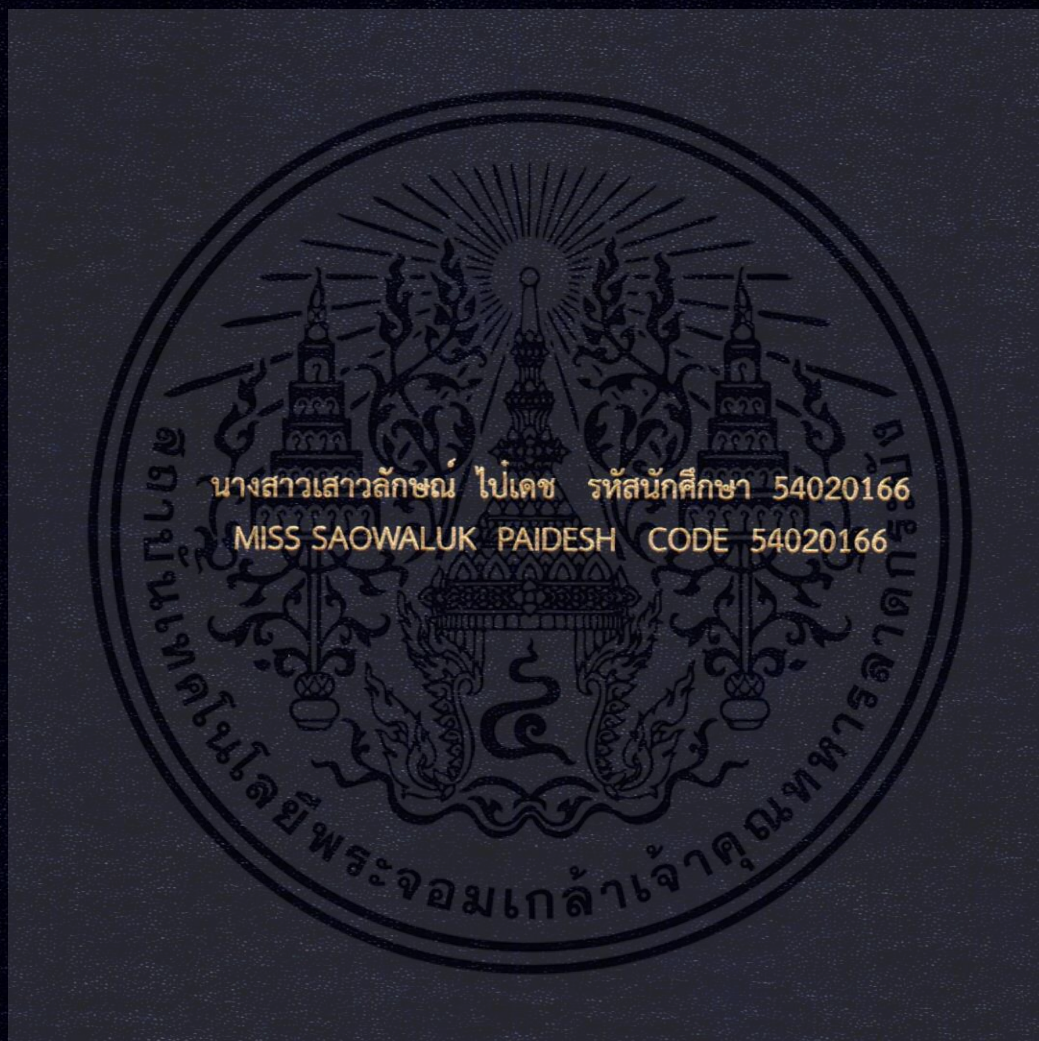


โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน เสนอแนะ
แอมส บูติกเรสอร์ท

(Luxury Boutique Resort by harmes)



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต(สถาปัตยกรรมภายใน)
กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2558

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ
แอมส บูติก รีสอร์ท
(luxury boutique resort by hermes)



โครงการนี้เป็นการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี
สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)
กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน สาขาสถาปัตยกรรมภายในและการวางแผน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)

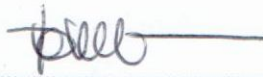
อธิการบดี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ศาสตราจารย์พิเศษ

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(ผศ.พิเชฐ โสวิทยสกุล)





.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(รศ.เอกพล สิริชัยนนท์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ชื่อ นางสาว เสาวลักษณ์ ไป่เดช
Miss saowaluk paidesh

รหัส 54020166

สาขาวิชา สถาปัตยกรรมภายใน

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ที่อยู่ 100/20 ซอยปาริชาติ A42 ม.ปาริชาติ ถนนทางหลวง 345 ต. บางคูวัด อ. เมือง
จ. ปทุมธานี 12000

โทรศัพท์ 095 - 946 - 8727

E-Mail yor3.ying@windowslive.com

อาจารย์ที่ปรึกษา รศ .เอกพล สิริชยันนท์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ
แอมส บูติก รีสอร์ท
(luxury boutique resort by hermes)

ประเภทโครงการ โครงการเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ แอเมส บูติก รีสอร์ท (luxury boutique resort by hermes)” นี้ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เพื่อศึกษาถึง ปัญหา และการให้ความสำคัญ การแก้ปัญหา และหาแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์ทาง สถาปัตยกรรมภายใน เพื่อให้มีลักษณะและบรรยากาศสอดคล้องเข้ากับรูปแบบสถาปัตยกรรม และ สภาพแวดล้อม ตามหลักวิชาการและแนวคิดที่ตั้งไว้ โดยดำเนินการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ ออกแบบ โดยคำนึงถึงพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้อาคารเพื่อให้นักศึกษาค้นคว้า อยู่บน พื้นฐานของความเป็นจริง ความเป็นไปได้ของโครงการ และศึกษาข้อมูลจากโครงการใกล้เคียงในเรื่อง นโยบายเพื่อที่จะบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางเอาไว้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนตากอากาศ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ประสพการณ์ ใหม่ ๆ ของแบรนด์ hermes
2. เพื่อเป็นสถานที่ที่ให้ข้อมูลความรู้ ในเรื่องของการผลิตภัณฑ์ และซึมซับความพิถีพิถันความ เป็น craftsmanship ของแบรนด์ ผ่านทางการออกแบบตกแต่งภายใน และพื้นที่จัดแสดง
3. เพื่อเป็นสถานที่รวบรวมพบปะของผู้คนที่ชื่นชอบในแบรนด์แอมเมส

แนวทางการออกแบบ

มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อศึกษาการนำเสนอ การหาแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์ทาง สถาปัตยกรรมภายใน เพื่อให้มีลักษณะและบรรยากาศสอดคล้องเข้ากับรูปแบบสถาปัตยกรรมและ สภาพแวดล้อม นำลักษณะความเป็นแบรนด์มาผสมผสานให้เกิดความมีเอกลักษณ์ โดยนำเรื่องราว ของประวัติศาสตร์ของแบรนด์บวกกับสภาพแวดล้อมมาใช้ในการออกแบบ และตกแต่ง ให้ นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศธรรมชาติและวัฒนธรรม

วิธีการวิจัย

1. ค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ
 - 1.1 ศึกษาสภาพความเป็นอยู่ของโครงการ และรีสอร์ทภายในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
 - 1.2 ศึกษาโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียง เพื่อนำมาปรับใช้กับงาน ออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน
2. ศึกษาพฤติกรรมและอัตรากำลังของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
3. ศึกษาความเป็นแบรนด์ และองค์ประกอบต่างๆ
4. ศึกษาองค์ประกอบและแนวทางการออกแบบตกแต่งของรีสอร์ทที่ใกล้เคียงกัน
5. ศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้งโครงการ
6. ศึกษารูปแบบสถาปัตยกรรมและแนวทางการตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม

สรุปผลการวิจัย

1. สถานที่ตั้งมีความเหมาะสมกับสภาพของโครงการ ลักษณะที่ดินมีขนาดยาว และราคาชั้นการวางอาคารจึงต้องคำนึงถึงความเชื่อมโยงในแต่ละส่วนเป็นสำคัญ
2. การจัดวางอาคารมีผลมาจากพฤติกรรมการใช้อาคารเป็นหลัก และทัศนียภาพที่แต่ละพื้นที่ต้องการ
3. การใช้งานทั้งภายในและภายนอกมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน
4. งานระบบต้องมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการ
5. วัสดุอุปกรณ์และพนักงานที่ดีจะทำให้โครงการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ที่ตั้งและตัวอาคารมีความเหมาะสมกัน ในเรื่องของขนาด และการวางตำแหน่ง เพราะจะ ช่วยในเรื่องความสวยงามและใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่
2. การศึกษาโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียง จะช่วยให้ทราบข้อดี-ข้อเสีย เพื่อมาปรับใช้ใน โครงการได้อย่างเหมาะสม
3. ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมให้มาก เช่น การไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ควรสร้างให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติมากที่สุด
4. การออกแบบแบรนด์สินค้าหากลงลึกและสามารถนำแนวคิด หรือสร้างสรรค์พัฒนาต่อไป ข้อมสามารถเป็นแนวทางการออกแบบกระบวนการใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ศึกษาการสร้างแบรนด์ และ เอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity (CI)) จากบริษัท เสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำระดับโลก นำมาปรับใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในได้อย่าง เหมาะสม
2. เข้าใจถึงลักษณะความต่างของโรงแรม รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน กิจกรรมที่เกิดขึ้น มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
3. เข้าใจถึงลักษณะงาน โครงสร้างอาคารเดิม นำมาปรับปรุงใช้ให้เหมาะสมกับการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

คำนำ

ปัจจุบันการใช้ชีวิตอยู่ในเมืองเริ่มวุ่นวายขึ้นทุกวัน การที่ได้หลีกเลี่ยงความวุ่นวายไปอยู่กับวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เรียบง่ายนั้นทำให้เกิดค่านิยมทางการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ขึ้น รีสอร์ทแนวอนุรักษ์เกิดขึ้นมากมาย แต่ทว่ายังมีรีสอร์ทที่ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อม หรือชุมชนท้องถิ่นโดยรอบ ทั้งนี้ทรัพยากรธรรมชาติและทางด้านวัฒนธรรมเริ่มถูกกลืนกินไปโดยการพัฒนา รุกป่าพื้นที่ธรรมชาติของมนุษย์ จึงจำเป็นต้องมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมชุมชนที่ดั้งเดิมเหล่านี้ดำรงสืบไป โดยเน้นในเรื่องหลักสำคัญได้แก่ เรื่องการตกแต่งที่ใช้วัสดุธรรมชาติ, เรื่องงานระบบของโครงการ เพื่อให้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด รวมไปถึงระบบการจัดการที่จะทำให้โครงการส่งเสริมกับชุมชนอื่นก็สามารถอยู่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมเดิมแต่สิ่งเหล่านั้นเริ่มทำลายธรรมชาติเดิมลงไปทุกวันนี้

โครงการเสนอแนะ ออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน เอือนภาพน่าน รีสอร์ทแอนด์แกลเลอรี จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นจังหวัดที่กำลังเติบโต มีการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวมากขึ้น รีสอร์ทเกิดขึ้นเรื่อยๆ แต่ขาดรีสอร์ทที่เน้นมีความเชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่น วิถีชีวิตชาวน่าน โดยรีสอร์ทจะเน้นไปทางด้านประสบการณ์ ที่จะเรียนรู้พื้นถิ่น ทั้งนี้ยังมีการสอดแทรกงานออกแบบที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชาวน่านให้ซึมซับในสภาพแวดล้อม และสำหรับผู้ที่ต้องการรู้เรื่องราวของวัฒนธรรมพื้นถิ่นของชาวน่าน จะจัดให้มีการแสดงวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตแทรกสอดลงไปแนวความคิดการออกแบบ ยังเป็นการดึงชุมชนมีส่วนร่วมกับตัวโครงการด้วย และมีการสอนเทคนิค วิธีการถ่ายภาพ จึงเป็นสิ่งที่นำลงทุนในการส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องการถ่ายภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ในรูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวโดยจัดเป็นอาคารที่พัก รองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการสัมผัสบรรยากาศแบบเรียบง่ายท่ามกลางธรรมชาติ

สุดท้ายนี้ได้มีความคาดหวังว่าโครงการวิทยานิพนธ์นี้จะส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล และสังคมในภายภาคหน้า หากมีข้อผิดพลาดใด ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวเสาวลักษณ์ ไร่เดช

ผู้จัดทำ

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าวิจัย ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อการตกแต่งภายใน โครงการ เสนอแนะ แอเมสบูติกรีส์อร์ท นี้ได้รับความอนุเคราะห์และความร่วมมือช่วยเหลือเป็นอย่างดี ในการเอื้อเฟื้อข้อมูล และเอกสารต่างๆ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์รวมทั้งแรงกาย แรงใจจากบุคคลต่อไปนี้

- ขอบขอบคุณทุกคนครอบครัวที่ทำให้มีทุกวันนี้ คอยช่วยเหลือสนับสนุนทุกอย่างตลอดมา
- ขอบขอบคุณคุณแม่ที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้มาโดยตลอด
- ขอบขอบคุณอาจารย์เอกที่ให้คำปรึกษา เป็นห่วงสุขภาพของนักศึกษา และชี้แนะให้ได้ทำโครงการนี้ คอยติดตามงานเสมอ
- ขอบขอบคุณเพื่อนๆ ที่สู้ๆด้วยกัน และอยู่ด้วยกันมาตลอด ให้คำแนะนำ และคำปรึกษาเสมอมา
- ขอบขอบคุณน้องๆรหัส 71 ที่เป็นห่วงและอยู่ด้วยกันตลอด และน้องๆสายรหัส ที่ให้กำลังใจ ถวายข้าวต้ม ช่วยงาน และซื้อของฝาก
- ขอบขอบคุณพี่ๆ ที่แวะเวียนมาให้คำปรึกษา
- ขอบขอบคุณคณะที่ให้บรรยากาศดีๆในการทำทีสิส และพื้นที่ความทรงจำ
- ขอบขอบคุณทุกๆคนที่สร้างความทรงจำร่วมกันจนถึงวันนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
บทที่ 1	บทนำ
1.1	ความเป็นมาของโครงการ
1.2	เหตุผลในการเลือกโครงการ
1.3	จุดประสงค์ของโครงการ
1.4	กลุ่มเป้าหมาย
1.5	ภาพลักษณ์ของโครงการ
1.6	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1.7	ที่ตั้งโครงการ
1.7.1	ลักษณะที่ตั้งโครงการและการพิจารณาลักษณะอันพึงประสงค์
1.7.2	ลักษณะที่ตั้งของโครงการ
1.7.3	สภาพแวดล้อมของที่ตั้งโครงการ
1.7.4	การเข้าถึงโครงการ
1.8	ลักษณะของอาคาร
1.8.1	ลักษณะพึงประสงค์ของอาคาร
1.8.2	การวิเคราะห์ของอาคาร
1.8.3	แบบอาคาร
1.9	องค์ประกอบของโครงการ
2.0	ขอบเขตของโครงการและขอบเขตของวิทยานิพนธ์
บทที่ 2	ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสนับสนุนโครงการ
2.1	ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ
2.1.1	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับปริศอร์ท
2.2	ข้อมูลเฉพาะของโครงการ
2.2.1	ประวัติของโครงการ
2.2.2	เอกลักษณ์ของโครงการ
2.4	ระบบสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และวัสดุในการตกแต่งภายใน
2.4.1	ลักษณะทางสถาปัตยกรรม และ ระบบโครงสร้างอาคาร
2.4.2	การใช้สีภายในอาคาร
2.4.3	วัสดุในการตกแต่งภายใน
2.5	กรณีศึกษาเปรียบเทียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	2.5.1	the siam	76
	2.5.2	bvlgari hotel	76
	2.5.3	karmakamet aromatic hotel	77
	2.5.4	phulay bay	78
	2.5.5	le meridien koh samui resort & spa	78
	2.5.6	rachamankha hotel	79
	2.5.7	hermes museum	79
	2.5.8	ข้อสรุปเพื่อนำไปสู่การออกแบบ	80
บทที่ 3		การศึกษาพฤติกรรมพื้นที่ใช้งาน	82
	3.1	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย	82
	3.2	พฤติกรรมของผู้ให้บริการ	82
	3.3	พฤติกรรมของผู้รับบริการ	84
	3.4	การวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยในโครงการ	102
	3.4.1	main entrance	102
	3.4.2	secondary entrance or sub entrance	102
	3.4.3	public area	102
บทที่ 4		การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ	119
	4.1	การวิเคราะห์ข้อมูล	119
	4.1.1	การวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร	119
	4.1.2	การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่	120
	4.1.3	แผนภาพความสัมพันธ์ของพื้นที่แบบวงกลม	120
	4.1.4	ตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ	
		ละแผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่	121
	4.1.5	การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่ และทางสัญจร	121
	4.2	แนวความคิดในการออกแบบ	122
	4.2.1	แนวความคิดในการออกแบบ	122
	4.2.2	ธีม หรือ Mood Board	122

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5	ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน	123
	5.1 ผังบริเวณของโครงการ	123
	5.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการ	124
	5.3 รูปตัดของอาคารโครงการ	128
	5.4 ผังไฟฟ้าของอาคารโครงการ	129
	5.5 ภาพทัศนียภาพภายในโครงการ	130
	5.6 หุ่นจำลอง	138
	5.7 material board	139



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและเหตุผลในการเลือก

1.1 ความเป็นมาของโครงการ

Hermès เป็นแบรนด์เครื่องหนังชั้นสูงของประเทศฝรั่งเศส **เทียร์รี่ แอร์เมส (Thierry Hermès)** เป็นผู้ก่อตั้ง และเริ่มต้นธุรกิจมาตั้งแต่ปีค.ศ.1837ด้วยการเป็นผู้ผลิตอานม้าและ กระเป๋าใบใหญ่ที่ใช้ในการเดินทางด้วยรถม้าจากการที่ใช้ความพิถีพิถันในการผลิตตั้งแต่การเลือกหนัง และความประณีตในการตัดเย็บแบบสองเข็มที่มีเอกลักษณ์เฉพาะเทคนิคเหล่านี้กลายเป็นทรัพย์สินที่ แอร์เมสใช้ต่อยอดผลิตเป็นสินค้าอื่นๆในเวลาเพียงไม่กี่ปีอานม้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆของเขาก็ได้รับกลายเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในหมู่ราชวงศ์และชนชั้นสูงของฝรั่งเศสมีการขายอานม้าให้กษัตริย์รัสเซีย ทำให้ hermes อยู่ในฐานะผู้ค้าอานม้าที่ติดต่อกับคนทั้งโลก ต่อมา ได้เปิดตัว รองเท้า กระเป๋า ผ้าพันคอ เนกไท จิวเวลรี่ และผลิตภัณฑ์อื่นๆอีกมากมายแบรนด์ดังยี่ห้อนี้มีประวัติยาวนานกว่า 170 ปีด้วยการออกแบบที่เน้นความเรียบหรูมีคุณภาพสม่ำเสมอ จึงทำให้สินค้าของ hermes ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัยด้วยราคาและคุณภาพการตัดเย็บทำให้ตอนนี้ยังถือเป็นแบรนด์เดียวที่ยังคง เอกลักษณ์การเย็บด้วยมือแบบร้อยทีละรูดยังทำให้เป็นที่ต้องการในแนวหน้าตลอดเพราะลูกค้ารู้สึกได้ถึงคามมีรสนิยมที่แตกต่างจากการเลือกใช้แบรนด์อื่นๆ

โครงการเสนอแนะ HERMES Boutique hotel จะทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์มีความชัดเจนมากขึ้นในทัศนียภาพและมุมมองที่เป็นมิติ การนำเสนอในรูปแบบของโรงแรมเป็นสิ่งที่ครอบคลุมในเรื่อง lifestyle ในการพักผ่อนได้ชัดเจนที่สุด ซึ่งเป็นการใช้ชีวิตช่วงข้ามคืน ในรูปแบบของ hermes ผสมผสานกับความเป็นเมืองที่มีลักษณะไม่หยุดนิ่ง จะเป็นมากกว่าการพักผ่อนทั่วไปที่นำเสนอออกมาในรูปแบบของ Space, Furniture, Decoration และบรรยากาศในการให้บริการที่สะท้อนการดำเนินชีวิตที่ประณีตและพิถีพิถันเพราะการใส่ใจทุกรายละเอียด เพื่อสะท้อนถึงการใช้ชีวิตอย่างเหนือระดับ ในรูปแบบของโรงแรมประเภท Boutique hotel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 1 ตราสัญลักษณ์ประจำองค์กร hermes

1.2 เหตุผลในการเลือกแบรนด์ HERMES

1.2.1. hermesเป็นแบรนด์แฟชั่นชั้นนำที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือแบรนด์ชั้นนำทั่วไปแม้การตีเซนสินค้าจะเรียบง่ายแต่เพราะผ่านกระบวนการคิดผ่านกรรมวิธีในการผลิตและการคัดเลือกวัสดุที่มีคุณภาพ เป็นความหรูหราเฉพาะตัวมีความUniqueและClassicตลอดกาลจึงต้องการนำเสนอมิติใหม่ของhermesในรูปแบบของการบริการด้านโรงแรม

1.2.2. เป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่ต้องการความเหมาะสม และสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศของสถานที่ รวมกับความเป็นเอกลักษณ์ของ HERMES

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.3.1 เพื่อนำความรู้ทางด้านสถาปัตยกรรมภายในมาใช้ในการออกแบบโรงแรมโดยคำนึงถึงความเหมาะสม สอดคล้องความต้องการและตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ตามมาตรฐานระดับสากล

1.3.2 เพื่อสร้างทางเลือกของที่พักในย่านใจกลางเมืองเป็นสถานที่พักผ่อนและประสบการณ์ใหม่ๆในรูปแบบที่เป็นที่ที่สุดในแบบของ HERMES ที่จะสร้างความแตกต่างให้กับผู้คนในย่านนั้นๆ ทั้งนี้ Facility บางส่วนของโรงแรมยังเปิดให้บริการสำหรับบุคคลภายนอกอีกด้วย

1.3.3. สร้างความชัดเจนให้กับแบรนด์ ตามแนวคิดที่ต้องการนำเสนอ ในเรื่องของLifestyle

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 กลุ่มเป้าหมาย

1.4.1 กลุ่มลูกค้าจากเสื้อผ้า hermes ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในแถบเอเชีย และยุโรป นักท่องเที่ยว หรือนักเดินทางชาวต่างชาติ ที่มีความสนใจในด้านศิลปะ แฟชั่น งานออกแบบหรืองานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ต้องการมาพักผ่อน หรือแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆจากการเดินทาง.

1.4.2 สาวกของ hermes และนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์พักผ่อนที่เป็นที่สุด ที่เห็นแล้วต้องไปให้ได้

1.5 ภาพลักษณ์ของโครงการ

โครงการ HERMES Boutique hotel เป็นโครงการบูติกโฮเทลเพื่อ โดยภายในโครงการมีความชัดเจนมากขึ้นในทัศนียภาพและมุมมองที่เป็นมิติ การนำเสนอในรูปแบบของโรงแรมเป็นสิ่งที่ครอบคลุมในเรื่อง lifestyle ในการพักผ่อนได้ชัดเจนที่สุด ซึ่งเป็นการใช้ชีวิตช่วงข้ามคืน ในรูปแบบของ hermes บรรยากาศในการให้บริการที่สะท้อนการดำเนินชีวิตที่ประณีตและพิถีพิถันเพราะการใส่ใจทุกรายละเอียด เพื่อสะท้อนถึงการใช้ชีวิตอย่างเหนือระดับ ในรูปแบบของโรงแรมประเภท Boutique hotel รีสอร์ทตั้งอยู่บนพื้นที่สงบเหมาะแก่การพักผ่อนจากความวุ่นวาย และละทิ้งความกังวล จากการใช้ชีวิตประจำวัน

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 hermes boutique hotel จะช่วยส่งเสริมในเรื่อง life style ของ hermes ในแถบภูมิภาคนี้ให้แข็งแกร่งขึ้น

1.6.2 พัฒนาสภาพแวดล้อมรอบบริเวณโครงการให้มีสภาพที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างโรงแรมประเภท boutique hotel ที่แปลกใหม่ในประเทศไทยให้

1.6.3 เป็นระดับสากล จากแบรนด์เครื่องหนัง กระเป๋า เสื้อผ้า สู้ธุรกิจไลฟ์สไตล์อย่างเต็มรูปแบบในรูปแบบของโรงแรม

1.6.4 ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติ ลูกค้า เอเชีย และแถบยุโรป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิทยานิพนธ์

1. ได้ศึกษาการสร้างแบรนด์ และ เอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity (CI)) จากบริษัทเสื้อผ้าแฟชั่นชั้นนำระดับโลก นำมาปรับใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในได้อย่างเหมาะสม
2. เข้าใจถึงลักษณะความต่างของโรงแรม รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน กิจกรรมที่เกิดขึ้นมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
3. เข้าใจถึงลักษณะงานโครงสร้างอาคารเดิม นำมาปรับปรุงใช้ให้เหมาะสมกับการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

1.7 ที่ตั้งของโครงการ

1.7.1 การเลือกที่ตั้งโครงการและเกณฑ์การพิจารณาลักษณะอันพึงประสงค์

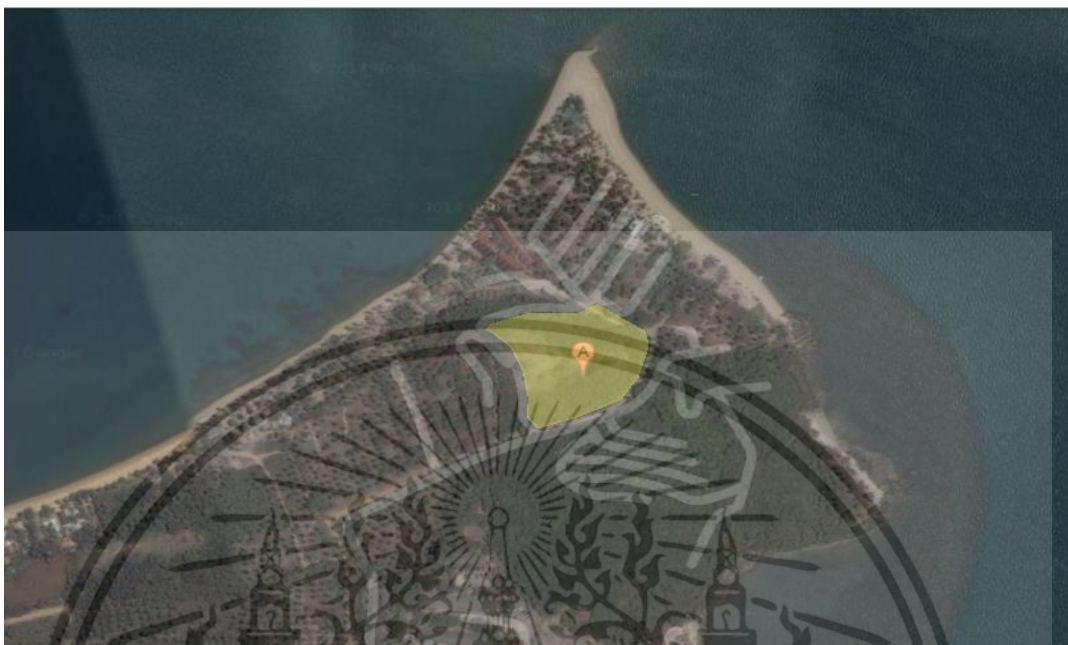
ข้อพิจารณาการเลือกที่ตั้งของโครงการ

- 1.สภาพแวดล้อมที่ตั้งของโครงการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของกลุ่มเป้าหมาย
- 2.มีความเป็นส่วนตัวและมีความสงบเหมาะแก่การพักผ่อน
- 3.ลักษณะที่ตั้ง ควรตั้งอยู่ติดทะเล มีพื้นที่กว้างใหญ่พอสมควร มีทัศนียภาพที่สวยงาม
- 4.การเดินทางสามารถเข้าถึงได้โดยรถโดยสารส่วนตัว รถบริการจากโรงแรม หรือรถรับจ้างสาธารณะ โดยที่โครงการไม่ได้ตั้งอยู่ในที่พลุกพล่าน ใจกลางเมือง เข้าถึงได้ง่ายจนเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.2 ลักษณะที่ตั้งของโครงการ

ก.หาดแม่น้ำ อ.บ่อผุด เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 1 บริเวณที่ตั้ง W retreat samui resort and spa

ขอบเขตพื้นที่ตั้ง	:	บริเวณที่ตั้งของ W retreat samui resort and spa
ลักษณะที่ตั้งโครงการ	:	โรงแรมดับเบิลยู รีทรีท เกาะสมุย ตั้งอยู่บนชายหาดส่วนตัวใน เกาะสมุย ใกล้กับหาดบ่อผุด หมู่บ้านชาวประมง และสมุย โกคาร์ท นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้กับ ท่าเรือ หาดแม่น้ำ และ ท่าเรือหาดบ่อผุด
ขนาดพื้นที่	:	ประมาณ 20,000 ตร.ม.
ทิศเหนือ	:	หาดส่วนตัว
ทิศใต้	:	Fair house villa and spa
ทิศตะวันออก	:	หาดบ่อผุด
ทิศตะวันตก	:	หาดแม่น้ำ
เข้าถึงโครงการโดย	:	รถยนต์ส่วนบุคคล-รถยนต์รับจ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.3 สภาพแวดล้อมของที่ตั้งโครงการ



ภาพที่ 1 ภาพรวมของพื้นที่โครงการ



ภาพที่ 2 ภาพทัศนียภาพด้านทิศเหนือ



ภาพที่ 3 ภาพทัศนียภาพจากห้องพักภายในโครงการ



ภาพที่ 4 ภาพทิศตะวันตกและทิศเหนือ



ภาพที่ 5 ภาพทัศนียภาพ ชายหาดส่วนตัว



ภาพที่ 6 ภาพทัศนียภาพชายหาดด้านตะวันออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.4 การเข้าถึงโครงการ

จากตัวเมืองสุราษฎร์ธานี มุ่งหน้าไปยังอำเภอดอนสัก ถึงสามแยกตลาดดอนสักเลี้ยวขวาเข้าท่าเรือเฟอร์รี่ นั่งเรือไปยังเกาะสมุยประมาณ 1.30 ชั่วโมง ถึงท่าเรือหน้าทอน เกาะสมุย แล้วนั่งรถสองแถวหรือรถแท็กซี่ 20 นาที ไปยังหาดแม่รำ จะพบโรงแรมดับเบิลยูริทริทเกาะสมุย อยู่ติดกับแฟร์เฮาส์ วิลล่าแอนด์สปา

1.8 ลักษณะของอาคาร

1.8.1 ลักษณะพึงประสงค์ของอาคาร

1. ลักษณะโครงสร้างอาคาร : เป็นอาคารไทยประยุกต์ ผสมกันของวัสดุสมัยใหม่ เช่น คอนกรีต เหล็ก ไม่มีช่องเปิดรับแสงธรรมชาติ และ รับอากาศภายนอกได้บางส่วน มีความเป็นส่วนตัวสูง มีลักษณะเป็นวิลล่ามีทัศนียภาพที่สวยงาม จัดเรียงกันเป็นอาคารแบบผสมของ อาคารหลัก(ขนาดกลาง) –อาคารประกอบ(ขนาดเล็ก)

2. ลักษณะพิเศษของพื้นที่ : มีทัศนียภาพสวยงาม มีขนาดพอประมาณ และมีวิวหลายรูปแบบ มีลักษณะกลมกลืนกับธรรมชาติในพื้นที่ ไม่มีสิ่งปลูกสร้างสูงๆขัดขวางทัศนียภาพ

3. การเข้าถึงอาคาร : มีการทิ้งระยะจากความวุ่นวายเข้าถึงได้ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล หรือรถที่ให้บริการของรีสอร์ท เพื่อให้รีสอร์ทมีความสงบ ปราศจากการรบกวนจากภายนอก

4. มุมมองและภาพลักษณ์ : เป็นโครงการสงบ ไม่วุ่นวาย มี facility พร้อมเพียงสำหรับคนรักสุขภาพ มีพื้นที่ในการรองรับสปาและบริการต่างๆ เป็นโครงการที่มีขนาดพอเหมาะ ไม่เล็กและใหญ่จนเกินไป มีความหรูหราและเป็นส่วนตัว

หมายเหตุ ** ลักษณะอาคารต้องมีการทิ้งระยะห่างจากกัน แบ่งกันความเป็นส่วนตัวด้วยสวนและแมกไม้ เพื่อสร้างบรรยากาศของความร่มรื่น ตัวโครงการจึงควรเป็นกลุ่มอาคาร ที่มีลักษณะอาคาร เปิดรับบรรยากาศธรรมชาติได้อย่างเต็มที่

1.8.2 การวิเคราะห์ของอาคาร

อาคาร W RETREAT SAMUI



ภาพที่ 15 ภายนอกอาคาร

พื้นที่อาคารโดยประมาณ ประมาณ 15,000 ตารางเมตร

ที่ตั้ง Bontji Moo 4 Bo Put, KohSamui, SuratThani,84330

สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร เป็นอาคารสมัยใหม่ มีอาคารห้องพักแบบหลังๆ ก่อสร้างด้วยวัสดุคอนกรีตทาทับด้วยสีขาว ตัวอาคารเปิดรับวิว และอาคารที่พักรมมีสระว่ายน้ำทุกห้องพัก อีกทั้งการวางผังอาคารวางตามสภาพภูมิประเทศ

ตัวอาคารโอบล้อมไปด้วยต้นไม้ อาคารแต่ละหลังมีความเป็นส่วนตัวสูงแบ่งแยกออกจากกันด้วยต้นไม้ที่มีอยู่ในพื้นที่เดิม ทำให้เกิดความเป็นส่วนตัว แต่ไม่บดบังทัศนียภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

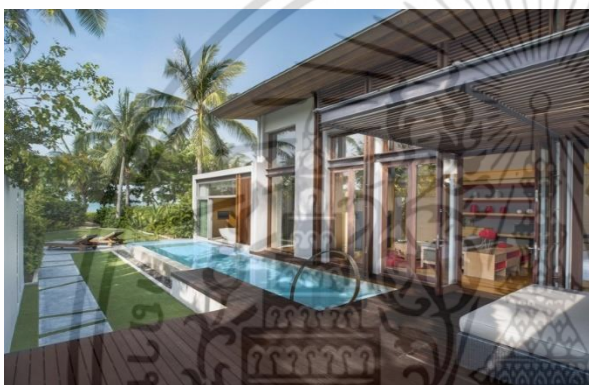
1.8.3 แบบอาคาร



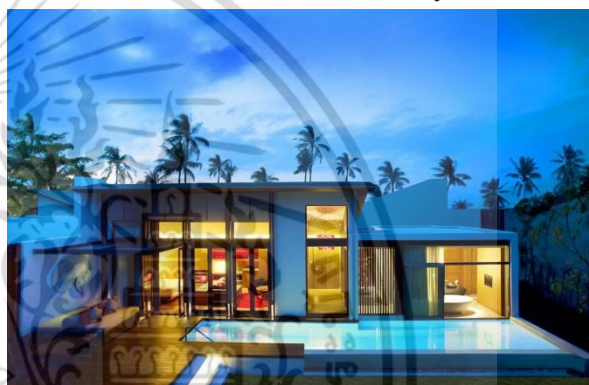
ภาพที่ 16 ภาพโดยรวมแสดงการวางผังอาคาร



ภาพที่ 17 ภาพแสดงสภาพภูมิประเทศ



ภาพที่ 18 อาคารห้องพัก



ภาพที่ 19 อาคารห้องพัก



ภาพที่ 20 ห้องอาหาร



ภาพที่ 21 ส่วนสปาของรีสอร์ท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9 องค์ประกอบของโครงการ

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	องค์ประกอบ
รับรองลูกค้า ผู้เข้ามาติดต่อ	-ต้อนรับลูกค้า - ต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อห้องพัก	- lounge - vip lounge
พื้นที่ส่วนกลาง เส้นทางสัญจร	-ทางสัญจรส่วนกลาง -ทางเข้าห้องน้ำ	- Hall -W.C.
พื้นที่จัดแสดงงาน	-การจัดแสดงงาน -จัดเตรียมงาน -เก็บงาน	- Exhibition & Reception - Exhibition Back of the house - catwalk
บริการอาหารและเครื่องดื่ม	-รับรองลูกค้า -เสิร์ฟอาหารเข้าห้องพัก -รองรับลูกค้าด้านอาหาร -รองรับลูกค้าด้านด้านเครื่องดื่ม	-Lobby lounge & Bar -All Day Dining -Restaurant -coffee shop
บริการพิเศษ	-การทาสปา,นวด -สระว่ายน้ำ -ออกกำลังกาย	-Spa & Massage -Swimming Pool -Fitness & Health center

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนห้องพักรอรับลูกค้า	- ให้ลูกค้าเข้าพัก	-villa type A -villa exclusive type A - villa exclusive type B
------------------------	--------------------	--

