

**โครงการเสนอแนะโรงแรมแฟชั่น A'lamode Hotel
A'lamode Fashion Hotel**

**นางสาวบุชิตา ทองกำผลา
MISS BUCHITA THONGKUMPLA
รหัส 46020083**



เลขหมู่.....
เลขระเบียน.....**84021**
วันเดือนปี.....**23 ก.ย. 2551**

b.....**11๑๘๘A23**
i.....

**ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2550-2551**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์
บัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผศ.นพปฎล สุวีจันานนท์)



คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

รศ.จันทน์	เพชรานนท์	ประธานกรรมการ
รศ.อรรณพ	เพชรานนท์	กรรมการ
รศ.กฤษฎา	อินทรสติศัย	กรรมการ
ผศ.ญาณินทร์	รักวงศ์วาน	เลขานุการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รศ.จันทน์ เพชรานนท์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

- ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ช่วยเหลือและให้กำลังใจในทุกๆเรื่อง
- ขอขอบคุณ น้องพี่ ที่ให้อาเคอมมาไว้
- ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนให้ความรู้มาตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา
- ขอขอบคุณอาจารย์ทยา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือในทุกๆด้าน
- ขอขอบคุณกลุ่มอาจารย์ตรวจวิทยานิพนธ์ ที่คอยสั่งสอนและกลั่นกรองแบบร่างให้ออกมาเป็นงานได้จริง แม้จะทลั๊กทุเลไปบ้าง
- ขอขอบคุณรหัสพี่ๆ รหัส 20ทุกคน พี่ต้าร์ พี่บ๊อค พี่แพนด้า พี่อู๋ และเพื่อนๆที่ต้าร์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ถ้าไม่ได้พี่ๆมาช่วยงานนี้ก็คงไม่สำเร็จมาได้แล้วดี รวมถึงน้องๆรหัส 20 ทุกคน โดยเฉพาะน้องเบล ที่ช่วยอย่างเต็มที่ และจนถึงส่ง
- ขอขอบคุณน้องๆปี 1 น้องแก้ว น้องโบส น้องออม น้องปุ้ย น้องเปา และคนอื่นๆอีก ขอขอบคุณนะคะ
- ขอขอบคุณน้องๆปี 2 ที่น่ารักมากกกกกกกก ขอขอบคุณนะคะ
- ขอขอบคุณปอเปี้ยะ นุศ ปูและเพื่อนๆในกลุ่มทุกคน ที่คอยตามและช่วยเหลือ
- ขอขอบคุณเพื่อนๆปี 5 ทุกคนเลยที่ใช้ชีวิตร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมา
- ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ปี5ทุกคนที่ร่วมทุกข์สุขกันมาด้วยกันจนจบ
- ขอขอบคุณพี่นัท พี่พจน์ พี่แจ้ว ที่ช่วยเหลือ และถามไถ่
- ขอขอบคุณพี่ๆ น้องๆ อีกหลายคน ที่ไม่สามารถจำได้ แต่ก็ขอบคุณค่า
- ขอขอบคุณตัวเอง ที่สามารถทำวันนี้ได้จนสำเร็จ
- ขอขอบคุณ 'สถาบันตลาดกระบ้ง ดีใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของที่แห่งนี้

บุษิตา ทองกำผลา

คำนำ

โครงการนี้ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท ซึ่งเป็นแหล่งศูนย์กลางและศูนย์รวมแฟชั่นชั้นนำระดับ
แนวหน้าของกรุงเทพ ดังนั้นโครงการนี้จึงต้องการให้เป็นผู้นำชั้นแนวหน้าระดับสากล โดยจะ
นำเสนอผ่านสินค้าที่เป็นแบรนด์สินค้าที่มาจากไทย และมีแนวความคิดที่สร้างสรรค์ สืบออกมาใน
เรื่องของศิลปะ และเน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างกัน จึงสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน
เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ และสามารถครอบคลุมกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม ดังนั้นจึง
หวังว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ที่อ่านต่อบ้าง



หัวข้อเรื่องวิทยานิพนธ์ โครงการเสนอแนะโรงแรมแฟชั่น A'lamode Fashion Hotel

A'lamode Fashion Hotel

ชื่อนักศึกษา นางสาวบุชิตา ทองกำมลา

MISS BUCHITA THONGKUMPLA

รหัส 46020083

ภาควิชา สถาปัตยกรรมภายใน

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2550-2551

ที่อยู่ 33/3 ซอยหลังสวน ถนนเพลินจิต เขตปทุมวัน แขวงคูมุนี กทม.10330

โทร 089-134-2199

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ จันทน์ เพชรานนท์

บทคัดย่อ

เนื่องจากปัจจุบันแฟชั่นต่างๆนั้นเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะมาจากทางด้านยุโรป อเมริกา รวมถึงเอเชีย ดังนั้นรัฐบาลในอดีตนายทักษิณได้คิดโครงการกรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น เพื่อให้ได้ทัดเทียม และเป็นผู้นำทางด้านแฟชั่น ดังนั้นเพื่อตอบสนองโครงการกรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น จึงริเริ่มโครงการนี้ขึ้นมา เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักกับแบรนด์สินค้าจากไทยมากขึ้น

วิธีการวิจัย

1. ค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ
 - 1.1 ศึกษาสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบ
 - 1.2 ศึกษาโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียงไม่ว่าจะเป็นศูนย์แฟชั่น
 - 1.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ของสินค้าที่ต้องการจะมานำเสนอ
2. พฤติกรรมและอัตรากำลังของบุคคลที่เกี่ยวข้อง
3. ความต้องการพื้นฐานของบุคคลที่ชื่นชอบเกี่ยวกับแฟชั่น
4. องค์ประกอบและแนวทางการออกแบบตกแต่ง
5. ศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้งโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากลักษณะของอาคารที่ตั้งภายในโครงการ มีพื้นที่ที่ต้องการจำกัด และบริเวณทางด้านหน้าของโครงการจะได้รับมลภาวะ ค่อนข้างมาก ดังนั้นอาคารควรอยู่ลึกเข้ามาและใช้ต้นไม้บังบางส่วนเพื่อลดมลพิษ
2. ในการสร้างสภาพแวดล้อมน่าให้กลมกลืนกับธรรมชาติ ในการออกแบบควรตระหนักถึงการแก้ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อให้น้อยที่สุดในระดับขั้นต้น และตระหนักขึ้นไปอีกระดับถึง วิธีการ ขั้นตอน การจัดการ การบริการ และกิจกรรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญเรื่อง

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

1.1	ความเป็นมาของโครงการ	1
1.2	วัตถุประสงค์	2
1.3	ที่ตั้งของโครงการ	3
1.3.1	การเข้าถึงโครงการ	4
1.3.2	สภาพแวดล้อมโดยรอบของโครงการ	4
1.3.3	ลักษณะของอาคาร	6
1.4	ขอบข่ายของโครงการ	8
1.5	ขอบเขตของโครงการ	9
1.6	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10

บทที่ 2 การศึกษาข้อมูลประกอบโครงการ

2.1	รายละเอียดของโครงการ	
2.1.1	ประวัติของโครงการ	11
2.1.2	ประเภทของโรงแรมในโครงการ	12
2.2	กรณีศึกษาโรงแรม	13
2.3	กรณีศึกษาการจัดแพ็คเกจ	
2.4	ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดแบบנדไซน์คำไทย	
2.4.1	Inspired By Inner Complexity	39
2.4.2	Issue	40
2.4.3	Tube Gallery	42
2.4.4	Boudoir	43
2.4.5	Headquarter	45
2.4.6	Mea Fah Luang	46
2.5	กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Spa	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6	กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Bar and Restaurant	58
2.7	กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Fitness and yoga	59
บทที่ 3 พฤติกรรม สายการบริหาร และพื้นที่ใช้สอยในโรงแรม		
3.1	หน้าที่และส่วนประกอบต่างๆของโรงแรม (Organization and Function)	64
3.2	การศึกษาพฤติกรรมในส่วนบริการและความสัมพันธ์ต่อเนื่องภายในของโรงแรม (Activities Behavior and Relationship)	71
3.3	พื้นที่ใช้สอยของโครง (Area Requirement)	82
บทที่ 4 การวิเคราะห์ และ การออกแบบ		
4.1	การวิเคราะห์	
4.1.1	การวิเคราะห์ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมของโครงการ	91
4.1.2	การวิเคราะห์อาคารในโครงการ	92
4.1.3	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต่อเนื่อง	93
4.1.4	การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่ (Diagram / Pie Chart)	94
4.1.5	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สอย (Function Diagram)	95
4.1.6	การวิเคราะห์การแบ่งอาณาเขต (Zoning)	96
4.2	การวิเคราะห์แนวความคิดในการออกแบบ	97
บทที่ 5 แนวทางการออกแบบและสภาพแวดล้อมภายในโครงการ		
5.1	Lobby	102
5.2	Restaurant and Coffee Area	105
5.3	Lounge and Executive Lounge	113
5.4	Fitness & Spa	114
5.5	Shop	117
5.6	ส่วนของห้องพัก	117
5.6.1	Tube Gallery	
5.6.2	Headquarter	
5.6.3	Inspired by Inner Complexity	
5.6.4	Issue	
5.6.5	Boudoir	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.6.6 Mea Fah Luang

บรรณานุกรม



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของโครงการ

ตามที่รัฐบาล จึงได้จัดให้มีโครงการ “กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น” ขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการยกระดับให้ผู้ประกอบการในธุรกิจแฟชั่นสาขาต่างๆ และนักออกแบบ มีศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค พร้อมกับเป็นการส่งเสริมการสร้าง Brand สินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอย่างยั่งยืน

ปัจจุบันโอกาสในการเติบโตของตลาดแฟชั่น หรือธุรกิจเสื้อผ้าในเมืองไทยมีแนวโน้มว่าจะเป็นสินค้าที่สามารถผลักดันให้เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญได้อีกสินค้าหนึ่ง ดังนั้นทางรัฐบาลชุดผ่านมา (รัฐบาลชุดของอดีตนายกทักษิณ ชินวัตร) ได้มีนโยบายส่งเสริมให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นในภูมิภาคเอเชียได้มีนโยบายมุ่งส่งเสริมให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นอีกแห่งหนึ่งที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย และได้มอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น “FASHION BANGKOK WEEK” ทั้งนี้เพื่อสร้างโอกาสในการยกระดับให้ผู้ประกอบการในธุรกิจแฟชั่นสาขาต่างๆ และนักออกแบบ มีศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค พร้อมกับเป็นการส่งเสริมการสร้าง Brand สินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอย่างยั่งยืน

ดังนั้นเพื่อที่จะส่งเสริมนโยบายต่างๆให้ประสบความสำเร็จ จำต้องพัฒนาองค์ประกอบแวดล้อมต่างๆ ประกอบกับปัจจุบันโรงแรมได้เป็นส่วนหนึ่งในสังคมและเป็นปัจจัยหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นโรงแรมนี้นำเสนอโรงแรมแฟชั่นสมัยใหม่ที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง มีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ที่ไม่ตามรอยแฟชั่นนำ Trend ของต่างชาติ โรงแรมนี้จึงเจาะจงกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในเรื่องของแฟชั่นสมัยใหม่ กลุ่มนักธุรกิจและDesignerจากหลายๆประเทศที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านแฟชั่นที่จะเข้ามาลงทุนและเป็นส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล ดังนั้นจึงเลือกแบรนด์สินค้าระดับแนวหน้าที่แตกต่างกันมีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง เน้นกลุ่มลูกค้าที่ต่างกันออกไป เพื่อที่จะได้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป อาทิเช่น

- Inspired By Inner Complexity ออกแบบโดย คุณอิสศรียา วิรัชศิลป์ และคุณณัฐวัฒน์ สุทธิพงศ์

- Issue ออกแบบโดย คุณวิโรจน์ สิงหะกุล

- Tube Gallery ออกแบบโดย คุณศักดิ์สิทธิ์ พิศาลสุพงศ์ และคุณพิสิฐ จงนรัง

สิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Boudoir ออกแบบโดย คุณดิษยา ประกอบสันติสุข
- Headquarter ออกแบบโดย คุณจิรัฐ ทรัพย์พิศาลกุล คุณชัย เจียมอมรรัตน์ และคุณภัทศรัณย์ ศรีเลื่อนสร้อย
- Mae Fah Luang เป็นมูลนิธิเพื่อส่งเสริมให้ชาวเขามีรายได้เสริม โดยคำว่าแม่ฟ้าหลวง มีความหมายว่า “สมเด็จพระย่า”

ซึ่งแบรนด์แต่ละแบรนด์ที่กล่าวมาแล้วแต่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างกันไป โดยเน้นแนวความคิดในการออกแบบมากกว่าทำตามแฟชั่นที่เข้ามา จึงเป็นแบบอย่างให้แก่ดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ให้มีความคิดเป็นอิสระและเป็นตัวของตัวเอง โดยเฉพาะสามารถเป็นที่รู้จักได้อย่างแพร่หลายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ในฐานะผู้นำแฟชั่นแห่งใหม่ในระดับสากล

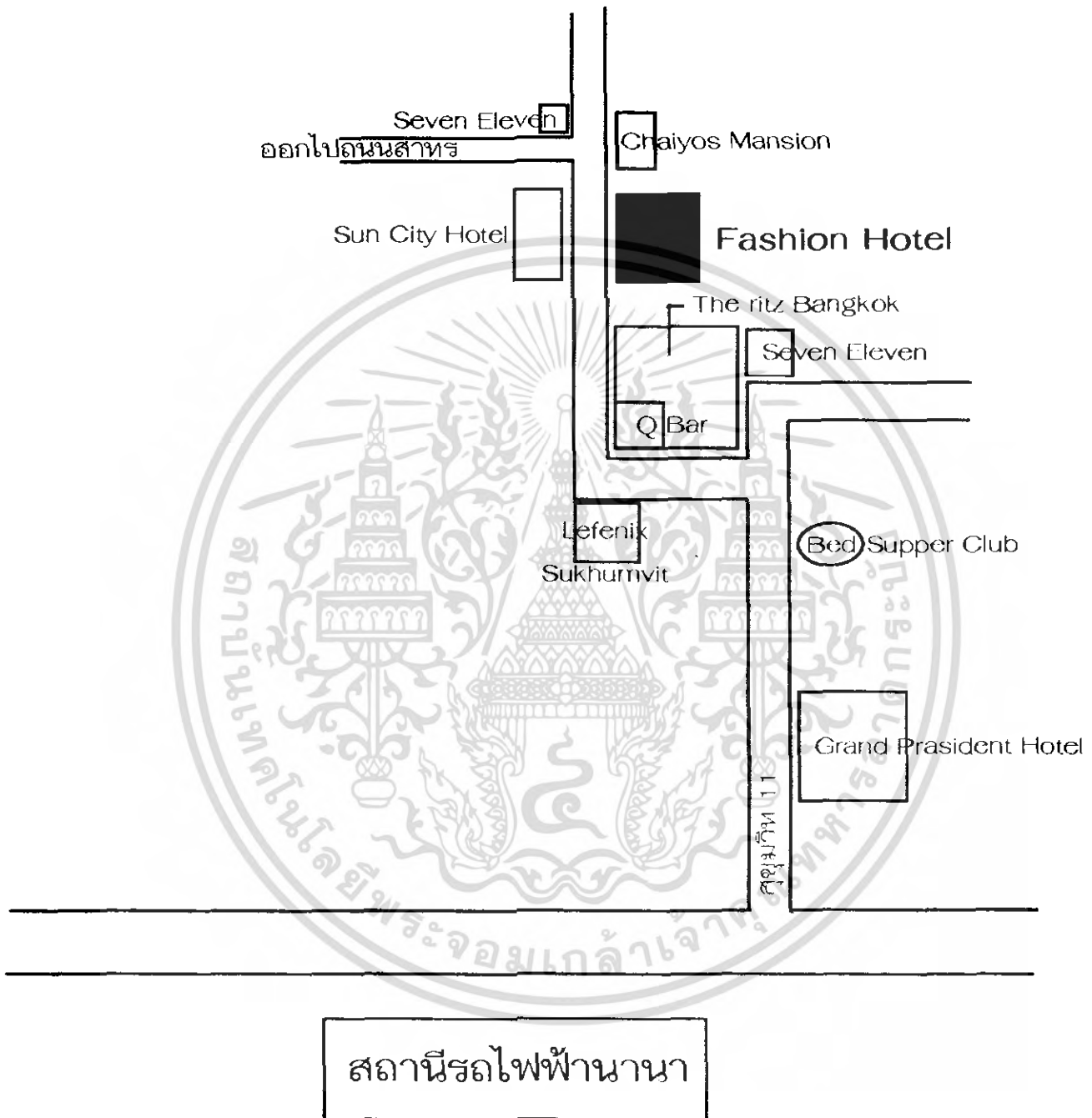
ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มลูกค้ามีทางเลือกที่ต่างออกไปให้เห็นแนวความคิดแปลกใหม่และความคิดสร้างสรรค์ของดีไซน์เนอร์ รวมถึงยังเป็นจุดศูนย์กลางเมืองแฟชั่นแห่งใหม่ของกรุงเทพฯ จึงก่อให้เกิด “โรงแรมแฟชั่น A'lamode”

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อรองรับกลุ่มนักธุรกิจ นักท่องเที่ยวและบุคคลที่ชื่นชอบแฟชั่น
- 1.2.2 เพื่อเป็นศูนย์กลางแฟชั่นแห่งใหม่ในระดับสากล
- 1.2.3 เพื่อเพิ่มรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดีขึ้น
- 1.2.4 เพื่อเปิดโอกาสให้กับนักดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ของไทยให้มีแนวความคิดเป็นอิสระ ไม่ซ้ำแบบใคร
- 1.2.5 ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และรองรับนโยบายส่งเสริมให้กรุงเทพเป็นเมืองแฟชั่นที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย

1.3 ที่ตั้งของโครงการ

Sukhumvit Soi 11 Klog Toey Nua, Wattana Bangkok, Thailand



รูปที่ 1.1 แผนที่แสดงการเข้าถึงโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

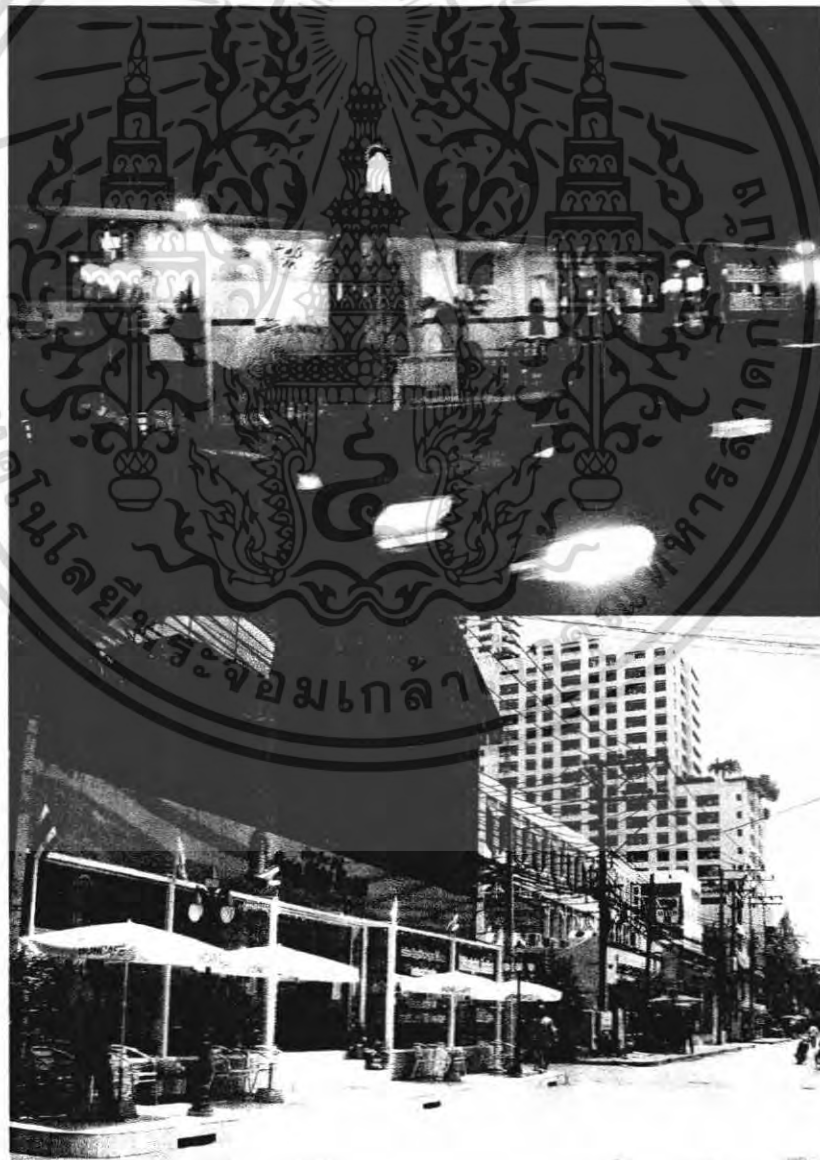
1.3.1 การเข้าถึงโครงการ

มีการคมนาคมหลายประเภทให้เลือกใช้ ดังนี้

- รถยนต์ส่วนบุคคล
- รถรับจ้างส่วนบุคคล
- รถไฟฟ้า BTS (สถานี นานา)
- รถประจำทาง

1.3.2 สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ

ทิศเหนือ : เป็นด้านหน้าของอาคาร โดยฝั่งตรงข้ามเป็น Sun City Hotel



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 1.2 ภาพแสดง Sun City Hotel

ทิศตะวันออก : ติดกับรัชชยศ แมนชั่น

ทิศตะวันตก : ติดกับ The Ritz Bangkok และ Q Bar



1.3 ภาพแสดง The Ritz Bangkok

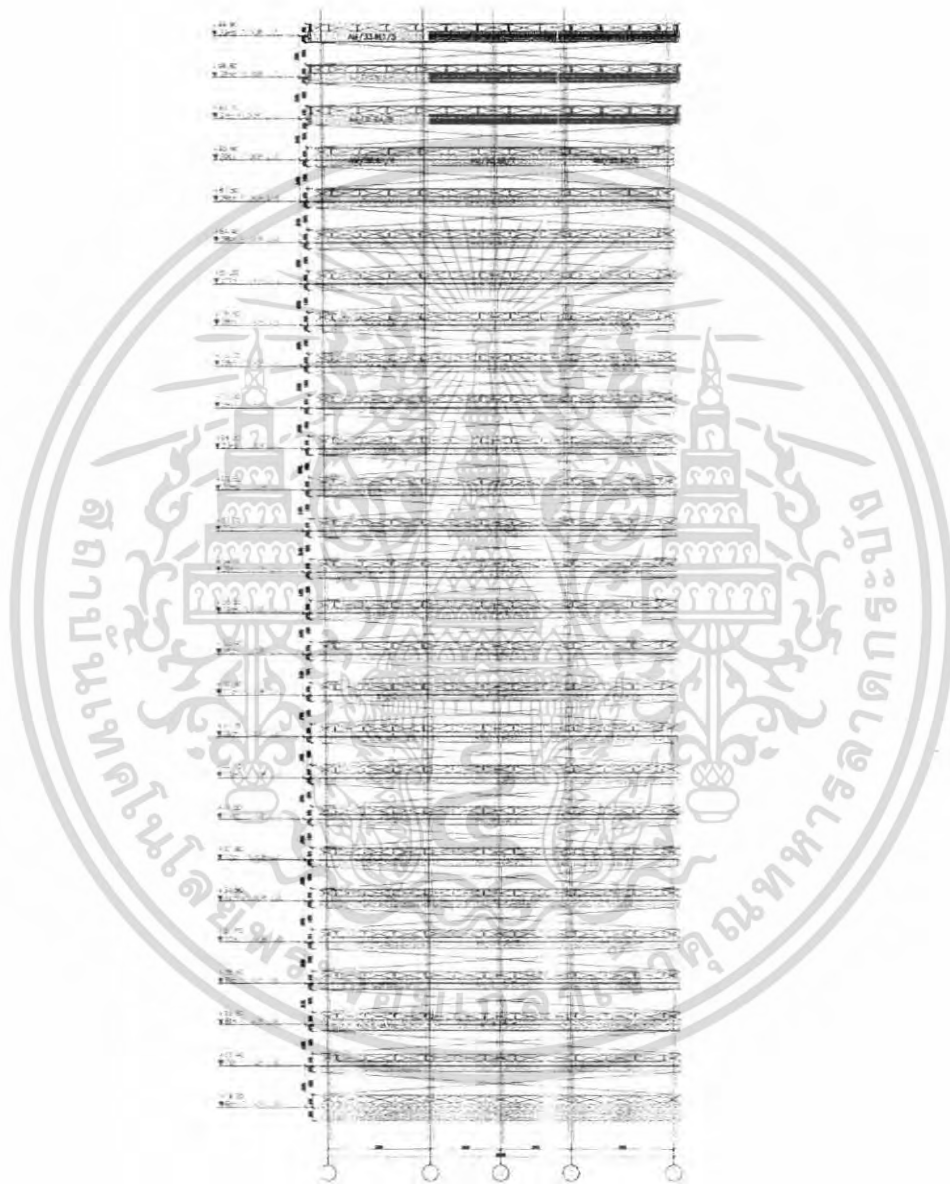


1.4 ภาพแสดง Q Bar

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

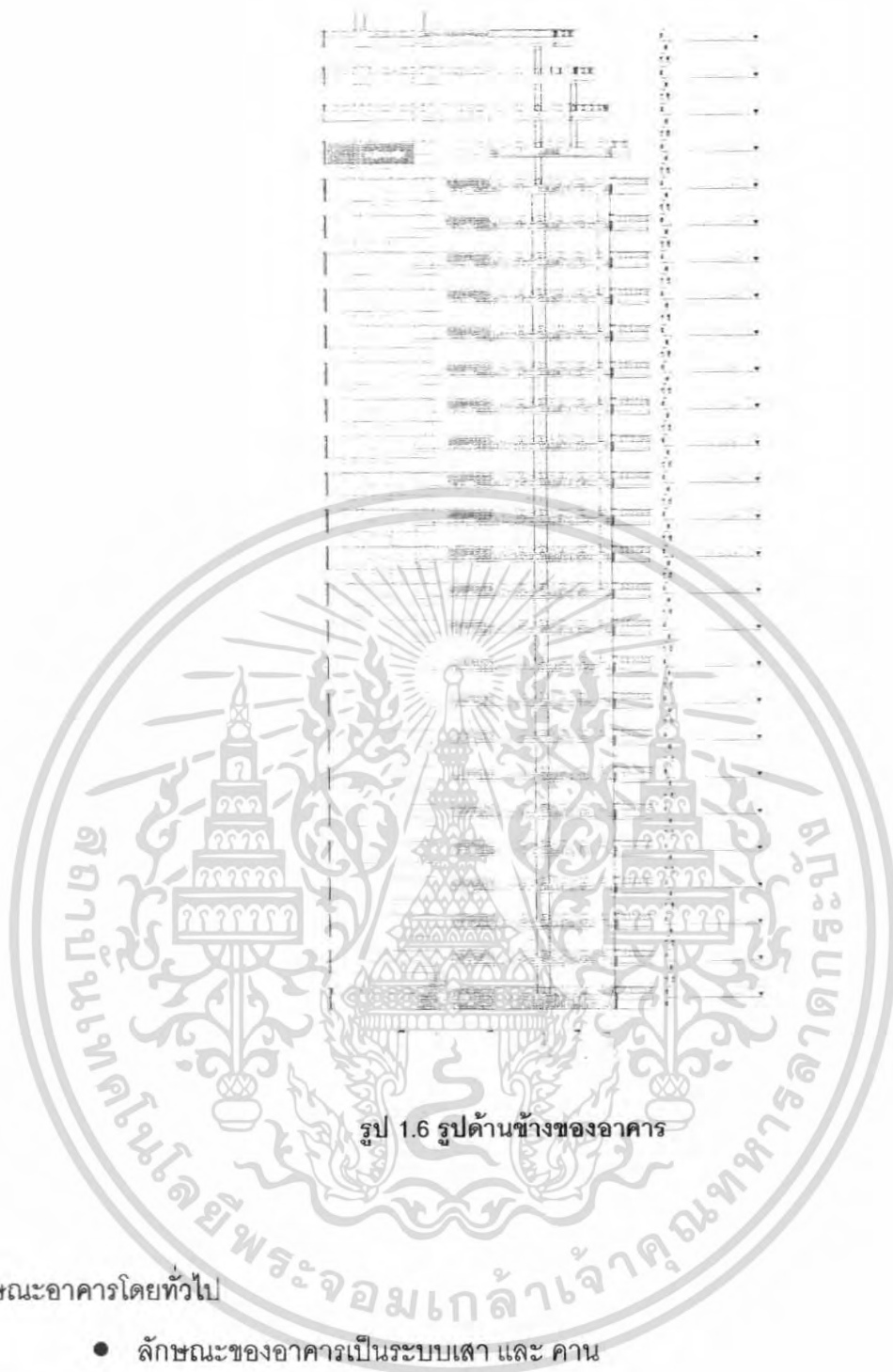
1.3.3 ลักษณะอาคาร

อาคารที่นำมาใช้เป็นอาคาร Fraser Suites ซึ่งเป็นอาคารที่กำลังดำเนินการก่อสร้างอยู่ ซึ่งมีทั้งหมด 33 ชั้น



รูปที่ 1.5 รูปด้านหน้าของอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูป 1.6 รูปด้านข้างของอาคาร

ลักษณะอาคารโดยทั่วไป

- ลักษณะของอาคารเป็นระบบเสา และ คาน

เหตุผลในการเลือกอาคาร

- รูปแบบของตึกมีลักษณะที่ค่อนข้างทันสมัย
- มีพื้นที่ใช้สอยเหมาะสมกับความต้องการของโครงการ
- ตั้งอยู่ในสถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวก
- เป็นสถานที่ที่มีชาวต่างชาติและชาวไทยมาใช้เป็นที่พักผ่อน
- ตั้งอยู่ในเขตที่เป็นถนนสายแพชั่น เพราะมีห้างร้านชั้นนำต่างๆมากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ขอบเขตของโครงการ

โรงแรมแฟชั่นA'lamodeตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท ในใจกลางเมืองที่เป็นย่านธุรกิจชั้นนำแห่งหนึ่งของกรุงเทพ มีทั้งหมดด้วยกัน 33 ชั้น แต่ละชั้นมีพื้นที่ประมาณ 683.8 ตารางเมตร ซึ่งจะมีพื้นที่รวม 22565.5 ตารางเมตร โดยจะแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆได้ดังนี้

1.4.1 ส่วนร้านค้า

- Retail Shop
- Exhibition
- Lounge Bar
- Living Area

1.4.2 ส่วนต้อนรับ

- Lobby
- Reception
- Waiting area
- Front Desk
- Office

1.4.3 ส่วนของร้านอาหาร

- Restaurant
- Lounge/Bar
- Meeting Room
- Board Room
- Internet Area
- Business centre

1.4.4 ส่วนของการบริการ

- Laundry Service
- Room Service
- Parking Area

1.4.5 ส่วนของกิจกรรม

- Hall ขนาดใหญ่เพื่อรองรับการจกแสดงCat Walk
- Swimming Pool

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Spa /Massage/ Medical
- Fitness Room
- Living Area

1.4.6 ส่วนของห้องพัก แบ่งออกเป็น 6 ประเภท

- Standard Room
- Deluxe Room
- Deluxe King Room
- Deluxe Suites
- Deluxe King Suites
- Penthouse

รวมพื้นที่ทั้งหมด 22,565.5 ตารางเมตร

1.5 ขอบข่ายของโครงการ

1.5.1 ส่วนร้านค้า

- Retail Shop
- Exhibition
- Lounge Bar

พื้นที่ 350 ตารางเมตร

พื้นที่ 100 ตารางเมตร

พื้นที่ 50 ตารางเมตร

รวมพื้นที่ 500 ตารางเมตร

1.5.2 ส่วนต้อนรับ

- Lobby
- Reception
- Waiting area
- Front Desk

พื้นที่ 70 ตารางเมตร

พื้นที่ 35 ตารางเมตร

พื้นที่ 100 ตารางเมตร

พื้นที่ 20 ตารางเมตร

รวมพื้นที่ 225 ตารางเมตร

1.5.3 ส่วนของกิจกรรม

- Hall ขนาดใหญ่เพื่อรองรับการจักแสดง Cat Walk

รวมพื้นที่ 1367.6 ตารางเมตร

1.5.4 ส่วนของห้องพัก แบ่งออกเป็น 6 ประเภท

- Standard Room มีพื้นที่ 36 ตร.ม./ห้อง

- Deluxe Room มีพื้นที่ 42 ตร.ม./ห้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Deluxe King Room มีพื้นที่ 50 ตร.ม./ห้อง
 - Deluxe Suites มีพื้นที่ 75 ตร.ม./ห้อง
 - Deluxe King Suites มีพื้นที่ 125 ตร.ม./ห้อง
 - Penthouse มีพื้นที่ 400 ตร.ม./ห้อง
- รวมพื้นที่ 778 ตารางเมตร

ขอบเขตของโครงการทั้งหมดมีพื้นที่รวม 2,870.6 ตารางเมตร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 เป็นที่ยอมรับของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
- 1.6.2 กระตุ้นเศรษฐกิจให้ดีขึ้น
- 1.6.3 แบบรงค์ของไทยเป็นที่รู้จักในระดับสากล
- 1.6.4 มีดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ที่มีความคิดก้าวไกลและเป็นอิสระในการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การศึกษาข้อมูลประกอบโครงการ

2.1 รายละเอียดของโครงการ

2.1.1 ประวัติของโครงการ

โครงการ “กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น”(Fashion Bangkok Week) เกิดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแฟชั่นสามสาขา ทั้งอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ซึ่งในระยะแรกจะระดมความคิดความสามารถผลักดันในกรุงเทพฯเป็นศูนย์กลางแฟชั่น (Fashion Center) ของภูมิภาค และเป็นศูนย์กลางแฟชั่นแห่งหนึ่งของโลกภายในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยต้องมีภาพลักษณ์ของเมืองแฟชั่นที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ดังนั้นจึงมีศูนย์ธุรกิจแฟชั่นที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจแฟชั่นอย่างมีประสิทธิภาพ มีสินค้าแฟชั่นที่เป็นตราสินค้าไทยมากเพียงพอที่จะสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่น มีบุคลากรด้านแฟชั่นทั้งในด้านการออกแบบ ภาคธุรกิจ ภาคการผลิตที่มีความรู้และทักษะสูงพอ มีพัฒนาการด้านแฟชั่นที่โดดเด่นในภูมิภาค รวมทั้งมีการส่งออกสินค้าแฟชั่นมากมาย

โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น ประกอบด้วยแผนงาน 11 โครงการ คือ

โครงการที่ 1- โครงการศูนย์พัฒนาบุคลากรด้านแฟชั่น

โครงการที่ 2- การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่น

โครงการที่ 3- การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

โครงการที่ 4- การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

โครงการที่ 5- การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

โครงการที่ 6- การจัดงาน Bangkok Fashion Week

โครงการที่ 7- การสร้างแนวโน้มแฟชั่น

โครงการที่ 8- การจัดประกวดออกแบบแฟชั่นนานาชาติ

โครงการที่ 9- การเจาะตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ เพื่อลดอุปสรรคในการทำตลาดสินค้าในต่างประเทศ

โครงการที่ 10- การเผยแพร่ผลงานแฟชั่นของนักออกแบบ ไทย

โครงการที่ 11- การสร้างภาพลักษณ์ของโครงการฯ อย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แฟชั่นเปรียบเสมือนพระจันทร์ ที่ไม่มีความแน่นอนและคงตัว แต่จะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ตามแต่ยุคสมัยและวัฒนธรรม



รูปที่ 2.1 แฟชั่นแบบต่างๆ

ต่อมาวัฒนธรรมตะวันตกเริ่มเข้ามาแพร่หลายมากขึ้น ในช่วงรัชสมัยของ ร.4-ร.5 ที่เป็นช่วงสมัยของพระราชินีวิคตอเรีย ผู้หญิงไทยในสมัยนั้นจึงเริ่มเปลี่ยนจากการุ่งจกกระเบนมาเป็นกระโปรงมากขึ้น ผู้ชายก็มีการแต่งตัวที่เป็นทางการเป็นชาติตะวันตกมากขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีวัฒนธรรมไม่แพ้ชาติตะวันตก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นเพื่อให้ประเทศไทยมีเอกลักษณ์ที่เป็นของตัวเอง รวมถึงได้สนับสนุนโครงการ “กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น” จึงส่งเสริมความเป็นไทยในรูปแบบใหม่ให้ชาวต่างชาติได้รับรู้และได้เห็นถึงความแตกต่างและความสามารถของคนไทยที่ไม่น้อยหน้าไปกว่าชาติอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดแนวความคิดนี้ขึ้น จึงได้รวบรวมนักดีไซน์เนอร์จากห้องเสื้อชั้นนำของประเทศไทย ซึ่งแต่ละร้านมีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง มีจุดเด่นและกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน เพื่อจะได้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าได้ในหลายระดับ เราจึงเกิดโรงแรมแห่งนี้ขึ้นที่สามารถเป็นศูนย์รวมของเมืองแฟชั่นยุคใหม่ที่แตกต่างจากโรงแรมอื่นโดยทั่วไป ซึ่งให้เกิดเป็นทางเลือกใหม่แก่กลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบทางด้านแฟชั่น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อสนับสนุนแบรนด์ของไทยได้เป็นที่รู้จักกันในระดับสากล

2.1.2 ประเภทของโรงแรมในโครงการ

โรงแรมในโครงการแบ่งตามทำเลที่ตั้งและมาตรฐานของโรงแรม ดังนั้นโรงแรมในโครงการจึงจัดว่าเป็นโรงแรมในเมือง(City hotel) ขนาดเล็ก ระดับ 5 ดาว

2.1.2.1 โรงแรมในเมือง (CITY HOTEL)

คือ โรงแรมในเมืองใหญ่ๆที่มีความสำคัญทางด้านธุรกิจการค้าขาย การทูต หรือการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ที่มีสถานที่ท่องเที่ยว หรือ ทางด้านสถาปัตยกรรม เก้าแก่ของเมืองโบราณ จะได้รับความสะดวกสบายต่างๆ อย่างพร้อมมูล แก่แขกของโรงแรม และบุคคลภายนอก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อรูปที่ 2.3 CITY HOTEL เอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.2 โรงแรมระดับ 5 ดาว (LUXURY HOTEL)

- คือโรงแรมที่มีความหรูหราฟุ่มเฟือยซึ่งมีส่วนให้ความสะดวกสบาย และความสะอาด พร้อมทั้งด้านการบริการครบถ้วน มีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน คือทั้งด้านห้องพัก

2.2 กรณีศึกษาโรงแรม

2.2.1 Opus Hotel

สถานที่ตั้ง : 322 Davie Street, Vancouver British Columbia, Canada

Opus Hotel เป็นโรงแรมหรูขนาดเล็ก ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจที่ทันสมัยในประเทศแคนาดา เป็นโรงแรมประเภท Boutique ที่มีแนวความคิดเป็นแบบสมัยใหม่ และมีการผสมผสานแบบ Contemporary โดยมีการใช้ furniture ที่มีความทันสมัยและคลาสสิก ทำให้เกิดความน่าสนใจ และแปลกใหม่ต่างจากที่อื่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น การนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

