่องระบายอากาศ หน้าต่าง ประตู หรือทางหนีไฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

ข้อ ๘ ป้ายหรือสิ่งทีสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายบนหลังคาหรือดาดฟ้าของอาคารต้องไม่ล้ำออกนอกแนวผนังรอบนอกของอาคาร และส่วนบนสุดของป้ายหรือสิ่งทีสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายต้องสูงไม่เกิน ๖ เมตรจากส่วนสูงสุดของหลังคาหรือดาดฟ้าของอาคารที่ติดตั้งป้ายนั้น

ข้อ ๙ ป้ายที่ยื่นจากผนังอาคารให้ยื่นได้ไม่เกินแนวกั้นสาด และให้สูงได้ไม่เกิน ๖๐ เซนติเมตร หรือมีพื้นที่ป้ายไม่เกิน ๒ ตารางเมตร

ข้อ ๑๐ ป้ายที่ติดตั้งเหนือกั้นสาดและไม่ได้ยื่นจากผนังอาคาร ให้ติดตั้งได้โดยมีความสูงของป้ายไม่เกิน ๖๐ เซนติเมตรวัดจากขอบบนของปลายกั้นสาดนั้น หรือมีพื้นที่ป้ายไม่เกิน ๒ ตารางเมตร

ข้อ ๑๑ ป้ายที่ติดตั้งใต้กั้นสาดให้ติดตั้งแนบผนังอาคาร และต้องสูงจากพื้นทางเท้าไม่น้อยกว่า ๒.๕๐ เมตร

ข้อ ๑๒ ป้ายโฆษณาสำหรับโรงมหรสพให้ติดตั้งขนานกับผนังอาคารโรงมหรสพ แต่จะยื่นห่างจากผนังได้ไม่เกิน ๕๐ เซนติเมตร หรือหากติดตั้งป้ายบนกั้นสาดจะต้องไม่ยื่นล้ำแนวปลายกั้นสาดนั้นและความสูงของป้ายทั้งสองกรณีต้องไม่เกินความสูงของอาคาร

ข้อ ๑๓ ป้ายที่ติดตั้งอยู่บนพื้นดินโดยตรง ต้องมีความสูงไม่เกินระยะที่วัดจากจุดที่ติดตั้งป้ายไปจนถึงกึ่งกลางถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้ป้ายนั้นที่สุด และมีความยาวของป้ายไม่เกิน ๓๒ เมตร

หมวด ๒

ส่วนต่าง ๆ ของอาคาร

ส่วนที่ ๑

วัสดุของอาคาร

ข้อ ๑๔ สิ่งทีสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่ติดตั้งบนพื้นดินโดยตรงให้ทำด้วยวัสดุทนไฟทั้งหมด

ข้อ ๑๕ เสา คาน พื้น บันได และผนังของอาคารที่สูงตั้งแต่สามชั้นขึ้นไป โรงมหรสพ หอประชุม โรงงาน โรงแรม โรงพยาบาล หอสมุด ห้างสรรพสินค้า อาคารขนาดใหญ่ สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ ท่าอากาศยาน หรืออุโมงค์ ต้องทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟด้วย

ข้อ ๑๖ ผนังของตึกแถวหรือบ้านแถว ต้องทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟด้วย แต่ถ้าก่อด้วยอิฐธรรมดาหรือคอนกรีตไม่เสริมเหล็ก ผนังนี้ต้องหนาไม่น้อยกว่า ๘ เซนติเมตร

ข้อ ๑๗ ห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถวที่สร้างติดต่อกัน ให้มีผนังกันไฟทุกระยะไม่เกินห้าคูหา ผนังกันไฟต้องสร้างต่อเนื่องจากพื้นดินจนถึงระดับดาดฟ้าที่สร้างด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ กรณีที่เป็นหลังคาสร้างด้วยวัสดุไม่ทนไฟให้มีผนังกันไฟสูงเหนือหลังคาไม่น้อยกว่า ๓๐ เซนติเมตรตามความลาดของหลังคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ ๑๘ คริวในอาคารต้องมีพื้นและผนังที่ทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ ส่วนฝ้าและเพดานนั้น หากไม่ได้ทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ ก็ให้บุด้วยวัสดุทนไฟ

ส่วนที่ ๒

พื้นที่ภายในอาคาร

ข้อ ๑๙ อาคารอยู่อาศัยรวมต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัยไม่น้อยกว่า ๒๐ ตารางเมตร

ข้อ ๒๐ ห้องนอนในอาคารให้มีความกว้างด้านแคบที่สุดไม่น้อยกว่า ๒.๕๐ เมตร และมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า ๘ ตารางเมตร

ข้อ ๒๑ ช่องทางเดินในอาคาร ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่าตามที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้

ประเภทความกว้าง

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ๑. อาคารอยู่อาศัย | 1.00 เมตร |
| ๒. อาคารอยู่อาศัยรวม หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก สำนักงาน อาคารธารณะ อาคารพาณิชย์โรงงาน อาคารพิเศษ | 1.50 เมตร |

ข้อ ๒๒ ห้องหรือส่วนของอาคารที่ใช้ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ต้องมีระยะตั้งไม่น้อยกว่าตามที่กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้

ประเภทการใช้อาคารระยะตั้ง

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ๑. ห้องที่ใช้เป็นที่พักอาศัย บ้านแถว ห้องพักโรงแรม ห้องเรียนนักเรียนอนุบาล คริวสำหรับอาคารอยู่อาศัย ห้องพักคนไข้พิเศษ ช่องทางเดินในอาคาร | 2.60 เมตร |
| ๒. ห้องที่ใช้เป็นสำนักงาน ห้องเรียน ห้องอาหาร ห้องโถงภัตตาคาร โรงงาน | 3.00 เมตร |
| ๓. ห้องขายสินค้า ห้องประชุมห้องคนใช้รวม คลังสินค้า โรงครัว ตลาดและอื่นๆ | 3.50 เมตร |
| ๔. ห้องแถว ตึกแถว | 3.50 เมตร |
| ๔.๑ ชั้นล่าง | 3.00 เมตร |
| ๔.๒ ตั้งแต่ชั้นสองขึ้นไป | 2.20 เมตร |
| ๕. ระเบียบ | |

ระยะตั้งตามวรรคหนึ่งให้วัดจากพื้นถึงพื้น ในกรณีของชั้นใต้หลังคาให้วัดจากพื้นถึงยอดฝ้าหรือยอดผนังอาคาร และในกรณีของห้องหรือส่วนของอาคารที่อยู่ภายในโครงสร้างของหลังคา ให้วัดจากพื้นถึงยอดฝ้าหรือยอดผนังของห้องหรือส่วนของอาคารดังกล่าวที่ไม่ใช่โครงสร้างของหลังคา

ห้องในอาคารซึ่งมีระยะตั้งระหว่างพื้นถึงพื้นอีกชั้นหนึ่งตั้งแต่ ๕ เมตรขึ้นไป จะทำพื้นชั้นลอยในห้องนั้นก็ได้ โดยพื้นชั้นลอยดังกล่าวต้องมีเนื้อที่ไม่เกินร้อยละสี่สิบของเนื้อที่ห้อง ระยะตั้งระหว่างพื้นชั้นลอยถึงพื้นอีกชั้นหนึ่งต้องไม่น้อยกว่า ๒.๔๐ เมตร และระยะตั้งระหว่างพื้นห้องถึงพื้นชั้นลอยต้องไม่น้อยกว่า ๒.๔๐ เมตร ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องน้ำ ห้องส้วม ต้องมีระยะตั้งระหว่างพื้นถึงเพดานไม่น้อยกว่า ๒ เมตร

ส่วนที่ ๓

บันไดของอาคาร

ข้อ ๒๓ บันไดของอาคารอยู่อาศัยถ้ามีต้องมียกขึ้นบันไดที่มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า ๘๐ เซนติเมตร ช่วงหนึ่งสูงไม่เกิน ๓ เมตร ลูกตั้งสูงไม่เกิน ๒๐ เซนติเมตร ลูกนอนเมื่อหักส่วนที่ขึ้นบันไดเหลื่อมกันออกแล้วเหลือความกว้างไม่น้อยกว่า ๒๒ เซนติเมตร และต้องมีพื้นหน้าบันไดมีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได

บันไดที่สูงเกิน ๓ เมตร ต้องมีชานพักบันไดทุกช่วง ๓ เมตร หรือน้อยกว่านั้น และชานพักบันไดต้องมีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได ระยะตั้งจากชั้นบันไดหรือชานพักบันไดถึงส่วนต่ำสุดของอาคารที่อยู่เหนือขึ้นไปต้องสูงไม่น้อยกว่า ๑.๘๐ เมตร

ข้อ ๒๔ บันไดของอาคารอยู่อาศัยรวม หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก สำนักงาน อาคารสาธารณะ อาคารพาณิชย์ โรงงาน และอาคารพิเศษ สำหรับที่ใช้กับชั้นที่มีพื้นที่อาคารชั้นเหนือขึ้นไปรวมกันไม่เกิน ๓๐๐ ตารางเมตร ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า ๑.๒๐ เมตร แต่สำหรับบันไดของอาคารดังกล่าวที่ใช้กับชั้นที่มีพื้นที่อาคารชั้นเหนือขึ้นไปรวมกันเกิน ๓๐๐ ตารางเมตร ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า ๑.๕๐ เมตร ถ้าความกว้างสุทธิของบันไดน้อยกว่า ๑.๕๐ เมตร ต้องมีบันไดอย่างน้อยสองบันได และแต่ละบันไดต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า ๑.๒๐ เมตร

บันไดของอาคารที่ใช้เป็นที่ชุมนุมของคนจำนวนมาก เช่น บันไดห้องประชุมหรือห้องบรรยายที่มีพื้นที่รวมกันตั้งแต่ ๕๐๐ ตารางเมตรขึ้นไป หรือบันไดห้องรับประทานอาหารหรือสถานบริการที่มีพื้นที่รวมกันตั้งแต่ ๑,๐๐๐ ตารางเมตรขึ้นไป หรือบันไดของแต่ละชั้นของอาคารนั้นที่มีพื้นที่รวมกันตั้งแต่ ๒,๐๐๐ ตารางเมตรขึ้นไป ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า ๑.๕๐ เมตร อย่างน้อยสองบันได ถ้ามีบันไดเดียวต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร

บันไดที่สูงเกิน ๔ เมตร ต้องมีชานพักบันไดทุกช่วง ๔ เมตร หรือน้อยกว่านั้น และระยะตั้งจากชั้นบันไดหรือชานพักบันไดถึงส่วนต่ำสุดของอาคารที่อยู่เหนือขึ้นไปต้องสูงไม่น้อยกว่า ๒.๑๐ เมตร

ชานพักบันไดและพื้นหน้าบันไดต้องมีความกว้างและความยาวไม่น้อยกว่าความกว้างสุทธิของบันได เว้นแต่บันไดที่มีความกว้างสุทธิเกิน ๒ เมตร ชานพักบันไดและพื้นหน้าบันไดจะมีความยาวไม่เกิน ๒ เมตรก็ได้

บันไดตามวรรคหนึ่งและวรรคสองต้องมีลูกตั้งสูงไม่เกิน ๑๘ เซนติเมตร ลูกนอนเมื่อหักส่วนที่ขึ้นบันไดเหลื่อมกันออกแล้วเหลือความกว้างไม่น้อยกว่า ๒๕ เซนติเมตร และต้องมีราวบันไดกั้นตักบันไดที่มีความกว้างสุทธิเกิน ๖ เมตร และช่วงบันไดสูงเกิน ๑ เมตร ต้องมีราวบันไดทั้งสองข้างบริเวณมุมก้นบันไดต้องมีวัสดุกันลื่น

ข้อ ๒๕ บันไดตามข้อ ๒๔ จะต้องมีระยะห่างไม่เกิน ๔๐ เมตร จากจุดที่ไกลสุดบนพื้นชั้นนั้น

ข้อ ๒๖ บันไดตามข้อ ๒๓ และข้อ ๒๔ ที่เป็นแนวโค้งเกิน ๙๐ องศา จะไม่มีชานพักบันไดก็ได้ แต่ต้องมีความกว้างเฉลี่ยของลูกนอนไม่น้อยกว่า ๒๒ เซนติเมตร สำหรับบันไดตามข้อ ๒๓ และไม่น้อยกว่า ๒๕ เซนติเมตร สำหรับบันไดตามข้อ ๒๔

ส่วนที่ ๔ บันไดหนีไฟ

ข้อ ๒๗ อาคารที่สูงตั้งแต่สี่ชั้นขึ้นไปและสูงไม่เกิน ๒๓ เมตร หรืออาคารที่สูงสามชั้นและมีลาดฟ้าเหนือชั้นที่สามที่มีพื้นที่เกิน ๑๖ ตารางเมตร นอกจากมีบันไดของอาคารตามปกติแล้ว ต้องมีบันไดหนีไฟที่ทำด้วยวัสดุทนไฟอย่างน้อยหนึ่งแห่ง และต้องมีทางเดินไปยังบันไดหนีไฟนั้นได้โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง

ข้อ ๒๘ บันไดหนีไฟต้องมีความลาดชันน้อยกว่า ๖๐ องศา เว้นแต่ตึกแถวและบ้านแถวที่สูงไม่เกินสี่ชั้น ให้มีบันไดหนีไฟที่มีความลาดชันเกิน ๖๐ องศาได้ และต้องมีชานพักบันไดทุกชั้น

ข้อ ๒๙ บันไดหนีไฟภายนอกอาคารต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า ๖๐ เซนติเมตรและต้องมีผนังส่วนที่บันไดหนีไฟพาดผ่านเป็นผนังที่บ่อสร้างด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ

บันไดหนีไฟตามวรรคหนึ่ง ถ้าทอดไม่ถึงพื้นชั้นล่างของอาคารต้องมีบันไดโลหะที่สามารถเลื่อนหรือยัดหรือหย่อนลงมาจนถึงพื้นชั้นล่างได้

ข้อ ๓๐ บันไดหนีไฟภายในอาคารต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า ๘๐ เซนติเมตรมีผนังที่บ่อสร้างด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟกันโดยรอบ เว้นแต่ส่วนที่เป็นช่องระบายอากาศและช่องประตูหนีไฟ และต้องมีอากาศถ่ายเทจากภายนอกอาคารได้โดยแต่ละชั้นต้องมีช่องระบายอากาศที่เปิดสู่ภายนอกอาคารได้มีพื้นที่รวมกันไม่น้อยกว่า ๑.๔ ตารางเมตร กับต้องมีแสงสว่างให้เพียงพอทั้งกลางวันและกลางคืน

ข้อ ๓๑ ประตูหนีไฟต้องทำด้วยวัสดุทนไฟ มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า ๘๐ เซนติเมตร สูงไม่น้อยกว่า ๑.๙๐ เมตร และต้องทำเป็นบานเปิดชนิดผลักออกสู่ภายนอกเท่านั้น กับต้องติดอุปกรณ์ชนิดที่บังคับให้บานประตูปิดได้เอง และต้องสามารถเปิดออกได้โดยสะดวกตลอดเวลา ประตูหรือทางออกสู่บันไดหนีไฟต้องไม่มีธรณีหรือขอบกั้น

ข้อ ๓๒ พื้นหน้าบันไดหนีไฟต้องกว้างไม่น้อยกว่าความกว้างของบันไดและอีกด้านหนึ่งกว้างไม่น้อยกว่า ๑.๕๐ เมตร

หมวด ๓

ที่ว่างภายนอกอาคาร

ข้อ ๓๓ อาคารแต่ละหลังหรือหน่วยต้องมีที่ว่างตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) อาคารอยู่อาศัย และอาคารอยู่อาศัยรวม ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า ๓๐ ใน ๑๐๐ ส่วนของพื้นที่ชั้นใดชั้นหนึ่งที่มากที่สุดของอาคาร

(๒) ห้องแถว ตึกแถว อาคารพาณิชย์ โรงงาน อาคารสาธารณะ และอาคารอื่นซึ่งไม่ได้ใช้เป็นที่อยู่อาศัย ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า ๑๐ ใน ๑๐๐ ส่วนของพื้นที่ชั้นใดชั้นหนึ่งที่มากที่สุดของอาคาร แต่ถ้าอาคารดังกล่าว ใช้เป็นที่อยู่อาศัยด้วยต้องมีที่ว่างตาม (๑)

ข้อ ๓๔ ห้องแถวหรือตึกแถวซึ่งด้านหน้าไม่ติดริมถนนสาธารณะ ต้องมีที่ว่างด้านหน้าอาคารกว้างไม่น้อยกว่า ๖ เมตร โดยไม่ให้มีส่วนใดของอาคารยื่นล้ำเข้าไปในพื้นที่ดังกล่าว

ห้องแถวหรือตึกแถว ต้องมีที่ว่างด้านหลังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร เพื่อใช้ติดต่อกันโดยไม่ให้มีส่วนใดของอาคารยื่นล้ำเข้าไปในพื้นที่ดังกล่าว เว้นแต่การสร้างบันไดหนีไฟภายนอกอาคารที่ยื่นล้ำไม่เกิน ๑.๔๐ เมตร

ระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างถึงสิบลูกหา หรือมีความยาวรวมกันถึง ๔๐ เมตร ต้องมีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวที่กว้างไม่น้อยกว่า ๔ เมตร เป็นช่องตลอดความลึกของห้องแถวหรือตึกแถวเพื่อเชื่อมกับที่ว่างหลังอาคาร

ห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างติดต่อกันไม่ถึงสิบลูกหา หรือมีความยาวรวมกันไม่ถึง ๔๐ เมตรแต่มีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวที่กว้างน้อยกว่า ๔ เมตร ไม่ให้ถือว่าเป็นที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถว แต่ให้ถือว่าห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างต่อเนื่องเป็นแถวเดียวกัน

ที่ว่างตามวรรคหนึ่ง วรรคสอง และวรรคสาม จะก่อสร้างอาคาร รั้ว กำแพง หรือสิ่งก่อสร้างอื่นใดหรือจัดให้เป็นบ่อน้ำ สระว่ายน้ำ ที่พักผ่อนหย่อน หรือที่พักรวมมูลฝอยไม่ได้

ห้องแถวหรือตึกแถวที่มีด้านข้างใกล้เขตที่ดินของผู้อื่น ต้องมีที่ว่างระหว่างด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวกับเขตที่ดินของผู้อื่นที่กว้างไม่น้อยกว่า ๒ เมตร เว้นแต่ห้องแถวหรือตึกแถวที่ก่อสร้างขึ้นทดแทนอาคารเดิมโดยมีพื้นที่ไม่มากกว่าพื้นที่ของอาคารเดิมและมีความสูงไม่เกิน ๑๕ เมตร

ข้อ ๓๕ ห้องแถวหรือตึกแถวที่มีที่ว่างหลังอาคารตามข้อ ๓๔ วรรคสอง และได้รับแนวอาคารตามข้อ ๔๑ แล้ว ไม่ต้องมีที่ว่างตามข้อ ๓๓ (๑) และ (๒) อีก

ข้อ ๓๖ บ้านแถวต้องมีที่ว่างด้านหน้าระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตร และต้องมีที่ว่างด้านหลังอาคารระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า ๒ เมตร

ระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวที่สร้างถึงสิบลูกหา หรือมีความยาวรวมกันถึง ๔๐ เมตร ต้องมีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวที่กว้างไม่น้อยกว่า ๔ เมตร เป็นช่องตลอดความลึกของบ้านแถว

บ้านแถวที่สร้างติดต่อกันไม่ถึงสิบลูกหา หรือมีความยาวรวมกันไม่ถึง ๔๐ เมตร แต่มีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวที่กว้างน้อยกว่า ๔ เมตร ไม่ให้ถือว่าเป็นที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถว แต่ให้ถือว่าบ้านแถวที่สร้างต่อเนื่องเป็นแถวเดียวกัน

ข้อ ๓๗ บ้านแฝดต้องมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า ๓ เมตรและ ๒ เมตรตามลำดับ และมีที่ว่างด้านข้างกว้างไม่น้อยกว่า ๒ เมตร