1.9 ขอบเขตของโครงการและขอบเขตของวิทยานิพนธ์

รายการ	ขอบข่าย	ขอบเขต	พื้นที่ (ตร.ม.)
1. Front Of The House			
1.1 ส่วนต้อนรับ			150.00
- Lobby Information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- Waiting Area	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- Concierge	<input type="radio"/>		
1.2. Vip lounge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
1.3 ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม			
- Restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	146.58
- cafe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	100.00
- hermes beach club	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	105.69
1.4 hermes zone			
- Exhibition	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
- catwalk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์อื่นใด

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- hermes retail shop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.5. ส่วนบริการพิเศษ			
- Meeting Room	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	118.5
- spa fitness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	189.34
- beach club	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- swimming pool	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	250
1.6. ส่วนห้องพัก แบ่งออกเป็น 4 ประเภท			3126.34
- villa type A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- villa exclusive type A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- villa executive type B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.7 สวน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1.8. ส่วนที่จอดรถ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	200
1.9. heliport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2.0 stable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. back of the house			150
- service entrance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- staff facility	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- house keeping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- linen room	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- laundry area	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในพิธีการเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ผู้อื่นได้ใช้ประโยชน์ที่นอกเหนือจากนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-storage	O		
- engineering service	O		
- parking service	O		
- Recreation	O		
รวม	4,727.3		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูลทั่วไปและโครงการเปรียบเทียบ

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ

2.1.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับรีสอร์ท

โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel) คือ โรงแรมที่อยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ อยู่ในบริเวณที่มีภูมิประเทศสวยงาม อากาศดี เช่น ชายทะเล ภูเขา ในป่าที่มีธรรมชาติงดงาม เป็นต้น เพื่อบริการใน ด้านที่พักและ บริการด้านพักผ่อนหย่อนใจแก่ผู้มาพักผ่อนจริงๆ ดังนั้น โรงแรมตากอากาศจะต้องมีลักษณะ เฉพาะตัวที่แตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่นๆ ในหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ

2.1.1.1 ลักษณะทำเลที่ตั้ง

1. โรงแรมตากอากาศจะตั้งอยู่ในทำเลที่มีภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อน แวดล้อมด้วยธรรมชาติที่สวยงามเช่นภูเขา,ทะเล,แม่น้ำ,ป่าไม้,ทะเลสาบ เป็นต้น
2. บรรยากาศของโรงแรมตากอากาศเป็นบรรยากาศที่บริสุทธิ์ ต้องไม่มีสิ่งรบกวน เช่น การจราจร ,ความแออัดของตึกกรมอาคาร อันก่อให้เกิดการรบกวนทางประสาทสัมผัส ทางด้านการมองเห็นและเสียง

2.1.1.2 สภาพแวดล้อม

1. ผู้มาพักจะต้องได้สัมผัสธรรมชาติให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นอากาศที่บริสุทธิ์ เช่น จากชายทะเล ป่า เขา สายลม แสงแดด ซึ่งเป็นที่พอใจของผู้ที่มาพัก ดังนั้นการปรับอากาศจึงไม่จำเป็นมากนัก อีกทั้งยังเป็นตัวปิดกั้น ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติอีกด้วย
2. กรณีของเสียงก็เช่นกัน ผนังของโรงแรมตากอากาศไม่จำเป็นต้องใช้วัสดุกันเสียง เพราะผู้มาพัก ต้องการมาสัมผัสธรรมชาติอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นเสียงคลื่น ลม น้ำตก เสียง สัตว์ป่า ฯลฯ ยกเว้นบางห้องที่จำเป็น เช่น ไนต์คลับ หรือสถานที่เต้นรำ เป็นต้น
3. ลักษณะของตัวอาคารต้องเข้ากับสภาพแวดล้อมไม่เป็นตัวทำลายธรรมชาติ เช่น โรงแรมชายทะเล ควรจะสร้างในแนวราบตามลักษณะของชายหาด หรือโรงแรมตามชายเขาควรมีการลดหลั่นของตัวอาคารให้เข้ากับ ความลาดของเชิงเขา

4. การเน้นด้านมุมมองของผู้มาพัก โรงแรมตากอากาศจะต้องเน้นถึงข้อนี้เป็นพิเศษ เช่น จัดให้มี ระเบียงของห้องพักแขกเมื่อมาพักผ่อน และมีมุมมองและทิวทัศน์ที่ดี รวมทั้งส่วนอื่นๆ ของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงแรม เช่น ภัตตาคาร และสระน้ำ ฯลฯ จะต้องกลมกลืนสัมพันธ์กับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติอย่างเต็มที่ และเหมาะสมกับการใช้สอย เหมือนการพักผ่อนท่ามกลาง ธรรมชาติจริงๆ

5. ความต้องการพื้นฐานในที่พักตากอากาศ

5.1. ความสะดวกสบายแก่ผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งทางด้านการให้บริการ ด้าน สถานที่และความปลอดภัย

5.2. ความต้องการด้านที่พักที่สวยงาม แสดงความสดชื่น

5.3. มีพื้นที่ในการพักผ่อนที่มีความเป็นส่วนตัว เช่น ที่พัก และความเป็นสาธารณะ เช่น ห้องรับรอง

5.4. ความต้องการด้านความสะอาด โดยเฉพาะห้องห้องน้ำ

5.5. การติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่สะดวก

5.6. ความต้องการด้านราคาที่พักนั้น เหมาะสมกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากที่พักตากอากาศ

5.7. ความต้องการความสะดวกด้านอาหารการกิน ทั้งการบริการในห้องพัก และบริการนอก สถานที่ ซึ่งทางที่พักตากอากาศควรคำนึงถึงอนามัยเป็นสำคัญ

5.8. ที่เก็บเสื้อผ้าที่ต้องการแขวน และลินินซัก

5.9. เก้าอี้รองเท้าและเครื่องใช้ต่างๆตลอดจนของมีค่า เช่น โต๊ะแต่งตัวที่มีกุญแจ เป็นต้น

5.10. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ

5.11. มีไฟฟ้าและแสงสว่างที่เพียงพอในพื้นที่ที่ต้องการ

2.1.1.3 วัสดุและอุปกรณ์

1. การเลือกใช้วัสดุในการตกแต่ง ควรนำวัสดุที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นมาใช้เพื่อความกลมกลืนระหว่างที่พักตากอากาศกับท้องถิ่น

2. การเลือกใช้วัสดุควรคำนึงถึงผลในระยะยาว ควรเลือกวัสดุที่ทนและเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อม หรือการเลือกใช้วัสดุที่ทำให้ความสะดวกง่าย จึงเป็นเรื่องดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ห้องน้ำและพื้นที่สำหรับชำระล้างร่างกาย ควรมีระบบสุขาภิบาลที่ดี ทั้งการระบายอากาศและ การกรองเพื่อแก้ปัญหาการอุดตันของท่อระบายน้ำ

2.1.2 การศึกษาประเภทของโรงแรมและรีสอร์ท

เป็นการศึกษาในลักษณะวิเคราะห์ประเภทของโรงแรม การแบ่งชนิดของโรงแรมมีการแบ่งออกได้ 6 วิธี ดังนี้ คือ

1. แบ่งตามชนิดที่ตั้ง

1. โรงแรมตากอากาศจะตั้งอยู่ในทำเลที่มีภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อน แวดล้อมด้วยธรรมชาติที่สวยงามเช่นภูเขา,ทะเล,แม่น้ำ,ป่าไม้,ทะเลสาบ เป็นต้น

2. บรรยากาศของโรงแรมตากอากาศเป็นบรรยากาศที่บริสุทธิ์ ต้องไม่มีสิ่งรบกวน เช่น การจราจร ความแออัดของตึกกรมอาคาร อันก่อให้เกิดการรบกวนทางประสาทสัมผัส ทางด้านการมองเห็นและเสียง

2. แบ่งชนิดตามมาตรฐานของโรงแรม เป็นรีสอร์ทระดับ 5 ดาว (Luxury hotel) คือ โรงแรมที่มีมาตรฐานในการให้บริการ ต่อแขกดีเยี่ยม มีความหรูหราเป็นพิเศษ ซึ่งมีส่วนให้บริการและอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างพิเศษ ไม่ว่าจะเป็น ด้านการบริการ อาหารหรือความหรูหราของห้องพัก

3. แบ่งชนิดตามการดำเนินการ รีสอร์ทลักษณะผสม (Dual Plan Hotel) คือ ลักษณะแบบอเมริกัน (American Plan Hotel) คือ โรงแรมที่คิด อัตราห้องพักรวมกับค่าอาหารด้วย (ในมื้อเช้า) ผสมกับลักษณะแบบยุโรป (Europe Plan Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้ง เพียงอัตราค่าห้องพัก ส่วนค่าอาหารถ้าแขกจะรับบริการต้องเสียเพิ่มอีกในมื้อกลางวันและเย็น

4. แบ่งชนิดตามขนาด รีสอร์ทขนาดกลาง คือ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 80 ขึ้นไป

5. แบ่งชนิดตามเวลาพัก รีสอร์ทสำหรับการพักผ่อนตากอากาศ (Resident Hotel or Vacation Hotel) คือ โรงแรมที่แขกมาใช้ บริการลักษณะแบบพักผ่อนใช้เวลาพักมากกว่า 1 วันขึ้นไป ในด้านการบริการปัจจุบันมี แผนบริการเพื่อการ พักผ่อนออกก ล้างกาย เล่นกีฬา และเพื่อความบันเทิง ที่เหมาะสมกับสถานที่ตากอากาศ และกิจกรรมเพื่อความ บันเทิงต่างๆ หรือมาพักผ่อน พักผ่อนเป็นช่วงหยุดพักผ่อนสั้นและยาว

6. แบ่งตามประเภทคนพัก แบบLeisure Hotel คือ โรงแรมสำหรับการพักผ่อนและนักท่องเที่ยวมี บริการ และสิ่งบันเทิงต่างๆ เพื่อบริการให้แก่แขกในลักษณะเพื่อเป็นการพักผ่อน โรงแรมประเภทนี้ มักจะตั้งในบริเวณที่ เป็นธรรมชาติ เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือในป่าที่มีความสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 สายการบริหารและอัตรากำลัง

2.1.3.1 ระบบหน่วยงานและสายการบริหาร

โรงแรมมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถบริหารและดำเนินการได้โดยคนเดียว จำเป็นต้องมีผู้รับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งต่างๆกัน ได้ร่วมการดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ สำหรับการ บริหารโรงแรมในปัจจุบัน เราอาจจะแบ่งประเภทพนักงานของ โรงแรมเป็น 4 ระดับคือ

1. ระดับผู้กำหนดนโยบาย คือ ผู้จัดการทั่วไป และระดับหัวหน้าฝ่าย หรือ แผนก ต่างๆ (GENERAL MANAGER AND DEPARTMENT HEADS)
2. ระดับรองและผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายหรือแผนก (SUB AND ASSISTANT DEPARTMENT HEADS)
3. ระดับหัวหน้างาน (SUPERVISOR)
4. พนักงานปฏิบัติงานทั่วไป (GENERAL STAFF) การจัดหน่วยงานของโรงแรม (HOTEL ORGANIZATION)

แบ่งออกเป็น 10 แผนก

1. ฝ่ายบริหาร (ADMINISTRATION DEPARTMENT)
2. ฝ่ายห้องพัก (ROOMS DIVISION DEPARTMENT)
3. ฝ่ายขาย (SALES DEPARTMENT)
4. ฝ่ายควบคุมบัญชีและการเงิน (CONTROLLOR & ACCOUNTING DEPARTMENT)
5. ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD & BEVERAGE DEPARTMENT)
6. ฝ่ายบุคคล (PERSONAL DEPARTMENT)
7. ฝ่ายวิศวกรรม (ENGINEERING DEPARTMENT)
8. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (PUBLE RELATIONS DEPARTMENT)
9. แผนกจัดซื้อ (PURCHASING DEPARTMENT)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. แผนกวิเคราะห์ปฏิบัติงาน (OPERATIONS ANALYSIS DEPARTMENT)

11. แผนกงานส่วนย่อย (MINORS DEPARTMENT)

2.1.3.2 ลักษณะการดำเนินงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ฝ่ายบริหาร

ผู้จัดการทั่วไป

หน้าที่ความรับผิดชอบ ความรับผิดชอบของผู้จัดการทั่วไปนี้ครอบคลุมกิจการทุกด้านของโรงแรม บริหารและควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายที่กำหนด ต้องทำหน้าที่เสมือนผู้จัดการทุกแผนก รับผิดชอบการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมทั้งหมด ขณะเดียวกันประสานงานด้านต่างๆ ให้ดำเนินไป โดย สอดคล้องและราบรื่น เพื่อยังประโยชน์และผลกำไร ให้แก่โรงแรมมากที่สุด ผู้จัดการทั่วไปทำหน้าที่เป็นตัวแทนของ โรงแรมในสายตาของสาธารณชน

ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป

ตรวจสอบผลการดำเนินงานประจำของแผนกต่างๆ โดยปรึกษาหารือ กับหัวหน้าแผนกหรือผู้ช่วย ถึงวิธีการและหลักปฏิบัติใหม่ๆ ในการทำงานตลอดจนให้การแนะนำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ ในเรื่องนี้ ปรึกษาหารือ และแนะนำฝ่ายบริหารหรือหัวหน้าแผนกในเรื่องแนวโน้มของธุรกิจซึ่งได้มาจากการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับโรงแรมอื่น บริษัทนำเที่ยวสายการบินหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2. ฝ่ายห้องพัก (ROOMS DIVISION DEPARTMENT)

เป็นฝ่ายที่มีหน้าที่อำนวยความสะดวกต่างๆ และจัดส่งแขกเข้าพักในโรงแรมนั้นจึงจำเป็นต้อง ได้รับรายงานเกี่ยวกับห้องพักแขกตลอดเวลา เช่น จำนวนห้องพักที่พร้อมจะรับแขกได้ เพื่อความสะดวกในการจัด แขกเข้าพัก หรือจัดจ้องให้ถูกต้องตามความต้องการของแขกโดยมีผู้จัดการฝ่ายทั้งหมด ควบคุมดูแลปฏิบัติ หน้าที่ของพนักงานให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งควบคุมการฝึกอบรมพนักงานและออกคำสั่งแก่พนักงานทุกคนในฝ่าย

ฝ่ายห้องพักมีเจ้าหน้าที่ต่างๆดังนี้

2.1 ผู้จัดการฝ่ายที่พัก (ROOMS DIVISION MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสานงานและควบคุมการปฏิบัติงานวันต่อวันทุกแผนกที่เกี่ยวข้องกับ ฝ่ายห้องพัก ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการทั่วไป ความสัมพันธ์กับแผนกอื่น หัวหน้าทุกแผนก ทุกฝ่าย

2.2 ผู้ช่วยผู้จัดการห้องพัก (ASSISTANT ROOMS DIVISION MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลการปฏิบัติงานของแผนกต่างๆ ในฝ่ายห้องพัก ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายห้องพัก

2.3 ผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้า (ASSISTANT ROOMS OFFICE MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ กำกับดูแล และประสานงานทั้งหมดของแผนกบริการส่วนหน้า ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายห้องพักและผู้ช่วย

2.4 ผู้จัดการภาคกลางคืน (NIGHT MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ทำหน้าที่ผู้จัดการในเวลากลางคืน และ รับผิดชอบการดำเนินงานของโรงแรม ทั้งหมดในเวลากลางคืน ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้า

2.5 ผู้จัดการแผนกต้อนรับ (RECEPTION MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสานงาน และรับผิดชอบในการต้อนรับแขกที่มาลงทะเบียน ผู้บังคับบัญชาโดยตรง หัวหน้าแผนกต้อนรับ

2.6 ผู้จัดการแผนกรับจองห้องพัก (RESERVATIONS MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสานงานกับผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายห้องพัก , ผู้จัดการแผนกบริการทัวร์ และ ฝ่ายขาย ควบคุม ดูแลการดำเนินงานของแผนกรับจองห้องพัก ผู้บัญชาการโดยตรง ผู้จัดการแผนก บริการส่วนหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกรับจองห้องพัก (ASSISTANT MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ปฏิบัติงานตามที่ผู้จัดการแผนกรับจองห้องพัก มอบหมายความรับผิดชอบ งาน แผนกรับจองทั้งหมด เมื่อผู้จัดการแผนกรับจองห้องพัก ไม่อยู่หรือลา ผู้บัญชาการโดยตรง ผู้จัดการแผนกรับจองห้องพัก

2.8 แผนกเก็บเงินส่วนหน้า (FRONT OFFICE CASHIER DEPARTMENT)

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่รับและเก็บเงินบัญชีแยกประเภทของลูกค้าไว้อย่างต่อเนื่องกันอย่างสม่ำเสมอรับชำระบัญชีค่าห้องพักทั้งที่เป็นเงิน บัตรเครดิตต่างๆ หรือลงบัญชีลูกหนี้

2.9 แผนกแลกเปลี่ยนเงินตรา (MONEY EXCHANGE)

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่ให้ความสะดวกแก่แขกในเรื่องการแลกเปลี่ยน เงินตรารวมทั้งการ พิจารณาให้เครดิตแก่แขก

2.10 หัวหน้าพนักงานโทรศัพท์

หน้าที่ความรับผิดชอบ บริหาร และปฏิบัติงานด้านแผนกควบคุมโทรศัพท์ของโรงแรม ผู้บัญชาการโดยตรง ผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้าและผู้จัดการฝ่ายห้องพัก

2.11 แผนกโทรศัพท์ (OPERATOR DEPARTMENT)

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่ในการต่อสายโทรศัพท์ทั้งจากภายในและต่อออกภายนอกโรงแรม

2.12 พนักงานแผนกไปรษณีย์และวัสดุภัณฑ์และเทเล็กซ์ (MAIL & POSTAGE & TELEX STAFF)

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่จัดการเกี่ยวกับไปรษณีย์ภัณฑ์ที่เข้ามา ได้แก่ โทรเลขและจดหมายต่างๆ เทเล็กซ์ และต้องตรวจดูว่าสิ่งนั้นได้ส่งไปถึงแขก

2.13 ผู้จัดการแผนกบริการทัวร์ (TOUR SERVICE MANAGE)

หน้าที่ความรับผิดชอบ บริหารงานในแผนกติดต่อสอบถามได้ตอบจดหมาย ทำบันทึกรายละเอียดและ รายงานเรื่องคณะท่องเที่ยวที่กำลังจะมา (Incomming) กำลังพักอยู่ (Staying)และกำลังจะกลับ (Out Going) ควบคุมการปฏิบัติงานพนักงาน บริการทัวร์(Tour Co – Ordinator) และพนักงานบริการ เจ้าหน้าที่สายการบินต่างๆ (Crew Co – Ordinator) ถ้ามี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจ้าหน้าที่สายการบินพักอยู่เป็นประจำผู้บัญชาการโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายห้องพัก และผู้จัดการส่วนหน้า

2.14 ผู้ประสานทัวร์ (TOUR CO . ORDINATOR)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสานงานกับหัวหน้าทัวร์ และคณะทัวร์ เพื่อให้เกิดความราบรื่น เมื่อคณะ ทัวร์จะเข้าพักหรือออกไป ผู้บัญชาการโดยตรง ผู้จัดการแผนกบริการทัวร์

2.15 ผู้ช่วยผู้จัดการ LOBBY (ASSISTANT “LOBBY” MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นตัวแทนของฝ่ายบริการ เพื่อรับผิดชอบงานในส่วนสำคัญ ซึ่งต้องติดต่อ สัมพันธ์กับลูกค้า ผู้บัญชาการโดยตรง ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้า และผู้จัดการแผนกบริการส่วนหน้า

2.16 หัวหน้าแผนกงานยกสัมภาระ (BELL CAPTAIN)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดำเนินงานเรื่องการขนสัมภาระ โดยควบคุมดูแลพนักงานยกกระเป๋า (Bell man) และ พนักงานเปิดประตู (Door man) ผู้บัญชาการโดยตรง ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย Lobby

2.17 พนักงานอาคันตุกะสัมพันธ์ (GUEST RELATIONS OFFICER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ให้การต้อนรับ และดูแลเอาใจใส่ลูกค้าสำคัญของโรงแรม ผู้บัญชาการโดยตรง ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย Lobby

2.18 หัวหน้าเสมียนห้องพัก (BELL BOY)

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่ยกหีบห่อสัมภาระแขก นับแต่วาระแรกที่แขกเข้ามาถึงโรงแรมจนถึง ห้องพักและจากห้องพักถึงรถเมื่อแขกกลับ ผู้บัญชาการโดยตรง หัวหน้าพนักงานยกสัมภาระ

2.19 พนักงานประจำลิฟท์ (ELEVATOR ATTENDANT)

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่ประจำลิฟท์คอยให้บริการแขกในการขึ้นลงลิฟท์ ผู้บัญชาการโดยตรง หัวหน้าพนักงานยกสัมภาระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.20 พนักงานเปิดประตู (DOOR ATTENDANT)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ให้การต้อนรับโดยการเปิดประตูรถ ช่วยเหลือยกหีบห่อสัมภาระของแขกลงจากรถและเฝ้าจนกว่าพนักงานยกสัมภาระจะยกไป นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวก รถให้เรียบร้อยเรียกรถเมื่อแขกต้องการใช้

2.21 หัวหน้าแผนกแม่บ้าน (EXECUTIVE HOUSE KEEPER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับผิดชอบในแผนกแม่บ้านทั้งหมด ผู้บัญชาการโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายห้องพักและผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายห้องพัก

2.22 หัวหน้าประจำ แต่ละชั้น (FLOOR SERVICE SUPERVISOR)

หน้าที่ความรับผิดชอบ มีหน้าที่ตรวจตราห้องพัก ทุกๆวัน เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระขอแม่บ้านพนักงาน ประจำห้องในช่วงกลางคืน (NIGHT MAID) ทำงานตั้งแต่เวลา 23.00 – 7.00 น.

2.23 พนักงานทำความสะอาด (HOME MAID)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ทำความสะอาดทั่วไป

2.24 เสมียนงานแม่บ้าน (HOUSE KEEPER CLERK)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ทำงานด้านธุรการงานบัญชี และพิมพ์งาน ให้แก่แผนกแม่บ้าน ผู้บัญชาการโดยตรง หัวหน้าแผนกแม่บ้าน

2.25 พนักงานส่วน LINE & LAUNDRY DEPARTMENT

หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นแผนกเก็บและจ่ายผ้าต่างๆ ซึ่งเก็บรักษาผ้าทุกชนิดที่ใช้อยู่ในโรงแรม รวมทั้งเครื่องแบบของพนักงานด้วย และยังซักและรีดเสื้อผ้าของแขกที่ต้องการให้ซัก แล้วจัดส่งเสื้อผ้าแขกไปยังห้องพัก

2.26 พนักงานส่วน HOUSE PHYSICIAN DEPARTMENT

หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นแผนกให้บริการตรวจรักษาแก่แขก และพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.27 หัวหน้าซ่อมบำรุง (REPAIRING)

หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นแผนกจัดการดูแลความเรียบร้อยของเครื่องเรือนภายในบริเวณโรงแรม

2.28 หัวหน้าคนสวน (CHIEF GARDENER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นผู้ควบคุมดูแลคนสวน ตลอดจนไม้ประดับต่างๆ ในโรงแรม

2.29 คนสวน (GARDENER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นผู้ควบคุมดูแลสวน และ ไม้ประดับต่างๆ

2.30 หัวหน้ารักษาความปลอดภัย (CHIEF SECURITY OFFICER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ บริหารและปฏิบัติงานในด้านการรักษาความปลอดภัยของแผนก เพื่อป้องกัน ความเสียหายที่พึงมีต่อบุคคลและทรัพย์สินภายในโรงแรมและของโรงแรม

2.31 ผู้ช่วยหัวหน้ารักษาความปลอดภัย (ASSISTANT CHIEF SECURITY OFFICER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือหัวหน้ารักษาความปลอดภัย ในการกำกับและประสานงาน การปฏิบัติของแผนก ผู้บัญชาการโดยตรง หัวหน้ารักษาความปลอดภัย

2.32 ผู้ควบคุมยาม (SECURITY GUARD SUPERVISOR)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมภารกิจทั้งปวงของยามรักษาความปลอดภัย เพื่อความปลอดภัยของ บุคคล และทรัพย์สินภายในอาณาเขตของโรงแรม ผู้บัญชาการโดยตรง หัวหน้ารักษาความปลอดภัย และผู้ช่วยหัวหน้ารักษาความปลอดภัย

2.33 ยามรักษาความปลอดภัย “ที่จอดรถ” (SECURITY GUARD “ PARKING LOT”)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับผิดชอบ ลาน และ/หรือที่จอดรถ ความปลอดภัยของยานพาหนะทั้งหมดที่ จอดอยู่และความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของโรงแรม ผู้บัญชาการโดยตรง หัวหน้ารักษาความปลอดภัย และผู้ควบคุมความปลอดภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.34 ยามรักษาความปลอดภัย “ เวิร์ทวอจ “ (SECURITY GUARD “ PAROL “)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสานการปฏิบัติงานกับผู้ช่วยผู้จัดการแผนกยกสัมภาระแผนกแม่บ้าน หรือ งานอื่นที่เกี่ยวกับความปลอดภัยแห่งบุคคลและทรัพย์สินภายในอาณาเขตของโรงแรม ผู้บัญชาการโดยตรง หัวหน้ารักษาความปลอดภัย และผู้ควบคุมความปลอดภัย

สรุปงานแผนกรับจองห้องพัก

1. การจัดองค์กรและหน้าที่ต่างๆ

- แยกตัวเลขห้องพักที่ได้รับไว้แล้ว
- แยกตัวเลขห้องพักสำหรับที่ลูกค้าจะมาถึง
- การทำงานกับคณะทำงานภายใน (ในการจัดการห้องพัก)
- ระบุรายละเอียดการจองประชุมต่างๆ (CONVENTIONS)
- วิธีการด้านการรับจองห้องพัก (PROCESSTION RESERVATION)
- การ Block และยืนยันห้องชุด (SUITES)
- ตารางบัญชีจำนวนห้องที่รับจอง (TALLY SHEET)
- ดูแลปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นพิเศษ อันได้แก่ ลูกค้าที่ได้รับอภิสิทธิ์จากการลูกค้าที่ต้องดูแลเอา ใจใส่เป็นพิเศษด้วยการตระเตรียมลงทะเบียนไว้ก่อน
- ติดตามเรื่องห้องพักที่ได้กันหรือสำรองเอาไว้
- ประสานงานกับฝ่ายขาย

2. การรับจองแบบที่ไม่มีข้อตกลงกันมาก่อน

- ชั่วคราว
- กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก
- การควบคุมการเปิดรับจอง (CLOSED DATE CONTROL)
- นโยบายเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การจัดเก็บบัตรเครดิตระยะเบี่ยน (CLOSED DATE CONTROL)
4. งานสัมพันธ์กับแขกแม่บ้าน
5. งานสัมพันธ์กับแขกสินเชื่อ
6. งานสัมพันธ์กับแขกบริการห้องพัก (ROOM SERVICE)
7. งานสัมพันธ์กับฝ่ายช่าง
8. งานสัมพันธ์กับบริการอื่นๆ
9. นโยบายในการรับเงินล่วงหน้า หรือเงินมัดจำ (DEPOSIT POLICY)
10. การจองห้องผ่านกลุ่มบริษัทโรงแรม (CHAIN HOTEL) ในกรณีโรงแรมในเครือ

สรุปงานของผู้ประสานงานทัวร์

คณะ
ต่อไป

1. ทำสรุปเรื่องอาหาร สำหรับวันต่อไป
2. กำหนดห้องพักตามหมายเลขห้อง และทำรายการห้องพักสำหรับคณะทัวร์ทุก
3. เตรียมคู่มืออาหาร และตรวจสอบราคาอาหารสำหรับคณะทัวร์ที่จะเข้าพักในวัน
4. ติดตามความเคลื่อนไหวของคณะทัวร์ล่วงหน้าหนึ่งสัปดาห์จากบริษัทตัวแทน
5. เตรียมใบสั่งงานประจำวันของคณะทัวร์ที่จะเข้าวันต่อไป
6. เตรียมบัญชีรวม (MASTER FOLIO) ทุกครั้งที่มีการลงทะเบียนเข้าที่พักร
7. เตรียมบัตรข้อมูลของคณะเพิ่มเติม
8. เตรียมเรื่องบริการปลุกลูกทัวร์ที่พักรในโรงแรมสำหรับคณะที่จะออกเดินทางกลับหรือออกเดินทางไปทัวร์ สำหรับวันต่อไป
9. ขณะทีคณะทัวร์ลงทะเบียนเข้าพักร ให้สอบถามหัวหน้าทัวร์เรื่องอาหารเช้า อาหารกลางวัน และอาหารค่ำ

10. รักษาความปลอดภัยของบริเวณโต๊ะให้บริการ (HOSPITALITY DESK)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ติดตามตัวแทนทัวร์ หรือผู้ที่มาเยี่ยมเยียน หรือตรวจสอบสั่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

12. ติดต่องานประจำวันการจัดห้องพักให้พนักงานประจำเครื่องบิน (AIRLAINE CREW) ในกรณีที่ มี พนักงานจากสายการบินอื่นๆ มาพักเป็นประจำ

สรุปงานในหน้าที่ของผู้ช่วยผู้จัดการ (ลือบปี)

1. มีความรู้รอบรู้ในเรื่องงาน ดังต่อไปนี้

- ขั้นตอนในการจับจองห้องพักและการลงทะเบียน (RESERVATIONS AND REGISTRATION PROCEDURED)

- รายงานภาคกลางคืน (NIGHT REPORTS)

- การประมาณต่างๆ

- การส่งจดหมาย กุญแจห้องพัก และการบริการด้านข่าวสารข้อมูล (INFORMATION SERVICED) - ราคาพิเศษ

- การย้ายห้องพัก (ROOM TRANSFERS)

3. ฝ่ายขาย (SALE DEPARTMENT)

ก. ดำเนินการขายทั้งหมดของโรงแรม เช่น การขายบริการห้องพัก การขายอาหาร และเครื่องดื่ม เป็นต้น

ข. ประสานกับทุกฝ่าย โดยเฉพาะฝ่ายห้องพัก ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

ค. เสนอแนะฝ่ายบริการและเป็นที่ปรึกษาในการเพิ่มยอดขายของโรงแรม ฝ่ายขาย

มีเจ้าหน้าที่ต่างๆ ดังนี้

3.1 ผู้จัดการฝ่ายขาย (SALES MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ บริหารงานในฝ่ายขายทั้งหมด ติดต่อและชักจูงและให้บริการแก่ตัวแทนการน า เทียว และกลุ่มธุรกิจต่างๆ เพื่อให้มาใช้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม สถานที่และบริการทุกชนิดของโรงแรม ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการทั่วไป

3.2 ผู้จัดการแผนกขายต่างประเทศ (ABOARD SALES MANAGER)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าที่ความรับผิดชอบ ส่งเสริมการขายตลาดต่างประเทศ บริการลูกค้าต่างประเทศ
ที่ใช้บริการของ โรงแรม ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายขาย

3.3 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย (ASSISTANT SALES MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสานงานในด้านปฏิบัติการบริหารการขาย ผู้บังคับบัญชา
โดยตรง ผู้จัดการฝ่ายขาย

3.4 พนักงานขาย (SALES EXECUTIVE)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสานงานและดำเนินการด้านการขาย ผู้บังคับบัญชา
โดยตรง ผู้จัดการฝ่ายขาย

3.5 ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี (COMPTROLLER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมบันทึกรายจ่ายบัญชีทุกประเภท ตลอดจนทรัพย์สิน
ทั้งหลายทั้งปวงของ โรงแรม บริหารงานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการ เงิน การบัญชี ในฝ่ายควบคุม
กำกับดูแลกระแสเงินสด และ ทรัพย์สินอื่นๆทั้งหมดของโรงแรม ผู้บังคับบัญชาโดยตรง กรรมการ
ผู้จัดการ เจ้าของกิจการหรือ ผู้จัดการทั่วไป

3.6 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน (ASSISTANT COMPTROLLE)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ทาหน้าที่แทนผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชีในด้านงานฝ่าย
การเงินและการ บัญชีทั้งหมด รับผิดชอบงานบัญชีโดยดูแลให้พนักงานทำงานอย่างมี ประสิทธิภาพ
ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี

3.7 ผู้จัดการฝ่ายสินเชื่อ (CREDIT MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ กำกับดูแลรวบรวมเรื่องเกี่ยวกับสินเชื่อและการเก็บเงิน
ทั้งหมด ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและการบัญชี หรือผู้จัดการทั่วไป

3.8 ผู้ตรวจสอบรายได้ (INCOME AUDITOR)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ตรวจสอบให้แน่ว่า รายได้ประจำวันเป็นไปอย่างถูกต้อง
ตรวจงานของพนักงาน ตรวจสอบสภาพกลางคืน ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี
และผู้ช่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.9 หัวหน้าตรวจสอบ (HEAD CHECKER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับและเก็บบัญชีแยกประเภทของลูกค้าไว้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ รับชำระ บัญชีค่าห้องพักและอื่นๆ ทั้งที่เป็นเงินสด บัตรเครดิตต่างๆ หรือลงบัญชีลูกหนี้ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี และผู้ช่วย

3.10 พนักงานเก็บเงินส่วนหน้า (FRONT OFFICE CASHIER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับและเก็บบัญชีแยกประเภทของลูกค้าไว้อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอรับชำระบัญชี ค่าห้องพักและอื่นๆ ทั้งที่เป็นเงินสด บัตรเครดิตต่างๆ หรือลงบัญชีลูกหนี้ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี และผู้ช่วย

3.11 ผู้ควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม (F&B CONTROLLER CLERN)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมต้นทุนการขายอาหารและเครื่องดื่มรวมทั้งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน อาหารและเครื่องดื่ม ผู้บังคับบัญชาโดยตรง จัดการฝ่ายการเงินและการบัญชี

3.12 พนักงานควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม (CHIEF ACCOUNTANT)

หน้าที่ความรับผิดชอบ บันทึกรายงานปริมาณ และราคาต้นทุนตามความเป็นจริงในการซื้ออาหารและ เครื่องดื่ม ตลอดจนที่แจกจ่ายไปเพื่อการขาย ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้ควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม

3.13 สมุห์บัญชี

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลคลังพัสดุอาหารและเครื่องดื่ม (F&B Store) คลังพัสดุทั่วไป (General Store) และรับผิดชอบของทั้งหมดที่เข้าเก็บในคลังพัสดุ (Store) โดยลงบัญชี ของนำเข้า ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี และผู้ช่วย

3.14 เสมียนรับรองของ (RECEIVING CLEARK)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ตรวจสอบรายการสินค้าที่มาถึงว่าถูกต้องตามที่สั่งและรับของนั้น ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้ควบคุมต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม

3.15 ผู้จ่ายเงินเดือน (PAY MASTER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ กำกับและบันทึกเกี่ยวกับเงินเดือน เก็บรักษาเงินเดือนต่างๆ ให้เหมาะสม เตรียมการเรื่องการจ่ายเงินเดือน และจ่ายถูกต้องตามเวลาที่กำหนดเตรียม บันทึก รายงานเดือนที่จ่ายแล้ว ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี และผู้ช่วย

3.16 แคชเชียร์ (GENERAL CASHIER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รวบรวมยอดเงินฝากประจำวัน และจัดทำบัญชีเงินสดรายวัน รวมทั้งเงินสดในมือ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงิน และบัญชีและผู้ช่วย

3.17 ผู้ควบคุมบัญชีเจ้าหนี้ (ACCOUNTS PAYABLE SUPERVISOR)

หน้าที่ความรับผิดชอบ จัดวิธีการ และเตรียมการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย ตรวจสอบวิธีการและระยะเวลาในการจ่ายเงินของโรงแรมทั้งหมด เตรียมการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายส่วนที่แน่นอน ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชีและผู้ช่วย

3.18 ผู้ควบคุมบัญชีลูกหนี้ (ACCOUNTS RECEIVABLE SUPERVISOR)

หน้าที่ความรับผิดชอบ จัดทำและเก็บรักษาสัญชีรายรับต่างๆ ให้ถูกต้องเก็บยอดบัญชีลูกหนี้ของ ลูกค้ารวมทั้งบัญชีของพนักงานโรงแรม ดูแลให้ได้รับเงินจากลูกหนี้ตรงตามกำหนดเวลาตามบัญชีลูกหนี้และใบเรียกเก็บเงิน ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชีและผู้ช่วย

4. ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD & BEVERAGE DEPARTMENT)

เป็นฝ่ายที่ให้บริการเรื่องเครื่องดื่ม อาหาร รวมทั้งการจัดสถานที่เพื่อสัมมนาหรือประชุม งานเลี้ยงต่างๆ แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการจากภายในและภายนอก

ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีเจ้าหน้าที่ต่างๆ ดังนี้

4.1 ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับผิดชอบการปฏิบัติงานทั้งหมด ทุกแผนกในฝ่ายและประสานงานกับ หน่วยงานต่างๆ ทุกหน่วยในแผนกต่างๆ (Various F&B Department) ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