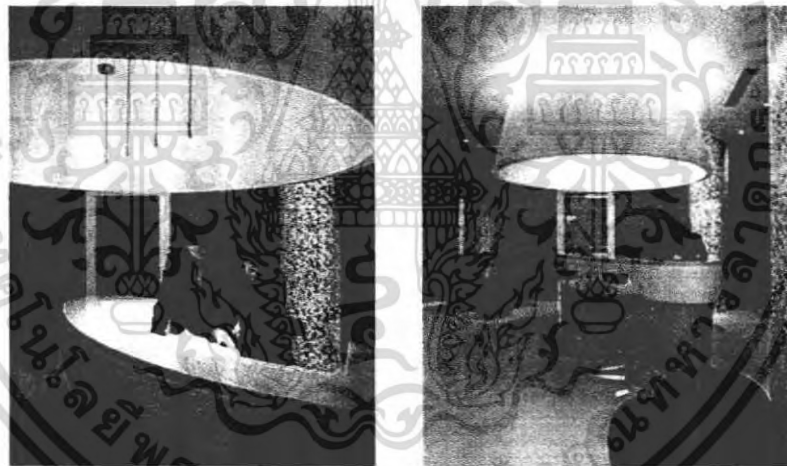
Opus Hotel แบ่งออกเป็นทั้งหมด 7 ชั้น มีทั้งหมด 97 ห้อง แบ่งห้องพักออกเป็น 8 types
ประเภท 5 lifestyle

องค์ประกอบของโรงแรมและส่วนบริการ

- Lobby
- Opus Bar (70 seats)

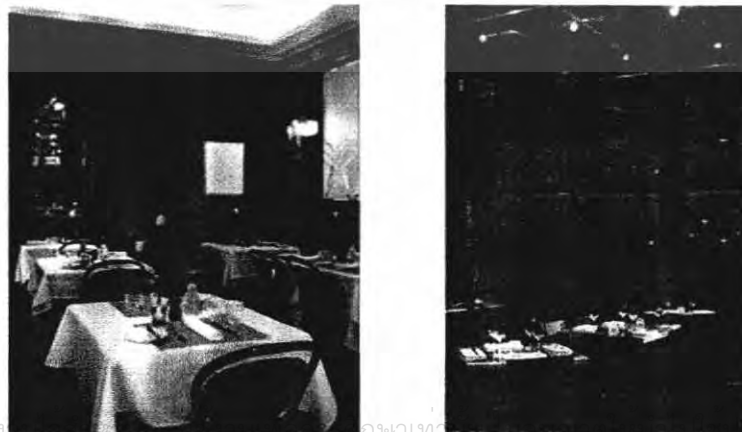


Lobby – Waiting Area



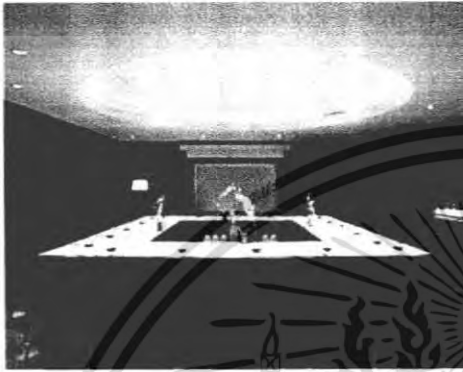
Reception

- Elixir Bar and Restaurant (100 seats)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสาร
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Espresso Bar
- Fitness Room
- Boardroom
- Business centre
- Meeting and catering service



Opus Hotel

- Babysitting Service
- Laundry Service
- Pet Service
- Spa Service
- Medical, Dental, and Chiropractor Service
- Massage and physiotherapy service
- Guest Room

■ แบ่งออกเป็น 5 lifestyle คือ

- Red : Modern & Minimalist
- Blue : Stylish & Sophisticated
- Green : Artful & Eclectic
- Yellow : Tony & Traditional
- Taupe : Daring & Dramatic

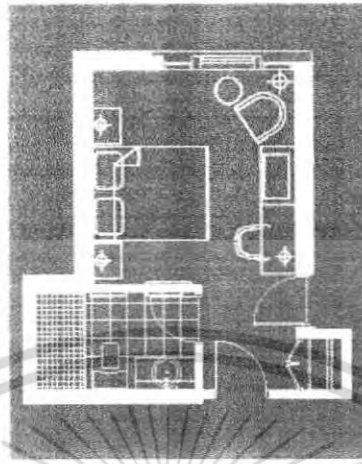


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

- มีทั้งหมด 8 type

1. Standard Room



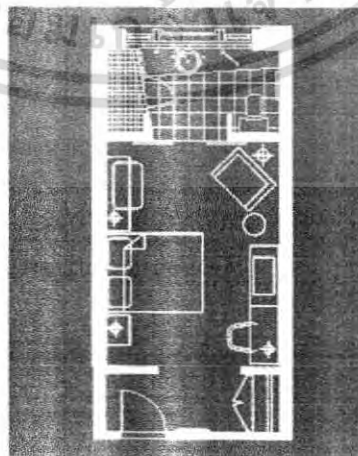
รูปที่ 2.5 Standard Room plan

มีพื้นที่ใช้สอย 23.3 ตร.ม. Standard Room มีตั้งแต่ชั้นที่ 2-6 มีทั้งหมด 10 ห้อง



รูปที่ 2.6 Standard Room

2. Superior Room



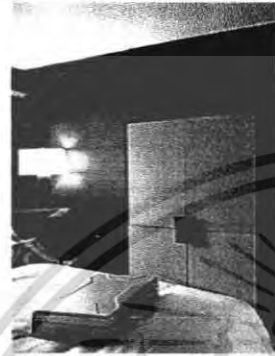
รูปที่ 2.7 Superior Room plan

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

84021

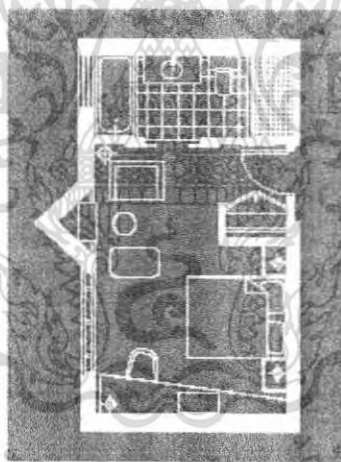


รูปที่ 28 Superior Room



มีพื้นที่ใช้สอย 24.6-28.4 ตร.ม. อยู่บนชั้นที่ 2-7 แบ่งออกเป็นทั้งหมด42 ห้อง

3. Deluxe court yard Room



Deluxe Court Yard Room

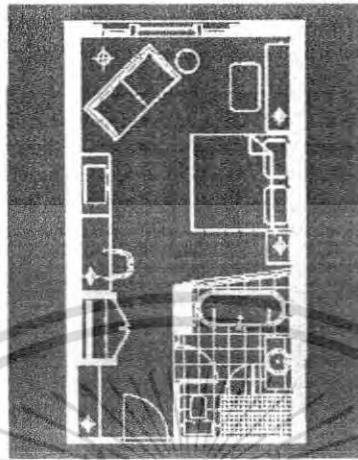
แบ่งพื้นที่ใช้สอย 28.3-30.2 ตร.ม. อยู่บนชั้นที่ 4-7 มีทั้งหมด 10 ห้อง เป็นห้องที่มีหน้าต่างสามารถมองเห็นสนามหญ้าและสวน รวมถึงมีเตาผิง และสวนพักผ่อน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้

นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
หรือเผยแพร่ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. Deluxe King Room



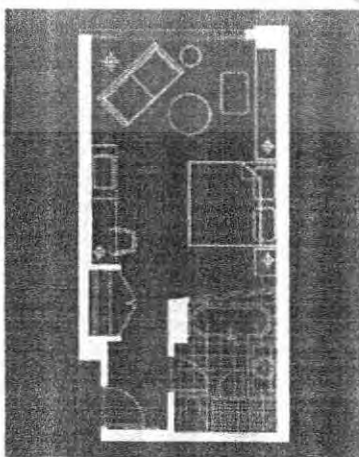
Deluxe King Room Plan

มีพื้นที่ใช้สอย 27.9-34.8 ตร.ม. มีตั้งแต่ชั้น 2-7 มีทั้งหมด 16 ห้อง ในส่วนของ type นี้จะเห็นเป็นวิวกูเวา และประกอบด้วยเตียงขนาด king side เท่านั้น



Deluxe King Room

5. Deluxe Studio



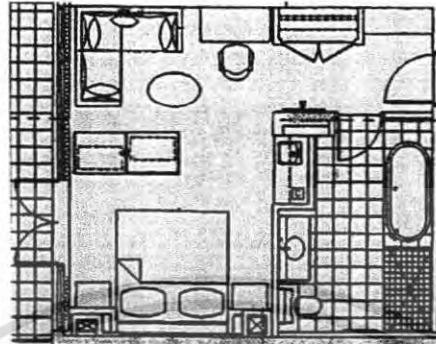
Deluxe Studio Plan

มีพื้นที่ใช้สอย 37.2 ตร.ม. อยู่บนชั้นที่ 3-7 มีทั้งหมด 5 ห้อง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการตีพิมพ์ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. Balcony Studio

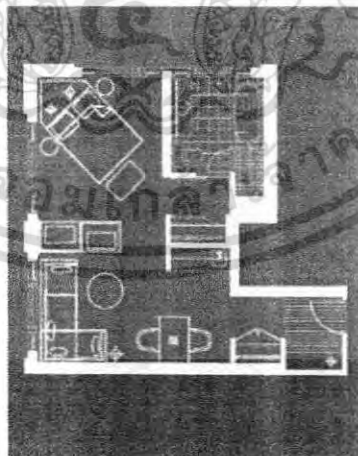


Balcony Studio Plan

อยู่บนชั้น 7 ระดับ Penthouse มีทั้งหมด 2 ห้อง



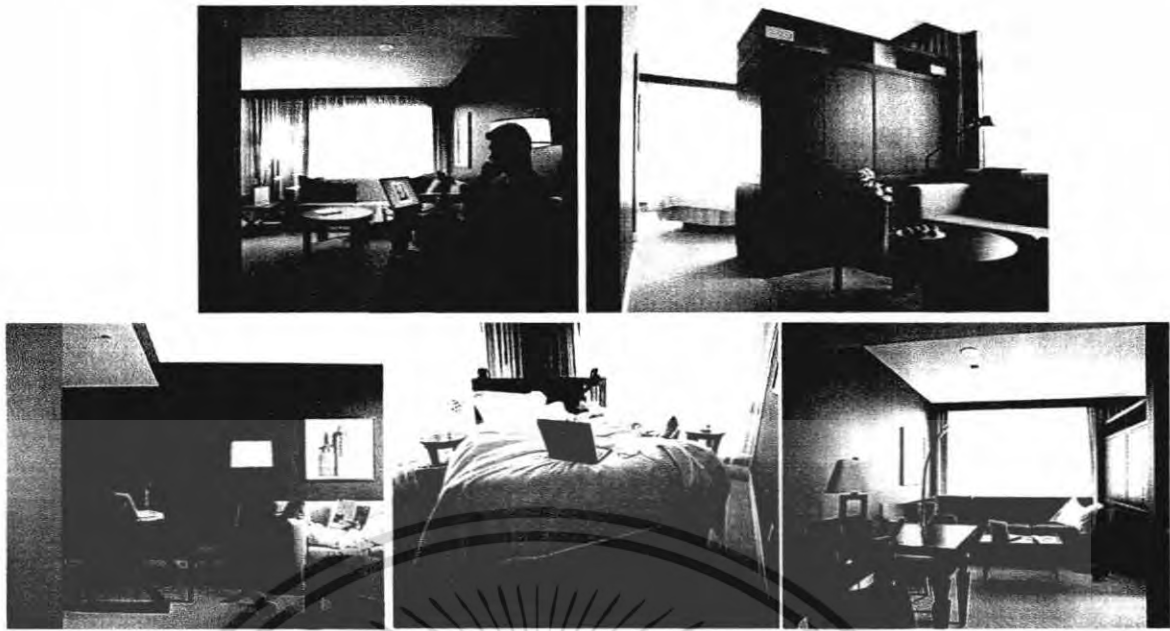
7. Executive Suite



Executive Suite Room

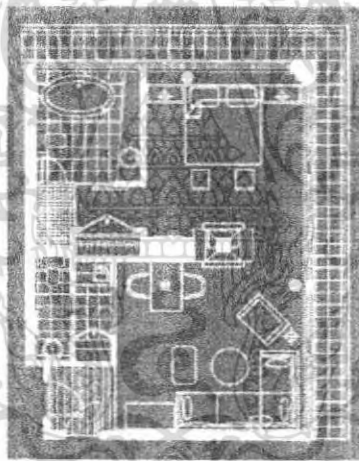
มีพื้นที่ใช้สอย 47 ตร.ม. อยู่บนชั้นที่ 2-6 มีทั้งหมด 9 ห้อง ในส่วนนี้มีส่วนของ pantry ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Executive Room

8. Penthouse Suite



Penthouse Plan

พื้นที่ใช้สอย 60 ตร.ม. อยู่บนชั้น 7 มีทั้งหมด 2 ห้อง รวมถึงมีส่วนของห้องนั่งเล่น ห้องรับประทานอาหาร ห้องครัว และส่วนของห้องนอน



เอกสารนี้

ศึกษา

ใช้ระเบียนในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 Dream F

สถานที่ตั้ง

Living room

Bedroom

Sukhumvit Road Bangkok 101



Location

Dream Hotel เป็นโรงแรมที่ทันสมัยแห่งหนึ่งของเอเชีย ที่จัดได้ว่าเป็น "Hautel Couture" เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวที่อยู่ในย่านใจกลางเมือง(สุขุมวิท) ซึ่งอยู่ในย่านที่ค่อนข้างทันสมัย ไม่ว่าจะ เป็นแหล่ง Shopping ร้านอาหารชั้นนำ สถานบันเทิง รวมถึงแหล่งธุรกิจอื่นๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารเพื่อการศึกษาเท่านั้นไปใช้ประโยชน์ในการค้า
 ไม่ว่าในกรณีใดๆ การขอใช้เอกสารทุกครั้งที่มีกาใช้

Dream Hotel เป็นลักษณะแบบ East meets West โดยเน้นที่ความรู้สึกและการสัมผัส ซึ่งมีแนวความคิดมาจาก in-your-dreams และเน้นในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิง

Dream Hotel จัดเป็นโรงแรมหรูขนาดเล็ก ประเภท Hip และเน้นกลุ่มคนประเภทที่มีความทันสมัย Dream Hotel มีห้องพักทั้งหมด 100 ห้อง แบ่งออกเป็น 5 types บริเวณทางเดินจะตกแต่งด้วยพื้นพรมสีฟ้า เหมือนอยู่ในฝันเพื่อนำไปสู่ห้องพักต่างๆ เมื่อเข้ามาถึงในห้องพักแล้ว ภายในจะตกแต่งด้วยแสงไฟสีฟ้าบริเวณใต้ขอบเตียงเพื่อให้รู้สึกว่ารลยอยู่เหนือเมฆ



Colony

องค์ประกอบของโรงแรมและส่วนบริการ

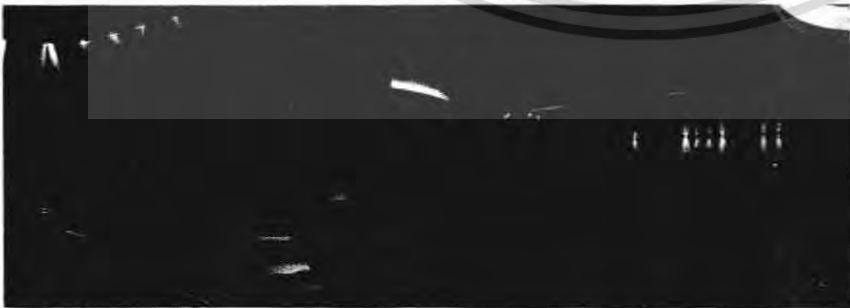
- Lobby



เอกสารนี้เป็นเอกสาร
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

งานการค้า
ไปใช้

- Airport Transfer Lobby and Reception
- Butler service
- Concierge
- Business Administrative services
- Wireless Internet service
- Baby sitting
- Maid services
- Wake-up services
- Express check-in and check-out
- Mobile phone upon request
- Secretarial services
- Shoes shine services
- Childcare services
- Multilingual staffs
- Valet parking
- Avatar Spa
- Gymnasium
- Restaurant and bar
 - Flava Restaurant
 - Flava Lounge
 - Pipe dream



<<< Flava Lounge

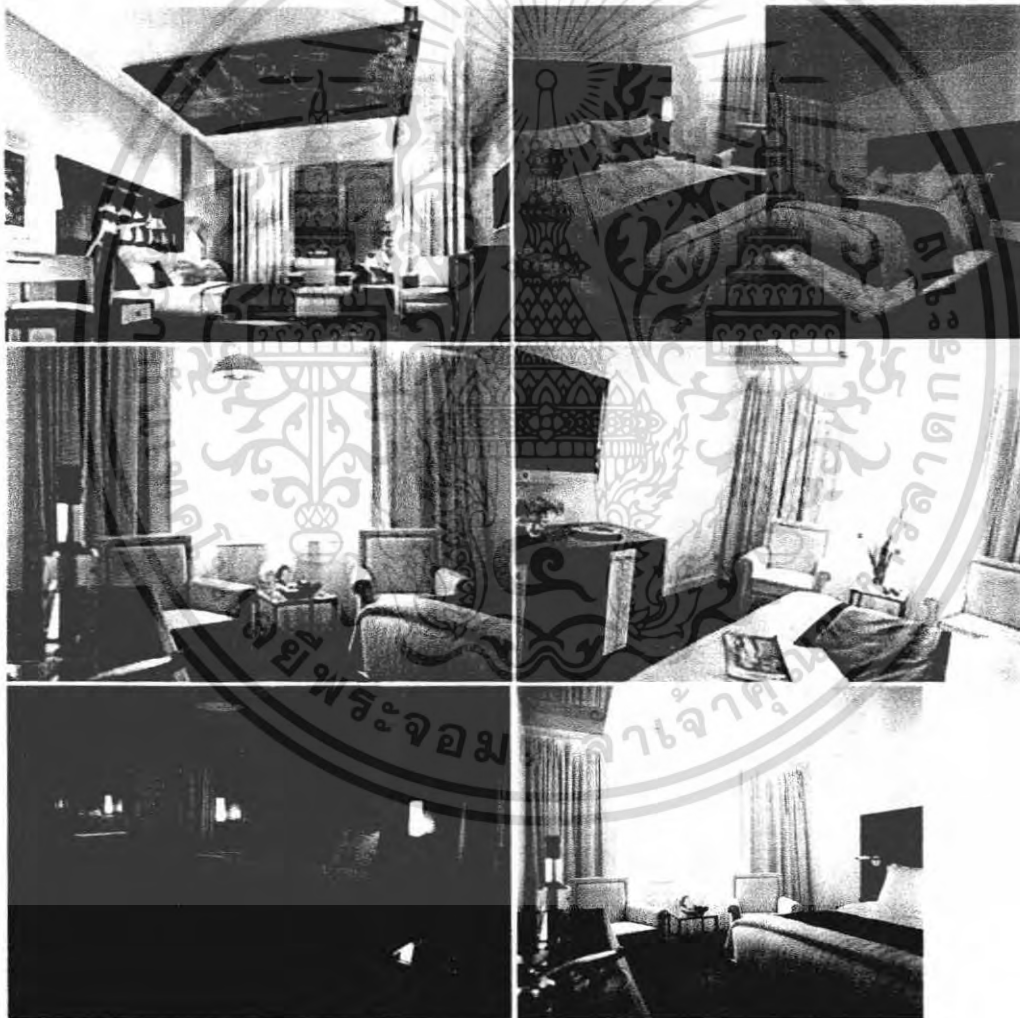


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อกา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา แล

- Guest room

- แบ่งออกเป็น 5 ประเภท

- Classic Room 79 ห้อง
 - Deluxe Room 10 ห้อง
 - Junior Suites 9 ห้อง
 - Deluxe Suites 1 ห้อง
 - Dream Suites 1 ห้อง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 Dellearti design hotel

สถานที่ตั้ง : Via Bonomelli 8, 26100 Cremona, Italy

Dellearti design Hotel มีการออกแบบที่เน้นความเรียบง่ายและบริสุทธิ์ เน้นการใช้โครงสร้างของตัวอาคารและการตกแต่ง การใช้เส้นตั้ง เส้นนอนจัดวางในระนาบที่พอเหมาะทำให้เกิดความงามทางสถาปัตยกรรมที่ดูเรียบง่าย และการจัดแสงไฟ สีเส้นทำให้เกิดความน่าสนใจ

Dellearti Design Hotel ใช้การตกแต่งแบบผสมผสานระหว่าง art, photography และ graphic design exhibitions.

Dellearti Design Hotel มีทั้งหมด 4 ชั้นแบ่งออกเป็น 33 ห้อง



ส่วนที่จัดเป็นExhibition และภาชนอกอาคาร การจัดแสงไฟและแสงสี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่ **Entrance** เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Balconv การใช้เส้นและแสงเข้ามาช่วยในการตกแต่ง

องค์ประกอบของโรงแรมและบริการ

- Lobby



- Meeting and Conference room (28 Seats)
- Gymnasium - Fitness Centre
- Garden courtyard
- Business Centre
- Babysitting/Child Services
- Laundry – Dry Cleaning
- VIP Room Facilities
- Car Rental

▪ Spa & Wellness Centre – Massage – Jacuzzi

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์โดยบริษัทฯ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Library – Biking – Walking – Turkish/Steam Bath
- Guestrooms 33 guest rooms and suites
 - 30 double rooms
 - Camera Deluxe (Deluxe room)
 - Camera Deluxe uso singolo (Deluxe room single occupancy)
 - 2 Suits
 - Junior Suite
 - Silver Suite
 - 1 Apartment
 - Gold Suite



Guest Room

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Hard Rock Hotel

สถานที่ตั้ง : 429 หมู่ 9, ถนนหาดพิทยา, 20260 จ.ชลบุรี ประเทศไทย



Location

Hard Rock Hotel เป็นโรงแรมที่อยู่ริมทะเล ระดับ 4 ดาว มีทั้งหมด 320 ห้อง 6 ประเภท โดยห้องพักจะแบ่งออกเป็น 2 ผัง คือ sea view (สีฟ้า) และ city view (สีส้ม)

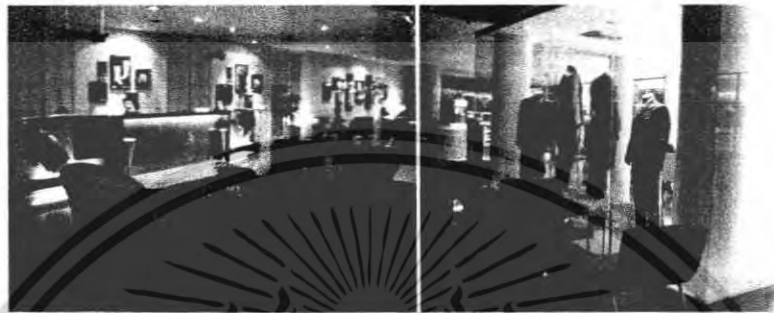
Hard Rock Hotel เป็นโรงแรมประเภท Hip Hotel ที่มีความหรูหรา มีแนวความคิดและสไตล์การตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยภายในห้องพักก็จะเป็นรูปศิลปินร็อคที่มีชื่อเสียงประดับอยู่

องค์ประกอบภายในโรงแรม

- Airport Hotel Courtesy Desk
- Baby Sitting
- Baggage Storage
- Ballroom
- Barbeque Facilities
- Beauty Parlour
- Bicycle Trail
- Billiard / Snooker
- Board Games
- Business Centre
- Child Care Services

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อให้บริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Cycling Centre
- Discotheque
- Diving Centre
- Dry Cleaning
- Lobby



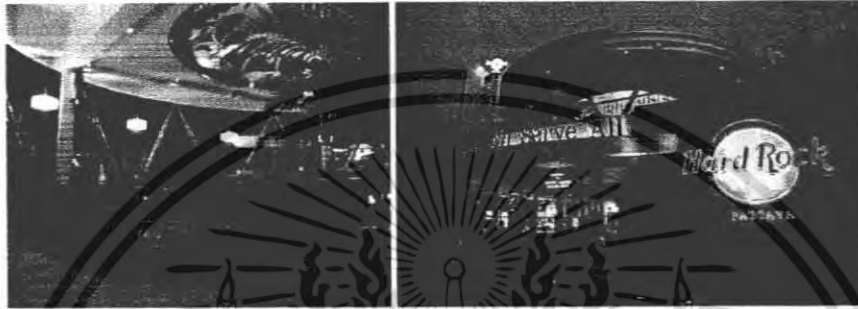
- Executive Lounge



- Fitness Centre
- Florist
- Game Center / Room
- Gift Shop / Newsstand
- Hairdresser / Barber
- Handicapped Facilities

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Laundry
- Massage / Medical Services
- Money Changer/ Currency Exchange
- Multilingual Staff
- Pub/ Bar / Restaurant (5 restaurant-Bar)
 - Hard Rock Café at the Mess



- The Shack
- Starz Deli



The Shack

Starz Deli

- E-Bar
- Starz Diner



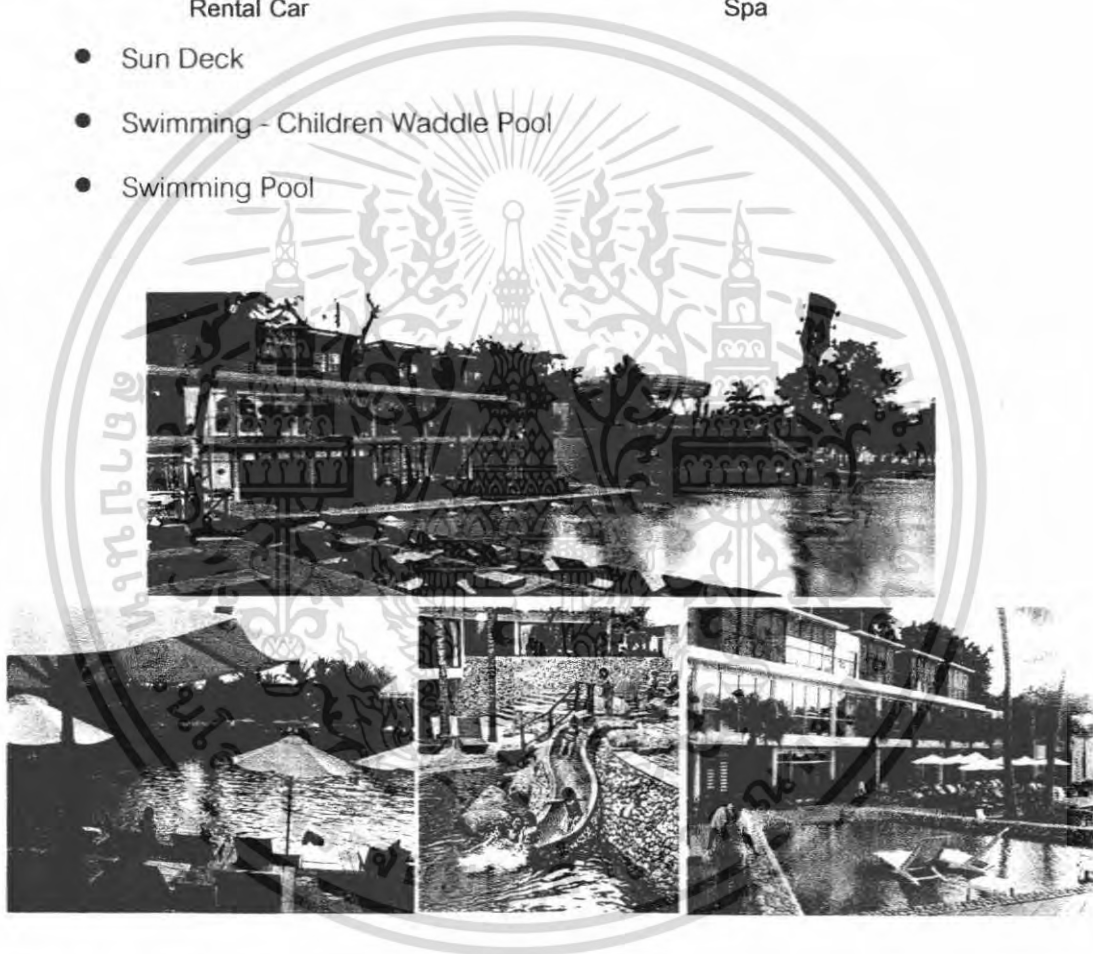
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ E-Bar ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Rental Car

Spa

- Sun Deck
- Swimming - Children Waddle Pool
- Swimming Pool



- Table Tennis
- Tennis Court
- our / Ticketing Service
- Water Sports Facilities
- Guest Rooms แบ่งออกเป็นทั้งหมด 320 ห้อง มี 7 type

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

■ Superior Suite



■ Deluxe



● King Club



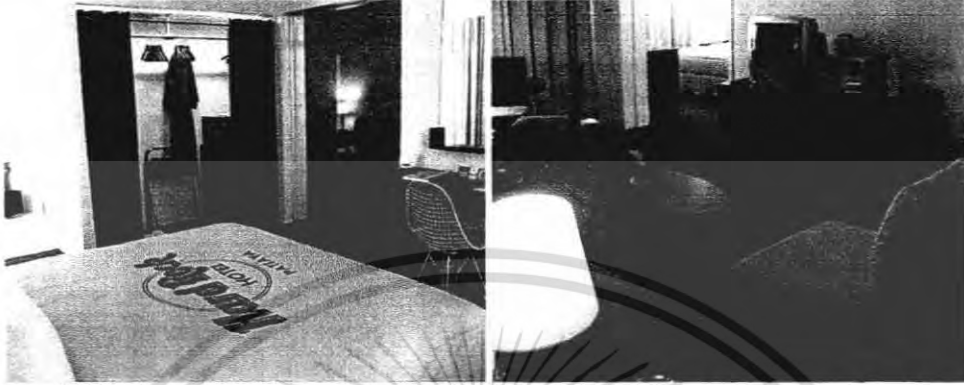
● King Club Executive



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

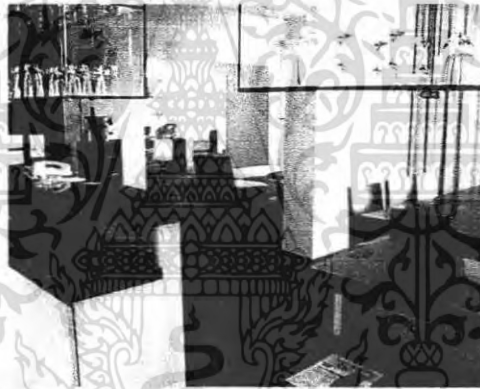
ทั้งสี่แบบตกแต่งเป็นสไตล์ Retro Modern มีขนาดห้อง 30 ตร.ม. มีทั้งเป็นวิวแบบ city view และ sea view

- Composer Suite



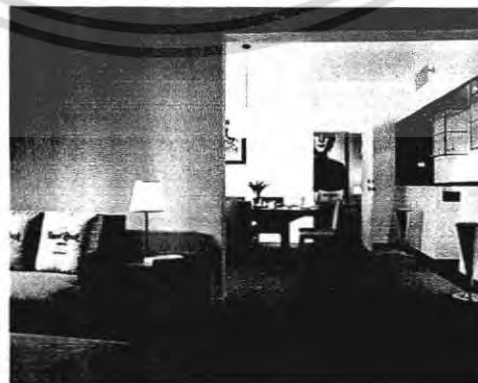
มีพื้นที่ใช้สอย 60 ตร.ม. แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนห้องนอน และส่วนพักผ่อน

- Producer Suite



ห้อง Producer Suite แบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนของห้องนอน ส่วนพักผ่อน(2 ห้อง) ห้องนั่งรับประทานอาหารรวมถึง pantry และ mini bar ห้องส่วนนี้มีการตกแต่งเป็นสไตล์เซน

- Kings Suite



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้อง Kings Suite แบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนของห้องนอนใหญ่ และ เล็ก ส่วนของห้องนั่งเล่น(2 ห้อง) ส่วนของห้องอาหาร ซึ่งในส่วนนี้จะเน้นการให้บริการสำหรับนักธุรกิจ มีการตกแต่งเป็นแบบ Modern Zen Style

ข้อมูล	Opus Hotel	Dream Hotel	Dellearti design hotel	Hard Rock Hotel
สถานที่ตั้งโครงการ	Vancouver Canada	Bangkok Thailand	Cremona Italy	Pattaya Thailand
แนวความคิดในการออกแบบ	Most stylish and contemporary	Oriental	Pure and simple	Rock style
ประเภทโรงแรม	Boutique Hotel	Hip Hotel	Hip Hotel	Hip Hotel
องค์ประกอบของโรงแรมและส่วนบริการ	<ul style="list-style-type: none"> ● Lobby ● Opus Bar ● Elixir Bar and Restaurant ● Espresso Bar ● Boardroom ● Business Room ● Meeting and catering service ● Babysitting Service ● Laundry Service ● Pet Service ● Spa Service ● Medical, Dental, and Chiropractor Service ● Massage and physiotherapy 	<ul style="list-style-type: none"> ● Lobby ● Concierge ● Business Administrative Service ● Wireless Internet Service ● Baby Sitting ● Secretarial services ● Shoes shine Service ● Childcare Service ● Multilingual Staffs ● Avatar Spa ● Gymnasium ● Restaurant and Bar 	<ul style="list-style-type: none"> ● Lobby ● Meeting and Conference room ● Sauna Jacuzzi ● Gymnasium ● Garden Courtyard 	<ul style="list-style-type: none"> ● Lobby ● Executive Lounge ● Baby Sitting ● Baggage Storage ● Ballroom ● Barbeque Facilities ● Beauty Parlour ● Bicycle Trail ● Billiard / Snooker ● Board Games ● Business Centre ● Child Care Services ● Concierge ● Game Center ● Gift Laundry ● Massage/ Medical Services ● Money ● restaurant-Bar ● Swimming Pool

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Service			
จำนวนห้องพัก	97 ห้อง 5 types	100 ห้อง 5 types	33 ห้อง 5 types	320 ห้อง 6 types

2.3 กรณีศึกษาการจัดแฟชันโชว์

รูปแบบของงานแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.3.1 House Show เป็นการจัดการเดินเป็กลุ่มเล็กๆ เป้าหมายเพื่อการขายเป็นหลัก ซึ่งผู้ที่เข้าชมจะเป็นผู้ที่ต้องการซื้อส่วนตัว จนถึง Fashion agency

2.3.2 Seminar ลักษณะคล้าย House Show แต่เป็นเพื่อการศึกษามากกว่า การค้าขาย โดยมี Designer อยู่คอยให้คำแนะนำ

2.3.3 Collection Show เมื่อ Designer ออกแบบมาแต่ละ Collection ก็จะมีการเดินแบบขึ้นครั้งหนึ่ง

2.3.4 Show ปัจจุบันเป็นที่นิยมในต่างประเทศที่แสดง Fashion show ซึ่งมีลักษณะคล้าย Collection Show ในแต่ละครั้งต้องมีการแสดงประกอบด้วย เพื่อสร้างสีสันให้แก่การเดินแบบ ขณะเดียวกันก็ยังสะท้อนแนวความคิดของ Designer ให้ออกมายิ่งขึ้นอีกด้วย

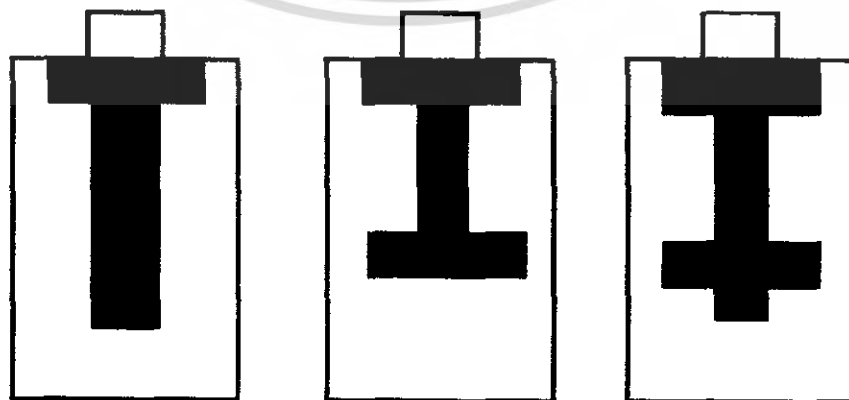
ระยะการมองเห็น และการรับฟังที่ดี

ระยะการมองเห็นที่ดีเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการแสดง Fashion Show เพราะต้องเห็นรายละเอียดของชุดที่แสดง โดยปกติระยะไกลที่สุดสำหรับการมองเห็น คือ 75 ฟุต(22.85ม.) และระยะไกลที่สุดสำหรับการฟังที่ดีโดยไม่ต้องใช้เครื่องขยายเสียง คือ 100 – 125 ฟุต(38.09 ม.)

