

โอท็อปพรีเมียมมอลล์

Otop Premium Mall In Bangkok

อลิสา ชูเลิศ

ALISA CHULERS

วิทยานิพนธ์ทางสถาปัตยกรรม

หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2558

โอท็อปพรีเมียมมอลล์

Otop Premium Mall In Bangkok

อลิสา ชูเลิศ

ALISA CHULERS


วิทยานิพนธ์ทางสถาปัตยกรรม

หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2558

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โททอปพรีเมียมมอลล์
 ชื่อนักศึกษา นางสาว อลิสสา ชูเลิศ
 หลักสูตร สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
 ปีการศึกษา 2558
 อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ จรรยา ผลประเสริฐ 


คณะกรรมการดำเนินงานวิทยานิพนธ์

ประธานคณะกรรมการ	
อาจารย์ ชีรบูลย์ ฉลองมณีรัตน์	
คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์	
คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษา	คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
อ. จรรยา ผลประเสริฐ	อ. ยรรยง บุญหลง
ผศ.ณัฐวุฒิ อัสวโกวิทวงศ์	
อ. ปิยะ ไล่หลีกพาล	

โดยคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบและผ่านการสอบแล้ว

เมื่อวันที่ 24 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2559

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์รับรองแล้ว



(อาจารย์ ชีรบูลย์ ฉลองมณีรัตน์)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

วันที่ 25 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2559

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โอท็อปพรีเมียมมอลล์

ชื่อนักศึกษา : นางสาว อลิษา ชูเลิศ อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ จรรยา ผลประเสริฐ

หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นการเริ่มต้นการวิจัยโดยเริ่มจากการสนใจในสินค้าโอท็อปที่เป็นสินค้าพื้นบ้านของไทยที่มีเอกลักษณ์ โอท็อปคือโครงการที่ทางรัฐบาลตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นโดยโครงการนี้มีเป้าหมายที่จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของในแต่ละตำบล ในแต่ละจังหวัดซึ่งโครงการโอท็อปของรัฐบาลนี้ถือว่าเป็นเศรษฐกิจรากหญ้าของไทยที่ทำให้มีการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจดีขึ้นซึ่งโครงการโอท็อปพรีเมียมมอลล์ จะเป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้เศรษฐกิจที่อาจเรียกได้ว่าเป็นเศรษฐกิจพื้นฐานดั้งเดิมของคนไทยเรายังคงยืนหยัดและสืบทอดต่อไปได้ท่ามกลางกระแสบริโภคนิยมในปัจจุบัน

โครงการโอท็อปพรีเมียมมอลล์ ดังกล่าวจะเป็นสถาปัตยกรรมที่จะเข้ามารองรับ และช่วยเป็นสื่อกลางให้กับสินค้าระดับพรีเมียมกับผู้บริโภคระดับ Luxury ทำให้เกิดเป็นช่องทางหนึ่งที่จะพาสินค้าโอท็อปที่ถือว่าเป็นรากฐานของเศรษฐกิจของคนไทยนั้นยังสามารถกระจายออกสู่ตลาดผู้บริโภคต่อไปได้ ซึ่งในส่วนของตัวเองสถาปัตยกรรมก็จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย หรือการใช้เอกลักษณ์ในการออกแบบของสถาปัตยกรรมของไทยมาใช้ ซึ่งเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยนั้นก็จะเป็นการออกแบบที่อิงต่อสภาพแวดล้อมและอยู่ได้ด้วยตัวของมันเอง การวางผังและการใช้วัสดุที่ให้กลิ่นอายของไทยรวมถึงการใช้ปัจจัยทางธรรมชาติมาเป็นตัวช่วยในการออกแบบ

ดังนั้นโครงการโอท็อปพรีเมียมมอลล์ จึงจะเป็นโครงการที่เป็นศูนย์รวมภูมิปัญญาไทย เป็นสินค้าโอท็อประดับพรีเมียมมุ่งเน้นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดเป้าหมายและสร้างมูลค่าเพิ่มจากตลาดเฉพาะได้ซึ่งย่านที่น่าสนใจและเหมาะสมที่จะจัดตั้งโครงการสินค้าระดับพรีเมียมได้ จึงสนใจย่านราชประสงค์ ที่เป็นย่านของการรวมแหล่งช้อปปิ้งและบริเวณดังกล่าวยังเป็นย่านที่มีกำลังซื้อสูง รวมถึงเป็นย่านที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นส่วนมากที่จะเหมาะสมในการที่จะนำสินค้าแบรนด์ของไทยภูมิปัญญาไทยระดับพรีเมียมจากทั่วทุกภาคของประเทศเข้าสู่เส้นทางการบริโภค ที่จะมาอบความประทับใจให้เกิดกับสินค้าของไทยดังเช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ทอผ้า สินค้าหัตถกรรม เครื่องประดับและอื่นๆอีกมากมายภายใต้บรรยากาศของความเป็นไทย

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของการศึกษาวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ข้าพเจ้าได้รับการสนับสนุนและความช่วยเหลือในการดำเนินงานวิทยานิพนธ์ ทั้งในภาคการศึกษาข้อมูลและภาคออกแบบจากบุคคลและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้าพเจ้าขอขอบคุณในความเมตตากรุณา ความเสียสละที่มีต่อข้าพเจ้าตลอดเวลาในการศึกษาออกแบบวิทยานิพนธ์ทางสถาปัตยกรรมจนสำเร็จลุล่วงเป็นผลงานวิทยานิพนธ์การออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่สมบูรณ์ ได้แก่ ครอบครั้ว ขอขอบคุณที่มอบลมหายใจและชีวิต และเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียนตลอดจนคอยช่วยเหลือและให้กำลังใจเสมอมา

กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา

อ. จรรยา ผลประเสริฐ

อ. ณัฐวุฒิ อัครวิทวงศ์

อ. ปิยะ ไล่หลีกพาล

อ. ทนงค์กิติ รัตนสุคนธ์

นาย รชฎ กันภัย

นาย คณาริป์ สุวรรณภัทร

นาย ภูสรินทร์ เตชนพรมงคล

นาย นิพนธ์ ลำใหญ่

นาย สมพงษ์ เพ็ชรศรี

นาย ชัชวาล ตุลยนิษกั

น.ส. สุภาภรณ์ สายสัมพันธ์

น.ส. กรกช คำศรี

คณะอาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

Thailand Elit

สำนักเขตปทุมวัน

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูป.....	ญ

บทที่ 1 ความเป็นมาของโครงการ

1.1 ความเป็นมาของโครงการ.....	1
1.2 ความมุ่งหมาย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.4 ขอบเขตของการศึกษาโครงการ.....	3
1.5 วิธีการศึกษา.....	3
1.6 การประยุกต์แนวคิดกับประเภทอาคาร.....	4

บทที่ 2 การศึกษาบริบท

2.1การอภิปรายบริบทพื้นที่	6
2.1.1 ด้านภูมิศาสตร์ อาทิ อากาศ ความชื้น พืชพันธุ์ ทรัพยากร.....	6
2.1.1.1 ภูมิประเทศ.....	6
2.1.1.2 ภูมิอากาศ.....	7
2.1.2 ด้านสังคม วัฒนธรรม อาทิ ชชาติพันธุ์ ชุมชน สังคม อาชีพ.....	9
2.1.2.1 โครงสร้างทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร.....	9
2.1.2.2 วิสัยทัศน์การพัฒนากกรุงเทพมหานคร.....	9
2.1.3 ด้านการลงทุนและความเป็นไปได้ทางด้านเศรษฐกิจ.....	9
2.2 การเลือกและวิเคราะห์ที่ตั้ง.....	13
2.2.1 โครงสร้างทางสังคม.....	13
2.2.2 วิเคราะห์ที่ตั้ง.....	19
2.2.3 วิเคราะห์เลือกที่ตั้งโครงการ.....	23
2.3 กรณีศึกษา.....	26
2.3.1 central festival east ville.....	26

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

2.3.2 habito community mall.....	28
บทที่ 3 การวิเคราะห์โครงการ	
3.1 การพัฒนาประเด็นและโจทย์การออกแบบ.....	30
3.1.1 นิเวศน์สิ่งแวดล้อม.....	30
3.1.2 นิเวศน์วัฒนธรรม.....	40
3.2 สรุปองค์ประกอบของความยั่งยืนที่นำไปใช้กับโครงการ.....	43
บทที่ 4 การนำไปใช้	
4.1 กำหนดโปรแกรม.....	44
4.1.1 ลักษณะโครงการและกิจกรรมโครงการ.....	44
4.1.2 การกำหนดองค์ประกอบโครงการ.....	45
4.1.3 การวิเคราะห์ผู้ใช้สอย.....	46
4.1.4 การวิเคราะห์พื้นที่ที่ใช้สอย.....	47
4.1.5สรุปสัดส่วนพื้นที่ที่ใช้สอยภายในโครงการ.....	50
4.1.6 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง.....	51
4.1.7 ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน.....	58
4.2 การนำไปใช้ในองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม.....	60
4.2.1 การกำหนดที่ว่างและส่วนปิดล้อม.....	60
4.2.2 การใช้วัสดุ.....	62
บทที่ 5 การวิเคราะห์และสรุปผลการออกแบบ	
5.1 แนวความคิดในการออกแบบ.....	65
5.1.1 ช่างสิบหมู่.....	65
5.1.2 between space.....	66
5.1.3 sharing space.....	66
5.2 กระบวนการออกแบบโครงการ.....	67
5.3 แนวความคิดการออกแบบ Zoning โครงการ.....	68
5.4 แนวความคิดการออกแบบพื้นที่ที่ใช้สอยโครงการ.....	68

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
5.5 แนวความคิดการออกแบบ Façade โครงการ.....	69
5.6 ผลงานการออกแบบ	70
5.6.1 การออกแบบร่าง.....	70
5.6.2 การออกแบบขั้นต้น.....	71
5.6.3 การออกแบบรายละเอียด.....	74
5.6.4 หุ่นจำลอง	74
บรรณานุกรม.....	89
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	93

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 2.1	แสดงเกณฑ์การเลือกที่ตั้ง.....	24
ตารางที่ 2.2	แสดงการพิจารณาการเลือกที่ตั้ง	25
ตารางที่ 4.1	แสดงการวิเคราะห์จำนวนผู้ใช้โครงการ	47
ตารางที่ 4.2	แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนศูนย์การค้า	48
ตารางที่ 4.3	แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนสนับสนุนโครงการ	48
ตารางที่ 4.4	แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วน Culture Area	48
ตารางที่ 4.5	แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนบริการอาคาร	49
ตารางที่ 4.6	แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนจอดรถ	49
ตารางที่ 4.7	แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนบริหารโครงการ	50
แผนภูมิที่ 4.8	แสดงสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในโครงการ	50
แผนภูมิที่ 4.9	แสดงสัดส่วนพื้นที่ที่ก่อให้เกิดรายได้ในโครงการ	51

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่	หน้า
รูปที่ 1.6	แสดงแนวคิดการออกแบบอาคารเขียวที่ใช้ในโครงการ 5
รูปที่ 2.1	แสดงแหล่งสำคัญของกรุงเทพมหานคร 9
รูปที่ 2.2	แสดงอันดับย่านที่มีศักยภาพในการพัฒนา 13
รูปที่ 2.3	แสดงเส้นทางสกายวอล์กช่วยเพิ่มศักยภาพโครงการ 14
รูปที่ 2.4	แสดงศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ 15
รูปที่ 2.5	แสดงศูนย์การค้าสยามพารากอน 15
รูปที่ 2.6	แสดงศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ 16
รูปที่ 2.7	แสดงศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอร์เซ็นเตอร์ 16
รูปที่ 2.8	แสดงศูนย์การค้าสยามสแควร์ 17
รูปที่ 2.9	แสดงศูนย์การค้าเซ็นทรัลชิดลม 17
รูปที่ 2.10	แสดงศูนย์การค้าเกษรพลาซ่า 18
รูปที่ 2.11	แสดงศูนย์การค้า CENTRAL EMBASSY 18
รูปที่ 2.12	แสดงย่านของการเลือกที่ตั้งโครงการ 19
รูปที่ 2.13	แสดงการวิเคราะห์ Site A 20
รูปที่ 2.14	แสดงการวิเคราะห์ Site B 21
รูปที่ 2.15	แสดงการวิเคราะห์ Site C 22
รูปที่ 2.16	แสดงการพิจารณาการเลือกที่ตั้ง 25
รูปที่ 2.17	แสดงภาพรวมโครงการ Central Festival East Ville 26
รูปที่ 2.18	แสดงผังพื้นที่โครงการ Central Festival East Ville 27
รูปที่ 2.19	แสดงภาพรวมโครงการ Habito Community 28
รูปที่ 2.20	แสดงภาพโครงการบริเวณ co-working space 29
รูปที่ 2.21	แสดงภาพโครงการบริเวณ co-working space 29
รูปที่ 3.1	แสดงภาพแนวความคิดโครงการในเรื่องความต้องการใช้พื้นที่ 30
รูปที่ 3.2	แสดงภาพแนวความคิดการจัดวางอาคาร 30
รูปที่ 3.3	แสดงภาพแนวความคิดการใช้ลักษณะแสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในการออกแบบ... 31
รูปที่ 3.4	แสดงภาพแนวความคิดการแบ่งพื้นที่ใช้สอย 31
รูปที่ 3.5	แสดงภาพแนวความคิดในการเลือกรูปทรงอาคาร 31
รูปที่ 3.6	แสดงภาพแนวความคิดในการใช้ผนัง 2 ชั้นมีช่องว่างอากาศ (Air-Gap) 32

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพที่	หน้า
รูปที่ 3.7	แสดงภาพแนวความคิดในการใช้แสงธรรมชาติ (Daylight) 33
รูปที่ 3.8	แสดงมิติทางโครงสร้างของกรุงเทพอย่างยั่งยืน 42
รูปที่ 4.1	แสดงภาพและแนวคิดของโครงการ 44
รูปที่ 4.2	แสดงภาพองค์ประกอบหลักของโครงการ 45
รูปที่ 4.3	แสดงป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้าย 52
รูปที่ 4.4	แสดงป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติด ป้ายบนหลังคา 52
รูปที่ 4.5	แสดงป้ายโฆษณาสำหรับมหรสพให้ติดตั้งกับผนังอาคาร 53
รูปที่ 4.6	แสดงสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่ติดตั้งบนพื้นดิน 53
รูปที่ 4.7	แสดงเสา คาน พื้น บันได และผนังของอาคาร 53
รูปที่ 4.8	แสดงห้องหรือส่วนของอาคารที่ใช้ทำกิจกรรมต่างๆ 54
รูปที่ 4.9	แสดงระยະบันไดและระยະชานพักบันได 54
รูปที่ 4.10	แสดงระยະบันได 55
รูปที่ 4.11	แสดงระยະบันไดแนวโค้ง 55
รูปที่ 4.12	แสดงระยະอาคาร 56
รูปที่ 4.13	แสดงการก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารของส่วนอาคาร 56
รูปที่ 4.14	แสดงความสูงของอาคาร 56
รูปที่ 4.15	แสดงความสูงของอาคาร 57
รูปที่ 4.16	แสดงอาคารหลังเดียวกันที่มีถนนสองสายขนาดไม่เท่ากัน 57
รูปที่ 4.17	แสดงการใช้พื้นที่กฎหมายผังเมืองรวม..... 58
รูปที่ 4.18	แสดงการใช้พื้นที่กฎหมายผังเมืองรวมเขตปทุมวัน 58
รูปที่ 4.19	แสดงอัตราส่วนพื้นที่อาคารต่อพื้นที่ดิน 59
รูปที่ 4.20	แสดงอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม 59
รูปที่ 4.21	แสดงระยະรันแนวเขตที่ดิน..... 59
รูปที่ 4.22	แสดงลักษณะของคอนกรีตรักรักรโลก 62
รูปที่ 4.23	แสดงภาพของถ้ำลอยถ้ำนหิน 62
รูปที่ 4.24	แสดงคุณสมบัติคอนกรีตรักรักรโลก 63
รูปที่ 4.25	แสดงภาพของปูนซีเมนต์โปรงแสง 64
รูปที่ 4.26	แสดงภาพของปูนซีเมนต์โปรงแสง 64

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพที่		หน้า
รูปที่ 5.1	แสดงแนวความคิดในการออกแบบ	65
รูปที่ 5.2	แสดงไดอะแกรมการใช้งาน Thai Space.....	66
รูปที่ 5.3	แสดงไดอะแกรมการใช้งาน Between Space	66
รูปที่ 5.4	แสดงไดอะแกรมการใช้งาน Sharing Space	67
รูปที่ 5.5	แสดงไดอะแกรมกระบวนการออกแบบโครงการ	67
รูปที่ 5.6	แสดงไดอะแกรม Zoning โครงการ.....	68
รูปที่ 5.7	แสดงแนวความคิดการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโครงการ.....	69
รูปที่ 5.8	แสดงแนวความคิดการออกแบบ Façade โครงการ	69
รูปที่ 5.9	แสดง Model Concept โครงการ	70
รูปที่ 5.10	แสดงแบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 1 ของโครงการ.....	71
รูปที่ 5.11	แสดงแบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 2 ของโครงการ.....	71
รูปที่ 5.12	แสดงแบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 3 ของโครงการ.....	72
รูปที่ 5.13	แสดงแบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 4 ของโครงการ.....	72
รูปที่ 5.14	แสดงแบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 5 ของโครงการ.....	73
รูปที่ 5.15	แสดงแบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 6 ของโครงการ.....	73
รูปที่ 5.16	แสดงแบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 7 ของโครงการ.....	74
รูปที่ 5.17	แสดงแบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 8 ของโครงการ.....	74
รูปที่ 5.18	แสดงแบบแปลนชั้น 2 ของอาคาร.....	75
รูปที่ 5.19	แสดงแบบแปลนชั้น 3 ของอาคาร.....	76
รูปที่ 5.20	แสดงแบบแปลนชั้น 4 ของอาคาร.....	77
รูปที่ 5.21	แสดงแบบแปลนชั้น 5 ของอาคาร.....	78
รูปที่ 5.22	แสดงแบบแปลนชั้น 6 ของอาคาร.....	79
รูปที่ 5.23	แสดงแบบแปลนหลังคาของอาคาร.....	80
รูปที่ 5.24	แสดงแบบแปลนชั้นใต้ดิน 1 ของอาคาร.....	81
รูปที่ 5.25	แสดงแบบแปลนชั้นใต้ดิน 2 ของอาคาร.....	82
รูปที่ 5.26	แสดงแบบแปลนชั้นใต้ดิน 3 ของอาคาร.....	83
รูปที่ 5.27	แสดงแบบรูปตัดอาคาร.....	84
รูปที่ 5.28	แสดงแบบรูปด้านอาคาร.....	85

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพที่		หน้า
รูปที่ 5.29	แสดงแบบ Detail โครงสร้างของอาคาร.....	86
รูปที่ 5.30	แสดงแบบ Detail Façade ของอาคาร.....	87
รูปที่ 5.31	แสดงแบบหุ่นจำลอง.....	88

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของโครงการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นการวิจัยโดยเริ่มจากการสนใจในสินค้าโอท็อปที่เป็นสินค้าพื้นบ้านของประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์ โอท็อปคือโครงการที่ทางรัฐบาลตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นโดยโครงการนี้มีเป้าหมายที่จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของในแต่ละตำบล ในแต่ละจังหวัดซึ่งโครงการโอท็อปของรัฐบาลนี้ถือว่าเป็นเศรษฐกิจรากหญ้าของไทยที่ทำให้มีการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจดีขึ้นซึ่งโครงการโอท็อปพรีเมียมมอลล์ เป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้เศรษฐกิจที่อาจเรียกได้ว่าเป็นเศรษฐกิจพื้นฐานดั้งเดิมของคนไทยเรายังคงยืนหยัดและสืบทอดต่อไปได้ท่ามกลางกระแสบริโภคนิยมในปัจจุบันซึ่งสินค้าโอท็อปสามารถแบ่งได้เป็นสินค้าหลายระดับด้วยกัน

การแบ่งระดับกลุ่มสินค้าโอท็อปมีด้วยกัน 5 ระดับดังนี้

กลุ่ม A หมายถึง สินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานสูง มีราคาสูงและสามารถผลิตได้ปริมาณมาก สินค้ากลุ่มนี้เน้นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย

กลุ่ม B หมายถึง สินค้าที่สร้างคุณค่ากลุ่มลูกค้าเฉพาะ เป็นสินค้าคุณภาพ มีราคาสูง แต่มีความสามารถในการผลิตได้ปริมาณน้อย กลุ่มนี้เน้นการสร้างคุณค่ามูลค่าเพิ่มจากตลาดเฉพาะกลุ่ม C หมายถึง สินค้าที่กำลังพัฒนาเข้าสู่ตลาดแข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังมีคุณภาพต่ำ ราคาต่ำ แต่ผลิตได้ในปริมาณมาก สินค้ากลุ่มนี้มุ่งเน้นการเพิ่มผลิตภาพ และประสิทธิภาพเข้าสู่การแข่งขัน

กลุ่ม D หมายถึง สินค้าที่กำลังปรับตัวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการผลิต มีคุณภาพต่ำ ราคาต่ำ ผลิตได้ปริมาณน้อย กลุ่มนี้มุ่งเน้นการรับช่วงการผลิต โดยคำนึงถึงทักษะฝีมือเดิม และเพิ่มทางเลือกอาชีพเสริม

แต่ในปัจจุบัน สถาบันกรรมหรือพื้นที่ที่เป็นสื่อกลางในระหว่างสินค้าโอท็อปกับผู้บริโภคนั้น ล้วนแล้วแต่จะเป็นส่วนส่งเสริมในเรื่องของสินค้าโอท็อปในระดับกลางถึงระดับทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นศูนย์โอท็อปที่กระจายอยู่ในแต่ละจังหวัด รวมถึง โอท็อปอเนกวิ ที่ซึ่งเป็นโครงการของรัฐบาล ซึ่งหากเป็นสินค้าระดับพรีเมียมก็จะไม่เหมาะกับการไปวางโครงการไว้ใต้ทางด่วน ซึ่งโครงการโอท็อปพรีเมียมมอลล์ จะพูดถึงสินค้าโอท็อปในระดับพรีเมียมที่ยังไม่มีตัว

สถาบันกรรมเข้ามารองรับในการกระจายสินค้า โครงการโอท็อปพรีเมียมมอลล์ ดังกล่าวจะเป็นสถาบันกรรมที่จะเข้ามารองรับ และช่วยเป็นสื่อกลางให้กับสินค้าระดับพรีเมียมกับผู้บริโภค ระดับ Luxury ทำให้เกิดเป็นช่องทางหนึ่งที่จะพาสินค้าโอท็อปที่ถือว่าเป็นรากฐานของเศรษฐกิจของคนไทยนั้นยังสามารถกระจายออกสู่ตลาดผู้บริโภคต่อไปได้ ซึ่งในส่วนของตัวสถาบันกรรม

ก็จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยหรือการใช้เอกลักษณ์ในการออกแบบของ สถาปัตยกรรมของไทยมาใช้ ซึ่งเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยนั้นก็จะเป็นการออกแบบที่อิง ต่อสภาพแวดล้อมและอยู่ได้ด้วยตัวของมันเอง การวางผังและการใช้วัสดุที่ทำให้กลิ่นอายของไทย รวมถึงการใช้ปัจจัยทางธรรมชาติมาเป็นตัวช่วยในการออกแบบ เช่น แสง ลม