4.2 กัปตัน (CAPTION)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมบริการในส่วนที่รับผิดชอบให้ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย นอกเหนือไปจากการฝึกอบรมพนักงาน ในความรับผิดชอบ ให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งรับผิดชอบพนักงานบริการชาย-หญิง พนักงานเก็บกวาด โต๊ะที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบภายใน ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการ COFFEE SHOP

4.3 พนักงานบริการชาย/หญิง (COFFEE SHOP WAITER/WAITRESS)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับคำสั่งและบริการลูกค้าอย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้ควบคุมและผู้จัดการ (COFFEE SHOP)

4.4 ผู้ช่วยพนักงานบริการประจำ (COFFEE SHOP BUSBOY)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานบริการ ในทุกภารกิจของการบริการทั้งก่อน ใน ระหว่างและหลังการเสิร์ฟ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง พนักงานบริการที่ได้รับมอบหมายให้ช่วยงาน

4.5 บาร์เทนเดอร์ (Bartender)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับผิดชอบงานทุกอย่างประจำบาร์ ตามที่ได้รับมอบหมาย ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้ควบคุม (COFFEE SHOP)

4.6 ผู้จัดการแผนกภัตตาคาร (RESTAURANT MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับผิดชอบเรื่องอาหาร และเครื่องดื่มทั้งหมดในห้องอาหารต่างๆ รวมทั้งงาน ด้านบริการทั้งในห้องอาหารคลังของโรงแรม บาร์และห้องโถง สำหรับพักผ่อน ต่างๆ (LOUNGES) ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

4.7 ผู้ช่วยผู้จัดการประจำห้องอาหารต่างๆ (ASSISTANT DINING ROOMMANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมดูแลให้การปฏิบัติงานทุกด้าน ของห้องอาหารนั้นๆ ให้ดำเนินไปด้วยดี โดยเฉพาะงานด้านบริการต้องให้เป็นที่พอใจของลูกค้าและเจ้าหน้าที่บริหาร ทั้งนี้ โดยดูแลกัปตัน พนักงานต้อนรับหญิง พนักงานเสิร์ฟชาย-หญิง และ พนักงานที่เหลือภายในภัตตาคารนั้นๆ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการแผนกภัตตาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.8 หัวหน้าพนักงานบริการห้องพัก (ROOM SERVICE SUPERVISOR)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมดูแลกิจการบริการในห้องพักระหว่างกะงานบ่าย ผู้บังคับบัญชาโดยตรง หัวหน้าพนักงานบริการห้องพัก

4.9 ผู้ช่วยหัวหน้าพนักงานบริการห้องพัก (ASSISTANT ROOM SERVICE SUPERVISOR)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมดูแลกิจการบริการในห้องพักระหว่างกะงานบ่าย ผู้บังคับบัญชาโดยตรง หัวหน้าพนักงานบริการห้องพัก

4.10 กัปตันบริการห้องพัก (ROOM SERVICE CAPTAIN)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับโทรศัพท์ที่สั่งโดยลูกค้า ซึ่งต้องการให้บริการในห้องพัก ผู้บังคับบัญชาโดยตรง หัวหน้าพนักงานบริการห้องพัก

4.11 พนักงานบริการห้องพัก (ROOM SERVICE WAITER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ บริการอาหาร และเครื่องดื่มให้ลูกค้าในห้องพักตามคำสั่งของลูกค้า ผู้บังคับบัญชาโดยตรง หัวหน้าพนักงานบริการห้องพัก

4.12 ตัวแทนขายการจัดเลี้ยง (BANQUET SALES REPRESENTATIVE)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับผิดชอบเรื่องการขาย การจัดเลี้ยงรวมทั้งบริการอาหาร และเครื่องดื่มโดย ติดต่อประสานงานกับลูกค้าต่างๆ ให้มาใช้บริการจัดเลี้ยงของโรงแรม และจะต้องมีความรู้ในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโรงแรม การบริการ อาหารและเครื่องดื่ม การจัดงานในและนอกโรงแรม ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการอาหารและเครื่องดื่ม ผู้จัดการแผนกจัดเลี้ยง

4.13 หัวหน้าพ่อครัว (EXECUTIVE CHEF)

หน้าที่ความรับผิดชอบ กำกับดูแลประสานงานทั้งหมดที่เกี่ยวกับการผลิตอาหาร ควบคุมการปฏิบัติงาน โดยผ่านสายงานทางผู้ช่วยหัวหน้าพ่อครัวและพ่อครัว ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

4.14 ผู้ช่วยหัวหน้าพ่อครัว (EXECUTIVE SOUS CHEF OF SOUS CHEF)

หน้าที่ความรับผิดชอบ รับผิดชอบต่องานในครัวทุกอย่าง ในกรณีที่หัวหน้าพ่อครัวไม่อยู่จัดทำตาราง การทำงานประจำวัน และบริหารงานประจำและบริการงานด้านค่าจ้างของ แผนกครัว โดยอยู่ในการดูแลของหัวหน้าพ่อครัว ผู้บังคับบัญชาโดยตรง หัวหน้าพ่อครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.15 ผู้จัดการแผนกเครื่องดื่ม (BAR MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ เตรียมเครื่องดื่มต่างๆ ที่ใช้ในโรงแรมตลอดจนการบริการในบาร์ COFFEE SHOP การจัดเลี้ยงห้องอาหารต่างๆ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

งานโดยสรุปของผู้จัดการแผนกเครื่องดื่ม

1. งานด้านบริหาร (ADMINISTRATION)

1.1 จัดตารางการดำเนินงาน (SCHEDULES)

1.2 ประมาณการและตั้งงบประมาณค่าจ้าง (FORECAST AND BUDGET)

1.3 การฝึกอบรมพนักงาน (TRAINING)

1.4 การจัดวางให้ทุกอย่างอยู่ในที่ที่ถูกต้อง

2. พนักงานในหน้าที่ (STAFF DUTIES)

2.1 พนักงานผสมเครื่องดื่ม (BARTENDERS)

2.2 พนักงานประจำบาร์ (BAR ROYO)

3. งานต่างๆ (FUNCTIONS)

3.1 เครื่องปรุงส่วนผสมเหล้าต่างๆ (RECIPES)

3.2 การเบิก (REQUISITION)

3.3 กำหนดที่ตั้งบาร์ (LOCATION)

3.4 ส่งเสริมการขายไวน์และการขายอื่นๆ (SALES PROMOTION)

3.5 ต้นทุนเครื่องดื่ม (COST)

3.6 อุปกรณ์เครื่องใช้ (EQUIPMENTS)

5. ฝ่ายบุคคล (PERSONNEL DEPARTMENT)

มีหน้าที่ดูแลปกครองพนักงานจัดหาพนักงานบรรจุใหม่ ควบคุมรายได้ให้เหมาะสมกับค่าครองชีพ กำหนดความเป็นอยู่ สวัสดิการรวมถึงการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ทันเหตุการณ์ให้กำลังใจ

โดยมีหน้าที่ดังนี้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ทำทะเบียนประวัติพนักงาน
- จัดครัว และห้องอาหารพนักงาน
- จัดยานพาหนะให้แก่พนักงาน
- จัดระเบียบและจัดห้องเก็บของ ห้องพนักงานให้พนักงาน
- จัดระเบียบซึ่งอาจมีการจัดที่พักพนักงานบางส่วนด้วย ฝ่ายบุคคล มีเจ้าหน้าที่ต่างๆ

ดังนี้

5.1 ผู้จัดการฝ่ายบุคคล (PERSONNEL MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ จัดระบบจำนวนหน้าที่ของพนักงาน การว่าจ้างแรงงาน เรื่องเกี่ยวกับบุคลากร และความสัมพันธ์กับพนักงานและลูกจ้าง ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการทั่วไป

5.2 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล (ASSISTANT PERSONNEL MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดำเนินการฝึกอบรมพนักงานทุกแผนก เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน มาตรฐานและการพัฒนาตนเอง รวมทั้งติดตามผลการฝึกอบรมตามที่ได้กำหนด ไว้ในโครงการฝึกอบรมประจำปี ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการแผนกฝึกอบรม

สรุปงานฝ่ายบุคคล

มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการว่าจ้างพนักงานและฝึกอบรมพนักงานสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง พนักงาน มีหน้าที่รักษากฎหมาย ข้อบังคับ ให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาของหัวหน้าแผนก และมีการเตรียม กฎ ระเบียบข้อบังคับเสนอให้ฝ่ายบริหารพิจารณาออกประกาศใช้ อาจมีการเจรจาหรือช่วยเหลือฝ่ายบริหาร ใน การตกลงเกี่ยวกับแรงงาน และทบทวนข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงของสหภาพ และให้คำแนะนำฝ่ายบริหารถึง วิธีการที่ต้องปฏิบัติมีหน้าที่รับผิดชอบฝ่ายบุคคล เช่น การจ้าง การประกัน การฝึกอบรม การบริหาร เก็บประวัติ พนักงาน การจ่ายเงินชดเชย เงินทดแทนการเจ็บป่วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง มีการสัมภาษณ์และได้ตอบกับผู้สมัครงาน สอบประวัติของผู้สมัครก่อนรับเข้าเป็นพนักงาน ติดต่อกับฝ่ายบุคคลโรงแรมต่างๆ อบรมฝ่ายบุคคลท้องถิ่นให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของการจ้างแรงงาน ฝึกให้ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล และผู้ที่อยู่ในแผนกบุคคลให้ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และ บางครั้งอาจจะได้รับมอบหมายงานพิเศษจากผู้จัดการทั่วไปโดยใช้อำนาจของแผนกบุคคล ทำให้งานนี้สำเร็จลุล่วง ไปด้วยดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ฝ่ายวิศวกรรม (ENGINEERING DEPARTMENT)

มีหน้าที่ความรับผิดชอบการซ่อมและบำรุงรักษาภายในอาคารสถานที่โดยทั่วไปของโรงแรม ฝ่าย วิศวกรรม มีเจ้าหน้าที่ต่างๆ ดังนี้

ก. แผนกควบคุมและปฏิบัติการ ประกอบด้วย

6.1 หัวหน้าฝ่ายวิศวกร (CHIEF ENGINEER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ บริหารงานและรับผิดชอบงานในฝ่ายช่างทั้งหมด ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการทั่วไป พนักงานอื่นๆ ในฝ่าย

- ผู้ช่วยหัวหน้าวิศวกร (ASSISTANT CHIEF ENGINEER)

- พนักงานดูแลสำนักงานและห้องเก็บของ

- พนักงานควบคุมเครื่องปรับอากาศ

- พนักงานเติมน้ำมันให้กับเครื่องกลต่างๆ

- พนักงานควบคุมไสตท์ศูปรกรณ์

- พนักงานดับเพลิง

- พนักงานควบคุมระบบน้ำใช้

- พนักงานควบคุมระบบกำจัดน้ำเสีย

- พนักงานควบคุมเครื่องทำไอน้ำร้อน

ข. แผนกซ่อมแซมและบำรุงรักษา (REPAIR AND MAINTENANCE)

ประกอบด้วย

- ช่างไม้และช่างซ่อมเฟอร์นิเจอร์ (CARPENTER & FURNITURE)

- ช่างซ่อมเบาะ (UPHOLSTERERS)

- พนักงานบำรุงรักษาพรม (CARPET & LAYER)

- พนักงานซ่อมแซมม่าน (CURTAIN REPAIRS)

- ช่างสีและกระดาษปิดผนัง (PAINTER & PAPERHANGERS)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ช่างเครื่องทั่วไป (GENERAL MACHINES)
- ช่างประปาและช่างซ่อมแซมระบบไอน้ำ (PLUMBLER STEAMFITTERS)
- ช่างไฟฟ้า (ELECTRICIANS)
- ช่างปูน (MASONS)
- ช่างเครื่องปรับอากาศและระบบระบายอากาศ

7. แผนกประชาสัมพันธ์ (PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT)

ก. เชื่อมโยงข่าวสารระหว่างโรงแรมกับสื่อมวลชน และพนักงานของโรงแรมรวมทั้งผู้มาติดต่อโรงแรมด้วย

ข. ทำให้โรงแรมของตนเป็นที่รู้จักแพร่หลายในแง่ดีแก่คนทั่วไป

แผนกประชาสัมพันธ์ มีเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ ดังนี้

7.1 ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์ (PUBLIC RELATIONS MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นผู้เชื่อมโยงข่าวสารระหว่างโรงแรมกับสื่อมวลชน และพนักงานของโรงแรม เอง และรับผิดชอบความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณะ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการทั่วไป

7.2 ช่างภาพ (PHOTOGRAPHER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมดูแลงานติดต่องานธุรการและงานภาพ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์

7.3 พนักงานประชาสัมพันธ์และช่างภาพสำรอง

หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมดูแลงานติดต่องานธุรการและงานภาพ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์

8. แผนกจัดซื้อ (PURCHASING DEPARTMENT)

ก. จัดซื้อทุกสิ่งทุกอย่างตามที่ฝ่ายต่างๆ ต้องการ

ข. ปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริหาร และพนักงานตรวจสอบบัญชีโดยเฉพาะในเรื่องการควบคุมการจัดซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค. บริหารงานร่วมกับคลังพัสดุ ในเรื่องการจัดทางงบประมาณและต้นทุนงานด้านบุคลากร การประกันภัย การพิจารณาแหล่งซื้อ ตลอดจนการเก็บรักษา การจ่ายสิ่งจัดซื้อไปยังฝ่าย หรือแผนกต่างๆ

แผนกจัดซื้อ มีเจ้าหน้าที่ต่างๆ ดังนี้

8.1 ผู้จัดการแผนกจัดซื้อ (PURCHASING MANAGER)

หน้าที่ความรับผิดชอบ จัดซื้อทุกสิ่งทุกอย่าง ตามความต้องการของทุกฝ่าย ทุกแผนก เพื่อให้โรงแรม ดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้จัดการทั่วไป นอกจากนี้ยังมีพนักงานต่างๆ ดังนี้

- หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ

- หัวหน้าฝ่ายสต็อก

- พนักงานทั่วไป

จำนวนและตำแหน่งบุคลากรในโครงการ

ในการประมาณการความต้องการของจำนวนพนักงานแต่ละส่วนบริการนั้น อาจมีการยืดหยุ่น จำนวนพนักงานในแต่ละหน้าที่ตามความเหมาะสม และนโยบายของผู้บริหาร ดังนั้นการประมาณการจำนวน พนักงานในแต่ละส่วนจำเป็นต้องมีการประมาณจากกรณีศึกษา เพื่อประกอบให้ทราบ พนักงานในแต่ละส่วน โดย ใช้อัตรากำลังคนจากข้อมูลการสำรวจโรงแรม ดังนี้

Department Employees per 100 room (a)

Front desk , Lobby 8.3

Housekeeping 11.3

Food and Beverage 29.6

Telephone, minor operations 4.1

Administration – general 6.3

Marketing – sales 2.8

Propoty operations 3

Other 3.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

NOTE : (a) Typical of good grade city center hotels in Europe. Increased by 50% to 100% in developing countries SOURCE : Based on Worldwide Hotel Industry 1993, Horwath International ที่มา Table9.2 P.276 Hotel&Resorts planning. Design and Refurbishment

2.1.4 องค์ประกอบของโครงการ

1. ทางเข้ารีสอร์ท Hotel Entrance ทางเข้าของรีสอร์ทจะเป็นจุดแรกที่แขกผู้มาใช้บริการได้พบเห็นหรือเป็นทางเข้าส่วนเข้าของส่วนทำงาน และส่วนบริการภายในโรงแรมได้เป็น 1.1 Main Entrance เป็นทางเข้าหลักของผู้มาใช้บริการควรมีลักษณะที่เด่นเห็นได้ชัด และ แสดงออกถึงการเชื้อเชิญ รวมทั้งบรรยากาศที่ดีสามารถเข้าถึงที่จอดรถและตรงไปส่วนต้อนรับ Reception ได้สะดวกสำหรับทางเข้าที่ยกระดับขึ้นเพื่อนเน้นความสำคัญควรจัด Baggage Reception ไว้ ที่ระดับริมถนนเพื่อบริการขนกระเป๋าให้แขก สำหรับทางลาดที่เหมาะสม 1:10 หรือ 1:20 1.2 Secondary Entrance or sub Entrance เป็นทางเข้าสำหรับพนักงาน

2. LOBBY โถงต้อนรับ Lobby (โถงต้อนรับ) เป็นส่วนที่อยู่ติดกับทางเข้าโรงแรมใช้เป็นศูนย์กลางของรีสอร์ทสามารถเชื่อมเข้ากับ ส่วนต่างๆ อาทิ Lobby Lounge Coffee Shop หรือส่วนบริการอื่นๆ ขนาดของ Lobby ขึ้นอยู่กับขนาดของ รีสอร์ท

3. RESTAURANT/COFEE SHOP ภายในรีสอร์ทควรมีห้องอาหารอย่างน้อย 1 ห้องไว้รองรับแขกที่มาเข้าใช้เนื่องจากบางสถานที่รีสอร์ทอยู่ ใกล้ลิ้งค์และไกล อาจหาอาหารรับประทานได้ยาก

4. ห้องพัก GUEST ROOM ส่วนที่สำคัญที่สุดเนื่องจากแขกที่เข้าพักต้องการห้องพักที่มีความสะดวกสบายและมีความบรรยากาศที่ ชวนให้พักผ่อน

5. ที่จอดรถPARKING ภายในรีสอร์ทควรมีพื้นที่จอดรถรองรับได้สำหรับแขกที่ขับรถมาเอง

2.3 ข้อมูลเฉพาะของโครงการ

2.3.1 ประวัติของโครงการ

แอร์เมส (Hermès)

คือ ธุรกิจที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 170 ปี ปี1837 เทียร์รี่ แอร์เมส (Thierry Hermès) เป็นผู้ก่อตั้ง เริ่มทำกิจการผลิตอานม้า บนถนน rue Basse du Remparts ในกรุงปารีสเขาประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการผลิตเครื่องใช้สำหรับการขี่ม้า และกระเป่าใหญ่ที่ใช้ในเดินทางด้วยรถม้าที่พิถีพิถันตั้งแต่การเลือกหนังคุณภาพดีมาใช้ และการเย็บแบบ 2เข็ม ฝียับจึงแน่นและทนทาน เทคนิคเหล่านี้กลายเป็นทรัพย์สินที่แอร์เมสใช้ต่อยอดผลิตเป็นสินค้าอื่นๆ โดยนำเอาความรู้เรื่องหนังหลากหลายชนิดและเทคนิคการเย็บแบบพิเศษมาใช้สร้างมูลค่า ด้วยคุณภาพและความมีฝีมือ ในเวลาเพียงไม่กี่ปี อานม้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆของเขาก็ได้รับกลายเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในหมู่ราชวงศ์และชนชั้นสูงของฝรั่งเศส เพราะให้ความสำคัญกับการเป็นงานฝีมือ (Craftmanship) และ คุณภาพมากกว่าขนาด ยึดถือเทคนิคที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ รักษากระบวนการผลิตสินค้าให้มีความสำคัญกับคุณภาพของการผลิต และการดำรงอยู่ของรุ่นต่อไปเป็นพื้นฐานไม่ใช้การทำยอดขายหรือหาผลกำไรแบบเร่งรีบ สิ่งที่สร้างผลกำไรให้ แอร์เมส Hermès คือความมุ่งมั่นและตั้งใจของช่างและความสัมพันธ์ของช่างกับลูกค้า ถึงแม้จะมียอดขายรวมต่ำกว่า Louis Vuitton ถึง 4 เท่า แต่ก็ถือว่าอยู่ในระดับสูง เพราะราคาขายต่อหน่วยสูงมากเริ่มแรก Hermès เป็นที่รู้จักในฐานะชนชั้นสูง ซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นผู้จัดหาอานม้าให้กับจักรพรรดิ นโปเลียนที่ 3 เมื่องานเอ็กซ์โปปี 1867 Hermès นำรองเท้าแตะมาโชว์ ได้รับรางวัลเหรียญเงินทำให้มูลค่าของ Hermès ขึ้นทันที



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 1879 ชาลส์ เอมีล แฮร์เมส (Charles Émile Hermès) ทายาทรุ่น 2 ได้ย้ายสตูดิโอมาอยู่ที่ ถนน Rue du Faubourg Saint-Honore (ที่ตั้งในปัจจุบัน) สร้างเป็นร้านรองเท้าและ ผลิต ขายส่ง ขายปลีก แฮร์เมสให้กลยุทธ์การขายปลีกโดยตั้งร้านในแหล่งที่อยู่อาศัยของขุนนางชั้นสูง เพื่อเข้าถึงลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์กันง่ายขึ้น

ปี 1892 Hermès เปิดตัวกระเป๋า รุ่น Haut à Courroies ซึ่งภายหลังคือรุ่น Birkin กระเป๋าที่ผู้หญิงทั่วโลกปรารถนา เอมีล โมริซ แฮร์เมส (Émile Maurice Hermès) ทายาทรุ่นที่ 3 หลังจากได้ราชวงศ์ยุโรปมาเป็นลูกค้า ก็ออกไปแนะนำตัวถึงเมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก และสามารถขายอานม้าให้กับ กษัตริย์รัสเซีย จนอยู่ในฐานะผู้ค้าอานม้าที่สามารถติดต่อกับคนทั่วโลกแต่



ในปี 1923 ช่วงยุคของรถม้าจบลง Hermès หันมาผลิตและขายกระเป๋าสตรี กระเป๋าสตางค์ของที่ทำด้วยหนังชิ้นเล็กๆ ปี1935 Hermès เปิดตัวกระเป๋าถือของ Haut à Courroies ที่ชื่อ Sac Haut a Courroie ซึ่งเป็นกระเป๋าที่พระราชินี เกรซ (อดีตนักแสดง เกรซ เคลลี (Grace Kelly) แห่งโมนาโก นำมาบังทอง ขณะถูกถ่ายภาพ ตั้งแต่นั้นกระเป๋ารุ่นนี้จึงมีชื่อเรียกว่า Kelly Bag

ปี 1929 collection เสื้อผ้าผู้หญิงคนแรกเป็นตัวอย่างในกรุงปารีส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



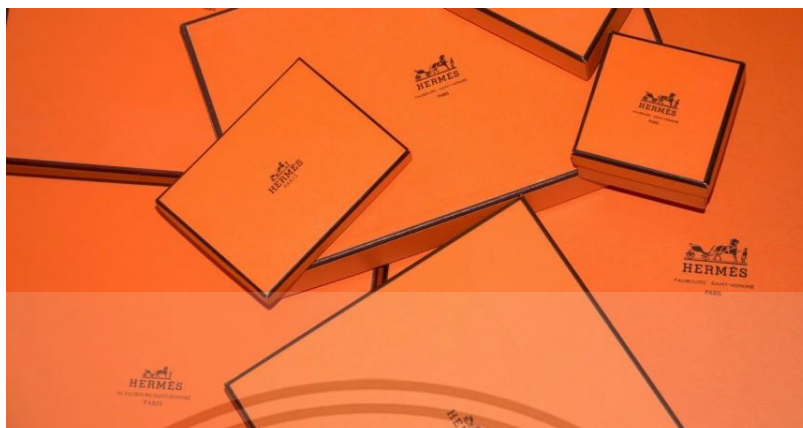
ปี 1937 Hermès เปิดตัวผ้าพันคอสินค้าที่มีชื่อเสียงที่สุดของแอร์เมส คือ ผ้าพันคอไหม ซึ่งผลิตครั้งแรกในปีค.ศ. 1928 โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากผ้าพันคอของทหารในกองทัพโปเลียน ในการทำผ้าพันคอของแอร์เมสในปัจจุบัน ที่มีขนาด 90 ซม. เซนติเมตร หนัก 65 กรัม นั้น เริ่มต้นจากคัดเลือกเส้นไหมที่มีคุณภาพ โดยต้องใช้รังไหมแท้ถึง 250 รัง และเทคนิคการทอแบบ 16 รังไหม ขณะที่ของคนอื่นใช้แค่ 8 รังไหม ทอโดยช่างฝีมือของโรงงานแอร์เมสในลียง ประเทศฝรั่งเศส

ด้วยกรรมวิธีการผลิตที่พิถีพิถัน โดยช่างฝีมือชาวฝรั่งเศส พิมพ์ลายด้วยการซิลสกรีนด้วยมือล้วนๆ ซึ่งในผืนหนึ่งๆ อาจมีถึง 30 กว่าสี การพิมพ์ลายให้เนียนสวยและคงทนได้ขนาดนี้ จึงต้องใช้ช่างฝีมือระดับเซียนจริงๆ และมีขั้นตอนการทำกว่า 40 ขั้นตอนกว่าจะมาเป็นผ้าพันคอแต่ละผืน เรียกได้ว่าการผลิตผ้าพันคอของแอร์เมสเทียบชั้นได้กับงานศิลปะภาพพิมพ์ต่าง ๆ นั้นเลย จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าทำไมผ้าพันคอของแอร์เมสบางผืนจึงมีราคาเหยียบแสน ตั้งแต่ปีค.ศ. 1937 เป็นต้นมา แอร์เมสออกผ้าพันคอมาแล้วกว่า 25,000 ลาย โดยในแต่ละปีแอร์เมสจะออกผ้าพันคอมา 2 คอลเลคชั่น และอาจมีรุ่น limited edition มาเสริมในโอกาสพิเศษต่างๆ นอกจากนี้ผ้าพันคอของแอร์เมสยังเป็นที่ยอมรับมากในหมู่สะสม โดยเฉพาะรุ่นหายากต่าง ๆ นั้น เป็นที่ต้องการและไล่ล่ากันไม่แพ้งานศิลปะของศิลปินดังๆ นั้นเลยทีเดียว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 1945 Hermès กำหนด รถม้าสีล่อกับผู้ติดตาม ให้เป็นเครื่องหมายการค้า



ปี 1951 สร้าง logo และกล่องส้ม

ปี 1970 collection รองเท้าผู้หญิง

ปี 1981 เกิดกระเป๋า birkin ขึ้น โดยเป็นชื่อหลังจากที่นักแสดงและนักร้อง jane birkin

ได้พบกับ jean-louis dumas หัวหน้าผู้บริหารที่นั่งติดกันในเที่ยวบิน เธออธิบายให้มัสว่ามันเป็นความไม่สะดวกและเธอมีความยากลำบากในการหากระเป๋าหนังสุดสัปดาห์ที่เธอชอบ

ปี 1984 เขาจึงผลิตกระเป๋าหนังสีดำสำหรับ jane birkin และทำให้กระเป๋ารู้จักไปทั่วโลก และเกิดสายเฟอร์นิเจอร์ในบ้านขึ้น



ปี 2003 – 2010 ได้มอง ปอล โกลตีเยร์(Jean-Paul Gaultier) มารับผิดชอบคอลเล็กชั่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 2011 เปิดตัวเฟอร์นิเจอร์สายบ้านขึ้นปัจจุบัน แอร์เมสมีสินค้าหลากหลายชนิด ตั้งแต่ เครื่องม៉า กระเป๋า เสื้อผ้า รองเท้า ผ้าพันคอ เนกไท จิวเวลรี่ นาฬิกา จานชาม เครื่องเขียน เสื้อผ้าของใช้เด็ก ยันไปถึงของใช้จุกจิก เช่น ที่เปิดขวดไวน์ ตลับเมตร สายคล้องมือถือ ฯลฯ แอร์เมสมีของเกือบทุกอย่างแต่ที่ไม่มีก็คือแว่นตา

ปี 2541 Hermes เปิดซ้อปเป็นแห่งแรกในเมืองไทยที่ดิ เอ็มโพเรียม

ปี 2549 Hermes เปิดซ้อปแห่งที่ 2 ในเมืองไทยที่สยามพารากอน

แนวคิดการออกแบบของแบรนด์



ม้าและการขี่ม้า ซึ่งเป็นกีฬาของกลุ่มคนชั้นสูง การดำเนินชีวิตของสังคมที่ชื่นชอบการขี่ม้า เป็นตัวแทนแนวคิดของ Hermès ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นทำให้เกิดการผลิตภัณฑ์หนึ่งเกี่ยวกับการขี่ม้า

สัญลักษณ์ของแบรนด์



Ex-liblis



HERMÈS

calèche

โลโก้ประกอบด้วย ม้า รถม้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีของแบรนด์



สีส้ม pantone 1448 มาจากสองสีที่ผสมกัน โดยใช้ความอบอุ่นของสีเหลืองรวมกับความกระตือรือร้นของสีแดง แสดงถึงความสง่างาม ความกระฉับกระเฉง พลังงาน ความแข็งแรง

สินค้าหลักของแบรนด์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระเป๋ากะเป๋า birkin

ตั้งชื่อตามนักแสดงสาวผู้โด่งดังแห่งสายเลือดอังกฤษนาม Jane Birkin โดยทั่วไปแล้วราคาของ Birkin รุ่นทั่วไป เริ่มต้นที่ใบละ 13,000 เหรียญสหรัฐ มีสารพัดสี (ส้ม ม่วง เหลือง แดง เขียว ชมพู น้ำเงิน ฟ้า ดำ เงิน ขาว ฯลฯ) เป็นที่นิยมของทั้งหญิงชาย สีส้มเป็นสี Signature ของแบรนด์นี้ และได้รับความนิยมสูง (Birkin ปรากฏอยู่ในซีรีส์ดังหลายเรื่อง เช่น Sex and the City, Gossip Girl, Gilmore Girls และ Will & Grace เป็นต้น) เลื่องชื่อในการสรรหาหนังสัตว์แปลกแนว Exotic มาใช้เป็นวัตถุดิบ หลักๆ มี 3 ชนิด คือ หนังวัว หนังโคมอนโด และหนังจระเข้ (น้ำจืดและน้ำเค็ม) ซึ่งผ่านการเลี้ยงแบบประคบประหมจจากฟาร์มชั้นดีเพื่อให้ได้หนังที่งามสมบูรณ์ ด้วยเหตุนี้เองใครอยากจับจองเป็นเจ้าของต้องรอ Waiting List ยาวนานถึง 1-3 ปี

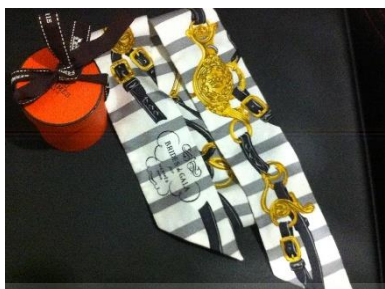


กระเป๋ากะเป๋า kelly



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นาฬิกา cape code



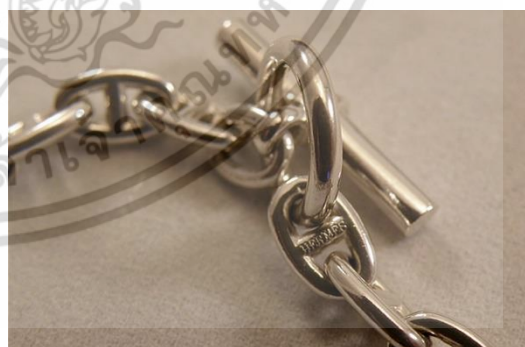
นาฬิกา arceau



ลายสกรีน brides de gala



รองเท้า jumping



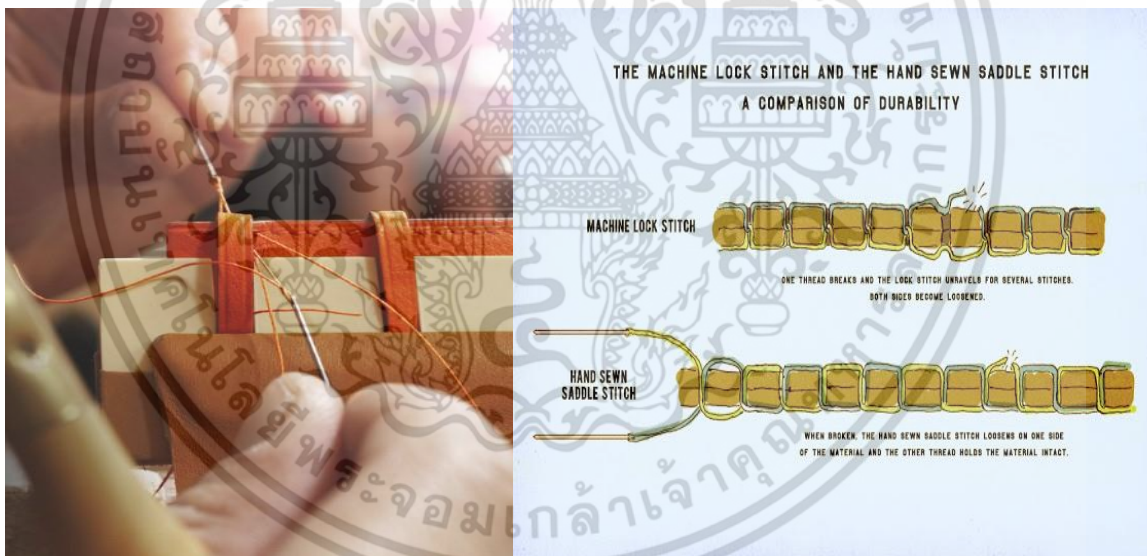
assescery chaine d' ancre

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผลิตภัณฑ์ น้ำหอม eau d'hermes

รายละเอียดของสินค้าของแบรนด์



1. การเย็บแบบ 2 เข็ม เป็นการเย็บที่เป็นแบบเอกลักษณ์เฉพาะของ Hermès ที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

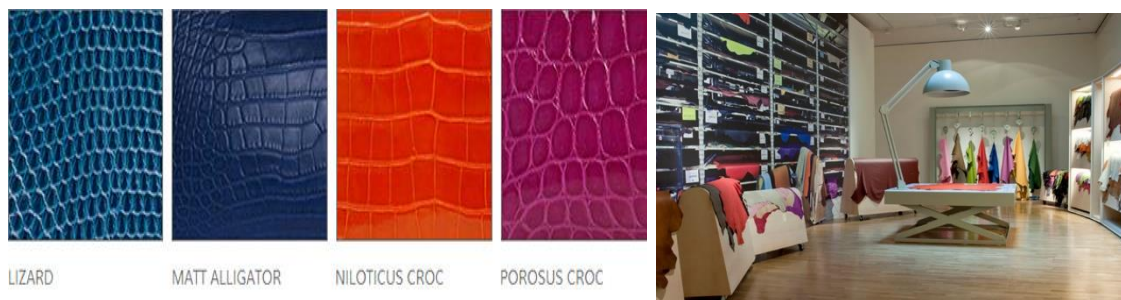


2. ตัว H จากแบรนด์นำมาประยุกต์ในหลายๆ ผลิตภัณฑ์อาทิเช่น นาฬิกา รองเท้า กระเป๋า พิมพ์บน ไทด์ ผ้าพันคอต่างๆ



3. ลักษณะตัวล็อคจะอยู่ในกระเป๋า นาฬิกา และ เครื่องประดับต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4. การเลือกหนังที่ดีที่สุด หนังของแอร์เมสเป็นหนังที่มีคุณภาพสูงมาก อาทิเช่นหนังจระเข้ ต้องไม่มีรอยขีดข่วน ว จระเข้ที่จะนำมาเป็นหนังของแอร์เมสถูกเลี้ยงกันในบ่อหินอ่อน หนังจระเข้ น้ำเค็ม หนังลูกวัว หนังนกกระจอกเทศ หนังจระเข้ และหนังกิ้งก่า

main designers

Lola Prusac , Marc Audibet , Jacques Delahaye , Mariot Chane , Catherine de Karolyi Veronique Nichanian , Nicole de Vesian, Martin Margiela , Eric Bergere , Jean - Paul Gaultier , Claude Brouet , Christophe Lemaire , Tan Giudicelli , Pierre Hardy

การเปิดร้านค้าของ Hermès

1937 เปิดร้านแรกที่ 24 rue du Faubourg Saint-Honore

1970 เปิดร้านค้าที่ญี่ปุ่น

1996 first store in beijing

2013 ปัจจุบันมี 330 ร้านค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรัชญาของบริษัทแอร์เมสที่ทุกคนยึดถือและมุ่งมั่นไปสู่เป้าหมายคือ

1. ผลิตภัณฑ์ของแอร์เมสจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้ทุกวันทนทานเก็บไว้ได้นานคุ้มค่าต่อการเป็นเจ้าของ
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์นับเป็นเรื่องสำคัญที่จะชนะใจและผูกใจลูกค้าสร้างความไว้วางใจกับสินค้ายี่ห้อแอร์เมส
3. สินค้าต้องผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพเท่านั้นแม้จะมีราคาแพงกว่า
4. สินค้าต้องมีคุณภาพสม่ำเสมอเหมือนกันทุกชิ้นงานไม่ว่าจะซื้อจากร้านไหนมุมใดของโลก
5. มีผลิตภัณฑ์แบบใหม่อย่างสม่ำเสมอแม้ผลิตภัณฑ์เดิมยังเป็นที่ต้องการของตลาด