รูปแบบเวที

รูปแบบการจัดเวที Fashion Show นี้ไม่มีลักษณะตายตัวแน่นอน การออกแบบเวทีขึ้นอยู่กับ Concept ของโชว์ว่าต้องการสร้างความรู้สึกรูปแบบใด

ในส่วนของรูปแบบหลักของเวทีมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนแบบอื่นจะมีการออกแบบตัดแปลงไป 3 ลักษณะข้างต้น มีการตกแต่งเพิ่มเติมขึ้นอยู่กับความ ต้องการที่แตกต่างกันออกไป ในบางครั้งจะมีการใช้ Media เข้าร่วมด้วย เช่น สไลด์ วีดีโอ

ในต่างประเทศจะเป็นการจัดแสดงแบบ In House คือเป็นการจัดแสดงเสื้อผ้าจริงเพียง อย่างเดียว ไม่เน้นการแสดงด้านอื่นๆจึงทำให้รูปแบบเวทีเป็นรูปแบบง่าย ๆ ไม่มีการตกแต่งประดับ ประดามาก เวทีที่นิยมมากในไทยเป็นแบบตัวที

Catwalk ที่ใช้ในการเดิน Fashion Show ขนาดมาตรฐานมี 2 ขนาด คือ 1.80 x 2.40 ม. และ 1.20 x 2.40 ม. โดยทั้ง 2 ขนาดนี้ จะปรับความสูงได้ในระดับต่างๆกัน คือ 0.60 ม. 0.80 ม. 1.00 ม. และ 1.20 ม. ส่วนที่นอกเหนือจากขนาดมาตรฐานนั้นมักจะเป็นการสั่งพิเศษจากแบบ เวทีที่ออกแบบตาม Concept ของเสื้อผ้าซึ่งจะได้รูปแบบที่แปลกใหม่ออกไป แต่จะมีต้นทุนที่ ค่อนข้างสูง

เวทีแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ตามการใช้สอย ดังนี้

- Acting area คือ ส่วนที่ใช้แสดงทั้งหมด
 - Scenery Space คือ ส่วนที่เป็นฉากประกอบการแสดง รวมทั้งส่วนเก็บหรือ เตรียมฉากเพื่อใช้ในการสับเปลี่ยน
 - Working and Storage Space คือ ส่วนที่ใช้ทำงานเพื่อเตรียมฉากและประกอบ ฉากเตรียมแสดง รวมทั้งเตรียมอุปกรณ์ประกอบการแสดงอื่นๆ
- การจัดแถวที่นั่ง**
- การจัดแบบมีทางเดินอยู่ตรงกลาง (Two bank row) จะเห็นว่าสวยที่ดีที่สุดในการ ชม คือแนวกึ่งกลาง การจัดแบบนี้ทำให้สูญเสียส่วนที่ดีที่สุดในการชมไป จึงควร หลีกเลี่ยงการจัดแถวที่นั่งแบบนี้
 - Continental (Common bank row) เป็นแบบตอนเดียวตลอด มีทางเดินด้านข้าง สองข้าง ถ้าจำนวนที่นั่งมากเกินไป การเข้าออกจะลำบาก จำนวนที่นั่งในแถวไม่ ควรเกิน 100 ที่นั่ง การหาพื้นที่จะใช้ 0.75 – 0.90 ม./ที่นั่ง ระยะระหว่างแถวควร ห่างกันประมาณ 0.80 ม.
 - Tradition (Three bank row) แบ่งที่นั่งออกเป็น 3 ตอน มีทางเดินสองทาง หรือ อาจใช้ด้านริมเป็นทางเดินด้วย (ถ้าจัดที่นั่งไม่ติดผนัง) การจัดแบบนี้เหมาะกับ ห้องขนาดใหญ่จุคนจำนวนมาก และเหมาะกับการจัดแถวเป็นรูปโค้ง ที่นั่งในแต่ละ ช่วงควรเป็นประมาณ 14-20 ที่ การหาพื้นที่รวมทั้งทางเดินจะใช้ 0.65 – 0.80 ม./ที่นั่ง

การจัดรูปแบบของที่นั่งจะแปรตามรูปแบบการจัดเวที และ Concept ของการจัดงานแต่

ละงาน เช่น อาจไม่ใช้เวที (เป็นการเดินแฟชั่นบนพื้นราบ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ สงวนลิขสิทธิ์ สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ระยะระหว่างพนักกับพนักที่นั่งแต่ละแถว 760 มม.
- ระยะระหว่างหลังที่นั่งถึงหลังที่นั่งของแถวถัดไป (ที่นั่งไม่มีพนัก) 610 มม.
- ความกว้างของที่นั่งที่ไม่มีที่วางแขน 460 มม.
- ความกว้างของที่นั่งที่มีที่วางแขน 510 มม.
- ที่ว่างระหว่างแถว (เมื่อพับเก้าอี้ขึ้นสำหรับที่นั่งพับได้) 350 มม.
- ความกว้างของทางเดิน 1070 มม.

BACKDROP

แบ่งออกเป็นพื้นที่ต่างๆดังนี้

- ห้องแต่ตัวนักแสดง

เป็นห้องที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว มีการเคลื่อนไหวสูง การออกแบบต้องคำนึงถึงความสะอาดสบาย และปลอดภัย พื้นที่ใช้สอยจึงจัดเป็นห้องโถงทางเข้าออกกว้างขวาง ปิดให้มิดชิดโดยการไ้ม่าน มีการใช้กระจกเงาบานใหญ่ และชั้นแต่งตัว เพื่อใช้งานที่เหมาะสม

- ห้องรับรองแขก

เป็นห้องที่ต้องการความสบาย ผ่อนคลาย เป็นที่เตรียมตัวและพักผ่อนของแขก เช่น Designer นายแบบ นางแบบ ก่อนและหลังการเดินแบบ

- ห้องเก็บของและอุปกรณ์ต่างๆ

เป็นห้องที่มีการขนย้ายของตลอดเวลา ทั้งช่วงก่อน และหลังการแสดง ซึ่งควรจัดให้รถเข้ามาเทียบได้เพื่อการขนย้ายของ

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดแบรนด์สินค้าไทย

การนำเสนอเครื่องหมายการค้า นั้น ก็เหมือนตัวแทนของบริษัทที่จะสามารถทำให้ลูกค้าที่เห็นสัญลักษณ์แล้ว สามารถนึกถึงบริษัทและผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นๆ การนำเสนอจำเป็นต้องใช้สิ่งที่เข้าใจและจดจำได้ง่าย หลีกเลียงจากความซับซ้อน มุ่งเน้นความเรียบง่าย และมีความพิเศษเสมอ

การสร้างแบรนด์ระดับสากลนั้น สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึง คือการตีโจทย์ให้แตกในเรื่องของผลิตภัณฑ์และลูกค้าว่าลูกค้าในแต่ละประเทศมีความต้องการอะไรและมีพฤติกรรมในการบริโภคอย่างไร สำหรับธุรกิจขนาดเล็กเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีเงินลงทุนน้อย แต่ก็มีความเป็นไปได้ในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เพราะการสร้างที่น่าเชื่อถือ ก็คือการสร้างแบรนด์อย่างหนึ่ง ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมของธุรกิจให้เกิดการลงมือปฏิบัติจริง โดยวางกลยุทธ์ภาพรวม (Strategy) และมีการดำเนินการตามแผน (Tactic) ให้สอดคล้องกันสำหรับเคล็ดลับการสร้างแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รณรงค์ออกสู่ระดับสากลอยู่ 7 ประการ คือ

- 1) สร้างฐานตลาดในประเทศให้แข็งแกร่งก่อนแล้วจึงใช้ประโยชน์จากความแข็งแกร่งดังกล่าว
- 2) เมื่อเข้าสู่ตลาดโลกแล้วต้องรักษาพันธะสัญญาของแบรนด์ให้ได้
- 3) ต้องใช้หลักการตลาด 4P ด้วย(Product, Price, Place, Promotion)
- 4) แบรนด์จำเป็นต้องโดดเด่นด้านใดด้านหนึ่ง และต้องมีความยืดหยุ่นตามแต่ละตลาดด้วย
- 5) ดำเนินตามขั้นตอนของการสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Supply Chain)
- 6) กลยุทธ์ราคาจะเริ่มจากตลาดหรูหรือไม่ก็ตลาดระดับล่าง และ
- 7) ถ้าต้องการประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศ ควรมีบริษัทย่อยในประเทศนั้นๆ

ถ้าหากผู้ประกอบการไทยรายใดสามารถปฏิบัติหรือนำกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นมาใช้ในการสร้างแบรนด์ของตนเองได้ก็จะทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ด้วยแบรนด์ของตัวเองอย่างภาคภูมิใจ

2.4.1 Inspired By Inner Complexity

ดีไซน์เนอร์ : อิศสรียา วิรัชศิลป์, ณัฐวัฒน์ สุทธิพงศ์

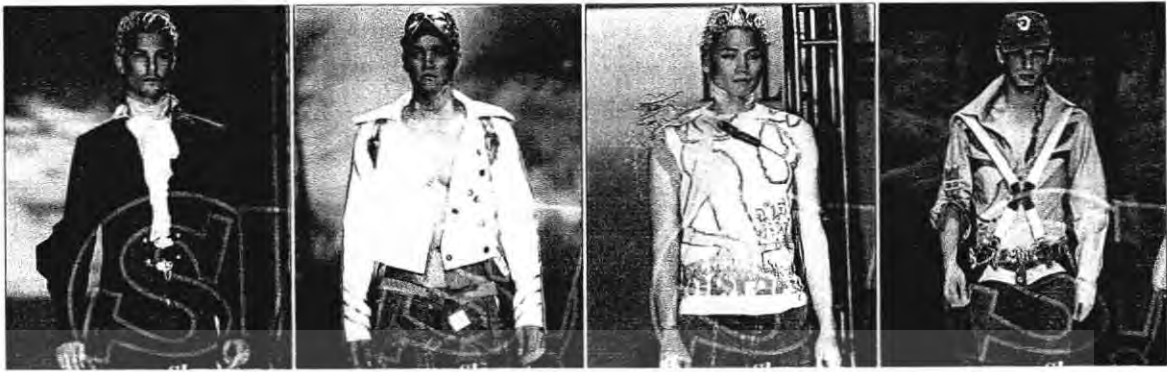
ปัจจุบันอิสสรียา วิรัชศิลป์รับหน้าที่เป็น Head Designer ของร้าน Inspired by Inner Complexity ซึ่งแนวแฟชั่นเสื้อผ้าของเธออาจจะแปลกไปหน่อย และอาจจะยากไปหน่อยสำหรับตลาดของเมืองไทย เพราะเป็นแนวแฟชั่นสไตล์ avant-garde wearing ที่มีความเป็นอาร์ตสูง เรียกได้ว่าคนที่ใส่เสื้อผ้าของเธอนั้น ต้องเป็นคนที่ชอบศิลปะและรักที่จะแตกต่าง

ในงาน Fashion Bangkok Week ปี 2004 Inspired By Inner Complexity ที่มีหัวหน้าการออกแบบอย่างคุณอิสสรียา วิรัชศิลป์ได้แรงบันดาลใจจากบทเพลงของโมสาร์ท นำมาออกแบบเสื้อผ้าในแนวแอบแทรกซ์เสียดสีสังคมหลากหลายรูปแบบ ใช้โทนสีขรึมอย่าง สีเทา สีเขียว สีน้ำตาลโทนทหาร และเพิ่มสีสันโดยการใช้สีอื่น ๆ มาเสริม เช่น สีชมพูพาสเทลเข้ม ๆ



รูปที่ 2. เป็นชุดเสื้อผ้าของผู้หญิงในร้านค้าของ Inspired By Inner Complexity ในงาน Fashion Bangkok Week

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับอาจารย์และบุคลากรในภาควิชาแฟชั่นดีไซน์เท่านั้นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.4.2 Issue

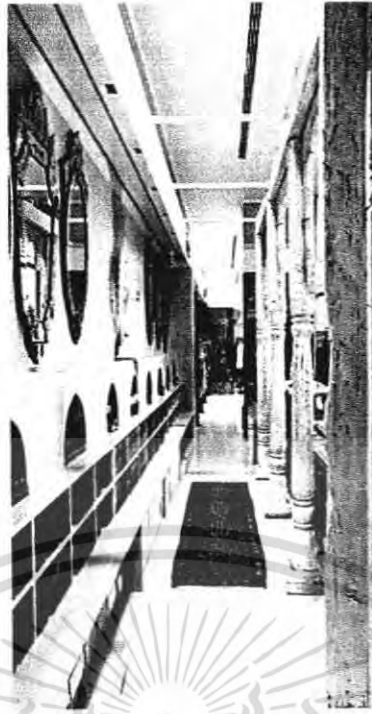
ดีไซน์เนอร์ : วิโรจน์ สิงหะกุล

Issue เป็นร้านเสื้อผ้าที่สามารถบ่งบอกได้ถึงความงามทางตะวันออกได้เป็นอย่างดีกับงานตกแต่งที่มีเอกลักษณ์ ในรูปแบบของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมของแต่ละประเทศในเอเชีย

นอกจากสไตล์เสื้อผ้าที่สามารถผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ได้อย่างลงตัว ในแบบของ Issue แล้ว งานตกแต่งภายในก็ไม่ได้น้อยหน้ายิ่งหย่อนไปกว่ากันเลย ด้วยการตกแต่งในส่วนต่างๆ จากไม้ฉลุลายซึ่งให้อารมณ์ที่คลาสสิก อีกทั้งยังเพิ่มความเก๋ด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้เก่า ด้วยการนำมาปรุงแต่งด้วยสีชาวดะาดตา และนำมาจัดวางภายในร้านเพื่อให้สีสันและสไตล์ของสินค้าโดดเด่นยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดความขัดแย้งในงานดีไซน์ที่มีเสน่ห์ดึงดูดใจแก่ผู้ที่ได้พบเห็น

การจัดวางแปลนภายในร้านได้ออกแบบไว้อย่างง่ายๆ ไม่ยุ่งยาก ซึ่งสามารถเดินชมสินค้าได้โดยรอบ กับการจัดวางในมุมต่างๆ ให้เหมือนกับกำลังดูของสะสมภายในตู้โชว์ใบเก่าที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน ด้วยสินค้า และงานตกแต่งที่มีเอกลักษณ์ในแบบของเอเชีย ทำให้ร้าน Issue เป็นที่นิยมของผู้ที่หลงใหลในกลิ่นอายของวัฒนธรรมจากประเทศในซีกโลกตะวันออกเป็นอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2 เป็นร้านของ Issue

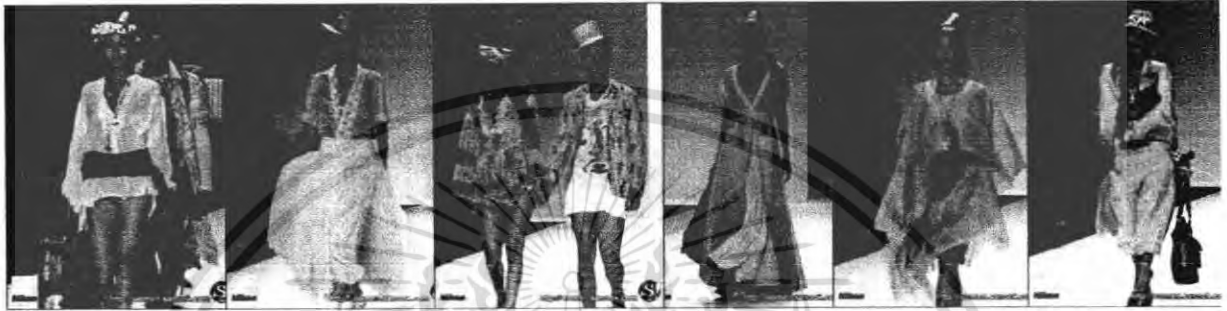
Issue เป็นอีกหนึ่งแบรนด์ของไทย ที่ถูกจับตามองมากที่สุดแบรนด์หนึ่ง ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะ ความเป็นตัวของตัวเอง ความพิถีพิถันในทุกรายละเอียดของตัวเสื้อ นั่นคือเสน่ห์ของ Issue

กลิ่นอายของ Issue ที่นำเสนอออกมาในรูปแบบของเสื้อผ้า เป็นตัวบ่งบอกถึงสิ่งที่ต้องการจะสื่อ ไม่ว่าจะเป็นกลิ่นของอารยธรรม กลิ่นอายของวัฒนธรรม หรือกลิ่นอายของชนเผ่า สิ่งเหล่านี้ทำให้ Issue มีตัวตนในแบบที่แบรนด์อื่นไม่เหมือน และถ้าใครเคยไปเยี่ยมชมที่ร้านก็คงจะได้กลิ่นหอมจางๆ คล้ายกลิ่นเครื่องอบ กลิ่นกำยาน เครื่องหอมโบราณ เรียกได้ว่าถ้าได้กลิ่นแบบนี้ ให้รู้ไว้เลยว่านี่คือ Issue ของจริงแน่นอน

หากลองหลับตาแล้วจินตนาการถึงความอ่อนช้อยของลายเขียนบนผืนผ้า ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และกลิ่นหอมหวานชวนเร้าร้อนของเครื่องเทศ นั่นล่ะ...ประเทศอินเดีย เสน่ห์ของสไตล์นี้อยู่ที่ลวดลายวิจิตรตระการตาของสถาปัตยกรรมต่างๆ ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากเรื่องราวในศาสนา เช่น เรื่องราวของเทพเจ้าในตำนาน หรือภาพในจินตนาการของสวรรค์ เป็นต้น รวมถึงงานปักผ้าด้วยเลื่อมหรือลูกปัดอันแพรวพราว ซึ่งไปกันได้กับโทนสีสดๆ เช่น สีชมพู สีบานเย็น และสีแดง สิ่งก่อสร้างของอินเดียมีความคล้ายคลึงกับประเทศไทยตรงที่มักมีรายละเอียดปลีกย่อยมากมาย เช่น การแกะสลักลวดลายต่างๆลงบนพื้นผิววัสดุ หรือการปักลายบนผ้า เพื่อแสดงถึงฝีมือและความชำนาญของช่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในงานออกแบบ Fashion Bangkok Week 2006 Issue โดยมีผู้ออกแบบคือ คุณวิโรจน์ สิงห์กุล เป็นการนำเสนองานออกมาในรูปแบบใหม่ เป็นCollection แห่งการเรียนรู้ ทดลองและการใช้เทคนิคใหม่ อย่างเช่น การใช้วัสดุที่ไม่เคยคิดจะจับคู่กันก็นำมาใช้ โดยได้แรงบันดาลใจจากความสมดุลของการดำเนินชีวิต จุดเด่นยังคงเน้นที่เรื่องของงานฝีมือ เทคนิคการปัก งานสอยและเย็บด้วยมือ ทั้งนี้รวมไปถึงผ้าลายพิเศษที่ทำขึ้นเฉพาะ



รูปที่ 2. เป็นCollectionในงานFashion Bangkok Week 2006

2.4.3 Tube Gallery

ดีไซเนอร์ : ศักดิ์สิทธิ์ พิศาลสุพงศ์ และพิสิฐ จงนรังสิน

Tube มาจากรถไฟใต้ดินที่ยังใช้เรียกกันอยู่ในลอนดอน ส่วนคำว่า Gallery เพิ่มเข้ามาเพราะเราต้องการเสื้อผ้าที่เราทำไม่ได้ มีความรู้สึกว่ามันถูกหรือผิด เพราะมันเป็น Exhibition อย่างหนึ่งที่ทดลองถูกผิดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องถูกเสมอไป เพราะเชื่อว่าการทำแฟชั่นมันไม่มีข้อกำหนดอะไรชัดเจนว่าสิ่งใดจะต้องถูกหรือผิด เสื้อผ้าเหมือนศิลปะอย่างหนึ่งว่าอันไหนสวยหรือไม่สวย มันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล เพราะฉะนั้นจุดเด่นของร้านนี้จึงอยู่ที่ความโดดเด่นที่ไม่ซ้ำใคร

งานขึ้นโบแดงครั้งล่าสุดในแฟชั่นโชว์เวที "Bangkok International Fashion Week 2007" ได้นำเอาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวตะวันตกอย่างอินเดีย เข้ามาในการสร้างสรรค์คอลเลคชั่น "The Army of Jaipur" โดยคำว่า Raipur เป็นชื่อเมืองที่สวยงามเมืองหนึ่งในอินเดีย เต็มไปด้วยบ้านสีชมพู สาวๆ หน้าคมขำล้นสวมใส่ชุดสำหรับสีชมพู มีธรรมชาติสวยงาม แต่เมื่อนำมาผนวกกับทหารในเมืองนี้ จึงทำให้เสื้อผ้าออกมาในคาแรคเตอร์ผู้หญิงที่มีความเข้มแข็ง ความเท่ และความหวาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

"เราอยากให้ไปถึงจุดที่สูงที่สุด อยากให้ทุกคนรู้จักว่าแบรนด์ของเรามีศักยภาพส่งออกไปต่างประเทศ อยากให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในกลุ่มชาวต่างชาติด้วย ไม่ใช่เฉพาะในใจกลางกรุงเทพฯ รู้จักเท่านั้น ส่วนในกรุงเทพฯ ก็อยากให้กระจายไปยังต่างจังหวัดตามหัวเมืองใหญ่" พิสิฐกล่าว

ลูกค้าของ TUBE Gallery จะเป็นคนรักและชอบช้อปปิ้ง การแต่งตัว ไม่จำกัดอายุว่าต้องอยู่วัยใด อีกทั้งมีคาแรคเตอร์เป็นคนสนุกสนาน รักงานปาร์ตี้ แต่งตัวสีสันสดใส โดดเด่น Mix and Match ให้ตัวเองมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา



รูปที่ 2. เป็นCollectionในงานFashion International Bangkok Week 2007

2.4.4 Boudoir

ดีไซน์เนอร์ : ดิษยา ประกอบสันติสุข

Boudoir by Disaya มีผลงานการออกแบบสร้างสรรค์ โดยคุณดิษยา ประกอบสันติสุข ที่จบมาจาก St. Martins ที่ประเทศอังกฤษ โดย Boudoir นั้นจะคือการแสดงออกถึงอารมณ์ที่รุนแรง และแสดงออกถึงอารมณ์นั้นๆ ได้อย่างชัดเจน ที่สื่อผ่านออกมาในรูปแบบของเครื่องแต่งกาย

Boudoir จะถ่ายทอดอารมณ์ที่เริ่มจากความสนุกสนาน โดยจะเน้นในเรื่องเครื่องแต่งกายของผู้หญิงที่แสดงถึงความหรูหราที่เต็มไปด้วยพลังแห่งความกล้าหาญและร่าเริง ซึ่ง Boudoir จะเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้หญิงตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงความเป็นผู้ใหญ่ที่เต็มตัว

Boudoir เปิดตัวอย่างเป็นทางการในงาน Elle Fashion Week 2004 ใน กรุงเทพฯ ปี 2005 ในงานที่มี concept เป็นเรื่องราวของความสนุกสนานของเด็กวัยใส การเดินแบบคราวนี้แสดงออกถึงความเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนุกสนานในการสวมใส่ และเดิน โดยนางแบบมีการหยอกล้อเล่น และเดินกินขนมหวาน ซึ่งแสดงถึงธรรมชาติของเด็กวัยรุ่มร่ารักๆและซนๆ อีกทั้งเพลงประกอบก็เข้ากับบรรยากาศที่สนุกสดใส ในการเดินชุดนี้ มีการแจกขนมสายไหมให้แก่ผู้เข้าชม ซึ่งทำให้นึกถึงวัยเด็กที่หาซื้อได้ง่ายตามงานวัด หรืองานแสดงต่างๆสิ่งที่ชอบมากอีกอย่างคือ นางแบบหยอกล้อกันเล่นบนเวที เช่น เปิดกระโปรง, ชนไหล่, ยิงปากยิงฟัน, ยื่นขนม, ฯลฯ



รูปที่ 2. เป็นCollectionในงานElle Fashion Week 2004 ในConcept ที่แสดงถึงความสนุกสนานในวัยเด็ก

และผลงานล่าสุดของ Boudoir by Disaya ใน Autumn/Winter 2006 – 2007 ที่แสดงถึงสาวหวานให้กลายเป็นคุณนายตัวน้อยที่สนุกกับการแต่งตัวให้โดดเด่นวัย เพิ่มความเซ็กซี่ด้วยชุด Dress ลายเสือ ชุดสีฟองบางเบา คอนทราสต์กับลายพิมพ์ โซ่ และจิวเวลรี่หรูทั้งสร้อย โซ่สีทองและสีเงิน



รูปที่ 2. เป็นCollectionในชุด Autumn/winter ใน concept ที่แสดงถึงการเป็นแม่ใหม่เต็มตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์ของท่านนี้ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.5 Headquarter

ดีไซน์เนอร์ : จิรัฏฐ์ ทรัพย์พิศาลกุล, ชัย เจียมอมรรัตน์, ภัทรศรัณย์ ศรีเลื่อนสร้อย

เฮดควอเตอร์ (Headquarter) แปลว่า สำนักงานหรือศูนย์บัญชาการใหญ่ของหน่วยงานหรือองค์กรใด องค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายถึงศูนย์บัญชาการแฟชั่นโดยมีหัวหน้าการออกแบบโดยนัก Designer 3 คน คือ จิรัฏฐ์ ทรัพย์พิศาลกุล, ชัย เจียมอมรรัตน์ และ ภัทรศรัณย์ ศรีเลื่อนสร้อย

ภายใต้ชื่อของเฮดควอเตอร์ จึงเป็นการรวมตัวของเสื้อผ้า 3 แนว 3 สไตล์ แต่อยู่ภายใต้คอนเซ็ปต์รวมๆ คือ Street wear เสื้อผ้าที่ใส่ได้จริงตามท้องถนน แต่เพิ่มรายละเอียดให้สนุกกว่าพิเศษกว่า มีเอกลักษณ์มากกว่า และมีคาแรคเตอร์ชัดเจน โดยกลุ่มเป้าหมายจะเป็นคนที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และชอบ Mix & Match เสื้อผ้าให้เกิดสไตล์ ที่โดดเด่น เอกลักษณ์ของ Headquarter คือความเท่ ในแบบ Street wear ที่มีความเป็นวินเทจ** แทรกซึมอยู่อย่างลงตัว ((**Vintage คือเสื้อผ้าที่เป็นสไตล์ที่ย้อนยุค แต่สามารถนำกลับมาใช้ได้ในปัจจุบันแล้วยังมีความเป็นชิค (Chic) อยู่ คือดูเก๋ ในแบบของตัวเอง))

ห้องเสื้อส่วนตัวของสามหนุ่มจึงออกมาในสไตล์ Multi Brand หมายความว่า ภายใต้ยี่ห้อเดียว แต่ซอยออกเป็น 3 แปรณด้อย่อย แบ่งราวแขวนโชว์ไว้ชัดเจน ไล่มาตั้งแต่ SUNSHINE ของ จิรัฏฐ์ ที่เน้นความสนุกสนานของงานดีไซน์ ด้วยการผสมผสานลายพิมพ์โบราณเข้ากับดีไซน์ทันสมัยแต่เรียบง่าย CHAI โดยชัย ที่ชูความสดใส ผ่านลายพิมพ์และกราฟฟิคบนเสื้อยืดและเสื้อยืด พร้อมเทคนิคการตัดเย็บที่ซับซ้อน เน้นความไม่เรียบ ไม่เนียบ แต่เซอร์ ทำยสุดที่ REALISTIC SITUATION ของใหม่ ที่เลือกเสนอเสื้อผ้าชายหนุ่ม พิเศษตรงการเน้นโครงสร้างของเสื้อผ้าผสานเข้ากับรายละเอียด วัสดุต่างๆ เช่น กระเป๋า รอยต่อ ตะเข็บ

ในงาน Elle Fashion Week 2004 Headquarter เป็นแนว Street Fighting ผลงานแรงบันดาลใจจากช่วงต่าง ๆ Abstract Uniform คลาสสิกยูนิฟอร์มผลงานความทันสมัยอาศัยองค์ประกอบของรูปทรง กราฟฟิก และ Light & Shadow นำแสงและเงา น้ำหนักของสีสร้างรูปแบบให้เห็นความแตกต่างของรูปทรง



รูปที่ 2. ในงาน Elle Fashion Week
2004 ของร้าน Headquarter ในแนว
Street Fighting

2.4.6 Mea Fah Luang

ดีไซน์เนอร์ : กฤษณ์ เย็นสุขใจ

ร้านแม่ฟ้าหลวง เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาคอตตง (พื้นที่ทรงงาน) อันเนื่องมาจากพระราชดำริ มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งก่อตั้งขึ้นจากพระราชปณิธานของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ในการที่จะฟื้นฟูสภาพแวดล้อมคอตตง จังหวัดเชียงราย ซึ่งถูกทำลายจากการทำไร่เลื่อนลอยเพื่อปลูกฝิ่น และพัฒนาคุณภาพชีวิตของราษฎร โดยการพัฒนาทางเลือกอย่างยั่งยืน (Sustainable Alternative Livelihood Development) โดยมีการส่งเสริมการปลูกพืชทดแทน และพัฒนาการเกษตรอย่างเป็นระบบ สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ที่สำคัญคือการแก้ไขปัญหาความยากจนที่ทำให้ราษฎรต้องหากินอย่างผิดกฎหมาย นำพาไปสู่ปัญหาสังคมต่างๆ โดยโครงการพัฒนาคอตตงฯ ได้สร้างงาน สร้างอาชีพที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยั่งยืน ให้ราษฎรมีรายได้ที่มั่นคง สามารถพึ่งพาตนเองและครอบครัวได้ และยังทำให้ป่าและคนอยู่ร่วมกันได้อย่างดี

นอกจากนั้น สินค้าจากไอดีเดียวของผู้ประกอบการรุ่นใหม่แล้ว ยังได้พบกับสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย ใน “ร้านแม่ฟ้าหลวง” มุลนิธิแม่ฟ้าหลวงและผลิตภัณฑ์จากโครงการพัฒนา ดอยตุง อาทิ ผ้าทอมือ, เครื่องใช้เซรามิก, กระจาดสาธา ขนมอบเคี้ยวจากถั่วแม็คคาเดเมีย กาแฟ ดอยตุง ฯลฯ ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อภาคผลิตของผู้ประกอบการภูมิภาคสู่ผู้บริโภคในเมือง ทั้งชาวไทยและต่างชาติได้อย่างลงตัว

คิดถึงสมเด็จพระเจ้า

เมื่อไหร่ที่มีโอกาสได้พัฒนาตัวเองผ่านไปร้านแม่ฟ้าหลวงในทุกๆ ที่ นอกจากจะได้สัมผัสกับกลิ่นหอมที่เข้ายวนใจของกาแฟนานาชนิดที่ถูกรุ่นมาพักพิงตั้งแต่ยืนอยู่หน้าร้านแล้ว สิ่งหนึ่งที่สะกิดใจเสมอมาเมื่อได้มาที่นี่ก็คือ หลายเรื่องราวในพระชนมชีพของสมเด็จพระเจ้าฟ้า พระองค์หนึ่งในพระบรมราชจักรีวงศ์ ซึ่งเรื่องราวของพระองค์ไม่ได้หยุดลงเพียงเท่านั้น หากแต่ทว่าในเวลาต่อมาพระองค์ท่านก็ได้ทรงเป็นสมเด็จพระบรมราชชนนีของพระมหากษัตริย์ถึงสองรัชกาล และทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่ปวงชนชาวไทยรักและเทิดทูนมากที่สุดในประวัติศาสตร์ ที่สำคัญ หากเราศึกษาพระราชประวัติของพระองค์ท่านอย่างลึกซึ้งในห้วงต่างๆ ของพระชนมชีพ สมเด็จพระเจ้า จะทรงดำรงพระองค์อย่างสามัญเป็นที่สุด แม้ว่าจะทรงอยู่ในพระราชฐานะที่สูงส่งเพียงไรก็ตาม เหนืออื่นใดการทรงงานต่างๆ นั้นก็เป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของแผ่นดินและผู้คนส่วนรวมเป็นสำคัญ

หนึ่งในการทรงงานต่างๆ เหล่านั้นก็คือกิจการของร้านแม่ฟ้าหลวงแห่งนี้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนา ดอยตุง (พื้นที่ทรงงาน) อันเนื่องมาจากพระราชดำริ การดำเนินงานต่างๆ นั้น จะดำเนินอยู่ในรูปแบบของ “มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์” ซึ่งก็แน่นอนที่สุดก่อตั้งขึ้นมาจากพระราชปณิธานของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ในการที่จะฟื้นฟู สภาพแวดล้อมของดอยตุง จังหวัดเชียงราย ซึ่งถูกทำลายจากการทำไร่เลื่อนลอยเพื่อปลูกฝิ่น และพัฒนาคุณภาพชีวิตของราษฎร โดยการพัฒนาทางเลือกอย่างยั่งยืน (Sustainable Alternative Livelihood Development) ซึ่งเน้นการส่งเสริมการปลูกพืชทดแทน และพัฒนาการเกษตรอย่างเป็นระบบครบวงจร ทั้งยังสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ที่สำคัญคือการแก้ไข ปัญหาความยากจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่โครงการพัฒนาคอตยสูงฯ ได้สร้างงาน สร้างอาชีพที่ยั่งยืน ให้ราษฎรมีรายได้ที่มั่นคง สามารถพึ่งพาตนเองและครอบครัวได้ โดยส่วนนี้ทรงพระเมตตาโปรดเกล้าฯ ให้มาฝึกอาชีพที่ ด้านล่างพระตำหนักคอตยสูง ซึ่งก็นับเนื่องมาตั้งแต่แรกก่อตั้งโครงการจวบจนในวันนี้ เมื่อมีการฝึก อาชีพผลิตภัณฑ์ต่างๆ ก็ย่อมเกิดขึ้นมาเป็นเงาตามตัว คงเป็นด้วยพระอัจฉริยภาพและสายพระ เนตรที่ยาวไกล จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ก่อตั้งร้านแม่ฟ้าหลวงขึ้น เพื่อเป็นช่องทางในการ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ฝีมือราษฎรที่เข้าร่วมโครงการเหล่านั้น ซึ่งสินค้าของร้านแม่ฟ้าหลวงทั้งหมดจะ อยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “คอตยสูง” ซึ่งก็ประกอบไปด้วยเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ตัดเย็บมาจาก ผ้าฝ้ายทอมือเนื้อนุ่ม การดีไซน์เน้นสไตล์ไทยร่วมสมัยที่โดดเด่นและหมุนเวียนไปตามกระแสแฟชั่น ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ที่นี้ก็หลากหลายแบบ , ผลิตภัณฑ์กระดาษสา , เซรามิกหลากดีไซน์, เฟอร์นิเจอร์, พรม, ปลอดภัยหมอนผลิตจากวัสดุธรรมชาติ และยังมีผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมอื่นๆ

ในงาน Bangkok Fashion Week 2006 แม่ฟ้าหลวงได้นำเสนอผลงานที่เน้นความเป็น ธรรมชาติและชนบท คุณกฤษณ์ เย็นสุขใจ ดีไซน์เนอร์ เล่าถึงคอลเลคชั่นนี้ว่าได้แรงบันดาลใจมา จากปรัชญาการดำเนินชีวิตของกลุ่มชนอิสระที่เรียบง่าย ปรากฏจากเทคโนโลยี ใช้ชีวิตอยู่กับ ธรรมชาติ วัสดุที่ใช้จะสะท้อนความเป็นแม่ฟ้าหลวงด้วยการใช้ผ้าทอมือ มีการผสมผสานเส้นใย ใหม่ และพืชธรรมชาติอื่นๆเข้าไปอย่างลงตัว และครั้งนี้มีการนำเส้นใยลินินมาใช้ทอเป็นครั้งแรก โดยออกแบบให้สอดคล้องกับคาแรคเตอร์ของลินิน คือ ความโปร่ง เบา

ถ้าลองสังเกตดูจะเห็นว่างานของเขามีรายละเอียดที่น่าสนใจ และซับซ้อน แต่ก็ดูน่าสนุก ที่สำคัญเห็นคอลเลคชั่นนี้แล้วมันรู้สึกคิดถึงภาคเหนือของไทยจริงๆ



รูปที่ 2. ในงาน Bangkok Fashion Week 2006 ของร้านแม่ฟ้าหลวง ที่แสดงให้เห็นถึงความเรียบง่าย และสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาการใช้ชีวิตในชนบท

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับสปา

2.5.1 คำจำกัดความของสปา

Spa มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า "Sauna per Aqua" ซึ่งหมายถึงการดูแลสุขภาพ สุขภาพด้วยการบำบัดโรคด้วยน้ำ(Health through Water) คือการใช้ประโยชน์จากน้ำพุร้อนหรือน้ำแร่เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การอาบน้ำ การนวด วิธีเช่นนี้มีมาตั้งแต่สมัยโรมในสังคมชั้นสูงที่นิยมอาบน้ำที่โรงอาบน้ำสาธารณะ เพื่อใช้เวลาในการพักผ่อนและสนทนาเรื่องการเมือง จากนั้นในช่วง Puritism ความนิยมได้หายไปจนกระทั่งต้นศตวรรษที่ 19 เมือง Spa ในเบลเยียม ได้ใช้ชื่อนี้ในการผลิตน้ำแร่บรรจขวดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในยุโรป คำว่า Spa มีความหมายที่ชัดเจนหมายถึง “การบำบัดฟื้นฟูสุขภาพเฉพาะด้าน” เป็นที่ยอมรับทั่วไปในเรื่องสุขภาพว่าด้วยการบริการ มีเครื่องมือ บุคคลากรผู้เชี่ยวชาญด้าน การแพทย์ การโภชนา ยา การบำบัด และมีที่พักสำหรับลูกค้า (Spa House) ท่ามกลางบรรยากาศสวนขนาดใหญ่ เมืองที่ได้รับการขึ้นต้นด้วย Spa จะเป็นเมืองที่มีภูมิประเทศ สวยงามติดเขาหรือติดทะเล อากาศดี น้ำสะอาด เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ คนนิยมมาเพื่อใช้ เป็นที่ฟื้นฟูสุขภาพจากการป่วยไข้ โดยคนกลุ่มนี้นิยมมา Spa เป็นประจำอย่างน้อยทุกๆ 2 ปี

“Spa” ตามความหมายของกองการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข หมายถึงสถานบริการเพื่อสุขภาพ หรือ สถานพยาบาลที่ให้บริการลูกค้า ทั่วไปด้วยศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพ การปฏิบัติต่อร่างกายเพื่อสุขภาพ (Body Care & Treatment) และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพเป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ โดยให้คำแนะนำด้านบริการที่จัดไว้ตามหลักวิชาการ รวมถึงอาจจะมีการให้คำแนะนำการส่งเสริม สุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับพฤติกรรมตามหลักการแพทย์สากล และการ สร้างหลักสุขภาพด้วยศาสตร์การแพทย์ทางเลือก ทั้งนี้ให้มีมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุข กำหนด

ปัจจุบันคำว่า Spa มีหลายความหมายด้วยกัน แต่ก็จะหมายรวมถึงสุขภาพ ความ สวยงามด้วยกันทั้งสิ้น แนวความคิดที่สำคัญของ Spa ก็คือ การมีสมดุลของกาย จิตและ วิญญาณ ซึ่งเป็นส่วนเดียวกันในร่างกาย ที่จะช่วยให้มนุษย์มีสุขภาพที่ดี

2.5.2 ประเภทของสปา (Spa)

Spa ความหมายตามพจนานุกรม แปลว่า น้ำแร่ หรือที่พักตากอากาศที่มีน้ำแร่ แต่ชาว ยุโรปให้คำนิยามว่า การดูแลสุขภาพทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท ใหญ่ๆ คือ

2.5.2.1 เพื่อการบำบัดร่างกาย เน้นการรักษาและการฟื้นฟูสุขภาพ

2.5.2.2 เพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง โดยวิธีทางธรรมชาติ

2.5.3 ชนิดของสปา

สปาแบ่งออกเป็นทั้งหมด 7 ประเภท คือ

Mineral Spring Spa(น้ำพุร้อนสปา)	บริการโดยใช้น้ำแร่ธรรมชาติ ความร้อนและน้ำทะเล ที่ เรียกว่าวารีบำบัด (Hydrotherapy Treatment)
Club Spa	สปานขนาดเล็กที่มักจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสถานบริการ บริหารร่างกาย (Fitness) หรือศูนย์สุขภาพ (Health

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	club) ให้ผู้ที่มาออกกำลังกายได้ผ่อนคลายความตึงเครียด
Hotel & Resort Spa	สปาขนาดเล็กที่มักจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสถานบริการบริหารร่างกาย (Fitness) หรือศูนย์สุขภาพ (Health club) ให้ผู้ที่มาออกกำลังกายได้ผ่อนคลายความตึงเครียด
Destination Spa	มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับหรือฟื้นฟูสุขภาพของผู้ใช้บริการให้ดีขึ้น เป็นสถานบริการสปาแบบองค์รวม มีบริการครบวงจร เช่นการนวดรูปแบบต่างๆ การสร้างสมดุลโดยอาศัยความร้อนและความเย็นของน้ำที่เรียกว่า วารีบำบัด และความเข้มงวดเรื่องโภชนาการ และอื่น ๆ
Day Spa	เป็นสปาที่ไม่มีห้องพักค้างคืน ใช้ระยะเวลาสั้น ส่วนใหญ่เน้นเรื่องความสวยงามและผ่อนคลาย
Medical Spa	การนำธรรมชาติบำบัดมาผสมผสานกับวิทยาการทางการแพทย์ เป็นโปรแกรมการบำบัดรักษาและดูแลสุขภาพโดยแพทย์และบุคคลที่เชี่ยวชาญเฉพาะ
Home Spa	การทำสปาเองที่บ้านโดยการซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นและการเรียกใช้บริการลักษณะ Delivery ของสถานบริการสปาที่จะส่งพนักงานมาให้บริการถึงบ้าน