ข้อ ๓๘ คลังสินค้าที่มีพื้นที่ของอาคารทุกชั้นรวมกันตั้งแต่ ๑๐๐ ตารางเมตร แต่ไม่เกิน ๕๐๐ ตารางเมตร ต้องมีที่ว่างห่างแนวเขตที่ดินที่ใช้ออกสร้างอาคารนั้นไม่น้อยกว่า ๖ เมตร สองด้าน ส่วนด้านอื่นต้องมีที่ว่างห่างแนวเขตที่ดินไม่น้อยกว่า ๓ เมตร

คลังสินค้าที่มีพื้นที่ของอาคารทุกชั้นรวมกันเกิน ๕๐๐ ตารางเมตร ต้องมีที่ว่างห่างแนวเขตที่ดินที่ใช้ออกสร้างอาคารนั้นไม่น้อยกว่า ๑๐ เมตร สองด้าน ส่วนด้านอื่นต้องมีที่ว่างห่างจากแนวเขตที่ดินไม่น้อยกว่า ๕ เมตร

ข้อ ๓๙ โรงงานที่มีพื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจการของอาคารทุกชั้นรวมกันตั้งแต่ ๒๐๐ ตารางเมตรแต่ไม่เกิน ๕๐๐ ตารางเมตร ต้องมีที่ว่างห่างแนวเขตที่ดินที่ใช้ออกสร้างอาคารนั้นไม่น้อยกว่า ๓ เมตร จำนวนสองด้านโดยผนังอาคารทั้งสองด้านนี้ให้ทำเป็นผนังที่ปิดด้วยอิฐหรือคอนกรีตยกเว้นประตูหนีไฟส่วนด้านที่เหลือให้มีที่ว่างไม่น้อยกว่า ๖ เมตร

โรงงานที่มีพื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจการของอาคารทุกชั้นรวมกันตั้งแต่ ๕๐๐ ตารางเมตรแต่ไม่เกิน ๑,๐๐๐ ตารางเมตร ต้องมีที่ว่างห่างแนวเขตที่ดินที่ใช้ออกสร้างอาคารนั้นไม่น้อยกว่า ๖ เมตรทุกด้าน

โรงงานที่มีพื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจการของอาคารทุกชั้นรวมกันเกิน ๑,๐๐๐ ตารางเมตร ต้องมีที่ว่างห่างแนวเขตที่ดินที่ใช้ออกสร้างอาคารนั้นไม่น้อยกว่า ๑๐ เมตร ทุกด้าน

หมวด ๔

แนวอาคารและระยะต่าง ๆ ของอาคาร

ข้อ ๔๐ การก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารหรือส่วนของอาคารจะต้องไม่ล้ำเข้าไปในที่สาธารณะ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานซึ่งมีอำนาจหน้าที่ดูแลรักษาที่สาธารณะนั้น

ข้อ ๔๑ อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะที่มีความกว้างน้อยกว่า ๖ เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย ๓ เมตร

อาคารที่สูงเกินสองชั้นหรือเกิน ๘ เมตร ห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว อาคารพาณิชย์ โรงงาน อาคารสาธารณะ ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายหรือคลังสินค้า ที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะ

(๑) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างน้อยกว่า ๑๐ เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย ๖ เมตร

(๒) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างตั้งแต่ ๑๐ เมตรขึ้นไป แต่ไม่เกิน ๒๐ เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย ๑ ใน ๑๐ ของความกว้างของถนนสาธารณะ

(๓) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างเกิน ๒๐ เมตรขึ้นไป ให้ร่นแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย ๒ เมตร

ข้อ ๔๒ อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้แหล่งน้ำสาธารณะ เช่น แม่น้ำ คู คลอง ลำรางหรือลำกระโดง ถ้าแหล่งน้ำสาธารณะนั้นมีความกว้างน้อยกว่า ๑๐ เมตร ต้องร่นแนวอาคารให้ห่างจากเขตแหล่งน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาธารณสุขนั้นไม่น้อยกว่า ๓ เมตร แต่ถ้าแหล่งน้ำสาธารณสุขนั้นมีความกว้างตั้งแต่ ๑๐ เมตรขึ้นไป ต้องร่นแนวอาคารให้ห่างจากเขตแหล่งน้ำสาธารณสุขนั้นไม่น้อยกว่า ๖ เมตร

สำหรับอาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้แหล่งน้ำสาธารณสุขขนาดใหญ่ เช่น บึง ทะเลสาบ หรือทะเล ต้องร่นแนวอาคารให้ห่างจากเขตแหล่งน้ำสาธารณสุขนั้นไม่น้อยกว่า ๑๒ เมตร

ทั้งนี้ เว้นแต่ สะพาน เขื่อน รั้ว ท่อระบายน้ำ ท่าเรือ ป้าย อุโมงค์ คานเรือ หรือที่วางที่ใช้เป็นที่จอดรถไม่ต้องร่นแนวอาคาร

ข้อ ๔๓ ให้อาคารที่สร้างตามข้อ ๔๑ และข้อ ๔๒ ต้องมีส่วนต่ำสุดของกันสาดหรือส่วนยื่นสถาปัตยกรรมสูงจากระดับทางเท้าไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ เมตร ทั้งนี้ ไม่นับส่วนตบแต่งที่ยื่นจากผนังไม่เกิน ๕๐ เซนติเมตร และต้องมีท่อรับน้ำจากกันสาดหรือหลังคาต่อแนบหรือฝังในผนังหรือเสาอาคารลงสู่ท่อสาธารณสุขหรือบ่อพัก

ข้อ ๔๔ ความสูงของอาคารไม่ว่าจากจุดหนึ่งจุดใด ต้องไม่เกินสองเท่าของระยะราบ วัดจากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้อาคารนั้นที่สุด

ความสูงของอาคารให้วัดแนวตั้งจากระดับถนนหรือระดับพื้นดินที่ก่อสร้างขึ้นไปถึงส่วนของอาคารที่สูงที่สุด สำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

ข้อ ๔๕ อาคารหลังเดียวกันซึ่งมีถนนสาธารณะสองสายขนาดไม่เท่ากันขนานอยู่เมื่อระยะระหว่างถนนสาธารณะสองสายนั้นไม่เกิน ๖๐ เมตร และส่วนกว้างของอาคารตามแนวถนนสาธารณะที่กว้างกว่าไม่เกิน ๖๐ เมตร ความสูงของอาคาร ณ จุดใดต้องไม่เกินสองเท่าของระยะราบที่ใกล้ที่สุดจากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตถนนสาธารณะด้านตรงข้ามของสายที่กว้างกว่า

ข้อ ๔๖ อาคารหลังเดียวกันซึ่งอยู่ที่มุมถนนสาธารณะสองสายขนาดไม่เท่ากัน ความสูงของอาคาร ณ จุดใดต้องไม่เกินสองเท่าของระยะราบที่ใกล้ที่สุด จากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตถนนสาธารณะด้านตรงข้ามของสายที่กว้างกว่า และความยาวของอาคารตามแนวถนนสาธารณะที่แคบกว่าต้องไม่เกิน ๖๐ เมตร

สำหรับอาคารซึ่งเป็นห้องแถวหรือตึกแถว ความยาวของอาคารตามแนวถนนสาธารณะที่แคบกว่าต้องไม่เกิน ๑๕ เมตร

ข้อ ๔๗ รั้วหรือกำแพงที่สร้างขึ้นติดต่อกับหรือห่างจากถนนสาธารณะน้อยกว่าความสูงของรั้วให้ก่อสร้างได้สูงไม่เกิน ๓ เมตร เหนือระดับทางเท้าหรือถนนสาธารณะ

ข้อ ๔๘ การก่อสร้างอาคารใกล้อาคารอื่นในที่ดินเจ้าของเดียวกัน พื้นหรือผนังของอาคารสูงไม่เกิน ๙ เมตร ต้องห่างอาคารอื่นไม่น้อยกว่า ๔ เมตร และสำหรับอาคารที่สูงเกิน ๙ เมตร แต่ไม่ถึง ๒๓ เมตร ต้องห่างอาคารอื่นไม่น้อยกว่า ๖ เมตร

ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับแก่ที่วางที่ใช้เป็นที่จอดรถ

ข้อ ๔๙ การก่อสร้างอาคารในบริเวณด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถว

(๑) ถ้าห้องแถวหรือตึกแถวนั้นมีจำนวนรวมกันได้ตั้งแต่สิบคูหา หรือมีความยาวรวมกันได้ตั้งแต่ ๔๐ เมตรขึ้นไป และอาคารที่จะสร้างขึ้นเป็นห้องแถวหรือตึกแถว ห้องแถวหรือตึกแถวที่จะสร้างขึ้นต้องห่างจากผนังด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวเดิมไม่น้อยกว่า ๔ เมตร แต่ถ้าเป็นอาคารอื่นต้องห่างจากผนังด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวเดิมไม่น้อยกว่า ๒ เมตร

(๒) ถ้าห้องแถวหรือตึกแถวนั้นมีจำนวนไม่ถึงสิบคูหาและความยาวรวมกันไม่ถึง ๔๐ เมตร อาคารที่สร้างขึ้นจะต้องห่างจากผนังด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวเดิมไม่น้อยกว่า ๒ เมตร เว้นแต่การสร้างห้องแถวหรือตึกแถวต่อจากห้องแถวหรือตึกแถวเดิมตามข้อ ๔

ข้อ ๕๐ ผนังของอาคารที่มีหน้าต่าง ประตู ช่องระบายอากาศหรือช่องแสงหรือระเบียงของอาคารต้องมีระยะห่างจากแนวเขตที่ดินดังนี้

(๑) อาคารที่มีความสูงไม่เกิน ๙ เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า ๒ เมตร

(๒) อาคารที่มีความสูงเกิน ๙ เมตร แต่ไม่ถึง ๒๓ เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า ๓ เมตร

ผนังของอาคารที่อยู่ห่างเขตที่ดินน้อยกว่าตามที่กำหนดไว้ใน (๑) หรือ (๒) ต้องอยู่ห่างจากเขตที่ดินไม่น้อยกว่า ๕๐ เซนติเมตร เว้นแต่จะก่อสร้างชิดเขตที่ดินและอาคารดังกล่าวจะก่อสร้างได้สูงไม่เกิน ๑๕ เมตร ผนังของอาคารที่อยู่ชิดเขตที่ดินหรือห่างจากเขตที่ดินน้อยกว่าที่ระบุไว้ใน (๑) หรือ (๒) ต้องก่อสร้างเป็นผนังทึบ และลาดฟ้าของอาคารด้านนั้นให้ทำผนังทึบสูงจากลาดฟ้าไม่น้อยกว่า ๑.๘๐ เมตร ในกรณีก่อสร้างชิดเขตที่ดินต้องได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากเจ้าของที่ดินข้างเคียงด้านนั้นด้วย

ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๘ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๔๓

พินิจ จารุสมบัติ

รัฐมนตรีช่วยว่าการฯ ปฏิบัติราชการแทน

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ โดยที่เป็นการสมควรกำหนดลักษณะแบบ รูปทรง สัดส่วน เนื้อที่ ที่ตั้งของอาคาร ระดับ เนื้อที่ของที่ว่างภายนอกอาคารหรือแนวอาคาร และระยะหรือระดับระหว่างอาคารกับอาคารหรือเขตที่ดินของผู้อื่น หรือระหว่างอาคารกับถนน ทางเท้าหรือที่สาธารณะ เพื่อประโยชน์แห่งความมั่นคงแข็งแรง ความปลอดภัย การป้องกันอัคคีภัย การสาธารณสุข การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การผังเมือง การสถาปัตยกรรมและการอำนวยความสะดวก สะดวกแก่การจราจร ประกอบกับมาตรา ๘ (๑) (๗) และ (๘) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้บัญญัติให้การกำหนดดังกล่าวต้องเป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.5 องค์ประกอบพื้นฐานโครงการ

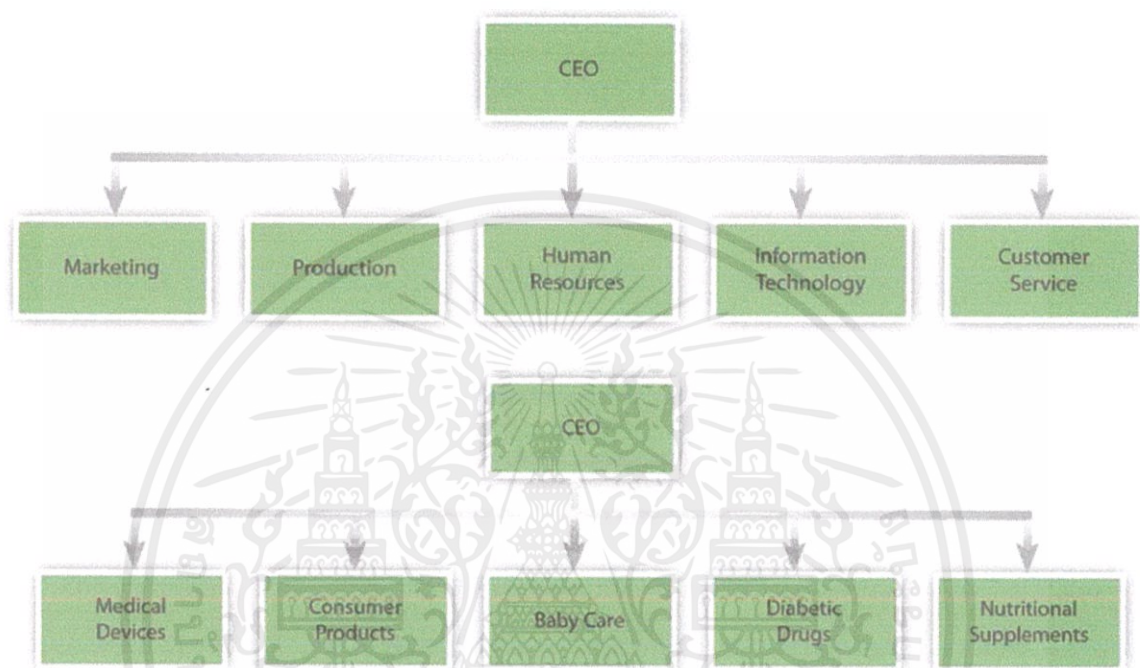
1. ส่วนต้อนรับและให้ข้อมูลผู้ใช้บริการ
2. ส่วนบริการ
3. ส่วนรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม
4. ส่วนบริการการเรียนรู้และจัดกิจกรรม
5. ส่วนพนักงานภายในโครงการ
6. ส่วนบริการอาคารสถานที่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.6 สายการบริหารพื้นฐานโครงการ

ปัจจุบันLush ในประเทศไทยบริหารโดย บ็อบ แวนแอส



ภาพที่ 2.1 ภาพผังองค์กร Lush

ที่มา: (<https://2012books.lardbucket.org>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลสนับสนุนโครงการ

2.2.1 ประวัติโครงการ

โครงการ Lush beauty and spa center ที่ตอปโจทย์ Lifestyle การใช้บริการด้านความงามของคนในกรุงเทพในปัจจุบัน ที่ยังเป็นพื้นที่สำหรับพบปะกับกลุ่มเพื่อนอีกทั้งยังส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของ แแบรนด์ Lush ในประเทศไทยชัดยิ่งขึ้นในเรื่องของสินค้าบริการตลอดจน นโยบายตลอดจนแคมเปญของแบรนด์ Lush

2.2.2 เอกลักษณ์โครงการ



ภาพที่ 2.2 ภาพ Logo
ที่มา:(www.Lush.com)

โลโก้ : ใช้ตัวอักษรที่มีความเรียบง่ายและชัดเจน

สี : ขาว และ ดำ เพื่อให้รู้สึกเป็นกลาง ทุกคนสามารถใช้ผลิตภัณฑ์แบรนด์ Lush ได้

วิสัยทัศน์ : fresh, handmade, organic, quality cosmetics to inspire a socially responsible beauty industry

ด้วยแบรนด์Lushเป็นผู้นำแฟชั่นมีแคมเปญตามเทรนด์ของโลกเพื่อร่วมแก้ปัญหาด้านต่างๆผ่านตัวผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แต่ละตัวของLushจะมีความสุขโดยทำด้วยวิธีแฮนด์เมดและมีความเป็นHomemade มีกลิ่นอายความ Homemy เป็นกันเองและใส่ใจความยั่งยืนของธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 รายละเอียดองค์ประกอบโครงการ

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรม	องค์ประกอบ
1. เป็นพื้นที่ให้บริการทางด้านความงามและสุขภาพ ภายใต้ Brand Lush	- ติดต่อสอบถาม - ทำผม - นวด - แต่งหน้า - รับประทานอาหาร - เลือกซื้อผลิตภัณฑ์	- Reception - Waiting area - Salon - Makeup - spa Massage Treatment Hair spa Face spa Music spa Body spa Foot spa - Restaurant - cafe
2. เป็นพื้นที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ Brand Lush	- เปิดตัวสินค้าใหม่ - Promote สินค้า - ทำกิจกรรม	- Event space
3. เป็นพื้นที่ Creative สิ่งใหม่ๆ และ Share ประสบการณ์ใหม่ๆ	- ผสมผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง - จัดดอกไม้ / ปลุกต้นไม้ - ปักผ้า / ย้อมสีผ้า - ทำอาหาร / ขนม - จัดคลาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ Creative สิ่งใหม่ๆ จาก Product - Share Review ผลิตภัณฑ์	- workshop Product - workshop space - workshop ice - cream - Creative Social space

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 ขอบข่ายแลเขตโครงการ

- ส่วนFront of the house
- ส่วนสำนักงานและบริการ
- ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม
- ส่วนร้านค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- Beauty & Salon
- Spa Massage
- workshop
- Creative Social space

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงขอบเขตและขอบข่ายของวิทยานิพนธ์

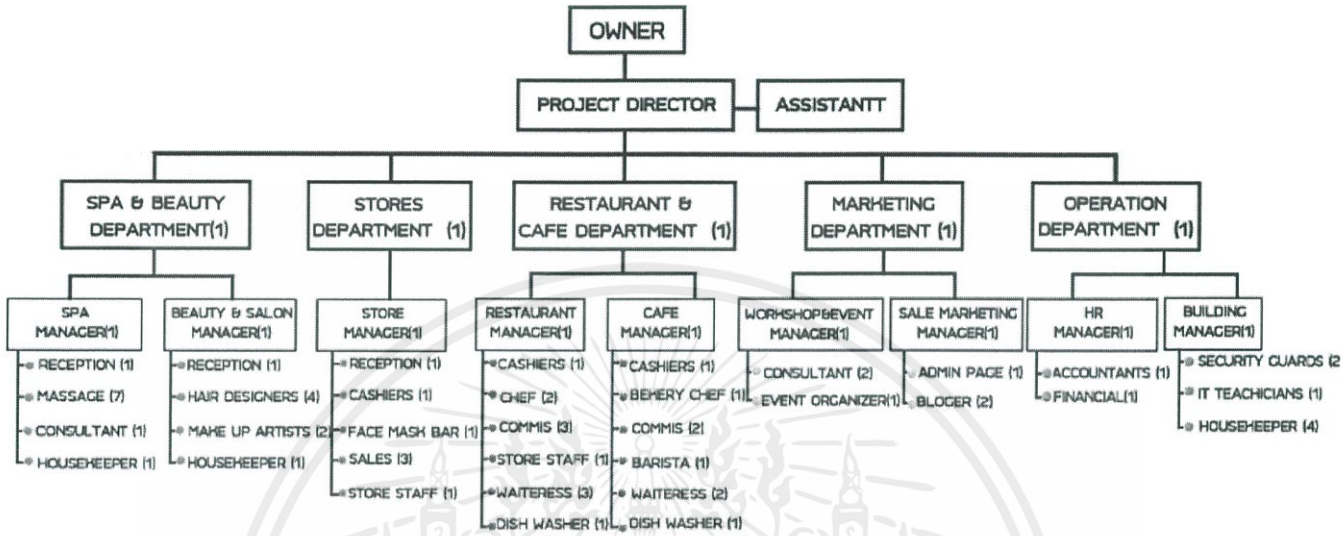
องค์ประกอบการใช้งาน	ขอบข่าย	ขอบเขต
1. ส่วนFront of the house		
1.1 Reception	✓	✓
1.2 Main Entrance	✓	✓
1.3 Reception & Information	✓	✓
1.4 พื้นที่จัด Event	✓	✓
1.5 facad โดยรอบอาคาร	✓	✓
1.6 Toilet	✓	
1.7 Car park	✓	
2. ส่วนสำนักงานและบริการ		
2.1 Black of the house	✓	
2.2 Laundry Room	✓	
2.3 Toilet	✓	
2.4 office	✓	
3.ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม		
2.1 Reastaurant	✓	✓
2.2 Cafe	✓	✓
2.3 Workshop	✓	✓
4.ส่วนร้านค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์		
4.1 Retial shop	✓	✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 Storage	✓	
5. Beauty & Salon		
5.1 Black of the house	✓	✓
5.2 stroage	✓	✓
5.3 Rest room	✓	✓
5.4 Colour area	✓	✓
5.5 Shampoo area	✓	✓
5.6 Styling area	✓	✓
5.7 Makeup area	✓	✓
6. spa Massage		
6.1 Counter	✓	✓
6.2 Waiting area	✓	✓
6.3 storage	✓	✓
6.4 Spa treatment	✓	✓
6.5 Spa Massage	✓	✓
6.6 Mask / Pack / Wrap / Scrub	✓	✓
6.8 Toilet	✓	✓
6.9 Shower	✓	✓
6.10 Changing room	✓	✓
6.11 Staff room	✓	✓
6.12 Storage	✓	✓
7. Workshop		
7.1 stroage	✓	✓
7.2 พื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม	✓	✓
7.3 ส่วนซักล้าง	✓	
7.4 Creative Social space		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 สายการบริหารและอัตรากำลัง