โครงการโอท็อปพรีเมียมมอลล์ จึงจะเป็นโครงการที่เป็นศูนย์รวมภูมิปัญญาไทยเป็น สินค้าโอท็อประดับพรีเมียมที่จัดอยู่ในกลุ่มสินค้า A-B ที่เป็นกลุ่มสินค้าที่มีคุณภาพสูง มี มาตรฐานสูง มีราคาสูงและมีกำลังผลิตได้มากพอ ซึ่งสินค้าทั้ง 2 กลุ่มนี้จะมุ่งเน้นการเพิ่มโอกาส การเข้าถึงตลาดเป้าหมายและสร้างมูลค่าเพิ่มจากตลาดเฉพาะได้ซึ่งย่านที่น่าสนใจและเหมาะสม ที่จะจัดตั้งโครงการสินค้าระดับพรีเมียมได้ จึงสนใจย่านราชประสงค์ ย่านสาทร เป็นต้น ที่เป็น ย่านของการรวมแหล่งช้อปปิ้งและบริเวณดังกล่าวยังเป็นย่านที่มีกำลังซื้อสูง รวมถึงเป็นย่านที่มี นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นส่วนมากที่จะเหมาะสมในการที่จะนำสินค้าแบรนด์ของไทยภูมิปัญญา ไทยระดับพรีเมียมจากทั่วทุกภาคของประเทศเข้าสู่เส้นทางการบริโภค ที่จะมาอบความ ประทับใจให้เกิดกับสินค้าของไทยดังเช่น ผ้าไหมไทย ผ้าฝ้ายทอบัก สินค้าหัตถกรรม เครื่อง ประดับและอื่นๆอีกมากมายภายใต้บรรยากาศของความเป็นไทย

1.2 ความมุ่งหมาย

เพื่อยกระดับ อนุรักษ์ และสานต่อภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ของไทยให้สามารถกระจายออกสู่ ตลาดผู้บริโภคและสากลได้

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.3.1 เพื่อศึกษาความเข้าใจในกระบวนการออกแบบอาคารให้มีการประหยัดพลังงาน ด้วยวิธีการออกแบบรวมไปถึงวัสดุที่ใช้ในโครงการที่จะเข้ามามีส่วนช่วยให้โครงการนั้นมีการ เบียดเบียนทางธรรมชาติน้อยที่สุด

1.3.2 เพื่อศึกษาความเข้าใจในการออกแบบ ที่ว่าง ประเภทต่างๆซึ่งมีผลมาจากความ ต้องการหรือกิจกรรมของผู้ใช้หลักและผู้ใช้งาน

1.3.3 เพื่อศึกษาความเข้าใจในพฤติกรรมกลุ่มคนจำนวนมาก ที่มีผลต่อรูปแบบการใช้งานอาคาร และที่ว่าง ซึ่งส่งผลให้เกิดความเอกลักษณ์ของอาคารและที่ว่างนั้นๆ

1.3.4 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ต่อ ที่ว่าง ซึ่งสามารถรองรับการเลือกซื้อสินค้าได้

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1.4.1 ด้านความสำคัญของพื้นที่ที่ศึกษา

- ด้านเศรษฐกิจ สังคม ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรม

1.4.2 ด้านสภาพทางกายภาพของพื้นที่ศึกษาและปัญหาที่เกิดขึ้น

- ที่ตั้ง การปกครอง และกรรมสิทธิ์ที่ดิน
- การใช้ประโยชน์ที่ดิน และที่ว่าง
- การคมนาคม

1.4.3 ด้านกรณีศึกษาถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมของอาคารศูนย์การค้า

- รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาคารสาธารณะฯ
- การออกแบบสถาปัตยกรรมที่เชื่อมโยงโปรแกรมที่เกิดขึ้นในโครงการ
- การออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน

1.4.4 ด้านการออกแบบและจัดผังบริเวณที่สอดคล้องกับการใช้สอยของย่านและผู้ใช้สอย

- การเชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจของย่านเข้ากับแหล่ง

1.5 วิธีการศึกษา

1.5.1 การศึกษารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าโอท็อปที่เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทย

1.5.2 การศึกษาข้อมูลของการออกแบบโครงการให้มีความยั่งยืน

1.5.3 การสำรวจข้อมูล ประเภทและจำนวนของผู้ใช้โครงการ

1.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล องค์ประกอบของอาคาร พฤติกรรมของผู้ใช้โครงการเพื่อนำมาสู่กระบวนการกำหนดโปรแกรมของออกแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ

1.5.5 การศึกษาและวิเคราะห์ที่ตั้งที่เหมาะสมกับโครงการ

1.5.6 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ศึกษาเอกลักษณ์ แนวคิดเพื่อนำไปสู่การออกแบบที่สัมพันธ์กับสินค้าโอท็อป

1.6 การประยุกต์แนวคิดกับประเภทอาคาร

การประยุกต์แนวคิดในความยั่งยืนทั้งในแง่ของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตสินค้าโอท็อปของไทยให้มั่นคงและยืดหยุ่นต่อไปได้ท่ามกลางกระแสผู้บริโภคในปัจจุบันและในแง่ของงานสถาปัตยกรรมที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยทั้งในเรื่องวัสดุ การวางผัง ที่ว่าง หรือการใช้เอกลักษณ์ในการออกแบบของสถาปัตยกรรมของไทยมาใช้ในงาน ซึ่งเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยนั้นก็จะเป็นการออกแบบที่อิงต่อสภาพแวดล้อม และอยู่ได้ด้วยตัวของมันเอง การใช้วัสดุที่ให้กลิ่นอายของไทยรวมถึงการใช้ปัจจัยทางธรรมชาติมาเป็นตัวช่วยในการออกแบบ เช่น แสงธรรมชาติ กระแสลมธรรมชาติ การวางผัง รวมไปถึงรูปทรงของอาคารที่ประหยัดพลังงานมากที่สุด โดยมีการใช้แนวคิดการออกแบบดังนี้

1. การใช้แสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในโครงการเพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าในโครงการ
2. ทำให้เกิดการเบียดเบียนด้านพลังงานโครงการลดลงโดยการลดการใช้ระบบการปรับอากาศ การใช้วัสดุประหยัดพลังงานและการออกแบบที่อิงต่อสภาพแวดล้อมตามหลักเอกลักษณ์การออกแบบของสถาปัตยกรรมไทยเพื่อนำประโยชน์ของทิศทางลมและแสงเข้ามาช่วยเพื่อให้โครงการเกิดประสิทธิภาพในการประหยัดพลังงานได้มากยิ่งขึ้น
3. ด้วยสินค้าโอท็อปที่ถือว่าเป็นเศรษฐกิจรากหญ้าของไทย จึงทำให้เกิดเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าภายใต้แบรนด์ของคนไทยออกสู่ตลาดและทำให้เศรษฐกิจพื้นฐานของคนไทยให้ยังคงสามารถยืดหยุ่นต่อไปได้

การใช้แนวคิดการออกแบบอาคารเขียว 5 ข้อดังนี้

1. การประหยัดพลังงานในอาคาร
2. ระบบบริหารจัดการอาคาร
3. พลังงานที่ใช้ในอาคาร
4. การอนุรักษ์พลังงานกับการออกแบบ
5. หลักการลดภาระพลังงานในอาคาร



รูปที่ 1.6 แสดงแนวคิดการออกแบบอาคารเขียวที่ใช้ในโครงการ

ซึ่งเป็นศูนย์การค้าเฉพาะทางที่นำเสนอและขายสินค้าไอทอปที่มุ่งเป็น ECO-SHOPPING แล้วสามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของไทย ภูมิปัญญา อาชีพ วิถีชีวิตและการดำรงอยู่ของคนไทยเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและการพาณิชย์ของสินค้าไอทอป ช่วยผลักดันให้เติบโตเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

การศึกษาบริบท

2.1 การอภิปรายบริบทพื้นที่

2.1.1 ด้านภูมิศาสตร์

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงและนครที่มีประชากรมากที่สุดของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร และความเจริญของประเทศ เป็นเมืองที่มีชื่อยาวที่สุดในโลก ตั้งอยู่บนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำเจ้าพระยา มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านและแบ่งเมืองออกเป็น 2 ฝั่ง คือ ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี โดยกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ทั้งหมด 1,568.737 ตารางกิโลเมตร มีประชากรตามทะเบียนราษฎรกว่าห้าล้านคน ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นเอกนคร (primate city) จัด และศูนย์กลางอื่นของประเทศไทยด้วยความสำคัญลง กรุงเทพมหานครเป็น "เอกนครที่สุดในโลก" เพราะมีประชากรมากกว่านครที่มีประชากรมากเป็นอันดับสองถึงสี่สิบเท่า

2.1.1.1 ภูมิประเทศ

กรุงเทพมหานครมีพื้นที่ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 68 ของไทย เป็นเมืองที่กว้างที่สุดของโลกเป็นเมืองที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 73 ของโลก และเป็นเมืองหลวงที่มีพื้นที่กว้างเป็นอันดับ 4 ของภูมิภาคอาเซียน ด้วยมีแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งทอดตัวยาว 372 กิโลเมตรพาดผ่านจังหวัด ทำให้กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก พื้นที่ส่วนมากในกรุงเทพมหานครเป็นที่ราบลุ่ม ตั้งอยู่บนพื้นที่บริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงจากทิศเหนือสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร ทำให้เกิดปัญหาน้ำท่วมบ่อยครั้งในช่วงฤดูมรสุม

อาณาเขตติดต่อ

กรุงเทพมหานครมีอาณาเขตทางบกติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนอาณาเขตทางทะเลอ่าวไทยตอนใน ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทิศเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี

ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรปราการ และอ่าวไทย

ทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดนครปฐม

2.1.1.2 ภูมิอากาศ

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในเขตร้อน มีภูมิอากาศร้อนแบบทุ่งหญ้าสะวันนา ตามเกณฑ์การแบ่งภูมิอากาศโลก คือ อุณหภูมิเฉลี่ยในเดือนที่มีอุณหภูมิต่ำสุดสูงกว่า 18 องศาเซลเซียส มีอย่างน้อย 1 เดือนที่ปริมาณน้ำฝนต่ำกว่า 60 มิลลิเมตร และเดือนที่มีฝนตกน้อยที่สุด จะมีปริมาณน้ำฝนน้อยกว่า 100 ลบ.ปริมาตรน้ำฝนเฉลี่ยรายปี

อากาศของกรุงเทพมหานครได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (กลางเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม) และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (เดือนพฤศจิกายน-กลางเดือนกุมภาพันธ์) ทำให้มีฝนตกในช่วงปลายถึงค้ำอย่างสม่ำเสมอ และยังก่อให้เกิดร่องมรสุมพาดผ่านในเดือนพฤษภาคมกับเดือนกันยายน ซึ่งทำให้มีฝนตกหนักกว่าปกติ แต่ในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ร่องมรสุมนี้จะเลื่อนขึ้นไปพาดผ่านทางเหนือ ทำให้ฝนตกน้อยลง เดือนพฤศจิกายนเมื่อซีกโลกเหนือหันออกจากดวงอาทิตย์ หย่อมความกดอากาศสูงจากประเทศจีนจะแผ่ลงมา มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งพัดเอาความแห้งแล้งและหนาวเย็นมา ทำให้อากาศเย็นและแห้ง ท้องฟ้าแจ่มใส ไม่มีเมฆและฝนตกน้อย ครึ่งหลังของเดือนกุมภาพันธ์ มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจะอ่อนกำลังลง เป็นการเปลี่ยนเข้าสู่ฤดูร้อน อากาศจะร้อนขึ้นเรื่อย ๆ กระแสลมในช่วงนี้จะพัดมาจากทางใต้ หรือตะวันออกเฉียงใต้ เรียกว่าลมตะเภา

พลังงาน

ใน พ.ศ. 2555 กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแรกของประเทศไทยที่เปิดสถานีพลังงานสีเขียวโดยใช้พลังงานทดแทนโดยความร่วมมือจากบริษัท บางจากปิโตรเลียม

การคมนาคม

ถนนสายหลักในพื้นที่เขตได้แก่ ถนนพระรามที่ 1 (ต่อเนื่องเป็นถนนเพลินจิตและถนนสุขุมวิท) ตัดผ่านพื้นที่เขตในแนวอนทางทิศเหนือ ถนนพระรามที่ 4 เป็นเส้นแบ่งเขตการปกครองทางทิศใต้ โดยถนนที่เชื่อมระหว่างถนนทั้ง 2 สายนี้ ได้แก่ ถนนรองเมือง ถนนจรัลเมือง (ต่อเนื่องเป็นถนนพระรามที่ 6) ถนนบรรทัดทอง ถนนพญาไท ถนนอังรีดูนังต์และถนนราชดำริ นอกจากนี้ก็ยังมีถนนหลังสวน ถนนวิฑู ถนนสารสิน ถนนจรัสเมือง ถนนเจริญเมือง และทางพิเศษเฉลิมมหานคร รถไฟฟ้า เรือ

การปกครอง

กรุงเทพมหานคร มีขนาดพื้นที่ 1, 568 ตร.กม.ปัจจุบันมีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 10 ล้านคน มีรูปแบบการบริหาร เป็นเขตปกครองพิเศษ แบ่งพื้นที่การบริหารเป็น 6 พื้นที่ 2 มีเขตการปกครองจำนวน 50 เขต ดังนี้

1. กลุ่มกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 9 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวี และเขตวังทองหลาง

2. กลุ่มกรุงเทพใต้ ประกอบด้วย 11 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวง เขตบางนา และเขตประเวศ

3. เขตกรุงเทพมหานครเหนือ ประกอบด้วย 7 เขต ได้แก่ เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และเขตบางเขน

4. เขตกรุงเทพมหานครตะวันออก ประกอบด้วย 8 เขต ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก และเขตคลองสามวา

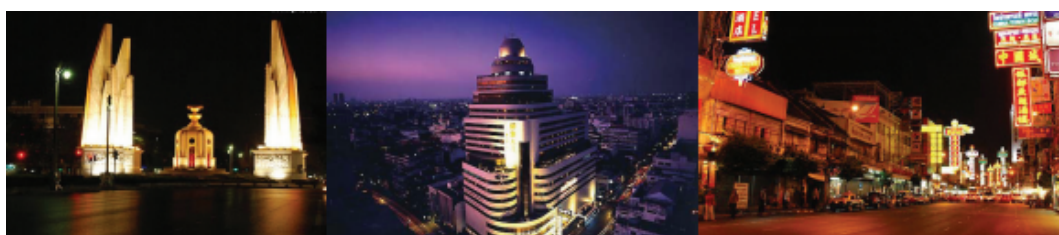
5. เขตกรุงเทพมหานครเหนือ ประกอบด้วย 8 เขต ได้แก่ เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตจอมทอง เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา

6. เขตกรุงเทพมหานครใต้ ประกอบด้วย 7 เขต ได้แก่ เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตราษฎร์บูรณะ และเขตทุ่งครุ

โดยแต่ละเขตจะกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ตามผังเมืองกรุงเทพฯ ปี 2549 เช่น ในเขต กรุงเทพมหานคร กำหนดให้ใช้ประโยชน์พื้นที่สำหรับเป็นที่อยู่อาศัยสถานที่ราชการ และพาณิชย์กรรมเป็นหลัก เขตกรุงเทพฯ ใต้กำหนดให้ใช้ประโยชน์พื้นที่เป็นที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และนันทนาการ มากกว่าด้านอื่น ในขณะที่เขตกรุงเทพมหานครตะวันออกซึ่งมีพื้นที่มากที่สุดจะใช้ประโยชน์เป็นพื้นที่สำหรับที่อยู่อาศัยและพื้นที่สำหรับ เกษตรกรรม ดังนั้นอัตลักษณ์ของการใช้ชีวิตและการประกอบอาชีพแต่ละเขตพื้นที่ส่วนหนึ่งจะถูกกำหนด โดยปัจจัยด้านการใช้พื้นที่ ตัวอย่างเช่นในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครตะวันออกเป็นพื้นที่ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ เกษตรกรรม จะมีลักษณะอัตลักษณ์ของความเป็นชุมชนชนบทหลงเหลืออยู่มาก

2.1.2 ด้านสังคม

กรุงเทพมหานคร มีฐานะเป็นเมืองหลวงของประเทศมายาวนานมากกว่า 200 ปี บนเส้นทางของกาลเวลาได้สร้าง ความเจริญเติบโต การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงให้แก่มหานครแห่งนี้อย่างมากมายหลากหลายมิติ บริบทของการ พัฒนาของกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับการพัฒนาประเทศ ภูมิภาค และโลกในฐานะที่เป็น เมืองหลักทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยและของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และได้ส่งผลให้กรุงเทพเป็น ศูนย์กลางของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานที่กว้างขวางกว่าขอบเขตการปกครองในระดับท้องถิ่น การเป็น ศูนย์กลางของประเทศในทุกด้านมายาวนานทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร การศึกษา การคมนาคม สื่อสาร และการติดต่อสัมพันธ์กับต่างประเทศ ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง ด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ของกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง และกระจายเชื่อมโยงไปยังบริเวณปริมณฑล ต่างจังหวัด และประเทศเพื่อนบ้าน ตาม การพัฒนาด้านการสื่อสาร และโทรคมนาคม ใน ปี 2552 กรุงเทพได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุดในเอเชีย จากรายงานผลการสำรวจของศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่าในจำนวน 10 เมือง ที่ตัวแทนซึ่งเข้าร่วมประชุมเครือข่ายเมืองใหญ่แห่งเอเชีย 21 ประเทศ ลงคะแนนเลือกให้กรุงเทพเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุดในเอเชีย โดยสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพ 5 อันดับแรก ได้แก่ อาหารไทย โบราณสถานและโบราณวัตถุ ทัศนียภาพไมตรีของคน ไทย วัฒนธรรม ประเพณีและศิลปะพื้นบ้าน และแหล่งช้อปปิ้ง



รูปที่ 2.1 แสดงแหล่งสำคัญของกรุงเทพมหานคร

2.1.2.1 โครงสร้างทางวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองโตเตี้ยมาเป็นเวลานานเป็นแหล่งรวมของการเคลื่อนย้ายผู้คนและกระแสวัฒนธรรมที่หลากหลาย ดังนั้น ในด้านวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของกรุงเทพจึงมีลักษณะของวัฒนธรรม เมืองที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมโลกอย่างเต็มรูปแบบ มีลักษณะปัจเจกนิยม ตัวใครตัวมันหรือสภาพพื้นที่ที่ต่างใจตามความ ต้องการ มีวิถีชีวิตที่รีบเร่ง วัฒนธรรมเสมือนจริงหรือโลกของอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลสูง เกิดเครือข่ายทางความคิด ความเชื่อ การแลกเปลี่ยน ความรู้ หรือการรวมกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับพื้นที่หรือถิ่นที่อยู่ ทิศทางวัฒนธรรม

ของกรุงเทพมหานครมีทั้งทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งได้แก่ภูมิปัญญาไทย ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญที่มีชื่อเสียงระดับโลก พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม พระพุทธรูปและทุนทางวัฒนธรรมสมัยใหม่ซึ่งเปิดพื้นที่สำหรับแนวคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆตามกระแสโลก อาทิ ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ โรงละคร เวที หอศิลป์ ศูนย์วัฒนธรรม ห้องแสดงภาพ ตลาดน้ำ ตลาดนัด ตลอดจนถนนสายต่างๆที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ เช่น จตุจักร ตลาดนัด ห่วงโซ่ธุรกิจสร้างสรรค์ สยามสแควร์ ที่แจ้งเกิดของแบรนด์แฟชั่นไทย หรือทาว์นอินทาว์นเมือง โฆษณาและภาพยนตร์ เป็นต้น

2.1.2.2 วิสัยทัศน์การพัฒนากองเทพฯ

วิสัยทัศน์ในการพัฒนากองเทพฯในฐานะเมืองระดับโลกและเมืองศูนย์กลางแห่งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มุ่งสู่การเป็น “มหานครน่าอยู่อย่างยั่งยืน” (Sustainable Metropolis) ซึ่งมุ่งพัฒนาโดยยึดประชาชนชาวกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลาง เพื่อให้ประชาชนมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งจะส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของ กรุงเทพฯ เพื่อให้เป็นมหานครระดับโลก ควบคู่ไปกับการสร้างบริการสาธารณะที่มีคุณภาพดีและสามารถเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันของประชาชน

จากวิสัยทัศน์ “มหานครน่าอยู่อย่างยั่งยืน” ได้ถูกถ่ายทอดออกมาเป็นแนวทางการพัฒนา 3 แนวทางได้แก่ Gateway Green และ Good Life โดยได้แยกวิสัยทัศน์ออกเป็น 3 มิติ การพัฒนาซึ่งเชื่อมโยงกับการพัฒนาในระดับพื้นที่ ได้แก่ มหานคร (Gateway) ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาในระดับมหานคร ยั่งยืน(Green) ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาในระดับเมือง และน่าอยู่ (Good Life) ที่เป็นแนวทางการพัฒนาในระดับชุมชน โดยมีเป้าหมายที่จะบูรณาการแนวทางการพัฒนาทั้งสามระดับพื้นที่ อย่างสมดุล เหมาะสมกับศักยภาพทางที่ตั้งและตำแหน่งทางความเชื่อมโยงระหว่างกรุงเทพฯ กับพื้นที่สำคัญอื่นๆ ของโลก ประสานอย่างกลมกลืนกับความ เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การเมืองการปกครองของประเทศ และการมีบริการพื้นฐานอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ความประสานกันอย่างสมดุลดังกล่าวจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยและเป็นตัวนำแห่งความเท่าเทียมกันของประชาชนต่อเนื่องไปยังระดับประเทศอีกด้วย โดยแต่ละ แนวทางการพัฒนาแต่ละประเด็นจะมีหลักการดังนี้

2.1.3 ด้านการลงทุนและความเป็นไปได้ทางด้านเศรษฐกิจ

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงาน

มีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี 2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ท้าทายความสำเร็จ

สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติ สินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอเชีย ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จาก การมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้นจากการที่มีประชากรรวมกว่า 590 ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก รวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน

ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่ง

ทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษารสนิยมและพฤติกรรม การบริโภค และผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่น ให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับสากล และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิต OTOP คือ การพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า คู่สัญญา หรือแม้กระทั่งสถาบันการเงิน โดยพัฒนาการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย พัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมาก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตทั้งในรูปแบบกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และกลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่างๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้า สมาคมการค้าต่างๆ เป็นต้น

การสร้างเสริมโอกาสของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอีกทางหนึ่งซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศ นั่นคือ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในเอเชีย การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ทำให้สินค้าเชิงสัญลักษณ์ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและยังมีโอกาสทางการตลาด และมากยิ่งขึ้นไปกว่านั้น ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังมีความโดดเด่นด้านความแข็งแกร่งทางวัฒนธรรม ดังนั้น การส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนในการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ เอกลักษณ์ งานศิลปหัตถกรรมรวมถึงยกระดับสินค้าหัตถกรรมของประเทศสมาชิกอาเซียนให้มีคุณภาพสากล ก็สามารถทำให้เกิดศูนย์กลางการค้าขายสินค้าหัตถกรรมของภูมิภาคอาเซียนเพื่อการขายในตลาดโลกได้ในอนาคต

ในปัจจุบัน มีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จากข้อมูลล่าสุด ปี 2553 รวมทั้งสิ้น 33,228 ราย และมีสินค้า OTOP ที่ขึ้นทะเบียนไว้กว่า 85,173 รายการ ซึ่งการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP และการพัฒนาสินค้า OTOP จึงไม่เพียงแต่จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและสร้างการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการรักษามรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบต่อไปด้วย ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ 2555 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้จัดทำโครงการยกระดับผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการหรือในชื่อเรียกว่า “OTOP PLUS” วัตถุประสงค์ของโครงการมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP โดยใช้เอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า และเสริมสร้างโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ และขยายโอกาสทางการตลาดเข้าสู่กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.2 การเลือกและวิเคราะห์ที่ตั้ง