A'lamode Fashion Hotel มีสปาเพื่อเน้นในเรื่องของความสวยความงาม และเพื่อความผ่อนคลายจึงเน้นไปในรูปแบบที่เรียกว่า Day Spa

ขาวน่า เป็นวิธีการอบตัวเพื่อสุขภาพพลามัยโดยการใช้ความร้อนแห้ง(Dry Heat Bathing) ซึ่งได้รับความร้อนที่เกิดจากหินเผาไฟที่กระจายออกมา การอบตัวแบบขาวน่าจะทำให้เหงื่อออกมากกว่าการอบวิธีอื่นๆ เพราะความร้อนแห้งซึ่งมีอุณหภูมิสูงที่จะทำให้รูขุมขนของผิวหนังเปิดกว้างมากที่สุด และช่วยขับสารพิษซึ่งสะสมอยู่ในร่างกายคนเราออกได้อย่างรวดเร็ว การอบขาวน่าจักเป็นว่าเป็นขบวนการทำความสะอาดร่างกายและเป็นการพักผ่อนร่างกายอย่างหนึ่งที่สามารถทำให้ร่างกายมีความสดชื่น กระปรี้กระเปร่า รวมถึงช่วยในการผ่อนคลายความตึงเครียดทางสมอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และช่วยให้เกิดความงามทางด้านผิวหนังที่ดูเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล การอบชาน้ำจึงเป็นวิธีที่ดีที่สุดที่จะทำให้อ่างกายอยู่ในภาวะสมบูรณ์เต็มที่

ลักษณะของห้องชาน้ำ

ห้องชาน้ำโดยทั่วไปจะมีลักษณะเป็นห้องรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า จัดรับเป็นกล่อง ส่วนการตกแต่งโครงสร้างของห้องชาน้ำส่วนใหญ่ทำด้วยไม้เนื้ออ่อนที่มีกลิ่นหอม มีความทนทานต่อความร้อนสูง ส่วนมากใช้ไม้สนในประเทศฟินแลนด์ ภายในจะประกอบไปด้วย ที่นั่งเป็นโครงไม้เว้นช่องระบายอากาศ ใช้น้ำมันแอสเพนในการทำที่นั่ง ที่ผนังห้องมีการติดช่องนำอากาศเข้า และช่องระบายอากาศออก ผนังห้องจะเป็นผนัง 2 ชั้น ระหว่างชั้นเป็นวัสดุฉนวนกันความร้อนรั่วออกสู่ภายนอก มีเตาเผาหินแกรนิตเพื่อให้ความร้อนแก่ห้อง

ขนาดและรูปร่างของห้องชาน้ำ

การสร้างห้องชาน้ำต้องคำนึงถึง

- จำนวนคนที่มากที่สุดที่เข้าไปใช้ห้องชาน้ำในเวลาเดียวกัน ซึ่งมาตรฐานกำหนดว่า 1 คน จะต้องใช้พื้นที่ในการอบชาน้ำ 1.755 ลูกบาศก์เมตร หรือ 65 ลูกบาศก์ฟุต
- ความต้องการที่จะจัดให้มีส่วนประกอบของห้องอาบน้ำ แต่งตัว อยู่ในพื้นที่เดียวกันกับห้องอบชาน้ำหรือไม่
- การจัดวางที่นั่ง จะจัดวางในรูปแบบไหน ในกรณีนี้ที่จัดเป็นแนวยึดผนังด้านเดียวความยาวของที่นั่งจะต้องไม่น้อยกว่า 1.80 เมตร เพื่อให้ผู้เข้าอบชาน้ำสามารถนอนเหยียดได้อย่างสบาย
- จะต้องคำนึงถึงขนาดของเตาที่สามารถให้ความร้อนแก่ห้องได้ และจะต้องคิดถึงงบประมาณของผู้สร้างด้วย

ขนาดของห้องชาน้ำนิยมกันมากในการอบชาน้ำภายในครอบครัว คือ ขนาด 1.50 x 2.10 x 2.10 ลูกบาศก์เมตร และ 1.80 x 1.80 2.10 ลูกบาศก์เมตร ความสูงของห้องที่ดี คือ 2.10 เมตรเพราะห้องที่มีความสูงมากจะกระจายความร้อนภายในห้องได้ไม่ทั่วถึง

รูปร่างของห้องชาน้ำจะเป็นลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมและมีด้านคู่ขนานกันเพราะห้องทรงสี่เหลี่ยมสามารถจัดวางที่นั่งได้มากและสะดวกในการจัดการสัญจรภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4 ขั้นตอนการบำบัดด้วยสปา มีขั้นตอนพื้นฐาน 9 ขั้นตอน ที่ต้องทำให้ครบดังนี้
การนวด (Massage) เริ่มจากการยืดกล้ามเนื้อ จากนั้นยืดเส้นเอ็น สุดท้ายจึงปรับ
ตำแหน่งกระดูกใหม่ การนวดเช่นนี้ เป็นของเก่าแก่ของไทยที่สืบทอดกันมา

การอาบน้ำ (Bath) การแช่ในอ่าง จากพืช ที่ลอยด้วยกลีบดอกไม้ ช่วยให้
ร่างกายรู้สึก กระปรี้กระเปร่า และหัวใจได้รับการเยียวยา (ในบางสถานที่ มีการอาบน้ำนม
ผสมสาหร่ายทะเลและการระดม ควบคู่ไปกับการอาบน้ำ)

เมนูลดไขมัน (Diet Menu) ทำให้สลายไปถึงข้างใน ควรจะจัดเตรียมเมนูอาหาร
จำพวกควบคุมน้ำหนักได้ด้วย

การขัดตัว (Scrub) เป็นการทำให้เซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วถูกขูดออก โดยการขูด
อย่างรวดเร็ว อาจมีการใช้น้ำมัน น้ำแร่ เป็นต้น

การขัดผิว (Scrub) เป็นการขัดผิวด้วยสมุนไพรผสมน้ำมันมะขามเปียก โดยการใช้มือ
ขัดเซลล์ผิวเก่าที่ตายแล้วออก ผิวจะขาวและเกลี้ยงเกลา

การพอก (Wrap) โคลนเป็นส่วนประกอบสำคัญในการพอกครั้งแรก (Original
Wrap) จากนั้นทำการพอก เหยื่อจะถูกขับออกมาตามรูขุมขน เพื่อเป็นการขับสารพิษออกจาก
ร่างกาย

ใบหน้า (Facial) เป็นการใช้นวัตกรรมเครื่องสำอางที่ผลิตจากธรรมชาติ

การนวด (Massage) การนวดหน้าและศีรษะ โดยการรวมสมาธิไปที่จุดเดียว ใช้น้ำ
มันหอมระเหยกับหนังศีรษะ ทำให้อบอุ่น สดชื่นไปทั่วร่างกาย

ใบหน้า (Facial) เป็นขั้นตอนการเสริมความงามเกี่ยวกับหน้าและการนวด ซึ่ง
ควรใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ

2.5.5 กรณีศึกษาเกี่ยวกับสปา

Medavi (Spa & Chiropractic)

เป็นสถานที่ที่ให้บริการทางด้านเกี่ยวกับสุขภาพ ดูแลเกี่ยวกับเรื่องความสวยความงาม ตลอดจนเรื่องการบำบัดที่มีความเกี่ยวข้องกับทางร่างกายภายนอก

สถานที่ตั้ง 47/7-8 ถ.สุขุมวิท 39 แขวงพระโขนง เขตวัฒนา กทม.10110

ลักษณะ ศูนย์สุขภาพเฉพาะทาง คือ เป็นสปาแบบ Day Spa

แนวความคิด การตกแต่งภายในสปาเน้น การตกแต่งแบบนำเรื่องศิลปะที่เกี่ยวเกี่ยวกับด้าน ประติมากรรมแบบไทย เขมร ผสมผสานกับรูปแบบบาหลี่ มาประยุกต์เข้าด้วยกัน และมีการสร้างบรรยากาศสื่อถึงความเป็นรูปแบบสปาทางด้านถนอมตัว ตะวันออก จึงมีการเลือกใช้ในเรื่องของที่นำมาใช้ในการตกแต่งไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ์ที่โชว์ประดับตามแนวทางเดิน หรือการตกแต่งภายในห้องจะ พยายามให้เป็นลักษณะการตกแต่งเป็นเรื่องราวเดียวกัน

การวางผัง ประโยชน์ใช้สอย

พื้นที่ของที่ Medavi (Spa & Chiropractic)

ตั้งอยู่บนชั้น 2 ของอาคารเช่า ซึ่งเป็นอาคารพาณิชย์ ฉะนั้นลักษณะภายในพื้นที่ทุกจุด จะมีการจัดพื้นที่ทางด้านสัญจรค่อนข้างเล็ก คือมีแนวทางเดินประมาณ 1.20m. และเนื่องจากเป็นแนวทางเดินสู่พื้นที่ในด้านกรบำบัดแต่ละโปรแกรม ที่ได้จัดไว้ เพื่อให้แนวทางเดินดูกว้างมากขึ้นจึงมีการนำวัสดุที่เป็นกระจก สะท้อนทำให้แนวทางเดินดูไม่แคบเกินไป

พื้นที่ภายในห้อง Medavi (Spa & Chiropractic)

เนื่องจาก Medavi มีการแบ่งเรื่องของห้องที่ให้บริการด้านกรบำบัด แบ่งเป็นลักษณะ ได้ดังนี้ คือ

- ส่วนห้อง V.I.P.

ห้อง V.I.P. มีจำนวน 1 ห้องจำนวน 2 เตียง 1 จากุชชี 1 เหน่า(เป็นตุลสำเร็จรูป) และมี ส่วนบำบัดไคโรพลาสติก (มีลักษณะการบำบัดโดยใช้น้ำฉีดจากด้านบนสู่ผู้ให้บริการ ซึ่งจะนอนอยู่ บนเตียง ซึ่งมีการสั่งทำพิเศษ เป็นแทนหล่อซีเมนต์ ขนาด 1.20 x 2.00 และมีการวางเบาะซึ่งทำ จากใยมะพร้าวหุ้มด้วยหนัง รองด้วยผ้าและผ้าพลาสติก) พร้อมตู้locker สำหรับแขก และมี ส่วน แต่งตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ส่วนห้องการทำบำบัด

ห้อง Treatment มี 4 ห้อง (4 ใน 1) ห้องเดียวเท่านั้นที่มีอ่างจากุซซี่ ซึ่งตรงนี้จัดทำขึ้นสำหรับแขก 1 ท่าน) ส่วนภายในห้องอื่นๆจะเหมือนกัน

อุปกรณ์ ที่ใช้ในการบำบัดมี 1 เตียง ตู้ Locker 1 ห้องอาบน้ำ และตู้วางอุปกรณ์สำหรับพนักงาน

- ส่วนห้อง Facial Treatment มี 2 ห้อง
- ส่วนห้องทำหน้า

อุปกรณ์ ที่ใช้ในการบำบัดมี 1 เตียง 1 ตู้ Locker และตู้วางอุปกรณ์อ่างล้าง
อุปกรณ์ และเก้าอี้กลมสำหรับพนักงาน

- ส่วนห้องนวดไทย มี 1 ห้อง

อุปกรณ์ ที่ใช้ในการบำบัด มี 3 เตียง(เป็นเบาะวางกับพื้น) 1 ตู้ Locker และตู้วาง
อุปกรณ์

- ส่วนห้องนวดเท้า มี 3 ที่นั่งนวดเท้า

อุปกรณ์ ที่ใช้ในการบำบัด มี 3 เก้าอี้แบบกึ่งนั่งกึ่งนอน พร้อมทั้งวางรองเท้า 1 ตู้
Locker และตู้วางอุปกรณ์ อ่างล้างอุปกรณ์ และเก้าอี้กลมสำหรับพนักงาน

- ส่วนบริเวณพนักงานต้อนรับ (อยู่บริเวณทางเข้า)

อุปกรณ์ที่ใช้ ที่ใช้ในส่วนพนักงานต้อนรับด้านหน้ามีโซฟา 5 ที่นั่งและ Day Bed 1 ตัว
โต๊ะสำหรับพนักงานต้อนรับ พร้อมชุดคอมพิวเตอร์ กระจกที่วางอุปกรณ์ สื่อสารสำหรับพนักงาน ละมี
ที่วางและเปลี่ยนรองเท้าเพื่อเดินเข้าภายในสปา

- ส่วนห้องพนักงานและแม่บ้านและห้องพนักงาน

อุปกรณ์ มีตู้วางเก็บอุปกรณ์ อ่างล้างจานรวม และอุปกรณ์ส่วนที่ทานอาหาร

- ส่วนห้องผู้จัดการสปา
- ส่วนบริเวณทำงานผู้จัดการสปา

อุปกรณ์ ที่ใช้ในส่วนห้องผู้จัดการ เมื่อเข้าไปจะพบห้องพักคอยแบบ 3 ที่นั่งตู้โชว์
สินค้า ส่วนโต๊ะทำงานและสวอยเก็บเอกสาร

สรุปข้อดีและข้อเสียของ Medavi (Spa & Crohiropratic)

ข้อดี

1. ลักษณะของแปลนจัดอยู่ในรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส
2. มีการจัดพื้นที่อย่างเป็นสัดส่วนอย่างเห็นได้ชัดและมีความต่อเนื่องของพื้นที่
3. มีการจัดพื้นที่เป็นสัดส่วนในแนวทางเดิน มีการสร้างบรรยากาศตามแนวทางเดินที่มีความเป็นธรรมชาติเข้ามาตกแต่ง
4. ลักษณะการเลือกวัสดุเป็นแนวที่เจ้าของชอบ ทำในในการเลือกวัสดุค่อนข้างไปในทางเดียวกัน

ข้อเสีย

เนื่องจากเป็นอาคารพาณิชย์และอยู่ติดกับร้านอาหารอื่นๆ ลักษณะไม่เด่นทำให้ผู้ที่ไม่เคยไปอาจไม่ทราบว่าสปาอยู่ตรงไหน

สรุป จากการศึกษา Medavi (Spa & Crohiropratic)

เป็นสปาที่เน้นการสร้างเคื่องการผ่อนคลายมากกว่าด้านสุขภาพ และเนื่องจากตัวสปามีขนาดเล็ก ทำให้ต้องมีการจัดเรื่องสัดส่วนให้ดูไม่แคบจนเกินไป โดยการเลือกวัสดุและสีที่ดูไม่ฉูดฉาด และมีการสร้างบรรยากาศเรื่องของ กลิ่น ไฟ และการเปิดเพลงบรรเลงและส่งกระจายเสียงไปยังส่วนต่างๆ เพื่อสร้างความผ่อนคลายแก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

Westin Banyan tree Spa

สถานที่ 21/100 ตึกไทยวา 2 ถ.สาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กทม. 10120

ประเภทผู้ให้บริการ สมาชิก

ผู้ให้บริการที่พักในโรงแรม

ผู้ให้บริการแบบ Walk-in ประมาณ 60 – 70 % ของผู้ให้บริการทั้งหมด

กลุ่มเป้าหมาย คนไทยและคยต่างชาติ

การวางผังและพื้นที่ใช้สอย

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย

- Spa reception
- Waiting area
- Fitness

ส่วนที่ 2 เป็นชั้นที่เปิดโล่งทั้ง 2 ด้าน เป็นลักษณะ Semi Outdoor ประกอบด้วย

- Hot Spa Bath

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Swim Spa
- Cold Spa Bath

ส่วนที่ 3 สำหรับห้องนวดรวม แยกเป็น

- ห้องนวด
 - เตียงนวด 2 เตียง
 - เตียงสำหรับการทำ Afotion 2 เตียง 2 เครื่อง
 - ส่วนพักคอย
- ห้องนวดรวม
- ห้องทำ treatment
- Thai Massage room 2 ห้อง

ตารางเปรียบเทียบข้อมูลการศึกษา Spa

	Weatin Bantan Tree Spa	Medavi (Spa& Chiropractin)
Concept	Contemporary Thai	Asian Style
Lobby Area	Reception Waiting Area	Reception Waiting Area Product Showcase
Treatment	Massage (2 room) Treatment + Jacuzzi (1 room) Treatment Zone (1 room) Thai Massage (4 room) Beauty Salon (1 seat) Suana (2m. , 8 – 10 person)	V.I.P. (Jacuzzi room + Suana) Treatment (3 Room) Treatment + Jacuzzi (1 room) Facial Treatment (2 room) Foot Massage (3 Seat)

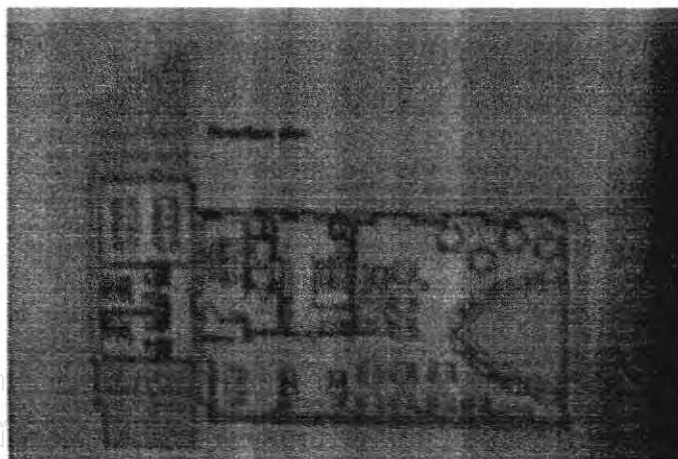
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	Steamm Suana (1. , 7– 8person)	
Bath	Hot Spa Bath (1Pool) Cold Spa Bath (1 Pool) Swim Spa (1 Pool) Shower jet	

2.6 กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Bar and Restaurant

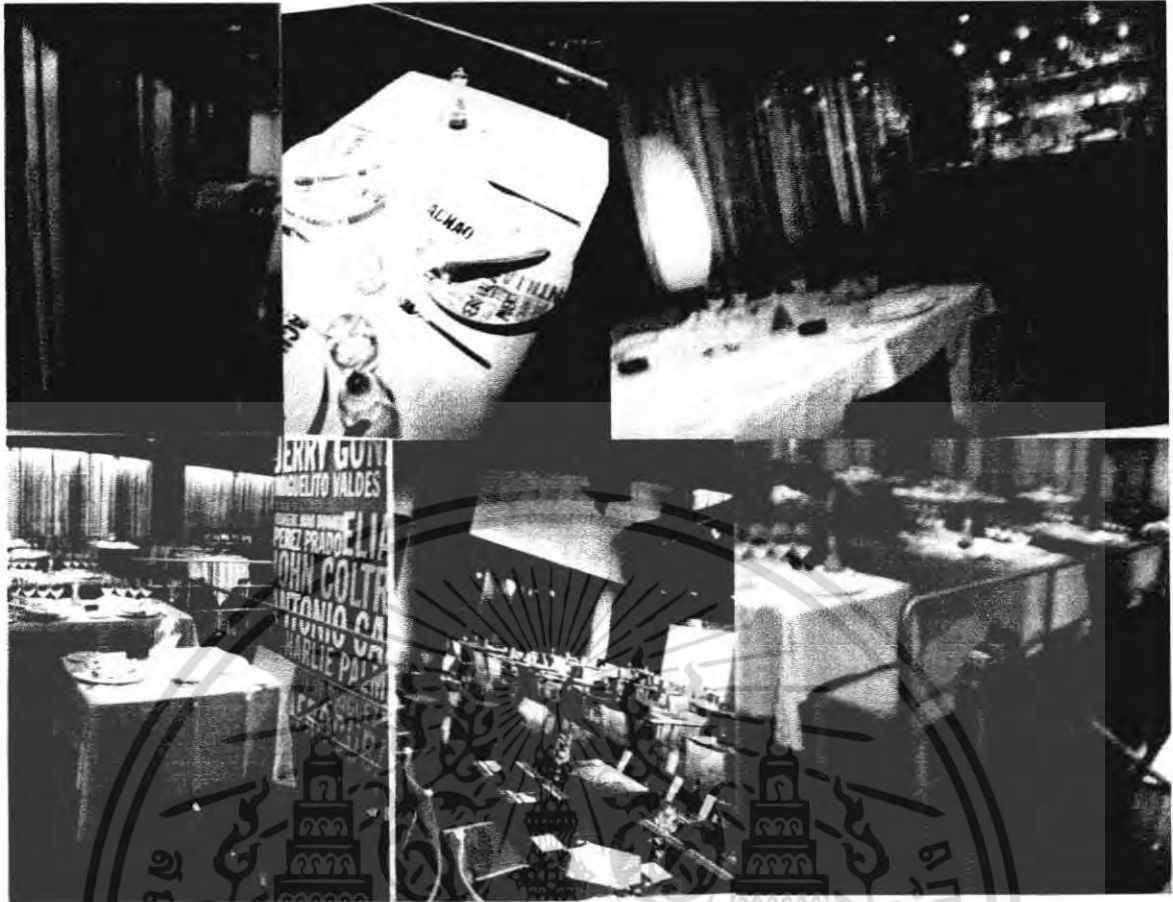
Calle 54 – Spain

- สถานที่ตั้ง Madrid , Spain
- ผู้ออกแบบ Biarquitector , Estudio Mariscal
- แนวความคิด มีแรงดลบันดาลจากแจ๊ส
- ลักษณะของสี Screaming colors evoke icons such as bumper cars



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิ

เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
โดยชนด้านการค้า
การนำไปใช้



2.9 กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Fitness and Yoga

2.9.1 Fitness

Exercise Area

เนื้อที่ส่วนนี้ไว้สำหรับออกกำลังกาย บริหารร่างกายด้วยวิธีต่างๆ ทั้งใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆและที่ไม่ใช้อุปกรณ์ เช่น การเดินแอโรบิค

การวางเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ภายในห้องนี้ โดยมากจะจัดให้เครื่องมือวางชิดผนังเป็นหมวดหมู่ โดยปกติจะวางเรียงไว้ทั้ง 2 ฝาก โดยหันหน้าเข้าฝาผนังซึ่งมีกระจกเงากรออยู่รอบๆ

นอกจากเครื่องเล่นทั้งหลายแล้ว ต้องควรมีพื้นที่โล่งๆที่ใช้สำหรับบริหารร่างกายได้ อาจเป็นห้องเฉพาะหรือไม่ก็ได้ แต่ก็ต้องถูกระงกเงารอบห้องเช่นกัน เพื่อให้ผู้ออกกำลังกายดูได้ว่าตนเองกำลังบริหารถูกต้องตามวิธีการหรือท่าทางที่ครูฝึกสอนไว้

อุปกรณ์

1. อุปกรณ์มีหลายชนิด แต่ละแห่งก็เลือกมาใช้แตกต่างกันไป แล้วแต่ขนาดความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เครื่องคอมพิวเตอร์ ปัจจุบันเริ่มมีการนำเอาเครื่องคอมพิวเตอร์มาช่วยในการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ และแนะนำเกี่ยวกับการบริหารร่างกายบ้างแล้ว เป็นเครื่องขนาดเล็กวางไว้บนโต๊ะหรือเคาเตอร์ของผู้ควบคุมในห้อง
3. ส่วน Pantry บางแห่งจะมีเคาเตอร์ Pantry เพื่อบริการเครื่องดื่มเล็กๆน้อยๆ

2.9.2 Yoga

กำเนิดโยคะ [Origins of YOGA]

โยคะ เกิดขึ้นที่อินเดียเมื่อประมาณ 4 - 5 พันปีที่ผ่านมานี้ เดิมจะเป็นการฝึกเฉพาะโยคี และชนชั้นวรรณะพราหมณ์ เพื่อเอาชนะความเจ็บป่วย ต่อมาโยคะ ได้พัฒนาผ่านลัทธิฮินดู มายาคพุทธศาสนา ถึงยุคลัทธิเซนในประเทศจีน โดยแท้จริงแล้ว โยคะไม่ได้เป็นศาสตร์ของศาสนาใดศาสนาหนึ่ง แต่เป็น ศาสตร์สากลที่ศาสนาต่าง ๆ สามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายสูงสุดแห่งศาสนานั้น ๆ โยคะจึงเป็นที่แพร่หลายไปทั่วโลก โดยเฉพาะ หะฐะโยคะ (Hatha Yoga) ซึ่งจัดว่าเป็น Modern Yoga ที่พัฒนามาจากการรวมแบบโยคะดั้งเดิม กับวิถีปฏิบัติของพระพุทธศาสนา

ความหมายของโยคะ [Meaning Of YOGA]

โยคะ (YOGA) หมายถึง การสร้างความสมดุลของร่างกาย-จิตใจ และจิตวิญญาณ โดยรวมให้เป็นหนึ่งเดียว หะฐะโยคะ (HATHA YOGA) เป็น 1 ในสาขาโยคะทั้งหมด หะฐะโยคะ จะใช้ศิลปการบริหาร ร่างกาย ภายใต้อาการควบคุมของจิตใจ เกิดความสมดุลของพลังด้านบวกและด้านลบ โยคะจึงช่วย บรรเทาและบำบัดโรคได้ หะฐะโยคะ จึงเป็นที่นิยมแพร่หลายทั่วโลก โดยเฉพาะในยุคปัจจุบัน ที่ผู้คนเห็นความสำคัญของ สุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ดี

2.9.3 กรณีศึกษาเกี่ยวกับ Fitness and Yoga

2.9.3.1 California Fitness Center (Liberty Square, Silom Road?)

<u>สถานที่</u>	อาคารลิเบอร์ตี้ สแควร์ 287 ถ.สีลม กทม. 10500	
<u>เวลาทำการ</u>	วันจันทร์ – วันเสาร์	6.00 – 24.00 น.
	วันอาทิตย์ (วันหยุดราชการ)	8.00 – 22.00 น.
<u>กลุ่มเป้าหมาย</u>	กลุ่มคนทำงาน	90%
	กลุ่มนักศึกษาและแม่บ้าน	10%
<u>แนวความคิด</u>	แนวความคิดในการออกแบบตกแต่งภายในโครงการนี้ ต้องการผู้ที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกถึงความทันสมัย การเลือกใช้สี วัสดุ แบบทันสมัย และเน้นการแสดงออกถึงกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการ ให้คนภายนอกได้เห็น เป็นการใช้นวัตกรรมที่แปลกใหม่	
<u>Facility</u>	ที่จอดรถ ภายในอาคาร	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่นั่งพักคอย

Counter ขายน้ำ

ห้อง Aerobic

ห้อง Locker แยกชายและหญิง

ห้อง Suana แยกชายและหญิง

ห้อง Fitness แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 Free Weight Area

ส่วนที่ 2 Resistance Area

ส่วนที่ 3 Cardio Vascular Area

2.9.3.1.1 การวางผัง ประโยชน์ใช้สอย

ชั้นที่ 1 แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 โถงต้อนรับ ประกอบด้วย

เคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ เป็นบริเวณที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสมัครเป็นสมาชิก

ส่วนที่ 2 ห้อง Fitness ประกอบด้วย

Cardio Vascular Area

ชั้นที่ 2 แบ่งเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ห้อง Fitness ประกอบด้วย

Resistance Area

Cardio Vascular Area

ส่วนที่ 2 Staff Service Conner ประกอบด้วย

โต๊ะทำงานของพนักงาน

ส่วนที่ 3 ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าชาย

ตู้ Locker พร้อมที่เก็บรองเท้า

ที่นั่งพัก

ห้องอาบน้ำ

ห้องน้ำ

ห้อง Suana

ส่วนแต่งตัว

เคาเตอร์ล้างมือ

ส่วนที่ 4 ประกอบด้วย

เคาเตอร์แลกบัตรผ่านขึ้นไปชั้น 19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เคาเตอร์ขายน้ำดื่ม

ชั้นที่ 3 แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ห้อง Fitness ประกอบด้วย

Free Weight Area

ส่วนที่ 2 ห้อง Aerobic ประกอบด้วย

เวท

ชั้นวางเครื่องเสียง

บริเวณที่วางอุปกรณ์เสริมในการออกกำลังกาย

ตู้เก็บอุปกรณ์

ส่วนที่ 3 ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าหญิง

ตู้ Locker พร้อมที่เก็บรองเท้า

ที่นั่งพัก

ห้องอาบน้ำ

ห้องน้ำ

ห้อง Suana

ส่วนแต่งตัว

เคาเตอร์ล้างมือ

ชั้นที่ 19 แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เคาเตอร์แลกบัตรผ่าน

ส่วนที่ 2 ห้อง Fitness ประกอบด้วย

Resistance Area

Cardio Vascular Area

สรุปข้อดี ข้อเสียของ California Fitness Center

ข้อดี

- มีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยอย่างชัดเจน
- การเลือกใช้วัสดุ แสงสี ทำให้รู้สึกถึงความทันสมัย และการใช้กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายใน เป็นตัวสร้างแรงดึงดูดจากภายนอก
- การเดินทางเข้าสู่โครงการสะดวกสบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสีย

- การจัดวางเครื่องออกกำลังกายชิดเกินไป และการออกกำลังกายนั้นควรมีที่ว่างสำหรับผู้ที่ย่ออกกำลังกายได้ Warm up
- ระบบปรับอากาศ และขนาดของ Spinning studio นั้นไม่เหมาะสมทำให้ภายในห้องเกิดภาวะอึดอัดไม่สบายตัว และปัญหากลิ่นอับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
พฤติกรรม และพื้นที่ใช้สอย

3.1 หน้าที่และส่วนประกอบต่างๆของโรงแรม

ส่วนประกอบของโรงแรมสามารถแบ่งออกเป็นส่วนใหญ่ๆได้หลายวิธี เช่น การแบ่งตามลักษณะใช้สอย การแบ่งตามลักษณะรายได้ของส่วนนั้นๆ ฯลฯ แต่วิธีที่สะดวกแก่การดำเนินงาน คือ การแบ่งตามลักษณะของกิจกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

1. FRONT OF THE HOUSE สำหรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม
2. BACK OF THE HOUSE สำหรับส่วนที่ให้บริการของโรงแรม

3.1.1. ส่วนสำหรับผู้เข้ามาใช้งานโรงแรม (FRONT OF THE HOUSE)

คือ ส่วนที่ผู้มาใช้บริการได้เข้ามาใช้บริการของโรงแรม ส่วนนี้จะตัดขาดจากส่วน BACK OF THE HOUSE ในด้านการหมุนเวียนคนและสิ่งของ แต่ทั้งนี้ต้องจัดการให้บริการจากส่วน BACK OF THE HOUSE อย่างใกล้ชิด

ส่วน FRONT OF THE HOUSE จะเป็นสถานที่ออกแบบประดับประดาให้สวยงาม เพื่อสร้างความประทับใจและเป็นชักจูงแขกผู้ที่ได้ใช้บริการกลับมาอีกอัน ซึ่งหมายถึง รายได้และผลกำไรของโรงแรม

FRONT OF THE HOUSE ประกอบด้วย

1. ทางเข้า (ENTRANCE)
2. สำนักงานส่วนหน้า (FRONT OFFICE)
3. ส่วนโถง และส่วนพักผ่อน (LOBBY AND LOUNGE)
4. ห้องน้ำสำหรับแขก (TOILET FOR GUEST)
5. บริเวณบริการแขกในโรงแรม (CONCESSION SPACE)
6. บริเวณร้านค้า (RETAIL SHOP ZONE)
7. ส่วนบริการให้อาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE SERVICE SPACE)
8. ส่วนบริการด้านสถานที่ (BANQUETING FACILITIES)
9. ส่วนบริการหรือส่วนประกอบพิเศษ (SPECIAL ACCOMMODATION)
10. ส่วนห้องพักแขก (GUEST ROOM SPACE)

ส่วนประกอบต่างๆของ FRONT OF THE HOUSE มีมีรายละเอียดปลีกย่อยดังต่อไปนี้

3.1.1.1 ทางเข้าโรงแรม (HOTEL ENTRANCE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.1.1.1 ทางเข้าใหญ่ (MAIN ENTRANCE) เป็นทางเข้าสู่โรงแรมโดยตรง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะสัมผัสกับจุดนี้เป็นจุดแรกเมื่อเข้าสู่โรงแรม ซึ่งควรเป็นจุดเด่นที่สามารถมองผ่านชัด และควรให้เห็นส่วนภายในโรงแรม ซึ่งควรจะตรงกับแผนกต้อนรับ (Reception) ซึ่งติดกับทางเข้าใหญ่และทางสัญจรภายนอกให้เกิดความสะดวกและรวดเร็ว

3.1.1.1.2 ทางเข้าย่อย (SUB ENTRANCE) เป็นทางเข้าสำหรับบุคคลภายนอกที่ไม่ได้เข้ามาพักในโรงแรม แต่มาใช้บริการด้านอื่นๆของโรงแรม

3.1.1.1.3 ทางเข้าของสัมภาระ (LUGGAGE ENTRANCE) ควรอยู่ใกล้ทางเข้าใหญ่ เพื่อความสะดวกในขนย้ายกระเป๋าจากยานพาหนะเข้าสู่ห้องพัก

3.1.1.1.4 ทางเข้าของส่วนบริการ (SERVICE ENTRANCE) ทางเข้าทางนี้จะแยกออกเข้าทางเข้าของแขกได้เด็ดขาด แต่ต้องอยู่ในการขนส่ง และควรมีที่เพียงพอสำหรับขนย้ายของโดยไม่รบกวนแขกผู้มาพัก

3.1.1.2 สำนักงานส่วนหน้า (FRONT OFFICE)

ส่วนนี้เป็นศูนย์กลางของกิจกรรมต่างๆในโรงแรม เป็นจุดที่ผู้มาพักเข้ามาติดต่อธุระบางจากกับโรงแรม จะเข้ามาส่วนนี้ก่อน

สำนักงานส่วนหน้าประกอบด้วย

3.1.1.2.1 เคาน์เตอร์ (FRONT DESK) ซึ่งมีส่วนย่อยๆ คือ

- ส่วนต้อนรับ (RECEPTION)
- ส่วนลงทะเบียน (REGISTRATION)
- ส่วนจดหมาย กุญแจ ข่าวสาร (MAIL, KEYS, MESSAGE)
- ส่วนการเงิน (CASHIER)
- เคาน์เตอร์บริการเกี่ยวกับสัมภาระ (BELL CAPTION COUNTER)
- ส่วนเก็บสัมภาระของแขก (BAGGAGE HANDING)

3.1.1.2.2 สำนักงานสนับสนุนเคาน์เตอร์ส่วนหน้า (OFFICE)

- TELEPHONE OPERATOR
- METERS & DECORD ทำหน้าจดบันทึกการใช้ไมรค์พท์ของแขกผู้มา

พัก เพื่อที่จะนำมาคิดจ่ายใช้จ่าย

- ACCOUNTANT พนักงานบัญชี
- SAFE DEPOSIT & VAULT
- SORTING OFFICE
- FRONT OFFICE MANAGER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- COMPUTER OPERATIONS
- ADVANCE RESERVATIONS
- REGISTRATION OFFICE
- ROOM STATUS INDICATORS แผงแสดงสถานะภาพของห้องพัก

ทั้งหมดของโรงแรม มีหน้าที่บอกว่าห้องพักนั้นเป็นอย่างไร เช่น

ปุ่มแสงสีแดง แสดงว่ามีแขกพักอยู่

ปุ่มแสงสีเหลือง แสดงว่าพนักงานกำลังทำความสะอาดอยู่

ปุ่มแสงสีเขียว แสดงว่าห้องพักว่างอยู่

3.1.1.3 ส่วนโถงและส่วนพิเศษ (LOBBY AND LOUNGE)

เป็นศูนย์กลางของการหมุนเวียนแขก ลักษณะของโถงรับแขกในโรงแรมนั้น ส่วนใหญ่เป็นโถงพักคอยขนาดใหญ่ มีส่วนประกอบดังนี้

- LOUNGE
- FRONT DESK
- PUBLIC TELEPHONE

3.1.1.4 ส่วนห้องน้ำสำหรับแขก (TOILET FOR GUEST)

- ห้องน้ำในสวนสาธารณะ
- ห้องน้ำในส่วนของแขก

3.1.1.5 บริเวณบริการแขกในโรงแรม (CONCESS SPACE)

- VALENT SHOP เป็นส่วนรับบริการส่งเสื้อผ้าของแขก ที่ต้องการซักรีดไปยัง LAUNDRY
- TELEGRAPH OFFICE เป็นส่วนบริการพิเศษสำหรับโรงแรมขนาดใหญ่

3.1.1.6 บริเวณร้านค้า (RETAIL SHOP ZONE)

3.1.1.7 ส่วนให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE SERVICE SPACE)

เป็นให้บริการด้านอาหาร และเครื่องดื่มแก่แขกผู้ที่พักในโรงแรม และผู้ที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว เป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดความสนใจบุคคลทั่วไป ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม แบ่งออกเป็น

- RESTAURANT เป็นส่วนบริการแก่แขกที่พักที่โรงแรม และผู้ที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว ซึ่งจะเปิดบริการ 3 เวลา หรืออาจเปิดเฉพาะเวลาเที่ยงและเย็นเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในโรงแรมใหญ่มักแบ่งภัตตาคารออกด้วยหลายลักษณะ ตามประเภทที่ให้บริการ
เช่น

- ภัตตาคารไทย
- ภัตตาคารจีน
- ภัตตาคารญี่ปุ่น
- ภัตตาคารอิตาเลียน
- ห้อง GRILL ROOM

- COFFEE SHOP เป็นส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่มตลอด 24 ชม. เป็นส่วนบริการสำรองจากภัตตาคาร จะมีบริเวณหุงอาหารแยกเฉพาะส่วน (AUXILIARY KITCHEN) โดยไม่ต้องพึ่งครัวใหญ่ เพราะเป็นการบริการอาหารที่ง่าย

- LOBBY LOUNGE เป็นส่วนบริการเครื่องดื่ม ส่วนนี้อาจเป็นส่วนที่หยุดพักคอย ก่อนที่จะเข้าไปรับประทานอาหารในภัตตาคาร

- BARS เป็นส่วนบริการเครื่องดื่มทุกประเภท เปิดให้บริการในช่วง 11.00 – 02.00 น. บรรยายกาศภายในจะเป็นแบบเจียบๆ เป็นการฟังเพลงแบบสบายๆ จุดประสงค์ใหญ่ของผู้มาใช้บริการจะมาพักผ่อน หรือนั่งพูดคุยกัน

- NIGHT CLUB เป็นสถานที่ที่ให้ความสนุกสนานแก่แขก เปิดบริการในเวลา 20.00 – 01.00 น. มีวงดนตรีในการให้ความบันเทิง

3.1.1.8 ส่วนบริการด้านสถานที่ (BANQUETING FACILITY)

3.1.1.8.1 โถงทางเข้า (BANQUET ROOM FOYER) เป็นส่วนพักก่อนเข้าสู่ห้อง มีห้องน้ำในส่วนนี้ เป็นโถงติดต่อกับสาธารณณะ ส่วนอื่นไปยังส่วนอเนกประสงค์