ภาพที่ 2.3 ภาพสายบริหารและอัตรากำลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6 รายละเอียดข้อกำหนด

ตารางที่ 2.2 ตารางรายละเอียดข้อกำหนด

กิจกรรม	เวลา	ราคา
ส่วน Spa Massage Hair Spa Face Spa Body Scrub & Bath Treatment all package	10.00 – 21.00 น.	1900 บาท 1500 บาท 1500 บาท 3000 บาท 7000 บาท
ส่วนBeauty & Salon Color Hair Cut / Design Hair Wash Hair Treatment Hair Make up	10.00 - 2.30 น.	3000 บาท 1000 บาท 500 บาท 1000 บาท 1000 บาท
ส่วน Workshop Studio Class Studio Private Class	10.00 – 20.00 น.	1000 บาท 2000 บาท
ส่วนRestaurant & Café Café Day Café Night Workshop Restaurant	10.00 - 17.30 น. 17.30 – 21.30 น. 10.00 – 18.00 น. 10.00 – 21.00 น.	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.7 รายละเอียดองค์ประกอบโครงการ

ตารางที่ 2.3 แสดงรายละเอียดประกอบโครงการ

พื้นที่ส่วน บริการ	1.Lobby & Reception พื้นที่สำหรับติดต่อเพื่อรับข้อมูลในการใช้บริการด้านต่างๆ
ส่วน บริการอาหาร และเครื่องดื่ม	1.Restaurant พื้นที่ให้บริการอาหารVegetarian เวลา 10.00 – 21.00 น.
	2.Cafe พื้นที่ให้บริการ bakery Ice-cream และ เครื่องดื่ม Café Day 10.00 - 17.30 น. Café night 17.30 - 21.30 น.
	3.Workshop พื้นที่สำหรับผู้ที่ต้องการทำขนมแบบHomemade เวลา10.00-18.00น.
ส่วนร้านค้าและ จำหน่าย ผลิตภัณฑ์	1.Retail shop พื้นที่จำหน่ายและทดลองผลิตภัณฑ์แบรนด์ Lush เวลา 11.00-21.30 น.
Beauty & Salon	1.Reception & Waiting พื้นที่สำหรับติดต่อสอบถามและพักคอย
	2.Make up area พื้นที่ให้บริการด้านการแต่งหน้า เวลา10.00-20.30น.
	3.Salon area พื้นที่ให้บริการด้านการตกแต่งทรงผม เวลา10.00-20.30น.
Spa Massage	1.Reception & Waiting พื้นที่สำหรับติดต่อสอบถามและพักคอย
	2.Spa Treatment,Massage,Music พื้นที่ให้บริการ Spa จากผลิตภัณฑ์ของLush เวลา10.00-21.00น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Workshop Creative Social space	1. Studio เป็นพื้นที่สำหรับลูกค้าที่ต้องการทำกิจกรรมWorkshopที่ส่งเสริมแคมเปญของLush เวลา10.00-20.00น.
	2. Private Studio เป็นพื้นที่สำหรับลูกค้าที่ต้องการรวมกลุ่ม เพื่อทำ Workshop เวลา10.00-20.00น.
	3.CO-Working space เป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มคนที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ได้มีพื้นที่รีวิวลงบนInternet10.00-20.30 น.
	4.Even space พื้นที่สำหรับเปิดตัวผลิตภัณฑ์Lushในช่วงต่างๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

3.1 กรณีศึกษา

3.1.1 กรณีศึกษาเกี่ยวกับSpa

1. Panpuri Wellness

คือสถานที่ที่ผ่อนคลายร่างกายและจิตใจที่จะตอบสนองต่อวิถีชีวิตคนทำงานในเมืองโดยตั้งอยู่ใจกลางเมืองย่านราชประสงค์จึงสะดวกสบายต่อการเดินทางผ่อนคลายจิตใจและฟื้นฟูร่างกายแบบรอบด้านผ่านการแช่ออนเซน ออร์แกนิกสปา อาหารเพื่อสุขภาพ และเวเลนเนสโปรแกรมต่างๆ ด้วยผลิตภัณฑ์ชั้นเยี่ยมที่ใช้ส่วนผสมธรรมชาติ และออร์แกนิก ทั้งสกินแคร์ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย เครื่องหอม รวมไปถึงบริการสปา เพื่อตอบสนองต่อการแก้ปัญหาของคนเมืองในยุคนี้



ภาพที่ 3.1ภาพ Reception Panpuri Wellness

ที่มา : (www.archdaily.com)



ภาพที่ 3.2 ภาพ Restaurant Panpuri Wellness

ที่มา : (www.Google.com)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.3 ภาพ Spa massage room Panpuri Wellness

ที่มา : (www.Archdaily.com)

- 1.1 ที่ตั้ง ถนน เพลินจิต แขวง ลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
- 1.2 ลักษณะผู้ให้บริการ พนักงานบนตึกเกสร กลุ่มคนเมืองที่ต้องการหลบหนีจากความวุ่นวาย ในแต่ละวันจากการใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ
- 1.3 กิจกรรม เชื้อออนเซ็น/นวด/เวเลนเนสซาร์/พักผ่อน/ซื้อผลิตภัณฑ์

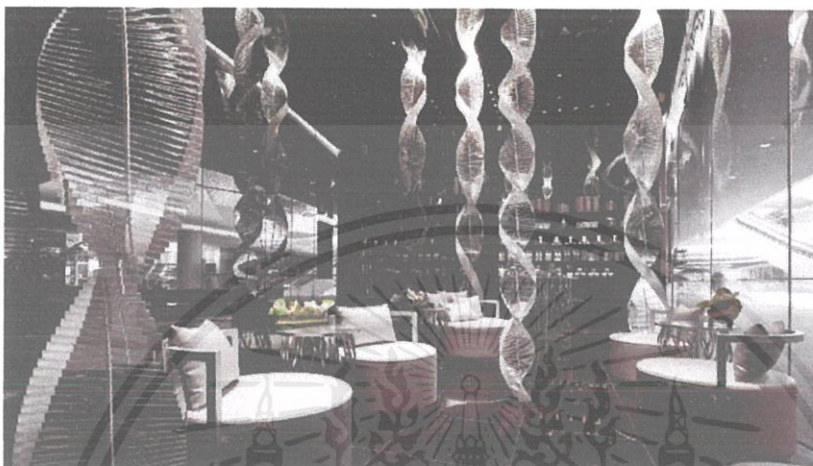
ตารางที่ 3.1 ตารางวิเคราะห์กรณีศึกษา Panpuri Wellness

วิเคราะห์ลักษณะผู้ใช้งาน	วิเคราะห์ลักษณะอาคาร	วิเคราะห์ลักษณะภายในอาคาร	สิ่งที่นำมาใช้ในโครงการ
<p>ผู้ให้บริการ: เป็นกลุ่มลูกค้าระดับ Hiend</p> <p>พฤติกรรม-กิจกรรม: นวด</p> <p>เชื้อออนเซ็น</p> <p>พักผ่อน</p> <p>รับประทานอาหาร</p>	<p>ประเภทอาคาร: พื้นที่เช่าในอาคารสำนักงาน</p> <p>การเข้าถึง: รถประจำทาง รถยนต์ BTSชิดลม</p> <p>ลักษณะSpace: จากพื้นถึงฝ้าสูง 2.90ม.ขนาดพื้นที่1357 ตร.ม</p> <p>Planing :</p>  <p>ภาพที่ 3.4 ภาพผังอาคาร</p> <p>ที่มา:(www.Archdaily.com)</p>	<p>Zoning:</p> <ul style="list-style-type: none"> -นวด มีทั้งแบบPrivate, Public -พักผ่อน พื้นที่วางโซฟาเบด -ออนเซน(public) -เวเลนเนสสตูดิโอ -เวเลนเนสซาร์ <p>Design: เน้นความสวยงามแบบเรียบนิ่ง ประณีต เน้นวัสดุจากธรรมชาติ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดZoningการเข้าถึงพื้นที่ต่างๆอย่างเป็นระบบ - การจัดPlaning ในส่วนของห้อง Spa -การใช้วัสดุที่สอดคล้องกับงานออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

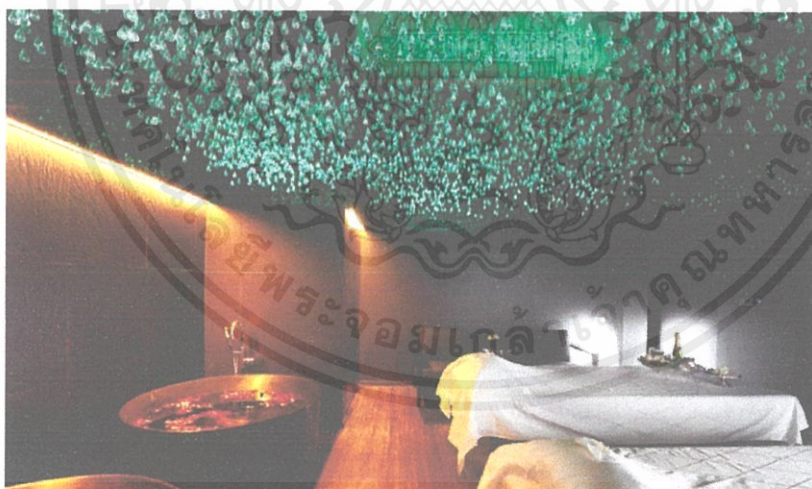
2. Dii wellness med spa

เป็นสปาทางการแพทย์ที่รวมการดูแลด้านผิวพรรณแบบครบวงจรที่ผู้ใช้บริการจะรู้สึกว่าได้ทำสปาได้ทะเลแล้วมองเห็นดวงดาว โดยตั้งบริเวณใจกลางเมือง



ภาพที่ 3.5 ภาพ Waiting Area Dii Spa

ที่มา : (www.socialgiver.com/th/shop/dii-wellness-med-spa)



ภาพที่ 3.6 ภาพ Spa Massage Room Area Dii Spa

ที่มา : (www.socialgiver.com/th/shop/dii-wellness-med-spa)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.1 ที่ตั้ง 1031 ถนน เพลินจิต ลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
- 2.2 ลักษณะผู้ให้บริการ ผู้ที่เดินห้าง Central Embrssy
- 2.3 กิจกรรม พักคอย/ซื้อผลิตภัณฑ์/นวด/ปรึกษา/ฝังเข็ม

ตารางที่ 3.2 ตารางวิเคราะห์กรณีศึกษา Dii wellness med spa

วิเคราะห์ลักษณะผู้ใช้งาน	วิเคราะห์ลักษณะอาคาร	วิเคราะห์ลักษณะภายในอาคาร	สิ่งที่นำมาใช้ในโครงการ
<p>ผู้ให้บริการ: เป็นกลุ่มลูกค้าระดับ Hiend</p> <p>พฤติกรรม-กิจกรรม: นวด ฝังเข็ม ปรึกษา ซื้อผลิตภัณฑ์</p>	<p>ประเภทอาคาร: พื้นที่เช่าในอาคาร ห้างCentral</p> <p>การเข้าถึง: รถประจำทาง รถยนต์ BTSเพลินจิต</p> <p>ลักษณะSpace: พื้นที่สูงโปร่ง</p> <p>Planing :</p>  <p>ภาพที่ 3.7ผังอาคาร ที่มา:(www.gowabi.com)</p>	<p>Zoning:</p> <ul style="list-style-type: none"> -shop -Waiting -Spa Massge -Consultant -Treatment Room <p>Design: มีการออกแบบพื้นที่ให้รู้ว่าContrastจากข้างนอกจึงรู้สึกเหมือนอยู่อีกโลก โดยใช้กระจกเงาช่วยให้พื้นที่ดูกว้างขึ้น และสอดคล้องกับConceptในการออกแบบ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดZoningการเข้าถึงพื้นที่ต่างๆอย่างเป็นระบบ - การจัดPlaning ในส่วนของห้อง Spa -แนวความคิดในการออกแบบที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้ใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

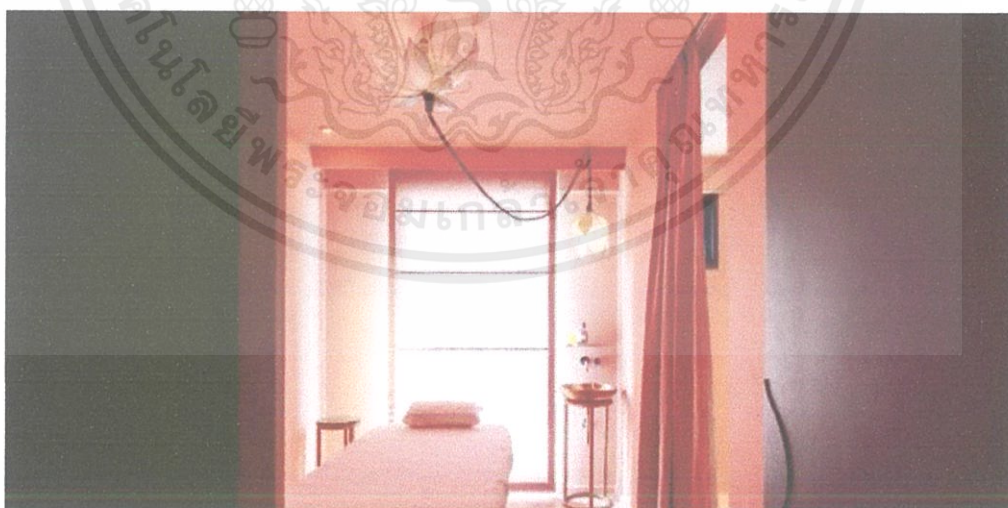
3.1.2 กรณีศึกษา Shop

1. Erb spa

แบรนด์น้ำหอมและสกินแคร์ ที่ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ที่มีความคิดเป็นตัวของตัวเอง โดยยังคงคอนเซ็ปต์ที่ยึดมั่นในพลังของความงามจากธรรมชาติ ที่ผ่านการค้นคว้าและทดสอบด้วยวิทยาการปัจจุบัน และในขณะเดียวกันก็สะท้อนความเป็นไทยอย่างพอดี ด้วยการนำเอาศาสตร์และศิลป์แห่งตำรับชาววังแบบไทยโบราณมาเป็นหัวใจหลักของการฟื้นฟูร่างกาย



ภาพที่ 3.8ภาพ Shop Erb
ที่มา : www.bkkmenu.com)

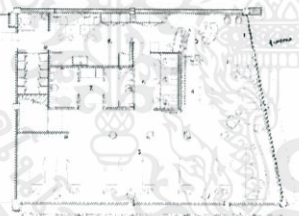


ภาพที่ 3.9ภาพ Spa Massage Room
ที่มา : www.bkkmenu.com)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.1ที่ตั้ง 2 อาคาร Warehouse 60 30 ถนน เจริญกรุง แขวง บางรัก เขต บางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
- 1.2 ลักษณะผู้ใช้บริการ กลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการบริการในแบบของตัวเอง
- 1.3 กิจกรรม นวด/พักผ่อน/ซื้อผลิตภัณฑ์/Workshop

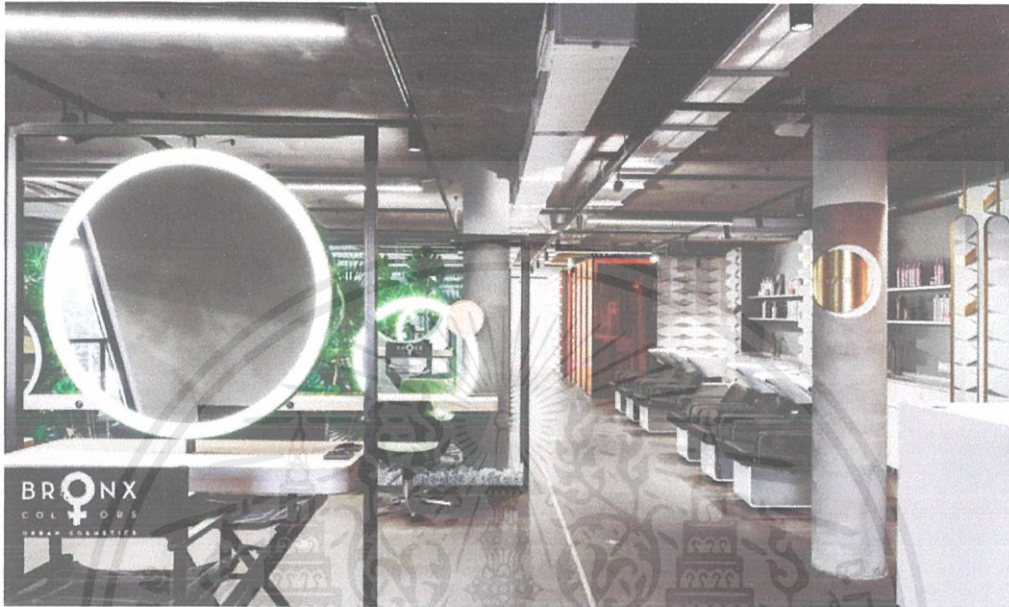
ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงกรณีศึกษา Erb spa

วิเคราะห์ลักษณะผู้ใช้งาน	วิเคราะห์ลักษณะอาคาร	วิเคราะห์ลักษณะภายในอาคาร	สิ่งที่น่าสนใจในโครงการ
<p>ผู้ใช้บริการ: เป็นกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน และวัยเรียน</p> <p>พฤติกรรม-กิจกรรม:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ซื้อผลิตภัณฑ์ -นวด -Workshop 	<p><u>ประเภทอาคาร:</u> อาคารโกดัง</p> <p><u>การเข้าถึง:</u> รถประจำทาง รถยนต์</p> <p><u>ลักษณะSpace:</u> เป็นอาคารโกดังสูงที่ถูกตีฝ้า เนื่องจากอาคารมีความเป็นโรงงานแต่Lookของผลิตภัณฑ์มีความประณีตขนาดพื้นที่ 800 ตารางเมตร</p> <p><u>Planing:</u></p>  <p>ภาพที่ 3.10 ภาพผังอาคาร ที่มา: (www.gowabi.com)</p>  <p>ภาพที่ 3.11 ภาพผังอาคาร ที่มา: (www.gowabi.com)</p>	<p><u>Zoning:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -ส่วนขายผลิตภัณฑ์ -ส่วนพักผ่อน -Workshop -Massage มีทั้งแบบPrivate, Public <p><u>Design:</u> เน้นความเป็นตัวของเจ้าของผสมความเป็นป่าดิบชื้นแบบไทยๆ มีการใช้สีเขียวและสีชมพูในการออกแบบให้รู้สึก Contrast กับโลกภายนอก</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจัด Zoning การเข้าถึงพื้นที่ต่างๆ อย่างเป็นระบบ -ที่มาของแนวคิดการออกแบบตลอดจนการเลือกใช้สีและวัสดุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Glamy Beauty Sport