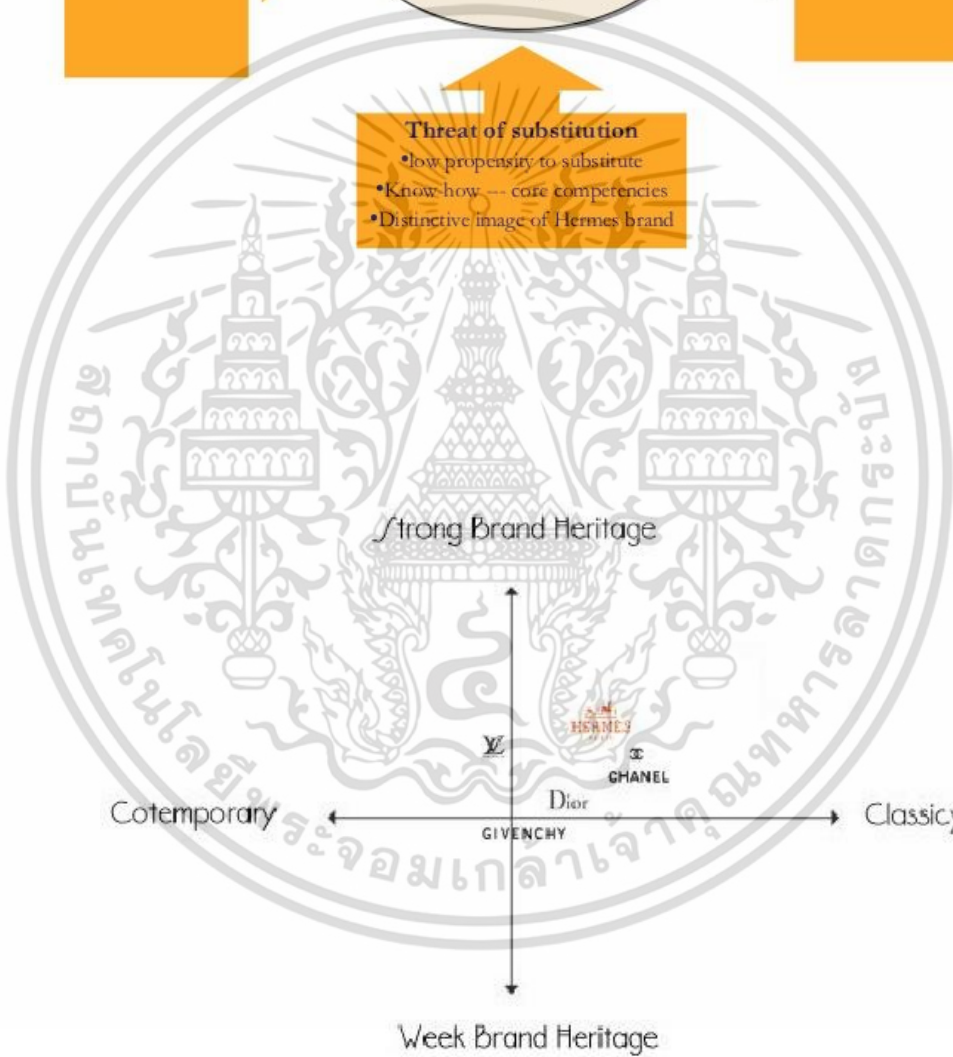
ความเป็นเอกลักษณ์การตลาดของ Hermès

กลยุทธ์ด้านการขายยังเพิ่มความ Exclusive ขึ้นไปอีกชั้น ด้วยการจำกัดจำนวนสาขาละไม่กี่ใบยิ่งทำให้ Birkin คุ้มคุณค่าขึ้นไปอีก และถึงแม้โลกออนไลน์จะจุดกระแส E-Commerce จนติดตลาดโลกไปแล้ว ซึ่งการตลาดของ Hermès ทำให้สินค้ามีความ rarity ทำให้มีการรอคิวเป็นเวลานาน แต่ Hermès ยังไม่ยินยอมที่จะขายกระเป๋าของตนผ่านทางเว็บไซต์ ไม่มีการโฆษณาออกทีวี ไม่มีส่วนลด ไม่มีของแถม ไม่มีขายเป็นเซต ไม่มี outlet

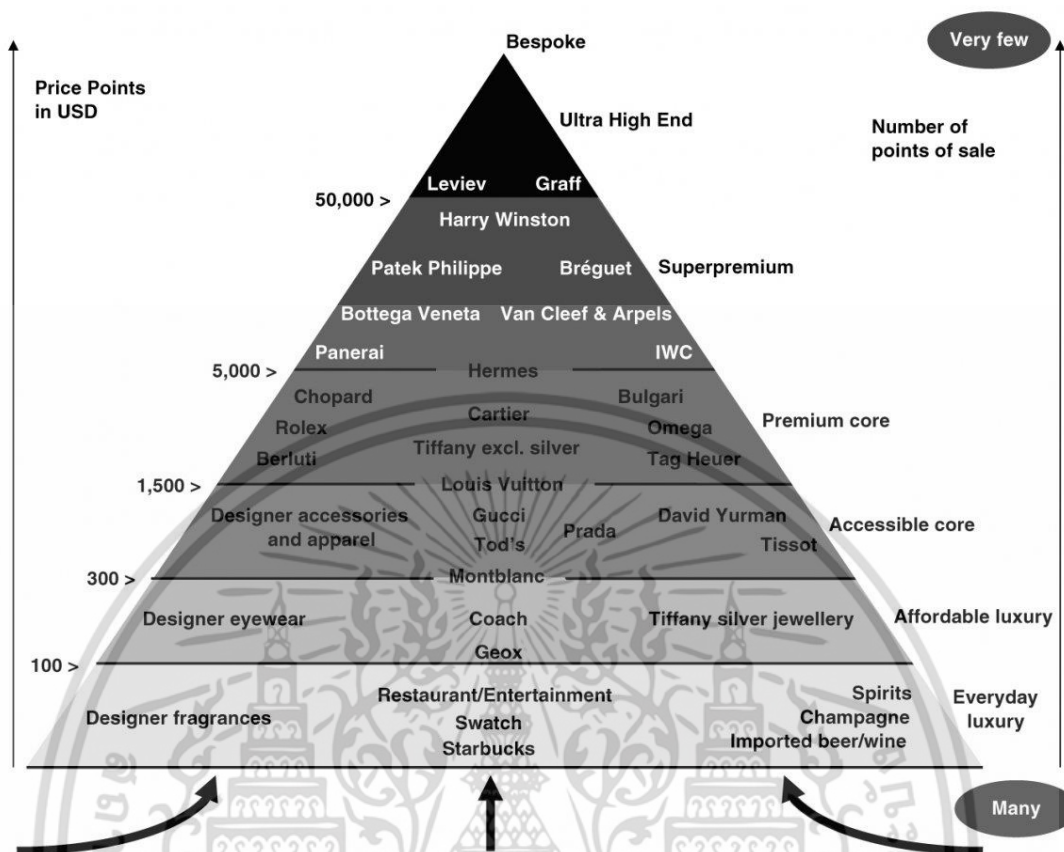
ส่วนในไทย สั่งจอง Birkin ที่สยามพารากอนเท่านั้น และต้องมียอดใช้จ่ายสินค้าของแอร์เมสสูงด้วยถึงจะได้รับสิทธิ์ ดังนั้นอย่าได้แปลกใจถ้า Hermès Birkin จะขึ้นชื่อว่าเป็นกระเป๋าที่ครอบครองได้ยากที่สุดในโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Porter's 5 forces Analysis



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปแสดงการเปรียบเทียบของแบรนด์คู่แข่ง

วิเคราะห์แบรนด์คู่แข่ง

แบรนด์สินค้าที่มี line สินค้าชนิดเดียวกับ **Hermès** คือ **louis vuitton** , **bottega veneta**, **gucci** , **prada** , **chanel** , **gucci**

1. louis vuitton

หลุยส์ วิตตอง เกิดในปีคศ. 1821 ที่ประเทศฝรั่งเศส เขามีชื่อเสียงจากการเป็นผู้ทำหีบใส่ของ ซึ่งเป็นที่นิยมมากในสังคมสมัยนั้น ในปีคศ. 1852 ภรรยาของ Napoleon ผู้ตั้งตนเป็นจักรพรรดิของฝรั่งเศสในขณะนั้น เธอได้ว่าจ้างให้ **Vuitton** เป็นผู้ช่วยส่วนตัวเรื่องการดูแลกล่องเก็บเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับเสื้อผ้ามีระดับของเธอ และนี่เป็นจุดเริ่มต้นทำให้ **Vuitton** ได้ก้าวขึ้นเป็นคนที่มีอิทธิพล และมีลูกค้าเป็นราชวงศ์อื่นๆ ตามมา จนมีชื่อเสียงโด่งดังกระทั่งทุกวันนี้ ช่วงชีวิตวัยรุ่นของ **Vuitton** เคยได้ฝึกงานกับคนที่เก่งและประสบความสำเร็จในการทำ กล่องเก็บของมาก ชื่อ

Monsieur Marechal ซึ่งในช่วง ศตวรรษที่ 19 ชาวโรปนิยม กล่องเก็บของนี้มาก ถือว่ามีระดับ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้กับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เข้าใช้บนเว็บไซต์นี้ การคัดลอกหรือการนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

สามารถบ่งบอกถึงความเป็นผู้ดีได้ และเพียงเวลาไม่กี่ปี Vuitton ก็ได้เป็นที่รู้จักไปทั่ว ถึงผลงานฝีมือ การทำกล่องเก็บของของเขา Vuitton ได้เปิดร้านทำกล่องเก็บของเป็นของตัวเองครั้งแรกเมื่อปีค.ศ. 1854 ที่ปารีส ซึ่งป้ายหน้าร้านของเขาเขียนไว้ว่า "Securely packs the most fragile objects. Specializing in packing fashions." ในปีค.ศ. 1858 หลังจากเปิดร้านของตัวเองมาได้ 4 ปี ก็ได้ ออกแบบ “หีบใส่ของ” ในแบบของตัวเอง แทนที่จะใช้วัสดุที่เป็นหนัง เขากลับเลือกใช้แคนวาส ซึ่งมี น้ำหนักที่เบากว่า ทนทาน สามารถกันน้ำและกลิ่นได้อีกต่างหาก และที่สำคัญเขาได้ออกแบบให้หีบใส่ ของนั้นเปลี่ยนรูปร่างจากทรงโดม กลายเป็นทรงสี่เหลี่ยมจตุรัส ซึ่งทำให้เวลาขนย้ายในการเดินทางนั้น สะดวกขึ้นมาก ไม่ว่าจะเดินทางด้วยรถไฟหรือเรือไอน้ำก็ตาม จนได้รับการกล่าวขานว่า Vuitton's trunk นั้นคือ modern luggage ในเวลานั้น

เอกลักษณ์แบรนด์

elegance, creativity, innovation และ tradition อันได้แรงบันดาลใจจาก “Art of Travel” ที่แฝงอยู่ในกระเป๋า LV ทุกใบตลาดของแบรนด์

กลุ่มลูกค้า

1. กลุ่มคนที่มีความร่ำรวยที่แสวงหาการผูกขาดสถานะทางสังคมและสินค้าที่มีคุณภาพสูง
2. กลุ่มคนที่อายุประมาณ 24 -40 ปี ที่ชอบสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น

Ranking Brand		Global Ranking - Luxury Product Ranking				
11	12	hp	United States	Computer Hardware	24,095	2%
12	11	mercedes	Germany	Automotive	23,047	9%
13	14	Gillette	United States	Personal Care	22,644	4%
14	17	cisco	United States	Computer Services	22,030	3%
15	13	bmw	Germany	Automotive	21,614	-7%
16	16	lv	France	Luxury	21,120	-9%
17	18	Marlboro	United States	Tobacco	19,000	-11%
18	20	HONDA	Japan	Automotive	17,803	-7%

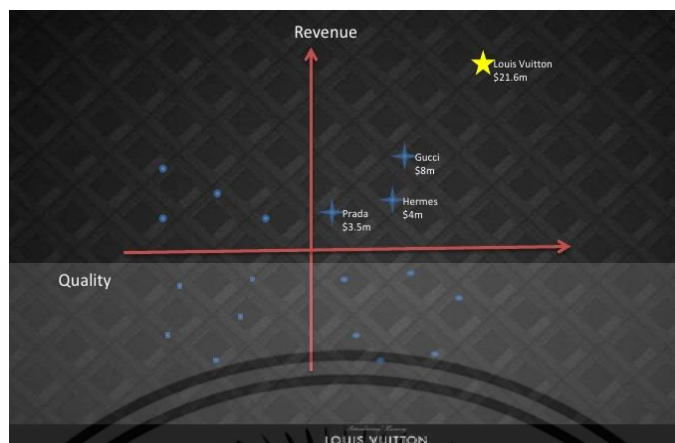
Logo	Name	Value (B)	L
	LOUIS VUITTON	18,395	
	CARTIER	7,800	
	GUCCI	7,406	
	CHANEL	6,219	
	ROLEX	5,332	
	HENNESSY	5,402	
	Cartier	4,913	
	HERMÈS	4,347	
	FENDI	3,959	
	PRADA	2,704	

Source: http://www.interbrand.com/best_global_brands.aspx?year=2009&langid=1000 (Accessed: 2nd Nov 2009)

ตามตารางแสดงผลรายได้ จะเห็นว่า louis vuttion มีรายได้สูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาดของแบรนด์



จำนวนที่ผลิตออกมาจะเท่ากับขายออกไป ไม่มีส่วนลด ไม่มี outlet ,มีการตั้งราคาเป็นเลขกลมๆแต่ปัจจุบันแบรนด์นี้เป็นแบรนด์ที่คนซื้อง่าย เข้าถึงได้ง่ายกว่าถ้าเปรียบเทียบกับ hermes

2. bottega veneta

Bottega Veneta ก่อตั้งขึ้นในปี 1966 โดย Michele Taddei ชื่อ Bottega Veneta หมายถึง "ร้านเวเนเซียน" และ บริษัท ได้เริ่มการผลิตสินค้าเครื่องหนังศิลปะ ช่างฝีมือของ บริษัท พัฒนาเทคนิคการทอผ้าหนังที่เรียกว่า intrecciato ที่ยังคงเอกลักษณ์ของแบรนด์ เมื่อเวลาผ่านไปมีชื่อเสียง Bottega Veneta เติบโตขอบคุณที่มีคุณภาพของงานฝีมือความรอบคอบการออกแบบที่ไม่มียี่ห้อ ในปี 1970 บริษัท เริ่มโฆษณาด้วยสายแท้ๆ โดยในช่วงต้นทศวรรษที่ 1980, Bottega Veneta เป็นที่ชื่นชอบของเจ้าชูดนนาชาติ Andy Warhol ในปี 1970 Michele Taddei ออกไม่ก็ปีต่อมา Vittorio และลอรา Molredo (ลอราเคยแต่งงานกับ Taddei) ย้ายจากนิวยอร์กไป Vicenza ที่จะทำงาน บริษัท เมื่อเวลาผ่านไปความมั่งคั่ง Bottega Veneta ลดลงและโดยปี 1990, แบรนด์ทั้งภาพลักษณ์รีออคและเข้าไปในดินแดนแฟชั่นแนวโน้มที่ขับเคลื่อนมากขึ้น Bottega Veneta ได้แนะนำเพิ่มเติมให้กับคอลเลกชันรวมทั้งเครื่องประดับปรับแว่นตาน้ำหอมบ้านและเฟอร์นิเจอร์ขณะที่ยังคงมีการแบ่งประเภทของกระเป๋าที่รองเท้า, เครื่องหนังขนาดเล็กกระเป๋ารายการบ้านและของขวัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกลักษณ์ของแบรนด์

ดีไซน์จะคงเอกลักษณ์ของ Bottega Veneta ที่เน้นความประณีตของการสานเส้นหนังอย่างลงตัว แต่ก็เพิ่มลูกเล่นมากขึ้น โดยใช้เทคนิคการสานแค่บางส่วน และไปเพิ่มพื้นหนังมากขึ้น หรือการสานแบบ Cabat เป็นการสานแบบ 4 เส้นทั้งในและนอกกระเป๋า บางแบบใช้กำมะหยี่และหนังผสมกัน หรือใช้ในลอนแทนหนัง เพื่อให้กระเป๋าดูทัฟฟ์มากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็ยังคงความเป็นเฟมินินไว้ได้อย่างลงตัว สำหรับสีมีให้เลือกทั้งเอิร์ธโทนและแนวพาสเทล

แสดงถึง 1.quality (คุณภาพ)

2. craftsmanship(งานฝีมือ)

3. exclusivity and discrete luxury (ความพิเศษ)



1. งานฝีมือที่โดดเด่นรู้และต้นแบบทักษะของเทคนิคที่มีคุณภาพสูงวัตถุดิบ

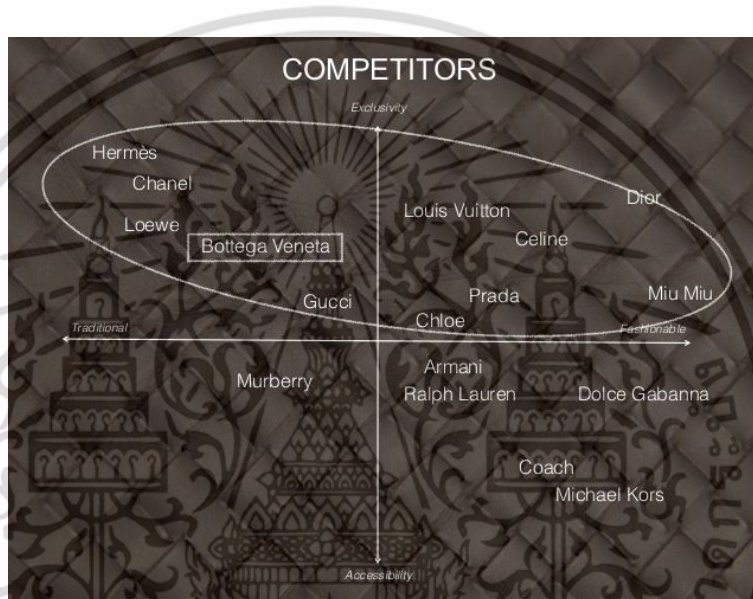
2. ความยั่งยืนและความสง่างาม ของการออกแบบที่เรียบง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มลูกค้าของแบรนด์

1. สำหรับผู้ซื้อที่มองหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพระดับ hi-end โดยที่ไม่ต้องมีการแสดงสัญลักษณ์โลโก้ ของแบรนด์
2. กลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่รวบรวมความทันสมัยและความสง่างามที่ไร้กาลเวลาเข้าด้วยกัน

คู่แข่งของแบรนด์



"simple design is always complicated" by. tomas maier creative director

การตลาดของแบรนด์

เป็นแบรนด์ที่มีร้านค้า 140 ร้านค้า มีการตลาดที่แบ่งเป็นดีไซน์สองกลุ่มหลักๆ คือกลุ่มที่อายุไม่มาก ต้องการสินค้าที่ดูมีชีวิตชีวา มีสีสัน กับอีกกลุ่มที่ต้องการความ สุขุม ความหรูหราของสินค้าแบรนด์ bottega veneta เป็นแบรนด์ที่มีราคาสูงสุด (ถ้าเทียบแล้วมีราคาสูงกว่า hermes) แต่แบรนด์นี้มี outlet ทำให้สามารถซื้อสินค้าในราคาถูกลงได้ ซึ่งแตกต่างจาก hermes และ louis vuitton ที่ไม่มีการเซล ไม่มี outlet จึงทำให้มีความเข้าถึงสินค้าได้ง่ายกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. chanel

Chanel เป็นแบรนด์แฟชั่นชั้นนำจากประเทศฝรั่งเศส ก่อตั้งในปี 1883 เกิดจากผู้หญิงที่ชื่อ CoCo Chanel ผู้ประติวัติการแต่งตัวของหญิงสาวสมัยนั้น ซึ่งผู้หญิงทางสังคมส่วนน้อยที่จะไม่รู้จักแบรนด์ดังยี่ห้อ Chanel เพราะไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า หรือแม้แต่น้ำหอม ต่างเป็นที่นิยมในหมู่สาวสังคมทั้งนั้น และเป็นที่น่าแปลกใจที่ แบรนด์ดังยี่ห้อที่อยู่คู่กายผู้หญิงบนโลกนี้มาเกือบ 100ปี ด้วยการออกแบบที่เน้นความ “classic” และ “Elegant” จึงทำให้เสื้อผ้าของ Chanel ใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย และตั้งที่ Chanel เป็นผู้ทรงอิทธิพลต่อแฟชั่นโลก ทำให้เกิดร้านค้าที่อยู่ภายใต้การบริหารของ Chanel Group มีมากกว่า 200 ร้านค้าทั่วโลก



เอกลักษณ์ของแบรนด์

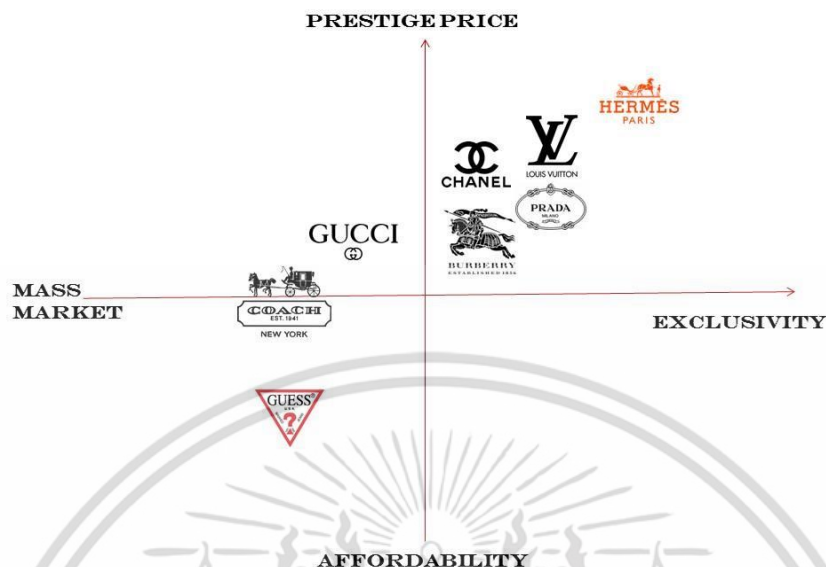
ออกแบบที่เน้นความเป็น Classic และ Elegant ความเป็น modern ฉีกแนวไม่เหมือนใคร ทำให้เสื้อผ้าของ Chanel ใส่ได้ทุกยุคทุกสมัยโดยไม่เคยตกยุค

กลุ่มลูกค้าของแบรนด์

1. กลุ่มผู้หญิงสมัยใหม่ ที่เน้นความ classic ใส่ได้เป็น everyday look
2. กลุ่มคนที่อายุประมาณ 18 -30 ปี ที่ชอบสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น
3. กลุ่มคนที่มีไอตอลเป็น coco แสดงความหุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่งของแบรนด์



การตลาดของแบรนด์

การตลาดมุ่งเน้นไปที่ผู้หญิงที่เน้นความ classic ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าได้กับทุกชุด ใส่ได้ทุกโอกาสการตลาดมีความเป็น mass ซื้อได้ในจำนวนที่มากกว่าแบรนด์ hermes และ louis vuitton มีการโฆษณา มีพรีเซนเตอร์เพื่อดึงลูกค้า เป็นแบรนด์ที่จับต้องได้ มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีกมากมายด้วยกันในราคาที่ต่ำกว่าแทนการลดราคาผลิตภัณฑ์เดียว




สรุป การเปรียบเทียบ

ถ้าเปรียบเทียบจากยอดขายสูงสุด คือ louis vuitton

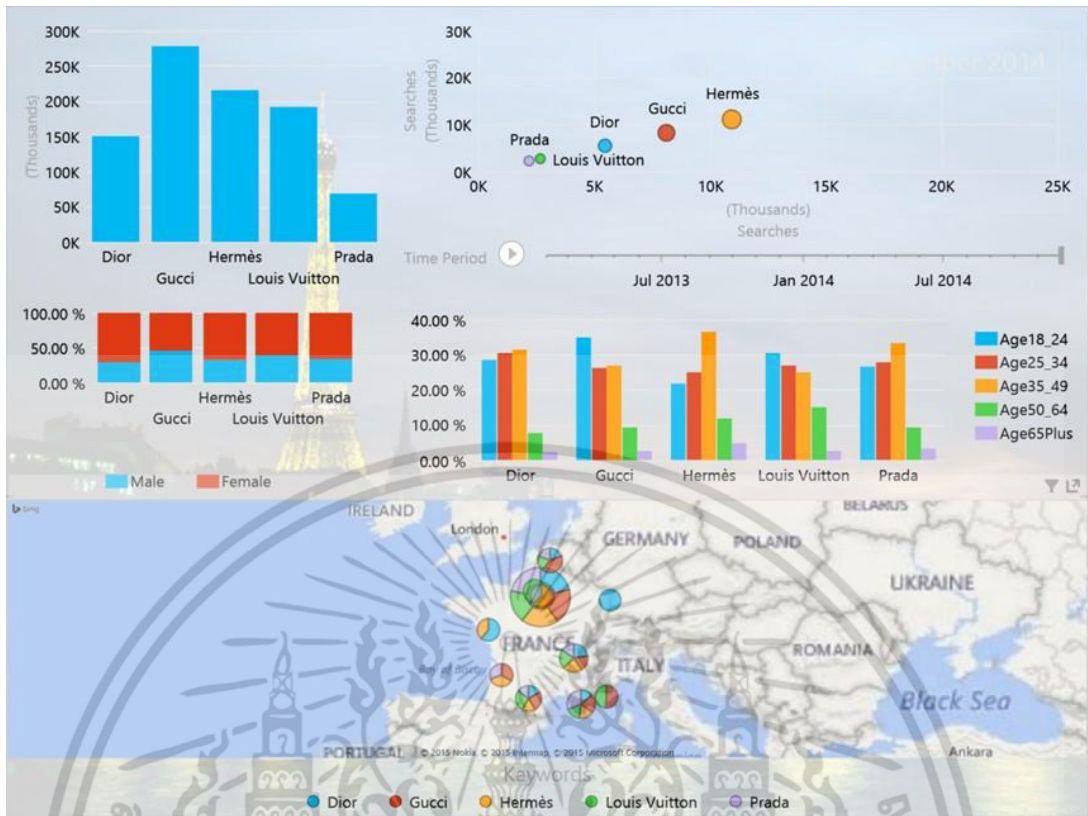
ถ้าเปรียบเทียบจากความนิยมสูงสุด คือ Hermès

ถ้าเปรียบเทียบจากราคายอดนิยม คือ bottega veneta

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BRAND			
FOUNDED	1854	1837	1921
CORE VALUES	Craftsmanship, outstanding quality and creativity Timelessness and heritage in every product.	Craftsmanship, precision and timelessness. Capturing the past, imagining the future, and punctuating the present.	Craftsmanship, outstanding quality and absolute made in Italy
KEY PRODUCT OFFERING	Luxury fashion goods which includes leather goods, ready-to-wear and accessories. Products also include pet's essentials, books & stationery. Specialising in luggage/travel bag/handbags	High-fashion clothing and accessory manufacture and retail for Men & Women Specialising in scarves & Birkin Bag	Luxury clothing and accessories for Men, Women & Children. Pet's essentials are also offered. Specialising in handbags
UNIQUE IDENTITY	Brown Monogram graphic symbol	Orange box	Red & green stripes
TARGET AUDIENCE	Affluent individual who seek for social status, exclusivity and high quality products.	High net worth men & women who has a keen eye for fashion and trend, as well as quality products.	Middle to upper income class individual who seek for status and quality products. Parents or parents-to-be are also target customers of Gucci.
DISTRIBUTION IN SINGAPORE	Five stores located in prime areas such as Marina Bay Sands. Selected items sold on official website	Six stores (including DFS in Changi Airport) located in prime areas such as Takashimaya. Stores are located near to those of LV. Items sold online in certain global regions	Five stores located closely in the proximity of LV stores such as Takashimaya and Marina Bay Sands. Items sold online
PROMOTION	Print and television advertising No sales/discounts	Print and television advertising Sales on seasonal items No sales on classic items	Print and television advertising Sales on seasonal items No sales on classic items

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปภาพตารางแสดง ความนิยมและอายุของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4. ระบบสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และวัสดุในการตกแต่งภายใน

2.4.1 ลักษณะทางสถาปัตยกรรม และ ระบบโครงสร้างอาคาร

- ระบบในอาคารที่มีผลต่อการตกแต่งภายใน
- ระบบแสงและการควบคุม
- ระบบเสียงและการควบคุม
- ระบบปรับอากาศและการควบคุม
- ลักษณะวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งอาคารของโครงการ
- การใช้สีที่ใช้ในการตกแต่งอาคารของโครงการ
- ระบบรักษาความปลอดภัยและอัคคีภัย

2.4.1.1 ระบบแสงสว่าง

4.1.1.1 LOBBY

เป็นส่วนบริการที่ต้อนรับผู้ใช้บริการ (ทั้งผู้ที่จะมาพักอาศัยและผู้ที่มาใช้บริการด้านอื่นๆ) และส่วนบริการที่มีอยู่คือ แผนกสอบถาม แผนกต้อนรับ ที่โทรศัพท์ ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน อาจจะมีดนตรีและจำหน่ายเครื่องดื่ม โถงพักคอยถือเป็นส่วนแนะนำตัวของโรงแรมว่า โรงแรมนี้มีบริการระดับไหนหรือเป็นโรงแรมระดับไหน และหรูหราทั้งด้านรูปแบบและวัสดุ จะมี 2 ส่วน คือ ส่วนพักคอยธรรมดา คือมีโซฟาสำหรับนั่งคอยและส่วนพักคอยที่มีบริการเสียงเพลงและเครื่องดื่ม เป็นการหารายได้ให้แก่โรงแรมทางหนึ่ง และเป็นส่วนนัดพบของแขกได้ทีหนึ่ง

การใช้แสงไฟควรจะสว่างพอสมควร ไม่จ้าเกินไปเพราะจะทำให้ผู้ที่มานั่งอยู่ได้ไม่นานถ้ามืดเกินไปก็จะมีใครกล้านั่ง เพราะรู้สึกเหมือนสถานที่กำลังซ่อมบำรุง ห้ามเข้า ยังไม่เรียบร้อยหรือบกร่องไป การใช้แสงสำหรับบริเวณโถงพักคอย ใช้ได้ทั้งแสงประดิษฐ์ และแสงธรรมชาติเพราะเป็นส่วนที่อยู่ด้านหน้าของโรงแรม และเปิดบริการทั้งกลางวันและกลางคืน สำหรับกลางวันถ้าใช้แสงธรรมชาติช่วยได้ก็จะเป็นการดีและประหยัด ทั้งยังสวยงามตามธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้แสงไฟประดิษฐ์ในบริเวณ LOBBY ใช้ได้กับดวงไฟ เกือบทุกประเภท เนื่องจากเหตุผลของการใช้แยกเป็นส่วนๆ ดังนี้

1) ส่วนประชาสัมพันธ์ หรือแผนกทะเบียนของโรงแรม ลักษณะเฟอร์นิเจอร์มักเป็น COUNTER ดวงไฟจึงเป็นแบบติดเพดานหรือห้อยจากเพดานให้ลำแสงสอดลงล่าง เพื่อให้ความสว่างหน้าเคาน์เตอร์ และแสงจะต้องไม่พุ่งเข้าสายตาคอน

2) ส่วนพักคอย ลักษณะการตกแต่งจะมีโซฟาและโต๊ะกลาง การใช้แสงมีทั้งแบบโคมไฟห้อย โคมตั้งโต๊ะไฟผนัง เพดาน และไฟติดผนัง ลักษณะโคมไฟควรกระจายแสงทั้งสองขึ้นและลง กระจายออกรวดด้าน สำหรับไฟตั้งโต๊ะระวางอย่าให้แสงกระจายออกรอบข้างมาเข้าคาน ที่นั่งโซฟาแสงไฟควรส่องขึ้นและลงเท่านั้น

3) บริเวณโทรศัพท์และทางเดินเข้าห้องน้ำ ควรใช้แสงไฟแต่น้อย เพียงเพื่อให้เห็นทางเท่านั้นพอ เพราะคนที่โทรศัพท์ชอบความเป็นส่วนตัว และการที่คนจะเข้าออกห้องน้ำก็ไม่ชอบให้มีแสงสว่างจ้า ทำให้รู้สึกเขินทั้งตอนเดินเข้าและออกมา

โดยสรุปแล้ว LOBBY เป็นบริเวณที่ใช้ไฟได้หลายประเภท จากที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าบริเวณ LOBBY มีส่วนปลีกย่อยหลายส่วน การใช้ไฟมีหลายประเภทที่เหมาะสมกัน แต่ที่สำคัญและน่าสังวรไว้ คือ การใช้ไฟหลายดวงแต่ว่าแต่ละดวงมีกำลังส่องสว่างน้อย เมื่อรวมกันแล้วได้ความสว่างที่สมควร จะดูสวยงามมากและแพรวพราว แต่ที่ต้องระวังคือ อย่าให้ผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกว่าคุณไฟมากเกินไป จะทำให้รู้สึกร้อนและน่ากลัว ทำให้ไม่อยากเข้าใกล้ และที่สำคัญมากคือ ต้องไม่ห้อยโคมไฟให้ต่ำนัก ในกรณีที่เพดานต่ำจะทำให้รู้สึกไม่สะดวกสบายนัก และ LOBBY จะขาดผู้ให้บริการในที่สุด

4.1.1.2 COFFEE SHOP

เป็นส่วนให้บริการอาหารอย่างเป็นกันเอง ส่วนนี้เปิดให้บริการอาหารเกือบตลอด 24 ชั่วโมง เน้นการให้บริการอาหารแบบรวดเร็ว บรรยากาศโดยรวมจึงควรสบายๆเป็นกันเอง ไม่ควรหรูหราเกินไปนัก

การให้แสงสว่างในส่วนนี้ควรให้แสงสว่างปานกลาง มีความสว่างทั่วทั้งบริเวณ ไม่ควรเล่นแสงไฟเป็นจุดๆให้มากนัก หากเป็นไปได้ ควรดึงแสงสว่างจากธรรมชาติเข้ามาใช้ในส่วนนี้ให้มากๆ ก็จะเป็นผลดีทั้งในเรื่องของความประหยัด และยังช่วยให้บรรยากาศโดยรวมดู RELAX สบายๆขึ้นอีก

ด้วย การเลือกใช้หลอดไฟนั้น อาจเลือกใช้ทั้งหลอดไฟแบบมีไส้ (INCANDESCENT) ร่วมกับหลอดไฟ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นีออน (FLUORESCENT) ไม่ว่าจะใช้ไฟแบบใดก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ระวังการติดตั้งไฟที่จะสะท้อนเข้าตาผู้มารับประทานอาหาร

4.1.1.3 RESTAURANT

ภัตตาคารเป็นส่วนจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นเวลาเฉพาะ โดยภัตตาคารในโครงการให้บริการอาหารตั้งแต่เวลา 10.00 น. จนถึง 22.00 น. โดยจะให้ความสำคัญกับการให้บริการอาหารในมื้อค่ำค่อนข้างมาก ฉะนั้นการให้แสงสว่างในส่วนนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง การให้แสงไฟในส่วนนี้จะขึ้นกับลักษณะของการออกแบบว่าเป็นภัตตาคารประเภทใด ให้บริการอาหารประเภทใด และมี CONCEPT ในการออกแบบอย่างไร

แสงที่ใช้ในภัตตาคารเป็นตัวช่วยเสริมสร้างบรรยากาศ ใช้ในการเน้นจุดที่สำคัญ การเลือก ใช้ไฟในภัตตาคารนิยมหลอดไฟชนิดมีไส้ (INCANDESCENT) เนื่องจากหลอดไฟชนิดนี้ให้แสงสว่างที่ค่อนข้างไปทางสีแดง-เหลือง ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง และให้ความรู้สึกหรูหรา มากกว่าหลอดไฟนีออน การให้แสงสว่างภายในภัตตาคารมักจะใช้แสงหลายๆชนิดปะปนกัน แล้วแต่ลักษณะการออกแบบและประโยชน์ใช้สอย การให้แสงสว่างเฉพาะโต๊ะอาหารให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัวได้ นอกจากนี้การติดตั้งวงจรไฟฟ้าแบบพิเศษ เช่น สวิตช์สำหรับหรี่แสงนั้น มีประโยชน์ในการให้แสงสว่างในภัตตาคารเป็นอย่างมาก จะปรับให้สว่างหรือสลัวก็ได้ และการให้แสงจัดในบริเวณที่ต้อง การเน้น หรือจุดที่น่าสนใจ จะทำให้ภัตตาคารดูสวยงามขึ้น

2.4.1.2 ระบบเสียง

หลักการจัดระบบเสียงภายในห้อง

การออกแบบเพื่อให้มีระบบเสียงที่ดี ต้องคำนึงถึงการสะท้อนของเสียง การดูดกลืนเสียงและการกระจายของเสียง ทั้งมีความเกี่ยวข้องกับ

