

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน  
เสนอแนะ โรงนมบุตักฟลายนาว

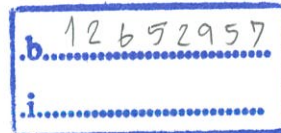
นางสาว อมรรัตน์ กิตติกาสุวรรณ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายในและการวางแผน  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2556 - 2557

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ โรงแรมบูติกฟลายนาว  
Interior Architecture Purpose Design of Flynow Boutique Hotel

นางสาว อมรรัตน์ กิตติกาสุวรรณ

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน.....  
วัน,เดือน,ปี.....



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปี การศึกษา 2552-2553

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติ  
ให้นักศึกษานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์  
บัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน)

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

(ผศ.พิเชฐ โสวิทยสกุล)

คณะกรรมการตรวจสอบนิพนธ์

รศ.พรชัย บุญชยวัฒนา

ประธานกรรมการ

อ.นรินทร์ อัครวิวัฒน์

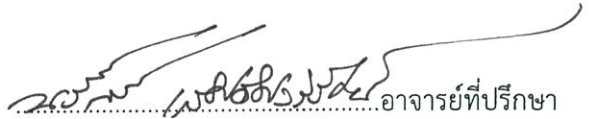
กรรมการและที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.เอกพล ศิวะชนนัท

กรรมการ

อ.วชิรา ธนมาธิตม

กรรมการ

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ นรินทร์ อัครวิวัฒน์)

1. ชื่อนักศึกษา                      นางสาว อมรรัตน์ กิตติกาสุวรรณ  
Miss Amonrat Kittikaosuwan  
รหัส                                      52020166  
ที่อยู่                                    444 ม.1 อ.ศรีวิไล จ.บึงกาฬ 38210  
โทรศัพท์                                084 9399007                      Email p.amonrat.k@gmail.com  
อาจารย์ที่ปรึกษา                      อาจารย์ นรินทร์ อัครวิวัฒน์
2. หัวข้อวิทยานิพนธ์                โครงการเสนอแนะออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน โรงแรมบูติกฟลายนาว  
Interior Architecture Purpose Design of Flynow Boutique Hotel
3. ประเภทชนิดโครงการ             โครงการจริง  
     โครงการปรับปรุง  
     โครงการเสนอแนะ

4. ความเป็นมาและเหตุผลในการเลือก

4.1 ความเป็นมาของโครงการ

Flynow เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2526 ครั้งหนึ่งเหตุการณ์ ฝนตกหนัก น้ำท่วมกรุงครั้งใหญ่ เมื่อปี 2526 เหตุการณ์ที่ใครๆ ได้แต่บ่นเปื้อ แต่ "สมชัย ส่วงวัฒนา" นักธุรกิจหนุ่ม ด้านเสื้อผ้าซึ่งติดอยู่ในห้องถนุ เช่นกันกลับสร้างมุมมองใหม่ เขาบอกกับตัวเองว่า เราจะอยู่อย่างนี้ต่อไปไม่ได้แล้ว ต้อง..... "FLY NOW" และนั่น ได้กลายมา เป็นชื่อสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมยี่ห้อดัง ของไทยในที่สุด

ในปี 1995 ได้เปิดตัว Fly Now by Chamnan ใน London ขึ้น โดยจะส่งผลงานการออกแบบกลับมาให้ช่างไทยเป็นคนเย็บ ปัจจุบัน Fly Now มีกลุ่มตลาดต่างประเทศสำคัญ ได้แก่ อังกฤษ ญี่ปุ่น และฮ่องกง

จาก 200 รายที่เสนอเข้าไป เราก็ได้รับคัดเลือก ให้แสดงแฟชั่นโชว์ บนแคทวอล์ค ในลอนดอน ถือเป็นคนไทยคนแรก ที่ได้ไปแสดงแฟชั่นที่นั่น และปีแรก ก็ได้รับการโหวตให้เป็น top 5 จาก British

ปัจจุบันflynow มีเอกลักษณ์โดดเด่นและชัดเจนมาก เป็นที่นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การสร้างความเป็นตัวตนของแบรนด์ เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้Flynowประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความคิดต่างๆที่จะสามารถต่อยอดธุรกิจและพัฒนาต่อไป ทำให้ธุรกิจขยายตัว และประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว

โครงการเสนอแนะ Flynow Boutique Hotel จะทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์มีความชัดเจนมากขึ้นในทัศนียภาพ นำเสนอภาพลักษณ์ ในรูปแบบของ flynow ได้มากกว่าแค่เป็นสินค้า แต่เป็นการใช้ชีวิต lifestyle ในแบบของ "Flynow"

# FLYNOW

รูปที่ 1 ตราสัญลักษณ์ประจำองค์กร Flynow

4.2. เหตุผลที่เลือกโครงการ

Flynow เป็นแบรนด์เสื้อผ้าเพียงแบรนด์เดียว ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และชัดเจนในเรื่องของlifestyle ที่เหมาะจะจะมีการต่อยอดธุรกิจในด้านอื่นๆได้

เพื่อส่งเสริมธุรกิจประเภทโรงแรม ให้กับแบรนด์ Flynow สนับสนุนแบรนด์ไทย ให้แข็งแรงและเติบโตมากยิ่งขึ้น

เป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่ต้องการความเหมาะสม และสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศของสถานที่ ร่วมกับเอกลักษณ์ของ Flynow

#### 4.3.กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มลูกค้าจาก Flynow ,Flynow Black,FlynowIII,Graden FlynowIII (Brand Royalty,Member) ทั้งในและต่างประเทศ
2. นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางชาวต่างชาติ อายุ25 ปีขึ้นไป ทำงานแควงศิลปะ โฆษณา สถาปนิก หรือนักออกแบบ ที่ต้องการพักผ่อนและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆจากการเดินทาง

#### วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อสร้างทางเลือกของที่พักในย่านกลางใจเมือง ซึ่งจะสร้างความแตกต่างจากโรงแรมในแบบเดิมๆ และดึงดูดลูกค้าและบุคคลภายนอกมาใช้ Facility เพิ่มเติมของโรงแรมได้อีกด้วย

สร้างความชัดเจนให้กับแบรนด์ ที่ให้แตกแขนงไปยังธุรกิจอื่น ๆมากกว่าสินค้า สร้างภาพลักษณ์ ความเป็น แบรนด์ดีให้แข็งแรงยิ่งขึ้น

#### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

โรงแรมflynow จะทำให้แบรนด์fly now เป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งส่งผลไปยังธุรกิจเสื้อผ้าร้านอาหาร ส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ flynow ให้แข็งแรงขึ้น

เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างโรงแรมประเภทบูติกที่แปลกใหม่ในประเทศไทย ให้เป็นระดับสากล จากแบรนด์เสื้อผ้า สู่อธุรกิจ Lifestyle ในรูปแบบโรงแรม

ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดดดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของ flynow

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิทยานิพนธ์

ได้ศึกษาการสร้างแบรนด์ และ เอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) จากแบรนด์เสื้อผ้าคนไทย ที่สามารถก้าวสู่ตลาดโลก และนำมาปรับใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในได้อย่างเหมาะสม

เข้าใจถึงความแตกต่างของโรงแรมแต่ละประเภท รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน กิจกรรมที่เกิดขึ้น มาปรับใช้ประโยชน์

เข้าใจถึงลักษณะงานโครงสร้าง อาคารเดิมที่เป็นอาคารอนุรักษ์ นำมาปรับปรุงใช้ให้เหมาะสมกับการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

## คำนำ

Flynow เป็นแบรนด์สัญชาติไทย เริ่มจากเป็นแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น ต่อมาได้มีการขยายธุรกิจ มาสู่ร้านอาหาร ซึ่งทำให้มีความชัดเจนในเรื่องของ Lifestyle มากกว่าแฟชั่น สิ่งนี้เป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ Flynow สามารถขยายธุรกิจไปยังแขนงอื่นๆได้อย่างไม่รู้จักจบ ซึ่งโรงแรมเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่จะทำให้ Greyhound มีความชัดเจนมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นและเป็นไปได้จริง Flynow เป็นแบรนด์ที่มีจุดยืนชัดเจน และมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกทั้งในประเทศ และต่างประเทศ จึงง่ายต่อการเป็นที่รู้จัก และมีโอกาสที่โรงแรมจะประสบความสำเร็จได้

โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเสนอแนะ โรงแรมบูติกฟลายนาว ได้นำเสนอภาพรวมของโรงแรม ที่มาและข้อมูลทั้งหมด ที่ได้มาจากทางบริษัท Flynow ถูกนำมาเรียบเรียง และปรับใช้ ออกมาในรูปแบบของโรงแรมบูติกแนวใหม่ ที่ผสมผสานระหว่าง งานศิลปะ งานโมเดิร์น บนอาคารยุคเก่า เรียบหรู ไม่น่าเบื่อ โดยภาพรวมยังคงความเป็น Flynow ด้วยโทนสี วัสดุ ที่มีความดิบ แต่ประณีตในรายละเอียด ข้าพเจ้าหวังโครงการวิทยานิพนธ์นี้จะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ค้นคว้าไม่มากนัก

หากผิดพลาดประการใด ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย  
อมรรัตน์ กิตติกาสุวรรณ

## กิตติกรรมประกาศ

“ขอบคุณ ขอบคุณ ขอบคุณ  
ขอบคุณจากใจमेอร์คิง”

## สารบัญชั่วคราว

		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ความเป็นมาของโครงการและเหตุผลในการเลือกโครงการ	1
	- ความเป็นมาของโครงการ	1
	- เหตุผลที่เลือกโครงการ	2
	- กลุ่มเป้าหมาย	2
	1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
	1.3 รายละเอียดที่ตั้งโครงการ	3
	1.4 ลักษณะอาคารของโครงการ	4
	1.5 ขอบเขตของโครงการและขอบเขตของวิทยานิพนธ์	6
	1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2	ข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบ	8
	2.1 ความหมายของโรงแรมประเภทบูติก	8
	2.2 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร (อาคารอนุรักษ์)	12
	2.4 ข้อมูลของทั่วไปของ Flynow	14
	- ประวัติความเป็นมาของ Flynow	14
	- Brand Essence และ Brand style	15
	- ความหมายของ life style brand	16
	2.5 กรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ	18
	- กรณีศึกษา The Heritage Baan Silom	18
	- กรณีศึกษา Ten Face hotel	18
	- กรณีศึกษา Luxx Hotel	20
	- กรณีศึกษา Phrannakorn nornlen Hotel	20
	- กรณีศึกษา Rachamankha Hotel	
	2.6 กรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ	
	- กรณีศึกษา Greyhound café สาขาชิดลม	22
	- กรณีศึกษา Qi Salon & Spa	22
	- กรณีศึกษา 3 Starbuck สาขาถนนข้าวสาร	23

บทที่ 3	พฤติกรรมและพื้นที่ที่ต้องการ	24
	3.1 พฤติกรรมผู้รับบริการ	24
	3.2 พฤติกรรมผู้ให้บริการ	26
	3.3 สายงานการบริหารและอัตรากำลัง	32
	3.4 สรุปรูปขนาดพื้นที่ใช้สอยทั้งหมดภายในโครงการ	50
บทที่ 4	ระบบสภาพแวดล้อมภายในและวัสดุ	54
	4.1 ระบบแสง และการควบคุม	54
	4.2 ระบบเสียง และการควบคุม	57
	4.3 ระบบไฟฟ้า	61
	4.4 ระบบสุขาภิบาล	62
	4.5 ระบบรักษาความปลอดภัย และอัคคีภัย	63
	4.6 ระบบปรับอากาศและควบคุม	64
	4.7 ระบบอุปกรณ์พิเศษ	66
	4.8 ลักษณะวัสดุที่ใช้ตกแต่งอาคารของโครงการ	68
บทที่ 5	การวิเคราะห์และการออกแบบ	71
	5.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการ	71
	5.2 การวิเคราะห์อาคารของโครงการ	72
	5.3 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่	76
	5.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการใช้พื้นที่แต่ละส่วน และขนาด	77
	5.5 การวิเคราะห์ตำแหน่งการใช้สอยพื้นที่	78
บทที่ 6	รายละเอียดการออกแบบ	79
	6.1 แนวความคิดในการออกแบบ	79
	6.2 การออกแบบ	80
	กิตติกรรมประกาศ	81
	บรรณานุกรม	82

## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาของโครงการและเหตุผลในการเลือกโครงการ

#### ความเป็นมาของโครงการ

Flynow เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2526 ครั้งหนึ่งเหตุการณ์ ฝนตกหนัก น้ำท่วมกรุงครั้งใหญ่ เมื่อปี 2526 เหตุการณ์ที่ใครๆ ได้แต่บ่นเปื้อ แต่ "สมชัย ส่งวัฒนา" นักธุรกิจหนุ่ม ด้านเสื้อผ้าซึ่งติดอยู่ในห้องถนน เช่นกันกลับสร้างมุมมองใหม่ เขาบอกกับตัวเองว่า เราจะอยู่อย่างนี้ ต่อไปไม่ได้แล้ว ต้อง..... "FLY NOW" และนั่น ได้กลายมา เป็นชื่อสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมยี่ห้อดัง ของไทยในที่สุด

ในปี 1995 ได้เปิดตัว Fly Now by Chamnan ใน London ขึ้น โดยจะส่งผลงานการ ออกแบบกลับมาให้ช่างไทยเป็นคนเย็บ ปัจจุบัน Fly Now มีกลุ่มตลาดต่างประเทศสำคัญ ได้แก่ อังกฤษ ญี่ปุ่น และฮ่องกง

จาก 200 รายที่เสนอเข้าไป เราก็ได้รับคัดเลือก ให้แสดงแฟชั่นโชว์ บนแคทวอล์ค ในลอนดอน ถือเป็น คนไทยคนแรก ที่ได้ไปแสดงแฟชั่นที่นั่น และปีแรก ก็ได้รับการโหวตให้เป็น top 5 จาก British

ปัจจุบันflynow มีเอกลักษณ์โดดเด่นและชัดเจนมาก เป็นที่นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การสร้างความเป็นตัวตนของแบรนด์ เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้Flynowประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความคิดต่างๆที่จะสามารถต่อยอดธุรกิจและพัฒนาต่อไป ทำให้ธุรกิจขยายตัว และประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว

โครงการเสนอแนะ Flynow Boutique Hotel จะทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์มีความ ชัดเจนมากขึ้นในทัศนียภาพ นำเสนอภาพลักษณ์ ในรูปแบบของ flynow ได้มากกว่าแค่เป็นสินค้า แต่ เป็นการใช้ชีวิต lifestyle ในแบบของ “Flynow”

# FLYNOW

รูปที่ 1 รูปแบบอักษรสัญลักษณ์ของแบรนด์

### เหตุผลที่เลือกโครงการ

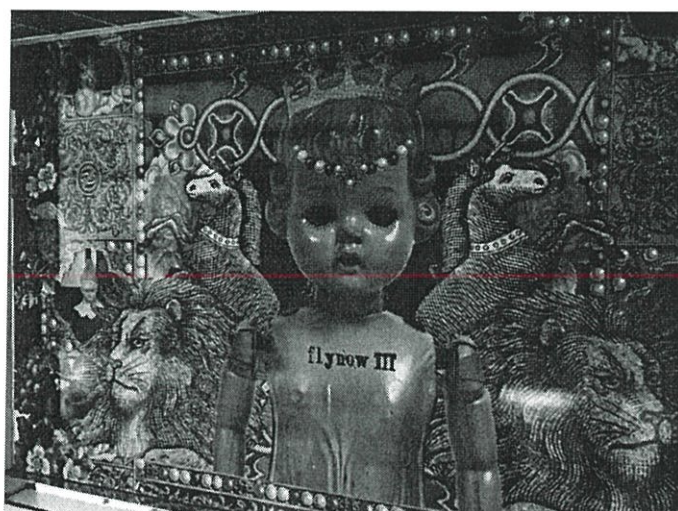
Flynow เป็นแบรนด์เสื้อผ้าเพียงแบรนด์เดียว ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และชัดเจนในเรื่องของlifestyle ที่เหมาะสมจะมีการต่อยอดธุรกิจในด้านอื่นๆได้

เพื่อส่งเสริมธุรกิจประเภทโรงแรม ให้กับแบรนด์ Flynow สนับสนุนแบรนด์ไทย ให้แข็งแรง และเติบโตมากยิ่งขึ้น

เป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่ต้องการความเหมาะสม และสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศของสถานที่ ร่วมกับเอกลักษณ์ของ Flynow

### กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะ และความต้องการ
<p>กลุ่มลูกค้าจาก Flynow ,Flynow Black,FlynowIII,Graden FlynowIII (Brand Royalty,Member) ทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางชาวต่างชาติ อายุ25 ปีขึ้นไป ทำงานแวดวงศิลปะ โฆษณา สถาปนิก หรือนักออกแบบ ที่ต้องการพักผ่อนและแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ และแรงบันดาลใจในการทำงาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องการท่องเที่ยว พักผ่อน</li> <li>- ต้องการประสบการณ์ในการเข้าพัก</li> <li>- ต้องการใช้พื้นที่ทำกิจกรรมชั่วคราว</li> </ul>



## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

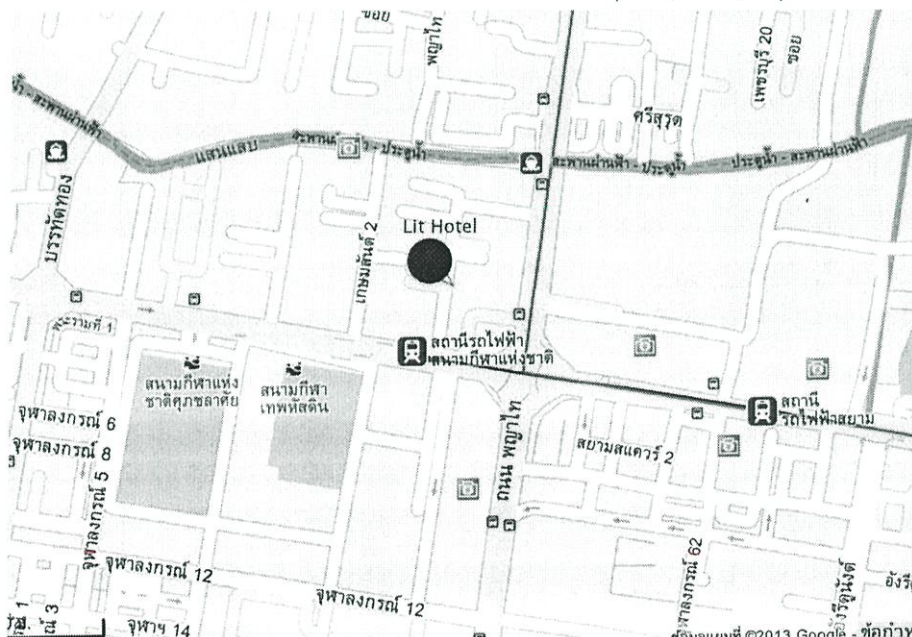
1. เพื่อส่งเสริมธุรกิจประเภทโรงแรม สร้างทางเลือก ของที่พักในย่านกลางใจเมือง BRAND HOTEL จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่จะสร้างความแตกต่างด้วย FACILITY และ DESIGN สร้างความชัดเจนให้กับแบรนด์ Flynow ขยายกลุ่มลูกค้า
2. สร้างทางเลือกในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อีกรูปแบบ สนับสนุนแบรนด์ไทย ให้แข็งแกร่งและเติบโตมากยิ่งขึ้น
3. เป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่ต้องการความเหมาะสม และสัมพันธ์ระหว่างบรรยากาศของสถานที่ ร่วมกับเอกลักษณ์ของ Flynow

## 1.3 รายละเอียดที่ตั้งโครงการ

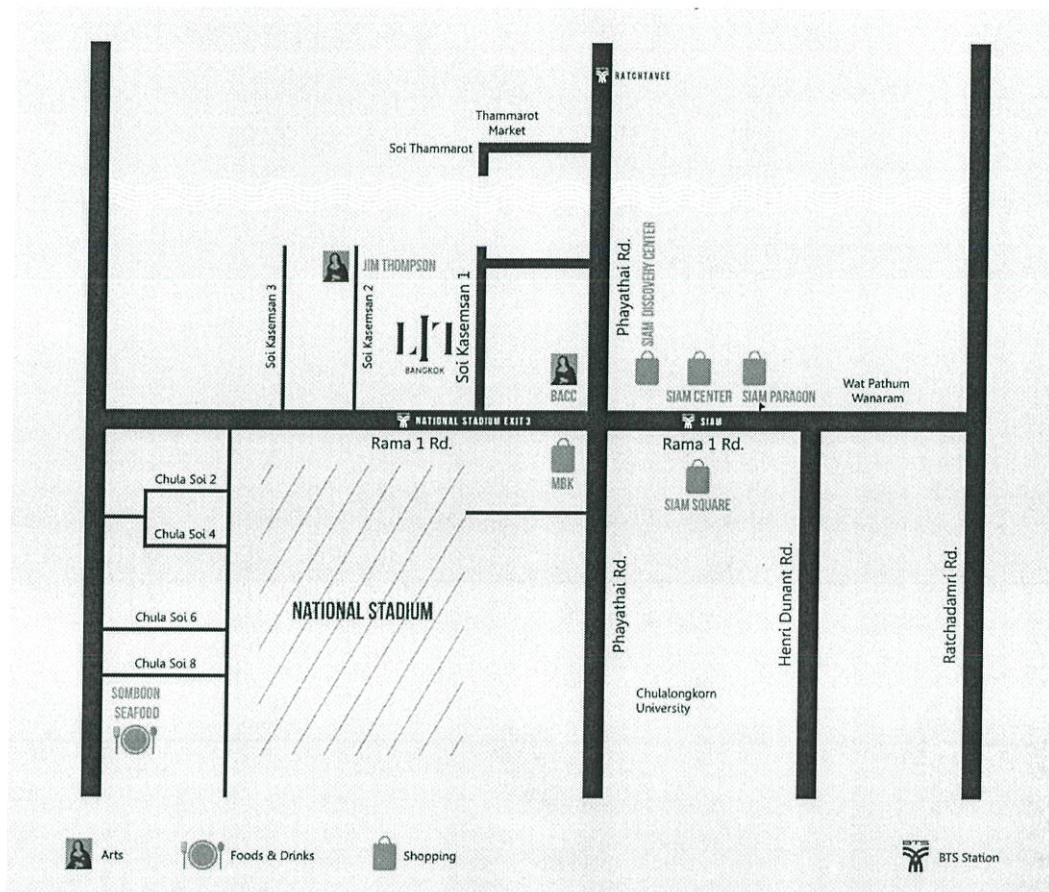
### ตำแหน่งที่ตั้ง

ชื่อโครงการ Lit Hotel

สถานที่ตั้ง 36/1 ซอยเกษมสันต์1 ถ.พระราม1 ปทุมวัน, สยาม, กรุงเทพฯ



รูปที่ 1 สถานที่ตั้งอาคาร



รูปที่ 2 และสถานที่บริเวณใกล้เคียง

### เหตุผลในการเลือกที่ตั้งโครงการ

1. อยู่ในทำเลที่ดี ใจกลางเมือง
2. การคมนาคมสะดวก สามารถเดินทางมาได้หลากหลายเส้นทาง
3. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เป็นแหล่งชุมชนกลางใจเมือง
4. เป็นสถานที่กลุ่มลูกค้าเดียวกับสินค้า

### การเข้าถึงโครงการ

1. รถประจำทาง
2. รถไฟฟ้า- สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ
3. แอร์พอร์ตลิงค์ - สถานีพญาไทย ต่อรถไฟฟ้า
6. รถยนต์ส่วนตัว

สภาพแวดล้อมโดยรอบของโครงการ



รูปที่ 3 แสดงพื้นที่โดยรอบและทัศนียภาพโดยรอบ



รูปภาพที่ 4 บริเวณพื้นที่และทัศนียภาพโดยรอบ

## 1.5 ขอบเขตของโครงการและขอบเขตของวิทยานิพนธ์

### 1. Front of the House

- |   |                  |
|---|------------------|
| 1.1. ส่วนต้อนรับ (Front Office)                                 | 70.21 ตารางเมตร  |
| 1.2. ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage Restaurant) |                  |
| - Restaurant  | 190.30 ตารางเมตร |
| - Cafe  | 268.41 ตารางเมตร |
| 1.3. ส่วนบริการพิเศษ (Special Accommodation)                    |                  |
| - Make Over   | 215.07 ตารางเมตร |
| - Flynow Shop   | 98 ตารางเมตร     |
| 1.4. ส่วนห้องพัก (Accommodation)                                | 1290 ตารางเมตร   |
| 1.5. จอดรถ (Parking)  |                  |

### 2. Back of the House 880 ตารางเมตร

#### 2.1. ส่วนบริหาร

- |                           |                |
|---------------------------|----------------|
| - ฝ่ายบริหาร              | - ฝ่ายจัดซื้อ  |
| - ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม | - ฝ่ายขาย      |
| - ฝ่ายบุคคล               | - ฝ่ายวิศวกรรม |
| - ฝ่ายประชาสัมพันธ์       | - ฝ่ายการเงิน  |
| - ฝ่ายห้องพัก             | - ฝ่ายแผนงาน   |

#### 2.2. ส่วนบริการ

- Service Entrance
- Staff Facility
- Room Service
- House Keeping
- Laundry area
- Storage
- Engineering Service
- Food Preparation Service
- Parking Service

## 1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. โรงแรม Flynow จะทำภาพลักษณ์ของแบรนด์แข็งแกร่งขึ้น
  2. เป็นการเปิดตลาดให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าใหม่ ให้อู้และเข้าใจในเรื่องราวและ comcept ของแบรนด์มากขึ้นผ่านทางทัศนียภาพ
  - 3 ส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในและต่างประเทศ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิทยานิพนธ์

1. ได้ศึกษาการสร้างแบรนด์ และ เอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) จากบริษัท เสื้อผ้าแฟชั่นคนไทย ที่กำลังก้าวไปสู่ตลาดโลก และนำมาปรับใช้ในสถาปัตยกรรมภายในได้อย่างเหมาะสม
2. เข้าใจลักษณะความแตกต่างของโรงแรมแต่ละประเภท รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน กิจกรรมที่เกิดขึ้น มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
3. เข้าใจถึงลักษณะงานโครงสร้างอาคารเดิทที่เป็นอาคารอนุรักษ์ นำมาปรับปรุงใช้ให้เหมาะสมกับการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

## บทที่ 2

### ข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบ

#### 2.1 ความหมายของโรงแรมประเภทบูติก

คำว่า Boutique มีรากศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศส แปลว่า ร้านเล็กๆ หรือแผนกหนึ่งที่ขายเสื้อผ้าเครื่องแต่งตัวที่ทันสมัย โดยชาวอเมริกา เป็นชาติแรกที่นำคำคุณศัพท์นี้ มาอธิบายลักษณะของ โรงแรมขนาดเล็ก ที่ต่างจากโรงแรม Chain ดังนั้น Boutique Hotel น่าจะหมายถึงโรงแรมขนาดเล็ก ที่มีความทันสมัย หรือร่วมสมัย

Boutique Hotel คือโรงแรมขนาดเล็ก ที่มีจำนวนห้องไม่เกิน 100 ห้อง แต่ละห้องอาจมีขนาดใหญ่ ใช้พื้นที่แบบ The Best Out of Small Spaces ไม่เน้นตอบสนอง Lifestyle และความ ต้องการของนักเดินทางแบบ Business Traveler แต่โรงแรม Boutique Hotel จะให้ความสำคัญกับ บริการ และความสะอาดมากกว่า เพราะโรงแรมมีขนาดเล็ก พนักงานใส่ใจรายละเอียดของลูกค้าแต่ ละคนได้อย่างทั่วถึง

Boutique Hotel จะมี design ที่โดดเด่น มีTheme ที่น่าสนใจ มีบุคลิกความเป็นตัวตนของ โรงแรมอย่างชัดเจน Design ของโรงแรม จะสะท้อนบุคลิก Lifestyle และตัวตนของผู้มาพัก ส่วน ใหญ่นิยมจับกลุ่มนักเดินทางระดับบน เพื่อขยับราคาเป็น “Premium-priced hotel” ระบบอินเทอร์เน็ตที่ก้าวหน้า ทำให้นักเดินทางจากทุกมุมโลก สามารถเข้าถึงการจองโรงแรม Boutique Hotel ได้มากขึ้น จึงเป็นปัจจัยบวกต่อกระแสนิยมโรงแรมประเภทนี้มากขึ้น สิ่งสำคัญของ Boutique Hotel คือ บุคลิกความเป็นตัวของตัวเอง มีดีไซน์ที่เป็นเอกลักษณ์ และบริการแบบเฉพาะ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ ของกลุ่มเป้าหมาย (customized service)

กลยุทธ์ทางการตลาด มีการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ผ่านทางเว็บไซต์ ส่วนใหญ่จะมุ่ง ขยายประสบการณ์ และภาพลักษณ์ของความเป็นบูติก เชื่อมโยงกับความงามทางประวัติศาสตร์ หรือ ท้องถิ่น (Locality) ของทำเลนั้น นอกจากนี้ สื่อมวลชนหรือผู้นำทางความคิด โดยเฉพาะด้านแฟชั่น และไลฟ์สไตล์ หรือเป็น Celebrity ของกลุ่มเป้าหมายก็เป็นอีกวิธีหนึ่ง ที่นิยมทำ เพราะเพิ่มความ น่าเชื่อถือ และความทันสมัยให้กับโรงแรม

สถาปัตยกรรมการออกแบบมีสไตล์ที่แตกต่าง อบอุ่น ใกล้ชิดกับผู้มาพัก ห้องพักมีลักษณะ แตกต่างกันในการออกแบบ ทุกห้องมักมีการตกแต่งที่ต่างกัน มีการผสมผสานทางสถาปัตยกรรมกับ สิ่งที่ยอมรับว่าเป็นสิ่งหรูหราในปัจจุบัน ทำเลที่ตั้งมักตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ อยู่ใกล้ทำเลที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปะ วัฒนธรรม แฟชั่น หรือย่านที่เป็นที่นิยมของกลุ่มคนสมัยใหม่ (Trendy) เป็นที่นิยมของนัก เดินทาง

เดิมเชื่อกันว่า โรงแรมบูติกเกิดครั้งแรกในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษราว 20 กว่าปีมาแล้ว ซึ่งในช่วงเวลานั้น เป็นเวลาที่โรงแรมเชน (chain hotel) ซึ่งเน้นความหรูหราและมีขนาดใหญ่ เป็น

แบบ conventional หรือ business hotel รุกเข้าสู่ลอนดอนและยุโรปอย่างหนัก และเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว เรียกว่าตลาดโรงแรมของยุโรปและของโลกตอนนั้นเป็นการแย่งชิงพื้นที่กันเอง ระหว่างโรงแรมเซ็กซี่ซึ่งส่วนมากมาจากอเมริกา โดยแข่งกันที่จำนวนห้อง ความหรูหรา และบริการด้วยมาตรฐานความสะดวกสบายครบวงจร (บางครั้งก็เกินความต้องการ)

ขณะที่ไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางยุคใหม่เริ่มเปลี่ยนแปลงสวนทางและหลากหลายมากขึ้น ความคาดหวังจากการเดินทางไม่ใช่แค่ความสะดวกสบาย และการได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็น “ประสบการณ์” การเดินทางที่แตกต่าง ดังนั้น โรงแรมของคนกลุ่มนี้จึงไม่ใช่เพียงสถานที่หลับนอน แต่จะเป็นส่วนหนึ่งในประสบการณ์เดินทาง สำหรับโรงแรมเซ็กซี่ที่เน้นความมีมาตรฐานเดียวกันทุกแห่ง ทั่วทุกมุมโลก จึงไม่ใช่คำตอบของนักเดินทางกลุ่มนี้ซึ่งนับวันจะยิ่งเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนผู้บริโภคที่นิยมความเป็นปัจเจก

โรงแรมขนาดเล็กที่ใช้เงินทุนไม่มาก แต่ชดเชยด้วยการลงทุนทางด้านความคิดสร้างสรรค์ในการดีไซน์ และการใส่ใจในเรื่องบริการทดแทน จึงเป็นทางออกที่ลงตัวสำหรับเจ้าของเงินทุนรายเล็ก ในการแข่งขันกับโรงแรมเซ็กซี่ที่มีอำนาจทุนและการตลาดมากกว่า และตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้ดีกว่า จึงกลายเป็น “โรงแรมทางเลือก” สำหรับนักเดินทางยุคใหม่ที่แสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่าง โดยอเมริกาเป็นชาติแรกที่เรียกโรงแรมลักษณะดังกล่าวด้วย

ในช่วง 5-7 ปีที่ผ่านมา โรงแรมบูติกเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว กระจายตัวทั่วทุกมุมโลก และได้รับความนิยมทั่วโลก ทั้งนี้เพราะทัศนคติการแสดง “ตัวตน” ผ่านโรงแรมที่เข้าพิกัดดังกล่าว “you are where you stay” และไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายของนักเดินทางจึงเกิดโรงแรมบูติกที่มีความหลากหลาย (โดยเฉพาะเรื่องการดีไซน์) เพื่อตอบสนองกับไลฟ์สไตล์และ “ตัวตน” ที่แตกต่างของนักเดินทางแต่ละกลุ่ม

อุปนิสัยของระบบอินเทอร์เน็ตที่ก้าวหน้าและครอบคลุมมากขึ้น ทำให้นักเดินทางจากทุกมุมโลกรู้จักและเข้าถึงการจองของโรงแรมบูติกเหล่านี้ได้มากขึ้นตามไปด้วย ประกอบกับบริษัทที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีการจองและการตลาดเพื่อกลุ่มโรงแรมบูติกที่มีมากขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยบวกต่อกระแสนิยมโรงแรมบูติก

สำหรับประเทศไทย บอกต่อกันมาว่าโรงแรมบูติกมีมาแล้วร่วม 10 ปี แต่โรงแรมที่อ้างตัวเองเป็น “บูติก” หลายแห่งมักมุ่งเน้นแค่การดีไซน์ และไม่ใส่ใจกับคอนเซ็ปต์เน้นเรื่องบริการในสไตล์โรงแรมบูติก เจ้าของโรงแรมบางแห่งยังเข้าใจผิดว่า ดีไซน์ของโรงแรมบูติกคือ สไตล์บาห์ลี หรือสไตล์ minimalist เท่านั้น และบางแห่งก็ลอกเลียนแบบดีไซน์มาจากโรงแรมอื่น จึงขาดบุคลิกความเป็นตัวเองซึ่งเป็นคอนเซ็ปต์สำคัญของ “โรงแรมบูติก”

