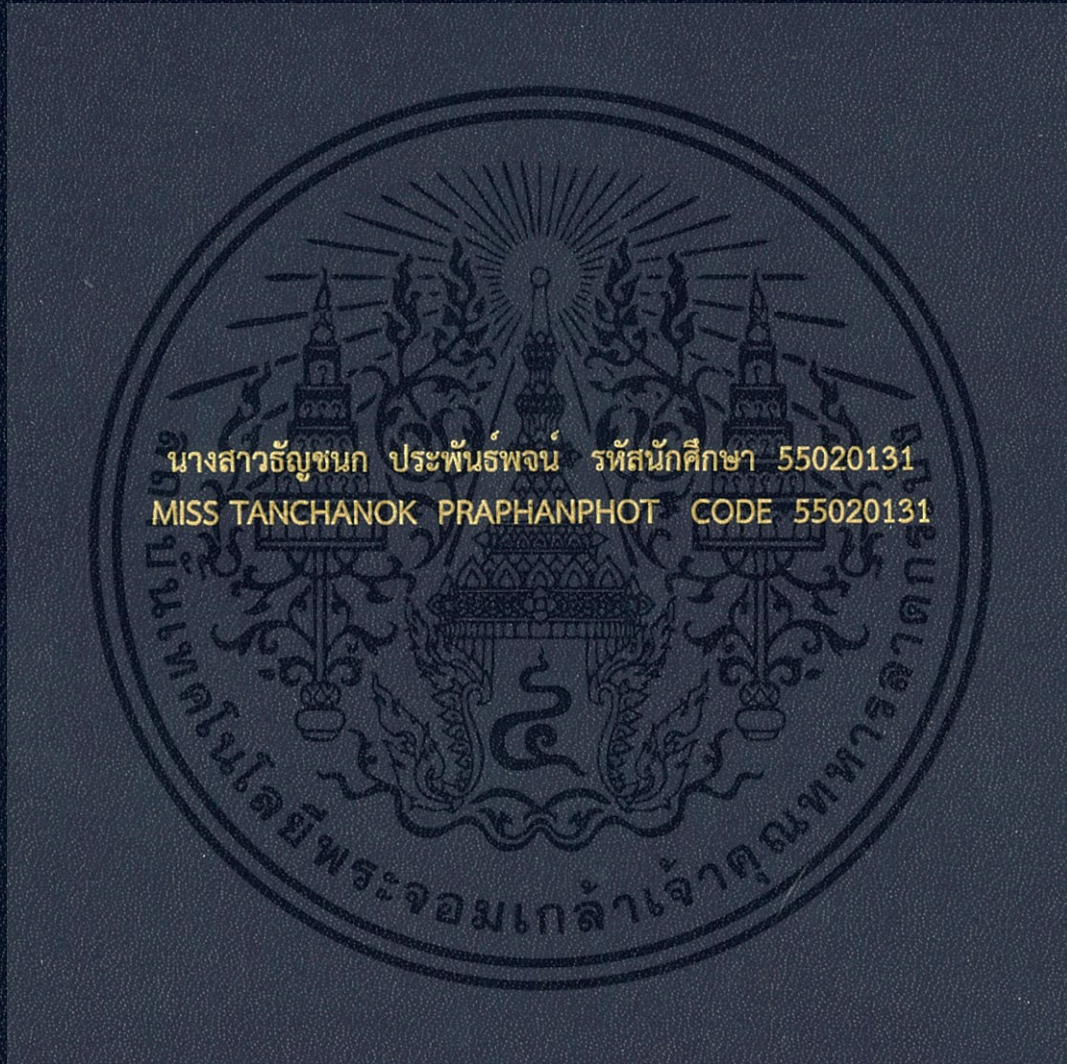


โครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน เสนอแนะ
อิซเซ่ มียาเกะ โฮเทล จ.กรุงเทพมหานคร

(ISSEY MIYAKE BANGKOK HOTEL)



นางสาวธัญชนก ประพันธ์พจน์ รหัสนักศึกษา 55020131
MISS TANCHANOK PRAPHANPHOT CODE 55020131

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต(สถาปัตยกรรมภายใน)
กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

โครงการเสนอแนะสถาปัตยกรรมภายใน
อิสเซ่ มียาเกะ โฮเทล จ.กรุงเทพมหานคร
ISSEY MIYAKE BANGKOK HOTEL



นางสาวธัญชนก ประพันธ์พจน์ รหัส 55020131
(MISS TANCHANOK PRAPHANPHOT 55020131)

โครงการวิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี
กลุ่มวิชาสถาปัตยกรรมภายใน สาขาสถาปัตยกรรมและการวางแผน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้รับ
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
(สถาปัตยกรรมภายใน)

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเชฐ โสวิทยสกุล)

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

รศ.เอกพล สิริชัยนันท์

อ.คชาชัย ฝัสกุล

ผศ.ดร.เบญจมาศ กุฎอินทร์

ประธาน

กรรมการ

เลขานุการกลุ่ม

กรรมการและเลขานุการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(อ.คชาชัย ฝัสกุล)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อ - นามสกุล นางสาวธัญชนก ประพันธ์พจน์
MISS TANCHANOK PRAPHANPHOT
รหัสนักศึกษา 55020131
ที่อยู่ 90/270 หมู่3 ม.วงศ์ชัยนคร ซ.ป่าไม้อุทิศ ถ.รัตนวิเชียร์ ต.บางรักใหญ่
อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110
โทรศัพท์ 081-921-2536
E-mail Tanchanoktip@gmail.com
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ คทาชัย ผัสกุล
หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการปรับปรุงสถาปัตยกรรมภายใน อีชีเซ่ มายาเกะ โฮเทล กรุงเทพมหานคร
ประเภทโครงการ โครงการเสนอแนะ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ISSEY MIYAKE เป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่ถูกก่อตั้งขึ้นโดย อิซเซ่ มียาเกะ ซึ่งเป็นคนญี่ปุ่น อิซเซ่ มียาเกะ เป็นผู้เริ่มทดลองการจับพลัดของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งทำให้เกิดความเคลื่อนไหวขณะสวมใส่และง่ายต่อการดูแลรักษา และในที่สุด ช่วงปี ค.ศ.1993 เสื้อผ้าชิ้นแรกของเขา "Pleats Please" ก็ได้เกิดขึ้นมาหลังค้นคว้าและการวิจัยเป็นเวลานาน Pleats Please ได้รับความนิยมนอย่างรวดเร็วและกลายเป็นเอกลักษณ์ของมียาเกะตลอดจนวันนี้

ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ISSEY MIYAKE เป็นแบรนด์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แม้ว่าจะมีการออกแบบสินค้าที่หลากหลาย แต่ก็ไม่เคยทิ้งความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ สินค้ามีความเหมาะสมกับคนยุคใหม่ ทั้งยังสามารถต่อยอดแบรนด์ได้อย่างหลากหลาย จึงมีแนวคิดในการเสนอแนะโครงการ ISSEY MIYAKE Bangkok Hotel โดยเป็นโรงแรมที่นำเอาเอกลักษณ์ของแบรนด์มาถ่ายทอดสู่งานออกแบบผนวกกับมีแหล่งช้อปปิ้งขนาดย่อม ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่จะสามารถมีสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร ที่ช้อปปิ้ง รวมอยู่ในแห่งเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่ตอบสนองในด้านธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันมีนักธุรกิจจำนวนมากเดินทางเข้ามาทำธุรกิจภายในกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก จึงมีแนวคิดในการออกแบบสถานที่ที่นักธุรกิจสามารถเข้ามาใช้งานเพื่อผ่อนคลายทางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมแรงบันดาลใจในด้านแฟชั่นและการออกแบบ และสามารถพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดหลังจากการทำงานและสามารถฟื้นฟูความเหนื่อยล้าเพื่อเริ่มวันทำงานใหม่ได้อย่างสดชื่น

เหตุผลสนับสนุนการเลือกโครงการ

1. มีนักธุรกิจจำนวนมาก ทั้งนักธุรกิจที่ทำธุรกิจอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนักธุรกิจที่เดินทางมาจากต่างจังหวัด และนักธุรกิจที่เดินทางมาจากต่างประเทศ จึงมีแนวคิดในการจัดตั้งสถานที่ที่เหล่านักธุรกิจสามารถมาใช้เป็นที่พบปะพูดคุยกันในด้านธุรกิจ สามารถจัดเลี้ยง สโมสร และพักผ่อนหลังจากการพูดคุยธุรกิจกันเรียบร้อยแล้ว อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นสถานที่ผ่อนคลายความเครียด เพื่อเริ่มต้นวันใหม่ของการทำงานได้อย่างสดชื่น
2. สถานที่ตั้งบริเวณถนนสุขุมวิทเป็นแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทางไปติดต่อด้านธุรกิจ เพราะอยู่ในศูนย์กลางของแหล่งธุรกิจ มีความสะดวกสบายในการเดินทาง สามารถพบเห็นได้ง่าย
3. สถานที่ตั้งของโรงแรมอยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้งหรือศูนย์การค้ามากมาย ซึ่งเหมาะกับผู้ที่มาใช้งานที่เป็นกลุ่มคนที่สนใจด้านแฟชั่นและนักธุรกิจที่เดินทางมาทำธุรกิจภายในกรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางไปศูนย์การค้าได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆบริเวณใกล้เคียงให้ผู้ที่มาใช้งานได้เดินทางไปท่องเที่ยวได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบสถานที่พักผ่อน สถานที่สำหรับพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนทัศนคติของเหล่านักธุรกิจที่เดินทางมาทำธุรกิจภายในกรุงเทพมหานคร สามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนภายหลังจากการทำงานอย่างหนักและเป็นสถานที่ฟื้นฟูตนเองเพื่อเริ่มทำงานในวันใหม่ได้อย่างสดชื่น
2. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบสถานที่พักผ่อนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจด้านแฟชั่นที่ครบครันทั้งด้านการออกแบบที่พักผ่อน ด้านสินค้าแฟชั่น ด้านร้านอาหาร ด้านการเว็คชอปที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และความสะดวกสบายในด้านอื่นๆ เพื่อดึงดูดผู้เข้าใช้ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในด้านแฟชั่น หรือกลุ่มนักธุรกิจที่ต้องการความสะดวกสบาย ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบสามารถมีพื้นที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบครัน
3. เป็นสถานที่ให้แรงกระตุ้นและแรงบันดาลใจในเรื่องของสไตล์และแฟชั่น เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของแฟชั่นที่หลากหลาย ให้มีแฟชั่นใหม่ๆเกิดขึ้นอยู่เสมอ
4. เพื่อเสนอแนวทางการต่อยอดทางธุรกิจของแบรนด์อิชเช่ มียาเกะให้แตกสาขาออกไปทางด้านการออกแบบโรงแรม

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	จำนวน (%)
กลุ่มเป้าหมายหลัก		
1. นักธุรกิจชาวต่างชาติที่เดินทางมาทำธุรกิจในประเทศไทย	-ต้องการหาสถานที่พูดคุยกันทางธุรกิจ -ต้องการหาสถานที่สังสรรค์หลังจากการพูดคุยทางธุรกิจ -ต้องการหาสถานที่สำหรับพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียดหลังจากการพูดคุยทางธุรกิจ	60%
2. นักธุรกิจชาวไทยที่เดินทางจากต่างจังหวัดเพื่อมาทำธุรกิจในประเทศไทย	ต้องการหาสถานที่พูดคุยกันทางธุรกิจ -ต้องการหาสถานที่สังสรรค์หลังจากการพูดคุยทางธุรกิจ -ต้องการหาสถานที่สำหรับพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียดหลังจากการพูดคุยทางธุรกิจ	15%
3. นักธุรกิจที่ทำธุรกิจอยู่ในกรุงเทพมหานคร	-ต้องการหาสถานที่พูดคุยกันทางธุรกิจ -ต้องการหาสถานที่สังสรรค์หลังจากการพูดคุยทางธุรกิจ	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	-ต้องการหาสถานที่สำหรับพักผ่อนของลูกค้าที่มาติดต่อธุรกิจ	10%
<u>กลุ่มเป้าหมายรอง</u>		
1.กลุ่มลูกค้าของแบรนด์ ISSEY MIYAKE	-ต้องการหาที่พักผ่อนที่เป็นสถานที่ที่ออกแบบภายใต้แบรนด์ ISSEY MIYAKE -ต้องการหาสถานที่พักผ่อนที่มีการออกแบบที่แสดงออกถึง เอกลักษณ์ของแบรนด์ ISSEY MIYAKE	10%
2.นักท่องเที่ยวทั่วไป	-ต้องการสถานที่พักผ่อนภายในกรุงเทพมหานคร	5%

ภาพลักษณ์โครงการ

1. เป็นสถานที่พักผ่อนที่เน้นกลุ่มเป้าหมาย คือ นักธุรกิจชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางมาทำธุรกิจภายในกรุงเทพมหานคร
2. เป็นสถานที่พักผ่อนที่ไม่ได้เน้นแต่ส่วนของโรงแรมเพียงอย่างเดียว แต่ยังเน้นทางด้านร้านอาหารและสถานที่ช้อปปิ้งของเหล่าผู้ที่สนใจด้านแฟชั่น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆ อย่างครบครัน
3. เป็นสถานที่พักผ่อนที่เป็นโรงแรมแนวใหม่ ที่นำเอาศิลปะ แฟชั่นต่างๆ ผสมผสานกับเอกลักษณ์ของความเป็นตัวเมือง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
4. เป็นสถานที่พักผ่อนที่สร้างเป็นจุดรวมของกลุ่มลูกค้าของแบรนด์ ISSEY MIYAKE และผู้คนที่มีความสนใจในด้านแฟชั่นและศิลปะ ได้มาแลกเปลี่ยนทัศนคติ และพบปะพูดคุยกัน เป็นที่สำหรับจัดงานสังสรรค์ และยังมีกิจกรรมเวิร์คชอปเพื่อเสริมความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของกาศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต (สถาปัตยกรรมภายใน) ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2555 – 2559 เพื่อเป็นข้อมูลเกี่ยวกับโครงการออกแบบภายใน เสนอแนะโรงแรมอิชเช่ มียาเกะ กรุงเทพมหานคร

การเสนอแนะโครงการโรงแรมอิชเช่ มียาเกะ กรุงเทพมหานครนี้ เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบ สถานที่พักผ่อน สถานที่สำหรับพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนทัศนคติ ของเหล่านักธุรกิจที่เดินทางมาทำธุรกิจ ภายในกรุงเทพมหานคร สามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหลังจากการทำงานอย่างหนักและเป็นสถานที่ที่ฟื้นฟูตนเองเพื่อเริ่มทำงานในวันใหม่ได้อย่างสดชื่น และเพื่อเสนอแนวทางการออกแบบสถานที่พักผ่อนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจด้านแฟชั่นที่ครบครันทั้งด้านการออกแบบที่พักผ่อน ด้านสินค้าแฟชั่น ด้านร้านอาหาร ด้านการเว็ชชอปที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และความสะอาดสบายในด้านอื่นๆ เพื่อดึงดูดผู้เข้าใช้ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในด้านแฟชั่น หรือกลุ่มนักธุรกิจที่ต้องการความสะดวกสบาย ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบสามารถมีพื้นที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบครัน

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ใช้เวลาในการจัดทำต่อเนื่องตั้งแต่ ปี 2559 – 2560 ข้อมูลที่ศึกษาและเก็บรวบรวมมาจึงเป็นข้อมูลที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งอาจมีข้อมูลบางอย่างได้รับการปรับปรุงและแก้ไขหลังจากที่ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมไปแล้วบ้าง ดังนั้นทางผู้จัดทำจึงขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย ข้าพเจ้าหวังอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสามารถทำประโยชน์ให้กับการศึกษาด้านนี้ต่อไป

นางสาว ธัญชนก ประพันธ์พันธ์

ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณ...

คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยให้กำลังใจเสมอ และคอยสนับสนุนไม่ว่าเรื่องอะไรก็ตาม คอยได้คำปรึกษาลูกได้ดีเสมอ

อาจารย์ คหาชัย ผัสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาที่ยอมรับหนูมาเป็นแอดไวซ์ซี คนที่ทำให้โครงการของหนูเกิดขึ้นมาได้และที่ลิสของหนูจะออกมาไม่ดีขนาดนี้ถ้าขาดคำปรึกษาดีๆของอาจารย์ไป

อาจารย์อ้อ ที่คอยเป็นห่วงหนูตอนที่หนูยังหาอาจารย์ที่ปรึกษาไม่ได้ คอยแวะเวียนมาถามความเป็นไปของหนูเรื่อยๆ

เพื่อนทุกๆคน ที่อยู่ข้างๆกันมาตลอด 5 ปี เป็นช่วงเวลาที่คุ้มค่ามากจริงๆ

เพื่อนชาวบุทชาย ที่คอยช่วยเหลือกันตลอด คอยปลุกให้ตื่นมาทำงาน สนุกด้วยกัน ยิ้มด้วยกัน หัวเราะด้วยกัน ช่วงเวลาที่อยู่บูทมันดีมากจริงๆ

เพื่อนๆที่ไม่ได้อยู่ลาดกระบัง บางคนแวะเข้ามาที่บูท ซ้อมนมมาฝาก คอยส่งกำลังใจมาให้ ขอบคุณมากกานะ

น้องรหัส 35 ทุกคน ที่มีส่วนช่วยในที่ลิสครั้งนี้เยอะมากๆ เราคงทำได้ไม่ดีขนาดนี้ถ้าไม่มีน้องๆทุกคนขอบคุณที่คอยถามไถ่ตลอด คอยส่งกำลังใจให้ตลอด คอยมาช่วยเหลือ ช่วยทำงาน ขอบคุณมากจริงๆนะ

น้องโครหัส 8 45 54 ที่คอยแวะมาทักทาย ให้กำลังใจ

และอีกหลายๆคนที่อาจไม่ได้พูดถึงในที่นี้ ขอบคุณช่วงเวลาดีๆที่เกิดขึ้น ขอบคุณมากจริงๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

สารบัญ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 เหตุผลสนับสนุนการเลือกโครงการ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.4 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ	3
1.5 ภาพลักษณ์โครงการ	3
1.6 ที่ตั้งโครงการ	4
1.6.1 LiT Bangkok Hotel	5
1.6.2 Novotel Bangkok Sukhivvit 20	8
1.6.3 The Siam Hotel	11
1.7 องค์ประกอบโครงการ	20
1.8 ขอบข่ายและขอบเขตของโครงการ	21
บทที่ 2 การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	
2.1 ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ	23
2.1.1 ความหมายของโรงแรม	23
2.1.2 ลักษณะสำคัญของโรงแรม	23
2.1.3 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย	23
2.1.4 การศึกษาประเภทของโรงแรม	25
2.1.5 องค์ประกอบภายในส่วนของโรงแรม	29
2.1.6 ข้อมูลของแบรนด์ ISSEY MIYAKE	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

2.1.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ	39
2.2 กรณีศึกษาเปรียบเทียบ	44
2.2.1 กรณีศึกษาโครงการ Brand Hotel	44
2.2.1.1 Armani Hotel Dubai	44
2.2.1.2 Fendi Private Suites Rome	47
2.2.2 กรณีศึกษาโครงการ Business Hotel	49
2.2.2.1 St.Regis Hotel Bangkok	49
2.2.2.2 The Okura Prestige Bangkok	51
2.2.3 กรณีศึกษาโครงการสปาและออนเซน	54
2.2.4 กรณีศึกษาโครงการ Bar and Restaurant	54
2.3 ข้อมูลเฉพาะของโครงการ	55
2.3.1 เอกลักษณ์ของโครงการ	55
2.3.2 สายการบริหารและอัตราค่าสิ่ง	55
2.3.3 ลักษณะทางสถาปัตยกรรม	56
2.4 สายการบริหารและอัตราค่าสิ่ง	58
2.4.1 การศึกษาการดำเนินงานของโครงการ	58
2.4.2 หน้าที่และส่วนประกอบต่างๆในโรงแรม	58
2.4.3 จำนวนและตำแหน่งบุคลากรในโครงการ	60
2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และวัสดุในการตกแต่งภายใน	61
2.5.1 ระบบภายในอาคารที่มีผลต่อการออกแบบภายใน	61
2.5.2 การให้แสงสว่างภายในอาคาร	70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

2.5.3 การใช้สีภายในอาคาร	75
2.5.4 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบ	76
บทที่ 3 กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และพื้นที่ที่ต้องการ	
3.1 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย	83
3.2 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการในโครงการ	84
3.2.1 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนร้านเสริมสวย (MAKE OVER)	84
3.2.2 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนสปา (SPA)	85
3.2.3 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วน ALL-DAY DINING	86
3.2.4 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนร้านอาหาร (RESTAURANT)	87
3.2.5 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนคาเฟ่ (CAFÉ)	87
3.2.6 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนนิทรรศการ (EXHIBITION)	88
3.2.7 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)	89
3.3 พื้นที่ที่ต้องการ	91
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล	96
4.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร(BUILDING & SITE ANALYSIS)	96
4.1.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่ (RELATION METRIX) และ ค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง (BUBBLE DIAGRAM)	97
4.1.3 ตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ และแผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่ (PIE CHART)	100
4.1.4 การวิเคราะห์พื้นที่และทางสัญจร (FUNCTIONAL DIAGRAM)	101

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

4.1.5 การวิเคราะห์พื้นที่สัมพันธ์(ZONING)	101
4.2 แนวความคิดในการออกแบบ	102
4.2.1 แนวความคิดในการออกแบบ(CONCEPTUAL DESIGN)	102
4.2.2 ซีม หรือ MOOD BOARD	102
บทที่ 5 ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน	103
5.1 ผังบริเวณของโครงการ	103
5.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการ	103
5.3 รูปตัดของอาคารโครงการ	110
5.4 ภาพทัศนียภาพภายในโครงการ	111
บรรณานุกรม	120



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ISSEY MIYAKE เป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่ถูกก่อตั้งขึ้นโดย อิซเซ่ มียาเกะ ซึ่งเป็นคนญี่ปุ่น อิซเซ่ มียาเกะเป็นผู้ริเริ่มทดลองการจับพลัดของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งทำให้เกิดความเคลื่อนไหวขณะสวมใส่และง่ายต่อการดูแลรักษา และในที่สุด ช่วงปี ค.ศ.1993 เสื้อผ้าชิ้นแรกของเขา "Pleats Please" ก็ได้เกิดขึ้นมาหลังค้นคว้าและการวิจัยเป็นเวลานาน Pleats Please ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและกลายเป็นเอกลักษณ์ของมียาเกะตลอดจนวันนี้

แบรนด์ ISSEY MIYAKE ก็ยังมีการทำสินค้าอื่นๆอีกมากมาย ได้แก่ ISSEY MIYAKE Pleats Please เสื้อผ้าที่เน้นการจับพลัดตั้งที่กล่าวไว้ข้างต้น , ISSEY MIYAKE MEN เป็นแบรนด์เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ , HOMME PLISSE' ISSEY MIYAKE เน้นเสื้อผ้าแฟชั่นของสุภาพบุรุษเช่นเดียวกับ ISSEY MIYAKE MEN แต่เป็นการเน้นเสื้อผ้าที่สวมใส่สบายมากขึ้น มีความกระชับกระเฉงและดูมีพลัง , HaaT เป็นการผสมผสานแนวเสื้อผ้าสไตล์ญี่ปุ่นเข้ากับลวดลายเสื้อผ้าของช่างฝีมืออินเดีย เป็นเสื้อผ้าที่มีสีสันและมีความสนุกสนานของลวดลาย , CAULIFLOWER เป็นเสื้อผ้าที่เน้นการสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน สวมใส่ง่ายและดูแลรักษาได้ง่าย , 132.5 ISSEY MIYAKE จุดเด่นคือการนำรูปทรงสามมิติมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้า และบางผลิตภัณฑ์ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการ Recycle อีกด้วย โดยมีแนวความคิดเกี่ยวกับเสื้อผ้าที่นำความสุขมาให้กับผู้สวมใส่ , BAO BAO แบรนด์กระเป๋าที่มีชื่อเสียงแบรนด์หนึ่ง เป็นแนวคิดที่จะสร้างกระเป๋าที่แข็งแรง แต่มีความยืดหยุ่น โดยได้รับแรงบันดาลใจจากการเชื่อมต่อวัสดุในโรงงานอุตสาหกรรม , ISSEY MIYAKE PARFUMS เป็นแบรนด์น้ำหอมที่สร้างมาเพื่อให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สดชื่น เสมือนกลิ่นบริสุทธิ์ของน้ำ รวมทั้งกลิ่นของดอกไม้ และแมกไม้ในยามใบไม้ผลิ และแบรนด์ ISSEY MIYAKE Watch เป็นอีกแบรนด์ที่ผลิตนาฬิกาที่มีความสวยงามและมีราคาที่เอื้อมือถึงได้

ISSEY MIYAKE เป็นแบรนด์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แม้ว่าจะมีการออกแบบสินค้าที่หลากหลาย แต่ก็ไม่เคยทิ้งความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ สินค้ามีความเหมาะสมกับคนยุคใหม่ ทั้งยังสามารถต่อยอดแบรนด์ได้อย่างหลากหลาย จึงมีแนวคิดในการเสนอแนะโครงการ ISSEY MIYAKE Bangkok Hotel โดยเป็นโรงแรมที่นำเอาเอกลักษณ์ของแบรนด์มาถ่ายทอดสู่งานออกแบบผนวกกับมีแหล่ง

ช้อปปิ้งขนาดย่อม ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่จะสามารถมีสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร ที่ช้อปปิ้ง รวมอยู่ในแห่งเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่ตอบสนองในด้านธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันมีนักธุรกิจจำนวนมากเดินทางเข้ามาทำธุรกิจภายในกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก จึงมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิดในการออกแบบสถานที่ที่นักธุรกิจสามารถเข้ามาใช้งานเพื่อพบปะพูดคุยกันทางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมแรงบันดาลใจในด้านแฟชั่นและการออกแบบ และสามารถพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดหลังจากการทำงานและสามารถฟื้นฟูความเหนื่อยล้าเพื่อเริ่มวันทำงานใหม่ได้อย่างสดชื่น

1.2 เหตุผลสนับสนุนการเลือกโครงการ

1. มีนักธุรกิจจำนวนมาก ทั้งนักธุรกิจที่ทำธุรกิจอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนักธุรกิจที่เดินทางมาจากต่างจังหวัด และนักธุรกิจที่เดินทางมาจากต่างประเทศ จึงมีแนวคิดในการจัดตั้งสถานที่ที่เหล่านักธุรกิจสามารถมาใช้เป็นที่พบปะพูดคุยกันในด้านธุรกิจ สามารถจัดเลี้ยง สังสรรค์ และพักผ่อนภายหลังจากการพูดคุยธุรกิจกันเรียบร้อยแล้ว อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นสถานที่ผ่อนคลายความเครียด เพื่อเริ่มต้นวันใหม่ของการทำงานได้อย่างสดชื่น

2. สถานที่ตั้งบริเวณถนนสุขุมวิทเป็นแหล่งที่สะดวกต่อการเดินทางไปติดต่อด้านธุรกิจ เพราะอยู่ในศูนย์กลางของแหล่งธุรกิจ มีความสะดวกสบายในการเดินทาง สามารถพบเห็นได้ง่าย

3. สถานที่ตั้งของโรงแรมอยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้งหรือศูนย์การค้ามากมาย ซึ่งเหมาะกับผู้ที่มาใช้งานที่เป็นกลุ่มคนที่สนใจด้านแฟชั่นและนักธุรกิจที่เดินทางมาทำธุรกิจภายในกรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางไปศูนย์การค้าได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆบริเวณใกล้เคียงให้ผู้ที่มาใช้งานได้เดินทางไปท่องเที่ยวได้

1.3 วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบสถานที่พักผ่อน สถานที่สำหรับพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนทัศนคติ ของเหล่านักธุรกิจที่เดินทางมาทำธุรกิจภายในกรุงเทพมหานคร สามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนภายหลังจากการทำงานอย่างหนักและเป็นสถานที่ฟื้นฟูตนเองเพื่อเริ่มทำงานในวันใหม่ได้อย่างสดชื่น
2. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบสถานที่พักผ่อนที่ตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจด้านแฟชั่นที่ครบครันทั้งด้านการออกแบบที่พักผ่อน ด้านสินค้าแฟชั่น ด้านร้านอาหาร ด้านการเว็ชชอปที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และความสะดวกสบายในด้านอื่นๆ เพื่อดึงดูดผู้ใช้ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในด้านแฟชั่น หรือกลุ่มนักธุรกิจที่ต้องการความสะดวกสบาย ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบสามารถมีพื้นที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบครัน
3. เป็นสถานที่ให้แรงกระตุ้นและแรงบันดาลใจในเรื่องของสไตล์และแฟชั่น เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของแฟชั่นที่หลากหลาย ให้มีแฟชั่นใหม่ๆเกิดขึ้นอยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เพื่อเสนอแนวทางการต่อยอดทางธุรกิจของแบรนด์ไอซ์เซ่ มียาเกะให้แตกสาขาออกไป
ทางด้านการออกแบบโรงแรม

1.4 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	จำนวน (%)
กลุ่มเป้าหมายหลัก		
1. นักธุรกิจชาวต่างชาติที่เดินทางมาทำธุรกิจในประเทศไทย	- ต้องการหาสถานที่พุดคุยกันทางธุรกิจ - ต้องการหาสถานที่สังสรรค์หลังจากการพุดคุยทางธุรกิจ - ต้องการหาสถานที่สำหรับพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียดหลังจากการพุดคุยทางธุรกิจ	60%
2. นักธุรกิจชาวไทยที่เดินทางจากต่างจังหวัดเพื่อมาทำธุรกิจในประเทศไทย	ต้องการหาสถานที่พุดคุยกันทางธุรกิจ - ต้องการหาสถานที่สังสรรค์หลังจากการพุดคุยทางธุรกิจ - ต้องการหาสถานที่สำหรับพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียดหลังจากการพุดคุยทางธุรกิจ	15%
3. นักธุรกิจที่ทำธุรกิจอยู่ในประเทศไทย	- ต้องการหาสถานที่พุดคุยกันทางธุรกิจ - ต้องการหาสถานที่สังสรรค์หลังจากการพุดคุยทางธุรกิจ - ต้องการหาสถานที่สำหรับพักผ่อนของลูกค้าที่มาติดต่อธุรกิจ	10%
กลุ่มเป้าหมายรอง		
1. กลุ่มลูกค้าของแบรนด์ ISSEY MIYAKE	- ต้องการหาที่พักผ่อนที่เป็นสถานที่ที่ออกแบบภายใต้แบรนด์ ISSEY MIYAKE - ต้องการหาสถานที่พักผ่อนที่มีการออกแบบที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ ISSEY MIYAKE	10%
2. นักท่องเที่ยวทั่วไป	- ต้องการหาที่พักผ่อนภายในกรุงเทพมหานคร	5%

1.5 ภาพลักษณ์โครงการ

1. เป็นสถานที่พักผ่อนที่เน้นกลุ่มเป้าหมาย คือ นักธุรกิจชาวต่างชาติและชาวไทยที่เดินทางมาทำธุรกิจภายในกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เป็นสถานที่พักผ่อนที่ไม่ได้เน้นแต่ส่วนของโรงแรมเพียงอย่างเดียว แต่ยังเน้นทางด้านร้านอาหาร และสถานที่ช้อปปิ้งของเหล่าผู้คนที่สนใจด้านแฟชั่น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆ อย่างครบครัน

3. เป็นสถานที่พักผ่อนที่เป็นโรงแรมแนวใหม่ ที่นำเอาศิลปะ แฟชั่นต่างๆ ผสมผสานกับเอกลักษณ์ของความเป็นตัวเมือง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

4. เป็นสถานที่พักผ่อนที่สร้างเป็นจุดรวมของกลุ่มลูกค้าของแบรนด์ ISSEY MIYAKE และผู้คนที่มีความสนใจในด้านแฟชั่นและศิลปะ ได้มาแลกเปลี่ยนทัศนคติ และพบปะพูดคุยกัน เป็นที่สำหรับจัดงานสังสรรค์ และยังมีกิจกรรมเวิร์คชอปเพื่อเสริมความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ

1.6 ที่ตั้งโครงการ

เหตุผลในการเลือกที่ตั้งโครงการ

1. สถานที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง เหมาะสำหรับผู้ที่ทำงานบริเวณตัวเมือง มีเวลาพักผ่อนน้อย ชีวิตมีความเร่งรีบและวุ่นวาย สามารถเดินทางมาพักผ่อนได้อย่างสะดวก ไม่เสียเวลาในการเดินทางมากนัก

2. สภาพแวดล้อมที่ตั้ง ควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งคนทำงานมากนัก เพื่อความสะดวกในการเดินทางเพื่อมาพบปะพูดคุยกันทางธุรกิจ

3. สถานที่ตั้งถึงแม้จะอยู่ในตัวเมือง แต่จะต้องมีความเงียบสงบ มีความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าใช้

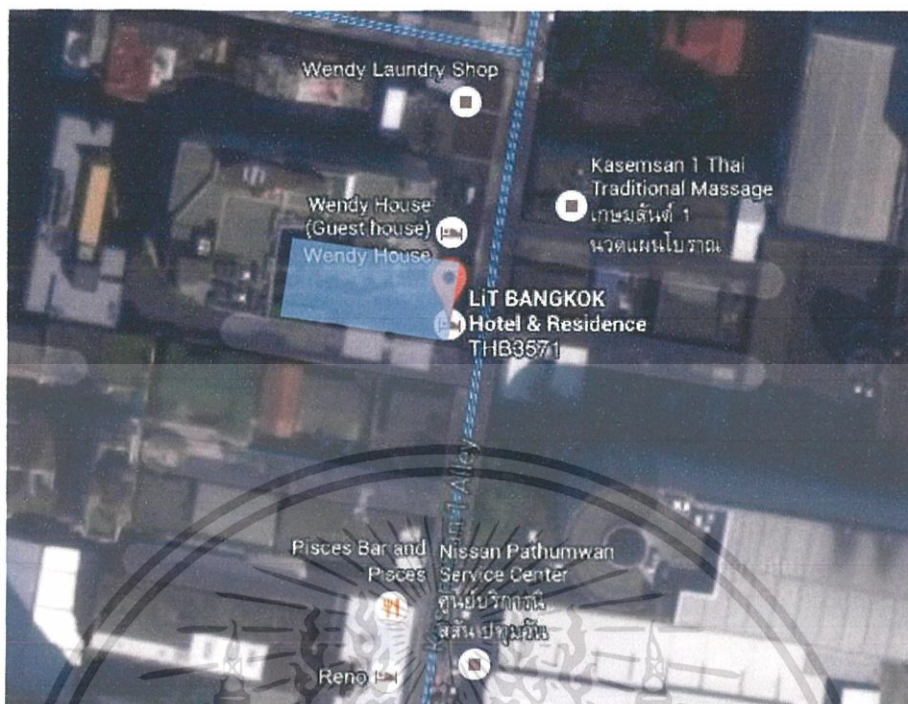
4. การเข้าถึงโครงการมีความสะดวก ทั้งรถประจำทาง รถส่วนบุคคล BTS และ MRT จึงได้ส่วนของที่ตั้งที่เป็นตัวเลือกมาจำนวน 3 แห่ง ได้แก่

1.6.1 LiT Bangkok Hotel

1.6.2 Novotel Sukhumvit20 Hotel

1.6.3 The Siam Hotel

1.6.1 LiT Bangkok Hotel



รูปที่ 1.6.1.1 แสดงที่ตั้งของโครงการ

ที่ตั้ง 36/1 ซอยเกษมสันต์1 ถ.พระราม1 ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ ติดกับ Wendy House (Guest House)

ทิศใต้ ติดกับ ที่พักอาศัย

ทิศตะวันออก ติดกับ ที่พักอาศัย

ทิศตะวันตก ติดกับ Star Hotel

การเข้าถึงโครงการ

1. โดย BTS สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ (National Stadium) ทางออกที่1 เดินตรงไป ข้างหน้าและเลี้ยวซ้ายเข้าซอย เกษมสัน1 (Kasemsan1) ประมาณ 150 เมตร LiT Bangkok Hotel จะอยู่ทางซ้ายมือ
2. โดยรถยนต์ส่วนตัว เข้าซอยเกษมสัน1 (Kasemsan1) จากถนนพญาไท ก่อนถึงสะพาน หัวช้าง แล้วเลี้ยวซ้าย LiT Bangkok Hotel จะอยู่ทางด้านขวา

ลักษณะทั่วไปภายในที่ดิน

เป็นที่ดินทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ลักษณะอาคารเป็นทรง modern สีขาว ทำให้เป็นที่สะดุดตาเมื่อเทียบกับสภาพแวดล้อมโดยรอบ เป็นอาคาร7ชั้น ชั้น1เป็นลานจอดรถ ชั้น2เป็นส่วนโถง ร้านอาหาร และสปา ส่วนชั้น3-7จะเป็นส่วนห้องพัก อาคารอยู่กลางซอยเกษมสันต์ 1 อยู่ในย่านการค้าอันดับต้นๆ ในกรุงเทพฯ มีการคมนาคมที่สะดวก เพราะติดรถไฟฟ้า ทำให้เป็นสถานที่ที่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยวในเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลอาคาร

องค์ประกอบของพื้นที่ภายในของอาคาร

Room : Extra Radiance Rooms 25 ห้อง

Different Degree Rooms 44 ห้อง

Full Spectrum Suites 5 ห้อง

Triple Luxe Suites 5 ห้อง

Restaurant & Bar : BCDE(Bistro of Creative Drinking & Eating)

Fiesta Steppe (Outdoor Bar)

Facilities & Services : Fitness Centre

Swimming Pool

Jacuzzi & Steam Room (separated male & female)

Laundry

Parking Space

Business Services

Spa

ข้อดี

เป็นโครงการที่ตั้งอยู่บริเวณตัวเมือง เป็นย่านที่ผู้คนมาใช้ชีวิตและมาทำงานเป็นจำนวนมาก เป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางมาได้สะดวก และเป็นสถานที่ที่สามารถเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของตัวเมืองได้อย่างชัดเจน ตัวอาคารมีความสวยงามและโดดเด่นขึ้นมาจากสภาพแวดล้อมโดยรอบ

ข้อเสีย

เนื่องจากโครงการตั้งอยู่บริเวณตัวเมืองจึงจะได้รับปัญหาด้านมลภาวะทางเสียงจากรถยนต์ที่จอดแบริเวณถนน และอาจมีมลพิษทางอากาศจากควันรถบนถนน

ลักษณะอาคาร

เหตุผลในการเลือกอาคาร

1. ลักษณะภายนอกของอาคารมีความน่าสนใจ
2. ตัวอาคารตั้งอยู่บริเวณในเมือง สะดวกต่อการเดินทาง และสามารถหาตัวอาคารได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปภาพอาคาร



1.6.1.2 รูปภาพแสดงลักษณะภายนอกของอาคาร



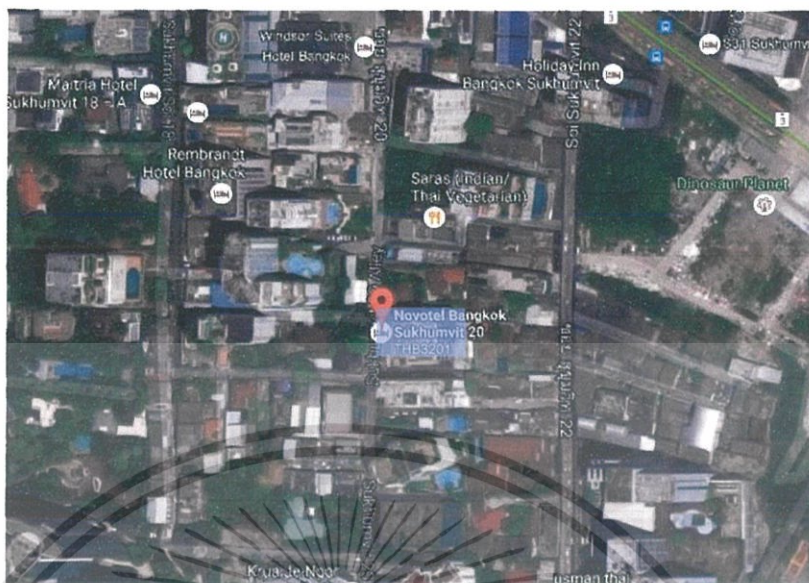
1.6.1.3 รูปภาพแสดงภายใน Lobby ของโรงแรม



1.6.1.4 รูปภาพแสดงภายในห้องพักของโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.2 Novotel Bangkok Sukhumvit 20



1.6.2.1 แสดงที่ตั้งของอาคาร

ที่ตั้ง 19/9 ซอยสุขุมวิท 20 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร
10110

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ ร้านอาหารวิลเลียม เทล

ทิศใต้ คอนโดรีเอนซี คอร์ท

ทิศตะวันออก ร้านอาหารควีนพาร์ค พลาซ่า

ทิศตะวันตก ซอยสุขุมวิท 18

การเข้าถึงโครงการ

1. รถยนต์ส่วนตัวจากสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิได้เข้าสู่ทางด่วนศรีนครินทร์และขับจนถึงทางด่วนพระราม 9 เลี้ยวซ้ายเข้าถนนพระราม 9 เลี้ยวซ้ายอีกที่เข้าถนนเพชรอุทัย แล้วเลี้ยวขวาเข้าถนนกำแพงเพชร 7 เลี้ยวซ้ายเข้าถนนอโศกดินแดงยังคงอยู่บนถนนอโศกมนตรีประมาณ 2.5 กิโลเมตรและเลี้ยวซ้ายเข้าถนนสุขุมวิท เลี้ยวขวาหลังจาก 400 เมตรเข้าซอย 20 เลี้ยวขวาและไปอีก 400 เมตร โนวเทลกรุงเทพสุขุมวิท 20 จะอยู่ทางซ้ายของคุณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สถานีรถไฟฟ้า BTS ที่ใกล้เคียงคือสถานนีโอโตก และสถานีรถไฟฟ้า MRT ที่ใกล้เคียงคือ สถานีสุขุมวิท

ลักษณะทั่วไปภายในที่ดิน

เป็นที่ดินรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 61.2 x 38 เมตร (2,325.6 ตร.ม.) ลักษณะอาคารเป็น ทรง Modern อาคารมีทั้งหมด 25 ชั้น มี 244 ห้องพัก ตัวอาคารอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจและแหล่ง ศูนย์การค้า มีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง

ข้อมูลอาคาร

องค์ประกอบและพื้นที่ภายในของอาคาร

Rooms : Superior Room (30 m²)

Executive Deluxe Room, High Floor (33 m²)

Executive Suite, Lounge Access (45 m²)

Deluxe Room (33 m²)

Restaurant & Bar : Food exchange

Gourmet bar

Pool bar

Rooftop Bar

Facilities & Service : Meetings Room

Fitness

Swimming Pool

Airport Shuttle

ข้อดี

ที่ตั้งของโครงการอยู่ในย่านธุรกิจ จึงมีความสะดวกสบายต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักธุรกิจ อีกทั้งยังสามารถเดินทางเข้าสู่โครงการได้อย่างสะดวกและหลากหลายเส้นทาง และเป็นสถานที่ที่สามารถเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของตัวเมืองได้อย่างชัดเจน ตัวอาคารมีความสวยงามและโดดเด่นขึ้นมาจกสภาพแวดล้อมโดยรอบ

ข้อเสีย

เนื่องจากโครงการตั้งอยู่บริเวณตัวเมืองจึงจะได้รับปัญหาด้านมลภาวะทางเสียงจากรถยนต์ที่จอแจบริเวณถนน และอาจมีมลพิษทางอากาศจากควันรถบนถนน

ลักษณะอาคาร

เหตุผลในการเลือกอาคาร

1. ลักษณะภายนอกของอาคารมีความน่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ตั๋วอาคารตั้งอยู่บริเวณในเมือง สะดวกต่อการเดินทาง และสามารถหาตั๋วอาคารได้ง่าย
3. จำนวนห้องพักของตั๋วอาคารมีความเหมาะสมต่อโครงการ
4. ตั๋วอาคารมีพื้นที่รองรับต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ต้องการอย่างครบถ้วน