2.2.1 โครงสร้างทางสังคม

โครงการ OTOP PREMIUM MALL IN BANGKOK

เป็นโครงการที่ตั้งอยู่ในย่าน ราชประสงค์ กรุงเทพฯ การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ จึงเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของย่านที่ตั้งโครงการ ซึ่งทำให้มีผลต่อการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ และการเลือกที่ตั้งโครงการต่อไปด้วย

2.2.1.1 กรุงเทพฯ(ปทุมวัน)ศักยภาพและพื้นที่

กรุงเทพฯนั้นเป็นศูนย์กลางของประเทศอยู่แล้ว เพียงแค่เพิ่มเติมเอาสินค้า OTOP เข้ามาจำหน่ายที่ศูนย์กลางจุดนี้ก็จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดและชาวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ก็มักจะมาที่กรุงเทพฯก่อนเป็นอันดับแรก และถ้าที่กรุงเทพฯมีสินค้า OTOP จากทั่วทุกภาคมารวมอยู่ที่นี้แล้ว ก็น่าจะทำให้ชาวต่างชาติ มีกำลังในการซื้อทันที โดยไม่ต้องเดินทางไปซื้อถึงแหล่งผลิตตามจังหวัดนั้นๆ

ทางเท้า ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมืองหรือ UddC เสนอผัง “กรุงเทพฯ เมืองเดินได้ เมืองเดินดี” เปลี่ยนพฤติกรรมเชื่อม “ชุมชน-สุขภาวะ-เศรษฐกิจ-วัฒนธรรม” สู่มังคละยั่งยืน เพื่อเป็นต้นแบบของการพัฒนาพื้นที่ในกรุงเทพฯ ที่มีศักยภาพการเดินทางสูง ให้เป็นเส้นทางที่สามารถเดินได้ และเป็นเส้นทางที่เดินได้ดี โดยใช้ยุทธศาสตร์ด้านการผังเมือง



รูปที่ 2.2 แสดงอันดับย่านที่มีศักยภาพในการพัฒนา

ปทุมวัน(ย่านศูนย์กลางการค้า)

สี่แยกราชประสงค์ (Ratchaprasong Intersection) เป็นสี่แยกใจกลางกรุงเทพมหานคร เป็นจุดตัดของถนนเพลินจิตและถนนราชดำริ เป็นย่านศูนย์กลางการค้าที่สำคัญซึ่งเป็นสถานที่ประดิษฐานศาลเทพเจ้าต่างๆ เป็นย่านศูนย์กลางการค้า ลุ่มพินีสวนสาธารณะ ศิลปะมวยไทย สถานีรถไฟหัวลำโพง เชื่อมโยงรถไฟฟ้า สถานศึกษา รวมไปถึงการมีจุดเชื่อมต่อโยงรถไฟฟ้าที่สถานีสยาม เพราะสี่แยกราชประสงค์เป็นพื้นที่ส่วนตั้งแต่สถานีราชดำริ สถานีสยามและสถานีชิดลม ถือว่าย่านราชประสงค์เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและไลฟ์สไตล์สำคัญของกรุงเทพมหานคร ในการต้อนรับนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เดินทางเข้ามาใช้บริการมากถึงวันละ 400,000 คนต่อวัน หรือมากกว่าปีละ 146 ล้านคน และเนื่องจากย่านราชประสงค์เป็นศูนย์กลางกรุงเทพฯ ที่สำคัญ ทำให้กลุ่มธุรกิจหลักได้พร้อมใจกันร่วมพัฒนาโครงการขึ้นอย่างหนาแน่นบนแลนด์มาร์คสำคัญนี้ ทำให้เกิดการขยายตัวของพื้นที่ธุรกิจและไลฟ์สไตล์การวางผังปฏิรูปและพัฒนาย่านราชประสงค์ให้เป็นย่านเศรษฐกิจและไลฟ์สไตล์ที่มีความสมบูรณ์เพียบพร้อมในการรองรับความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจจากทั่วโลก โดยมุ่งสู่ความเป็นเลิศใน 3 ด้านด้วยกัน ได้แก่ การเป็นจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดของกรุงเทพมหานคร (Must Visit the Best of Bangkok) การเป็นจุดศูนย์กลางรองรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (City MICE Hub) และการเป็นคอมมูนิตี้แห่งความสุข (Happy Community) โดยจะใช้กลยุทธ์ Walkable Urbanism ในการสร้างความแข็งแกร่งในการเชื่อมโยงธุรกิจและไลฟ์สไตล์ของย่านระดับโลก ราชประสงค์จึงยกระดับทางเดินลอยฟ้า skywalk จากพื้นฐานเส้นตรงกลางใจเมือง เพื่อเพิ่มเส้นทางการเข้าถึงไลฟ์สไตล์และธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงการต่างๆ ภายใต้กลยุทธ์ Walkable Urbanism ที่แตกต่างจากย่านอื่นๆ ด้วยทางเดินลอยฟ้าที่ปลอดภัยสะอาดสบายเข้าถึงอาคารต่ออาคารภายในย่านราชประสงค์ทั้งสิ้น 18 อาคาร ซึ่งเมื่อรวมสกายวอล์กและสกายไลน์ทั้งหมดของย่านฯ จะสร้างปรากฏการณ์ความสมบูรณ์แบบที่สุดทั้งเรื่องความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาภายในย่านฯ



รูปที่ 2.3 แสดงเส้นทางสกายวอล์กช่วยเพิ่มศักยภาพโครงการ

ศูนย์การค้าในย่านราชประสงค์



รูปที่ 2.4 แสดงศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

1) เซ็นทรัลเวิลด์ เป็นโครงการศูนย์การค้า และอาคารสำนักงาน ตั้งอยู่บริเวณสี่แยก ราชประสงค์ ถนนราชดำริ ตัดกับถนนพระราม 1 เป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของเอเชีย และมีพื้นที่ขายมากเป็นอันดับสามของโลก



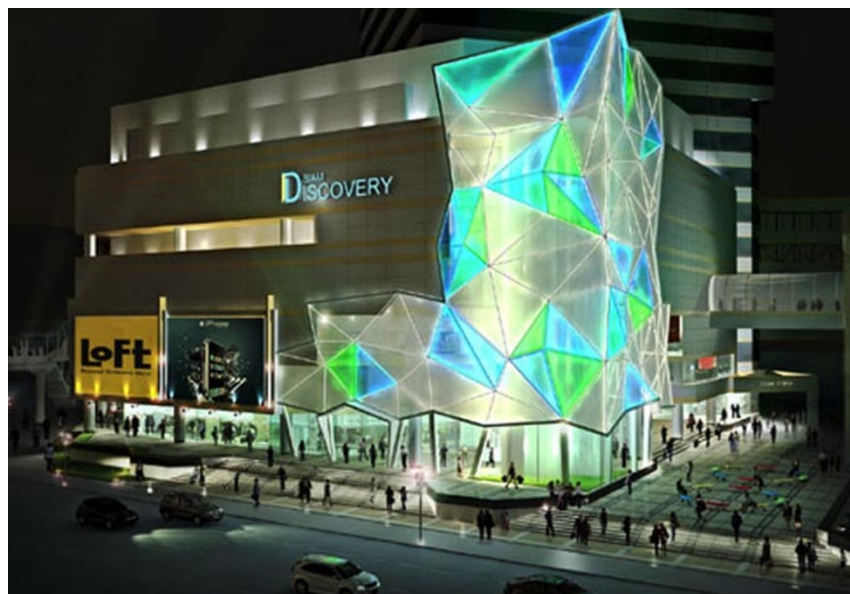
รูปที่ 2.5 แสดงศูนย์การค้าสยามพารากอน

2) สยามพารากอน (Siam Paragon) เป็นห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร และนับเป็นห้างสรรพสินค้าที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทย



รูปที่ 2.6 แสดงศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์

3) สยามเซ็นเตอร์ เป็นศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์เป็นรูปแบบเป็นช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ (Shopping Center) หรือ สเปเชียลลีช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ (Specially Shopping Center) คือเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่ไม่มีดีพาร์ทเมนต์สโตร์



รูปที่ 2.7 แสดงศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอร์เซ็นเตอร์

4) สยามดิสคัฟเวอร์เซ็นเตอร์ (Siam Discovery Center) เปิดตัวเมื่อเมษายน 2540 ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกปทุมวัน เป็นศูนย์การค้าภายใต้แนวคิด "Lifestyle shopping" ในแต่ละชั้นจะนำเสนอสินค้าประเภทเดียวหรือแนวคิดเดียว (One Floor One Concept)



รูปที่ 2.8 แสดงศูนย์การค้าสยามสแควร์

5) สยามสแควร์ (Siam Square) หรือเรียกกันว่า สยาม เป็นศูนย์การค้าแบบเชิงราบในกรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่บนหัวมุมถนนพญาไท ธุรกิจในสยามสแควร์มีความหลากหลาย ทั้งโลกของแฟชั่น อาหาร พื้นที่โฆษณา โรงเรียนกวดวิชา สังคมเด็กแนว หรือในแวดวงทางการธุรกิจ การตลาด เป็นสถานที่ที่มีการทดลองสินค้า และกิจกรรมการตลาดแบบแปลกใหม่และเข้มข้นที่สุดแห่งหนึ่ง



รูปที่ 2.9 แสดงศูนย์การค้าเซ็นทรัลชิดลม

6) เซ็นทรัลชิดลม



รูปที่ 2.10 แสดงศูนย์การค้าเกสรพลาซ่า

7) ศูนย์การค้าเกสรพลาซ่า ซึ่งศูนย์การค้าเกษรได้คงระดับศูนย์การค้าลักซ์วรีมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี โดยมีแบรนด์แฟชั่นหรูชั้นนำจากหลายประเทศได้รับรางวัลจากสถาบันซูเปอร์แบรนด์ไทยแลนด์ ด้านความโดดเด่น ในความสำเร็จของการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรตลอดปี



รูปที่ 2.11แสดงศูนย์การค้า CENTRAL EMBASSY

8) CENTRAL EMBASSY เป็นศูนย์การค้าระดับบนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร บริหารงานโดย กลุ่มธุรกิจบริหารสรรพสินค้า บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด และบริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด

2.2.2 วิเคราะห์ที่ตั้ง

โครงการ OTOP PREMIUM MALL IN BANGKOK

เป็นโครงการที่ตั้งอยู่ในย่าน ราชประสงค์ กรุงเทพฯ การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ จึงเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของย่านที่ตั้งโครงการ ซึ่งทำให้มีผลต่อการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ และการเลือกที่ตั้งโครงการต่อไปด้วย

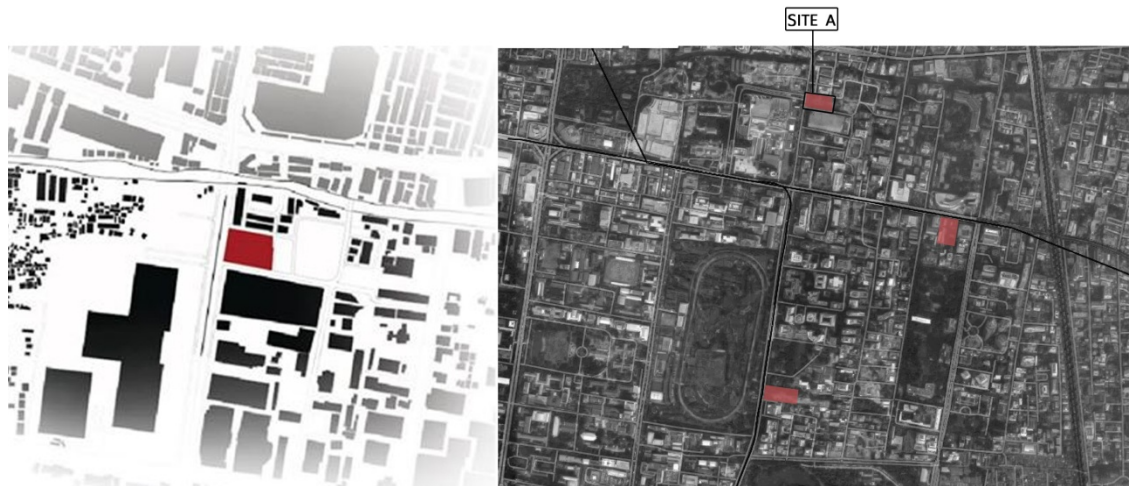
ด้วยโครงการ OTOP PREMIUM MALL IN BANGKOK เป็นโครงการประเภท SHOPPING MALL ซึ่งมีขนาดสูงถึง 21,073 ตารางเมตรและมีข้อกำหนดการเลือกที่ตั้ง การใช้ประโยชน์ที่ดินเกี่ยวข้องดังนี้

1. เป็นที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ข้อกำหนดที่ดินประเภทสีแดง ใช้เป็นพื้นที่พาณิชยกรรม ที่อยู่อาศัย การท่องเที่ยว สาธารณูปโภค สาธารณูปการ
2. ใช้ประโยชน์ที่ดินต้องมีอัตราส่วนของพื้นที่อาคารต่อพื้นที่ดิน
3. ใช้ประโยชน์ที่ดินต้องมีอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม
4. อาคารห้างสรรพสินค้าให้ร่นแนวอาคารด้านหน้า 10 เมตร และรอบอาคารอย่างน้อย 6 เมตรฉะนั้นจึงต้องการพื้นที่โครงการโดยประมาณ 3.5 ไร่ด้วยย่านราชประสงค์เป็นย่านของแหล่งเศรษฐกิจและศูนย์การค้าในบริเวณรอบๆ ถือว่าเป็นส่วนเศรษฐกิจสำคัญของย่านราชประสงค์ มีผู้ใช้และธุรกิจ ร้านค้ามากมายจึงเป็นพื้นที่ความหนาแน่นสูง



รูปที่ 2.12 แสดงย่านของการเลือกที่ตั้งโครงการ

SITE A



รูปที่ 2.13 แสดงการวิเคราะห์ Site A

พื้นที่โครงการตั้งอยู่บริเวณถนนราชดำริ ใกล้เคียงกับถนนเพชรบุรี เนื้อที่โครงการประมาณ 3.5 ไร่ อยู่ในพื้นที่ผังสีแดง พ๑-พ๕ เป็นที่ดินประเภท พาณิชยกรรม

สถานที่ตั้งโครงการ

ทิศเหนือ ติดกับ โรงแรมและอาคารพาณิชย์

ทิศตะวันออก ติดกับ อาคารพาณิชย์

ทิศตะวันตก ติดกับ ถนนราชดำริ

ทิศใต้ ติดกับ big c ราชดำริ

ข้อดี

อยู่ในย่านศูนย์การค้า

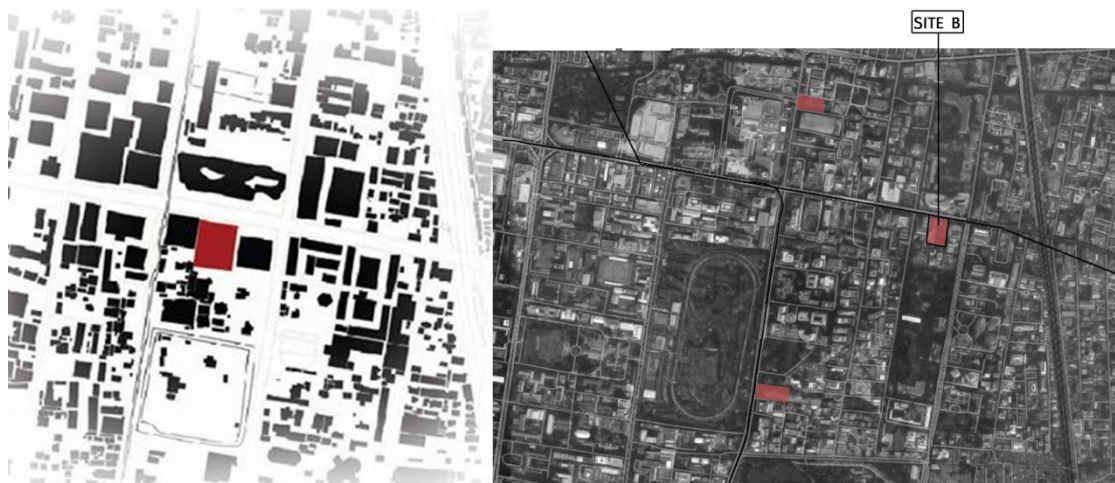
มองเห็นได้ชัดเจนจากถนนหลัก

ข้อเสีย

ผลกระทบทางด้านเสียง

การจราจรติดขัด

SITE B



รูปที่ 2.14 แสดงการวิเคราะห์ Site B

พื้นที่โครงการตั้งอยู่บนถนน เพลินจิต ใกล้สถานีรถไฟฟ้าเพลินจิต เนื้อที่โครงการ ประมาณ 6.2 ไร่ เป็นที่ดินที่ตั้งอยู่ในผังสีที่ใช้เพื่อการ พาณิชยกรรม

สถานที่ตั้งโครงการ

ทิศเหนือ ติดกับ ถนนเพลินจิต

ทิศตะวันออก ติดกับ โรงแรม

ทิศตะวันตก อาคารสำนักงาน

ทิศใต้ ติดกับ โรงเรียนสอนป้อนกันตัว

ข้อดี

อยู่ในย่านศูนย์การค้า

ใกล้สถานีรถไฟฟ้าเพลินจิต

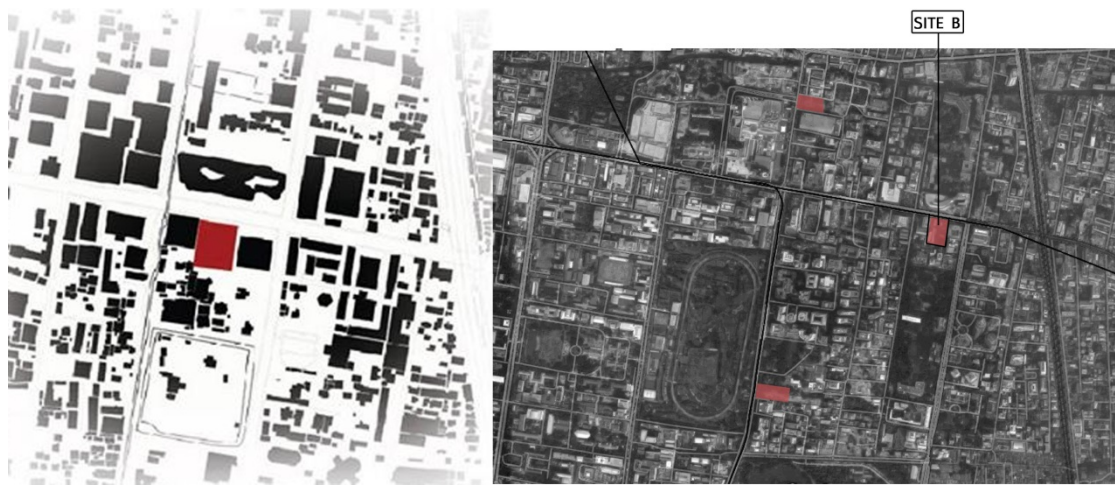
ข้อเสีย

ผลกระทบทางด้านเสียง

เป็นกรรมสิทธิ์ที่ดินของเอกชน

มุมมองเรื่องสถานีรถไฟฟ้า

SITE C



รูปที่ 2.15 แสดงการวิเคราะห์ Site C

พื้นที่โครงการตั้งอยู่บริเวณถนนราชดำริ ใกล้สถานีรถไฟฟ้า ราชดำริ
 เนื้อที่โครงการประมาณ 6 ไร่ เป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก

สถานที่ตั้งโครงการ

ทิศเหนือ ติดกับ อาคารพาณิชย์

ทิศตะวันออก ติดกับ อาคารพาณิชย์

ทิศตะวันตก ติดกับ สำนักงาน

ทิศใต้ ติดกับ ถนนราชดำริ

ข้อดี

ใกล้สถานีรถไฟฟ้า ราชดำริ

ข้อเสีย

ผลกระทบทางด้านเสียง

อยู่ใกล้ย่านศูนย์การค้า

2.2.3 วิเคราะห์เลือกที่ตั้งโครงการ

เกณฑ์การเลือกที่ตั้ง (CRITERIA FOR SITE SELECTION) มีเกณฑ์ดังนี้

-กำลังซื้อของประชากร (CATCHMENT AREA OR MARKETING AREA)

กำลังซื้อของประชากรในพื้นที่ที่มีผลสำคัญในด้านการเงินของโครงการการใช้
จ่ายในโครงการ

-กิจกรรมหรือโครงการที่สนับสนุน (LINKAGE)

พื้นที่หรือกิจกรรมโครงการที่เชื่อมโยงกับโครงการ ทำให้เกิดศักยภาพที่
แข็งแกร่งในด้านเศรษฐกิจและการค้ามากขึ้น ให้เป็นแหล่งการค้าที่สำคัญของย่านต่อไป

-ระบบการขนส่ง (TRANSPORTATION)

ระบบการขนส่งที่เข้าถึงได้ง่าย และคล่องตัว ไม่มีผลกระทบต่อย่านเพราะย่าน
เดิมนั้นมีความหนาแน่นสูงอยู่แล้ว

-สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ (UTILITY & FACILITY)

ระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการ ในการทำโครงการศูนย์การค้าเป็นสิ่งสำคัญ
และเพียงพอต่อการใช้งานของโครงการ

-ความสะดวกในการเข้าถึง (ACCESSIBILITY)

เส้นทางการขนส่ง การบริการ การเข้าถึงได้สะดวกในพื้นที่ ทำให้การบริการ
ขนส่งของโครงการคล่องตัวมากขึ้น

-ลักษณะประชากร (POPULATION)

กลุ่มของประชากรในระดับที่เหมาะสมกับการจ่ายใช้สอยในโครงการศูนย์การค้า
ทำให้ศูนย์การค้ามีความคล่องตัวในด้านการเงินและเศรษฐกิจ

-การมองเห็นที่ตัวลักษณะเชิญเชิญ (APPROACH & INVITATION)

มุมมองของประชากรที่พบเห็นต่อพื้นที่ รวมถึงจุดเด่นจุดสนใจและความน่ามอง
ในพื้นที่ ทำให้โครงการเป็นจุดเด่นและมีมุมมองที่ดี

-แนวโน้มของการขยายตัวของชุมชนใกล้เคียง (COMMUNITY EXPANSION)

การขยายตัวของชุมชนทำให้เห็นถึงเศรษฐกิจการรองรับการขยายตัว ระดับความต้องการของชุมชนปัจจุบันและอนาคต

จึงมีลักษณะเกณฑ์การเลือกในการให้ลำดับความสำคัญดังนี้

หลักเกณฑ์ในการเลือกพิจารณาที่ตั้ง (Criteria for Site Selection)	ระดับความสำคัญต่อการเลือกที่ตั้งของโครงการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
กำลังซื้อของประชากร (Catchment area or Marketing Area)	X				
กิจกรรมหรือโครงการที่สนับสนุน (Linkage)		X			
ระบบการขนส่ง (Transportation)	X				
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ (Utility & Facility)			X		
ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility)		X			
ลักษณะประชากร (Population)		X			
มุมมองและการมองเห็น (Approach & Invitation)		X			
แนวโน้มของการขยายตัวของชุมชนข้างเคียง (Community Expansion)				X	