ในยุคแรกที่โรงแรมบูติกเป็นทางออกของผู้ประกอบการที่มีเงินทุนจำกัด โรงแรมจึงมีขนาดเล็ก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มาก และมักมีเจ้าของเป็นผู้บริหารกิจการเอง แต่ระยะหลังซึ่งเป็นยุคเฟื่องฟูของโรงแรมประเภทบูติก ขนาดและจำนวนห้องไม่ใช่ประเด็นอีกต่อไป และหลายแห่งเริ่มให้

เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักธุรกิจมากขึ้นเพื่อตอบรับไลฟ์สไตล์การเดินทางของนักธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์และบริการแบบเฉพาะเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย (customized service) ถือเป็นเอกลักษณ์สำคัญของโรงแรมบูติก

ปัจจุบัน ดีไซน์ที่ดีที่สุดเป็นเพียงคุณสมบัติขั้นต้นของทุกโรงแรมไม่เฉพาะ “บูติก” เพราะดีไซน์กลายเป็นรสนิยมของผู้บริโภค และทุกโรงแรมต่างก็แข่งขันในเรื่องดีไซน์ ดังนั้น การดีไซน์ (ภายนอกและภายใน) ของโรงแรมบูติกจึงยิ่งต้องแตกต่างและโดดเด่น จนเป็นเอกลักษณ์ของโรงแรมซึ่งอาจเกิดจากบุคลิกที่เป็นตัวเองของโรงแรม เช่น รีสอร์ททรงกล่องสีปูนฉาบของ Costa Lanta ซึ่งแสดงถึงบุคลิกเรียบง่ายของเจ้าของและสถาปนิก หรือเกิดจากธีมในการดีไซน์โรงแรม เช่น “เมืองกูเรป็น” ที่มีธีมดีไซน์รายละเอียดของโรงแรมมาจากเรื่องอิเหนา หรือเอกลักษณ์ที่ว่าอาจมาจากความงามและกลิ่นอายท้องถิ่นของทำเล เช่น The Chedi รีสอร์ทที่ซุกตัวอยู่ในอ้อมอกภูเขาและทะเล

นอกจากดีไซน์จะสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับโรงแรม ยังเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์โรงแรมได้เป็นอย่างดี เพราะดีไซน์ที่แตกต่างทำให้โรงแรมโดดเด่นเป็นที่สังเกต จดจำ และกระตุ้นให้คนที่ชื่นชมคอนเซ็ปต์การดีไซน์อยากเข้ามาทดลองพัก ขณะเดียวกันดีไซน์ของโรงแรมก็สะท้อนบุคลิกไลฟ์สไตล์ และ “ตัวตน” ของผู้มาพัก จึงไม่แปลกที่โรงแรมบูติกที่มีดีไซน์เก๋ หรือ “ฮิป” จะกลายเป็นที่สังสรรค์ของคนในวงการบันเทิง แฟชั่น โฆษณา และวงการที่ใช้ความสร้างสรรค์ หรือเป็นศูนย์รวม “ชาวฮิป” (กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความเป็นตัวของตัวเอง และชอบแสดง “ตัวตน” ออกมา)

แต่ดีไซน์ไม่พอสำหรับ “ความเป็นบูติก” บริการเป็นอีกคุณสมบัติสำคัญที่โรงแรมบูติกต้องมี บริการแบบครบวงจรสะดวกสบายเช่นโรงแรมหรูทั่วไปอาจไม่จำเป็นสำหรับโรงแรมบูติก แต่บริการที่ตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการส่วนบุคคล (personalized service) รวมถึงความใส่ใจในบริการเล็กๆ น้อยๆ ที่เหนือความคาดหมายของแขกต่างหากที่เป็นลักษณะของ “บูติก” และที่ทำเช่นนี้ได้ก็เพราะจำนวนห้องน้อย แขกจึงไม่มากนัก พนักงานจึงสามารถเอาใจใส่กับทุกรายละเอียดในการบริการได้ไม่ยาก

ดังนั้น พนักงานจึงเป็นกุญแจสำคัญ ทั้งนี้ มาตรการที่โรงแรมบูติกส่วนใหญ่ใช้คัดเลือกพนักงานบริการคือ ทักษะติดต่อและบริการและต่อโรงแรม มากกว่าประสบการณ์ที่พนักงานมี และเลือกคนที่มีบุคลิกที่ไปได้ดีกับบุคลิกของโรงแรม เช่น พนักงานโรงแรม The Metropolitan มีบุคลิกมั่นใจ กล้าสบตาขณะพูด ก็สอดคล้องกับบุคลิกโรงแรมที่เสนอ “ความเป็นคนรุ่นใหม่” บ่อยครั้งจะเห็นคนท้องถิ่นกลายเป็นพนักงานส่วนใหญ่ของโรงแรม ก็เพื่อสร้างความกลมกลืนกับบรรยากาศของสถานที่ ส่วนสิ่งสำคัญที่โรงแรมต้องปลูกฝังให้พนักงานก็คือ คอนเซ็ปต์ของโรงแรมบูติกนั่นเอง

ความสำเร็จของโรงแรมบูติกวันนี้อยู่ที่ความสามารถในการตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ และ “ตัวตน” ของนักเดินทางกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด พร้อมด้วยการพัฒนาดีไซน์และบริการอย่างสม่ำเสมอเพราะองค์ประกอบของตลาดและอุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

กลุ่มเป้าหมาย : โรงแรมบูติกมักตั้งกลุ่มเป้าหมายเป็นคนรุ่นใหม่ที่ชอบความแตกต่าง และ

นิยมเป็นตัวของตัวเอง รวมทั้งต้องการแสดงออกซึ่งไลฟ์สไตล์และ “ตัวตน” ผ่านรูปแบบการเดินทาง ซึ่งคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว หรือคนที่มี “ใจหนุ่ม” และมีหน้าที่การงานและรายได้ดี ทั้งนี้ เพราะโรงแรมบูติกหลายแห่งมีราคาสูง บางแห่งราคาอาจสูงเกือบเท่าโรงแรมหรู แต่ถึงจะแพงกระแส “บูติก” ก็ยังมาแรงด้วย คุณค่าการบริโภคในแง่ของการแสดง “ตัวตน” และตอบสนองไลฟ์สไตล์ของตนผ่านตัวสินค้าที่บริโภค

ที่ผ่านมา โรงแรมบูติกหลายแห่งมักเป็นที่นิยมชื่นชมของกลุ่มคนจากวงการบันเทิง แฟชั่น โฆษณา และวงการอื่นๆ ที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ มาใช้บริการเพื่อหาแรงบันดาลใจจากดีไซน์ของ โรงแรม รวมถึงกลุ่มคนที่มีความเป็นตัวเองสูง หรือ “hip” ก็มักนิยมโรงแรมลักษณะนี้ ซึ่งคนสองกลุ่มนี้มักเป็นผู้นำแฟชั่นหรือต้นแบบไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ หรือ trend setter ในสังคม ประสบการณ์ในโรงแรมของพวกเขาจึงมักถูกใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโรงแรมไปด้วย

กลยุทธ์การตลาด : จากข้อจำกัดด้านเงินทุน และสาขาซึ่งไม่มี (มาก) เหมือนโรงแรมเซน กลยุทธ์หนึ่งที่ใช้คือการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง หรือผ่านเว็บไซต์ โดยเนื้อหาส่วนใหญ่มุ่งที่จะขาย ประสบการณ์และภาพลักษณ์ของ “ความเป็นบูติก” เชื่อมโยงกับความงาม ประวัติศาสตร์ หรือความเป็นท้องถิ่น (locality) ของทำเลตรงนั้น นอกจากนี้ “word-of-mouth” โดยสื่อมวลชนหรือผู้นำทางความคิด (opinion leader) โดยเฉพาะทางด้านแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ หรือ celebrity ของกลุ่มเป้าหมายก็เป็นอีกวิธีที่นิยมทำ เพราะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ และความทันสมัยให้กับโรงแรม

โรงแรมบูติกหลายแห่งใช้บริการ หรือเป็นสมาชิกบริษัทที่ให้บริการด้านเทคโนโลยี การตลาด และประชาสัมพันธ์ในตลาดโลกให้กับโรงแรมกลุ่มนี้ โดยบริษัทเหล่านี้จะเข้ามารวบรวมโรงแรมบูติกเป็นกลุ่มก้อน แล้วทำการตลาดไปทั่วโลกให้กับโรงแรมสมาชิก อันเป็นการประยุกต์มาจากจุดแข็งด้านการตลาดของโรงแรมเซน ปัจจุบัน บริษัทลักษณะนี้มีอยู่มากมายในตลาดโลก เช่น The Small Luxury Hotels of the World, SRS-World hotels และ Design Hotels TM เป็นต้น (ที่มา : Positioning Magazine กันยายน 2547)

## 2.2 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร และพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

### 2.2.1 เทศบัญญัติ และข้อปฏิบัติกรุงเทพมหานคร

ตัดเอาส่วนที่มีใจความ และส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ได้แก่

#### ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร

เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ดัดแปลง ใช้ หรือเปลี่ยนแปลงการใช้อาคารบางชนิด หรือบางประเภทภายในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอก ในท้องที่แขวงชนะสงคราม แขวงตลาดยอด แขวงศาลเจ้าพ่อเสือ แขวงบวรนิเวศ แขวงเสาชิงช้า แขวงราชพิพิธ แขวงสำราญราษฎร์ และแขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530

โดยที่เห็นเป็นการสมควรมีข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร อาศัยอำนาจความในมาตรา 9 และ มาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และมาตรา 97 แห่งพระราชบัญญัติ ระเบียบบริหารราชการ กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2528 กรุงเทพมหานครโดยความเห็นชอบของสภา กรุงเทพมหานคร จึงตราข้อบัญญัติไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบัญญัตินี้เรียกว่า “ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กำหนดบริเวณห้าม ก่อสร้าง ดัดแปลง ใช้ หรือเปลี่ยนแปลงการใช้อาคารบางชนิดหรือบางประเภทภายในบริเวณกรุง รัตนโกสินทร์ชั้นนอก ในท้องที่แขวงชนะสงคราม แขวงตลาดยอดแขวงศาลเจ้าพ่อเสือ แขวงบวรนิเวศ แขวงเสาชิงช้า แขวงราชบพิธ แขวงสำราญราษฎร์ และแขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530”

ข้อ 3 ในข้อบัญญัตินี้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการ คือ

( ก ) “บริเวณที่ 1 “หมายความว่าพื้นที่ในบริเวณระหว่างทิศตะวันออกเฉียงเหนือจุดกึ่งกลาง คลองรอบกรุง(คลองบางลำพู) และถนนพระสุเมรุ ทิศตะวันตกเฉียงเหนือกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาทิศ ใต้จดถนนราชดำเนินกลาง ทิศตะวันตกเฉียงใต้จดถนนเจ้าฟ้า

ข้อ 4 ให้ผู้ว่ากรุงเทพมหานครรักษาการตามข้อบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจตามข้อบังคับ ระเบียบคำสั่งเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามข้อบัญญัตินี้

ข้อ 5 ภายในบริเวณที่ 1 บริเวณที่ 2 บริเวณที่ 3 ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้าง หรือ ดัดแปลงอาคารบางชนิดหรือบางประเภทต่อไปนี้

1. โรงงานว่าด้วยกฎหมายโรงงาน
2. อาคารที่ใช้ประกอบการค้า ซึ่งเป็นที่รังเกียจหรืออาจเป็นอันตรายแก่สุขภาพตาม กฎหมายว่าด้วยสาธารณสุข
3. สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ
4. โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม
5. โรงมหรสพตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันภัยอันตรายอันเกิดแต่การเล่นมหรสพซึ่ง เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ
6. สถานที่เก็บสินค้าที่มีพื้นที่เกิน 80 ตารางเมตร
7. ภัตตาคารที่มีพื้นที่ตั้งโต๊ะอาหารเกิน 300 ตารางเมตร

### 2.2.2 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร โดยประกาศกรุงเทพมหานคร

ตัดเอาส่วนที่มีใจความ และส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการว่าด้วยการกำหนดรูปแบบทางสถาปัตยกรรม ได้แก่

ประกาศกรุงเทพมหานคร

เรื่องกำหนดแปลน แผนผัง และกำหนดรูปแบบทางสถาปัตยกรรม

ของห้องแถว ตึกแถว ภายในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอก

เพื่อส่งเสริมดำรงรักษาและบูรณะสถานที่หรือวัตถุที่มีประโยชน์หรือมีคุณค่าในทางศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี ภายในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอกให้คงอยู่เป็นมรดกของชาติ สืบไป อาศัยอำนาจตามความในข้อ 5(10)แห่งข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องกำหนดแผนผัง และกำหนดรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของห้องแถว ตึกแถว ภายในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอก ในท้องที่แขวงชนะสงคราม แขวงตลาดยอด แขวงศาลเจ้าพ่อเสือ แขวงบวรนิเวศ แขวงเสาชิงช้า แขวงราชบพิธ แขวงสำราญราษฎร์ และแขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530

1. ความกว้าง ความลึกของห้อง ที่ว่าง แนวอาคาร และระยะต่าง ๆ ของอาคาร ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยอาคาร
2. ที่จอดรถให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยที่จอดรถยนต์
3. ลักษณะทางสถาปัตยกรรม
  - (1) หลังคา ให้เป็นหลังคาทรงจั่ว หรือปั้นหยา มีความลาดเอียงด้านหน้าเข้าหาถนน ด้านหน้าอาคารไม่น้อยกว่า 30 องศา และระยะแนวราบจากกึ่งกลางเสาด้านหน้าถึงแนวสันหลังคาไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของความลึกห้อง และต้องไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร มุงด้วยกระเบื้องสีแดง(สีอิฐ)หรือสีเทา หรือสีเทาโดยให้เลือกสีใดสีหนึ่งของอาคารแต่ละแถว
  - (2) ให้ความสูงใต้กันสาดชั้นล่างเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วย กฎหมายอาคาร และให้มี ความลาดเอียงของกันสาดไม่ต่ำกว่า 8 องศา มุงด้วยกระเบื้องชนิดและสีเหมือนหลังคา
  - (3) กันสาดเหนือขอบหน้าต่าง มีความลาดเอียงของกันสาดไม่ต่ำกว่า 8 องศา มุงด้วยกระเบื้องชนิดและสีเหมือนหลังคา
  - (4) ประตู หน้าต่างด้านหน้า ขนาด ระยะ และสัดส่วนให้เหมือนอาคารเดิมหรืออาคารข้างเคียง
  - (5) สีภายนอกของอาคารแต่ละแถวให้ใช้สีครีม หรือสีเนื้อ เหนือสีเทาอ่อน หรือสีขาว
  - (6) ผนังภายนอกอาคาร ให้ก่ออิฐฉาบปูน ทาสี และห้ามใช้วัสดุสะท้อนแสง
  - (7) ห้ามติดตั้งวางอุปกรณ์ประเภทกันสาด เครื่องปรับอากาศ เสาอากาศโทรทัศน์หรือวิทยุหรือส่วนอื่นๆ ด้านหน้าอาคาร

## 2.3 ข้อมูลทั่วไปของ Flynow

Flynow เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2526 ครั้งหนึ่งเหตุการณ์ ผนตทหนก น้ำท่วมครั้งใหญ่ เหตุการณ์ที่ใครๆ ได้แต่บ่นเบื้อ แต่ "สมชัย ส่วงวัฒนา" นักรูกรกจหนุ่ม ด้านเสื้อผ้าซึ่งติดอยู่ในห้องถนน เช่นกันกลับสร้างมุมมองใหม่ เขาบอกกับตัวเองว่า เราจะอยู่อย่างนี้ ต่อไปไม่ได้แล้ว ต้อง.... "FLY NOW" และนั่น ได้กลายมา เป็นชื่อสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมยี่ห้อดัง ของไทยในที่สุด และในปี 1995 ได้เปิดตัว Fly Now by Chamnan ใน London ขึ้น จาก 200 รายที่เสนอเข้าไป เราก็ได้รับคัดเลือก ให้แสดงแฟชั่นโชว์ บนแคทวอลด์ ในลอนดอน ถือเป็นคนไทยคนแรก ที่ได้ไปแสดงแฟชั่นที่นั่น ทุก กรรรมวิธีผลิตในไทย สร้างชื่อเสียง รายได้ และภาพลักษณ์ที่ดีในวงการแฟชั่นในกับเมืองไทยเป็นอย่างมาก

ปัจจุบัน Fly Now มีการขยายกลุ่มลูกค้า จึงตั้งแบรนด์ลูก เป็น Flynow III และ Garden flynow และขยายสาขากว่า20 สาขา และ Outlet 6 สาขาทั่วประเทศ มีกลุ่มลูกค้าทั้งในและ ต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นแบรนด์อันดับต้นของเมืองไทย ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและชัดเจนมาก เป็นที่ นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

โครงการเสนอแนะ Flynow Boutique Hotel จะทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์มีความ ชัดเจนมากขึ้นในทางทัศนียภาพ เหมาะจะต่อยอดไปยังธุรกิจแขนงอื่นๆ นำเสนอภาพลักษณ์ ใน รูปแบบของ flynow ได้มากกว่าแค่เป็นสินค้า แต่เป็นการใช้ชีวิต lifestyle ในแบบของ “Flynow”

ทุกธุรกิจของ Flynow ประสบผลสำเร็จ และมีแนวโน้มที่จะขยายกิจการไปสู่ธุรกิจแขนง อื่นๆ อันเนื่องมาจากความแข็งแกร่งของBrand ซึ่งมีจุดยืนอยู่คือ Lifestyle ที่มีความชัดเจนมากกว่า Brand อื่นๆ ตามท้องตลาด แนวโน้มที่จะขยายสู่ธุรกิจโรงแรม จึงมีความเป็นไปได้สูงที่จะประสบ ความสำเร็จ ทั้งในแง่มุมมองทางการตลาด และ ตอบสนองความต้องการของ Lifestyle ผู้บริโภคได้มาก ขึ้น

### ธุรกิจทั้งหมด ในเครือบริษัท Flynow จำกัด

ชื่อธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ	กลุ่มเป้าหมาย
Flynow Original	สินค้า เสื้อผ้าแฟชั่น	อายุ 25-35 ปี
Flynow III	สินค้า เสื้อผ้าแฟชั่น	อายุ 18-24 ปี
Garden Flynow	สินค้า เสื้อผ้าแฟชั่น	ทุกวัย
Flynow Black	สินค้า เสื้อผ้าแฟชั่น	ทุกวัย/ ครอบครัว / กลุ่มเพื่อนสังสรรค์

### Brand Essence และ Brand style

“Hippy Trandy chic” เป็นสิ่งที่ยึดไว้เป็นหลัก ในการทำงาน มีความเท่ เก๋ แต่ไม่ธรรมดา ค่อนไปทาง Mix & Match และ งานศิลปะผสมผสาน

ธุรกิจโรงแรมบูติก ฟลายนาว จะทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ มีความชัดเจนมากขึ้นในทัศนียภาพ และ มุมมองที่เป็นมิติ การนำเสนอในรูปแบบของโรงแรม เป็นสิ่งที่ครอบคลุมในเรื่องของ Lifestyle ได้ชัดเจนที่สุด ซึ่งเป็นการใช้ชีวิตข้ามคืน ในรูปแบบของ Flynow จะเป็นมากกว่าแค่การใช้ชีวิตทั่วไป ที่นำเสนอออกมาในรูปแบบของ Space, Furniture, Decoration และบรรยากาศการให้บริการในรูปแบบของโรงแรมประเภทบูติก ที่ตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมือง อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมทางด้านการตลาด และขยายกลุ่มเป้าหมายให้ Flynow เป็นที่รู้จักมากขึ้น

Flynow ไม่ใช่ fashion Brand แต่เป็น Lifestyle Brand มีการทำการตลาด โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม มากกว่าการขายผลิตภัณฑ์แบบ Mass Product ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ทำให้ Greyhound มีความเป็นตัวของตัวเอง และมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน การสร้างความเป็นตัวตนของแบรนด์ เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ Flynow ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความคิดต่างๆที่จะสามารถต่อยอดธุรกิจออกไปในแขนงอื่นๆได้ นั่นคือเหตุผลที่ Flynow อยู่มายาวนานเกือบ 30 ปี

Flynow มีวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจน และแข็งแกร่ง นั้นหมายถึง ค่านิยมขององค์กรนั้น ได้รับความเชื่อถือ และมีอิทธิพลต่อพนักงานอย่างมาก ซึ่งพนักงานให้การยอมรับวัฒนธรรมองค์กรนั้น เป็นอย่างดี และสอดคล้องต่อพฤติกรรมขององค์กร



### **flynow III**

บุคลิกงาน สดใส เก๋เก๋  
กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น  
18-25 ปี

### **garden flynowIII**

เรียบ แต่มีลูกเล่น  
กลุ่มลูกค้าวัยทำงาน  
25-30 ปี

### **FLYNOW BLACK**

เรียบหรู ดูดี  
เน้นกลุ่มลูกค้าระดับสูง  
วัย 30-40 ปี

## Lifestyle Brand

เป็นสิ่งบ่งบอกรสนิยมของการใช้ชีวิต บนจุดอ้างอิงต่างๆของทุกจังหวะชีวิต ตั้งแต่เสื้อผ้า เปลือกนอก อาคาร บ้านเรือน รถยนต์ สถานที่ อาหารการกิน ล้วนถูกดึงมารวบรวมสร้างเป็นบริบทของชีวิตคนนั้นๆ โดยสิ่งที่เรียกว่า Lifestyle ต้องปฏิบัติและปรุงแต่งอย่างต่อเนื่อง

Lifestyle Marketing คือการทำการตลาดโดยให้ความสำคัญกับ Lifestyle ของกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นว่า การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ต้องให้สอดคล้อง เหมาะสมลงตัวกับ Lifestyle ของพวกเขา ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสินค้าหรือบริการ การสื่อสารการตลาด การจัดกิจกรรมการตลาด ฯลฯ ตัวอย่าง เช่น

คำว่า “Lifestyle” ก็คือ แบบหรือวิถีการดำเนินชีวิต ในทางการตลาดจะประเมิน “วิถีการดำเนินชีวิต” ของผู้บริโภคจากปัจจัย 3 กลุ่มหลัก เรียกว่า AIO ได้แก่

1. A - Activity – กิจกรรมหรือกิจวัตรที่ทำในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ เช่น ทำงานหรือเรียนวันละกี่ชั่วโมง วันหยุดไปเที่ยวที่ไหน ฯลฯ
2. I - Interest – เรื่องที่สนใจ เช่น ดนตรี การเมือง อาหาร สุขภาพ หรือ ธรรมะ ฯลฯ
3. O – Opinion ความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ เช่น ความคิดเห็นต่อกระแสนิยม เรื่องโลกนี้โลกหน้า

Lifestyle marketing จะมีงานที่สำคัญอยู่ 3 ชั้น ก็คือ

1. Lifestyle Segmentation
2. Lifestyle Positioning
3. Lifestyle Branding

### Lifestyle Segmentation

ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคนั้น มีเกณฑ์หรือตัวแปรในการแบ่งได้หลายเกณฑ์ เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส รวมถึงสถานะหรือระดับชั้นในสังคม ฯลฯ เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ เช่น เขตที่อยู่อาศัย ฯลฯ เกณฑ์พฤติกรรมการใช้สินค้า ประโยชน์ที่ต้องการจากสินค้า ตลอดจนความภักดีต่อตรา ฯลฯ และเกณฑ์อื่นๆ อีกมากมาย

ส่วน “Lifestyle Segmentation” ก็คือ “การแบ่งส่วนตลาดตามวิถีการดำเนินชีวิต” ซึ่งตัวแปรในการใช้แบ่งก็คือ AIO นั่นเอง นักวิชาการเรียกการแบ่งส่วนตลาดวิธีนี้ว่า “Psychographic Segmentation” โดย Segment ที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาดวิธีนี้ อาจต่างเพศ ต่างอาชีพกัน มีอายุ รายได้ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน แต่มีความคล้ายกันในกิจวัตร กิจกรรมที่ทำ มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน หรือมีมุมมอง ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยมที่คล้ายๆ กัน

ข้อมูล Lifestyle ของลูกค้าอาจจะได้มาจากโครงการสำรวจวิจัย ที่เรียกว่า Lifestyle Survey หรืออาจได้มาจากการเก็บข้อมูลลูกค้าเช่น ข้อมูลการใช้บัตรเครดิต ประวัติการซื้อ ข้อมูลการเข้ารับบริการ ประวัติการติดต่อที่บันทึกจากศูนย์บริการหรือ Call Center ฯลฯ เป็นต้น ข้อมูลที่มีคุณภาพและปริมาณมากเพียงพอ ก็จะสามารถนำมาใช้ในการทำ Lifestyle Segmentation ได้ โดย

จะตั้งคำถามหลักๆ สองคำถามตามลำดับก็คือ (1) เราใช้ตัวแปรนี้แยกกลุ่มลูกค้าได้หรือไม่ และ (2) เราควรจะแยกกลุ่มลูกค้าออกเป็นกี่กลุ่ม เรียกว่าการทำ Discriminant Analysis และ Cluster Analysis ซึ่งในปัจจุบันมีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ช่วยทำให้การทำงานไม่ยุ่งยาก หลังจากนั้นทีมการตลาดก็จะระดมความคิดเพื่อเติมภาพของแต่ละ Segment ให้เต็มว่าเป็นใคร รุนราวคราวไหน ตั้งแต่ลืมตาตื่นขึ้นมาทำอะไรบ้าง เดินทางไปทำงานหรือไปเรียนหนังสืออย่างไร ทานข้าวที่ไหน คุยกับใคร คุยเรื่องอะไร ชอบศิลปินคนไหน ค่านิยมของชีวิตคืออะไร ความใฝ่ฝันคืออะไร ... ฯลฯ

### Lifestyle Positioning – Positioning Your Product/Service as the Lifestyle Product

การกำหนดตำแหน่งหรือจุดยืนทางการตลาดของตัวเองเพื่อบอกผู้บริโภค หรือ การกำหนดตำแหน่งครองใจผู้บริโภคไว้ ว่าเราไม่เหมือนคนอื่น มีอยู่มากมายหลากหลายวิธี แต่แนวทางของ Lifestyle Marketing จะเลือกบอกลูกค้าว่า “เราคือ Your Lifestyle Product” หรือเลือกที่จะบอกว่า เราคือ Lifestyle แบบนี้ เช่น แทนที่จะเน้นเสนอความเป็นผู้นำด้าน Technology ของเครื่องใช้ในบ้าน ก็เลือกที่จะเสนอเป็น Technology Lifestyle ที่ลงตัวกับชีวิตลูกค้า แทนที่จะเน้นเสนอว่ารับส่งข้อมูล GPRS ได้รวดเร็ว ก็เลือกที่จะเสนอ Mobile Lifestyle หรือแทนที่จะเน้นเสนอว่าค่าโทรศัพท์ ค่อมค่า ประหยัด ใช้บริการได้สะดวก ก็เลือกที่จะเสนอ Freedom Lifestyle และเลือกที่จะสื่อถึง Feeling of Freedom เป็นต้น

### Lifestyle Branding

Lifestyle Branding คือการสร้างตราให้เป็น “Lifestyle Brand” หรือก็คือ การสร้างตราโดยใช้เรื่อง Lifestyle เป็นความแตกต่างที่สำคัญ ส่วน Lifestyle Brand ก็คือตราที่มีภาพลักษณ์ที่เป็นภาพรวมของวิถีการดำเนินชีวิตแบบหนึ่งๆ

Lifestyle Branding มีแนวทางสำคัญอยู่ 3 ประการคือ ก็คือ

1. สร้างตราให้มี Self-expressive Benefits คือ ต้องเป็นตราที่ใครๆ ก็รู้ว่าลูกค้าผู้ใช้ตรานี้เป็นใคร มี Lifestyle อย่างไร เช่น ตรา Jeep เป็นตราที่ให้ภาพหลายๆ อย่าง เกี่ยวกับผู้ใช้รถยนต์ตรา นี้ โดยเฉพาะเรื่อง Lifestyle

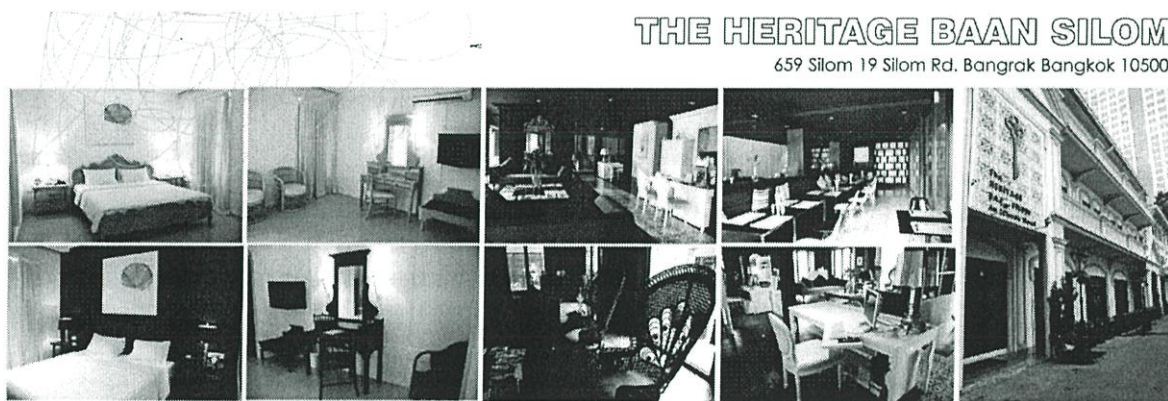
2. ใช้ IMC-Integrated Marketing Communications เพื่อสื่อสารบุคลิก ภาพลักษณ์ของตราอย่างคงเส้นคงวา

3. ใช้กลยุทธ์ “Range Branding” ซึ่งก็คือการขยายตราไปยังผลิตภัณฑ์อื่น คำนี้จะคล้ายกับการทำ “Brand Extension” แต่มีเงื่อนไขเพิ่มเติมก็คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ขยายตราออกไปนั้นจะต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงตลาดในด้าน Lifestyle/Psychographic Group โปรดนึกถึงตรา Polo Ralph Lauren ที่วางตลาดผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายใต้อตราเดียวกันมากมาย แต่ทุกผลิตภัณฑ์ก็ยังคงจับกลุ่ม Lifestyle กลุ่มเดิม

Lifestyle marketing เป็นการตลาดที่ไม่จำกัดขอบเขตของการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า จากเพียงสินค้าหรือบริการที่มี แต่มุ่งขยายโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าจากการติดตาม Lifestyle ของพวกเขา ซึ่งเมื่อมองเช่นนี้ ก็จะพบ Demand ของลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมงในแต่ละวัน และทั้ง 7 วันในสัปดาห์ ที่กิจการจะทำธุรกิจที่จะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ และยังเป็นการสร้าง พันธะที่ยั่งยืนกับลูกค้าอีกด้วย

## 2.5 กรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

### 2.5.1 The Heritage Baan Silom



**THE HERITAGE BAAN SILOM**  
659 Silom 19 Silom Rd. Bangrak Bangkok 10500

มีจำนวนห้องพัก 36 ห้อง แบ่งเป็น 2 อาคาร สร้างอยู่ในสถาปัตยกรรมยุโรป 3 ชั้น เป็นโรงแรมขนาดลึกลับ คลาสสิก มีความอบอุ่น ส่วนตัว และเป็นกันเอง ตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจ สโตร์การตกแต่ง เรียกว่า "An Eclectic Hotel" เป็นการสรรหาและเลือกสิ่งที่ดีที่สุดนำมาผสมผสานกันจนเกิดเป็นศิลปะในรูปแบบต่างๆ ผสมผสานระหว่างอดีตและปัจจุบัน

สิ่งที่นำมาใช้

1. สโตร์การตกแต่งที่ผสมผสานระหว่างอดีตและปัจจุบัน ที่เรียกว่า "An Eclectic Hotel"
2. ดีไซน์การตกแต่งของส่วน Front desk, Lobby

ข้อดี

1. มีระบบการบริหารจัดการที่ดีเกี่ยวกับการแบ่งหน้าที่ของบุคลากรในโรงแรม
2. เลือกใช้วัสดุการตกแต่งที่ดี และเฟอร์นิเจอร์สวยงาม

ข้อเสีย

มี Facilities ภายในโรงแรมน้อยมาก

### 2.5.2 Ten Face hotel

#### Ten Faces Hotel

81 Soi Ruamrudee 2, Wireless Rd, Lumpini, Pathumwan Bangkok 10500



โรงแรมตั้งอยู่กลางใจเมือง โรงแรมตกแต่งอาคารออกแบบที่ทันสมัยด้วยธีม 10 หน้า จากวีรกรรมวีรศิลป์ ดลกลอนมาอยู่ในรูปโฉมใหม่ ผิดกับสมัย ผสมผสานเรื่องราวให้เข้ากับส่วนต่างๆ ของโรงแรมอย่างลงตัว

พื้นที่โครงการ 4464 ตารางเมตร  
จำนวนห้องพัก 79 ห้อง

สิ่งที่นำมาใช้

การคิดวางแปลน แบ่งพื้นที่การใช้สอยและการใช้งาน และราคาห้องพัก  
การนำความเป็นป๊อปคัลเจอร์ โดยซันฮาระส์มาใช้ให้งานดูทันสมัยและลงตัว  
การบริหารงานในส่วนต่างๆ และ Facilities

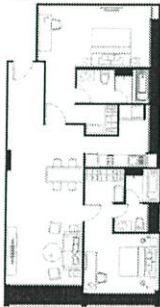
ข้อดี

- ตั้งอยู่กลางใจเมือง การเดินทางสะดวก
- นำเอกลักษณ์ความเป็นป๊อปมาใช้สร้างจุดเด่นให้กับโรงแรม
- ดีไซน์ตกแต่งที่ทันสมัย

ข้อเสีย

- พื้นที่ใช้สอยต่อเตียงจำกัด และที่เก็บ

Two-bedroom Premier Suites (125 SQ.M.)



- Room Amenities
- \_LCD Screen
  - \_Cable TV
  - \_IDD Telephone line
  - \_Free Wi-Fi Hi-Speed Internet in every room
  - \_Safe deposit box
  - \_Nespresso coffee machine, Minibar, and Tea facilities
  - \_Electric kettle
  - \_Bathrobes, Slippers and a hairdryer
  - \_Bathroom amenities
  - The fully equipped kitchen in Two-bedroom type
  - \_Range hood
  - \_2-plate electrical stove
  - \_Microwave
  - \_9 cu. ft. refrigerator
  - \_All-in-one front load washer/dryer
  - \_2 sets of chinaware
  - \_2 sets of 6 pieces glassware
  - \_2 sets of 10 pieces silverware
  - \_Wine opener

TENFACE Suite (142 SQ.M.)