รูปภาพอาคาร

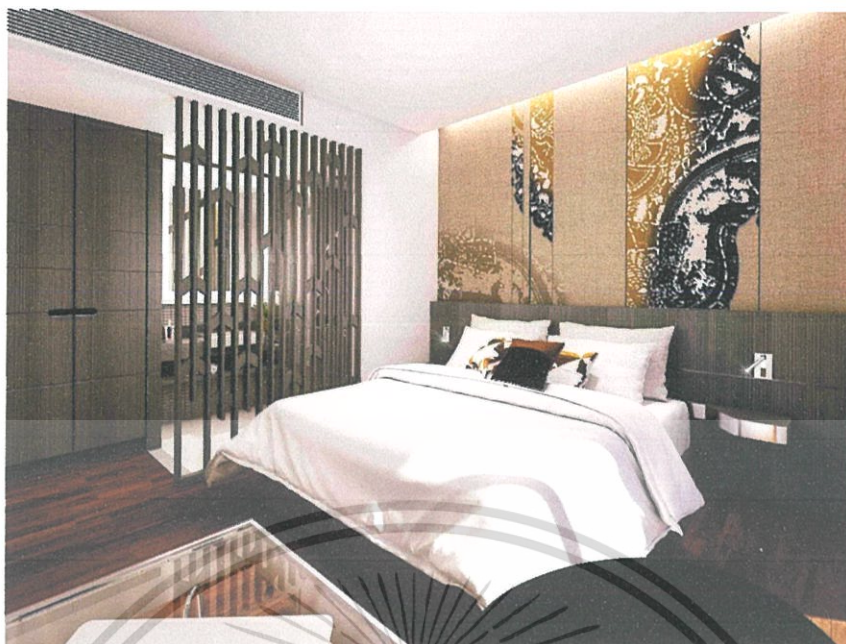


1.6.2.2 รูปภาพลักษณะภายนอกของอาคาร



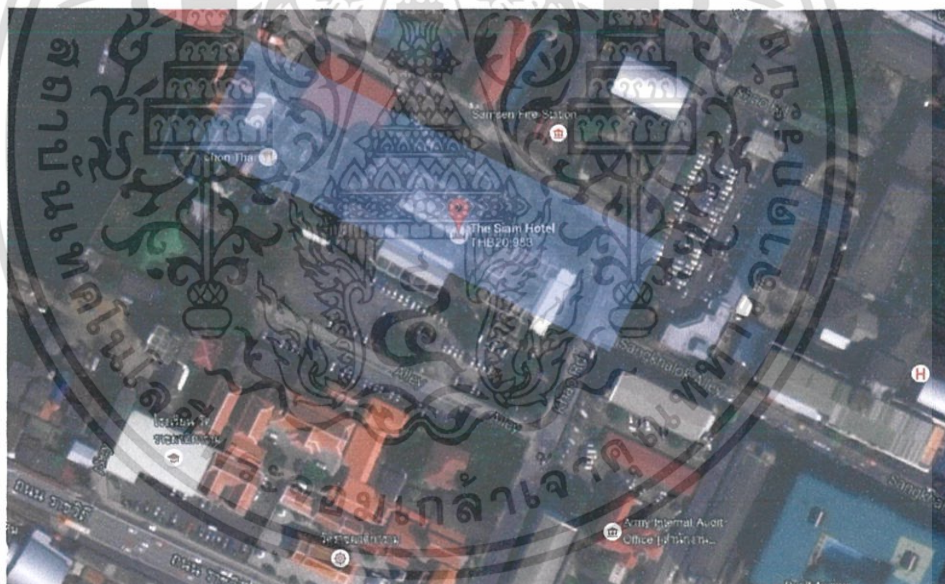
1.6.2.3 รูปภาพแสดงภายใน Lobby ของโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1.6.2.4 รูปภาพแสดงภายในห้องพักของโรงแรม

1.6.3 The Siam Hotel



รูปที่ 1.6.3.1 แสดงที่ตั้งโครงการ

ที่ตั้ง 3/2 ถนน ขาว วชิรพยาบาล ดุสิต กรุงเทพฯ 10300

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ ติดกับ สถานีดับเพลิงสามเสน

ทิศใต้ ติดกับ วัดราชผาติการาม

ทิศตะวันออก ติดกับ ถนนขาว

ทิศตะวันตก ติดกับ แม่น้ำเจ้าพระยา

การเข้าถึงโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การนั่งรถลิμουซีนของทางโรงแรม
2. การล่องเรือส่วนตัวของทางโรงแรม
3. BTS สะพานตากสิน หรือ MRT หัวลำโพง เป็นสถานีที่ใกล้กับทางโรงแรมมากที่สุด สามารถนั่งรถตุ๊กตุ๊ก หรือรถแท็กซี่ต่อมาถึงโรงแรมได้
4. รถยนต์ส่วนตัว เข้ามาทางถนน ขาว

ลักษณะทั่วไปภายในที่ดิน

เป็นที่ดินทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้างประมาณ 47 เมตร ยาวประมาณ 201 เมตร รวมเป็นพื้นที่ 9447 ตร.ม

ข้อมูลอาคาร

Rooms :	Siam Suite 80sqm	16 ห้อง
	Mae Nam Suite 90sqm	6 ห้อง
	Riverview Suite 100sqm	6 ห้อง
	Pool Villa Courtyard 130 sqm	6 ห้อง
	Pool Villa Riverview 130sqm	4 ห้อง

Restaurant & Bar : Chon Thai Restaurant

Deco Bar & Bistro

Café Cha

Bathers Bar

Private Dining

Chef's Table

Siameasy Sundays Market Brunch

Facilities & Service : Opium Spa

Hair & Nail Salon

Gym

Riverside Infinity Pool

Muay Thai

ข้อดี

เป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางมาได้สะดวกและหลากหลายทาง สถานที่ที่ตั้งติดริมแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้ห้องพักภายในโรงแรมสามารถมองเห็นวิวแม่น้ำเจ้าพระยาได้อย่างชัดเจนเป็นวิวที่สามารถผ่อนคลายความเครียดให้กับผู้ที่มาเข้าพักได้ สถานที่รอบข้างไม่มีมลภาวะทางเสียงมากนัก

ข้อเสีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากโครงการตั้งอยู่บริเวณตัวเมืองจึงอาจได้รับมลภาวะทางเสียงจากรถยนต์และเรือ แต่ไม่มากนัก ตัวอาคารไม่ได้อยู่ในย่านธุรกิจจึงอาจทำให้มีความไม่สะดวกต่อการเดินทางของนักธุรกิจ ในการมาพบปะพูดคุยกันทางด้านธุรกิจ

ลักษณะอาคาร

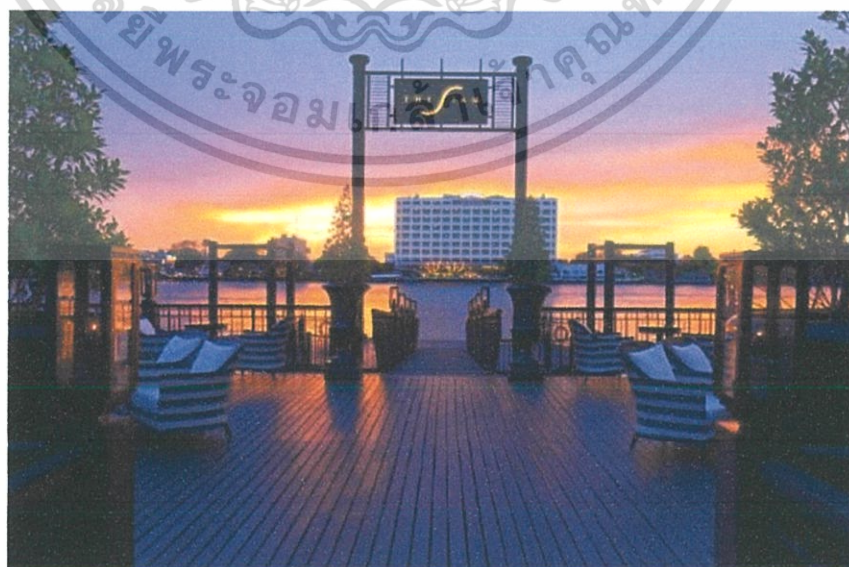
เหตุผลในการเลือกอาคาร

1. สถานที่ตั้งโครงการติดริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้มีบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เป็นวิวที่พักผ่อนตาจากความแออัดของตัวเมือง
2. สถานที่ตั้งสามารถเดินทางมาได้สะดวก
3. ตัวอาคารได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์ Space ที่เป็นคอร์ริดตรงกลางมีความน่าสนใจ

รูปภาพอาคาร



1.6.3.2 รูปภาพแสดงภายในโรงแรม

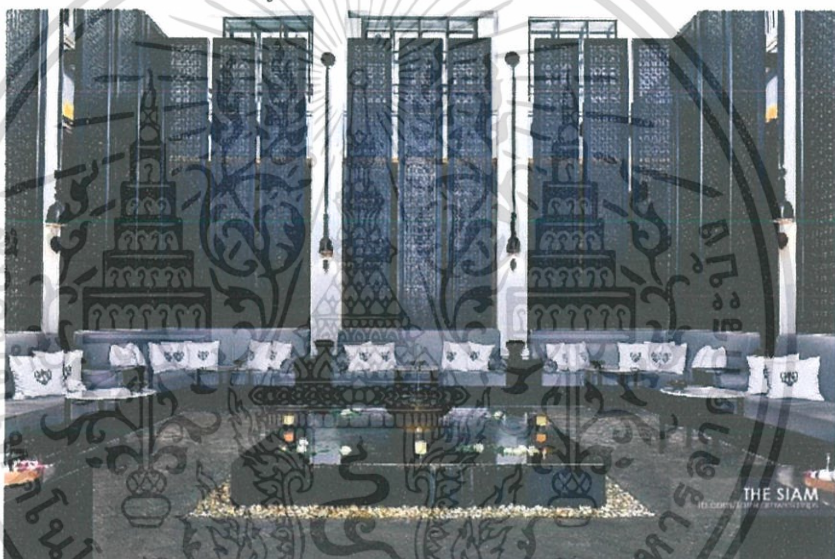


1.6.3.3 รูปภาพแสดงบริเวณท่าเรือของโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1.6.3.4 รูปภาพแสดงบริเวณสระว่ายน้ำของโรงแรม



1.6.3.5 รูปภาพแสดง Lobby ของโรงแรม

สถานที่	A	B	C
ข้อพิจารณา			
1.สถานที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง	3	4	3
2.สถานที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ	2	4	2
3.สถานที่ตั้งมีความเป็นส่วนตัวของผู้มาใช้งาน	2	3	4
4.การเข้าถึงโครงการมีความสะดวก	4	4	2
รวม	11	15	11

4=เหมาะสมมาก 3=เหมาะสม 2=พอใช้ 1=ค่อนข้างไม่เหมาะสม 0=ไม่เหมาะสม

ตาราง แสดงเหตุผลในการเลือกโครงการ

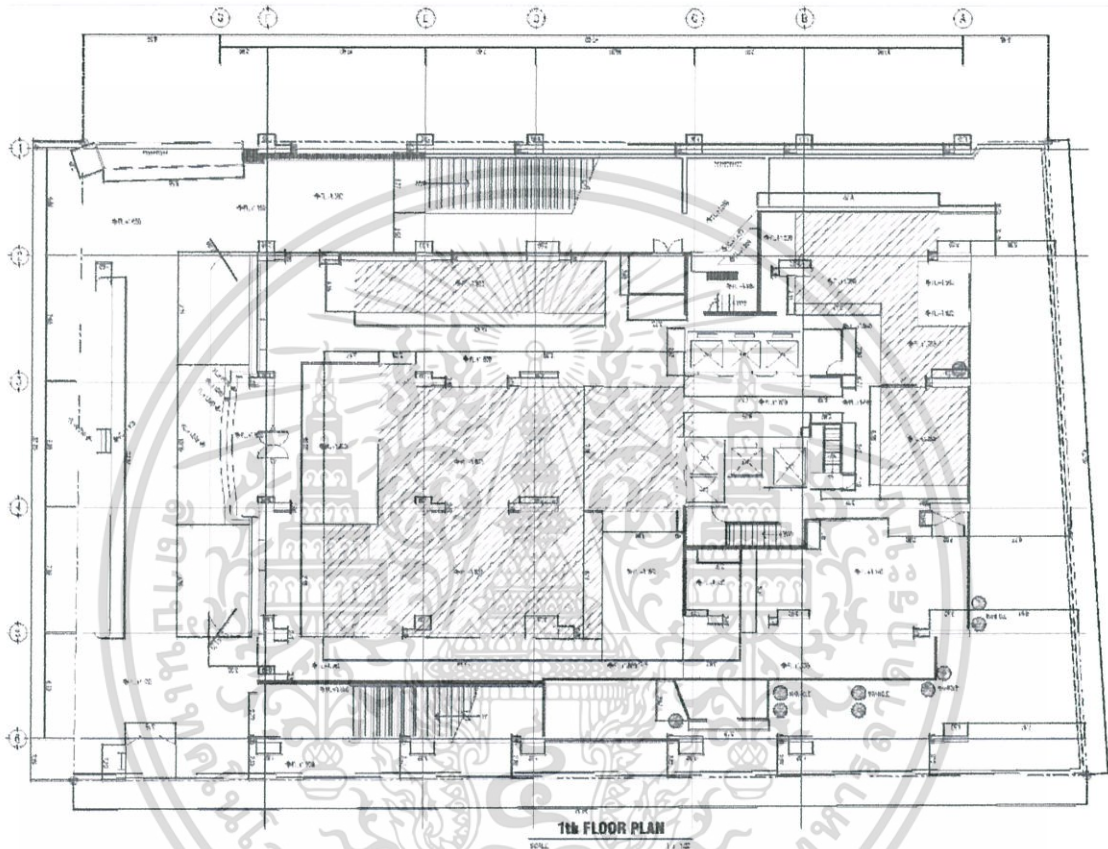
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A=LiT Bangkok Hotel

B=Novotel Bangkok Sukhumvit 20

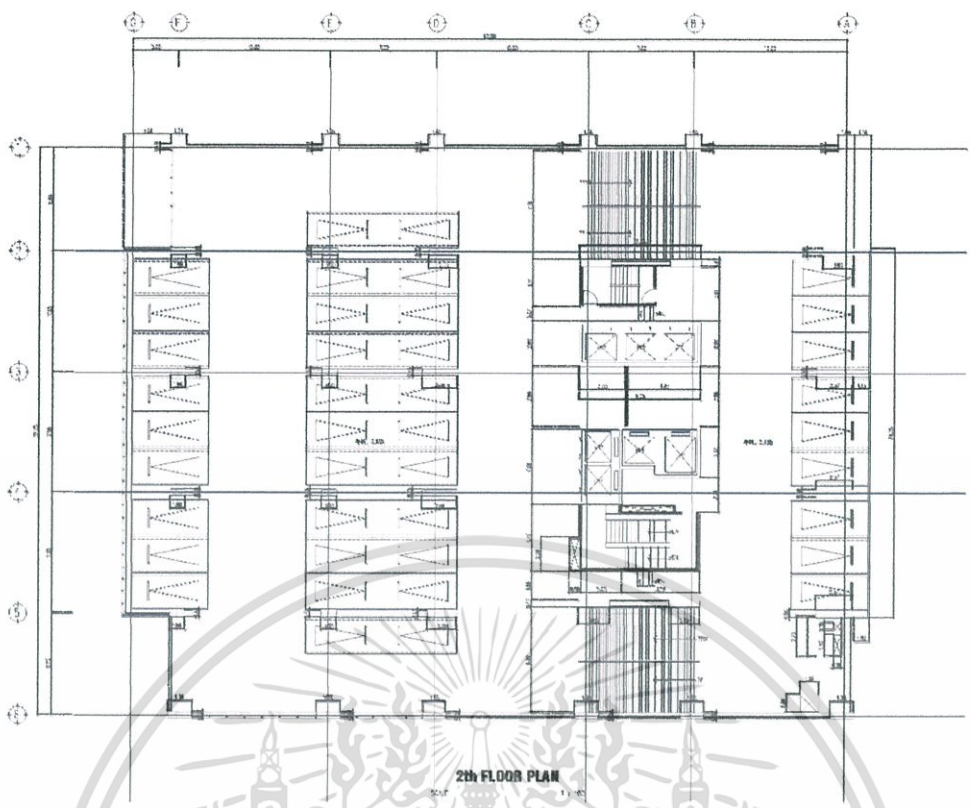
C=The Siam Hotel

จากตารางเปรียบเทียบการพิจารณาที่ตั้งโครงการ แสดงให้เห็นว่า B : Novotel Bangkok Sukhumvit 20 มีความเหมาะสม ในการตั้งโครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในปรับปรุง อีเซ็ มียาเกะ โฮเทล กรุงเทพมหานคร

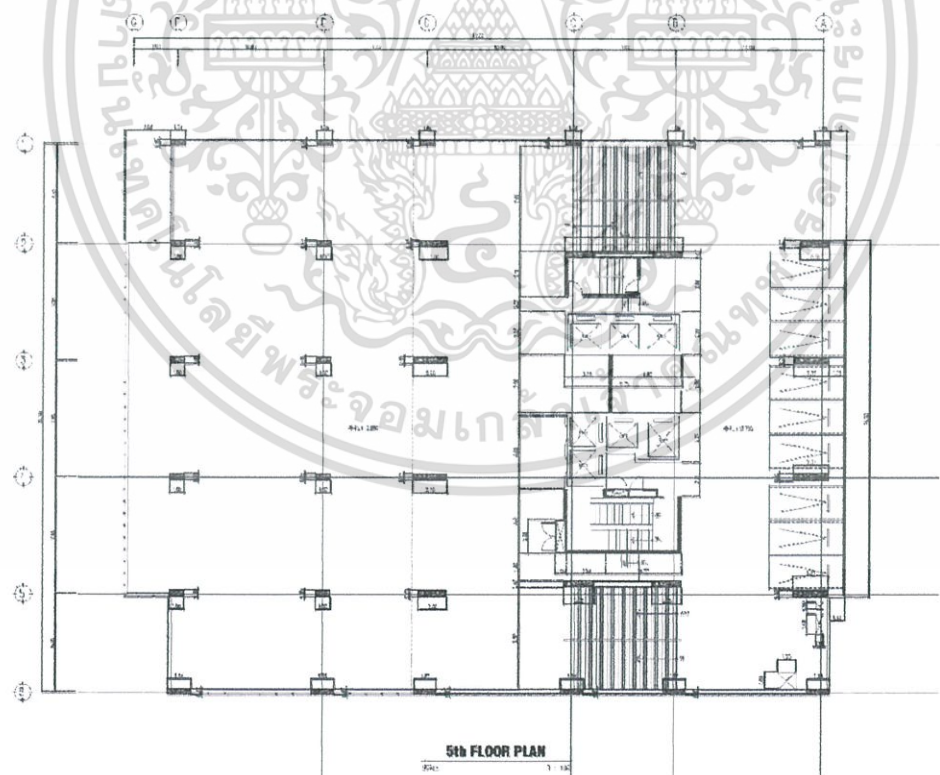


1.6.2.5 ผังอาคารชั้นที่1 Novotel Bangkok Sukhumvit 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

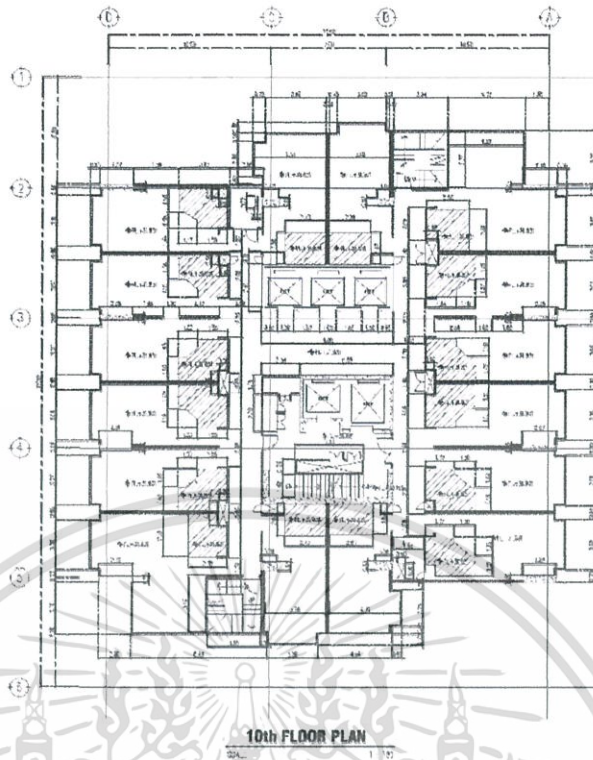


1.6.2.6 ผังอาคารชั้นที่2-4 Novotel Bangkok Sukhumvit 20

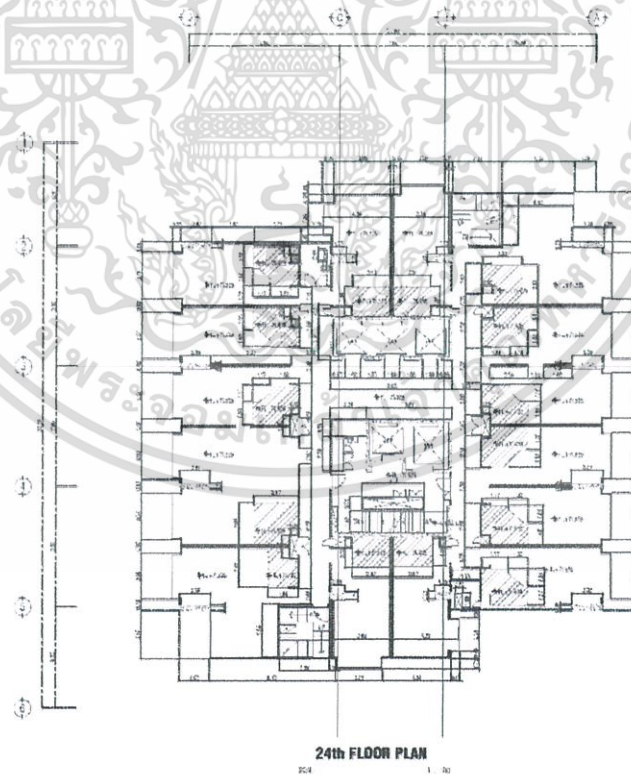


1.6.2.7 ผังอาคารชั้นที่5-6 Novotel Bangkok Sukhumvit 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

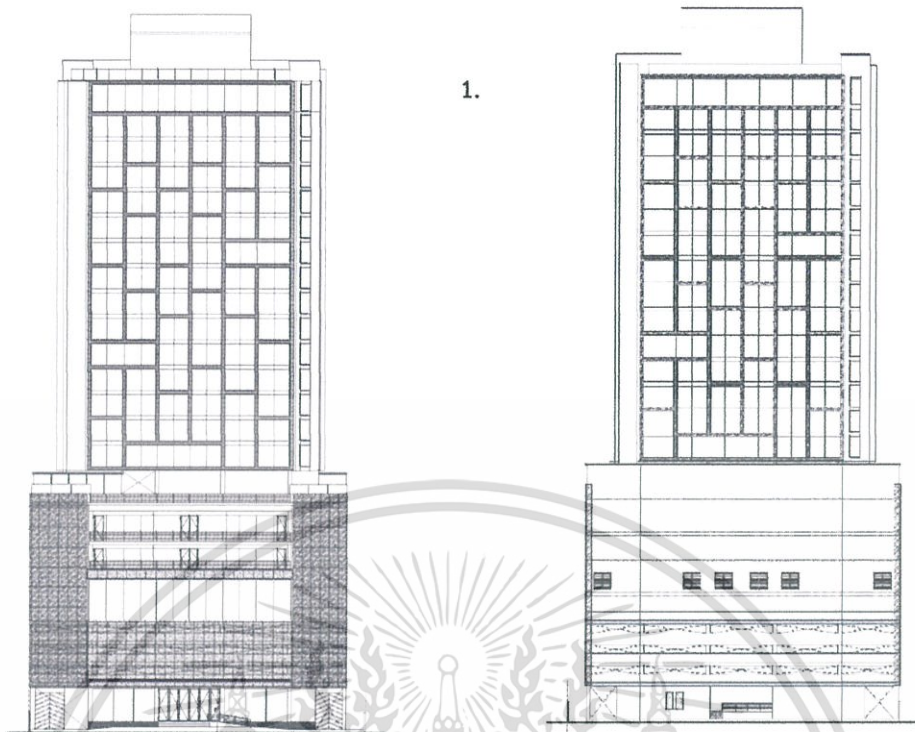


1.6.2.8 ผังอาคารชั้นที่10-23 Novotel Bangkok Sukhumvit 20

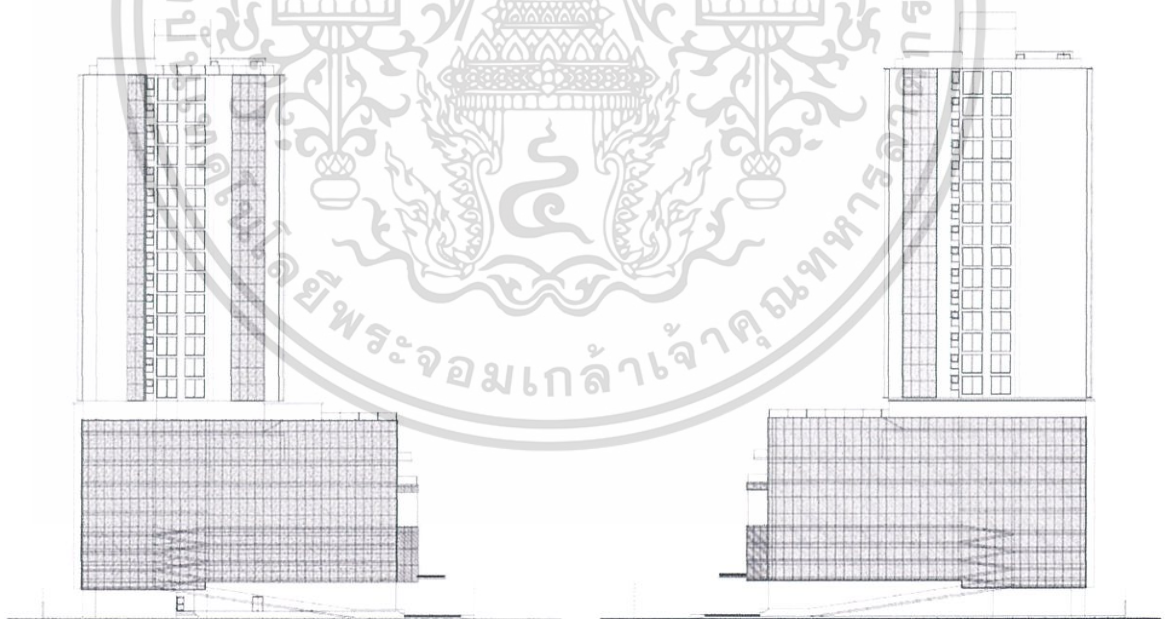


1.6.2.9 ผังอาคารชั้นที่24-25 Novotel Bangkok Sukhumvit 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

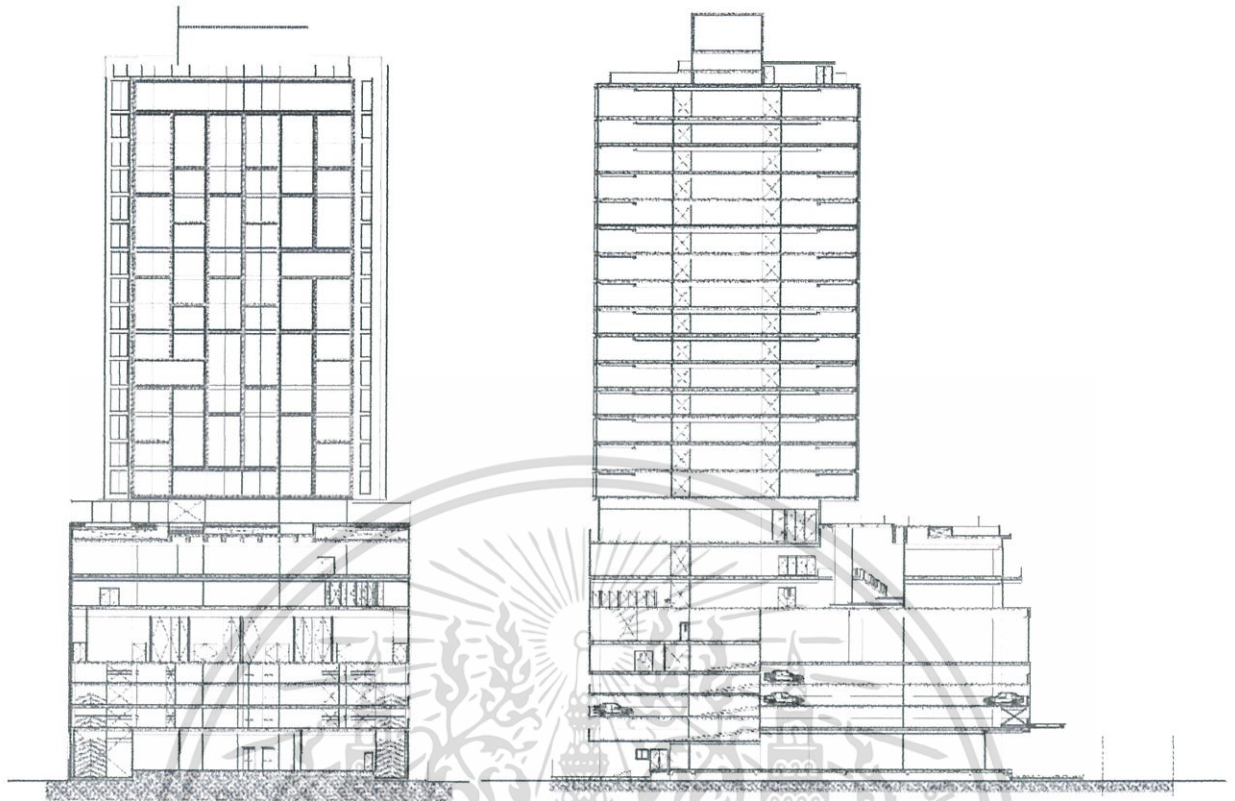


6.2.9 รูปด้านอาคาร Novotel Bangkok Sukhumvit 20

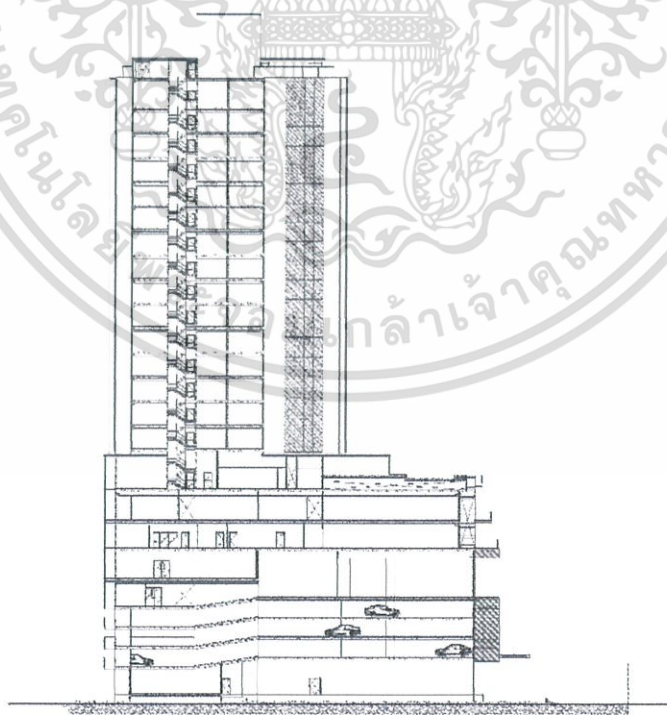


1.6.2.10 รูปด้านอาคาร Novotel Bangkok Sukhumvit 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1.6.2.10 รูปตัดอาคาร Novotel Bangkok Sukhumvit 20



1.6.2.10 รูปตัดอาคาร Novotel Bangkok Sukhumvit 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 องค์ประกอบโครงการ

เนื่องจากเป็นโครงการปรับปรุง จะสามารถทราบถึงขอบข่ายของโครงการได้จากการพิจารณา วัตถุประสงค์และกิจกรรมที่ตอบสนองวัตถุประสงค์นั้น เพื่อหาว่าองค์ประกอบที่จำเป็นคืออะไร ตารางแสดงวัตถุประสงค์ กิจกรรม และองค์ประกอบของโครงการ

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	องค์ประกอบ
1. เพื่อเสนอแนวทางการ ออกแบบสถานที่พักผ่อน สถานที่ สำหรับพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยน ทักษะคติ ของเหล่านักธุรกิจที่ เดินทางมาทำธุรกิจภายใน กรุงเทพมหานคร สามารถใช้เป็น สถานที่พักผ่อนหลังจากการทำงานอย่างหนักและเป็นสถานที่ พักผ่อนเองเพื่อเริ่มทำงานในวัน ใหมได้อย่างสดชื่น	-พักอาศัย ในบริเวณใจกลาง เมือง ในบรรยากาศที่ทันสมัย ส่งเสริมการทำงาน มีสไตล์และ มีความเป็นแฟชั่น -พูดคุยทางด้านธุรกิจของเหล่า นักธุรกิจ -สังสรรค์กันระหว่างนักธุรกิจ หลังจากที่พักผ่อนธุรกิจ เรียบร้อยแล้ว -พักผ่อน ผ่อนคลาย ความเครียด เพื่อฟื้นฟูสภาพ ร่างกายและจิตใจเพื่อเริ่มวัน ใหมของการทำงานอย่างสดชื่น	-COUNTER RECEPTION -LOBBY -LOUNGE -GUEST ROOM -MEETING & SPECIAL EVENT ROOM -BAR -SPA -SWIMMING POOL -FITNESS -SALON
2. เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบ สถานที่พักผ่อนที่ตอบสนองความ ต้องการของผู้ที่สนใจด้านแฟชั่น ที่ครบครันทั้งด้านการออกแบบที่ พักผ่อน ด้านสินค้าแฟชั่น ด้าน ร้านอาหาร ด้านการเว็ชชอปที่ เกี่ยวข้องกับแฟชั่นเสื้อผ้า เครื่อง แต่งกาย และความสะดวกสบาย ในด้านอื่นๆ เพื่อดึงดูดผู้ใช้ที่ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ ในด้านแฟชั่น หรือกลุ่มนักธุรกิจ ที่ต้องการความสะดวกสบาย ใช้ ชีวิตอย่างเร่งรีบสามารถมีพื้นที่ที่ สามารถตอบสนองความต้องการ ได้อย่างครบครัน	-มีการจัดโซนสำหรับช้อปปิ้ง เป็นแหล่งช้อปปิ้งขนาดย่อม -มีร้านอาหารให้บริการสำหรับ ผู้ที่มาพักผ่อนและลูกค้าที่ ต้องการมารับประทานอาหาร -มีการทำเว็ชชอปเรื่องแฟชั่น เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย -จัดสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆให้แก่ผู้ใช้บริการ	-ISSEY MIYAKE STORE -SPA -FITNEES -SWIMMING POOL -CAFÉ -RESTAURANT -BAR -WORKSHOP ROOM -LIBRARY

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เป็นสถานที่ให้แรงกระตุ้นและแรงบันดาลใจในเรื่องของสไตล์และแฟชั่น เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของแฟชั่นที่หลากหลาย ให้มีแฟชั่นใหม่ๆ เกิดขึ้นอยู่เสมอ	-จัดให้มีกิจกรรมที่ให้ผู้เข้าใช้ได้มีการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนความคิด ทักษะกันและกัน	-WORKSHOP ROOM -MEETING & SPECIAL EVENT ROOM -พื้นที่แสดงผลงานการออกแบบ
4. เพื่อเสนอแนวทางการต่อยอดทางธุรกิจของแบรนด์อิชเซ่ มียาเกะ ให้แตกสาขาออกไปทางด้านการออกแบบโรงแรม	-การออกแบบส่วนใช้สอยต่างๆ ภายในโรงแรม	-GUEST ROOM -RELAXING AREA

1.8 ขอบข่ายและขอบเขตของโครงการ

ตารางแสดงขอบข่ายโครงการและขอบเขตในการทำวิทยานิพนธ์

พื้นที่ทั้งหมด	ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	ขอบข่าย	ขอบเขต
1.พื้นที่ส่วนต้อนรับและบริการ - พื้นที่โถงต้อนรับ (LOBBY) - เคาน์เตอร์ต้อนรับและพื้นที่ส่วนพักย่อย (RECEPTION AND LOUNGE) - ร้านกาแฟ (COFFEE SHOP) - พื้นที่ส่วน FRONT OF HOUSE - ห้องผู้จัดการ - ห้องออฟฟิศ - ห้องเก็บของ	930.5	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
2.พื้นที่ส่วนร้านอาหารและครัว - ร้านอาหารภายในอาคาร (INDOOR RESTAURANT) - ห้องเตรียมอาหารและพื้นที่ครัว (PREPARATION ROOM & MAIN KITCHEN) - ห้องเก็บของ (STORAGE)	1,131.8	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.พื้นที่บริการในด้านต่างๆ - พื้นที่ว่ายน้ำกลางแจ้ง (OUTDOOR POOL) - ห้องน้ำและห้องอาบน้ำของสระว่ายน้ำ (SHOWER) - ห้องเก็บของสำหรับผู้มาใช้สระว่ายน้ำ (LOCKER) - พื้นที่ส่วนสปา (SPA) - พื้นที่ส่วนต้อนรับ (RECEPTION) - ห้องเก็บของสำหรับผู้มาใช้สปา (LOCKER) - ห้องสปา (SPA ROOM) - ห้องฟิตเนส (FITNESS) - พื้นที่สำหรับนักธุรกิจ - ห้องประชุม (MEETING ROOM) - ห้องสัมมนา (SEMINAR ROOM) - พื้นที่ส่วนห้องสมุด (LIBRARY) - พื้นที่สำหรับการเวิร์คชอปด้านแพชั่น (WORKSHOP) - พื้นที่เสริมความสวยความงาม (SALON)	2,115		
4.พื้นที่ส่วนพนักงานและลานจอดรถ - พื้นที่ส่วนพนักงาน (BACK OF HOUSE) - พื้นที่ส่วนซักอบรีด (LAUNDRY) - พื้นที่ส่วนห้องเครื่อง, ห้องเก็บของ, ห้องน้ำพนักงาน และงานระบบ - พื้นที่จอดรถสำหรับผู้มาใช้งาน (PARKING) - พื้นที่จอดรถพนักงาน (PARKING FOR STAFF)	3,100		
5.พื้นที่ส่วนห้องพัก - Deluxe Room - Superior Room - Executive Deluxe Room - Suite - President Suite	21,826.7		
รวมพื้นที่ทั้งหมด (ตร.ม.)	29.104	29.104	25,854

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของโครงการ

2.1.1 ความหมายของโรงแรม

โรงแรม คือ สถานที่ประกอบการที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องที่พักอาศัย อาคารและบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาจหมายถึง อาคารที่มีห้องนอนหลายห้องติดต่อกันเรียงรายกันไปในอาคารหลังหนึ่งหรือหลายหลัง และมีการบริการหลายอย่าง เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก ซึ่งนิยมเรียกว่า “แขก”

2.1.2 ลักษณะสำคัญของโรงแรมพอสรุปได้ดังนี้

- 1) โรงแรมเป็นสถานที่เคลื่อนย้ายจากแหล่งที่ตั้งไม่ได้
- 2) ทุกคนมีสิทธิที่จะเข้าไปพักได้เว้นแต่ผู้เยาว์หรือเด็กซึ่งไม่มีผู้ดูแลมาพักอยู่ด้วย
- 3) โรงแรมเป็นวิสาหกิจที่ขายสินค้าและบริการ อย่างชนิดที่คำนวณให้มีกำไรพอสมควร ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อปฏิบัติสากล การเงินของโรงแรมมีภาวะเป็น “อับบาล” คือ ไม่มีผู้ใดสั่งในเรื่องของการเงิน หรือเจ้าของ ผู้จัดการ หรือคณะกรรมการที่ได้รับมอบหมาย อย่างไรก็ดี บางประเทศ เช่น ประเทศไทย วิสาหกิจโรงแรมตั้งอยู่ในอาติบางประการของรัฐ
- 4) โรงแรมควรจัดให้บริการตั้งแต่เอกชนแต่ละคน หรือครอบครัว หรือกลุ่มเอกชน
- 5) โรงแรมจะต้องจัดให้มีการบริการเอกรูปครบถ้วน สำหรับสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี หรืออย่างกลางก็ตาม แต่อย่างน้อยจะต้องมีห้องนอนและห้องน้ำ ส่วนบริการอื่น ซึ่งโรงแรมควรมี คือ อาหารในราคาต่างๆกัน บริการซักรีด เครื่องดื่ม ไปรษณีย์ ของที่ระลึก หรืออาจจัดให้มีประชุมและอื่นๆอีก

2.1.3 ประวัติและความเป็นมาของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ในสมัยก่อน เมื่อคนไทยมีความจำเป็นที่จะต้องเดินทางไปพักหรือค้างแรมนอกบ้านของตน ก็มักจะอาศัยพักค้างแรมตามบ้านของญาติพี่น้องหรือของคนที่ยังรู้จักกัน หรือมีจะนั้นก็อาศัยค้างแรมกันตามศาลาวัดที่มีอยู่ทั่วไปในระหว่างการเดินทาง นอกจากนี้ผู้ที่เป็นหญิงก็จะไม่นิยมการเดินทางไปพักค้างแรมที่อื่น ซึ่งไม่ใช่บ้านของตนโดยไม่จำเป็น เนื่องจากถือว่าเป็นการไม่สมควรและไม่ปลอดภัยที่จะกระทำเช่นนั้น จนกระทั่งเมื่อประมาณ 100 ปีที่ผ่านมา เริ่มมีการจัดที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง ซึ่งสันนิษฐานว่ามีขึ้นในสมัยที่การเล่นพนันหอย ก ข ยังไม่ผิดกฎหมาย ผู้ที่อยู่ในต่างจังหวัดจะพากันเดินทางเข้ามาในกรุงเทพฯ เพื่อเล่นการพนันที่บ่อนซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่เชิงสะพานเหล็กบน หรือใกล้กับสะพานหันในปัจจุบัน บ่อนที่เล่นการพนันนี้จะเปิดให้มีการเล่นการพนันได้วันละ 3 เวลา คือ เช้า สาย บ่าย และค่ำ ผู้ที่บ้านไกล ไม่อาจกลับบ้านของตนได้ในเวลาค่ำ อีกทั้งการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คมนาคมในสมัยนั้นยังไม่สะดวก จึงจำเป็นต้องหาที่พักค้างคืนชั่วคราว ซึ่งนอกจากจะอาศัยตามบ้านญาติพี่น้องหรือคนรู้จักกันแล้ว ยังได้มีการจัดที่พักชั่วคราวสำหรับผู้ที่ไม่มียี่พักให้อยู่บริเวณใกล้เคียงกับบ่อนที่เล่นพนัน โดยเรียกเก็บค่าตอบแทนตามสมควร

ที่พักชั่วคราวที่จัดขึ้นนั้น มีลักษณะเป็นห้องพักที่เปิดถึงกันโดยตลอด สร้างเป็นแคร์ยกสูงแค่เข้า ให้อนเรียงแถวต่อกันไป โดยไม่มีการแบ่งแยกเป็นสัดส่วน ต่อมาเมื่อมีผู้นิยมพักค้างคืนมากขึ้น จึงได้มีการกันฝาจัดเป็นสัดส่วนแต่ละห้อง โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่ใช้เล่นการพนันได้เงินมา และต้องการความสะดวกสบายในการพักผ่อนก่อนจะเดินทางกลับบ้านของตน ต่อมาได้มีการปรับปรุงสถานที่พักให้เป็นห้องแถวชั้นเดียวและสองชั้น การเรียกเก็บค่าที่พักก็สูงขึ้นเป็นลำดับ แต่ยังคงอยู่ใกล้กับบริเวณที่มีการเล่นพนันอยู่เช่นเดิม โดยเรียกและเป็นที่ยี่จักแพร่หลายว่า “ที่พักคนเดินทาง”

ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว สถานที่พักของชาวต่างประเทศที่เปิดดำเนินการในขณะนั้น บ้างก็เรียกกันว่า Boarding House บ้างก็เรียกว่า Hotel ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่ตำบลคอกควาย บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ใกล้กับสถานกงสุลฝรั่งเศส แต่ต่อมาในเดือนกรกฎาคม 2408 ได้เกิดเพลิงไหม้ได้รับความเสียหายอย่างมาก

ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีชาวต่างประเทศเข้ามาเปิดดำเนินการโรงแรมในประเทศไทยบ้างแล้ว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพระองค์ได้ทรงให้การสนับสนุนและสนพระทัยในธุรกิจนี้ ชาวต่างประเทศที่ได้เข้ามาดำเนินการโรงแรมในรัชสมัยของพระองค์ ได้แก่ Captain James White, Carter and Horard C.W.Thomas และ Lewis ดังปรากฏในประกาศลงแจ้งความโฆษณาสถานที่พักซึ่งเปิดดำเนินการ ในหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเรียกว่า Bangkok Calender ของหมอบรัดเลย์ (D.R. Bradley) ซึ่งเป็นหมอสอนศาสนาชาวอเมริกันที่เดินทางเข้ามาอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ.2378

ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งพระองค์เคยเสด็จไปทรงศึกษา ณ ประเทศอังกฤษ ในขณะที่ทรงดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระยุพราชเจ้าฟ้ามหาวชิราวุธ นั้น เมื่อทรงสำเร็จการศึกษาแล้ว ได้เสด็จกลับโดยผ่านทางประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2445 พระองค์ได้ทรงพบเห็นกิจการโรงแรมของต่างประเทศหลายแห่ง และเมื่อเสด็จขึ้นครองราชย์ พระองค์ได้มีพระราชดำริที่จะให้มีการดำเนินการโรงแรมที่ทันสมัยขึ้นในประเทศไทย เช่นเดียวกับแบบที่ได้ทรงพบเห็น เพื่อใช้เป็นสถานที่ต้อนรับแขกเมืองและจัดงานสังคมต่างๆ จึงได้ทรงมอบให้พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ซึ่งเป็นผู้บัญชาการรถไฟหลวงในขณะนั้น เป็นผู้วางรากฐานกิจการโรงแรมของไทย และได้ทรงพระราชทานวังพญาไท เพื่อให้ดัดแปลงและใช้เป็นโรงแรมแห่งใหม่ แต่พระองค์เสด็จสวรรคตเสียก่อนที่การดำเนินงานจะสำเร็จ อย่างไรก็ตาม ในรัชสมัยของพระองค์ได้มีโรงแรมต่างๆ ที่ดำเนินงานโดยเอกชนเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เดินทางซึ่งนับวันมีแต่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