ตารางที่ 2.1 แสดงเกณฑ์การเลือกที่ตั้ง

■	มากที่สุด = 5
■	มาก = 4
■	ปานกลาง = 3
■	น้อย = 2
■	น้อยที่สุด = 1

ฉะนั้นเกณฑ์การให้คะแนนตามความสำคัญ คือ

กำลังซื้อของประชากร	=	5 คะแนน
กิจกรรมหรือโครงการที่สนับสนุน	=	4 คะแนน
ระบบขนส่ง	=	5คะแนน
สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	=	3คะแนน
ความสะดวกในการเข้าถึง	=	4คะแนน
ลักษณะประชากร	=	4คะแนน
มุมมองและการมองเห็น	=	4คะแนน
แนวโน้มการขยายตัวของชุมชนข้างเคียง	=	2คะแนน

จึงมีลักษณะการพิจารณาเลือกที่ตั้งได้ดังนี้



รูปที่ 2.16 แสดงการพิจารณาการเลือกที่ตั้ง

พิจารณาเลือกที่ตั้ง	Weight	Site A		Site B		Site C	
		Grade	Point	Grade	Point	Grade	Point
1. Economic and Finacail - Catchment area or Marketing Area - Linkage	5	4	20	4	20	3	15
	4	4	16	3	12	3	12
2. Technique - Transpotation - Utility & Facility - Accessibility	5	3	15	4	20	4	20
	4	3	12	3	12	3	12
	4	4	16	4	16	3	12
3. Socaill and Culture - Population	4	4	16	4	16	3	12
4. Environment - Approach & Invitation	4	4	16	3	12	4	16
5. Trend - Community Expansion	2	3	6	2	4	3	6
Total	25		117		112		105

ตารางที่ 2.2 แสดงการพิจารณาการเลือกที่ตั้ง

หมายเหตุ : กำหนดค่าคะแนนเกรด

- 4 = ดีมาก
- 3 = ดี
- 2 = พอใช้
- 1 = น้อย

สรุปที่ตั้งโครงการ

พื้นที่เหมาะสมในการตั้งโครงการ คือบริเวณที่ตั้งที่ 1

เนื่องจากมีองค์ประกอบความต้องการที่พร้อมและปัจจัยลักษณะที่เอื้อหนุน ทั้งยังมีบริบทรอบด้านที่ช่วยตอบโจทย์โครงการได้จึงเหมาะสมที่ตั้งโครงการ OTOP PREMIUM MALL IN BANGKOK

2.3 กรณีศึกษา

การศึกษาโครงการตัวอย่างประเภทเดียวกับโครงการ โดยมีตัวอย่างอาคารดังนี้

2.3.1 central festival east ville



รูปที่ 2.17 แสดงภาพรวมโครงการ Central Festival East Ville

Central Festival East Ville เป็นเซ็นทรัลเฟสติวัลสาขาแรกที่อยู่ในกรุงเทพฯ เป็นศูนย์การค้าแบบ Open Air ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย มาในคอนเซปต์ “Bangkok Escape” ด้วยแรงบันดาลใจจากย่านไลฟ์สไตล์ในมหานครแห่งศิลปะ แฟชั่น และ Lifestyle ของโลกอย่าง “มีท แพคกิ้งดิสทริค” ในนิวยอร์ก, “โคเวนต์การ์เด้น” ในลอนดอน และ “โอโมเตะซันโดะ” ในโตเกียว ผสมผสานความเป็นศิลปะ และธรรมชาติ เชื่อมพื้นที่ Outdoor และ Indoor เข้าด้วยกัน ปลุกต้นไม้มหาไม้ให้ร่มรื่น เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้คนเมืองได้มาพักผ่อนหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย

นอกจากนี้ตัวอาคารยังเน้นออกแบบโดยคำนึงถึงการใช้พลังงานเป็นหลัก ตามมาตรฐานในการออกแบบพลังงานและสิ่งแวดล้อม (LEED) ของสหรัฐอเมริกาด้วย

รายละเอียดโครงการ

เปิดให้บริการ : 07.00 – 24.00 น

สถานที่ตั้ง : ถนนเรียบทางด่วนรามอินทรา กรุงเทพมหานคร

ประเภทโครงการ : สถานที่ท่องเที่ยวและศูนย์การค้า

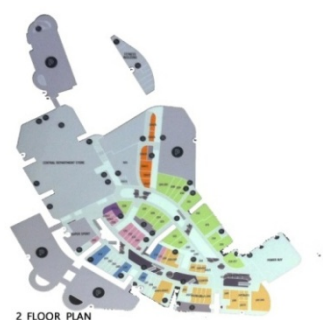
ขนาดที่ดิน : 51 ไร่

พื้นที่ขาย : 160,000 ตารางเมตร

ที่จอดรถ : 1,900 คัน

ร้านค้า : 200 ร้าน ร้านอาหาร : 100 ร้าน

โรงภาพยนตร์ East Ville Cineplex, B2S, Powerbuy, Office Mate, SuperSport และยังมีโซนที่น่าสนใจได้แก่ โซน Pet Park สามารถนำสัตว์เลี้ยงมาวิ่งเล่นได้, Sky Run เป็นลู่วิ่งคาดฟ้าในศูนย์การค้า, Family Fitness, เล่นจักรยานและที่จอดรถจักรยาน, Think Space เป็น coworking Space ที่ให้บริการ Wifiอาหารและเครื่องดื่มครบวงจร, นิทรรศการศิลปะหมุนเวียน เป็นต้น



รูปที่ 2.18 แสดงผังพื้นที่โครงการ Central Festival East Ville

2.3.2 Habito Community Mall



รูปที่ 2.19 แสดงภาพรวมโครงการ Habito Community Mall

“ฮาบีโตะ (Habito)” เป็นคอมมูนิตี้ รีเทล ขนาด 10,000 ตร.ม. ตั้งอยู่บนพื้นที่ 4 ไร่ของที 77 (T77) ประกอบด้วยร้านค้าจำนวน 32 ร้าน โดยมีขนาดร้านค้าตั้งแต่ 35 ตร.ม. จนถึง 700 ตร.ม. แสนสิริได้จับมือกับ “วังก์ครีเอทีฟ (Winkreative)” แบรินต์ติ้งและดีไซน์เอเจนซี่ที่เป็นที่รู้จักในระดับสากลซึ่งเป็นบริษัทในเครือเดียวกับนิตยสาร “โมนอคิล (Monocle)” สื่อที่ได้รับการยอมรับระดับโลก โดยวังก์ครีเอทีฟได้มีส่วนร่วมในการ หาคอนเซ็ปต์และพัฒนาฮาบีโตะให้เป็นคอมมูนิตี้ รีเทล ที่มีรูปแบบที่แตกต่างและเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด โดยใช้เวลากว่า 2 ปีในการทำวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค วิเคราะห์คู่แข่ง โอกาสทางธุรกิจ รวมทั้งมีการศึกษาดูงานคอมมูนิตี้ รีเทล ชื่อดังในกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่นกว่า 10 แห่ง จนได้คอมมูนิตี้ รีเทล แนวคิดใหม่ที่มอบไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตที่ดีตั้งแต่เช้าจรดเย็นเพราะแสนสิริให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการคัดสรรร้านค้าที่มาเปิดเพื่อตอบโจทย์ทุกความต้องการในการใช้ชีวิตที่ดีตั้งแต่เช้าจรดค่ำ

การมี Co-working space เป็นผู้เช่าหลักในพื้นที่ทำให้แสนสิริเชื่อว่าฮาบีโตะจะสร้างความแปลกใหม่และแตกต่างจากคอมมูนิตี้ รีเทลมอลล์แห่งอื่นๆ เพราะจะนำไปสู่การมีผู้ใช้บริการเข้ามาใช้พื้นที่ต่อเนื่องตลอดวันไม่เฉพาะแค่ช่วงเที่ยงหรือช่วงเย็น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักของฮาบีโตะในการเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิตที่ดีตั้งแต่เช้าจรดค่ำเพื่อให้เกิดเป็นอีกชุมชนเล็กๆ ที่อบอุ่นและแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติท่ามกลางความวุ่นวายของเมืองใหญ่ แก่คนรุ่นใหม่ภายใต้สโลแกน “Habito: The Heart of Good Living”

รายละเอียดโครงการ

ขนาดพื้นที่ดิน : 4 ไร่

ขนาดพื้นที่โครงการ : ขนาด 10,000 ตร.ม.

จำนวนร้านค้า : ร้านค้าจำนวน 32 ร้าน

พร้อมด้วยร้านอาหารคาเฟ่เสริมความงาม ร้านขายยา co-working space

อัตราค่าเช่าพื้นที่

อัตราค่าเช่าพื้นที่ของโครงการ 750 – 1,500 บาท ต่อ ตร.ม.



รูปที่ 2.20 แสดงภาพโครงการบริเวณ co-working space



รูปที่ 2.21 แสดงภาพโครงการบริเวณ co-working space

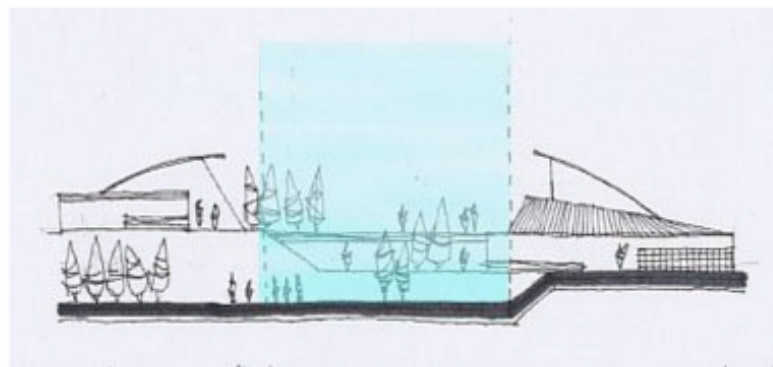
บทที่ 3

การวิเคราะห์เนื้อหาโครงการ

3.1 การพัฒนาประเด็นและโจทย์การออกแบบ

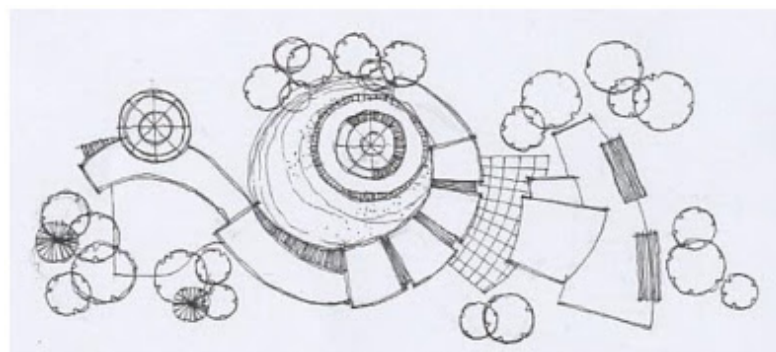
3.1.1 นิเวศน์สิ่งแวดล้อม

3.1.1.1 แนวคิดความต้องการในการใช้พื้นที่



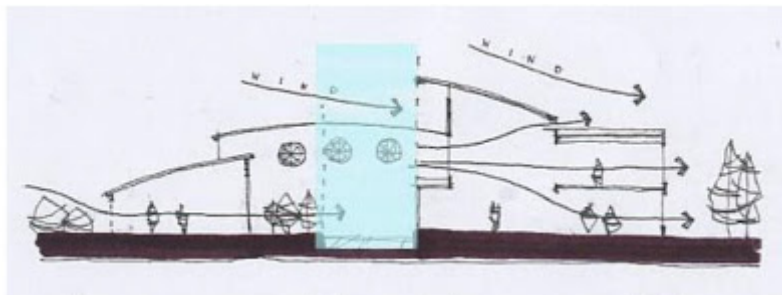
รูปที่ 3.1 แสดงภาพแนวความคิดโครงการในเรื่องความต้องการใช้พื้นที่

1) โดยแนวความคิดโครงการในเรื่องความต้องการใช้พื้นที่ของกิจกรรมจะมีรายละเอียดแสดงถึงเนื้อหา และเรื่องราวของกิจกรรม รวมถึงความต้องการของกิจกรรมนั้นๆให้เกิดขึ้นภายในโครงการ



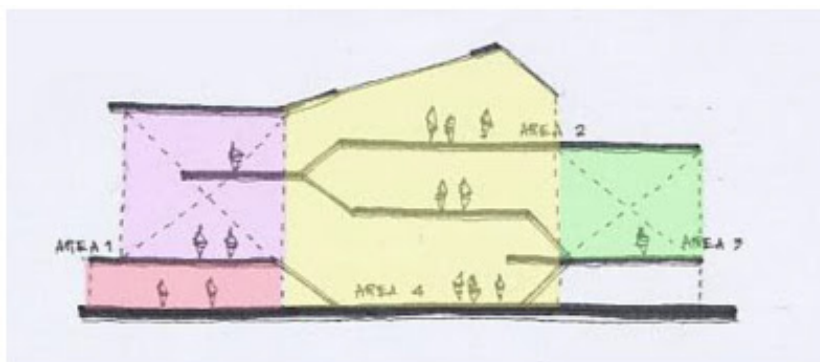
รูปที่ 3.2 แสดงภาพแนวความคิดการจัดวางอาคาร

2) การจัดวางอาคารควรคำนึงธรรมชาติ ทิศทางแสงแดด การบังค้ำทิศทางลม และการระบายอากาศ เพื่อเสริมสร้างรูปลักษณ์ของโครงการให้น่าใช้งานและเป็นการประหยัดพลังงาน



รูปที่ 3.3 แสดงภาพแนวความคิดการใช้ลักษณะแสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในการออกแบบ

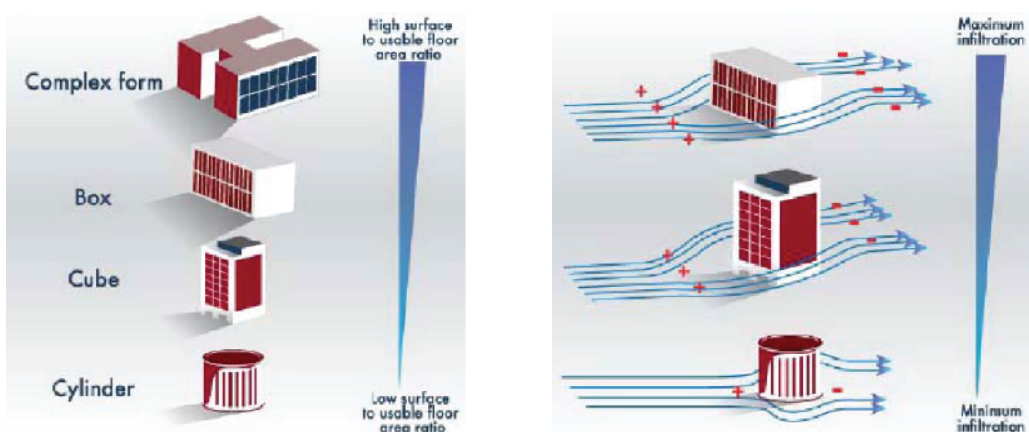
3) การใช้ลักษณะแสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในการออกแบบ ในส่วนของโถงทางเดินหรือบางส่วนของพื้นที่ประโยชน์ใช้สอย เพื่อประหยัดพลังงานและมีผลต่ออารมณ์ผู้ใช้โครงการ



รูปที่ 3.4 แสดงภาพแนวความคิดการแบ่งพื้นที่ใช้สอย

4) ในแต่ละพื้นที่กิจกรรมควรมีการแบ่งพื้นที่ใช้สอย ในแต่ละส่วนให้มีลักษณะของพื้นที่ว่างอย่างชัดเจน โดยแต่ละส่วนยังมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันอยู่

3.1.1.2 แนวคิดในการเลือกรูปทรงอาคาร การเลือกรูปทรงอาคารและการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ รูปทรงอาคารที่ดีต้องมีอัตราส่วนพื้นที่ผิวต่อพื้นที่ใช้สอยต่ำสุด และมีรูปทรงโค้งมน เพื่อลดการรั่วซึมของอากาศภายนอกเข้าสู่ภายในอาคาร

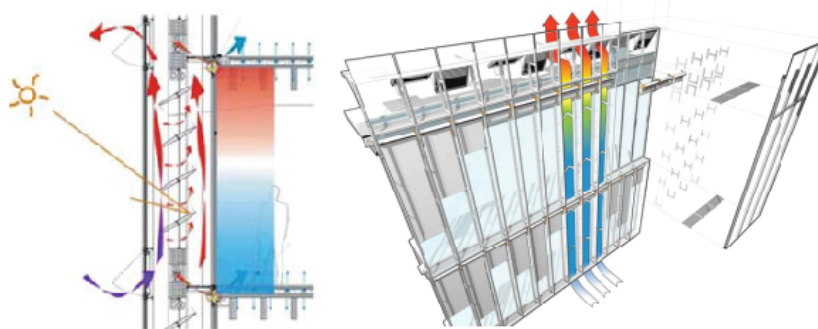


รูปที่ 3.5 แสดงภาพแนวความคิดในการเลือกรูปทรงอาคาร

ซึ่งรูปทรงอาคารที่เหมาะสมแก่การใช้ในการออกแบบเป็นการลดภาระการทำความเย็นของเครื่องปรับอากาศภายในอาคารคือ

- มีอัตราส่วนพื้นที่ผิวต่อพื้นที่ใช้สอยต่ำสุด หรือการออกแบบให้กรอบอาคารมีเส้นรอบรูปน้อย
- มีการรั่วซึมของอากาศต่ำ แต่ยอมให้มีการไหลเวียนอากาศผ่านผิวอาคาร

3.1.1.3 แนวคิดในการออกแบบเปลือกอาคาร การใช้ผนัง 2 ชั้นมีช่องว่างอากาศ (Air-Gap) ระหว่างชั้นของผนังเป็นอากาศหรือฉนวนเพื่อกันความร้อน ในบางกรณีที่มีความเหมาะสมเช่น ไม่ต้องการใช้ระบบปรับอากาศในอาคารอาจออกแบบผนังให้มีมวลสารที่หน่วงความร้อนได้ 12 ชั่วโมง เพื่อปรับปรุงสภาวะน่าสบายและเพิ่มประสิทธิภาพของอาคาร โดยเฉพาะผนังทางทิศตะวันตกที่ได้รับความร้อนมาก



รูปที่ 3.6 แสดงภาพแนวความคิดในการใช้ผนัง 2 ชั้นมีช่องว่างอากาศ (Air-Gap)

ทำให้ลดการถ่ายเทความร้อนเข้าสู่ตัวอาคารและมีช่องอากาศ (Cavity) ระหว่างผนังกระจกทั้งสองทำหน้าที่พาความร้อนที่เกิดขึ้นในระบบออกจากผนังอาคาร โดยระบายอากาศจากช่องลมเข้าด้านล่างสู่ช่องลมออกด้านบน

3.1.1.4 แนวคิดในการออกแบบจากการใช้แสงธรรมชาติ โดยการใช้แสงธรรมชาติ (Daylight Utilization) จากหลังคา จะช่วยลดจำนวนหลอดแสงสว่าง แต่กระจกที่ใช้ควรเป็นกระจก 2 ชั้น หรือกระจกติดฟิล์มเพื่อลดความร้อนจากแสงอาทิตย์ที่เข้ามาด้วย เหมาะกับห้องโถงตามโรงแรม ห้างสรรพสินค้าและโรงงาน



รูปที่ 3.7 แสดงภาพแนวความคิดในการใช้แสงธรรมชาติ (Daylight)

การใช้ลักษณะแสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในการออกแบบ ในส่วนของโถงทางเดิน หรือ บางส่วนของพื้นที่ประโยชน์ใช้สอยเพื่อประหยัดพลังงาน และมีผลต่ออารมณ์ผู้ใช้โครงการและ ควรคำนึงถึงถึงปริมาณความร้อนที่จะเข้ามาในอาคารด้วย

3.1.1.5 หลักการออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน

3.1.1.5.1 องค์ประกอบสำคัญของการใช้พลังงานในอาคาร

ปริมาณพลังงานที่ต้องใช้ภายในอาคารขึ้นอยู่กับตัวแปรต่างๆมากมาย จำแนกออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆได้ 3 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมีอิทธิพลซึ่งกันละกันในลักษณะที่ต้องการ ความซับซ้อน กลุ่มตัวแปรดังกล่าวได้แก่

1) Site and Climate

หมายถึงกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ตัวแปรในกลุ่ม นี้ ได้แก่ สภาพดินฟ้าอากาศของท้องถิ่นนั้นๆ ผนวกกับสภาพภูมิอากาศบริเวณที่ตั้งอาคาร (Micro-Climate)

2) Buildings and Systems

หมายถึงกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวกับอาคารและระบบต่างๆ ของอาคาร ตัวแปรใน กลุ่มนี้ได้แก่ ระบบเปลือกอาคาร ระบบโครงสร้าง ระบบเครื่องกล ฯลฯ

3) Users and Operation

หมายถึงกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ใช้อาคารและการควบคุมอาคาร ตัว แปรในกลุ่มนี้ได้แก่ ประเภทของผู้ใช้อาคาร รูปแบบการใช้งานหรือลักษณะของการใช้งานขงแ่ กิจกรรมต่างๆ ตลอดจนตารางการใช้งานและควบคุมระบบต่างๆ

3.1.1.5.2 การออกแบบเพื่อการประหยัดพลังงานในเขตร้อนชื้น

ในการออกแบบอาคารในภูมิอากาศแบบร้อนชื้นอย่างประเทศไทยนั้นจำเป็นต้องมีการศึกษารายละเอียดว่ามีอะไรบ้างที่เป็นเครื่องเอื้ออำนวยหรือเป็นประโยชน์ในเชิงประหยัดพลังงาน และอะไรบ้างที่เป็นปัญหาต่อการประหยัดพลังงาน ปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ ความร้อนจากแสงแดดและความชื้นสัมพัทธ์ที่สูงเกินขอบเขตของเขตสบาย

ขนาดของอาคารเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการออกแบบเพื่อการประหยัดพลังงาน สามารถจำแนกขนาดของอาคารออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) อาคารขนาดเล็ก หรืออีกนัยหนึ่งคืออาคารที่มีเปลือกอาคารที่มีอิทธิพลมากในการใช้พลังงานในอาคาร (Skin Dominated Load) มุ่งเน้นที่การประยุกต์ใช้ Assets ต่าง ๆ ทางธรรมชาติเข้ามาช่วยปรุงแต่งสภาวะภายในอาคารให้ใกล้เคียงกับความต้องการมากที่สุดและมีการนำระบบเครื่องกล (Mechanical Systems) เข้ามาใช้เพื่อดัดแปลงให้สามารถลดพลังงานลงให้มากที่สุด ซึ่งมีแนวความคิดและกรรมวิธีในการออกแบบอาคารขนาดเล็กได้ดังนี้

1.1) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการประหยัดพลังงาน หมายถึง การทำให้บริเวณอาคารร่มเย็นมีลมพัดผ่านสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการนำแสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในอาคาร

1.2) การทำให้อุณหภูมิภายในของเปลือกอาคารมีค่าต่ำ (Low Interior Surface Temperature) เพื่อช่วยลดความร้อนที่จะเข้ามาภายในอาคารและช่วยเพิ่มความรู้สึกเย็น (Cooling Sensation) ให้กับผู้ใช้อาคารซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี เช่น

- ใช้ฉนวนกันความร้อนในส่วนของผนังและฝ้าเพดาน
- มีการระบายอากาศในส่วนหลังคาและผนังอาคาร
- การเลือกใช้วัสดุที่มีการหน่วงเหนี่ยวความร้อน (Time Lag) และความจุความร้อน (Heat Capacity) ที่ถูกต้องเหมาะสม