- Room Amenities
- \_LCD Screen
  - \_Cable TV
  - \_IDD Telephone line
  - \_Free Wi-Fi Hi-Speed Internet in every room
  - \_Safe deposit box
  - \_Nespresso coffee machine, Minibar, and Tea facilities
  - \_Electric kettle
  - \_Bathrobes, Slippers and a hairdryer
  - \_Bathroom amenities
  - The fully equipped kitchen in Two-bedroom type
  - \_Dishwasher
  - \_Range hood
  - \_2-plate electrical stove
  - \_Microwave
  - \_All-in-one front load washer/dryer
  - \_2 sets of chinaware
  - \_2 sets of 6 pieces glassware
  - \_2 sets of 10 pieces silverware
  - \_Wine opener

Ten Faces Hotel

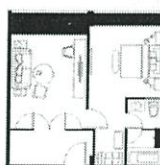
Room Type	No. of Room	Size
One-bedroom Suites	59	61 Sq.m.
Two-bedroom Suites	6	110 Sq.m.
Two-bedroom Premier Suites	13	125 Sq.m.
TENFACE Suite	1	124 Sq.m.

Two-bedroom Suites (110 SQ.M.)



- Room Amenities
- \_LCD Screen
  - \_Cable TV
  - \_IDD Telephone line
  - \_Free Wi-Fi Hi-Speed Internet in every room
  - \_Safe deposit box
  - \_Nespresso coffee machine, Minibar, and Tea facilities
  - \_Electric kettle
  - \_Bathrobes, Slippers and a hairdryer
  - \_Bathroom amenities
  - The fully equipped kitchen in Two-bedroom type
  - \_Dishwasher
  - \_Range hood
  - \_2-plate electrical stove
  - \_Microwave
  - \_All-in-one front load washer/dryer
  - \_2 sets of chinaware
  - \_2 sets of 6 pieces glassware
  - \_2 sets of 10 pieces silverware
  - \_Wine opener

One-bedroom Suites (61 SQ.M.)



- Room Amenities
- \_LCD Screen
  - \_Cable TV
  - \_IDD Telephone line
  - \_Free Wi-Fi Hi-Speed Internet in every room
  - \_Safe deposit box
  - \_Nespresso coffee machine, Minibar, and Tea facilities
  - \_Electric kettle
  - \_Bathrobes, Slippers and a hairdryer
  - \_Bathroom amenities

### 2.5.3 Luxx Hotel

#### Luxx Hotel

6/11 Decho Road, Silom / Sathorn, Bangkok



เป็นโรงแรมบูติคขนาดเล็ก ประกอบด้วยอาคารพาณิชย์ 5 ชั้น 2 หัองแถว โครงถัก 13 ห้อง

**ข้อดี**  
 โรงแรมตั้งอยู่ในทำเลใจกลางเมือง  
 จัดวางแปลนได้สวยงาม ไม่พื้นที่จำกัด

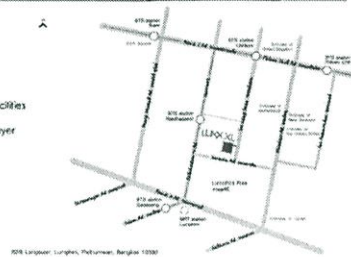
**ข้อเสีย**  
 บรรยากาศดูทันสมัย  
 ไม่มีพื้นที่จัดกิจกรรมที่กลางกลาง

**สิ่งที่น่าสนใจ**  
 -การ จัดสรรพื้นที่ Functional Area  
 สำหรับบริการ จัดกิจกรรมต่างๆ  
 -การจัดวางเฟอร์นิเจอร์ในพื้นที่จำกัด

**Functional Area**

- \* Mini Fashion Shows
- \* Product Launch
- \* Trendy Press Conferences
- \* Media Interview Sessions
- \* Lounge Meetings
- \* Cocktail Parties
- \* DJ Parties
- \* CD Launch Parties

**Room facilities**  
 King size bed #1,  
 a mini bar  
 coffee and tea making facilities  
 free Wi-Fi internet  
 LCD TV, cable TV, DVD player  
 safety deposit box.



### 2.5.3 พระนคร นอนเล่น

#### Phranakorn nornlen Hotel

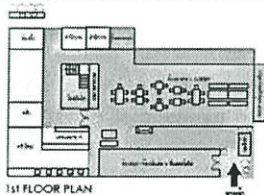
46 Phranakorn, Bangkumprong, Krungkhasam, Khaosan, Bangkok



พระนครนอนเล่น เป็นโรงแรมตั้งอยู่กลางเมือง บรรยากาศอบอุ่นคล้าย เหมือนบ้านพัก โอบล้อมด้วยธรรมชาติ ครัวสวยแตกต่างจากทั่วบ้านทั่วเมืองของเมืองใหญ่

**ข้อดี**  
 โรงแรมมีบรรยากาศที่เป็นกันเอง อบอุ่นคล้าย  
 เหมือนอยู่กับครอบครัว

**ข้อเสีย**  
 การให้แสงสว่างบางพื้นที่ไม่เพียงพอ  
 มีปัญหาเรื่องสุข



**สิ่งที่น่าสนใจ**  
 -การวางแปลน จัดสรรพื้นที่ในส่วนต่างๆ  
 ให้มีความเชื่อมโยงระหว่าง Interior Space and Landscape

### 2.5.5 โรงแรมราชมั่งคลา

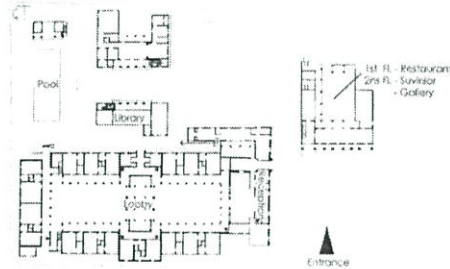


**RACHAMANKHA**

6 Rachamankha 9, Phra Singh, Chiang Mai, 50200, Thailand

เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ ตกแต่งสไตล์ล้านนาผสมจีน มีการวางผังแบบจีน เชื้อเรื่องขงจื้อ และนำองค์ประกอบของท้องถิ่นมาใช้ในการตกแต่ง

LAYOUT PLAN



ข้อดี

1. บรรยากาศสงบ ส่วนตัว
2. การตกแต่งมีความเป็นเอกลักษณ์ ผสมผสานได้อย่างลงตัว

ข้อเสีย

1. Reception อยู่ในมุมที่หายาก เพราะหลบอยู่ทางด้านใน

สิ่งที่นำมาใช้

การจัด Zoning ของกลุ่มอาคาร โดยให้ร้านอาหารอยู่ที่ตึกหน้าสุด เพื่อให้บุคคลภายนอกสามารถใช้บริการร้านอาหารได้ด้วย ตึกใหญ่สำหรับห้องพักและ Facilities ต่างๆ มีความเป็นส่วนตัว

### สรุปกรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

Hotel	Image	Plan & Zoning	Style	Design	Function	Furniture
Ten Faces		การแบ่งพื้นที่ห้องพัก รูปแบบอาคารจัดที่จอดรถ	Modern Contemporary Mix Thai Art & Story	มีเอกลักษณ์ชัดเจน นำมาวางผังแบบจีน เป็นงาน Interior ใน Style Modern	Accommodation	ใช้แบบ Modern แต่มีกลิ่นอายล้านนา
Luxx		Function Area ครอบคลุม Zone ส่วนใหญ่ใช้พื้นที่ชั้นใต้ดิน	การตกแต่งผสมผสาน ระหว่างศิลปะและสถาปัตย์ ให้ความรู้สึกกลมกลืนลงตัว	Front Desk Lobby Function Area	ประตูจุดเปลี่ยนได้จับกับ เกอมีนิเออร์ที่มีเอกลักษณ์	
Phrangkorn nornlen		การเชื่อมต่อนี้ที่ ภายในและภายนอก มีจุดดึง ทำให้ภายในภายนอก		บรรยากาศสบาย ใช้งานศิลปะและงานช่างฝีมือที่ถ่ายทอด		
Qi Shiseido Salon & Spa		การได้วางบุคคกร ของการวางผังของส่วน Salon	Luxury style		การตกแต่งที่เน้น โทนสี ไร้มองสว่างทันสมัย ผนังสีน้ำตาล ไม้สีทึบอบอุ่น	

## 2.6 กรณีศึกษาข้อมูลการเปรียบเทียบ

### 2.6.1 Greyhound café สาขาชิดลม



## GREYHOUND CAFE

4 fl. @ Central Chidlom

<p><b>การแบ่งพื้นที่การทำงาน ดังนี้</b></p> <table border="1" style="font-size: small;"> <thead> <tr> <th>ส่วนประกอบ</th> <th>จำนวนงาน</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>ผู้บริการ</td><td>1</td></tr> <tr><td>Reception</td><td>1</td></tr> <tr><td>ครัว</td><td>8-10</td></tr> <tr><td>ช่างตกแต่ง</td><td>1</td></tr> <tr><td>ช่างเดินสายไฟ</td><td>1</td></tr> <tr><td>ช่างศิลป์</td><td>2</td></tr> <tr><td>Bak</td><td>2</td></tr> <tr><td>Bakery</td><td>1</td></tr> <tr><td>Zone A</td><td>2</td></tr> <tr><td>Zone B</td><td>2</td></tr> <tr><td>Zone C</td><td>2</td></tr> <tr><td>Zone D</td><td>2</td></tr> </tbody> </table>	ส่วนประกอบ	จำนวนงาน	ผู้บริการ	1	Reception	1	ครัว	8-10	ช่างตกแต่ง	1	ช่างเดินสายไฟ	1	ช่างศิลป์	2	Bak	2	Bakery	1	Zone A	2	Zone B	2	Zone C	2	Zone D	2	<p><b>จำนวนพนักงาน</b> 20-30 คน</p> <p><b>จำนวนที่นั่ง</b> 93 ที่นั่ง</p> <p><b>พื้นที่ใช้งานทั้งหมด</b> 143 ตารางเมตร</p> <p><b>ลักษณะการตกแต่ง</b> ตกแต่งด้วยโทนสีขาว-ดำ สไตล์มินิมัลลิสม์ เรียบง่าย บางมุมของร้านตกแต่งด้วยงานศิลปะ มีการใช้โคมไฟ และแสงสว่าง</p> <p><b>สิ่งที่น่าสนใจ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การแบ่งพื้นที่ภายในร้านอาหาร และพื้นที่ระบบการให้บริการ</li> <li>2. สไตล์การตกแต่งร้าน รวมทั้งจุดเด่น และเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นร้าน Greyhound cafe</li> </ol>	<p><b>ข้อดี</b></p> <p>เป็น Greyhound cafe สาขาที่มีพื้นที่ กว้างที่สุด การแบ่งพื้นที่ค่อนข้างง่ายและสะดวก รองรับลูกค้าได้มาก</p> <p><b>ข้อเสีย</b></p> <p>การตกแต่งร้านค่อนข้างทึบในแง่ของโซนของทาง จึงมีการตกแต่งได้ไม่หลากหลายสักเท่าไหร่</p>
ส่วนประกอบ	จำนวนงาน																											
ผู้บริการ	1																											
Reception	1																											
ครัว	8-10																											
ช่างตกแต่ง	1																											
ช่างเดินสายไฟ	1																											
ช่างศิลป์	2																											
Bak	2																											
Bakery	1																											
Zone A	2																											
Zone B	2																											
Zone C	2																											
Zone D	2																											

### 2.6.2 Qi Salon & Spa

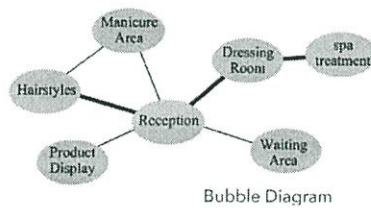
#### Qi Shiseido Salon & Spa Siam Paragon



สถานที่ ชั้น 2 ศูนย์การค้าสยามพารากอน บีบีซีเจ็น  
 เวลาทำการ จันทร์ - อาทิตย์ 10.00-21.30 น.  
 พื้นที่ 300 ตารางเมตร  
**สิ่งที่น่าสนใจ**  
 Salon and Hair service  
 การจัดสรรพื้นที่บนชั้นต่างๆ

**ข้อดี**  
 เลือกทำเลดี มีอยู่กลางใจเมือง  
 กลุ่มลูกค้าตรงกลุ่มเป้าหมาย มีกำลังซื้อ

**ข้อเสีย**  
 พื้นที่ค่อนข้างจำกัด



2.6.3 Starbuck สาขาถนนข้าวสาร



**STARBUCK SUNSET STREET**  
Kaosan Rd.











1 st Floor      2 nd Floor

เวลาเปิด      08.00-00.30

ผู้เยี่ยมชม      ชาวไทย 30% ชาวต่างชาติ 70%

จำนวนที่นั่ง      58 ที่นั่ง

พนักงาน      11 คน แบ่งผลิต 3 คน ผลิตละ 4 คน

กิจกรรม      ชั้น 2 เป็น Gallery แสดงงานศิลปะ

สิ่งที่นำมาใช้

1. การนำ Gallery มาอยู่ร่วมกับร้านกาแฟ เพิ่มความน่าสนใจให้กับพื้นที่มากขึ้น
2. สไตล์การแต่งร้าน เนื่องจากร้านเป็นอาคารเก่า มีการผสมผสานกันอย่างลงตัว







ข้อดี

นำอาคารเก่ามาปรับปรุงและเปลี่ยนการใช้งาน

ข้อเสีย

การแต่งร้านมีการใช้ornament มากเกินไป ดูล้ายุค

สรุปกรณีศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบ

Restaurant	Image	Plan / Zoning	Style	Design	Function	Furniture
<p><b>GREYHOUND CAFE</b></p> 		<p>การแบ่งพื้นที่ของร้านอาหารโซน และจัดวางจำนวนโต๊ะบริการ</p>	<p>Modern Artist</p>	<p>ตกแต่งด้วยโคมไฟสีขาวดำ ใช้วัสดุเรียบเนียน ไม่โจรจายอะเมียงการตกแต่ง</p>	<p>Bar &amp; Bakery Cashier Service Station Order Station</p>	<p>โต๊ะเรียบเนียน โคมไฟสีขาวดำ</p>
<p><b>Qi SHISEIDO</b></p> 		<p>การแบ่งพื้นที่และการเชื่อมต่อกันระหว่างสตัฟฟิ่งและสระสปา</p>	<p>Modern Contemporary</p>	<p>ตกแต่งด้วยโคมไฟเรียบง่าย เพื่อช่วยในการผ่อนคลาย และใช้แสงสีความอบอุ่นใจ บางส่วน</p>	<p>Hair Service Facial Treatment Hand Treatment Foot Treatment</p>	<p>Shampoo Station Stylist Station Spa Seat Counter</p>
<p><b>STARBUCK</b></p> 		<p>การแบ่งพื้นที่ทั้งในและนอกร้าน</p>	<p>Colonial Style</p>	<p>ผสมผสานการตกแต่งระหว่างอาคารรวมกับโมเดิร์น และมีการตกแต่งแบบไทย</p>	<p>Gallery</p>	<p>เก้าอี้แบบโคมโคมินเจอร์ กลมเก๋ทันสมัยอาคาร</p>

## บทที่ 3

### พฤติกรรมและพื้นที่การใช้งาน

#### 3.1 พฤติกรรมของผู้รับบริการ

ผู้รับบริการ คือผู้ที่เข้ามาในอาคาร เพื่อรับบริการทั้งในด้านการพักอาศัย หรือการมาเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ หรือมาติดต่อดูธุรกิจ มีการรับประทานอาหาร จึงมาใช้บริการจัดเลี้ยงภายในอาคาร

##### 3.1.1 ประเภทของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ผู้มาพักโรงแรม
2. ผู้มาใช้บริการร่วม

##### 3.1.2 พฤติกรรมการใช้อาคาร

###### 3.1.2.1 พฤติกรรมต่างๆ ของผู้ใช้อาคาร เป็นตัวกำหนดสิ่งต่อไปนี้

- 1.) องค์ประกอบในการใช้พื้นที่ของอาคาร
- 2.) ความต้องการก่อนหลังขององค์ประกอบอาคาร
- 3.) กำหนดการใช้เฟอร์นิเจอร์ ที่ใช้สอยในส่วนต่างๆของอาคาร

###### 3.1.2.2 พฤติกรรมภายในส่วนของโรงรับรอง

###### แขกที่มาพัก

เวลาที่มาใช้บริการ	ขึ้นอยู่กับเวลาของเครื่องบินหรือพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
การเดินทาง	รถของโรงแรมที่จัดบริการรับคนจากสนามบิน ไปสู่ที่พัก
หน้าที่	เป็นแขกของโครงการ
บทบาท	ปฏิบัติตามกฎที่วางไว้
พฤติกรรม	เมื่อเดินทางมาถึงหน้าโรงแรม เดินเข้ามาภายในบริเวณ สุโถงรับรอง ติดต่อกับพนักงานต้อนรับที่หน้าโรงแรม เมื่อมีการจองล่วงหน้าแล้ว เมื่อมีการติดต่อเรียบร้อย จะพาเข้าสู่ห้องพักบริเวณอาคารที่อยู่ใกล้กัน หรืออาจมีการใช้ส่วนบริการต่างๆภายในโรงแรมหลังจากที่ได้รับห้องพักแล้ว เช่น รับประทานอาหาร อินเทอร์เน็ต ฟังเพลง อ่านหนังสือ ซาลอน สปา เป็นต้น

###### บุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการ

เวลาที่มาใช้บริการ	ขึ้นอยู่กับเวลาของเครื่องบินหรือพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
การเดินทาง	โดยรถส่วนตัว รถรับจ้าง
หน้าที่	เป็นแขกที่เข้ามาใช้บริการของโรงแรม
บทบาท	เข้ามาที่โถงรับรอง เพื่อนั่งรอพบแขกของโรงแรม และปฏิบัติตามกฎที่วางไว้ ผู้ใช้บริการซื้อของ รับประทานอาหาร พักผ่อนหย่อนใจ

**พฤติกรรม** บุคคลที่มาใช้บริการทั่วไป ก็จะเข้าสู่ส่วนบริการต่างๆเช่น ร้านขายสินค้า ร้านอาหาร ตามความต้องการและเมื่อเสร็จสิ้นภารกิจแล้วจึงเดินทางกลับ

บุคคลที่เข้ามาติดต่อกับแขกที่พักในโครงการ พนักงานที่ส่วน Reception แล้วรอที่โถงรับรอง จากนั้นมีการปรึกษาพูดคุย สั่งเครื่องดื่ม และนั่งพักผ่อน

#### พฤติกรรมภายในส่วนของ RESTAURANT

**หน้าที่** เข้ามารับประทานอาหาร

- บทบาท**
- แต่งกายสุภาพ
  - เข้ามาเลือกที่นั่ง
  - หยิบเมนู สั่งอาหารและเครื่องดื่มกับพนักงาน
  - รับประทานอาหาร สนทนา
  - จ่ายค่าบริการ

- พฤติกรรม**
- เข้ามาในห้องอาหาร อาจนั่งรอที่ Waiting Area
  - พนักงานจะนำเข้าไปใน Dining Area ที่โต๊ะตามจำนวนคน
  - สั่งเครื่องดื่ม
  - สั่งอาหารรับประทาน
  - จ่ายเงินค่าบริการ
  - กรณีที่แขกมาพักที่โรงแรม สามารถใช้ Room Card

#### พฤติกรรมภายในส่วนของ Salon

**หน้าที่** เข้ามารับการบริการด้านความงามและสุขภาพ

**บทบาท** เข้ามารับการเสริมความงาม และการบำบัดด้วยวิธีการต่างๆ  
ติดต่อประสานงานกับประชาสัมพันธ์

- กิจกรรม**
- เมื่อเข้ามาในโถงทางเข้า ไปลงทะเบียนที่เคาน์เตอร์
  - เลือกแบบทรงผม หรือคอร์สการบำบัด
  - เปลี่ยนเสื้อผ้า และ รองเท้า ในห้องที่เตรียมไว้
  - กลับมาเปลี่ยนรองเท้าออก

#### พฤติกรรมภายในส่วนของร้านค้า

**หน้าที่** เลือกซื้อสินค้า

**บทบาท** เข้ามาเลือกซื้อสินค้าตามความต้องการของตน

- กิจกรรม**
- ร้านค้าอยู่ใกล้ส่วนโถงทางเข้า หากไม่ได้เข้าพัก ก็สามารถเข้ามาซื้อของ
  - เลือกซื้อสินค้าที่ตนสนใจ
  - จ่ายค่าสินค้า
  -

### 3.2 พฤติกรรมของผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ คือ เจ้าหน้าที่พนักงาน อำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในอาคาร

#### 3.2.1 ประเภทของผู้ให้บริการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ฝ่ายบริหาร คือบุคคลที่ทำงานในระดับบริหาร หรือระดับชั้นรองของโรงแรม เช่นผู้จัดการ หรือผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต่างๆ
2. เจ้าหน้าที่ คือบุคคลที่ทำงานภายในโรงแรม แต่มีตำแหน่งหน้าที่ประจำ เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายแคชเชียร์ ฝ่ายลงทะเบียนห้องพักแขก Host (Personal trainer) เป็นต้น เจ้าหน้าที่เหล่านี้ทำงานอยู่ใน Front of the house ซึ่งต้องพบปะติดต่อแขกอยู่เสมอ
3. พนักงานทั่วไป คือพนักงานครัว พนักงานช่าง พนักงานทำความสะอาด พนักงานขนของ เป็นต้น พนักงานเหล่านี้อยู่ในส่วน Back of the house

#### 3.2.2 พฤติกรรมกัรให้บริการ

##### 3.2.2.1 พฤติกรรมภายในส่วนต้อนรับ

###### 1. ประชาสัมพันธ์ (Information)

หน้าที่	ให้ข่าวสารและตอบคำถามแก่ผู้มาพัก
บทบาท	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้อนรับแขกที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรม</li> <li>- ตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำแก่แขก</li> <li>- แจกเอกสาร และแนะนำคอร์สบำบัดสุขภาพแบบต่างๆ</li> <li>- บริการด้านไปรษณีย์และแฟกซ์</li> </ul>

พฤติกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เมื่อแขกต้องการเข้ารับคอร์สการบำบัดด้วยชีวิตหรือต้องการทราบข้อมูลการบำบัดสุขภาพด้วยชีวิต ก็จะไปคอยตอบในตำแหน่ง Counter Reception ที่อยู่ด้านหน้าสุดก่อนเข้าสู่ภายในบริเวณรีสอร์ท</li> <li>- เมื่อแขกได้มาทำการติดต่อเพื่อการเข้ารับการบำบัด ซึ่งจะมีการจองไว้ล่วงหน้าแล้ว ฝ่าย reception มีหน้าที่ส่งแขกต่อไปยังส่วนของ lobby ซึ่งอยู่ภายในของโครงการโดยการจัดพนักงาน หรือเรียกรถกอล์ฟพาแขกเข้าไป</li> <li>- หากแขกมีความต้องการบริการแบบมี host ส่วนตัว แจ้งไปที่ ฝ่าย Medical เพื่อทำการจัด host ที่เหมาะสมมาให้บริการแก่ลูกค้า</li> <li>- เมื่อมีผู้มาติดต่อกับแขกที่พัก ก็จะไปแจ้งชื่อ นามสกุล ให้แก่พนักงานเพื่อไปตรวจที่ Information ซึ่งจะใส่ชื่อแขกเรียงตามตัวอักษรและหมายเลขห้องพัก</li> <li>- มีตารางราคาห้องพัก และคอร์สบำบัดสุขภาพคอยบริการแก่แขกที่ต้องการทราบรายละเอียด</li> </ul>
----------	---

- โทรศัพท์ติดต่อแผนกต่างๆ พนักงานจะรับข้อความที่มาถึงแล้วแจ้งไปยังแขก รับจดหมายจากบุรุษไปรษณีย์ ทำการแยกชื่อห้องแล้วนำไปเสียบไว้ที่ Key Rack ตรงบริเวณลงทะเบียน

- พนักงานรับข้อความจากแขกที่ต้องการส่งไปยังห้อง Telex และรับข้อความที่ส่งมาโดย Telex ให้แก่แขกทางช่อง Key Rack พนักงานฝ่ายทะเบียนจะเป็นผู้นำไปให้แก่แขก เมื่อแขกมารับกุญแจ

## 2. แผนกทะเบียน (Registration)

ผู้ให้บริการในส่วนของ Front Desk มีการทำงานแบ่งออกเป็น 3 ผลัด ดังนี้

ผลัดที่ 1 08.00 - 16.00 น.

ผลัดที่ 2 16.00 - 24.00 น.

ผลัดที่ 3 24.00 - 08.00 น.

**หน้าที่** ลงทะเบียนการเข้าพักของแขก CHECK - IN และ CHECK- OUT

**บทบาท** - ยืนประจำตำแหน่งในส่วนของ Front Desk

- ลงทะเบียนการเข้าพักของแขกแต่ละคน

- หาห้องพักให้แขก

- ทำสถิติการเข้าพักของโรงแรม

- ต้อนรับแขก

**พฤติกรรม** - กล่าวต้อนรับและแจ้งชนิดห้องพักแก่แขก ตรวจสอบชื่อที่แขกจองไว้ โดยตรวจดูจากคอมพิวเตอร์ที่ COUNTER

- ทำการ CHECK - IN ให้กับแขกโดยให้แขกเซ็นชื่อ ที่อยู่ วันเดือนปีเกิด สัญชาติ อาชีพ การทำงาน ใบสำคัญประจำตัวต่างดาว บัตรประจำตัวประชาชน ประวัติสุขภาพ ลงในใบกรอก เรียกว่า บัตรจดนามผู้เข้าพัก ระยะเวลาและการเลิกพักในเวลาใด วันใด

- เมื่อแขกเซ็นชื่อแล้ว พนักงานจะทำการกรอกตัวเลข ที่ยังไม่ได้กรอกขอใบสำคัญ เช่น PASSPORT หรือบัตรประชาชนเพื่อให้ถูกต้อง

- จากนั้นหยิบ Room Card ให้กับแขกแล้วพนักงานนำไปยังห้องพัก

- เมื่อทำการ CHECK - IN เรียบร้อยแล้วจะนำไปบันทึกลงคอมพิวเตอร์เพื่อทำสถิติ และนำไปตรวจกับกองตรวจคนเข้าเมือง จากนั้นออกบิลล์ห้องพักแขก นำไปส่งให้กับ Cashier เพื่อคิดจำนวนเงินอีกที

- ทำการลงทะเบียนประจำวัน ว่ามีผู้มาพักจำนวนเท่าไร

- โทรศัพท์ไปทางแผนกแม่บ้าน เพื่อติดต่อว่าแขกเข้าพักห้องไหนเพื่อจัดเตรียมการบริการให้เรียบร้อย

- กรณีที่แขกขอย้ายห้องพัก ให้ตรวจว่าห้องไหนว่าง จากนั้นรับกุญแจคืน และให้ Room Card ใหม่แก่แขก ทำการป้อนข้อมูลเข้าคอมพิวเตอร์ จากนั้นนำไปเปลี่ยนห้องให้แก่ Cashier จะได้ทำการต่อสายโทรศัพท์ และจัดเตรียมการบริการห้องใหม่ให้เรียบร้อย

- ทำการตอบข้อซักถามและคอยต้อนรับ

- กรณีที่อุปกรณ์บริเวณ Front Desk เสียหาย ติดต่อแผนกช่างให้ทำการซ่อมแซม

### 3. Front Cashier

**หน้าที่** เก็บค่าบริการต่างๆ และแลกเปลี่ยนเงินแก่แขก

**บทบาท**

- รับบิลล์จากแผนกทะเบียนมาจัดเก็บเข้าแฟ้ม
  - คิดเงินค่าห้องของแขกทุกวัน
- ตรวจสอบยังแผนกต่างๆ ว่าแขกเข้าไปใช้บริการอะไรบ้างเป็นเงินเท่าไร
- CHECK OUT ให้แก่แขก
- แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

**พฤติกรรม**

- รับบิลล์จากแผนกทะเบียน เมื่อแขกมาพักมาจัดเก็บเข้าแฟ้ม
- พนักงาน Cashier นำบิลล์ดังกล่าวของทุกห้องเข้าตรวจทุกวัน เป็นการคิดเงินค่าห้องพักแขกประจำวัน เมื่อแขกมา CHECK OUT พนักงาน Cashier จะโทรถาม Maid ว่าแขกที่พักห้องนี้ ชื่อนี้ ได้เปิดบริการอะไรบ้าง จะได้ทำการออกบิลล์ และโทรไปถาม Operator ว่าแขกห้องนี้โทรศัพท์กี่ครั้ง แล้วโทรไปที่หน่วยอื่นๆ ว่าแขกใช้บริการอะไรบ้าง โดยนำบิลล์ ไปเข้าเครื่องรวมจำนวนเงินที่แขกใช้ทั้งหมดที่ฝ่ายทะเบียน
- รับเงินค่าบริการจากแขก
- ตรวจสอบยอดเงินที่ได้รับไปยังแผนกบัญชี
- ถ้าแขกต้องการแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นเงินไทย ก็ต้องทำการแลกเปลี่ยน ในอัตราสากล มี Board แสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินติดไว้ให้แขกดู
- จะต้องมียกเก็บเงิน จำแนกเงินในสกุลต่างๆ อย่างเป็นหมวดหมู่และเป็นสกุลด้วย

### 4. Bell Captain

**หน้าที่** ควบคุมการทำงานของ Bell Boy

**บทบาท**

- ควบคุมการทำงานของ Bell Boy ให้มีประสิทธิภาพ
- ถ้าแขกมาจะต้องคอยช่วยเหลือ Bell Boy
- รับโทรศัพท์ที่มาถึงแขกและส่งให้ Bell Boy ไปเชิญแขกมารับโทรศัพท์

**พฤติกรรม** - ควบคุมการทำงานของ Bell Boy ถ้าแขกมาจะต้องคอยช่วยขนของ

- กรณีที่แขก CHECK OUT แล้วต้องการฝากของไว้ พนักงานจะต้องออกตัว และตรวจว่าแขกมี Bill Check Out หรือไม่ จากนั้นนำกระเป๋าไปเก็บใน Baggage Room

- คอยรับโทรศัพท์บริเวณ Counter เมื่อแขกต้องการคนไปขนกระเป๋าบนห้องพักเพื่อจะ CHECK OUT จะออกคำสั่งให้ Bell Boy ไปตามตัวแขกมารับโทรศัพท์

## 5. Bell Boy

หน้าที่	บริการขนกระเป๋าเดินทางและสัมภาระให้กับแขก
บทบาท	- ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ CHECK IN แล้วไปยังห้องพัก - ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ CHECK OUT ไปที่ส่วน DROP OFF - ตามแขกมารับโทรศัพท์
พฤติกรรม	- อยู่ประจำทางเข้า - ออกไปรับกระเป๋าเพื่อนำมายัง Counter เพื่อ CHECK IN - นำกระเป๋าไปยังห้องพักแขก - รับคำสั่งจาก Bell Captain ว่าห้องไหน CHECK OUT แล้วขึ้นไปขนกระเป๋าลงมา
	- เมื่อแขก CHECK OUT ขนกระเป๋าเดินทางของแขกที่ไปที่ส่วน Drop off - กรณีที่แขกฝากของไว้ ต้องออกตัวเพื่อสะดวกในการรับคืน จากนั้นนำกระเป๋าไปเก็บใน Baggage Room
	- ถ้ามีโทรศัพท์มาถึงแขก จะต้องเป็นผู้ไปตามแขก

## 6. Reservation

หน้าที่	รับจองห้อง
บทบาท	คอยรับความประสงค์แขก ว่าต้องการห้องพักจำนวนเท่าไร แบบไหน
พฤติกรรม	- คอยรับโทรศัพท์ของแขกที่มาติดต่อ หรือที่มาติดต่อด้วยตนเอง เพื่อทราบความต้องการขนาดของห้องและจำนวนห้อง - ตรวจสอบฝ่ายทะเบียนแล้วแจ้งว่ามีห้องที่ต้องการหรือไม่ - เมื่อตกลงเรียบร้อยแล้ว ทำบัตรจองห้องให้แก่แขก และถ้ามีแขกเพิ่มภายหลังก็จะส่งไปฝ่ายทะเบียนเพื่อรอรับการมาของแขก

### 3.2.2.2. พฤติกรรมภายในส่วนของ Coffee shop

ผู้ให้บริการ มีการทำงานแบ่งออกเป็น 3 ผลัด ผลัดละ 4 คน ดังนี้

ผลัดที่ 1 06.00 - 19.00 น.

ผลัดที่ 2 14.00 - 22.00 น.

ผลัดที่ 2 22.00 - 06.00 น.

#### 1. BARTENDER (จำนวน 2 คน)

หน้าที่	ผสมเครื่องดื่มและจัดอาหารว่าง
บทบาท	- ตอบรับรายการจากพนักงานบริการ - ผสมเครื่องดื่มและจัดอาหารว่าง
พฤติกรรม	- รับรายการพนักงานบริการแล้วนำไปไว้ที่ Counter - จัดรายการตามคำสั่ง - วางไว้บน Counter พนักงานจะนำไปส่งให้แก่แขก - พนักงานจะนำบิลล์ วางไว้ 1 ใบ และเก็บไว้ที่ Cashier 1 ใบ

## 2. พนักงานบริการ (จำนวน 2 คน)

หน้าที่	ให้บริการแก่แขกที่มาั่ง MINI BAR
บทบาท	ให้บริการแก่แขกและดูแลความเรียบร้อย
พฤติกรรม	- คอยยืนอยู่เพื่อแขกจะได้เรียกใช้สะดวก - นำรายการอาหารไปไว้ที่ COUNTER ผสมเครื่องดื่ม - นำเครื่องดื่มไปให้แก่แขก และคิดเงินเมื่อแขกจะกลับ

## 3. CASHIER (จำนวน 2 คน)

หน้าที่	คิดค่าบริการและเก็บเงิน
บทบาท	รับรายการจากพนักงาน คิดเงินและเก็บเงิน ทำบัญชีส่งฝ่ายบัญชีของโรงแรมต่อวัน
พฤติกรรม	นั่งบริเวณ Counter Cashier รับรายการจากพนักงาน คิดเงินและเก็บเงิน ทอนเงิน ทำบัญชี รูบัตรลงบัญชีในคอมพิวเตอร์ ในกรณีที่ใช้ Room Card จ่ายเงินแทนเงินสด

### 3.2.2.3 พฤติกรรมภายในส่วนของ Restaurant

เปิดบริการตั้งแต่เวลา 8.00 – 22.00 น.

ผู้ให้บริการ มีการทำงานแบ่งออกเป็น 2 ผลัดดังนี้

ผลัดที่ 1 06.00 -15.00 น.