พระบิดาแห่งการโรงแรมประเทศไทย

พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอพระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยา-กร กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน พระนามเดิม พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร เป็นพระโอรสองค์ที่ 35 ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

เมื่อ พ.ศ.2460 ขณะทรงเป็นผู้บัญชาการกรมรถไฟแผ่นดิน ได้จัดสร้างบังกะโลเรือนไม้ริมทะเลสำหรับให้บุคคลทั่วไป เช่นที่ชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต่อมา พ.ศ.2464 ทรงบัญชาให้กรมรถไฟสร้างโฮเต็ลเป็นตึกแบบยุโรป สร้างเสร็จเมื่อ พ.ศ.2465 มีสนามเทนนิสและสนามกอล์ฟ “โรงแรมหัวหิน” นับเป็น “โรงแรมชายทะเลแห่งแรกของประเทศไทย” ทรงราชการในขณะนั้น และต่อมาใช้เป็นที่รับรองแขกเมือง ยังคงดำเนินการโดยการรถไฟแห่งประเทศไทยจนทุกวันนี้

พ.ศ.2468 ทรงขอพระราชทานนามพระบรมราชานุญาติสร้างโฮเต็ลขนาดใหญ่ที่หัวลำโพง ไม่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่พระราชทานวังพญาไทให้ตัดแปลงเป็นโรงแรมแทน ขณะที่เริ่มดำเนินการในทางรัชกาลที่ 6 ก็ทรงประชวรสิ้นพระชนม์เสียก่อน เมื่อพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ขึ้นครองราชย์ จึงทรงดำเนินการต่อไปจนเสร็จสมบูรณ์เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2469 “โรงแรมวังพญาไท” กล่าวกันว่าเป็นโรงแรมที่ยอดเยี่ยมที่สุดในภาคตะวันออกไกลในขณะนั้น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครอง 24 มิถุนายน พ.ศ.2475 คณะปฏิวัติได้มีคำสั่งให้ทำเป็นโรงพยาบาลทหารบก คือ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าฯในปัจจุบัน

“โรงแรมราชธานี” เป็นโรงแรมปลายทางเรือ rest house ทรงบัญชาให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.2470 หลังจากเปิด “โรงแรมวังพญาไท” เพียงปีเดียว มีห้องพักเพียง 14 ห้อง แต่มีห้องอาหาร ห้องเต้นรำและบาร์ที่มีชื่อเสียงมาก เลิกกิจการเมื่อ พ.ศ. 2511 ปัจจุบันเป็นกองโรงแรมและคลังพัสดุการรถไฟแห่งประเทศไทย พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอพระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ได้ทรงทำประโยชน์ไว้ให้แก่ประเทศไทย เป็นอนุเอกอนันต์ประการมากมายหลายสาขา ในด้านกิจการโรงแรม นับได้ว่าพระองค์ท่านเป็น “พระบิดาแห่งการโรงแรมเมืองไทย”

2.1.4 การศึกษาประเภทของโรงแรม เป็นการศึกษาในลักษณะวิเคราะห์ประเภทของ

โรงแรม การแบ่งชนิดของโรงแรม มีการแบ่งออกได้ 6 วิธีดังนี้ คือ

- 1) แบ่งตามชนิดที่ตั้ง
- 2) แบ่งชนิดตามมาตรฐานของโรงแรม
- 3) แบ่งชนิดตามการดำเนินการ
- 4) แบ่งชนิดตามขนาด
- 5) แบ่งชนิดตามเวลาพัก
- 6) แบ่งตามประเภทคนพัก

โรงแรมแบ่งตามลักษณะที่ตั้ง สามารถแบ่งได้ 3 ชนิด คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) โรงแรมในเมือง (City hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ๆ เช่นเมืองหลวง หัวเมืองตามภาคต่างๆ ที่มีความสำคัญเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ การค้า การกีฬา ตลอดจนการท่องเที่ยวต่างๆ

2) โรงแรมในเมืองเล็ก (Smaller City Hotel) คือ โรงแรมที่อยู่ในเมืองที่มีความสำคัญน้อยกว่าเมืองใหญ่ อาจอยู่ในชนบทต่างจังหวัด หรือแหล่งที่มีสถานท่องเที่ยวต่างๆ

3) โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel) คือ โรงแรมที่อยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ เช่น ชายทะเล ภูเขา ในป่าที่มีธรรมชาติงดงาม เป็นต้น เพื่อพักผ่อนและสัมผัสบรรยากาศของธรรมชาติ

ลักษณะความแตกต่างระหว่างโรงแรมในเมืองใหญ่ๆ กับโรงแรมตาก

อากาศชายทะเล

2.1.4.1 โรงแรมในเมืองใหญ่

- 1) ที่ตั้งอยู่ในเมืองที่เป็นย่านธุรกิจต่างๆ บุคคลที่มาพักมีธุรกิจที่จะทำ
- 2) ในด้านบรรยากาศ โรงแรมที่อยู่ในเมืองหลวงมีบรรยากาศโดยรอบอยู่ในสภาพจอบแจ ไม่สงบเงียบ
- 3) ความรู้สึกที่สัมพันธ์ภายในห้องพักกับสภาพแวดล้อมภายนอก ผู้พักไม่ต้องการนอนดูความจอบแจจากภายนอก หรือในการทำภารกิจส่วนตัวระหว่างที่มาพัก
- 4) โรงแรมในเมืองไม่จำเป็นต้องมีระเบียงสำหรับออกไปพักผ่อน
- 5) ภายในห้องพักจำเป็นต้องมีเครื่องบันเทิงต่างๆ อย่างครบครัน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น
- 6) โรงแรมในเมืองจำเป็นต้องใช้วัสดุที่กันเสียงจากภายนอก

2.1.4.2 โรงแรมตากอากาศชายทะเล

- 1) ตั้งอยู่ตามชายทะเลหรือบริเวณที่มีทัศนียภาพสวยงาม ผู้มาพักมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน
- 2) บรรยากาศของโรงแรมแถบชายทะเลไม่มีเสียงรบกวนจากยวดยานพาหนะหรือเสียงอะอะอากาศบริสุทธิ์ สดชื่น
- 3) ลักษณะของตัวอาคารต้องเข้ากับสภาพแวดล้อม ไม่เป็นตัวทำลายธรรมชาติ เช่น โรงแรม ชายทะเล ควรสร้างในแนวราบตามลักษณะชายหาด หรือโรงแรมตามเชิงเขา ควรมีการลดหลั่นของตัวอาคารกับเชิงเขา
- 4) ผู้มาพักโรงแรมชายทะเลต้องการพักผ่อนอย่างเงียบๆ และต้องการให้บรรยากาศภายในห้องนอนสัมผัสกับบรรยากาศ สามารถเห็นทิวทัศน์ภายนอกได้
- 5) โรงแรมชายทะเลจำเป็นต้องมีระเบียง สำหรับพักผ่อนและดูทิวทัศน์
- 6) เครื่องบันเทิงและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีความจำเป็นมากนัก ส่วนใหญ่จะใช้เวลาออกไปพักผ่อนข้างนอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 7) ผนังไม่จำเป็นต้องใช้วัสดุกันเสียง ผู้พักต้องการเสียงธรรมชาติ
- 8) การเลือกวัสดุตกแต่งภายในควรเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติและท้องถิ่น เพื่อเน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สภาพแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ
- 9) มีกิจกรรมพิเศษเพื่อเสริมด้านนันทนาการ ความเพลิดเพลินในการพักผ่อนและมีประโยชน์ต่อการพักผ่อน เช่น กิจกรรมทางน้ำ อาทิ เช่น ดำน้ำ ตกปลา หรือจัดให้มีสนามกีฬาประเภทต่างๆ เช่น เทนนิส สนามกอล์ฟ ฯลฯ เป็นต้น
- 10) ห้องน้ำในโรงแรมตากอากาศชายทะเลควรมีระบบระบายน้ำที่ดี และมีที่รองกรวดทรายได้เพื่อป้องกันการอุดตันของท่อน้ำ

โรงแรมประเภทแบ่งตามลักษณะการดำเนินการ

- 1) ลักษณะแบบอเมริกัน (American Plan Hotel) คือ โรงแรมที่คิดอัตราห้องพัก รวมกับค่าอาหารด้วย ซึ่งอาจเป็น 2-3 มื้อ ไม่ยกเว้นในกรณีที่พักไม่รับบริการอาหาร
- 2) ลักษณะแบบยุโรป (Europe Plan Hotel) คือ โรงแรมที่ตั้งเพียงอัตราค่าห้องพักไว้เท่านั้น ส่วนค่าอาหารถ้าแขกจะรับบริการต้องเสียเพิ่มอีก
- 3) ลักษณะผสม (Dual Plan Hotel) คือ โรงแรมที่จัดบริการไว้ทั้ง 2 อย่าง คือ ให้แขกได้เลือกใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง

การแบ่งชนิดโรงแรมตามระยะเวลาการพัก แบ่งออกเป็น 4 แบบ คือ

- 1) โรงแรมสำหรับพักค้างคืนชั่วคราวระหว่างการเดินทาง (The Commercial Hotel Or Transient Hotel) คือโรงแรมที่มีแขกมาใช้บริการห้องพักระยะสั้นเพียงวันเดียวหรือน้อยกว่านั้น โดยแขกนั้นเป็นผู้เดินทางเพื่อการติดต่อทางด้านธุรกิจมาพัก ย่อมจะต้องอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์เพื่อการติดต่อ เครื่องรับโทรสาร และวิทยุในห้องพัก สถานที่จอดรถ สำนักงานติดต่อจองที่นั่งเพื่อการเดินทางและที่พักอื่นๆ เป็นต้น โรงแรมนี้ได้แก่ โรงแรมที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลางการติดต่อธุรกิจต่างๆ ศูนย์การค้า และมีการคมนาคมเชื่อมโยงต่อถึงสนามบิน หรือท่าเรือเดินสมุทรได้อย่างสะดวก
- 2) โรงแรมสำหรับการพักอาศัย (Resident Hotel or Apartment) คือ โรงแรมที่มีแขกมาใช้บริการห้องพักเป็นระยะยาว ซึ่งมีจำนวนมากในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีห้องพักขนาดและแบบต่างๆ ให้เลือกสำหรับครอบครัวขนาดต่างๆ กัน ทั้งนี้ชาวอเมริกันในปัจจุบันนิยมพัก หรือนักธุรกิจที่ต้องใช้เวลาในการตกลงทำสัญญานามเป็นเดือน โรงแรมเสมือนเป็นบ้านพักอันถาวรของตนเอง ดังนั้นจึงต้องมีบริการต่างๆ ที่สะดวก เช่น มีพนักงานทำความสะอาดห้องพักและห้องเพื่อการซักรีด
- 3) โรงแรมสำหรับการพักผ่อนตากอากาศ (Resident Hotel or Vacation Hotel) คือ โรงแรมที่แขกมาใช้บริการลักษณะแบบพักผ่อนหรือพักผ่อนของคนไข้ใช้เวลาพักมากกว่า 1 วันขึ้นไป ในด้านการบริการปัจจุบันมีลักษณะคล้ายโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองโดยทั่วไป เพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขก และยังมีแผนบริการเพื่อการพักผ่อนออกกำลังกาย เล่นกีฬา และเพื่อความบันเทิง ที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับสถานที่ตากอากาศ รวมทั้งมีการจัดผู้ฝึกสอนคอยให้คำแนะนำฝึกสอนตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อความบันเทิงต่างๆ หรือมาพักผ่อน พักผ่อนเป็นช่วงหยุดพักผ่อนทั้งสั้นและยาว

4) โมเต็ลหรือโรงแรมพร้อมบริการจอดรถ (Motel or Motor Hotel) คือ โรงแรมที่จัดอยู่ในประเภทเดียวกันกับโรงแรมสำหรับพักค้างคืนชั่วคราว ในระหว่างการเดินทาง บริการต่างๆ ที่จัดมีลักษณะคล้ายกับบริการของโรงแรมโดยทั่วไป แยกที่ใช้บริการเข้าพักในโมเต็ลเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพร้อมกับครอบครัวโดยรถยนต์ส่วนตัว หรือเป็นผู้ที่มีความประสงค์จะใช้เวลาในการเดินทางเป็นการพักผ่อนท่องเที่ยวไปพร้อมกัน ดังนั้นโมเต็ลส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ริมทางหลวง และมีสถานที่จอดรถเพื่อการบริการแก่แขกผู้มาพักโดยเฉพาะ

โรงแรมประเภทแบ่งตามลักษณะของผู้พัก มี 3 แบบคือ

1) Business Hotel คือ โรงแรมสำหรับนักธุรกิจที่เดินทางมาติดต่อธุรกิจ โรงแรมประเภทนี้มักมีบริการด้านต่างๆ ครบครัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่แขกที่มาพัก และมักจะตั้งอยู่ในย่านธุรกิจหรือศูนย์กลางการค้าต่างๆ

2) Leisure Hotel คือ โรงแรมสำหรับการพักผ่อนและนักท่องเที่ยวมีบริการและสิ่งบันเทิงต่างๆ เพื่อบริการให้แก่แขกในลักษณะเพื่อเป็นการพักผ่อน โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งในบริเวณที่เป็นธรรมชาติ เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือในป่าที่มีความสวยงาม

3) Sport Hotel คือ โรงแรมสำหรับนักกีฬาหรือการกีฬา เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในบริเวณสนามกีฬา แขกผู้มาพักมักเป็นนักกีฬาชาติต่างๆ หรือคนต่างกัน โรงแรมนี้มีบริการต่างๆ ที่ครบครัน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขกที่เป็นนักกีฬา ตลอดจนมีสถานที่ที่สามารถให้ออกกำลังกาย เช่น โรงยิมเนเซียม เป็นต้น

การแบ่งชนิดตามโรงแรมตามขนาด แบ่งออกเป็น

- 1) โรงแรมขนาดใหญ่ คือ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักเกินกว่า 300 ห้องขึ้นไป
- 2) โรงแรมขนาดกลาง คือ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 100-300 ห้อง
- 3) โรงแรมขนาดเล็ก คือ โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 100 ห้อง

โรงแรมประเภทแบ่งตามมาตรฐานของโรงแรม

1) โรงแรมระดับ 5 ดาว (Luxury hotel) คือ โรงแรมที่มีมาตรฐานในการให้บริการต่อแขกดีเยี่ยม มีความหรูหราเป็นพิเศษ ซึ่งมีส่วนให้บริการและอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นด้านบริการ อาหารหรือความหรูหราของห้องพัก

2) โรงแรมระดับ 4 ดาว (First class hotel) คือ โรงแรมที่มีส่วนให้ความสะดวกสบายและการบริการครบถ้วน มีการจัดบริการที่ดี การจัดบริเวณรอบๆ โรงแรม ถ้าเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว ต้องจัดบรรยากาศทั้งในและนอกให้เป็นส่วนหนึ่งของที่ตั้งโรงแรม เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ขาดไม่ได้คือ สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร ห้องเลี้ยงรับรองและห้องประชุม และมีการจัดบริการด้านนำเที่ยวชมบริเวณโดยรอบ

3) โรงแรมระดับ 3 ดาว (Second class hotel) คือ โรงแรมที่มีการบริการและ ส่วนประกอบในการบริการดีกว่าโรงแรมระดับ 4 ดาว

4) โรงแรมระดับ 2 ดาว (Third class hotel) คือ โรงแรมที่มีการบริการและส่วน บริการและส่วนประกอบในความสะดวกสบายน้อย มีห้องหรือไม่มีเลยก็ได้

5) โรงแรมระดับ 2 ดาว (Third class hotel) คือ โรงแรมที่มีการบริการและส่วน บริการและส่วนประกอบในความสะดวกสบายน้อย มีห้องหรือไม่มีเลยก็ได้มาก

2.1.5 องค์ประกอบภายในส่วนของโรงแรม

ส่วนประกอบของโรงแรมสามารถแบ่งแยกออกเป็นส่วนใหญ่ๆได้หลายวิธี เช่น การแบ่งตาม ลักษณะการใช้สอย การแบ่งตามลักษณะรายได้ของส่วนนั้นๆ ฯลฯ แต่วิธีที่สะดวกแก่การดำเนินงาน คือการแบ่งตามลักษณะของกิจกรรม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

1. FRONT OF THE HOUSE (ส่วนนี้สำหรับผู้มาใช้บริการของโรงแรม)

2. BACK OF THE HOUSE (ส่วนนี้สำหรับให้บริการของโรงแรม)

รายละเอียด

1. FRONT OF THE HOUSE (ส่วนนี้สำหรับผู้มาใช้บริการของโรงแรม) คือ ส่วนที่ผู้มาใช้ บริการได้เข้ามาใช้บริการของโรงแรม ส่วนนี้จะตัดขาดจากส่วน BACK OF THE HOUSE ในด้านการ หมุนเวียนของคนและสิ่งของ แต่ทั้งนี้ต้องจัดให้บริการจาก BACK OF THE HOUSE เข้าถึงได้ อย่างใกล้ชิด ส่วนของ FRONT OF THE HOUSE จะมีการออกแบบตกแต่งสถานที่ประดับประดา อย่าง สวยงาม เพื่อสร้างความประทับใจและเป็นการชักจูงแขกผู้มาใช้บริการได้กลับมาใช้บริการอีกอัน หมายถึงรายได้และผลกำไรของโรงแรม FRONT OF THE HOUSE ประกอบด้วย

1.1 ทางเข้า ENTRANCE

1.2 สำนักงานส่วนหน้า FRONT OFFICE

1.3 ส่วนโถงและส่วนพักผ่อน LOBBY AND LOUNGE

1.4 ห้องน้ำสำหรับแขก TOILETS FOR GUEST

1.5 บริเวณบริการแขกในโรงแรม CONCESSION SPACE

1.6 บริเวณร้านค้าและเช่าซื้อของโรงแรม RENTAL SPACE

1.7 ส่วนให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม FOOD AND BEVERAGE SERVICE

SPACE

1.8 ส่วนบริการด้านสถานที่ BANQUETING FACILITIES

1.9 ส่วนบริการหรือส่วนประกอบพิเศษ SPECIAL ACCOMMODATION

1.10 ส่วนห้องพักแขก GUEST ROOM SPACE

ส่วนประกอบต่างๆของ FRONT OF THE HOUSE นี้ยังมีรายละเอียดปลีกย่อยออกไปดังนี้

1.1 ทางเข้าโรงแรม HOTEL ENTRANCE ทางเข้าโรงแรม อาจแยกได้หลาย

ลักษณะดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.1 ทางเข้าใหญ่ เป็นทางเข้าสู่โรงแรมโดยตรง ผู้มาใช้บริการ ของโรงแรมจะ สัมผัสกับจุดนี้จุดแรกเมื่อเข้าสู่โรงแรมควรเป็นจุดเด่นที่สามารถมองผ่านชัต และควรให้เห็น ส่วนภายในโรงแรม ซึ่งควรจะเป็นที่ที่ตรงไปยังแผนกต้อนรับ ได้โดยตรงการติดต่อระหว่าง ส่วนทางเข้าใหญ่กับส่วนทางเข้าใหญ่กับส่วนสัญจรภายนอกควรสะดวกสบายรวดเร็วที่สุด

1.1.2 ทางเข้าย่อย เป็นทางเข้าสำหรับคนภายนอกที่ไม่ได้มาพักที่โรงแรม แต่มาใช้ บริการด้านอื่นๆ ของโรงแรม

1.1.3 ทางเข้าของสัมภาระ ควรอยู่ใกล้ทางเข้าใหญ่เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการ ขนย้ายกระเป๋าจากพาหนะไปยังห้องพัก

1.1.4 ทางเข้าส่วนบริการ ทางเข้านี้จะต้องแยกออกจากทางสัญจรของแขก โดย เด็ดขาด แต่ต้องอยู่ในการขนส่งของ และมีที่เพียงพอสำหรับขนย้ายของโดยไม่รบกวนส่วน อื่นๆ ภายในโรงแรม

1.2.สำนักงานส่วนหน้า FRONT OFFICE ส่วนนี้เป็นส่วนกลางของกิจการต่างๆใน โรงแรม เป็นจุดที่แขกผู้มาพัก หรือผู้ที่ต้องการจะติดต่อธุรกิจบางอย่างกับโรงแรม จะต้องมาส่วนนี้ ก่อนนอกจากนี้ยังเป็นส่วนควบคุมการเข้าออกของ แขกด้วย สำนักงานส่วนหน้า ประกอบด้วย

1.2.1 เคาน์เตอร์ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของสำนักงานส่วนหน้าซึ่งแขก ของโรงแรม สามารถติดต่อ ในส่วนนี้ได้โดยตรง และมีหน่วยงานย่อยๆได้แก่

- ส่วนต้อนรับ
- ส่วนลงทะเบียน
- ส่วนจดหมาย ข่าวสาร ฤกษ์แจ
- ส่วนการเงิน
- ส่วนแลกเปลี่ยนเงินตรา

นอกจากนี้แล้วยังมีส่วนบริการร่วมอีก คือ

- เคาน์เตอร์ บริการเกี่ยวกับสัมภาระ ซึ่งแยกต่างหาก จากเคาน์เตอร์หน้า แต่อาจอยู่ใกล้ เคาน์เตอร์ส่วนหน้าได้ มีหน้าที่ต้อนรับแขกที่ประตู และจัดการเรื่องกระเป๋า และ สัมภาระ ต่างๆ

- BAGGAGE HANDLING เป็นส่วนเก็บสัมภาระของแขก

1.2.2 สำนักงานสนับสนุนเคาน์เตอร์ส่วนหน้า (OFFICE) มีส่วนประกอบ ย่อยดังนี้คือ

- TELEPHONE OPERTOR ควบคุมโทรศัพท์ จะทำหน้าที่บริการต่อ โทรศัพท์ ระหว่าง บุคคลภายนอกกับภายในทั่วทั้งโรงแรม เช่น ห้องพัก ส่วนบริการอื่นของโรงแรม ฯลฯ บริการ ต่อโทรศัพท์ข้ามประเทศ และบริการไนต์ หากโทรศัพท์แล้วไม่พบแขก หรือแขกไม่อยู่ ห้องพัก ส่วนนี้มีห้องกันเป็นสัดส่วน และป้องกันเสียงรบกวน อันเกิดจากเสียงโทรศัพท์ ส่วนนี้อาจมี บริการประกาศทางเครื่องขยายเสียงด้วย

- METERS & RECORDS มาตรการวัดและบันทึก ทำหน้าที่จัดบันทึกการใช้โทรศัพท์ของแขก ในระหว่างการเข้าพัก เพื่อจะนำมาคิดค่าใช้จ่าย ส่วนนี้จะอยู่ใกล้กับ TELEPHONE OPERTOR
- ACCOUNTANT พนักงานบัญชี ทำหน้าที่เกี่ยวกับบัญชีค่าใช้จ่ายของแขก ในระหว่างการ เข้าพัก ซึ่งจะใช้ในลักษณะของคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วขึ้น ซึ่งในส่วนนี้จะ มีตู้เซฟเล็กๆสำหรับเก็บรายได้ของแขกที่มา Check Out ในแต่ละวัน
- CREDIT MANAGER ผู้จัดการฝ่ายการเงินที่หน้าที่เก็บของมีค่าที่แขกนำมาฝากไว้ใน ระหว่างการเข้าพัก โดยไม่คิดค่าบริการ
- SORTING OFFICE แผนกสารบรรณ มีหน้าที่รับเอกสารหนังสือต่างๆ และแยกแยะเอกสาร ส่งไปตามหน่วยงานต่างๆ (เป็นคนประสานงานด้านธุรการ)
- PAGING AND COMMUNICATION การประกาศเรียกแขก และให้ข่าวสารทำหน้าที่ เกี่ยวกับ การบริการด้านเครื่องขยายเสียง เพื่อเรียกที่ผู้ที่ต้องการพบหรือบริการให้ข่าวสาร หรืออาจเป็นรูปของเอกสารต่างๆ
- FRONT OFFICE MANAGER ผู้จัดการส่วนหน้า ทำหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงาน ของส่วนหน้าทั้งหมด ควบคุมการดูแลหน้าที่ของพนักงานให้มีประสิทธิภาพดีเยี่ยมรวมทั้ง การฝึกงาน และออกคำสั่งพนักงาน ทุกคนในส่วนนี้
- COMPUTER OPERATIONS ส่วนควบคุมคอมพิวเตอร์ มีหน้าที่เป็นตัวแทนของเอกสาร ต่างๆ ในส่วนนี้เป็นเพียงเนื้อที่ห้องสำหรับตั้งคอมพิวเตอร์ ไม่มีพนักงานควบคุม และจะต่อ TERMINAL ไปจุดต่างๆในส่วนนี้ จะอยู่ในส่วนหลัง ไม่ยุ่งกับส่วนหน้าและส่วนต่างๆของโรงแรม ทั้งหมด
- ADVANCE RESERVATIONS ส่วนจองห้องพักส่วนหน้า มีหน้าที่บริการจองห้องพัก ล่วงหน้าไว้นานๆ จัดทำบัญชีการจองห้องพักล่วงหน้า และเช็คชื่อการจองห้องพักเมื่อแขกที่มาจองห้องพักมาจองตามกำหนด ส่วนนี้ทำงานต่อเนื่องกับส่วนลงทะเบียน ของเคาน์เตอร์ ส่วนหน้า และทำหน้าที่ติดต่อกับบริษัททัวร์ต่างๆ ที่มาใช้บริการจองห้องพักของโรงแรม
- REGISTRATION OFFICE ทำการลงทะเบียน มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องของแขกที่ลงทะเบียนแล้ว และเตรียมห้อง (SLIP) ที่จองไว้ในการลงทะเบียน
- ROOMSTATUS INDICATORS แผนกแสดงสถานภาพของห้องพักทั้งหมดของโรงแรม มีหน้าที่บอกสถานที่ของห้องพักนั้นว่าเป็นอย่างไร โดนจะมีแผงบอกตำแหน่งของห้องพักที่ ทันสมัยจะใช้ปุ่มไฟขึ้นที่ห้องทุกๆห้อง เช่น ปุ่มแสงสีแดง แสดงว่ามีแขกอยู่ ปุ่มแสงสีเหลืองแสดงว่าพนักงานกำลังทำความสะอาด ปุ่มแสงสีเขียวแสดงว่า ห้องว่าง ในส่วนนี้จะทำงานร่วมกับ ADVANCE RESERVATIONS มากกว่า REGISTRATION OFFICE ซึ่งจะไม่ยุ่งกับส่วนหน้า
- STATIONARY STORE ส่วนนี้เก็บอุปกรณ์การเขียน มีหน้าที่ เป็นส่วนเก็บของพวก เอกสารสิ่งพิมพ์และอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- TYPING AND COERICAL OFFICES ที่ทำงานพิมพ์ดีด และเสมียน มีหน้าที่พิมพ์เอกสาร และจัดการเกี่ยวกับเรื่องเอกสารต่างๆ

- MARKETING SALES OFFICE ส่วนการขาย การตลาด มีหน้าที่ขายห้องพักตามบริษัทต่างๆ เพื่อให้กลุ่มบริษัททัวร์เข้ามาใช้บริการ

1.3. ส่วนโถงและส่วนพักผ่อน (LOBBY LOUNGE) เป็นศูนย์กลางของการหมุนเวียนของแขก ลักษณะห้องโถงขอโรงแรมนั้น ส่วนใหญ่เป็นโถงพัก รอขนาดใหญ่ มีส่วนประกอบที่สำคัญคือ

1.3.1 ส่วนนั่งพักผ่อน

1.3.2 เคาน์เตอร์ส่วนหน้า

1.3.3 โทรศัพท์สาธารณะ

1.4. ห้องน้ำสำหรับแขก (TOILETS FOR GUEST) ห้องน้ำจัดไว้สำหรับแขกผู้ที่ใช้บริการของโรงแรม ซึ่งมีการจัดแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.4.1 ห้องน้ำสาธารณะ

1.4.2 ห้องน้ำในห้องพักแขก

1.4.3 ห้องน้ำสำหรับแขก (TOILETS FOR GUEST)

1.5. บริเวณบริการแขกในโรงแรม (CONCESSION SPACE) ส่วนบริการแก่แขกที่มาพักเป็นส่วนใหญ่ กิจกรรมอาจดำเนินการโดยทางโรงแรมเอง หรือบุคคลภายนอกสัมปทานไปดำเนินการเองก็ได้ ได้แก่

1.5.1 ร้านตัดผม จัดไว้สนองความต้องการของแขกในเรื่องการตัดผม โขนหนวด ฯลฯ มักจะมีแห่งเดียว ในโรงแรม มีประมาณ 4 ที่นั่ง เป็นอย่างน้อย

1.5.2 ร้านเสริมสวย จัดไว้สนองความต้องการของแขกผู้หญิงไว้แต่งผม แต่งเล็บ ฯลฯ จำนวนที่นั่งมักจะเป็นจำนวนครึ่งหนึ่งของที่นั่งใน

1.5.3 ร้านขายของ โรงแรมเล็กๆมักจะดำเนินการใน FRONT OFFICE ถ้าเป็น โรงแรมขนาดกลางอาจอยู่ใกล้ FRONT OFFICE และถ้าเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ จะมีการเปิด ร้านขายของเฉพาะ และมีของจุกจิกด้วย

1.5.4 VALET SHOP เป็นส่วนรับส่งเสื้อผ้าของแขก ส่งเสื้อผ้าที่ต้องการซักรีดไปยัง LAUNDRY

1.5.5 TELEGRAPH OFFICE ส่วนบริหารพิเศษเพื่อแบ่งเบาภาระของ FRONT OFFICE

1.6. บริเวณร้านค้าและเช่าซื้อของโรงแรม (RENTAL SPACE) เป็นบริเวณที่นอกเหนือการดำเนินการของโรงแรม โรงแรมจะให้เช่าเป็นรายเดือน ร้านเหล่านี้ จะมีของจำหน่ายทุกประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7. ส่วนให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE SERVICE SPACE) ส่วนบริการด้านอาหาร เครื่องดื่มแก่แขกที่มาพัก และผู้ที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราว เป็น ส่วนหนึ่งที่ใช้ดึงดูดความสนใจของผู้ที่มาใช้บริการทั่วไป ซึ่งสามารถทำรายได้เท่าเทียมกับห้องพัก แบ่งออกเป็น

1.7.1 ภัตตาคาร ห้องรับประทานอาหาร (RESTAURANT, DINING ROOM) บริการแก่แขกที่พักในโรงแรม และผู้ที่มาใช้บริการครั้งคราว จะบริการทั้ง 3 เวลา หรืออาจเปิดเฉพาะเวลาเที่ยงคืน หรือเย็นเท่านั้น แบ่งได้ดังนี้

- ภัตตาคารไทย
- ภัตตาคารจีน
- ภัตตาคารญี่ปุ่น
- ภัตตาคารฝรั่งเศส
- ภัตตาคารอิตาลี
- ห้อง GRILL ROOM (บริการอาหารประเภท ปิ้งย่าง)

1.7.2 ห้องรับประทานอาหารเฉพาะ (PRIVATE DINING ROOM) เป็นห้องอาหารที่แยกออกจากของอาหารใหญ่ สำหรับแขกที่ต้องการความเป็นส่วนตัว มีความจุ ประมาณ 8 – 10 คน

1.7.3 คอฟฟี่ช็อป (COFFEE SHOP) เป็นส่วนบริเวณอาหารและเครื่องดื่ม ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นส่วนบริการสำรองจากภัตตาคาร มีบริเวณส่วนปรุงอาหารแยกเฉพาะส่วน โดยไม่ต้องพึ่งครัวใหญ่ เพราะบริการแต่อาหารที่ท่าง่ายๆ และรวดเร็วในราคาปานกลาง บางครั้ง อาจจะมีจัดเป็นห้อง หรือบริเวณกึ่งกลางแจ้งริมสระว่ายน้ำก็ได้

1.7.4 คอกเทล เลาจน์ (COCKTAIL LOUNGE) ส่วนนี้เป็นส่วนบริการเครื่องดื่ม อาจเป็นส่วนพักคอย ก่อนรับประทานอาหารในภัตตาคาร และยังจัดมีห้องเฉพาะด้วย

1.7.5 บาร์ (BARS) เป็นส่วนบริการทุกประเภท เปิดช่วง 11.00 น. – 02.00 น. บรรยากาศภายในจะเจิบๆ ไม่ดังมาก อาจมีเพียงดนตรีเพียงชิ้นเดียว อาจเป็นเปียโน หรือกีตาร์ซับกล่อม จุดประสงค์ใหญ่ของผู้ที่มาใช้บริการ จะเป็นการพักผ่อนหรือคุยกันมากกว่า

1.7.6 ไนท์คลับ (NIGHT CLUB) เป็นสถานที่ให้ความสนุกสนานกับแขกด้านการเต้นรำ ฟังเพลง สนทนา พบปะสังสรรค์ บริการเครื่องดื่มต่างๆ โดยเปิด ระหว่าง 20.30 น. – 01.00 น. ในวันเสาร์อาทิตย์ ประกอบด้วยโต๊ะขนาดเล็กสำหรับวางเครื่องดื่ม มีส่วนตั้งวง ดนตรี และฟลอร์เต้นรำ บรรยากาศค่อนข้างมืดสลัว

1.8. ส่วนบริการด้านสถานที่ BANQUETING FACILITIES เป็นสถานที่เปิดให้บุคคลเช่าเพื่อประกอบกิจการต่างๆ เช่น จัดเลี้ยง สัมมนา หรือจัด นิทรรศการชั่วคราว ควรมีทางเข้าแยกต่างหาก จากทางเข้าของโรงแรม โดยจัดเข้าในโถงห้องพักคอย ของส่วนบริการด้านสถานที่ก่อน เพราะมีจำนวนคนใช้เป็นกลุ่มใหญ่ไปในทางเดียวกันต้องการจะอำนวยความสะดวกให้สามารถจัดเปลี่ยน

ใช้กับหน้าที่ใช้สอยต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับงาน เพราะงานจะมี ตอนกลางคืนอัตราห้องไม่ตายตัว ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรม และมีหลายห้องได้ ส่วนประกอบอาจ แบ่งได้ตามนี้

1.8.1 โถงทางเข้า เป็นส่วนพักก่อนเข้าสู่งาน มีห้องน้ำ ในส่วนนี้ เป็นโถง ติดต่อกับ ส่วนสาธารณะ ส่วนอื่น ไปยังส่วนอเนกประสงค์

1.8.2 ส่วนอเนกประสงค์ เป็นส่วนที่ใช้ในการจัดงานประชุม งานเลี้ยง ฯลฯ สามารถปรับขนาดของห้องได้โดยใช้ประตูเลื่อนได้กั้นแบ่งห้องย่อยเป็นส่วนสำคัญของโรงแรม เนื่องจากห้องนี้สามารถเปลี่ยนแปลงใช้ประโยชน์ ได้หลายอย่าง

1.8.3 ส่วนบริการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- ส่วนเตรียม เป็นที่จัดเตรียมอาหารรับอาหารจากครัวใหญ่ ในกรณีที่ครัวใหญ่อยู่ไกล ควรมี ทางเดินติดต่อกับครัวใหญ่ต่างหากโดยไม่ปนกับส่วนของสาธารณะ ถ้าครัวอยู่ใกล้กับที่อเนกประสงค์แล้วจัดที่เตรียมอาหารอยู่ในครัวใหญ่ได้เลย ภายในส่วนเตรียมอาจมีอุปกรณ์ที่ครัวอยู่ครบครัน

— ส่วนเก็บ ส่วนนี้จะอยู่ใกล้กับห้องอเนกประสงค์เป็นที่สำหรับเก็บอุปกรณ์ เครื่องเรือน และ อุปกรณ์อื่นที่ใช้ ในการประกอบการจัดงานในด้านสถานที่

1.9 ส่วนบริการหรือส่วนประกอบพิเศษ (SPECIAL ACCOMMODATION) คือ บริเวณส่วนประกอบพิเศษ สำหรับให้ความสะดวกสบายแก่แขกผู้ที่มาพัก และบุคคลทั่วไป รวมทั้งพนักงาน

1.9.1 ส่วนปฐมพยาบาล (FIRST AID) ส่วนใหญ่จะบริการสำหรับพนักงานของ โรงแรม มีส่วนรักษา ชั้นปฐมพยาบาลพร้อมห้องตรวจโรค ควรมีทางเข้าออก 2 ทาง เพื่อให้สับสน และออกด้านหลังได้ในกรณีฉุกเฉิน ควรติดกับที่จอดรถ

1.9.2 สระว่ายน้ำ (SWIMMING POOL) ควรเป็นส่วนตัวไม่ควรถูกรบกวนจาก บุคคล ภายนอก บริเวณ รอบสระควรมีบริการด้านอาหารเพื่อให้บริการแขก และมีแสงสว่างเพียงพอสำหรับการจัดงานตอนกลางคืน ส่วนเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย และการทำความสะอาด ร่างกายก่อนและหลังว่ายน้ำ ควรอยู่ในที่มิดชิดพอสมควร ไปใช้ได้สะดวก แต่ไม่ควรอยู่บริเวณ เดียวกันจนทำให้เสียบรรยากาศ ส่วนนี้จะแยกออกเป็นสวนชายหญิง

1.9.3 ทางเดินสัญจร (CORRIDOR) ที่เชื่อมระหว่างอีกส่วนหนึ่งไปยังอีกส่วนหนึ่ง

1.9.4 TERRACE & GARDEN บริเวณพักผ่อนที่อยู่นอกตัวอาคาร เพื่อเป็นการ เปลี่ยนอิริยาบถ TERRACE อาจมีหลายส่วนให้บริการอาหารเครื่องดื่ม เช่น RESTAURENT ส่วน GARDEN อาจเป็นส่วนหย่อมจัดด้วยพรรณไม้ต่างๆ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

1.10 ส่วนห้องพักแขก (GUEST ROOM) เป็นส่วนที่สำคัญ เป็นจุดประสงค์ในการลงทุนการให้เช่าห้องพัก ดังนั้นจึงควรทำส่วนนี้ให้ดี ที่สุด เพื่อผลกำไรของโรงแรม ส่วนนี้ประกอบด้วย ส่วนใหญ่ 2 ส่วน คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.10.1 ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM) ซึ่งประกอบด้วยส่วนนอน ห้องน้ำ ส่วนเก็บ เสื้อผ้าและสัมภาระต่างๆถ้าเป็นห้องชุดจะมีเนื้อที่นั่งเล่นเพิ่มขึ้นอีกส่วนหนึ่ง

1.10.2 ส่วนบริการห้องพัก (GUEST FLOOR SERVICE) เป็นส่วนบริการของโรงแรม ที่ให้แขกที่มาพักโดยเฉพาะ

1.10.1 ส่วนห้องพัก (GUEST ROOM) ประเภทของห้องรับแขก แบ่งออกเป็น

- ห้องทั่วไป ประกอบด้วย

1.ห้องนอนเตียงเดี่ยว

2.ห้องนอนคู่

3.ห้องนอนเตียงคู่

- ห้องชุด มีประตูที่ผนังห้องทั้ง 2 เปิดต่อเนื่องกันโดยไม่ต้องเปิดประตูหน้าห้องออกไป เพื่อเข้า อีกห้องหนึ่ง ห้องแบบนี้จัดเหมือน TWIN BEDROOM 2 ห้อง หรือส่วนหนึ่งเป็นห้องนอน และอีกส่วนหนึ่งเป็นห้องนั่งเล่น

- ห้องนอนพิเศษ ห้องนอนแบบนี้ประกอบด้วยห้องนอนเตียงคู่ ส่วนนั่งเล่นหรือรับแขก ส่วนเตรียมอาหาร ส่วนประชุม หรือห้องนอนอีกชุดหนึ่ง

1.10.2 ส่วนบริการห้องพัก ประกอบด้วย

- ส่วนบริการอาหาร เป็นส่วนบริการอาหารไปยังห้องพักส่วนนี้ประกอบด้วย ส่วนล้างมือ อ่างล้างจาน ที่ เก็บถ้วยชาม เตาอุ่น อาหารจากครัวใหญ่ที่ส่งมาให้ห้องพักจะต้องผ่านส่วนนี้ เพื่อทำการอุ่นอาหารด่วน บางโรงแรมไม่มีส่วนบริการนี้

- VALET ROOM ทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับส่ง เสื้อผ้าที่แขกส่งไปซักรีดและจัดคืน

- ห้องพนักงานรับใช้ เป็นห้องพนักงานทำความสะอาด

2. BACK OF THE HOUSE (ส่วนบริการของโรงแรม) เป็นส่วนบริการของโรงแรมโดยตรง แต่เป็นส่วนบริหารดำเนินงาน และให้บริการส่วนต่างๆ เพื่อสนับสนุนส่วนผู้มาใช้บริการของโรงแรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ

2.1 ส่วนบริหาร (ADMINISTRATIVE QUARTER) ถือเป็นหัวใจ และมันสมองในการดำเนินกิจการของโรงแรม ประกอบด้วย

2.1.1 ส่วนผู้จัดการ (MANAGER'S OFFICE) เป็นส่วนทำงานของผู้จัดการและ เจ้าหน้าที่บริหาร เช่น

- ผู้จัดการทั่วไป

- ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

- ผู้จัดการฝ่ายดูแลสถานที่

- ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 ส่วนบัญชี (ACCOUNTING OFFICE)

2.1.3 ส่วนทั่วไป (GENERAL OFFICE) เป็นที่ทำงานของส่วนต้อนรับและฝ่ายต่างๆ

2.2 ส่วนบริการ (SERVICE QUARTER)

2.2.1 เนื้อที่บริการ เป็นส่วนบริการทั่วไป ต้องอยู่ในบริเวณที่รถเข้าถึง และติดต่อกับส่วนที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- ทางเข้าส่วนบริการ ต้องไม่ประปนกับส่วนของผู้ที่มาใช้บริการ
- ที่จอดรถขนของ ที่จอดรถบรรทุกพัสดุ
- ชานชาลา เป็นส่วนขนถ่ายพัสดุ
- ส่วนรับของ เป็นที่สำหรับเช็คพัสดุเข้า-ออก บริเวณนี้มีเคาน์เตอร์ของ

พนักงานสำหรับ ตรวจสอบพัสดุ

- ห้องเก็บของ

2.2.2 เนื้อที่เก็บของ แบ่งออกได้ดังนี้

- ห้องเก็บของทั่วไป อยู่ใกล้ทางเข้าส่วนบริการและส่วนรับของ
- ส่วนเก็บเครื่องเรือน

2.2.3 เนื้อที่พนักงาน

- ทางเข้าออกของพนักงาน
- ห้องเก็บของและเปลี่ยนเครื่องแบบของพนักงาน แยกเป็นส่วนชาย-หญิง
- ห้องรับประทานอาหารของพนักงานควรจัดอยู่ในส่วนที่พนักงานใช้ได้

สะดวกและไม่ปะปน กับส่วนที่แขกผู้มาใช้

2.2.4 ส่วนซักรีด แบ่งได้ดังนี้

- ส่วนห้องซักรีด บางโรงแรมส่วนนี้ไม่ได้ดำเนินการเอง
- ห้องผ้า

2.2.5 คริว เป็นที่สำหรับปรุงอาหารเพื่อส่งไปยังส่วนต่างๆของโรงแรม

ครัวใหญ่ของโรงแรม

- ส่วนทำขนมปัง
- ส่วนเตรียม
- ส่วนปรุงอาหาร
- ห้องบริการอาหาร
- ส่วนทำงานพ่อครัว
- ห้องเก็บอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ใกล้ครัวบางออกเป็น 3 ส่วน คือ
- STEWARD'S STORE ROOM ที่เก็บอาหารแห้ง
- BEVERAGE STORE ROOM ห้องเก็บเครื่องดื่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- DISH WASHING AREA ส่วนล้างภาชนะ

2.2.6 ส่วนซ่อมบำรุงและห้องเครื่อง แบ่งเป็นส่วนต่างๆ คือ

- ห้องซ่อมเครื่อง แบ่งย่อยได้คือ

1. PLUMBING & ELECTRIC SHOP ส่วนซ่อมท่อน้ำและอุปกรณ์ไฟฟ้า

2. CARPENTRY & UPHOLSTERING SHOP ซ่อมแซมเครื่องเรือน

3. PAINTING & VANISH ROOM ทาสีและขัดมันทั้งเครื่องมือเครื่องใช้และสถานที่

- ห้องเครื่อง เป็นส่วนที่ควบคุมดูแลปฏิบัติงานของเครื่องกลต่างๆ

ประกอบด้วยส่วน ต่างๆดังนี้

1. BOILER ROOM บริเวณที่ตั้งของเครื่องต้มน้ำ สำหรับแจกจ่ายไปยังส่วนต่างๆ

2. FUEL STORAGE เป็นส่วนเก็บเชื้อเพลิง

3. TRANSFORMER VAULT. ห้องหม้อแปลงไฟฟ้า

4. AIR CONDITION MACHINE ROOM บริเวณติดตั้งระบบเครื่องปรับอากาศ

ภายใน อาคารภายในอาคาร

5. ENGINEER OFFICE เป็นห้องทำงานของวิศวกร และเจ้าหน้าที่ดูแลบำรุงรักษา

เครื่องจักร โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในส่วนโรงแรม ดังนี้

1. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก

- 100% cotton oversized bath towels
- Down pillows
- Duvets available
- Hair dryer
- Make-up/shaving mirror
- Refrigerated private bar
- Terry cloth slippers
- Thick terry bathrobes
- DVD player available
- Wi-Fi internet
- Room includes continental breakfast

2. สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

- จุดบริการข้อมูลท่องเที่ยว
- Wi-Fi internet
- ที่จอดรถ
- บริการซักรีด/ซักแห้ง
- ร้านอาหาร, บาร์
- ตู้นิรภัย
- ห้องออกกำลังกาย
- ห้อง Gallery
- บริการนวดแผนโบราณ และ สปา
- ร้านขายของ
- สระว่ายน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.6 ข้อมูลของแบรนด์ ISSEY MIYAKE

2.1.6.1 ความเป็นมาของแบรนด์ ISSEY MIYAKE

มียาเกะ ผู้ก่อตั้งแบรนด์ เขาได้ศึกษาการออกแบบกราฟิก ที่ Tama Art University ใน Tokyo ตอนที่ศึกษาอยู่ทำคอลเลกชันแรก ชื่อวิทยานิพนธ์ว่า "บทโคลงแห่งวัตถุและก้อนหิน" สำเร็จการศึกษาในปี 1964 หลังจากจบการศึกษา จากนั้นเขาเดินทางไปปารีส เรียนต่อที่สถาบันออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าชั้นสูง Chambre Syndicale de la Couture Parisienne ในปี 1966 เขาทำงานเป็นผู้ช่วยดีไซน์เนอร์กับห้องเสื้อ กิลาโรซ และย้ายไปอยู่กับ Givenchy ในปี 1968 และ เดินทางกลับมาที่โตเกียวในปี 1970 จากนั้นมียาเกะ ได้ก่อตั้ง the Miyake Design Studio ในช่วงปลายยุค 80 เขาเริ่มต้นทดลองกับการจับพลิต ซึ่งทำให้เกิดความเคลื่อนไหวขณะสวมใส่และง่ายต่อการดูแลรักษา ต่อมาเขาได้คิดค้นเทคนิคใหม่ที่ชื่อว่า garment pleating ซึ่งเป็นวิธีการจับพลิตที่เป็นเทคโนโลยีแบบใหม่ที่มียาเกะได้ทำการคิดค้นขึ้นมาเองจากประสบการณ์ต่างๆที่เขาได้เรียนรู้มา และ ในปี 1993 เสื้อผ้าชิ้นแรกของ Pleats Please ก็ได้ถูกเย็บขึ้น เขาตัดเย็บชุดสำหรับ Ballett Frankfurt ด้วยพลิตในชื่อว่า "the Loss of Small Detail" William Forsythe และทำงานกับ "Garden in the setting" เขาร่วมมือกับนักเซรามิกชาวออสเตรเลีย Lucie Rie เพื่อผลิตกระดุมที่สวยงามจากดินเผาและใช้ประกอบการตัดเย็บ ในปี 1994 และ 1999 มายาเกะ เริ่มออกแบบและผลิตเสื้อผ้าชายและหญิง และได้ร่วมงานกับนาโอกิ ทากิซาวา ผู้สานต่อธุรกิจ และในปี 2007 นาโอกิ ทากิซาวา ได้เปิดผลิตภัณฑ์ของตัวเอง ด้านงานดีไซน์นาโอกิได้ให้ ไต พูจิวารุา ดูแลแทน ส่วนตัวอิสเซ่ มียาเกะได้กลับไปทำงานค้นคว้า ทดลองต่อไป จึงเกิดเป็นเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ที่เป็นแบบเฉพาะตัวของมียาเกะ

2.1.6.2 เอกลักษณ์ของแบรนด์ ISSEY MIYAKE

สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ ISSEY MIYAKE คือการจับพลิตของเสื้อผ้า ที่มียาเกะเป็นผู้คิดค้นเทคนิคการจับพลิตขึ้นมาด้วยตนเอง มียาเกะสร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้แก่วงการแฟชั่นโลก ในช่วงทศวรรษ 2530 ด้วยแบรนด์ "Pleats Please" ซึ่งใช้เทคนิคใหม่ "ปฏิวัติ" การทำเครื่องแต่งกายด้วย ผ้าพลิต ด้วยการค้นคว้าและวิจัยเป็นระยะเวลาานาน แต่เดิมนั้นจะต้องนำผ้าไปอัดพลิตก่อน จึงจะนำมาตัดเย็บ แต่มียาเกะกลับตัดเย็บก่อนแล้วจึงนำมาอัดพลิตด้วยเทคนิคใหม่ และจัดโชว์โดยการม้วนเสื้อผ้าเหล่านั้นให้เป็นก้อน เมื่อคลี่ออกมาก็สวมใส่ได้อย่างสวยงาม และพลิ้วไปตามการเคลื่อนไหวโดยไม่ต้องพึ่งพาเตารีด "Pleats Please" จึงได้รับ ความนิยมนอย่างรวดเร็วและกลายเป็นเอกลักษณ์ของมียาเกะในเวลาต่อมา ทำให้การจับพลิตกลายเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์นับแต่นั้นมา ซึ่งเทคนิคการจับพลิตนี้ทำให้ผ้าที่นำมาทำเสื้อผ้ามีความยืดหยุ่น สวมใส่สบาย และสามารถดูแลรักษาได้ง่าย เอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของแบรนด์ ISSEY MIYAKE คือการนำเอาเอกลักษณ์ของญี่ปุ่นคือการพับกระดาษแบบโอริกามิ มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบกระเป๋าซึ่งทำให้กระเป๋ามีดีไซน์ที่สวยงามและยังมีความแข็งแรงอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.6.3 ประเภทสินค้าของแบรนด์ ISSEY MIYAKE

ISSEY MIYAKE เป็นเสื้อผ้าอย่างแรกที่ทำให้แบรนด์ ISSEY MIYAKE ได้ถือกำเนิดขึ้น เป็นเสื้อผ้าที่ออกแบบโดยเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนร่างกายมนุษย์และเสื้อผ้าที่สวมใส่ ทำให้เสื้อผ้าทุกชิ้นนอกจากจะมีดีไซน์ที่สวยงามแล้วยังสวมใส่สบายอีกด้วย

ISSEY MIYAKE PLEATS PLEASE เป็นอีกหนึ่งแบรนด์ที่ทำให้ ISSEY MIYAKE เป็นแบรนด์ที่โด่งดังและมีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำจากการจับพลีตที่เป็นเทคนิคเฉพาะของแบรนด์

ISSEY MIYAKE MAN เป็นแบรนด์ที่ผลิตและออกแบบเสื้อผ้าโดยเน้นที่เสื้อผ้าผู้ชาย

HOMME PLISSE' ISSEY MIYAKE เป็นแบรนด์ที่เน้นเสื้อผ้าผู้ชายแต่ดีไซน์ให้มีความคล่องแคล่วและดูกระฉับกระเฉงมากยิ่งขึ้น

HaaT เป็นเสื้อผ้าที่ออกแบบโดยผสมผสานระหว่างสไตล์การออกแบบของญี่ปุ่นและสไตล์การออกแบบของอินเดีย เป็นเสื้อผ้าที่เน้นสีส้มและมีความสนุกสนานของลวดลาย

CAULIFLOWER เป็นเสื้อผ้าที่เน้นการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน

132.5 ISSEY MIYAKE เป็นการออกแบบเสื้อผ้าที่นำเอารูปทรงสามมิติมาใช้ในการออกแบบ

BAO BAO เป็นแบรนด์กระเป๋า ที่นำเอาเอกลักษณ์ของการพับกระดาษแบบญี่ปุ่นมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ

ISSEY MIYAKE PARFUMS แบรนด์น้ำหอมที่นำเอากลิ่นหอมของดอกไม้ชนิดต่างๆ มาผสมกันอย่างลงตัว

ISSEY MIYAKE WATCH แบรนด์นาฬิกาซึ่งออกแบบให้มีความเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยลูกเล่นและสวมใส่ได้สบาย

2.1.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ

2.1.7.1 ความหมายของ Business Hotel

Business Hotel จะตั้งอยู่ในตัวเมืองหรือในย่านธุรกิจการค้า ซึ่งเป็นบริเวณที่สะดวกต่อการติดต่อกิจการของแขกที่มักเป็นนักธุรกิจ มุ่งขายห้องพักแก่นักธุรกิจเป็นหลักทางโรงแรมได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ไว้พร้อม เช่น บริการอาหาร บริการซัก-รีด ร้านขายของที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระลึก คลินิก สระว่ายน้ำ ศูนย์สุขภาพ สถานที่จำหน่ายบัตรโดยสารต่างๆ สามารถไปไหนมาไหน ได้สะดวกเพราะอยู่ในย่านชุมชนธุรกิจที่มีการคมนาคมสะดวก

2.1.7.2 ประวัติของแฟชั่น

เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่มนุษย์ต้องการในการดำรงชีวิตเพื่อปกปิดร่างกายและให้ความอบอุ่น ความเจริญของมนุษย์ทำให้เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เสื้อผ้ายังบ่งบอกถึงลักษณะของผู้สวมใส่ได้ด้วย เช่น ฐานะ, เชื้อชาติ, ฯลฯ

การพัฒนาของแฟชั่นในแต่ละยุคสมัยแตกต่างกันมาก ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆอย่าง เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ภูมิอากาศ ฯลฯ ในคริสต์ศตวรรษที่ 20 แฟชั่นโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะปี ค.ศ. 1920 - 1930 หรือเรียกว่ายุค แพลปเปอร์ (Flapper) ผู้หญิงสวมกระโปรงสั้นเป็นครั้งแรก และหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้หญิงต้องออกจากบ้านเพื่อทำงานหาเลี้ยงชีพ ดังนั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ย่อมเปลี่ยนไปเพื่อเอื้อประโยชน์ในผู้สวมใส่มากขึ้น ทางเก็งจิ้งเป็นที่นิยม ตั้งแต่ยุคแพลปเปอร์เป็นต้นมา แฟชั่นของโลกได้ก้าวเข้าสู่ความเป็นสากล เพราะการติดต่อสื่อสารของโลกตะวันตกและตะวันออกเป็นได้เปิดกว้างมากขึ้น มีการไปมาหาสู่กัน แฟชั่นของโลกตะวันตกจึงเข้ามามีบทบาทกับโลกตะวันออก เช่น คนไทยรณรงค์ให้สวมหมวก หรือ ผู้หญิงไทยเลิกสวมโจงกะเบน เพื่อความเป็นสากล

ลักษณะหรือแบบแผนของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของแต่ละยุคสมัย เรียกว่า สไตล์ (Style) แต่ละคนมีสไตล์การแต่งตัวไม่เหมือนกัน เช่น บางคนชอบแต่งตัวสไตล์ พังก์ (Punk) หรือเด็กสาวๆชอบสไตล์เซ็กซี่ ที่ฝรั่งเรียกว่า ราซี (Racy or Provocative) ส่วนคำว่า เทรนด์ (Trend) คือ แฟชั่นล่าสุดที่กำลังเป็นที่นิยม

สไตล์การแต่งตัวสามารถจำแนกได้เป็นประเภทนับไม่ถ้วน ต่อไปนี้เป็นสไตล์เด่นๆ หลักๆ ที่เป็นที่นิยมในอดีตจนถึงปัจจุบัน บางสไตล์ถือว่าล้าสมัยไปแล้วในปัจจุบัน บางสไตล์ถือว่าเป็นคลาสสิก เพราะแต่งเมื่อไร ก็ไม่ถูกมองว่าเชยหรือดกรุ่น อย่างไรก็ตามยังมีบางสไตล์ที่เคยล้าสมัยไปแล้วอาจเวียนกลับมาเทรนด์อีกครั้ง

-อุตสาหกรรมแฟชั่น

อุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นเป็นสิ่งที่เริ่มขึ้นในแฟชั่นเสื้อผ้ายุคใหม่ โดยช่วงก่อนปี พ.ศ. 2500 การตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นส่วนใหญ่ยังเป็นการสั่งตัดโดยแต่ละบุคคล ตัดเย็บโดยช่างตัดเสื้อ แต่หลังจากนั้นเมื่อเริ่มมีเครื่องจักรเข้ามาเกี่ยวข้องในการตัดเย็บ หรือ จักรเย็บผ้า และมีโลกเข้าสู่ระบบทุนนิยม มีห้างสรรพสินค้า มีการ ผลิตเสื้อผ้าออกมาในรูปแบบจำนวนมาก ขนาดเดียวกัน ราคาเดียวกัน ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นเริ่มต้นอย่างแท้จริง อีกทั้งอุตสาหกรรมแฟชั่นยังได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารที่มีการพัฒนาขึ้นพร้อมๆกัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อวิทยุ โทรทัศน์ จนถึงยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามในยุคเริ่มแรกของ อุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นเริ่มที่ฝั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยุโรป ต่อมาที่ฝั่งอเมริกา จนมาถึงยุคปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นเป็นออกแบบในประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่การผลิตและจำหน่าย นั้นทำในอีกประเทศหนึ่ง เช่น แฟชั่นที่ผลิตโดยบริษัทแฟชั่นในสหรัฐอเมริกาออกแบบในประเทศ แต่ผลิตในจีนหรือเวียดนามหรือ ศรีลังกาแล้วนำกลับมาในประเทศ และกระจายขายสินค้าทั่วโลกอีกครั้ง

-แฟชั่นในประเทศไทย

ลักษณะแฟชั่นในประเทศไทยนั้นโดยส่วนใหญ่ประชากรนั้นได้รับอิทธิพลมาจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น วัฒนธรรมแฟชั่นจากประเทศ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ตัวอย่างแฟชั่นปัจจุบันในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องด้วยหลากหลายเหตุผลเช่น ความคลั่งไคล้ศิลปินราคาสินค้าจากประเทศจีนที่มีราคา ต่ำกว่าสินค้าแฟชั่นในประเทศไทย กระแสวัฒนธรรมทางเทคโนโลยี เป็นต้น วัฒนธรรมแฟชั่นในประเทศไทยนั้นไม่ค่อยได้รับการพัฒนามากนัก เนื่องจากปัญหาแรงงานที่ขาดแคลน เนื่องจากมีราคาขั้นต่ำที่สูงเกินกว่าอุตสาหกรรมจะแข่งกับสินค้าแฟชั่นที่ทะลักมาจากประเทศจีนได้ เมื่อมีสินค้าที่วัฒนธรรมจีนหรือญี่ปุ่นหรือเกาหลีได้เข้ามาเป็นส่วนใหญ่ ทำให้แฟชั่น ในประเทศไทยจึงมีลักษณะตามที่กล่าวมา

2.1.7.3 องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจบริการสปา

สปา มาจากภาษาลาติน “Sanus Per Aquam” หมายความว่า การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำซึ่งช่วยให้มีสุขภาพที่ดีและผ่อนคลาย ตามคำนิยามที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป สปา หมายถึงการบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สปาเป็นการบำบัดแบบองค์รวมที่เน้นการป้องกันการเจ็บไข้ได้ป่วยมากกว่าการรักษาที่อาการ Wildwood, Chrissie, 1997 กล่าวว่า การที่อารมณ์แปรปรวนมีโอกาสทำให้เกิดการเจ็บไข้ได้ป่วย ประเทศไทยต้องถือได้ว่าเป็นประเทศแรกที่มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการด้านสปาเพื่อสุขภาพออกมาอย่างชัดเจน โดยมีการกำหนดคำจำกัดตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ. 2547) มีใจความดังนี้ “กิจการสปาเพื่อสุขภาพ หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพโดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาบำบัด และการควบคุมอาหาร โยคะ และการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ หรือไม่ก็ได้”

2.1.7.3.1 การวิวัฒนาการสปา

สปาวิวัฒนาการมาตั้งแต่สมัยอียิปต์ กรีก โรมันที่มีการทำพิธีกรรมทางศาสนาด้วยการชำระล้างร่างกาย จิตใจและจิตวิญญาณด้วยน้ำโดยมีการนำศาสตร์ของอโรมาเธอราพีใช้บำบัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุขภาพแบบองค์รวม ถือได้ว่าชาวโรมันเป็นผู้ที่มีรสนิยมในการใช้ชีวิตอย่างมาก การอาบน้ำพุร้อนถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะใช้ทั้งการอาบน้ำทำความสะอาดร่างกายแล้ว ยังใช้ดูแลสุขภาพที่ดีอีกด้วย การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยในกลุ่มชนชั้นสูงเป็นสิ่งที่กระทำกันแพร่หลาย คำว่า “สปา” ถือว่าก่อกำเนิดราวศตวรรษที่ 17 มาจากเมืองเล็กๆในประเทศเบลเยียมที่ตั้งอยู่ในดินแดนที่ เรียกว่าเทือกเขาแห่งอาร์เดนเนส (Ardennes Mountains) ที่มีน้ำพุร้อนใช้ในการดูแลสุขภาพ เมืองนี้ได้รับการขนานนามว่า “Gem of the Ardennes” การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมยังรวมถึงการทำสมาธิ การฝึกลมหายใจ การออกกำลังกาย วิธีการเหล่านี้จะช่วยในการลดระดับความเครียดได้ Rojas and Kleiner 2000; Mullally, 2002 กล่าวว่าการทำสมาธิ โยคะจะทำให้ภาวะจิตเข้าสู่ความสมดุลและทำให้ร่างกายได้ผ่อนคลาย แม้แต่ประเทศจีนยุคก่อนก็ใช้สมุนไพรรักษาโรคควบคู่กับการฝังเข็มและการนวดรักษาคนเจ็บไข้ได้ป่วยเป็นจำนวนมาก (Wildwood, 1997) สำหรับประเทศไทย มีจุดเด่นในการบำบัดด้วยวิธีธรรมชาติโดยเฉพาะการนวดที่มีหลักฐานที่ปรากฏอยู่ในศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงที่ขุดพบที่ป่ามะม่วง จังหวัดสุโขทัย เมื่อถึงยุคสมัยกรุงศรีอยุธยารัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช การแพทย์แผนไทยรุ่งเรืองมาก โดยเฉพาะการนวดไทย ในสมัยพระบรมไตรโลกนาถได้มีการแบ่งส่วนราชการด้านการแพทย์ให้กรมหมอนวด ศาสตร์การนวดไทยบางส่วนได้สูญหายไปจากการเกิดภาวะสงคราม สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกทรงโปรดให้ปั้นรูปฤาษีตัดตนครบ 80 ท่าและจารึกสรรพวิชาการนวดไทยลงบนแผ่นหินอ่อน 60 ภาพแสดงถึงจุดนวดอย่างละเอียด ประดับบนผนังศาลารายและบนเสาศาภายในวัดโพธิ์ วัฒนาการของการนวดไทยจึงได้ถูกสืบทอดต่อมาจนกระทั่งปัจจุบันนี้ การนวดแผนไทยได้แผ่ขยายเป็นวงกว้างทำให้ชาวต่างชาติมีความสนใจที่จะได้รับบริการนวดไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นนวดแบบราชสำนักหรือนวดแบบเชลยศักดิ์ ด้วยความโดดเด่นของศิลปะการนวดแบบไทยเป็นที่นิยมกลุ่ม ชาวต่างประเทศจึงเกิดการผสมผสานศาสตร์การนวดแผนไทยเป็นที่นิยมกลุ่มชาวต่างประเทศจึงเกิดการผสมผสานศาสตร์การนวดแผนไทยเข้ากับธุรกิจสปา ให้เป็นการจัดรูปแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย เรียกว่า ไทยสปา (Thai Spa)

2.1.7.3.2 การจำแนกประเภทสปา

1) Club Spa เป็นสปาที่มุ่งเน้นที่การออกกำลังกายเสริมสร้างสมรรถนะในความแข็งแรงของร่างกาย และมีการให้บริการด้านการนวด การอบไอน้ำ การอบเซาร้อน น้ำเย็น รวมถึงโยคะ หรือการออกกำลังกายอื่นๆ สปาประเภทนี้จะไม่มียอดพักให้บริการ

2) Cruise ship Spa เป็นสปาที่อยู่ในเรือ โดยเน้นการผ่อนคลายด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการบำบัด ความงาม การนวด หรือแม้กระทั่งการจัดทำกิจกรรมอื่นๆที่ทำให้จิตใจสงบ แนวโน้มสปาประเภทนี้ได้รับความนิยมมากขึ้น

3) Mineral Spring Spa เป็นสปาที่ใช้น้ำพุร้อนหรือน้ำแร่เพื่อการบำบัด โดยเฉพาะนอกเหนือจากการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ อย่างในประเทศไทยที่มีโอกาสที่จะพัฒนาบริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติที่มีอยู่หลายแห่งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสปาได้เป็นอย่างดีในอนาคต

4) Destination Spa เป็นสปาที่เน้นการพักผ่อนระยะยาวเพื่อทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง มีการให้คำปรึกษาแนะนำการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การนวด การโภชนาการ บำบัดหรือกิจกรรมอื่นๆ

5) Hotel and Resort Spa เป็นสปาที่ดำเนินการตามรีสอร์ทหรือโรงแรมโดยเสนอบริการหลัก ได้แก่การออกกำลังกาย การนวด การอบตัว โภชนาการบำบัด ผู้ที่มาใช้ส่วนใหญ่มักจะเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม

6) Day Spa เป็นสปาที่สามารถดำเนินการได้ตามที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้าหรือสนามบิน ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะสั้นๆประมาณ 1-5 ชั่วโมง

7) Medical Spa เป็นสปาที่เน้นการบำบัดสุขภาพซึ่งอาจเป็นแพทย์แผนปัจจุบัน หรือ แพทย์ทางเลือก การให้บริการจะเน้นเชิงการแพทย์มากกว่า สปาที่เป็นที่นิยมกันมาก ได้แก่ Destination Spa, Hotel and Resort Spa, Day Spa และ Medical Spa

2.2.3 ประเภทบริการหลัก ในสปาทั่วไปจะมีการให้บริการหลากหลาย สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 หมวดดังนี้

2.1.7.3.3 การนวด แบ่งออกเป็น นวดแบบตะวันออก และนวดแบบตะวันตก

1) นวดแบบตะวันออก เช่น การนวดไทยแบบราชสำนัก การนวดไทยแบบเขลยศักดิ์ การนวดชี่ตี่ การนวดอายุรเวช การนวดกดจุด(Reflexology) และอื่นๆ

2) นวดแบบตะวันตก เช่น การนวดอโรมาเธอราพี การนวดสวีดิช การนวด Manual Lymphatic Drainage เป็นต้น

-Hydrotheraphy

สมัยกรีกโบราณสร้างศาสนสถานขึ้นเพื่อบูชาเทพเจ้าแห่งการแพทย์ แอสคลีปิออส(Asklepios) ตั้งอยู่ในบริเวณน้ำพุร้อนซึ่งเลื่องลือว่าเป็นน้ำรักษาโรค วารีบำบัดมีประโยชน์ต่อร่างกายในการกระตุ้นให้กระแสโลหิตหมุนเวียนดีขึ้น เป็นการขับเคลื่อนพลังความร้อนไปยังร่างกายเพื่อช่วยให้มีการคลายตัวของกล้ามเนื้อให้รู้สึกผ่อนคลาย อีกทั้งน้ำอุ่นยังมีผลต่อการทำให้จิตใจสงบและลดอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย วารีบำบัดมีหลายวิธี อาทิเช่น การฉีดน้ำรักษาโรค (Douching) โดยการฉีดน้ำไปยังส่วนต่างๆของร่างกาย มีประโยชน์ในการกระตุ้นการไหลเวียนของเลือด ทำให้กล้ามเนื้อผ่อนคลาย บรรเทาปวด วิธีฉีดของชาวสกอตจะใช้น้ำร้อนฉีดไปตามร่างกายนานประมาณ 5 นาทีแล้วตามด้วยน้ำเย็น 30 วินาที

-Body Treatment

การทำความสะอาดผิว การใช้โลชั่นสมานผิว การขัดผิว (Exfoliation) การพอกผิว (Body Mark) การพันตัว (Body Wrap)

-Facial Treatment จะมีขั้นตอนหลักๆดังนี้

1) การล้างหน้า (Cleansing)

2) การปรับสภาพผิว (Toning)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

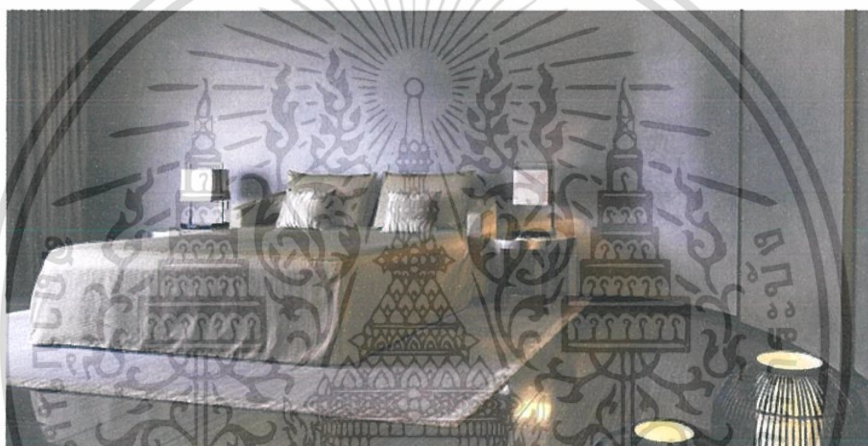
- 3) การขัดหน้า หรือการลอกหน้า (Scrub or Exfoliating)
- 4) การนวดหน้า (Massage)
- 5) การพอกหน้า (Mask)
- 6) การบำรุงผิว (Moisturizing)

ผู้ดำเนินการควรมีความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ คุณประโยชน์ ข้อห้าม ข้อควรระวัง ตลอดจนวิธีการปฏิบัติตนของลูกค้าและผู้ให้บริการ ในแต่ละบริการที่สปาของท่านให้บริการอยู่ เพื่อให้การให้คำแนะนำ การควบคุม เป็นไปอย่างถูกต้อง ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ

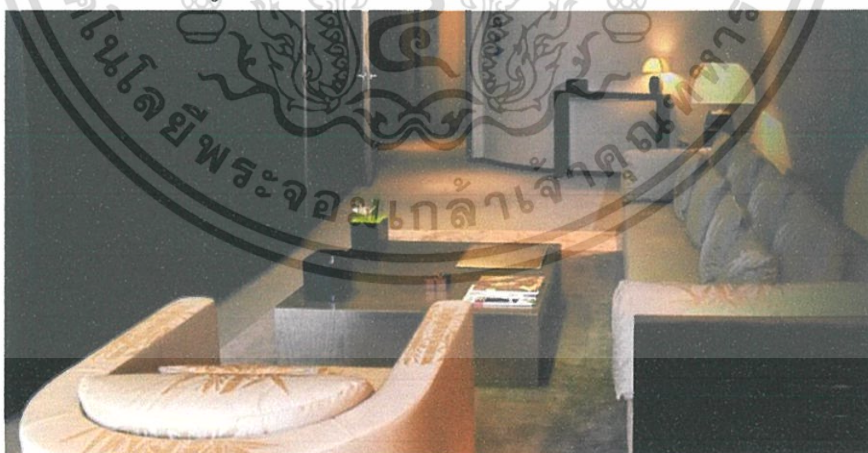
2.2 กรณีศึกษาเปรียบเทียบ

2.2.1 กรณีศึกษาโครงการ Brand Hotel

2.2.1.1 Armani Hotel Dubai



รูปที่ 2.2.1.1.1 ห้องพักของโรงแรม Armani



รูปที่ 2.2.1.1.2 ห้อง Living ภายในห้องพักของโรงแรม

ที่อยู่ : Dubai

ระดับดาว : 5ดาว

จำนวนห้องพัก : 160 ห้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคา : 19,000-285,000 บาท

ข้อมูลทั่วไป : ออกแบบโดยดีเจเอกลักษณ์มาจาก AMANI เน้นการต้อนรับแขกที่มา เข้าพักให้ได้รับ

ช่วงเวลาพิเศษกับ ครอบครัวหรือเพื่อนฝูง มีฟังก์ชัน รองรับสำหรับการทำธุรกิจ

แนวทางการออกแบบ : ดีเจเอกลักษณ์ของแบรนด์ถ่ายทอดสู่งานออกแบบ มีฟังก์ชันการใช้งาน ที่อำนวยความสะดวกอย่างครบครัน ภายในห้องพักมีเครื่องทำกาแฟบริการ ใช้โทนสีน้ำตาลเทาดูเรียบหรู

ROOM TYPE : AMANI DELUXE ROOM

AMANI CLASSIC ROOM

AMANI PREMIERE SUITE

AMANI FOUNTAIN SUITE

AMANI EXECUTIVE SUITE

AMANI AMBASSADOR SUITE

AMANI SIGNATURE SUITE

AMANI DUBAI SUITE

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก :

Powder Room

Storage Closet

King size bed / Twin bed

40-inch LCD flat screen television

Bar counter

Private pantry

Private study

Private 8 seater dining room

Private gym

สิ่งที่สามารถนำมาปรับใช้กับโครงการ :

FACILITY ต่างๆภายในห้องพัก

FUNCTION ภายในห้อง MEETING ROOM

VIP LOUNGE ที่มีการออกแบบให้เป็น สถานที่สำหรับ

PARTY ได้



รูปที่ 2.2.1.1.3 การจัดแปลนภายในห้องพัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

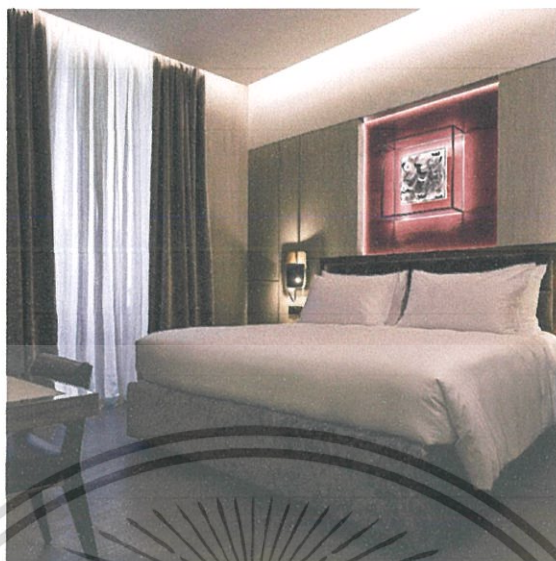


รูปที่ 2.2.1.1.4 การจัดแปลนภายในห้องพัก

รูปที่ 2.2.1.1.5 การจัดแปลนภายในห้องพัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1.1 Fendi Private Suite



รูปที่ 2.2.1.1.1 การออกแบบภายในห้องพักของโรงแรม



รูปที่ 2.2.1.1.2 การออกแบบภายในห้องพักของโรงแรม



รูปที่ 2.2.1.1.3 การออกแบบLiving Room ภายในห้องพักของโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.2.1.1.4 การออกแบบ Lobby ของโรงแรม

ที่อยู่ : Via di Fontanella Borghese, 48 00186, Rome , Italy

ระดับดาว : 5 ดาว

ราคา : 30,000-60,000 บาท

ข้อมูลทั่วไป : FENDI PRIVATE SUITES ตั้งอยู่ในใจกลางของโรม การตกแต่งมีความสง่างาม รู้สึกถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ สถานที่ตั้งสามารถเดินไปสู่แหล่งท่องเที่ยวใกล้ๆได้ ภายในมี FENDI'S FLAGSHIP BOUTIQUE ตบใจหทัยกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบในแบรนด์ FENDI

แนวทางการออกแบบ : ออกแบบตามเอกลักษณ์ของ FENDI ที่มีความหรูหรา สง่างาม ดูมีราคา

เฟอร์นิเจอร์ภายในส่วนใหญ่ใช้เฟอร์นิเจอร์จากแบรนด์ของ FENDI

ROOM TYPE : CONNER SUITE
JUNIOR SUITE
DELUXE SUITE
PALAZZO-SUITE

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก :

King-sized bed

Elegant living area

Writing desk

Walk-in wardrobe

Complimentary Fendi Selleria card holder

Complimentary WiFi

iPad with seven unique walking tour experiences

Flat-screen TV with free movie channels

Complimentary breakfast

A private tour of Fendi's flagship store

Pillow menu

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Exquisite Fendi Casa linens and towels

Diptyque toiletries

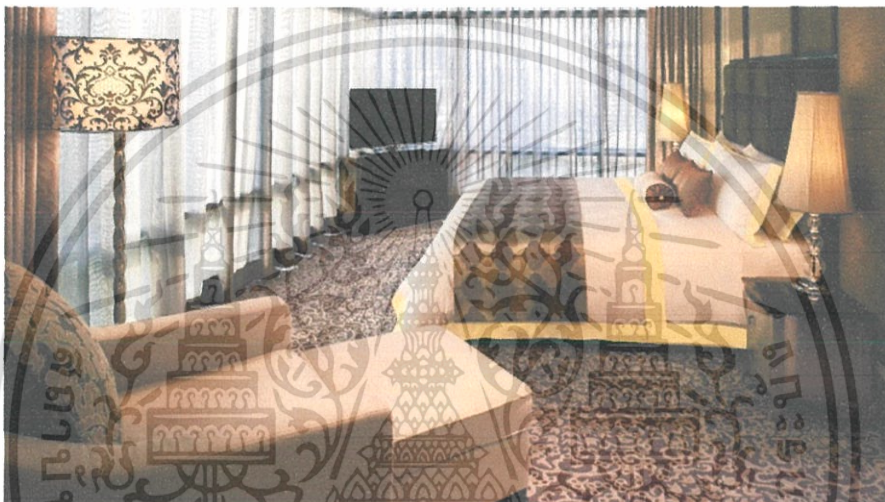
Priority reservations at Zuma Restaurant on

Fendi suites rooftop

จุดที่สามารถนำมาปรับใช้ในโครงการ : ในด้านการออกแบบที่สามารถดึงเอกลักษณ์ของแบรนด์มา
ถ่ายทอดสู่งานออกแบบ และในด้านการแบ่ง ROOM TYPE ต่างๆ

2.2.2 กรณีศึกษาโครงการ Business Hotel

2.2.2.1 St.Regis Hotel Bangkok



รูปที่ 2.2.2.1.1 การออกแบบภายในห้องพักของโรงแรม



รูปที่ 2.2.2.1.2 การออกแบบภายในห้องพักของโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.2.2.1.3 การออกแบบ Lobby ของโรงแรม



รูปที่ 2.2.2.1.4 การออกแบบร้านอาหารภายในโรงแรม

ที่อยู่ : 159 Rajadamri Road, Bangkok, 10330, Thailand

ระดับดาว : 5 ดาว

ราคา : 6,000-250,000 บาท

ข้อมูลทั่วไป : เป็นโรงแรมที่เน้นการพักผ่อนอย่างเต็มที่ รับชมวิวทิวทัศน์ของกรุงเทพฯ มีฟังก์ชันรองรับสำหรับการประชุม และการมาพูดคุยงานของนักธุรกิจ มีการบริการเพื่อความสะอาดสบายของผู้เข้าพักอย่างครบครัน

แนวทางการออกแบบ : ออกแบบให้มี ROOM TYPE หลากหลาย เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการตก แต่งที่แตกต่างกัน ห้องพักส่วนใหญ่ มองเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม มีการใช้ลายไทยมาตกแต่งในบางส่วน เพื่อเพิ่มเอกลักษณ์และรายละเอียดของ ความเป็นไทย

ROOM TYPE : DELUXE ROOM

GRAND DELUXE ROOM

METROPOLITAN SUITE

GRAND METROPOLITAN SUITE

ST.REGIS SUITE

CAROLINE ASTOR SUITE

LEGACY SUITE

JOHN JACOB ASTOR SUITE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

THE ROYAL SUITE

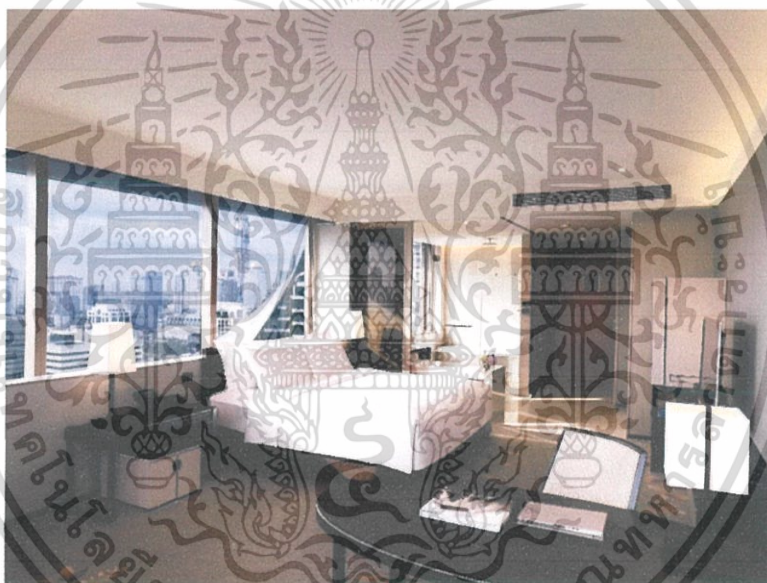
THE PENTHOUSE

THE RESIDENCES AT THE ST.REGIS

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก : A separate living area
King-sized bed
Mini Bar
Working Desk
Hi-Speed Internet

จุดที่สามารถนำมาปรับใช้กับโครงการ : ความหลากหลายของ ROOM TYPE
การออกแบบ PENTHOUSE
กิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยว

2.2.2.2 The Okura Prestige Bangkok



รูปที่ 2.2.2.2.1 การออกแบบภายในห้องพักของโรงแรม

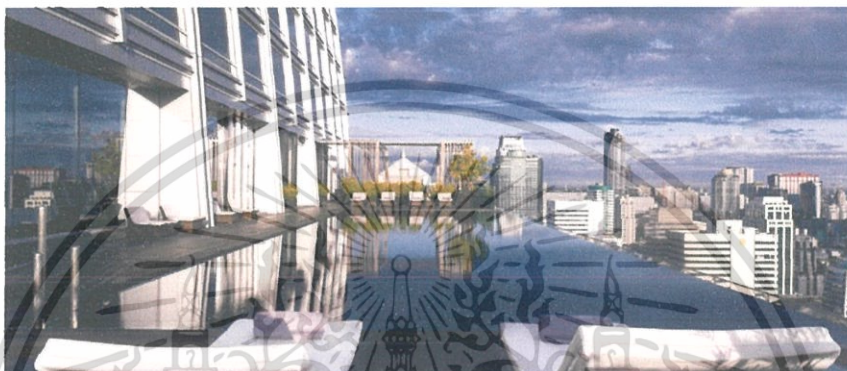


รูปที่ 2.2.2.2.2 การออกแบบLiving Area ภายในห้องพักของโรงแรม

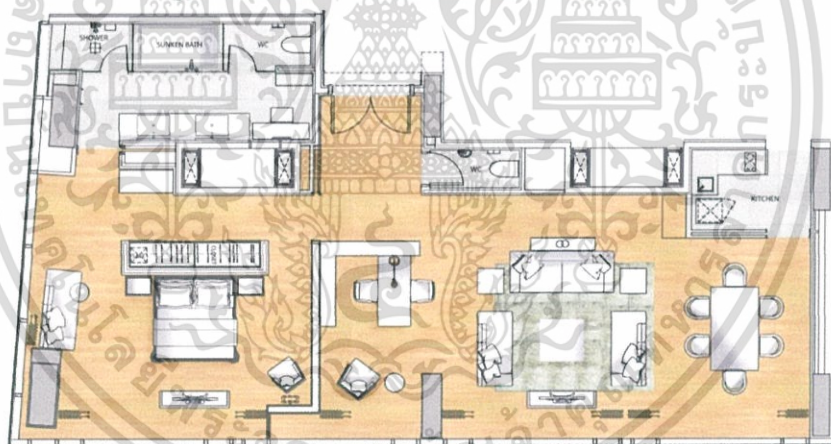
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



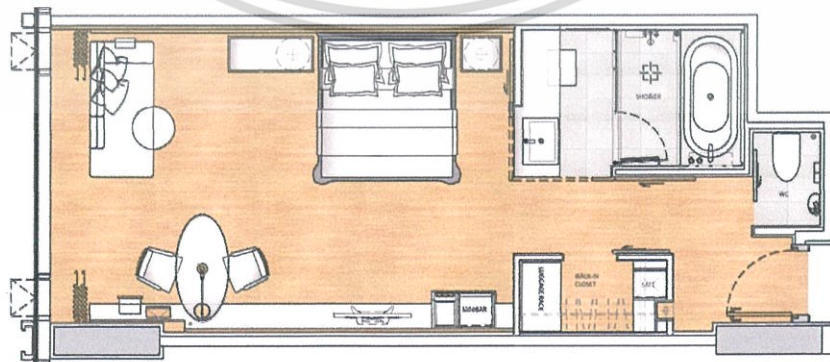
รูปที่ 2.2.2.2.3 การออกแบบLobbyโรงแรม



รูปที่ 2.2.2.2.4 บริเวณสระว่ายน้ำของโรงแรม



รูปที่ 2.2.2.2.5 การจัดผังภายในห้องพัก



รูปที่ 2.2.2.2.6 การจัดผังภายในห้องพัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่อยู่ : Park Ventures Ecoplex, 57 Wireless Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330
Thailand

จำนวนห้อง : 240 ห้อง

ระดับดาว : 5 ดาว

ราคา : 7,000-110,000 บาท

ข้อมูลทั่วไป : เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว มีการออกแบบที่หรูหราและร่วมสมัย ตั้งอยู่ใจกลางเมือง
ห้องพักมีทั้งหมด 240 ห้อง เน้นการมองวิวทิวทัศน์ ของกรุงเทพฯจากทุกๆห้องพัก เน้น การรองรับนัก
ธุรกิจและนักท่องเที่ยวทั่วไป

แนวทางการออกแบบ : เน้นฟังก์ชันการใช้งานที่ครบครัน รองรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจ การ
ออกแบบใช้โทนสีน้ำตาลเป็นโทนสีเรียบ ง่ายดูสบายตา และมีความหรูหรา








ROOM TYPE : DELUXE DELUXE CORNER
OKURA CLUB PREMIER CLUB
PRESTIGE CLUB DELUXE SUITE
PRESTIGE SUITE PRESIDENTIAL SUITE
ROYAL SUITE IMPERIAL SUITE

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก : LED 42-inch flat-screen televisions
Bedside touch screen control panel
Complimentary Video on demand
Complimentary LAN and wireless connectivity
Media hub and USB charger
Work desk with multimedia panel
Refreshment cabinet and coffee/tea making facilities
Luxury bathroom with rain shower, separate
bathtub, powder room with Japanese-style bidet and bespoke amenities
Fine Egyptian cotton bed linen


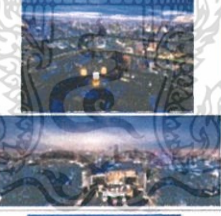




จุดที่สามารถนำมาปรับใช้กับโครงการ : การออกแบบและฟังก์ชันต่างๆที่รองรับนักธุรกิจ เช่น
MEETING ROOM เป็นต้น ศึกษาการออกแบบห้องพักที่มีส่วนรองรับสำหรับการทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 กรณีศึกษาโครงการสปาและออนเซน