- 1) การเลือกใช้วัสดุ
- 2) การออกแบบรูปร่างของห้อง
- 3) การจัดเครื่องเรือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.1 วัสดุที่มีคุณสมบัติในการดูดกลืนแสง (Sound Absorbing Material)

คุณสมบัติในการดูดกลืนแสง ขึ้นอยู่กับลักษณะของผิว ความหนา และความแน่นของวัสดุ วัสดุที่เก็บเสียงที่ทำขาย แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) ประเภทแผ่นสำเร็จรูป ซึ่งรวมทั้ง ACOUSTICAL เช่น พวกเซฟ วังบอร์ด เป็นวัสดุที่ทำเป็นรูปพรุนและมีวัสดุเก็บเสียงอยู่ด้านหลัง

2) พวกฉาบหรือพ่น เป็นพลาสติกและมีวัสดุที่เป็นรูปพรุน Fiber ต่างๆ ใช้ฉาบหรือพ่น บนผนังฝ้าเพดาน

3) ชนิดเป็นผืนยืดหยุ่นได้ เช่น วัสดุจากจำพวก Mineral Wood , Wood Wool , Glass Fibers , Kapok bates and Hair Felt

4.1.2.2 วัสดุต่างๆที่ใช้กันอยู่ทั่วไป มีสัมประสิทธิ์ของการดูดกลืนแสงที่มีความถี่ 512 HZ ดังต่อไปนี้

วัสดุ	ความถี่
พรม	1.20
ผ้าม่านหนา	0.4-0.6
Plaster	0.25
คน (ผู้ใหญ่)	0.44
กระจกหรือแก้ว	0.025
Celotex	0.36
Hair Felt หนา 1 นิ้ว	0.78
ไม้ที่ทาน้ำมันวานิช	0.03
เก้าอี้ที่บุ	0.30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.3 ระบบปรับอากาศ

ในปัจจุบันการควบคุมสภาพอากาศในอาคารสามารถแบ่งออกได้ตามขนาดของเครื่องปรับอากาศและแบ่งตามระบบการจ่ายความเย็นและระบายความร้อน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

4.1.3.1 แบ่งตามขนาดของเครื่องปรับอากาศ

1) UNIT TYPE , PACKAGE TYPE คือ ทั้งระบบจะอยู่ในเครื่องเดียวกัน โดยมีขนาดเล็กราคาถูก สะดวกในการติดตั้ง แต่ไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเสียงรบกวน มีขีดจำกัดในการทำงานอายุการใช้งานสั้น และไม่มีการถ่ายเทอากาศภายในและภายนอกอาคาร

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 CENTRIFUGAL MACHINE ประกอบด้วยส่วนทำงาน เป็นตัวกลางในการจ่ายความร้อนและความเย็นให้กับระบบการทำงานส่วนอื่น

AIR HANDING แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1) AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น นำอากาศเข้าสู่ห้องโดยตรง

2) AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น และนำลมเย็นผ่านเข้าช่องท่อ แล้วกระจายไปยังส่วนต่างๆ ของอาคารที่ต้องการปรับอากาศ

PACKAGE TYPE , SPLIT TYPE และ CENTRAL WINDOW

TYPE PACKAGE

TYPE SPLIT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

TYPE CENTRAL

TYPE

ขนาด 5000-30000

ปีที่ยุ/ชั่วโมง 3-5 ตัน 1-80 ตัน 20-10000 ตัน

ใช้ไฟฟ้า มากที่สุด น้อยที่สุด

อายุการใช้งาน 5 ปี 10 ปี มากกว่า 20 ปี

ราคา 10000-15000

บาท/ตัน 15000-20000

บาท/ตัน 20000-25000

บาท/ตัน

เสียงรบกวน ดัง ดัง เจียบ เจียบ

แบ่งระบบปรับอากาศตามระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อน

1) ALL AIR SYSTEM เป็นระบบจ่ายและระบายความร้อนด้วยอากาศ ถ้าเป็นระบบ CENTRAL UNIT ความเย็นจะถูกส่งไปตามท่อ DUCT และมักใช้กับพื้นที่ที่เป็นห้องใหญ่ มีห้องเพียงห้องเดียวต้องการควบคุมการจ่ายอากาศเย็นทั่วบริเวณ เช่น โรงหนัง ห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยง

2) ALL WATER SYSTEM เป็นระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อนโดยใช้น้ำ โดยมากเป็น CENTRAL UNIT น้ำเย็นจะถูกส่งไปตามท่อ ซึ่งเดินเป็นวงผ่านห้องต่างๆ และแต่ละห้องจะมี FAN COIL UNIT สำหรับพัฒนาความเย็นเข้าไปในห้อง ห้องใดที่ไม่ได้ใช้งานก็สามารถปิด FAN COIL ได้เป็นส่วนๆ ลักษณะทำให้สามารถควบคุมความเย็นได้เป็นชั้นๆไป และแต่ละชั้นยังสามารถควบคุมความเย็นได้เป็นห้องๆ ด้วยซึ่งเหมาะสำหรับการนำไปใช้ภายในโรงแรม โรงพยาบาล

ALL WATER SYSTEM สามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

1) นำความเย็นด้วยน้ำ และระบายความร้อนด้วยอากาศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ง่าย ความเย็นด้วยอากาศ และระบายความร้อนด้วยน้ำ

3) DIRECT FEFRIGERANT SYSTEM นำความเย็นจากน้ำยา โดยตรง ส่วนใหญ่ใช้ในระบบปรับอากาศขนาดเล็ก เช่น UNIT TYEP/PACKAGE TYPE

ระบบปรับอากาศมีความจำเป็นมากต่อการบริการ เพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้อาคาร โดยเฉพาะอาคารขนาดใหญ่ เช่น โรงแรม ระบบปรับอากาศมีบทบาทในการควบคุมอุณหภูมิให้คงที่ จูในระดับความสบายของผู้ใช้อาคาร ทั้งยังช่วยป้องกันเสียงจากภายนอกและภายในอาคารได้ด้วย ขณะเดียวกันระบบหมุนเวียนอากาศก็จำเป็นในการช่วยให้ระบบการจ่ายลมเย็นสามารถทำงานได้สะดวก

ในการเลือกใช้ระบบปรับอากาศและระบบหมุนเวียนอากาศภายในโครงการนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย และลักษณะความต้องการอื่นๆ พร้อมทั้งความเหมาะสมในการออกแบบมาเป็นเกณฑ์พิจารณา

2.4.1.3.2 ระบบปรับอากาศและการจ่ายความเย็น

1) ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM) ใช้ระบบปรับอากาศ CENTRAL UNIT แบบ ALL WATER SYSTEM จ่ายความร้อนโดยใช้ FAN COIL เป่าลมเย็นเข้าสู่ห้องพักโดยตรง

2) ส่วนที่เป็นสาธารณะ เช่น โถงโรงแรม ห้องประชุม จัดเลี้ยง ภัตตาคาร ใช้ระบบปรับอากาศ CENTRAL UNIT แบบ ALL WATER SYSTEM คือจ่ายความเย็นโดยใช้ AIR HANDING UNIT เป่าลมเย็นไปตามท่อในส่วนต่างๆที่ต้องการปรับอากาศ

การพิจารณาความเย็น

- ต้องกระจายลมเย็นให้ได้ทั่วถึงทั้งห้อง
- ความเร็วของลมจะต้องสม่ำเสมอ
- ต้องไม่มีลมที่มีลักษณะเป่าเป็นจุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะตัวจ่ายลม ที่ใช้ในโครงการแบ่งเป็น 2 แบบ คือ

- การจ่ายลมจากเพดาน (CEILING DIFFUSER) ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นวงกลม, สี่เหลี่ยมจัตุรัสและสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ข้อดี สามารถกระจายความเย็นได้ทั่วถึง

ข้อเสีย เปลืองช่องว่าง (SPACE) เหนือเพดาน

- การจ่ายลมจากผนัง (WALL DIFFUSER) การจ่ายลมในแนวผนัง หัวจ่ายเรียกว่า GRILL ลักษณะการจ่ายจากด้านในอาคารออกสู่ด้านนอก เพื่อความร้อนจากภายนอกจะเข้ามาได้น้อยๆ

ข้อดี สามารถทำให้ห้องเพดานสูงได้ เพราะไม่มี DUCT CEILING

ข้อเสีย การจ่ายความเย็นอาจถูกรบกวนจาก SOLAR HEAT GAIN

สรุป ลักษณะการจ่ายลมเย็นภายในห้องพักแขก จะใช้แบบ WALL DIFFUSER หรือแบบ CEILING DIFFUSER อย่างไม่อย่างหนึ่ง หรือทั้งสองอย่างรวมกัน แล้วแต่ความเหมาะสมและการออกแบบ

ลักษณะของท่อจ่ายลม โดยทั่วไปเป็นลักษณะของท่อสี่เหลี่ยม แต่ท่อจ่ายลมที่ดีควรมีลักษณะเป็นทรงกระบอกแต่ไม่เป็นที่นิยม เพราะมีราคาแพงและเปลืองช่องว่างเหนือเพดาน สัดส่วนของท่อลมในด้านกว้างต่อด้านยาว จะเป็นอัตราส่วนประมาณ 1:6 ขึ้นไป

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

4.1.3.3 ระบบดูดอากาศกลับและระบบหมุนเวียนอากาศ ส่วนห้องพัก ใช้ระบบจ่ายความเย็นโดยใช้ FAN COIL UNIT เป่าลมเย็นเข้าสู่ห้องพักระบบหมุนเวียนอากาศกระทำได้โดยการดูดอากาศภายในห้องเข้าสู่ FAN COIL UNIT โดยตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ส่วนที่เป็นสาธารณะ เช่น โถงโรงแรม ห้องประชุม จัดเลี้ยง ภัตตาคาร ที่ใช้ AIR HANDING UNIT เป่าลมเย็นไปตามท่อ จะใช้ระบบหมุนเวียนอากาศแบบใช้ท่อดูดอากาศกลับ ซึ่งเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพมากและสามารถติดตั้งไว้ภายในห้องน้ำและดูดกลิ่นของห้องน้ำออกไปด้วย

การหมุนเวียนของอากาศกระทำเพื่อให้ระบบการจ่ายลมเย็นสามารถทำงานได้ และนอกจากนี้ยังเป็นระบบที่ช่วยให้ภายในห้องเกิดอากาศบริสุทธิ์เข้ามาแทนที่อากาศที่หมุนเวียนภายในห้อง ซึ่งระบบการหมุนเวียนของอากาศนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระบบ

ระบบที่ 1 เป็นระบบหมุนเวียนอากาศที่มีประสิทธิภาพ แต่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก เพราะมีท่อสำหรับต้องดูดอากาศกลับ

ระบบที่ 2 ต้องเตรียมพื้นที่เหนือเพดาน โดยใช้ช่องว่างเหนือเพดานทั้งหมด สำหรับการดูดอากาศกลับ ลักษณะอาคารต้องถูก SEAL ไม่ให้มีรอยรั่ว

ระบบที่ 3 ใช้ CORRIDOR เป็น AIR RETURN DUCT ในตัว โดยทำประตูให้เป็น GRILL การหมุนอากาศระบบนี้ทำให้เกิดความประหยัด

ระบบที่ 4 ใช้ตัวอย่าง PAN ROOM เป็น GRILL ในตัว เป็นระบบที่มีราคาถูกแต่มีเสียงดัง และทำให้บริเวณที่ทำการเป่าแรงกว่าที่อื่นๆ

4.1.4 อุปกรณ์พิเศษที่ช่วยในการประหยัดพลังงาน (ENERGY SAVING DEVICE)

อุปกรณ์ควบคุมการทำงานของเครื่องปรับอากาศ ติดตั้งเพื่อช่วยควบคุมการทำงานของเครื่องให้เหมาะสมกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ ความชื้นโดยรวม เครื่องปรับอากาศจะทำงานภายใต้การควบคุมของ MICROPROCESSOR โดยมี CAROLIC COMPUTER เป็นตัววัดปริมาณน้ำเย็นที่ใช้ภายในระบบและวัดความแตกต่างอุณหภูมิของน้ำเย็นในระบบ และส่งผ่านไปที่ PARAMATRIX SEQUENCE CONTROLLER ซึ่งจะเป็นตัวกำหนด CHILLER ให้ทำงานเหมาะสมกับความต้องการของระบบ นอกจากนี้ภายในห้องพักแขกยังมีระบบสำหรับปรับอุณหภูมิของลมที่ออกจาก FAN COIL UNIT ให้เหมาะสมกับอุณหภูมิภายนอก เป็นการช่วยประหยัดพลังงานอีกส่วนหนึ่งด้วย

2.4.1.5 ระบบรักษาความปลอดภัยและการป้องกันอัคคีภัย

4.1.5.1 ระบบแจ้งเหตุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ระบบกดปุ่มแจ้งเหตุ มีสัญญาณเตือนในบริเวณโรงทั่วไป

2) ระบบ HEAT & SMOKE DETECTOR ในบริเวณโรงทั่วไป โถงทางเดิน ห้องพัก และในส่วนที่เสี่ยงต่อการเป็นต้นเหตุเพลิงไหม้

4.1.5.2 ระบบดับเพลิง

1) ระบบท่อน้ำแรงดัน และสายสูบ ในส่วนของโถงทางเดิน ห้องพัก และบริเวณอื่นๆ โดยทั่วไป

2) ระบบสปริงเกอร์ ใช้ระบบสปริงเกอร์แบบ WET PIPE เป็นระบบที่ท่อน้ำมีแรงดันตลอดเวลา เมื่อเกิดเพลิงไหม้ ความร้อนจะกระตุ้นให้กลไกที่หัวสปริงเกอร์เปิด และน้ำที่มีแรงดันสูงจะพ่นกระจายลงมา ติดตั้งในส่วนบริเวณหลักของโรงแรม BACK OF THE HOUSE เช่น ครัว ห้องซักรีด และส่วนอื่นที่เสี่ยงต่อการเกิดเพลิงไหม้

3) ระบบก๊าซ ใช้ระบบก๊าซฮาโลน 1301 ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ สามารถหยุดปฏิกิริยาลุกไหม้ของระบบการเผาไหม้จากโมเลกุลหนึ่งภายใน 10 วินาที เป็นก๊าซเหลวไม่เป็นอันตรายต่อคน และมีประสิทธิภาพมากเหมาะกับห้องที่ไม่สามารถดับไฟโดยการใช้น้ำได้ เช่น ในห้องที่มีระบบอิเล็กทรอนิกส์ ห้องควบคุมอาหาร ห้องควบคุมระบบโทรศัพท์

4) เครื่องมือผจญเพลิง ดับเพลิงที่เคลื่อนที่ได้ติดตั้งอยู่ร่วมกัน สายสูบและท่อน้ำ ระบบท่อน้ำแรงดัน รวมเป็น 1 หน่วย ทูกระยะ 20 เมตร

5) ระบบน้ำดับเพลิง

ใช้น้ำจากระบบน้ำใช้ โดยมีการสำรองระดับน้ำเอาไว้ใช้เพื่อการดับเพลิง นอกจากนี้ยังมีปั๊มน้ำฉุกเฉินที่สามารถทำงานได้โดยใช้ไฟฟ้าและน้ำมันดีเซล เพื่อให้สามารถทำงานได้ในกรณีฉุกเฉิน

2.4.1.6 ระบบการสื่อสารเทคโนโลยีสารสนเทศ

ระบบอินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายเหมือนเครือข่ายโทรศัพท์ที่เชื่อมโยงเข้าหากันได้ทั่วโลก ด้วยเหตุนี้การเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์จึงกระทำได้ในทุกเครือข่ายทั่วโลก การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากมายเช่น

- ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail)
- การสนทนาแบบเชื่อมต่อตรง (chat)
- การค้นหาข้อมูล (browser)
- เกมและนันทนาการ

ระบบสื่อสารเคลื่อนที่

ระบบสื่อสารเคลื่อนที่ (mobile phone system) หรือที่เรียกว่าระบบเซลลูลาร์โฟน (cellular phone system) ที่ใช้กับโทรศัพท์ ทำให้มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์ เคลื่อนที่ ปัจจุบันการสื่อสารระบบนี้เป็นที่แพร่หลายและนิยมใช้กันมากลักษณะการทำงานของระบบสื่อสารแบบนี้คือมีการกำหนดพื้นที่เป็นเซลเหมือนรวงผึ้ง แต่ละเซลจะครอบคลุมพื้นที่บริเวณหนึ่งมีระบบสื่อสารเชื่อมโยงระหว่างเซลเข้าด้วยกัน ครอบคลุมพื้นที่บริการไว้ทั้งหมด ดังนั้นเมื่อเราอยู่ที่บริเวณพื้นที่บริการใด และมีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ สัญญาณจากโทรศัพท์เคลื่อนที่จะเชื่อมโยงกับสถานีรับส่งประจำเซลขึ้น ทำให้ติดต่อไปยังข่ายสื่อสารที่ใดก็ได้ ครั้นเมื่อเราเคลื่อนที่ออกนอกพื้นที่ที่จะโอนการรับส่งไปยังเซลที่อยู่ข้างเคียง โดยที่สัญญาณสื่อสารไม่ขาดหาย

ระบบสื่อสารไร้สาย (wireless communication) เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นเพื่อสร้างความสะดวกในการเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ เข้าสู่เครือข่าย ระบบที่รู้จักและใช้งานกันแพร่หลายคือระบบแลนไร้สาย (wireless LAN) เป็นระบบเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ต่างๆ เข้าสู่เครือข่ายด้วยสัญญาณวิทยุ สามารถเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์เข้าสู่ระบบด้วยความสูงถึง 11 เมกะบิตต่อวินาที ระบบเครือข่ายไร้สายที่รู้จักและนำมาประยุกต์ใช้กันมากอีกระบบหนึ่งคือ ระบบบลูทูธ (bluetooth) เป็นการเชื่อมโยงอุปกรณ์ต่างๆ เข้าสู่เครือข่ายในระยะใกล้ เพื่อลดการใช้สายสัญญาณ และสร้างความสะดวกในการทำงาน

อุปกรณ์เพื่อการประชุมและนำเสนอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์การประชุมถือเป็นเทคโนโลยีที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการประชุม ดังนั้น บริษัทจึงคัดสรรแต่อุปกรณ์การประชุมที่ได้มาตรฐาน มีความทันสมัย อาทิ เครื่องเสียง ไมโครโฟน เครื่องถ่ายเอกสาร LCD Notebook Computer Printer ฯลฯ

2.4.2 การใช้สีภายในอาคาร

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

อันที่จริงแล้วอิทธิพลของสีที่กระทบจิตใจของเรารู้สึกไม่เหมือนกันทุกคน ทั้งนี้เพราะในการตกแต่งภายใน ควรจะคำนึงถึงคุณลักษณะและความรู้สึกในเรื่องสีด้วย เช่น

- สีสามารถสร้างความรู้สึกเข้าใกล้หรือห่างออกไป คือ สีอ่อน ดูแล้วรู้สึกเข้าใกล้ตัว แต่สีเย็นดูแล้วออกห่างจากตัว

- สีบางสีอาจไม่น่าดูเมื่อใช้กับพื้นที่มากๆ แต่เสริมให้นำดูแก่สีอื่นๆ เมื่อใช้ในพื้นที่เล็กๆ เช่น สีส้มสดบนพื้นที่สีเขียวเข้ม

- เมื่อใช้สีเข้มจัดคู่กับสีอ่อนจัด จะดูเด่น มีชีวิตชีวากว่าการใช้สีที่มีความเข้มใกล้เคียงกันไว้ด้วยกัน

- ความเด่นของสี จะเกิดขึ้นเมื่อใช้สีต่างกันในเรื่องที่หรือปริมาณไม่เท่ากัน เพราะการใช้สีแต่ละสีในปริมาณเท่ากันหมด หรือเนื้อที่เท่าๆ กันทั้งหมด จะเกิดความน่าเบื่อหรือการตัดกันอย่างรุนแรง

1) จิตวิทยาการใช้สี สีมักมีปฏิสัมพันธ์ต่อความรู้สึกของมนุษย์โดยตรง เช่น

- สีเทา ให้ความรู้สึกเคร่งขรึม สุขภาพ ผู้ดี เรียบร้อย เยียบสงัด

- สีดำ ให้ความรู้สึกลึกลับ มีด ทุกข์โศก น่ากลัว ให้ความแข็งแกร่ง มีพลัง

- สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากมลทิน เปิดเผย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สีแสด ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ สนุก อันตราย เบิกบาน ต้อนรับ
รบกวน ไม่สบายใจแทรกอยู่
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกเปรี้ยว ร่าเริง ดีใจ มีอำนาจ ชักจูง ความมั่งคั่ง
- สีแดง ให้ความรู้สึกมั่งคั่ง สมบูรณ์ ความสวย ความสุข ตี้อริ้น ทำทนาย
กระตุ้นความหวาน ความอบอุ่น กระตือรือร้น ร้อน ดุร้าย แรงกล้า
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสุภาพ ถ่อมตน หนักแน่น เยือกเย็น สุขุม คงสภาพ
มีฐานันดรศักดิ์ มั่นคง
- สีเขียว ให้ความรู้สึกร่าเริง สดชื่น กระชุ่มกระชวย สุขุม เยือกเย็น สันติ

2.4.3 วัสดุที่ใช้ภายในอาคาร

การใช้วัสดุตกแต่งภายในห้องของอาคารพักอาศัยตากอากาศและส่วนอื่นๆ ซึ่งบางชนิดไม่เหมาะสมและไม่สามารถนำมาใช้ได้ ถ้าจะใช้ได้ก็จะเกิดปัญหาจากอากาศบริเวณชายทะเลที่มีปฏิกิริยาต่อวัสดุนั้นๆ และต้องเพิ่มการบำรุงรักษา อันเป็นการเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ จากการวิเคราะห์โดยวัสดุที่ใช้นั้นจะต้องทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศแบบชายทะเล และง่ายต่อการดูแลรักษาทำความสะอาด และน้ำทะเลไม่มีปฏิกิริยาต่อวัสดุเหล่านั้น ส่วนใหญ่ที่ใช้กันอยู่ก็จะเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ และจากการประดิษฐ์โดยทั่วไป ไม่ทุกชนิด เช่น ไม้สัก หวาย ไม้ไผ่ ไม้ฉำฉา ฯลฯ หินก็มีพวก หินอ่อน หินกาบหรือหินทะเล ฯลฯ กระฉกและอื่นๆ ซึ่งความจริงในส่วนของพื้นที่ไม่จำเป็นต้องปูพรมทุกห้อง (นอกจากต้องการความหรูหราและสวยงาม) เพราะยากแก่การทำความสะอาด เพราะชายทะเลมักจะมียารายติดตามและเสื้อผ้าของผู้ที่มาพักอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการที่จะมาพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศก็ต้องการความสบาย โดยไม่จำเป็นต้องระวังรักษา หรือใช้โดยอึดอัดไม่สะดวก พื้นส่วนที่เป็นสาธารณะโดยทั่วไปควรใช้หิน กระเบื้องดินเผา หรืออื่นๆ เพราะเหมาะสมกับอากาศชายทะเลและดูแลรักษาทำความสะอาดง่ายและคงทนถาวร

1) วัสดุประเภทหิน

วัสดุประเภทหิน สำหรับผนังภายในและภายนอกของอาคารชุด นับว่าเหมาะสมที่จะกรุด้วยวัสดุประเภทหิน อันได้แก่ หินประเภทเนื้อละเอียด สามารถทนต่อฟ้าอากาศหรือใช้กันผนัง และพื้นที่

ใช้งานสมบุกสมบัน ตลอดจนเนื้อที่ที่คนพลุกพล่าน เพราะหินทนต่อการสัมผัสและทำความสะอาดง่าย และหินยังมีคุณสมบัติที่ให้ความงดงาม ประทับใจ มีค่า หรุหร่า วัสดุประเภทหิน แยกชนิดได้ดังต่อไปนี้

- หินอ่อน เป็นหินที่สามารถทนสกปรกได้ดี ทนต่อสารเคมีได้บ้างในบางชนิด ซึ่งจะใช้นหินอ่อนกับผนังภายในเป็นส่วนมาก หินอ่อนให้ลักษณะที่มีคุณค่าในด้านความงามกว่าหินประเภทอื่นๆ มีสีให้เลือกหลายสี เช่น ขาว ดำ เทา ชมพู เขียว เนื้อ น้ำตาล เป็นต้น หินชนิดนี้ทนกับน้ำหนักปานกลาง ทนต่อการขีดสี ไม่เก็บเสียง หรุหร่า และมีผิวหน้าที่ดูสวยงาม ถ้าถูกน้ำมันอาจต่างเป็นดวง มีทั้งแบบด้านและมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำที่ต้องการความหรุหร่า

- หินกาบ คือ หินซ้อนกันเป็นชั้นๆ ที่นิยมใช้มีหลายสี คือ สีน้ำตาล ดำ เหลือง ส้ม แดง ม่วง (ราคาแพงที่สุด) หายากแต่ดูไม่ธรรมดา การปูหินกาบ เตรียมพื้นที่ที่จะปูให้มีผิวขรุขระเพื่อหินกาบจะได้ติดแน่นกับพื้น ใช้แปรงชุบน้ำตีผนังให้ชุ่มขณะปูตลอดเวลา ใช้ปูนทรายเป็นตัวเชื่อมเมื่อปูต้องคอยจับแผ่นหินไปด้วย เพื่อไม่ให้ปูนเกาะที่หินกาบ เมื่อเสร็จ ใช้ฟองน้ำทำความสะอาดและลงแว็กซ์

- หินแกรนิต ส่วนมากใช้กรุผนังหรือพื้นทางเดินของส่วนต่างๆ เนื่องจากเป็นหินแข็งที่สุด เนื้อแน่นและทนทานเมื่อขีดให้ขึ้นเงาจะมีลักษณะคล้ายหินอ่อน และบำรุงรักษาความสะอาดได้ง่าย

- หินชนวน หินชนวนมีสีต่างๆ ให้เลือกหลายสี ได้แก่ สีฟ้า สีดำ และสีน้ำตาล มีราคาแพงอยู่บ้าง แต่ประหยัดค่าบำรุงรักษาได้ดี

- หินหล่อ ได้แก่ วัสดุประเภทหินผสมกับซีเมนต์ ภูมิคุ้มกันน้อยกว่าหินแท้ แต่มีความงดงามคงทนและบำรุงรักษาง่ายเท่ากับหินแท้

2) วัสดุประเภทดินเผา

วัสดุประเภทดินเผา เช่น อิฐ กระเบื้อง และเซรามิค สามารถใช้กรุพื้นและผนัง ราคาถูกกว่าหินทนทานดินฟ้าอากาศ ทนการสึกกร่อน บำรุงรักษาง่าย ตลอดจนมีลวดลายให้เลือกได้มากกว่า

- อิฐ สามารถนำมาใช้ได้โดยธรรมชาติของมัน หรือทาสีทับ สีธรรมชาติมีสีแดง สีแสด สีเหลือง หรือสีเทา ขาว ราคาถูกกว่าหิน คงทนและง่ายต่อการรักษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กระเบื้อง เป็นวัสดุที่สามารถปูได้ทั้งพื้นและผนัง ให้ในทุกห้องตามที่ต้องการ และเหมาะสมกับสภาพดินฟ้าอากาศ และทนต่อผลจากไอน้ำเค็มได้เป็นอย่างดี และยังมีหลายขนาดหลายแบบ และหลายสีให้เลือกได้ตามความพอใจ

3) วัสดุประเภทไม้

เป็นวัสดุที่เหมาะสมกับการตกแต่งภายในที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ เพราะหาได้ง่าย ทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ และมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ไม้มีหลายชนิด เช่น

- ไม้อัดสัก เป็นไม้เนื้อปานกลางระหว่างไม้เนื้อแข็งและไม้เนื้ออ่อน ใช้กับงานประณีตได้ดี รวมทั้งมีสีและลวดลายสวยงามเหมาะสมแก่การทำเครื่องเรือน ในส่วนที่ต้องการความสวยงามและคงทน การนำมาใช้ควรขัดผิวให้เรียบเนียน อาจย้อมสีให้เข้มขึ้นเล็กน้อยก็จะสวยงาม

- ไม้อัดยาง คือ ไม้สักที่แปรรูปให้เป็นแผ่นบางอัดทับกับไม้เนื้อแข็ง เพื่อให้มีความแข็งแรงไม่บิดงอหรือหัก ใช้กรุเครื่องเรือน จะดูแลรักษาดีกว่าเครื่องเรือนที่ทำผิวด้วยไม้สัก

- ไม้อัดมะปิ่น เป็นไม้อัดที่มีคุณภาพและราคาปานกลาง มีเนื้ออ่อนและทำผิวได้ดีได้โดยไม่ต้องย้อมสี

- ไม้อัดลมหิน เป็นไม้อัดที่มีลักษณะคล้ายไม้อัดสัก แต่มีลวดลายแปลกกว่า คือไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเหมือนลายของไม้สักแต่ผลิตน้อยจึงหายากราคาไม่แน่นอน มีความคงทนมาก อาจใช้ปนกับไม้สักได้

- ไม้สนหรือฉำฉา เป็นไม้เนื้ออ่อน ไม้นิยมใช้ทำเครื่องเรือนมากนัก แต่มีใช้ประกอบหรือตกแต่งบางส่วนของเครื่องเรือนให้ดูสวยงามมากขึ้น ปัจจุบันมีการนำไปใช้ทำเครื่องเรือนทั้งตัวด้วยความสวยงาม แต่ไม่ค่อยแข็งแรง จึงใช้กับเครื่องเรือนที่มีขนาดเล็กๆ ไม่รับน้ำหนักมากนัก หรือใช้ประกอบบนโครงสร้างไม้เนื้อแข็งแทน ก็จะได้ผลดีเพราะมีความสวยงาม และราคาค่อนข้างถูก

- ไม้จำปา เป็นเนื้อไม้สีอ่อน ใช้กับงานประณีต ไม้นิยมย้อมสี

- ไม้ประสานสัก เป็นไม้ชิ้นเล็กที่นำมาติดต่อกันเป็นแผ่น เพื่อทำเครื่องเรือน ไม้ทนทานเท่าไม้สัก แต่ราคาถูกนอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ที่อัดแปรรูปแล้วใช้เครื่องเรือนได้อีก มีความแข็งแรงเท่าเทียมกับไม้ แต่ราคาถูกกว่า เรียกว่า “ยิปซัมบอร์ด” แต่ต้องมีวัสดุกรุทับผิวหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) วัสดุจำพวกหวายและไม้สัก

- หวาย เป็นวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติในเมืองร้อน เหมาะสมกับการนำมาใช้ตกแต่งอาคารประเภทโรงแรมพักตากอากาศเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ ได้บรรยากาศพื้นถิ่น ไม่ทำปฏิกิริยากับไอเค็มจากน้ำทะเลเหมือนโลหะ รวมทั้งราคาถูก สวยงาม น้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายได้สะดวก นอกจากนี้ในปัจจุบันเครื่องเรือนที่ทำด้วยหวาย มีผลิตออกมามากมายหลายแบบ สามารถย้อมด้วยสีฝุ่น หรือทำสีพ่นได้ อย่างไรก็ตามก็ยังคงนิยมใช้สีธรรมชาติของหวายอยู่เช่นกัน

5) การใช้วัสดุอื่นผสม

การใช้หวายผสมกับวัสดุอื่นๆ มีมานานแล้ว ในปัจจุบันมีวิวัฒนาการของการผสมผสานดังกล่าวมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น นำหวายมาผสมผสานกับกระจก ทำเป็นที่บังตา ใช้หวายผสมกับโครงสร้างเหล็กเป็นเก้าอี้นั่ง ใช้หวายตกแต่งเก้าอี้นวม เป็นต้น

- กระจกเป็นวัสดุที่มีความสำคัญต่อการตกแต่งภายในเป็นอย่างมาก เพราะมีความสวยงามในตัวเองสามารถใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี มีความโปร่งแสง ทนไฟ และกระจกเงาก็มีความสำคัญในการเพิ่มความโปร่ง โล่ง และมีคุณค่า หูหระ ให้กับสถานที่ กระจกมีหลายแบบสามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการ เช่น กระจกดูดความร้อนกระจก 2 ชั้น ช่วยกระจายแสง และกรองความร้อน กระจกบานเกล็ด รับลมได้ กระจกมีข้อดีคือ สามารถกันน้ำ ลม ฝนได้ ปลอดภัยจากเชื้อรา และสามารถป้องกันเสียงรบกวนได้ แต่มีข้อเสียคือ มีขนาดใหญ่ไม่มาก (ถ้าต้องการขนาดใหญ่พิเศษ ต้องสั่งทำจากต่างประเทศ และมีราคาสูงมาก) ยากต่อการขนส่ง ผิวหน้ามักจะเป็นรอยขีดข่วน และฝุ่นเกาะได้ง่าย

- ฝ้าม่าน ฝ้าม่านเป็นวัสดุสำคัญในการตกแต่งภายใน ที่มีความจำเป็นต่อประตูหน้าต่าง และกระจก บางครั้งอาจนำมาใช้ในลักษณะการปิดกันอื่นๆได้ ฝ้าม่านนำมาใช้ทำฝ้าม่านมีหลายชนิดด้วยกัน ประโยชน์ของฝ้าม่านมีหลายอย่าง คือ ช่วยกรองแสงให้ลดความจ้าลง ควบคุมความสว่างได้ตามต้องการ ช่วยลดความร้อนจากอุณหภูมิของแสงแดด ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่วยกันฝุ่น ป้องกันเสียงสะท้อน สร้างบรรยากาศในการตกแต่งและบังสายตาได้เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5. กรณีศึกษาเปรียบเทียบ



luxury boutique resort by **HERMES**

CASE STUDY

The Siam Hotel : แขวง วชิรพยาบาล เขต ดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โรงแรมหรู ย่านสยาม ในทำเลที่ใกล้กับสยามสแควร์ บริการแบบเป็น Urban Luxury Resort พร้อมห้อง ที่นั่งพักผ่อน ฟิตเนส สระว่ายน้ำ และสปาไฮสเปค การตกแต่งและกลิ่นภายในที่ทันสมัยน่าทึ่ง วัสดุและวัสดุตกแต่งที่เลือกใช้ โรงแรมหรูและทันสมัย น่าทึ่ง โรงแรมที่ดูความทันสมัยด้านตัวโรงแรม มี ดีไซน์และใช้วัสดุที่ดูดีจากที่ที่ดูทันสมัยและหรู



การตกแต่งที่ทันสมัย และเน้นใช้วัสดุที่ดูดีและหรู พร้อมสระว่ายน้ำ ฟิตเนส สระว่ายน้ำ และสปาไฮสเปค การตกแต่งและกลิ่นภายในที่ทันสมัยน่าทึ่ง วัสดุและวัสดุตกแต่งที่เลือกใช้ โรงแรมหรูและทันสมัย น่าทึ่ง โรงแรมที่ดูความทันสมัยด้านตัวโรงแรม มี ดีไซน์และใช้วัสดุที่ดูดีจากที่ที่ดูทันสมัยและหรู



หัวข้อการศึกษา

- ด้านการจัด space ของห้อง
- ด้านการตกแต่ง ภายในและบริเวณที่ดูทันสมัย
- ด้านการจัด lay-out ที่มีความสวยงามหรู

แนวทางการนำไปใช้

- นำการจัด space ของอาคารมาปรับใช้ในพื้นที่จำกัด
- นำลักษณะการตกแต่งและกลิ่นภายใน
- นำลักษณะการจัด lay-out ที่มีความสวยงามหรู

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE SAQWALUK PAIDESH 54020166



luxury boutique resort by **HERMES**

CASE STUDY

BULGARI HOTELS & RESORTS : Via Galba Fratelli 7h, 20121 อิตาลี

จำนวนห้องพัก : 52 ห้อง 6 ประเภทห้องพัก
การออกแบบ : เป็นโรงแรมหรูที่ตกแต่งด้วยสไตล์โมเดิร์น 18 ชั้นและใช้วัสดุที่ดูดีและหรู การตกแต่งและกลิ่นภายในที่ทันสมัยน่าทึ่ง วัสดุและวัสดุตกแต่งที่เลือกใช้ โรงแรมหรูและทันสมัย น่าทึ่ง โรงแรมที่ดูความทันสมัยด้านตัวโรงแรม มี ดีไซน์และใช้วัสดุที่ดูดีจากที่ที่ดูทันสมัยและหรู



หัวข้อการศึกษา

- ด้านการจัดพื้นที่ภายในและภายนอกอาคาร
- ด้านการออกแบบที่ดูทันสมัย
- ด้านการนำลักษณะที่ดูดีของวัสดุมาใช้

แนวทางการนำไปใช้

- นำการออกแบบภายนอกที่ดูดีและหรูมาใช้
- นำลักษณะการตกแต่งและกลิ่นภายใน
- นำลักษณะการจัด lay-out ที่มีความสวยงามหรู