ผลัดที่ 2 15.00 - 22.00 น.

#### 1. Manager

หน้าที่	ควบคุมความเรียบร้อยในร้านอาหาร
บทบาท	- รับคำสั่งจากฝ่ายบริหารแจ้งประสานกับพนักงานในความรับผิดชอบ - ตรวจสอบความเรียบร้อย - แนะนำและปรับปรุงการบริการอยู่เสมอ

พฤติกรรม	- ดูแลความเรียบร้อยกับผู้ช่วย - คอยต้อนรับและแนะนำแขก
<b>2. SUPERVISOR</b>	
หน้าที่	ดูแลการปฏิบัติงานภายในห้องที่รับผิดชอบ หรืออาจปฏิบัติงานแทน
ผู้จัดการ	
บทบาท	- รับคำสั่งจากผู้จัดการ ทำหน้าที่แทน และรับผิดชอบ - ดูแลต้อนรับแขก - ดูแลพนักงานให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ
พฤติกรรม	แนะนำแขก พาไปนั่ง กรณีที่แขกเป็นผู้รับการบำบัดสุขภาพเป็นผู้รับ
ตารางตรวจสอบสุขภาพเพื่อจัดเมนูสุขภาพที่เหมาะสมกับสุขภาพของลูกค้า	
	- ช่วยเรียกพนักงานบริการ - นำบิลล์มาให้แขกเมื่อเรียกเก็บเงิน
<b>3. CASHIER</b>	
หน้าที่	ดูแลความเรียบร้อยเกี่ยวกับการเงิน
บทบาท	- ตรวจสอบยอดเงินแต่ละโต๊ะ - รับเงินเข้าบัญชี ทอนเงิน - ทำบัญชียอดขายในแต่ละวัน
พฤติกรรม	- พนักงานนำใบสั่งของจากแขกมาไว้หน้าโต๊ะ CASHIER และ CASHIER
นำมาจากช่องคิดเงิน ส่งบิลล์ ให้พนักงานบริการไปเก็บเงิน	
	- แขกที่พกอาจใช้ Room Card ลงบัญชีได้ พนักงานบริการจะนำ ROOM CARD จากแขกมาให้ CASHIER เพื่อรูดบัตรลงบัญชีไว้ในคอมพิวเตอร์ แล้วส่งไปยังฝ่ายทะเบียน
	- เมื่อห้องอาหารปิด รวมยอดเงินให้ตรงกับใบเสร็จ - นำบัญชีเสนอต่อผู้จัดการและฝ่ายบัญชี
<b>4. พนักงานบริการ</b>	
หน้าที่	บริการเสิร์ฟอาหารแก่ผู้มารับบริการ
บทบาท	- เข้าทำงานก่อนเวลา 30 นาที - ใส่เครื่องแบบสะอาดเรียบร้อย - ตรวจสอบอุปกรณ์ใน Service Station ให้ครบถ้วน
พฤติกรรม	- ช่วยกันจัดโต๊ะโดยปูผ้า จัดช้อนส้อม แก้วน้ำ จาน ชาม และเชิงเทียน
แผ่นรองจานให้อยู่ในสภาพเรียบร้อย พร้อมใช้ได้ทันที	
	- คอยรับคำสั่งจากผู้จัดการ และผู้ช่วย - เรียนรู้รายการอาหาร

- เมื่อแขกเข้ามาคอยบริการกล่าวทักทาย
- ถามแขกว่าต้องการเครื่องดื่มก่อนหรือไม่ ถ้าต้องการจะเขียนใบสั่งไปให้ Bartender เมื่อเสิร์ฟเรียบร้อย ยืนคอยรับคำสั่งอาหารจากแขก
- ในกรณีที่แขกเข้ารับการบำบัดสุขภาพต้องนำเสนอเมนูสุขภาพตาม Type อาหารที่เหมาะสมกับสุขภาพของแขก รับคำสั่งและทบทวน เขียนใบสั่งไปที่ครัว ซึ่งจะมีพนักงานยกออกมาที่ Station นำไปส่งให้แขก
- คอยเติมเครื่องดื่ม คอยถามว่าต้องการอะไรเพิ่มหรือไม่
- เมื่อแขกทานอาหารเสร็จแล้ว เก็บโต๊ะ ส่งไปยังครัวแล้วถามแขกว่าต้องการอะไรเพิ่มหรือไม่ หลังอาหารเสนอรายการของหวาน
- เมื่อคิดเงินนำบิลล์จาก Cashier ให้ในกรณีที่แขกใช้ Room Card ให้นำ Room Card ไปที่ Cashier เพื่อคิดเงินแล้วนำมาคืนแก่แขก

### 3.2.2.4 พฤติกรรมภายในส่วนของ Salon & Spa

เปิดบริการตั้งแต่เวลา 8.00 – 22.00 น.

ผู้ให้บริการ มีการทำงานแบ่งออกเป็น 2 ผลัดดังนี้

ผลัดที่ 1 07.00 -16.00 น.

ผลัดที่ 2 16.00 - 22.00 น.

#### 1. Spa Manager

- บทบาท** รับคำสั่งจากฝ่ายบริการ มาประสานงานกับพนักงานจัดชั้นตอน และคอร์ส สำหรับการเข้าใช้บริการในส่วนของการ Treatment โดยประสานงานกับพนักงานใน Spa Treatment
- พฤติกรรม** ดูแลเรื่องจำนวนผู้เข้าใช้บริการของสปา  
คอยต้อนรับและแนะนำผู้รับบริการ  
ตรวจสอบดูแลความเรียบร้อยทั่วไปในส่วนของการ Spa

#### 2. Salon Manager

- บทบาท** รับคำสั่งจากฝ่ายบริการ มาประสานงานกับพนักงานสรรหาแบบทรงผมใหม่ๆ เพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้ผู้รับบริการ
- พฤติกรรม** คอยต้อนรับและแนะนำผู้รับบริการ  
ตรวจสอบดูแลความเรียบร้อยทั่วไปในส่วนของการ Spa

#### 3. พนักงานบำบัด

- บทบาท** - รับผิดชอบ และจัดความพร้อมของอุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการบำบัด  
- ติดต่อประสานงานกับประชาสัมพันธ์
- พฤติกรรม** - ต้อนรับแขกที่มาใช้บริการ

- พาแขกไปห้องต่างๆ ตามที่ระบุในรายการ
- เมื่อทำการบำบัดเสร็จ พาแขกกลับมายังห้อง Locker
- ส่งแขกเพื่อไปยังส่วนประชาสัมพันธ์

### 3.3 สายงานการบริหารและอัตรากำลัง

3.3.1 สายงานการบริหารและการจัดหน่วยงานภายในโครงการ สำหรับการบริหารโครงการในลักษณะนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนบริหาร (Administration )
2. ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม ( Food & Beverage)
3. ส่วนห้องพัก (Residence)
4. ส่วนส่วนบริการด้านสุขภาพ (Health Facility)

ในแต่ละส่วนจะประกอบด้วยฝ่ายต่างๆ ซึ่งแบ่งหน้าที่และความสัมพันธ์กันดังนี้

#### 1. ส่วนบริหาร (Administration)

ฝ่ายบริหาร ผู้จัดการโครงการ (GENERAL MANAGER)

บทบาท รับผิดชอบกิจกรรมและธุรกิจของโครงการทุกด้าน บริการและควบคุมให้การดำเนินงาน เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ รับผิดชอบการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งหมด เดียวกันก็ประสานงานด้านต่างๆให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องและราบรื่น

หน้าที่

- วางแผนเป้าหมาย (TARGETING)
- วางแผนการทำงาน(PLANNING)
- สื่อสารสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีภายในโครงการ (COMMUNICATION)
- มอบหมายงานที่ถูกต้องเหมาะสม (ASSIGNING)
- แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ (PROBLEM SOLVING)
- ประเมินผลและปรับปรุงการปฏิบัติงาน(EVALUATION & IMPROVEMENT)

ผู้บังคับบัญชาโดยตรง คณะกรรมการ (BOARD OF COMMITTEE)

หน้าที่

- จัดวางระบบบริหารประจำวันตามลำดับความสำคัญ
- อ่านจดหมาย เอกสารและบันทึกต่างๆ เพื่อแยกประเภทและส่งไปยังแผนกที่เกี่ยวข้องตรวจสอบความถูกต้องอย่างละเอียด ก่อนเข้าเซ็นชื่อและส่งออก
- ประชุมประจำวันกับหัวหน้าแผนกต่างๆหรือประชุมกับลูกค้าผู้ให้บริการ

- สํารวจความเรียบร้อยภายในโครงการ อย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง โดยสํารวจความสะอาดการบริการ ความสุภาพของพนักงาน สํารวจท้ํว้ไป และสิ่งของเพื่อการเผยแพร่ส่งเสริมการขาย สํารวจการซ่อมแซม และการบํารุงรักษา.

- ปรีกษาหารือเป็นประจําวันกับหัวหน้าแผนกบัญชีของโครงการในเรื่องบันทึก รายได้ประจําวัน (DAIRY REPROT) การประมาณการ (FORECAST) การซ่อมแซมและ บํารุงรักษา (REPAIR & MAINTENANCE) หายรับรายจ่ายและเงินกระแสรายวัน สินเชื่อ (CREDIT)

- จัดงานเลี้ยงอาหารหรือเลี้ยงคอกเทล แก่ผู้มาใช้โครงการในบางครั้ง หรืออาจเชิญ บุคคลสําคัญจากส่วนราชการ จากธุรกิจการค้าหรือบุคคลสําคัญที่มาใช้บริการมาเลี้ยงรับรองหรือ คณะกรรมการและเจ้าของโครงการมาประชุม

- เข้าร่วม งานสังคมหรือสังสรรค์กับบุคคลในท้องถิ่น

- ตรวจสอบงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์

- ปรีกษากับแผนกขาย.

- ปรีกษากับแผนกบุคคลในเรื่องการฝึกอบรม

- แสวงหาความคิดริเริ่มในการปรับปรุงสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

โครงการให้ดียิ่งขึ้น

- ตรวจสอบค่าใช้จ่ายในด้านสาธารณูปโภคจากรายงานแผนกช่างและแผนกอื่น ประกอบด้วย

ฝ่ายการเงินและการบัญชี (Controller & Accountant)

แผนกบัญชี (ACCOUNTING DEPARTMENT)

หัวหน้าแผนกบัญชี (CHIEF ACCOUNT)

บทบาท ควบคุมบันทึกรายงานบัญชีทุกประเภท ตลอดจนทรัพย์สินทั้งหลายของโครงการ บริหารงานทั้งหมด ที่เกี่ยวกับการเงินการบัญชี ในแผนก ควบคุมกระแสเงินสด และทรัพย์สินอื่น ทั้งหมดของโครงการ

หน้าที่ - จัดและรักษาระบบควบคุมภายใน และการตรวจสอบต่างๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจของ โครงการ

- จัดระบบการบันทึกทางบัญชีให้เป็นระเบียบเรียบร้อย และกำหนดวิธีจัดทำบัญชี ตามนโยบายของคณะกรรมการ

- เก็บรักษาสัญญาและสิ่งต่างๆ ที่เป็นเอกสารละข้อมูลตามข้อกำหนดของทาง ราชการซึ่งจะมีผลต่อสถานภาพทางการเงินของโครงการ

- ควบคุมกำกับดูแล เกี่ยวกับภาษีทั้งหมดของโครงการให้อยู่ในระบบที่ถูกต้อง

- ตรวจสอบและอนุมัติการจ่ายเงินและค่าใช้จ่ายต่างๆให้เป็นไปตามขั้นตอน

- ติดตามและตรวจสอบบันทึกรายงานต่างๆ เกี่ยวกับการเงินการบัญชี ที่มีอยู่ประจำวัน / สัปดาห์ / เดือน
- ควบคุมดูแลและจัดทำบัญชีลูกหนี้ เจ้าหนี้ บัญชีต่างๆ รายงานทางสถิติต่างๆ ที่จำเป็น
- ช่วยหัวหน้าแผนกต่างๆ ในการตั้งและปรับปรุงงบประมาณประจำปี และจำเป็นต้องรับผิดชอบในการทำรายงานเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงกับที่ได้ประมาณการไว้
- ติดต่อและเก็บสัญญาและการประกันภัยต่างๆ

### สมุหบัญชี (ASS ACCOUNTANT)

- บทบาท** รับผิดชอบต่อรายการเงินตลอดจนการวิเคราะห์ทั้งหมด
- หน้าที่**
- จัดเตรียมรายงานประจำปี / เดือน ในเรื่องบัญชีกำไร ขาดทุน งบดุล และแนวโน้มการปฏิบัติงาน
  - จัดทำรายละเอียดในบัญชีรวม และบัญชีแยกประเภท
  - จัดทำบัญชีหุ้นธนาคาร บัญชีของผู้ประกอบการให้ตรงต่อความเป็นจริงและทันสมัยเสมอ
  - จัดเตรียมการวิเคราะห์บัญชีประจำเดือน สภาพการซื้อตกลงแลกเปลี่ยน
  - จัดทำบันทึกรายงานการปฏิบัติงานของแผนกอาหารและเครื่องดื่มทุกสามเดือนให้สมบูรณ์ เพื่อได้ทราบกำไรขาดทุนของภัตตาคาร คลับ และบริการอื่นๆ ที่มีโครงการ

### แคชเชียร์ใหญ่ (GENERAL CASHEIR)

- บทบาท** รวบรวมยอดเงินฝากประจำวัน และจัดทำบัญชีเงินสดรายวัน รวมทั้งยอดเงินสดในมือ
- หน้าที่**
- รวบรวมและนับเงินสดในรายการต่างๆ ที่ได้รับจากแต่ละแผนกให้ถูกต้องตรงกับยอดเงินที่ระบุไว้
  - รับและลงบันทึกการรับเงินสดประจำวัน และเช็คที่ได้รับทางไปรษณีย์ลงในสมุดรายงานประจำวัน
  - เตรียมและจัดทำฝากธนาคารรายวัน
  - นับและตรวจสอบเงินคงคลังของแผนกทุกวัน และเบิกทดแทนสำหรับยอดที่จ่ายไป

### หน่วยจัดซื้อ (PURCHASING DEPARTMENT)

หัวหน้าหน่วยจัดซื้อ

**บทบาท** ควบคุมการจัดซื้อทุกสิ่งทุกอย่าง ตามความต้องการของทุกหน่วยทุกแผนก เพื่อให้โครงการดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**หน้าที่** ทำงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริการ และแผนกบัญชีในเรื่องการควบคุมการจัดซื้อ กำหนดขั้นตอนและแบบฟอร์มสำหรับการขอซื้อ ให้แก่หน่วยต่างๆ เพื่อใช้ในการขอซื้อ

รับใบขอซื้อหรือความต้องการซื้อจากหน่วยงานต่างๆ ในกรณีที่จะต้องซื้อสิ่งของที่มีราคาสูง เช่น พวกเครื่องมือหรือวัสดุก่อสร้างต่างๆ จำเป็นต้องตรวจสอบว่าการซื้อนั้นอยู่ในงบประมาณหรือไม่

เก็บรักษาแฟ้ม สมุดแจ้งรายการสินค้า บัญชีรายชื่อคุณลักษณะโดยละเอียดของสินค้า สิ่งของและอุปกรณ์

ซื้อให้ถูกต้องตามความต้องการ ตามคุณลักษณะเฉพาะ และตามราคาที่ถูกต้องของสินค้าหรืออุปกรณ์ทุกชนิด

พบปะตัวแทนฝ่ายขายจากบริษัทผู้แทนจำหน่าย เพื่อทราบถึงความเคลื่อนไหวด้านราคาและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ติดต่อประสานงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานในรายละเอียดสินค้าและอุปกรณ์ของใช้ทุกชนิด

## แผนกบุคคล (Human Resource)

### หัวหน้าแผนกบุคคล (PERSONNEL MANAGER)

**บทบาท** จัดระบบ จำแนกหน้าที่ของพนักงาน การว่าจ้างแรงงาน วางหลักเกณฑ์ในเรื่องที่เกี่ยวกับบุคลากรและความสัมพันธ์

**หน้าที่** - จัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานเป็นลายลักษณ์อักษรให้ฝ่ายบริหารอนุมัติให้ และจัดพิมพ์เพื่อเป็นแนวทางให้พนักงานของโครงการถือปฏิบัติ

- เจรจา ช่วยฝ่ายบริหารในการทำข้อตกลง สัญญา การว่าจ้างแรงงานและเรื่องแรงงานสัมพันธ์

- รับผิดชอบภารกิจด้านบุคลากรต่างๆ เช่น การว่าจ้าง การประกัน การฝึกอบรม การให้รางวัลตอบแทนความดีความชอบ การบันทึกทะเบียนประวัติ การจ่ายเงินทดแทนในกรณีเลิกจ้าง

- สัมภาษณ์ผู้สมัครงานบางตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายและเป็นผู้ติดต่อกับผู้สมัครในเรื่องการว่าจ้าง

- รับผิดชอบการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานทั้งนี้เพื่อให้พนักงานเหล่านั้นสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ผู้ช่วยหัวหน้าแผนกบุคคล (ASSISTANT PERSONNEL MANAGER)

**บทบาท** ช่วยเหลือหัวหน้าแผนกบุคคลในทุกเรื่อง และจัดการเรื่องวีซ่า (VISA) ใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) ของชาวต่างประเทศ ที่เป็นพนักงานของโครงการและดำเนินการในเรื่องการชำระภาษี

**หน้าที่** - จัดการเรื่องวีซ่าเข้าประเทศ ใบอนุญาตทำงานในประเทศและการชำระภาษีให้กับพนักงานที่เป็นชาวต่างประเทศ ตลอดจนนักแสดงที่มาแสดงที่โครงการ

- จัดทำและดำเนินการต่ออายุใบอนุญาตต่างๆ เช่น กิจการห้องพัก ห้องอาหาร การขายสุรา และบุหรี การขายอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างเวลาห้ามขาย ใบอนุญาตการใช้เครื่องขยายเสียง การจุดดอกไม้ไฟ การใช้เครื่องจักรบางชนิดและอื่นๆ

- จัดทำรายงานสรุปผลการทำงานของพนักงานในรอบสัปดาห์

- ดูแลแผ่นป้ายประกาศของโครงการ

### สรุปรงานแผนกบุคคล

- มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการว่าจ้างพนักงานและฝึกอบรมพนักงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงาน

- มีหน้าที่รักษากฎระเบียบ ข้อบังคับ ให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาของฝ่ายบริหาร ทั้งยังเป็นผู้ร่างกฎระเบียบข้อบังคับเสนอให้ฝ่ายบริหารอนุมัติใช้

- ดำเนินการฝึกอบรมพนักงานเพื่อประสิทธิภาพที่ดีขึ้น มีหน้าที่รับผิดชอบงานฝ่ายบุคคล เช่น การว่าจ้าง การประกัน การเก็บประวัติพนักงาน ฯลฯ

- เป็นผู้สัมภาษณ์ผู้สมัครงาน สอบประวัติผู้สมัครก่อนรับเข้าเป็นพนักงาน

### ช่าง (ENGINEERING DEPARTMENT)

#### หัวหน้าแผนกช่าง (CHIEF ENGINEER) และ ช่างเฉพาะเครื่อง

**บทบาท** บริหารงานและรับผิดชอบงานในแผนกช่าง และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานช่างทั้งหมด

**หน้าที่** - รับผิดชอบการซ่อมบำรุงรักษาควบคุมการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ในแผนก เช่น หน่วยช่างทาสี หน่วยช่างไม้ ช่างไฟฟ้า ช่างประปา ช่างปูน และช่างเฟอร์นิเจอร์

- ทำงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายบริหาร หัวหน้าแผนกบัญชี หัวหน้าหน่วยจัดซื้อ โดยพิจารณาการซื้ออุปกรณ์ใหม่เพื่อใช้แทนของเก่า เช่น เฟอร์นิเจอร์ วัสดุก่อสร้าง การก่อสร้างหรือการปรับปรุงแก้ไขอาคาร

- ประสานงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยซักรีด พนักงานซักรีด (LAUNDRY) หน่วยแม่บ้าน แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

- เดินตรวจงาน ดูแล สภาพของอาคารและอุปกรณ์ต่างๆ ให้ทั่วโครงการ โดยเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้

- ปรีกษาหารือกับผู้รับเหมา (CONTRACTOR) เรื่องการติดตั้ง ซ่อมแซม โดยประสานงานของผู้รับเหมาให้สอดคล้องกับพนักงานในแผนก
- รับผิดชอบโครงการปรับปรุงห้อง เพอร์นิเจอร์ การซ่อมม่าน และการทดแทนของชำรุด
- ปรีกษากับฝ่ายบริหาร ในการขายบริการและอุปกรณ์ อาทิ การใช้พลังงาน การใช้ น้ำ การใช้เครื่องปรับอากาศ และเพอร์นิเจอร์สำหรับจัดงานเลี้ยงหรืองานบริการต่างๆ จัดระบบบันทึกรายงานการปฏิบัติงานของพนักงาน มีหน้าที่ควบคุมพัสดุตลอดจนควบคุมเรื่องค่าใช้จ่าย ค่าจ้าง เงินเดือนในแผนกอย่างใกล้ชิด

#### ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENT

#### หัวหน้าแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENT)

บทบาท รับผิดชอบการปฏิบัติงานทั้งหมดทุกหน่วยในแผนก และประสานงานกับทุกหน่วยในแผนกต่างๆ

หน้าที่ - ตรวจสอบการปฏิบัติงานของทุกหน่วยในแผนก

- ประชุมหารือกับหน่วยบริหารในเรื่องบันทึกรายงาน การประมาณการต่างๆ นโยบายงบประมาณ และการวางแผนในอนาคต (REPORT , FORECAST BUDGET , POLICIES , & FUTURE PLANNING)

- ติดต่อบริกาหารหรืออย่างใกล้ชิดกับหัวหน้าแผนกบัญชี หัวหน้าหน่วยซักรีด
- กำหนดมาตรฐาน คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อการจัดซื้อ
- สอบถามในเรื่องราคาสินค้า แหล่งขายเงินสด (SALES) ราคาของอาหาร เครื่องดื่ม แนวโน้มของธุรกิจ เป็นต้น
- จัดทำรายงานสำหรับฝ่ายบริหารในเรื่องงบประมาณ ทั้งในด้านค่าจ้าง (PAY ROOL) และรายได้ (REVENUE)
- หมั่นพบกับผู้ขายสินค้า (PURVEYORS) เพื่อเรียนรู้และรับทราบถึงผลิตภัณฑ์ หรือวิธีการใหม่ๆ หาโอกาสพบกับผู้ใช้บริการของโครงการเพื่อให้ทราบว่ามีข้อติชมเกี่ยวกับเรื่องอาหารและเครื่องดื่มอย่างไรบ้าง
- แสวงหาความรู้และความชำนาญเพิ่มเติมในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มอยู่เสมอ เพื่อให้มีความทันสมัยในเรื่องนี้อยู่เสมอ

#### หัวหน้าพ่อครัว (EXECUTIVE CHEF)

**บทบาท** กำกับดูแลและประสานงานทั้งหมดที่เกี่ยวกับการผลิตอาหาร ควบคุมการปฏิบัติงาน โดยผ่านสายงานทางผู้ช่วยหัวหน้าพ่อครัว (SOUS CHEF) และพ่อครัว (COOKS)

- หน้าที่**
- กำกับดูแลและประสานงานด้านการเตรียมอาหารทั้งหมดภายในโครงการ
  - สํารวจตรวจครัวต่างๆ และบริเวณที่ใช้ประกอบอาหารเพื่อให้ทราบสมรรถภาพการทำงาน วิธีการทำงานและความคืบหน้าของงานครัว ทั้งการเตรียมและการผลิตอาหาร
  - สาธิตวิธีการและตำรับอาหารใหม่ให้แก่พ่อครัวเพื่อปรับปรุงการเตรียมอาหารของพ่อครัวแนะนำเครื่องปรุงและวิธีการใหม่ๆ
  - จัดทำรายการอาหาร (MENU) โดยใช้อาหารที่มีอยู่ตามฤดูกาล และตามความต้องการของธุรกิจขณะนั้นหรือความนิยมในขณะนั้น
  - ปรึกษารื้อกับผู้ช่วยหัวหน้าพ่อครัว และหัวหน้าแผนกอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงหรือทดแทนด้านอุปกรณ์เครื่องใช้
  - ทำงานอย่างใกล้ชิดกับหัวหน้าหน่วยจัดซื้อ พนักงานในหน่วย
  - ศึกษาความเคลื่อนไหวหรือการเปลี่ยนแปลงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยจัดเลี้ยง หน่วยภัตตาคาร เพื่อจัดระบบงานให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยต่างๆ เพื่อผลทางธุรกิจ และทำอาหารได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
  - ตรวจสอบคุณภาพอาหารสดที่สั่งจากผู้ขาย โดยทำงานร่วมกับหน่วยจัดซื้อ

### กัปตัน (CAPTAIN)

**บทบาท** คอยให้บริการแก่แขกในการบริการด้านอาหาร โดยให้แขกรู้สึกได้รับการเอาใจใส่ตลอดเวลาและดูแลให้การปฏิบัติงานของลูกน้องเรียบร้อยเสมอ

**การปฏิบัติงาน**

**หน้าที่** คอยตรวจตราการให้บริการ การจัดโต๊ะ งานชาม การเก็บกวาด ล้างภาชนะทุกวัน ดูแลความเสียหายที่เกิดขึ้นกับภาชนะ และอุปกรณ์ต่างๆ ในการบริการ ตรวจเช็คและรายงานหัวหน้า

### พนักงานบริการเสิร์ฟอาหาร (WAITER)

**บทบาท** คอยให้บริการรับสั่งและเสิร์ฟอาหารแก่แขกด้วยความสุภาพเรียบร้อย

**หน้าที่** คอยจัดโต๊ะอาหาร เก็บถ้วย งานชาม เปลี่ยนผ้าปูโต๊ะ จัดดอกไม้ประจำโต๊ะ รับสั่งและส่งอาหารมาเสิร์ฟต่อแขก พร้อมกับสนองความต้องการของแขกตลอดเวลา

### พนักงานส่งอาหาร (BUS BOY)

**บทบาท** คอยรับส่งรายการอาหารจากส่วนบริการไปยังครัวและนำอาหารที่เสร็จแล้วมาส่ง  
**หน้าที่** คอยช่วยเหลือการจัดเตรียมโต๊ะ และบริเวณให้บริการอาหาร ขนย้ายเบิกของจาก  
 แผนกจัดซื้อมายังแผนกทำครัว เตรียมของตามคำสั่งพ่อครัว หรือกัปตันในการทำอาหาร และรับส่ง  
 อาหารจากครัวไปยังส่วนบริการพร้อมกับขนถ่ายภาชนะใช้แล้วกลับมายังครัวด้วย

#### ผู้ดูแลด้านเครื่องดื่ม (BEVERAGE SUPERVISION)

**บทบาท** ควบคุมกัปตันให้ปฏิบัติกรบริการแก่แขกในด้านความเรียบร้อยและความพร้อม  
**หน้าที่** ควบคุมให้การบริการด้านเครื่องดื่มเป็นไปโดยเรียบร้อย ดูแลเครื่องดื่มและของใช้ต่างๆ  
 ทุกวัน พร้อมกับจัดเตรียมรายการสั่งซื้อเพิ่ม ตลอดจนดูแลการบริการของลูกค้า

#### หัวหน้าบาร์เทนเดอร์ (HEAD BARTENDER)

**บทบาท** ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานในด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณบาร์ต่างๆ  
 ของโครงการ

- หน้าที่**
- ดูแลการเตรียมบาร์ก่อนเปิดบริการเพื่อพร้อมที่จะให้บริการ
  - ควบคุมการเตรียมเครื่องดื่มและการเสิร์ฟตามสั่ง
  - ดูแลการเก็บรักษาเครื่องดื่มให้ถูกต้อง โดยประสานงานกับผู้มีหน้าที่ควบคุมอาหาร  
 และเครื่องดื่ม
  - แจกจ่ายและเสิร์ฟเครื่องดื่มตามคำสั่งของผู้ใช้บริการ
  - จัดบันทึกเครื่องดื่มที่สั่งให้ลูกค้าผู้ให้บริการ และวางบิลล์ทันทีขณะที่เสิร์ฟ เพื่อ  
 สะดวกในการจ่ายเงิน
  - รับเงินหรือใบเรียกเก็บเงินที่ลงนามแล้ว เพื่อส่งต่อไปยังพนักงานเก็บเงินต่อไป
  - ทอนเงินให้ลูกค้าผู้ให้บริการพร้อมทั้งใบรับเงิน

#### บาร์เทนเดอร์ (BARTENDER)

**บทบาท** รับผิดชอบประจำบาร์ตี๊กอย่างที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้าบาร์เทนเดอร์

- หน้าที่**
- จัดเตรียมบาร์เพื่อการบริการ
  - ปิด กวาด ถู บริเวณเคาน์เตอร์บาร์และใกล้เคียงให้สะอาด น่าดู
  - จัดแก้ว เตรียมอุปกรณ์ผสมเครื่องดื่มให้พร้อม วางให้ถูกต้องเพื่อความสะอาดและ  
 รวดเร็วเวลาปฏิบัติงาน
  - เมื่อได้รับคำสั่งให้เตรียมเครื่องดื่มด้วยความรวดเร็วถูกต้องตามคำสั่ง
  - ตรวจสอบบันทึกหรือสอบถามของคลังประจำบาร์

- รักษาระดับต่ำสุดและสูงสุดของคลังของบาร์และรายการเครื่องดื่ม รวมทั้งเก็บรักษาใบเบิก ใบรับโอน (TRANSFER RECEIPT) ทำบันทึกการขายเครื่องดื่ม ส่งสำเนาการขายประจำวันให้แก่ผู้ควบคุมอาหารและเครื่องดื่ม

#### พนักงานทำความสะอาด (CLEANER)

บทบาท ทำความสะอาดภาชนะต่างๆ ในการทำอาหารและเครื่องดื่ม คอยตรวจเช็คของที่แตกเสียหาย แจ่งแก้หัวหน้า

หน้าที่ รักษาขณะที่ใช้แล้วจากส่วนบริการมาทำความสะอาดตรวจเช็ค ให้พร้อมที่จะหมุนเวียนไปใช้ได้ตลอดเวลา

#### ส่วนห้องพัก (Residence)

##### แผนกบริการส่วนหน้า ( Front Office)

การบริหารงานฝ่ายหน้า ฝ่ายหน้าหรือที่เรียกกันว่า หน่วยต้อนรับ ( RECEPTION ) เป็นหน่วยงานที่เสมือนศูนย์รวม เป็นศูนย์การติดต่อระหว่างผู้มาใช้บริการ ( GUEST ) กับโครงการ หรือการติดต่อเพื่อการอื่นๆ รวมทั้งการติดต่อในด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการระหว่างที่พักอยู่ และเมื่อถึงกำหนดวันที่ผู้ใช้บริการออก (CHECK OUT) ก็จะต้องมาชำระเงิน พร้อมกันคืนกุญแจห้องให้กับหน่วยงานนี้

- หน้าที่
- จัดระบบการควบคุมห้องพักที่ว่างอยู่และห้องที่จองแล้ว
  - ให้การต้อนรับผู้ให้บริการอย่างสุภาพ
  - ทำการรับจองห้องพักของผู้ใช้บริการ
  - ลงทะเบียนให้ผู้ให้บริการเมื่อมาถึง และจัดกุญแจห้องให้
  - จัดเตรียมเอกสารการชำระเงินล่วงหน้า เมื่อผู้ให้บริการจะออก (CHECK OUT)
  - จัดบริการขนสัมภาระให้
  - จัดการข่าวสารให้ผู้ให้บริการตามที่ต้องการ
  - จัดบริการด้านโทรศัพท์ให้ผู้ให้บริการ
  - จัดดำเนินงานที่เหมาะสมเกี่ยวกับการร้องเรียนของผู้ใช้บริการ
  - จัดบริการข่าวสารที่มาถึงผู้ให้บริการ
  - จัดบริการส่งของไปรษณีย์ให้ผู้ให้บริการ
  - จัดบริการขนส่งให้กับผู้ให้บริการ
  - จัดรายการผู้ให้บริการเข้าพักและออกให้แผนกอื่นทราบ
  - ประสานงานกับแผนกอื่นๆ ให้ทันการ เพื่อรักษาระดับมาตรฐานของการบริการ

พนักงานส่วนหน้าแบ่งออกเป็น

1. พนักงานต้อนรับ ( RECEPTION )
2. พนักงานติดต่อโทรศัพท์ ( OPERATOR )
3. พนักงานลงทะเบียนและจองห้องพัก ( REGISTRATION & RESERVATION )
4. พนักงานคิดเงิน ( CASHIER )
5. พนักงานแลกเปลี่ยนตรา ( EXCHANGE )

**บทบาท** ตรวจสอบชนิดของห้องพักที่มีทั้งหมด ห้องที่ว่างประจำวัน รวมทั้งบริการอื่นๆของโครงการ ราคาอาหาร ราคาห้อง อำนาจการลดราคาที่สามารถทำได้

- หน้าที่**
- ติดต่อให้คำตอบที่แขกผู้ใช้บริการสอบถามเกี่ยวกับเรื่องห้องพัก
  - ดำเนินการรับจองห้องด้วยวิธีต่างๆ เช่น ทางจดหมาย , ทางโทรพิมพ์ (Telex) , ทางโทรเลข , ทางโทรศัพท์ , ด้วยตนเอง
  - ควบคุมการยกเลิกการจองห้องและเพิ่มเติมการจอง
  - เมื่อได้รับการแจ้งที่แน่นอนจากผู้ใช้บริการ คอยลงบันทึกในแบบฟอร์มแล้วแจ้งไปยังแผนกต่างๆ
  - เตรียม “ NAME SLIP “ สำหรับการจองห้องพัก เมื่อมีการจองห้องให้นำ “ NAME SLIP “ ไปใส่ลงใน “ ROOM PACK ”
  - ประสานงานประจำวันกับงานต้อนรับ เรื่องการจองห้องพักและอื่นๆ
  - เก็บรักษาเอกสารการจองห้องพักให้ตรงตาม วัน เดือน ปี ในการจองห้องพัก
- ล่วงหน้ารวมกับเอกสารการติดต่อ
- หลักฐานใบสำคัญการจ่ายเงินล่วงหน้า ให้ส่งไปยังฝ่ายบัญชี

**งานรับของห้องพักมีการติดต่อโดยตรง** เพื่อการจองห้องพักและบริการอื่นของโครงการ

- แผนกขายของโครงการ ( Sales Dep. )
- บริษัทนำเที่ยว ( Travel Agency )
- บริษัทค้าขายอื่นๆ ( Firm / Company )
- หน่วยงานของรัฐบาล ( Gov. Office )
- สถานทูต ( Embassies )
- สายการบิน ( Air Line )
- ลูกค้าที่มาติดต่อด้วยตนเอง ( Self )