เป็นสถานเสริมความงามที่นอกจากบริการและขายสินค้าด้านความงามอย่างครบองค์รวมแล้วยังเป็นพื้นที่ให้สไลด์ลิสมา่วมกันทำงานพบปะกัน และยังมีพื้นที่ให้คำแนะนำผู้ที่ต้องการขายสินค้าออนไลน์



ภาพที่ 3.12 ภาพ Salon Area
ที่มา : www.Archdaily.com)



ภาพที่ 3.13 ภาพ Makeup Area
ที่มา : www.Archdaily.com)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.1ที่ตั้ง Pereulok Gritsova, 6B, Sankt-Peterburg, Russia
- 2.2 ลักษณะผู้ให้บริการ กลุ่มคนที่ต้องการเสริมความงามและค่าปรึกษาทางด้านความความ รวมถึงเป็นพื้นที่ของเหล่าสไตลิสทางด้านความงามต่างๆมาใช้พื้นที่ร่วมกัน
- 2.3 กิจกรรม พักคอย/ร้านขายผลิตภัณฑ์/ทำเล็บ/ทำผม/แต่งหน้า/ปรึกษา

ตารางที่ 3.4 ตารางแสดงกรณีศึกษา Glamy Beauty Sport

วิเคราะห์ลักษณะผู้ใช้งาน	วิเคราะห์ลักษณะอาคาร	วิเคราะห์ลักษณะภายในอาคาร	สิ่งที่นำมาใช้ในโครงการ
<p>ผู้ให้บริการ: สไตลิสและกลุ่มวัยรุ่น</p> <p>พฤติกรรม-กิจกรรม: ซื้อผลิตภัณฑ์ นวด ปรึกษา</p>	<p>ประเภทอาคาร: เป็นอาคารสำนักงานให้เช่า</p> <p>การเข้าถึง: รถประจำทาง รถยนต์</p> <p>ลักษณะSpace: เป็นพื้นที่โปร่งมีการเปิดฝ้าโหว่งงานระบบ</p> <p>Planing:</p>  <p>ภาพที่ 3.14 ผังอาคาร ที่มา:(www.Archdaily.com)</p>	<p>Zoning:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Store - Consultant - Nail -Salon -cafe <p>Design: คงความเป็นอาคารเก่าไว้ คงความเป็นคอนกรีต มีการใช้ทองเหลืองและต้นไม้ปลอมตกแต่งทำให้อาคารมีชีวิตชีวาขึ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของFaciliti - Cercuration ที่สามารถเดินไปโซนอื่นๆได้ สามารถทำงานร่วมกัน -การรีโนเวทอาคารและการตกแต่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Villa de Murir Store

ร้านขายเครื่องสำอางค์ที่มีพื้นที่สำหรับแต่งหน้าและให้เหล่าYoutubersรวมตัวกันมารีวิวสินค้าจากแบรนด์ Murir



ภาพที่ 3.15ภาพ Social Area
ที่มา : www.Archdaily.com)


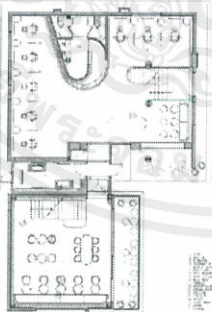


ภาพที่ 3.16ภาพ Shop
ที่มา : (www.Archdaily.com)

- | | |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 3.1ที่ตั้ง | Dosan-daero, Gangnam-gu, Seoul, South Korea |
| 3.2 ลักษณะผู้ใช้บริการ | กลุ่มคนที่ต้องการบริการทางด้านความงามและกลุ่มYoutuberที่ต้องการรีวิวสินค้า |
| 3.3กิจกรรม | ร้านขายผลิตภัณฑ์/แต่งหน้า/Cafe |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 ตารางแสดงกรณีศึกษา Villa de Murir Store

วิเคราะห์ลักษณะ ผู้ใช้งาน	วิเคราะห์ลักษณะอาคาร	วิเคราะห์ลักษณะภายใน อาคาร	สิ่งที่นำมาใช้ใน โครงการ
<p>ผู้ใช้บริการ: บล็อกเกอร์ และกลุ่มวัยรุ่น</p> <p><u>พฤติกรรม-กิจกรรม:</u> -ซื้อผลิตภัณฑ์ -แต่งหน้า -ปรึกษา -รับประทานอาหาร</p>	<p><u>ประเภทอาคาร:</u> เป็นอาคารแบบ Standalone</p> <p><u>การเข้าถึง:</u> รถประจำทาง รถยนต์</p> <p><u>ลักษณะSpace:</u> เป็นพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อให้สามารถเข้าถึงได้ทุกฟังก์ชัน</p> <p><u>Planing :</u></p>  <p>ภาพที่ 3.17 ภาพPlan ที่มา:(www.Archdaily.com)</p>  <p>ภาพที่ 3.18 ภาพผังอาคาร ที่มา:(www.Archdaily.com)</p>	<p><u>Zoning:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Store - Cafe - Social Space - Makeup <p><u>Design:</u> แนวคิดการออกแบบ มาจากการเติบโตของหมู่มวด ดอกไม้จึงมีการใช้เส้นโค้งซ้อน กันไปมา มีการใช้สีชมพูเพื่อเน้น ภาพลักษณ์ของโครงการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของFaciliti - Cercuration ที่ สามารถเดินไปโซน อื่นๆได้ -แนวคิดการออกแบบ พื้นที่ๆมาจาก Concept ได้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.3 กรณีศึกษา Workshop

1. Nordic Bros Design Community

เป็นStudioสอนทำอาหาร ตั้งอยู่ใน Chungdamdong ในกรุงโซล



ภาพที่ 3.19ภาพ Studio
ที่มา : www.dezeen.com)



ภาพที่ 3.20ภาพ Studio
ที่มา : www.dezeen.com)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 ที่ตั้ง Dosan-daero, Gangnam-gu, Seoul, South Korea

1.2 ลักษณะผู้ใช้บริการ กลุ่มคนที่ต้องการเรียนทำอาหาร

1.3กิจกรรม เรียนทำอาหาร

ตารางที่ 3.6 ตารางแสดงกรณีศึกษา Nordic Bros Design Community

วิเคราะห์ลักษณะ ผู้ใช้งาน	วิเคราะห์ลักษณะอาคาร	วิเคราะห์ลักษณะภายใน อาคาร	สิ่งที่นำมาใช้ใน โครงการ
<p>ผู้ใช้บริการ: กลุ่มคนที่รักในการทำอาหารหรือต้องการเรียนรู้วิธีทำอาหาร</p> <p>พฤติกรรม-กิจกรรม: -สอนทำอาหาร -เรียนทำอาหาร</p>	<p><u>ประเภทอาคาร:</u> เป็นอาคารพาณิชย์</p> <p><u>การเข้าถึง:</u> รถประจำทาง รถยนต์</p> <p><u>ลักษณะSpace:</u> เป็นพื้นที่เล็กแต่ใช้วัสดุโปร่งแสงกันzoneจึงทพให้ไม่รู้สีกว่าถูกปิดกัน</p> <p><u>Planing:</u></p>  <p>ภาพที่ 3.21 ภาพผังอาคาร ที่มา:(www.dezeen.com.com)</p>	<p><u>Zoning:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Studio - Kitchen - office <p><u>Design:</u> คงความเป็นอาคารเก่าไว้</p> <p>คงความเป็นคอนกรีต มีการใช้ทองเหลืองและต้นไม้ปลอมตกแต่งทำให้อาคารมีชีวิตชีวาขึ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของFaciliti - Cercuration - การใช้วัสดุ โพลีคาบอร์เนต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Professional Cooking School in Ancient Slughterhouse

โรงเรียนสอนทำอาหารที่ถูกรีโนเวทมาจากโรงฆ่าสัตว์สมัยโบราณ



ภาพที่ 3.22 ภาพ Studio
ที่มา : www.Archdaily.com)

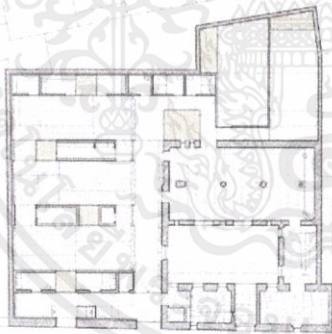


ภาพที่ 3.23 ภาพ Corridor
ที่มา : www.Archdaily.com)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3.1ที่ตั้ง Calle Arrieros, 8, 11170 Medina-Sidonia, Cádiz, Spain
- 3.2 ลักษณะผู้ใช้บริการ กลุ่มคนที่ต้องการเรียนทำอาหาร
- 3.3กิจกรรม เรียนทำอาหาร

ตารางที่ 3.7 ตารางแสดงกรณีศึกษา Professional Cooking School in Ancient Slughterhous

วิเคราะห์ลักษณะ ผู้ใช้งาน	วิเคราะห์ลักษณะอาคาร	วิเคราะห์ลักษณะภายใน อาคาร	สิ่งที่น่าสนใจใน โครงการ
<p>ผู้ใช้บริการ: กลุ่มคนที่รักในการทำอาหารหรือต้องการเรียนรู้วิธีทำอาหาร</p> <p>พฤติกรรม-กิจกรรม: -สอนทำอาหาร -เรียนทำอาหาร</p>	<p>ประเภทอาคาร: เป็นอาคารโรงฆ่าสัตว์เก่า</p> <p>การเข้าถึง: รถประจำทาง รถยนต์</p> <p>ลักษณะSpace: เป็นอาคารเก่ามีความโปร่งแสงธรรมชาติสามารถเข้ามาภายในอาคารได้มีการเจาะช่องเปิด พื้นที่ประมาณ758ตารางเมตร</p> <p>Planing :</p>  <p>ภาพที่ 3.24 ภาพผังอาคาร ที่มา:(www.Archdaily.com)</p>	<p>Zoning:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Studio - Kitchen - office <p>Design: คงความเป็นอาคารเก่าไว้</p> <p>คงความเป็นคอนกรีต มีการใช้ทองเหลืองและต้นไม้ปลอม ตกแต่งให้อาคารมีชีวิตชีวาขึ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของFaciliti - แนวคิดการออกแบบรีโนเวทอาคารเก่า+กับอาคารใหม่ การเจาะช่องเปิดของอาคาร

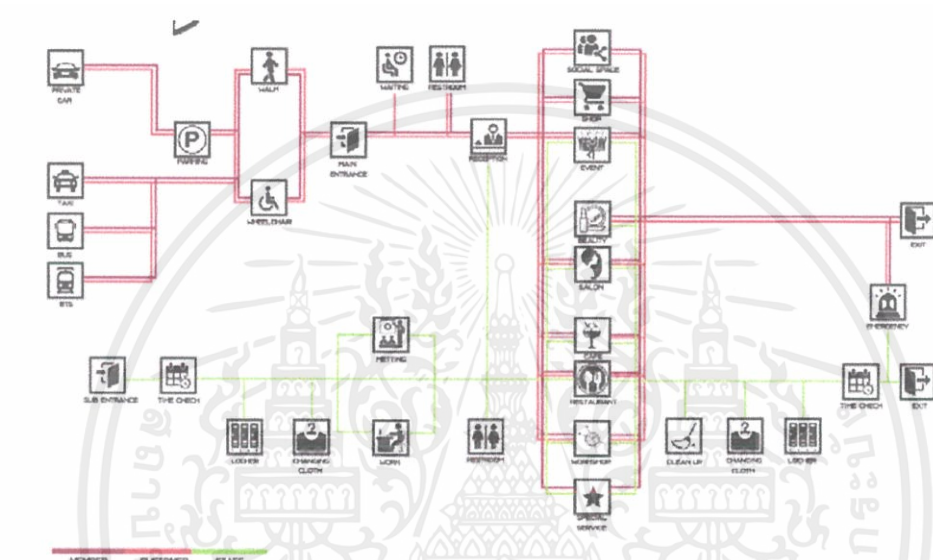
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

4.1.1 การศึกษาผู้ใช้โครงการ

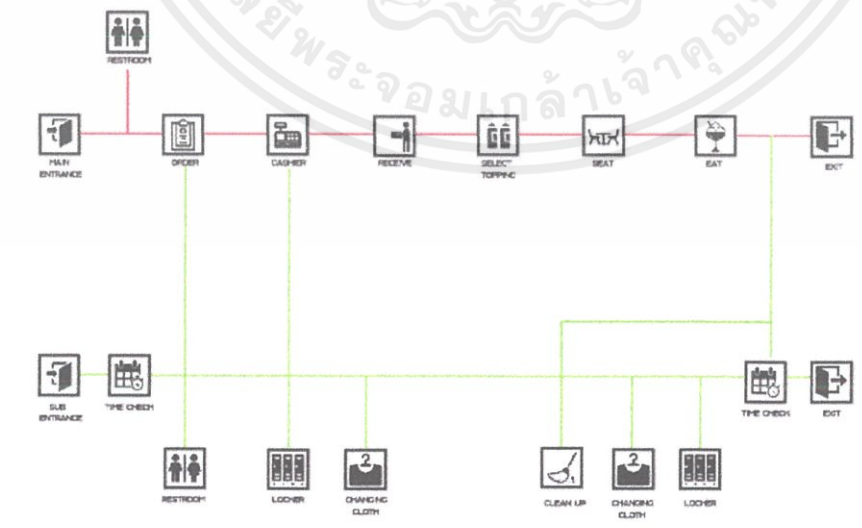
4.1.1 พฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ

1. ภาพรวมของโครงการ



ภาพที่ 4.1 ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภาพรวม

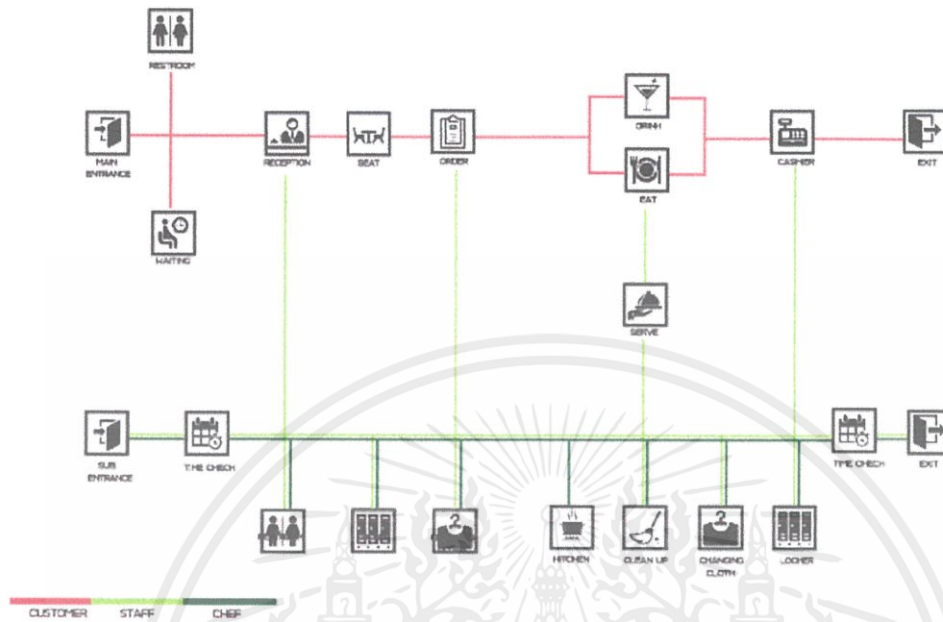
2. ส่วนCafe



ภาพที่ 4.2 ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ cafe

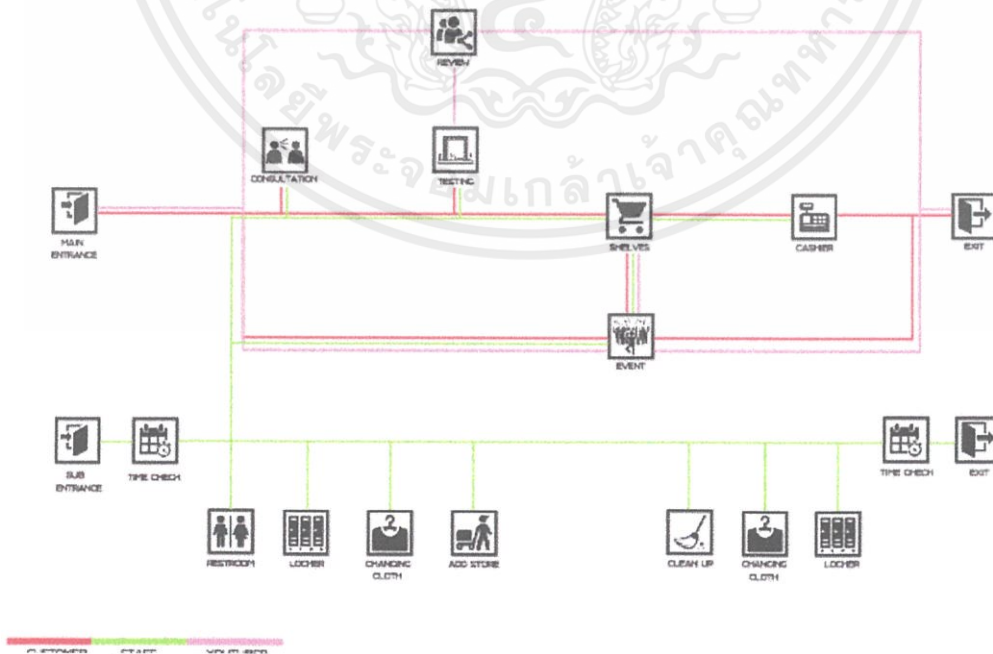
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ส่วน Restaurant



ภาพที่ 4.3 ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ Restaurant

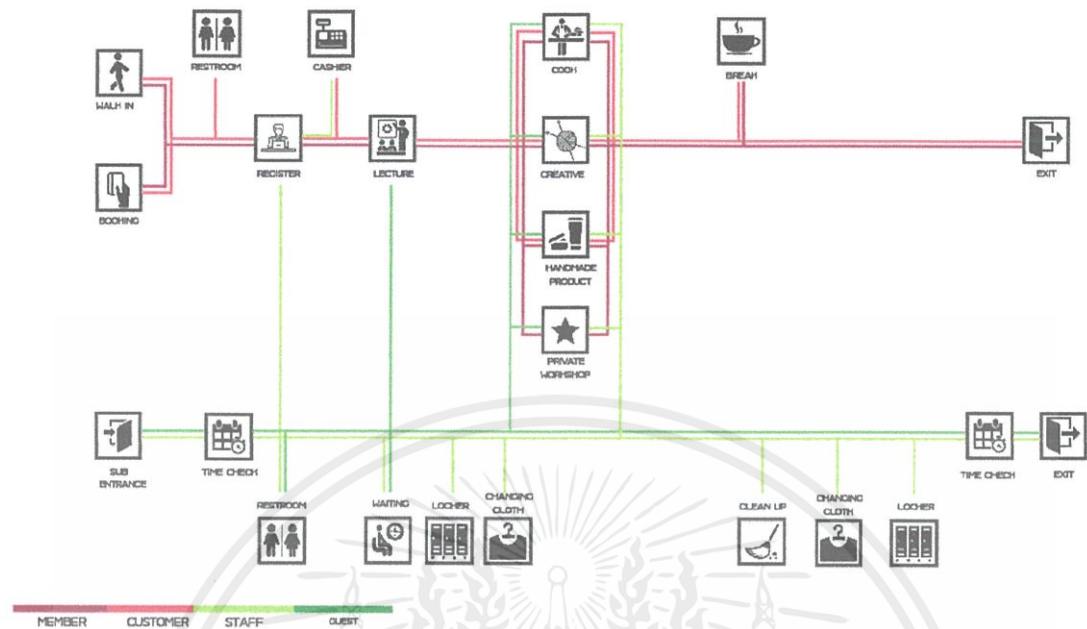
4. ส่วน Store + social space + event space