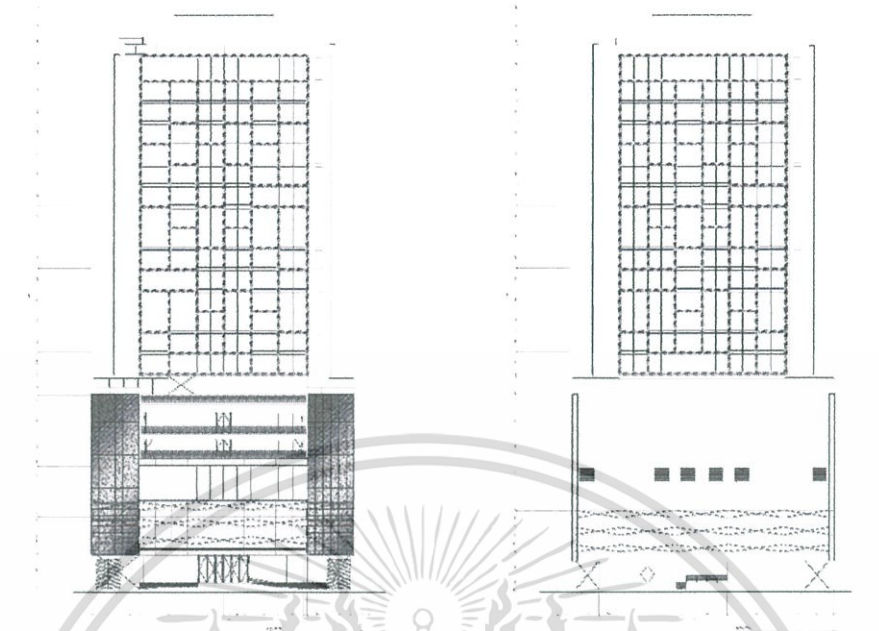
CASE STUDY			SPA & ONSEN		
สถานที่	ข้อมูลทั่วไป	ภาพประกอบ	การออกแบบ	การใช้แสง	รูปแบบของการสปา
<p>SPA CASA BLANCA KANAYA HOTEL KINUGAWA JAPAN</p>  	<p>สปาอยู่บริเวณชั้นสองของ โรงแรมซึ่งสามารถเชื่อมต่อไป ยังส่วนบ่อน้ำร้อนของโรง แช่ที่อยู่อันรื่นรมย์ได้ การสปาจะผสมผสาน ระหว่างความเป็นตะวันออก และตะวันตกไว้ด้วยกัน</p>		<p>วัสดุการตกแต่งส่วนใหญ่เป็น วัสดุที่มาจากธรรมชาติทำให้ ภายในสปาได้รับบรรยากาศของ ธรรมชาติอย่างเต็มที่ โถงน้ำที่ เรียบง่าย เป็นสีน้ำตาลอ่อนของ ไม้ บริเวณบ่อน้ำร้อนใช้วัสดุเป็น หินและเปิดSPACE ให้สามารถ เชื่อมกับบริเวณ OUTDOOR ได้</p>	<p>ในตอนกลางคืนเป็นแสงที่มาก ธรรมชาติ ในตอนเย็นเปิด DOWN LIGHT เป็นแสงชนิด WARM LIGHT</p>	<p>Spa -Case Blance Signature -Treatment Body -Treatment Facial -Head & Back Treatment -Foot Massage Onsen -Shiki Nu Yu (Four Season Bath) -Kodei Hinuki no yu (Ancient Cypress Bath)</p>
<p>YUNOMORI ONSEN SPA BANGKOK</p> 	<p>จุดเด่นของ YUNOMORI คือการนำวัฒนธรรม แช่บ่อน้ำร้อนของญี่ปุ่นมา ผสมผสานกับเทคนิคการ บำบัดแผนไทย เป็นสถานที่ ผสมผสานกันกายภาพ ในท่ามกลางบ่อน้ำร้อนที่อาศัย อยู่ในตัวเมือง</p>		<p>โถงน้ำเป็นวัสดุหลักในการออกแบบ ตกแต่ง ผสมผสานด้วยหินและ มีการจัดสวนสไตล์ญี่ปุ่น โถงน้ำสี น้ำตาลซึ่งเป็นหลัก ชั้นตกแต่ง ด้วยการนำไม้เรียงกันตาม แนวตั้ง ช่วยเพิ่มเอกลักษณ์ของ งานออกแบบ</p>	<p>เป็นแสง WARM LIGHT ตามจุด ต่างๆ โดยส่วนใหญ่แสงสว่างมา จากไฟซ่อน บรรยากาศที่เปลว วามมัก ใช้ไฟสว่างเพิ่มความ อบอุ่นสบาย</p>	<p>Onsen -Onsen Mineral Water Bath -Soda Spa -Jet Bath -Garden Bath -Teek Bath -Cold Bath -Suna -Steam Room Spa Treatments -Thai Massage -Aroma Massage -Herbal Compress -Body Scrub</p>
<p>KA SHI KI RI Soda Onsen and Spa</p> 	<p>เป็นสปาที่นำเอาความเป็น ญี่ปุ่นมาอย่างเต็มรูปแบบ เป็นสปาที่เป็นส่วนหนึ่งของ การทำสปา ดูแลทั้งของ ผู้คนที่อาศัยอยู่ในตัวเมือง สามารถเข้ามาพักผ่อน คลายและฟื้นฟูสภาพร่างกาย ได้</p>		<p>ถึงความเป็นผู้ใหญ่มาใช้ในงาน ออกแบบ ตกแต่งห้องต่างๆด้วย ถาดไม้เรียงวาง สีไม้สีอ่อนเป็น วัสดุหลัก ผสมผสานกับหินด้วย</p>	<p>เป็นแสง WARM LIGHT จาก DOWNLIGHT ตามจุดต่างๆ มีการเปิดไฟธรรมชาติเข้ามา เข้ามามากไม่ได้</p>	<p>Program -Thai Massage -Classic Signature Facial -Kashiki Balancing Bath -Tropical Fruits and Almond Scrub -Tea to Heaven -Kashiki Essence of Oriental -Jasmine rice scrub -Hot Asian Herbal Compress -Sport Massage by aroma oil -Hot Aroma Oil Massage -Foot Reflexology</p>

2.2.4 กรณีศึกษาโครงการ Bar and Restaurant

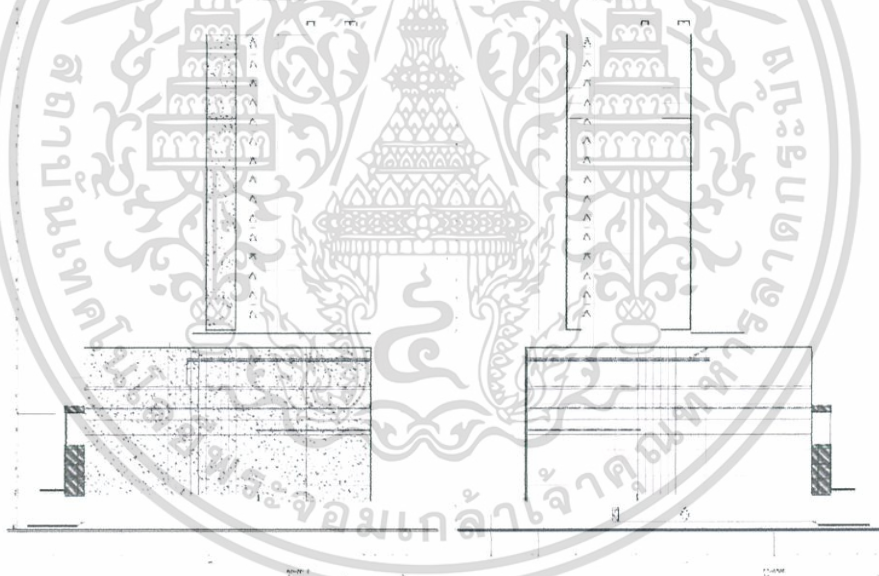
CASE STUDY			BAR & RESTAURANT		
สถานที่	ข้อมูลทั่วไป	ภาพประกอบ	การออกแบบ	การใช้แสง	เวลาเปิด
<p>VERTIGO AND MOON BAR</p> 	<p>ตั้งอยู่บน ROOF TOP ของโรงแรม BANYAN TREE (ชั้น 6) เสิร์ฟทั้ง อาหารและเครื่องดื่ม ทั้งอาหาร แบบ GRILL SEAFOOD และ STEAKS ได้รับบรรยากาศที่วิว สายลมจากตัวเมืองตอนกลางคืน</p>		<p>พื้นเป็นพื้นไม้สีน้ำตาลเข้ม และใช้ เฟอร์นิเจอร์เป็นสีน้ำตาลเข้ม โทนสีโดยรวมเป็นสีน้ำตาลเข้ม</p>	<p>เป็นการใช้แสงที่มาจากไฟซ่อน ที่อยู่ตามชั้นบันไดและบริเวณ พื้น มีการใช้แสงสว่างแบบที่ อาหารด้วยแสงเทียน</p>	<p>5:00 PM-1:00 AM</p>
<p>Breeze Restaurant</p> 	<p>เป็นร้านอาหาร ASIAN FUSION มีส่วนของ BAR สำหรับเครื่องดื่ม ประเภทต่างๆ ตั้งอยู่บน ROOF TOP ของ Lebuo Hotels & Resorts สามารถมองเห็นวิว ทิวทัศน์ของตัวเมืองได้อย่างชัดเจน</p>		<p>โทนสีโดยรวมของร้านทั้งพื้น และเฟอร์นิเจอร์เป็นสีน้ำตาล เข้ม มีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ การสะท้อนเป็นจุดเด่นมา ออกแบบเพดานและผนังดู ความสนใจของผู้คน</p>	<p>เป็นการใช้แสงที่มาจากไฟซ่อน ที่อยู่ตามชั้นบันได และบริเวณ พื้น มีการใช้แสงสว่างแบบที่ อาหารด้วยแสงเทียน และ มีการใช้แสง LED ผสมบริเวณ พื้นเป็นจุดเด่นเพิ่มความโดดเด่น ให้กับร้านอาหาร</p>	<p>Restaurant Lunch 12:00-14:30 Dinner 18:00-22:30 Last order at 22:30 Sunday Brunch 12:00-15:00 Bar 17:00-01:00 Tues- day, Thursday and Sunday 17:30-03:00 Friday -Saturday Tuesday Ladies Night</p>
<p>Long Table Restaurant</p> 	<p>เป็นร้านอาหาร THAI CUISINE มีจุดเด่นของร้านตามชื่อร้านที่ว่า LONG TABLE คือร้านนี้ใช้ ธูปประกอบอาหารที่ยาวถึง 25 เมตร การออกแบบในส่วนนี้เป็นตัว ตั้งที่ร้านไว้จุดเด่น หากมีการ ตกแต่งร้านและความหรูหราของ ร้าน</p>		<p>เอกลักษณ์ของร้านอยู่ที่การ ออกแบบให้ใช้ธูปประกอบการ อาหารที่ยาว ใช้หินสีน้ำตาล อ่อนเป็นส่วนใหญ่ วัสดุเป็น ใช้เฟอร์นิเจอร์ในส่วนของเก้าอี้ เน้นเป็นสีขาวและตัดด้วยหมอน อิงสีแดงเพิ่มความโดดเด่นดู ความ</p>	<p>เป็นการใช้แสงที่มาจากไฟซ่อน ที่อยู่ตามชั้นบันได บริเวณพื้น และเพดาน มีการใช้แสง จาก DOWNLIGHT จำนวน มากเหนือโต๊ะอาหาร แสงไฟ ใต้พื้นแสง WARM LIGHT</p>	<p>5:00 PM-2:00 AM</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 ลักษณะทางสถาปัตยกรรม

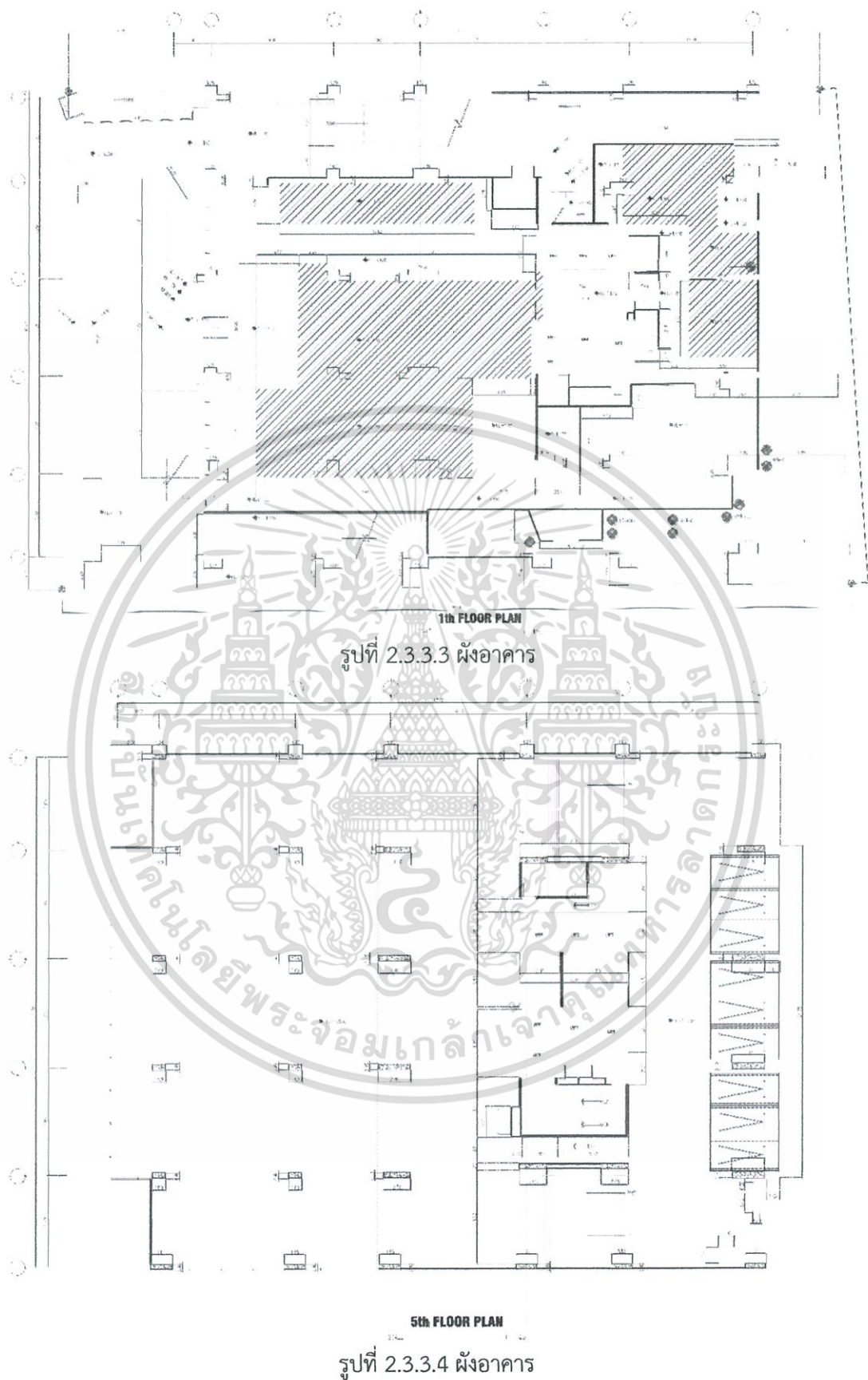


รูปที่ 2.3.3.1 รูปด้านอาคาร



รูปที่ 2.3.3.2 รูปด้านอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 สายการบริหารและอัตรากำลังพื้นฐาน

2.4.1 การศึกษาการดำเนินงานของโครงการ หลักการดำเนินการทางด้านบริหาร และการบริการ สามารถแบ่งตามลักษณะของหน้าที่การทำงานของแต่ละฝ่าย แต่ละบุคคลดังนี้ (ดัดแปลงจากการจัดการและเทคนิคการบริหารโรงแรม หัวข้อ โครงสร้างของโรงแรมหน้า 153)

- 1) ฝ่ายบริหารและการตลาด (Front desk & Sale)
- 2) ฝ่ายแม่บ้าน (Housekeeping)
- 3) ฝ่ายอาหารเครื่องดื่ม (Food & Beverage)
- 4) ฝ่ายช่างเทคนิคและซ่อมบำรุง (Maintenance & Engineering)

2.4.2 หน้าที่และส่วนประกอบต่างๆในโรงแรม

ฝ่ายบริหารและการตลาด (Front desk & sale) ฝ่ายสำนักงานส่วนหน้า (Front office) ประกอบด้วย 2 แผนกแยกตามหน้าที่ดังนี้

1) แผนกต้อนรับ (Reception department) หน้าที่จัดทำทะเบียน การจองห้องพัก และทำใบแจกผู้มาเข้าพัก ส่งไปยังแผนกต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การทำงานประสาน ฝ่ายต้อนรับประกอบด้วยหน้าที่ดังนี้ คือ

- งานสั่งจองห้องพัก (Reservation) หน้าที่ทำทะเบียนห้องพัก เพื่อนำไปส่งยังแผนกต่างๆ และสำรวจห้องพักล่วงหน้า ลงชื่อผู้มาพัก จัดบันทึกทำทะเบียนประวัติโดย Check list requirement ของแขกที่มาพัก กำหนดและมีหน้าที่ทำสถิติในการจองห้องพัก เพื่อทราบรายได้เฉลี่ย รายวัน รายเดือน รายปี

- งานต้อนรับ (Reception) หน้าที่ ลงทะเบียนห้องพักและติดต่อสอบถาม

- งานขนสัมภาระ (Bell boy) หน้าที่นำสัมภาระของแขกเข้าสู่ห้องพักและนำแขกชมห้องพัก

- งานรับโทรศัพท์และไปรษณีย์ (Telephone, mail, telex) หน้าที่ติดต่อ โทรศัพท์และเอกสารจดหมาย

- งานแลกเปลี่ยนตรา (Money Exchange) หน้าที่เก็บรักษาสิ่งของที่มีค่าของแขกที่นำมาฝาก โดยเก็บค่ารักษาทุกจุดที่แขกและพนักงานรักษา คนละ 1 ดอก และเปิดพร้อมกันเมื่อมารับของทั้ง 2 ดอก

2) แผนกบัญชี (Account Department) หน้าที่จัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ทั้งหมดของโรงแรม ได้แก่การจัดซื้อรวบรวมเงินรายได้จากส่วนอาหาร เงินเดือนพนักงาน รวมทั้งสวัสดิการของพนักงาน การควบคุมชั่วโมงการทำงาน การจ่ายค่าแรงงานปฏิบัติงานจำเป็นต้องประสานกับพนักงาน การควบคุมชั่วโมงการทำงาน การจ่ายค่าแรงปฏิบัติงานจำเป็นต้องประสานกับหน่วยอื่นๆอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันการผิดพลาด ประกอบด้วยรายงานดังนี้

- งานบัญชี (Control) หน้าที่ควบคุมรายได้และรายจ่ายทั้งหมด สวัสดิการของพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- งานบิล (Bill) หน้าที่รวบรวมจากทุกแผนก ทำหลักฐานเป็น Arrival และ Department ลงแยกรายละเอียดของแขกที่พักได้ซึ่งจากฝ่ายต้อนรับและยังทำเป็น Visitor Ledger ซึ่งหมายถึงบันทึกรายการได้จากส่วนต่างๆ ในโครงการก่อนที่จะลงบัญชีอื่นซึ่งทั้งสองรายการสามารถเปรียบเทียบกันได้กับส่วนตรวจบัญชี

- งานการเงิน (Cashier) หน้าที่รวบรวมเงินทั้งหมดของโครงการที่รับจากแขก ส่วนบริการอื่นๆ รายการนี้สามารถตรวจสอบกันได้

- งานจัดซื้อ (Purchase) หน้าที่จัดซื้ออาหาร เครื่องดื่ม รวมทั้งอุปกรณ์สิ่งของต่างๆ

- งานวัสดุ (Store) หน้าที่เก็บรักษา แบ่งเป็นสองส่วน คือ วัสดุอุปกรณ์ และอาหารเครื่องดื่ม

- วัสดุและอุปกรณ์

- อาหารเครื่องดื่ม

3) ฝ่ายบริหาร (Executive department) หน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมและวางแผน ได้แก่ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ

- ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) หน้าที่แบ่งงานไปแต่ละแผนก ควบคุมและวางแผนการดำเนินงานตลอดจนกิจกรรมต่างๆ

- ผู้จัดการฝ่ายบุคคล (Personal Manager) หน้าที่รวบรวมประวัติของพนักงานทั้งหมด วางแผนกำลังคน ควบคุมด้านสวัสดิการ คัดเลือกและรับสมัครพนักงานใหม่ควบคุมรายได้ให้เหมาะสมกับค่าครองชีพ กำหนดสภาพความเป็นอยู่ สวัสดิการ รวมไปถึงการอบรมพนักงาน ให้มีความรู้ทันเหตุการณ์ ประกอบด้วยหน้าที่ ดังนี้

- ทำทะเบียนประวัติพนักงาน

- จัดครัวและห้องพักร้านอาหารพนักงาน

- จัดระเบียบและจัดห้องเก็บของห้องพนักงาน

- ผู้จัดการฝ่ายขาย (Planning & sale manager) หน้าที่ติดต่อและขายบริการห้องพักกับตลาดภายนอก

- ผู้จัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food & beverage) ควบคุมจัดการบริหารด้านการบริการอาหารเครื่องดื่ม การเตรียมบริการและความพร้อมของบริการ ในส่วนนี้ร่วมแผนกการจัดซื้อและจัดการเกี่ยวกับการทำบัญชีและควบคุมการรับซื้อของเข้าโรงแรมทุกชนิดและจัดส่งไปยังแผนกต่างๆ

4) ฝ่ายแม่บ้าน (Housekeeping Department) หน้าที่ควบคุมการรักษาความสะอาดเรียบร้อยบริเวณห้องพักแขก และบริเวณโรงแรม รวมทั้งอำนวยความสะดวกในเรื่องเครื่องใช้ไม้สอยแก่แขกที่เข้ามาพัก แยกออกเป็น

- แม่ครัวประจำบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แผนกสวนและดอกไม้ประดับ
- แผนกผ้าและวัสดุเกี่ยวกับผ้า
- แผนกเย็บ
- แผนกซักกรีด (Laundry) หน้าที่ซักกรีดผ้าและเครื่องแบบของพนักงาน

รวมทั้งเสื้อผ้าของแขกที่ต้องการให้ซักกรีด และจัดส่งเสื้อผ้าไปยังห้องพัก

- แผนกดูแลรักษาความสะอาด (Lip keep) หน้าที่รักษาความสะอาด ความเรียบร้อยของบริเวณและเฟอร์นิเจอร์ในโครงการ

- แผนกจัดสวน (Gardening) หน้าที่ดูแลรักษาต้นไม้ สนาม รวมทั้งการจัดไม้ประดับในโครงการ

5) ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

แผนกห้องอาหาร มีพนักงานทำหน้าที่เสิร์ฟอาหาร ต้อนรับและเก็บเงินโดยมี หัวหน้าพนักงานบริการเป็นผู้ดูแล

- แผนกห้องครัว มีหัวหน้าครัวเป็นผู้ควบคุมและสั่งการเกี่ยวกับชนิดและจำนวนของอาหาร ประกอบด้วย

- พ่อครัวประจำแผนก ได้แก่ ครัวร้อน ครัวเย็น แผนกขนมปัง

- พนักงานครัว ได้แก่ พนักงานปรุงอาหาร เตรียมอาหาร ล้างจานและพนักงานทำความสะอาด นาส่วนนี้มีพนักงานบริการ Waiter คอยจัดการส่งอาหารตามห้องพักแขก โดยรับจากครัวใหญ่

6) ฝ่ายช่างเทคนิคและซ่อมบำรุง

- งานช่างไฟฟ้า (Electric) หน้าที่ดูแลทางด้านไฟฟ้าและการซ่อม

- งานช่างไม้ (Carpenter) หน้าที่ซ่อมแซมอุปกรณ์และเครื่องเรือนทั่วไป

- งานบำรุงรักษาสระน้ำ (Swimming) หน้าที่ดูแลรักษาความสะอาดและระบบการหมุนเวียนของน้ำลำธารและน้ำตก

2.4.3 จำนวนและตำแหน่งบุคลากรในโครงการ

ในการประมาณการความต้องการของจำนวนพนักงานแต่ละส่วนบริการนั้น อาจมีการยืดหยุ่นจำนวนพนักงานในแต่ละหน้าที่ตามความเหมาะสม และนโยบายของผู้บริหาร ดังนั้นการประมาณการจำนวนพนักงานในแต่ละส่วนจำเป็นต้องมีการประมาณจากกรณีศึกษา เพื่อประกอบให้ทราบ พนักงานในแต่ละส่วน โดยใช้อัตรากำลังคนจากข้อมูลการสำรวจโรงแรม ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.4 ตารางแสดงอัตรากำลังคนจากข้อมูลการสำรวจโรงแรม

Department	Employees per 100 room (a)
Front desk , Lobby	8.3
Housekeeping	11.3
Food and Beverage	29.6
Telephone , minor operations	4.1
Administration – general	6.3
Marketing – sales	2.8
Property operations	3
Other	3.6

NOTE : (a) Typical of good grade city center hotels in Europe.
Increased by 50% to 100% in developing countries

SOURCE : Based on Worldwide Hotel Industry 1993, Horwath
International

ที่มา Table9.2 P.276 Hotel&Resorts planning. Design and Refurbishment

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และวัสดุในการตกแต่งภายใน

2.5.1 ระบบในอาคารที่มีผลต่อการออกแบบภายใน

1. ระบบปรับอากาศและการหมุนเวียนอากาศ

ในปัจจุบันการควบคุมสภาพอากาศในอาคารสามารถแบ่งออกได้ตามขนาดของเครื่องปรับอากาศและแบ่งตามระบบการจ่ายความเย็นและระบายความร้อน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1.1 แบ่งตามขนาดของเครื่องปรับอากาศ

1.1.1 UNIT TYPE, PACKAGE TYPE คือ ทั้งระบบจะอยู่ในเครื่องเดียวกัน โดยมีขนาดเล็กราคาถูก สะดวกในการติดตั้ง แต่ไม่เหมาะสมกับอาคารขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเสียงรบกวน มีขีดจำกัดในการทำงาน อายุการใช้งานสั้น และไม่มีการถ่ายเทอากาศภายในและภายนอกอาคาร

1.1.2 SPLIT TYPE เป็นเครื่องปรับอากาศขนาดกลาง ยกเครื่องออกเป็นสองส่วน ส่วนหนึ่งอยู่ในห้องเรียก “FAN COIL UNIT” และส่วนภายนอกอาคารเรียก “CONDENSING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

1.1.3 CENTRAL UNIT เป็นระบบปรับอากาศขนาดใหญ่ แยกการทำงานเป็น 3 ส่วน คือCENTRIFUGAL MACHINE ประกอบด้วยส่วนทำงาน เป็นตัวกลางในการจ่ายความร้อนและความเย็นให้กับระบบการทำงานส่วนอื่น

AIR HANDING แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1. AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น นำอากาศเข้าสู่ห้องโดยตรง
2. AIR HANDING ใช้เป่าลมผ่าน COIL เย็น และนำลมเย็นผ่านเข้าช่องท่อ แล้วกระจายไปยังส่วนต่างๆ ของอาคารที่ต้องการปรับอากาศ

COOLING TOWER UNIT หรือ CONDENSING UNIT เป็นตัวถ่ายเทความร้อนและส่งความเย็นให้กับ CENTRIFUGAL MACHINE

	WINDOW TYPE	PACKAGE TYPE	SPLIT TYPE	CENTRAL TYPE
ขนาด	5000-30000 บีทียู/ชั่วโมง	3-5 ตัน	1-80 ตัน	20-10000 ตัน
ใช้ไฟฟ้า	มากที่สุด			น้อยที่สุด
อายุการใช้งาน	5 ปี	10 ปี		มากกว่า 20 ปี
ราคา	10000-15000 บาท/ตัน	15000-20000 บาท/ตัน		20000-25000 บาท/ตัน
เสียงรบกวน	ดัง	ดัง	เงียบ	เงียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบการทำงาน-ประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศแบบ PACKAGE TYPE, SPLIT TYPE และ CENTRAL

1.2 แบ่งระบบปรับอากาศตามระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อน

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

1.2.2 ALL WATER SYSTEM เป็นระบบจ่ายความเย็นและระบายความร้อนโดยใช้น้ำ โดยมากเป็น CENTRAL UNIT น้ำเย็นจะถูกส่งไปตามท่อ ซึ่งเดินเป็นวงผ่านห้องต่างๆ และแต่ละห้องจะมี FAN COIL UNIT สำหรับพัฒนาความเย็นเข้าไปในห้อง ห้องใดที่ไม่ได้ใช้งานก็สามารถปิด FAN COIL ได้เป็นส่วนๆ ลักษณะทำให้สามารถควบคุมความเย็นได้เป็นขั้นๆ และแต่ละชั้นยังสามารถควบคุมความเย็นได้เป็นห้องๆ ด้วยซึ่งเหมาะสำหรับการนำไปใช้ภายในโรงแรม โรงพยาบาล

ALL WATER SYSTEM สามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

1.2.2.1 นำความเย็นด้วยน้ำ และระบายความร้อนด้วยอากาศ

1.2.2.2 จ่ายความเย็นด้วยอากาศ และระบายความร้อนด้วยน้ำ

1.2.3 DIRECT REFRIGERANT SYSTEM นำความเย็นจากน้ำยาโดยตรง ส่วนใหญ่ใช้ใน ระบบปรับอากาศขนาดเล็ก เช่น UNIT TYPE/PACKAGE TYPE

ระบบปรับอากาศมีความจำเป็นมากต่อการบริการ เพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้อาคาร โดยเฉพาะอาคารขนาดใหญ่ เช่น โรงแรม ระบบปรับอากาศมีบทบาทในการควบคุมอุณหภูมิให้คงที่ จู่ในระดับความสบายของผู้ใช้อาคาร ทั้งยังช่วยป้องกันเสียงจากภายนอกและภายในอาคารได้ด้วย ขณะเดียวกันระบบหมุนเวียนอากาศก็จำเป็นในการช่วยให้ระบบการจ่ายลมเย็นสามารถทำงานได้สะดวก

ในการเลือกใช้ระบบปรับอากาศและระบบหมุนเวียนอากาศภายในโครงการนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย และลักษณะความต้องการอื่นๆ พร้อมทั้งความเหมาะสมในการออกแบบมาเป็นเกณฑ์พิจารณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ระบบปรับอากาศและการจ่ายความเย็น

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

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

การพิจารณาความเย็น

- ต้องกระจายลมเย็นให้ได้ทั่วถึงทั้งห้อง
- ความเร็วของลมจะต้องสม่ำเสมอ
- ต้องไม่มีลมที่มีลักษณะเป่าเป็นจุด

1.4 ลักษณะตัวจ่ายลม

ที่ใช้ในโครงการแบ่งเป็น 2 แบบ คือ

1.4.1 การจ่ายลมจากเพดาน (CEILING DIFFUSER) ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นวงกลม, สี่เหลี่ยมจัตุรัสและสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ข้อดี สามารถกระจายความเย็นได้ทั่วถึง

ข้อเสีย เปลืองช่องว่าง (SPACE) เหนือเพดาน

1.4.2 การจ่ายลมจากผนัง (WALL DIFFUSER) การจ่ายลมในแนวผนัง หัวจ่ายเรียกว่า GRILL ลักษณะการจ่ายจากด้านในอาคารออกสู่ด้านนอก เพื่อความร้อนจากภายนอกจะเข้ามาได้น้อยๆ

ข้อดี สามารถทำให้ห้องเพดานสูงได้ เพราะไม่มี DUCT CEILING

ข้อเสีย การจ่ายความเย็นอาจถูกรบกวนจาก SOLAR HEAT GAIN

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป ลักษณะการจ่ายลมเย็นภายในห้องพักแขก จะใช้แบบ WALL DIFFUSER หรือแบบ CEILING DIFFUSER อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งสองอย่างรวมกัน แล้วแต่ความเหมาะสมและการออกแบบ

1.5 ลักษณะของท่อจ่ายลม

โดยทั่วไปเป็นลักษณะของท่อสี่เหลี่ยม แต่ท่อจ่ายลมที่ดีควรมีลักษณะเป็นทรงกระบอก แต่ไม่เป็นที่นิยม เพราะมีราคาแพงและเปลืองช่องว่างเหนือเพดาน สัดส่วนของท่อลมในด้านกว้างต่อด้านยาว จะเป็นอัตราส่วนประมาณ 1:6 ขึ้นไป

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

1.6 ระบบดูดอากาศกลับและระบบหมุนเวียนอากาศ

1.6.1 ส่วนห้องพัก ใช้ระบบจ่ายความเย็นโดยใช้ FAN COIL UNIT เป่าลมเย็นเข้าสู่ห้องพักระบบหมุนเวียนอากาศกระทำโดยการดูดอากาศภายในห้องเข้าสู่ FAN COIL UNIT โดยตรง

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

การหมุนเวียนของอากาศกระทำเพื่อให้ระบบการจ่ายลมเย็นสามารถทำงานได้ และนอกจากนี้ยังเป็นระบบที่ช่วยให้ภายในห้องเกิดอากาศบริสุทธิ์เข้ามาแทนที่อากาศที่หมุนเวียนภายในห้อง ซึ่งระบบการหมุนเวียนของอากาศนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระบบ

ระบบที่ 1 เป็นระบบหมุนเวียนอากาศที่มีประสิทธิภาพ แต่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก เพราะมีท่อสำหรับต้องดูดอากาศกลับ

ระบบที่ 2 ต้องเตรียมพื้นที่เหนือเพดาน โดยใช้ช่องว่างเหนือเพดานทั้งหมด สำหรับการดูดอากาศกลับ ลักษณะอาคารต้องถูก SEAL ไม่ให้มีรอยรั่ว

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

ระบบที่ 3 ใช้ตัวอย่าง PAN ROOM เป็น GRILL ในตัว เป็นระบบที่มีราคาถูกแต่มีเสียงดัง และทำให้บริเวณที่ทำการเป่าแรงกว่าที่อื่นๆ

2.ระบบรักษาความปลอดภัยและอัคคีภัย

2.1 ระบบแจ้งเหตุ

2.1.1 ระบบท่อน้ำแรงดันและสายสูบลูก ในส่วนของโถงทางเดิน ห้องพัก และบริเวณอื่นๆ โดยทั่วไป

2.2.2 ระบบสปริงเกอร์ ใช้ระบบสปริงเกอร์แบบ WET PIPE เป็นระบบที่ท่อน้ำมีแรงดันตลอดเวลาเมื่อเกิดเพลิงไหม้ ความร้อนจะกระตุ้นให้กลไกที่หัวสปริงเกอร์เปิด และน้ำที่มีแรงดันสูงจะพ่นกระจายลงมา ติดตั้งในส่วนบริเวณหลักของโรงแรม BACK OF THE HOUSE เช่น ครั้ว ห้องซักรีด และส่วนอื่นที่เสี่ยงต่อการเกิดเพลิงไหม้

2.2.3 ระบบก๊าซ ใช้ระบบก๊าซฮาโลนอน 1301 ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ สามารถหยุดปฏิกิริยา ลูกโซ่ของระบบการเผาไหม้จากโมเลกุลหนึ่งภายใน 10 วินาที เป็นก๊าซเหลว ไม่เป็นอันตรายต่อคน และมีประสิทธิภาพมากเหมาะกับห้องที่ไม่สามารถดับไฟโดยการใช้น้ำได้ เช่น ในห้องที่มีระบบอิเล็กทรอนิกส์ ห้องควบคุมอาหาร ห้องควบคุมระบบโทรศัพท์

2.2.4 เครื่องมือผจญเพลิง ดับเพลิง ที่เคลื่อนที่ได้ ติดตั้งอยู่รวมกัน สายสูบลูกและท่อน้ำระบบท่อ น้ำแรงดัน รวมเป็น 1 ห้อง ทุกระยะ 20 เมตร

2.2.5 ระบบน้ำดับเพลิง ใช้น้ำจากระบบน้ำใช้ โดยมีการสำรองระดับน้ำเอาไว้ใช้เพื่อการดับเพลิง นอกจากนี้ยังมีปั๊มน้ำฉุกเฉินที่สามารถทำงานได้โดยใช้ไฟฟ้า และน้ำมันดีเซล เพื่อให้สามารถทำงานได้ในกรณีฉุกเฉิน

3.ระบบอุปกรณ์พิเศษ

3.1 ระบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกทางอิเล็กทรอนิกส์

3.1.1 ระบบโทรศัพท์ของโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบโทรศัพท์ของโครงการเลือกใช้แบบ PABX (PRIVATE AUTOMATIC BRANCH EXCHANGE) เพราะเป็นระบบที่ติดต่อระหว่างภายนอกและภายใน หรือภายในกับภายนอก โดยผ่านเครื่องอัตโนมัติหรือพนักงานต่อสาย ซึ่งสามารถติดต่อได้มากกว่า 50 คู่สาย ทำให้เหมาะกับธุรกิจโรงแรมมากกว่าระบบอื่นๆ ซึ่งแบ่งออกเป็นส่วนๆ คือ

- ส่วนที่พักแขก
- ส่วนบริหาร
- ส่วนบริการ

และอาจมีการเพิ่มโทรศัพท์สายตรงภายใน เพื่อความสะดวกในเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือการซ่อมบำรุงบริเวณดังนี้

- ลิฟต์
 - ห้องเครื่องลิฟต์
 - ห้องวิศวกรเครื่องกล
 - คริว ภัตตาคาร บาร์ ห้องเก็บของ
 - ห้องควบคุมระบบวิทยุ และโทรศัพท์
- ส่วนโทรศัพท์สาธารณะจะติดตั้งตามตำแหน่งต่างๆต่อไปนี้
- ห้องโถงใหญ่
 - ส่วนพักผ่อนที่เป็นสาธารณะ
 - ห้องพักพนักงาน

3.1.2 ระบบโทรศัพท์ (TELEX) และอุปกรณ์ติดต่ออื่นๆ

ระบบโทรพิมพ์เป็นอุปกรณ์การพิมพ์ซึ่งสามารถติดต่อได้โดยตรงจากผู้ส่งถึงผู้รับ เป็นอุปกรณ์การพิมพ์ซึ่งรวมทั้งภาคส่งและภาครับในหน่วยเดียวกัน ขนาดประมาณ 1000 มม.×700 มม. โทรศัพท์วงจรปิดเป็นอุปกรณ์ซึ่งติดตั้งเพื่อใช้ในระบบรักษาความปลอดภัย ในการนำไปใช้อาจมีขีดจำกัด ในเรื่องความสว่าง การใช้แสงและไม่สามารถทนต่อที่ที่มีอุณหภูมิสูงได้ การให้แสงสว่างจะต้องมีการป้องกัน เช่น แสงที่จะฉายถูกตัวกล้องโดยตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

3.2.1 ระบบการประชาสัมพันธ์ และบริการเพลงตามสาย (BAGKGROUND MUSIC & PAGING SYSTEM)

ประกอบด้วยตัวกระจายเสียง เครื่องรับวิทยุ เครื่องเล่นแผ่นเสียง เทป และลำโพง ซึ่งจะติดตั้งตามส่วนต่างๆ ที่กำหนดขึ้นภายในโรงแรม และระบบนี้ยังมีวงจรของไมโครโฟนติดอยู่เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในการทำงานของระบบประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น

- การทำงานโดยทั่วไป กระทำโดยการทำงานครอบคลุมส่วนของผู้เข้าพัก ส่วนของพนักงาน
- การทำงานเฉพาะเขต กระทำโดยการเจาะจงส่วนที่ต้องการจะให้มีการประชาสัมพันธ์ เช่น ห้องสัมมนา ห้องจัดเลี้ยง ห้องนิทรรศการ และอื่นๆ

ระบบ	ส่วนผู้พัก	ส่วนพนักงาน
ทั่วไป	ห้องโถง, LOBBY LOUGE, BAR, โถงลิฟต์, ภัตตาคาร	ห้องพักพนักงาน, ส่วนบริหาร, ส่วนทำงานอื่นๆ
เฉพาะส่วน	ห้องจัดเลี้ยง, ส่วนพักผ่อน, สระว่ายน้ำ, สปา, FITNESS	

ลำโพงอาจติดตั้งไว้ภายในตู้ลำโพง เสา หรือเพดาน ซึ่งสามารถทำให้กลมกลืนกับการตกแต่งได้

3.2.2 ระบบโทรทัศน์และวิทยุ

การรับและการแพร่ภาพขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ การจัด และการติดตั้งอุปกรณ์ ซึ่งโดยทั่วไปจะประกอบด้วยระบบสายอากาศหลัก (TELEVISION SYSTEM) เครื่องขยายสัญญาณ และเครื่องกระจายสัญญาณไปตามเครื่องรับแต่ละเครื่อง โทรทัศน์วงจรเปิด และเชื่อมต่อเข้ากับเครื่องรับโดยใช้ระบบ VHF ระบบสายอากาศที่นำมาใช้ภายในโครงการ ใช้ระบบสายอากาศเดี่ยว เพราะที่ตั้งของโครงการในบริเวณใจกลางกรุงเทพมหานคร

3.2.3 ระบบส่งเอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องมือที่ใช้ติดตั้งเพื่อการส่งเอกสาร บัญชี ใบส่ง หรือจดหมายติดต่อบริการ ส่วนทำงานต่างๆหรืออื่นๆ มีแนวโน้มที่จะใช้อุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมาก เนื่องจากมีความรวดเร็ว และแน่นอนในการเชื่อมโยงของข้อมูล และการแจ้งข่าวสาร

3.2.4 ระบบคอมพิวเตอร์

เป็นการส่งข้อมูลของอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยแท่นพิมพ์อักษรและจอภาพ สามารถป้อนข้อมูลส่งไปยังแหล่งเก็บข้อมูลและเรียกข้อมูลที่บันทึกเอาไว้มาใช้ได้ตลอดเวลา การส่งข้อมูลด้วยวิธีนี้จะแน่นอนและรวดเร็วในการแจ้งข่าวสารมากกว่าระบบอื่นๆ

3.3 อุปกรณ์พิเศษที่ช่วยในการประหยัดพลังงาน (ENERGY SAVING DEVICE)

3.3.1 อุปกรณ์ควบคุมการทำงานของเครื่องปรับอากาศ

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

4.สระว่ายน้ำระบบโอโซน (HYDROPOOL)

สระว่ายน้ำในที่ร่ม และน้ำที่นำมาใช้ในการบำบัด ในส่วน SPA TREATMENT ของโครงการ เป็นสระว่ายน้ำที่นำระบบการเติมโอโซนมาใช้ในขั้นตอนการฆ่าเชื้อโรค แทนการใช้สารคลอรีน ซึ่งการระเหยของคลอรีนถ้าอยู่ในสภาพที่ปิดล้อม ก่อให้เกิดกลิ่นเหม็น และเกิดการระคายเคืองแก่ผู้ใช้บริการได้ ซึ่งโอโซน (OZONE) สามารถฆ่าเชื้อโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถ OXIDISES สิ่งเจือปนที่ละลายอยู่ในน้ำได้ โดยไม่ก่อให้เกิดสารพิษ (OXIDISES คือ ปฏิกิริยาทางเคมี ที่โอโซนแตกตัวเข้าทำปฏิกิริยากับสารอื่น โดยผลลัพท์เป็นออกซิเจน) แต่อย่างไรก็ตาม OZONE ไม่สามารถเก็บกักไว้ได้นาน จึงมักจะผลิตขึ้นมาในปริมาณที่ต้องการและจำเป็นต้องมีการใช้เครื่องผลิตโอโซน โดยการเติม OZONE เข้าสู่สระว่ายน้ำหลังการกรอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้โอโซน ไม่ได้เป็นการงดใช้สารคลอรีนเสียทีเดียว แต่เป็นการลดปริมาณการใช้ลง จากความเข้มข้นประมาณ 2.5 ppm. เหลือเพียง 0.5-1.0 ppm. ซึ่งปริมาณสารคลอรีนที่ใช้เป็นการใช้เพื่อป้องกันการติดต่อของเชื้อโรครายในสระ นอกจากนี้ การใช้ระบบโอโซนยังช่วยในการประหยัดพลังงาน จากการลดจำนวนเครื่องหมุนเวียนอากาศเนื่องมาจากการลดการใช้สารคลอรีนลงประมาณ 75-80%

พื้นที่สำหรับห้องเครื่อง (POOL FITRATION AND WATER TREATMENT) ของสระว่ายน้ำ ระบบโอโซน คือ ประมาณ 30% ของพื้นที่สระว่ายน้ำ และ 20% สำหรับสระว่ายน้ำที่ใช้สารคลอรีน

2.5.2 การให้แสงสว่างภายในอาคาร

1. การใช้แสงในการตกแต่งภายใน

แสงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในงานตกแต่งภายใน แสงไฟนอกจากจะให้ความสว่างในการมองเห็นแล้วยังมีผลต่อความรู้สึก ทำให้เกิดความน่าสนใจได้ ซึ่งในการออกแบบแสงไฟในอาคารจะต้องคำนึงถึง

- คุณภาพ หรือความสว่างของไฟสามารถเปลี่ยนแปลงได้
- คุณสมบัติในการสะท้อนของวัสดุไม่เท่ากัน
- ตำแหน่งที่ตั้งของดวงไฟ
- สี เงาน และบริเวณโดยรอบ

แสงประดิษฐ์ นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการตกแต่งภายใน เกือบจะเรียกว่าเป็นเครื่องมือกลไกในงานสถาปัตยกรรม (Tool of the Architect) แสงประดิษฐ์เป็นสิ่งที่ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีช่วยกันสร้างสรรค์ขึ้นมาจนในปัจจุบันแทบทุกมุมของโลกใช้แสงประดิษฐ์และการใช้ไฟช่วยจัด Display อันเป็นประโยชน์ต่อยอดขาย เป็นต้น

2. การใช้แสงสว่างภายในโรงแรม

1. ต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการเป็นหลัก
2. ต้องศึกษากิจกรรมของสถานที่แต่ละแห่ง
3. ทำความเข้าใจคุณลักษณะและคุณสมบัติของดวงไฟแต่ละชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การใช้แสงไฟที่ดีต้องไม่ทำลาย จุดประสงค์ ความงาม ความโดดเด่นของส่วนที่ใช้หรือ บริเวณใกล้เคียง แต่ต้องช่วยให้หุ่นส่วนต่างๆ ตรงจุดหมายที่ต้องการ
5. การใช้แสงไฟที่ดี ต้องไม่ใช่ดวงไฟมากๆ หรือรูปแบบที่วิจิตรพิศดารเท่านั้น
6. การใช้แสงไฟที่ดี ต้องไม่ใช่แต่ติดตั้งเข้าไป ยังต้องมีการออกแบบป้องกันหรือระวังสิ่งที่ไม่ดีอันเกิดจากดวงไฟ เช่น ตำแหน่ง

3. ปัจจัยในการติดตั้งเบื้องต้น

1. ความกว้างของห้อง ห้องที่กว้างมากด้วยการแสงสว่างมาก เพื่อขจัดความมืดและเงา แสงสว่างจะต้องมีความเข้มสม่ำเสมอและเท่าๆกัน โดยต้องมีจุดกำเนิดไฟที่มากกว่า 2 ตำแหน่งขึ้นไป ถ้าจะให้เสมอกันควรแบ่งพื้นที่ทั้งหมด (เพดาน) เป็นตารางสี่เหลี่ยมเรียกว่า จินตภาพตาราง
2. การแบ่งพื้นที่ยอมขึ้นอยู่กับความสูงของเพดาน พื้นที่ของจินตภาพเพดานต้องมีขนาดเท่ากันหรือเกือบเท่ากับความสูงของเพดาน สำหรับที่ทำงานที่ไม่มีไฟเฉพาะตามโต๊ะทำงานความกว้างของจินตภาพตารางต้องแคบลงไปตามความสูงของเพดาน
3. ระยะห่างระหว่างดวงไฟ สำหรับการส่องสว่างโดยตรง การพิจารณาขึ้นอยู่กับความสูงของเพดาน ความกว้างของวงห้องและการส่องสว่างโดยตรงหรือทางอ้อมสำหรับทางปฏิบัติ ระยะห่างดวงไฟจะใกล้เคียงกับความสูงเพดาน