3.1.1.8.2 ส่วนอเนกประสงค์ (BANQUET HALL OR BALL ROOM) เป็นส่วนใช้ประโยชน์ในการจัดการประชุม งานเลี้ยง ฯลฯ สามารถปรับขนาดของห้องได้โดยใช้ผนังเลื่อนได้

3.1.1.8.3 ส่วนบริการ (SERVICE) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

- ส่วนเตรียม (BANQUET ROOM SERVICE PANTRY) เป็นที่จัดเตรียมอาหารรับจากครัวใหญ่

- ส่วนเก็บ (BANQUET STORAGE) ส่วนนี้อยู่ใกล้กับห้องอเนกประสงค์ มีไว้สำหรับเก็บเครื่องเรือน และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการจัดงานในด้านสถานที่

3.1.1.9 ส่วนบริการหรือส่วนประกอบพิเศษ (SPECIAL ACCOMODATION)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือบริเวณส่วนประกอบพิเศษ สำหรับให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ที่มาพัก และบุคคลทั่วไป ประกอบด้วย

- 3.1.1.9.1 ส่วนปฐมพยาบาล (FIRST AID) ส่วนใหญ่จะบริการสำหรับพนักงานของโรงแรม มีส่วนรักษาชั้นปฐมพยาบาล
- 3.1.1.9.2 SPA
- 3.1.1.9.3 FITNESS AND YOGA
- 3.1.1.9.4 BEAUTY AND SALON
- 3.1.1.9.5 PERFORMANCE HALL AND EXHIBITION HALL
- 3.1.1.9.6 TERRACE AND GARDEN เป็นบริเวณพักผ่อนที่อยู่นอกตัวอาคารเพื่อเปลี่ยนอิริยาบถ เพื่อให้แขกได้พักผ่อนหย่อนใจ

3.1.1.10 ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM SPACE)

เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด ของโรงแรม เพราะจุดประสงค์หลักของการลงทุนคือ การหารายได้จากห้องพัก

ส่วนห้องพักแยกประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ คือ

- ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM) ซึ่งประกอบด้วยส่วนนอน ห้องน้ำ ส่วนเก็บเสื้อผ้าและสั้มภาระต่างๆ ถ้าเป็นห้องชุดจะมีห้องนั่งเล่นด้วย
- ส่วนบริการห้องพัก (GUEST FLOOR SERVICE) เป็นส่วนบริการของโรงแรมที่ให้กับแขกที่มาพักโดยเฉพาะ

3.1.1.10.1 ส่วนห้องพัก(GUEST ROOM) แบ่งออกเป็น

- ห้องทั่วไป (TYPICAL BEDROOM) ประกอบด้วย
 1. ห้องนอนเตียงเดี่ยว (SINGLE BEDROOM)
 2. ห้องนอนคู่ (DOUBLE BEDROOM)
 3. ห้องนอนเตียงคู่ (TWIN BEDROOM)
- ห้องชุด (SUITE BEDROOM) มีมีประตูที่ผนังห้องทั้ง 2 เปิดต่อเนื่องกัน โดยไม่ต้องเปิดประตูหน้าห้องเพื่อเข้าไปอีกห้องหนึ่ง ซึ่งส่วนหนึ่งแบ่งเป็นส่วนห้องนอนและอีกห้องเป็นห้องนั่งเล่น
- ห้องนอนพิเศษ (LUXURY BEDROOM) ห้องชนิดนี้ประกอบไปด้วยห้องนอนแบบเตียงคู่ หรือแบบห้องนอนคู่ ส่วนห้องนั่งเล่นหรือห้องรับแขก ส่วนเตรียมอาหาร หรือส่วนรับประทานอาหาร ส่วนประชุม หรือห้องนอนอีกชุดหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.1.10.2 ส่วนบริการห้องพัก (GUEST FLOOR SERVICE) ประกอบด้วย

- ส่วนบริการอาหาร (FOOD SERVICE ROOM) เป็นส่วนบริการอาหารไปยังห้องพักต่างๆ ซึ่งอาหารจากครัวใหญ่จะต้องส่งผ่านส่วนนี้ เพื่ออุ่นอาหารก่อน หรือบางโรงแรมอาจจะไม่ต้องมีส่วนนี้
- ส่วนผ้า (LINEN ROOM) เป็นส่วนของประเภทผ้าที่ใช้ในแต่ละชั้นของโรงแรมโดยแยกต่างหากจากห้องพักใหญ่ (MAIN LINEN)
- VALET ROOM ทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับส่งเสื้อผ้าของแขกที่ส่งไปซักกรีด และจัดคืนยังห้องพักแขก
- ห้องพนักงานรับใช้ เป็นห้องพักของพนักงานทำความสะอาด

3.1.2. ส่วนบริการของแรม (BACK OF THE HOUSE)

เป็นส่วนดำเนินงาน และให้บริการส่วนต่างๆของส่วน FRONT OF THE HOUSE ซึ่งส่วนนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

- ส่วนบริหาร (ADMINISTRATIVE QUARTER)
- ส่วนบริการ (SERVICE QUARTER)

3.1.2.1 ส่วนบริหาร (ADMINISTRATIVE QUARTER) ส่วนนี้ถือเป็นหัวใจ และมันสมองในการดำเนินกิจการของโรงแรม ส่วนบริหารประกอบด้วย

3.1.2.1.1 ส่วนผู้จัดการ (MANAGER'S OFFICE) เป็นส่วนทำงานของ

ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่บริหาร เช่น

- ผู้จัดการทั่วไป (GENERAL MANAGER)
- ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE MANAGER)
- ผู้จัดการฝ่ายสถานที่ (HOUSE KEEPER MANAGER)
- ผู้จัดการฝ่ายบุคคล (PERSONNEL MANAGER)

3.1.2.1.2 ส่วนบัญชี (ACCOUNTING OFFICE)

3.1.2.1.3 ส่วนทั่วไป (GENERAL OFFICE) เป็นการทำงานส่วนต้อนรับและฝ่ายต่างๆ

3.1.2.2 ส่วนบริการ (SERVICE QUARTER) ประกอบด้วย

3.1.2.2.1 เนื้อที่บริการ (SERVICE SPACE) เป็นส่วนบริการทั่วไป ต้องอยู่ในบริเวณที่รถเข้าถึง และติดต่อกับส่วนที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- ทางเข้าส่วนบริการ (SERVICE ENTRANCE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ที่จอดรถขนของ (TRUCK DOCK)
- ชานชาลา (LOADING PLATFORM)
- ส่วนที่รับของ (RECEIVING AREA)
- ห้องเก็บของ (GARBAGE ROOM)

3.1.2.2.2 เนื้อที่เก็บของ (STORAGE ROOM) แบ่งออกเป็น

- ห้องเก็บของทั่วไป (GENERAL STORAGE)
- ส่วนเก็บเครื่องเรือน (FURNITURE STORAGE)

3.1.2.2.3 เนื้อที่พนักงาน (STAFF SPACE)

- มีทางเข้า – ออก สำหรับพนักงาน
- ห้องเก็บของและเปลี่ยนชุดสำหรับพนักงาน
- ห้องรับประทานอาหารสำหรับพนักงาน

3.1.2.2.4 ส่วนซักรีด (LAUNDRY AND LINEN ROOM)

- ห้องซักรีด
- ห้องผ้า

3.1.2.2.5 ครัว (KITCHEN) เป็นส่วนปรุงอาหารที่จะส่งไปยังส่วนต่างๆของ โรงแรม ครัวใหญ่ของโรงแรมประกอบด้วย

- ส่วนทำขนมปัง (BAKE SHOP)
- ส่วนเตรียม (PERPARATION SHOP)
- ส่วนปรุงอาหาร (COOKING AREA)
- ส่วนบริการอาหาร (FOOD SERVICE ROOM)
- ส่วนทำงานของพ่อครัว (CSEF OFFICE)
- ห้องเก็บอาหาร และเครื่องดื่ม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน
 - STEWARD'S STORE ROOM
 - BEVERAGE STORE ROOM
 - DISE WASHING AREA

3.1.2.2.6 ส่วนซ่อมบำรุงและห้องเครื่อง (MAINTENANCE AND MECHANICAL SHOPS) แบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ

- ห้องซ่อมเครื่อง แบ่งย่อยออกไปเป็น
 - PLUMBING & ELECTRONIC SHOP
 - CARPENTRY & UPHOLSTERING SHOP

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้เช่าได้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

○ PAINING & VANISH ROOM

- ห้องเครื่อง เป็นส่วนควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของเครื่องจักรต่างๆ ประกอบด้วย

- BOILER ROO
- FUEL STORAGE
- TRANSFORMER VAULT
- AIR CONDITION MACHINE ROOM
- ENGINEER OFFICE

3.2 การศึกษาพฤติกรรมในส่วนบริการและความสัมพันธ์ต่อเบื้องภายในของโรงแรม

3.2.1 พฤติกรรมของผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ คือ เจ้าหน้าที่พนักงาน อำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในอาคาร

3.2.1.1 ประเภทของผู้ให้บริการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- ฝ่ายบริหาร คือบุคคลที่ทำงานในระดับบริหาร หรือระดับมัณฑมของโรงแรม เช่นผู้จัดการ หรือผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต่างๆ
- เจ้าหน้าที่ คือบุคคลที่ทำงานภายในโรงแรม แต่มีตำแหน่งหน้าที่ประจำ เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายแคชเชียร์ ฝ่ายลงทะเบียนห้องพัก เป็นต้น เจ้าหน้าที่เหล่านี้ทำงานอยู่ใน FRONT OF THE HOUSE ซึ่งต้องพบปะติดต่อแขกอยู่เสมอ
- พนักงานทั่วไป คือพนักงานครัว พนักงานช่าง พนักงานทำความสะอาด พนักงานขนของ เป็นต้น พนักงานเหล่านี้ทำงานอยู่ในส่วน BACK OF THE HOUSE

3.2.1.2 พฤติกรรมการให้บริการ

3.2.1.2.1 พฤติกรรมภายในส่วนของโถงรับรอง

ผู้ให้บริการในส่วนของ FRONT DESK มีการทำงานแบ่งออกเป็น 3 ผลัด ดังนี้

ผลัดที่ 1 08.00 - 16.00 น.

ผลัดที่ 2 14.00 - 22.00 น.

ผลัดที่ 3 20.00 - 04.00 น.

ผลัดที่ 4 02.00 - 10.00 น.

ประกอบด้วย

1. แผนกทะเบียน (REGISTRATION)

หน้าที่ ลงทะเบียนการเข้าพักของแขก CHECK - IN และ CHECK- OUT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บทบาท**
- ยืนประจำตำแหน่งในส่วนของ FRONT DESK
 - ลงทะเบียนการเข้าพักของแต่ละคน
 - หาห้องพักให้แขก
 - ทำสถิติการเข้าพักของโรงแรม
 - ต้อนรับแขก
- พฤติกรรม**
- กล่าวต้อนรับและแจ้งชนิดห้องพักแก่แขก ตรวจสอบชื่อที่แขก Book ไว้โดยตรวจดูจากคอมพิวเตอร์ที่ CONTER
 - ทำการ CHECK-IN ให้กับแขกโดยให้แขกเซ็นชื่อ ที่อยู่ วันเดือนปีเกิด สัญชาติ อาชีพ การทำงาน ใบสำคัญประจำตัวต่างด้าว บัตรประจำตัวประชาชน ลงในใบกรอก เรียกว่า บัตรจดนามผู้เข้าพัก ระยะเวลาและการเลิกพักในเวลาใด วันใด
 - เมื่อแขกเซ็นชื่อแล้ว พนักงานจะทำการกรอกตัวเลข ที่ยังไม่ได้กรอกของใบสำคัญ เช่น PASSPORT หรือบัตรประชาชนเพื่อให้ถูกต้อง
 - จากนั้นหยิบ ROOM CARD ให้กับแขกแล้วพนักงานนำไปยังห้องพัก
- ห้องพัก**
- เมื่อทำการ CHECK-IN เรียบร้อยแล้วจะนำไปบันทึกลงคอมพิวเตอร์ เพื่อทำสถิติ และนำไปตรวจกับกองตรวจคนเข้าเมือง จากนั้นออกบิลล์ห้องพักแขกนำไปส่งให้กับCASHIER เพื่อคิดจำนวนเงินอีกที
 - ทำการลงทะเบียนประจำวัน ว่ามีผู้มาพักจำนวนเท่าไร
 - โทรศัพท์ไปทางแผนกแม่บ้าน เพื่อติดต่อว่าแขกเข้าพักห้องไหนเพื่อจัดเตรียมการบริการให้เรียบร้อย
 - กรณีที่แขกขอย้ายห้องพัก ให้ตรวจว่าห้องไหนว่าง จากนั้นรับกุญแจคืนและให้ ROOM CARD ใหม่แก่แขก ทำการป้อนข้อมูลเข้าคอมพิวเตอร์ จากนั้นนำไปเปลี่ยนห้องให้แก่ CASHIER จะได้ทำการต่อสายโทรศัพท์ และจัดเตรียมการบริการห้องใหม่ให้เรียบร้อย
 - ทำการตอบข้อซักถามและคอยต้อนรับ
 - กรณีที่อุปกณ์บริเวณ FRONT DESK เสียหาย ติดต่อแผนกช่างให้ทำการซ่อมแซม

2. ประชาสัมพันธ์ (INFORMATION)

- หน้าที่** ให้ข่าวสารและตอบคำถามแก่ผู้มาพัก
- บทบาท**
- ต้อนรับแขกที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรม
 - ตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำแก่แขก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แจกเอกสาร และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณเกาะมุกต์ รวมทั้งแนะนำการหาซื้อสินค้าและของที่ระลึกตามความเหมาะสม

- บริการด้านไปรษณีย์และโทรเลข

พฤติกรรม

- เมื่อแขกเข้ามาถามปัญหาหรือต้องการทราบข้อมูลการท่องเที่ยว ก็จะคอยตอบในตำแหน่ง CONTER ที่ยื่นอยู่ คอยแจกเอกสารแนะนำเกาะมุกต์

- เมื่อมีผู้มาติดต่อกับแขกที่พัก ก็จะแจ้งชื่อ นามสกุล ให้แก่พนักงานเพื่อไปตรวจที่ INFORMATION ซึ่งจะใส่ชื่อแขกเรียงตามตัวอักษรและหมายเลขห้องพัก

- มีตารางราคาห้องพัก คอยบริการแก่แขกที่ต้องการทราบรายละเอียด

- โทรศัพท์ติดต่อแผนกต่างๆ พนักงานจะรับข้อความที่มาถึงแล้วแจ้ง

ไปยังแขก รับจดหมายจากบุรุษไปรษณีย์ ทำการแยกชื่อห้องแล้วนำไปเสียบไว้ที่ KEY RACK ตรงบริเวณลงทะเบียน

- พนักงานรับข้อจากแขกที่ต้องการส่งไปยังห้อง TELEX และรับข้อความที่ส่งมาโดย TELEX ให้แก่แขกทางช่อง KEY RACK พนักงานฝ่ายทะเบียนจะเป็นผู้นำไปให้แก่แขก เมื่อแขกมารับกุญแจ

- INFORMATION ทำหน้าที่เป็น FRONT CASHIER และ SAFE DEPOSIT

ปัญหาที่เกิดขึ้น ฝ่าย Information ต้องทำงานควบคู่ 2 ตำแหน่ง คือการให้บริการด้านข่าวสารและเป็นจ่ายไปรษณีย์เลขด้วย ทำให้มีความสับสนในหน้าที่และบางทีอยู่ยุ่งยากในกรณีที่แขกเข้ามาพักพร้อมกัน ซึ่งการบริการเพียงคนเดียวจึงควรแยกออกจากกัน ให้เป็นคนละหน้าที่

3. FRONT CASHIER

หน้าที่ เก็บค่าบริการต่างๆ และแลกเปลี่ยนเงินแก่แขก

บทบาท

- รับบิลล์จากแผนกทะเบียนมาจัดเก็บเข้าแฟ้ม

- ตรวจไปยังแผนกต่างๆ ว่าแขกเข้าไปใช้บริการอะไรบ้างเป็นเงิน

ทำอะไร

- CHECK OUT ให้แก่แขก

- แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

พฤติกรรม

- รับบิลล์จากแผนกทะเบียน เมื่อแขกมาพักมาจัดเก็บเข้าแฟ้ม

- พนักงาน CASHIER นำบิลล์ดังกล่าวของทุกห้องเข้าตรวจทุกวัน

เป็นการคิดเงินค่าห้องพักแขกประจำวัน เมื่อแขกมา CHECK OUT พนักงาน CASHIER จะโทร

ถาม MAID ว่าแขกที่พักห้องนี้ ชื่อนี้ ได้เปิดบริการอะไรบ้าง จะได้ทำการออกบิลล์ และโทรไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถาม OPERATOR ว่าแขกห้องนี้โทรศัพท์กี่ครั้ง แล้วโทรไปที่หน่วยอื่นๆ ว่าแขกใช้บริการอะไรบ้าง โดยนำบิลล์ ไปเข้าเครื่องรวมจำนวนเงินที่แขกใช้ทั้งหมดที่ฝ่ายทะเบียน

- รับเงินค่าบริการจากแขก
- ตรวจนับยอดเงินที่ได้รับไปยังแผนกบัญชี
- ถ้าแขกต้องการแลกเปลี่ยนเงินตรามาเป็นเงินไทย ก็ต้องทำการ

แลกเปลี่ยน ในอัตราสากล มี BOARD แสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินติดไว้ให้แขกดู

- จะต้องมีการเก็บเงิน จำแนกเงินในสกุลต่างๆ อย่างเป็นหมวดหมู่และเป็นสกุลด้วย

4. แผนกรับฝากของมีค่า (SAVE DEPOSIT)

หน้าที่

- เก็บของมีค่าของแขก

บทบาท

- อยู่ในตำแหน่งเคาเตอร์
- รับฝากของมีค่าของแขก

พฤติกรรม

- รับฝากของมีค่าจากแขก
- เก็บของมีค่าอย่างระมัดระวัง
- คืนของแก่แขกเมื่อแขกมารับ

ปัญหาที่เกิดขึ้น ควรมีที่เก็บของอย่างเพียงพอ และบางที่อาจจะรับของที่มีขนาดใหญ่ได้ เนื่องจากความไม่สะดวกในการเก็บ

การแก้ไข โรงแรมจัดเตรียมห้องเก็บสัมภาระ (BAGGAGE ROOM) อยู่ในห้องโถงด้านหน้า ละจัดให้มีรับฝากมีค่า โดยถ้าแขกเก็บสัมภาระขนาดใหญ่เป็นเวลานาน จะเก็บไว้ในห้องเก็บสัมภาระ แต่ถ้าเป็นของเล็กๆจะเก็บไว้ในตู้เซฟ

5. BELL CAPTAIN

หน้าที่

ควบคุมการทำงานของ BELL BOY

บทบาท

- ควบคุมการทำงานของ BELL BOY ให้มีประสิทธิภาพ
- ถ้าแขกมาจะต้องคอยช่วยเหลือ BELL BOY
- รับโทรศัพท์ที่มาถึงแขกและส่งให้ BELL BOY ไปเชิญแขกมารับ

โทรศัพท์

พฤติกรรม

- นั่งทำงานบริเวณ CONTER
- ควบคุมการทำงานของ BELL BOY ถ้าแขกมาจะต้องคอยช่วย

ชนของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กรณีที่แขก CHECK OUT แล้วต้องการฝากของไว้ พนักงานจะต้องออกตัว และตรวจว่าแขกมี BILL CHECK OUT หรือไม่ จากนั้นนำกระเป๋าไปเก็บใน BAGGAGE ROOM

- คอยรับโทรศัพท์บริเวณ CONTER เมื่อแขกต้องการคนไปขนกระเป๋าบนห้องพักเพื่อจะ CHECK OUT จะออกคำสั่งให้ BELL BOY ไปตามตัวแขกมารับโทรศัพท์

6. BELL BOY

หน้าที่	บริการขนกระเป๋าเดินทางและสัมภาระให้กับแขก
บทบาท	- ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ CHECK IN แล้วไปยังห้องพัก - ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ CHECK OUT ไปที่เรือโดยสาร - ตามแขกมารับโทรศัพท์
พฤติกรรม	- อยู่ประจำทางเข้า - ออกไปรับกระเป๋าเพื่อนำมายัง CONTER เพื่อ CHECK IN - นำกระเป๋าไปยังห้องพักแขก - รับคำสั่งจาก BELL CAPTAIN ว่าห้องไหน CHECK OUT แล้ว ขึ้นไปขนกระเป๋าลงมา - เมื่อแขก CHECK OUT ขนกระเป๋าเดินทางของแขกไปที่เรือ
โดยสาร	- กรณีที่แขกฝากของไว้ ต้องออกตัวเพื่อสะดวกในการรับคืน จากนั้นนำกระเป๋าไปเก็บใน BAGGAGE ROOM - ถ้ามีโทรศัพท์มาถึงแขก จะต้องเป็นผู้ไปตามแขก

6. RESERVATION

หน้าที่	รับจองห้อง
บทบาท	คอยรับความประสงค์แขก ว่าต้องการห้องพักจำนวนเท่าไร แบบไหน
พฤติกรรม	- คอยรับโทรศัพท์ของแขกที่มาติดต่อ หรือที่มาติดต่อด้วยตนเอง เพื่อทราบความต้องการขนาดของห้องและจำนวนห้อง - ตรวจกับฝ่ายทะเบียนเตียงแจ้งว่ามีห้องที่ต้องการหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เมื่อตกลงเรียบร้อยแล้ว ทำบัตรจองห้องให้แก่แขก และถ้ามีแขกเพิ่ม
ภายหลังก็จะส่งไปฝ่ายทะเบียนเพื่อรอรับการมาของแขก

3.2.1.2.2 พฤติกรรมภายในส่วนของ MINI BAR

ผู้ให้บริการ มีการทำงานแบ่งออกเป็น 3 ผลัด ผลัดละ 4 คน ดังนี้

ผลัดที่ 1 06.00 - 19.00 น.

ผลัดที่ 2 14.00 - 22.00 น.

ผลัดที่ 3 22.00 - 06.00 น.

1. BARTENDER จำนวน 1 คน

หน้าที่ ผสมเครื่องดื่มและจัดอาหารว่าง

บทบาท - ตอบรับรายการจากพนักงานบริการ

- ผสมเครื่องดื่มและจัดอาหารว่าง

พฤติกรรม - รับรายการพนักงานบริการแล้วนำไปไว้ที่ COUNTER

- วางไว้บน COUNTER พนักงานจะนำไปส่งให้แก่แขก

- พนักงานจะนำบิลล์ วางไว้ ใบบ และเก็บไว้ที่ CASHIER 1 ใบ

2. พนักงานบริการ จำนวน 2 คน

หน้าที่ ให้บริการแก่แขกที่มานั่ง MINI BAR

บทบาท - ให้บริการแก่แขกและดูแลความเรียบร้อย

พฤติกรรม - คอยยืนอยู่เพื่อแขกจะได้เรียกใช้สะดวก

- นำรายการอาหารไปไว้ที่ COUNTER ผสมเครื่องดื่ม

- นำเครื่องดื่มไปให้แก่แขก และคิดเงินเมื่อแขกจะกลับ

3. CASHIER จำนวน 2 คน

หน้าที่ , คิดค่าบริการและเก็บเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บทบาท**
- รับรายการจากพนักงาน
 - คิดเงินและเก็บเงิน
 - ทำบัญชีส่งฝ่ายบัญชีของโรงแรมต่อวัน
- พฤติกรรม**
- นั่งบริเวณ COUNTER CASHIER
 - รับรายการจากพนักงาน
 - คิดเงินและเก็บเงิน ทอนเงิน ทำบัญชี
 - รูดบัตรลงในคอมพิวเตอร์ ในกรณีที่แขกใช้ ROOM CARD
- จ่ายเงินแทนเงินสด

3.2.1.2.3 การศึกษาพฤติกรรมภายในโถงนั่งเล่น (LOBBY LOUNGE)

บริการเวลา 08.00 – 24.00 น.

บริการอาหารว่างและเครื่องดื่ม พนักงานแบ่งออกเป็น 2 ผลัด ผลัดละ 4 คน

ผลัดที่ 1 08.00 - 16.00 น.

ผลัดที่ 2 16.00 - 24.00 น.

1. BARTENDER

จำนวน 1 คน

หน้าที่

- ผสมเครื่องดื่มและจัดอาหารว่าง

บทบาท

- ตอบรับรายการจากพนักงานบริเวณ

- ผสมเครื่องดื่มหรือจัดอาหารว่าง

พฤติกรรม

- รับรายการจากพนักงานบริการ

- จัดรายการตามที่สั่ง

- วางไว้บนเคาเตอร์พนักงานจะเอาออกมาเสิร์ฟ

- พนักงานจะนำบิลวาง 1 ใบ เก็บไว้ที่แคชเชียร์

2. WAITRESS

จำนวน 2 คน

หน้าที่

- ให้บริการแก่แขกที่มานั่งเล่น

บทบาท

- ให้บริการแก่แขกและดูแลความเรียบร้อยภายในโถงนั่งเล่น

- คอยจดรายการตามที่แขกสั่ง

- นำรายการอาหารไปยังเคาเตอร์ผสมเครื่องดื่ม

- นำเครื่องดื่มไปให้แขกและคิดเงินเมื่อแขกกลับ

3. CASHIER

จำนวน 1 คน

หน้าที่

- คิดค่าบริการและเก็บเงิน

บทบาท

- รับรายการจากพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- คิดเงินและเก็บเงิน
- ทำบัญชีส่งฝ่ายบัญชีของโรงแรมต่อวัน

3.2.1.2.3 การศึกษาพฤติกรรมภายในส่วนของ RESTAURANT

เปิดบริการตั้งแต่เวลา 11.00 - 14.00 น. และ 18.00 - 22.00น.

ผู้ให้บริการ มีการทำงานแบ่งออกเป็น 2 ผลัดดังนี้

ผลัดที่ 1 10.00 - 15.00 น.

ผลัดที่ 2 17.00 - 23.00 น.

1. MANAGER

- | | |
|-----------------|--|
| หน้าที่ | - ควบคุมความเรียบร้อยในร้านอาหาร |
| บทบาท | - รับคำสั่งจากฝ่ายบริหารแล้วประสานกับพนักงานในความรับผิดชอบ |
| พฤติกรรม | - ตรวจสอบดูแลความเรียบร้อย
- ให้คำแนะนำแก่ใคร่ปรับปรุงการบริการอยู่เสมอ
- ดูแลความเรียบร้อยกับผู้ช่วย
- คอยต้อนรับและแนะนำแขก |

2. SUPERVISOR / HEAD WAITER

- | | |
|------------------|---|
| หน้าที่ | - ดูแลการปฏิบัติงานภายในห้องที่รับผิดชอบ หรืออาจปฏิบัติงานแทน |
| ผู้จัดการ | - รับคำสั่งจากผู้จัดการ และทำหน้าที่แทน |
| บทบาท | - ดูแลต้อนรับแขก
- ดูแลพนักงานให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ |
| พฤติกรรม | - ต้อนรับแขก พาแขกไปนั่งยังที่นั่ง
- ช่วยเรียกพนักงานบริการ
- นำบิลมาให้แขกเมื่อเรียกเก็บเงิน |

3. CASHIER

- | | |
|----------------|---|
| หน้าที่ | - ดูแลความเรียบร้อยเกี่ยวกับการเงินใน Restaurant |
| บทบาท | - เช็ดยอดเงินในแต่ละโต๊ะ
- รับเงินเข้าบัญชี ทอนเงิน
- ทำบัญชียอดขายในแต่ละวัน |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรม

- พนักงานนำใบสั่งของจากแขกมาไว้หน้าโต๊ะ CASHIER และ CASHIER นำมาจากช่องคิดเงิน ส่งบิลล์ ให้พนักงานบริการไปเก็บเงิน
- ถ้าเป็นแขกที่มาพักในโรงแรม อาจใช้ ROOM CARD ลงบัญชีได้ พนักงานบริการจะนำ ROOM CARD จากแขกมาให้ CASHIER เพื่อรูดบัตรลงบัญชีไว้ในคอมพิวเตอร์ แล้วส่งไปยังฝ่ายทะเบียน
- เมื่อห้องอาหารปิด รวมยอดเงินให้ตรงกับใบเสร็จ
- นำบัญชีเสนอต่อผู้จัดการและฝ่ายบัญชี

4. WAITER / WAITRESS

หน้าที่

- บริการเสิร์ฟอาหารแก่ผู้มารับบริการ

บทบาท

- เข้าทำงานก่อนเวลา 30 นาที
- ใส่เครื่องแบบสะอาดเรียบร้อย

พฤติกรรม

เตรียม แผ่นรองจานให้อยู่ในสภาพเรียบร้อย พร้อมใช้ได้ทันที

- ตรวจสอบอุปกรณ์ใน SERVICE STATION ให้ครบถ้วน
- ช่วยกันจัดโต๊ะโดยปูผ้า จัดช้อนส้อม แก้วน้ำ จาน ชาม และเชิง
- คอยรับคำสั่งจากผู้จัดการ และผู้ช่วย
- เรียนรู้รายการอาหาร
- เมื่อแขกเข้ามาคอยบริการกล่าวทักทาย
- ถามแขกว่าต้องการเครื่องดื่มก่อนหรือไม่ ถ้าต้องการจะเรียนใบสั่งไปให้ BARTENDER เมื่อเสิร์ฟเรียบร้อย ยืนคอยรับคำสั่งอาหารจากแขก
- รับคำสั่งและทบทวน เขียนใบสั่งไปที่ครัว ซึ่งจะมีพนักงานยกออกมาที่ STATION นำไปส่งให้แขก
- คอยเติมเครื่องดื่ม คอยถามว่าต้องการอะไรเพิ่มหรือไม่
- เมื่อแขกทานอาหารเสร็จแล้ว เก็บโต๊ะ ส่งไปยังครัวแล้วถามแขกว่าต้องการอะไรเพิ่มหรือไม่ หลังอาหารเสนอรายการของหวาน
- เมื่อคิดเงินนำบิลล์จาก CASHIER ให้ในกรณีที่แขกใช้ ROOM CARDให้นำ ROOM CARD ไปที่ CASHIER เพื่อคิดเงินแล้วนำมาคืนแก่แขก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.1.2.4 พุทธิกรรมภายในส่วนของ SPA

เปิดบริการตั้งแต่เวลา 10.00 - 22.00 น.

ผู้ให้บริการ มีการทำงานแบ่งออกเป็น 2 ผลัดดังนี้

ผลัดที่ 1 10.00 - 16.00 น.

ผลัดที่ 2 16.00 - 22.00 น.

1. SPA MANAGER

บทบาท - รับคำสั่งจากฝ่ายบริหารและมาประสานงานกับพนักงาน

- ตรวจสอบดูแลความเรียบร้อย

- แนะนำ ปรับปรุงการบริการอยู่เสมอ

พุทธิกรรม

- คอยต้อนรับและแนะนำแขก

- ดูแลความเรียบร้อย

2. SPA RECEPTIONIST

บทบาท - ต้อนรับแขกที่มาลงทะเบียน

- จัดขั้นตอนการเข้ามาใช้บริการในส่วน TREATMENT ต่างๆ โดย
ประสานงานกับพนักงานใน SPA TREATMENT

- ดูแลเรื่องการเงินภายใน SPA TREATMENT

พุทธิกรรม

- คอยต้อนรับแขกให้ลงทะเบียน ตรวจสอบข้อมูล ประวัติของแขกและ
การทำ TREATMENT ที่เหมาะสมสำหรับแขกจากคอมพิวเตอร์ แล้ว
ติดต่อไปยังพนักงานบำบัด

- เฝ้าดูแขกเข้าไปใช้บริการภายใน

- เมื่อแขกใช้บริการแล้ว ออกใบเสร็จเก็บเงินค่าใช้บริการ (แขกที่ไม่ได้พัก)

3. พนักงานบำบัด

บทบาท - ต้อนรับแขกที่มาใช้บริการ

- รับผิดชอบ และจัดความพร้อมของอุปกรณ์และวัสดุที่ใช้ในการ
บำบัด

- ติดต่อประสานงานกับประชาสัมพันธ์

กิจกรรม

- ต้อนรับแขกที่มาใช้บริการ นำไปยังห้อง LOCKER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- พาแขกไปห้องต่างๆ ตามที่ระบุในรายการ
- เมื่อทำ TREATMENT เสร็จ พาแขกกลับมายังห้อง LOCKER
- ส่งแขกเพื่อไปยังส่วนประชาสัมพันธ์

พนักงานบำบัด แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

MASSAGIST	ให้บริการนวดแผนโบราณแก่ผู้ให้บริการ และดูแลความสะอาดเรียบร้อยภายในห้องนวด
JACUZZI STAFF	อธิบายวิธีการเข้าใช้อย่างน้ำร้อน อ่างน้ำวนแก่ผู้ให้บริการ ควบคุมอุณหภูมิและดูแลความปลอดภัย
SAUNA STAFF	ควบคุมอุณหภูมิห้องเขาวนน้ำ อธิบายวิธีใช้ห้อง และดูแลความปลอดภัยแก่ผู้ให้บริการ

3.2.2 พฤติกรรมของรับให้บริการ

ผู้รับบริการ คือผู้ที่เข้ามาในอาคาร เพื่อรับบริการทั้งในด้านการพักผ่อน หรือการมาเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ หรือมาติดต่อธุรกิจ มีการรับประทานอาหาร จึงมาใช้บริการจัดเลี้ยงภายในอาคาร

3.2.2.1 ประเภทของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.2.2.1.1 ผู้มาพักโรงแรม หรือ ผู้มาใช้บริการห้องพักของโรงแรม อาจเป็นนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ หรือผู้มาพักผ่อนเป็นครอบครัว โดยทั่วไปแบ่งแยกต่างประเทศออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

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

โดยมากจะมาเป็นส่วนตัว โดยทำ Reservation ผ่านมาทาง Tour Agency หรือเลือกที่จะมาพักด้วยตัวเอง

- GROUP TOUR เป็นประเภทที่มาเป็นกลุ่มประมาณ 15-30 คน

โดยผ่าน Tour Agency

- G.I.T. (GROUP INDIVIDUAL TRAVELLER) หมายถึงพวกที่จัดเป็นกลุ่มเอง ประมาณ 7-15 คน โดยมากแล้วจะเป็นนักท่องเที่ยว

- COMMERCIAL แยกประเภทที่มาทำธุรกิจ หรือมาสัมมนา

3.2.2.1.2 ผู้มาใช้บริการร่วม

- ผู้มาใช้บริการประชุมสัมมนาต่างๆ มีการวางหมายกำหนดการอย่างเป็นทางการ

- ผู้มาใช้บริการสถานที่จัดเลี้ยงต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกิจการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บุคคลทั่วไประดับต่างๆ ซึ่งสามารถเข้ามาจับจ่าย รับประทานอาหารได้ หรืออาจใช้เป็นสถานที่นัดพบติดต่อการงาน หรือมาพักผ่อนหย่อนใจ

- ผู้มาติดต่อธุระ

3.2.3 ความสัมพันธ์ต่อเนืองภายในของโรงแรม

บริเวณที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน จำต้องแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กัน และรวมกลุ่มกันเพื่อความสะดวกและการบริการที่จำเป็นในบริเวณนั้นก็ต้องแสดงให้เห็นโดยใช้วิธีการหนึ่งที่ใช้แสดงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันคือ การใช้ผังแสดงการหมุนเวียนสัมพันธ์กัน (FLOW CHART OR FUNCTION DIAGRAM) ให้จัดการแสดงออกเป็นขั้นตอน

ผังแสดงนี้ แสดงเส้นทางการหมุนเวียนให้ใกล้ และสะดวก เพื่อประโยชน์ส่วนรวมของคนกลุ่มใหญ่ เช่น โถงต้อนรับงานเลี้ยง เพื่อให้มีบริการที่รวดเร็ว และให้ผลเต็มที่

วิธีการที่ใช้ตัดสินว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการหาจุดที่ตั้งบริเวณต่างๆนั้นขึ้นอยู่กับการศึกษา และใช้ข้อมูลนั้นๆมาใช้ เช่น วิธีใช้ผังแสดงความสัมพันธ์ของการสัญจรไปมาระหว่างบริเวณต่างๆ และภายในจุดนั้นๆมาวิเคราะห์ และโดยถือหลักการเคลื่อนตัวของคน

นอกจากนี้ยังมีข้อมูลอื่นๆที่ต้องนำมาประกอบในการออกแบบ และวิเคราะห์ คือ จุดที่ได้ผลที่สุดของการวางแผนตำแหน่งลิฟท์ หม้อต้มน้ำร้อน เครื่องปรับอากาศ เครื่องมือทางเทคนิค และห้องควบคุมเครื่องไฟฟ้า ฯลฯ

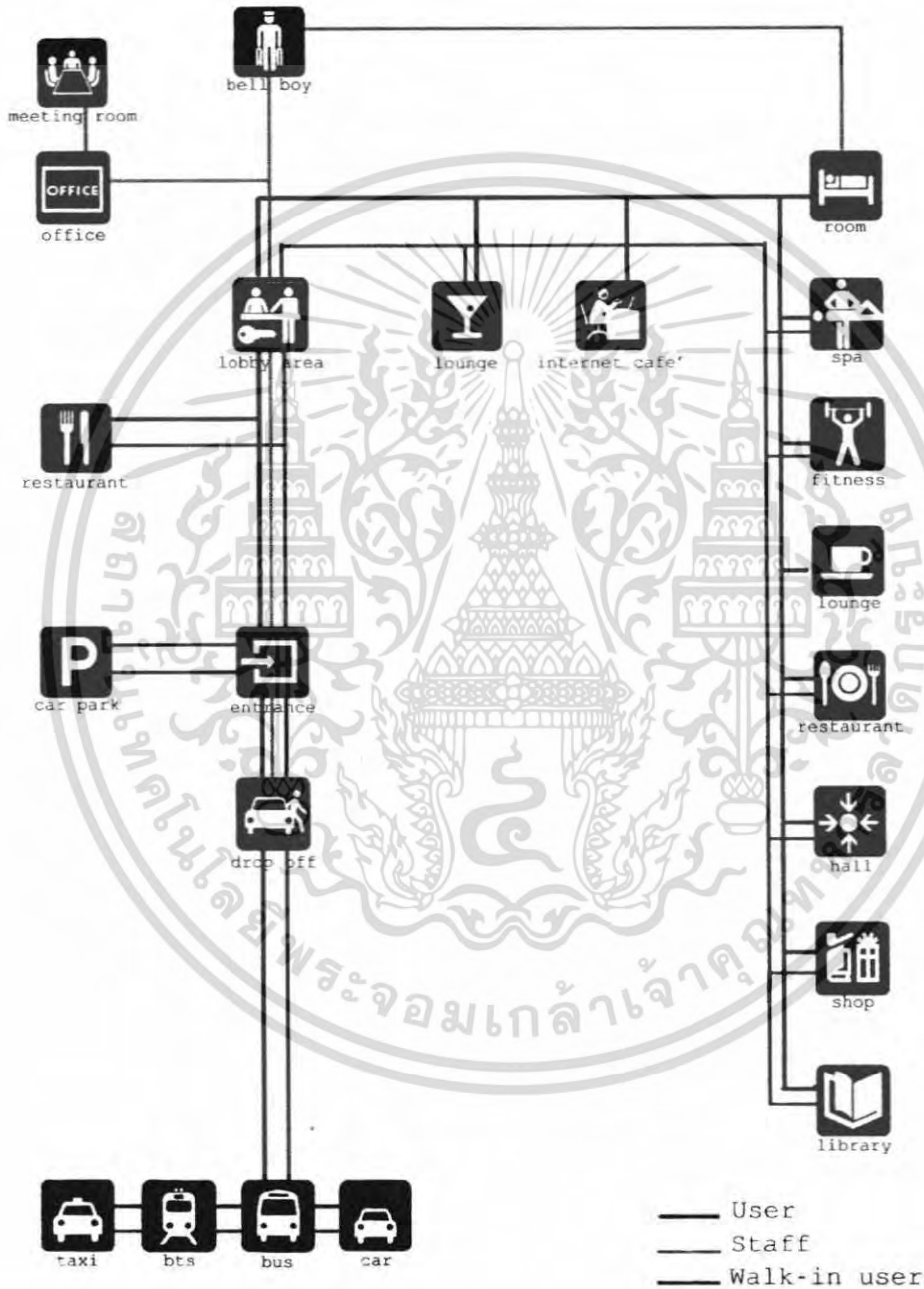
ผังต่อไปนี้เป็นผังแสดงการหมุนเวียนสัมพันธ์กัน (FLOW CHART OR FUNCTION DIAGRAM) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ส่วน