ภาพที่ 4.4 ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ Store + social space + event space

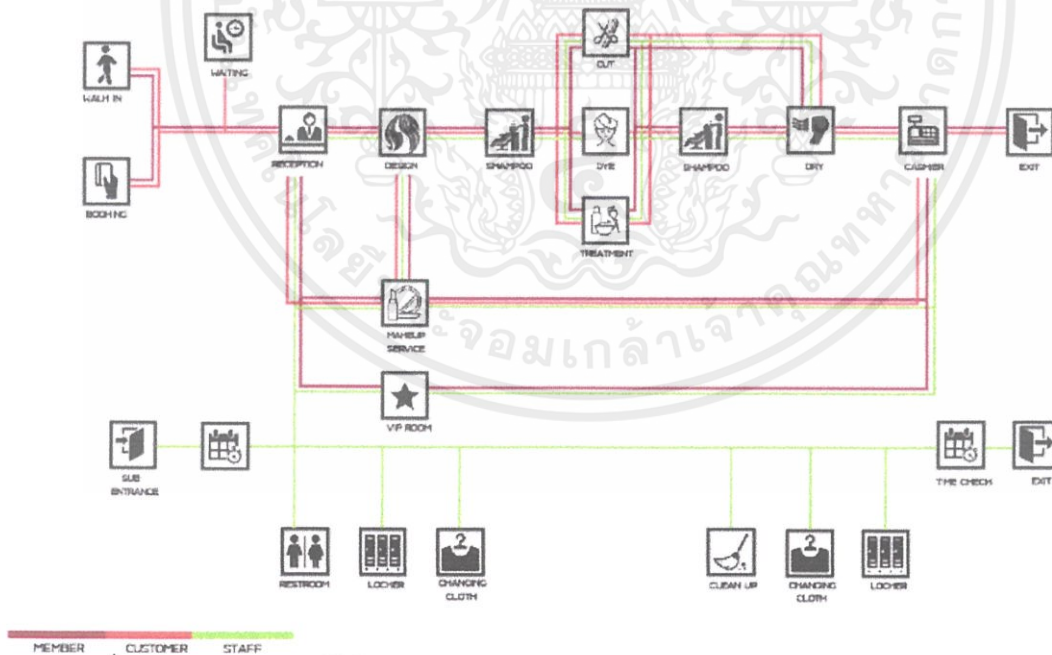
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ส่วนwork shop



ภาพที่ 4.5 ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ workshop

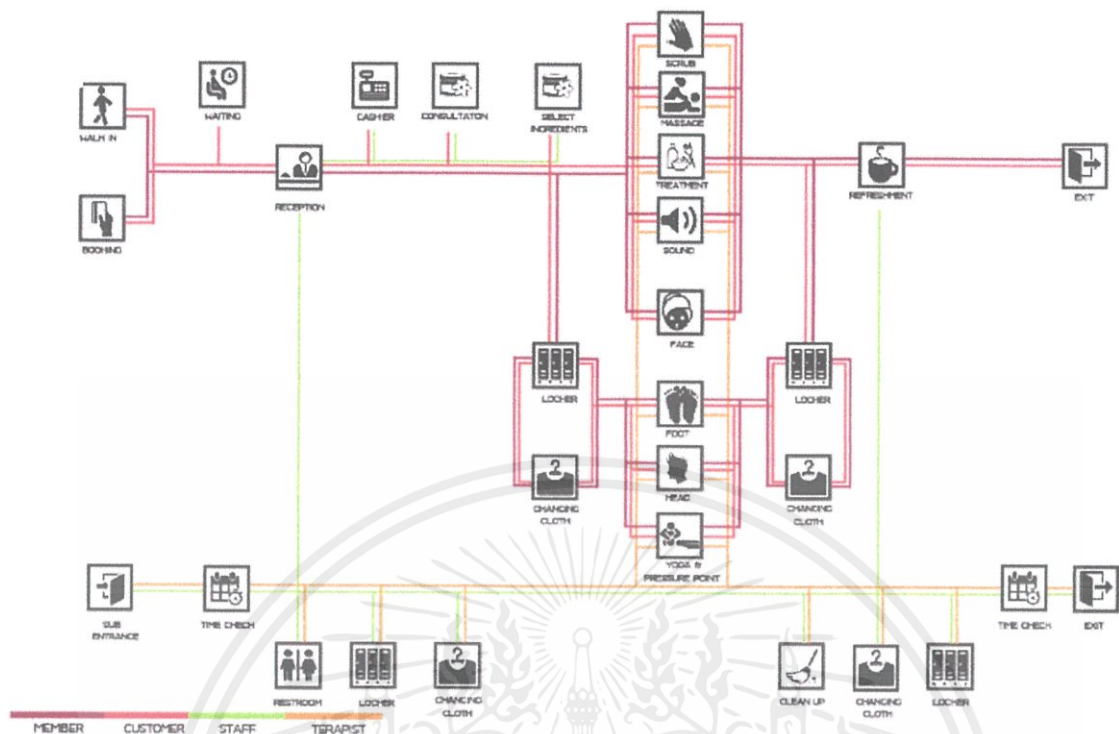
6. ส่วน Beauty & Salon



ภาพที่ 4.6 ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ Beauty and salon

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7 ส่วน SPA



ภาพที่ 4.7 ภาพพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการ spa

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงการวิเคราะห์การเข้าใช้งานในโครงการ

TIME	6.00AM	7.00AM	8.00AM	9.00AM	10.00AM	11.00AM	12.00AM	1.00PM	2.00PM	3.00PM	4.00PM	5.00PM	6.00PM	7.00PM	8.00PM	9.00PM	10.00PM	11.00PM	12.00PM	
STORE																				
EVENT SPACE																				
SOCIAL SPACE																				
CAFE																				
RESTAURANT																				
WORKSHOP																				
BEAUTY & SALON																				
SPA & MASSAGE																				
BOH																				

— CUSTOMER — STAFF

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.1.2 พื้นที่ที่ต้องการ

ตารางที่ 4.2 แสดงพื้นที่ส่วน Reception / hall / W.C. BACK OF THE HOUSE






FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
ENTRANCE HALL / WC / ENTRANCE HALL / OFFICE					
RECEPTION	1. COUNTER = 7.60 2. SEATING TYPE A = 3.60 3. SEATING TYPE B = 6.00	1 2 2	11.76 7.20 12.00		Ref. HUMAN STANDARD
TOTAL AREA	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		52.00		
W.C.	1. WOMEN W.C. = 35.00 2. MEN W.C. = 35.00	4 4	140.00 140.00		Ref. HUMAN STANDARD
TOTAL AREA			280.00		
ENTRANCE HALL	1. HALL	1	154.00	5% OF SUMMARY AREA	
BOH	1. OFFICE	1	93.00	3% OF SUMMARY AREA	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงพื้นที่ส่วน STORE + SOCIAL SPACE + EVENT SPACE



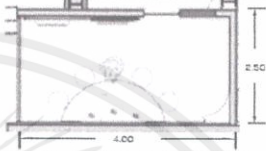
FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
STORE + SOCIAL SPACE + EVENT SPACE					
COUNTER	1. COUNTER + CASHIER = 7.00	1	7.00	COUNTER 	Ref LUSH
SKIN CARE AREA	1. SHELVES = 1.95 2. MASHBAR = 6.00 3. SEAT SET = 2.00 4. KITCHEN = 6.25	3 1 1 1	5.85 6.00 2.00 6.25	BATH BOAM AREA  SKIN CARE AREA 	
BATH BOMB AREA	1. SHELVES TYPE A = 6.25 2. SHELVES TYPE B = 2.00 3. BASIN = 5.25	1 3 1	6.25 6.00 5.25		
MAKE UP AREA	1. SHELVES LIP SCRUB = 0.50 2. SHELVES = 1.80 3. TABLE CIRCLE 4.00 4. TEATING SET 10.00	1 2 2 1	0.50 3.60 8.00 10.00	MAKE UP AREA  JELLY AREA 	Ref LUSH
JELLY AREA	1. SHELVES TYPE A = 9.00 2. SHELVES TYPE B = 2.40	1 3	9.00 7.20		

ตารางที่ 4.3 แสดงพื้นที่ส่วน STORE + SOCIAL SPACE + EVENT SPACE

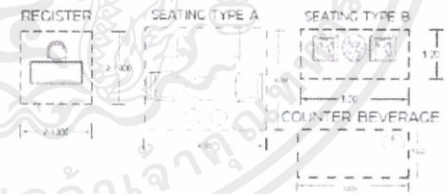

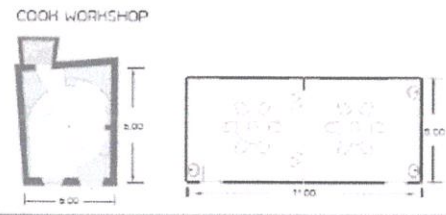
FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
STORE + SOCIAL SPACE + EVENT SPACE					
SOAP AREA	1. SHELVES TYPE A = 6.25 2. SHELVES TYPE B = 2.40	1 3	6.25 7.20	SOAP AREA 	
FRAGRANCE AREA	1. SHELVES TYPE A = 12.25 2. SHELVES TYPE B = 0.12 3. SHELVES TYPE C = 2.00	1 10 2	12.25 1.20 4.00		
HAIR CARE AREA	1. SHELVES TYPE A = 3.00 2. SHELVES TYPE B = 2.20 3. HAIR DRESSING SET = 5.25	1 2 1	3.00 5.20 5.25	FRAGRANCE AREA  HAIR CARE AREA 	Ref LUSH
MUSIC AREA	1. SHELVES = 2.00 2. SEAT SET = 8.60	2 1	4.00 8.60	MUSIC AREA  FLOWER AREA 	
FLOWER AREA	1. SHELVES TYPE A = 7.20 2. SHELVES TYPE B = 0.72 3. SHELVES TYPE C = 2.25	1 2 1	7.20 1.44 2.25		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงพื้นที่ส่วน STORE + SOCIAL SPACE + EVENT SPACE

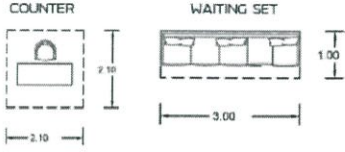
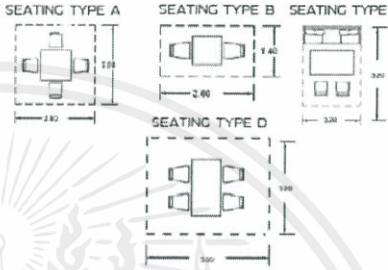
FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
STORE + SOCIAL SPACE + EVENT SPACE					
HOME GROW ADVICE AREA	1. HOME GROW ADVICE AREA = 12.00	1	12.00		Ref. LUSH
LIMITED PRODUCT AREA	1. KITCHEN SHOW AREA = 16.00 2. EVENT SPACE = 40	1 1	16.00 40.00		
SOCIAL ROOM	1. SOCIAL PRIVATE ROOM = 10.00	2	20.00		Ref. VILLA DE MURIR STORE
STORAGE	1. STORAGE ROOM = 24	1	24		
TOTAL AREA	SURROUNDING CIRCURATION (+40%)		356.00		

ตารางที่ 4.5 แสดงพื้นที่ส่วน Workshop

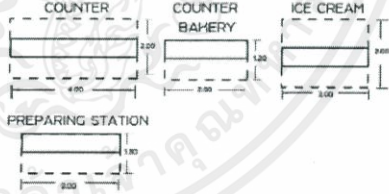
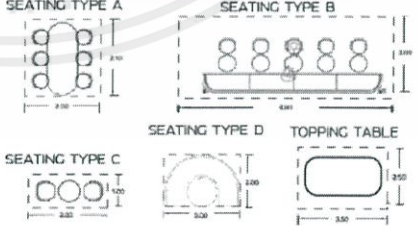
FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
WORKSHOP					
REGISTER	1. COUNTER = 4.41	1	4.41		Ref. LUSH
COMMON AREA	1. SEATING TYPE A = 12.00 2. SEATING TYPE B = 3.60 3. COUNTER BEVERAGE = 4.50	1 2 1	12.00 7.20 4.50		
WAITING ROOM FOR GUEST	1. WAITING ROOM = 16.00	1	16.00		
WORKSHOP AREA	1. CREATIVE WORKSHOP = 29.25 2. PRODUCT WORKSHOP = 29.25 3. COOH WORKSHOP = 32.50 4. PRIVATE WORKSHOP = 27.50	1 1 1 2	29.25 29.25 32.50 55.00		
	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)				
TOTAL AREA			247.00		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6แสดงพื้นที่ส่วน Restaurant

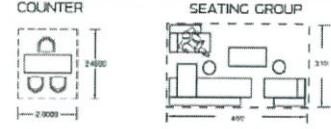
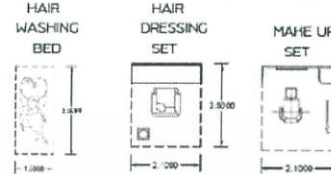
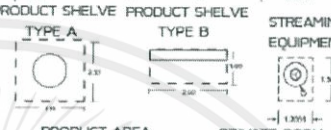
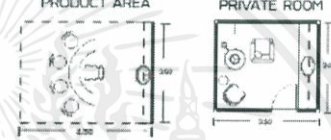
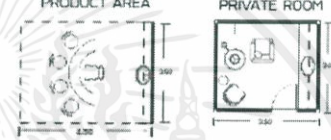
FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
RESTAURANT					
RECEPTION	1. COUNTER = 4.41 2. WAITING SET = 3.00	1 2	4.41 6.00		Ref. HUMAN STANDARD
DINING AREA	1. SEATING TYPE A = 7.84 2. SEATING TYPE B = 8.75 3. SEATING TYPE C = 5.40 4. SEATING TYPE D = 10.56	6 6 3 2	47.00 52.50 16.20 21.12		Ref. HUMAN STANDARD (56 UNITS)
KITCHEN	1. KITCHEN = 44.17	1	44.17	30% OF SUMMARY AREA	
	SURROUNDING CIRCULATION (+30%)		191.39		
TOTAL AREA			235.56		

ตารางที่ 4.7 แสดงพื้นที่ส่วน Cafe

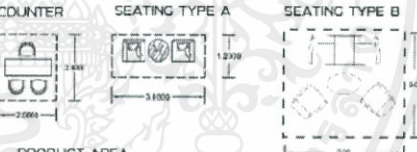
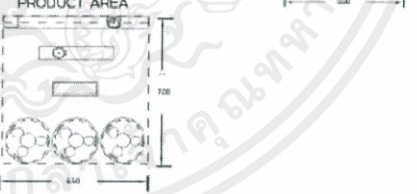
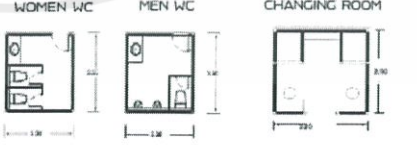
FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
CAFE					
COUNTER	1. COUNTER = 8.00 2. BAKERY COUNTER = 2.40 3. ICE CREAM = 4.00 4. PREPARING STATION = 4.50	1 1 1 1	8.00 2.40 4.00 4.50		Ref. HUMAN STANDARD
DINING AREA	1. SEATING TYPE A = 4.20 2. SEATING TYPE B = 26.4 3. SEATING TYPE C = 2.00 4. SEATING TYPE D = 6.00 b. TOPPING TABLE = 8.75	2 1 6 4 1	8.40 26.40 16.00 24.00 8.75		Ref. VILLA DE MURIR STORE (64 UNITS)
KITCHEN	1. KITCHEN = 12		20.00	20% OF SUMMARY AREA	
	SURROUNDING CIRCULATION (+35%)		133.10		
TOTAL AREA			153.10		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงพื้นที่ส่วน Beauty & Salon

FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
BEAUTY & SALON					
RECEPTION	1. COUNTER = 4.80 2. SEATING GROUP = 12.40	1 1	4.80 12.40		Ref. VILLA DE MURIR STORE & GLAMY BEAUTY SPOT & HUMEN STANDARD
	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		16.16		
VIP ROOM	1. PRIVATE ROOM = 10.50	3	31.50		
COLOR BAR	1. COLOUR BAR AREA = 15.75	1	15.75		
	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		20.00		
HAIR SALON + MAKE UP AREA	1. HAIR WASHING BED = 5.25 2. HAIR DRESSING SET = 5.25 3. STREAMING EQUIPMENT = 1.20 4. PRODUCT SHELVE TYPE A = 4.14 5. PRODUCT SHELVE TYPE B = 2.00 6. MAKE UP SET = 5.25	6 18 6 1 2 4	31.50 94.00 7.20 4.14 4.00 21.00		
	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		138.60		
STAFF ROOM	1. STAFF ROOM = 10.00	1	10.00		
	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		13.00		
STORE	1. STORE = 6.25	1	6.25		
TOTAL	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		328.50		

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงพื้นที่ส่วน SPA

FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
SPA					
RECEPTION	1. COUNTER = 4.80 2. SEATING TYPE A = 5.25 3. SEATING TYPE B = 9.00	1 2 1	4.80 10.50 9.00		Ref. LUSH
	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		32.00		
PRODUCT AREA	1. PRODUCT AREA = 45.5	1	45.50		
	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		59.00		
CHANGING ROOM	1. WOMEN W.C. = 10.50 2. MEN W.C. = 10.50 3. CHANGING ROOM = 9.28	1 1 2	10.50 10.50 18.56		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงพื้นที่ส่วนสปา

FACILITIES	AREA / UNIT	UNITS	AREA REQ.	FURNITURE LAYOUT PLAN	REMARK
SPA					
ALL BODY SPA	1. SINGLE TYPE = 26.50 2. COUPLE TYPE = 37.10	5 2	132.50 74.20	<p>ALL BODY SPA ROOM</p> <p>SINGLE TYPE COUPLE TYPE</p>	FINE LUSH or DIY WELLNESS MED SPA
HEAD AND FOOT SPA	1. SINGLE TYPE = 14.00	5	70.00	<p>HEAD & FOOT SPA ROOM</p>	
FACE SPA	1. FACE SPA ROOM = 10.00 2. HITCHEN = 2.80 3. BAR SET = 2.00 4. MASH BAR = 2.40 5. PRODUCT SHELVES = 2.00	6 1 1 1 1	60.00 2.80 2.00 2.40 2.40	<p>FACE SPA ROOM HITCHEN BAR SET</p> <p>MASH BAR PRODUCT SHELVES</p>	
	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		90.00		
TERAPITS ROOM	1. TERAPITS ROOM = 10	1	10		
TOTAL AREA	SURROUNDING CIRCURATION (+30%)		659.40		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

5.1 สภาพแวดล้อมภายในและวัสดุ

5.1.1 สภาพแวดล้อมภายใน

1.ระบบแสงสว่างในอาคาร

การส่องสว่างภายในอาคารสำนักงาน บ้านอยู่อาศัย โรงแรม โรงพยาบาล โรงเรียน สามารถประหยัดพลังงานแสงสว่างได้มากเมื่อเทียบกับการส่องสว่างภายในอย่างอื่น

การส่องสว่างภายในอาคารมีความสำคัญสองประการ คือ การให้แสงสว่างเพื่อใช้งานได้สะดวกสบาย และ การให้แสงเพื่อให้เกิดความสวยงาม

ไม่ว่าจะเป็นการส่องสว่างแบบใดก็ตามก็ต้องคำนึงถึงการประหยัดพลังงานแสงสว่างด้วยสำหรับในยุคปัจจุบันที่พลังงานไฟฟ้าเป็นสิ่งจำเป็นและหายากยิ่ง