สำหรับรายละเอียดของสิ่งแวดล้อมกับตัวกำเนิดไฟจะแยกออกเป็นการพิจารณาเป็นหมวดหมู่ ดังนี้

3.1 ข้อพิจารณาสิ่งแวดล้อมกับการติดตั้งดวงไฟ

1. หลีกเลี่ยงการมองที่มาจากแสงโดยตรง
2. หลีกเลี่ยงการสะท้อนกลับของวัตถุผิวเงา
3. หลีกเลี่ยงการสะท้อนกลับของกระจกที่ไม่ได้อยู่กับที่ (เช่น หน้าต่างเมื่อปิด)
4. กำหนดให้มีส่วนที่ยังมีแสงสว่างและเงาพอเหมาะ เพื่อการมองเห็นได้ชัดเจน การที่มีเงาสะท้อนของแสงจะทำให้มีปัญหาในการมอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. พิจารณาปริมาณของแสงสว่างที่เป็นแสง-สี

3.2 ลักษณะวิธีการติดตั้งแหล่งกำเนิดแสง

1. CEILING MOUNTED FITTING คือ ชนิดติดตั้งเพดาน (ฝ้าเพดาน)
2. CEILING RECESSED UNITS คือ ชนิดฝังในเพดาน (ฝ้าเพดาน)
3. SUSPENDED FITTINGS คือ ชนิดแขวนหรือห้องจากเพดาน
4. WALL BRACKETS คือ ชนิดติดผนังหรือเรียกว่า ไฟกิ่ง
5. PORTABLE FITTINGS คือ ชนิดเคลื่อนย้ายได้

3.3 การติดตั้งไฟจากเพดาน

1. ติดตั้งสปอตไลท์ ให้ส่องตรงจุดที่ต้องการเน้นหรือโชว์
2. ให้แสงจากโคมไฟผ่านวัสดุกรองแสงเสียก่อน เพื่อจะได้ไม่เกิดเงาเข้ม เพราะความถี่ของแสงไฟสูง
3. ซ่อนไฟใต้เพดานหลายดวง จะทำให้ไม่เกิดเงาเข้ม และให้ความสว่างทั่วถึง
4. ให้แสงสะท้อนเพดานกระจายลงมา ช่วยลดความจ้าของแสงและทำให้ความสว่างให้ทั่วถึงด้วย
5. ในกรณีที่ติดตั้งดวงไฟใต้เพดาน ควรจะมีแผงพลาสติก การออกแบบติดตั้งควรจจะระวังแสงเข้าตา อาจทำโดยมีแผ่นไม้กั้น

4.การใช้แสงไฟในส่วนต่างๆของโครงการ

4.1 LOBBY

เป็นส่วนบริการที่ต้อนรับผู้ใช้บริการ (ทั้งผู้ที่จะมาพักอาศัยและผู้ที่มาใช้บริการด้านอื่นๆ) และเป็นที่รวมผู้ใช้บริการสำหรับการย้ายออกไปทัศนศึกษาหรือผู้ที่เพิ่งจะมาพักที่โรงแรม ส่วนบริการที่มีอยู่คือ แผนกสอบถาม แผนกต้อนรับ ทีโทรศัพท์ ห้องน้ำ ที่นั่งพักคอย อาจจะมีดนตรีและจำหน่ายเครื่องดื่ม โถงพักคอยถือเป็นส่วนแนะนำตัวของโรงแรมว่า โรงแรมนี้มีบริการระดับไหนหรือเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงแรมระดับโหนด และหรูหราทั้งด้านรูปแบบและวัสดุ จะมี 2 ส่วน คือ ส่วนพักคอยธรรมดา คือมีโซฟาสำหรับนั่งคอยและส่วนพักคอยที่มีบริการเสียงเพลงและเครื่องดื่ม เป็นการหารายได้ให้แก่โรงแรมทางหนึ่ง และเป็นส่วนนัดพบของแขกได้ที่หนึ่ง

การใช้แสงไฟควรจะสว่างพอสมควร ไม่จ้าเกินไปเพราะจะทำให้ผู้ที่มานั่งอยู่ได้ไม่นานถ้ามืดเกินไปก็จะไม่มีใครกล้านั่ง เพราะรู้สึกเหมือนสถานที่กำลังซ่อมบำรุง ห้ามเข้า ยังไม่เรียบร้อยหรือบกพร่องไป การใช้แสงสำหรับบริเวณโหนดพักคอย ใช้ได้ทั้งแสงประดิษฐ์ และแสงธรรมชาติเพราะเป็นส่วนที่อยู่ด้านหน้าของโรงแรม และเปิดบริการทั้งกลางวันและกลางคืน สำหรับกลางวันถ้าใช้แสงธรรมชาติช่วยได้ก็จะเป็นการดีและประหยัด ทั้งยังสวยงามตามธรรมชาติ

การให้แสงไฟประดิษฐ์ในบริเวณ LOBBY

ง่ายพอสมควร เพราะใช้ได้กับดวงไฟ เกือบทุกประเภท เนื่องจากเหตุผลของการใช้แยกเป็นส่วนๆ ดังนี้

1. ส่วนประชาสัมพันธ์ หรือแผนกทะเบียนของโรงแรม

ลักษณะเฟอร์นิเจอร์มักเป็น COUNTER ดวงไฟจึงเป็นแบบติดเพดานหรือห้อยจากเพดานให้ลำแสงสาดลงล่าง เพื่อให้ความสว่างหน้าเคาน์เตอร์ และแสงจะต้องไม่พุ่งเข้าสายตาคอน

2. ส่วนพักคอย

ลักษณะการตกแต่งจะมีโซฟาและโต๊ะกลาง การใช้แสงมีทั้งแบบโคมไฟห้อย โคมตั้งโต๊ะไฟผนัง เพดาน และไฟติดผนัง ลักษณะโคมไฟควรกระจายแสงทั้งสองขึ้นและลง กระจายออกร่องด้านสำหรับไฟตั้งโต๊ะระวางอย่าให้แสงกระจายออกรอบข้างมาเข้าคาน ที่นั่งโซฟาแสงไฟควรจะส่องขึ้นและลงเท่านั้น

3. บริเวณโทรศัพท์และทางเดินเข้าห้องน้ำ

ควรใช้แสงไฟแต่น้อย เพียงเพื่อให้เห็นทางเท่านั้นพอ เพราะคนที่จะโทรศัพท์ชอบความเป็นส่วนตัว และการที่คนจะเข้าออกห้องน้ำก็ไม่ชอบให้มีแสงสว่างจ้า ทำให้รู้สึกเขินทั้งตอนเดินเข้าและออกมา

โดยสรุปแล้ว LOBBY เป็นบริเวณที่ใช้ไฟได้หลายประเภท จากที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าบริเวณ LOBBY มีส่วนปลีกย่อยหลายส่วน การใช้ไฟมีหลายประเภทที่เหมาะสมกัน แต่ที่สำคัญและนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สังวรไว้ คือ การใช้ไฟหลายดวงแต่ว่าแต่ละดวงมีกำลังส่องสว่างน้อย เมื่อรวมกันแล้วได้ความสว่างที่สมควร จะดูสวยงามมากและแพรวพราว แต่ที่ต้องระวังคือ อย่าให้ผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกว่าดวงไฟมากเกินไป จะทำให้รู้สึกร้อนและน่ากลัว ทำให้ไม่อยากเข้าใกล้ และที่สำคัญมากคือ ต้องไม่ห้อยโคมไฟให้ต่ำนัก ในกรณีที่เพดานต่ำจะทำให้รู้สึกไม่สะดวกสบายนัก และ LOBBY จะขาดผู้ให้บริการในที่สุด

4.2 COFFEE SHOP

เป็นส่วนให้บริการอาหารอย่างเป็นกันเอง ส่วนนี้เปิดให้บริการอาหารเกือบตลอด 24 ชั่วโมง เน้นการให้บริการอาหารแบบรวดเร็ว บรรยากาศโดยรวมจึงควรสบายๆเป็นกันเอง ไม่ควรหรูหราเกินไปนัก

การให้แสงสว่างในส่วนนี้ควรให้แสงสว่างปานกลาง มีความสว่างทั่วทั้งบริเวณ ไม่ควรเล่นแสงไฟเป็นจุดๆให้มากนัก หากเป็นไปได้ ควรดึงแสงสว่างจากธรรมชาติเข้ามาใช้ในส่วนนี้ให้มากๆ ก็จะเป็นผลดีทั้งในเรื่องของความประหยัด และยังช่วยให้บรรยากาศโดยรวมดู RELAX สบายๆขึ้นอีกด้วย การเลือกใช้หลอดไฟนั้น อาจเลือกใช้ทั้งหลอดไฟแบบมีไส้ (INCANDESCENT) ร่วมกับหลอดฟลูออโรสเซนต์ (FLUORESCENT) ไม่ว่าจะใช้ไฟแบบใดก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ระวังการติดตั้งไฟที่จะสะท้อนเข้าตาผู้มารับประทานอาหาร

4.3 RESTAURANT

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

แสงที่ใช้ในภัตตาคารเป็นตัวช่วยเสริมสร้างบรรยากาศ ใช้ในการเน้นจุดที่สำคัญ การเลือกใช้ไฟในภัตตาคารนิยมหลอดไฟชนิดมีไส้ (INCANDESCENT) เนื่องจากหลอดไฟชนิดนี้ให้แสงสว่างที่ค่อนข้างไปทางสีแดง-เหลือง ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง และให้ความรู้สึกหรูหรามากกว่าหลอดฟลูออโรสเซนต์ การให้แสงสว่างภายในภัตตาคารมักจะใช้แสงหลายๆชนิดปะปนกัน แล้วแต่ลักษณะการออกแบบและประโยชน์ใช้สอย การให้แสงสว่างเฉพาะโต๊ะอาหารให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัวได้นอกจากนี้การติดตั้งวงจรไฟฟ้าแบบพิเศษ เช่น สวิตช์สำหรับหรี่แสงนั้น มีประโยชน์ในการให้แสงสว่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกัตตาการเป็นอย่างมาก จะปรับให้สว่างหรือสลัวก็ได้ และการให้แสงจัดในบริเวณที่ต้องการเน้นหรือจุดที่น่าสนใจ จะทำให้กัตตาการดูสวยงามขึ้น

2.5.3. การใช้สีภายในอาคาร

สีต่างๆ มีอิทธิพลอย่างแรงกล้าต่อจิตใจมนุษย์ เป็นเหตุให้เกิดอารมณ์เปลี่ยนแปลงได้หลายอารมณ์ ทั้งร้อนแรง อบอุ่น และชุ่มชื้น เยือกเย็น กระปรี้กระเปร่า เป็นต้น สำหรับในด้านการตกแต่งภายในจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ถึงจิตวิทยาของสีว่าสีใดให้ความรู้สึกอย่างไร เพราะการใช้สีให้คล้อยตามไปกับหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยของสถานที่นั้นๆทำให้การใช้สีมีประสิทธิภาพดีขึ้นและในบางเวลาจะช่วยแก้ความรู้สึกที่ร้อนอบอ้าว อาจแก้ด้วยสีที่ให้ความรู้สึกเย็นสบาย ทำให้คลายร้อนไปได้

อันที่จริงแล้วอิทธิพลของสีที่กระทบจิตใจของเราจะรู้สึกไม่เหมือนกันทุกคน ทั้งนี้เพราะในการตกแต่งภายใน ควรจะคำนึงถึงคุณลักษณะและความรู้สึกในเรื่องสีด้วย เช่น

- สีสามารถสร้างความรู้สึกกว่าเข้าใกล้หรือห่างออกไป คือ สีอุ่น ดูแล้วรู้สึกเข้าใกล้ตัวแต่สีเย็นดูแล้วออกห่างจากตัว
- สีบางสีอาจไม่น่าดูเมื่อใช้กับพื้นที่มากๆ แต่เสริมให้น่าดูแก่สีอื่นๆ เมื่อใช้ในพื้นที่เล็กๆ เช่น สีส้มสดบนพื้นที่สีเขียวเข้ม
- เมื่อใช้สีเข้มจัดคู่กับสีอ่อนจัด จะดูเด่น มีชีวิตชีวากว่าการใช้สีที่มีความเข้มใกล้เคียงกันไว้ด้วยกัน
- ความเด่นของสี จะเกิดขึ้นเมื่อใช้สีต่างกันในเรื่องที่หรือปริมาณไม่เท่ากัน เพราะการใช้สีแต่ละสีในปริมาณเท่ากันหมด หรือเนื้อที่เท่าๆ กันทั้งหมด จะเกิดความน่าเบื่อหรือการตัดกันอย่างรุนแรง

1. จิตวิทยาการใช้สี สีมีปฏิกิริยาต่อความรู้สึกของมนุษย์โดยตรง เช่น

- สีเทา ให้ความรู้สึกเคร่งขรึม สุภาพ ผู้ดี เรียบร้อย เงียบสงัด
- สีดำ ให้ความรู้สึกลึกลับ มืด ทุกข์โศก น่ากลัว ให้ความแข็งแกร่ง มีพลัง
- สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากมลทิน เปิดเผย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สีแสด ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ สนุก อันตราย เบิกบาน ต้อนรับ รบกวณ ไม่สบายใจแทรกอยู่
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกเปรี้ยว ร่าเริง ดีใจ มีอำนาจ ชักจูง ความมั่งคั่ง
- สีแดง ให้ความรู้สึกมั่งคั่ง สมบูรณ์ ความสวย ความสุข ตี้อร้น ทำทหาย กระตุ้นความหวาน ความอบอุ่น กระทือร้อน ร้อน ดุร้าย แรงกล้า
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสุภาพ ถ่อมตน หนักแน่น เยือกเย็น สุขุม คงสภาพ มีฐานันดรศักดิ์ มั่นคง
- สีเขียว ให้ความรู้สึกร่าเริง สดชื่น กระจ่มกระชวย สุขุม เยือกเย็น สันติ

2.5.4 วัสดุที่ใช้ภายในการออกแบบ




การใช้วัสดุตกแต่งภายในห้องของอาคารพักอาศัยตากอากาศและส่วนอื่นๆ ซึ่งบางชนิดไม่เหมาะสมและไม่สามารถนำมาใช้ได้ ถ้าจะใช้ได้ก็จะเกิดปัญหาจากอากาศบริเวณชายทะเลที่มีปฏิกิริยาต่อวัสดุต่างๆ และต้องเพิ่มการบำรุงรักษา อันเป็นการเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ จากการวิเคราะห์โดยวัสดุที่ใช้นั้นจะต้องทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศแบบชายทะเล และง่ายต่อการดูแลรักษาทำความสะอาด และน้ำทะเลไม่มีปฏิกิริยาต่อวัสดุเหล่านั้น ส่วนใหญ่ที่ใช้กันอยู่ก็จะเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ และจากการประดิษฐ์โดยทั่วไป ไม่ทุกชนิด เช่น ไม้สัก หวาย ไม้ไผ่ ไม้ฉำฉา ฯลฯ หินก็มีพวก หินอ่อน หินกาบหรือหินทะเล ฯลฯ กระจกและอื่นๆ ซึ่งความจริงในส่วนที่พื้นก็ไม่จำเป็นต้องปูพรมทุกห้อง (นอกจากต้องการความหรูหราและสวยงาม) เพราะยากแก่การทำความสะอาด เพราะชายทะเลมักจะมีทรายติดตัวและเสื้อผ้าของผู้ที่มาพักอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการที่จะมาพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศก็ต้องการความสบาย โดยไม่จำเป็นต้องระวังรักษา หรือใช้โดยอึดอัดไม่สะดวก พื้นส่วนที่เป็นสาธารณะโดยทั่วไปควรใช้หิน กระเบื้องดินเผา หรืออื่นๆ เพราะเหมาะสมกับอากาศชายทะเลและดูแลรักษาทำความสะอาดง่ายและคงทนถาวร

1. วัสดุประเภทหิน

วัสดุประเภทหิน สำหรับผนังภายในและภายนอกของอาคารชุด นับว่าเหมาะสมที่จะกรุด้วยวัสดุประเภทหิน อันได้แก่ หินประเภทเนื้อละเอียด สามารถทนต่อฟ้าอากาศหรือใช้กันผนัง และพื้นที่ใช้งานสมบุกสมบัน ตลอดจนเนื้อที่ที่คนพลุกพล่าน เพราะหินทนต่อการสัมผัสและทำความสะอาดง่าย และหินยังมีคุณสมบัติที่ให้ความงดงาม ประทับใจ มีค่า หุหุรา วัสดุประเภทหิน แยกชนิดได้ดังต่อไปนี้

■ หินอ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นหินที่สามารถทนสกรปรกได้ดี ทนต่อสารเคมีได้บ้างในบางชนิด ซึ่งจะใช้หินอ่อนกับผนังภายในเป็นส่วนมาก หินอ่อนให้ลักษณะที่มีคุณค่าในด้านความงามกว่าหินประเภทอื่นๆ มีสีให้เลือกหลายสี เช่น ขาว ดำ เทา ชมพู เขียว เนื้อ น้ำตาล เป็นต้น หินชนิดนี้ทนกับน้ำหนักปานกลาง ทนต่อการขัดสี ไม่เก็บเสียง ทรูหรา และมีผิวหน้าที่ดูสวยงาม ถ้าถูกน้ำมันอาจต่างเป็นดวง มีทั้งแบบด้านและมัน มักใช้ปูพื้นห้องน้ำที่ต้องการความทรูหรา วิธีปู ปูปนทราย  หิน  ขนาดความหนาของแผ่นจะเป็น  และ 1 นิ้ว

■ หินกาบ

หินกาบ คือ หินซ้อนกันเป็นชั้นๆ ที่นิยมใช้มีหลายสี คือ สีน้ำตาล ดำ เหลือง ส้ม แดง ม่วง (ราคาแพงที่สุด) หายากแต่ดูไม่ธรรมดา การปูหินกาบ เตรียมพื้นที่ที่จะปูให้มีผิวขรุขระ เพื่อหินกาบจะได้ติดแน่นกับพื้น ใช้แปรงชุบน้ำตีผนังให้ชุ่มขณะปูตลอดเวลา ใช้ปูนทรายเป็นตัวเชื่อม เมื่อปูต้องคอยจับแผ่นหินไปด้วย เพื่อไม่ให้ปูนเกาะที่หินกาบ เมื่อเสร็จ ใช้ฟองน้ำทำความสะอาดและลงแว็กซ์

■ หินแกรนิต

ส่วนมากใช้กรุผนังหรือพื้นทางเดินของส่วนต่างๆ เนื่องจากเป็นหินแข็งที่สุด เนื้อแน่นและทนทานเมื่อขัดให้ขึ้นเงาจะมีลักษณะคล้ายหินอ่อน และบำรุงรักษาความสะอาดได้ง่าย

■ หินชนวน

หินชนวนมีสีต่างๆ ให้เลือกหลายสี ได้แก่ สีฟ้า สีดำ และสีน้ำตาล มีราคาที่แพงอยู่บ้าง แต่ประหยัดค่าบำรุงรักษาได้ดี

■ หินหล่อ

ได้แก่ วัสดุประเภทหินผสมกับซีเมนต์ คุณคือน้อยกว่าหินแท้ แต่มีความคงทนและบำรุงรักษาง่ายเท่ากับหินแท้

2. วัสดุประเภทดินเผา

วัสดุประเภทดินเผา เช่น อิฐ กระเบื้อง และเซรามิค สามารถใช้กรุพื้นและผนัง ราคาถูกกว่าหินทนทานดินฟ้าอากาศ ทนการสึกกร่อน บำรุงรักษาง่าย ตลอดจนมีลวดลายให้เลือกได้มากกว่า

■ อิฐ

สามารถนำมาใช้ได้โดยธรรมชาติของมัน หรือทาสีทับ สีธรรมชาติมีสีแดง สีแสด สีเหลือง หรือสีเทา ขาว ราคาถูกกว่าหิน คงทนและง่ายต่อการรักษา

■ กระเบื้อง

เป็นวัสดุที่สามารถปูได้ทั้งพื้นและผนัง ใ้ในทุกห้องตามที่ต้องการ และเหมาะสมกับสภาพดินฟ้าอากาศ และทนต่อผลจากไอน้ำเค็มได้เป็นอย่างดี และยังมีหลายขนาดหลายแบบ และหลายสีให้เลือกได้ตามความพอใจ

3. วัสดุประเภทไม้

เป็นวัสดุที่เหมาะสมกับการตกแต่งภายในที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ เพราะหาได้ง่าย ทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ และมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ไม้มีหลายชนิด เช่น

■ ไม้อัดสัก

เป็นไม้เนื้อปานกลางระหว่างไม้เนื้อแข็งและไม้เนื้ออ่อน ใช้งานประณีตได้ดี รวมทั้งมีสีและลวดลายสวยงามเหมาะสมแก่การทำเครื่องเรือน ในส่วนที่ต้องการความสวยงามและคงทน การนำมาใช้ควรขัดผิวให้เรียบเนียน อาจย้อมสีให้เข้มขึ้นเล็กน้อยก็จะสวยงาม

■ ไม้อัดยาง

คือ ไม้สักที่แปรรูปให้เป็นแผ่นบางอัดทับกับไม้เนื้อแข็ง เพื่อให้มีความแข็งแรงไม่บิดงอหรือหัก ใช้งานเครื่องเรือน จะดูแลรักช้ายากกว่าเครื่องเรือนที่ทำด้วยไม้สัก

■ ไม้อัดมะปิ่น

เป็นไม้อัดที่มีคุณภาพและราคาปานกลาง มีเนื้ออ่อนและทำผิวได้ดีโดยไม่ต้องย้อมสี

■ ไม้อัดลมหิน

เป็นไม้อัดที่มีลักษณะคล้ายไม้อัดสัก แต่มีลวดลายแปลกกว่า คือไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยเหมือนลายของไม้สัก แต่ผลิตน้อยจึงหายาก ราคาไม่แน่นอน มีความคงทนมาก อาจใช้ปนกับไม้สักได้

■ ไม้สนหรือฉำฉา

เป็นไม้เนื้ออ่อน ไม่นิยมใช้ทำเครื่องเรือนมากนัก แต่มีใช้ประกอบหรือตกแต่งบางส่วนของเครื่องเรือนให้ดูสวยงามมากขึ้น ปัจจุบันมีการนำไปใช้ทำเครื่องเรือนทั้งตัว ด้วยมีความสวยงาม แต่ไม่ค่อยแข็งแรง จึงใช้กับเครื่องเรือนที่มีขนาดเล็กๆ ไม่รับน้ำหนักมากนัก หรือใช้ประกอบบนโครงสร้างไม้เนื้อแข็งแทน ก็จะได้ผลดีเพราะมีความสวยงาม และราคาค่อนข้างถูก

■ ไม้จำปา

เป็นเนื้อไม้สีอ่อน ใช้งานประณีต ไม่นิยมย้อมสี

■ ไม้ประสานสัก

เป็นไม้ชิ้นเล็กที่นำมาติดต่อกันเป็นแผ่น เพื่อทำเครื่องเรือน ไม่ทนทานเท่าไม้สัก แต่ราคาถูก นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ที่อัดแปรรูปแล้วใช้เครื่องเรือนได้อีก มีความแข็งแรงเท่าเทียมกับไม้ แต่ราคาถูกกว่า เรียกว่า “ยิปซัมบอร์ด” แต่ต้องมีวัสดุกรุทับผิวหน้า

4. วัสดุจำพวกหวายและไม้สัก

■ หวาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติในเมืองร้อน เหมาะสมกับการนำมาใช้ตกแต่งอาคารประเภทโรงแรม พักตากอากาศเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ ได้บรรยากาศพื้นถิ่น ไม่ทำปฏิกิริยากับโอเค็มจากน้ำทะเลเหมือนโลหะ รวมทั้งราคาถูก สวยงาม น้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายได้สะดวก นอกจากนี้ในปัจจุบันเครื่องเรือนที่ทำด้วยหวาย มีผลิตรายออกมาหลายแบบ สามารถย้อมด้วยสีฝุ่น หรือทำสีพ่นได้ อย่างไรก็ตามก็ยังคงนิยมใช้สีธรรมชาติของหวายอยู่เช่นกัน

ข้อเสียของหวาย

1. ไม่ทนทานต่อการกัดของมอดและเชื้อรา ซึ่งเป็นตัวทำลายเนื้อหวาย ซึ่งหวายมีคุณสมบัติคล้ายไม้ คือ เนื้อหวายจะมีสารพวกแป้งและเซลลูโลส แต่สามารถป้องกันได้ด้วยการใช้สารเคมีที่เป็นยารักษาเนื้อไม้
2. หวายไม่แข็งแรงเท่าไม้ โดยเฉพาะส่วนประกอบที่เป็นหวายเส้นเล็กๆ อาจขาดง่าย ทำความสะอาดยาก มีชอกมูมให้ฝุ่นเกาะมาก แต่สามารถเลี่ยงได้ด้วยการทำเฟอร์นิเจอร์ด้วยหวายเส้นใหญ่
3. จะเก่าและผุเร็วหลังจาก 18 เดือน หรือ 2 ปีไปแล้ว หากขาดการดูแลรักษา
4. ติดไฟได้ง่าย

การนำไปใช้ในลักษณะอื่น

การเลือกใช้เครื่องเรือนหวายนั้น นอกจากจะซื้อสำเร็จรูป หรือสั่งทำตามแบบที่ต้องการแล้ว ยังสามารถซื้อเพียงบางส่วนของผลิตภัณฑ์หวาย เพื่อนำไปใช้ประกอบกับเครื่องเรือนได้ เช่น ซื้อหวายสานลายดอกพิกุล ซึ่งมีสานเป็นแผ่นขายเป็นตารางพุด เพื่อนำไปกรุเป็นพื้นและพนักเก้าอี้ กรูที่หัวเตียง ซึ่งหัวเตียงนี้นำไปประกอบกับหัวเตียงชนิดอื่นๆที่ไม่ใช่หวายได้ เบาะที่ใช้กับเก้าอี้หวายนั้น มีทั้งที่มีไส้เป็นนุ่น และเป็นฟองน้ำ ผ้าหุ้มเบาะมักใช้ผ้าฝ้ายเพราะมีเนื้อหยาบ ซึ่งดูเหมาะสมกับลักษณะของหวาย จะมียูบ่างเหมือนกันที่เลือกใช้วัสดุที่ตรงกันข้ามกับลักษณะของหวาย เพื่อให้เกิดความรู้สึกใหม่ๆ เช่น ใช้ผ้าแพรต่วนที่ดูเป็นมันหรือผ้าไหม เป็นต้น

การใช้วัสดุอื่นผสม

การใช้หวายผสมกับวัสดุอื่นๆ มีมานานแล้ว ในปัจจุบันมีวิวัฒนาการของการผสมผสานดังกล่าวมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น นำหวายมาผสมผสานกับกระจก ทำเป็นที่บังตา ใช้หวายผสมกับโครสแตนเลสเป็นเก้าอี้นั่ง ใช้หวายตกแต่งเก้าอี้นวม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

■ ไม้ไผ่

ไม้ไผ่เป็นไม้ที่หาง่ายและมีอยู่ทั่วไปในทุกภาคของเมืองไทย เป็นวัสดุที่มีราคาไม่แพงเกินไป แต่มีความแน่นอน คือ ไม่ว่าจะเปลี่ยนแปลงรูปร่างอย่างไรก็ยังมีคุณค่าในตัวเองที่เห็นเป็นอยู่เสมอว่าเป็นไม้ไผ่ และไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติในตัวของมันเองได้เลย ถึงแม้ว่าจะผนวกเอาฝีมือและความคิดของคนในการนำมาใช้แล้วก็ตาม ไม้จึงเป็นไม้ที่คนเห็นแล้วอดนึกถึงธรรมชาติไม่ได้ และให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลายขึ้นเสมือนว่าได้นั่งอยู่ท่ามกลางบรรยากาศของธรรมชาติ

ไม้ไผ่ที่นำมาตกแต่งนั้น จะต้องผ่านกรรมวิธีหลายอย่าง ตั้งแต่การแช่น้ำ ต้ม ย่าง และอบก่อนที่จะนำมาใช้ในลักษณะการออกแบบที่แตกต่างกันออกไป ไม้ไผ่นี้เหมาะสมเป็นอย่างมากสำหรับการตกแต่งบริเวณที่อยู่อาศัย หรือนำมาประกอบในการทำเฟอร์นิเจอร์ ไลฟ์สไตล์ กั้นผนัง แต่งเพดาน และอื่นๆ นับเป็นการเหมาะสมเป็นอย่างมากที่จะใช้กับสภาพที่เป็นชายทะเล เพราะปลอดจากปัญหาจากไอน้ำเค็มที่จะทำให้โลหะเกิดสนิมเร็วขึ้นกว่าปกติ แต่ที่สำคัญในยุคเศรษฐกิจที่จำเป็นในปัจจุบันจะเป็นวัสดุที่มีราคาถูกกว่าวัสดุอื่นๆ และจากการที่ได้ผ่านกรรมวิธีต่างๆ มาแล้วทำให้ไม้ไผ่ที่จะนำมาใช้ มีความคงทนถาวรและปลอดภัยจากการกัดเจาะของมอด

คุณสมบัติและรูปลักษณ์ต่างๆ ของไม้ไผ่

ไม้ไผ่นั้นมีลักษณะส่วนรวมเป็นปล้องไม้กลมขนาดต่างๆ และข้างในกลวงเป็นช่วง ขนาดกลมก็มีขนาดแตกต่างกัน แล้วแต่อายุและพันธุ์ของไม้ไผ่ โดยเนื้อแท้ ไม้ถึงแม้จะดูโปร่งเบา แต่ก็แข็งแรงสามารถรับแรงประเภทต่างๆ ได้ดี ด้วยเหตุนี้เราสามารถนำไม้ไผ่มาใช้ประโยชน์ได้ทั้ง 2 ประเภท คือ ใช้เป็นโครงสร้าง กับใช้เป็นวัสดุตกแต่ง หรือบางครั้งเราอาจใช้ด้วยกัน ใช้เป็นทั้งโครงสร้างและวัสดุตกแต่งไปด้วยตัว

ในการนำไม้ไผ่มาตกแต่งนั้นสามารถนำได้ทุกจุด และสามารถสร้างอะไรก็ได้ทุกประเภท อาจยกตัวอย่างส่วนที่นำไม้ไผ่มาตกแต่งพอสังเขปได้ดังนี้

- ทำเครื่องเรือน
- ตกแต่งผนัง เพดาน ฝ้า
- ทำของประดับ เช่น โคมไฟ ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม้ไผ่มีหลายขนาดและหลายชนิด ตลอดจนมีความยาวแตกต่างกัน เช่น ปล้องใหญ่ใช้ทำ โครงสร้างเครื่องเรือนหรือโครงสร้างผนังเบา ปล้องเล็กใช้ตกแต่งประกอบโครงสร้าง ส่วนปล้องเล็ก มากอาจผ่าเป็นไม้ซีกใช้กรุผนัง หรือฉาก เป็นต้น

การใช้ไม้ไผ่ตกแต่งผนังและเพดาน

จะใช้วิธีการที่คล้ายคลึงกัน หากมีผนังเดิมอยู่แล้วก็อาจใช้ไม้ไผ่ผ่าซีกแล้วกรุเป็นแนวทับ ผนังเดิมลงไปอาจกรุตามแนวตั้งหรือแนวนอน หรือไม้ก็สลับทั้งแนวตั้งและแนวนอน รวมทั้งบางช่วง อาจจะเว้นช่องบ้างก็ได้

สามารถนำไม้ไผ่มาใช้แทนคิ้วได้ โดยอาจใช้เป็นคิ้วบัวเพดาน นอกจากนี้อาจใช้ไม้ไผ่ทำ แนวผนังปิดรอยต่อระหว่างวัสดุต่างชนิดกันก็ได้

การใช้ไม้ไผ่ทำบังตา

การนำไม้ไผ่มาใช้ในการตกแต่ง ที่นิยมมากอีกวิธีหนึ่ง คือ การทำบังตานั่นเอง เพราะ ลักษณะเป็นปล้องกลมของไม้ไผ่ เมื่อมาจกสานกันเข้าเป็นผืนก็ทำให้สวยงาม การสานตัวกันให้เป็นแผง นี้ ทำให้เกิดลวดลายขึ้น เราสามารถออกแบบลวดลายของบังตาไม้ไผ่นี้ได้หลายแบบ อาจสานกันเป็น ตารางหรือรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หรือลายแบบอื่นได้อีกมาก หรือจนกระทั่งเป็นลายอิสระไม่มี รูปทรงที่แน่นอน

5. กระจก

กระจกเป็นวัสดุที่มีความสำคัญต่อการตกแต่งภายในเป็นอย่างมาก เพราะมีความสวยงามใน ตัวเองสามารถใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี มีความโปร่งแสง ทนไฟ และกระจกเงาก็มี ความสำคัญในการเพิ่มความโปร่ง โล่ง และมีคุณค่า หูหระ ให้กับสถานที่

กระจกมีหลายแบบ สามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการ เช่น กระจกดูดความร้อนกระจก 2 ชั้น ช่วยกระจายแสง และกรองความร้อน กระจกบานเกล็ด รับลมได้ กระจกมีข้อดีคือ สามารถกันน้ำ ลม ฝนได้ ปลอดภัยจากเชื้อรา และสามารถป้องกันเสียงรบกวนได้ แต่มีข้อเสียคือ มีขนาดใหญ่ไม่มาก (ถ้าต้องการขนาดใหญ่พิเศษ ต้องสั่งทำจากต่างประเทศ และมีราคาสูงมาก) ยากต่อการขนส่ง ผิวหน้า มักจะเป็นรอยขีดข่วน และฝุ่นเกาะได้ง่าย

6. ผ้าม่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าผ้าม่านเป็นวัสดุสำคัญในการตกแต่งภายใน ที่มีความจำเป็นต่อประตู หน้าต่าง และกระจก บางครั้งอาจนำมาใช้ในลักษณะการปิดกันอื่นๆได้ ผ้าที่นำมาใช้ทำผ้าผ้าม่านมีหลายชนิดด้วยกัน เช่น

- ผ้าไหม เป็นผ้าที่มีคุณค่ามาก ให้ความรู้สึกเป็นทางการ สง่างาม เป็นระเบียบ
- ผ้ากำมะหยี่ ให้ความรู้สึกหรูหรา พุ่มเพื่อย ภูมิฐาน นุ่มนวล มีราคา
- ผ้าฝ้าย ให้ความรู้สึกเป็นกันเอง
- ผ้าป่าน ให้ความรู้สึกเบา โปร่งสบาย
- ผ้าลูกไม้ ให้ความรู้สึกนุ่มนวล โรแมนติก
- ม่านไม้ไผ่ ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ โปร่งแสง

ประโยชน์ของผ้าผ้าม่านมีหลายอย่าง คือ ช่วยกรองแสงให้ลดความจ้าลง ควบคุมความสว่างได้ตามต้องการ ช่วยลดความร้อนจากอุณหภูมิของแสงแดด ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่วยกันฝุ่น ป้องกันเสียงสะท้อน สร้างบรรยากาศในการตกแต่งและบังสายตาได้เป็นอย่างดี

บทที่ 3

กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และพื้นที่ที่ต้องการ

3.1 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ใช้อาคารโรงแรม แบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆได้ 2 ประเภทคือ

3.1.1 ผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่พนักงาน อำนวยความสะดวกต่างๆภายในโรงแรมสามารถแบ่งพฤติกรรมตามลักษณะงานได้ดังนี้

1. ฝ่ายบริหาร คือ บุคคลที่ทำงานในด้านบริหารและจัดการ เช่น ผู้อำนวยการโรงแรม หัวหน้าฝ่ายหรือแผนกต่างๆ
2. พนักงาน/เจ้าหน้าที่ คือ บุคคลผู้ได้รับการจ้างให้ทำงานโดยได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งและปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย
3. พนักงานทั่วไป ได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัย พนักงานรักษาความสะอาด เป็นต้น

3.1.2 ผู้รับบริการ ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาในอาคารเพื่อเข้ามาใช้บริการทั้งในด้านการพักอาศัย, มาเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ,มาธุรกิจติดต่อธุรกิจ,มารับประทานอาหารหรือมาใช้บริการต่างๆภายในโรงแรมแบ่งได้เป็นกลุ่มต่างๆได้ดังนี้

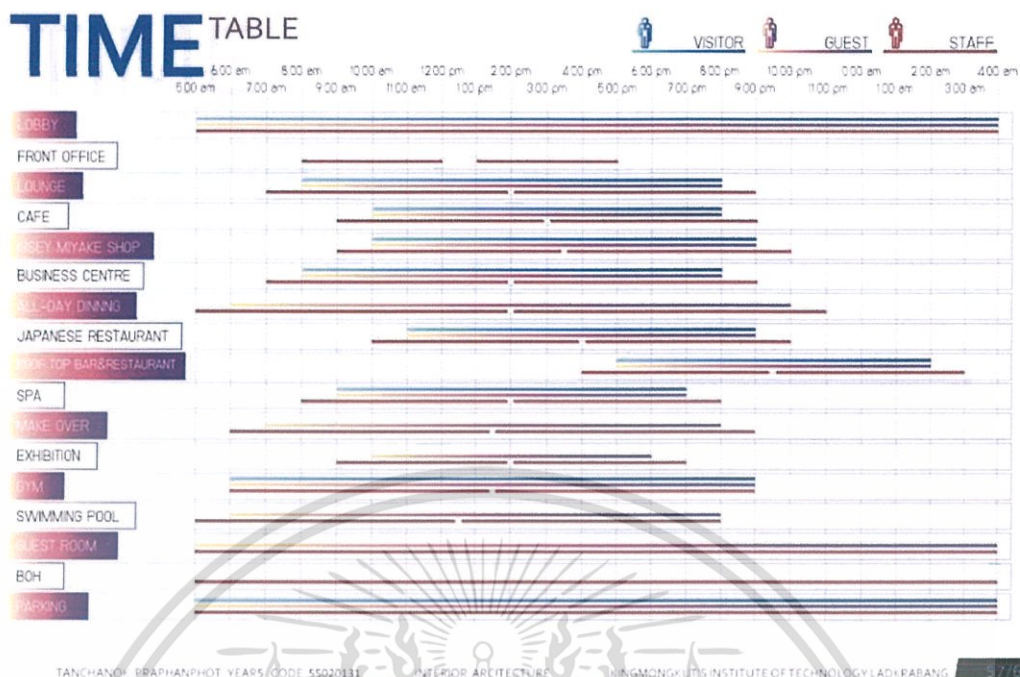
กลุ่มเป้าหมายหลัก

1. นักธุรกิจชาวต่างชาติที่เดินทางมาทำธุรกิจในกรุงเทพมหานคร 60%
2. นักธุรกิจชาวไทยที่เดินทางจากต่างจังหวัดเพื่อมาทำธุรกิจในกรุงเทพมหานคร 15%
3. นักธุรกิจที่ทำธุรกิจอยู่ในกรุงเทพมหานคร 10%

กลุ่มเป้าหมายรอง

1. กลุ่มลูกค้าของแบรนด์ ISSEY MIYAKE 10%
2. นักท่องเที่ยวทั่วไป 5%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



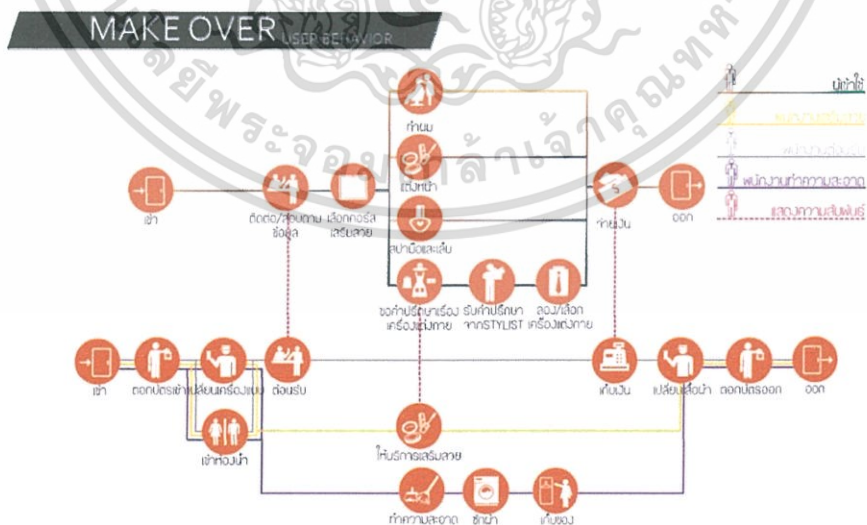
TANCHANOK PRAPHANPHOT YEARS CODE 55020131 INTERIOR ARCHITECTURE BANGKOK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY LADKABANG 57/63

ISSEY MIYAKE
BANGKOK HOTEL

รูปที่ 3.1.3 แสดงตารางเวลา

3.2 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการในโครงการ

3.2.1 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนร้านเสริมสวย (MAKE OVER)



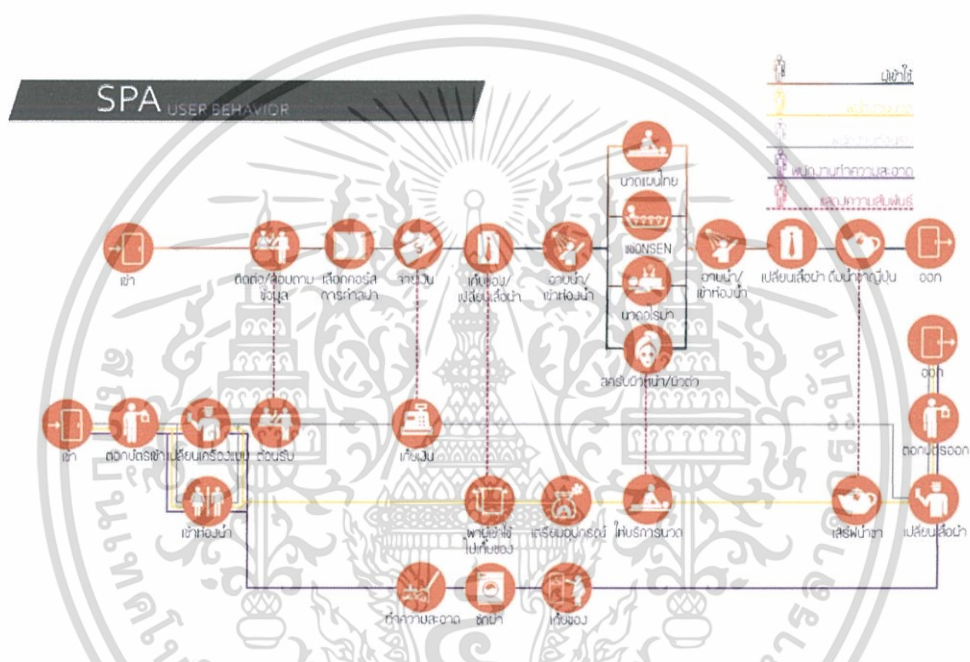
รูปที่ 3.2.1.1 แสดงพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนร้านเสริมสวย (MAKE OVER)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วนร้านเสริมสวย (MAKE OVER) เริ่มจากการเข้าร้านและติดต่อสอบถามข้อมูลในบริเวณCOUNTERต้อนรับ เลือกคอร์สเสริมสวย ซึ่งมีให้เลือกดังนี้ ทำผม, แต่งหน้า,สปามือและเล็บ และขอคำปรึกษาด้านเครื่องแต่งกาย

พฤติกรรมของผู้ให้บริการ มีพนักงาน 3 ประเภท คือ พนักงานต้อนรับ มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า และให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ทำงานบริเวณCOUNTERต้อนรับ ,พนักงานร้านเสริมสวย มีหน้าที่ให้บริการเสริมสวยให้แก่ลูกค้า และพนักงานทำความสะอาดมีหน้าที่ทำความสะอาดภายในร้านค้าและดูแลความเรียบร้อยต่างๆ

3.2.2 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนสปา (SPA)

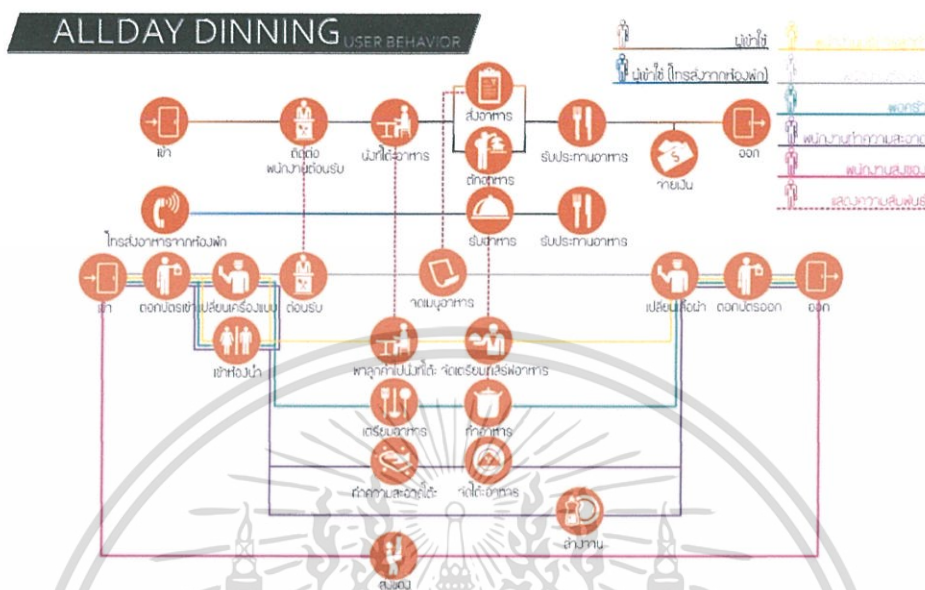


รูปที่ 3.2.2.1 แสดงพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนสปา (SPA)