1.3) การจัดระบบ Orientation ของหน้าต่างและช่องเปิดที่ถูกต้อง เช่น ไม่มีแสงแดดที่เข้าโดยตรง ได้รับแสงจากธรรมชาติ เป็นช่องรับลมและระบายอากาศ

1.4) การจัดระบบ Ventilation ที่ถูกต้องและควบคุมให้มีการรั่วซึมของอากาศน้อย (Low Infiltration) โดยเฉพาะอาคารปรับอากาศ

2) อาคารขนาดใหญ่ หรือเป็นอาคารที่มีอิทธิพลที่เปลือกหุ้มหรืออาคารที่มีค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับภายในอาคาร (Internal Dominated Load) ในอาคารขนาดใหญ่ ซึ่งเปลือกอาคารมีอิทธิพลต่ออาคารค่อนข้างน้อย (โดยมาอยู่เฉพาะส่วนด้านนอกอาคารไม่เกินในระยะ 6 เมตร จากเปลือกอาคาร) ดังนั้นจึงมีการใช้ระบบเครื่องกลเข้ามาใช้และควบคุมให้สภาวะภายในอาคารเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้โครงการ ผู้ออกแบบจึงจะต้องคำนึงถึงเรื่องการออกแบบที่ขัดแย้งกันระหว่างพื้นที่ใช้สอยส่วนภายนอก (Exterior Zone) และพื้นที่ใช้สอยส่วนภายใน (Interior Zone) เนื่องจาก Cooling Load ที่โซนภายนอกได้รับอิทธิพลจากสภาพภูมิอากาศและแสงแดด ส่วนโซนภายในจะขึ้นอยู่กับปริมาณผู้ใช้โครงการและปริมาณของแสงสว่าง Fresh Air โดยมีข้อควรพิจารณาดังนี้

- 2.1) การเลือกใช้กระจกและวัสดุอาคารโดยคำนึงถึงอิทธิพลของแสงแดด
- 2.2) การใช้ประโยชน์จากแสงธรรมชาติให้มากที่สุด
- 2.3) การควบคุมระบบการนำอากาศภายนอกเข้ามาใช้ในอาคาร (Fresh Air Ventilation) โดยคำนึงถึงความชื้นไม่ให้เข้ามามากเกินไป
- 2.4) การคำนึงถึงความขัดแย้งในระบบพื้นที่ภายนอกและพื้นที่ภายใน
- 2.5) การออกแบบและจัดรวม Function ของอาคารและระบบควบคุม
- 2.6) การออกแบบที่เอื้ออำนวยให้ระบบ Mechanical Systems ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.1.6 ระบบควบคุมสภาพแวดล้อม

3.1.1.6.1 การควบคุมแสงเพื่อให้เกิดความสมดุลของแสงสว่างภายในบริเวณหนึ่ง ๆ การติดตั้งแสงสว่างควรพิจารณาดังนี้

- 1) ในบริเวณที่กว้างใหญ่ ความสว่างโดยรอบจะต้องมีไม่ต่ำกว่า 1 ใน 3 ของบริเวณจุดทำงาน
- 2) แสงสว่างควรจัดให้มีความเข้มแสงให้เหมาะสมกับบริเวณต่างๆในโครงการ

3.1.1.6.2 การใช้แสงสว่างในโครงการแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ

1) แสงธรรมชาติ เพื่อเป็นการลดภาระการใช้พลังงานในอาคาร ก่อให้เกิดบรรยากาศตามธรรมชาติและมีชีวิตชีวา แสงธรรมชาติสามารถนำมาใช้ในอาคารได้โดยการออกแบบให้ในแต่ละพื้นที่ที่ได้รับแสงจากธรรมชาติมากที่สุด การเจาะช่องแสง การเจาะช่องหน้าต่างตาม

ลักษณะการใช้งานในแต่ละส่วนนั้นๆ ในอาคาร แต่แสงจากธรรมชาติสามารถควบคุมได้ยากและมีแค่ในช่วงเวลากลางวันเท่านั้นอีกทั้งยังต้องระวังเรื่องความร้อนที่มาด้วยกันกับแสงที่จะเป็นปัญหาในการออกแบบ

2) แสงประดิษฐ์ สามารถเลือกใช้และควบคุมได้ง่ายกว่า สามารถใช้ได้กับช่วงที่ไม่สามารถเจาะช่องแสงหรือช่องหน้าต่างได้ โดยเลือกใช้แสงประดิษฐ์ในโครงการนี้ได้เลือกการใช้แสง 2 แบบใหญ่ๆ คือ

2.1) การให้แสงสว่างแบบ Direct Light

2.2) การให้แสงสว่างแบบ Indirect Light

โดยการเลือกใช้คำนึงถึงลักษณะการใช้งานในส่วนต่างๆ ของอาคารว่าจะต้องใช้แสงแบบใดจึงจะเหมาะสม

3.1.1.7 การรักษาสภาพแวดล้อม

อาคารประหยัดพลังงาน เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการช่วยอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นการใช้ประโยชน์จากพลังงานที่มีอยู่อย่างจำกัด และเป็นพลังงานที่ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างคุ้มค่า โดยที่ยังตอบสนองต่อความต้องการและค่านิยมในปัจจุบันได้อย่างสมบูรณ์ โดยมุ่งเน้นการศึกษาวิเคราะห์แนวความคิดในการประยุกต์ใช้ในสภาพแวดล้อมในภูมิอากาศแบบร้อนชื้นของประเทศไทยเรา ด้วยกรรมวิธีที่ทำให้สามารถประหยัดพลังงานได้มากกว่าอาคารทั่วไปหลายเท่า

1) แนวความคิดในการออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน

(ก) การเลือกใช้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับที่ตั้งอาคาร คือการใช้ตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางที่ตั้งอาคารเพื่อให้สภาพแวดล้อมของอาคารเย็นลงกว่าเดิม

(ข) การเลือกที่ตั้งและทิศทางของอาคารคือการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมให้เย็นเพื่อลดความแตกต่างระหว่างอุณหภูมิภายในและภายนอกซึ่งเป็นการให้อาคารสามารถกันความร้อนจากภายนอกได้มากที่สุด ซึ่งรวมถึงการออกแบบช่องเปิดและการรั่วซึมของอากาศ

(ค) การพิจารณาการออกแบบและเลือกระบบเปลือกอาคาร คือการเลือกระบบผนังที่สามารถป้องกันความร้อนและความชื้นได้ดี เพราะวัสดุแต่ละชนิดที่ใช้เมื่อนำมาวิเคราะห์แล้วจะพบว่าคุณสมบัติแตกต่างกันมาก

(ง) การพิจารณาเลือกระบบที่มาใช้ภายในอาคารคือการเลือกสรรวัสดุที่มีค่ากักเก็บความร้อนและความชื้นน้อย เช่น วัสดุผิวมัน วัสดุที่มีน้ำหนักเบาต้านอุปกรณ์ควรเลือกใช้ที่มีประสิทธิภาพสูงและประหยัดพลังงาน

(จ) อาคารที่ต้องกักเก็บความร้อนที่ปรับอากาศอาจทำได้โดยการลดจำนวนหรือพื้นที่ปรับอากาศให้น้อยลงไปเท่านั้น

3.1.1.8 การประหยัดพลังงานในอาคาร

ปัญหาเรื่องพลังงานเป็นปัญหาหลักในระดับชาติและระดับโลก อีกทั้งปัญหาพลังงานนั้นยังเกี่ยวโยงไปถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ในนานาชาติรวมถึงประเทศไทยด้วยได้มีการส่งเสริมการแก้ไขปัญหาพลังงานและสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากบทความ สิ่งพิมพ์และสื่อต่างๆ ที่กล่าวถึงปัญหาพลังงานและธรรมชาติให้ร่วมใจกันประหยัดพลังงาน สาเหตุที่ต้องประหยัดพลังงานและมีจิตสำนึกในการใช้พลังงานคงจะพอสรุปได้จาก 3 สาเหตุหลักคือ การหมดสิ้นของแหล่งทรัพยากรทางพลังงาน (Resource Depletion) ปัญหาสิ่งแวดล้อม (Environmental Issue) และปัญหาเศรษฐกิจ (Economic) เนื่องจากพลังงานที่เราใช้อยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ประมาณ 4 ใน 5 ส่วนเป็นพลังงานที่มาจากเชื้อเพลิงบรรพชีวิน (Fossil Fuels) ซึ่งได้แก่ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหิน แหล่งพลังงานดังกล่าวถือเป็นแหล่งพลังงานที่มีอยู่อย่างจำกัด (Nonrenewable Energy) ถ้ามีการใช้พลังงานเหล่านี้อย่างไม่ประหยัดและไม่มีความมีประสิทธิภาพแล้วทรัพยากรพลังงานดังกล่าวจะหมดลงอย่างรวดเร็วในอนาคตอันใกล้

3.1.1.9 ระบบบริหารจัดการอาคาร

การบริหารจัดการทรัพยากร มีองค์ประกอบที่จำง่าย คือ 3Ps ได้แก่ People, Place และ Process หลักการ 3Ps นี้ สามารถนำมาใช้ในการประยุกต์กับองค์ประกอบที่สำคัญของอาคารได้ทันที เช่น People คือคนในองค์กร Place ก็คือสถานที่หรืออุปกรณ์ใด ๆ ในอาคารและ Process คือกระบวนการทำงานที่ทำให้ลดการใช้พลังงานลงอย่างมีประสิทธิภาพ อาจกล่าวได้ว่าหลัก FM นี้จะมีส่วนช่วยอย่างมากต่อการพัฒนาด้านการอนุรักษ์พลังงานทั้งอย่างเป็นรูปธรรมต่อเนื่องและยั่งยืน การบริหารจัดการทรัพยากรในอาคาร ในที่นี้ คือ การบริหารจัดการด้านบุคลากร หรือ คนในอาคาร People เริ่มตั้งแต่ ผู้บริหารสูงสุด(ต้นน้ำ) กลุ่มที่ปฏิบัติงาน และกลุ่มช่าง(ปลายน้ำ) ด้านสถานที่ หรือ Place ซึ่งให้ความหมายทั้งเรื่องของพื้นที่อาคารที่มีโครงสร้างแต่เดิมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการประหยัดพลังงาน หน่วยงานย่อย ๆ และอุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปกรณ์ที่กินพลังงานสูง เช่น เครื่องปรับอากาศ อุปกรณ์ที่เชื่อมต่อ (ลิฟต์ ปั๊มน้ำ ไฟฟ้าแสงสว่าง เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการซักล้าง เป็นต้น) และ ด้านกระบวนการ หรือ Process ระบบควบคุมหรือเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน เทคนิคที่

ทำให้การทำงานของคนในสถานที่ใด ๆ หรือกับเครื่องจักรใด ๆ ไม่ก่อให้เกิดการสูญเสียด้านพลังงาน หรือให้สูญเสียน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ที่สำคัญที่สุดที่ท่านผู้บริหารต้องระลึกไว้ คือ ทั้ง 3Ps จะต้องอยู่ภายใต้แนวทาง ที่เรียกว่า Potential (Effective + Possible) คือ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงไปแล้วก่อให้เกิด ประสิทธิภาพจริง ๆ คุณภาพดีขึ้น งานเร็วขึ้น บริการได้มากขึ้นไม่ทำให้ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการอาคารหรือแม้กระทั่งไม่ทำให้ประสิทธิภาพขวัญและกำลังใจหรือคุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่ลดลง (Effective) และที่สำคัญอีกประการ คือวิธีนั้น ๆ ต้องทำได้จริงไม่ใช่เป็นแค่จินตนาการ (Possible)

ในส่วนต่อไปนี้มีความจำเป็นที่จะต้องอธิบายเพิ่มเติมถึงองค์ประกอบของ P บางตัว (People) ซึ่งจะช่วยให้ท่านผู้บริหารได้เห็นรายละเอียดย่อย ๆ ทั้งหมดในมุมมองของ People โดยเนื้อหาจะได้อธิบายในหัวข้อที่ 1 ซึ่งจะเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องจำเพาะเจาะจงกับ องค์ประกอบในด้านของคน (People) ในการบริหารจัดการทรัพยากรในอาคาร (FM) ร่วมกับการสอดแทรกเทคนิคที่สำคัญในการทำ FM ให้กับผู้บริหารสูงสุดโดยเฉพาะ และตัวอย่างจริงที่ประสบความสำเร็จในการทำ FM ที่รวมองค์ประกอบของ 3Ps (Place – People - Process) เอาไว้อย่างครบถ้วน

1) การบริหารจัดการทรัพยากรอาคารในมุมมองบุคลากร (People) หมายถึง การบริหารจัดการและส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับ (โดยเฉพาะผู้บริหาร) มีส่วนช่วยในการลดการสูญเสียพลังงาน ซึ่งสามารถทำได้โดยการพัฒนาความรู้ พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาทัศนคติ การพัฒนาพฤติกรรม และพัฒนาความสามารถด้านการจัดการและการแก้ปัญหา ทั้งนี้เพื่อความเจริญเติบโตมั่นคงขององค์กร การบริหารจัดการทรัพยากรอาคารด้านบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดนั้น ท่านต้องเข้าใจก่อนว่า การใช้พลังงานที่สิ้นเปลืองนั้น ส่วนใหญ่เกิดจากพฤติกรรมทัศนคติเชิงลบ ขาดความรู้ที่ถูกต้อง ประกอบกับการทำงานของบุคลากร ดังนั้นหากเราสามารถลดการสูญเสียเปล่าของพลังงานที่เกิดจากการใช้งานของแต่ละบุคคลได้ จะส่งผลให้ต้นทุนค่าใช้จ่าย (Cost) ด้านพลังงานต่อการให้บริการ (Energy Efficient Index ; EEI) เช่น ปริมาณพลังงานที่ใช้ต่อปริมาณเตียง-วันต่อปี (MJ/Bed-Day/Year) ซึ่งนั่นเท่ากับเป็นการเพิ่มรายได้ (Income) และผลตอบแทน (Profit) และยังเพิ่มผลงาน ผลผลิต (Productivity) ให้กับองค์กรของท่านด้วยเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์พลังงานในอาคารเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร

2) การบริหารด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมธุรกิจ หรือธุรกรรม ที่เกิดขึ้นภายในอาคาร ดังนั้นกระบวนการดำเนินงานในการให้บริการถือเป็นกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจของอาคาร เพราะเป็นสิ่งที่มีบริการวัดผลความพึงพอใจซึ่งเป็นตัวแปรในการตัดสินใจเพื่อเข้ารับบริการในครั้งต่อไป ดังนั้นการบริหารจัดการกระบวนการในอาคารเพื่อการ

อนุรักษ์พลังงานจึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ และที่สำคัญการปรับกระบวนการต้องไม่กระทบต่อมาตรฐานการรักษา ความปลอดภัย และความสบายของผู้ป่วยผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนไม่กระทบต่อคุณภาพการบริการขององค์กร หลักการอย่างง่ายที่นิยมใช้ในการพัฒนากระบวนการคือ หลักการของ Damming Chart

3) การบริหารจัดการอาคารสถานที่ (Place) หมายถึง อาคารพื้นที่ทำงาน สถานที่บริเวณสิ่งแวดล้อม ระบบวิศวกรรมประกอบอาคาร เครื่องใช้สำนักงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับอาคาร สิ่งที่สำคัญต้องมีสุขอนามัยและความปลอดภัย (Sanitation and Safety) ในการรักษาผู้ป่วย ดังนั้นที่มงานหรือคณะกรรมการด้านการอนุรักษ์พลังงานจะต้องคำนึงถึงการบริหารให้สอดคล้องกับอาคารสถานที่และต้นทุนการใช้พลังงานอย่างเหมาะสม

3.1.1.10 พลังงานที่ใช้ในอาคาร

พลังงานที่ใช้ในอาคารสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ คือพลังงานที่ใช้ในการผลิตวัสดุและการก่อสร้างอาคาร พลังงานที่ใช้ในการดำเนินการใช้อาคาร และพลังงานที่ใช้ในการนำเอากลับมาใช้ใหม่หรือใช้ในการรีไซเคิลของเสีย ใช้การผลิตวัสดุและการก่อสร้างอาคารมีปริมาณพลังงานที่ใช้ในการดำเนินการอาคาร หากดูแลในเรื่องนี้อย่างเคร่งครัดจะทำให้ประหยัดพลังงานได้มากยิ่งขึ้น ในต่างประเทศได้มีการประเมินพลังงานที่ใช้ในการผลิตวัสดุและการก่อสร้างอาคารหรือที่เรียกว่าพลังงานสะสมรวม (Embodied Energy) ของอาคารทั่วไปพบว่าพลังงานสะสมรวมของอาคารสูงเท่ากับพลังงานที่ใช้ในการดำเนินการ (Operating) ซึ่งหนทางที่ช่วยในการลดภาวะพลังงานได้คือ การออกแบบวัสดุที่เหลือจากการใช้ การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือลดการรีไซเคิลของเสียหรือออกแบบให้วัสดุเหมาะสมต่อการใช้งานจะเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยในการประหยัดพลังงาน

3.1.1.11 การอนุรักษ์พลังงานกับการออกแบบ

การออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น ในด้านที่เกี่ยวข้องกับพลังงาน สามารถกระทำได้ 2 ระดับ ระดับแรกเป็นการอนุรักษ์พลังงานและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ระดับที่สองเป็นการใช้แหล่งพลังงานที่สะอาดและสามารถฟื้นคืนกลับมาใหม่ได้ หลักการก็คือ การลดการบริโภคพลังงานในขณะที่เพิ่มการนำพลังงานจากแหล่งพลังงานที่ฟื้นฟูได้ มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.1.12 หลักการลดภาวะพลังงานในอาคาร

แนวทางในลดภาวะพลังงานในอาคารและใช้พลังงานที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำได้หลายวิธีดังที่จะได้แสดงต่อไปนี้

3.1.1.12.1 ลดความจำเป็นในการใช้พลังงาน โดยการใช้นโยบายหลายประการ เช่น การวางผังการใช้ที่ดินแบบผสมผสานเพื่อลดความจำเป็นในการใช้รถยนต์ การใช้เทคนิคการปรับอากาศแบบธรรมชาติในอาคารเพื่อลดระบบไฟฟ้าหรือระบบเครื่องกลอื่นๆ ที่มากเกินไป

3.1.1.12.2 ติดตั้งเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดพลังงานภายในอาคาร มีอุปกรณ์ที่ช่วยให้การใช้พลังงานในอาคาร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพหลายชนิด เช่น ระบบปรับอากาศที่ช่วยประหยัดพลังงานเมื่อใช้ร่วมกับการปรับอากาศด้วยวิธีธรรมชาติ เช่น การหันทิศทางของอาคาร การใช้สีของอาคารและการจัดภูมิทัศน์ จะยิ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประหยัดพลังงานให้ดียิ่งขึ้น หลอดไฟแบบประหยัดไฟฟ้า ลดการเพิ่มความร้อนให้แก่อาคารโดยไม่จำเป็น อุปกรณ์อื่นๆ เช่น เครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องใช้ในสำนักงานและเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านล้วนแต่สิ้นเปลืองพลังงาน หากเราไม่เลือกใช้แบบที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ประหยัดการใช้ตัวเซ็นเซอร์และควบคุมอัตโนมัติ ซึ่งจะปิดไฟและอุปกรณ์ที่ไม่จำเป็น จะช่วยประหยัดการใช้พลังงานภายในอาคารได้เป็นอย่างดีแม้ว่าค่าใช้จ่ายในการติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดพลังงานจะทำให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการก่อสร้างอาคารเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าอาคารทั่วๆ ไป ความคุ้มค่านี้ไม่ใช่เพียงแต่ในแง่เศรษฐกิจเท่านั้นแต่ในแง่สิ่งแวดล้อมอีกด้วย

3.1.1.12.3 การประหยัดพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ร่วมกับการใช้พลังงานที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เมื่อมีการกำหนดนโยบายการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเราสามารถนำพลังงานที่สามารถนำมาใหม่ได้เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน การผสมผสานทั้ง 2 แนวทางนี้สามารถลดและจำกัดความต้องการในการใช้น้ำมันจากธรรมชาติได้

3.1.2 นิเวศน์วัฒนธรรม

3.1.2.1 การเป็นเมืองที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน กรุงเทพฯจะต้องมีความเป็น Green City คือ เป็น “เมืองแห่งสิ่งแวดล้อม” โดยผ่าน มาตรการเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของ กรุงเทพฯ 2 แนวทาง ได้แก่

1. มาตรการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วกับมาตรการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยมาตรการด้านการแก้ปัญหามีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เสื่อมโทรมไปแล้วให้กลับมาอยู่ในระดับมาตรฐานของการเป็นเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี และป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2. การเป็นเมืองที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Green) ด้านสังคมและวัฒนธรรม เพื่อรองรับหลักการ Green คือ การสร้าง “เมืองแห่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม” ด้วย การส่งเสริม

เอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ให้ความสำคัญกับ “ระบบเศรษฐกิจพอเพียง” โดยการ พัฒนาสาขาการผลิตที่ท้องถิ่นมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษให้กลายเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เนื่องจากสาขา การผลิตเหล่านั้นมักจะเป็นสาขาที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นเอง และมีความชำนาญในการผลิตทำให้มี ชีตความสามารถในการแข่งขันสูง ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเม็ดเงินในท้องถิ่น ภารกิจสำคัญของกรุงเทพมหานคร ในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือการกำหนดสาขาการผลิตที่ท้องถิ่นมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ และมีความสามารถ ที่จะแข่งขันได้ในระดับสากลแล้วส่งเสริมให้เกิดการผลิตที่มีมาตรฐานที่ดี รวมถึงการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด ให้กับตัวสินค้า กรุงเทพฯ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของ ประชาชนและหน่วยธุรกิจได้อย่างสะดวก รวดเร็วและคุ้มกับต้นทุนทั้งด้านบุคลากรและเครื่องมือสนับสนุน

3.1.2.2 การเป็นชุมชนน่าอยู่

หลักการของชุมชนน่าอยู่ยั่งยืน คือ การส่งเสริมให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีควบคู่ไปกับการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การพัฒนากรุงเทพฯตามหลักการ Good Life จึงต้องดำเนินการทั้งด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และการบริหารจัดการ เพื่อให้มีบริการพื้นฐานอย่างเพียงพอที่เอกชนและประชาชนจะนำบริการพื้นฐาน เหล่านั้นไปพัฒนาต่อยอด เพื่อสร้างสังคมที่มีความเป็นอยู่ที่ดีและเป็นทรัพยากรพื้นฐานในการผลิต การค้า และการบริการ ที่มีต้นทุนต่ำ โดยมีเป้าหมายให้กรุงเทพฯเป็น “เมืองสวยงาม มีชีวิตชีวา และสะดวก” โดยมีหลักการดังนี้

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้ตอบสนองการเป็นชุมชนแบบมีชีวิตชีวาอยู่ตลอดเวลา (Lively Community) เพื่อให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ สามารถดำเนินไปได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพในพื้นที่และเวลาที่แต่ละกิจกรรม ต้องการ ดังนั้นกรุงเทพฯ จะเป็นชุมชนเมืองที่มีชีวิตตลอด 24 ชั่วโมง มีกิจกรรมสามารถทำได้ในเวลาที่เหมาะสมกับลักษณะ ของแต่ละกิจกรรม โดยมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับอย่างเพียงพออยู่ตลอดเวลาและสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการ ให้ บริการได้อย่างหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มบุคคล สถานที่ และเวลาได้โดย ไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติมมากนัก

2. ทางด้านสังคม กรุงเทพฯจะเป็น “ครอบครัวและชุมชนอยู่ดีมีสุขปลอดภัย” ด้วยการมีสังคมแห่งการเรียนรู้ ตลอดชีวิต (Life-long Learning) เนื่องจากสภาพแวดล้อมแบบมหานครที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปตามกระแสทางเศรษฐกิจและสังคมของโลกส่งผลให้ประชาชนต้องการองค์ความรู้ในแต่ละช่วงชีวิตและแต่ละยุคสมัยที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึง ต้องมีการส่งเสริมการเรียนรู้กับทุกกลุ่มอายุเพื่อช่วยให้สามารถปรับตัวเข้ากับกระแสของการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ไม่เกิดปัญหาอันเกิดจากการที่มนุษย์มีทัศนคติและความรู้ไม่สอดคล้องกับความต้องการ

การแห่งยุคสมัยและการมีคุณภาพ ชีวิตที่ดีจำเป็นที่จะต้องมีสภาพทางสังคมที่อบอุ่นและมีความสุข (Warm and Happy Society) ซึ่งจะต้องส่งเสริมความ เข้มแข็งของสังคมในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน ย่านส่วนของเมือง ไปจนถึงระดับเมือง ให้แต่ละหน่วยของชุมชน มีความ เข้มแข็ง สามารถเป็นหลักแนวทางปฏิบัติทางสังคมและจิตใจให้กับสมาชิกในสังคม อีกทั้งยังต้อง ส่งเสริมให้เป็นสังคมที่ สามารถยอมรับในความเห็นและทัศนคติที่แตกต่างกันได้ รวมถึงการมี สังคมที่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินสูง มีการป้องกันการเกิดความปลอดภัย และ เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินในกรณีสุดวิสัย ก็สามารถประสานความร่วมมือระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคมเข้าแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สามารถลด ความ สูญเสียทางบุคคลและเสียหายทางเศรษฐกิจได้อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

3. ด้านพัฒนาการทางเศรษฐกิจ เน้นการเป็น “ชุมชนที่ประชาชนมีโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่เปิดกว้างและ หลากหลาย” เนื่องจากการผลิตแบบมหานครประกอบด้วยหน่วยธุรกิจย่อยๆ เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขา การค้า การบริการและการท่องเที่ยวระบบเศรษฐกิจ ของกรุงเทพฯจะสามารถพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องเสริม สร้างโอกาสในการประกอบ การของท้องถิ่น (Civic Opportunity) โดยให้หน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่จัดเตรียมโครงสร้าง พื้น ฐานเพื่อรองรับการพัฒนาตามวิสัยทัศน์ของความเป็นชุมชนน่าอยู่ยั่งยืนไว้ให้พร้อมและส่งเสริม ให้เอกชนเข้ามาใช้ทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐานเหล่านั้น เพื่อพัฒนาไปตามความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้านของตนเอง โดยกรุงเทพฯ ให้การสนับสนุนด้าน องค์ความรู้และทรัพยากรสาธารณะ ต่างๆ ที่เหมาะสม ทัวถึง และเป็นธรรม ด้วยแนวทางการพัฒนาดังกล่าวจะทำให้ ประชาชนแต่ละคนมีโอกาสในการพัฒนาในทิศทางที่ตนเองถนัด โดยต่อยอดจากโครงสร้างพื้นฐานที่องค์กร ปกครองส่วน ท้องถิ่นจัดหาเอาไว้ให้

	มิติด้าน โครงสร้างพื้นฐาน	มิติด้าน สังคม วัฒนธรรม	มิติด้าน เศรษฐกิจ	มิติด้าน การบริหาร
ศูนย์กลางภูมิภาค (Gateway)	ศูนย์กลางของภูมิภาคด้าน การขนส่งและการสื่อสาร	ศูนย์กลางของภูมิภาคด้าน การศึกษามหานคร แห่งการเรียนรู้ สุขภาพและวัฒนธรรม	ศูนย์กลางของภูมิภาคด้าน เศรษฐกิจวิชาการธุรกิจ การท่องเที่ยว และการบริการ	ศูนย์กลางของบริการ มหานคร เพื่อประชาชน และการจัดการมหานคร
การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Green)	เมืองแห่งสิ่งแวดล้อม	เมืองแห่งเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรม	วิถีชีวิตพอเพียง	เมืองแห่งการบริหาร จัดการที่ดี
ชุมชนน่าอยู่ (Good Life)	เมืองสวยงาม มีชีวิตชีวาสะดวก	ครอบครัวและชุมชน อยู่ดีมีสุขปลอดภัย	ประชาชนมีโอกาส ทางเศรษฐกิจ	การมีส่วนร่วมของ ทุกภาคส่วน

รูปที่ 3.8 แสดงมิติทางโครงสร้างของกรุงเทพฯอย่างยั่งยืน

3.2 สรุปองค์ประกอบของความยั่งยืนที่นำไปใช้กับโครงการ

3.2.1 ตัวอาคาร (Building fabric)

- ฉนวนกัน ความร้อนโปร่งใส Transparent Insulating Material (TIM)
- การเก็บกักความร้อน-ความเย็น (Thermal storage)
- แสงสว่างธรรมชาติ (Daylight)
- การใช้วัสดุประสิทธิภาพสูง (Low-e materials)
- การประยุกต์ใช้ร่มเงาจากต้นไม้ (Planted surfaces)
- การทำความเย็นวิธีธรรมชาติในเวลากลางคืน (Night cooling infrared irradiation)

3.2.2 สภาพแวดล้อม (Exterior space)

- การจัดรูปทรงและทิศทางอาคาร (Building forms & orientations)
- การระบายอากาศวิธีธรรมชาติ (Natural ventilation)
- การสร้างร่มเงาให้อาคาร (Solar energy & sun shading)

3.2.3 เทคโนโลยีอาคาร (Building technology)

- การใช้เครื่องทำความร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ (Active solar collector)

บทที่ 4

การนำไปใช้

4.1 การกำหนดโปรแกรม

4.1.1 ลักษณะโครงการและกิจกรรมโครงการ



รูปที่ 4.1 แสดงภาพและแนวคิดของโครงการ

แนวคิดของการสนใจในตัวสินค้าโอท็อปที่เป็นภูมิปัญญาของไทยที่มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์มาสู่การที่มีแนวคิดที่จะต้องการสืบสานภูมิปัญญาและอาชีพดั้งเดิมของคนไทยให้ยั่งยืนคงอยู่ต่อไปได้ ด้วยการมีตัวสถาปัตยกรรมที่จะเข้ามารองรับและช่วยเป็นสื่อกลางให้กับสินค้าระดับพรีเมียมกับผู้บริโภคระดับ Luxury ในรูปแบบของศูนย์การค้าเฉพาะทางที่จะทำให้เกิดเป็นช่องทางหนึ่งที่จะพาสินค้าโอท็อปที่ถือว่าเป็นรากฐานของเศรษฐกิจของคนไทยนั้นยังสามารถกระจายออกสู่ตลาดผู้บริโภคต่อไปได้ ในลักษณะของโครงการจะเป็นศูนย์การค้าเฉพาะทางที่จะนำเสนอและขายสินค้าโอท็อปเพื่อยกระดับสินค้าและผลักออกสู่ตลาดผู้บริโภคได้ง่ายขึ้นและเป็นศูนย์การค้าที่มุ่งเป็น ECO-SHOPPING โดยมีแนวคิดทางรูปแบบงานสถาปัตยกรรมดังนี้

1. การที่ใช้แสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในโครงการเพื่อลดปริมาณของการใช้ไฟฟ้าในโครงการลง

2. ทำให้เกิดการเบียดเบียนด้านพลังงานในโครงการลดลงโดยการลดการใช้เครื่องปรับอากาศ การใช้วัสดุประหยัดพลังงานและการออกแบบที่อิงต่อสภาพแวดล้อมตามเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยเพื่อนำประโยชน์ของทิศทางลมและแสงเข้ามาช่วยเพื่อให้โครงการเกิดประสิทธิภาพในการประหยัดพลังงานได้มากยิ่งขึ้น

3. ด้วยสินค้าโอท็อปที่ถือว่าเป็นเศรษฐกิจรากหญ้าของไทย จึงทำให้เกิดเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าภายใต้แบรนด์ของคนไทยออกสู่ตลาดและทำให้เศรษฐกิจพื้นฐานของคน

ไทยให้ยังคงสามารถยืนหยัดต่อไปได้

ภายใต้ศูนย์การค้าเฉพาะทางที่จะขายสินค้าโอท็อปในรูปแบบของ ECO-SHOPPING แล้วยังมีส่วนกิจกรรมที่เข้ามาเสริมโครงการด้วยพื้นที่ Culture Area ที่จะเป็นพื้นที่การจัดงานอีเว้นท์ ที่นำเสนอสินค้าโอท็อปให้ผู้บริโภครู้จักได้ง่ายขึ้น พื้นที่ให้บริการในกลุ่มลูกค้าของ Thailand Elite พื้นที่ให้บริการรถลีมูซีนในการรองรับกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม พื้นที่การจัดเป็นตลาดโอท็อปเพื่อนำเสนอและจำหน่ายสินค้าต่างๆของโอท็อปภายในพื้นที่สีเขียวของโครงการ

4.1.2 การกำหนดองค์ประกอบโครงการ

โครงการโอท็อปพรีเมียมมอลล์ จึงจะเป็นโครงการที่เป็นศูนย์รวมภูมิปัญญาไทยเป็นสินค้าโอท็อประดับพรีเมียมที่มุ่งเน้นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดเป้าหมายและสร้างมูลค่าเพิ่มจากตลาดเฉพาะได้ซึ่งย่านที่น่าสนใจและเหมาะสมที่จะจัดตั้งโครงการสินค้าระดับพรีเมียมได้ ย่านราชประสงค์ ที่เป็นย่านของการรวมแหล่งช้อปปิ้งและบริเวณดังกล่าวยังเป็นย่านที่มีกำลังซื้อสูง รวมถึงเป็นย่านที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นส่วนมากที่จะเหมาะสมในการที่จะนำสินค้าแบรนด์ของไทยภูมิปัญญาไทยระดับพรีเมียมจากทั่วทุกภาคของประเทศเข้าสู่เส้นทางการบริโภค ที่จะมามอบความประทับใจให้เกิดกับสินค้าของไทยดังเช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้ายทอปัก สินค้าหัตถกรรม เครื่องประดับและอื่นๆอีกมากมายภายใต้บรรยากาศของความเป็นไทยจะเน้นการวิเคราะห์แล้ว ทำให้โครงการนั้นมีพื้นที่ใช้สอยและองค์ประกอบหลักของโครงการ 3 ส่วน คือ



รูปที่ 4.2 แสดงภาพองค์ประกอบหลักของโครงการ

1. พื้นที่ศูนย์การค้า (SHOPPING CENTER)
2. พื้นที่ส่วนสนับสนุนโครงการ (THAI SPA)
3. พื้นที่ส่วน (CULTURE AREA)

4.1.3 การวิเคราะห์ผู้ใช้สอย

4.1.3.1 ประเภทผู้ใช้โครงการ

ประเภทผู้ใช้โครงการ แบ่งผู้ใช้โครงการออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

4.1.3.1.1 ผู้มาใช้บริการ

1) นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยคิดจากนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการโครงการ

Thailand Elite ซึ่งเป็นโครงการของรัฐบาลที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติระดับพรีเมียมที่สนใจในบริการที่ทำหน้าที่คล้ายกุญแจไขสู่ประตูประเทศไทย ของชาวต่างชาติที่รักเมืองไทย ทั้งยังเป็นโครงการที่เน้นตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะการใช้ชีวิต lifestyle หรือการทำงานในเมืองไทย

2) ประชาชนกลุ่มที่มีรายได้สูงในกรุงเทพและปริมณฑลที่มีความสนใจในสินค้าโอท็อปและสนับสนุนสินค้า

4.1.3.1.2 ผู้ให้บริการ

1) กลุ่มเจ้าหน้าที่ของโครงการ ทั้งส่วนบริหารและพนักงานในส่วนต่างๆของโครงการ

2) กลุ่มเจ้าของร้าน และพนักงานประจำร้านค้าที่มาเช่าพื้นที่ กลุ่มนี้จะเข้ามาเปิดร้านและกลับไปเมื่อศูนย์การค้าปิดทำการ

ผู้ใช้โครงการแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ

2. ประชาชนกลุ่มที่มีรายได้สูงในกรุงเทพและปริมณฑล

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ		หมายเหตุ
นักท่องเที่ยวดังกล่าวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 20,000 ต่อคนต่อวัน มีปริมาณในปีพ.ศ.2557	2,486,762 คน	อ้างอิงจากโครงการ Thailand elite
คิดเป็น 30 %	746,028 คน	
1 วันมีผู้เข้าใช้โครงการ	2,072 คน/วัน	

2.ประชาชนกลุ่มที่มีรายได้สูงในกรุงเทพและ ปริมณฑล	10,624,700 คน	อ้างอิงจาก สำนักงานสถิติ แห่งชาติ
บุคคลที่มีรายได้สูงมีเพียง 20 % ของประชากร ทั้งหมด เป็นประชากรที่มีรายได้ 80,000 บาทขึ้นไป	2,124,940 คน	
คิดเป็น 15 %	318,741 คน	
1 วันมีผู้เข้าใช้โครงการ	885คน/วัน	

จำนวนผู้เข้าใช้โครงการทั้งสิ้น	
1.นักท่องเที่ยวต่างชาติ	2,072 คน/วัน
2.ประชาชนกลุ่มที่มีรายได้สูงในกรุงเทพและ ปริมณฑล	885คน/วัน
รวม	2,957 คน/วัน

ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์จำนวนผู้เข้าใช้โครงการ

ดังนั้นโครงการ OTOP PREMIUM MALL IN BANGKOK จะมีผู้เข้าใช้โครงการ
ทั้งสิ้น เฉลี่ยต่อวัน 2,957 คน

4.1.4 การวิเคราะห์พื้นที่ที่ใช้สอย

การวิเคราะห์รายละเอียดโครงการด้านหน้าที่ใช้สอยเป็นการหาความต้องการของ
โครงการในรูปแบบของการหาพื้นที่โครงการโดยจะแยกพื้นที่ออกเป็นส่วนต่างๆตามแต่ละองค์
ประกอบที่อยู่ในโครงการ ในหัวข้อนี้จะเป็นการอธิบายการหาพื้นที่ของการใช้งานแต่ละส่วน ซึ่ง
จะเป็นการคำนวณหาพื้นที่ สำหรับกิจกรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะเป็นขนาดพื้นที่ ที่น้อยที่สุดที่
ต้องการในแต่ละส่วน และนำไปสู่การสรุปข้อมูลและประเด็นที่สำคัญของโครงการเพื่อวิเคราะห์
ถึงความสัมพันธ์เพื่อความเป็นไปได้ในการออกแบบ

4.1.4.1 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอย ส่วนพื้นที่ศูนย์การค้า

ส่วน RETAIL SHOP							
ส่วนพื้นที่	จำนวนผู้ใช้	จำนวนผู้ใช้ บริการ	พื้นที่/หน่วย	พื้นที่ต่อห้อง	พื้นที่รวม	อ้างอิง	หมายเหตุ
ร้านค้าขนาด 60 ตร.ม		50	60	3000	3000	D	
ร้านค้าขนาด 80 ตร.ม		20	80	1600	1600	D	
ร้านค้าขนาด 120 ตร.ม		8	120	960	960	D	
Plaza	200		2.2	440	440	A	
ห้องน้ำสาธารณะ				12	24	B	
รวมพื้นที่ ส่วน RETAIL SHOP					6,024		
ร้านอาหารขนาดเล็ก		5	120	600	600	C	
ร้านอาหารขนาดกลาง		2	300	600	600	C	
Plaza	200		2.2	440	440	A	
ร้านเครื่องดื่มและขนมไทยขนาดเล็ก		5	30	150	150	C	
คิออส				450	450	C	
ห้องเก็บอุปกรณ์ส่วนพื้นที่ร้านค้า				20	20	A	
ห้องน้ำสาธารณะ				12	24	B	
รวมพื้นที่ ส่วน RESTAURANT					2,284		
รวมพื้นที่ ส่วน RETAIL SHOP					8,308		
พื้นที่ รวมทางสัญจร 30%					10,800		

ตารางที่ 4.2 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนศูนย์การค้า

4.1.4.2 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอย ส่วนพื้นที่สนับสนุนโครงการ

ส่วน สนับสนุนโครงการ							
ส่วนพื้นที่	จำนวนผู้ใช้	จำนวนผู้ใช้ บริการ	พื้นที่/หน่วย ตร.ม.	พื้นที่ต่อห้อง ตร.ม.	พื้นที่รวม ตร.ม.	อ้างอิง	หมายเหตุ
ร้านสปาไทย		1	200	200	200	D	
BANKING		2	140	280	280	D	
ประชาสัมพันธ์		1	13.5	13.5	13.5	D	
โถง	50		0.8	40	40	C	
ห้องน้ำสาธารณะ				12	24	B	
รวมพื้นที่ ส่วน สนับสนุนโครงการ					787		
พื้นที่ รวมทางสัญจร 30%					1,023		

ตารางที่ 4.3 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนสนับสนุนโครงการ

4.1.4.3 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอย ส่วนพื้นที่ Culture Area

ส่วน พื้นที่ Culture							
ส่วนพื้นที่	จำนวนผู้ใช้	จำนวนผู้ใช้ บริการ	พื้นที่/หน่วย ตร.ม.	พื้นที่ต่อห้อง ตร.ม.	พื้นที่รวม ตร.ม.	อ้างอิง	หมายเหตุ
OUTDOOR MULTI-PURPOSE							
พื้นที่ลานเอนกประสงค์					1500	C	
พื้นที่จัดการแสดงกลางแจ้ง	12		4.5	54	54	C	
INDOOR MULTI-PURPOSE							
พื้นที่การจัดแสดงภายใน					630	C	
พื้นที่นั่งชมการแสดง	200		0.8	160	160	C	
รวมพื้นที่ ส่วน Culture					2,344		
พื้นที่ รวมทางสัญจร 30%					3,047		

ตารางที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วน Culture Area

4.1.4.4 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอย ส่วนพื้นที่บริการอาคาร

ส่วน พื้นที่บริการอาคาร							
ส่วนพื้นที่	จำนวนผู้ใช้	จำนวนผู้ใช้ บริการ	พื้นที่/หน่วย ตร.ม.	พื้นที่ต่อห้อง ตร.ม.	พื้นที่รวม ตร.ม.	อ้างอิง	หมายเหตุ
ห้องไฟฟ้า				15	15	A	
ห้องเครื่องสำรองไฟฟ้า				15	15	A	
ห้องเครื่องปั๊มน้ำ				15	15	A	
ห้องบำบัดน้ำเสียชุมชน				25	25	A	
ห้องเครื่องปรับอากาศ				25	25	A	
แผนกอาคารและสถานที่							
ห้องชุมสายโทรศัพท์				20	20	A	
ห้อง CCTV				20	20	A	
ห้องควบคุมระบบ				20	20	A	
ห้องตรวจรับสินค้า				15	15	D	
ห้องรับส่งพัสดุ				60	60	D	
ห้องเก็บของ				80	80	D	
แผนกรักษาความปลอดภัย							
ห้องพักพนักงาน	6		2	12	12	A	
แผนกทำความสะอาด							
ห้องพักพนักงาน	6		2	12	12	A	
ห้องเก็บอุปกรณ์				20	20	A	
ส่วนซ่อมบำรุง				25	25	A	
ห้องเก็บอุปกรณ์				30	30	A	
ห้องน้ำ	4		1.5	6	12	A	
ห้องพักขยะ				30	30	A	
Loading Area				24	24	A	
รวมพื้นที่ ส่วนสำนักงานบริการ					487		
พื้นที่ รวมทางสัญจร 20%					584.4		

ตารางที่ 4.5 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนบริการอาคาร

4.1.4.5 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอย ส่วนพื้นที่จอดรถ

ส่วน พื้นที่ จอดรถ							
ส่วนพื้นที่	จำนวนผู้ใช้	จำนวนผู้ใช้ บริการ	พื้นที่/หน่วย ตร.ม.	พื้นที่ต่อห้อง ตร.ม.	พื้นที่รวม ตร.ม.	อ้างอิง	หมายเหตุ
พื้นที่ที่จอดรถผู้มาใช้บริการ	220		12		2,640	B	
พื้นที่ที่จอดรถส่วนสำนักงาน	20		12		240	B	
ที่จอดรถบริการ	4		30		120	C	
ที่จอดรถคนพิการ	5		30		150	B	
รวมพื้นที่ ส่วน จอดรถ					3,388		
พื้นที่ รวมทางสัญจร 50%					5,082		

ตารางที่ 4.6 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนจอดรถ

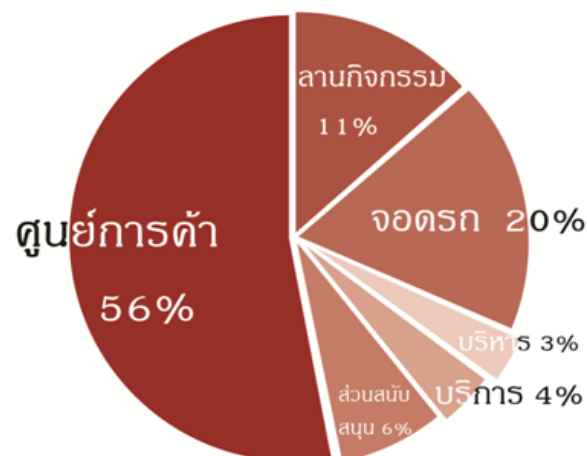
4.1.4.6 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอย ส่วนพื้นที่สำนักงานบริหาร

ส่วน พื้นที่บริหาร							
ส่วนพื้นที่	จำนวนผู้ใช้	จำนวนผู้ใช้ บริการ	พื้นที่/หน่วย ตร.ม.	พื้นที่ต่อห้อง ตร.ม.	พื้นที่รวม ตร.ม.	อ้างอิง	หมายเหตุ
ห้องประธานกรรมการ	1		30	30	30	A	
ห้องนำประธานกรรมการ	1		3	3	3	A	
ห้องรองประธานกรรมการ	1		20	20	20	A	
คณะกรรมการบริหาร	1		20	20	20	A	
กรรมการผู้จัดการ	1		20	20	20	A	
เลขานุการ	1		6.25	6.25	6.25	A	
โถง	36		0.8	28.8	28.8	A	
ส่วนต้อนรับ	2		8	16	16	A	
Waiting Area	5		0.8	3.25	3.25	A	
ห้องประชุม	14		1.2	16.8	16.8	A	
Pantry(ห้องประชุม)	14		0.8	11.2	11.2	A	
ฝ่ายคดีและนิติกรรม	2		6.25	12.5	12.5	A	
หัวหน้าฝ่ายคดีและนิติกรรม	1		6.25	6.25	6.25	A	
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	2		6.25	12.5	12.5	A	
หัวหน้าฝ่ายทรัพยากรบุคคล	1		6.25	6.25	6.25	A	
ฝ่ายธุรการ	2		6.25	12.5	12.5	A	
หัวหน้าฝ่ายธุรการ	1		6.25	6.25	6.25	A	
ฝ่ายบัญชีและงบประมาณ	4		6.25	25	25	A	
หัวหน้าฝ่ายบัญชีและงบประมาณ	1		6.25	6.25	6.25	A	
ฝ่ายการขาย	4		6.25	25	25	A	
หัวหน้าฝ่ายการขาย	1		6.25	6.25	6.25	A	
ฝ่ายประชาสัมพันธ์	2		6.25	12.5	12.5	A	
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์	1		6.25	6.25	6.25	A	
ฝ่ายบริการสารสนเทศ	2		6.25	12.5	12.5	A	
หัวหน้าฝ่ายบริการสารสนเทศ	1		6.25	6.25	6.25	A	
ฝ่ายประสานงานภายนอก	2		6.25	12.5	12.5	A	
หัวหน้าฝ่ายประสานงานภายนอก	1		6.25	6.25	6.25	A	
ห้องเก็บของ	1		30	30	30	A	
ห้องพยาบาล	1		12	12	12	A	
ห้องน้ำ	6		1.5	9	9	A	
รวมพื้นที่ ส่วนสำนักงานบริหาร					413.75		
พื้นที่ รวมทางสัญจร 30%					537.87		