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE SAQWALUK PAIDESH 54020166

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



luxury botique resort by HERMES

CASE STUDY

สราussen (Rachamankha Hotel): 6 Rachamankha 9 Phra Singh Chiang Mai 50200 Thailand



the deluxe room พื้นที่ 40 ตารางเมตร วิวชั้นโถงโถงยาว



the superior room
พื้นที่ 32 ตารางเมตร วิวชั้น 1 ระเบียง courtyard
สามารถรับเตียง twin bed หรือ king size bed



the suites
พื้นที่ 100 ตารางเมตร เป็นอาคารส่วนตัวอยู่ริมกำแพงสูง มีห้องรับแขกห้องนั่งเล่น
ห้องนอนรับแขก 2 ห้อง ระเบียงส่วนตัวและสระว่ายน้ำ



หัวข้อการศึกษา

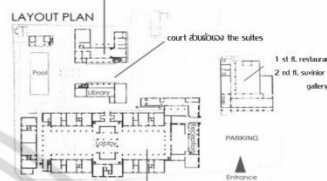
- ศึกษาการจัด space การจัดวาง plan
- ศึกษาการออกแบบสวน
- ศึกษาการ service ของโรงแรม

แนวทางการนำไปใช้

- นำการจัดวางสวนมาใช้เป็นสวนสาธารณะ
- นำลักษณะการออกแบบสวนมาใช้
- นำลักษณะการ service เป็นตัวอย่างนำมาใช้

โรงแรมหรูแห่งนี้มีพื้นที่ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของเชียงใหม่พัฒนาพื้นที่
มีการพัฒนาพื้นที่ space ที่น่าสนใจเพราะอาคารมีลักษณะเป็นรูปตัว U
โถงตรงกลางทำให้รับลมธรรมชาติได้เป็นอย่างดีใช้พื้นที่ของโรงแรมหรู
ตั้งแต่โถงกลางไปถึงห้องนั่งเล่นและห้องนอนเป็นพื้นที่รับแขก
ใหญ่ที่รับแขกแบบส่วนตัวโรงแรมแห่งนี้จึงน่าประทับใจ

the suites อาคารส่วนตัวอยู่ริมกำแพง (ภาพด้านบนคือจาก lobby)



KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE SAOWALUK PAIDESH 54020166

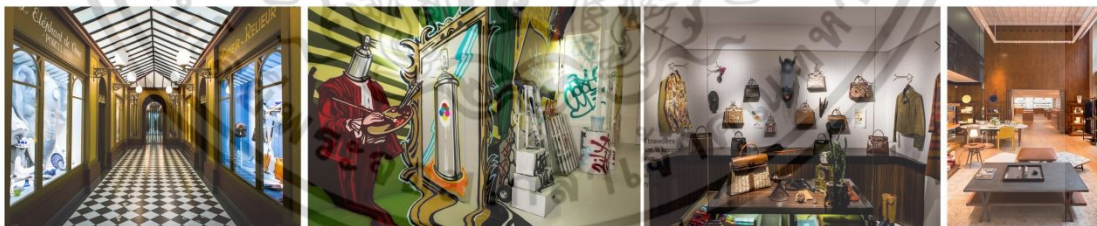


luxury botique resort by HERMES

CASE STUDY

HERMES WANDERLAND EXHIBITION AT THE SAATCHI GALLERY

"A wonderfully liberating art of urban wandering is second nature to Hermes," claimed Pierre-Alexis.
"Immersive exhibition"



หัวข้อการศึกษา

- ศึกษาการจัด space ของจัดทั้งบูธการจัดแสดง
- ศึกษาแนวคิดการออกแบบนิทรรศการ
- ศึกษาการวาง lay-out ที่มีความสัมพันธ์กัน

แนวทางการนำไปใช้

- นำการจัด space ของอาคารมาประยุกต์ใช้ในพื้นที่จัด
- นำลักษณะการวางแนวเลย์เอาต์ของบูธ
- นำลักษณะการจัด lay-out ไปใช้ที่จัดสวนสัมพันธ์กันสภาพแวดล้อม

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE SAOWALUK PAIDESH 54020166

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H
luxury boutique resort by HERMES
CASE STUDY

Hermes : Festival des Metiers @Siam Paragon 27 Feb - 2 Mar 2015



Hermes Festival des Metiers จัดขึ้นในธีมงานศิลปะการเย็บปักถักร้อยที่ถ่ายทอดถึงงานช่างฝีมือของ Hermès โดยที่ร้าน Hermès (พารากอน สาขาใหม่) เป็นที่จัดแสดงผลงานชิ้นพิเศษที่ออกแบบโดยช่างฝีมือของ Hermès ซึ่งงานศิลปะที่นำมาจัดแสดงในงานนี้ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
งานศิลปะที่นำมาจัดแสดงในงานนี้ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
งานศิลปะที่นำมาจัดแสดงในงานนี้ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ

หัวข้อการศึกษา

- ศึกษาการจัด space ของร้านค้าบู๊ทิกโชว์
- ศึกษาแนวคิดการออกแบบกิจกรรม
- ศึกษาการวาง lay-out ที่มีความสอดคล้องกับบริบท

แนวทางการนำไปใช้

- นำการจัด space ของงานบู๊ทิกโชว์ไปใช้กับร้านค้า
- นำสื่อบริการลูกค้าแบบออนไลน์มาใช้
- นำสื่อบริการจัด lay-out ไปใช้กับสถานที่จัดงานอีเวนต์














KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE SAO WALUK PAIDESH 54020166

H
luxury boutique resort by HERMES
CASE STUDY

	แนวคิดการออกแบบ ภูมิสถาปัตย์	การจัด layout plan	activities	การนำสิ่ง	องค์ประกอบ โครงการ	ข้อเสนอแนะนำไปใช้
						- นำแนวคิดรูปแบบอาคารระแนงมาใช้ - นำแนวคิดการจัดสวนมาใช้
						- นำแนวคิดการนำลักษณะพิเศษของแบรนด์มาใช้ - นำแนวคิดการจัดสรรพื้นที่ของโครงการมาใช้
						- นำแนวคิดการนำลักษณะพิเศษของแบรนด์มาใช้ - นำแนวคิดการออกแบบร่วมสมัยมาใช้
						- นำแนวคิดการจัดพื้นที่ประกอบ layout plan มาใช้ - นำแนวคิดการจัด space ของอาคารมาใช้ - นำลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์มาใช้
						- นำการจัด space ที่ทำให้เกิดความโปร่งสบาย พราง space การวาง layout ที่ซอก - นำลักษณะการจัดพื้นที่ให้เกิดความ flow - นำลักษณะการจัด lay-out ไปใช้ให้เกิดความเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อม
						- นำการจัด space ที่มี court กลางเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง - นำลักษณะการออกแบบร่วมสมัยมาใช้ - นำลักษณะเด่นที่นำเอาเอกลักษณ์ของแบรนด์มาใช้
						- นำการจัดวางแปลนที่เน้นความ - นำการออกแบบการเข้าถึงที่มีความสัมพันธ์ - นำลักษณะการออกแบบร่วมสมัยมาใช้

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE SAO WALUK PAIDESH 54020166

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DESIGN BUILDING		กิจกรรม			
	<p>design of western europe and thai style</p> <ul style="list-style-type: none"> - element - ornament - material - furniture <p>design of western europe and thai style</p> <ul style="list-style-type: none"> - element - ornament - material - furniture 	 	 	<p>facilities</p> <ul style="list-style-type: none"> - retail shop - exhibition <p>facilities</p> <ul style="list-style-type: none"> - retail shop 	
ผังอาคาร		การเข้าถึง			
 	<p>layout palm</p> <ul style="list-style-type: none"> - villa - landscape <p>layout palm</p> <ul style="list-style-type: none"> - villa - landscape - chinese belief of how to locate a building 	 		<p>reserve</p> <p>—</p> <p>lobby</p> <p>—</p> <p>guest room</p>	 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การศึกษาพฤติกรรมและพื้นที่ใช้งาน

3.1 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
1. กลุ่มคนที่ต้องการมีประสบการณ์การใช้ชีวิต แบบ hermes	- ต้องการพักผ่อนที่เป็นการใช้ชีวิตแบบ hermes - ต้องการใช้ชีวิตและทำกิจกรรมอย่างมีความสุขร่วมกับสังคมใหม่ๆ
2. กลุ่มคนที่เป็นสาวกแบรนด์ hermes	- ต้องการการพักผ่อนที่เป็นแบบฉบับ life style hermes
3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจศิลปะแฟชั่น ที่ต้องการการพักผ่อนประสบการณ์ใหม่ๆ	- ต้องการพักผ่อนในธรรมชาติที่สวยงาม สบายสงบ
4. นักธุรกิจแขก VIP ของแบรนด์ hermes	- ต้องการที่พักสำหรับการประชุม สัมมนา เกี่ยวกับธุรกิจประเภทต่างๆ - ต้องการดู exhibition และ การเดินแบบ

3.2 พฤติกรรมของผู้ให้บริการ

3.2.1 ประเภทผู้ให้บริการ

สามารถแยกเป็นได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ฝ่ายบริหาร คือ บุคคลที่ทำงานในระดับบริหาร หรือระดับมัธยสมของโรงแรม เช่น ผู้จัดการหรือผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต่าง ๆ

2. เจ้าหน้าที่ คือ บุคคลที่ทำงานภายในโรงแรม แต่มีตำแหน่งหน้าที่ประจำโรงแรม เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายแคชเชียร์ ฝ่ายลงทะเบียนห้องพักแขกเป็นต้น เจ้าหน้าที่เหล่านี้ทำงานอยู่ใน FRONT OF THE HOUSE ซึ่งต้องพบปะติดต่อแขกอยู่เสมอ

3. พนักงานทั่ว ๆ ไป คือ พนักงานครัว พนักงานช่าง พนักงานทำความสะอาดพนักงานเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนของเป็นต้น พนักงานส่วนนี้อยู่ในส่วน BACK OF THE HOUSE

3.2.2 พฤติกรรมการให้บริการ

พฤติกรรมของผู้ให้บริการของโรงแรม จะแตกต่างกันตามประเภทของบุคคลที่ทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ฝ่ายบริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับสูง

เวลาทำงาน 08.00 น. – 21.00 น.

1.00 น. – 13.00 น.

และ 18.00 น. – 18.30 น.

พฤติกรรม เดินทางมาถึงโรงแรม จอดรถในที่ที่จัดไว้เฉพาะตรงไปห้องตอกบัตรเพื่อลงเวลาเข้าทำงาน ต่อจากนั้นตรงไปส่วนที่ปฏิบัติหน้าที่ และปฏิบัติหน้าที่ของตน จนหมดเวลาทำงานไปตอกบัตรเพื่อลงเวลากลับแล้วจึงเดินทางกลับ

เจ้าหน้าที่

เวลาทำงาน แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

- แบ่งทำงานเป็นผลัด

เวลา 08.00 น. – 16.00 น.

16.00 น. – 24.00 น.

24.00 น. – 08.00 น.

- ทำงานไม่เป็นผลัด

เวลา 08.00 น. – 17.00 น.

เวลาพัก ผลัดกันไปพัก

พฤติกรรม เมื่อเดินทางมาถึงจะต้องไปลงเวลาที่ TIME KEEPER ไปยังห้องแต่งตัวเพื่อเปลี่ยนเสื้อผ้าเป็นแบบฟอร์มของโรงแรม ตรงไปยังส่วนที่ปฏิบัติหน้าที่โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางบันไดและลิฟท์เจ้าหน้าที่เฉพาะ ปฏิบัติหน้าที่จนหมดเวลาทำงาน ไปตอกบัตรเพื่อลงเวลาเลิกงาน แล้วเดินทางกลับ

ลูกจ้างหรือพนักงานบริการ

เวลาทำงาน แบ่งการทำงานเป็นผลัด และเข้าปฏิบัติงานตามเวลาบริการของส่วนที่ตนทำงานอยู่

พฤติกรรม เช่นเดียวกับเจ้าหน้าที่

3.3 พฤติกรรมของผู้รับบริการ

3.3.1 ประเภทของผู้รับบริการ

1. ผู้มาพักโรงแรม
2. ผู้มาใช้บริการร่วม

1. ผู้มาพักโรงแรม หมายถึง ผู้มาใช้บริการห้องพักของโรงแรมอาจเป็น นักท่องเที่ยว นักธุรกิจ หรือผู้มาพักผ่อนเป็นครอบครัว โดยทั่วไปแบ่งแยกต่างประเทศออกเป็น

1.1 F.I.T (FREE LANCE INDIVIDUAL TRAVELLER)

โดยมากจะมาเป็นส่วนตัว โดยทำ RESERVATION ผ่านมาทาง TOUR AGENCY หรือมาพักเอง โดยตัวเองเป็นผู้เลือกมาพักโรงแรมนี้เอง

1.2 GROUP TOUR

เป็นประเภทที่มาเป็นกลุ่มประมาณ 15-30 คนโดยผ่าน TOUR AGENCY

1.3 G.I.T. (GROUP INDIVIDUAL TRAVELLER)

หมายถึงพวกที่จัดเป็นกลุ่ม ประมาณ 7-15 คน โดยมากแล้วจะเป็น นักท่องเที่ยว

1.4 COMMETCIAL

เป็นแขกประเภทที่มาทำธุรกิจ หรือ มาประชุม สัมมนาต่าง ๆ

2. ผู้มาใช้บริการร่วม จะเป็นแขกในประเทศได้แก่

2.1 ผู้มาใช้บริการประชุมสัมมนาต่าง ๆ วางหมายกำหนดการเป็นทางการ

2.2 ผู้มาใช้บริการสถานที่จัดเลี้ยงต่าง ๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์งานเลี้ยงแต่งงาน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 บุคคลทั่วไประดับต่าง ๆ ซึ่งสามารถเข้ามาจับจ่าย รับประทานอาหารในโรงแรมได้ หรือผู้ใช้สถานที่โรงแรมเป็นที่นัดพบติดต่อการงาน หรือมาพักผ่อนหย่อนใจ เช่น มานั่งฟังเพลง ซื่อของ เป็นต้น

2.4 ผู้มาติดต่อธุรกิจกับแขกที่โรงแรม

3.3.2 พฤติกรรมของการใช้อาคาร

การศึกษาพฤติกรรมภายในส่วน Lobby

ก. ผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการบริเวณ FRONT DESK มีการทำงาน 3 ผลัด

ผลัดที่ 1 08.00 น. – 16.00 น.

ผลัดที่ 2 16.00 น. – 24.00 น.

ผลัดที่ 3 24.00 น. – 08.00 น.

1. แผนกทะเบียน (REGISTRATION)

หน้าที่ ลงทะเบียนการเข้าพักของแขก CHECK IN

CHECK OUT

บทบาท

1. ยืนยันประจำตำแหน่งในส่วน FRONT DESK
2. ลงทะเบียนการเข้าพักของแขกแต่ละคน
3. หาห้องพักให้แก่แขก
4. ทำสถิติการเข้าพักของโรงแรม
5. ต้อนรับแขก

พฤติกรรม

- ก. กล่าวต้อนรับและแจ้งชนิดห้องพักแก่แขก เช็คว่าห้องพัก book ไว้ โดยตรวจดูจาก COMPUTE ที่ COUNTER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ข. ทำการ CHECK IN ให้แก่แขก โดยให้แขกเซ็นชื่อ ที่อยู่ วัน เดือนปีเกิด สัญชาติ อาชีพ การทำงาน ใบสำคัญประจำตัวต่างด้าว บัตรประจำตัวประชาชนลงในใบกรอก เรียกว่า บัตรจดนามผู้เข้าพัก ระยะเวลา และการเลิกพักในเวลาใด วันใด
- ค. เมื่อแขกเซ็นชื่อแล้ว พนักงานจะทำการกรอกตัวเลขที่แขกไม่ได้กรอกของ ใบสำคัญ เช่น PASSPORT หรือ บัตรประจำตัวประชาชนเพื่อให้ถูกต้อง
- ง. จากนั้นหยิบ ROOM CARD ให้แก่แขก แล้วพนักงานจะนำไปยังห้องพัก
- จ. เมื่อทำการ CHECK IN เรียบร้อยแล้วจะนำไปบันทึก COMPUTER การบันทึกนี้เพื่อทำสถิติ และนำไปเช็คกับกองตรวจคนเข้าเมือง จากนั้นออก บิลล์ห้องพักแขกและนำไปส่ง CASHIER เพื่อคิดจำนวนเงินอีกที
- ฉ. ทำการลงรายการประจำวัน ว่ามีแขกมาพักจำนวนเท่าใด
- ช. โทรศัพท์ไปทางแผนกแม่บ้าน เพื่อติดต่อว่าแขกเข้าห้องไหนจะได้จัดเตรียมพร้อมเรื่องเครื่อง ดืม และของตกแต่งจำพวกดอกไม้ และต่อสายโทรศัพท์ให้ เรียบร้อย เพื่อบริการแก่แขกอย่าง เทียบ พร้อม
- ซ. ในกรณีที่แขกจะย้ายห้อง ทำการเช็คว่างห้องไหนว่าง จากนั้นรับกุญแจคืน และให้ ROOM CARD ใหม่แก่แขก และทำการป้อนข้อมูลเข้า COMPUTER จากนั้นนำไปเปลี่ยนห้องให้ แก่ CASHIER และแผนกแม่บ้าน แผนก OPERATOR จะได้ทำการต่อสายโทรศัพท์และตกแต่งห้องใหม่
- ณ. ทำการตอบข้อซักถามและคอยต้อนรับ
- ฐ. กรณีที่อุปกรณ์บริเวณ FRONT DESK เสียหายติดต่อแผนกช่างให้ทำการ ซ่อมแซม
- ฎ. เนื่องจากโรงแรมขนาดเล็กจึงทำหน้าที่ BELL CAPTAIN และ RESERVATION ไปด้วย

2. INFORMATION

หน้าที่ ให้ข่าวสารและตอบคำถามแก่แขก

บทบาท 1. ต้อนรับแขกและเข้ามาใช้บริการในโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ตอบข้อซักถาม และให้คำแนะนำแก่แขก
3. แจกเอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในกรุงเทพฯ และใกล้เคียง รวมทั้งแนะนำการหาซื้อสินค้าของที่ระลึกต่าง ๆ ตามความเหมาะสม
4. บริการด้านไปรษณีย์ และโทรเลข TELEX ด้วย

พฤติกรรม

- ก. เมื่อแขกเข้ามาถามปัญหาหรือต้องการทราบข้อมูลการท่องเที่ยวก็จะคอยตอบในตำแหน่ง COUNTER ที่ยืนอยู่ คอยแจกเอกสารแนะนำกรุงเทพฯ หรือแนะนำสถานที่ซื้อของ หรือแผนที่ต่าง ๆ
- ข. เมื่อมีผู้มาติดต่อกับแขกที่พักรวม ก็จะช่วยแนะนำชื่อพนักงาน แล้วพนักงานไปตรวจเช็คที่ INFORMATION ซึ่งจะใส่ชื่อแขกเรียงตามตัวอักษร และหมายเลขห้องพัก
- ค. มีตารางราคาห้องพัก BROCHURE ต่าง ๆ คอยบริการแก่แขกที่ต้องการทราบรายละเอียด
- ง. โทรศัพท์ติดต่อแผนกต่าง ๆ พนักงานจะรับข้อความที่มาถึงแขกแล้วแจ้งไปยังแขก รับจดหมายจากบุรุษไปรษณีย์ ทำการแยกชื่อห้องแล้วนำไปเสียบไว้ที่ KEY RACK ตรงบริเวณลงทะเบียน
- จ. พนักงานจะรับข้อความแขกต้องการส่งเทเล็กซ์ไปส่งยังห้อง TELEX และรับข้อความส่งมาโดย TELEX ให้แก่แขกทางช่อง KEY RACK พนักงานลงทะเบียนจะเป็นผู้นำไปให้แก่แขก เมื่อแขกมารับกุญแจ
- ฉ. เนื่องจากโรงแรมเป็นโรงแรมขนาดเล็ก INFORMATION จึงทำ หน้าทีส่วน FRONT CASHIER และ SAFE DEPOSIT ด้วย

3. FRONT CASHIER

- | | |
|---------|--|
| หน้าที่ | เก็บค่าบริการต่าง ๆ ของแขกที่เข้ามาพักในโรงแรม และแลกเปลี่ยนเงินแก่แขก |
| บทบาท | 1. รับบิลจากแผนกทะเบียนมาจัดเก็บเข้าแฟ้ม |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. คิดเงินค่าห้องของแขกทุกวัน ขณะที่แขกยังพักอยู่ใน
โรงแรม

3. เช็กไปยังแผนกต่างๆว่าแขกได้เข้าไปใช้บริการอะไรบ้าง
เป็นจำนวน เท่าใด

4. CHECK OUT ให้แขก

5. แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

พฤติกรรม

ก. รับ BILL จากแผนกทะเบียนเมื่อ CHECK IN แล้ว นำมาจัดเข้าแฟ้มซึ่งจะ
จัดเรียงตามลำดับตามรายชื่อห้อง

ข. พนักงาน CASHIER จะนำ BILL ดังกล่าวของทุกห้องเข้าเช็กทุกวันเป็นการ
คิดเงินค่าห้องพักแขกประจำวัน เมื่อแขกมา CHECK OUT พนักงาน
CASHIER จะโทรถาม MAID ที่อยู่ตามชั้นที่แขกพักห้องนี้ชื่อนี้ได้สั่งอาหาร
และเครื่องดื่มอะไรบ้างจะได้ทำการออก BILL และจะโทรถาม
OPERATOR ว่าแขกห้องนี้โทรศัพท์กี่ครั้ง และโทรไปเช็กหน่วยบริการอื่น ๆ
ว่าแขกใช้บริการอะไรบ้าง โดยนำ BILL ที่ฝ่ายทะเบียนให้นำเข้าเครื่อง
รวมจำนวนเงินที่แขกใช้ทั้งหมด

ค. รับเงินค่าบริการแขก

ง. เช็กยอดเงินที่ได้รับไปยังแผนกบัญชี

จ. ถ้าแขกที่มาใช้บริการ มีความต้องการแลกเปลี่ยนเงินตราในสกุลต่าง ๆ มา
เป็นเงินไทย ก็จะต้องทำการแลกเปลี่ยนให้ในอัตราสากลมี BOARD แสดง
อัตราแลกเปลี่ยนเงินไว้ให้แขกดู

ฉ. จะต้องมีที่เก็บเงิน จำแนกสกุลต่าง ๆ อย่างเป็นหมวดหมู่และเป็นสกุลด้วย

4. SAFE DEPOSIT

หน้าที่ เก็บของมีค่าแขก

บทบาท 1. อยู่ในตำแหน่ง COUNTER

2. รับฝากของมีค่าของแขก

พฤติกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ก. รับของมีค่าจากแขก เมื่อแขกนำมาฝาก
- ข. เก็บของมีค่าอย่างระมัดระวัง
- ค. คืนของแก่แขกเมื่อแขกมารับคืน

ปัญหาที่เกิดขึ้น ควรมีที่เก็บของอย่างเพียงพอ และบางที่ไม่อาจจะรับของที่มีขนาดใหญ่ได้ เนื่องจากความไม่สะดวกในการเก็บ

5. BELL CAPTAIN

หน้าที่ ควบคุมดูแลการทำงานของ BELL BOY

บทบาท 1. ควบคุมการทำงานของ BELL BOY ให้มีประสิทธิภาพ

2. ถ้าแขกมาจะต้องช่วย BELL BOY

3. รับโทรศัพท์ที่มาถึงแขกและสั่งให้ BELL BOY ไปเชิญแขกมารับ โทรศัพท์

พฤติกรรม

ก. นั่งทำงานบริเวณ COUNTER

ข. ควบคุมการทำงานของ BELL BOY กรณีที่แขกมามาก อาจจะต้องช่วยขนของ

ค. กรณีที่แขก CHECK OUT แล้วมีจุดประสงค์จะฝากของไว้ พนักงานจะต้องออกตัวให้แก่แขก และเช็คดูว่าแขกมี BELL CHECK OUT

เรียบร้อยแล้วหรือยัง จากนั้นนำกระเป๋าไปเก็บใน BAGGAGE ROOM

ง. คอยรับโทรศัพท์บริเวณ COUNTER เมื่อแขกต้องการให้คนขึ้นไปขนกระเป๋าบนห้องพัก เพื่อจะ CHECK OUT จะออกคำสั่งให้ BELL BOY ไปตามตัวแขกมารับโทรศัพท์

6. BELL BOY

หน้าที่ บริการขนกระเป๋าเดินทางและสัมภาระให้แก่แขก

บทบาท 1. ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ CHECK IN แล้วไปยัง

ห้องพักแขก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ CHECK OUT รถของ

แขก

3. ตามแขกรับโทรศัพท์ที่มาถึงแขก

พฤติกรรม

- ก. อยู่ประจำบริเวณประตูทางเข้า
- ข. คอยออกไปรับกระเป๋าเพื่อนำมายัง COUNTER เพื่อ CHECK IN
- ค. นำกระเป๋าไปยังห้องพักแขก
- ง. รับคำสั่งจาก BELL CAPTAIN ว่าห้องใน CHECK OUT แล้วขึ้นไปขนกระเป๋าและสัมภาระของ แขกลงมา
- จ. เมื่อแขก CHECK OUT แล้วส่งของสัมภาระไปยังรถของแขก
- ฉ. กรณีแขกฝากกระเป๋าจะไปไว้ใน BAGGAGE ROOM และทำบัตรให้เพื่อแสดงความสะดวกในการรับคืน
- ช. ถ้ามีโทรศัพท์มาถึงแขก จะต้องเป็นผู้ไปตามแขกให้มารับโทรศัพท์

7. RESERVATION

หน้าที่ รับจองห้อง

บทบาท คอยรับความประสงค์แขกว่าต้องการห้องพักจำนวนเท่าใด

แบบไหน

พฤติกรรม

- ก. คอยรับโทรศัพท์ของแขกที่โทรมาติดต่อหรือมาติดต่อด้วยตนเองเพื่อทราบความต้องการขนาดของห้อง และจำนวนห้อง
- ข. ตรวจสอบเช็คกับฝ่ายทะเบียนแล้วแจ้งแก่ผู้จองว่ามีห้องหรือไม่
- ค. เมื่อตกลงเรียบร้อยแล้ว จะทำบัตรจองห้องให้แก่แขกและมีสำรองอีกก็จะส่งไปยังฝ่ายทะเบียนเพื่อรอรับการมาของแขกอีก

ข. ผู้รับบริการ

ผู้เข้ารับบริการ LOBBY แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แขกที่เข้ามาพักในโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. บุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม

1 .แขกที่มาพักในโรงแรม

ประเภทของผู้เข้ามาพักมีหลายเชื้อชาติ ได้แก่ JAPAN, SINGAPORE, HONGKONG FRANCE, AMERICA, EUROPE AND THAI โดยส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ

หน้าที่ เป็นแขกของโรงแรม

บทบาท ปฏิบัติตามกฎหมายที่โรงแรมวางไว้

พฤติกรรม

- ก. แขกลงมาจากรถเข้าสู่ LOBBY ติดต่อลงทะเบียนห้องพักการจอลงหน้าแขกสามารถขึ้นห้องพักได้เลย หรืออาจจะนั่งพักบริเวณ BAR สักครู่ก่อนแล้วจึงขึ้นห้องพักโดยจะลงทะเบียนได้บนห้องพัก
- ข. กรณีที่มาหลายคน อาจจะนั่งพัก บางที่อาจจะรอบบริเวณ BAR สักครู่ก่อนแล้วจึงขึ้นห้องพักโดยจะลงทะเบียนได้บนห้องพัก
- ค. แขกอาจจะใช้บริเวณ BAR เป็นที่ประชุมพบปะกันของทัวร์ที่มาด้วยกัน

2. บุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรม

หน้าที่ แขกที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม

บทบาท 1. เข้ามาในบริเวณ LOBBY, BAR เพื่อนั่งรอพบแขกของโรงแรม

2. ปฏิบัติตามกฎหมายหรือระเบียบที่โรงแรมวางไว้

พฤติกรรม

- ก. บุคคลภายนอกที่เข้ามาพบแขกที่พักโรงแรม หลังจากโทรศัพท์ขึ้นไปยังห้องพักโรงแรมแล้วก็นั่งรออยู่ในบริเวณ BAR

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ข. บุคคลภายนอกที่เข้ามารับประทานอาหารในโรงแรมจะตรงเข้าไปยังห้องอาหารเลย หรืออาจจะนั่งรอในบริเวณ ก็ได้

การศึกษาพฤติกรรมภายในส่วน LOBBY LOUNGE

บริการอาหารว่างและเครื่องดื่มทุกชนิด

ก. ผู้ให้บริการ

ทำงาน 3 ผลัด ๆ ละ 4 คน

ผลัด 1 เวลา 06.00 – 14.00 น.

ผลัด 2 เวลา 14.00 – 22.00 น.

ผลัด 3 เวลา 22.00 – 06.00 น.

ประกอบด้วย

1. BARTENDER จำนวน 1 คน

หน้าที่ ผสมเครื่องดื่ม และจัดอาหารว่าง

- บทบาท
1. ตอบรับรายการจากพนักงานบริการ
 2. ผสมเครื่องดื่มหรือจัดอาหารว่าง

พฤติกรรม

- ก. รับรายการจากพนักงานบริการแล้วนำไปเสิร์ฟไว้ที่ COUNTER
- ข. จัดรายการตามที่ตั้ง
- ค. วางไว้บน COUNTER พนักงานจะนำไปส่งให้แก่แขก
- ง. พนักงานจะนำ BILL วางไว้ 1 ใบเก็บไว้ที่ CASHIER

2. พนักงานบริการ จำนวน 2 คน

หน้าที่ ให้บริการแก่แขกที่มานั่งใน BAR

บทบาท 1. ให้บริการแก่แขกและดูแลความเรียบร้อยใน BAR

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรม

- ก. คอยยืนอยู่ในบริเวณ BAR เพื่อแขกจะได้สั่งบริการอย่างสะดวก
- ข. นำรายการอาหารไปยัง COUNTER ผสมเครื่องดื่ม
- ค. นำเครื่องดื่มไปให้แก่แขกและคิดเงินเมื่อแขกจะกลับ

3. CASHIER จำนวน 1 คน

หน้าที่ คิดค่าบริการและเก็บเงิน

บทบาท 1. รับรายการจากพนักงาน

2. คิดเงินและเก็บเงิน

3. ทำบัญชีส่งฝ่ายบัญชีของโรงแรมวันต่อวัน

พฤติกรรม

- ก. นั่งบริเวณ CASHIER COUNTER
- ข. รับรายการจากพนักงาน
- ค. คิดเงินและเก็บเงิน ทอนเงิน ทำบัญชี
- ง. รูดบัตรลงบัญชี COMPUTER ในกรณีที่แขกใช้ ROOM CARD จ่ายเงิน

ข. ผู้รับบริการ

มี 2 ประเภท คือ 1. แขกภายในโรงแรม

2. บุคคลภายนอก

หน้าที่ รับบริการน้ำดื่ม

บทบาท 1. แต่งกายสุภาพ

2. นั่งพูดคุยกันได้อย่างสุภาพ ไม่ส่งเสียงรบกวนผู้อื่น

พฤติกรรม

- ก. เข้ามาในบริเวณ BAR
- ข. สั่งอาหารว่างและเครื่องดื่ม
- ค. สนทนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ง. เมื่อจะต้องกลับเรียกพนักงานมาเก็บเงินหรือใช้ ROOM CARD
- จ. รับเงินทอนและออกไป

การศึกษาพฤติกรรมใน RESTAURANT

เปิดบริการอาหาร เปิดบริการตั้งแต่เวลา 8.00 น. – 22.00 น.

ก. ผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ จำนวน ทำงาน 2 ผลัด

ผลัด1 8.00 น. – 15.00 น.

ผลัด2 15.00 น. – 22.00 น.

1. MANAGER

หน้าที่

ควบคุมดูแลความเรียบร้อยภายในภัตตาคาร

บทบาท

1. รับคำสั่งจากฝ่ายบริหารและนำมาประสานกับ

พนักงานในความรับผิดชอบ

2. ตรวจสอบดูแลความเรียบร้อย

3. ให้คำแนะนำแก้ไข ปรับปรุงการบริการอยู่เสมอ

พฤติกรรม

ก. ดูแลความเรียบร้อยกับผู้ช่วย

ข. คอยต้อนรับและแนะนำแขก

2. SUPERVISOR

หน้าที่

ดูแลการปฏิบัติงานภายในห้องที่รับผิดชอบ บางที่

ปฏิบัติงานแทนผู้จัดการ

บทบาท

1. รับคำสั่งจากผู้จัดการ และทำหน้าที่แทน รับผิดชอบ

อย่างเคร่งครัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ดูแลต้อนรับแขก

3. ดูแลพนักงานให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

พฤติกรรม

ก. แนะนำแขกแล้วพาแขกไปนั่ง

ข. ช่วยเรียกพนักงานบริการ

ค. นำ BILL มาให้แขกเมื่อเรียกเก็บเงิน

3. CASHIER

หน้าที่ ดูแลความเรียบร้อยเกี่ยวกับการเงินในภัตตาคาร

บทบาท 1. เช็คยอดเงินแต่ละโต๊ะ

2. รับเงินเข้าบัญชี ทอนเงิน

3. ทำบัญชียอดขายในแต่ละวัน

พฤติกรรม

ก. พนักงานบริการจํานำใบสั่งของแขกมาเสียบหน้าโต๊ะแคชเชียร์นำมาจากช่องคิดเงิน ส่ง BILL ให้พนักงานบริการไปเก็บเงิน

ข. ถ้าเป็นแขกที่พักในโรงแรมจะสามารถใช้ ROOM CARD ลงบัญชีไว้ได้ พนักงานบริการจะนำ ROOM CARD จากแขกมาให้ CASHIER เพื่อรูดบัตรลงบัญชีไว้ใน COMPUTER แล้วส่งต่อไปยังฝ่ายทะเบียน

ค. เมื่อห้องอาหารปิด รวมยอดเงินให้ตรงกับใบเสร็จ

ง. นำบัญชีเสนอต่อผู้จัดการและฝ่ายบัญชี

4. พนักงานบริการ

หน้าที่ บริการเสิร์ฟอาหารแก่ผู้มารับบริการ

บทบาท 1. การเข้าทำงานก่อนเวลาประมาณ 30 นาที

2. ใส่เครื่องแบบสะอาดเรียบร้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตรวจสอบกรณีใน SERVICE SATATION ให้

ครบถ้วน

พฤติกรรม

- ก. ช่วยกันจัดโต๊ะ โดยปูผ้าปูโต๊ะ จัดช้อนส้อม แก้วน้ำ จาน ชาม ถ้วย และเชิงเทียน แผ่นรองจานให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยพร้อมจะใช้ได้ทันที
- ข. คอยรับคำสั่งจากผู้จัดการ และผู้ช่วย
- ค. เรียนรู้รายการอาหาร
- ง. เมื่อแขกเข้ามาคอยบริการกล่าวทักทาย ช่วยเลื่อนเก้าอี้ให้แขก
- จ. ถามแขกว่าต้องการเครื่องดื่มก่อนหรือไม่ ถ้าต้องการจะเขียนใบสั่งไปให้ BARTENDER เมื่อเสิร์ฟเรียบร้อย ยืนคอยรับคำสั่งอาหารจากแขกโดยรอนแจกพร้อม
- ฉ. รับคำสั่งทบทวน เขียนใบสั่งไปที่ครัว ซึ่งจะมีพนักงานยกออกมาให้ที่ STATION นำไปส่งให้แขก
- ช. คอยเครื่องดื่ม เก็บจานอาหาร คอยถามแขกว่าต้องการสิ่งใดเพิ่ม โดยให้บริการอย่างสุภาพ ตลอดเวลา
- ซ. เก็บโต๊ะเมื่อแขกรับประทานอาหารเรียบร้อยแล้ว ส่งไปยังครัวแล้วถามแขกว่าต้องการอะไรเพิ่มเติมอีก หลังอาหารเสนอรายการของหวาน
- ณ. เมื่อคิดเงินนำ BILL จาก CASHIER ให้ในกรณีที่แขกใช้ ROOM CARD นำ ROOM CARD ไปให้ CASHIER เพื่อคิดเงินแล้วนำมาคืนแก่แขก
- ญ. กล่าวคำขอบคุณเมื่อแขกรับ BILL

ข. ผู้รับบริการ

1. แขกที่มาพักภายในโรงแรม เข้ามาใช้บริการเป็นกลุ่มเล็ก ๆ
2. บุคคลทั่วไป

หน้าที่

เข้ามารับประทานอาหาร

บทบาท

1. แต่งกายสุภาพ
2. เข้ามาเลือกที่นั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ทียบเมนู สั่งเครื่องดื่มและอาหารกับพนักงาน

บริการ

4. รับประทานอาหาร สนทนา

5. จ่ายค่าบริการ

พฤติกรรม

ก. เข้าในห้องอาหาร อาจจะมีการนั่งรอเพื่อบริเวณ WAITING AREA

ข. เมื่อเข้าไปใน DINING AREA พนักงานจะนำไปนั่งโต๊ะตามจำนวนคน

ค. สั่งเครื่องดื่ม

ง. สั่งอาหารรับประทาน ตามลำดับจากพนักงานบริการ

จ. จ่ายเงินตาม BILL

ฉ. ในกรณีที่เป็นการเข้าพักในโรงแรม สามารถใช้ ROOM CARD ลงบัญชีไว้
ได้

การศึกษาพฤติกรรมภายในส่วน Spa

ให้บริการเฉพาะแขกผู้มาพักภายในโครงการ เปิดบริการตั้งแต่เวลา 08.00 – 20.00 น.