เนื้อหาที่กล่าวถึงในบทนี้มีความประสงค์ให้ศึกษาแสงสว่างเพื่อการใช้งานแต่ละสถานที่ว่าประกอบด้วยแสงสว่างเพื่อการใช้งานแต่ละประเภทอย่างไรเพื่อจะได้นำไปประยุกต์ใช้หรือเลือกใช้เพื่อการประหยัดพลังงานอย่างถูกต้องเพราะการประหยัดพลังงานแสงสว่างที่ถูกต้อง ต้องไม่ให้เกิดความสูญเสียทางด้านอื่นด้วย เช่นประหยัดพลังงานแล้วทำให้ธุรกิจสูญเสียรายได้จำนวนมากหรือประหยัดพลังงานแล้วทำให้เกิดความเสี่ยงสูงในการทำงานที่ทำให้เกิดอันตรายสูงเป็นต้นดังนั้นเนื้อหาการประยุกต์ใช้งานในบทนี้เปรียบเสมือนการกล่าวถึงการให้แสงสว่างที่มีทั้งการให้ความส่องสว่างมากพอสำหรับการทำงานการให้แสงสว่างเพื่อความสวยงามด้วยดังนั้นผู้ที่นำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความประหยัดพลังงานก็ต้องพิจารณาเลือกใช้เพื่อให้เข้ากับการงานของตนเอง

การส่องสว่างภายในเพื่อให้ใช้งานได้นั้น หมายถึง ให้ได้ระดับความส่องสว่างอยู่ในเกณฑ์ที่ทำงานได้โดยไม่ต้องทำให้เพ่งสายตามากเกินไป ส่วนการส่องสว่างให้เกิดความสวยงามนั้นก็ต้องอาศัยความมีศิลป์ในตัวเพื่อพิจารณาในแง่การให้แสงแบบเอฟเฟค (Effect Lighting) หรือการให้แสงแบบส่องเน้น (Accent Lighting)

ระบบการให้แสงสว่างนั้นขึ้นอยู่กับการใช้งานของห้อง ผู้อยู่ในห้อง การมองเห็น และสไตล์การตกแต่ง ระบบการให้แสงสว่างโดยพื้นฐานประกอบด้วย ระบบการให้แสงหลัก (Primary Lighting System) และระบบการให้แสงรอง (Secondary Lighting System)

ระบบการให้แสงหลัก

ซึ่งหมายถึงแสงสว่างพื้นฐานที่ต้องใช้เพื่อการใช้งานซึ่งแยกออกได้เป็นระบบต่างๆดังนี้

ก) แสงสว่างทั่วไป (General Lighting) คือ การให้แสงกระจายทั่วไปเท่ากันทั้งบริเวณพื้นที่ใช้งาน ซึ่งใช้กับการให้แสงสว่างไม่มากเกินไป แสงสว่างดังกล่าวไม่ได้เน้นเรื่องความสวยงามมากนัก

ดังนั้นการประหยัดพลังงานสามารถทำได้ในแสงสว่างทั่วไปนี้

ข) แสงสว่างเฉพาะที่ (Localized Lighting) คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้แสงสว่างเป็นบางบริเวณเฉพาะที่ทำงานเท่านั้น เพื่อการประหยัดพลังงานไฟฟ้าโดยไม่ต้องให้สม่ำเสมอเหมือนแบบแรก เช่น การให้แสงสว่างจากฝ้าเพดานโดยติดตั้งเฉพาะเหนือโต๊ะหรือบริเวณใช้งานให้ได้ความส่องสว่างตาม ต้องการ การให้แสงสว่างลักษณะนี้ประหยัดกว่าแบบ ก) ข้างต้น

ค) แสงสว่างเฉพาะที่และทั่วไป (Local Lighting + General Lighting) คือ การให้แสงสว่างทั้งแบบทั่วไปทั้งบริเวณ และเฉพาะที่ที่ทำงานซึ่งมักใช้กับงานที่ต้องการความส่องสว่างสูงซึ่งไม่สามารถให้แสงแบบแสงสว่างทั่วไปได้เพราะเปลืองค่าไฟฟ้ามาก เช่น การให้แสงสว่างจากฝ้าเพดานเพื่อส่องบริเวณทั่วไปและที่โต๊ะทำงานติดคอมตั้งโต๊ะส่องเฉพาะต่างหากเพื่อให้ได้ความส่องสว่างสูงมากตามความต้องการ ของงานระบบการให้แสงรองหมายถึงการให้แสงนอกเหนือจากการให้แสงหลักเพื่อให้เกิดความสวยงามเพื่อความสบายตาซึ่งแยกออกได้ดังนี้

ก) แสงสว่างแบบส่องเน้น (Accent Lighting)

เป็นการให้แสงแบบส่องเน้นที่วัตถุใดวัตถุหนึ่งเพื่อให้เกิดความสนใจ โดยทั่วไปแสงประเภทนี้ได้มาจากแสงสปอต

ข) แสงสว่างแบบเอฟเฟค (Effect Lighting) หมายถึงแสงเพื่อสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ แต่ไม่ได้ส่องเน้นวัตถุเพื่อเรียกร้องความสนใจ เช่น โคมที่ติดตั้งที่เพดานเพื่อสร้างรูปแบบของแสงที่กำพาง เป็นต้น

ค) แสงสว่างตกแต่ง (Decorative Lighting)

เป็นแสงที่ได้จากโคมหรือหลอดที่สวยงามเพื่อสร้างจุดสนใจในการตกแต่งภายใน

ง) แสงสว่างงานสถาปัตยกรรม (Architectural Lighting) บางทีก็เรียก Structural Lighting ให้แสงสว่างเพื่อให้สัมพันธ์กับงานทางด้านสถาปัตยกรรม เช่น การให้แสงไฟจากหลังคา การให้แสงจากบังตา หรือการให้แสงจากที่ซ่อนหลอด

จ) แสงสว่างตามอารมณ์ (Mood Lighting)

แสงสว่างประเภทนี้ไม่ใช่เทคนิคการให้แสงพิเศษแต่อย่างใด แต่อาศัยการใช้สวิตช์หรือตัวหรี่ไฟเพื่อสร้างบรรยากาศของแสงให้ได้ระดับความส่องสว่างตามการใช้งานที่ต้องการ

2. ระบบปรับอากาศและระบบควบคุมอุณหภูมิ

ในปัจจุบันการควบคุมสภาพอากาศในอาคารสามารถแบ่งออกได้ตามขนาดของเครื่องปรับอากาศและแบ่งตามระบบการจ่ายความเย็นและระบายความร้อน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

แบ่งตามขนาดของเครื่องปรับอากาศ

(1) UNIT TYPE, PACKAGE TYPE

คือ ทั้งระบบจะอยู่ในเครื่องเดียวกัน โดยมีขนาดเล็กราคาถูก สะดวกในการติดตั้ง แต่ไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเสียงรบกวน มีขีดจำกัดในการทำงาน อายุการใช้งานสั้น และไม่มีการถ่ายเทอากาศภายในและภายนอกอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) SPLIT TYPE

เป็นเครื่องปรับอากาศขนาดกลาง ยกเครื่องออกเป็นสองส่วน ส่วนหนึ่งอยู่ในห้องเรียก “FAN COIL UNIT” และส่วนภายนอกอาคารเรียก “CONDENSING UNIT”

เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านประสิทธิภาพการทำงาน ระยะระหว่างส่วน FAN COIL กับ CONDENSING ไม่เกิน 15-25 เมตร หรือระดับไม่เกิน 3 ชั้น ไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่

(3) CENTRAL UNIT

เป็นระบบปรับอากาศขนาดใหญ่ แยกการทำงานเป็น 3 ส่วน คือ

1. CENTRIFUGAL MACHINE ประกอบด้วยส่วนทำงาน

เป็นตัวกลางในการจ่ายความร้อนและความเย็นให้กับระบบการทำงานส่วนอื่น

2. AIR HANDING แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

- AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น นำอากาศเข้าสู่ห้องโดยตรง

- AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น และนำลมเย็นผ่านเข้าช่องท่อ

แล้วกระจายไปยังส่วนต่างๆ ของอาคารที่ต้องการปรับอากาศ

5.1.2 วัสดุ

วัสดุ Eco-board ทำจากกล่องเครื่องตีรีไซเคิล มีคุณสมบัติช่วยป้องกันไฟลาม กันน้ำ และใช้งานได้เหมือนกระดานไม้ทั่วไป

เครดิตรูปโดย บริษัทไฟเบอร์พัฒนา จำกัด

การเปลี่ยนแปลงการใช้วัสดุในการก่อสร้าง เป็นกระบวนการที่ดำเนินไปอย่างช้าๆ โดยทั่วไป อุตสาหกรรมการก่อสร้างมักจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณสมบัติโดดเด่น แต่จะเลือกวัสดุโดยพิจารณาจากราคาและความน่าเชื่อถือแทน ทุกวันนี้ถ้าเราลองมองไปรอบๆ จะเห็นความก้าวหน้าในด้านวัสดุศาสตร์ ดังจะเห็นได้จากการที่นักวิจัยสร้างอิฐบล็อกขึ้นมาใหม่ด้วยศาสตร์ทางด้านเคมีและความสามารถในเชิงนวัตกรรม

กลุ่มผู้สนับสนุนการใช้วัสดุก่อสร้างชนิดใหม่ๆ มองเห็นโอกาสที่จะผลักดันวัสดุที่มีคุณสมบัติที่มากกว่าข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมในเรื่องของความยั่งยืน

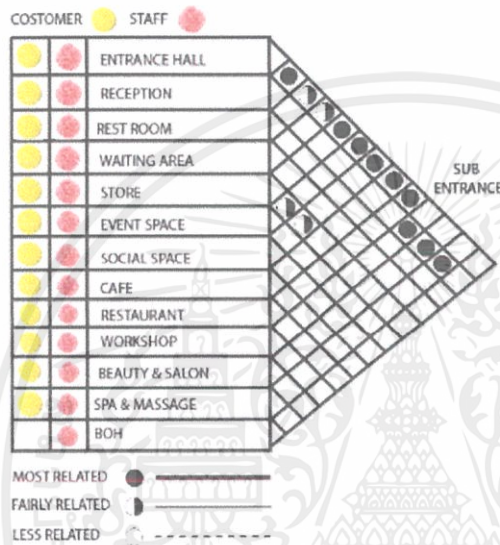
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 การวิเคราะห์และแนวความคิดในการออกแบบ

5.2.1 การวิเคราะห์

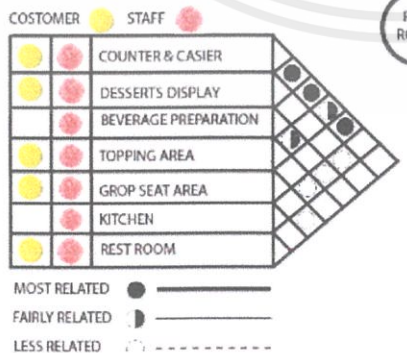
5.2.1.1 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์พื้นที่ (RELATION MATRIX)

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่โดยรวม



ภาพที่ 5.1 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ทั้งหมด

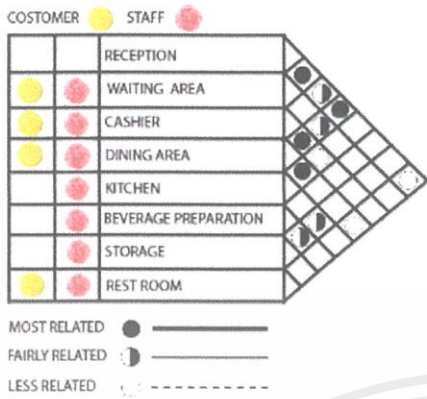
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Cafe



ภาพที่ 5.2 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Cafe

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Restaurant



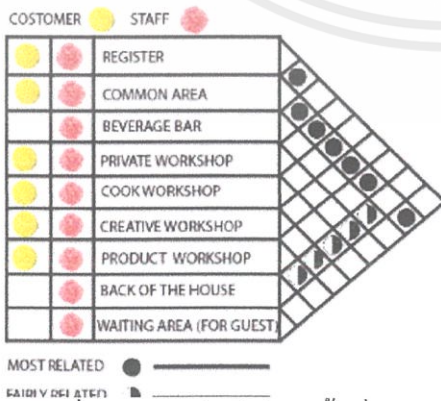
ภาพที่ 5.3 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Restaurant

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Store + Social space + Event space



ภาพที่ 5.4 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Store + Social space + Event space

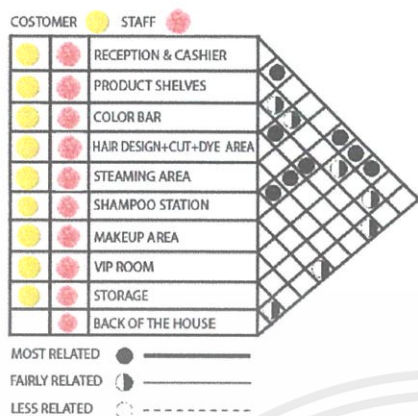
5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Workshop



ภาพที่ 5.5 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ workshop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Beauty & Salon



ภาพที่ 5.6ความสัมพันธ์ของพื้นที่Beauty & Salon

6.การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Spa

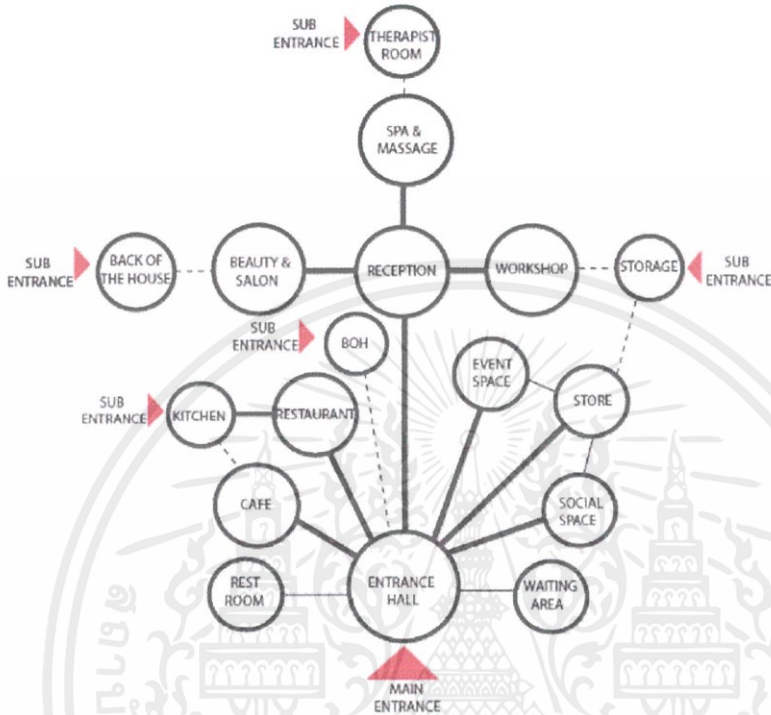


ภาพที่ 5.7ความสัมพันธ์ของพื้นที่Spa

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

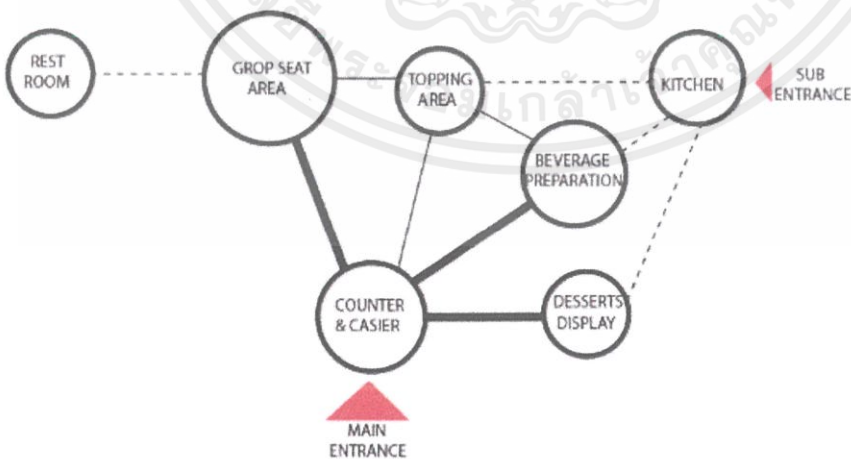
5.2.1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ (BUBBLE DIAGRAM)

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่โดยรวม



ภาพที่ 5.8 ความสัมพันธ์ของพื้นที่โดยรวม

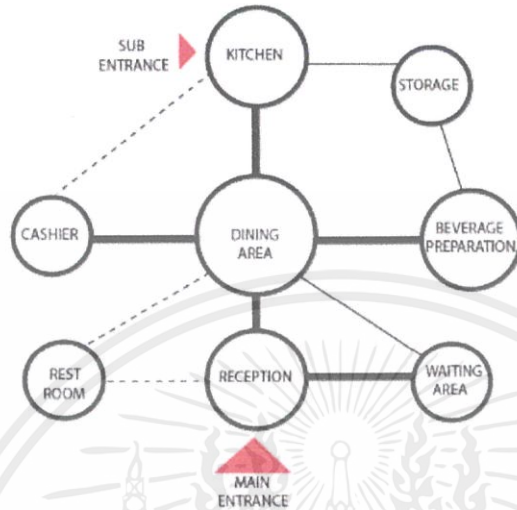
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Cafe



ภาพที่ 5.9 ความสัมพันธ์ของพื้นที่cafe

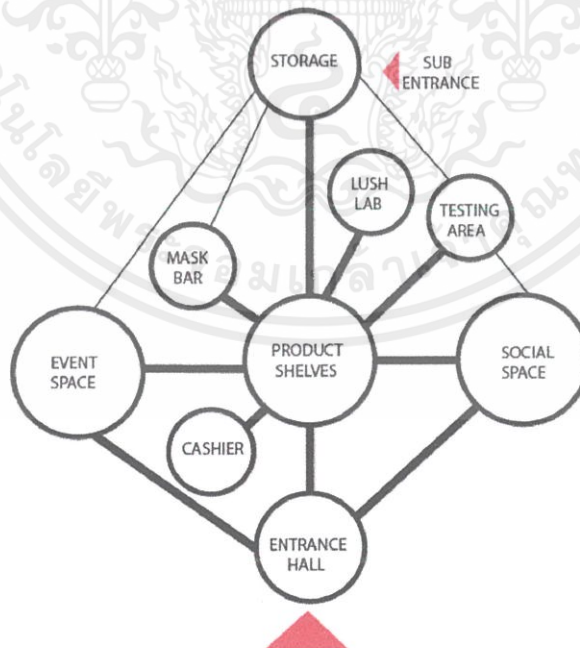
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Restaurant



ภาพที่ 5.10 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Restaurant

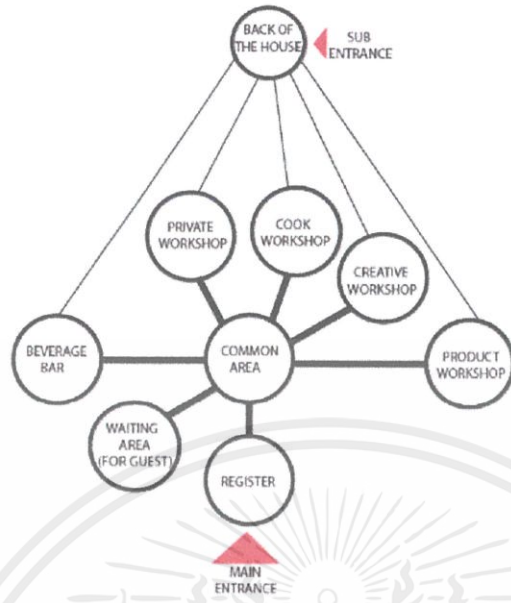
4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Store + Social space + Event space



ภาพที่ 5.11 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Store + Social space + Event space