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วนสปา (SPA) เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้านจะทำการเลือกคอร์สสปาในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ นวดแผนไทย ,ONSEN,นวดอโรมา,สครับผิวหน้าและผิวตัว หลังจากทีลูกค้าใช้บริการในสปาส่วนต่างๆเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะมีการบริการน้ำชาญี่ปุ่นให้ลูกค้า

พฤติกรรมของผู้ให้บริการในส่วนสปา มีพนักงาน 3 ประเภท คือ พนักงานนวด ทำหน้าที่ให้บริการนวดและดูแลลูกค้าในส่วนต่างๆ ,พนักงานต้อนรับ มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้าและให้ข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับคอร์สสปาต่างๆ และพนักงานทำความสะอาด มีหน้าที่ทำความสะอาดภายในสปาและดูแลความเรียบร้อยต่างๆ

3.2.3 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วน ALL-DAY DINING



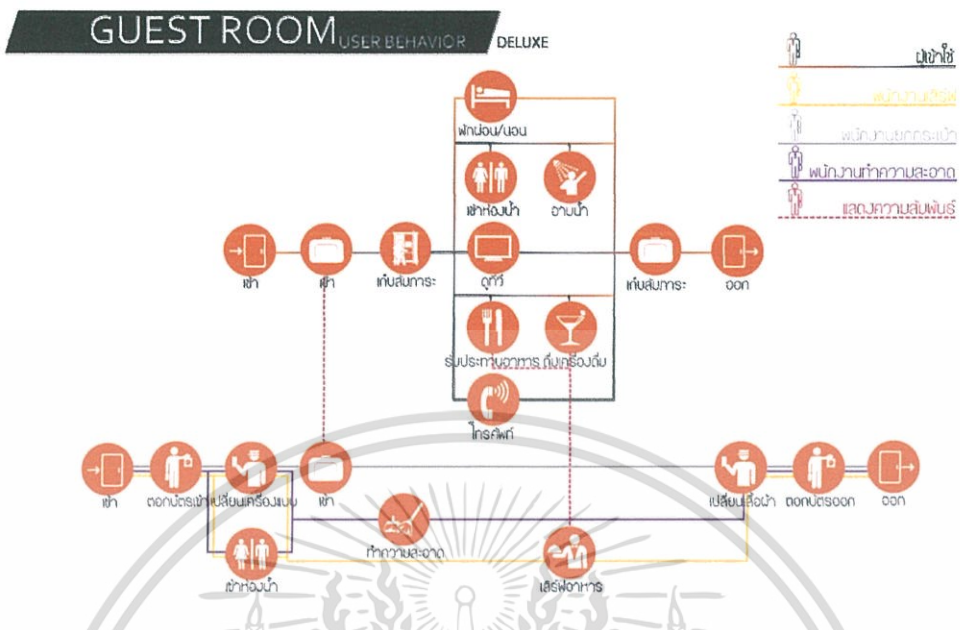
รูปที่ 3.2.3.1 แสดงพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วน ALL-DAY DINING

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วน ALL-DAY DINING เมื่อเข้าใช้บริการจะไปติดต่อยื่นบัตรรับประทานอาหารที่ส่วนต้อนรับลูกค้า และเข้าไปรับประทานอาหารโดยสามารถเลือกอาหารจากบริเวณบุฟเฟต์และสำหรับลูกค้าที่ไม่ทางอาหารแบบบุฟเฟต์สามารถสั่งอาหารตามในเมนูได้ เมื่อรับประทานอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้วก็ออกจากร้าน ส่วนลูกค้าที่สั่งอาหารในเมนูก็ทำการจ่ายเงินและออกจากร้าน

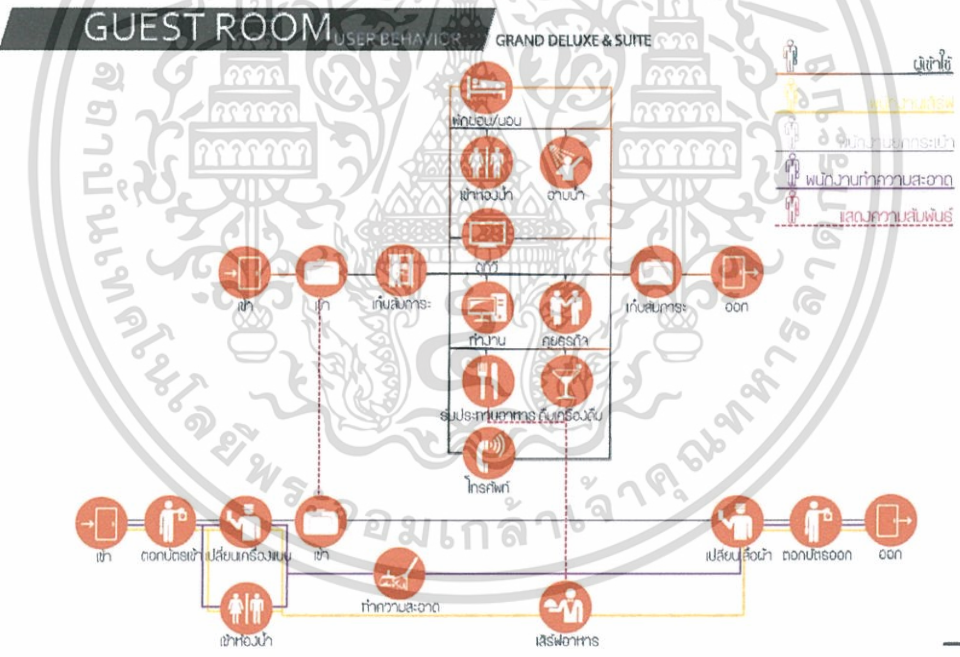
พฤติกรรมของผู้ให้บริการในส่วน ALL-DAY DINING มีพนักงาน 4 ประเภท ได้แก่ พนักงานต้อนรับ ทำหน้าที่ ต้อนรับลูกค้าและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า พ่อครัว ทำหน้าที่ทำอาหารเสิร์ฟให้แก่ลูกค้า พนักงานทำความสะอาด มีหน้าที่ทำความสะอาดภายในร้านอาหารและดูแลความเรียบร้อยต่างๆ และพนักงานส่งของ ทำหน้าที่ส่งของที่ต้องใช้สำหรับร้านอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.7 การศึกษาพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)



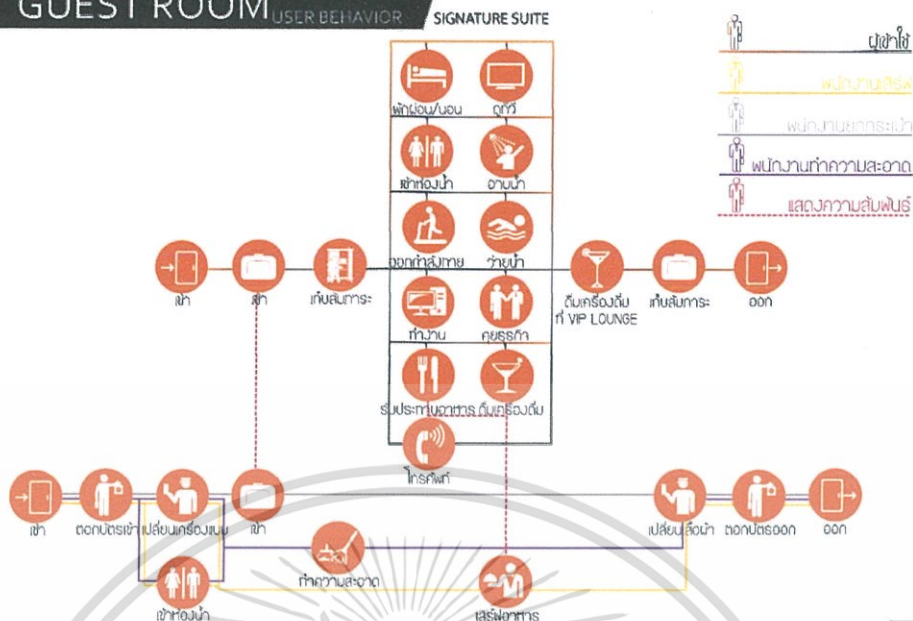
รูปที่ 3.2.7.1 แสดงพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)



รูปที่ 3.2.7.2 แสดงพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

GUEST ROOM USER BEHAVIOR SIGNATURE SUITE



รูปที่ 3.2.7.3 แสดงพฤติกรรมผู้ให้และผู้รับบริการภายในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM)

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM) จะทำการเช็คอินในส่วนของล็อบบี้ จากนั้นพนักงานจะทำการยกกระเป๋าเข้ามาให้ไว้ที่ห้องพัก หนึ่งในนั้นผู้รับบริการจะสามารถใช้งานและพักผ่อนภายในห้องพักได้ตามฟังก์ชันการใช้งานที่แตกต่างกันในแต่ละTYPEของห้องพัก

พฤติกรรมของผู้รับบริการในส่วนห้องพัก (GUEST ROOM) มีพนักงาน 3 ประเภท คือ พนักงานยกกระเป๋า ทำหน้าที่ยกกระเป๋าของผู้เข้าใช้บริหารไปสู่ห้องพัก ,พนักงานเสิร์ฟ ทำหน้าที่เสิร์ฟอาหารตามเมนูที่ผู้เข้าใช้บริการสั่ง และพนักงานทำความสะอาด ทำหน้าที่ทำความสะอาดบริเวณภายในห้องพักตามช่วงเวลาที่เหมาะสม

3.3 พื้นที่ที่ต้องการ

AREA REQUIREMENT

LOBBY

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
FRONT DESK	28.00	1	28.00	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SOFA (1 SEAT)	216	4	8.64	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SOFA SET (2 SEAT)	3.60	2	7.20	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SOFA SET (4 SEAT)	6.60	2	13.20	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SOFA SET (5 SEAT)	8.395	1	8.395	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
BELLYBOY STATION	3.06	1	3.06	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
TOURIST COUNTER	5.04	1	5.04	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
FLEXIBLE ZONE			3.68	5% Of Area
FRONT OFFICE				
WORKING DESK	4.125	15	61.875	Human Dimension & Interior Space
W.C	70.735	1	70.735	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
CIRCULATION			62.95	30% Of Area
TOTAL			272.776	

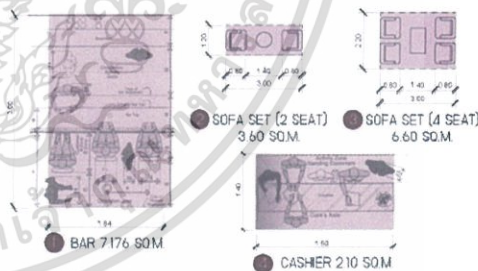


รูปที่ 3.3.1 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน LOBBY

AREA REQUIREMENT

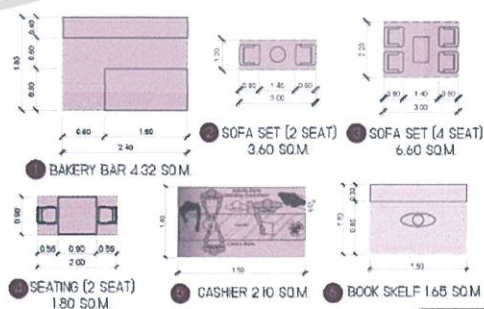
LOUNGE

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
BAR	7.176	2	14.352	Human Dimension & Interior Space
SOFA SET (2 SEAT)	3.60	4	14.40	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SOFA SET (4 SEAT)	6.60	2	13.20	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
CASHER	2.10	1	2.10	Human Dimension & Interior Space
STORAGE	6.60	1	6.60	15% of Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
CIRCULATION			15.20	30% Of Area
TOTAL			65.852	



CAFE

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
BAKERY BAR	7.176	2	14.352	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SOFA SET (2 SEAT)	3.60	2	7.20	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SOFA SET (4 SEAT)	6.60	1	6.60	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SEATING (2 SEAT)	1.80	2	3.60	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
CASHER	2.10	1	2.10	Human Dimension & Interior Space
BOOK SHELF	1.65	2	3.30	Human Dimension & Interior Space
STORAGE	3.36	1	3.36	10% of Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
CIRCULATION			12.15	30% Of Area
TOTAL			52.662	



รูปที่ 3.3.2 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน LOUNGE และ CAFE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AREA REQUIREMENT

ISSEY MIYAKE STORE

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
DISPLAY	3.00	2	6.00	Case Study (Issey Miyake Store /Kobe)
DISPLAY COUNTER	6.96	4	27.84	Case Study (Issey Miyake Store /ELTOD TEP Japan)
HANGING MERCHANDISE CASES	4.00	10	40.00	Case Study (Issey Miyake Store /Paris)
CASHER	2.10	1	2.10	Human Dimension & Interior Space
DRESSING ROOM	1.35	6	8.10	Human Dimension & Interior Space
SEAT (BENCH)	1.05	4	4.20	Case Study (Issey Miyake Store /Kobe)
STORAGE	16.32	1	26.47	30% of Area - Case Study (Sage de Chef Boutique/Tokyo)
CIRCULATION			34.41	30% Of Area
TOTAL			149.18	

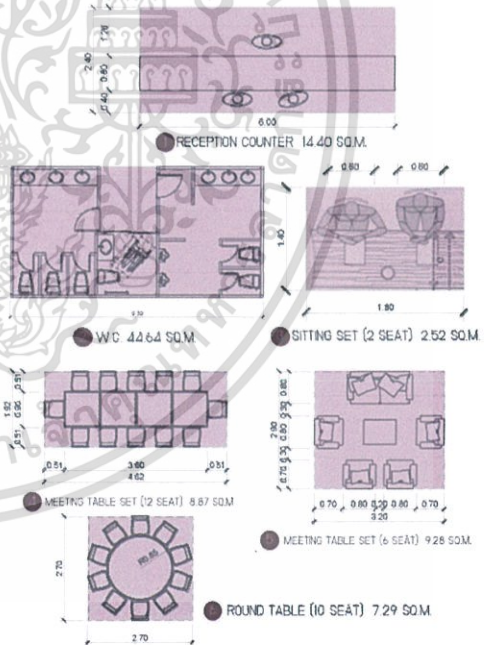


รูปที่ 3.3.3 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน ISEY MIYAKE STORE

AREA REQUIREMENT

BUSINESS CENTRE

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
RECEPTION COUNTER	14.40	1	14.40	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
SERVICE STATION	68.87	1	68.87	30% of Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
WC	44.64	1	44.64	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
CONFERENCE ROOM				
SITTING SET (2 SEAT)	2.52	25	63.00	Human Dimension & Interior Space
PRIVATE MEETING AREA				
MEETING TABLE SET (2 SEAT)	8.87	1	8.87	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
MEETING TABLE SET (6 SEAT)	9.28	1	9.28	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
BALLROOM				
PRE-FUNCTION AREA	43.72	1	43.72	30% of Ballroom Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
ROUND TABLE (10 SEAT)	7.29	20	145.80	Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
CIRCULATION			119.55	30% Of Area
TOTAL			516.16	



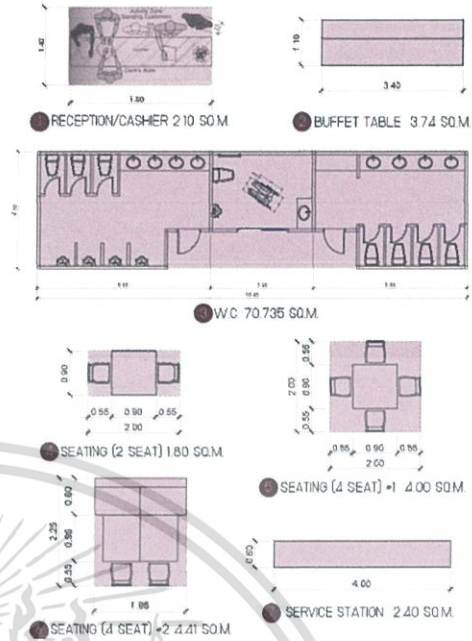
รูปที่ 3.3.4 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน BUSINESS CENTRE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AREA REQUIREMENT

ALL-DAY DINING

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
RECEPTION /CASHER	2.10	1	2.10	Human Dimension & Interior Space
BUFFET TABLE	3.74	10	37.40	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
W.C	24.75	2	49.50	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
DINING AREA				
SEATING (2 SEAT)	1.80	12	21.60	Human Dimension & Interior Space
SEATING (4 SEAT) *1	4.41	10	44.10	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
SEATING (4 SEAT) *2	4.05	9	36.54	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
SERVICE STATION	2.40	3	7.20	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
MAIN KITCHEN	69.45	1	69.45	35% Of Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
STORAGE	13.39	1	13.39	6% Of Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok Hotel)
CIRCULATION			84.38	30% Of Area
TOTAL			365.66	

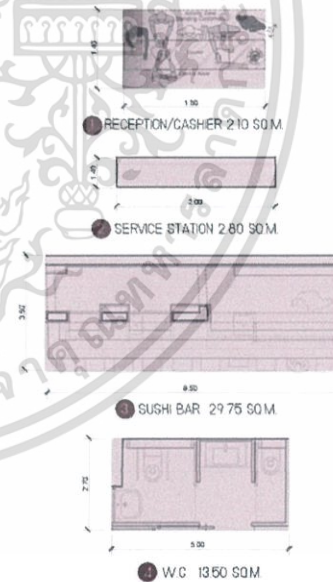


รูปที่ 3.3.5 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน ALL-DAY DINING

AREA REQUIREMENT

JAPANESE RESTAURANT

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
RECEPTION /CASHER	2.10	1	2.10	Human Dimension & Interior Space
RECEPTION HALL	21.28	1	21.28	30% Of Area - Case Study (Tajiri Molecular Bar)
SERVICE STATION	2.80	1	2.80	Case Study (Tajiri Molecular Bar)
SUSHI BAR	29.75	1	29.75	Case Study (ALERO Restaurant Japan)
STORAGE	6.17	1	6.17	6% Of Area - Case Study (Tajiri Molecular Bar)
COOLER	3.10	1	3.10	5% Of Area - Case Study (Tajiri Molecular Bar)
W.C	13.50	2	27.00	Case Study (ALERO Restaurant Japan)
CIRCULATION			27.66	30% Of Area
TOTAL			119.86	



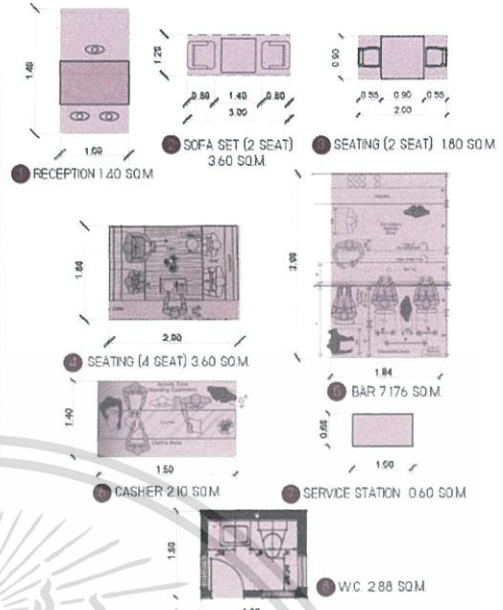
รูปที่ 3.3.6 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน JAPANESE RESTAURANT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AREA REQUIREMENT

ROOF TOP BAR & RESTAURANT

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
RECEPTION	1.40	1	1.40	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
WAITING AREA				
SOFA SET (2 SEAT)	3.60	2	7.20	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
DINING AREA				
SEATING (2 SEAT)	1.50	15	30.00	Human Dimension & Interior Space
SEATING (4 SEAT)	3.60	5	18.00	Human Dimension & Interior Space
BAR	7.176	3	21.53	Human Dimension & Interior Space
CASHER	2.10	1	2.10	Human Dimension & Interior Space
MAIN KITCHEN	17.44	1	17.44	20x Of Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
STORAGE	4.36	1	4.36	Exit Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
SERVICE STATION	0.60	2	1.20	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
W.C	2.88	2	5.76	Time Cover Standards for Interior design and Space Planning
CIRCULATION			32.70	30x Of Area
TOTAL			124.69	

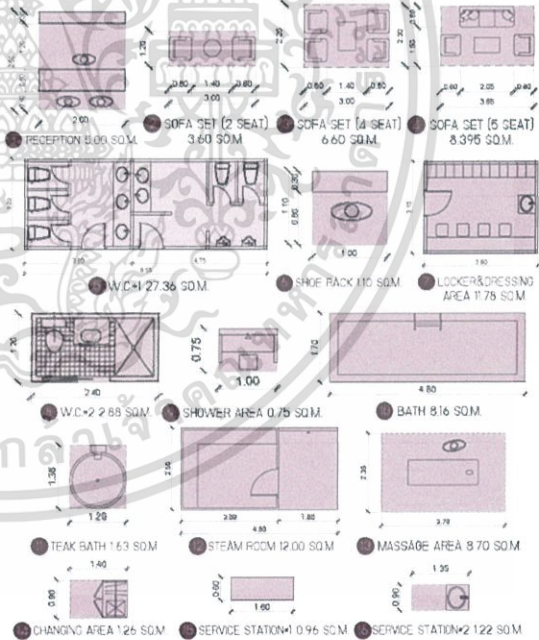


รูปที่ 3.3.7 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน ROOF TOP BAR & RESTAURANT

AREA REQUIREMENT

SPA

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
RECEPTION	5.00	1	5.00	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
WAITING AREA				
SOFA SET (2 SEAT)	3.60	4	14.40	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
SOFA SET (4 SEAT)	6.60	2	13.20	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
SOFA SET (5 SEAT)	8.395	1	8.395	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
W.C	27.36	1	27.36	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
ONSEN AREA				
SHOE RACK	1.10	1	1.10	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
LOCKER/DRESSING AREA	11.78	1	11.78	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
W.C*2	2.88	2	5.76	Time Cover Standards for Interior design and Space Planning
SHOWER AREA	0.75	6	4.50	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
SODA BATH	8.16	1	8.16	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
MINERAL WATER BATH	8.16	1	8.16	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
JET BATH	8.16	1	8.16	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
COLD BATH	8.16	1	8.16	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
TEAK BATH	1.63	2	3.26	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
STEAM ROOM	12.00	1	12.00	Case Study (Funomom Drisen Spa Bangkok)
MASSAGE AREA				
MASSAGE AREA	8.70	6	52.20	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
CHANGING AREA/W.C	4.14	4	16.56	Time Cover Standards for Interior design and Space Planning
SERVICE STATION#1	0.96	4	3.84	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
SERVICE STATION#2	1.22	4	4.88	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
STORAGE	21.69	1	21.69	30x Of Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
CIRCULATION			71.57	30x Of Area
TOTAL			310.35	



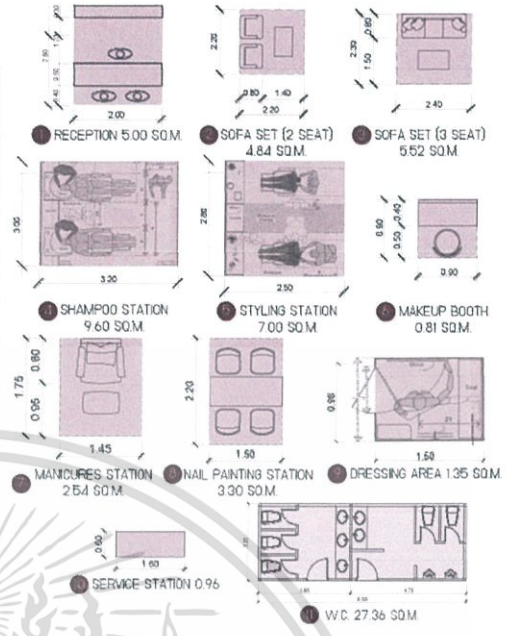
รูปที่ 3.3.8 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน SPA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่วารณใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AREA REQUIREMENT

MAKE OVER

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
RECEPTION/CASHER	5.00	1	5.00	Case Study (Shinka Salon Tokyo)
WAITING AREA				
SOFA SET (2 SEAT)	4.84	2	9.68	Case Study (Shinka Salon Tokyo)
SOFA SET (3 SEAT)	5.52	2	11.04	Case Study (Shinka Salon Tokyo)
SALON				
SHAMPOO STATION	9.60	2	19.20	Human Dimension & Interior Space
STYLING STATION	7.00	2	14.00	Human Dimension & Interior Space
MAKEUP BOOTH	0.81	4	3.24	Case Study (Shinka Salon Tokyo)
HAND & NAIL				
MANICURES STATION	2.54	6	15.24	Case Study (Shinka Salon Tokyo)
NAIL PAINTING STATION	3.30	2	6.60	Case Study (Shinka Salon Tokyo)
DRESSING AREA	1.35	4	5.40	Human Dimension & Interior Space
STYLING AREA	9.00	1	9.00	Case Study (Shinka Salon Tokyo)
SERVICE STATION	0.96	2	1.92	Case Study (Shinka Salon Tokyo)
W/C	27.36	1	27.36	Case Study (The Office Prestige Bangkok Hotel)
STORAGE	12.77	1	12.77	10% Of Area
CIRCULATION			42.34	30% Of Area
TOTAL			182.79	

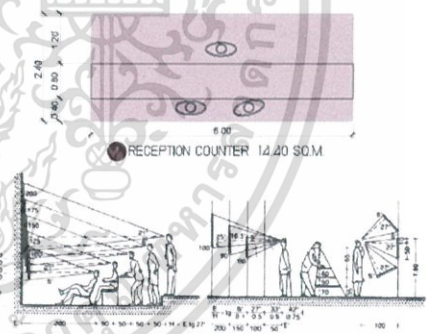


รูปที่ 3.3.9 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน MAKE OVER

AREA REQUIREMENT

EXHIBITION

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
RECEPTION/INFORMATION	14.40	1	14.40	Case Study (Museum Exhibition The Work of Miyake Issey)
HALL	1.00	MAX 50	50.00	Architect's Data
INSTALLATION	30.00	1	30.00	Case Study (Miyake Issey Exhibition The Work of Miyake Issey)
CLOTHES&BODY EXHIBITION SHOW	300.00	1	300.00	Case Study (Miyake Issey Exhibition The Work of Miyake Issey)
FILM ROOM	10.00	1	10.00	Case Study (Miyake Issey Exhibition The Work of Miyake Issey)
ISSEY MIYAKE STUDIO	30.00	1	30.00	Case Study (Miyake Issey Exhibition The Work of Miyake Issey)
SERVICE STATION/STORAGE	21.70	1	21.70	Case Study (Miyake Issey Exhibition The Work of Miyake Issey)
CIRCULATION			136.83	30% Of Area
TOTAL			592.93	



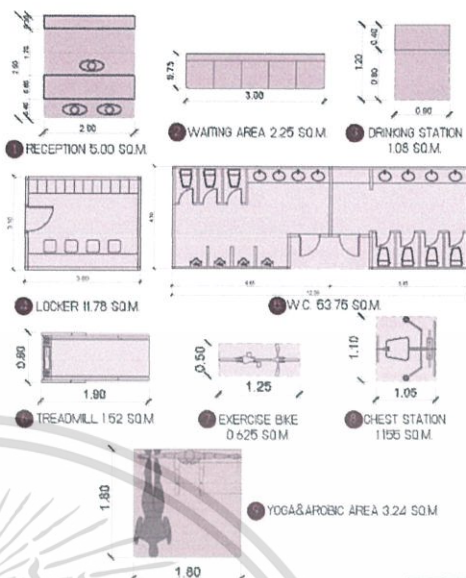
รูปที่ 3.3.10 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน EXHIBITION

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AREA REQUIREMENT

GYM

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
RECEPTION	5.00	1	5.00	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
WAITING AREA	2.25	1	2.25	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
DRINKING STATION	1.08	2	2.16	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
LOCKER	11.78	2	23.56	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
W.C	53.75	1	53.75	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
EXERCISE AREA				
TREADMILL	1.52	5	7.60	Architects Data
EXERCISE BIKE	0.625	5	3.125	Architects Data
CHEST STATION	1.195	5	5.775	Architects Data
YOGA&AEROBIC AREA	3.24	10	32.4	Human Dimension & Interior Space
STORAGE	6.78	1	6.78	5% Of Area - Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
CIRCULATION			42.72	30% Of Area
TOTAL			185.12	



รูปที่ 3.3.11 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน GYM

AREA REQUIREMENT

GUESTROOM

ELEMENT	AREA/UNIT (SQ.M.)	UNIT	AREA REQ. (SQ.M.)	REMARK
ISSEY MIYAKE DELUXE	43.00	100	4300.00	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
ISSEY MIYAKE GRAND DELUXE	54.00	88	4752.00	Case Study (The Okura Prestige Bangkok hotel)
ISSEY MIYAKE SUITE	101.73	10	1017.30	Case Study (Zemem Hotel Dubai)
ISSEY MIYAKE SIGNATURE SUITE	207.80	2	415.60	Case Study (Zemem Hotel Dubai)
SUB TOTAL		200	10284.90	
CIRCULATION			2096.98	20% Of Area
TOTAL			12381.88	



รูปที่ 3.3.12 แสดงพื้นที่ที่ต้องการ (AREA REQUIREMENT) ส่วน GUEST ROOM

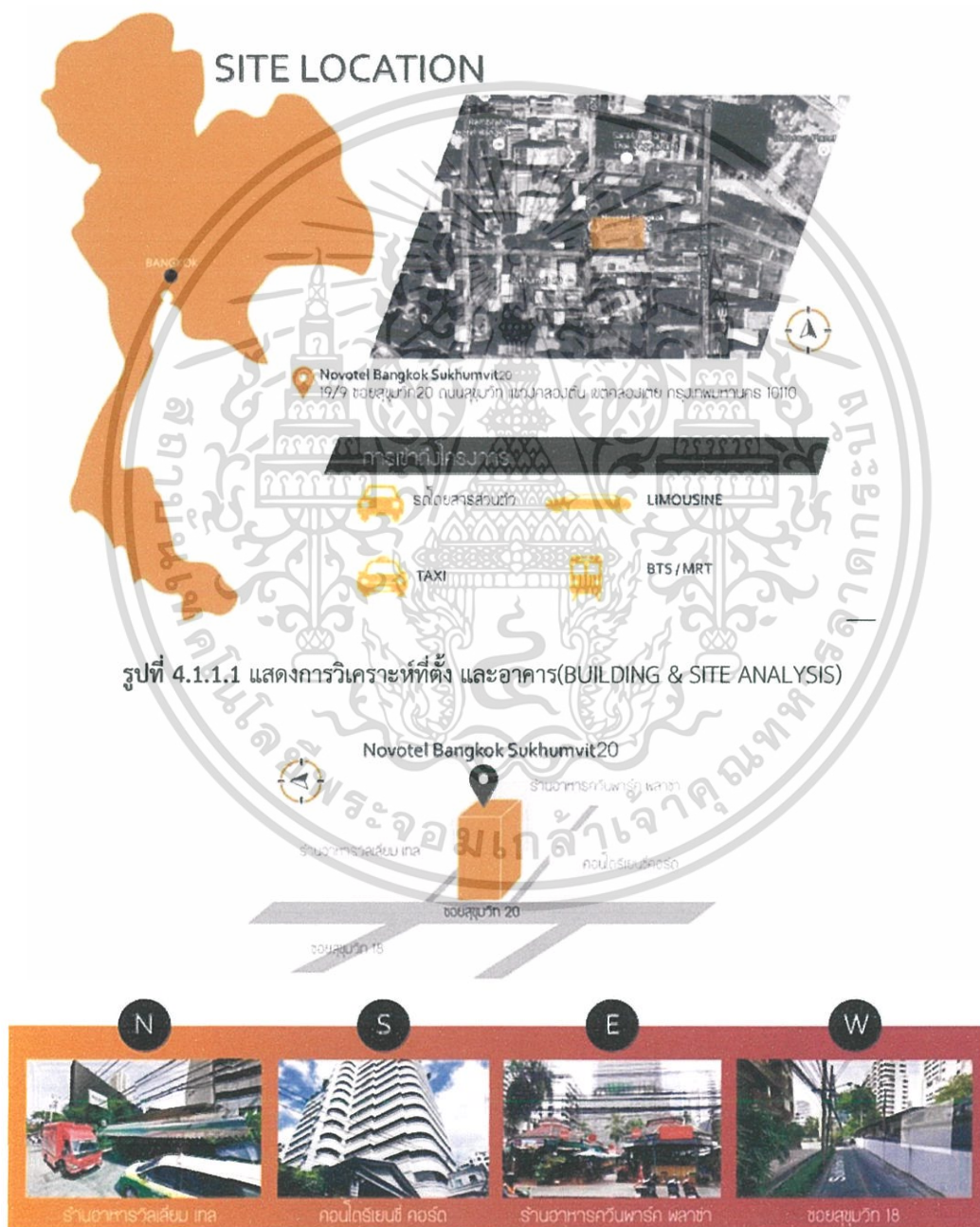
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล และแนวความคิดในการออกแบบ

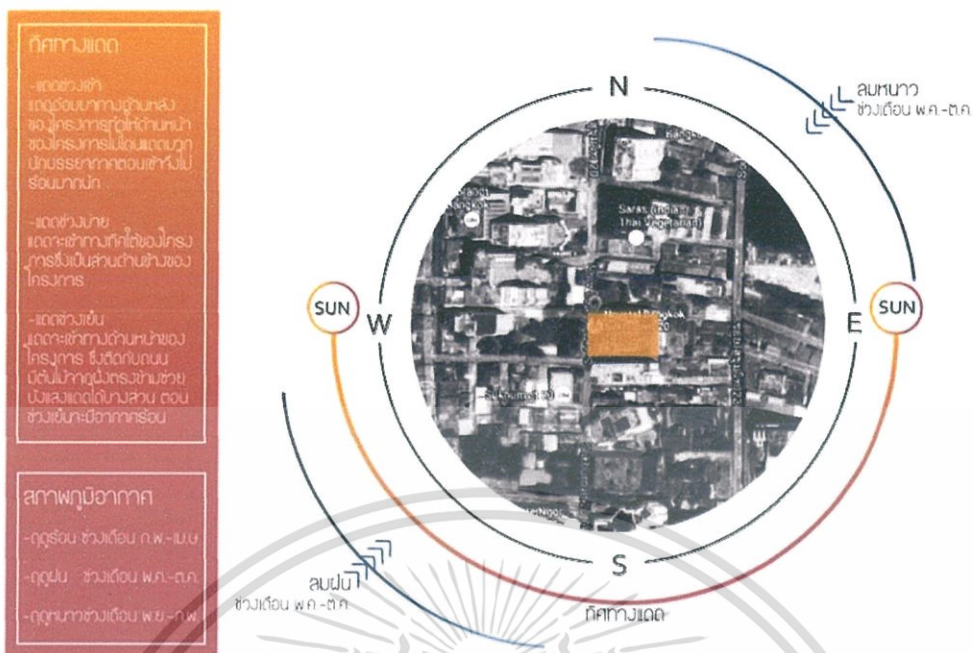
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร(BUILDING & SITE ANALYSIS)



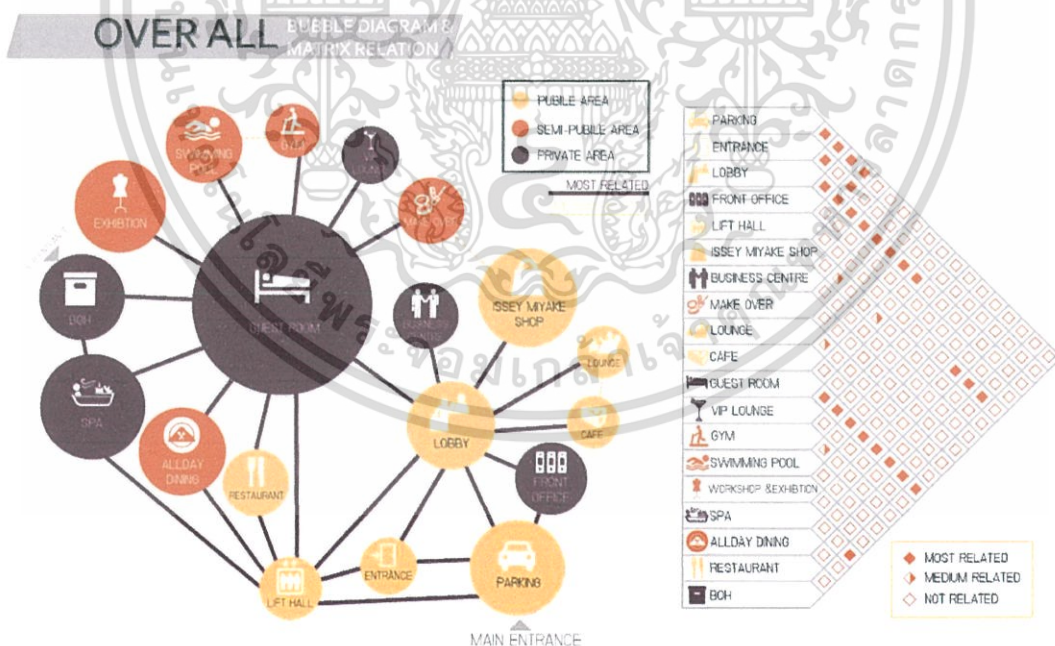
รูปที่ 4.1.1.2 แสดงการวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร(BUILDING & SITE ANALYSIS)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



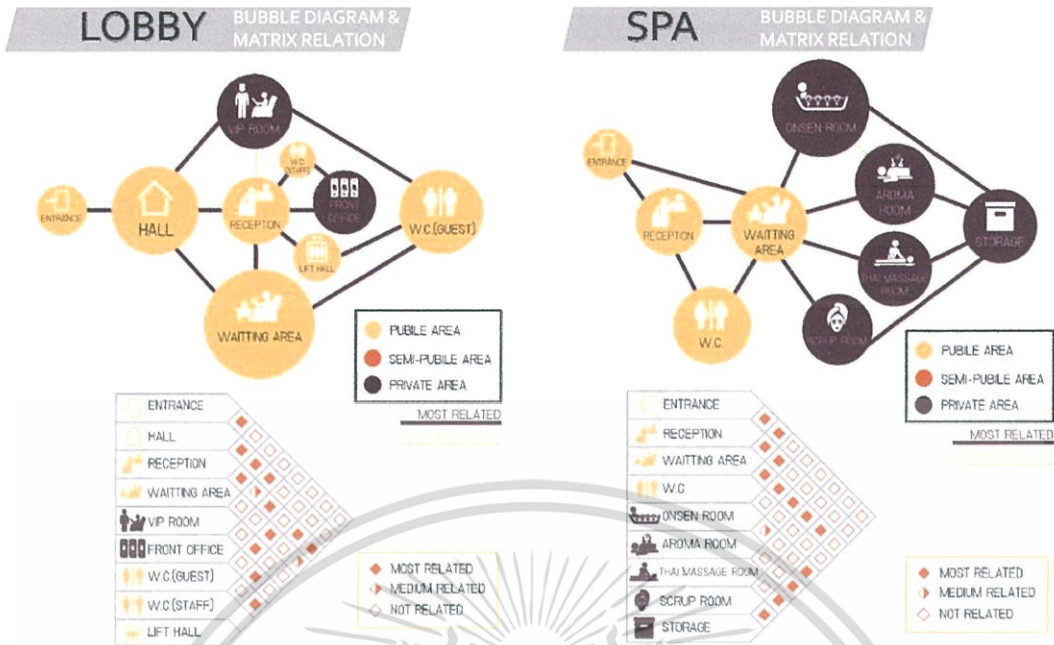
รูปที่ 4.1.1.3 แสดงการวิเคราะห์ที่ตั้ง และอาคาร(BUILDING & SITE ANALYSIS)

4.1.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่ (RELATION METRIX) และ ค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง (BUBBLE DIAGRAM)

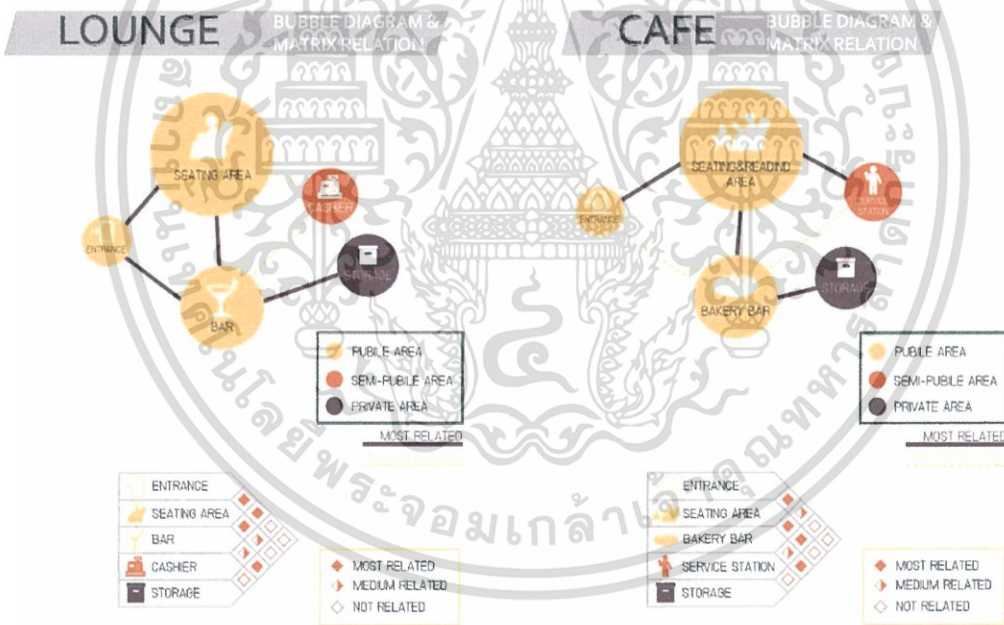


รูปที่ 4.1.2.1 แสดงการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่และค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

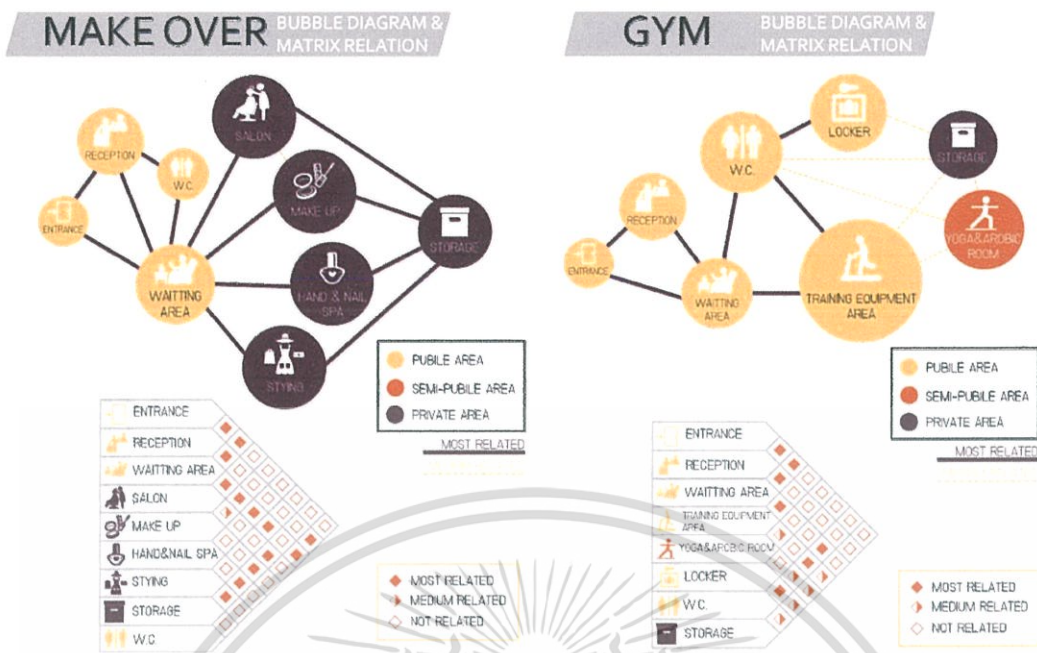


รูปที่ 4.1.2.2 แสดงการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่และค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง

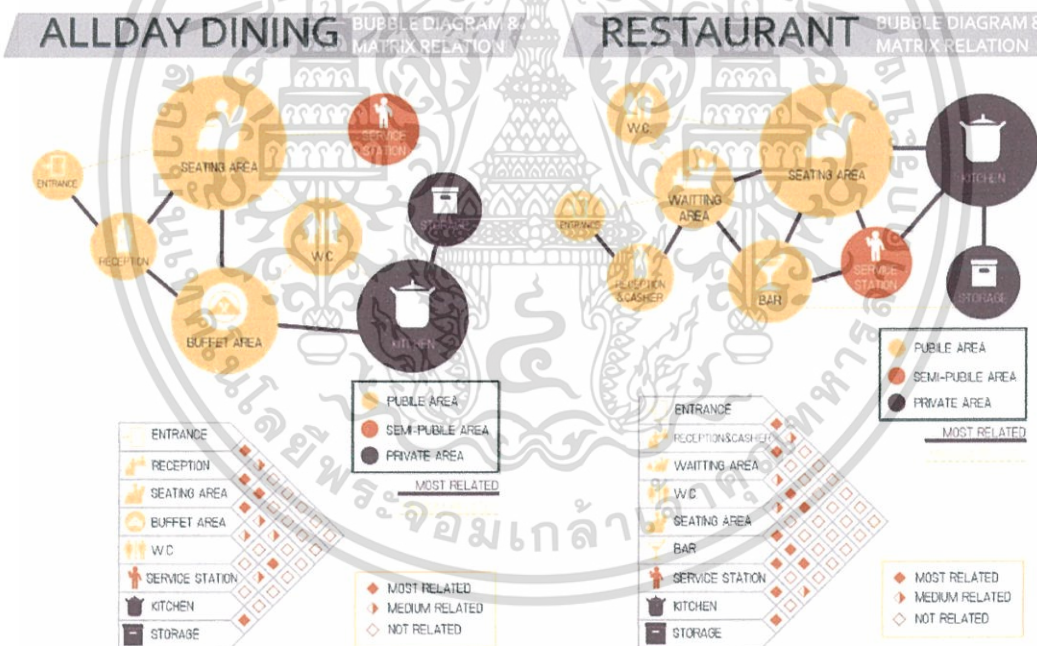


รูปที่ 4.1.2.3 แสดงการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่และค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