ก. ผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ จำนวน ทำงาน 2 ผลัด

ผลัด 1 08.00 – 14.00 น.

ผลัด 2 14.00 – 20.00 น.

1. SPA MANAGER

บทบาท

1. รับคำสั่งจากฝ่ายบริหารและมาประสานงานกับพนักงาน

2. ตรวจสอบตราดูแลความเรียบร้อย

3. ให้คำแนะนำแก้ไขปรับปรุงการบริการอยู่เสมอ

พฤติกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก. คอยต้อนรับและแนะนำแขก

ข. ดูแลความเรียบร้อยภายใน

2. SPA RECEPTIONIST

บทบาท

1. ต้อนรับแขกที่มาลงทะเบียน

2. จัดการขั้นตอนการเข้ามาใช้บริการในส่วน TREATMENT ต่าง ๆ โดยประสานงานกับพนักงานใน SPA TREATMENT

3. ดูแลเรื่องการเงินภายใน SPA TREATMENT

พฤติกรรม

ก. คอยต้อนรับแจกให้ลงทะเบียนตรวจสอบข้อมูลประวัติของแขกและโปรแกรม TREATMENT ที่เหมาะสมสำหรับแขกคนนั้นจาก COMPUTER แล้วติดต่อไปยังพนักงานบำบัดภายในสปา

ข. เชิญแขกเข้าไปใช้บริการภายใน

ค. เมื่อแขกใช้บริการแล้ว ก็ออกไปเสร็จเก็บเงินค่าใช้บริการสำหรับแขกที่ไม่ได้พักในโครงการ

3. พนักงานบำบัด

บทบาท

1. ต้อนรับแขกและบริการแขกที่มาใช้บริการ

2. รับผิดชอบและจัดการความพร้อมของอุปกรณ์และวัสดุที่ใช้ในการบำบัด

3. ติดต่อประสานงานกับประชาสัมพันธ์

พฤติกรรม

ก. ต้อนรับแขก นำแขกไปยังห้อง LOCKER

ข. พาแขกไปใช้บริการห้องต่าง ๆ ที่ระบุในโปรแกรม TREATMENT

ค. เมื่อทำ TREATMENT เสร็จ พาแขกกลับมาห้อง LOCKER

ง. ส่งแขกเพื่อไปยังส่วนประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MASSAGIST	ให้บริการนวดแผนโบราณแก่ผู้ใช้บริการ และดูแลความสะอาด เรียบร้อยภายใน ห้องนวด
JAGUZZI STAFF	อธิบายวิธีการเข้าใช่อ่างน้ำร้อน ,อ่างน้ำวน แก่ผู้เข้าใช้บริการ ควบคุมอุณหภูมิห้องน้ำ และดูแลความปลอดภัย
SAUNA STAFF	ควบคุมอุณหภูมิห้องเซาวนา อธิบายวิธีใช้ห้องเซาวนาแก่ผู้ใช้บริการ และดูแลความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ

ข. ผู้รับบริการ

1. สมาชิกที่มาพักในโครงการ

บทบาท

1. เข้าออกกำลังกายหรือมารับการฝึกชกชิ่งและไทยปราณ
2. ติดต่อประสานงานกับประชาสัมพันธ์

พฤติกรรม

- ก. เมื่อเข้ามาในโถงทางเข้า ไปลงทะเบียนที่เคาน์เตอร์
- ข. เปลี่ยนรองเท้าเป็นรองเท้าผ้า
- ค. เปลี่ยนเสื้อผ้าในห้อง LOCKER เพื่อไปอาบน้ำ เข้าสู่ส่วนลานฝึกชกชิ่ง หรือไทยปราณ หรือ ฟิตเนส พักสักครู่แล้วจึงเข้าไปอาบน้ำอีกครั้ง
- ง. กลับเข้ามาเพื่อเปลี่ยนเสื้อผ้าในห้อง LOCKER แล้วเปลี่ยนรองเท้าออก

1. FITNESS MANAGER

บทบาท

1. รับคำสั่งจากฝ่ายบริหารและมาประสานงานกับพนักงาน
2. ตรวจตราดูแลความเรียบร้อย
3. ให้คำแนะนำแก้ไขปรับปรุงการบริการอยู่เสมอ

พนักงาน

พฤติกรรม

1. คอยต้อนรับและแนะนำแขก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.ดูแลความเรียบร้อยภายใน

2. FITNESS RECEPTIONIST

- บทบาท
1. ต้อนรับแขกที่มาลงทะเบียน
 2. จัดการขั้นตอนการเข้ามาใช้บริการ ต่าง ๆ โดยประสานงานกับพนักงานใน
 3. ดูแลเรื่องการเงินภายใน FITNESS

พฤติกรรม

1. คอยต้อนรับแขกให้ลงทะเบียน ตรวจสอบข้อมูลประวัติของแขกและโปรแกรมฝึกสอน ที่เหมาะสมสำหรับแขกคนนั้นจาก COMPUTER แล้วติดต่อไปยังพนักงานบำบัดภายในFITNESS
2. เชิญแขกเข้าไปใช้บริการภายใน
3. เมื่อแขกใช้บริการแล้ว ก็ส่งข้อมูลไปยังส่วนของ CASHIER ที่ FRONT OFFICE ทางคอมพิวเตอร์

3. ผู้ฝึกสอน

- บทบาท
1. ต้อนรับแขกและบริการแขกที่มาใช้บริการ
 2. รับผิดชอบและจัดการความพร้อมของอุปกรณ์และวัสดุที่ใช้ในการบำบัด
 3. ติดต่อประสานงานกับประชาสัมพันธ์

พฤติกรรม

-ต้อนรับแขก นำแขกไปยังห้อง LOCKER

-พาแขกไปใช้บริการส่วนต่างๆ ที่ระบุในโปรแกรม บำบัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-เมื่อทำ การบำบัดหรือ ออกกำลังกายเสร็จ พาแขกกลับมายังห้อง LOCKER

-ส่งแขกเพื่อไปยังส่วนประชาสัมพันธ์

GI GONG ให้บริการฝึกสอนด้วนศาสตร์จีนโบราณแก่ผู้ใช้บริการ และดูแลความสะอาด เรียบร้อยภายใน ส่วนลานฝึก

THAI PHARN ให้บริการฝึกสอนไทยปรมาณ เป็นศาสตร์การบำบัดด้วย ศาสตร์ของไทย ดูแลความปลอดภัยและความเรียบร้อย ภายใน

MEDITATION ดูแลผู้ทำสมาธิ และให้คำแนะนำการทำสมาธิอย่างถูกวิธี

FITNESS ให้คำแนะนำและฝึกสอนการใช้เครื่องออกกำลังกาย อย่างถูกวิธี และดูแลความเรียบร้อยภายในส่วนของห้อง ฟิตเนส

ข. ผู้รับบริการ

1. สมาชิกที่มาพักในโครงการ

บพบาท

1. เข้ามารับการบำบัดด้วยวิธีต่าง ในส่วนของฟิตเนส

2. ติดต่อประสานงานกับประชาสัมพันธ์

พฤติกรรม

จ. เมื่อเข้ามาในโรงทางเข้า ไปลงทะเบียนที่เคาน์เตอร์

ฉ. เปลี่ยนรองเท้าเป็นรองเท้าผ้า

ช. เปลี่ยนเสื้อผ้าในห้อง LOCKER เพื่อไปอาบน้ำ

ซ. เข้าไปใช้บริการในส่วนต่างๆ

ณ. กลับเข้ามาเพื่อเปลี่ยนเสื้อผ้าในห้อง LOCKER แล้วเปลี่ยนรองเท้าออกไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 วิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยในโครงการ (AREA REQUIREMENT)

3.3.1 Main Entrance เป็นทางเข้าหลักของผู้มาใช้บริการควรมีลักษณะที่เด่นเห็นได้ชัด และแสดงออกถึงการเชื่อเชิญ รวมทั้งบรรยากาศที่ดีสามารถเข้าถึงที่จอดรถและตรงไปส่วนต้อนรับ Reception ได้สะดวกสำหรับทางเข้าที่ยกระดับขึ้นเพื่อนเน้นความสำคัญควรจัด Baggage Reception ไว้ที่ระดับริมถนนเพื่อบริการขนกระเป๋าให้แขก สำหรับทางลาดที่เหมาะสม 1:10 หรือ 1:20

3.3.2 Secondary Entrance or sub Entrance เป็นทางเข้าสำหรับบุคคลภายนอกที่ไม่ได้เข้าพักโรงแรม แต่เข้ามาใช้บริการในโรงแรม เช่น เข้ามารับประทานอาหาร เข้ายืมอุปกรณ์ดำเนินงาน ติดต่อกาน

3.3.3 Public Area

1. Lobby (โถงต้อนรับ) เป็นส่วนที่อยู่ติดกับทางเข้าโรงแรมใช้เป็นศูนย์กลางของอาคาร สามารถเชื่อมเข้ากับส่วนต่างๆ อาทิ Lobby Lounge Coffee Shop หรือส่วนบริการอื่นๆ ขนาดของ Lobby ขึ้นอยู่กับขนาดของรีสอร์ท เนื้อที่

Main Lobby 0.8-1.0 ตร.ม./ห้องพัก

Combined Lobby/Luggage area 0.9-1.0 ตร.ม./ห้องพัก

ในส่วนของ Lobby ใกล้กับแผนกต้อนรับ Front Office มีส่วน Bell Boy ทำหน้าที่ควบคุม เกี่ยวกับการขนสัมภาระเข้าไปเก็บไว้ในห้องพัก นอกจากนี้ยังมีโทรศัพท์สาธารณะ โทรศัพท์ภายใน สำหรับติดต่อแขกภายในห้องพัก มีห้องน้ำบริการสำหรับแขก

ส่วนห้องน้ำบริการ

เครื่องสุขภัณฑ์ (Sanitary)	แหล่งอ้างอิง	สำหรับผู้ชาย	สำหรับผู้หญิง
โถส้วม (water closet)		1 ที่ : 100 คน	1 ที่ : 500 คน
โถปัสสาวะ (urinal)		1 ที่ : 25 คน	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อ่างล้างหน้า (lavatory)	1 ที่ : 100 คน
	2 ที่ : 26-35 คน
	3 ที่ : 36-65 คน
	4 ที่ : 66-100 คน
	5 ที่ : มากกว่า 100 คน

ขนาดพื้นที่ห้องน้ำรวมเส้นทางสัญจร

สุขภัณฑ์	พื้นที่ตารางเมตร
โถส้วม (water closet)	3.0
โถปัสสาวะ (urinal)	1.3
อ่างล้างหน้า (lavatory)	1.5
ผ้าเช็ดมือ (Napkin)	1.1

2. Food And Beverage Space

ส่วนบริการอาหารเครื่องดื่มแก่แขกเข้ามาพัก ตลอดจนผู้มาใช้โครงการโดยจัดบริการดังนี้

- Restaurant เป็นส่วนบริการอาหารทั้ง 3 มื้อ แก่แขกท่องเที่ยว เปิดบริการตั้งแต่ 10.00-22.00 น. ควรตั้งอยู่บริเวณที่มีวิวทัศน์ที่สวยงามและอยู่ต่อเนื่องครัวใหญ่เพื่อความสะดวกในการขนส่งอาหาร ควรออกแบบให้สะดวกต่อการขนส่งอาหารและทางเข้าที่สะดวก ตามปกติแขกที่มาพักใช้บริการห้องอาหารไม่พร้อมกันทั้งหมด ขนาดของห้องอาหารคิดเป็น 20-40% ของจำนวนแขกที่พักเต็มอัตรา คือ

0.6 ที่นั่ง/1 ห้องพัก โดยพื้นที่ 1.1 ตร.ม./1 ที่นั่ง ดังนั้นคิดเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0.6x71=36 ที่นั่ง พื้นที่ 1.1x71=77.71 ตร.ม.

สำหรับแขก 6 คน/โต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 35.4

สำหรับแขก 2 คน, 4 คน/โต๊ะคิดเป็นร้อยละ 34.9,26.3 ตามลำดับ ทั้งนี้อัตราร้อยละ เป็นไปตามลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว

- Sea View Restaurant เป็นส่วนบริการอาหารเช้า อาหารว่าง ตลอดจนเครื่องดื่มต่างๆ ใน ลักษณะกันเองไม่มีพิธีรีตองมากนัก เปิดบริการ 24 ชั่วโมง ในทิวทัศน์ที่สวยงาม เพื่อให้แขก แลกเปลี่ยนพบปะกัน คิดเป็นที่นั่ง

0.8 ที่นั่ง/ห้องพัก ใช้พื้นที่ 1.4 ตร.ม./ที่นั่ง ดังนั้นคิดเป็น

0.8x71=56.8 ที่นั่ง พื้นที่ 1.4x71=99 ตร.ม.

ทั้งนี้ส่วนในการจัดที่นั่งสำหรับแขก 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และสำหรับแขก 2 คน คิด เป็นร้อยละ 34.9 เนื้อที่ครัวประมาณ 20-25% ของพื้นที่ Coffee shop ลักษณะแบบ Pre Cooked อาจใช้ครัวของ Coffee Shop นี้บริการอาหารแก่ห้องพักด้วย เนื่องจากบริการ 24 ชั่วโมง และเป็น อาหารแบบเดียวกันและบางครั้งสามารถใช้งานได้ต่อเนื่องร่วมกับ Restaurant

- Cocktail Lounge เป็นส่วนที่บริการนันทนาการจัดให้อยู่ใกล้ส่วน Lobby เน้นการตกแต่ง และบรรยากาศนั่งเล่นแบบไทย และเสียงเพลงเบาๆ ในบางครั้งแขกสามารถสั่งเครื่องดื่มโดยมีบริการมา บริการคิดเป็น

0.8 ที่นั่ง/ห้องพัก พื้นที่ 0.455 ตร.ม./ที่นั่ง ดังนั้นคิดเป็น

0.8x71=56.8 ที่นั่ง พื้นที่ 0.455x71=32 ตร.ม.

- Women's Toilet And Men's Toilet ในส่วนนี้จะมีชุดเดียวคือ Main Dining room และ Coffee shop ซึ่งจะใช้ Toilet เดียวกันมีห้องเก็บอุปกรณ์ทำความสะอาดโดยคิดจากจำนวน เก้าอี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงจำนวนชุดสุขภัณฑ์ต่อปริมาณผู้ใช้ในส่วน Food & Beverage

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

ส่วนเกิน 100 คิดจำนวน 1 ชุด/ 30 ที่นั่ง

หมายเหตุ 1 ชุด ห้องน้ำชาย ประกอบด้วย 1 โถส้วม 1 อ่างล้างหน้า 1 โถปัสสาวะ

ห้องน้ำหญิง ประกอบด้วย 1 โถส้วม 1 อ่างล้างหน้า

3.3.4 Administration Department (ฝ่ายบริหาร)

1. Front Desk And Front Office
2. Account Department
- 3.Executive Office
4. Sale and Catering

1. **Front Desk and Front Office** ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการควบคุมกิจกรรมต่างๆ ของโครงการเป็นจุดที่แยกจากผู้ที่ต้องการติดต่อธุรกิจในโรงแรมจะต้องมาส่วนนี้ก่อนและยังเป็นส่วนที่ควบคุมการเข้าออกของแขกด้วย ประกอบด้วย กิจกรรมดังนี้

- ส่วนต้อนรับ และลงทะเบียนแขก (Guest Reception)
- ส่วนไปรษณีย์และเก็บกุญแจ (Mail and Keys)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ส่วนเก็บเงิน (Cashier)
- ส่วนการสำรองห้องพัก (Arrange Reservation)
- ส่วนแลกเปลี่ยนเงินตรา (Money Exchange)
- ส่วนโทรศัพท์ (Telephone Operator, Sound and Massage Relays)

ส่วนต้อนรับและลงทะเบียนแขก (Guest Reception)

หน้าที่ ต้อนรับแขกและเป็นที่ยึดติดสอบถามของผู้มาใช้บริการในโครงการควรรออยู่บริเวณที่เห็นได้ง่าย แผนกทะเบียนจะใกล้แผนกสำรองห้องพักและแผนกการเงิน เพื่อสะดวกในการดำเนินงาน ส่วนไปรษณีย์และเก็บกุญแจห้อง (Mail and Keys)

หน้าที่เก็บกุญแจห้องพักของแขกเวลาที่แขกออกไปนอกโครงการ และขอรับคืนเมื่อแขกกลับมาในกรณีที่มีจดหมายหรือบันทึกตลอดจนไปรษณีย์ถึงแขกที่มาพัก พนักงานติดต่อแขกที่พักที่เก็บกุญแจและจดหมายจะเป็นช่องและมีหมายเลขกำกับไว้ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และตอบข้อซักถามแขกที่มาพัก รวมทั้งข้อแนะนำ

ตารางแสดงส่วนประกอบและอุปกรณ์ต่างๆ ในส่วน Front Desk

Equipment	Function
Room Race	เบอร์แสดงการจองห้องพักเพื่อแสดงว่าห้องใดว่างหรือแขกจองไว้
Information Rack	แผ่นชื่อแขกประจำห้องตามลำดับอักษรให้อยู่คู่กับใบ Reservation slips
Sale Tickets Box	กล่องใส่ Code สีของห้องเพื่อการตรวจเช็คคว่าห้องหมายเลขไหนถูกจองแล้ว
Room Status Panel	เบอร์แสดงว่าห้องว่างที่ทำความสะอาดเรียบร้อยแล้วพร้อมที่จะให้แขกเข้าพัก
Mail & Keys	ช่องใส่จดหมาย โน้ต และข่าวสาร และใช้ใส่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	กุญแจเมื่อแขกฝากไว้เวลาไปข้างนอก
Key Depository	กล่องทำขึ้นเฉพาะใส่กุญแจที่แขกนำมาฝากไว้ โดยมี Lock กันไม่ให้ขโมย
Filling Cabinet	เป็นตู้สำหรับใส่แบบฟอร์มต่างๆ
Brochure Rack	ช่องใส่เอกสาร แนะนำโรงแรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวจัดตั้งไว้ส่วนที่ลงทะเบียน

เนื้อที่บริเวณ Front Desk Office 0.093 ตร.ม./ห้องพัก ขนาดความยาวของ Counter คิดดังนี้

ตารางแสดงความยาว Counter Front Desk (Typical front desk provisions)

Rooms	Desk Length (a)		Stations (b)	Area (c)	
	(m)	(ft)		(m)	(ft)
20	3	10	1-2 (c)	9.3	100
100	4.5	15	2-3	14.0	150
200	7.5	25	3-4	23.2	250
400	10.5	35	4-5	32.5	350

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

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

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

(d) Multipurpose use-including telephone exchange.

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

P.207

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Front Office

Area/Room	Offices	Location
Front Office 0.65 mxm	Reception area	Adjacent to front desk
ตั้งขึ้นพื้นที่ส่วน Front office	Front office manager	
29.25 ตร.ม.	Secretaries : reception, mail	
	Credit manager	
	Court room	
	Cashier	
	Safe deposit area	
	Telephone operator	
	Computer room	
	Fire Control room	
	Accountant	Preferably associated with front desk services
	Controller	
	Payroll manager	
	Accountancy workroom	
	secretaries	

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

P.209

ความสัมพันธ์ของการบริการส่วนหน้า (Relationship between front desk service and back up

service)
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Front desk services	Back services
	Fire control room Meters and records Controller Accountant, cashier
Cashier	Safe deposit and vault Telephone operator
Mail, keys messages	Paging and communication Front office manager Computer operations Reservation office
Registration	Mail sorting, copying Stationary store, records
Information	Typing and clerical office Marketing sales office Reception

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

P.207

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Executive Office

Area/room	Office	Location
Executives offices	Reception area	
0.25 m ² m ² ^{ตั้งนั้นพื้นที่} executive 11.25	General manager	accessible to front offices but may be sited on different floor
	Food and beverage manager	

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

เป็นส่วนทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารชั้นสูง

- ห้องประชุม (Conference Room) เป็นห้องสำหรับเจ้าหน้าที่บริหารชั้นสูงและคณะกรรมการโรงแรม
ตำแหน่งเข้าประชุมปรึกษาหรือวางแผนงาน นโยบายขนาดห้องความจุ 20 คน พื้นที่ใช้สอย 2.5 ตร.ม.

3.3.5 Food Preparation

ส่วนบริการของส่วน Restaurant และ Seaview Restaurant บริการอาหารและเครื่องดื่ม
แก่แขกที่มาพักภายในโครงการ ประกอบด้วย

1.Main Kitchen

ครัวใหญ่เป็นส่วนปรุงอาหาร ที่จะส่งไปบริการส่วนต่างๆ ของโรงแรม และ Seaview
Restaurant หรืออาจรวมไปถึงห้องอาหารสำหรับพนักงานด้วย ดังนั้น จึงต้องอยู่ในบริเวณที่สามารถ
บริการได้สะดวกที่สุด สามารถส่งไปยังแผนกต่างๆ ได้สะดวกรวดเร็วไม่ขัดกับทางสัญจรของแขกผู้มา
พัก

พื้นที่ใช้สอย 0.7/SET ในการหาพื้นที่ครัวได้รวมส่วน Sea ดังนั้น พื้นที่รวมเป็นดังนี้
 $56+47=103 \times 0.7=72.1$ ตร.ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 ส่วนเตรียมอาหาร (Preparation Area)

เป็นบริเวณเตรียมเครื่องปรุง ทำความสะอาด ล้างผักและเนื้อก่อนปรุง เป็นส่วนสำคัญเพราะพ่อครัวจะต้องใช้อยู่เสมอ ไม่ว่าจะอยู่จุดไหนก็ตาม จะต้องคำนึงถึงแสงสว่าง และอากาศถ่ายเทเพียงพอ บริเวณนี้ประกอบด้วยโต๊ะอาหาร ตู้เก็บของพวกเซียง ผักก้นเป็อน

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

1.2 ส่วนปรุงอาหาร (Cooking Area)

เป็นบริเวณปรุงอาหารมีผู้ช่วยเป็นลูกมือ (Committ) ในการหัน ล้างต่างๆ แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

- ครัวร้อน Hot Kitchen คือแผนกผัด ทอด นึ่ง อบ เป็นอาหารร้อน อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบอาหาร เช่น เต้าแก๊ส เต้าอบ เต้าอุ่นอาหารให้ร้อน อ่างล้างมือ ล้างภาชนะ หลายชุดโต๊ะวางอาหาร ตู้เก็บอุปกรณ์ชุดครัว
- ครัวเย็น Cold Kitchen คือ แผนกอาหารที่ใช้ความเย็นประเภทสลัด Hor-Dis OEUVRE Sauce เป็นอาหารที่ต้องใช้ความเย็นอยู่เสมอ จำเป็นต้องใช้ผักและการแกะสลัก ผัก ผลไม้ พับ เนยและการแกะสลักน้ำแข็งอีกด้วย ส่วนปรุงอาหารนี้คิดพื้นที่ใช้สอย 12% ของพื้นที่ครัว

1.3 ส่วนเก็บอาหาร (Storage Area) แบ่งเป็น 6 ส่วน

- Dry food storage 30% ของส่วนเก็บของ
- Refrigerated food storage 25% ของส่วนเก็บของ
- Frozen food storage 10% ของส่วนเก็บของ
- Beverage storage 15% ของส่วนเก็บของ
- Refrigerated beverage storage 5% ของส่วนเก็บของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Nonfood storage (Purer saver) 15% ของส่วนเก็บของ

1.4 Food Controller Office

เป็นส่วนพนักงานตรวจเช็คอาหารออกจาก Storage

1.5 Washing area

เป็นบริเวณล้างภาชนะ ถ้วย ชาม ซ้อนส้อมต่างๆ ใช้เครื่องล้างภาชนะ แยกกันไปแต่ละชนิด โดยมีคนควบคุมตรวจสอบ และในส่วนนี้ยังรวม แผนกสจ๊วตด้วย แผนกรักษา ความสะอาดภายในครัวต่างๆ ได้แก่

- หัวหน้าสจ๊วต
- พนักงานล้างจาน ชาม แก้ว ฯลฯ
- พนักงานทำความสะอาดเครื่องตีเงินต่างๆ
- พนักงานทำความสะอาดครัว

ส่วน Washing area ใช้เนื้อที่ 10% ของพื้นที่ครัว

1.6 Dispenser Bay

เป็นส่วนตรวจเช็คอาหารเป็นส่วนหน้าสุดของครัวสำหรับตรวจเช็คอาหารที่
ไปเสิร์ฟ

1.7 Chef Office

เป็นส่วนทำงานของหัวหน้าพ่อครัวชำนาญด้านอาหารและเครื่องดื่ม
หัวหน้าคนครัวคอยควบคุมกิจการภายในทั้งหมด

1.8 Bake Shop

สามารถจัดอยู่ในส่วนใดส่วนหนึ่งของห้องครัวหรือแยกต่างหาก (ในโรงแรม
ใหญ่มากแยกออกต่างหาก) อุปกรณ์ที่ใช้ทำ Bakery ประกอบด้วยเครื่องอบขึ้นเก็บขนมปัง เครื่องบด
เครื่องตีไข่ เครื่องผสม โตะทำขนม อ่างพร้อมตู้ และห้องเย็น สำหรับเก็บอาหารสำเร็จรูป
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.6 General Service Area

พื้นที่ส่วนนี้เป็น Productive Space ของโครงการประกอบด้วย

3.3.6.1 Receiving and Storage

3.3.6.2 Employee area

3.3.6.3 Laundry and House dipping

3.3.6.4 Engineering and maintenance work shop

3.3.6.1 Receiving and Storage

1. เป็นทางเข้าด้านหลังของโครงการ ควรมีจุดเดียว เพื่อสะดวกในการควบคุม แบ่งเป็น 2 ส่วน

- ทางเข้าพนักงาน พนักงานทุกคนจะต้องเข้าออกทางนี้ โดยมียามรักษาการ เป็นผู้ควบคุม เพื่อป้องกันคนแปลกปลอม พนักงานทุกคนต่อกับเวลาเข้า-ออกที่เครื่อง Time Keeper

- ทางเข้าสิ่งของ ที่ทางโครงการจัดซื้อโดยพื้นที่ส่วนนี้มีการควบคุมการเข้าออกเช่นการจัดซื้อ อาทิ อาหาร อุปกรณ์

2. ที่จอดรถส่งสินค้า (Loading Platform) เป็นที่จอดรถส่งของขนาดใหญ่ 4-6 ล้อ เช่นรถขนอาหาร เครื่องดื่ม รถขนขยะ กำหนดให้ใช้จอดได้ครั้งละ 1-2 คัน เนื้อที่ 50 ตร.ม./คัน

3. ชานรับส่งของ (Loading Platform) เป็นบริเวณขนถ่ายสิ่งของลงจากรถ โดยเป็นชานสูง 0.90-1.20 ม. เพื่อสะดวกในการขนย้ายจะต้องติดกับ Receiving area ได้โดยตรงเพื่อทำการตรวจเช็คสิ่งของเข้าออกได้สะดวก พื้นที่ 20.0-30.0 ตร.ม.

4. บริเวณรับของ (Receiving Area) แบนกรับสินค้าเป็นบริเวณพักสิ่งของเพื่อรอการตรวจเช็คก่อนจะไปส่งแผนกต่างๆ ควรติดกับชานส่งของและทางเข้าออกของส่วนบริการ เนื้อที่ 0.148 ตร.ม./ห้องพัก ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่ $0.148 \times 45 = 6.66$ ตร.ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. แผนกเก็บขยะ จะต้องปรับสภาพกลิ่นและสภาพที่ไม่น่าดู ใช้พื้นที่ 0.069 ตร.ม./ห้องพัก

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

6. แผนกสั่งซื้อ (Purchasing Department) เป็นแผนกที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อของเข้าโครงการ แผนกนี้จัดในส่วนบริหาร

7. General Storage เก็บวัสดุประเภทเครื่องอะไหล่ต่างๆ (Build storage) ควรอยู่ในใกล้บริเวณตรวจรับของขนาด 0.2-0.4 ตร.ม./ห้องพัก

8. Ground Equipment Storage เก็บอุปกรณ์สนามต่างๆ

3.3.6.2 Employee Area

เป็นส่วนบริการเจ้าหน้าที่และพนักงานในเรื่องสวัสดิการโดยไม่รวมเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร ชั้นสูงของโรงแรมเป็นส่วน คือ

1. ส่วนบุคคล (Personal) แบ่งเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

ใช้พื้นที่ 0.20-0.25/room คิดเป็นพื้นที่ $0.20 \times 71 = 14.2$ ตร.ม.

- งานควบคุมและเช็คเวลา (Control and Time Keeper) จัดรวมกับแผนกตรวจสอบ ทำหน้าที่ ตรวจสอบบุคคลที่เข้าออกและตรวจสอบเวลาทำงานพนักงาน
- ยามรักษาการ (Security) ตรวจสอบและรักษาความปลอดภัย
- Personal Department ผู้จัดการฝ่ายบุคคล
- Personal Manager ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

แผนกนี้มีหน้าที่ควบคุมการทำงานของพนักงานทุกส่วนของโรงแรม โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับสูง ได้แก่ ผู้จัดการคอยควบคุมเรื่องการทำงาน สวัสดิการและจัดการด้านประวัติพนักงาน สติติต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Interview เป็นส่วนตรวจสอบหรือรับพนักงานสัมภาษณ์พนักงานเข้าใหม่
- Training สำหรับฝึกสอนพนักงานเป็นกลุ่มย่อยๆ
- File Storage เป็นส่วนเก็บเอกสารรายชื่อพนักงานต่างๆ ของส่วนบุคคล

2. ส่วนบริการพนักงาน (Employee Facilities) ประกอบด้วย

- **Employee's Locker and Toilets** เป็นส่วนสำหรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายของพนักงานประกอบด้วยตู้เก็บของ ห้องน้ำ-ส้วม โดยจัดแยกเป็นส่วนชาย-หญิง

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

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

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

(c) Includes changing cubicles and shower

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่ $0.6 \times 45 = 27$ ตร.ม.

- **Cafeteria** เป็นส่วนรับประทานอาหารและพักผ่อน ส่วนห้องอาหารของเจ้าหน้าที่ จำนวนที่นี้คิดจาก

Typical areas	per employee	per guest room
Staff feeding	0.9	0.2

Note (a) with compact seating plan

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

ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่ $0.2 \times 45 = 9$ ตร.ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.6.3 Laundry & Housekeeping

1. Laundry เป็นส่วนซักรีด ภายในห้องนี้จะมีเครื่องซักผ้า เครื่องบิดผ้า (Extractors) ที่รีดผ้า (Ironer) Tremble Dries

มีเนื้อที่ใช้สอยประมาณ 0.65-0.79/ห้องพัก มีขั้นตอนปฏิบัติดังนี้

1. ฝาสกปรกจากส่วนต่างๆ ของโรงแรม
2. คัดแยกผ้า ทำเครื่องหมาย
3. นำเข้าเครื่อง นำเครื่องบิดแห้ง
4. เครื่องรีด
5. บรรจุ รอกการเบิกใช้

ในการให้บริการโครงการสามารถติดต่อเอกชน ในการติดต่อสัมปทานการซักรีดจากเอกชนก็ได้

2. Linen Room ห้องเก็บผ้ารวมเป็นส่วนที่เก็บผ้าทุกชนิดที่ใช้ภายในโรงแรม เนื้อที่ใช้สอย 0.4/1 ห้องพัก ดังนั้นพื้นที่ที่ใช้ $0.4 \times 45 = 48$ แต่เนื่องจากผ้าสำหรับใช้ใน guest room จะแบ่งนำไปไว้ในจุด service ของแต่ละกลุ่มบ้านดังนั้น จึงให้พื้นที่เหลือกึ่งหนึ่ง คือ 9 ตร.ม.

1. ผ้าใช้ประจำวัน เช่น ผ้าปูโต๊ะ-เตียง
2. เครื่องแบบพนักงาน Uniform issue
3. ที่เก็บรถเข็น
4. ส่วนเบิกจ่ายผ้าทุกชนิด
5. ส่วนซ่อมแซมผ้าที่ชำรุด ควรอยู่ใกล้ห้องซักรีดและแผนกทำงานของแม่บ้าน
6. ส่วนเก็บอุปกรณ์และน้ำยาหรือผงซักฟอกประเภท Linen Room ต่างๆ

3. Housekeeping office เป็นส่วนทำงานของแผนกแม่บ้านประกอบด้วย ส่วนทำงานของแม่บ้านและผู้ช่วย ควรอยู่สัมพันธ์กับส่วนอื่น โดยเฉพาะแผนก Lost and Found ใช้พื้นที่ 0.33-0.46/room ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่ $0.33 \times 45 = 14.85$

- Lost and Found เป็นแผนกที่ดูแลเรื่องทรัพย์สินที่แยกทิ้งไว้หรือสูญหายโดยภายใต้การควบคุมของแม่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.6.4 Engineering & Maintenance work shop

ในส่วนช่างวิศวกรรมในการบริหารงานโครงการจัดให้มีฝ่ายช่างดูแลโครงการในส่วนที่จำเป็น ทั้งนี้สามารถติดต่อหรือให้ผู้ประกอบการจากข้างนอกเข้ามาจัดการเพื่อลดขั้นตอนในการควบคุมดูแลบริหารส่วนนี้

Workshop requirement guestroom

Engineering workshop, office and stores	0.3-0.5
Plant room	0.9-1.4

Note : (a) Increased to 0.9 m² in developing countries.

(b) Reduced in budget hotels

1. Engineer office เป็นห้องพัก-ทำงานควบคุมเครื่องจักรของวิศวกร ดังนั้นคิดเป็นพื้นที่ 0.3x45=13.5 m²

2. Electrical shop มีหน้าที่ตรวจสอบ ซ่อมแซม เครื่องไฟฟ้าต่างๆ ภายในโรงแรม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ คอมไฟ ในส่วนนี้สามารถติดต่อช่างจากภายนอกเข้ามาซ่อมแซมได้

3. Plumbing shop ตรวจสอบซ่อมแซมเครื่องจักรกลต่างๆ

4. Carpenter shop มีหน้าที่ซ่อมแซมเครื่องเรือน เช่น โต๊ะ เก้าอี้

5. Paint and Vanish shop มีหน้าที่เรื่องการทาสี

6. Upholstery shop มีหน้าที่ซ่อมแซมหุ้มเบาะเครื่องเรือน ควรอยู่ใกล้

7. Furniture storage เป็นส่วนที่เก็บเครื่องเรือนที่ไม่ได้ใช้หรือชำรุด หรือรอซ่อมแซม

8. Mechanical area

8.1 Mechanical Treatment Plant เป็นกระบวนการขั้นตอนการกำจัดของเสีย ในแต่ละกลุ่มบ้านใช้ Safe tic tank

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.2 Boiler Room (ห้องน้ำร้อน ไอน้ำ) ในโครงการใช้ระบบทำน้ำร้อนจากน้ำผ่านหลังคาด้วยระบบ Cooling wall ในห้องพัก

9. Transformer room ห้องหม้อแปลงไฟฟ้าควรมีการระบายอากาศดี ใกล้เคียงไฟฟ้าเมนใหญ่ อันจะทำให้สิ้นเปลืองสายเมนน้อยลง เนื่องจากเป็นห้องที่ใช้ไฟฟ้ามาก

10. Emergency generator เครื่องแปลงไฟฟ้าสำรองอยู่ในห้องแปลงไฟฟ้าก็ได้

11. Telephone equipment room ศูนย์ควบคุมชุมสายโทรศัพท์ ควรอยู่ใกล้สายไฟเมนใหญ่ (เนื่องจากสายโทรศัพท์เดินพ่วงมากับสายไฟฟ้า)

12. Electrical Switch Board เป็นแผงควบคุมไฟฟ้าใหญ่ทั้งหมดของอาคาร อยู่ใกล้ห้องหม้อแปลงไฟฟ้า และใกล้กับห้องควบคุมของวิศวกร

13. Fuel storage ถังเก็บน้ำมันอาจอยู่ใต้ดิน หรือเหนือดิน ควรอยู่ใกล้ห้องเครื่องทำไอน้ำ ห้องเครื่องไฟฟ้าสำรอง และควรอยู่ในบริเวณที่รถน้ำมันส่งเข้าถึงได้สะดวก ทั้งเป็นที่เก็บก๊าซและเชื้อเพลิงอื่นๆ ด้วย

14. Meter Room ห้องเก็บอุปกรณ์มาตรวัดน้ำหรืออุปกรณ์อื่นๆ

15. Fire Pump ปัม্পน้ำฉุกเฉิน ของอาคารใช้ในกรณีฉุกเฉินหรือเกิดเพลิงไหม้ ควรอยู่ในบริเวณที่รถดับเพลิงต่อท่อเข้าถึงสะดวก

3.3.7 Guest room space

เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของโรงแรมเพราะจุดประสงค์ของอาคารประเภทนี้คือการให้เข้าพัก ซึ่งเป็นส่วนทำกำไรให้กับโครงการเป็นส่วนใหญ่ การสร้างความประทับใจให้แก่แขกผู้มาใช้บริการนี้ ก็เป็นเครื่องจูงใจให้แขกกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

Hotel type	room without bathroom or lobby	bathroom	Overall including lobby area
Mid-grade	4.9x3.6	2.35x2.0	7.0x3.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร

The image contains two diagrams illustrating the site location and analysis for the 'HERMES' luxury boutique resort. Both diagrams feature a large orange 'H' logo at the top with the text 'luxury boutique resort by HERMES' and 'SITE LOCATION' below it.