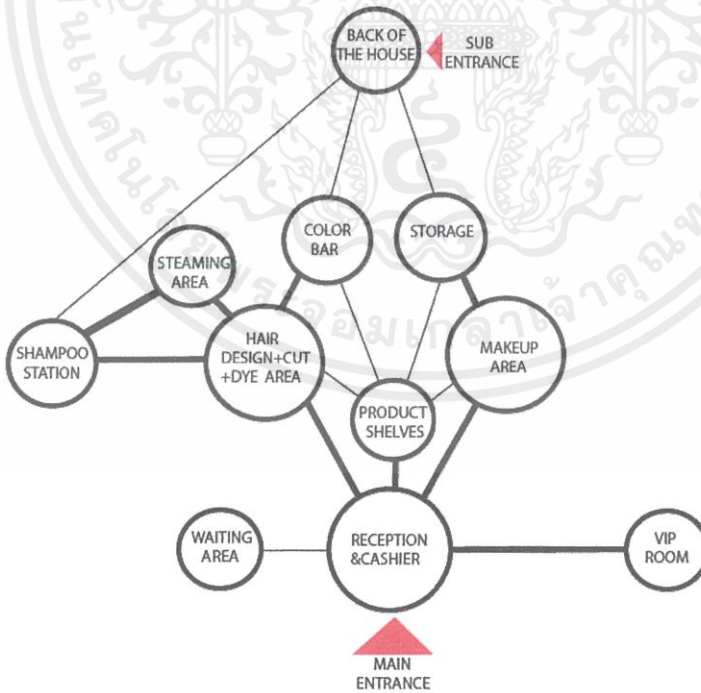
5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Workshop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.12 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ workshop

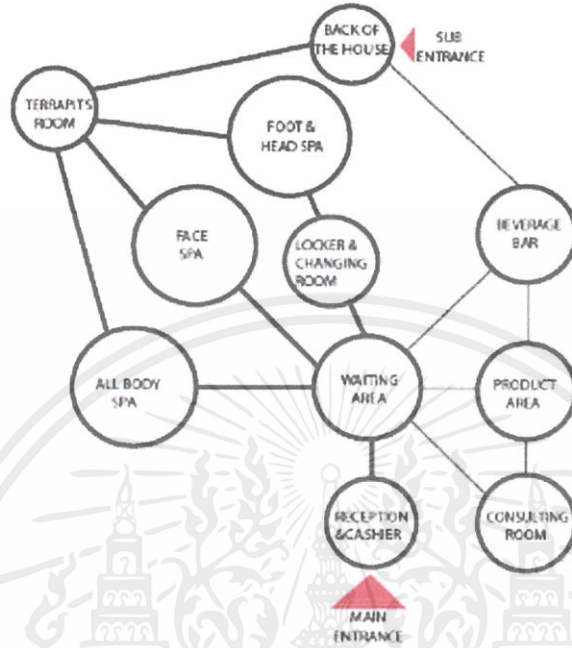
6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ Beauty and Salon



ภาพที่ 5.13 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Beauty and Salon

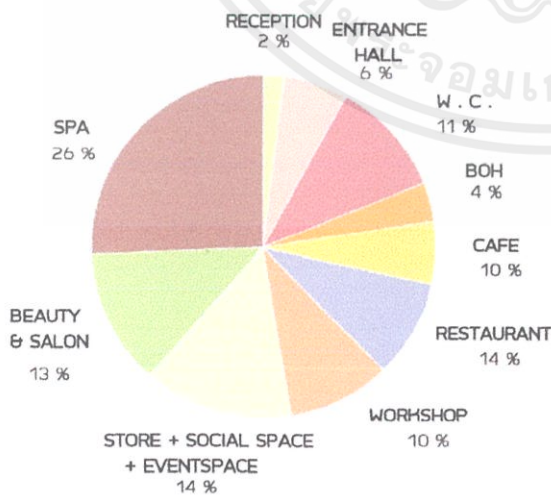
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พื้นที่ SPA



ภาพที่ 5.14 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ Beauty and Salon

5.2.1.3 การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่ (PIE CHART)

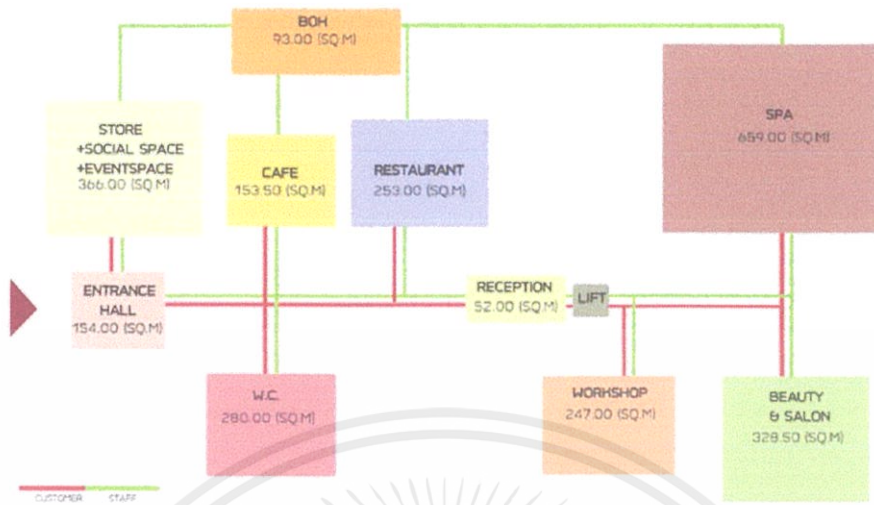


FACILITY	AREA REQ.	%
SUMMARY OF ALL AREA		
1. RECEPTION	52.00	2 %
2. ENTRANCE HALL	154.00	6 %
3. W.C.	280.00	11 %
4. BOH	93.00	4 %
5. CAFE	153.00	6 %
6. RESTAURANT	235.50	9 %
7. WORKSHOP	247.00	10 %
8. STORE + SOCIAL SPACE + EVENTSPACE	366.00	14 %
9. BEAUTY & SALON	328.50	13 %
10. SPA	659.40	26 %
TOTAL AREA	2567.90	100 %

ภาพที่ 5.15 ภาพการวิเคราะห์ขนาดพื้นที่

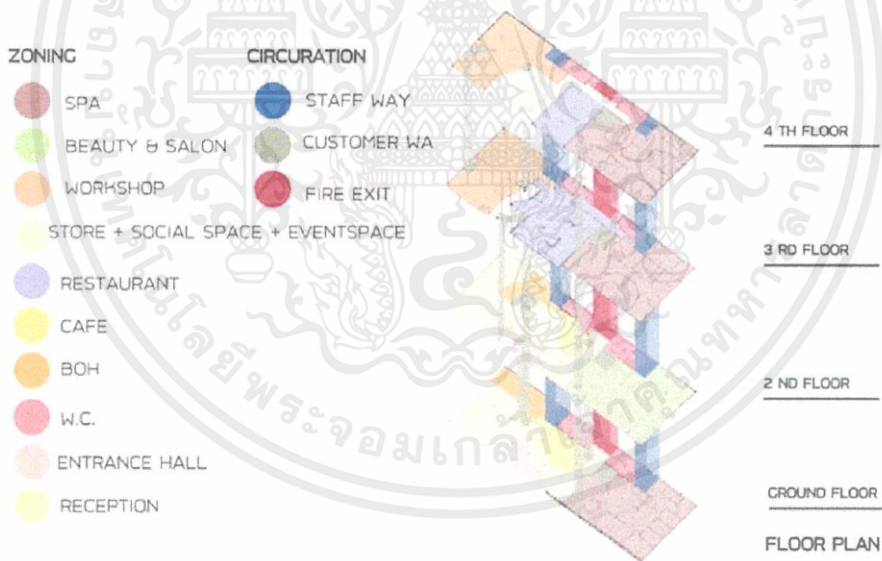
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1.4 การวิเคราะห์ความสำคัญของขนาดพื้นที่ (FUNCTIONAL DIAGRAM)



ภาพที่ 5.16 ภาพการวิเคราะห์ความสำคัญของพื้นที่

5.2.1.5 การแบ่งเขตพื้นที่ (ZONING)



ภาพที่ 5.17 ภาพแสดงการแบ่งเขตพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 แนวความคิดในการออกแบบ

5.2.2.1 แนวความคิดในการออกแบบ

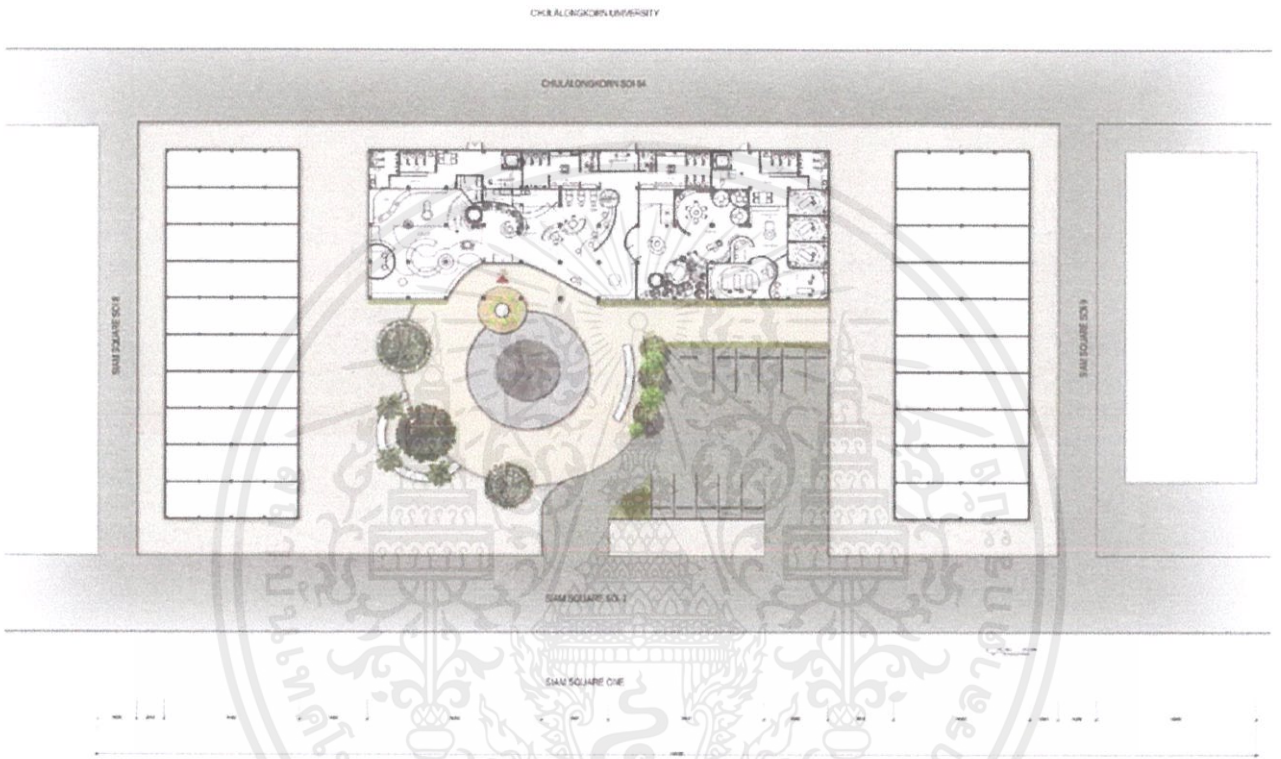


ภาพที่ 5.18 ภาพแสดงแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

6.1 ผังบริเวณของอาคาร



ภาพที่ 6.1 ภาพผังบริเวณโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

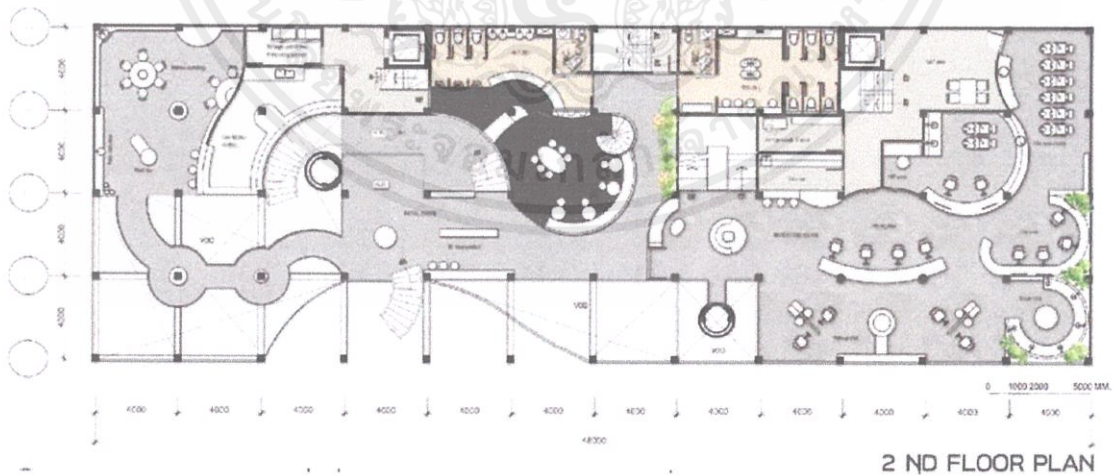
6.2 ผังเฟอร์นิเจอร์(Furniture Layout)

6.2.1 ผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่1



ภาพที่ 6.2 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่1

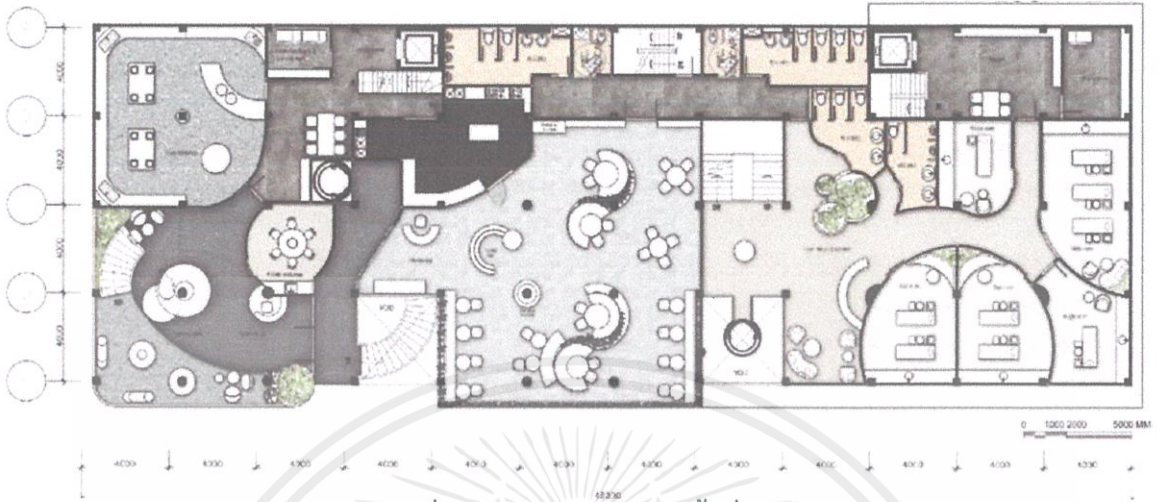
6.2.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่2



ภาพที่ 6.3 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่2

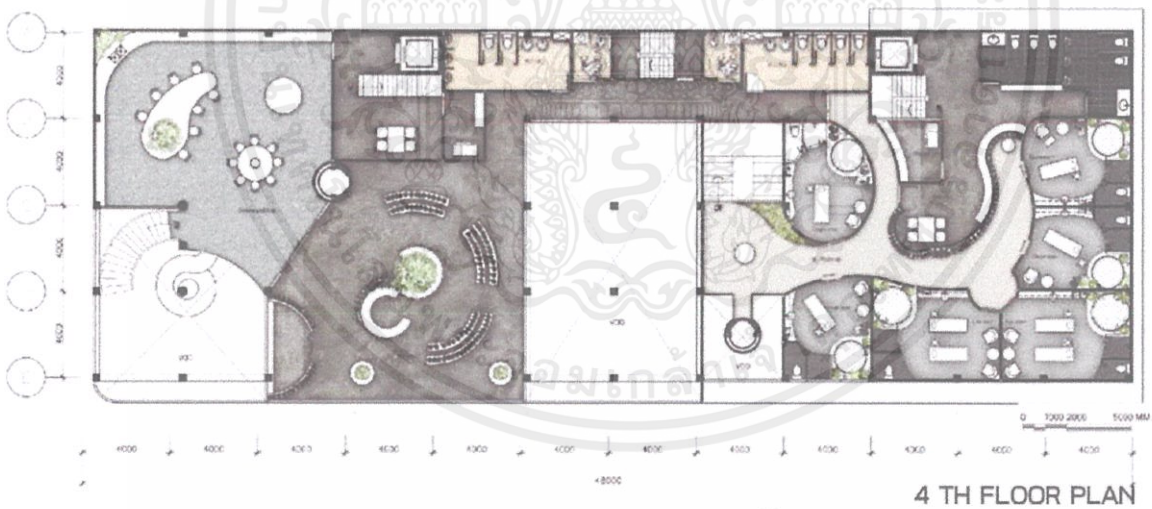
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2.3 ผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่3



ภาพที่ 6.4 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่3

6.2.4 ผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่4

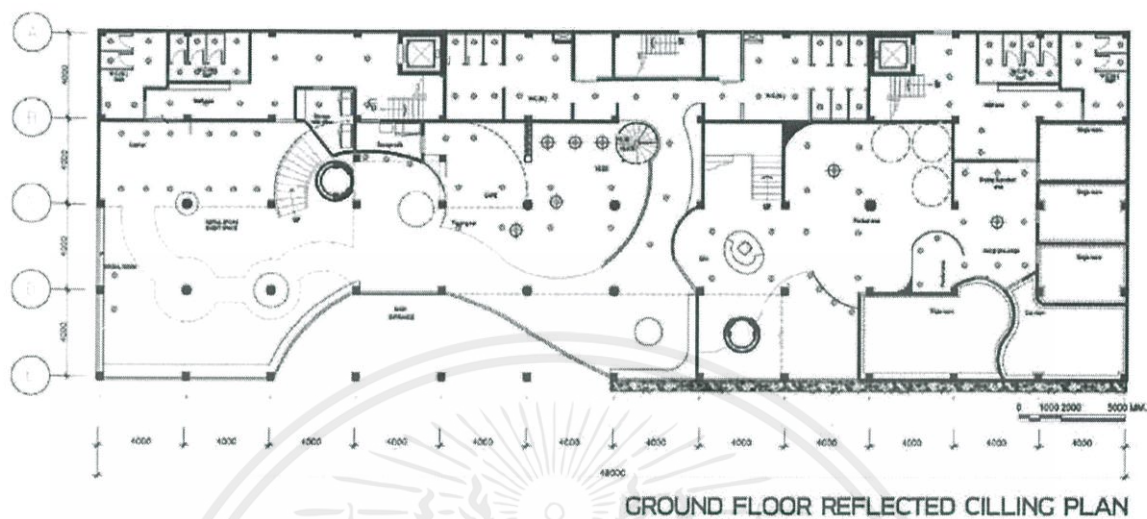


ภาพที่ 6.5 ภาพผังเฟอร์นิเจอร์ชั้นที่4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

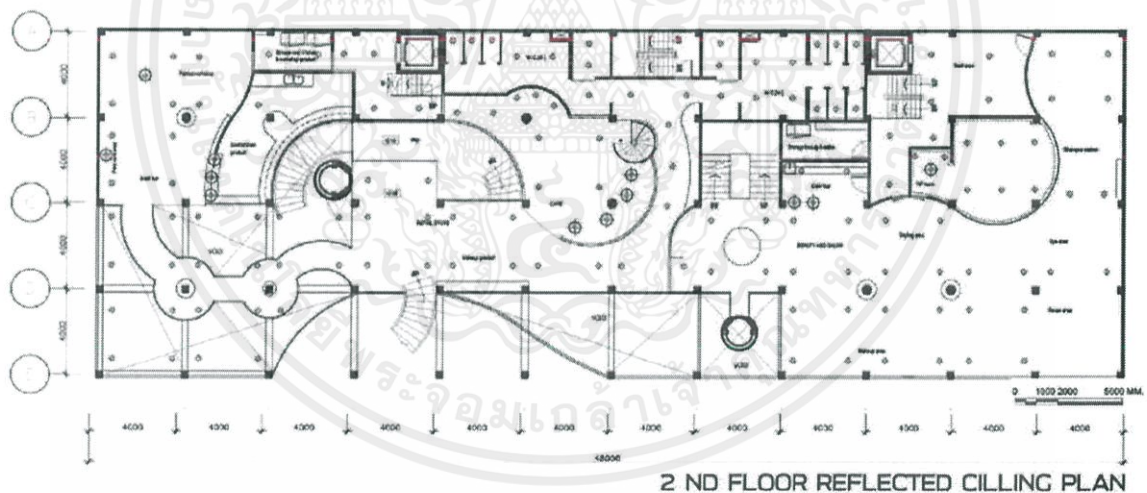
6.3 ผังเพดานและแสดงตำแหน่งดวงโคม (Reflected ceiling floor plan)