1. ผังแสดงความสัมพันธ์ส่วนหน้า และส่วนห้องพัก
2. ผังความสัมพันธ์ในธุรกิจส่วนหน้า
3. ผังแสดงความสัมพันธ์ของส่วนบริการสถานที่
4. ผังแสดงความสัมพันธ์ส่วนหลัง
5. ผังแสดงความสัมพันธ์ของพนักงาน

A' AMODIE

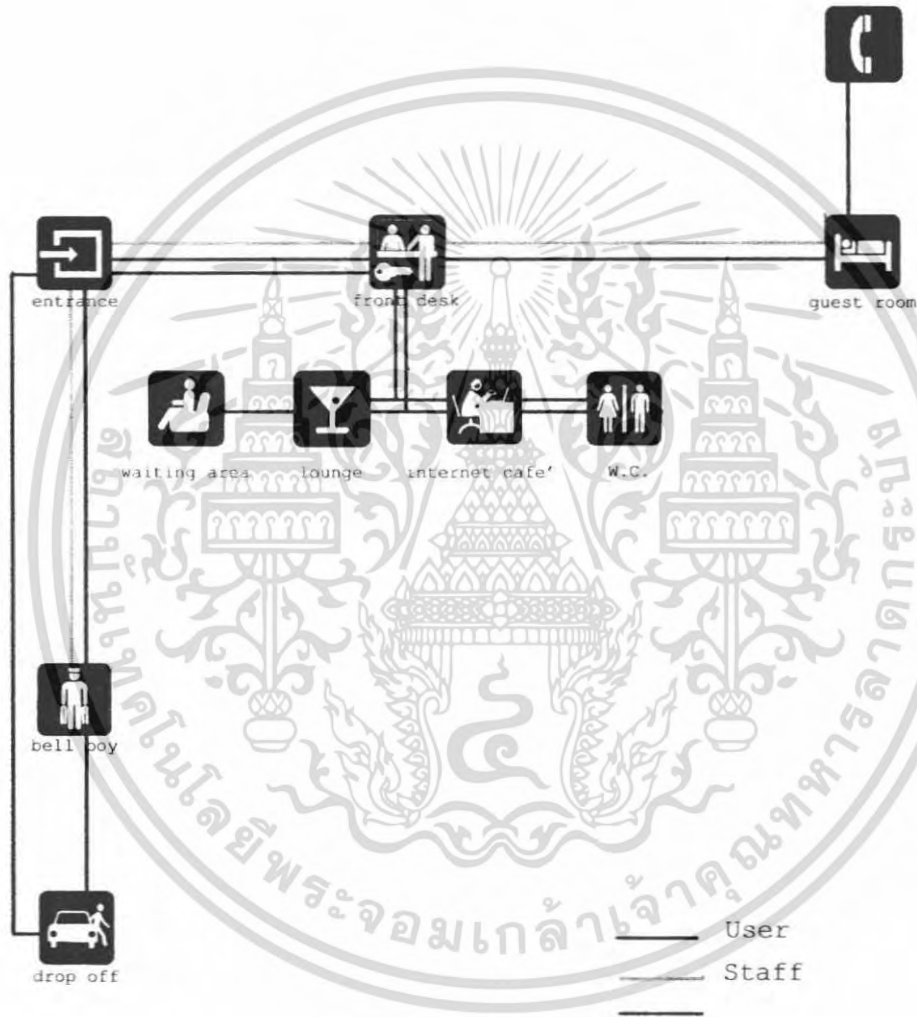
FASHION HOTEL

USER BEHAVIOR



MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
 INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

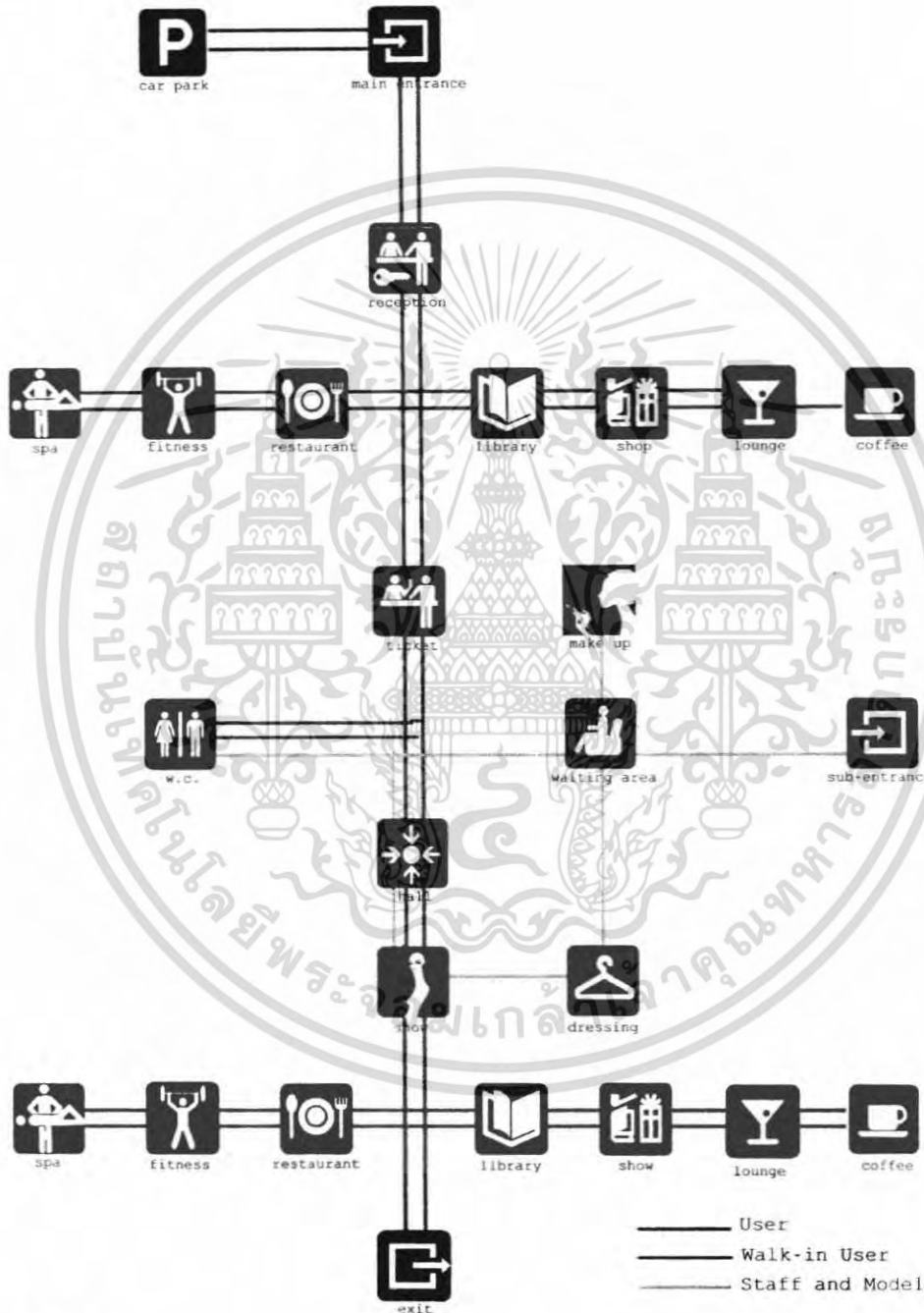


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A' AMODIE

FASHION HOTEL

USER BEHAVIOR



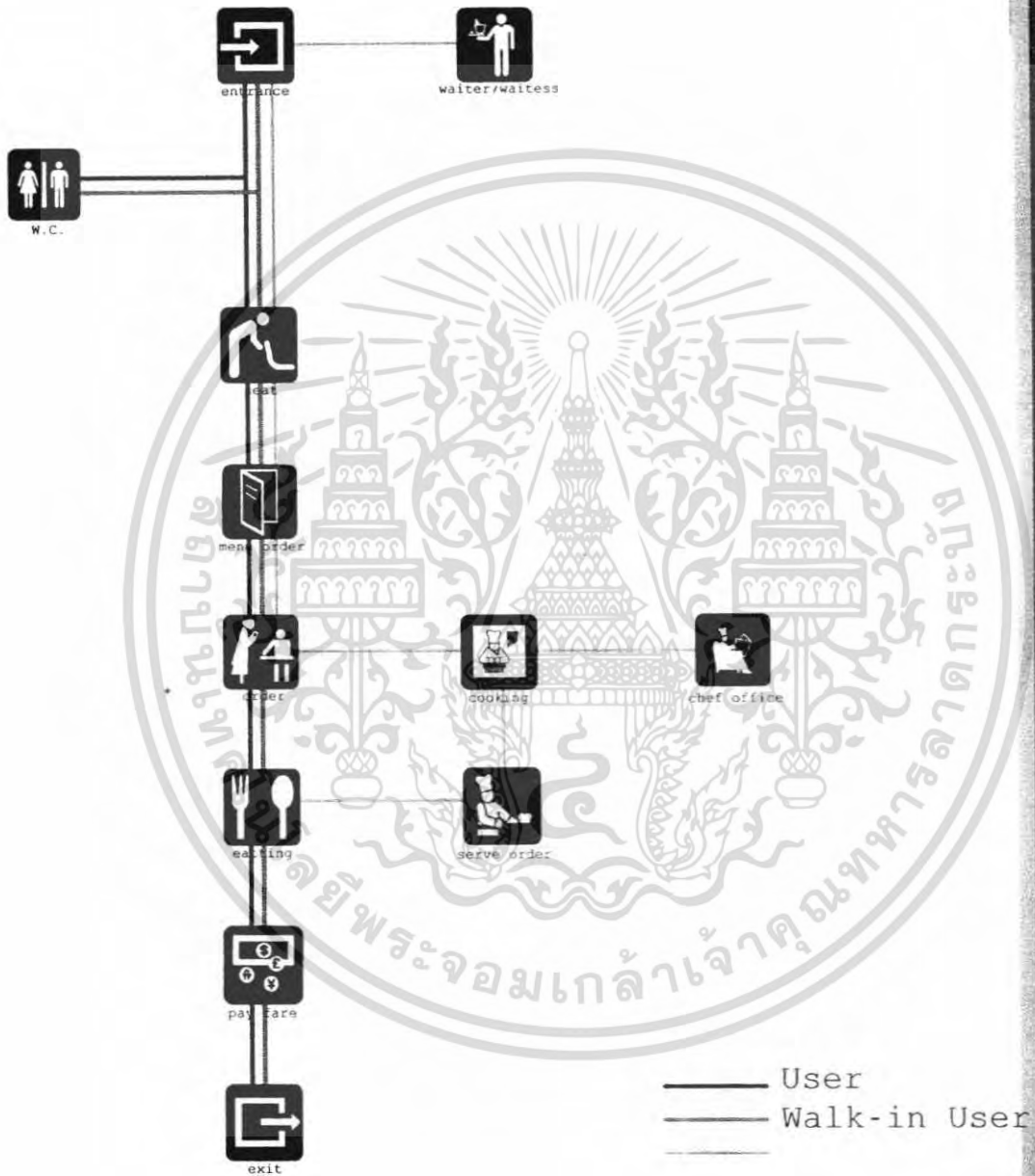
MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
 INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A' AMODE

FASHION HOTEL

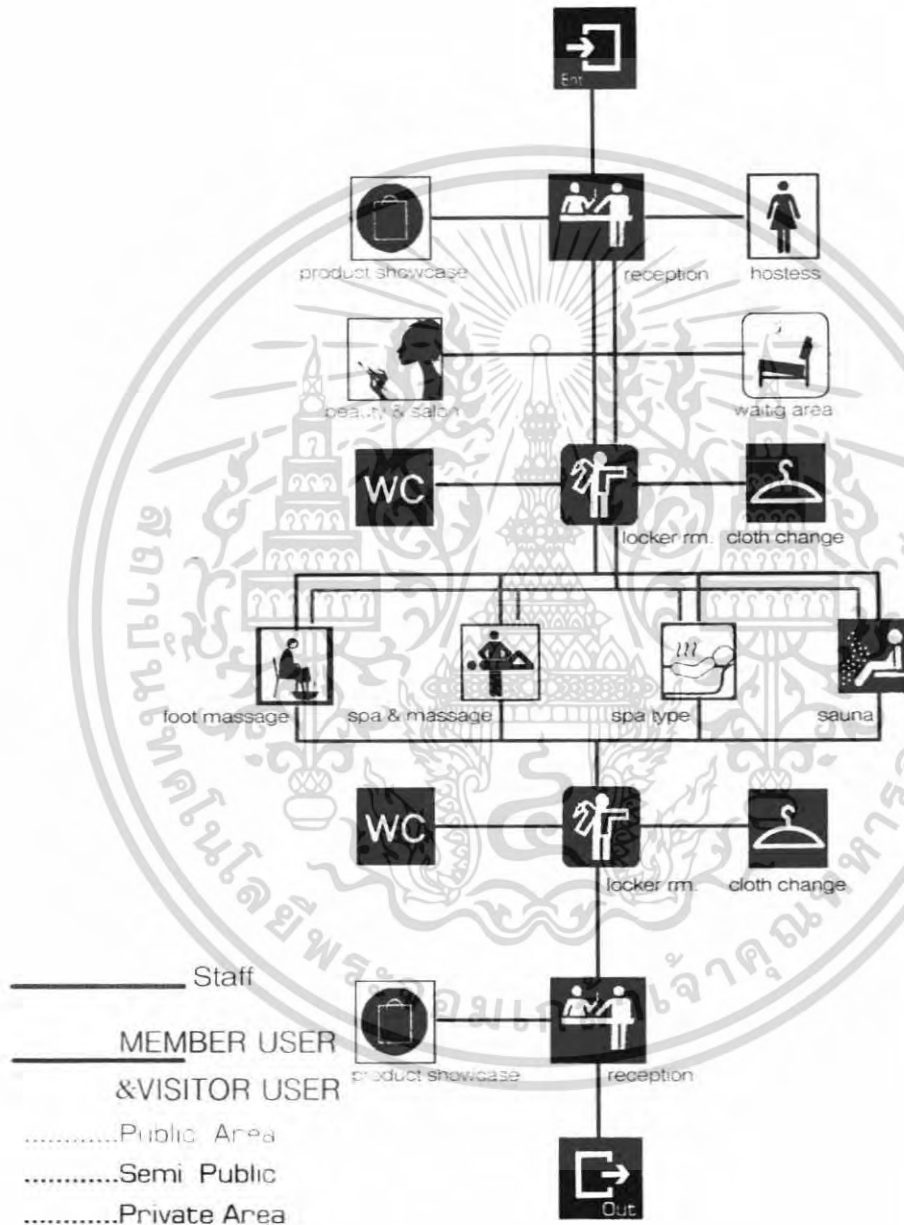
USER BEHAVIOR



MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
 INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER BEHAVIOR



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 พื้นที่ใช้สอยของโครงการ(Area Requirement)

ตารางที่ 3.3.1 กิจกรรมในส่วน LOBBY & FRONTDESK

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1. ติดต่อสอบถาม	ส่วนประชาสัมพันธ์
2. จองห้องพัก	แผนกรับรองห้องพัก
3. ลงทะเบียนห้องพัก	แผนกทะเบียน
4. เคลื่อนย้ายสัมภาระ	แผนกสัมภาระ
5. พักคอย	ส่วนนั่งพักคอย
6. ฝากของ	แผนกรับฝากของมีค่า
7. CHECK - OUT	แผนกการเงิน
8. เข้าห้องน้ำ	W.C.
9. โทรศัพท์	โทรศัพท์สาธารณะ

ตารางที่ 3.3.2 กิจกรรมในส่วน LOUNGE & MINI BAR

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1. มองหาที่นั่ง	โถงทางเข้า + ส่วนต้อนรับ
2. นั่งสั่งรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่ม	SITTING AREA บาร์เครื่องดื่ม KITCHEN
3. ทาน BUFFET	BUFFET BAR
4. เรียกใช้บริการเสริม	SERVICE STATION
5. ฟังดนตรี	MUSIC STAGE
6. คิดเงินค่าบริการ	COUNTER CASHIER
7. เข้าห้องน้ำ	W.C.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3.3 กิจกรรมในส่วน RESTAURANT

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1. มองหาที่นั่ง	โถงทางเข้า + ส่วนต้อนรับ
2. สั่ง / รับประทานอาหาร	PUBLIC DINING AREA KITCHEN
3. รับประทานอาหารแบบส่วนตัว	PRIBAAATE DINING AREA
4. เรียกใช้บริการเสิร์ฟ	SERVICE STATION
5. คิดเงินค่าบริการ	COUNTER CASHIER
6. เข้าห้องน้ำ	W.C.

ตารางที่ 3.3.4 กิจกรรมในส่วน GUEST ROOM

กิจกรรมที่เกิดขึ้น	พื้นที่ใช้สอยเพื่อสนองกิจกรรม
1. นอนหลับ	SLEEPING AREA
2. อาบน้ำ	BATH ROOM
3. แต่งตัว	DRESSING AREA
4. ดูทีวี พักผ่อน	RECREATION AREA
5. พักผ่อนกลางแจ้ง	OUTDOOR RECREATION AREA

3.4 สรุปขนาดพื้นที่

ตารางที่ 3.4.1 การวิเคราะห์พื้นที่ในส่วน Main Lobby-

Element	Area / Room	Area / Unit	Capacity	Area Requirement	Remark
Lobby Hall	1 sq.m.	-	63	63	Standard H.
Front Desk	7.8 sq.m.	-	1	7.8	Case Study
Bellboy Counter	-	1.5	1	1.5	Standard H.
Mini Bar	0.6 sq.m.	2:1 seat	63	37.8	Standard H.
Luggage	0.3	-	63	18.90	Standard H.
Waiting Area	1	-	63	63	Case Study
Public Telephone	-	0.74	2	1.48	Case Study
Circulation 40% of area	-	-	-	85.39	Standard H.
Total	-	-	-	298.87 Sq.m.	
Office	-	-	-	90	Planning
Female WC	-	-	-	16	Planning
Female Wash Basin	-	0.72	3	2.16	Planning
Male WC	-	-	-	16	Planning
Urinal	-	0.81	2	1.62	Planning
Male Wash Basin	-	0.72	2	1.44	Planning
Total	-	-	-	127.22 Sq.m.	

4.1 การวิเคราะห์

4.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมของโครงการ

A' AMODE FASHION HOTEL

SITE ANALYSIS

ลมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านเข้ามาทางด้านหน้าของอาคาร ซึ่งติดกับถนน โดยเฉพาะเป็นเส้นทางลอดผ่านเสา-ออกไปถนนสุขุมวิท ดังนั้นเมื่อเวลาลมพัดผ่าน จะนำพามลพิษจากฝุ่นเข้ามาด้วย แต่ก็สามารถรับลมได้เต็มที่

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอาคาร

ลมตะวันออกเฉียงเหนือจะพัดผ่านเข้ามาทางด้านหลังของอาคาร ซึ่งบริเวณนี้จะติดกับตึกสูง ทำให้บริเวณนี้ไม่สามารถรับลมได้อย่างเต็มที่

ด้านหน้าทางเข้าของอาคารติดกับถนนเล็ก ซึ่งเป็นเส้นทางที่รถคอนกรีตขนาดใหญ่ ทำให้ถูกรบกวนจากทั้งเสียง และมลพิษ

การจัดวางอาคารโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมอากาศของที่ตั้ง เพื่อตัวอาคารจะอยู่อย่างสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่ประโยชน์จากธรรมชาติ และวิเคราะห์แก้ปัญหาอันเกิดจากสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

4.1.2 การวิเคราะห์อาคารในโครงการ

A' AMODE

FASHION HOTEL

BUILDING ANALYSIS

ลักษณะของที่ตั้งอาคารด้านหน้าติดกับถนนเล็ก ซึ่งเป็นทางสัญจรรถสามล้อ - ออกถนนสาทรและสุขุมวิท ทำให้บริเวณนี้มีจราจรติดขัดบ้างในบางเวลา ทำให้บริเวณด้านหน้าของอาคารถูกรบกวนบริเวณจากฝุ่นละออง และควันซึ่งการวางตัวอาคารจึงลึกเข้าไปด้านใน เพื่อขจัดปัญหาที่เกิดจากมลภาวะ

พื้นที่ภายในโครงการ เป็นอาคารสูงตึกเดียว ตัวอาคารนี้สามารถรับลมได้อย่างเต็มที่ บางส่วนจะถูกเงาจากอาคารด้านข้างเพื่อให้เกิดความร่มเงา

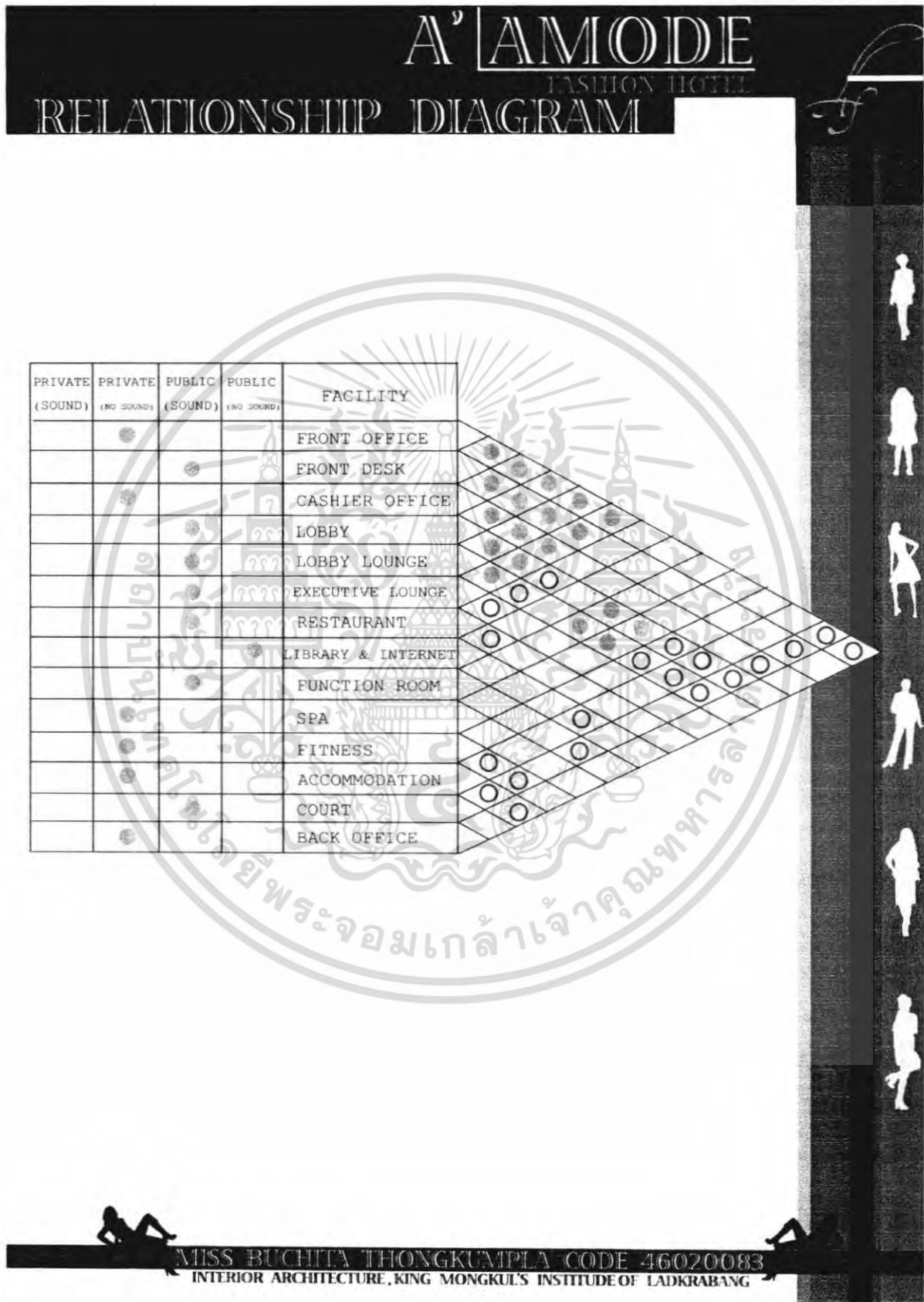
ข้อดี

- การวางตัวอาคารตั้งอยู่ในตำแหน่งเอียงลงเหมาะสำหรับรับลมพัดพาฝุ่นละอองและควัน
- รับลมพัดพาฝุ่นละอองและควัน

MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

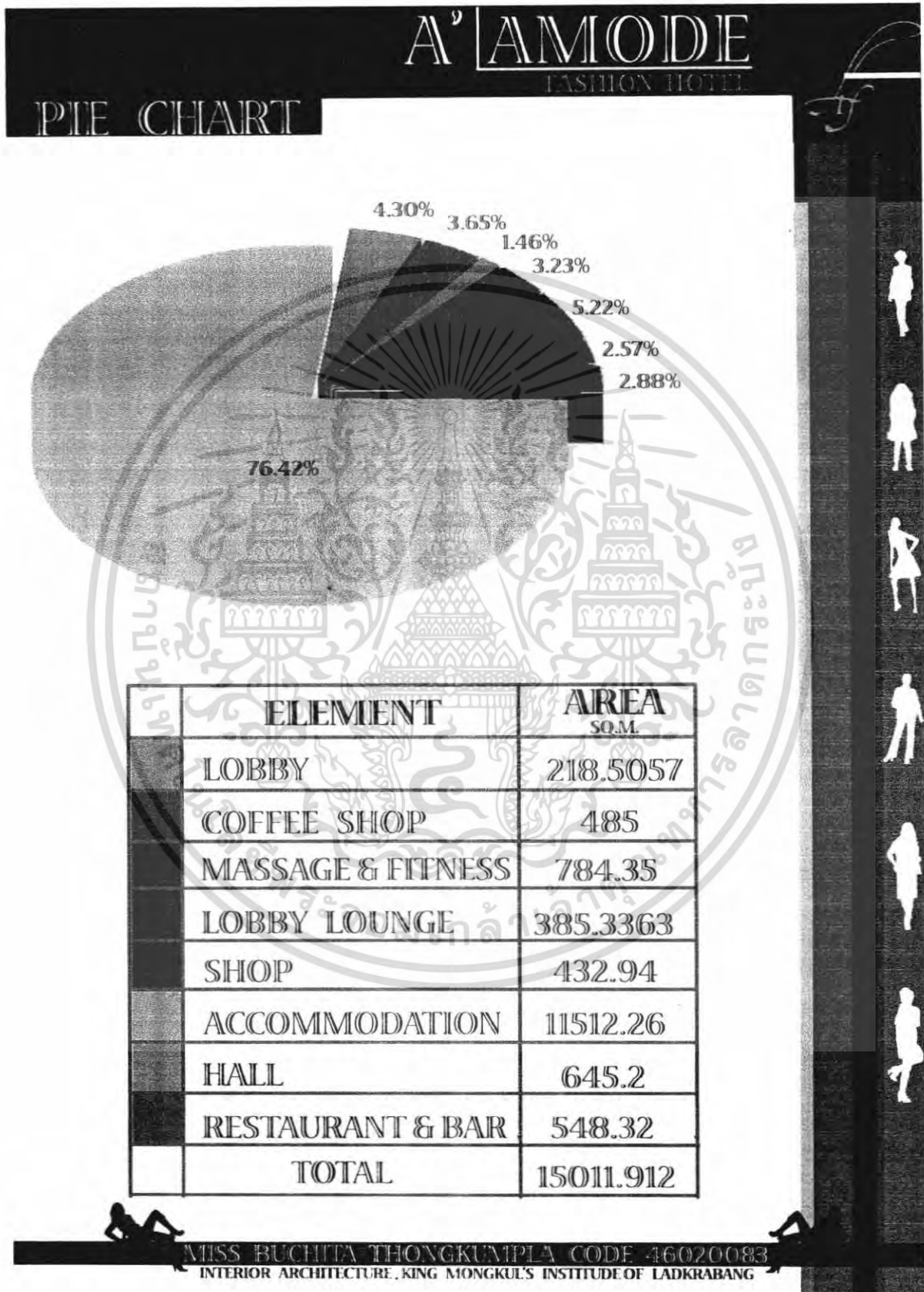
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต่อเนื่อง



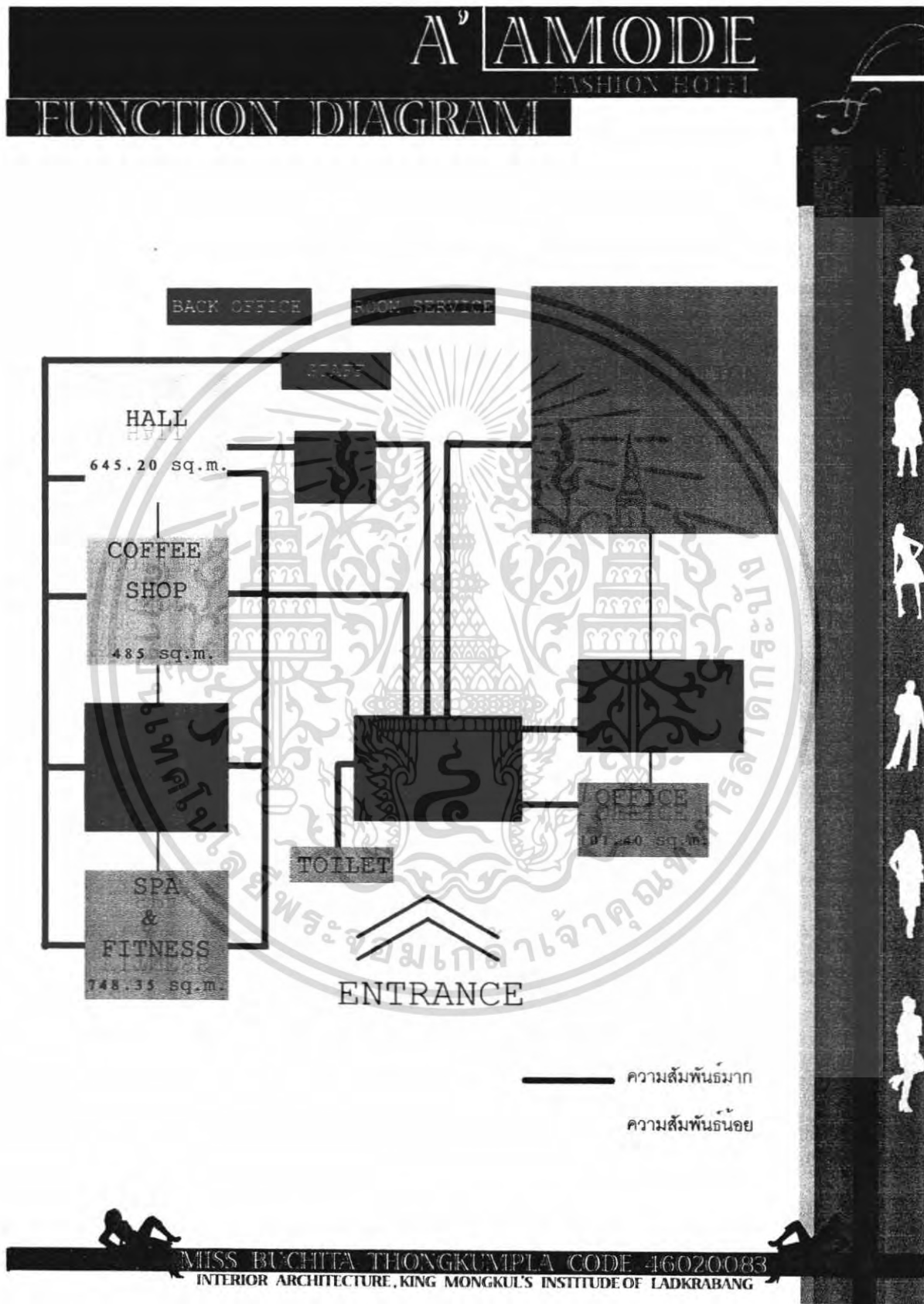
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 การวิเคราะห์ขนาดพื้นที่ (Diagram / Pie Chart)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สอย (Function Diagram)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.6 การวิเคราะห์การแบ่งอาณาเขต (Zoning)

A' AMODE
FASHION HOTEL

ZONING

RETAIL SHOP
TUBE GARELLRY
HEADQUATER
INSPIRED BY INNER COMPLEXITY
BOURDIOR
ISSUE
MAE FAH LUANG

10-11th FLOOR

LOBBY LOUNGE

9th FLOOR

SPA & FITNESS

7-8th FLOOR

COFFEE SHOP

5-6th FLOOR

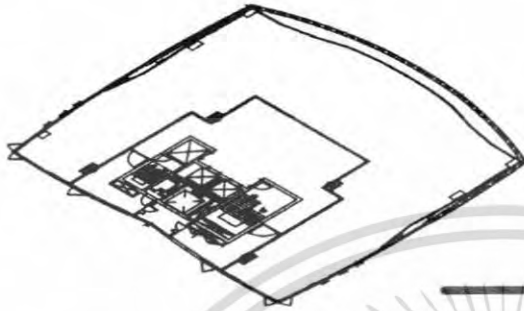
MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A' AMODE

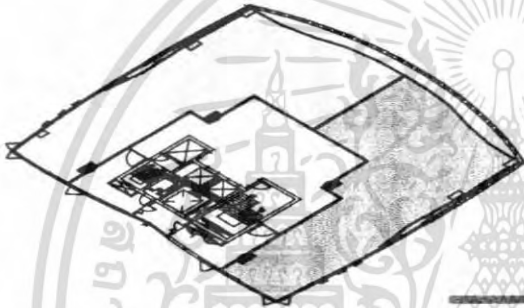
FASHION HOTEL

ZONING



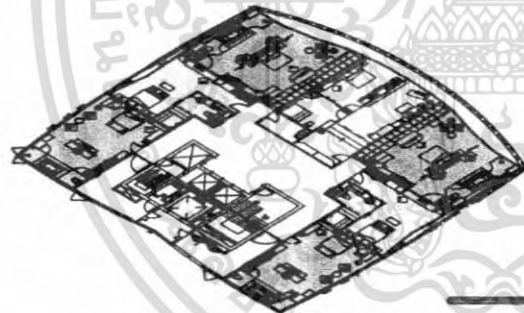
FASHION HALL

30th FLOOR



MEAFAH LUANG
BOUDIOR

25-29th FLOOR



HEADQUARTER
TUBE GALLERY
INSPIRED BY INNER COMP
ISSUE

12-24th FLOOR

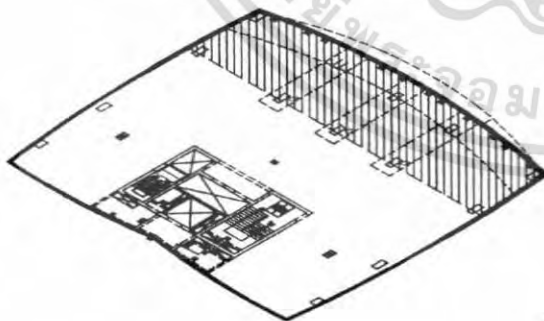
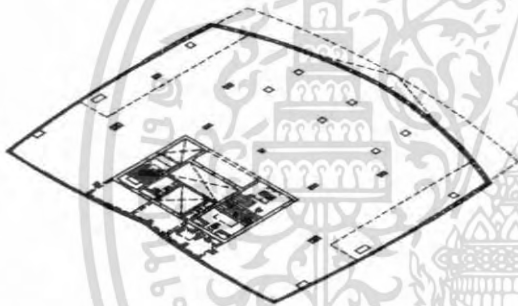
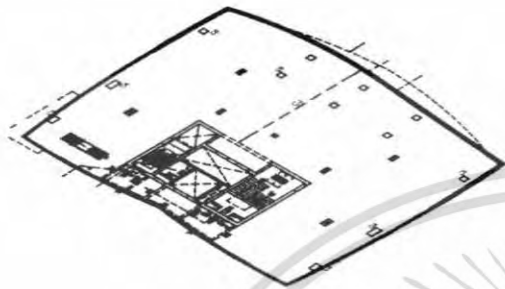
MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A' AMODE

FASHION HOTEL

ZONING



RESTAURANT & BAR

31-32nd FLOOR

FASHION HALL

30th FLOOR

MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การวิเคราะห์แนวความคิดในการออกแบบ

A' AMODIE
FASHION HOTEL

CONCEPT DESIGN

FASHION เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้า และการเปลี่ยนแปลงที่ไม่มีวันสิ้นสุด ดังนั้นโรงแรมนี้จึงต้องการจะสื่อให้เห็นว่า โรงแรมของเรามีการเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่งและนำคนหาอยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความแปลกใหม่และความตื่นเต้นอยู่ตลอดเวลา

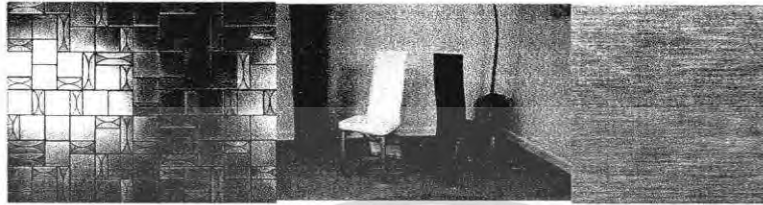
MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A' AMODÉ

FASHION HOTEL

CONCEPT DESIGN



ดังนั้นในงานออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน จึงเป็นแนวความคิดที่ว่า
สิ่งต่างๆย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลง และนำค้นหาให้ชวนติดตาม ลักษณะของ
สีและวัสดุอุปกรณ์โดยหลักที่ใช้ภายในโรงแรม คือ