**งานต้อนรับ ( RECEPTION )**

งานต้อนรับเป็นงานที่ให้บริการความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ นับแต่เมื่อมาถึง ขณะพักอยู่และเมื่อจากไป เป็นงานที่ต้องเตรียมพร้อมอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้บริการต่อผู้ให้บริการทั้งที่พักรอ และที่จะเข้ามาพักซึ่งไม่ทราบว่าจะมาเมื่อใด ควรจะอยู่ในที่ที่แขกมองเห็น และทำงานร่วมกับ BELL, CAPTAIN ,OPERATOR และ INFORMATION

งานต้อนรับ เป็นงานส่วนหน้าของโรงแรมซึ่งจะต้องคอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ฉะนั้นการทำงานของงานต้อนรับจึงแบ่งออกเป็น 3 ผลัด

- MORNING SHIFT ( กะเช้า )
- EVENING SHIFT ( กะเย็น )
- OVERNING SHIFT ( กะกลางคืน )

หน้าที่ - ต้อนรับแขกผู้ให้บริการ ให้ลงทะเบียน จัดห้องให้ จัดการย้ายห้องให้ตามความต้องการ เป็นต้น

- ควบคุม ROOM PACK ประจำวัน
- ดำเนินการเรื่องกุญแจห้องพัก
- ประสานงานกับการขนส่งสัมภาระ , งานบริการรับส่ง , งานส่งของไปรษณีย์
- ประสานงานกับการรับจองห้อง , งานโทรศัพท์ , งานแคชเชียร์
- เตรียมเรื่องการเงินเมื่อผู้ให้บริการจะออก (CHECK OUT)
- รับการร้องเรียกของผู้ให้บริการ
- ให้ข่าวสารเกี่ยวกับการจองห้องพักหลังจากที่งานรับของห้องพักปิดแล้ว หรือให้

ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานต้อนรับ

### การรักษากุญแจ ( KEYS)

กุญแจเป็นทรัพย์สินของโครงการที่ต้องใช้เป็นประจำ ชนิดของกุญแจมีอยู่ด้วยกันหลายชนิด คือ

- กุญแจห้องพักของแขกผู้ให้บริการ
- กุญแจประตูทั่วไป
- กุญแจห้องทำงาน
- กุญแจสถานบริการต่างๆ ของโครงการ

การเก็บรักษากุญแจทั่วไปควรเก็บไว้เป็นที่ ใดที่หนึ่งทุกครั้งที่จะมาเอากุญแจหรือคืนต้องเซ็นชื่อและลงเวลาไว้เป็นหลักฐาน กุญแจต่างๆ ของโครงการ ( ยกเว้นกุญแจห้องพัก ) จะเก็บรักษาไว้ที่ FRONT OFFICE CASHIER เพราะเป็นสถานที่บริการตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนกุญแจสำรองควรเก็บไว้ในตู้แผนผังกุญแจของโรงแรมรวมกันเป็นแห่งเดียว ( บางแห่งผู้จัดการทั่วไปเป็นผู้

เก็บ) บางแห่งเก็บไว้ที่บ้าน บางแห่งเก็บไว้ที่พนักงานรักษาความปลอดภัย แต่ Master Key นั้นผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบ

#### งานของหายและของหาพบ ( LOST AND FOUND)

งาน LOST AND FOUND เป็นงานที่แสดงความซื่อสัตย์ของโรงแรม ที่มีต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในความซื่อสัตย์ โดยมี GUEST RELATION เป็นผู้รับแจ้งข่าวการเก็บสิ่งของที่ผู้ใช้บริการลืมทิ้งไว้ในบริเวณโครงการ พนักงานทุกคนในโครงการควรมีหน้าที่ต้องนำมาคืนให้งานต้อนรับ เพื่อถามหาผู้เป็นเจ้าของต่อไป หากเก็บไว้ที่ Front Office นานพอสมควรตามเวลาที่ฝ่ายบริการกำหนด ให้นำสิ่งของเหล่านี้ไปเก็บรักษาไว้กับแผนกแม่บ้านพร้อมหลักฐานการรับส่ง

#### การบริการส่งข่าวให้แขก ( MESSAGE)

การบริการส่งข่าวนั้น โครงการต้องบริการให้กับผู้ที่มาใช้บริการที่ OPERATION

- บริการ รับ-ส่ง ข่าวให้ผู้ใช้บริการก่อนเข้าพัก
- บริการส่งข่าวให้ผู้ใช้บริการขณะพักอยู่
- บริการส่งข่าวให้ผู้ใช้บริการ เมื่อออกไปแล้วตามที่อยู่ที่ได้ให้ไว้

#### การบริการไปรษณีย์ ( MAIL SERVICE)

การบริการธุรกิจโครงการที่พักตากอากาศนั้น มีทั้งนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ ฉะนั้นการติดต่อของผู้ที่มาพักจึงมีอยู่ตลอดเวลา

การบริการงานไปรษณีย์ คือการส่งจดหมายให้ผู้มาใช้บริการ เป็นงานที่ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น ส่วนการรับจดหมายส่งนั้นมีบ้าง แต่ไม่มาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้ใช้บริการและระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการพัก แต่การส่งจดหมายนั้นมีเป็นประจำ สมควรที่จะต้องมีเตรียมให้พร้อมเสมอที่ INFORMATION

#### การบริการรับส่ง ( TRANSPORTATION)

การรับส่งแขกผู้ใช้บริการ เป็นการบริการประจำของโครงการที่พักตากอากาศ โดยเฉพาะโครงการซึ่งมีการขนส่งไม่สะดวกนัก การบริการ รับ-ส่ง นอกจากเป็นการ บริการชนิดหนึ่งของโครงการแล้ว ยังอาจจะเป็นการขายชนิด WALK-IN อีกด้วย เพราะผู้เดินทางบางคนไม่ได้จองที่พักแรมไว้ล่วงหน้า

### งานบริการข่าวสาร (NFORMATION)

ผู้เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือธุรกิจ เมื่อเดินทางไปยังต่างถิ่น ก็มีความต้องการที่จะได้ส่งข่าวสารของท้องถิ่นนั้น ฉะนั้น โครงการจึงจำเป็นต้องตั้งบริการข่าวสารกับผู้มาพักให้มากที่สุด

หน้าที่ - ให้ข่าวสารกับการบริการของโครงการทั้งหมด รวมทั้งความสะดวกที่ผู้ให้บริการจะหาได้ภายในโครงการ

- ให้ข่าวสารสถานที่ราชการ บริษัทห้างร้านสำคัญ
- ถนนต่างๆ ภายในเมืองนั้น พร้อมทั้งแผนที่
- สถานเริงรมย์ต่างๆ ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์
- สถานที่พักผ่อนของเมืองนั้น พิพิธภัณฑต่างๆ
- แหล่งข่าวสารการ่องเที่ยว เช่น ททท. สาขาต่างจังหวัด

ผู้มาใช้บริการในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยว ฉะนั้นการบริการข่าวสารน่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เกาะสมุย ก็ควรที่จะต้องเตรียมข่าวสารเกี่ยวกับหากต่างๆ ที่มี ระยะทางที่จะไป ความสวยงาม หมู่เกาะต่างๆ ที่สวยงาม บริษัทนำเที่ยวของจังหวัด ราคา การนำเที่ยวต่อคน และร้านอาหารที่มีอาหารแปลกๆ ข่าวสาร วันเวลาของสายการบิน รถบัส จำนวนเที่ยวที่ออกต่อวัน

การให้ข่าวสารของโครงการ ถึงแม้จะไม่ได้ประโยชน์ในด้านรายได้ แต่เป็นการให้บริการ ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้กับแขกผู้มาใช้บริการ

### งานบริการโทรศัพท์ ( TELEPHONE OPERATOR)

โทรศัพท์เป็นปัจจัยอันสำคัญต่อสังคมในปัจจุบัน ซึ่งสามารถช่วยให้การติดต่อเกิดความรวดเร็วประหยัด การผู้ใช้โทรศัพท์รู้วิธีการใช้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลที่จะต้องพูดและการใช้เสียง

งานบริการโทรศัพท์เป็นหน่วยงานที่จะขาดไม่ได้ เพราะผู้มาใช้บริการที่เดินทางมาปัจจุบันมีหลายประเภท ทั้งนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวก็มีความจำเป็นที่จะต้องใช้โทรศัพท์อยู่เสมอ แม้แต่งานติดต่อประสานงานภายในก็เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ช่วยประหยัดเวลาการเดินทางติดต่อลงได้มาก ทำให้การประสานงานเกิดความรวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

งานบริการโทรศัพท์ของโครงการ เป็นหน่วยงานที่อาจจะเรียกได้ว่าเป็นศูนย์การติดต่อทั้งหมดของโครงการ ทั้งเจ้าหน้าที่ภายใน , ผู้ใช้บริการติดต่อเพื่อขอรับบริการ , ผู้ใช้บริการ , ติดต่อภายนอก , เจ้าหน้าที่ภายในติดต่องานผู้ให้บริการภายนอก

เอกสารที่ควรมีพร้อมเสมอ

- สมุดบันทึก ปากกา หรือ ดินสอ
- รายการ WAKE-UP CALLS

- สมุดลงบัญชีการใช้โทรศัพท์
- ใบ MESSAGE FORM
- INFORMATION RACK รายชื่อแขกพักของโรงแรม

#### งานบัญชีส่วนหน้า (FRONT CAHIER)

งานบัญชีส่วนหน้า เป็นงานที่ควบคุมบัญชีรายการที่ผู้ใช้บริการได้ใช้บริการ จะต้องชำระให้กับทางโครงการ ซึ่งมีอยู่หลายประเภท เช่น ค่าห้องพัก , ค่าอาหารและเครื่องดื่ม , ค่าซักเสื้อผ้า , ค่าโทรศัพท์

งานบัญชีส่วนหน้ามีรายงานขึ้นตรงต่อแผนกบัญชี แต่การปฏิบัติงานจะประจำในด้าน การบริการ งานบริการส่วนหน้า ( FRONT OFFICE) เพราะเป็นงานบริการให้แขกชนิดหนึ่ง

#### หน้าที่ของ FRONT OFFICE CAHIER

- ลงบัญชีของแขกในเครื่องบัญชี
- เก็บเงินจากแขกและแยกประเภทบัญชี
- จ่ายเงินล่วงหน้าให้แขก
- เตรียมรายงานการควบคุมและเก็บเงินจากแขก
- เตรียมของส่งไปยัง General Cashier
- เตรียมให้การบริการต่อผู้ใช้บริการ
- ควบคุม Safe Boxes ฝากของ

#### ความเกี่ยวข้องของหน่วยต้อนรับกันแผนกอื่นๆ ของโครงการ

การบริการส่วนหน้า เป็นการบริการหน่วยแรกที่ใช้บริการต้องติดต่อเมื่อต้องการเข้าพักในโครงการ นับแต่การให้ข้อมูลสอบถาม การรับจองห้อง การต้อนรับเมื่อผู้ใช้บริการมาถึง และการบริการอื่นๆ ฉะนั้นข้อมูลการติดต่อระหว่างผู้ใช้บริการกับโครงการ หน่วยงานบริการส่วนหน้าเป็นผู้ทำการตกลงทั้งสิ้น ยกเว้นงานการจัดเลี้ยงต่างๆ ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ งานบริการส่วนหน้าจะแจ้งไปหน่วยจัดเลี้ยงทราบเพื่อดำเนินการ

ความสัมพันธ์ระหว่างงานบริการส่วนหน้ากับหน่วยงานแผนกอื่นๆ มีความสำคัญเป็นอันดับ ดังนี้

1. Front Office กับ House Keeping
2. Front Office กับ Food & Beverage Service
3. Front Office กับ Kitchen
4. Front Office กับ Accounting

5. Front Office กับ Engineering

6. Front Office กับ Personnel

### การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ( EXCHANGE)

เพื่อให้สะดวกต่อแขกเมื่อเกิดใช้เงินที่แลกมาหมด หรือไม่ใช่บัตรเครดิต โดยมีพนักงานคอยให้จำนวนอัตราแลกเปลี่ยนประจำวันพร้อมค่าธรรมเนียมแก่แขก

### หัวหน้าพนักงานยกสัมภาระ ( BELL CAPTAIN)

บทบาท ดำเนินงานเรื่องการบริการขนสัมภาระโดยควบคุมดูแลพนักงานยกกระเป๋า (BELL BOY)

หน้าที่ - ควบคุมกำกับดูแลให้พนักงานในสังกัดปฏิบัติงานอย่างเรียบร้อย โดยประสานงานกับหน่วยต้อนรับ รวมทั้งจัดตารางการทำงานด้วย

- เก็บรักษาบันทึยก่อการลงทะเบียนเข้าพักและการออกของผู้ใช้โครงการอย่างต่อเนื่อง
- ต้องเข้าใจการทำงานและวิธีการทำงานของหน่วยต้อนรับเป็นอย่างดี เพื่อจะได้

ประสานงานได้อย่างไม่ผิดพลาด

- การบริการขนกระเป๋าและพาผู้ใช้บริการไปยังที่พัก ต้องการทำได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

- จะต้องทำบันทึกรายงานทุกครั้งที่เกิดกรณีสูญหายของกระเป๋าหรือสัมภาระต่างๆ
- มีหน้าที่ให้คำอธิบายแก่ผู้ใช้บริการ โดยมีรายละเอียดในเรื่องต่อไปนี้ คือ บริเวณ

และสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการตารางสายการบินและการเดินทาง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

- พึงระลึกเสมอว่า งานหน่วยนี้เป็นด่านแรกที่ทำให้การต้อนรับแก่ผู้ใช้บริการ สามารถสร้างความประทับใจ หรือความไม่พึงพอใจกับผู้ใช้บริการของโครงการได้ ดังนั้นพนักงานในหน่วยนี้จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาประสิทธิภาพในการทำงาน มีความยิ้มแย้มแจ่มใสในสิ่งที่ผู้ใช้บริการร้องขอ โดยมี BELL BOY อีก 4 คน เป็นผู้ปฏิบัติการขนส่งกระเป๋าเข้าที่พักไปยังห้องพัก และรับคำร้องขอจากแขกมาบอกแก่ส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนกแม่บ้าน

### แผนงานด้านดูแลความสะอาด (HOUSEKEEPING)

#### หัวหน้าแม่บ้าน ( EXECUTIVE HOUSEKEEPING)

บทบาท รับผิดชอบงานในหน่วยทั้งหมด

หน้าที่ - ควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานทำห้องพัก พนักงานเย็บผ้า พนักงานทำความสะอาดทั่วไป

- กำหนดมาตรฐานความสะอาดและการจัดเตรียมห้องพัก ให้พนักงานในหน่วยถือเป็นหลักปฏิบัติ ทั้งนี้ตามที่ฝ่ายบริหารกำหนด
- จัดตารางการทำงานของพนักงาน ให้เหมาะสมกับงานตรวจพื้นที่รับผิดชอบเป็นประจำ เพื่อดูแลในหน่วยให้เป็นไปตามมาตรฐานและออกคำสั่งแก้ไขหากจำเป็น
- อาจจะทำงานร่วมกับแผนกช่างและฝ่ายบริหารในการให้ข้อคิดเห็นในแผนการปรับปรุง ตกแต่งและปรับสภาพโครงการ
- รับผิดชอบในเรื่องรายการของใช้ และการส่งของเข้ามาทดแทนของใหม่ เมื่อรายการของใช้ต่างๆ ใกล้จะหมดลง
- ประสานงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยบริการส่วนหน้าในเรื่องการเข้าพัก และการออกของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวข้องกับงานของหน่วยแม่บ้าน
- บางครั้งอาจต้องควบคุมการทำความสะอาดในตอนกลางคืน เช่น การทำความสะอาดตามครัวต่างๆ หรือส่วนที่เป็นสำนักงานของโครงการ และพื้นที่สาธารณะในขอบเขตความรับผิดชอบ

### สรุปงานในหน่วยงานแม่บ้าน

1. การบริหาร
  - เรื่องพนักงาน การฝึกอบรม และงบประมาณด้านค่าจ้างแรงงาน
  - การประสานงานกับหน่วยบริการส่วนหน้า หน่วยรักษาความปลอดภัย แผนกช่างและหน่วยซักกรีด
  - งานเกี่ยวข้องกับของหายและหาพบ
2. หน้าที่ความรับผิดชอบและพนักงาน
  - พนักงานทำความสะอาดห้องพัก
  - เสมียนหน่วยแม่บ้าน
  - พนักงานห้องจัดเลี้ยง
3. งานควบคุมด้านผ้า
  - การตกแต่งให้สมบูรณ์
  - การเก็บรักษา
  - รายการของใช้ต่างๆ
  - การซักกรีด ได้แก่ การเก็บผ้าไปซัก และการส่งผ้าคืน
4. ห้องดอกไม้ การเตรียมกระเช้าดอกไม้เพื่อการขาย การตกแต่งดอกไม้สำหรับห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง และงานพิเศษในโอกาสอื่นๆ
5. คนสวน ดูแลต้นไม้และสวนของโครงการ ตลอดจนเรือนพักชำต้นไม้ รับผิดชอบการผลิตเปลี่ยนต้นไม้ตามสถานที่ต่างๆ ภายในโครงการ

6. ห้องเก็บของ รับผิดชอบในการหาสิ่งของเครื่องใช้ให้ผู้รับบริการ
7. สระว่ายน้ำ มีผู้รักษาความปลอดภัย เพื่อเฝ้าดูแลเรื่องความปลอดภัยบริเวณสระน้ำ

#### หัวหน้าหน่วยซักรีด ( LAUNDRY OFFICER)

บทบาท บริหารงานซักรีด ทั้งที่เป็นของผู้ใช้บริการ เครื่องแบบพนักงานและของที่ใช้ในโครงการ

หน้าที่ - ออกตรวจพื้นที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบทั้งหมด ตรวจสอบวิธีและขั้นตอนในการปฏิบัติงานซักรีดให้เป็นไปอย่างถูกต้อง

- ทำตารางการซักรีดให้ตรงกับความต้องการของแผนกอาหารและเครื่องดื่มและของหน่วยแม่บ้าน

- ประชุมวางแผนร่วมกับแผนกอาหารและเครื่องดื่ม และหน่วยแม่บ้าน เพื่อหารือเรื่องการซักรีด ทำตารางและแผนปฏิบัติให้สอดคล้องกับหน่วยงานทั้งสองเพื่อให้มีความสามารถในการรับงานพิเศษได้

- ดูแลการทำงานของพนักงานในหน่วย, รายงานการซักรีด, ตารางการทำงานและบันทึกอื่นๆ

- ดูแลการสอบสวนข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการที่มีถึงหน่วยซักรีด

- ตรวจสอบสูตรการซักผ้า ตลอดจนแก้ไขปรับปรุง เมื่อเห็นว่าทำได้

#### สรุปงานของหน่วยงานซักรีดและพนักงานซักรีด

##### 1. การบริหาร

- พนักงานและงบประมาณค่าจ้าง
- วางแผนการปฏิบัติงานประจำวัน
- การปฏิบัติและการควบคุมบันทึกต่างๆ
- งบประมาณและการเพิ่มเติมอุปกรณ์
- การบำรุง รักษาและการซ่อม
- ติดต่อกับแผนกบัญชี แผนกช่าง แผนกอาหารและเครื่องดื่ม หน่วยแม่บ้านและหน่วยจัดซื้อ
- แก้ไขและปรับปรุงตามข้อร้องเรียนหรือแนะนำของผู้ใช้บริการ

##### 2. การเก็บและการนำส่ง

- รับคำสั่งทางโทรศัพท์
- วิธีการเก็บ
- ขั้นตอนการบันทึกรายละเอียดสิ่งของ
- การคิดค่าบริการ
- วิธีการขนส่ง
- การบริการพิเศษ

3. การซักรีดให้ลูกค้าผู้ใช้บริการโครงการ
  - การแยกชนิดและทำเครื่องหมาย
  - สูตรการซัก
  - การรีดและการพับด้วยเครื่องจักร
  - การแยกชนิดและการบรรจุหีบห่อ
4. การซักรีดของโครงการ ผ้าของแผนกอาหารและเครื่องดื่ม หน่วยแม่บ้าน เครื่องแบบพนักงาน และงานพิเศษ เช่น การซักผ้าห่ม ผ้าคลุมเตียง เป็นต้น ซึ่งมีขั้นตอนคือการแยกชนิดของผ้า การซัก การทำให้หมาดและอบแห้ง การรีดและการพับ การเก็บ การจำหน่ายหมดสภาพและการเพิ่มให้ครบจำนวน รวมทั้งการทดสอบ
5. หน้าที่พนักงานซักรีด
  - การแยกชนิดของผ้าและการทำเครื่องหมาย
  - การตรวจสอบจุดสกปรกต่างๆ
  - วิธีการซักและสูตรการซักผ้า
  - การทำให้ผ้าแห้ง
  - การรีดด้วยมือหรือด้วยเครื่องจักร
  - ผ้าชนิดพิเศษ เช่น ผ้าลูกไม้ ผ้าแพร ผ้าขนสัตว์
  - เครื่องแบบพนักงาน

#### พนักงานบริการห้องพัก ( ROOM SERVICE)

**บทบาท** บริการอาหารและเครื่องดื่มให้ผู้ใช้บริการในห้องพักตามคำสั่งของผู้ใช้บริการ

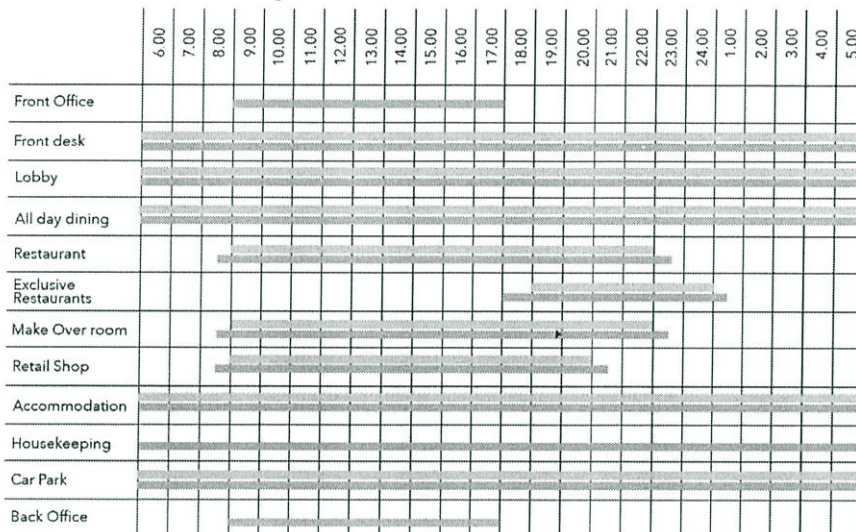
**หน้าที่** - ช่วยเหลือให้การรักษารoom หรือพื้นที่สำหรับบริการห้องพักโดยปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงานแม่บ้าน เช่น กวาด ถู เช็ดพื้นหรืออุปกรณ์รวมถึงตู้เย็น หิ้ง ช่างเก็บเครื่องมือ รถเข็นและอื่นๆ รวมทั้งความสะอาด อุปกรณ์เสิร์ฟอาหารไม่ว่าจะเป็นโลหะ หรือ เครื่องแก้ว

- รับคำสั่งจากพนักงานรับคำสั่งทางโทรศัพท์ส่งไปยังพ่อครัวหรือบาร์เทนเดอร์
- เตรียมถาดหรือโต๊ะเข็นที่เหมาะสมกับรายการสั่ง รวมทั้งเตรียมอุปกรณ์บริการ

อาหาร และเครื่องดื่ม หรืออุปกรณ์สำรองต่างๆ ที่จำเป็น

- รับอาหารหรือเครื่องดื่ม แล้วนำมาจัดให้ถูกต้องตามคำสั่ง โดยจัดในถาดหรือ รถเข็น
- บทวนคำสั่ง และรายการที่จำเป็นให้ถูกต้องสมบูรณ์

### อัตรากำลังในแต่ละช่วงเวลาของผู้ให้บริการ



### ตารางมาตรฐานอัตรากำลังคน

Typical Ratios	Staff : Room
Modern Luxury Resort	2.0 : 1
Convention Hotel	1.0 : 1
Large City Hotel	0.8 : 1
Resort Hotel ( Medium Grade)	0.6 : 1
Minimum Service Hotel & Motel	0.25 : 1
Motel	0.1 : 1

มาตรฐานอัตรากำลังคนโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 4 ระดับด้วยกันคือ

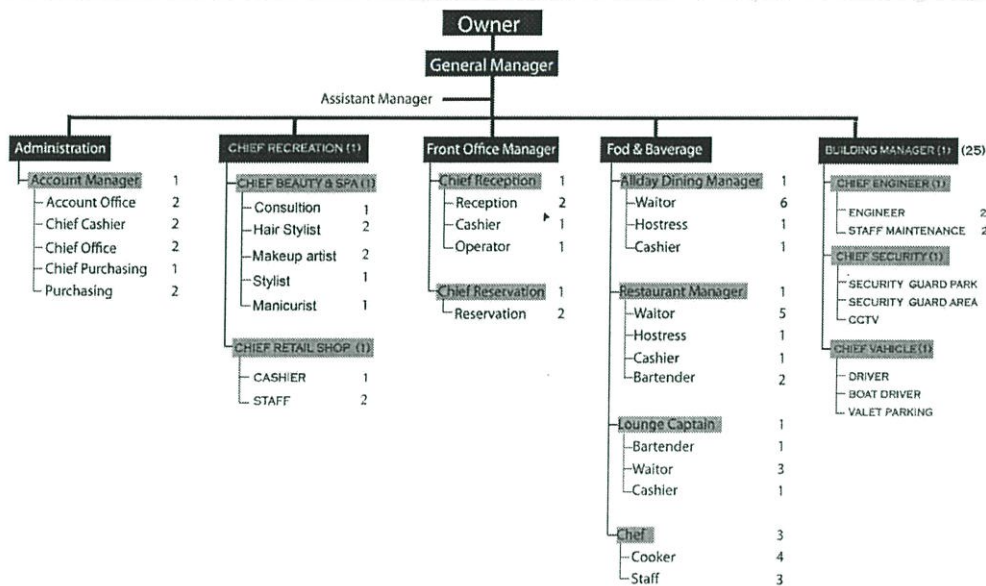
ระดับที่ 1 งานที่ไม่ต้องใช้เทคนิค ได้แก่ พนักงานยกกระเป๋า พนักงานทำความสะอาด พนักงานโทรศัพท์ เสมียน และพนักงานผู้ช่วยในครัว

ระดับที่ 2 งานที่ใช้เทคนิคปานกลาง ได้แก่ งานผสมเครื่องดื่ม หัวหน้าพนักงานรับใช้ เลขานุการ พนักงานบัญชี ผู้ช่วยแม่บ้าน

ระดับที่ 3 งานที่เหนือกว่าระดับเทคนิค ได้แก่ ผู้จัดการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ผู้จัดการแผนกต้อนรับ วิศวกร หัวหน้าแผนกบัญชี ผู้จัดการแผนกบุคคล แม่บ้านพ่อครัว

ระดับที่ 4 งานบริหาร ได้แก่ ผู้จัดการใหญ่ รองผู้จัดการฝ่ายจัดการ รองผู้จัดการฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาด

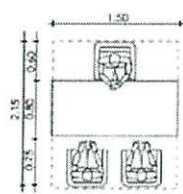
แผนภาพสรุปการแบ่งอัตรากำลังคนตามหน่วยงานต่างๆ



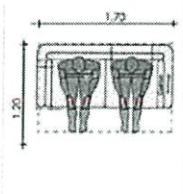
3.4 สรุปขนาดพื้นที่ที่ใช้สอยทั้งหมดภายในโครงการ ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ส่วน

Lobby

Element	Area/unit sq.m.	Capacity	Area requirement	Remark
Front Desk	3.22	2	6.44	Human Dimension
Waiting Area	2.04/2Seat	10	20.4	Human Dimension
Bell Boy Station	1.44	1	1.44	
Concierge	2.25	1	2.25	the heritage baan silom
Circulation			39.68	30% of Area
		Total	70.21	



FRONT DESK  
3.22 Sqm



WAITING AREA  
2.04 Sqm



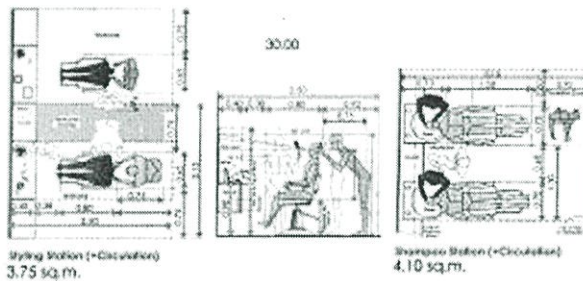
PRODUCT DISPLAY  
1.30 Sqm

ต้อนรับ

ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ส่วน

Makeover area

Element	Area/unit sq.m.	Capacity	Area requirement	Remark
Reception	3.22	1	3.22	Human Dimension
Waiting Area	2.04/2Seat	2	4.08	Human Dimension
Counseling area	3.22	1	3.22	Human Dimension
Shampoo station	4.10	2	8.20	
Dressing Rm.	7	5	35	
Makeup Rm.	3.75	3	11.25	
Staff area	3.22	7	22.54	
Manicure	6	1	6	
Circulation			121.56	30% of Area
Total			215.07	



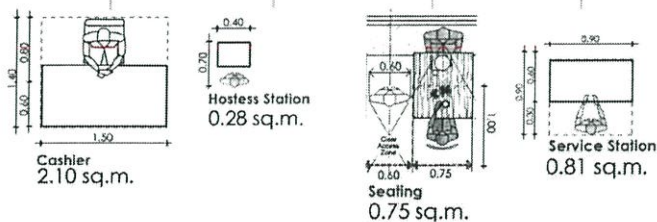
MakeOver

ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนMakeOver

ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ส่วน

Cafe'

Element	Area/unit sq.m.	Capacity	Area requirement	Remark
Seating	0.75	70	52.5	Human Dimension
Counter Bar	12.00	2	24.00	
Counter Service	2.10	2	4.20	
Circulation			36	Human Dimension
Total			151.71	30% of Area
Total			268.41	

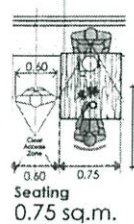


Cafe

ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนRestaurant

## Restaurant

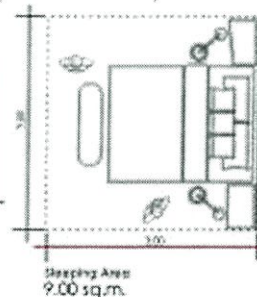
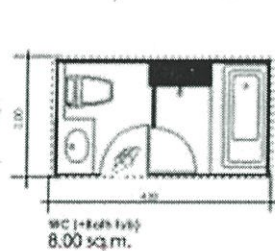
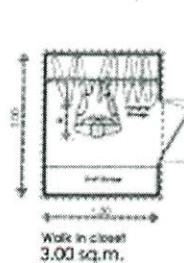
Elament	Area/unit sq.m.	Capacity	Area requirement	Remark
Hostess station	0.81	1	0.81	Human Dimension
Service Station	0.81	3	2.43	Human Dimension
Seating	0.75	90	67.50	Human Dimension
Counter Bar	12.00	1	12.00	
Circulation			107.56	30% of Area
		Total	190.30	



ตารางการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนห้องพัก

## Standart type

Elament	Area/unit sq.m.	Capacity	Area requirement	Remark
Sleeping Area	9	1	9	Ten face Hotel
Walk in closet	3.00	1	3.00	Human Dimension
Living space	6	1	6	Ten face Hotel
WC.	8.00	1	8.00	
Circulation			33.8	30% of Area
		Total	59.8	



## Dulux Type

Elament	Area/unit sq.m.	Capacity	Area requirement	Remark
Sleeping Area	9.00	1	9.00	Ten face Hotel
Walk in closet	3.00	1	3.00	Ten face Hotel
Living space	6.00	1	6.00	
WC.	8.00	1	8.00	
Circulation			33.8	30% of Area
		Total	59.8	

## Suite Type

Elament	Area/unit sq.m.	Capacity	Area requirement	Remark
Sleeping Area	9	1	9.00	Ten face Hotel
Walk in closet	3.00	2	6.00	
Living space	6.00	1	6.00	Ten face Hotel
Pantry	3.12	1	3.12	Ten face Hotel
WC.	8.00	1	8.00	
Circulation			41.75	30% of Area
		Total	73.87	

## บทที่ 4

### ระบบสภาพแวดล้อมภายใน

#### 4.1 ระบบแสงสว่างและการควบคุม

แสงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในงานตกแต่งภายใน แสงไฟนอกจากจะให้ความสว่างในการมองเห็นแล้ว ยังมีผลต่อความรู้สึกทำให้เกิดความน่าสนใจได้ ซึ่งในการออกแบบแสงไฟภายใน ต้องคำนึงถึง

คุณภาพ หรือความสว่างของไฟที่สามารถเปลี่ยนได้

คุณสมบัติของการสะท้อนของวัสดุไม่เท่ากัน

ตำแหน่งที่ตั้งของดวงไฟ

สี และเงาที่จะเกิดขึ้นบริเวณโดยรอบ

แสงประดิษฐ์ นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการตกแต่งภายใน เรียกว่าเป็นเครื่องมือกลไกในงานสถาปัตยกรรม (Tool of the Architect) แสงประดิษฐ์เป็นสิ่งที่ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี สร้างสรรค์ขึ้นมา โดยมีหลายแบบ หลายลักษณะ ในปัจจุบันแทบทุกมุมโลกใช้แสงประดิษฐ์ในการช่วยจัดแสดง (Display) และสร้างบรรยากาศภายใน อันเป็นประโยชน์ต่อยอดขายและ การดึงดูดลูกค้า