6.3.1 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 1



ภาพที่ 6.6 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 1

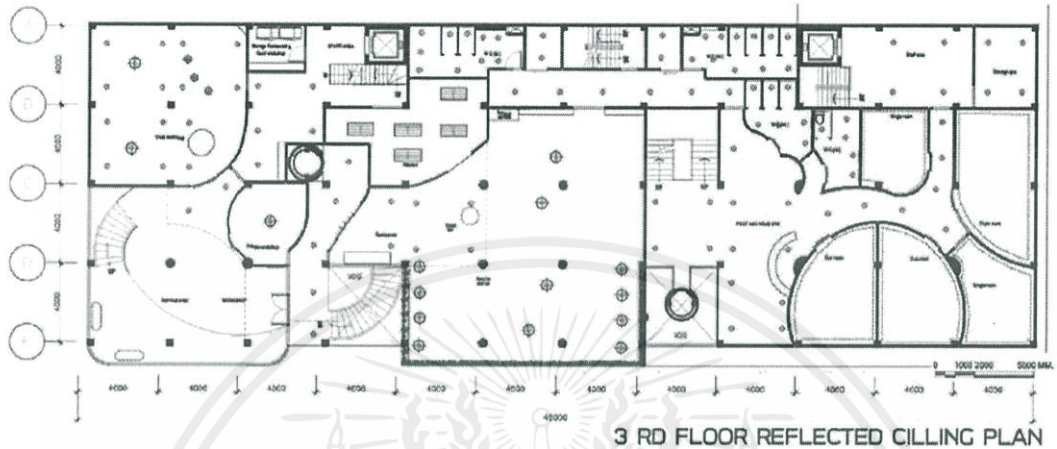
6.3.2 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 2



ภาพที่ 6.7 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 2

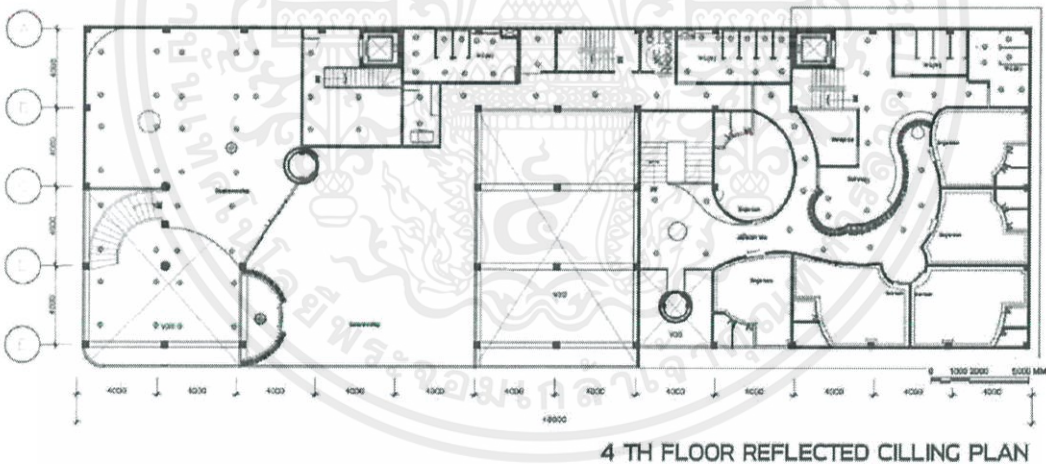
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3.3 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 3



ภาพที่ 6.8 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 3

ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 4



ภาพที่ 6.9 ผังเพดานและตำแหน่งดวงโคมชั้น 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.4 รูปด้านของอาคาร (Elevation)



ภาพที่ 6.10 ภาพรูปด้านหน้าอาคาร

6.5 รูปตัดของอาคาร (Section)



ภาพที่ 6.12 ภาพรูปตัดของอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

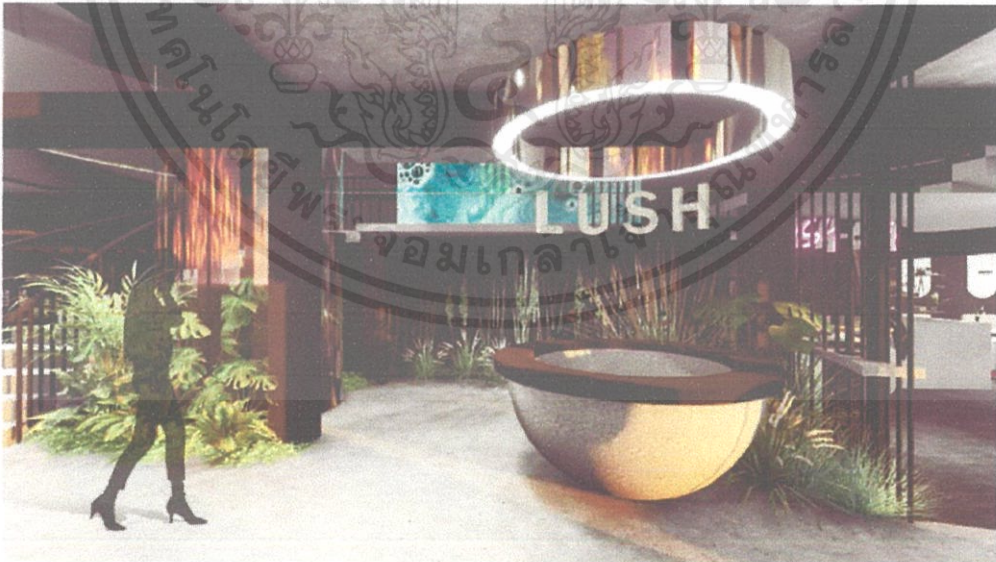
6.6 ภาพทัศนียภาพภายในโครงการ

6.6.1 พื้นที่ด้านนอกอาคาร



ภาพที่ 6.13 ภาพพื้นที่ด้านหน้า

6.6.1 พื้นที่ส่วน Reception



ภาพที่ 6.14 ภาพพื้นที่ Reception

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.2 พื้นที่ส่วนRetail store/Social space/Event space



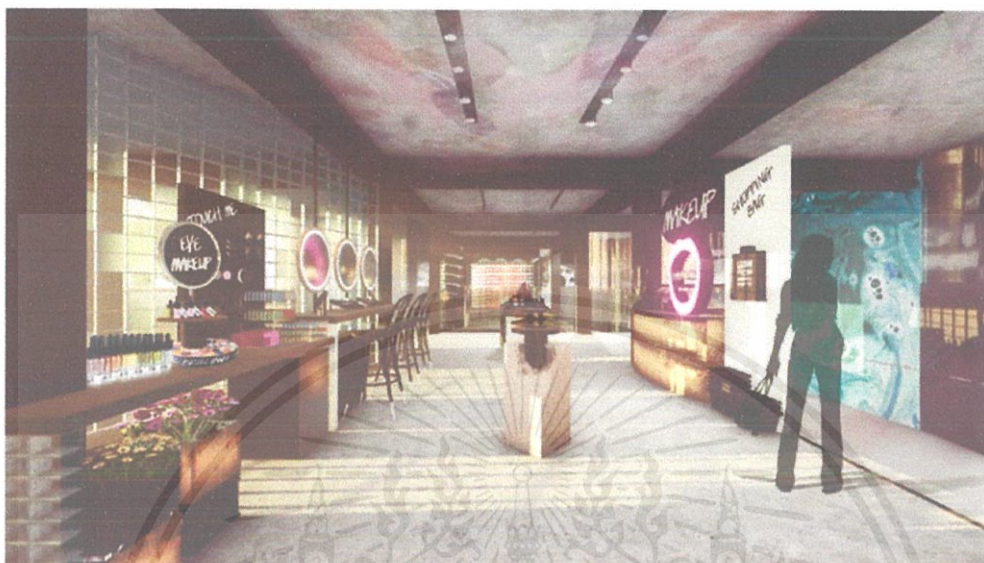
ภาพที่ 6.15พื้นที่ส่วนRetail store/Social space/Event space



ภาพที่ 6.16พื้นที่ส่วนRetail store/Social space/Event space

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.3 พื้นที่บริเวณMakeup area



1.1.1 ภาพที่ 6.17 พื้นที่บริเวณMakeup area

6.6.4 พื้นที่บริเวณCorridor



1.1.2 ภาพที่ 6.18พื้นที่บริเวณCorridor

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.5 พื้นที่ส่วนSkincare area



ภาพที่ 6.19 พื้นที่ส่วนSkincare area

6.6.6 พื้นที่ส่วนCafe



ภาพที่ 6.20 ภาพแสดงพื้นที่ส่วนcafe

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.7 พื้นที่ส่วนcafe



ภาพที่ 6.21ภาพแสดงส่วนcafe

6.6.8 พื้นที่ส่วนcommon area



ภาพที่ 6.22ภาพแสดงส่วนCommon area

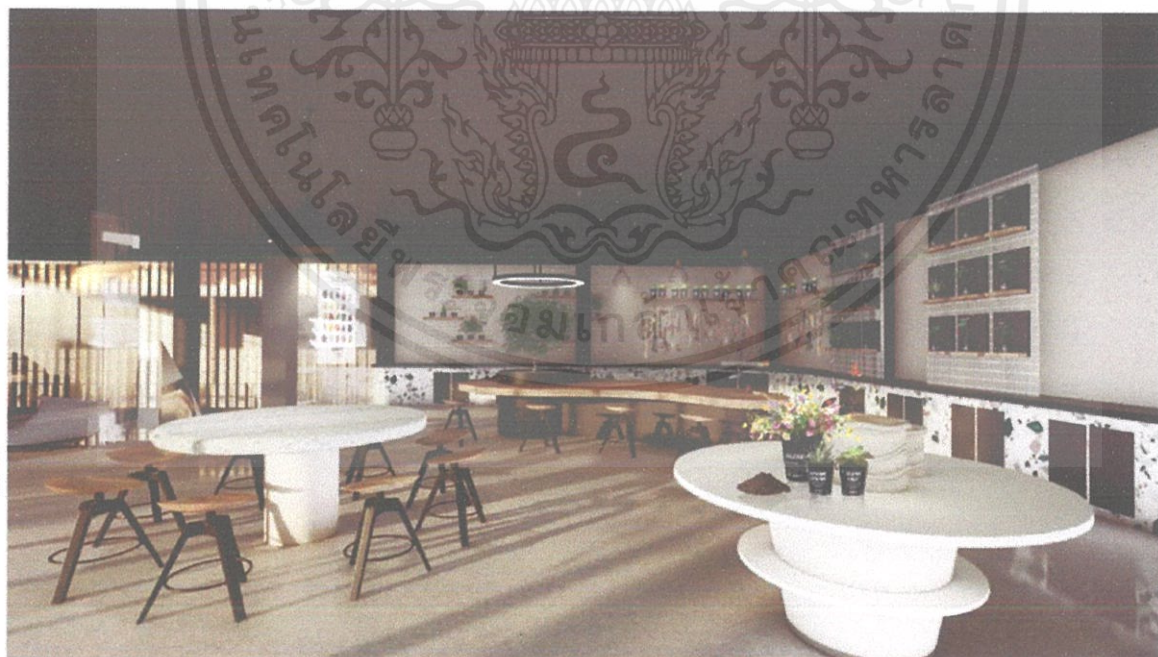
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.9 พื้นที่ส่วนcook workshop



ภาพที่ 6.23ภาพพื้นที่ส่วนcook workshop

6.6.10 พื้นที่ส่วนCreative workshop



ภาพที่ 6.24ภาพพื้นที่ส่วนCreative workshop

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.25พื้นที่ส่วนcreative workshop

6.6.11 Garden rooftop



ภาพที่ 6.26ภาพ Garden roof top

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.12 พื้นที่Restaurant



ภาพที่ 6.27 ภาพบริเวณRestaurant



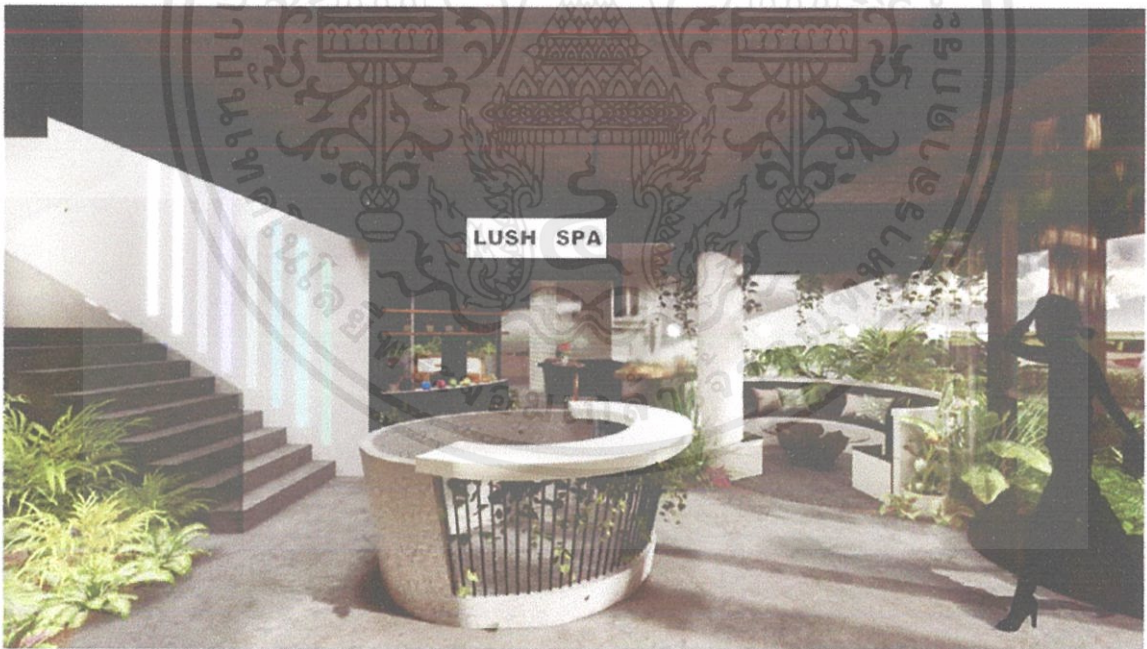
ภาพที่ 6.28 ภาพบริเวณRestaurant

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.29 ภาพบริเวณ Restaurant

6.6.13 พื้นที่ Reception spa



ภาพที่ 6.30 ภาพ Reception spa

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.14 พื้นที่Product area



ภาพที่ 6.31 ภาพProduct area

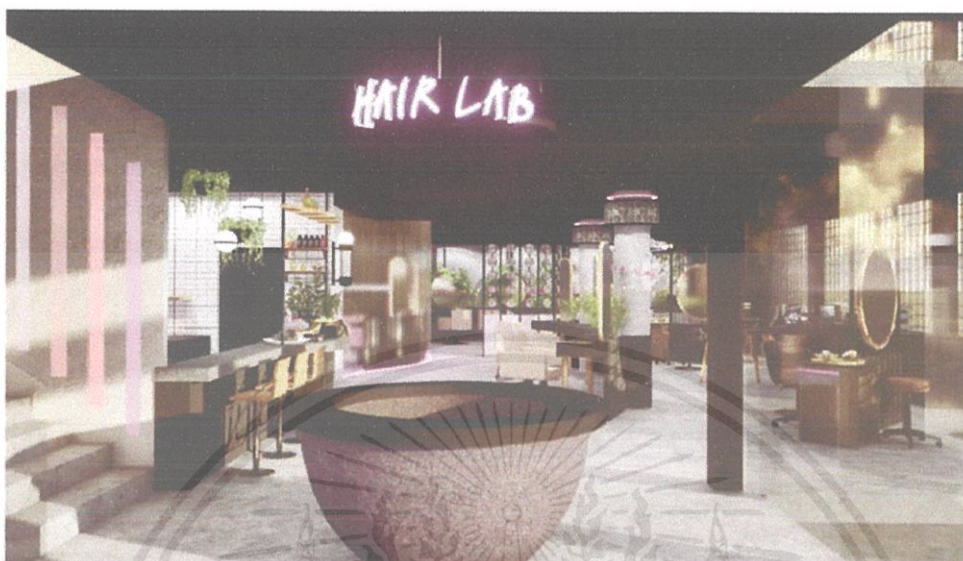
6.6.15 พื้นที่ส่วนspa area



ภาพที่ 6.32ภาพFace spa

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.16 พื้นที่ส่วนBeauty and Salon



ภาพที่ 6.33 ภาพ Beauty and salon



ภาพที่ 6.34 ภาพ Beauty and salon

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.6.17 พื้นที่Footandhead spa



ภาพที่ 6.35 ภาพ Footandhead spa

6.6.18 พื้นที่All body



1.1.3 ภาพที่ 6.36 All body spa

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- Ilyse Liffreing.(2018).Tagetgroup man and women.สืบค้นจาก
<https://digiday.com/marketing/lush-features-men-women-alike-marketing/>
- engagehub.(2018).Campane Lush .สืบค้นจาก <https://engagehub.co.uk/blog/lush-and-loaded/>
- ประชาชาติธุรกิจ.(2018).เจาะพฤติกรรมGen y.สืบค้นจาก
<https://www.prachachat.net/finance/news-211619>
- Nanabanaraw(2018).เครื่องสำอางVegan.สืบค้นจาก
<https://naprapanooprai.wixsite.com/vegancosmetic/we-are-vegan-natural-beauty-product>
- Dezeen(2012).กรณีศึกษาWorkshop.สืบค้นจาก<https://www.dezeen.com/2012/11/14/unas-kitchen-bakeryby-nordic-bros-design-community/>
- Sme Legal Spirit(2015).สถานเสริมความงาม.สืบค้นจาก
<https://www.smelegalspirit.com/production-intro-detail/3/20/ธุรกิจความงาม-สุขภาพ-สปา>
- Panpui Wellness(2018).กรณีศึกษาPanpuri.สืบค้นจาก <https://www.panpuri.com/wellness/>
- Lush Thailand.(2018).Product Brand Lush.สืบค้นจาก [https://th.lush.com/products/new-productsBlogPost.\(2018\).TagetgroupBrandLush.สืบค้นจาก](https://th.lush.com/products/new-productsBlogPost.(2018).TagetgroupBrandLush.สืบค้นจาก)
<https://www.themoriaproject.com/lush>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

หนังสืออนุญาตให้ใช้แบบแปลนอาคาร

วันที่ 21 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2562

เรื่อง อนุญาตให้ใช้แบบแปลนอาคาร

เรียน หัวหน้าภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตามหนังสือ ที่ อว.7003(3)/007 ลงวันที่ 10 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้แก่นักศึกษา นำแบบแปลนไปใช้เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าทำวิทยานิพนธ์ นั้น

บัดนี้ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว สัจฉิรา นามสกุล สัจฉิราภิรมย์ (ผู้อนุญาต)

ตำแหน่ง CEO (ภ.ว.ท.พ.ร.ด.ท.) หน่วยงาน _____

อนุญาตให้ใช้แบบแปลน โครงการ _____

อาคาร Zomic vision _____

อนุญาต ให้ นวช/นรช/นางสาว ปิรัชต์ ฉันทวิท นามสกุล ฉันทวิท
ใช้แบบแปลน / อาคาร เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าทำวิทยานิพนธ์ เท่านั้น

ไม่อนุญาต ให้ใช้แบบแปลนเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าทำวิทยานิพนธ์

ขอแสดงความนับถือ

(นามผู้อนุญาต นาย/นาง/นางสาว) [Signature]

(สัจฉิรา สัจฉิราภิรมย์)

ตำแหน่ง ภ.ว.ท.พ.ร.ด.ท.

(ประทับตราหน่วยงาน)

ZONICVISION CO., LTD.
บริษัท โซนิค วิชั่น จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้