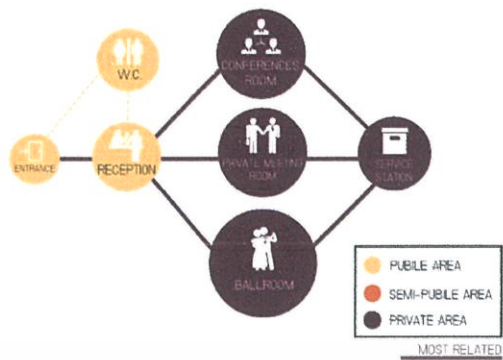
รูปที่ 4.1.2.4 แสดงการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่และค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง



รูปที่ 4.1.2.5 แสดงการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่และค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BUSINESS CENTRE & BALLROOM
BUBBLE DIAGRAM & MATRIX RELATION

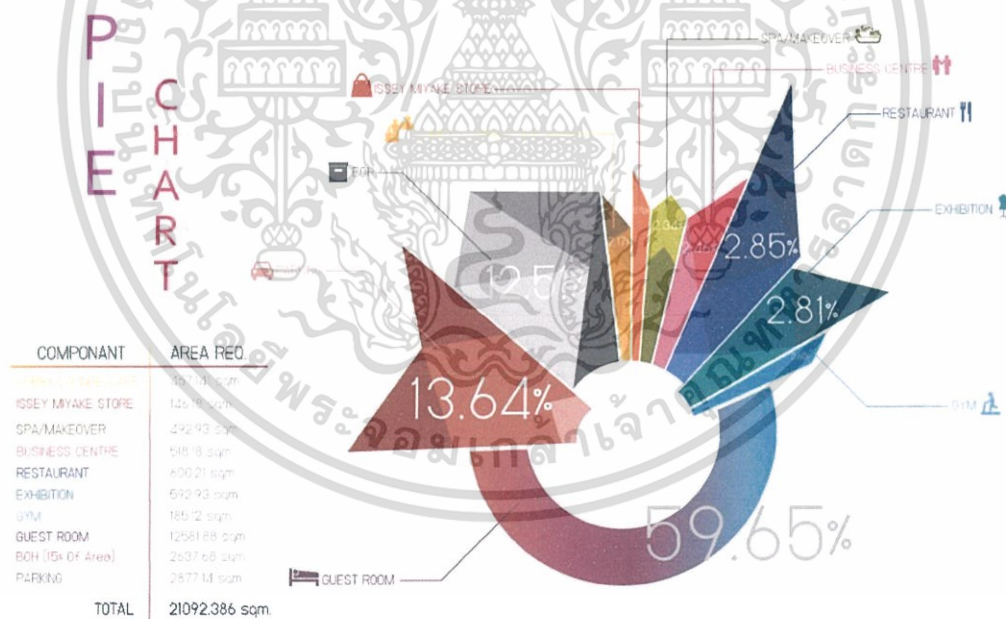


EXHIBITION
BUBBLE DIAGRAM & MATRIX RELATION



รูปที่ 4.1.2.6 แสดงการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของพื้นที่และค่าความสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง

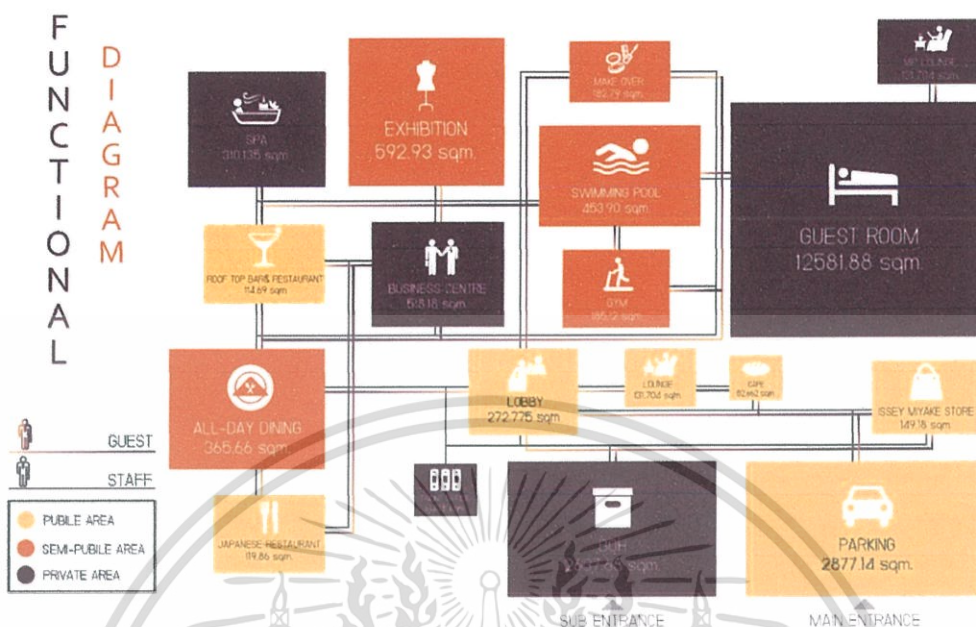
4.1.3 ตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ และแผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่ (PIE CHART)



รูปที่ 4.1.3.1 แสดงตารางสรุปผลพื้นที่ที่ต้องการ และแผนภูมิวงกลมเปรียบเทียบขนาดพื้นที่ (PIE CHART)

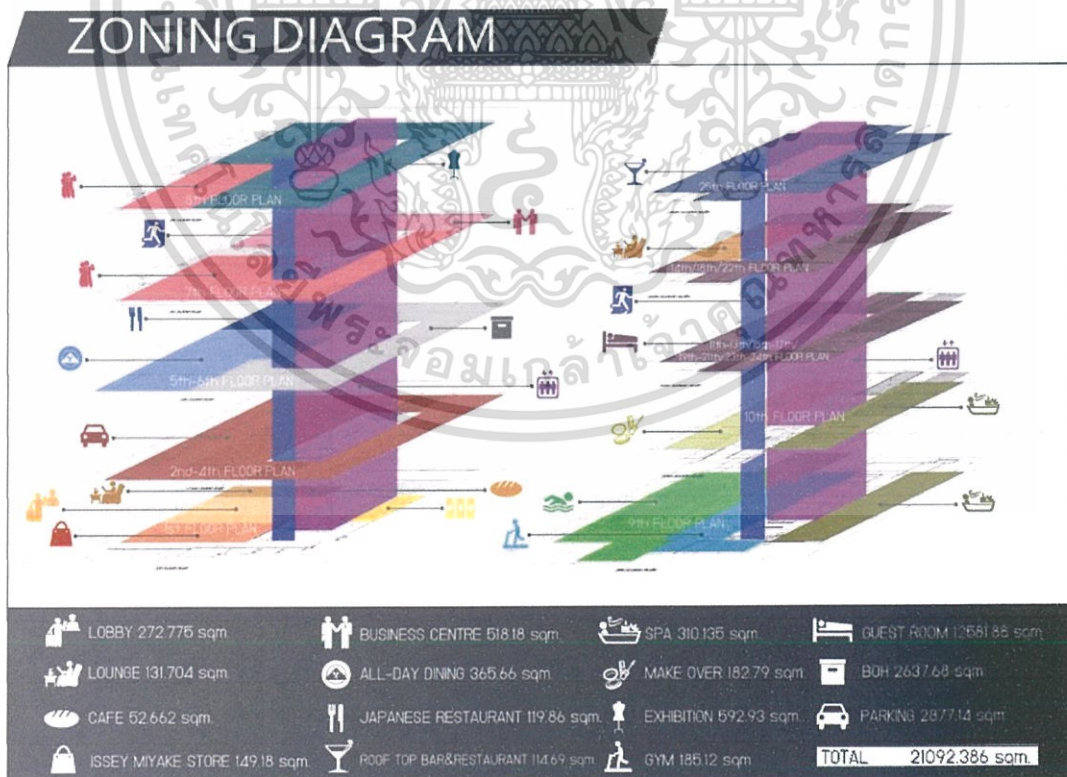
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 การวิเคราะห์พื้นที่และทางสัญจร (FUNCTIONAL DIAGRAM)



รูปที่ 4.1.4.1 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่และทางสัญจร (FUNCTIONAL DIAGRAM)

4.1.5 การวิเคราะห์พื้นที่สัมพันธ์ (ZONING)

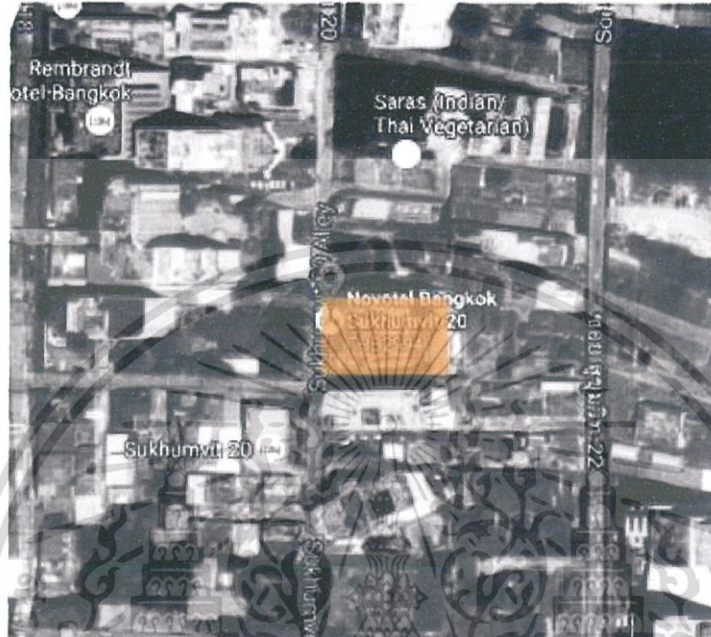


รูปที่ 4.1.5.1 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่สัมพันธ์ (ZONING)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

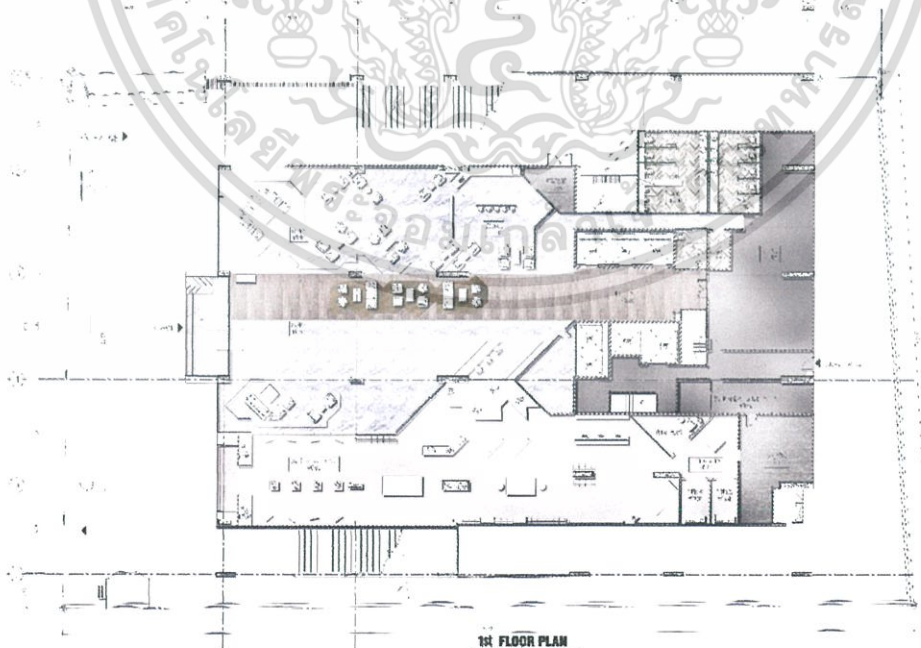
บทที่ 5 ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

5.1 ผังบริเวณของโครงการ



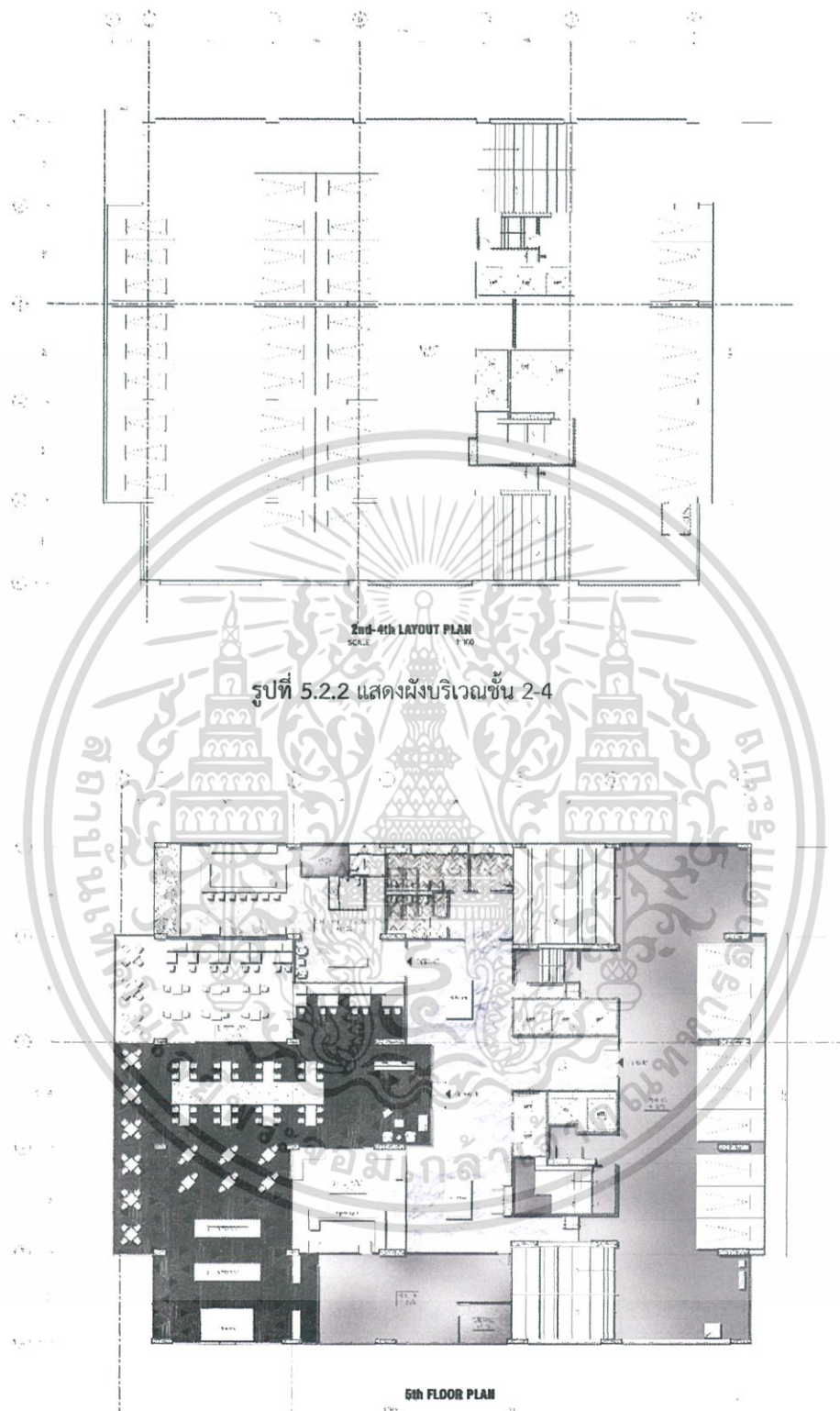
รูปที่ 5.1.1 แสดงผังบริเวณชั้น 1

5.2 ผังเฟอร์นิเจอร์ของอาคารโครงการ

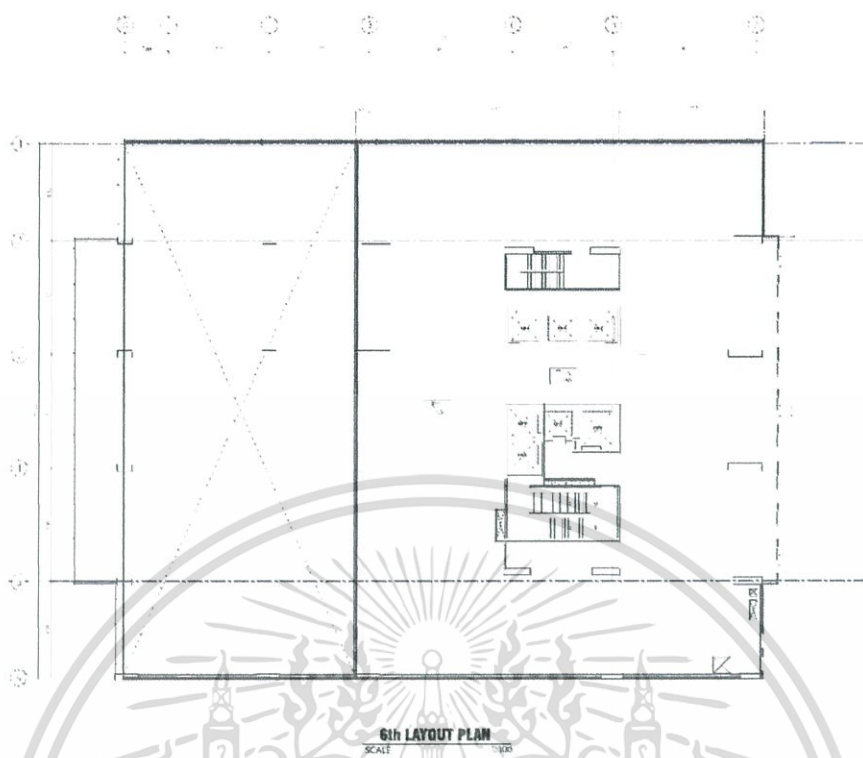


รูปที่ 5.2.1 แสดงผังบริเวณชั้น 1

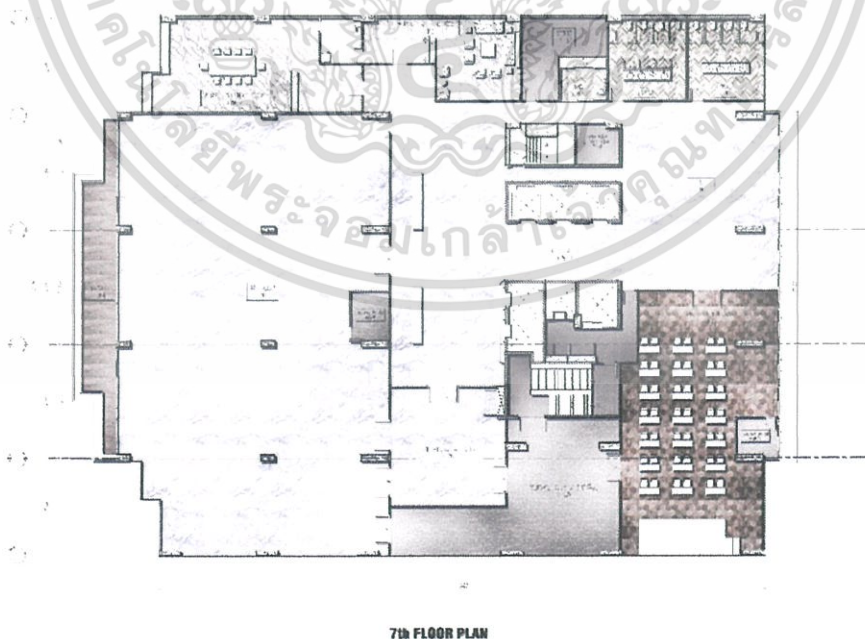
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

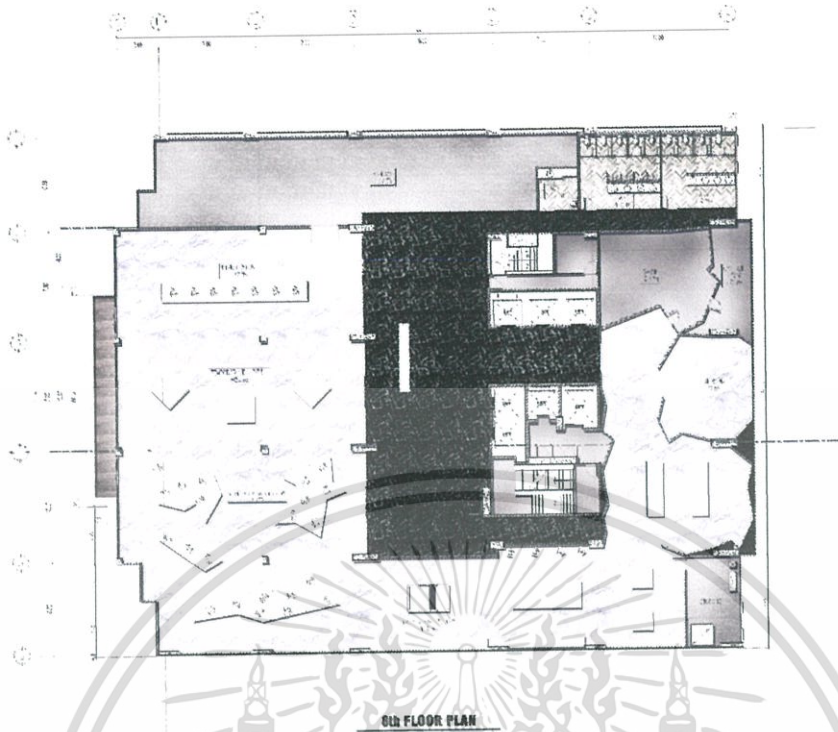


รูปที่ 5.2.4 แสดงผังบริเวณชั้น 6



รูปที่ 5.2.5 แสดงผังบริเวณชั้น 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



8th FLOOR PLAN

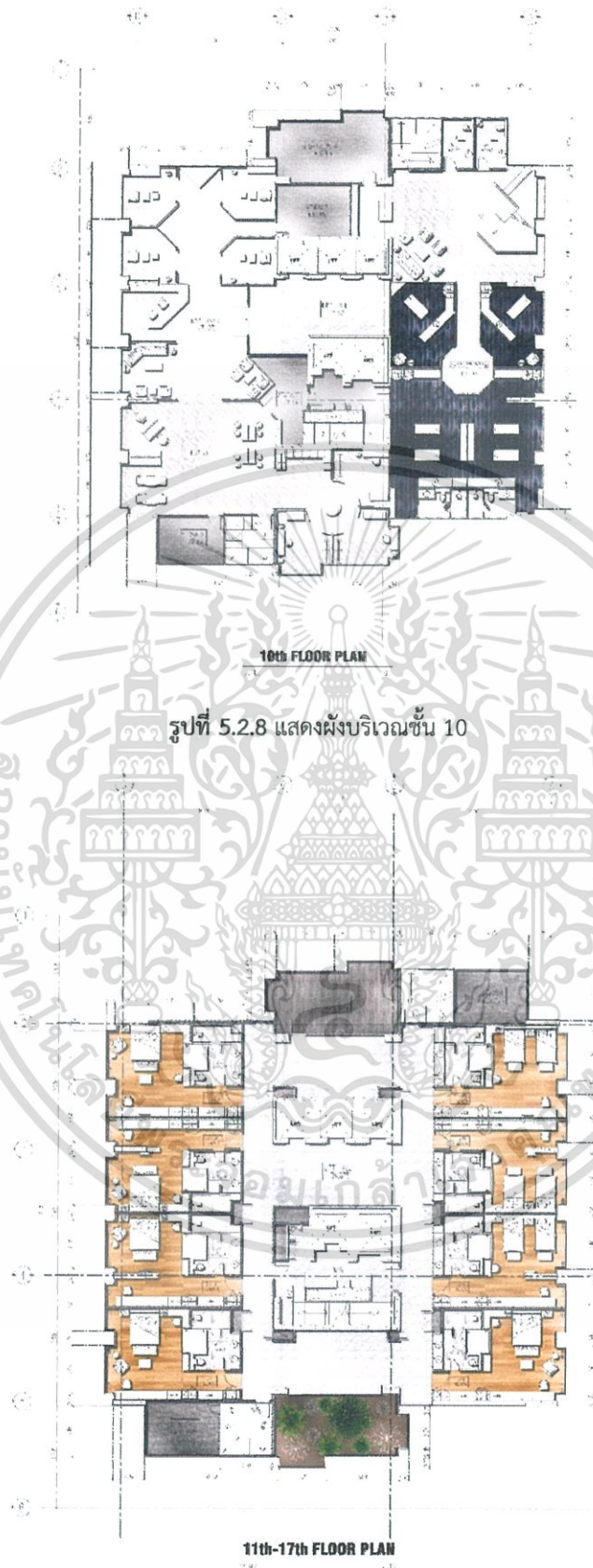
รูปที่ 5.2.6 แสดงผังบริเวณชั้น 8



9th FLOOR PLAN

รูปที่ 5.2.7 แสดงผังบริเวณชั้น 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



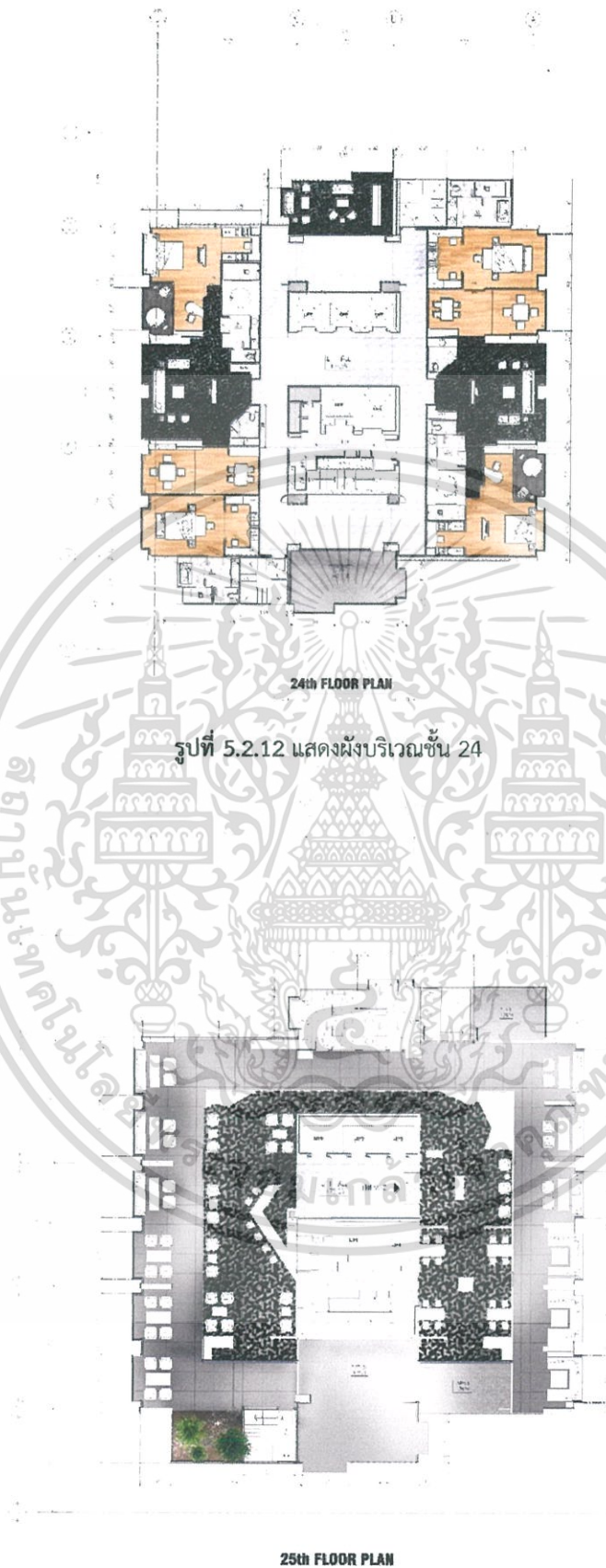
รูปที่ 5.2.9 แสดงผังบริเวณชั้น 11-17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.2.11 แสดงผังบริเวณชั้น 21-23

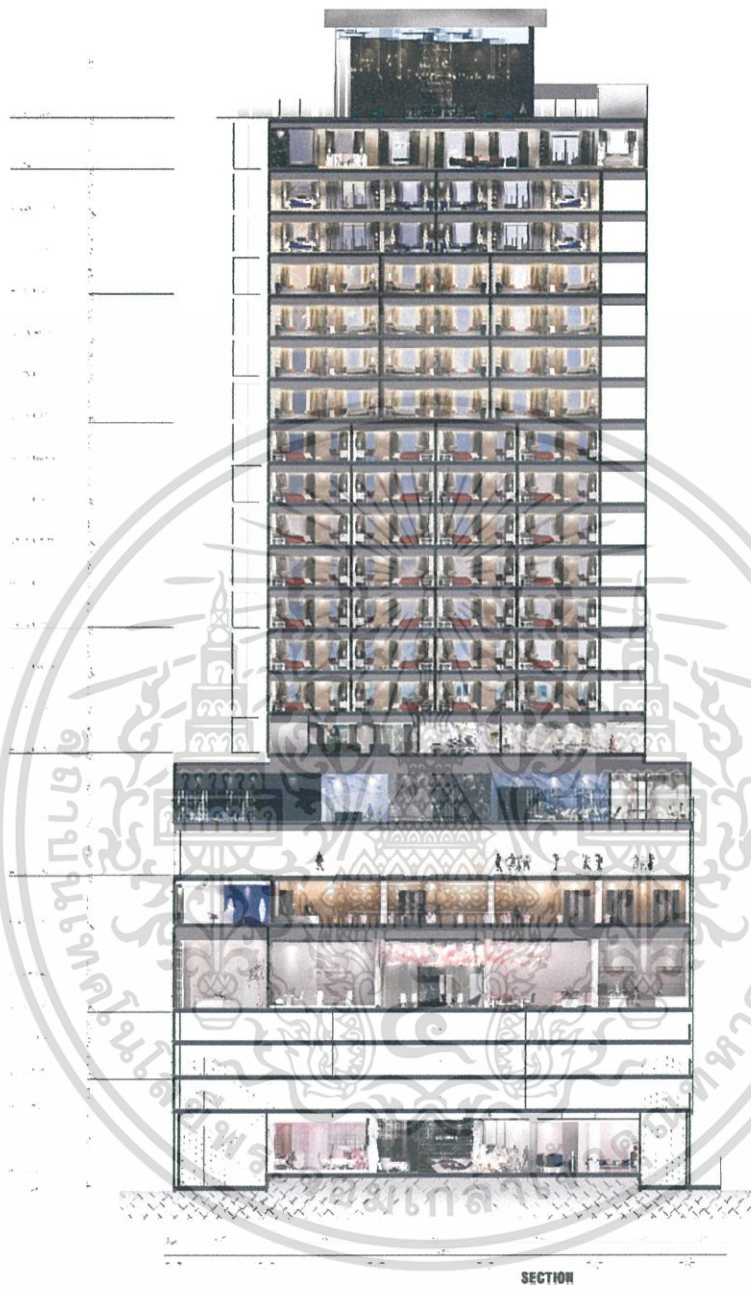
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.2.13 แสดงผังบริเวณชั้น 25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 รูปตัดของอาคารโครงการ



รูปที่ 5.3.1 แสดงรูปตัดของอาคารโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 ภาพทัศนียภาพภายในอาคาร



รูปที่ 5.4.1 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน LOBBY

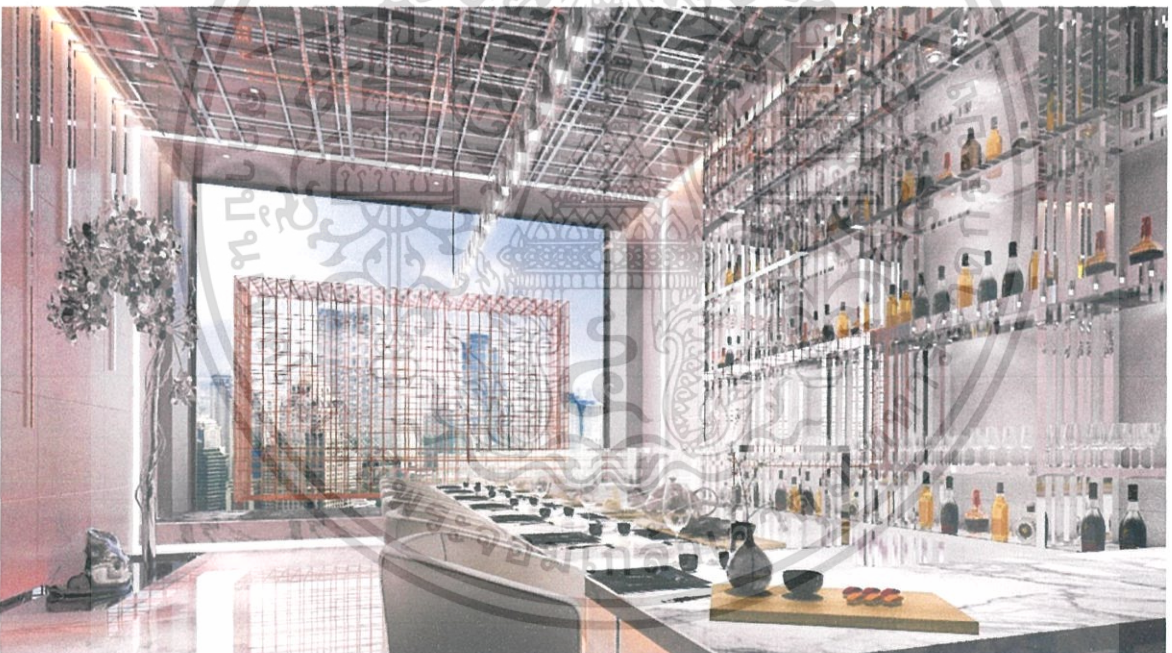


รูปที่ 5.4.2 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน ISSEY MIYAKE STORE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.4.3 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน ALLDAY DINNING

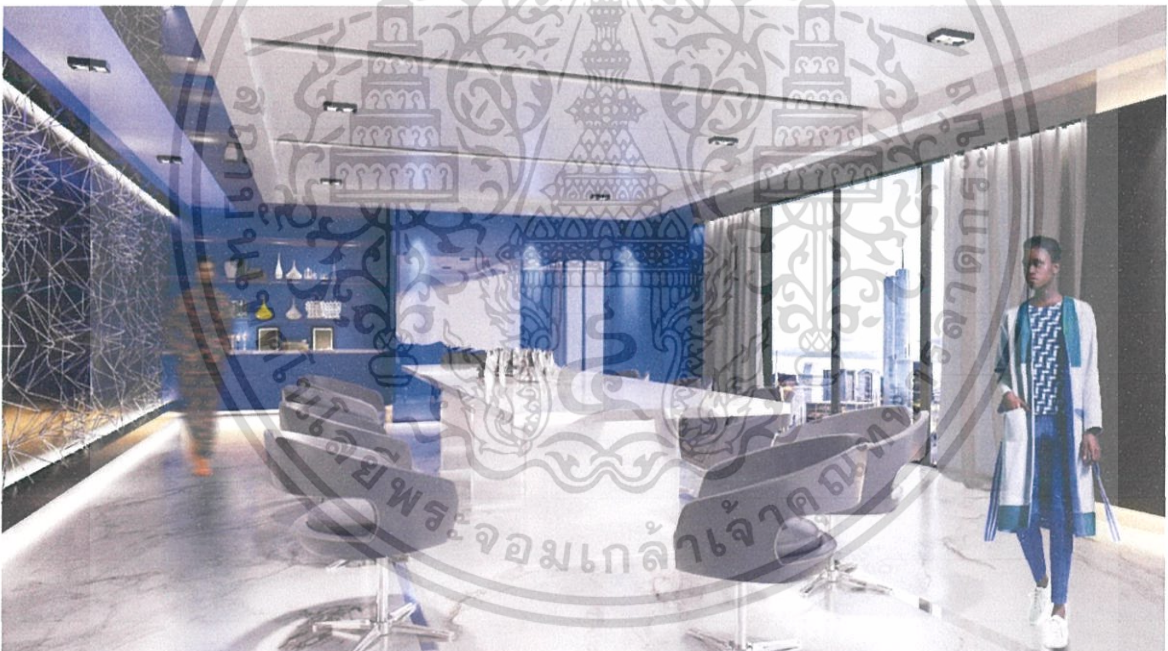


รูปที่ 5.4.4 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน SUSHI BAR&RESTAURANT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

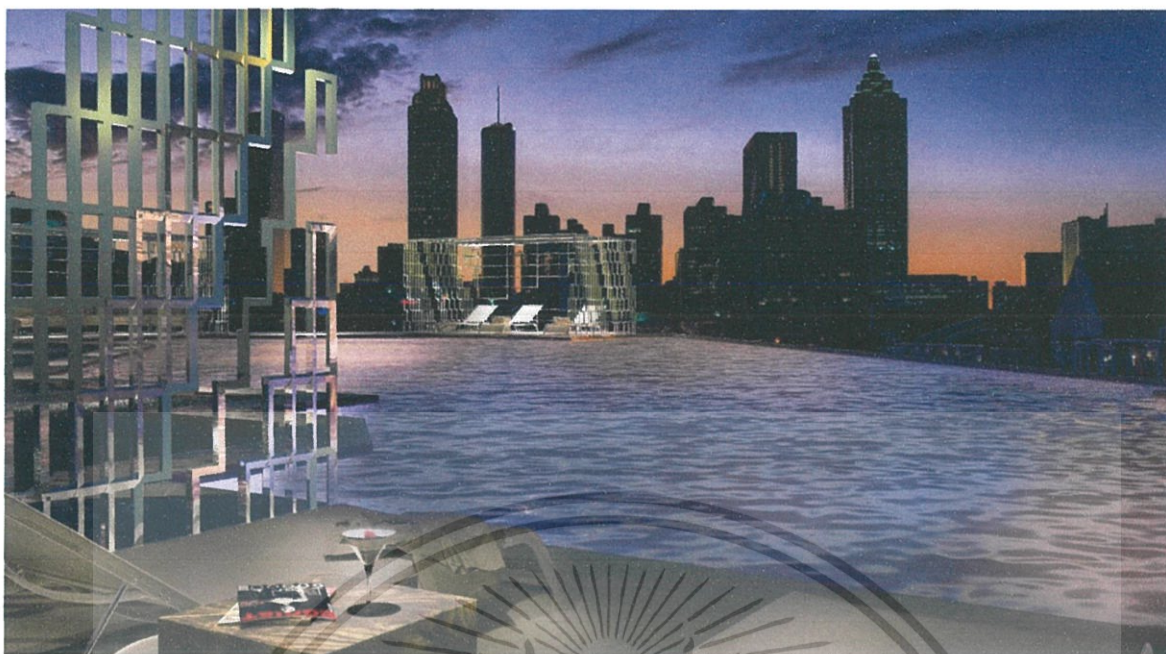


รูปที่ 5.4.5 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน BALLROOM



รูปที่ 5.4.6 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน PRIVATE MEETING ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.4.7 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน SWIMMING POOL



รูปที่ 5.4.8 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน GYM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.4.9 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน ONSEN



รูปที่ 5.4.10 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน MASSAGE ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.4.11 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน MAKE OVER

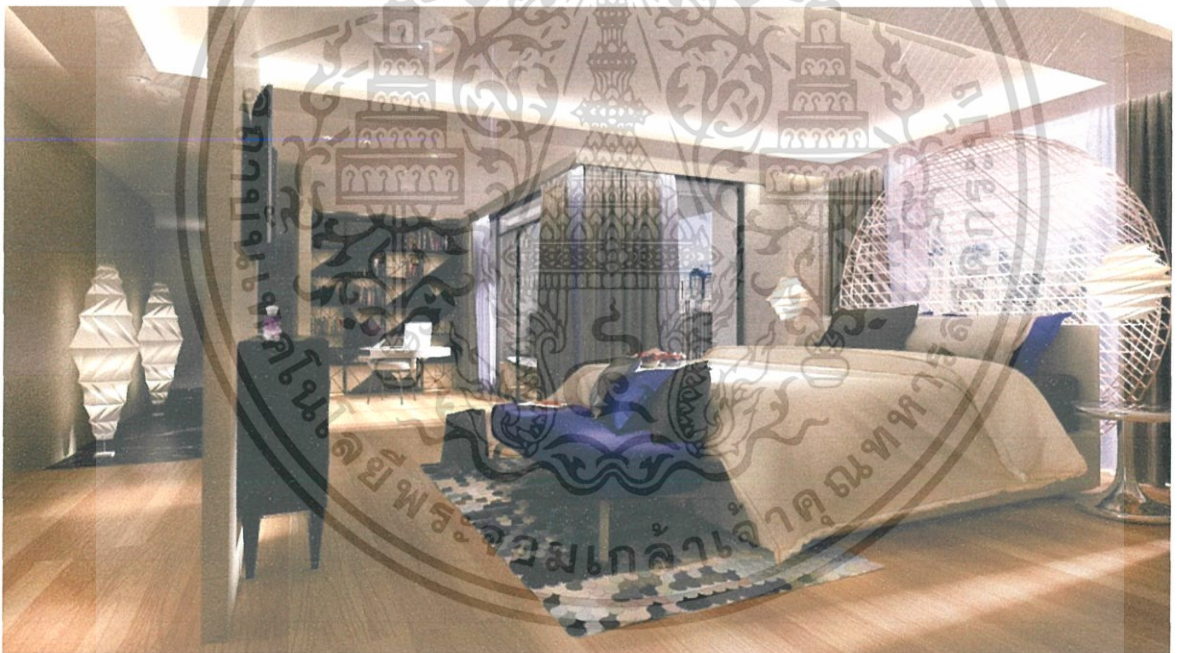


รูปที่ 5.4.12 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน DELUXE ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.4.13 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน GRAND DELUXE ROOM



รูปที่ 5.4.14 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน SUITE ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

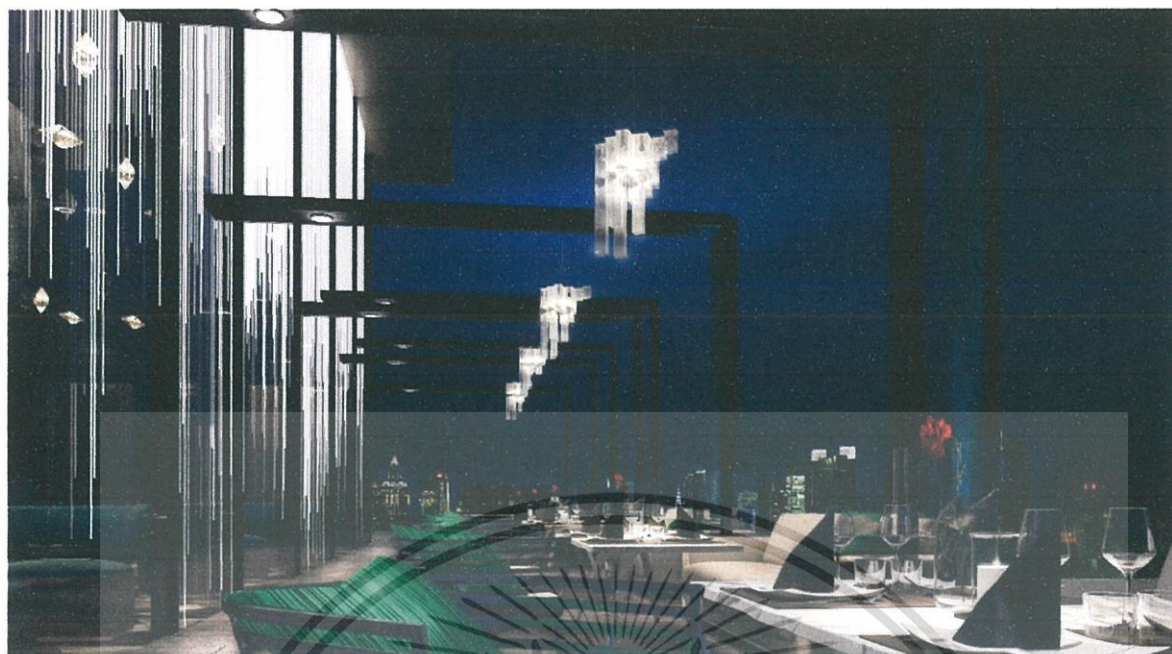


รูปที่ 5.4.15 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน SIGNATURE SUITE ROOM



รูปที่ 5.4.16 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน SIGNATURE SUITE ROOM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.4.17 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน ROOF TOP BAR&RESTAURANT



รูปที่ 5.4.18 แสดงภาพทัศนียภาพส่วน ROOF TOP BAR&RESTAURANT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

<http://www.isseymiyake.com/en/>

<http://www.metro.societymag.com/th/fashion/issey-miyake-all-brands-clothing-by-issey-miyake>

<http://issue247.com/people/issey-miyake/>

หนังสือ PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้