#### ปัจจัยในการติดตั้งเบื้องต้น

1. ความกว้างของห้อง ห้องที่กว้างมากต้องการแสงสว่างมาก เพื่อขจัดความมืดและเงา แสงสว่างต้องมีความเข้มสม่ำเสมอเท่าๆกัน โดยต้องมีจุดกำเนิดไฟที่มากกว่า 2 ตำแหน่งขึ้นไป ถ้าจะให้สม่ำเสมอ ควรแบ่งพื้นที่ทั้งหมดของเพดาน เป็นตารางสี่เหลี่ยม เรียกว่า จินตภาพตาราง
2. การแบ่งพื้นที่ต้องขึ้นอยู่กับความสูงของเพดาน พื้นที่ของจินตภาพเพดานต้องมีขนาดเท่ากัน หรือเกือบเท่ากับ ความสูงของเพดาน สำหรับที่ทำงานที่ไม่มีไฟเฉพาะตามโต๊ะทำงาน ความกว้างของจินตภาพตารางต้องแคบลงไปตามความสูงของเพดาน
3. ระยะห่างระหว่างดวงไฟ สำหรับการส่องสว่างโดยตรง การพิจารณาขึ้นอยู่กับความสูงของเพดาน ความกว้างของวงห้อง และการส่องสว่างโดยตรงหรือทางอ้อมสำหรับทางปฏิบัติ ระยะห่างของดวงไฟจะใกล้เคียงกับความสูงของเพดาน
4. ข้อพิจารณาสิ่งแวดล้อมกับการติดตั้งดวงไฟ
  - หลีกเลี่ยงการมองเห็นที่มาของแสงโดยตรง
  - หลีกเลี่ยงการสะท้อนกลับของวัตถุผิวเงา

- หลีกเลี่ยงการสะท้อนกลับของกระจก
- กำหนดให้มีส่วนที่มีแสงสว่างและเงาพอเหมาะ เพื่อการมองเห็นได้ชัดเจน การที่มีเงาสะท้อนของแสง จะทำให้มีปัญหาในการมองเห็น
- พิจารณาปริมาณของแสง ที่จะนำมาใช้ในแต่ละบริเวณ

#### 5. ลักษณะและวิธีการติดตั้งแหล่งกำเนิดแสง

- CEILING MOUNTED FITTING คือ ชนิดติดใต้ฝ้าเพดาน
- CEILING RECESSED UNITS คือ ชนิดฝังในฝ้าเพดาน
- SESPENDED FITTING คือ ชนิดแขวนหรือห้อยจากฝ้าเพดาน
- WALL BRACKETS คือ ชนิดติดผนัง หรือที่เรียกว่า ไฟกึ่ง
- PORTABLE FITTING คือ ชนิดที่เคลื่อนย้ายได้

#### 6. การติดตั้งไฟจากเพดาน

- ติดตั้งสปอตไลท์ ให้ส่องตรงจุด ที่ต้องการเน้นหรือโชน
- ให้แสงจากโคมไฟผ่านวัสดุกรองแสงเสียก่อน เพื่อจะได้ไม่เกิดเงาเข้ม เพราะความถี่ของแสงไฟมีสูง
- ซ่อนไฟใต้เพดานหลายดวง จะทำให้ไม่เกิดเงาเข้ม และให้ความสว่างทั่วถึง
- ให้แสงสะท้อนจากเพดานกระจายลงมา ช่วยลดความจ้าของแสง
- ในกรณีที่ติดตั้งไฟใต้เพดาน การออกแบบติดตั้งควรจะมี แผ่นไม้ หรือวัสดุที่ไม่ให้แสงเข้าตาโดยตรง

#### 4.1.1 การใช้แสงสว่างภายในโรงแรม

การให้แสงสว่างภายในโรงแรม ต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการเป็นหลัก โดยจะต้องศึกษากิจกรรมของพื้นที่แต่ละพื้นที่ว่ามีอะไรบ้าง รวมถึงทำความเข้าใจคุณลักษณะ และคุณสมบัติของไฟแต่ละชนิดด้วย เพื่อให้การติดตั้งและออกแบบส่งผลให้เกิดความงามและความโดดเด่นในบริเวณที่ต้องการ

##### 1. การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วนโถงรับรอง(LOBBY)

เป็นส่วนบริการที่ใช้ต้อนรับผู้ให้บริการ ส่วนบริการที่มีอยู่คือ แผนกสอบถาม แผนกต้อนรับ ที่โทรศัพท์ ห้องน้ำ ส่วนนั่งพักคอย อาจมีดนตรี หรือจำหน่ายเครื่องดื่ม โถงพักคอยถือเป็นส่วนแนะนำตัวของโรงแรมว่า โรงแรมนี้อยู่ในระดับใด การใช้แสงสว่างในส่วนนี้ ควรจะสว่างพอสมควร ไม่จ้าเกินไป เพราะจะทำให้ผู้ที่มาอยู่ไม่นาน ถ้ามีเกินไปก็จะมีใครกล้านั่ง เพราะ

รู้สึกเหมือนสถานที่กำลังซ่อมบำรุง ห้ามเข้า ยังไม่เรียบร้อย หรือบกร่องไป การใช้แสงสำหรับบริเวณโถงพักคอย ใช้ได้ทั้งแสงประดิษฐ์และแสงธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนที่อยู่ด้านหน้าของโรงแรม และเปิดบริการทั้งวันทั้งคืน สำหรับกลางวันถ้าใช้แสงธรรมชาติช่วยก็จะเป็นการดี และประหยัด ทั้งยังมีความ

สวยงามตามธรรมชาติ การใช้แสงไฟประดิษฐ์กับส่วนโถงรองรับนี้ ใช้ได้กับไฟเกือบทุกประเภท โดยแยกเป็นส่วนต่างๆดังนี้

ส่วนประชาสัมพันธ์ ลักษณะเพอร์นิเจอร์ มักจะเป็นเคาท์เตอร์ ดวงไฟจึงเป็นแบบติดเพดาน หรือห้อยเพดานให้ลำแสงสาดลงด้านล่าง เพื่อให้ความสว่างหน้าเคาท์เตอร์ และแสงจะต้องไม่พุ่งเข้าสายตาคน

ส่วนพักคอย ลักษณะการตกแต่งจะมีโซฟาและโต๊ะกลาง การใช้แสงมีทั้งแบบโคมไฟห้อย โคมตั้งโต๊ะ ไฟติดผนัง และไฟเพดาน ลักษณะโคมไฟควรกระจายแสง ทั้งส่องขึ้น และลง กระจายออกรอบด้าน สำหรับไฟตั้งโต๊ะระวังอย่าให้แสงกระจายออกรอบข้างมาเข้าตา ตรงที่นั่งโซฟาควรส่องขึ้นและลงเท่านั้น

บริเวณโทรศัพท์ และทางเดินเข้าห้องน้ำ ควรใช้แสงไฟปานกลาง เพื่อให้เห็นทางเท่านั้นพอ เพราะคนที่โทรศัพท์ชอบความเป็นส่วนตัว และพฤติกรรมของคนที่เข้าออกห้องน้ำก็ไม่ชอบให้มีแสงสว่างจ้า ทำให้รู้สึกเขิน

โดยสรุปแล้ว ส่วนโถงรองรับนี้ เป็นบริเวณที่ใช้ไฟได้หลายประเภท เพราะเป็นส่วนที่มีปลีกย่อยหลายส่วน การใช้ไฟมีหลายประเภทที่เหมาะสมกัน คือ การใช้ไฟหลายดวงแต่แต่ละดวงมีกำลังส่องสว่างน้อย แต่เมื่อรวมกันแล้วได้ความสว่างที่เหมาะสม สวยงาม แต่ที่ต้องระวังคือ อย่าให้ผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกดวงไฟมากเกินไป จะทำให้รู้สึกร้อน หรือน่ากลัว ไม่อยากเข้าใกล้ ต้องไม่ห้อยโคมไฟให้ต่ำนัก ในกรณีที่เพดานต่ำจะทำให้รู้สึกไม่สบายตา

## 2 การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วนภัตตาคาร (RESTAURANT)

ภัตตาคารเป็นส่วนจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นเวลาเฉพาะ การให้แสงไฟในส่วนนี้จะขึ้นกับลักษณะของการออกแบบว่าเป็นภัตตาคารประเภทใด ให้บริการอาหารประเภทใด และมีแนวความคิดในการออกแบบอย่างไร โดยภัตตาคารภายในโครงการนี้จะให้ความสำคัญกับการให้บริการอาหารในมื้อค่ำค่อนข้างมาก ฉะนั้นการให้แสงสว่างในส่วนนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

แสงที่ใช้ภายในภัตตาคารเป็นตัวที่ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศ ใช้ในการเน้นจุดที่สำคัญ การเลือกใช้ไฟในภัตตาคารนิยมหลอดไฟชนิดมีไส้ (INCANDESCENT) เนื่องจากหลอดไฟชนิดนี้ให้แสงสว่างที่ค่อนข้างไปทางสีแดง-เหลือง ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง ส่งเสริมให้อาหารน่ารับประทานมากขึ้น มากกว่าหลอดไฟนีออน การให้แสงสว่างภายในภัตตาคารมักจะใช้แสงหลายๆชนิดรวมกัน แล้วแต่ลักษณะของการออกแบบและ ประโยชน์ใช้สอย การให้แสงสว่างเฉพาะโต๊ะอาหารทำให้รู้สึกเป็นส่วนตัวได้ นอกจากนี้การติดตั้งวงจรไฟฟ้าแบบพิเศษ เช่น สวิตช์สำหรับหรี่แสงนั้น มีประโยชน์ในการให้แสงสว่างกับภัตตาคารเป็นอย่างมาก เพราะจะปรับให้สว่างหรือสลัวลงได้ และการจัดแสงในบริเวณที่ต้องการเน้นให้มีความสว่างเหมาะสม ก็จะทำให้ภัตตาคารดูโดดเด่น และสวยงามขึ้น

### 3. การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วน LOUNGE

เป็นส่วนให้บริการอาหารอย่างเป็นกันเอง ส่วนนี้เปิดให้บริการอาหารเกือบตลอด 24 ชั่วโมง เน้นการให้บริการอาหารแบบรวดเร็ว บรรยากาศโดยรวมจึงควรสบายๆ เป็นกันเอง ไม่ควรหรูหรา เกินไปนักการให้แสงสว่างในส่วนนี้ควรให้แสงสว่างปานกลาง มีความสว่างทั่วทั้งบริเวณ ไม่ควรเล่น แสงไฟเป็นจุดๆ ให้มากนัก หากเป็นไปได้ ควรดึงแสงสว่างจากธรรมชาติเข้ามาใช้ในส่วนนี้มากๆ ก็ จะเป็นผลดีทั้งในเรื่องของความประหยัด และยังช่วยให้บรรยากาศโดยรวมดู สบายขึ้นอีกด้วย การเลือกใช้หลอดไฟนั้นอาจเลือกใช้ทั้งหลอดไฟแบบมีไส้ (INCANDESCENT) ร่วมกับหลอดฟลูออโรสเซนต์ (FLUORESCENT) ไม่ว่าจะใช้ไฟแบบใดก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ระวังการติดตั้งไฟที่จะสะท้อน เข้าตาผู้มารับประทานอาหาร

### 4. การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วนสปา (SPA)

เพื่อเน้นบรรยากาศในห้องนวดแบบไทย และใช้แสงธรรมชาติในส่วนพักผ่อน

### 5. การใช้แสงไฟประดิษฐ์ในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)

ใช้แสงประดิษฐ์ในเวลากลางคืนเพื่อช่วยให้เกิดแสงเงาและมีบรรยากาศที่สวยงาม และแสง ธรรมชาติในเวลากลางวัน

#### 4.1.2 การใช้สีในการออกแบบภายใน

สีต่างๆ มีอิทธิพลอย่างแรงกล้าต่อจิตใจมนุษย์ เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ได้ หลายอย่าง ทั้งร้อนแรง อบอุ่น ชุ่มชื้น เยือกเย็น และกระปรี้กระเปร่า เป็นต้น สำหรับในด้านการ ตกแต่งภายในมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ถึงจิตวิทยาของสีว่าสีใดให้ความรู้สึกอย่างไร เพราะการ ใช้สีให้คล้อยตามกับหน้าที่ กิจกรรม และประโยชน์ใช้สอยของสถานที่นั้นๆ ทำให้การใช้สีมี ประสิทธิภาพดีขึ้น เช่นในบางพื้นที่ที่ความรู้สึกอบอ้าว อาจแก้ด้วยสีที่เย็นสบาย ทำให้รู้สึกคลายร้อน ไปได้บ้าง

อิทธิพลของสีที่กระทบจิตใจของเราจะรู้สึกไม่เหมือนกันทุกคน ทั้งนี้เพราะในการตกแต่ง ภายใน ควรจะคำนึงถึงคุณลักษณะและความรู้สึกในเรื่องสีด้วย เช่น สีสามารถสร้างความรู้สึกที่เข้า ใจได้ หรือห่างออกไป คือ สีอุ่นดูแล้วรู้สึกเข้าใกล้ตัว แต่สีเย็นดูแล้วออกห่างจากตัว สีบางสีอาจไม่น่าดู เมื่อใช้กับพื้นที่มากๆ แต่เมื่อใช้เป็นจุดเด่นหรือในพื้นที่เล็กๆ ได้เหมาะสม เช่น สีส้มสด เมื่อใช้สีเข้มจัด คู่กับสีอ่อนจัด จะดูเด่นมีชีวิตชีวากว่าการใช้สีที่มีความเข้มใกล้เคียงกันไว้ด้วยกัน ความเด่นของสีจะ เกิดขึ้นเมื่อใช้สีต่างกัน ในปริมาณที่ไม่เท่ากัน เพราะการใช้สีแต่ละสีในปริมาณที่เท่ากันหมด หรือเนื้อที่ ที่เท่ากันทั้งหมด จะเกิดความน่าเบื่อ สุขุม เยือกเย็น สันติ

#### 4.2 ระบบเสียง และการควบคุม

การออกแบบเพื่อให้มีระบบเสียงที่ดี ต้องคำนึงถึงการสะท้อนของเสียง การดูดกลืนเสียง และ การกระจายของเสียง ทั้งมีความเกี่ยวข้องกัน

1. การเลือกใช้วัสดุ
2. การออกแบบรูปร่างของห้อง
3. การจัดเครื่องเรือน

#### วัสดุที่มีคุณสมบัติในการดูดกลืนเสียง ( Sound Absorbing Material )

คุณสมบัติในการดูดกลืนเสียงขึ้นอยู่กับลักษณะของผิว ความหนาและความแน่นของวัสดุ วัสดุที่เก็บเสียงที่ทำขามี 3 ประเภทคือ

1. ประเภทแผ่นสำเร็จรูป ซึ่งรวมทั้ง Acoustical เช่นพวก เซพวิ่งบอร์ด เป็นวัสดุที่ทำเป็นรูพรุน และมีวัสดุเก็บเสียงอยู่ด้านหลัง
2. พวกฉาบหรือพ่น เป็นพลาสติกและมีวัสดุที่เป็นรูพรุน Fiber ต่างๆ ใช้ฉาบหรือพ่นบนผนังฝ้าเพดาน
3. ชนิดเป็นผืนยืดหยุ่นได้ เช่น วัสดุจากจำพวก Mineral Wood , Wood Wool , Glass Fiber , Kapok Bates and Hair Felt
4. วัสดุต่างๆที่ใช้กันอยู่ทั่วไป มีสัมประสิทธิ์ของการดูดกลืนเสียงที่มีความถี่ 512 Hz. ดังต่อไปนี้

#### ตารางแสดงวัสดุต่างๆ ที่ใช้กับสัมประสิทธิ์ของการดูดกลืนเสียง

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

#### การออกแบบรูปร่างของห้อง

สิ่งที่จะวางเกี่ยวกับรูปร่างของห้องในเรื่องการป้องกันเสียงต่างๆ มีดังนี้

1. เสียงอู่มะเกิดขึ้นได้จากเสียงสะท้อน ถ้าเสียงที่ตรงมาถึงหูผู้ฟังต่างกับเสียงสะท้อนซึ่งเสียงสะท้อนจากกำแพงหรือฝ้าผนัง เป็นระยะทางมากกว่า 65 ฟุต คิดเป็นเวลาจะได้เวลาที่แตกต่างกัน 0.06 วินาที ผู้ฟังจะได้ยินเสียงเดินนั้นได้ 2 ครั้ง แต่ถ้าระยะทางระหว่าง

เสียงที่มาถึงผู้ฟังโดยตรงกับเสียงสะท้อนน้อยกว่า 65 ฟุต แต่มากกว่า 50 ฟุต ผลเสียจะมีมากกว่า คือ เสียงสะท้อนจะมากกว่าเสียงที่มาโดยตรง ทำให้ได้ยินไม่ถนัด

2. เสียงสะท้อนที่มารวมกัน เกิดจากพื้นว่าเป็นเสียงที่ตั้งเกือบเท่าเสียงเดิม จุดที่มารวมกันจะได้เสียงมาก ในเวลาเดียวกัน จุดอื่นๆ ที่อยู่รอบๆ เกือบจะไม่มีเสียงเลย จึงเกิดเสียงดังพร้อมกันไปด้วย เมื่อคนๆ หนึ่งที่นั่งอยู่ได้ยินเสียงดัง คนที่นั่งใกล้ๆ บางที่จะไม่ได้ยินเสียงเลย พื้นเวทีจึงเป็นพื้นที่ที่จะต้องระมัดระวังมาก ถ้าไม่มีได้ในห้องยิ่งดี
3. เสียงดับ อาจเกิดได้เมื่อเสียงมาแทรกสอดกัน เป็นจำพวก Destructive Interference คือ เสียงที่มาพบกันนั้น เสียงหนึ่งเป็นเสียงตอน Reification อีกเสียงหนึ่งเป็น Condensation ซึ่งหักลบกลบกันพอดี ถ้าคลื่นของทั้ง 2 เสียงนั้นมีความถี่และแอมพลิจูดเท่ากัน
4. เสียงวิ่งไปวิ่งมาในห้อง (Room Flutter) มักเกิดจากห้องที่มีผนัง 2 ด้านขนานกัน ทำให้เกิดเป็นเสียงอูโฆซได้ วิธีแก้อาจทำให้กำแพงไม่ขนานกันได้ โดยการแขวนรูปมีหิ้งวางหนังสือหรือหิ้งของอื่นๆ การทำประตูหน้าต่างก็ช่วยแก้ไขไปในตัว วัสดุที่ขรุขระ ตู้ โต๊ะที่มีผิวหนาเป็นริ้วๆ จะช่วยให้ Room Flutter หายไป

#### ห้องที่มีเสียงดีควรมีคุณสมบัติดังนี้

1. ให้เสียงกระจายโดยทั่วไปและสม่ำเสมอ
2. ให้ระดับเสียงดังเพิ่มขึ้นสำหรับผู้ที่อยู่ไกลจากต้นเสียง
3. ให้ระดับเสียงที่ถึงผู้ฟังโดยตรง กับระดับเสียงที่สะท้อนจากผนังต่างๆ ถึงผู้ฟัง เป็นอัตราที่เหมาะสม ใช้วัสดุที่สะท้อนได้ มาให้เสียงสะท้อนเข้าถึงผู้ฟังที่อยู่ข้างหลัง ส่วนผู้ฟังที่นั่งข้างหน้าไม่จำเป็นต้องใช้ การใช้วัสดุที่ขรุขระก็ช่วยในการที่จะทำให้เสียงกระจายโดยทั่วห้อง
4. การคำนวณ Reverberation Time พลังเสียงที่ทำให้คลื่นเสียงภายในห้องสะท้อนลดลง  $1/1000000$  ของ Original energy ของห้อง ควรจะต้องนึกถึงความถี่ของเสียงด้วย เพราะวัสดุบางอย่างมีประสิทธิภาพของการดูดกลืนแตกต่างกันออกไปมาก สำหรับเสียงสูงและเสียงต่ำ Reverberation Time จึงแตกต่างกันไป
5. หากทางเพิ่มระดับเสียงให้ทั่วถึงกัน ห้องเล็กไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องขยายเสียง

Floor Plan พยายามหลีกเลี่ยงห้องสี่เหลี่ยมและกำแพงเวที ที่นั่งของผู้ฟังควรจะต้องได้ยินเสียงและเห็นทั่วถึง เพราะเสียงออกไปทางข้างหน้า คนพูดได้ยินชัดกว่าข้างๆ ห้องสี่เหลี่ยมอัตราส่วนระหว่างความยาวกับความกว้าง ควรจะอยู่ระหว่าง 2:3:5 ถึง 1:2:1 จัดที่นั่งให้เรียงแถวไปทางด้านยาวและเพื่อให้เสียงตรงไปมากที่สุด สัดส่วนที่ดีที่ระหว่าง สูง : กว้าง : ยาว = 2:3:5 Interference คือ เสียงที่มาพบกันนั้น เสียงหนึ่งเป็นเสียงตอน Reification อีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงตอน Condensation ซึ่งหักลบกลบกันพอดี ถ้าคลื่นของทั้งสองมีความถี่และแอมพลิจูดเท่ากัน พื้นที่วงกลมหรือรูปวงรี มี Sound Foci จึงควรตัดแปลงใช้วัสดุรูปโค้งนูนๆ เพื่อให้เสียงแพร่หรือ

กระจายไปทั่วถึง เสียงจะดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เพื่อให้ผู้คนมากๆ ห้องสี่เหลี่ยมอาจจะออกแบบให้  
ตอนเวทีแคบและขยายกว้างออกไป แต่ต้องระวังอย่าให้มีเสียงอูโฆซ

ระดับเก้าอี้ ตามปกติคนที่นั่งคนที่นั่งฟังสัมประสิทธิ์ของการดูดเสียงอยู่แล้วฉะนั้น ระดับ  
ของพื้นหรือเก้าอี้ควรให้สูงขึ้นตามระดับจากเวที เพื่อคนนั่งข้างหลังจะได้รับเสียงโดยตรงและมองเห็น  
ได้ชัด เก้าอี้แถวหน้า 2 – 3 แถว อาจอยู่ในระดับเดียวกันก็ได้ แต่ระยะที่อาจจะวางเก้าอี้ได้ในแนว  
ระดับไม่เกิน 35 ฟุต ห้องประชุมมุมที่สูงกว่าแนวระดับไม่ควรน้อยกว่า 8 องศา ถ้าเป็นห้อง  
ปาฐกถาซึ่งมีการสาธิต หรือการทดลองแสดงด้วยมุมที่สูงกว่าแนวระดับควรมีประมาณ 15 องศา

เพดาน เพดานไม่ควรสูงเกินไป คนที่อยู่แถวหลังๆ ควรจะได้รับเสียงที่สะท้อนเป็นพิเศษ

กำแพงข้างๆ ย่อมเป็นไปตาม Floor Plan แต่อาจจะตัดแปลงได้ อย่างให้มี Sound  
Flutter และให้เสียงกระจายให้ทั่วถึง คือ กรุโดยพื้นหยาบ หรือเป็นร่อง หรือใช้มันเป็นริ้วๆ ตาม  
ความเหมาะสม สำหรับห้องที่มี Balcony ความลึกของ Balcony ต้องใหญ่กว่า 3 เท่าของความสูง  
ของ Balcony ตรงแถวหน้าสุด (ความยาวของ Balcony ต้องไม่มากกว่า 3 เท่า)

กำแพงหลัง (Rear Wall) ไม่ควรเป็นพื้นแก้ว สถาปนิกจึงมักจะทำกำแพงหลังให้เป็นรูปโค้งเว้า  
ด้วย ถ้าต้องการให้เป็นพื้นโค้งเว้าจริงๆ ก็ควรจะใช้วัสดุที่ดูดกลืนเสียง หรือกำแพงเป็นร่องๆ

#### ผลของลมต่อการเดินของเสียง

เสียงที่ด้านลมจะมีทิศทางของเสียงขึ้นข้างบน ส่วนเสียงที่ตามลมจะมีทิศทางลงข้างล่างและ  
กระจายออกไป โดยกระทบพื้นแล้วสะท้อนต่อไปอีก ที่เป็นดั่งนี้ก็เพราะที่ใกล้ๆ พื้น ลมจะมีความเร็ว  
ต่ำเสมอไป แต่ความเร็วจะเพิ่มขึ้นไประยะสูง เสียงที่กระจายไปตอนบนถ้าตามลมก็จะกระจายไปโดย  
รวดเร็ว ถ้าทวนลมก็กลับทางโดยเร็วเหมือนกัน

#### เสียงรบกวน (Noise)

คือ เสียงที่ดังเกิน 100 เดซิเบลขึ้นไป เป็นเสียงที่เราต้องการ เสียงรบกวนนี้ทำให้  
ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ทำให้ประสาทหูเสื่อมลง อาจทำให้เป็นผลเสียทางด้านอารมณ์ ทำให้  
เป็นโรคนอนประสาทได้

#### ต้นเสียง (Sources of Noise)

แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. เสียงภายนอก ได้แก่ เสียงจากรถยนต์ เครื่องบิน เครื่องยนต์จากโรงงานอุตสาหกรรม เป็น  
ต้น เราได้ยินเสียงได้เพราะมีอากาศเป็นสื่อ (Media) เสียงที่แผ่ไปรอบๆ ดังเท่ากัน แต่จะได้ยิน  
เสียงที่ Direction ดังมากเป็นพิเศษ กว่าทิศทางอื่นๆ

วิธีแก้ปัญหา

- ไม่ควรอยู่ใกล้ถนนสายใหญ่ ทางรถไฟ สนามบิน โรงงาน
- การวางผังอาคาร ควรให้ที่ตั้งอาคารอยู่ลึกเข้าไป โดยการให้อยู่ห่างจากแหล่งกำเนิดเสียงให้  
มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ตรวจสอบว่าทั้งกลางวัน – กลางคืนจะมีเสียงรบกวนแค่ไหน แยกเขต

อาคาร โชนสำนักงานที่อยู่ภายในย่านจอยแจควรรใช้กระจกปิด กระจก 2 ชั้น แล้วใช้เครื่องปรับอากาศ

- ใช้โครงสร้างที่มั่นคงแข็งแรงแต่ยืดหยุ่นได้ ผนังหนา เช่น ผนังก่ออิฐ คอนกรีต
- ทำสนามหญ้า ปลูกต้นไม้เป็นกลุ่มเป็นแถว Green Belt เพื่อช่วยดูดกลืนเสียง
- ทำ Screen กัน เป็นต้นว่าอาคารที่ไม่ต้องการความเงียบ เช่น โรงรถให้ไว้ข้างหน้า หรือทำเป็น Bunker ดินให้ถนนอยู่ต่ำกว่า

2. เสียงภายใน คือ เสียงรบกวนที่เกิดขึ้นภายในอาคาร ซึ่งอาจมาจากห้องเหล่านี้ คือ ห้องลิฟท์ ห้องครัว ห้องดนตรี ห้องทำงานที่ใช้เครื่องจักรและเครื่องมือต่างๆ เช่น จักรเย็บผ้า พัดลมดูดอากาศ เครื่องปรับอากาศ ฯลฯ

วิธีแก้ปัญหา

- ที่ตั้งของห้อง แยกห้องที่ต้องการความเงียบให้ห่างจากห้องที่มีเสียงรบกวน เช่น ห้องนอนห่างจากห้องลิฟท์ ห้องน้ำ หรือแยกออกไป (สำหรับหอพัก) สำหรับห้องที่เกิดเสียงแลความสั่นสะเทือน อาจให้อยู่ Basement บนหลังคา หรือแยกออกไป ใช้แทน ราง ไม้คอร์ก รองรับเครื่องเพื่อลดความสั่นสะเทือน
- บุวัสดุที่ดูดกลืนเสียง ทำหน้าต่างกระจก 2 ชั้น ห้องกันเสียงที่แทรกผ่านตรงรอยต่อของประตู และรอยกัญแจ โดยใช้วัสดุพวก สึกหลาด ยางปิดส่วนที่เป็นช่องโหว่
- โครงสร้างของพื้น เช่น การปูพื้นไม้บนพื้นคอนกรีต การทำ Finished บนพื้นคอนกรีต เช่น Cork Board กระเบื้องยาง พรม
- การทำฝ้าเพดาน ฝ้าเพดานชนิดแขวน Suspended Ceiling ให้มีจุดแขวนน้อยที่สุดและยืดหยุ่น (Flexible) ได้ เช่น เหล็กเส้น ลวด เพื่อไม่ให้เป็นสื่อถ่ายทอดความสั่นสะเทือนมาสู่เพดาน
- ทำ Sound Lock โดยเป็นห้องที่อยู่ระหว่างประตู 2 บาน เพื่อลดเสียงในเวลาเปิดประตู
- ป้องกันเสียงทางหลังคา โดยทำหลังให้สูง มี Air Space ตรงกลางระหว่างหลังคา กับเพดาน หรือทำหลังคา 2 ชั้น หลังคาคอนกรีตสามารถป้องกันเสียงได้ถึง 40-50 เดซิเบล หลังคามุงกระเบื้องและฝ้าเพดานป้องกันเสียงได้ 25-40 เดซิเบล กระเบื้องแผ่นเล็กกันเสียงได้ดีกว่ากระเบื้องแผ่นโต

#### 4.3 ระบบไฟฟ้า

##### 4.3.1 ระบบไฟฟ้ากำลัง และไฟฟ้าแสงสว่าง

การออกแบบระบบไฟฟ้า ยึดถือตามมาตรฐานของการไฟฟ้านครหลวง ข้อกำหนดการติดตั้งระบบไฟฟ้าของวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย และ NATIONAL ELECTRICAL CODE (NEC, U.S.A) ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยต่อการใช้งาน ง่ายต่อการบำรุงรักษา และเป็นอาคารที่ได้มาตรฐานสากล

เดินสายไฟฟ้าแรงสูง OVERHEAD 12/24 KV 3 PHASE 50HZ จากการไฟฟ้านครหลวงริมถนนหน้าทางเข้าของโครงการ มายังหม้อแปลง

ติดตั้งหม้อแปลงไฟฟ้า OIL IMMERSE TYPE โดยติดตั้งบนเสาไฟฟ้าเพื่อแปลงไฟจากระบบแรงสูง 12/24 KV3 PHASE 400/230 V 3 PHASE 4 WIRE เข้าสู่ห้องเครื่องผ่านอุปกรณ์ป้องกันภายในตู้เมนสวิตช์แรงต่ำ และจ่ายไปยังตู้แผงสวิตช์ย่อยในแต่ละพื้นที่ที่ใช้ไฟฟ้าต่อไป

จัดเตรียมเครื่องกำเนิดไฟฟ้า 1 ชุด เพื่อจ่ายไฟสำรองให้กับอุปกรณ์ไฟฟ้าทุกชนิด ในกรณีไฟฟ้าปกติของการไฟฟ้าเกิดขัดข้อง

จัดเตรียมไฟฟ้าและแสงสว่างให้เหมาะสมกับการใช้งาน โดยยึดถือค่าความส่องสว่างตามมาตรฐานของ IES ( ILLUMINATION ENGINEERING SOCIETY, U.S.A. )

การเดินสายไฟ และ ติดตั้งอุปกรณ์ไฟฟ้าทั้งหมด ยึดถือตามมาตรฐานของการไฟฟ้านครหลวง ข้อกำหนดและมาตรฐานของวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย และ NATIONAL ELECTRICAL CODE (NEC, U.S.A.) สายไฟส่วนใหญ่จะเดินในท่อโลหะ ฝังในคอนกรีตหรือเดินลอย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพื้นที่ใช้งาน

#### 4.4 ระบบสุขาภิบาล

ข้อกำหนดทั่วไป การออกแบบระบบสุขาภิบาล และดับเพลิง จะเป็นไปตามกฎเกณฑ์ และข้อกำหนดมาตรฐานต่างๆ มีดังต่อไปนี้

ว.ส.ท.	-	วิศวกรรมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
ม.อ.ก.	-	มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
NPC	-	NATIONAL PLUMBING CODE
NFPA	-	NATIONAL FIRE PROTECTION ASSOCIATION
UL	-	UNDERWRITER'S LABORATORY; INC.
FM	-	FACTORY MUTUAL
ANSI	-	AMERICAN NATIONAL STANDARD INSTITUTE
ASTM	-	AMERICAN SOCIETY OF TESTING MATERIALS

และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นไปตามหลักวิศวกรรม

#### การออกแบบระบบสุขาภิบาลและดับเพลิง

สำหรับโครงการอาคารสำนักงานผู้จัดการ จะแบ่งระบบออกเป็นส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ระบบประปา
2. ระบบท่อน้ำโสโครก ท่อน้ำทิ้ง และท่ออากาศ
3. ระบบระบายน้ำฝนอาคาร และระบบน้ำโครงการ
4. ระบบบำบัดน้ำเสียโครงการ

## 1. ระบบท่อประปา

จัดเตรียมถังเก็บน้ำใต้ดิน (UNDERGROUND STORAGE TANK) ไว้เพื่อสำรองน้ำในกรณีที่น้ำประปาขาดแคลน ให้มีน้ำใช้อย่างน้อย 1 วัน

ระบบจ่ายน้ำ จะใช้ปั้มน้ำเพิ่มความดันในเส้นท่อโดยตรง(PACKAGE BOOSTER PUMP WITH PRESSURE TANK COMPLETED SET) ท่อจ่ายน้ำเข้าสู่สภณท์ทุกชั้นจะต้องมีความดันไม่เกิน 9 บาร์ เพื่อป้องกันการชำรุดเสียหายของสภณท์ จึงต้องติดตั้งวาล์วลดความดัน (PRESSURE REDUCUNG VALVE) สำหรับกรณีที่เกิดการกระแทกของน้ำ WATER HAMMER จะจัดเตรียมห้องอากาศ (AIR CHAMBER) ไว้ต่างหากด้วย

## 2. ระบบท่อน้ำทิ้ง-ท่อโสโครก และท่ออากาศ

การหาขนาดท่อที่เหมาะสมจะคำนึงถึง

- จำนวนสภณท์
- ใช้ท่อที่มีขนาดเหมาะสม ซึ่งสามารถระบายน้ำได้รวดเร็ว (SCOURING VELOCITY) เป็น

มาตรฐานในการออกแบบ

ระบบท่อต่างๆ จะคำนึงอุปกรณ์ป้องกันกลิ่น(P-TRAP)และอุปกรณ์ สำหรับการ SERVICE ระบบท่อ (FLOOR CLEAN OUT, PLUG CLEAN OUT)

## 3. ระบบระบายน้ำฝนอาคาร และระบายน้ำโครงการ

ออกแบบระบบท่อระบายน้ำฝน และรางน้ำโดยใช้ค่า RAINFALL INTENSITY 150 MM./HR. และใช้ HAZEN WILLIAM'S FORMULA, CONTINUITY EQUATION, ในการกำหนดขนาดท่อระบายน้ำ และรางระบายน้ำ

การออกแบบระบบระบายน้ำของโครงการ จะติดตั้งอุปกรณ์รับน้ำฝนไว้ในที่ที่คาดว่าจะมีการกักเก็บน้ำไว้ในส่วนต่างๆ อย่างทั่วถึง

## 4. ระบบบำบัดน้ำเสีย

เนื่องจากอาคารของโครงการ อยู่ห่างกันพอสมควร จึงออกแบบระบบบำบัดน้ำเสียของโครงการแยกจากกันตามรายละเอียดดังนี้

- อาคารA, อาคาร 1-2 ใช้ระบบบำบัดน้ำเสียร่วมกันโดยเลือกใช้ระบบ ACTIVATED SLUDGE PROCESS EXTEND ชนิด AERATION