The top diagram shows a central circular site plan with four surrounding photographs: 'วิวหน้า' (Front view), 'วิวหลัง' (Back view), 'วิวสวน' (Garden view), and 'วิวชายหาด' (Beach view). Below the site plan, an 'ACCESS WAY' is shown with icons for a car, a boat, and a person walking. To the right, a list of resort features is provided: 'รีสอร์ทแบบบูติกไฮเอนด์' (High-end boutique resort), 'รีสอร์ทชายฝั่งทะเล' (Beachfront resort), 'รีสอร์ทแนวป่าดงดิบชื้น' (Tropical rainforest resort), 'รีสอร์ทแนวหน้าหาด' (Beachfront resort), 'เตียง' (Bed), 'สปาและสปา' (Spa and spa), 'สระว่ายน้ำ' (Swimming pool), 'บีชคลับและสปา' (Beach club and spa), 'คอกม้า' (Stable), and 'คอกม้า' (Stable).

The bottom diagram features a detailed site plan with a legend on the right: 'พื้นที่สวนและป่าดงดิบชื้น' (Tropical rainforest area), 'พื้นที่อาคาร' (Building area), and 'พื้นที่จอดรถ' (Parking area). On the left, there are three text boxes:

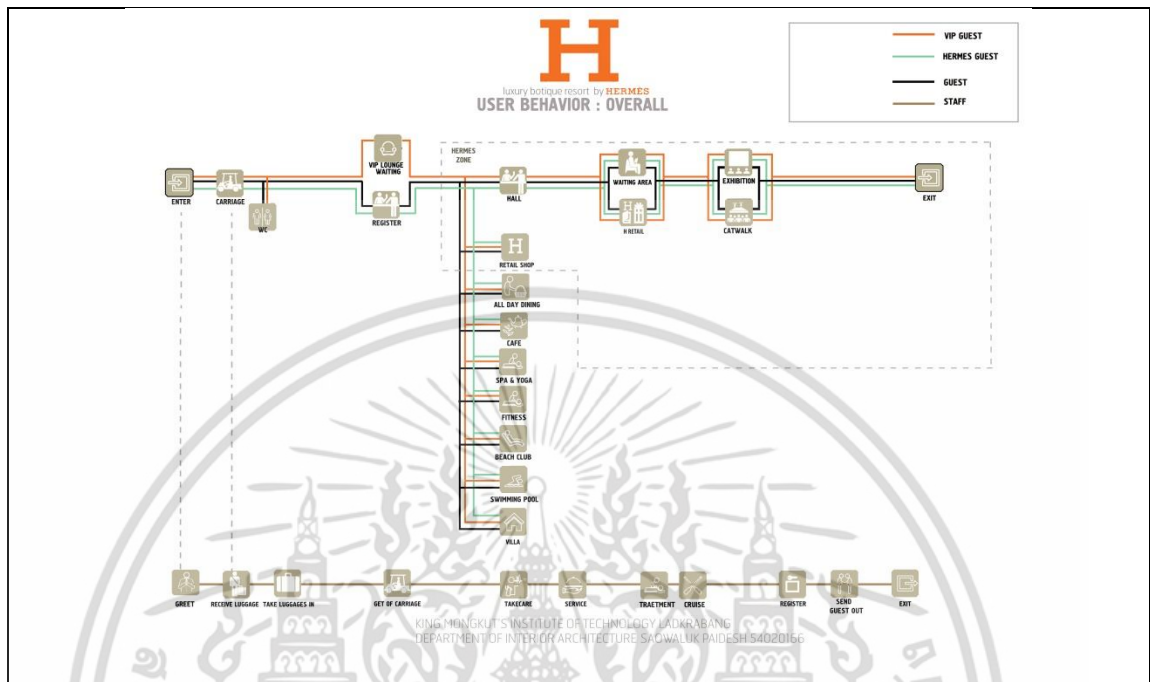
- ทิศทางของแสงแดด** (Sunlight direction): Explains that the building is oriented to receive sunlight from the north and south, and that the site is surrounded by tropical rainforest.
- ปริมาณน้ำฝน** (Rainfall): States that the site is located in a tropical rainforest area with high rainfall, and that the building is designed to be waterproof.
- ทิศทางลม** (Wind direction): States that the site is located in a tropical rainforest area with high humidity, and that the building is designed to be windproof.

 Below the site plan, there is a photograph of a tropical beach scene.

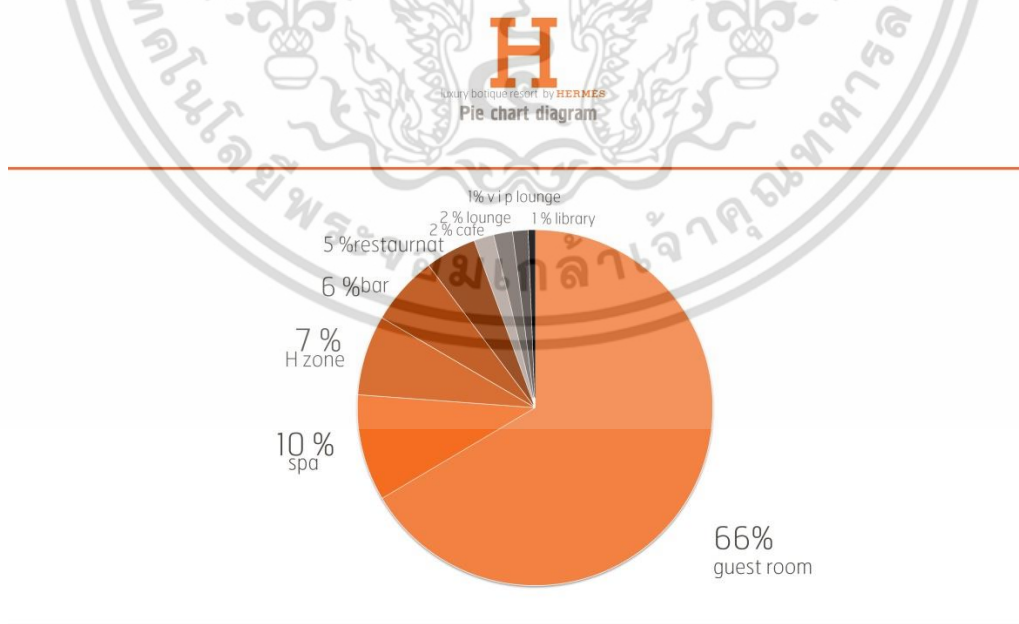
At the bottom of the page, the text reads: 'KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE SAO WALUK PAIDESH 54020166'.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่



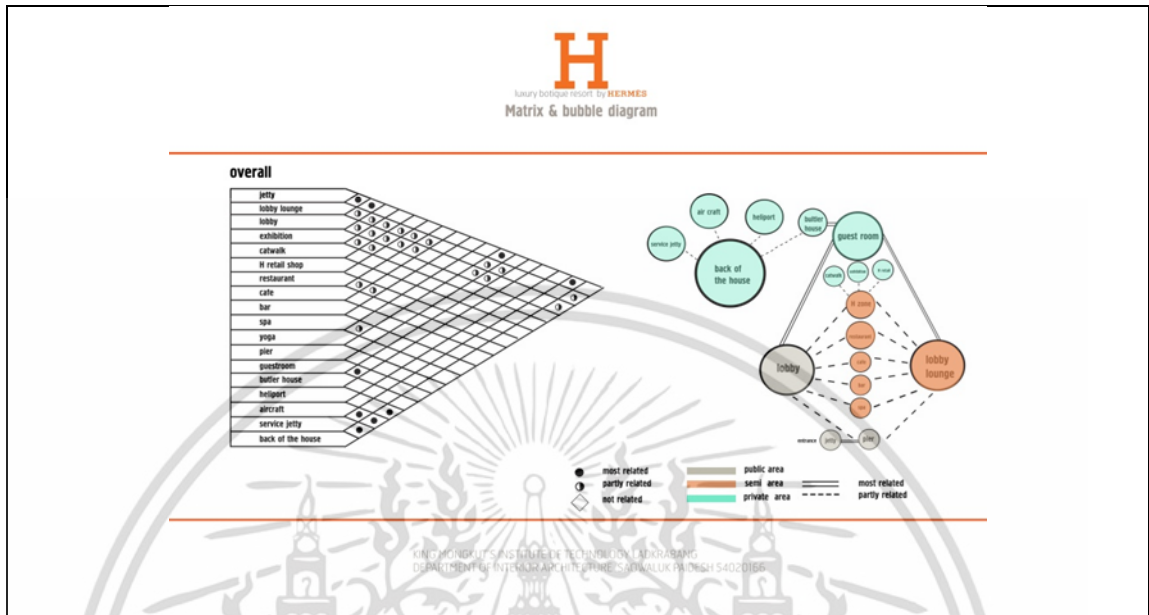
4.1.3 แผนภาพความสัมพันธ์ของพื้นที่แบบวงกลม



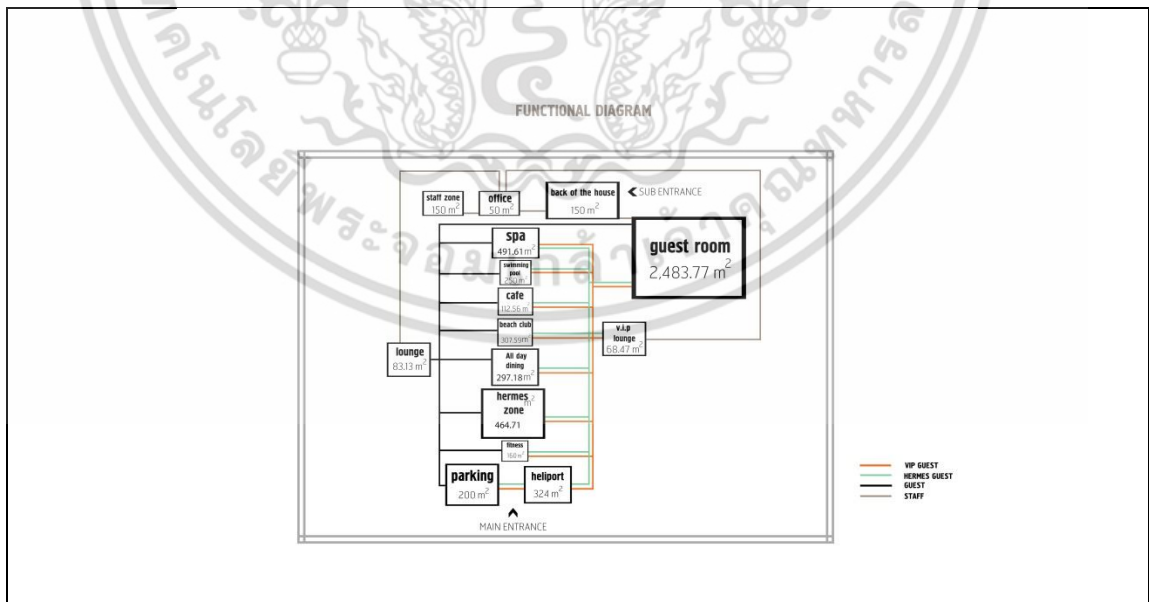
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE SAOWALUK PAIDESH 54020166

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 ตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ และแผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่



4.1.5 การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่ และทางสัญจร



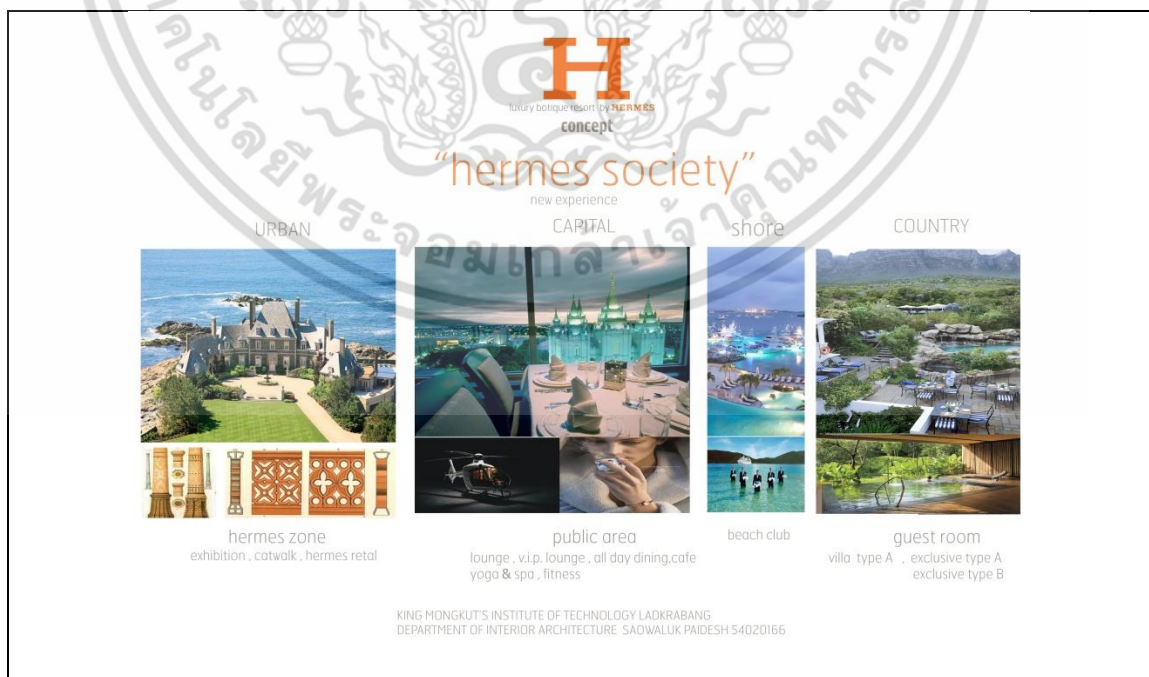
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 แนวความคิดในการออกแบบ

4.2.1 แนวความคิดในการออกแบบ



4.2.2 อิม หรือ Mood Board



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

5.1 ผังบริเวณของโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2ผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการ



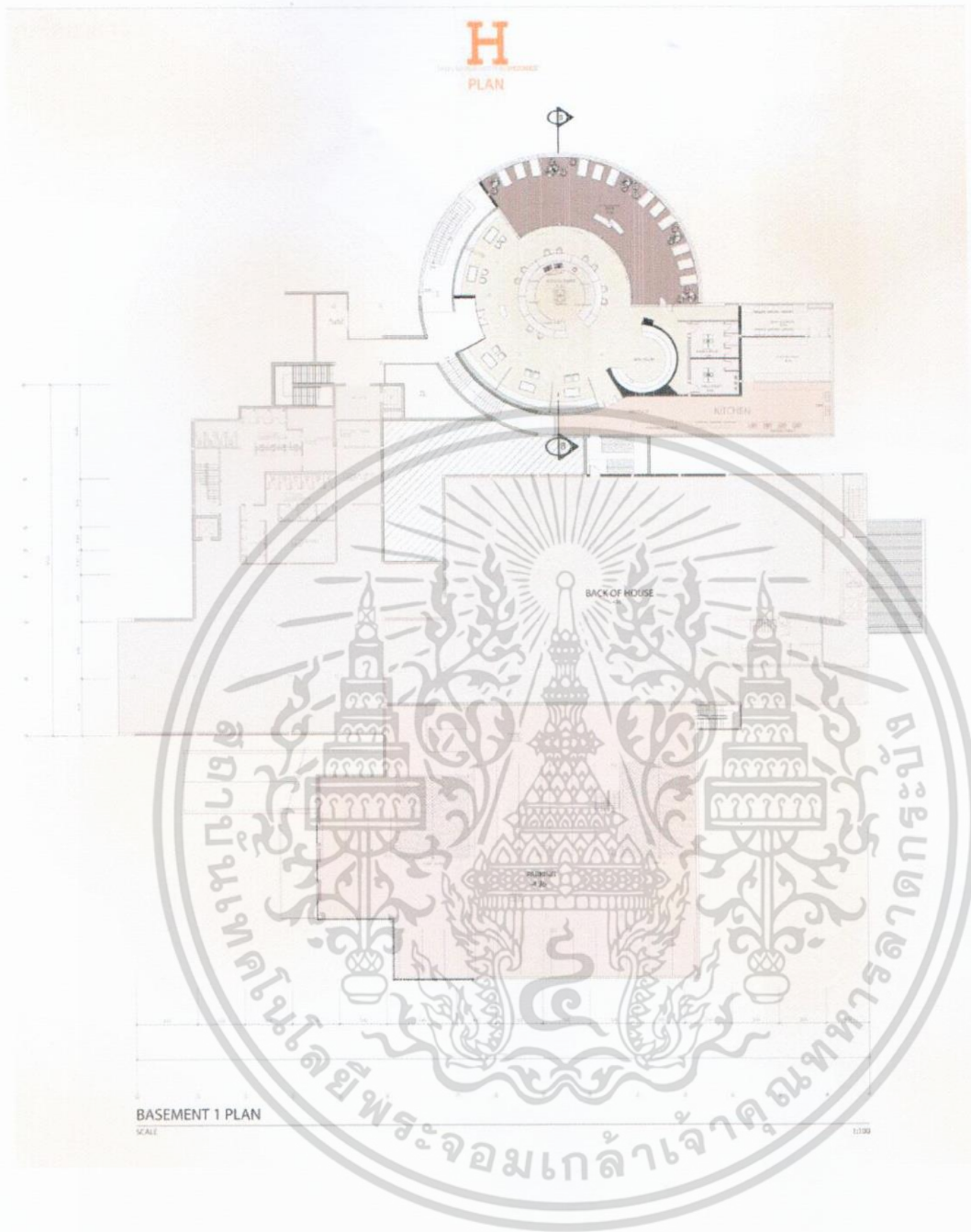
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

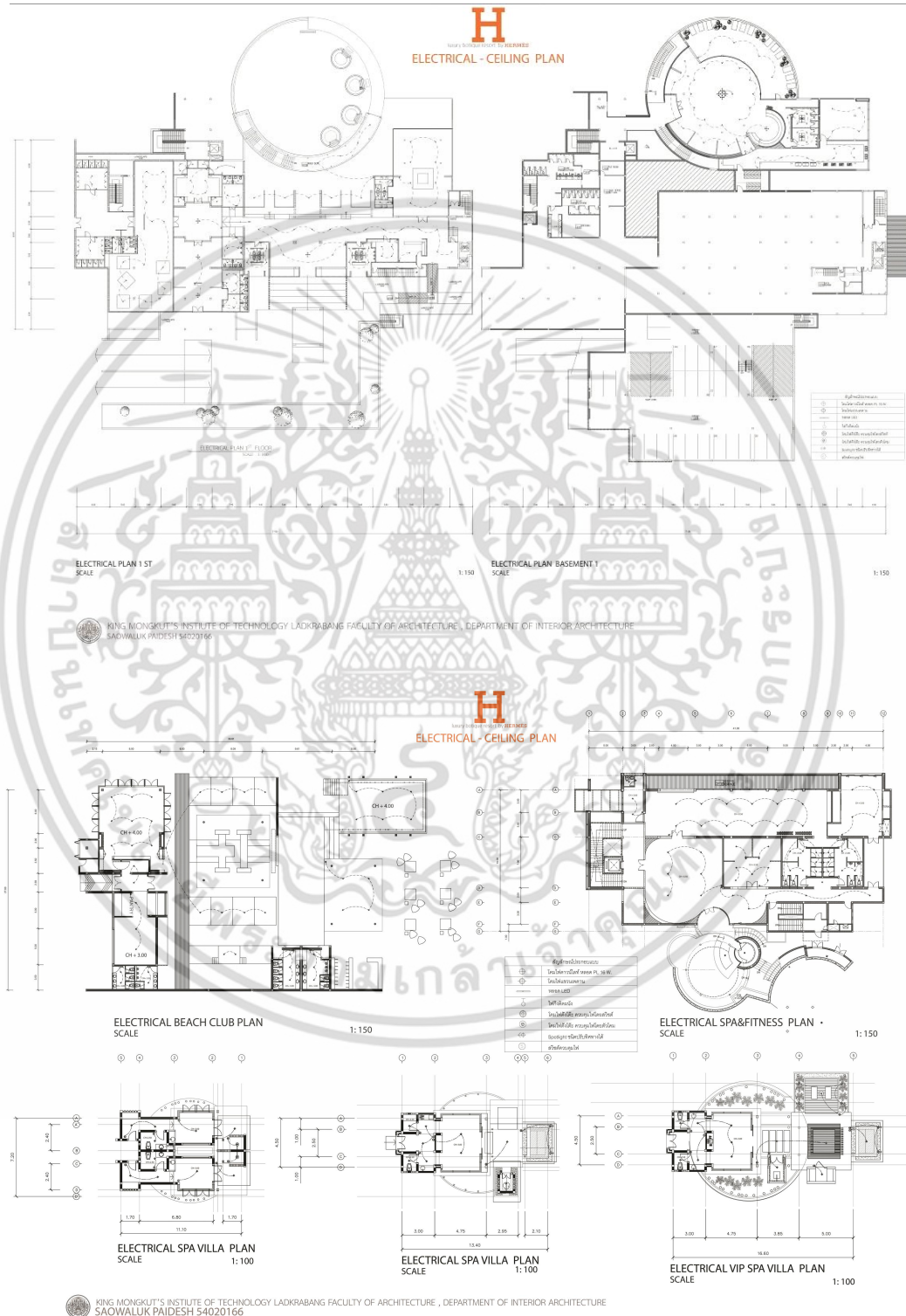


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 126
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



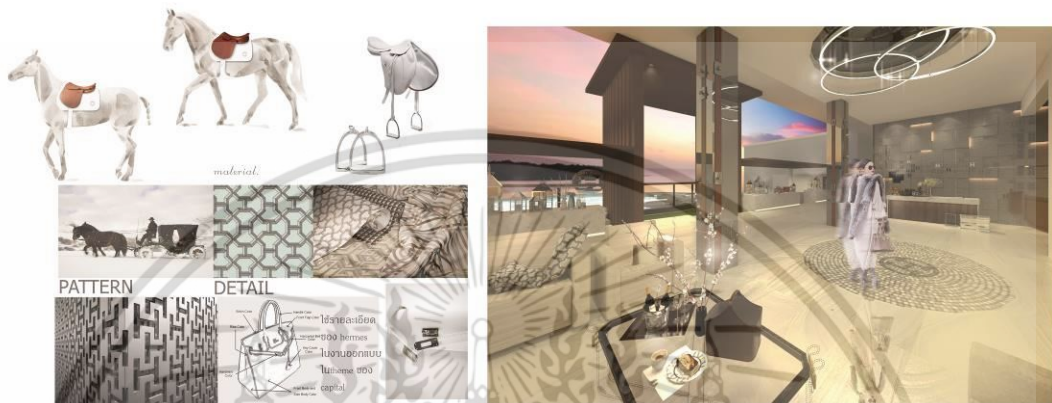
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ปรับ 127 วนด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 ผังไฟฟ้าของอาคารโครงการ

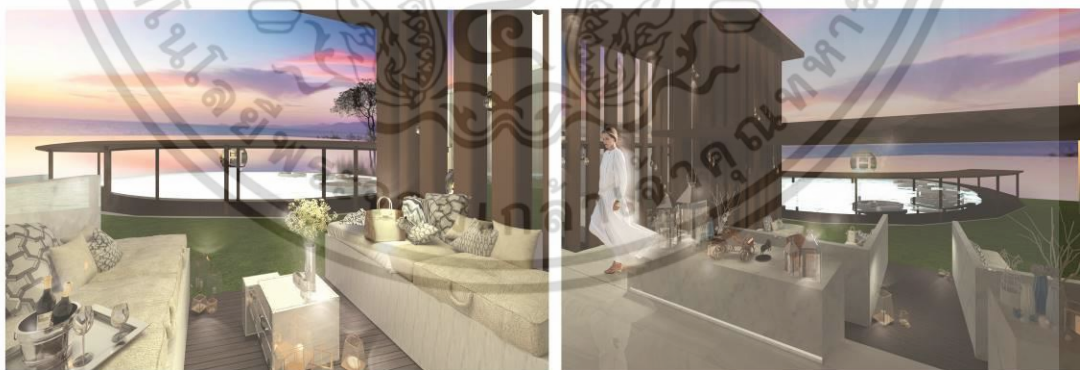


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H
 luxury boutique resort by HERMES
 lounge



H
 luxury boutique resort by HERMES
 lounge



BAR & CATWALK



LINE OF CATWALK
 ลักษณะเส้นของชุดที่เน้นความยาว
 ทรง loose fit และสายรัดเอว
 วัสดุ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าลินิน
 ผ้าไหมสีเข้ม ผ้าไหมสีอ่อน
 ผ้าไหมสีน้ำตาล



โซนของ ทีวี โซน outdoor สามารถติดตั้งในเวลา
 กลางวันและกลางคืน การวางบาร์เป็น bar catwalk
 ได้ ส่วนกลางคืน สามารถปรับได้เป็น bar โซนบาร์
 ถือว่าเป็น highlight ส่วนที่เป็นจุดรวมตัวกันของโซนนี้คือ
 ธรรมชาติบริเวณของพื้นที่ว่า 300 องศา คือมองเห็น
 ทะเลและใบไม้ของพื้นที่ซึ่งทั้งหมดไปเชื่อมกัน
 เป็นจุดเด่นของพื้นที่ lounge คือมีธีมเหมือน
 ไร่หลวงเมือง ส่วน theme 901 capital

PATTERN

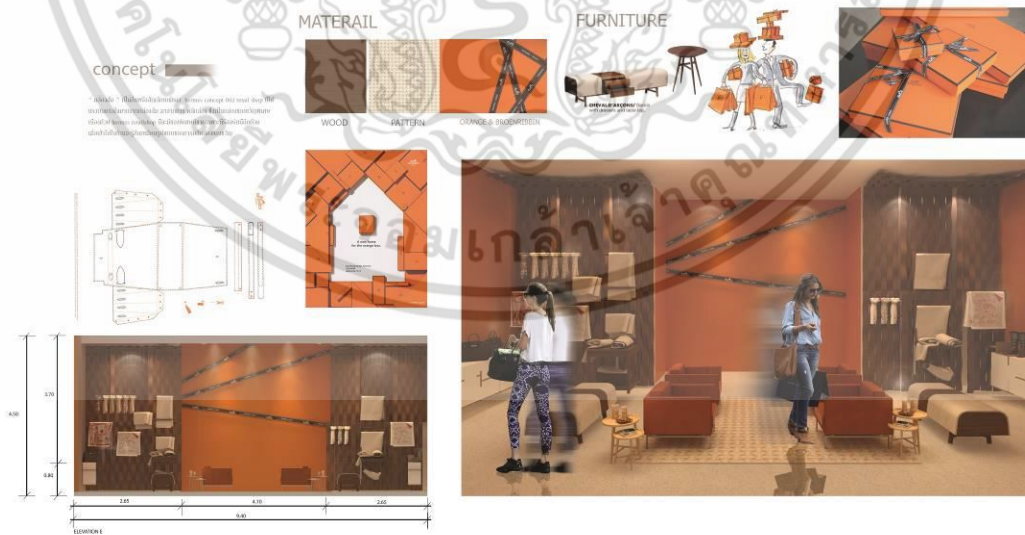
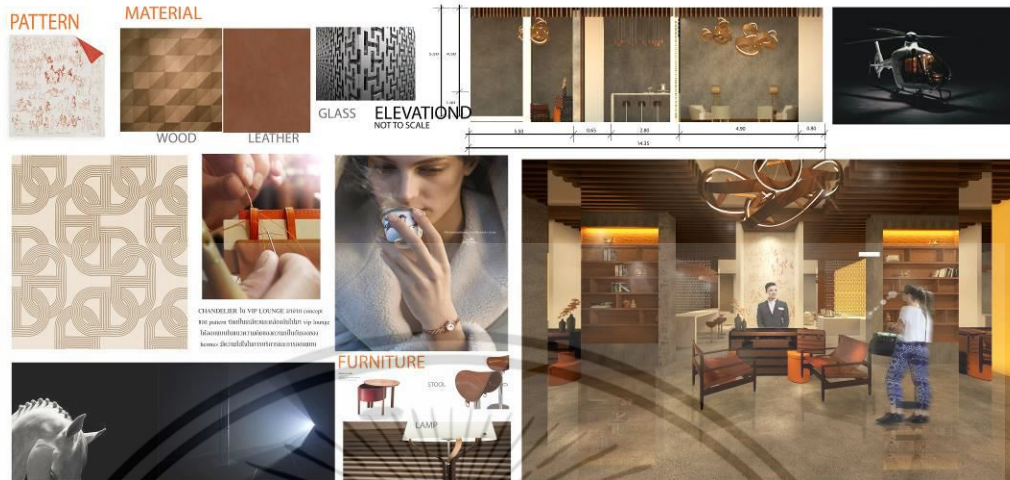


MATERIAL



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 131

H
luxury boutique resort by HERMES
VIP



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 132

H
 luxury boutique HOTEL BY HERMES
 exhibition



concept

EXHIBITION ROOM เป็นพื้นที่สำหรับแสดงงานศิลปะและงานออกแบบที่สร้างสรรค์ โดยเน้นการนำเสนอผลงานที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและค่านิยมของสังคมยุคใหม่

MATERIAL



concept

EXHIBITION ROOM เป็นพื้นที่สำหรับแสดงงานศิลปะและงานออกแบบที่สร้างสรรค์ โดยเน้นการนำเสนอผลงานที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและค่านิยมของสังคมยุคใหม่

MATERIAL



PATTERN

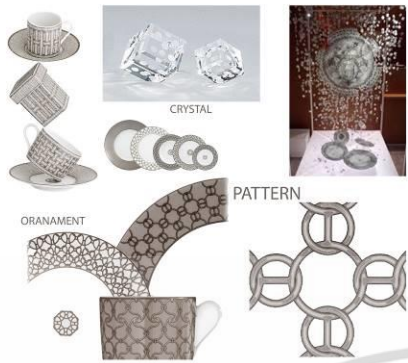


INSPIRATION



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 133

H
 luxury boutique resort by HERMES
ALL DAY DINING



concept

ในส่วนนี้ เราสามารถดูใน theme การออกแบบ concept ที่ยกมาไว้ในส่วน concept ของชั้นนี้ และ ดูเป็นแบบจำลองภาพด้วย มีความสัมพันธ์กับส่วนอื่นๆ โดยแนวคิดหลักของส่วนนี้มาจาก pattern ของที่ใส่ในร้านของ hermes ซึ่งใช้แล้ว

FURNITURE



CAPITAL ZONE

inspiration jewelry of hermes

เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับ theme ของ hermes ซึ่งใช้สีน้ำตาล และสีเงินเป็นหลัก และใช้โลหะสีเงินเป็นหลัก



MATERIAL

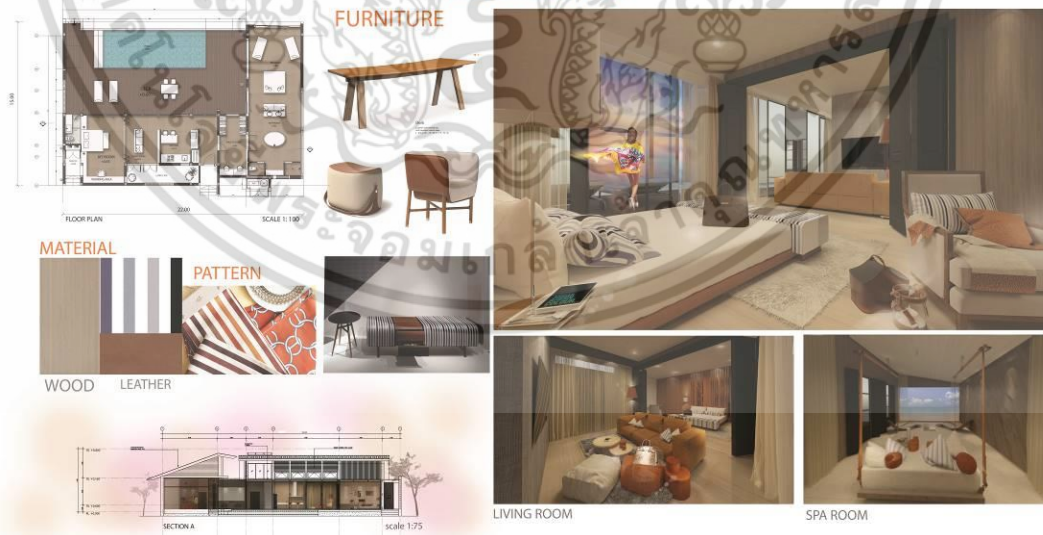
- marble
- stainless
- color scheme
- leather

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 134

H
 luxury boutique resort by BEERMES
VILLA TYPE A

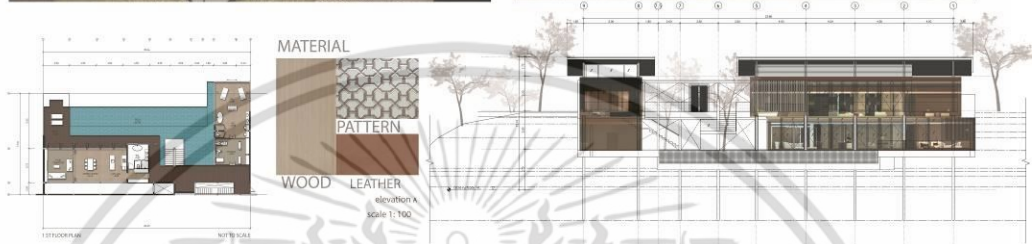


H
 luxury boutique resort by BEERMES
VILLA EXCLUSIVE TYPE A



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 135

H
 luxury boutique resort by **HEERMES**
 exclusive type B

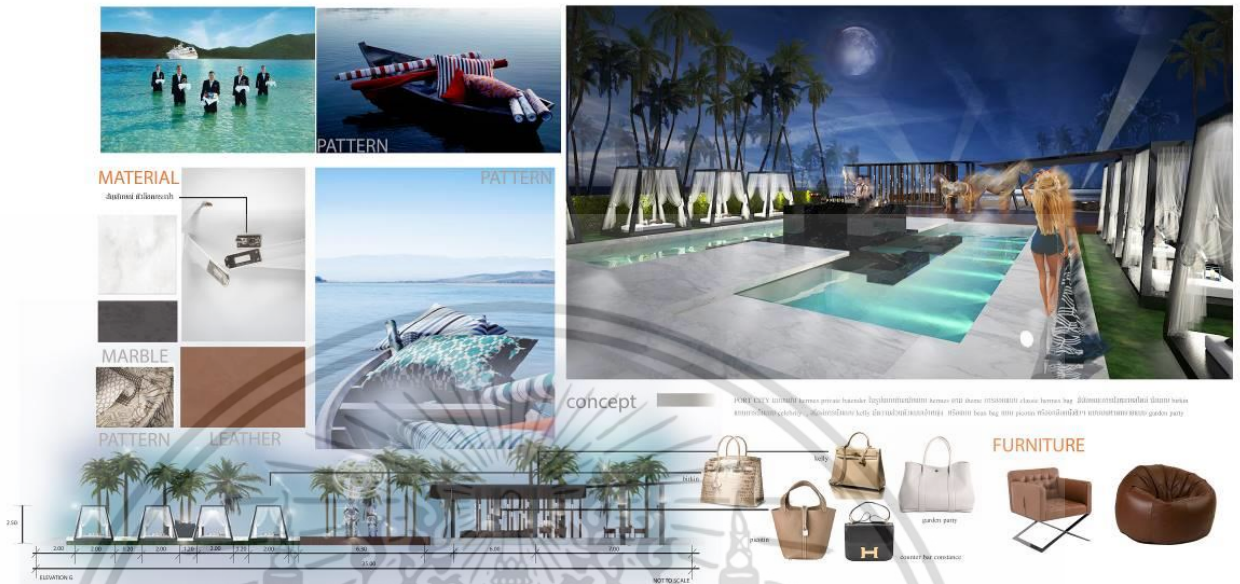


H
 luxury boutique resort by **HEERMES**
 exclusive type B



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ **136**

H
LUXURY BEACH RESORT by HERMES
BEACH CLUB



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 137

5.8 ทุนจำลอง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ 138

5.9 material board



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้