สีดำ เพราะสีดำเป็นสีที่ทำให้ชวนดูหลงใหลที่ชวนเข้าไป

ค้นหาความจริง และน่าติดตาม

อลูมิเนียมสีเงิน แสดงให้เห็นถึงตัวตน ดูเปล่าบาง สวยงาม แต่มีความคง
และมีความสง่า

กระฉกใส



MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

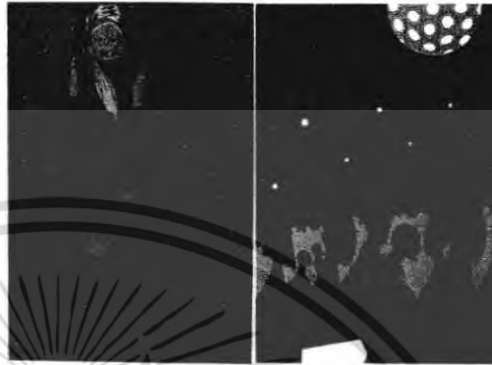
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A' AMODÉ

FASHION HOTEL

CONCEPT DESIGN

ในบรรยากาศภายในโรงแรม เพื่อให้
เกิดความแตกต่างจากโรงแรมอื่น
และแสดงให้เห็นว่า เรามีความ
แตกต่างในตัวของเราเอง



ในบางครั้งภาพเบื้องหน้าเราอาจเป็นเพียงบุคคล
ธรรมดาทั่วๆไป แต่เมื่อมาถึงที่นี่ เมื่ออย่างก้าวเดิน
เข้ามา เราต้องแสดงให้เห็นว่า เรามีความ
โดดเด่น ให้คนอื่น ๆ เห็นว่าเมื่อเราเป็นส่วนหนึ่งในนี้
เราคือคนที่สวยที่สุด มั่นใจที่สุด จนคนอื่น ๆ อิจฉา



นี่คือคำว่า Catwalks

MISS BUCHITA THONGKUMPLA CODE 46020083
INTERIOR ARCHITECTURE, KING MONGKUL'S INSTITUTE OF LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

แนวทางการออกแบบและสภาพแวดล้อมภายในโครงการ

5.1 Lobby

Lobby เป็นส่วนบริการที่ต้อนรับผู้ใช้บริการ(ทั้งผู้ที่จะมาพักอาศัยและผู้ที่มาใช้บริการด้านออกไปทัศนศึกษาหรือผู้ที่เพิ่งจะมาพักที่โรงแรม ส่วนบริการด้านอื่นๆ คือ แผนกสอบถาม แผนกต้อนรับ ที่โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำ ที่พักคอย โถงพักคอยถือเป็นส่วนแนะนำตัวของโรงแรมว่าโรงแรมนี้มีบริการระดับไหน และหรูหราทั้งด้านรูปแบบและวัสดุ

การใช้แสงไฟควรจะสว่างพอสมควร ไม่จ้าเกินไปเพราะจะทำให้ผู้ที่มานั่งอยู่ได้ไม่นาน ถ้ามืดเกินไปก็จะมีใครกล้านั่ง เพราะรู้สึกเหมือนสถานที่กำลังข่มขู่ ห้ามเข้า ยังไม่เรียบร้อย หรือบอกพร้อมไป การใช้แสงสำหรับโถงพักคอย ใช้ได้ทั้งแสงประดิษฐ์ และแสงธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนที่อยู่ด้านหน้าของโรงแรม และเปิดบริการทั้งกลางวันและกลางคืน

5.1.1 แสงไฟ

ในการตกแต่งภายใน แสงไฟนอกจากจะให้ความสว่างในการมองเห็น แล้ว ยังมีผลต่อความรู้สึกทำให้เกิดความน่าสนใจได้ โดยจะคำนึงถึง

- คุณภาพ หรือความสว่างของไฟที่สามารถเปลี่ยนได้
- คุณสมบัติในการสะท้อนของวัสดุไม่เท่ากัน
- ตำแหน่งที่ตั้งของดวงไฟ
- สี เงาม และบริเวณโดยรอบ

แสงประดิษฐ์ นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการตกแต่งภายใน เกือบเรียกว่าเป็นทำควมสะเนเครื่องมือกลไกในการทำงานสถาปัตยกรรม (Tool of the Architect) ซึ่งในส่วนของ Lobby นี้ ลักษณะของไฟจะเป็นแบบ Ceiling Recessed Units คือ ชนิดฝังในเพดาน (ฝ้าเพดาน) และแบบ Ceiling Mounted Fitting คือ ชนิดใช้ติดเพดาน ซึ่งลักษณะนี้จะติดอยู่บริเวณส่วนที่นั่งคอย และเป็นส่วนด้านหน้าทางเข้าโรงแรม เพื่อเพิ่มความสนใจให้แก่ผู้ให้บริการ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณส่วนที่เป็นทางเดิน เพื่อเน้นพื้นที่บริเวณนั้นๆ ให้เหมือนกับเป็นเวทีแพชั่นโชว์ บางส่วนจึงติดตั้งไฟสปอตไลท์

5.1.2 วัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง

ลักษณะของพื้นในบริเวณส่วนที่เป็นLobbyจะใช้เป็นพื้นหินขัดมัน ด้านเล็กน้อยสีขาว เพื่อให้เกิดความสบายตา และ ดูกว้าง สีขาว ทำความสะอาดง่าย บางส่วนเป็นพื้นกระเบื้องไม้ ลึก 10 cm. เพื่อซ่อนไฟตามทาง เพื่อให้เกิดความโดดเด่น และพเป็นที่น่าสนใจ เช่นเดียวกับฝ้าเพดาน บางส่วนที่เป็นกระเบื้อง ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามแต่ความต้องการ เช่น เป็นที่นั่ง และบางส่วนเป็นแผ่นอะคริลิกชนิดหนาสีน้ำเงิน ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่าง และไม่น่าเบื่อ

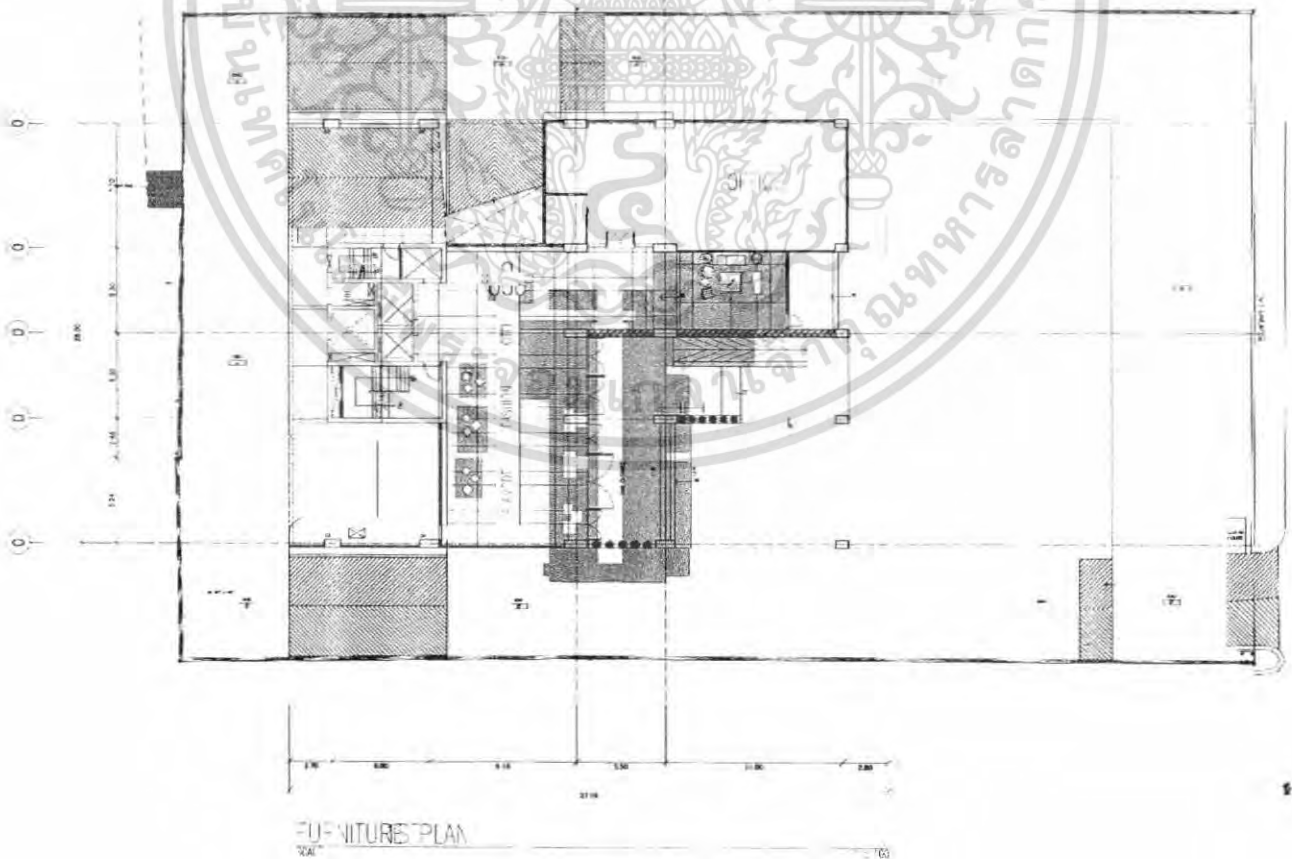
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในบริเวณผนังส่วนมาทำจากกระจก เนื่องจากกระจกมีความสวยงามในตัวเองสามารถใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆได้เป็นอย่างดี มีความโปร่งแสง ทนไฟ

กระจกมีหลายแบบให้เลือกใช้ได้ตามความต้องการ โดยเฉพาะกระจกที่เลือกมาใช้ในส่วนนี้เพื่อช่วยกรองความร้อนจากภายนอก นอกจากนี้ กระจกมีข้อดีคือ สามารถกันน้ำ ลม ฝนได้ ปลอดภัยจากเชื้อรา และสามารถป้องกันเสียงรบกวนได้ แต่ก็มีข้อเสียคือ มีขนาดใหญ่ไม่มาก (ถ้าต้องการขนาดใหญ่ ผนังที่ซื้อจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาที่สูงและยากต่อการขนส่ง)

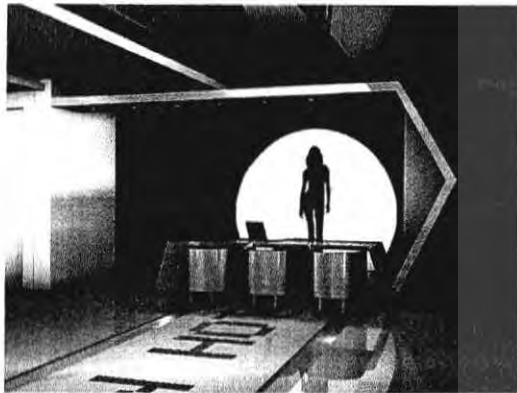
5.1.3 ลักษณะของสีที่ใช้

สีต่างๆมีอิทธิพลอย่างแรงกล้าต่อจิตใจมนุษย์ เป็นเหตุให้เกิดอารมณ์เปลี่ยนแปลงได้หลายอารมณ์ ทั้งร้อนแรง อบอุ่น ชุ่มชื้น เยือกเย็น กระปรี้กระเปร่า เป็นต้น สำหรับในด้านการตกแต่งภายในจำเป็นต้องรู้ถึงจิตวิทยาของสีว่าสีใดให้ความรู้สึกอย่างไร เพื่อให้เข้ากับแนวความคิดของงาน คือ ให้ความรู้สึกที่ชวนน่าติดตาม น่าค้นหา น่าเข้าใกล้ และสัมผัส บริเวณนี้จึงใช้โทนสีเป็นสีขาว (การเปิดเผย ความบริสุทธิ์) สีเทา (ความเป็นสุภาพ ผู้ดี เกรงขريم) และสีดำ (ความรู้สึกลึกลับ มีพลัง น่าค้นหา)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามรูปที่ 5.1 แปลนบริเวณส่วน Lobby

A' | MODE
FASHION HOTEL



KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083

5.2 COFFEE SHOP & RESTAURANT

ภัตตาคารเป็นส่วนจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นเวลาเฉพาะ การให้แสงไฟในส่วนนี้จะขึ้นกับลักษณะของการออกแบบว่าเป็นภัตตาคารประเภทใด ให้บริการอาหารประเภทใด และมีแนวความคิดในการออกแบบอย่างไร โดยภัตตาคารภายในโครงการนี้จะให้ความสำคัญกับการให้บริการอาหารในมื้อค่ำค่อนข้างมาก ฉะนั้นการให้แสงสว่างในส่วนนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง แสงที่ใช้ภายในภัตตาคารเป็นตัวที่ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศ ใช้ในการเน้นจุดที่สำคัญ การเลือกใช้ไฟในภัตตาคารนิยมหลอดไฟชนิดมีไส้ (INCANDESCENT) เนื่องจากหลอดไฟชนิดนี้ให้แสงสว่างที่ค่อนข้างนุ่มนวล-เหลือง ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง ส่งเสริมให้อาหารน่ารับประทานมากขึ้น มากกว่าหลอดไฟนีออน การให้แสงสว่างภายในภัตตาคารมักจะใช้แสงหลายชนิดรวมกัน แล้วแต่ลักษณะของการออกแบบและ ประโยชน์ใช้สอย การให้แสงสว่างเฉพาะโต๊ะอาหารทำให้รู้สึกเป็นส่วนตัวได้ นอกจากนี้การติดตั้งวงจรไฟฟ้าแบบพิเศษ เช่น สวิตช์สำหรับหรี่แสงนั้น มีประโยชน์ในการให้แสงสว่างกับภัตตาคารเป็นอย่างมาก เพราะจะปรับให้สว่างหรือสลัวลงได้ และการจัดแสงในบริเวณที่ต้องการเน้นให้มีความสว่างเหมาะสม ก็จะทำให้ภัตตาคารดูโดดเด่น และสวยงามขึ้น

5.2.1 แสงไฟ

ในการตกแต่งบริเวณทั้งสองส่วนนี้ จะใช้แสงประดิษฐ์ที่ช่วยทำให้ดูอบอุ่น เป็นลักษณะไฟแบบ Ceiling Mounted Fitting คือ ชนิดใช้ติดเพดาน เพื่อประหยัดพื้นที่ ไฟแบบ Wall Brackets คือเป็นไฟแบบไฟกเพื่อเพิ่มความสนใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณส่วนที่เป็นทางเดิน เพื่อเน้นที่ซึ่งใช้ในส่วนบริเวณเคาเตอร์ เพื่อสร้างความสนใจ และในส่วนที่เป็น Coffee Area บางส่วนจะเน้นที่ไฟสปอร์ตไลท์ โดยเฉพาะส่วนที่เป็นทางขึ้นบันไดในการขึ้นลงระหว่างชั้น เพื่อเน้นบริเวณตรงส่วนนั้นให้เกิดความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจ ตามแนวความคิด

5.2.2 วัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง

ลักษณะของพื้นในบริเวณส่วนร้านอาหารจะใช้เป็นพื้นหินเป็นพื้นหินอ่อน ซึ่งเป็นหินที่ทนความสกปรกได้ดี ทนต่อสารเคมีได้บางในบางชนิด หินอ่อนให้คุณค่าในด้านความงามกว่าหินประเภทอื่นๆ สีที่เลือกมาจะเป็นสีเทา มีความ ดำหรูหราแต่ไม่แก่เสียง ด้านหน้าจะเป็นพื้นกระจุก ฝ้ายอ่อนไฟตามทางเพื่อเน้นให้เกิดความน่าสนใจ และชวนนำติดตามที่มีมาจากส่วนอื่นๆ

ส่วนในบริเวณ Coffee Area จะเป็นพื้นปูนเปลือยขัดมันเพื่อให้เกิดความแตกต่าง จากส่วนอื่นๆ แสดงถึงความเป็นธรรมชาติ และทันสมัย รวมถึงบางส่วนจะเป็นพื้นไม้ประสานสัก เป็นไม้ชิ้นเล็กที่นำมาต่อเป็นแผ่น ทนทานเท่าไม้สัก แต่ราคาถูกกว่า และอีกส่วนจะเป็นพื้นกระจุกใส ที่ทำให้เกิดความรู้สึกไหลต่อเนื่อง ชวนนำติดตาม

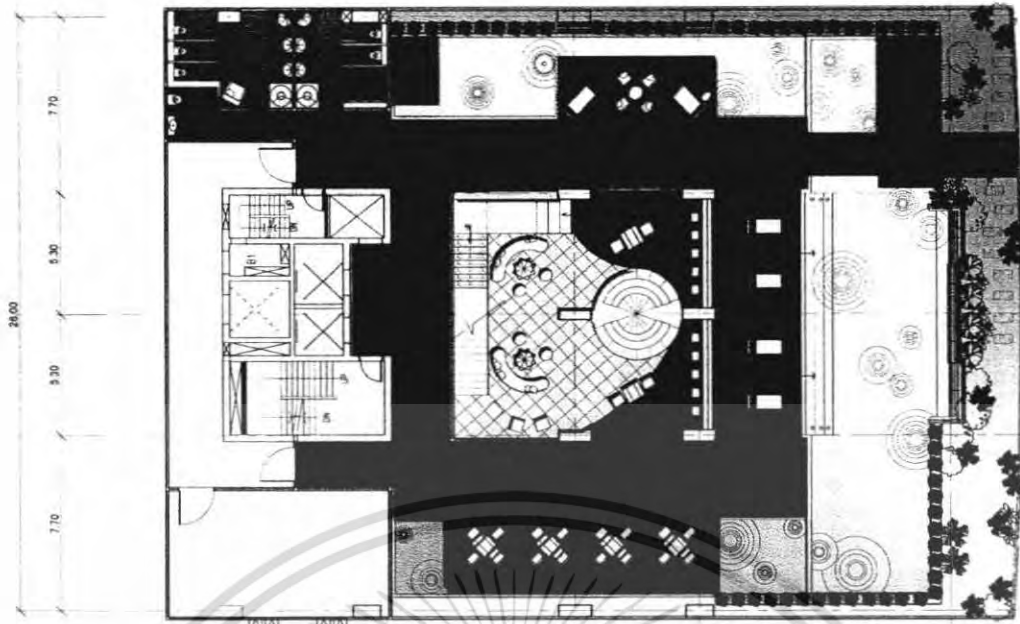
ในบริเวณผนังส่วนมาทำจากกระจก เนื่องจากกระจกมีความสวยงามในตัวเองสามารถใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆได้เป็นอย่างดีมีความโปร่งแสง ทนไฟ

กระจกมีหลายแบบให้เลือกใช้ได้ตามความต้องการ โดยเฉพาะกระจกที่เลือกมาใช้ในส่วนนี้เพื่อช่วยกรองความร้อนจากภายนอก นอกจากนี้ กระจกมีข้อดีคือ สามารถกันน้ำ ลม ฝนได้ ปลอดภัยจากเชื้อรา และสามารถป้องกันเสียงรบกวนได้ แต่ก็มีข้อเสียคือ มีขนาดใหญ่ไม่มาก (ถ้าต้องการขนาดใหญ่ อาจสั่งซื้อจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาที่สูงกว่าและยากต่อการขนส่ง)

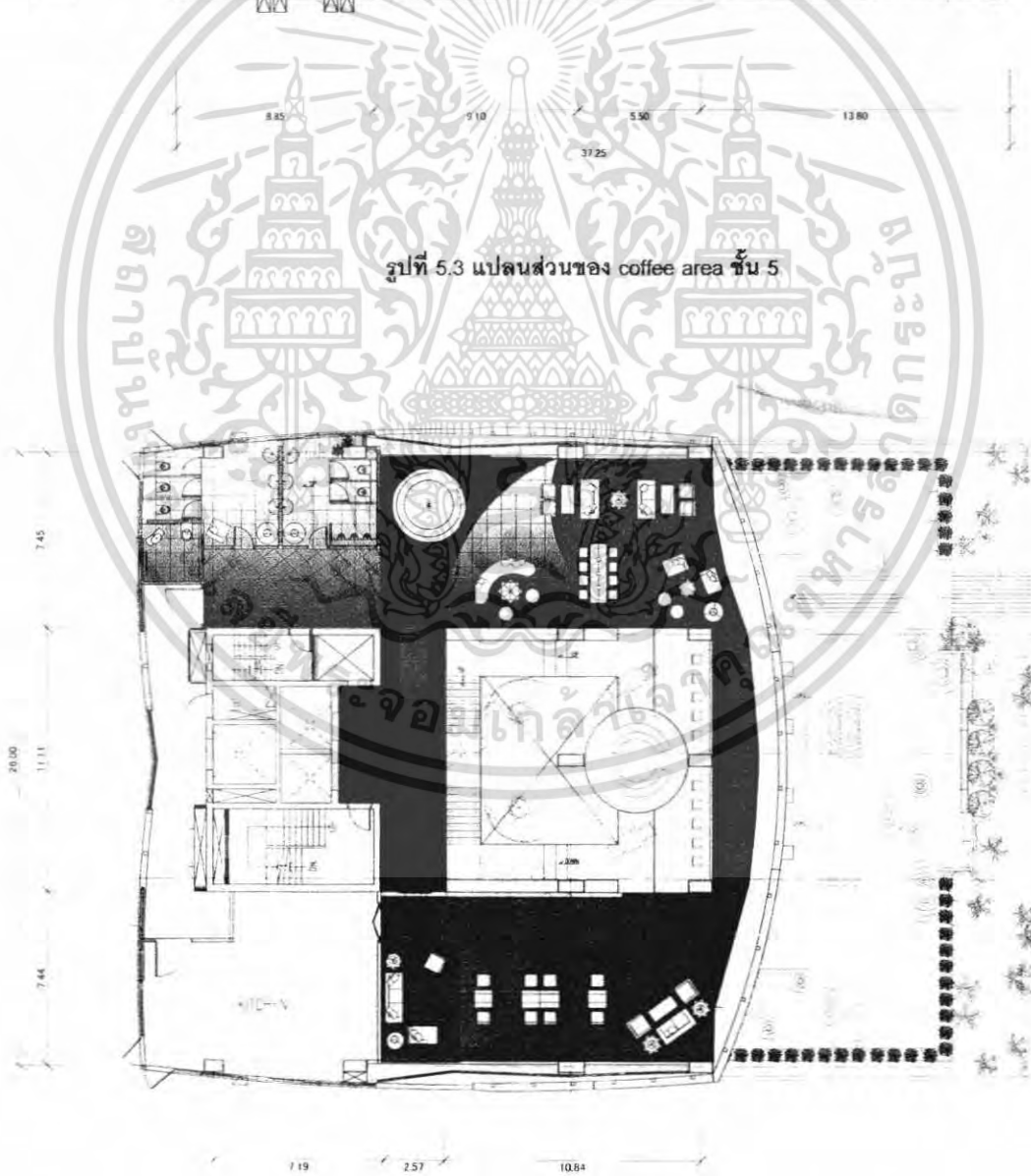
5.2.3 ลักษณะของสีที่ใช้

ในลักษณะของสีที่ใช้ ยังคงเป็นสีขาว สีเทาและสีดำ ที่ทำให้ดูเป็นส่วนเดียวกัน แต่จะเพิ่มสีแดง ในส่วน Coffee Area และสีส้มในส่วนของร้านอาหาร เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกตื่นตื้น สนุกสนาน และทำให้อาหารดูน่ารับประทานมากขึ้น ซึ่งเส้นนี้ของร้านอาหาร อยู่ที่กระจกเกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งผนัง พื้นและเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ เพื่อให้เกิดแนวความคิดที่ว่าความจริงใกล้จะเปิดเผย ชวนให้ติดตามว่าต่อไปจะเป็นอย่างอะไร





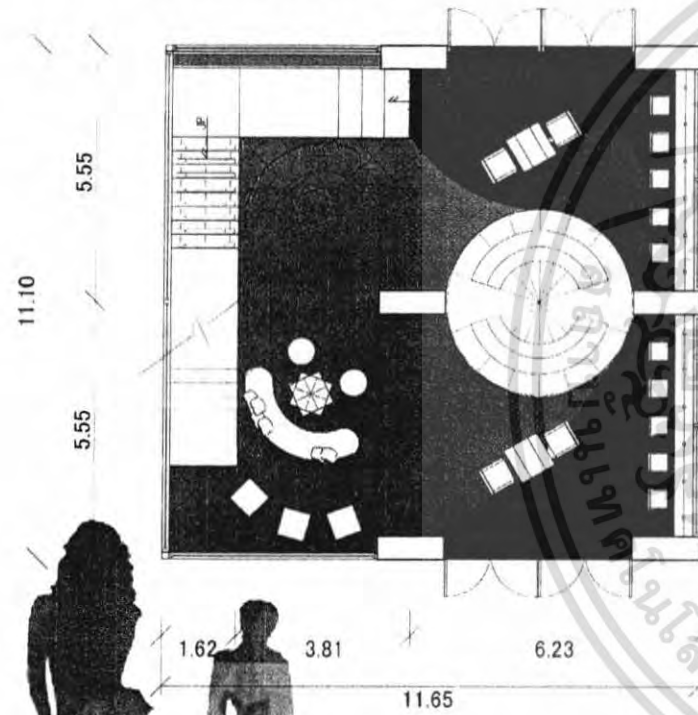
รูปที่ 5.3 แพลนส่วนของ coffee area ชั้น 5



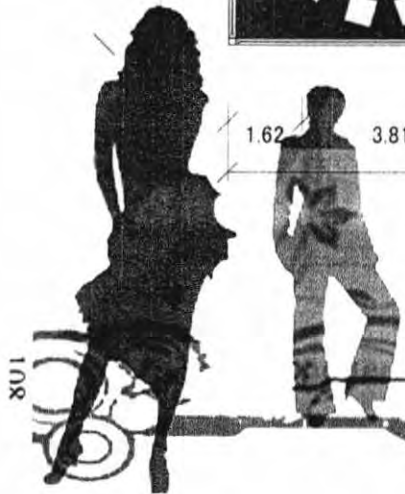
รูปที่ 5.4 แพลนส่วนของ coffee area ชั้น 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A' MODIE
FASHION HOTEL



COFFEE SHOP



KING MONCKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRBANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083

A | M O D E
FASHION HOTEL

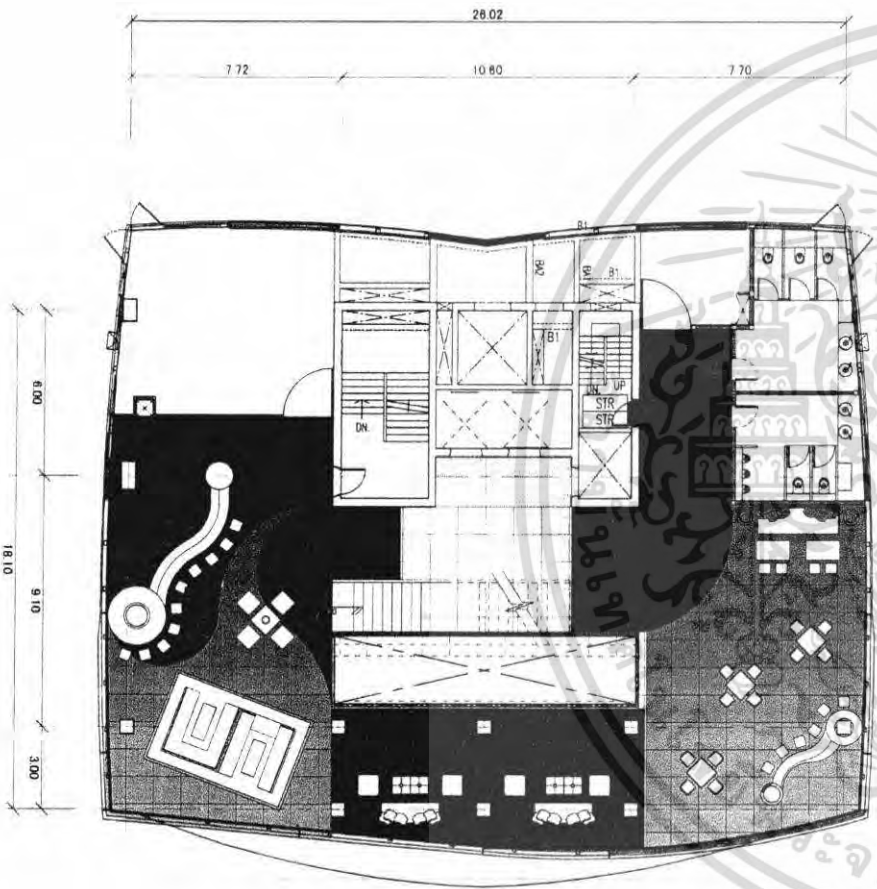
COFFEE SHOP



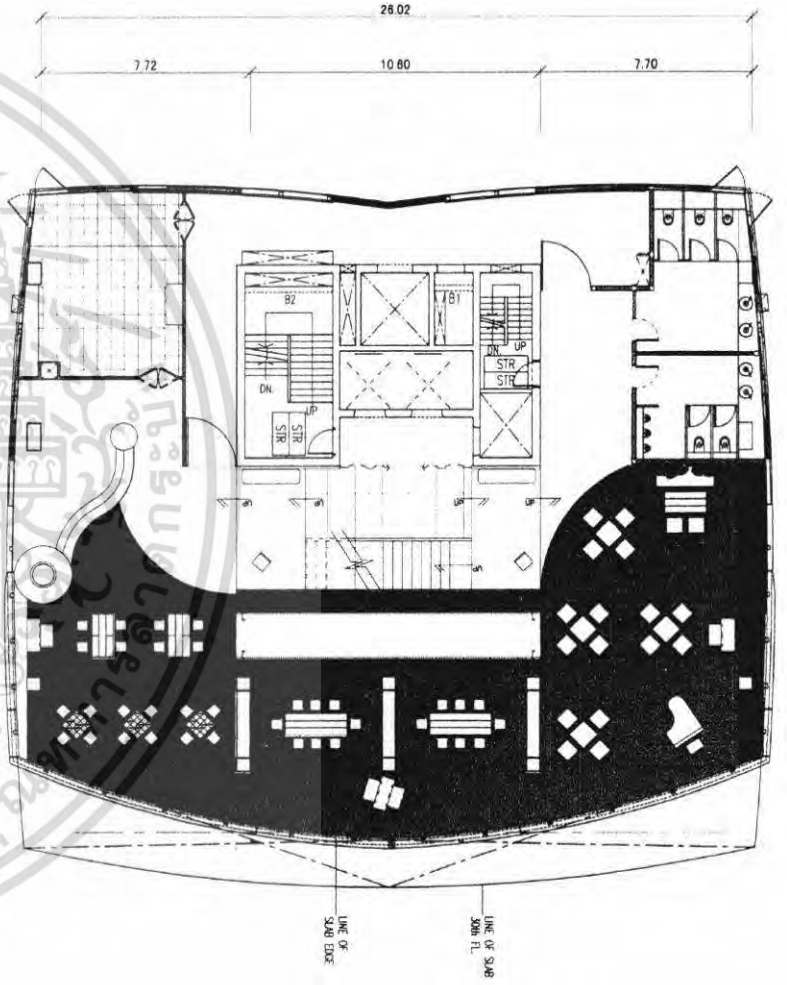
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

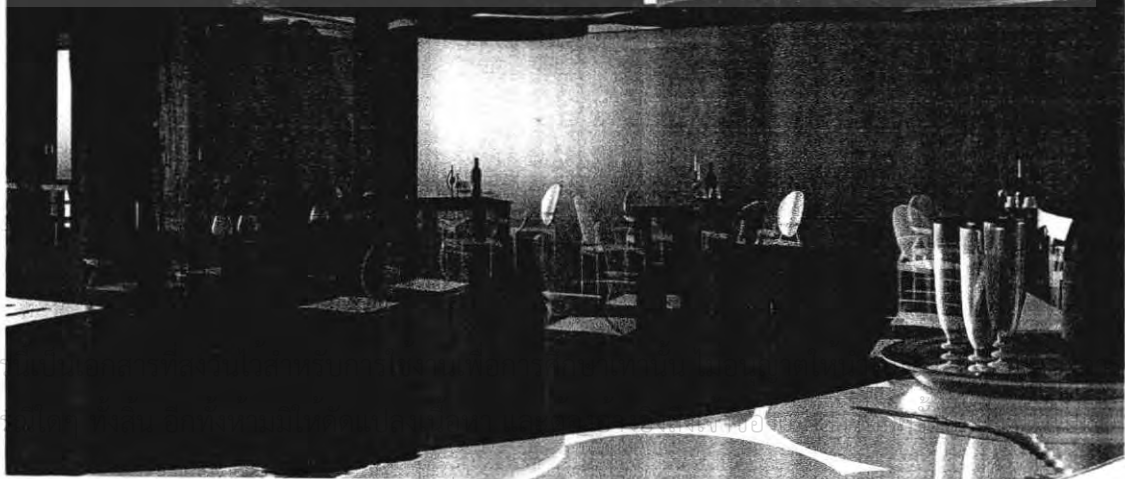
MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083





รูปที่ 5.6 รูปแสดงแปลนของส่วน Restaurant ชั้น 31





เอกสภา
ไม่ว่าก

คำ

Cheer Curtain

Black Curtain

Black Glass Mirror Fame

RESTAURANT ELEVATION



Stainless Mirror

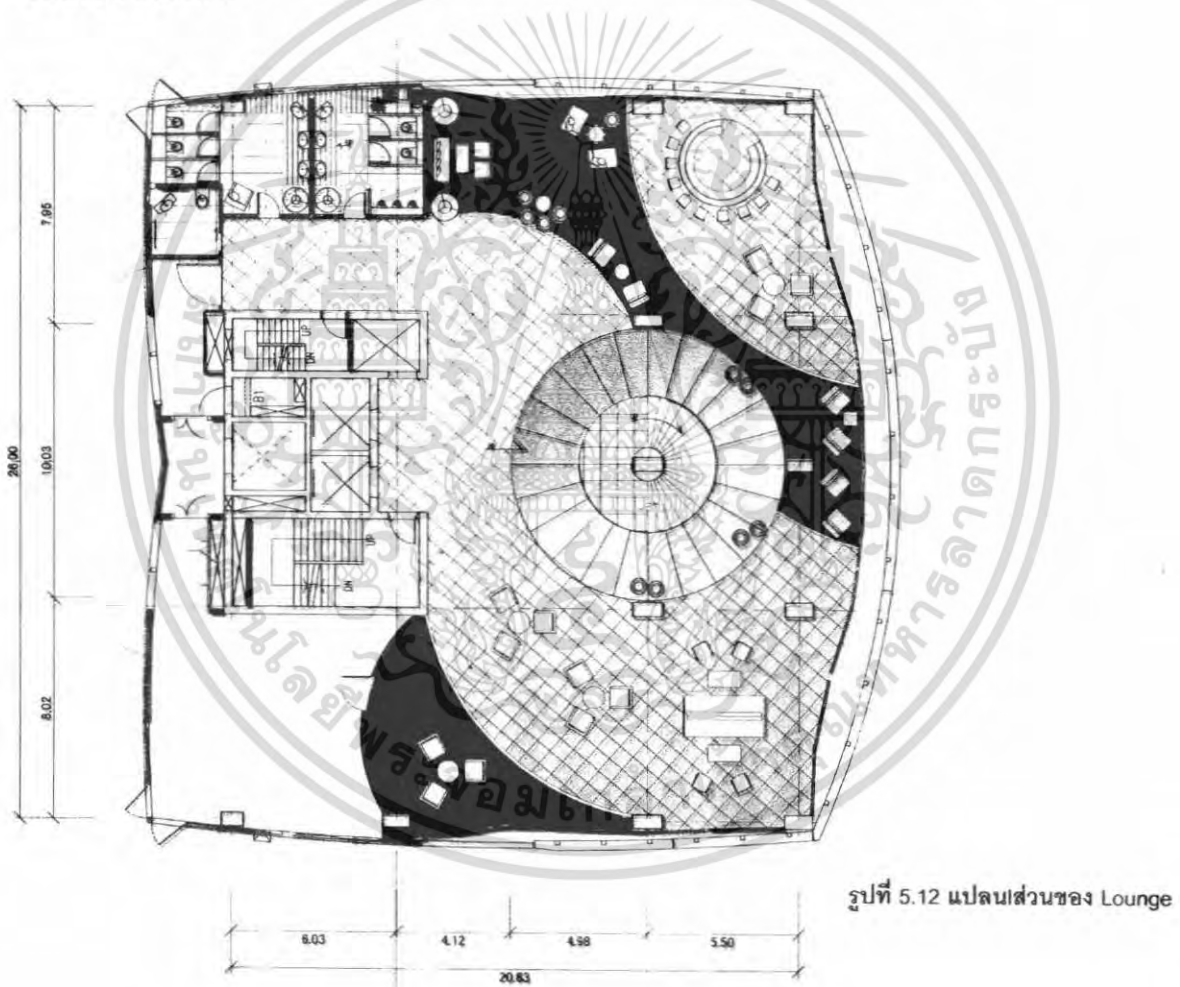


KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083

5.3 Lobby Lounge

เป็นส่วนให้บริการอาหารอย่างเป็นกันเอง ส่วนนี้เปิดให้บริการอาหารเกือบตลอด 24 ชั่วโมง เน้นการให้บริการอาหารแบบรวดเร็ว บรรยากาศเป็นแบบสบายๆ มีความหรูหรา มีแสงสว่าง แสงสว่างปานกลาง มีความสว่างทั่วทั้งบริเวณ ไม่ควรเล่นแสงไฟเป็นจุดๆ ให้มากนัก หากเป็นไปได้ ควรดึงแสงสว่างจากธรรมชาติเข้ามาใช้ในส่วนนี้มากๆ ก็จะเป็นผลดีทั้งในเรื่องของความประหยัด และยังช่วยให้บรรยากาศโดยรวมดู สบายขึ้นอีกด้วย การเลือกใช้หลอดไฟนั้นอาจเลือกใช้ทั้งหลอดไฟแบบมีไส้ (INCANDESCENT) ร่วมกับหลอดฟลูออเรสเซนต์ (FLUORESCENT) ไม่ว่าจะใช้ไฟแบบใดก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ระวังการติดตั้งไฟที่จะสะท้อนเข้าตาผู้มารับประทานอาหาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลง



5.4 Spa

5.4.1 แสงไฟ

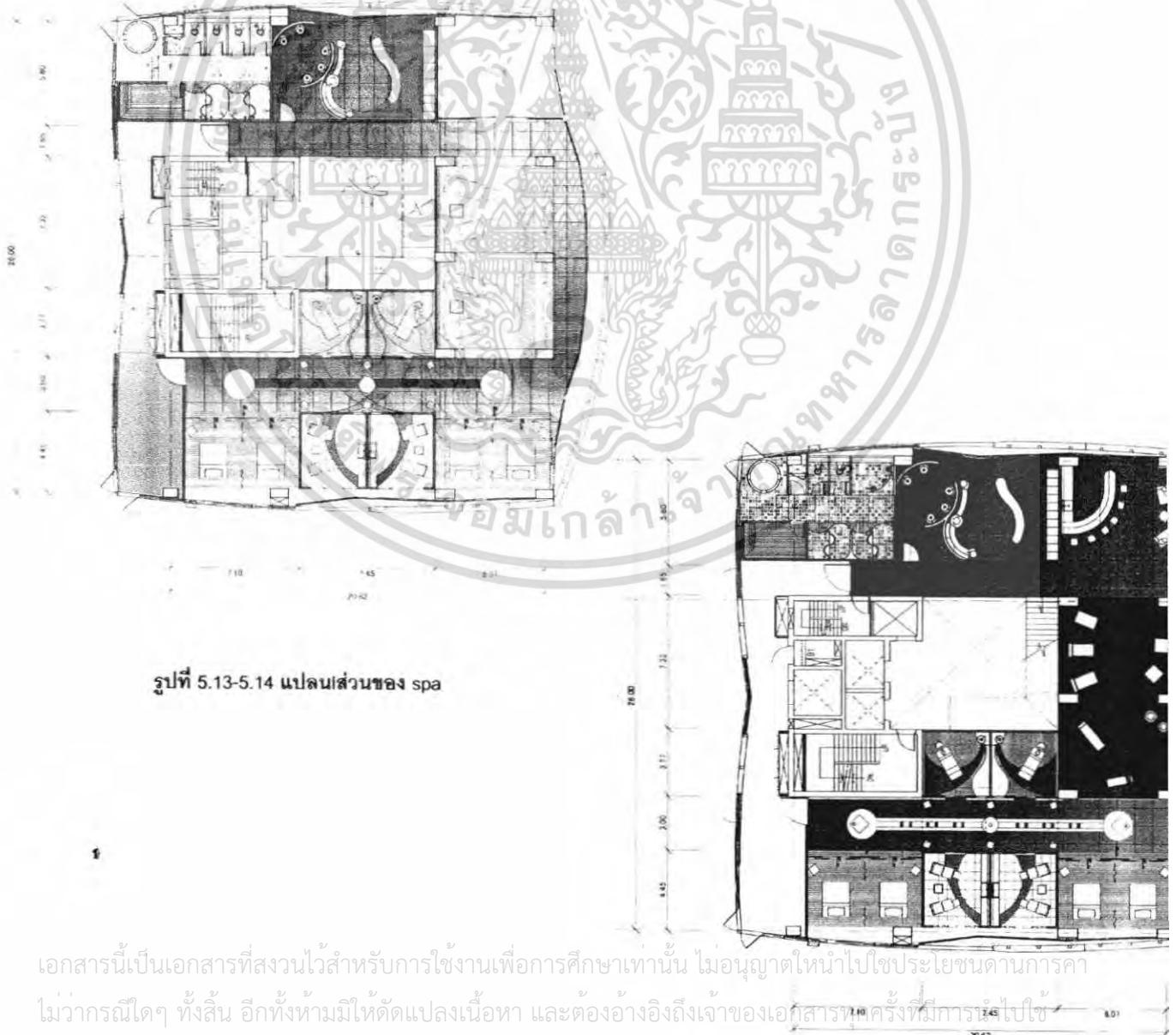
เพื่อเน้นบรรยากาศในห้องนวดแบบไทย และให้เกิดความรู้สึกสบายใจและสบายตา แสงที่ใช้ในบริเวณนี้เป็นส่วนให้แสงสว่างได้ไม่เต็มที่ เพื่อไม่ให้แสงเข้ามาแยงตาผู้ที่เข้ามาใช้บริการ และสีที่ใช้เป็นสีที่นวลตา และให้เกิดความอบอุ่นมากที่สุด

5.4.2 วัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง

วัสดุส่วนใหญ่ที่ทำด้วยไม้ ที่มีสีต่างกันออกไป เช่นสีครีมอ่อน และสีไม้เข้ม เนื่องจากลักษณะของไม้ให้ความรู้สึกที่อบอุ่นและสบายตามากที่สุด จาก ตามทางประประดับด้วยแสงเทียน เพื่อเพิ่มบรรยากาศความโรแมนติก และผ่อนคลาย เหมือนกับว่าเวลาได้ผ่านไปอย่างช้าๆ

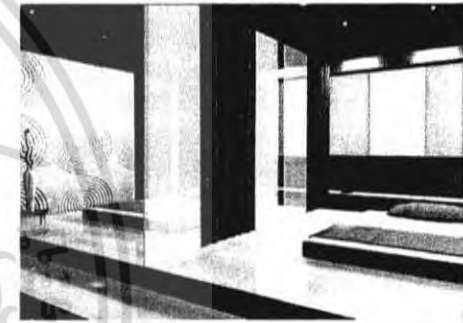
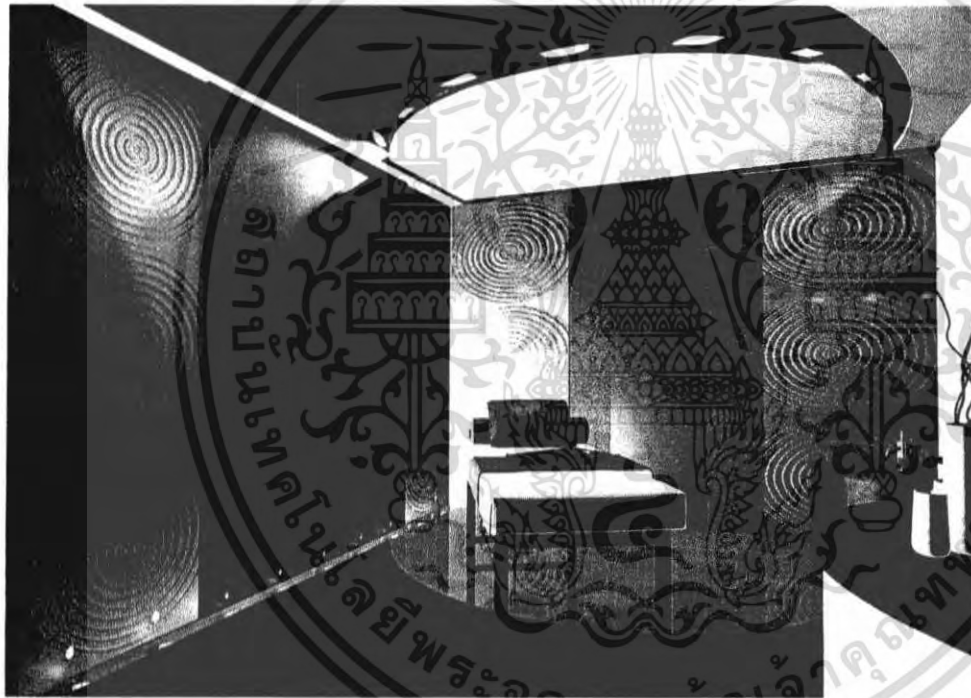
5.4.3 ลักษณะของสีที่ใช้

สีที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นสีขาว สีเหลืองนวลๆที่ได้จากแสงไฟ รวมถึงสีเขียวที่ทำให้ดูสบายตา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A' | MODIE
FASHION HOTEL



SPA

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083

2012 King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

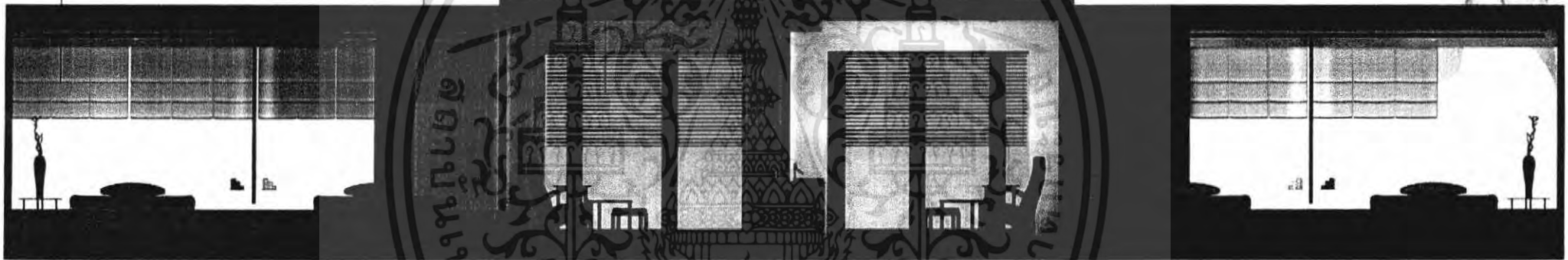
115



SPA ELEVATION

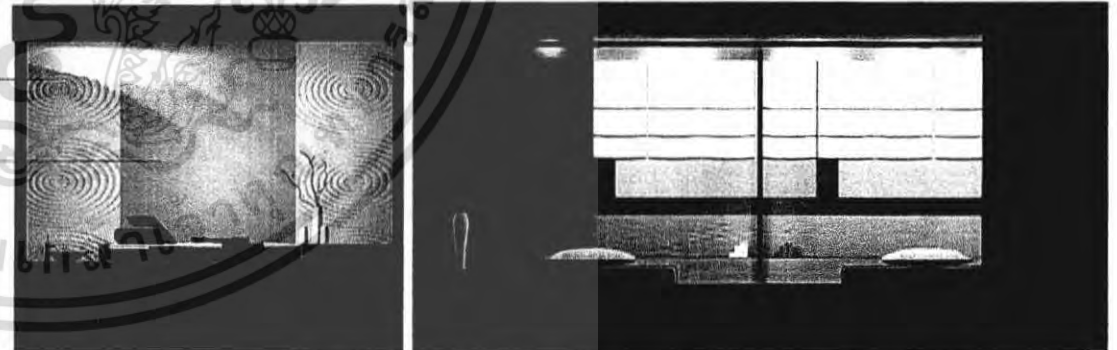
Heavy Curtain

Wall Painted
Wooden Blind



Texture Wall

WallPaper



KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083



5.5 Shop

บริเวณส่วนนี้เพื่อให้ดูสะอาดตา และชัดเจนมากขึ้น วัสดุที่เลือกใช้จึงเป็นจึงเป็นสีขาว และประดิษฐ์สีขาว เพื่อง่ายต่อการเลือกซื้อ

5.6 Guest room

ใช้แสงประดิษฐ์ในเวลากลางคืนเพื่อช่วยให้เกิดสงเงาและมีบรรยากาศที่สวยงาม และแสงธรรมชาติในเวลากลางวัน

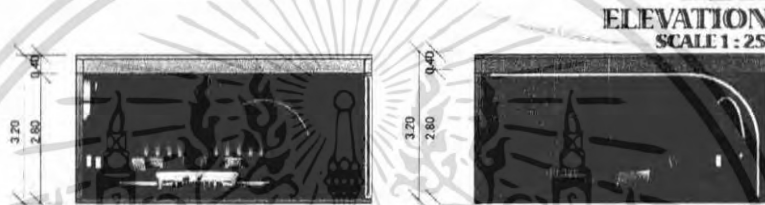
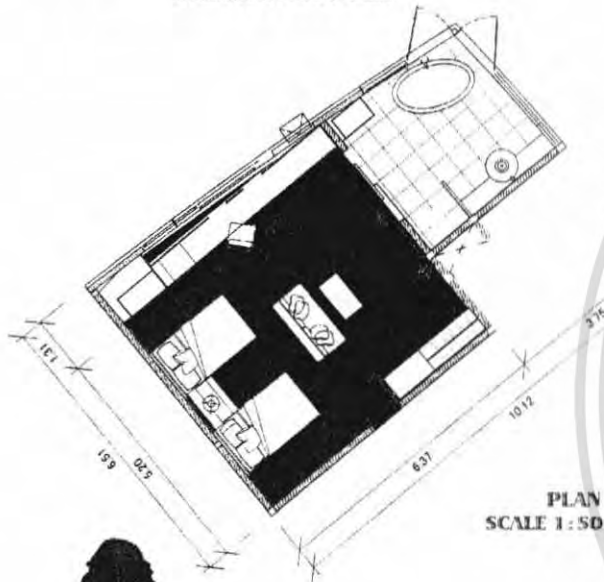
ลักษณะของไฟและบรรยากาศของห้องแต่ละห้องมีความแตกต่างกัน ตามแต่แนวความคิดของห้องแต่ละห้อง และจุดประสงค์ที่ใช้ต่างกันออกไป

5.6.1 Tube Gallery

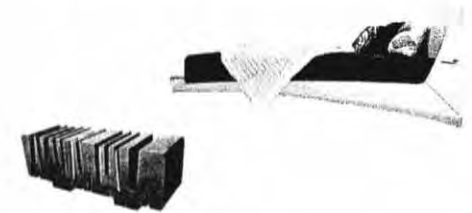
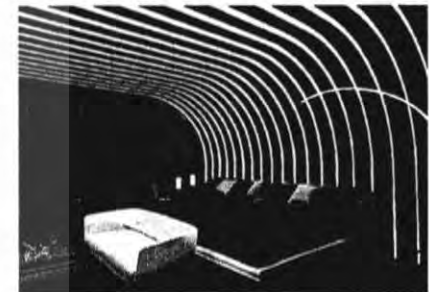
สไตล์เสื้อผ้าเก๋ มีความเป็นartนิค ภายใต้แนวความคิดที่ว่าอุโมงค์ใต้ดิน ใช้แสงเพียงเล็กน้อย ให้เกิดบรรยากาศที่สลัวๆ เน้นแนวทางไฟเป็นdirectionนำทาง เพื่อไปยังจุดอีกจุดหนึ่ง

A' MODIE

FASHION HOTEL



ACCOMMODATION HEADQUARTER



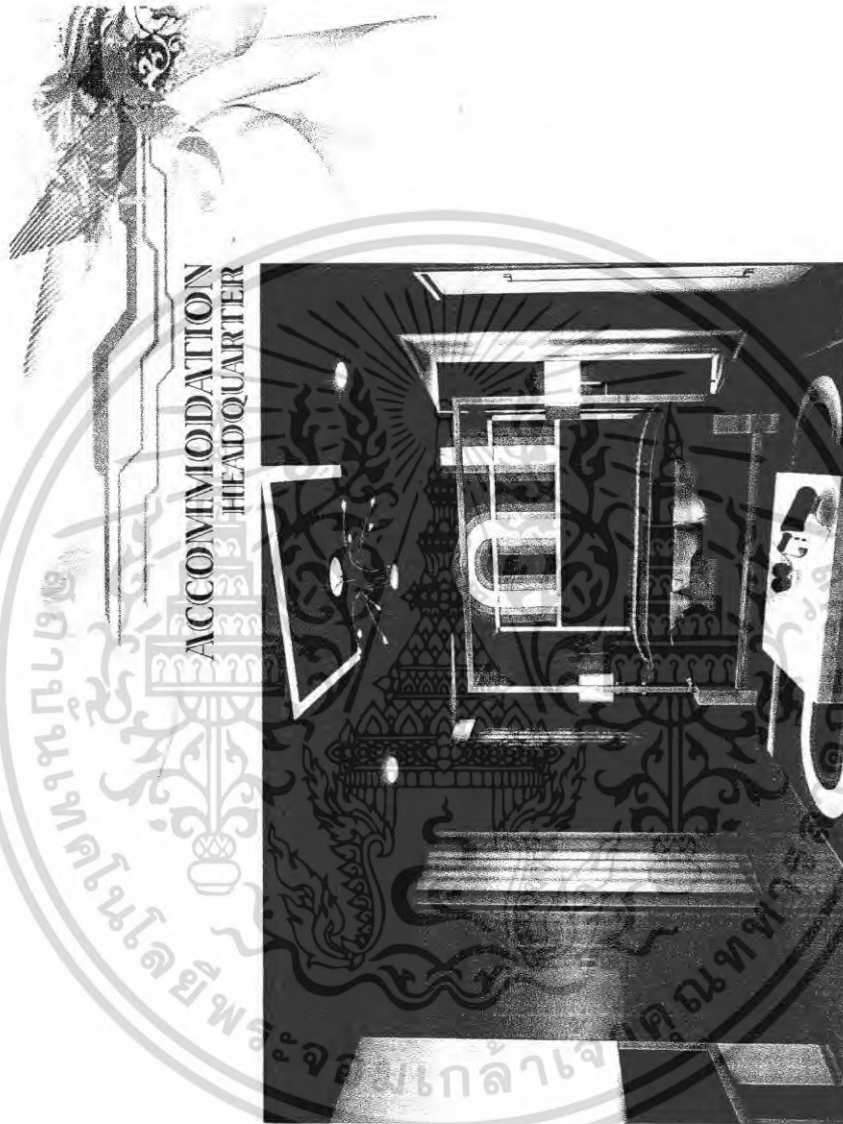
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083



5.6.2 Headquarter

ความเท่ ความสดใส และความเรีบนหรุ เพื่อสร้างบรรยากาศออกมาให้ได้ในแบบ Minimal Art ความเรียบง่ายที่ลงตัว ไม่ซับซ้อน แสงสีขาว ดูสว่างไสว



ACCOMMODATION
HEADQUARTER

PLAN
SCALE 1:50

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT
MISS BUCHITA THIONGKUMPIA ID. 46020083

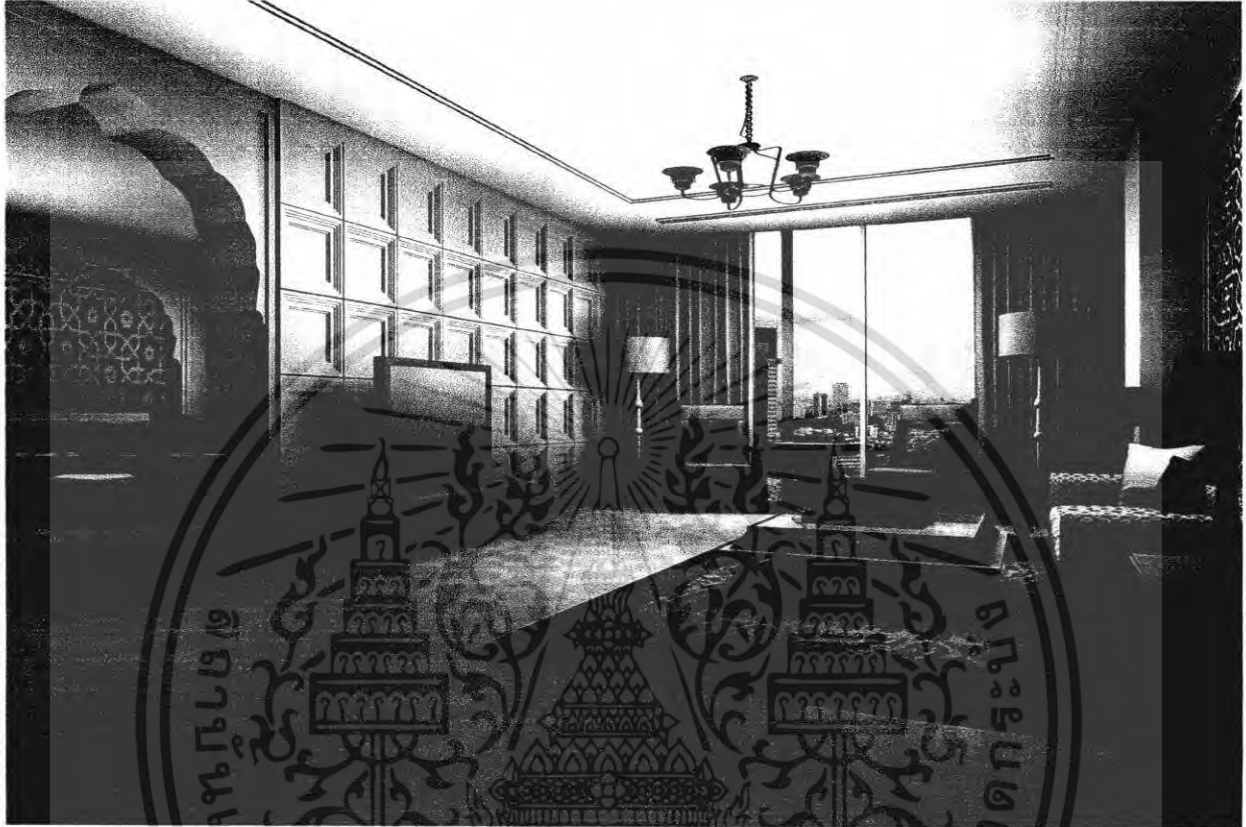
MODE
FASHION HOTEL

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำหรือเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากท่านมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารนี้



5.6.3 Issue

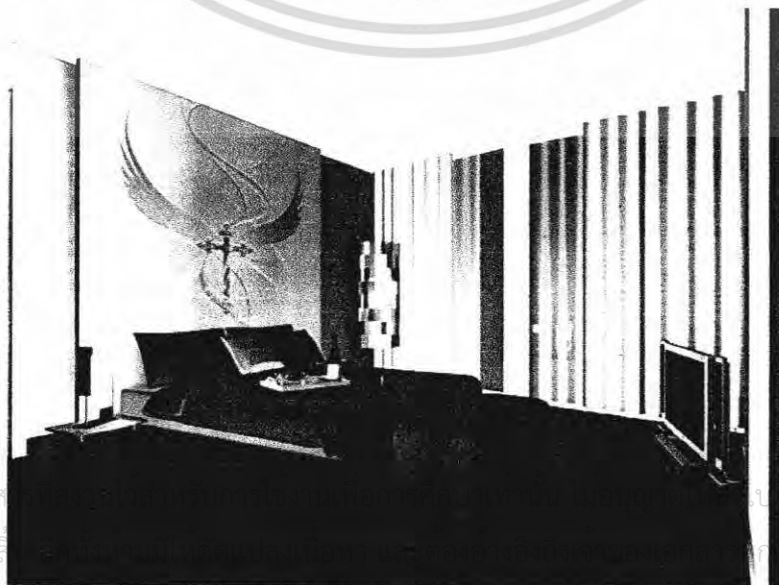
ความสดใสทางด้านสีฉันทันแห่งโลกตะวันออก สีของเครื่องเทศ กลิ่นของรูป และ
อารยธรรมของโลกตะวันออก



รูปที่ 5.19 แสดงส่วนของ Issue

5.6.4 Inspired By Inner Complexity

แรงบันดาลใจที่ได้มาจากพระคัมภีร์ไบเบิล ดังนั้นลักษณะของสีฉันทันเป็นสีที่เป็น สี
ขาว สีเทา และสีดำ ซึ่งเป็นสีที่ดูสุภาพ แต่จะใช้สีสดๆบาง เพื่อใช้ในการเสียดสี

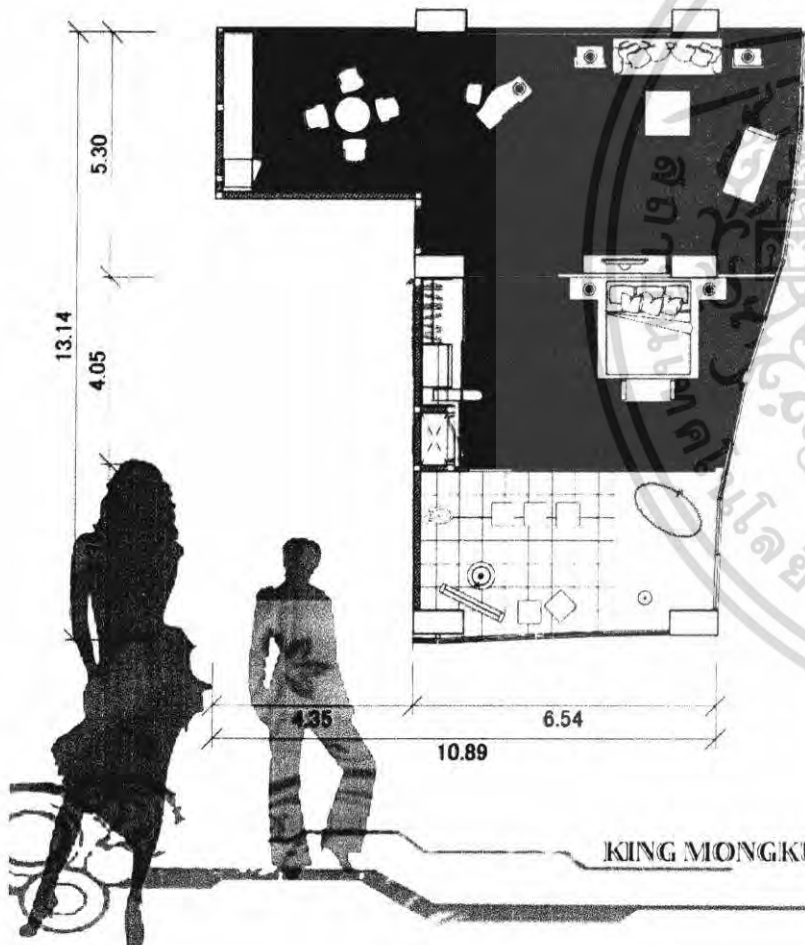


เอกสารนี้เป็นเอกสาร
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น

เป็นข้อประโยชน์ด้านการค้า
ที่แท้จริงที่มีการนำไปใช้

A' MODIE
FASHION HOTEL

ACCOMMODATION
INSPIRED BY INNER COMPLEXITY



KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083



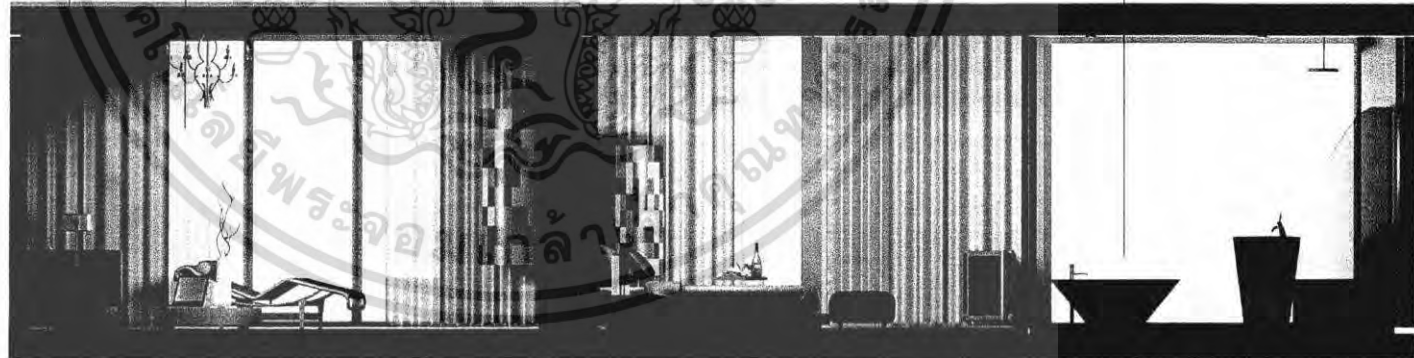
GUEST ROOM ELEVATION

Black Laminated Glass

Cheer Curtain

Heavy Curtain

Water Resistance
Fabric Curtain



KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083



5.6.5 Boudoir

ภายในห้องนอนของหญิงสาว เราจะพบเรื่องราวที่มีเสน่ห์ต่างๆมากมาย ความ
เชิ่กซี่ที่ซ่อนอยู่ภายในเราจะทำให้คุณได้ค้นพบ



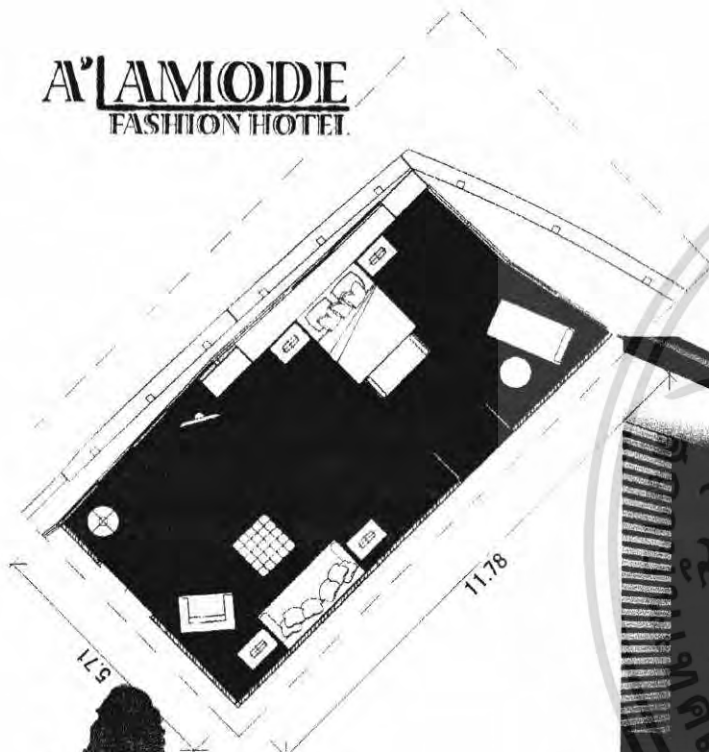
รูปที่ 5.23 แสดงส่วนของ Boudoir

5.6.6 แม่ฟ้าหลวง

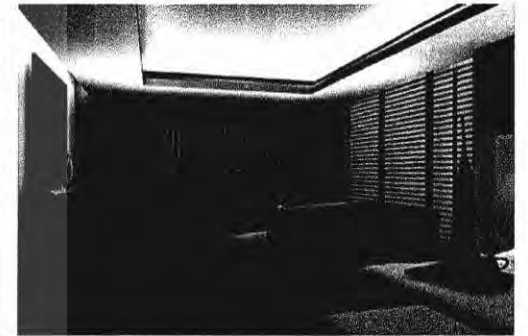
เสน่ห์ที่อยู่บนดอยสูง ความพิเศษที่แตกต่างกันบนผ้าแต่ละผืน ทำให้ได้รู้คุณค่า
และได้หลงไหล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A'LAMODE
FASHION HOTEL



ACCOMMODATION
MEA FAH LUANG



KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG , INTERIOR ARCHITECT

MISS BUCHITA THONGKUMPLA ID. 46020083

5.7 ระบบรักษาความปลอดภัย

ระบบแจ้งเหตุ

1. ระบบกดปุ่มแจ้งเหตุ มีสัญญาณเตือนบริเวณโรงทั่วไป
2. ระบบ Heat & Smoke Detector ในบริเวณห้องโรงทั่วไป โถงทางเดิน ห้องพัก และส่วนที่อาจเป็นต้นเหตุเพลิงไหม้

ระบบดับเพลิง

1. ระบบท่อน้ำและแรงดันและสายสูบลม ในส่วนของโถงทางเดิน ห้องพัก และบริเวณอื่นๆ โดยทั่วไป
2. ระบบสปริงเกอร์ ใช้ระบบสปริงเกอร์แบบ Wet Pipe (คือ ระบบท่อน้ำที่น้ำมีแรงดันอยู่ตลอดเวลา เมื่อเกิดเพลิงไหม้ความร้อนจะกระตุ้นให้กลไกที่หัวสปริงเกอร์เปิดและน้ำที่มีแรงสูงจะพ่นกระจายออกมา) ติดตั้งในส่วนบริการหลักของโรงแรม (Back of The House) เช่น ห้องครัว ห้องซักกรีด หรือบริเวณที่มีการเสี่ยงภัยต่อการเกิดเพลิงไหม้
3. ระบบก๊าซ ใช้ระบบก๊าซฮาโลนอน 1301 (คุณสมบัติของก๊าซฮาโลนอน 1031 คือ สามารถหยุดปฏิกิริยาลุกไหม้ของระบบเผาไหม้จากโมเลกุลหนึ่งภายใน 10 วินาที ลักษณะของก๊าซ เป็นก๊าซเหลว ไม่เป็นอันตรายต่อคน และมีประสิทธิภาพมาก) เหมาะกับห้องที่ไม่สามารถดับไฟโดยการใช้น้ำได้ เช่น ในห้องที่มีระบบอิเล็กทรอนิกส์ ห้องควบคุมอาคาร ห้องควบคุมระบบโทรศัพท์
4. เครื่องมือผจญเพลิง ดับไฟที่สามารถเคลื่อนที่ได้ ติดตั้งเป็นชุดอยู่รวมกับสายสูบลม และท่อน้ำระบบท่อน้ำแรงดันรวมเป็น 1 หน่วย (House Cabinet Wall) ทุกระยะ 20 เมตร เช่น ในส่วนของโถงทางเดินไปยังห้องพักแขก

ระบบน้ำดับเพลิง

ใช้น้ำจากระบบน้ำใช้ โดยมีการสำรองระดับน้ำเอาไว้ใช้เพื่อการดับเพลิง นอกจากนี้ยังมีปั๊มน้ำฉุกเฉินที่สามารถทำงานได้โดยใช้ไฟฟ้าและน้ำมันดีเซล เพื่อให้สามารถทำงานได้ในกรณีที่ต้องการนำน้ำจากแหล่งอื่นมาใช้ เช่น รถขนน้ำของกรมตำรวจดับเพลิง

5.7.1 ระบบอุปกรณ์พิเศษ

ระบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกทางอิเล็กทรอนิกส์

1. ระบบโทรศัพท์ของโครงการ เลือกใช้แบบ PABX (Private Automatic Branch Exchange) เพราะเป็นระบบที่ติดต่อระหว่างภายนอกกับภายใน หรือ ภายในกับภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยผ่านเครื่องอัตโนมัติ หรือ พนักงานต่อสาย ซึ่งสามารถติดต่อได้มากกว่า 50 คู่สาย ทำให้เหมาะกับธุรกิจโรงแรมมากกว่าระบบอื่นๆ ซึ่งจะแบ่งออกเป็นส่วนๆ คือ

- ส่วนที่พักแขก
 - ส่วนบริหาร
 - ส่วนบริการ
2. ระบบโทรพิมพ์ (Telex) และอุปกรณ์ติดต่ออื่นๆ

ระบบโทรพิมพ์เป็นอุปกรณ์การพิมพ์ซึ่งสามารถติดต่อได้โดยตรงจากผู้ส่งถึงผู้รับ เป็นอุปกรณ์การพิมพ์ซึ่งประกอบรวมกันทั้งภาคส่งและภาครับในหน่วยเดียวกัน ขนาดประมาณ 1000 มม. x 700 มม.

3. โทรมัลติเพล็กซ์ เป็นอุปกรณ์ซึ่งติดต่อเพื่อใช้ในการรักษาความปลอดภัย ในการนำไปใช้ อาจมีข้อจำกัดในเรื่องความสว่าง การใช้แสง และไม่สามารถทนต่อที่ที่มีอุณหภูมิสูงได้ การให้แสงสว่างจะต้องมีการป้องกัน เช่น แสงที่ฉายถูกตัวกล้องโดยตรง

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

ระบบการประชาสัมพันธ์และการบริการเพลงตามสบาย (Background Music & Paging System) ประกอบด้วยตัวกระจายเสียง เครื่องรับวิทยุ เครื่องเล่นแผ่นเสียง เทป และลำโพง ซึ่งจะติดตั้งอยู่ตามส่วนต่างๆที่กำหนดขึ้นภายในโรงแรม และระบบนี้ยังมีวงจรมโครโฟนติดอยู่เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ในการทำงานของระบบประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น

- การทำงานโดยทั่วไป กระทำโดยการทำงานครอบคลุมส่วนของผู้เข้าพัก ส่วนของพนักงาน
- การทำงานเฉพาะเขต กระทำโดยการเจาะจงส่วนที่ต้องการจะให้มีการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.1.5 อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ระบบ	ส่วนผู้พัก	ส่วนสำนักงาน
ทั่วไป	ห้องโถง , ลิโอบบี้ , เลาจัน , ภัตตาคาร , บาร์	ห้องพักพนักงาน ส่วนบริหาร และส่วนทำงานอื่นๆ
เฉพาะส่วน	ส่วนพักผ่อน , สระว่ายน้ำ	

ระบบคอมพิวเตอร์

เครื่องมือที่ถูกติดตั้งเพื่อใช้ในการส่งเอกสาร บัญชี ใบส่งของ หรือจดหมายติดต่อระหว่างส่วนบริการ ส่วนทำงานต่างๆ หรืออื่นๆ มีแนวโน้มที่จะใช้อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมาก เนื่องจากมีความรวดเร็วและแน่นอนในการเชื่อมโยงข้อมูล และการแจ้งข่าวสารต่างๆ

ระบบคอมพิวเตอร์ เป็นการส่งข้อมูลโดยผ่านอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย แท่นพิมพ์อักษรและจอภาพ สามารถป้อนข้อมูลส่งไปยังแหล่งเก็บข้อมูลและเรียกข้อมูลที่บันทึก

อุปกรณ์พิเศษเพื่อช่วยในการประหยัดพลังงาน (Energy Saving Device)

1. อุปกรณ์ติดตั้งภายในห้องพักแขก เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญสำหรับควบคุมการทำงานของระบบไฟฟ้าภายในห้องพักแขกให้เปิดหรือปิด โดยแขกผู้เข้าพักเป็นผู้ควบคุมเอง การทำงานของระบบนี้เริ่มต้นจากกล่องสำหรับเสียบกุญแจ ทำจากอะคริลิก ภายในประกอบด้วย ไมโครสวิตช์ เมื่อแขกที่จะเข้าพักในห้องจะต้องนำกุญแจห้อง ซึ่งอาจทำเป็นการ์ด มาเสียบที่กล่องนี้เพื่อให้กระแสไฟฟ้าภายในห้องทำงานตามปกติ เมื่อแขกที่เข้าพักออกนอกห้องพักก็จะดึงกุญแจออก และภายในเวลา 1-3 นาทีดวงโคมและอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่นๆ จะไม่มีกระแสไฟฟ้าจ่ายเข้าไปในวงจร ยกเว้นตู้เย็น
2. อุปกรณ์ควบคุมการทำงานของเครื่องปรับอากาศ ติดตั้งเพื่อช่วยควบคุมการทำงานของเครื่องให้เหมาะสมกับสภาพอากาศ อุณหภูมิ ความชื้นโดยรอบ เครื่องปรับอากาศจะทำงานภายใต้การควบคุมของ Microprocessor โดยมี Carolic Computer เป็นตัววัดปริมาณน้ำเย็นที่ใช้ในระบบ และส่งผลไปที่ Paramatrix Sequence Controller ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้ซีลเลอร์ทำงานเหมาะสมกับความต้องการของระบบ

5.7.2 ระบบปรับอากาศ

การปรับอากาศหมายถึงการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น การเคลื่อนไหวและความบริสุทธิ์ของบรรยากาศ ในเนื้อที่จำกัดที่ใดที่หนึ่ง ในปัจจุบันการควบคุมสภาพอากาศภายในอาคาร สามารถแบ่งออกได้ตามขนาดของเครื่องปรับอากาศ และแบ่งตามระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในโครงการในการออกแบบเราจะใช้ระบบปรับอากาศประเภทCentral Unit ซึ่งเป็นระบบปรับอากาศขนาดใหญ่ แยกการทำงานเป็น3ส่วน คือ

- CENTRIFUGAL MACHINE ประกอบด้วยส่วนทำงานที่เป็นตัวกลางในการถ่ายความร้อนและความเย็นให้กับระบบในการทำงานส่วนอื่น
- AIR HANDING แบ่งได้เป็น2แบบคือ
AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COILเย็น นำอากาศเข้าสู่ห้องโดยตรง
AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COILเย็น แล้วนำลมเย็นผ่านเข้าช่องท่อ และกระจายไปยังส่วนต่างๆของอาคารที่ต้องการปรับอากาศ
- COOLING TOWER UNIT หรือ CONDENSING UNIT เป็นตัวถ่ายเทความร้อนและส่งลมเย็นให้กับ CENTRIFUGAL MACHINE



บรรณานุกรม

1. อริสรา ชัยศุคนมาณ. 2546-2547. "โรงแรมแฟชั่นร่วมสมัย" วิทยานิพนธ์
สถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. www.google.com .
3. www.thaicatwalk.com . ข้อมูลในการเดินแบบของแบรนด์ต่างๆ
4. www.bangkokfashionweek.com