- อาคาร3 ใช้ระบบบำบัดน้ำเสียสำเร็จรูป (PACKAGE WASTE WATER TREATMENT UNIT)

สำหรับหลักเกณฑ์ในการออกแบบ ระบบบำบัดน้ำเสียให้มีคุณภาพน้ำทิ้งหลังการบำบัด เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม และ มาตรฐานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ

#### 4.5 ระบบรักษาความปลอดภัยและอัคคีภัย

##### ระบบแจ้งเหตุ

1. ระบบกดปุ่มแจ้งเหตุ มีสัญญาณเตือนบริเวณโถงทั่วไป
2. ระบบ Heat & Smoke Detector ในบริเวณห้องโถงทั่วไป โถงทางเดิน ห้องพัก และส่วนที่อาจเป็นต้นเหตุเพลิงไหม้

##### ระบบดับเพลิง

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

##### ระบบน้ำดับเพลิง

นอกจากถังเก็บน้ำใต้ดิน จะสำรองน้ำเพื่อใช้ในส่วนต่างๆ ของอาคารแล้วยังจัดเตรียมปริมาณน้ำเพื่อการดับเพลิงไว้ไม่น้อยกว่า ครึ่ง ชม. ในกรณีเกิดเพลิงไหม้ระบบท่อจ่ายน้ำดับเพลิงจะประกอบด้วย MAIN FIRE PLUM, ทำงานคู่กับ JOCKEY PLUM เพื่ออัดความดันเข้าระบบท่อดับเพลิงไปยังตู้ดับเพลิง (FIRE HOST CABINET) และหัวฉีดน้ำดับเพลิงอัตโนมัติ (SPRINKLER HEAD) โดยมาตรฐานการป้องกันอัคคีภัยของ NFPA และมาตรฐานการป้องกันอัคคีภัยของ ว.ส.ท. ฉบับปัจจุบันเป็นหลัก

#### 4.6 ระบบปรับอากาศและการควบคุม

การปรับอากาศหมายถึงการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น การเคลื่อนไหวและความบริสุทธิ์ของบรรยากาศ ในเนื้อที่จำกัดที่ใดที่หนึ่ง ในปัจจุบันการควบคุมสภาพอากาศภายในอาคาร สามารถแบ่งออกได้ตามขนาดของเครื่องปรับอากาศ และแบ่งตามระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. UNIT TYPE, PACKAGE TYPE คือระบบจะอยู่ในเครื่องเดียวกัน โดยมีขนาดเล็กสะดวกในการติดตั้ง แต่ไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเสียงรบกวน มีขีดจำกัดในการทำงาน อายุในการใช้งานสั้น และไม่มีการถ่ายเทอากาศภายในและภายนอกอาคาร
2. SPLIT TYPE เป็นเครื่องปรับอากาศขนาดกลาง ยกเครื่องออกเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งอยู่ภายในห้องเรียก FAN COIL UNIT และส่วนภายนอกอาคารเรียก CONDENSING UNIT เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านประสิทธิภาพการทำงาน ระยะห่างระหว่างสองส่วนนี้จะไม่เกิน 15-25 เมตรในระดับไม่เกิน 3 ชั้น และไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่
3. CENTRAL UNIT เป็นระบบปรับอากาศขนาดใหญ่ แยกการทำงานเป็น 3 ส่วน คือ
  1. CENTRIFUGAL MACHINE ประกอบด้วยส่วนทำงานที่เป็นตัวกลางในการจ่ายความร้อนและความเย็นให้กับระบบในการทำงานส่วนอื่น
  2. AIR HANDING แบ่งได้เป็น 2 แบบคือ
    - AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น นำอากาศเข้าสู่ห้องโดยตรง
    - AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น แล้วนำลมเย็นผ่านเข้าช่องท่อ และกระจายไปยังส่วนต่างๆของอาคารที่ต้องการปรับอากาศ
  3. COOLING TOWER UNIT หรือ CONDENSING UNIT เป็นตัวถ่ายเทความร้อนและสงลมเย็นให้กับ CENTRIFUGAL MACHINE

#### เปรียบเทียบแอร์สปริทกับซิลเลอร์

สำหรับงานที่มีพื้นที่ขนาดเล็ก นิยมใช้แอร์สปริทมากกว่า เพราะติดตั้งง่าย ราคาถูกกว่า แต่จะมีข้อจำกัดที่ความยาวของท่อน้ำยาแอร์(ยาวที่สุดได้ประมาณ 6 เมตร) เนื่องจากปัญหาเรื่องกำลังของคอมเพรสเซอร์ และปัญหาที่เกิดจากการที่น้ำมันหล่อลื่นที่ปนไปกับน้ำยาซึ่งวิ่งไปแล้วตกค้างอยู่อาจทำให้คอมเพรสเซอร์ไหม้ได้ นอกจากนี้เครื่องระบายความร้อนเครื่องหนึ่งไม่ควรโยงกับเครื่องสงลมเย็นหลายๆตัวเพราะจะมีปัญหาการกระจายน้ำไปยังเครื่องสงลมเย็นแต่ละตัวเครื่องสงลมเย็นทุกตัวที่ต่อโยงกันนี้จะต้องใช้พร้อมกัน แต่การควบคุมอุณหภูมิทำได้เพียงจุดเดียว การที่จำเป็นต้องใช้ท่อน้ำยาแอร์ยาว ทำให้ต้องใช้เทคนิคการเดินท่อ ราคาท่อ และน้ำยาแอร์ที่แพง โอกาสที่จะรั่วซึมก็มีมากขึ้น

ในการหลีกเลี่ยงการใช้ท่อน้ำยาแอร์ยาวๆนี้อาจทำได้โดยการติดตั้งเครื่องสงลมเย็นไว้ไม่ห่างจากเครื่องระบายความร้อนจนเห็นว่ามีอันตราย แล้วจึงต่อท่อลมจากเครื่องสงลมเย็นนี้ไปยังบริเวณที่ต้องการปรับอากาศ ท่อลมมีความยาวตั้งแต่ 10 เมตร ถึง 40 เมตร แล้วแต่กำลังพัดลมเครื่อง ท่อสงลมยิ่งยาวก็ต่อใช้มอเตอร์ที่มีแรงม้ามากยิ่งขึ้น ปัญหาใหญ่ในการเดินท่อลมนี้คือ การที่ท่อลมมีขนาดใหญ่ (ประมาณ 0.05 เมตร/ตัน สำหรับท่อลมส่งและท่อลมกลับ) ทำให้การเดินท่อลมลำบากเพราะต้องเจอสิ่งกีดขวางหลายอย่าง

สำหรับระบบчилเลอร์ ซึ่งเป็นระบบที่ทำน้ำให้เย็นแล้วจึงส่งน้ำเย็นไปยังที่เครื่องส่งลมเย็นต่างๆ ระยะห่างระหว่างเครื่องчилเลอร์จะเป็นเท่าไรก็ได้ ถ้าไกลมากก็ใช้ปั๊มที่มีแรงดันสูงขึ้น และเพิ่มขนาดของท่อน้ำ ถึงจะมีราคาแพงขึ้นแต่ไม่มีผลกระทบที่จะทำให้เครื่องเสียได้ เครื่องчилเลอร์เครื่องหนึ่งๆสามารถจ่ายน้ำเย็นไปยังเครื่องส่งลมเย็นได้หลายๆตัว โดยขึ้นอยู่กับขนาดของเครื่อง นอกจากนี้เครื่องส่งลมเย็นแต่ละเครื่องยังสามารถควบคุมอุณหภูมิโดยอิสระ แยกจากตัวอื่นๆได้อีกด้วยการเดินท่อน้ำก็ไม่ต้องพิถีพิถันเหมือนอย่างเดินท่อน้ำยา ถ้าท่อรั่วออกมาก็คือน้ำไม่ใช่ไน้ยาจึงไม่เป็นอันตราย

สรุประบบปรับอากาศและระบายอากาศที่ใช้ในโครงการ

ระบบปรับอากาศ และระบายอากาศ ออกแบบมาตรฐานของASHRAE (AMERICAN SOCIETY OF HEATING, REFRIGERATION AND CONDITIONING ENGINEERS), วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย และการไฟฟ้านครหลวง

ข้อกำหนดในการออกแบบ

อุณหภูมิภายนอก 95 องศา FDB 83 องศา FWB

อุณหภูมิภายใน 78 องศา F-± 2 องศา F

ความชื้นสัมพัทธ์ 50% - 60%

โรงแรมใช้ระบบปรับอากาศส่วนกลางเป็น CHILLED WATER SYSTEM ซึ่งประกอบด้วย AIR COOLED CHILLERS, FAN COILS UNITS, CHILLED WATER PUMPS ETC.

AIR COOLED CHILLERS ตั้งอยู่บนชั้นดาดฟ้า ส่วน CHILLED WATER PUMP ตั้งอยู่ที่ชั้นใต้ดินของโรงแรม โดยมี FAN COILS UNITS ที่ติดตั้งตามห้องที่ต้องการปรับอากาศเป็นอุปกรณ์รับน้ำเย็นจาก AIR COOLED CHILLERS พร้อมทั้งถ่ายเทความเย็นให้กับลมที่ส่งไปตาม DUCT เพื่อที่จะกระจายลมให้ทั่วพื้นที่

ทั้งนี้ในการปรับเปลี่ยน Function มาเป็นโรงแรมทำให้ต้องมีการปรับเพิ่มงานระบบให้พอเพียงกับความต้องการที่มากขึ้น โดยต้องศึกษางานระบบเดิมข้างต้นถึง ชนิด ประเภท การใช้งาน และปริมาณ เพื่อเพิ่มเติมได้อย่างเหมาะสม

#### 4.7 ระบบอุปกรณ์พิเศษ

##### ระบบสื่อสารและรักษาความปลอดภัย

จัดเตรียมคู่สายโทรศัพท์ไว้อย่างทั่วถึง และเพียงพอต่อการใช้งานตามพื้นที่ต่างๆ ทั้งนี้โดยผ่านตู้ EPABX ติดตั้งอยู่ในสำนักงานส่วนกลาง ซึ่งควบคุมโดย OPERATOR การติดตั้งและเดินสายโทรศัพท์เป็นไปตามมาตรฐานขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณแจ้งเหตุเพลิงไหม้ ไว้ตามพื้นที่ต่างๆ อันประกอบด้วย HEAT DETECTOR, SMOKE DETECTOR, MANUAL STATION ALARM BELL ตำแหน่งที่ติดตั้งและพื้นที่

ครอบคลุมในแต่ละ ZONE ให้เป็นไปตามมาตรฐานของ NATIONAL FIRE PROTECTION ASSOCIATION (NFPA) ในกรณีที่เกิดเพลิงไหม้ระบบสามารถออกจากอาคารได้โดยทันการ ระบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกทางอิเล็กทรอนิกส์

1. ระบบโทรศัพท์ของโครงการ เลือกใช้แบบ PABX (Private Automatic Branch Exchange) เพราะเป็นระบบที่ติดต่อระหว่างภายนอกกับภายใน หรือ ภายในกับภายใน โดยผ่านเครื่องอัตโนมัติ หรือ พนักงานต่อสาย ซึ่งสามารถติดต่อได้มากกว่า 50 คู่สาย ทำให้เหมาะสมกับธุรกิจโรงแรมมากกว่าระบบอื่นๆ ซึ่งจะแบ่งออกเป็น ส่วนๆ คือ

- ส่วนที่พักแขก
- ส่วนบริหาร
- ส่วนบริการ

2. ระบบโทรพิมพ์ (Telex) และอุปกรณ์ติดต่ออื่นๆ

ระบบโทรพิมพ์เป็นอุปกรณ์การพิมพ์ซึ่งสามารถติดต่อได้โดยตรงจากผู้ส่งถึงผู้รับ เป็นอุปกรณ์การพิมพ์ซึ่งประกอบรวมกันทั้งภาคส่งและภาครับในหน่วยเดียวกัน ขนาดประมาณ 1000 ม.ม. x 700 ม.ม.

3. โททัศน์วงจรปิด เป็นอุปกรณ์ซึ่งติดต่อเพื่อใช้ในการรักษาความปลอดภัย ในการนำไปใช้อาจมีขีดจำกัดในเรื่องความสว่าง การใช้แสง และไม่สามารถทนต่อที่ที่มีอุณหภูมิสูงได้ การให้แสงสว่างจะต้องมีการป้องกัน เช่น แสงที่ฉายถูกตัวกล้องโดยตรง

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

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

- การทำงานโดยทั่วไป กระทำโดยการทำงานครอบคลุมส่วนของผู้เข้าพัก ส่วนของพนักงาน
- การทำงานเฉพาะเขต กระทำโดยการเจาะจงส่วนที่ต้องการจะให้มีการประชาสัมพันธ์

ตารางที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ระบบ	ส่วนผู้พัก	ส่วนสำนักงาน
ทั่วไป	ห้องโถง , ล็อบบี้ เลานจ์ , ภัตตาคาร , บาร์	ห้องพักพนักงาน ส่วนบริหาร และส่วนทำงานอื่นๆ
เฉพาะส่วน	ส่วนพักผ่อน , สระว่ายน้ำ	

### ระบบโทรทัศน์และวิทยุ

การรับและการแพร่ภาพขึ้นอยู่กับสภาพสถานที่ การจัด และการติดตั้งอุปกรณ์ ซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วยระบบเสาอากาศหลัก (Television System) เครื่องขยายสัญญาณ และเครื่องกระจายสัญญาณไปตามเครื่องรับแต่ละเครื่อง โทรทัศน์วงจรปิด และเชื่อมต่อเข้ากับเครื่องรับได้โดยใช้ระบบ VHF

### ระบบคอมพิวเตอร์

เครื่องมือที่ถูกติดตั้งเพื่อใช้ในการส่งเอกสาร บัญชี ใบส่งของ หรือจดหมายติดต่อกันระหว่างส่วนบริการ ส่วนงานต่างๆ หรืออื่นๆ มีแนวโน้มที่จะใช้อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมาก เนื่องจากมีความรวดเร็วและแน่นอนในการเชื่อมโยงข้อมูล และการแจ้งข่าวสารต่างๆ

ระบบคอมพิวเตอร์ เป็นการส่งข้อมูลโดยผ่านอุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย แผ่นพิมพ์อักษรและจอภาพ สามารถป้อนข้อมูลส่งไปยังแหล่งเก็บข้อมูลและเรียกข้อมูลที่บันทึก

อุปกรณ์พิเศษเพื่อช่วยในการประหยัดพลังงาน (Energy Saving Device)

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

#### 4.8 ลักษณะวัสดุที่ใช้ตกแต่งอาคารของโครงการ

##### วัสดุประเภทหิน

วัสดุประเภทหิน สำหรับผนังภายในและภายนอกของอาคาร นับว่าเหมาะสมที่จะกรด้วยวัสดุประเภทหิน อันได้แก่ หินประเภทเนื้อละเอียด สามารถทนต่อดินฟ้าอากาศหรือใช้กันผนังและพื้นที่ใช้งานหนัก ตลอดจนพื้นที่ที่คนพลุกพล่าน เพราะหินทนต่อการสัมผัส และทำความสะอาดง่าย และยังมีคุณสมบัติที่ให้ความงดงาม ประทับใจ มีค่า การเลือกใช้หินแต่ละชนิด ก็จะทำให้ความรู้สึกต่างกันไป วัสดุประเภทหินสามารถแยกชนิดออกได้ดังต่อไปนี้

**หินอ่อน** ป็นหินที่สามารถทนความสกปรกได้ดี ทนต่อสารเคมีได้บ้างบางชนิด ซึ่งจะใช้หินอ่อนกับผนังภายในเป็นส่วนมาก หินอ่อนให้ลักษณะที่มีคุณค่าในด้านความงามมากกว่าหินประเภทอื่นๆ มีสีให้เลือกหลายสี เช่น ขาว ดำ เทา ชมพู เขียว น้ำตาล เป็นต้น หินชนิดนี้ทนกับน้ำหนักปานกลาง ทนต่อการขีดสี ไม่เก็บเสียง มีผิวหน้าที่ดูสวยงาม หรุหร่า ถ้าถูกน้ำมันอาจด่างเป็นดวง มีทั้งแบบด้านและแบบมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำและที่ที่ต้องการความหรุหร่า วิธีปูคือ ปูบนทราย ขนาดความหนาของแผ่นจะเป็น  $\frac{3}{4}$  และ 1 นิ้ว

**หินกาบ** คือหินที่ซ้อนกันเป็นชั้นๆ ที่นิยมใช้มีหลายสีคือ สีน้ำตาล ดำ เหลือง ส้มแดง ม่วง(มีราคาแพงที่สุด) ส่วนมากใช้ปูตามทางเดิน ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติการปูหินกาบทำได้โดย เตรียมพื้นที่ที่จะปูให้มีผิวขรุขระ เพื่อหินกาบจะได้ติดแน่นกับพื้น ใช้แปรงชุบน้ำตีผนังให้ชุ่มตลอดเวลา ใช้ปูนทรายเป็นตัวเชื่อม เมื่อปูต้องคอยจับแผ่นหินไปด้วย เพื่อไม่ให้น้ำปูนเกาะที่หินกาบ เมื่อเสร็จใช้ฟองน้ำทำความสะอาดและลงแว็กซ์

**หินแกรนิต** ส่วนมากใช้กรุผนังหรือพื้นทางเดินของส่วนต่างๆ เนื่องจากเป็นหินที่แข็งที่สุด เนื้อแน่น และทนทาน เมื่อขีดให้ขึ้นเงาจะมีลักษณะคล้ายหินอ่อน รักษาและทำความสะอาดง่าย

**หินชนวน** หินชนวนมีสีต่างๆให้เลือกหลายสี ได้แก่สีฟ้า สีดำ และสีน้ำตาล มีราคาแพงแต่ประหยัดค่าบำรุงรักษาได้ดี

**หินหล่อ** ได้แก่ วัสดุประเภทหินผสมกับซีเมนต์ ดูมีคุณค่าน้อยกว่าหินแท้ แต่มีความงามคงทน และรักษาง่าย

##### วัสดุประเภทดินเผา

วัสดุประเภทดินเผา เช่น อิฐ กระเบื้อง และเซรามิค สามารถใช้กรุพื้นและผนัง ราคาถูกกว่าหิน ทนทานดินฟ้าอากาศ ทนต่อการสีกร่อน รักษาง่าย ตลอดจนมีลวดลายให้เลือกได้มากกว่า

**อิฐ** สามารถนำมาใช้ได้โดยธรรมชาติของมัน หรือทาสีทับ สีธรรมชาติมีสีแดง สีแสด สีเหลือง ราคาถูกกว่าหิน คงทนและง่ายต่อการรักษา

**กระเบื้อง** เป็นวัสดุที่สามารถปูได้ทั้งพื้นและผนัง ใช้ในทุกห้องได้ตามต้องการ เหมาะสมกับสภาพดินฟ้าอากาศ และทนต่อผลจากไอน้ำเค็มได้เป็นอย่างดี มีหลากหลายแบบ หลายขนาด หลากสีสันทให้เลือกได้ตามความต้องการ

## วัสดุประเภทไม้

เป็นวัสดุที่เหมาะสมกับการตกแต่งภายในที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ เพราะหาได้ง่าย ทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ และมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ไม้มีหลายชนิด เช่น

ไม้สัก เป็นไม้เนื้อปานกลางระหว่างไม้เนื้อแข็งกับไม้เนื้ออ่อน ใช้งานประณีตได้ดี รวมทั้งมีสีส้มและลวดลายสวยงาม เหมาะแก่การทำเครื่องเรือน ในส่วนที่ต้องการความสวยงามและคงทน การนำมาใช้ควรขัดผิวให้เรียบเนียน อาจย้อมสีให้เข้มขึ้นเล็กน้อยก็จะสวยงาม

ไม้อัดสัก เป็นไม้สักที่แปรรูปให้เป็นแผ่นบางอัดทับกับไม้เนื้อแข็ง เพื่อให้มีความแข็งแรงไม่บิดงอหรือหัก ใช้งานเครื่องเรือน จะดูแลรักษายากกว่าเครื่องเรือนที่ทำผิวด้านด้วยไม้สัก

ไม้อัดยาง เป็นไม้อัดเช่นเดียวกับไม้อัดสัก มีความแข็งแรงทนทานพอๆกัน แต่มีเนื้อสีไม้และลวดลายน้อยกว่ามาก นิยมพ่นสีหรือกรู๊วสดูอื่นทับผิวด้านอีกที ราคาถูก แต่การใช้ไม้อัดยางพ่นสีทำผิวเครื่องเรือน จะดูแลรักษายากกว่าเครื่องเรือนที่ทำผิวด้านด้วยไม้สัก

ไม้อัดมะปิ่น เป็นไม้อัดที่มีคุณภาพและราคาปานกลาง มีเนื้ออ่อนและทำผิวได้ดีโดยไม่ต้องย้อมสี

ไม้อัดมทิน มีลักษณะคล้ายไม้อัดสัก แต่มีลวดลายแปลกกว่า คือไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเหมือนลายของไม้สัก แต่มีการผลิตน้อยจึงหายาก ราคาไม่แน่นอน มีความคงทนมาก

ไม้อสน หรือ ไม้อฉลา เป็นไม้เนื้ออ่อน ไม่นิยมใช้ทำเครื่องเรือนมากนัก แต่มีใช้ประกอบหรือใช้ตกแต่งบางส่วนของเครื่องเรือนให้ดูสวยงามมากขึ้น ปัจจุบันมีการนำไปใช้ทำเครื่องเรือนทั้งตัว เพราะมีความสวยงาม แต่ไม่ค่อยแข็งแรง จึงใช้กับเครื่องเรือนที่มีขนาดเล็ก ไม่ต้องรับน้ำหนักมากนัก หรือใช้ประดับบนโครงสร้างไม้เนื้อแข็งแทน ก็จะได้ผลดีเพราะมีความสวยงาม และราคาที่ค่อนข้างถูก

ไม้จำปา เป็นไม้เนื้ออ่อน ใช้งานที่มีความประณีต ไม่นิยมย้อมสี

ไม้ประสานสัก เป็นไม้ชิ้นเล็กที่นำมาต่อกันเป็นแผ่น เพื่อทำเครื่องเรือน ไม่ทนทานเท่าไม้สัก แต่ราคาถูก

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ ที่อัดแปรรูปแล้วใช้ทำเครื่องเรือนได้อีก มีความแข็งแรงเท่าเทียมกับไม้ แต่ราคาถูกกว่า เรียกว่า “ยิปซัมบอร์ด” จะใช้วัสดุกรุทับผิวด้าน

## กระจก

กระจกเป็นวัสดุที่สำคัญต่อการตกแต่งภายในเป็นอย่างมาก เพราะมีความสวยงามในตัวเอง สามารถใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆได้เป็นอย่างดี มีความโปร่งแสง ทนไฟ และกระจกเงาก็มีความสำคัญในการเพิ่มความ โปร่ง โล่ง มีคุณค่า หูหრა ให้กับสถานที่

กระจกมีหลายแบบ สามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการ เช่น กระจกดูดความร้อน กระจก 2 ชั้น ช่วยกระจายแสงและกรองความร้อน กระจกบานเกล็ด รับลมได้ดี กระจกมีข้อดีคือสามารถกันน้ำ กันฝน กันลมได้ ปลอดภัยจากราและสามารถป้องกันเสียงได้อีกด้วย แต่มีข้อเสีย

คือ มีขนาดใหญ่ไม่มาก (ถ้าต้องการขนาดใหญ่พิเศษ ต้องสั่งจากต่างประเทศ และมีราคาสูงมาก ) ยกต่อการขนส่ง ผิวหน้ามักจะเป็นรอยขีดข่วน

### ผ้าม่าน

ผ้าม่านเป็นวัสดุที่สำคัญในการตกแต่งภายใน ที่มีความจำเป็นต่อ ประตู หน้าต่าง และกระจก บางครั้งอาจนำมาใช้ในลักษณะการปิดกันอื่นๆได้ ผ้าที่นำมาทำผ้าม่านมีหลายชนิดด้วยกัน เช่น

- ผ้าไหม เป็นผ้าที่มีคุณค่ามาก ให้ความรู้สึกเป็นทางการ สง่างาม เป็นระเบียบ
- ผ้ากำมะหยี่ ให้ความรู้สึก หุหุระฟูมเพื่อย ภูมิฐาน นุ่มนวล มีราคา
- ผ้าฝ้าย ให้ความรู้สึกสบาย เป็นกันเอง
- ผ้าป่าน ให้ความรู้สึกเบา โปร่งสบาย
- ผ้าลูกไม้ ให้ความรู้สึกนุ่มนวล โรแมนติก

นอกจากนี้ยังมีม่านไม้ไผ่ มู่ลี่ต่างๆ ที่ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ โปร่งสบาย

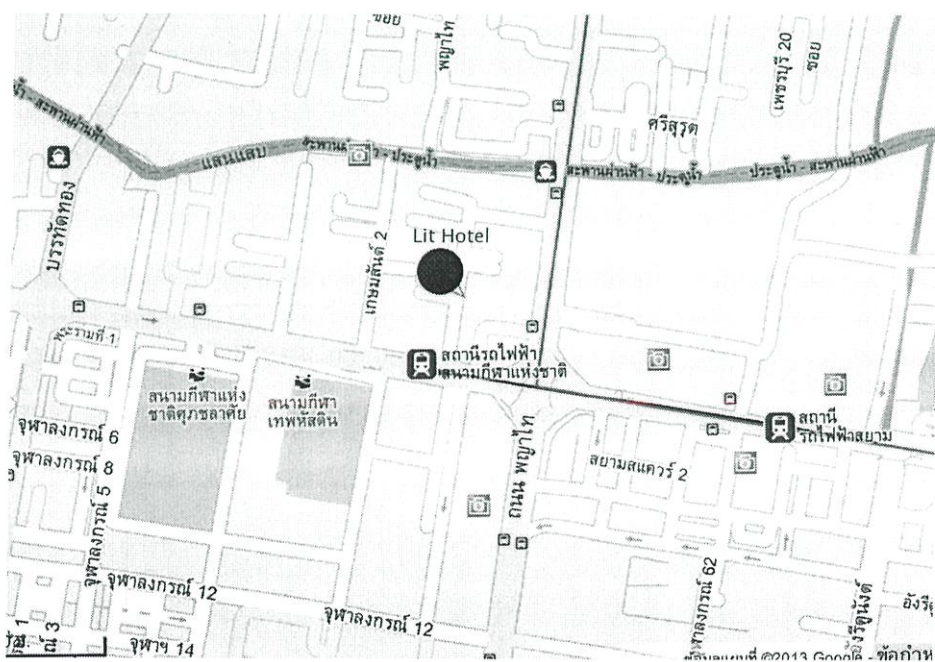
ประโยชน์ของผ้าม่านมีหลายอย่าง คือ ช่วยกรองแสงให้ลดความจ้าลง ควบคุมความสว่างได้ตามต้องการ ช่วยลดความร้อนจากอุณหภูมิของแสงแดด ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่วยกันฝุ่น ป้องกันเสียงสะท้อน สร้างบรรยากาศในการตกแต่ง และบังสายตาได้เป็นอย่างดี

# บทที่ 5 การวิเคราะห์และการออกแบบ

## 5.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง



สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง



เส้นทางคมนาคมการเข้าถึง LIT HOTEL

### อาณาเขตที่ดินของโรงแรม

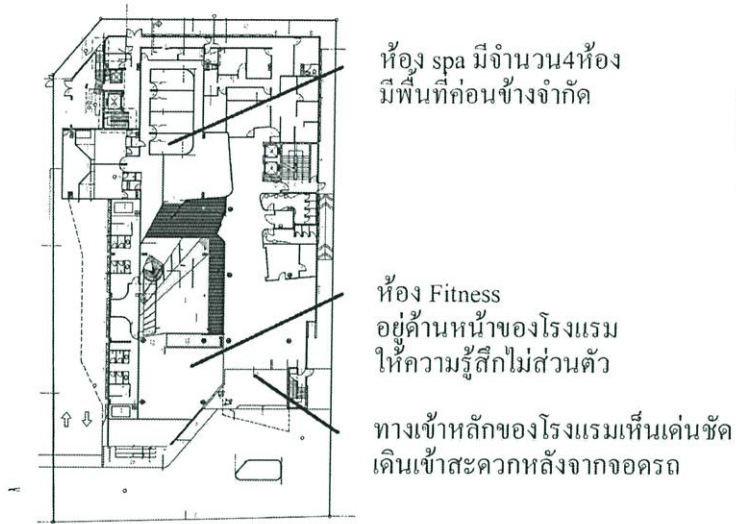
ทิศเหนือ      อพาร์ตเมนต์  
 ทิศตะวันออก    อาคารพาณิชย์  
 ทิศตะวันตก    บ้านพักอาศัย  
 ทิศใต้          ร้านอาหาร



## 5.2 การวิเคราะห์อาคาร

### 5.2.1 การวิเคราะห์ LAY - OUT

ทางเข้าโครงการ ไม่ชัดเจน ไม่สามารถมองเห็นจากถนนหลัก ตัวอาคาร ไม่ค่อยเปิดรับลม และแต่  
 เปิดรับแสงธรรมชาติได้ดี

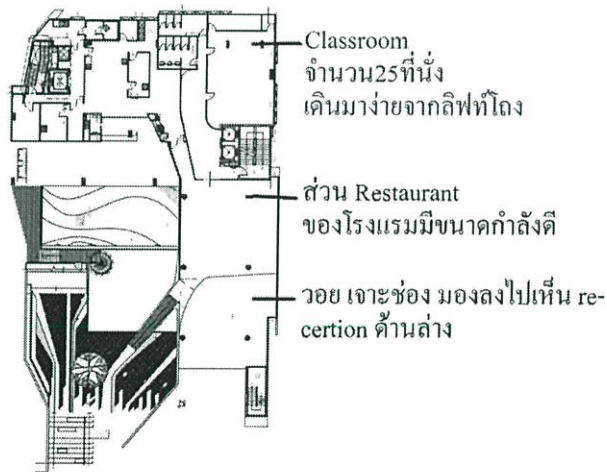


ห้อง spa มีจำนวน4ห้อง  
มีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด

ห้อง Fitness  
อยู่ด้านหน้าของโรงแรม  
ให้ความรู้สึกไม่ส่วนตัว

ทางเข้าหลักของโรงแรมเห็นเด่นชัด  
เดินเข้าสะดวกหลังจากจอดรถ

1 st Fl. PLAN

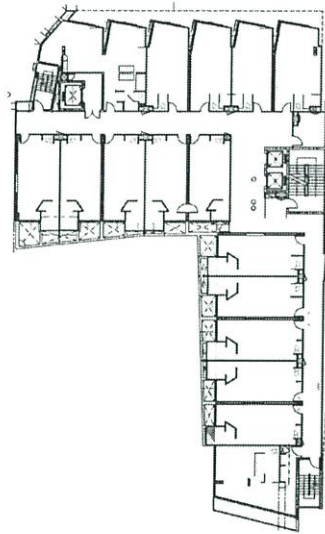


Classroom  
จำนวน25ที่นั่ง  
เดินมาง่ายจากลิฟท์โถง

ส่วน Restaurant  
ของโรงแรมมีขนาดกำลังดี

วอย เจาะช่อง มองลงไปเห็น re-  
certion ด้านล่าง

2nd Fl. PLAN

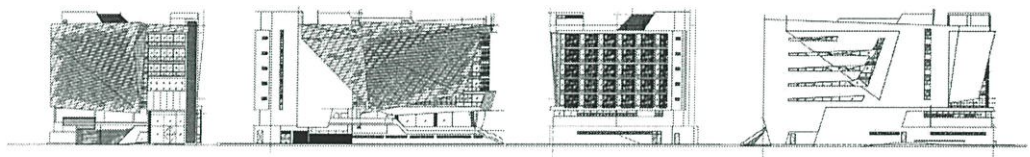


ตั้งแต่ชั้น3 ถึงชั้น7 จะเป็นบริเวณห้องพัก  
 ชั้นละ15ห้อง รวมทั้งหมด 75 ห้อง

3-7rd Fl. PLAN

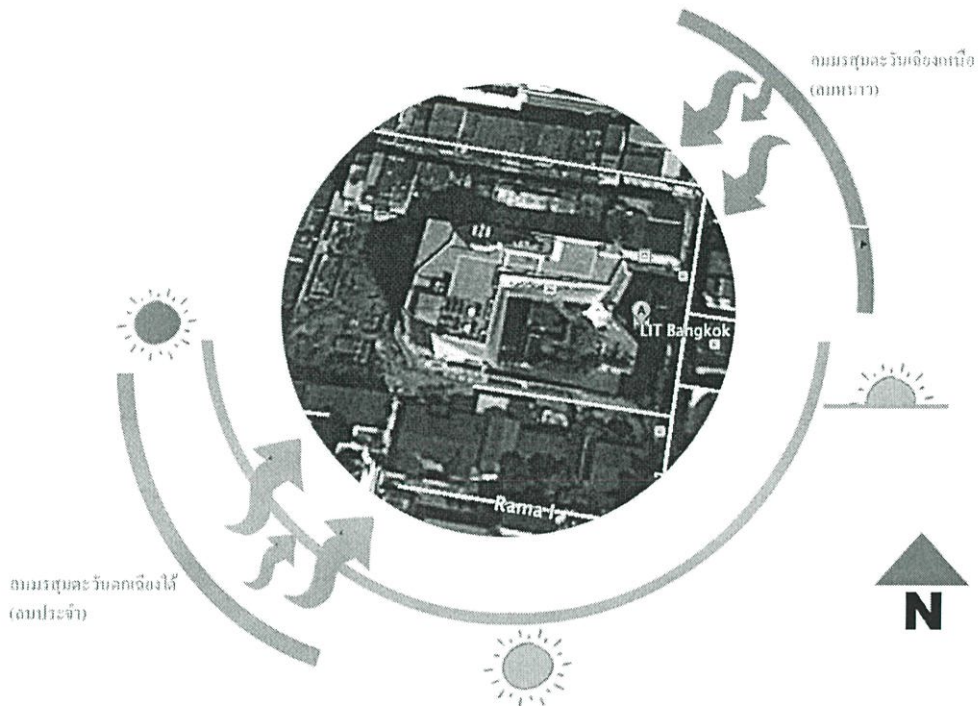
#### 5.2.2 ลักษณะทางสถาปัตยกรรม

เป็นตึกสร้างใหม่ในปี 2550 style Modern สูง7 ชั้น เน้นความเรียบง่าย และใช้วัสดุกันความร้อนได้เป็นอย่างดี มีการเปิดช่องแสงในชั้น1-2 ด้วยกระจก แต่ตัวอาคารจะปิด ไม่ค่อยรับลม แต่มีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด จึงไม่มีสวน หรือ ต้นไม้ ดังนั้นการออกแบบจะคำนึงถึง Green Space เป็นหลัก เพื่อลดจุดด้อยของ City Hotel ในข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ในเมือง



Elevation

## สภาพ แดด-ลม ที่ส่งผลกระทบต่อในการออกแบบ



### ทิศทางของแสงแดด และผลกระทบ

ในบริเวณนี้แสงแดดจะมาแรงทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งทิศที่ตั้งของอาคารหันหน้าไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ จะโดนแดดพอสมควรแต่ยังมีอาคารพาณิชย์สูงที่บังแดดได้ส่วนหนึ่งนอกจากนี้พื้นที่ภายในของอาคาร ยังมีต้นไม้ใหญ่บริเวณคอร์ทกลางสามารถให้ร่มเงาและความร่มรื่นจากทิศทางของแสงแดดทำให้ส่วนที่ร้อนที่สุดของอาคารเป็นบางส่วนของด้านหน้าที่โดนแสงแดดโดยตรง ส่วนมากจะเป็นชั้นบนของอาคาร ส่วนชั้นล่าง และคอร์ทด้านในจะถูกร่มเงาของอาคาร และต้นไม้บังไว้

ทิศทางของลม และผลกระทบ โดยทั่วไปแล้วลมจะพัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ขึ้นไป ในบริเวณนี้ทางทิศตะวันตกซึ่งเกือบเป็นด้านหน้าของอาคาร อีกฝั่งของถนนและอาคารริมถนนฝั่งตรงข้ามซึ่งถ้ามีลมพัดผ่านจะนำเอาลมเย็นมาถึงแม้จะมีอาคารขวาง แต่อาคารฝั่งตรงข้ามเป็นลักษณะของอาคารหลังเดี่ยวบังลมไม่ได้มาก แต่จากการสังเกตสถานที่จริงมีลมพัดน้อย และตัวอาคารเองมีต้นไม้ภายในบริเวณทำให้ลมเข้าถึงได้น้อย ยกเว้นในตอนเย็นจะมีลมพัดเย็นพอสมควรจากบริเวณที่โล่งตรงสวนสันติชัยปราการ ตรงป้อมพระสุเมรุ แต่ก็ยังส่งผลกับอาคารน้อยอยู่ดีเนื่องจากระยะทางและความเป็นพื้นที่ปิดของอาคาร

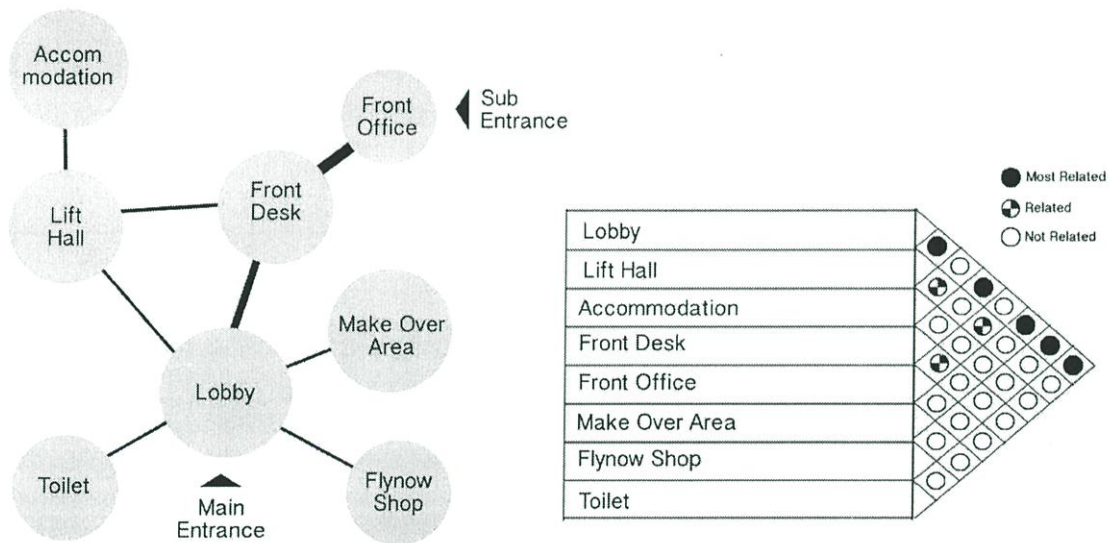
สรุปสภาพที่ดินที่ส่งผลกระทบต่อแดด-ลม

เนื่องจากลักษณะอาคารเป็นกลุ่มอาคารอยู่ในบริเวณพื้นที่ปิด มีรั้วปูนและแนวของต้นไม้ ซึ่งสามารถใช้บังแดด กันเสียง และฝุ่นละอองได้ แต่ในทำนองเดียวกันก็ทำให้ลมไม่พัดผ่านด้วยถึงแม้จะมีคอร์ทที่เป็นที่โล่งภายในแต่มีความกว้างไม่พอทำให้ภายในมีลมพัดผ่านน้อย

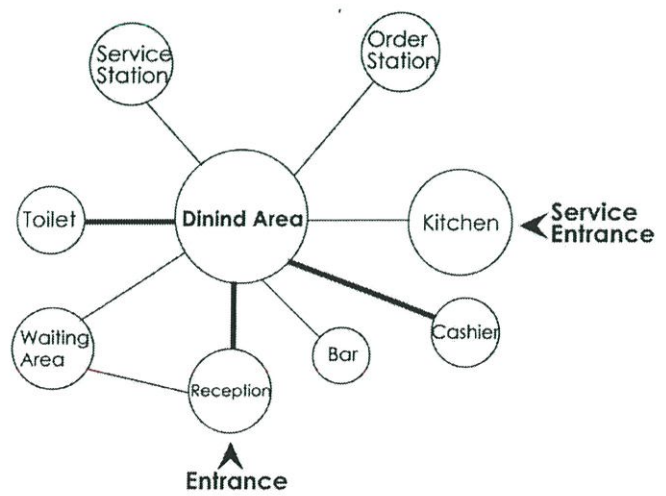
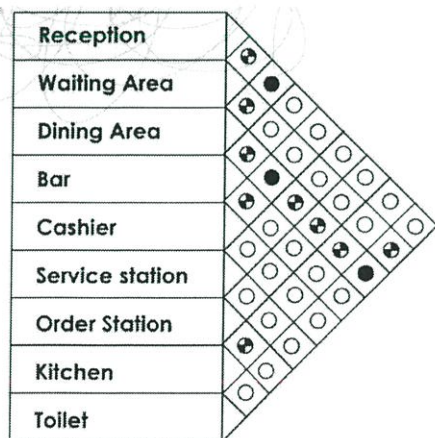
ดังนั้นในการพิจารณา จึงจะเน้นหนักไปในเรื่องของแสงแดดซึ่งมีผลกับอาคารมากที่สุด และการใช้ที่โล่งภายในให้เกิดประโยชน์ในการแก้ปัญหามากที่สุด

### 5.3 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์พื้นที่

#### 5.3.1 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์พื้นที่ของโครงการ



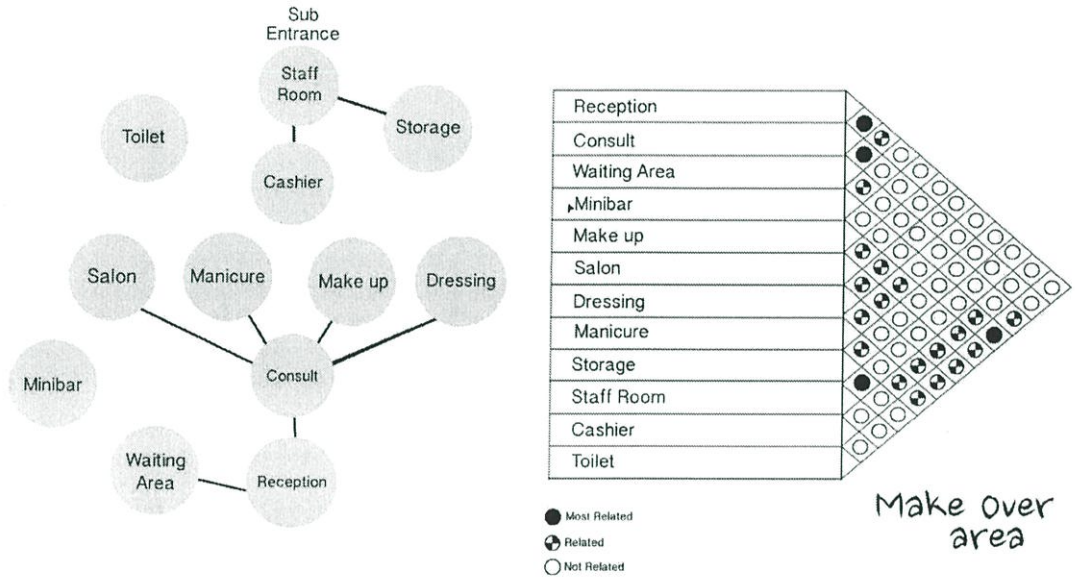
#### 5.3.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์พื้นที่ส่วน RESTAURANT



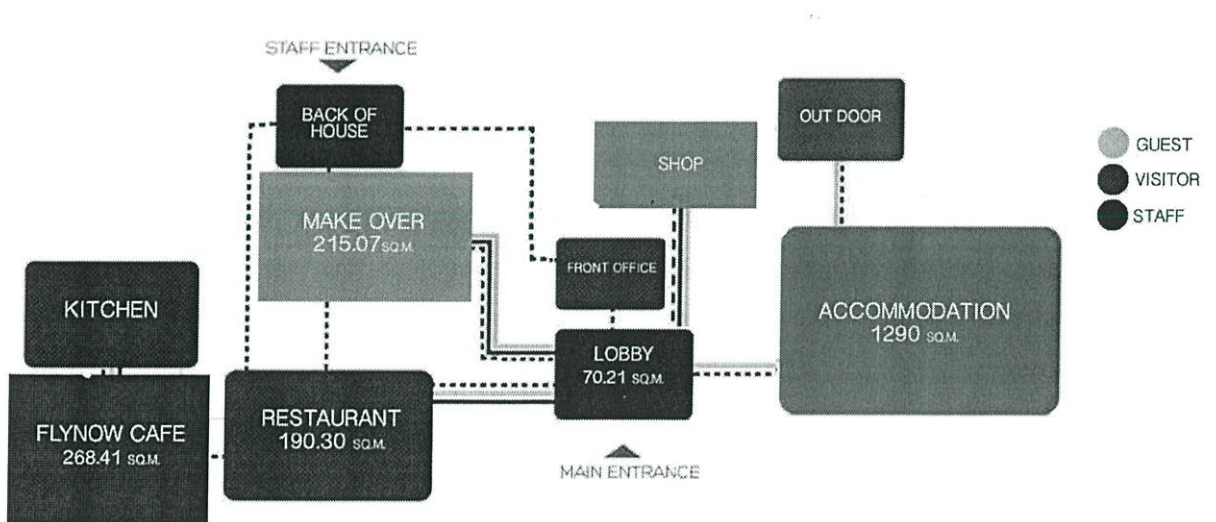
- สัมพันธ์กันมาก
- ⊕ สัมพันธ์กันปานกลาง
- สัมพันธ์กันน้อย

# Restaurant

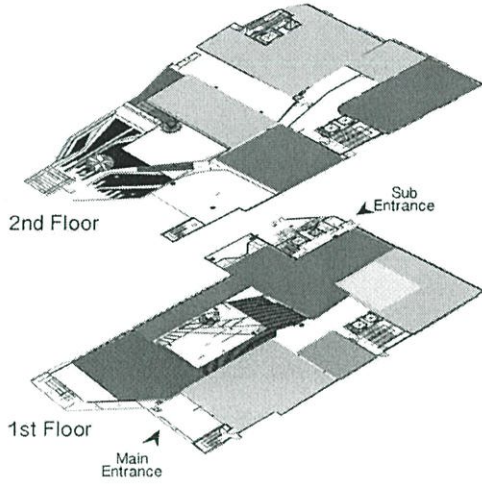
5.3.3 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์พื้นที่ส่วน Make Over



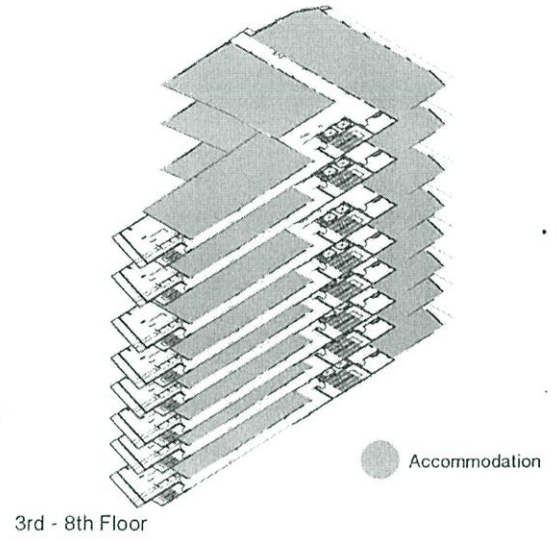
5.4 การติดต่อสัมพันธ์ประโยชน์ใช้สอย



5.5 การวิเคราะห์ตำแหน่งการใช้สอยพื้นที่



- Restaurant
- Outdoor
- Cafe
- Kitchen
- wc.
- Flynow Shop
- Lobby
- Back Office
- Make Over Area
- Service
- wc.



# บทที่ 6

## รายละเอียดการออกแบบ

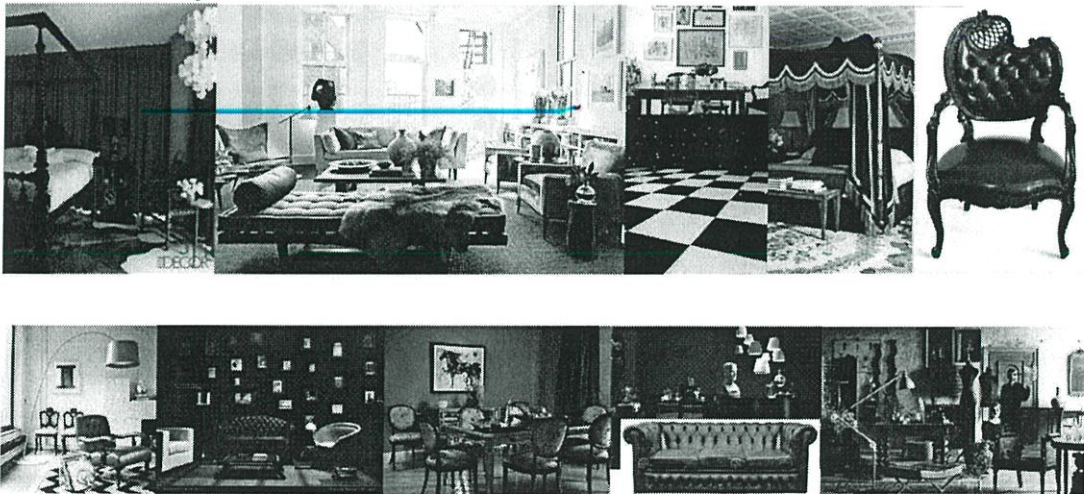
### 6.1 แนวความคิดในการออกแบบ



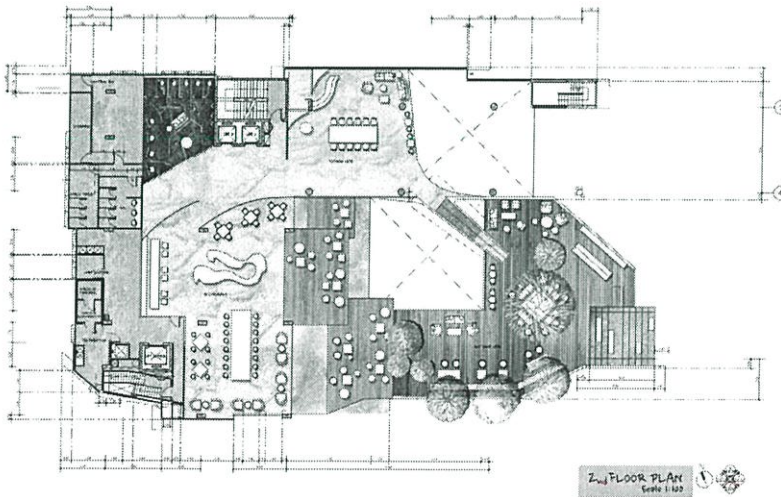
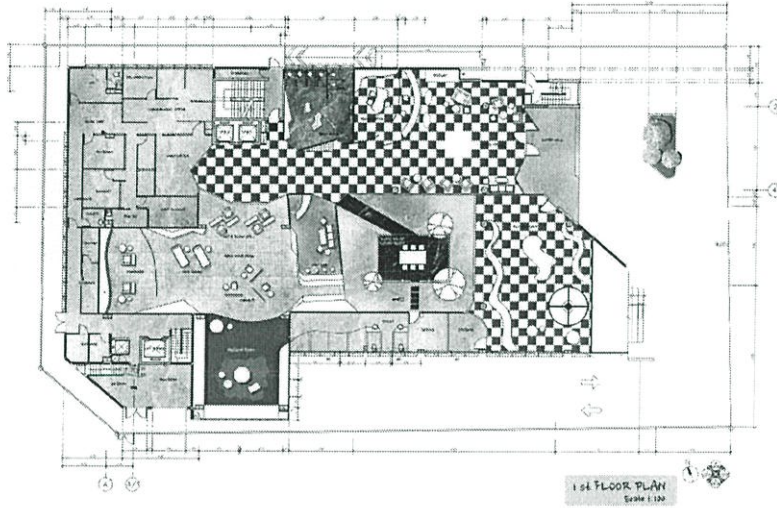
#### LOST TO THE NEW WORLD

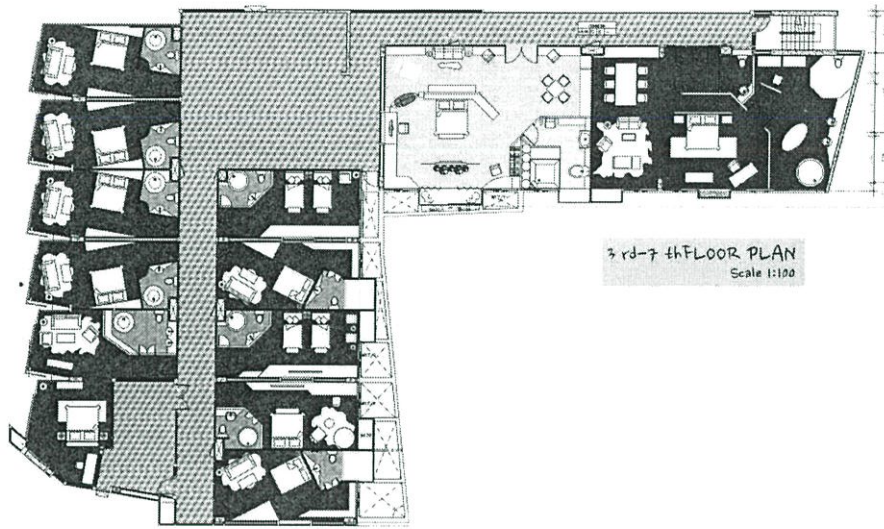
Flynow เป็นบทประพันธ์ที่ร่วมประพันธ์ระหว่างของยุคสมัยของสังคม  
โรงละครมีตั้งเป็นชีวิตจริง ความเป็นจริงของยุคสมัย ภายใต้อิทธิพล  
ภาพยนตร์โลกใหม่ ได้มีสีสันและสนุกสนานใน style Flynow

#### Eclectic style

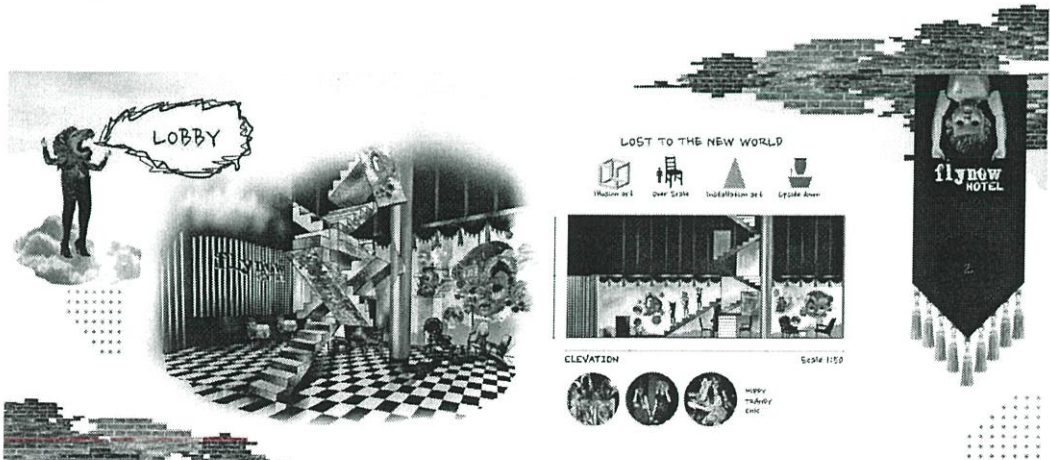
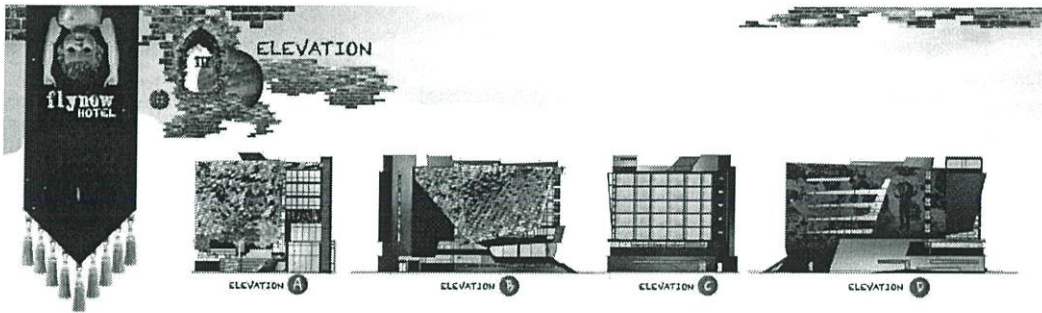


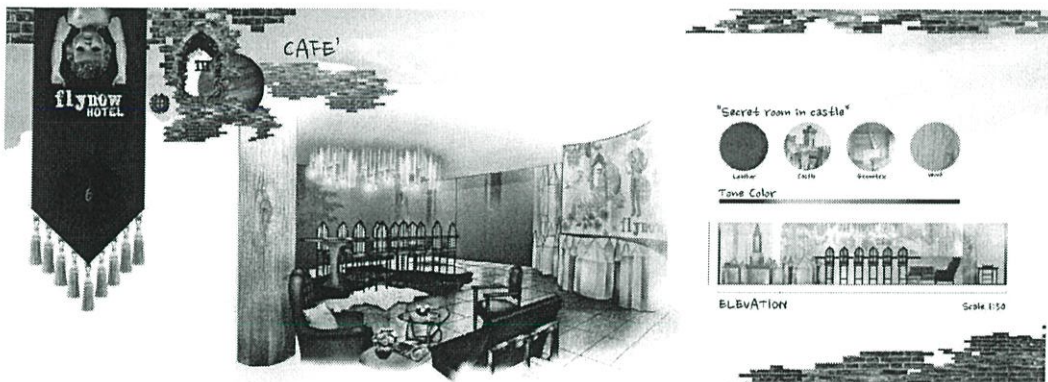
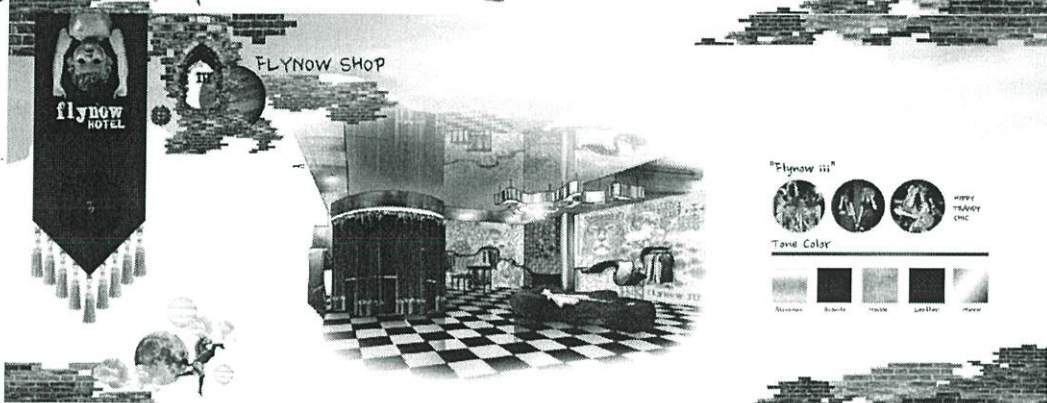
## 6.2 การออกแบบ

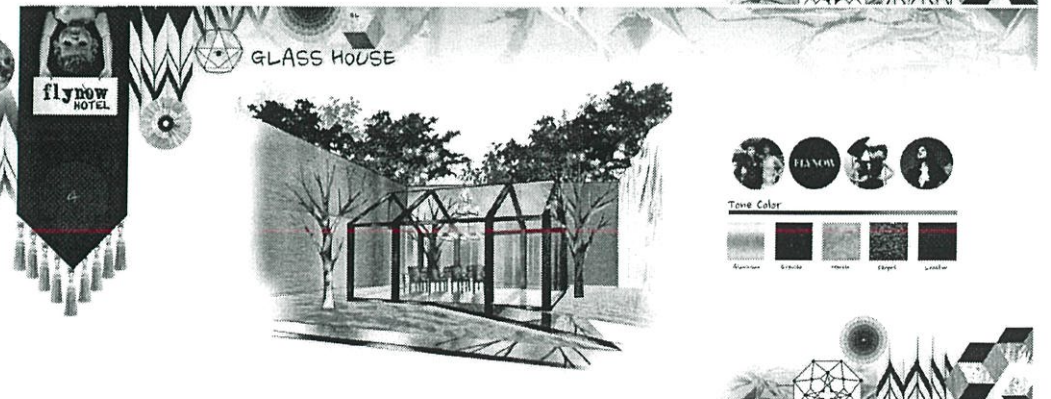
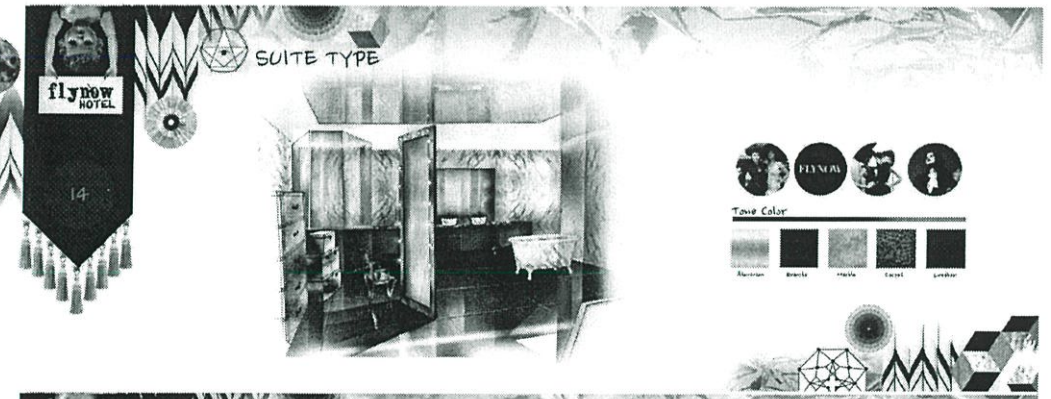
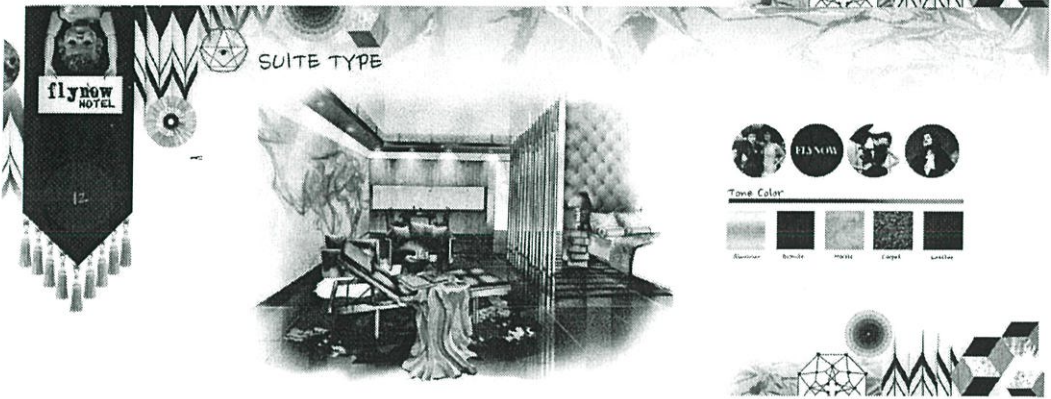
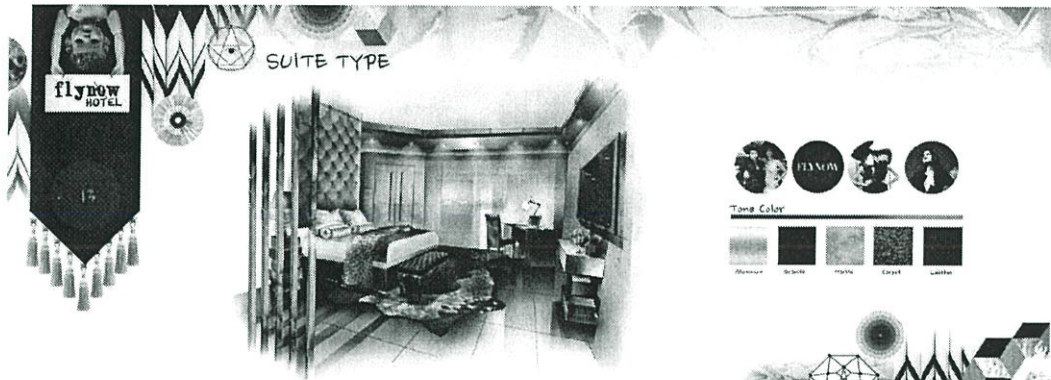


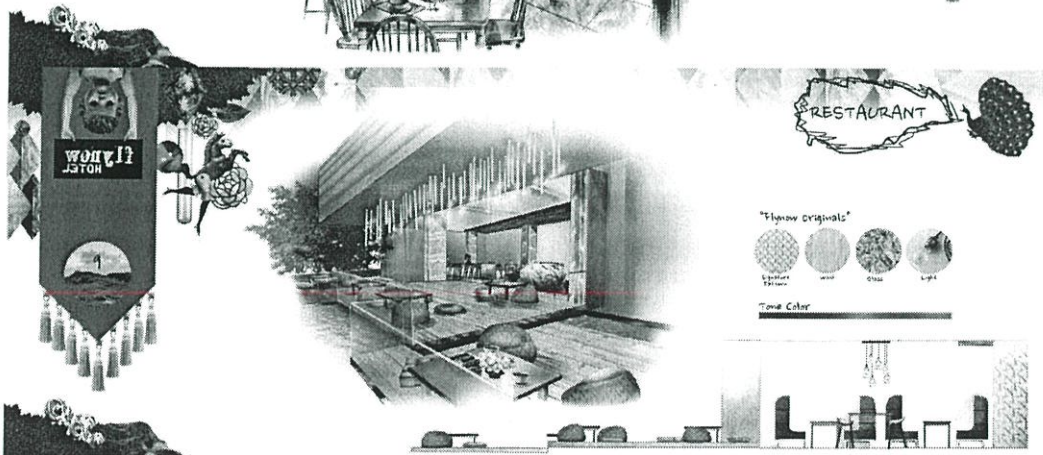
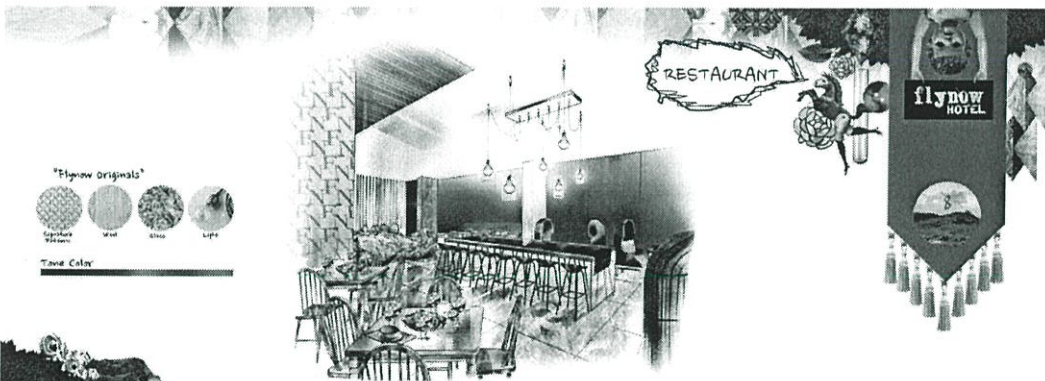
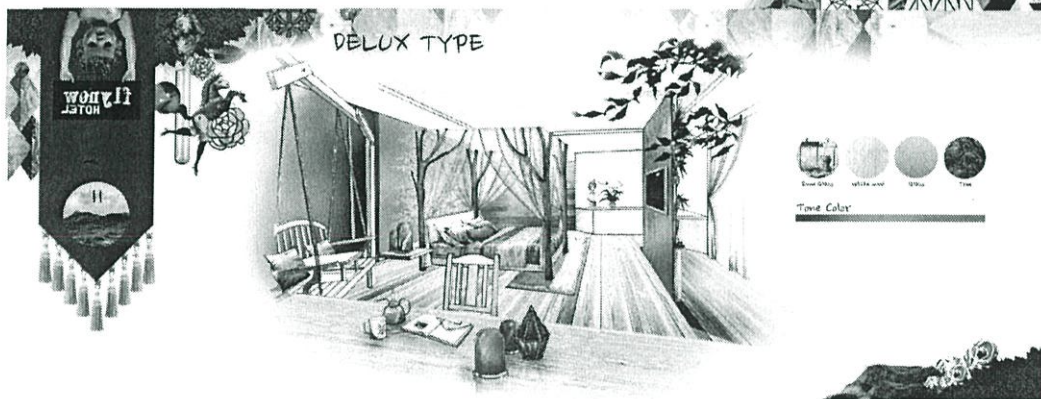


3rd-7th FLOOR PLAN  
Scale 1:100









บรรณานุกรม

[www.flynow.com](http://www.flynow.com)

[www.flynowiii.com](http://www.flynowiii.com)