ตารางที่ 4.7 แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ส่วนบริหารโครงการ

4.1.5 สรุปสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ

รวมพื้นที่ใช้สอย 21,073 ตารางเมตร



แผนภูมิที่ 4.8 แสดงสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยในโครงการ

สรุปพื้นที่ที่ก่อให้เกิดรายได้ 14,870 ตารางเมตร คิดเป็น 73% ของพื้นที่ทั้งหมด



แผนภูมิที่ 4.9 แสดงสัดส่วนพื้นที่ที่ก่อให้เกิดรายได้ในโครงการ

4.1.6 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

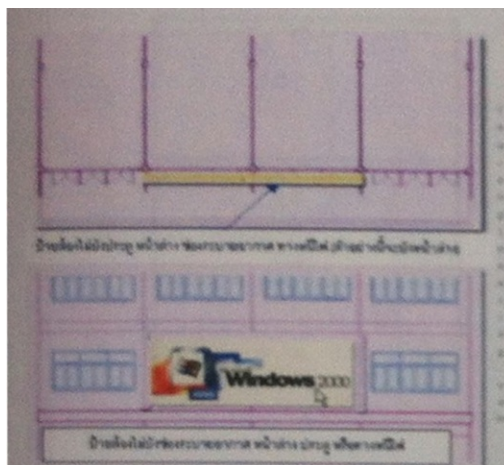
4.1.6.1 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร 2544

โรงแรมหรสพ ให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อจำนวนที่นั่งสำหรับคนดู 10 ที่ อาคารสรรพสินค้าให้มีที่จอดรถ 1 คัน ต่อพื้นที่อาคาร 20 ตารางเมตร ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 10 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ดินเว้นแต่พื้นที่อยู่ในรัศมี 500 เมตรของรถไฟฟ้าสามารถลดลงได้ 30%

4.1.6.2 กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ.2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522

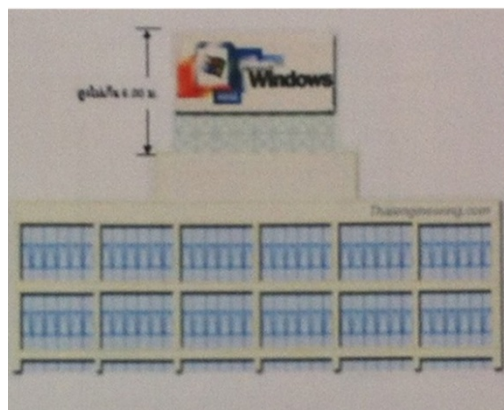
อาศัยอำนาจความในมาตรา 5(3) และมาตรา 8(1) (7) และ (8) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 อันเป็นพระราชบัญญัติ ที่มีบทบัญญัติ บางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 31 มาตรา 35 มาตรา 48 มาตรา 49 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยโดยคำแนะนำของ คณะกรรมการควบคุมออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ.2543) หมวด 1 ลักษณะของอาคาร



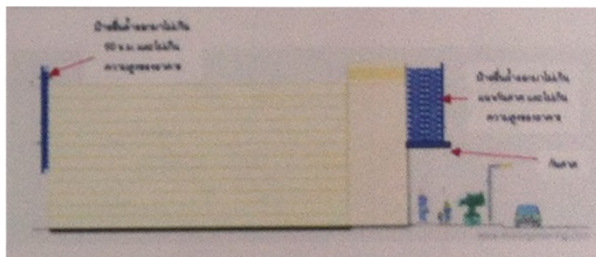
รูปที่ 4.3 แสดงป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้าย

ป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่อาคารต้องไม่บังช่องระบายอากาศ หน้าต่าง ประตู หรือทางหนีไฟ



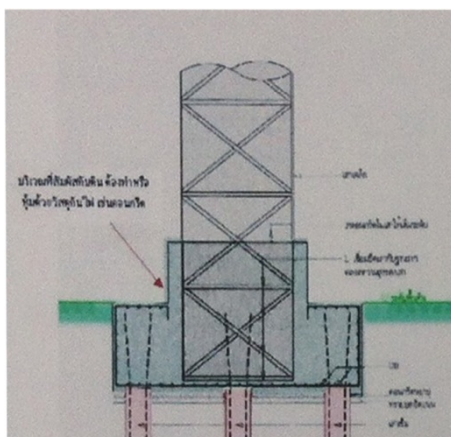
รูปที่ 4.4 แสดงป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติด ป้ายบนหลังคา

ป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติด ป้ายบนหลังคา หรือดาดฟ้าของหลังคา ต้องไม่ล้ำออกนอกแนวผนังรอบนอกของอาคาร และส่วนบนสุดของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายต้องสูงไม่เกิน 6 เมตร จากส่วนสูงสุดของของหลังคาหรือดาดฟ้าของอาคารที่ติดตั้งป้ายนั้น



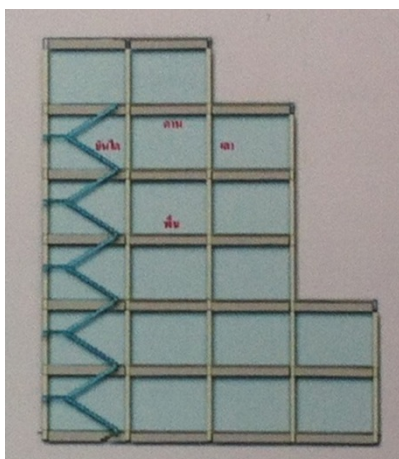
รูปที่ 4.5 แสดงป้ายโฆษณาสำหรับมหรสพให้ติดตั้งกับผนังอาคาร

ป้ายโฆษณาสำหรับมหรสพให้ติดตั้งกับผนังอาคารมหรสพ แต่จะยื่นห่างจากผนังได้ไม่เกิน 50 เซนติเมตร หรือหากติดตั้งป้ายบนกันสาดจะต้องไม่ยื่นล้ำแนวปลายกันสาดนั้นและความสูงของป้ายทั้งสอง กรณีต้องไม่เกินความสูงของอาคาร



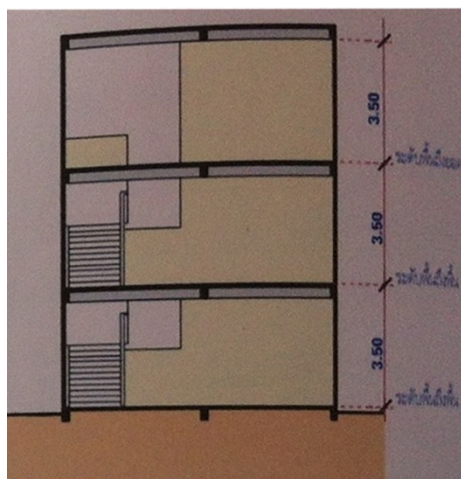
รูปที่ 4.6 แสดงสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายที่ติดตั้งบนพื้นดิน

สิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายที่ติดตั้งบนพื้นดินโดยตรงให้ทำด้วยวัสดุทนไฟทั้งหมด



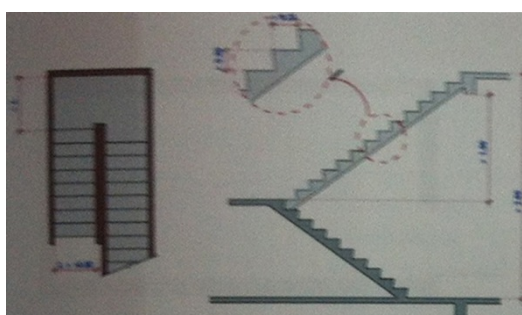
รูปที่ 4.7 แสดงเสา คาน พื้น บันได และผนังของอาคาร

เสาคาน พื้น บันได และผนังของอาคารตั้งแต่สามชั้นขึ้นไป โรงมหรสพ หอประชุม โรงงาน โรงแรม โรงพยาบาล หอสมุด ห้างสรรพสินค้า อาคารขนาดใหญ่ สถานบริการตามกฎหมาย ว่าด้วยสถานที่บริการ ท่าอากาศยาน หรืออุโมงค์ต้องทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟด้วย



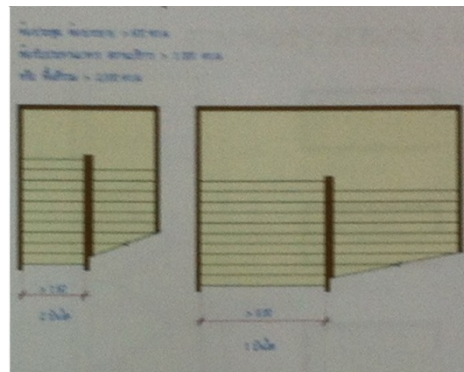
รูปที่ 4.8 แสดงห้องหรือส่วนของอาคารที่ใช้ทำกิจกรรมต่างๆ

ห้องหรือส่วนของอาคารที่ใช้ทำกิจกรรมต่างๆ ต้องมีระยะไม่น้อยกว่าตามที่กำหนดไว้



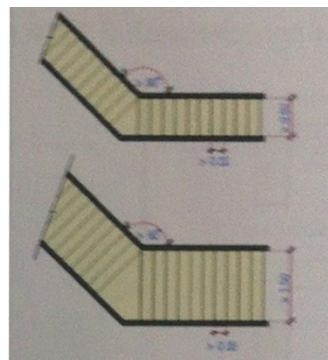
รูปที่ 4.9 แสดงระยะบันไดและระยะชานพักบันได

บันไดที่สูงเกิน 3 เมตร ต้องมีชานพักทุกช่วง 3 เมตร หรือน้อยกว่านั้น และชานพักพักบันไดต้องมีความกว้าง และความยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได ระยะตั้งจากชั้นบันไดหรือชานพักบันไดถึงส่วนต่ำสุดของอาคาร ที่อยู่เหนือขึ้นไปต้องไม่น้อยกว่า 1.90 เมตร



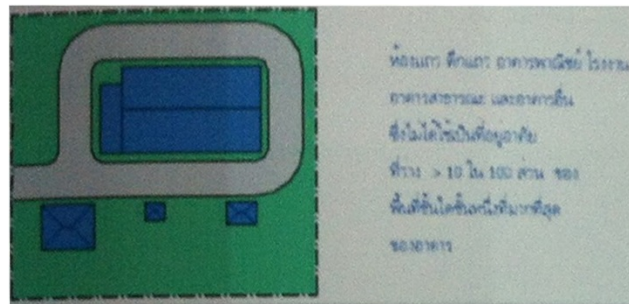
รูปที่ 4.10 แสดงระยะบันได

บันไดของอาคารที่ใช้เป็นที่ชุมนุมของคนจำนวนมาก เช่น บันได ห้องประชุม หรือห้องบรรยายที่มีพื้นที่รวมตั้งแต่ 500 ตารางเมตรขึ้นไป หรือบันไดห้องรับประทานอาหารหรือสถานบริการที่มีพื้นที่รวมตั้งแต่ 100 ตารางเมตรขึ้นไป หรือบันไดของแต่ละชั้นของอาคาร นั้นที่มี พื้นที่รวมตั้งแต่ 2000 ตารางเมตรขึ้นไป ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร อย่างน้อยสองบันได ถ้ามีบันไดเดียว ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 3 เมตร



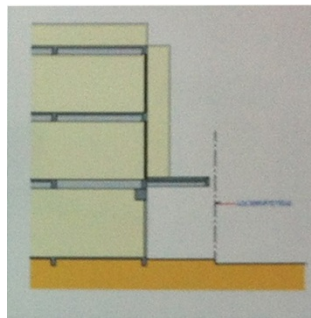
รูปที่ 4.11 แสดงระยะบันไดแนวโค้ง

บันไดเป็นแนวโค้งเกิน 90 องศา จะไม่มีชานพัก บันไดก็ได้ แต่ต้องมีความกว้างเฉลี่ยของลูกนอนไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร



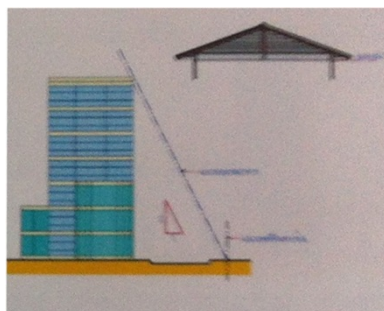
รูปที่ 4.12 แสดงระยะอาคาร

ห้องแถว ตึกแถว อาคารพาณิชย์ โรงงาน อาคารสาธารณะ และอาคารอื่นซึ่งไม่ได้ใช้เป็นที่อยู่อาศัย ต้องมีที่ว่าง ไม่น้อยกว่า 10 ใน 100 ส่วน ของพื้นที่ชั้นใดชั้นหนึ่ง ที่มากที่สุดของอาคาร



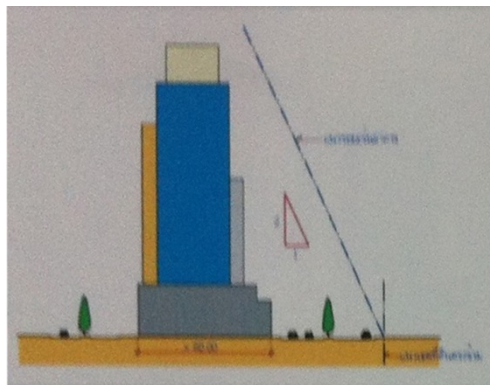
รูปที่ 4.13 แสดงการก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารของส่วนอาคาร

การก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารของส่วนอาคาร จะต้องไม่ล้ำเข้าไปในสวนสาธารณะ เว้นแต่จะได้รับ อนุญาตจากเจ้าพนักงานซึ่งมีหน้าที่ดูแลรักษาที่สาธารณะนั้น



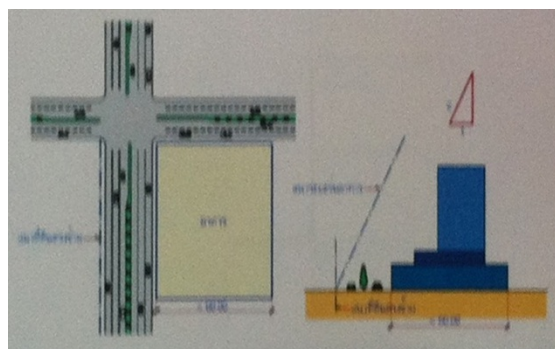
รูปที่ 4.14 แสดงความสูงของอาคาร

ความสูงของอาคารไม่ว่าจะอยู่จุดใดจุดหนึ่ง ต้องสูงไม่เกินสองเท่าของระยะราบวัดจากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่อาคารนั้นที่สุด



รูปที่ 4.15 แสดงความสูงของอาคาร

ความสูงของอาคารให้วัดจากแนวตั้งจากระดับถนนหรือระดับพื้นดินที่ก่อสร้างขึ้นไปถึงส่วนของอาคารที่สูงที่สุดสำหรับ อาคารของจั่วหรือปั้นหยาให้วัดจุดจากผนังชั้นสูงสุด



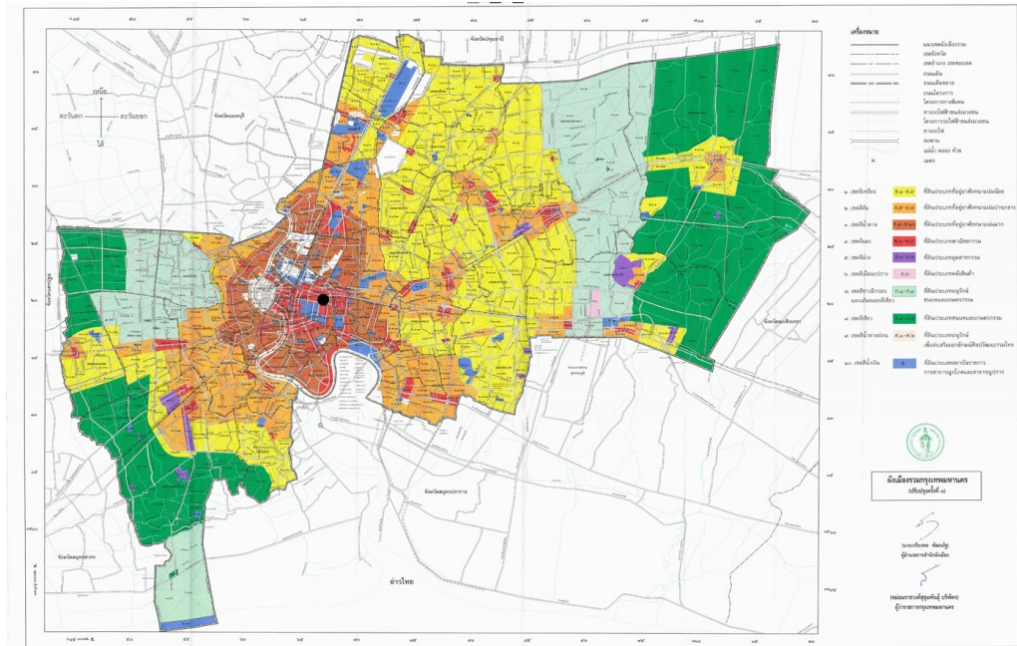
รูปที่ 4.16 แสดงอาคารหลังเดียวกันที่มีถนนสองสายขนาดไม่เท่ากัน

อาคารหลังเดียวกัน ซึ่งมีถนนสาธารณะสองสายขนาดไม่เท่ากันขนานอยู่เมื่อระยะระหว่างถนนสาธารณะสองสายนั้นเกิน 60 เมตร และส่วนกว้างของอาคารตามแนวถนนสาธารณะที่กว้างไม่เกิน 60 เมตร ความสูงของอาคาร ณ จุดใดจุดหนึ่งต้องไม่เกินสองเท่าของระยะราบที่ใกล้ที่สุดจากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตถนนสาธารณะด้านตรงข้ามของสายที่กว้างกว่า

อาคารหลังเดียวกันซึ่งมีถนนสองสายไม่เท่ากัน ความสูงของอาคาร ณ จุดใดจุดหนึ่งต้องไม่เกินสองเท่าของระยะราบที่ใกล้ที่สุด จากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตถนนสาธารณะด้านตรงข้ามของสายที่กว้างกว่า และความยาวของอาคารตามแนวถนนสาธารณะที่แคบกว่าต้องไม่เกิน 60 เมตร

รั้วหรือกำแพงที่สร้างขึ้นติดต่อ หรือ ห่างจากถนนสาธารณะน้อยกว่าความสูงของรั้ว ให้ก่อสร้างได้สูงไม่เกิน 3 เมตรเหนือระดับทางเท้าหรือถนนสาธารณะ

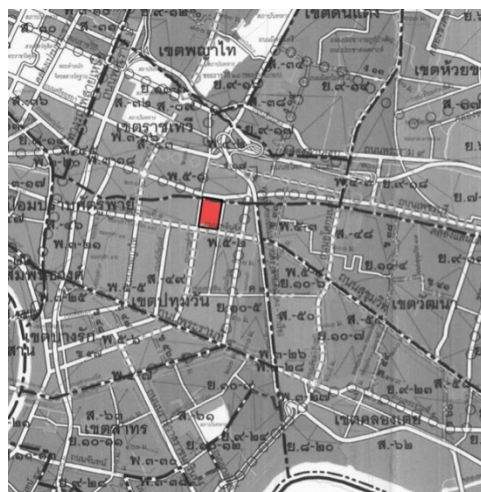
4.1.6.3 กฎหมายผังเมืองรวม



รูปที่ 4.17 แสดงการใช้พื้นที่กฎหมายผังเมืองรวม

4.1.7 ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน

ข้อกำหนดการใช้พื้นที่ดินในเขตปทุมวัน แขวงลุมพินี เป็นเขตผังสี สีแดง



๔. เขตสีแดง พ.๑-พ.๕ ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

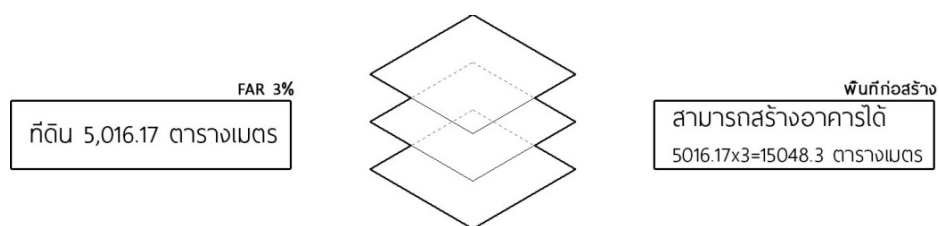
รูปที่ 4.18 แสดงการใช้พื้นที่กฎหมายผังเมืองรวมเขตปทุมวัน

การใช้ประโยชน์ที่ดิน พ.๑ – พ.๕

เป็นที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมากข้อกำหนดที่ดินประเภทผังสีแดง คือใช้เป็นที่พาณิชยกรรม ที่อยู่อาศัย การท่องเที่ยว สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

การควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดิน

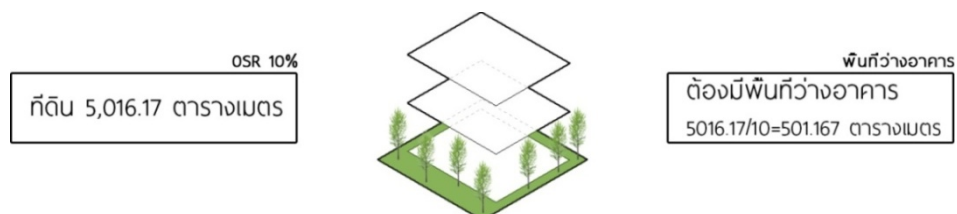
อัตราส่วนพื้นที่อาคารต่อพื้นที่ดิน FAR : 3 %



อัตราส่วนพื้นที่อาคารทุกชั้นของอาคารทุกหลัง
ต่อพื้นที่ที่ดินเท่ากับที่ตั้งของอาคาร

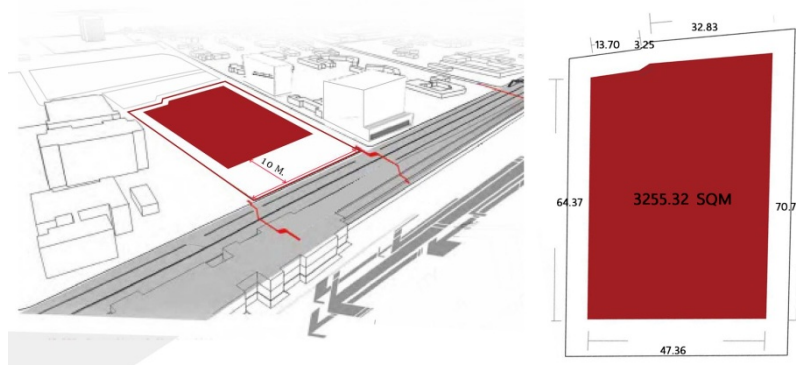
รูปที่ 4.19 แสดงอัตราส่วนพื้นที่อาคารต่อพื้นที่ดิน

อัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม OSR : 10%



รูปที่ 4.20 แสดงอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม

อาคารสรรพสินค้า ในรัศมีแนวอาคารด้านหน้า 10 เมตร และรอบอาคาร อย่างน้อย 6 เมตร



รูปที่ 4.21 แสดงระยะรัศมีแนวเขตที่ดิน

4.2 การนำไปใช้ในองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม

4.2.1 การกำหนดที่ว่างและส่วนปิดล้อม

การกำหนดที่ว่าง

การจัดองค์ประกอบเพื่อการเชื่อมต่อที่ว่างเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ลักษณะไทยที่สะท้อนจิตวิญญาณแบบตะวันออก เช่น สุนทรียภาพของแสงสว่างที่สัมพันธ์กับการจัดลำดับของที่ว่างในอาคาร แสดงความสัมพันธ์และการอยู่ร่วมกันระหว่างวิถีชีวิตตะวันออกกับธรรมชาติแวดล้อมและเป็นแนวทางที่ไม่ติดกับการนำองค์ประกอบสถาปัตยกรรมในอดีตมาใช้กับอาคารสมัยใหม่ การเชื่อมต่อที่ว่างภายในและภายนอกของสถาปัตยกรรมไทยเป็น รูปแบบ “ที่ว่างถูกเชื่อมต่อกับที่ว่างร่วม (spaces linked by a common space)” ซึ่งเป็นรูปแบบของการเชื่อมต่อที่ว่างสองส่วนที่อยู่ห่างกันด้วยที่ว่างส่วนที่สามหรือ “ที่ว่าง ส่วนกลาง (intermediate space)”

ที่ว่าง 2 มิติ (Two dimensions space) หรือรูปร่าง (Shape) คือ การศึกษาในลักษณะ 2 มิติของระนาบจากแผนภาพ และทำความเข้าใจสภาวะบวกลบ ทฤษฎีการจัดองค์ประกอบและวิเคราะห์ลักษณะของระนาบพื้นที่ที่แสดงความสัมพันธ์

ที่ว่าง 3 มิติ (Three dimensions space) หรือรูปทรง (Form) คือการประกอบกันของรูปร่าง โดยตัวบ่งชี้ที่ว่างต่างๆเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดที่ว่าง 3 มิติ เช่น การใช้รูปร่างที่มีขนาดลดหลั่นกันไป ทำให้รู้สึกว่างรูปใกล้ บางรูปไกล องค์ประกอบที่ว่าง 3 มิติ ประกอบด้วยเส้น (Line) รูปร่าง (Shape) ที่ว่าง (Space) น้ำหนัก (Value) และสี (Color)

ที่ว่างทางสถาปัตยกรรม (Space) คือ ศึกษาในลักษณะพื้นที่ เมื่อสภาวะบวกและลบของภาพ กลายเป็นองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการสร้าง ที่ว่างทางสถาปัตยกรรมสัมพันธ์กันกับมนุษย์ ในเชิงปริมาตรแสดงความสัมพันธ์ของสัดส่วนในเชิงระนาบแสดงการปิดกั้น ห่อหุ้มภายใน ภายนอก ความสูง การเปิดในเชิงพื้นที่ใช้สอยเป็นความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่จะประกอบไปด้วยการเคลื่อนไหว การหยุดนิ่ง การอยู่อาศัย ความต่อเนื่องและการแปรเปลี่ยน และองค์ประกอบที่สำคัญคือ เวลา ที่แสดงการมีอยู่ของกิจกรรม ช่วงเวลานำมาซึ่งองค์ประกอบแวดล้อมอื่นๆโดยสภาวะของกิจกรรมโดยที่สามารถกำหนดขอบเขตของการแบ่งที่ว่างได้ดังนี้

การกำหนดขอบเขตของที่ว่าง

1. ที่ว่างที่ใช้ระนาบด้านล่าง(พื้น)แต่เพียงอย่างเดียว เป็นเครื่องกำหนดขอบเขต
2. ที่ว่างที่ใช้ระนาบด้านล่าง(พื้น)และระนาบด้านข้าง (ผนัง)เป็นเครื่องกำหนดขอบเขต

3. ที่ว่างที่ใช้ระนาบด้านล่าง(พื้น) และที่ว่างที่ใช้ ระนาบด้านบน(หลังคา) เป็นเครื่องกำหนดขอบเขต

4. ที่ว่างในงานสถาปัตยกรรมที่ประกอบด้วย พื้น ผนัง หลังคาหรือเพดานเป็นเครื่องกำหนดขอบเขต

การปิดล้อมที่ว่าง

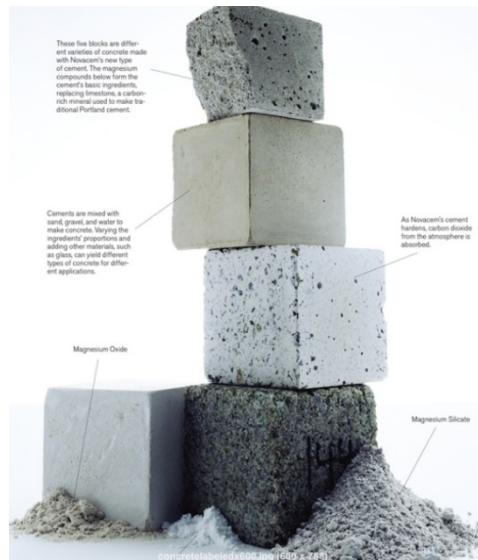
การปิดล้อมที่ว่าง หมายถึงการใช้องค์ประกอบชนิดใดชนิดหนึ่งเข้าปิดล้อมที่ว่าง เพื่อสร้างปริมาตรเพื่อการแบ่งพื้นที่ประโยชน์ใช้สอย เพื่อความต่อเนื่องของประโยชน์ใช้สอย เพื่อหยุดการเคลื่อนไหวของมนุษย์และสิ่งที่เคลื่อนไหวได้ระหว่างภายในและภายนอก เพื่อเชื่อมต่อการเคลื่อนไหวของมนุษย์และสิ่งที่เคลื่อนไหวได้ระหว่างภายในและภายนอก เพื่อเน้นความเข้าใจของส่วนภายนอกหรือภายใน โดยใช้ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างระนาบกับขอบเขตของที่ว่างซึ่งมีประเภทของการปิดล้อมที่ว่างได้ดังนี้

1. การปิดล้อมด้วย รูปทรง
2. การปิดล้อมด้วย ระนาบ
3. การปิดล้อมด้วย เส้นสาย
4. การปิดล้อมด้วย เส้นจุด

การใช้ที่ว่างเพื่อเชื่อมต่อความสัมพันธ์ของที่ว่างทางสถาปัตยกรรม (Interlock) ลักษณะนี้หมายถึง ที่ว่างส่วนที่ไม่ระบุความหมายแน่ชัดในการใช้สอย หรือการเคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว แต่ถูกสร้างเพื่อแสดงความสัมพันธ์ในระบบของการรับรู้และการนึกคิดของมนุษย์กับที่ว่างทางสถาปัตยกรรม โดยมีเงื่อนไขของการปิดกั้นของการเป็นพื้นที่ภายในและภายนอก การแบ่งส่วนประโยชน์สอยและการเชื่อมต่อส่วนประโยชน์ใช้สอยเป็นประเด็นสำคัญ

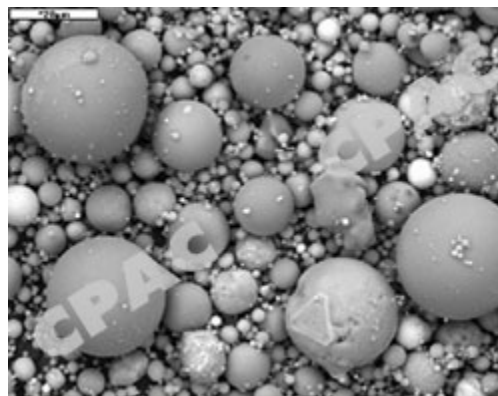
4.2.2 การใช้วัสดุ

4.2.2.1 คอนกรีตรักษ์โลก เป็นคอนกรีตที่มีส่วนผสมของเถ้าลอยถ่านหิน ตาม มอก. 2135 ซึ่งเป็นการนำวัสดุทดแทนมาเป็นส่วนผสมในคอนกรีตเพื่อลดการใช้พลังงานและ ทรัพยากรธรรมชาติถือเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และโดยทั่วไปจะมีราคาที่เหมาะสมกว่าคอนกรีตซีเมนต์ล้วน



รูปที่ 4.22 แสดงลักษณะของคอนกรีตรักษ์โลก

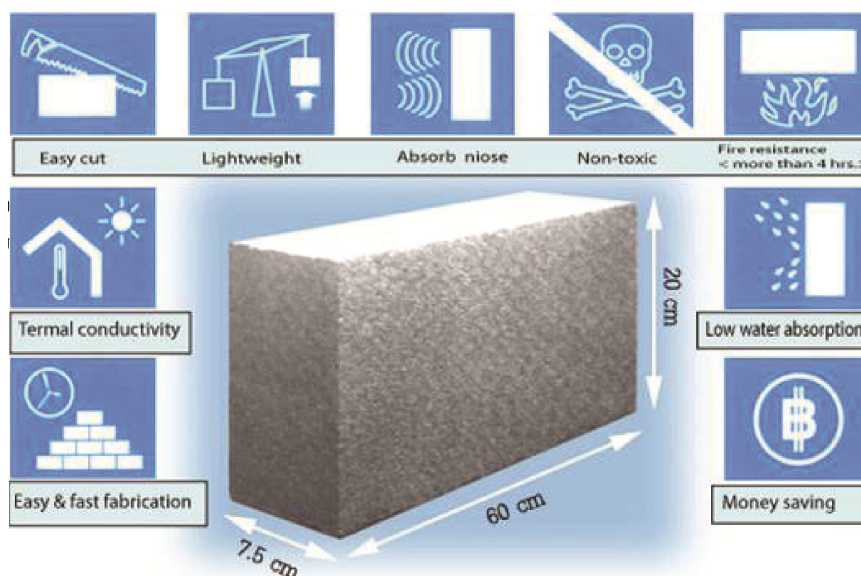
เถ้าลอยถ่านหิน เป็นวัสดุที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตกระแสไฟฟ้าและได้มีการนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งมีคุณสมบัติที่สามารถนำมาเป็นส่วนประกอบของคอนกรีตที่ใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก ทั้งในยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น มากกว่า 50 ปี



รูปที่ 4.23 แสดงภาพของเถ้าลอยถ่านหิน

คุณสมบัติของคอนกรีตรักษ์โลก

1. สามารถตัดแต่งได้ง่าย ๆ ด้วยเลื่อยทั่วไป สามารถเจาะยึดได้โดยไม่แตกยุ่ย หรือตอกตะปูโดยไม่ต้องฝังพุก
2. มีน้ำหนักเบา ที่ Density ต่ำกว่า 1000 สามารถลอยน้ำได้
3. มีอัตราการซึมน้ำต่ำซึ่งคุณสมบัตินี้ทำให้ไม่เกิดความชื้นซึ่งเป็นบ่อเกิดของเชื้อรา
4. สามารถรักษาอุณหภูมิของห้องได้ดี
5. เป็นฉนวนป้องกันเสียงเหมาะที่จะเลือกใช้ทำห้องที่ต้องการได้ เช่นห้องอัดเสียง ห้องซ้อมดนตรี ทำให้เสียงไม่สารถเล็ดลอดออกไปได้ โดยสามารถเลือกใช้ บล็อกที่มีความหนาต่าง ๆ ได้ เช่น หนาที่ 7.5 เซนติเมตร, 10 เซนติเมตร , 15 เซนติเมตร , 20 เซนติเมตร ฯลฯ
6. การก่อฉาบใช้ปูนมอลตาทั่วไปผสมทรายไม่จำเป็นต้องใช้ปูนขาวและเครื่องมือพิเศษเหมือนมวลเบาอื่นๆ
7. สามารถทนไฟได้นานกว่า 4 ชั่วโมง
8. สามารถประหยัดเงินได้จากขั้นตอนการผลิตและการก่อสร้าง



รูปที่ 4.24 แสดงคุณสมบัติคอนกรีตรักษ์โลก

4.2.2.2 ปูนซีเมนต์โปร่งแสง ปูนซีเมนต์เป็นวัสดุก่อสร้างที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากมีความแข็งแรงและราคาที่สมเหตุสมผลแต่ปัจจุบันนิยมใช้ปูนเปลือยมาใช้ในการก่อสร้างอาคารเพื่อให้อาคารได้ซึ่งดูดิบและแปลกตา จากลักษณะของพื้นผิวซีเมนต์ทำให้อาคารที่ก่อสร้างด้วยเทคนิคปูนเปลือยดูหนัก ทึบตัน และมักจะมีปัญหาในเรื่องของแสงสว่างภายในอาคารไม่เพียงพอ แต่ข้อจำกัดนั้นจะถูกแทนที่ด้วยปูนซีเมนต์ชนิดใหม่ที่แสงสามารถทะลุผ่านได้ ที่มีส่วนผสมของเคมีภัณฑ์ชนิดพิเศษ เทผสมลงไป “พลาสติกเรซินชนิดพิเศษ” ที่ก่อแบบเอาไว้ทำให้เกิดเป็นวัสดุก่อสร้างชนิดใหม่มีคุณสมบัติที่แข็งแรง เป็นฉนวนและที่สำคัญคือมีความโปร่งแสงทำให้แสงสามารถผ่านไป



รูปที่ 4.25 แสดงภาพของปูนซีเมนต์โปร่งแสง



รูปที่ 4.26 แสดงภาพของปูนซีเมนต์โปร่งแสง

บทที่ 5

การวิเคราะห์และสรุปผลการออกแบบ

5.1 แนวความคิดในการออกแบบโครงการ



สบใจสินค้าที่มี
เอกลักษณ์ของไทย



สืบสานภูมิปัญญาและอาชีพ
ดั้งเดิมของคนไทยให้คงอยู่ต่อไป



ศูนย์แสดงสินค้า



อาคารที่ลดการะ
การใช้พลังงาน

รูปที่ 5.1 แสดงแนวความคิดในการออกแบบ

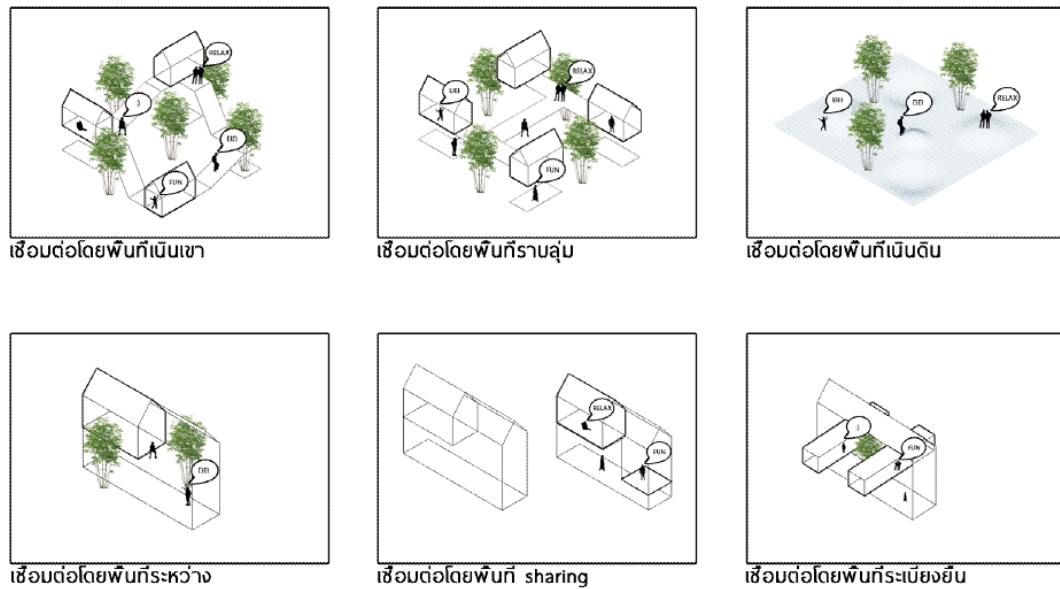
แนวคิดในการออกแบบ อ้างอิงตามการออกแบบตามหลักสถาปัตยกรรมไทยที่ใช้ซึ่งเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยนั้นก็จะเป็นการออกแบบที่อิงต่อสภาพแวดล้อม และอยู่ได้ด้วยตัวของมันเอง การใช้วัสดุที่ให้กลิ่นอายของไทยรวมถึงการใช้ปัจจัยทางธรรมชาติมาเป็นตัวช่วยในการออกแบบ

1) การใช้แสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในโครงการเพื่อลดปริมาณของการใช้ไฟฟ้าในโครงการลง

2) ทำให้เกิดการเบียดเบียนด้านพลังงานในโครงการลดลงโดยการลดการใช้เครื่องปรับอากาศ การใช้วัสดุประหยัดพลังงานและการออกแบบที่อิงต่อสภาพแวดล้อมตามเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยเพื่อนำประโยชน์ของทิศทางลมและแสงเข้ามาช่วยเพื่อให้โครงการเกิดประสิทธิภาพในการประหยัดพลังงานได้มากยิ่งขึ้น

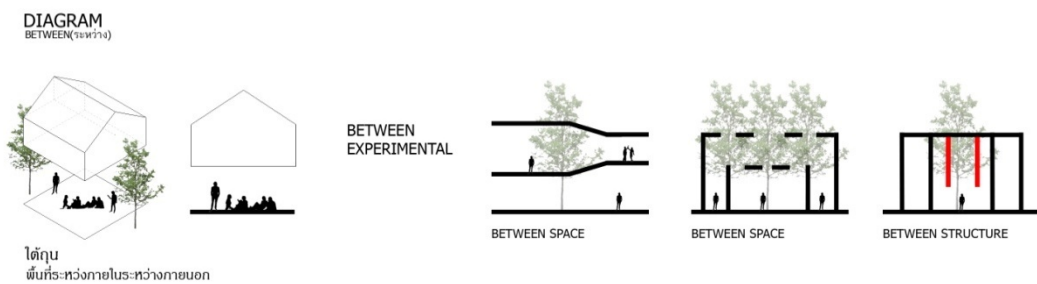
3) ด้วยสินค้าโอท็อปที่ถือว่าเป็นเศรษฐกิจรากหญ้าของไทย จึงทำให้เกิดเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าภายใต้แบรนด์ของคนไทยออกสู่ตลาดและทำให้เศรษฐกิจพื้นฐานของคนไทยให้ยังคงสามารถยืนหยัดต่อไปได้

5.1.1 ช่างสิบหมู่ ซึ่งเราสนใจ 10 หมู่บ้านที่ถูกคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้านต้นแบบของแต่ละภาคเพื่อยกระดับการผลิตและภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยมาการส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย เราจึงศึกษาลักษณะการใช้พื้นที่การใช้งานและการอยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับบริบทแบบไทย รวมถึงการเลือกใช้พื้นที่ดังกล่าวมาออกแบบพื้นที่การใช้งานของโครงการ จากการศึกษาลักษณะของการทำงาน Thai Space มีลักษณะดังนี้



รูปที่ 5.2 แสดงไดอะแกรมการใช้งาน Thai Space

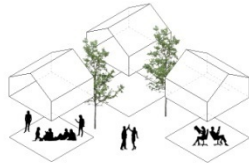
5.1.2 Between Space แนวความคิดในการออกแบบที่สัมพันธ์กันกับสินค้าโอท็อป โดยเรามองถึงในแง่ของการผลิตสินค้าของในแต่ละหมู่บ้านที่ส่วนมากจะทำงานอยู่ภายใต้ถุนบ้าน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่คลุมเครือระหว่างพื้นที่ภายในอาคารและภายนอกอาคาร แต่ยังมีความสัมพันธ์กันในแง่ของการใช้งาน ซึ่งเราสนใจในคำว่า ระหว่าง หรือ **Between Space** จากการศึกษาลักษณะของการใช้งาน Space ของการทำงานอยู่ภายใต้ถุนบ้าน จึงมีลักษณะ ดังนี้



รูปที่ 5.3 แสดงไดอะแกรมการใช้งาน Between Space

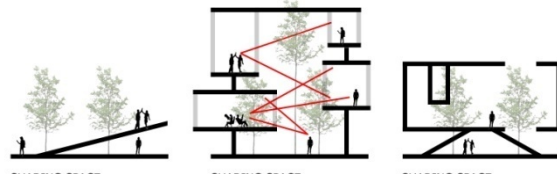
5.1.3 Sharing Space แนวความคิดในการออกแบบที่สัมพันธ์กันกับสินค้าโอท็อป โดยเรามองในเรื่องของการเข้าถึงในการผลิตสินค้าโอท็อปของแต่ละหมู่บ้าน เหมือนเราเดินเที่ยวชมการทำงานของแต่ละบ้านที่ทำการผลิตสินค้า ซึ่งเป็นพื้นที่ของการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์ในการมองเห็นกันและเป็นพื้นที่แบ่งปันความรู้ ซึ่งเราสนใจในคำว่า แบ่งปัน หรือ **Sharing Space** จากการศึกษาลักษณะของการใช้งาน Space ของการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์ในการมองเห็นกัน และเป็นพื้นที่แบ่งปันความรู้ภายในหมู่บ้านจึงมีลักษณะ ดังนี้

DIAGRAM
SHARING (พื้นที่แบ่งปัน)



ใต้ถุน
เป็นพื้นที่ระหว่างพื้นที่ของการทำงาน
ที่มีปฏิสัมพันธ์ในการมองเห็นกัน และเป็นพื้นที่
แบ่งปันความรู้

SHARING
EXPERIMENTAL



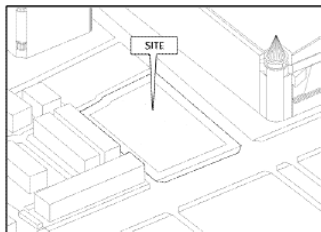
SHARING SPACE
เป็นการ แร่ดินที่ระหว่างพื้นที่ที่จัดอยู่
ภายในกับภายนอกอาคาร

SHARING SPACE

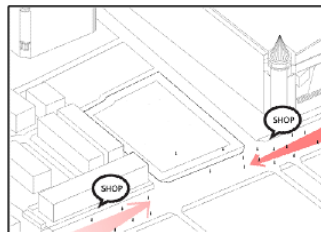
SHARING SPACE
เป็นการ แร่ดินที่ระหว่างพื้นที่ที่จัดอยู่
กับพื้นที่สวนข้างทาง

รูปที่ 5.4 แสดงไดอะแกรมการใช้งาน Sharing Space

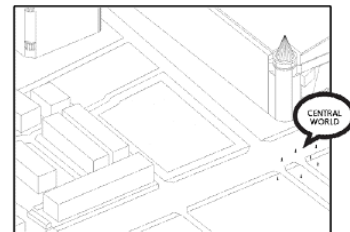
5.2 กระบวนการออกแบบโครงการ



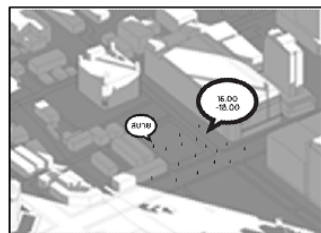
SITE
AREA : 5870 SQM
LAW : สผดง พ5
TYPE : อาคารสาธารณะ



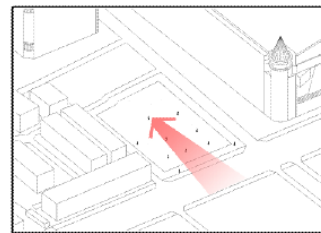
เส้นทาง การเข้าถึง



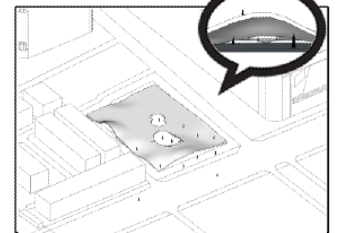
การใช้พื้นที่ของย่าน
ในย่านนี้จะมี node หลักคือ central world
ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับโครงการ



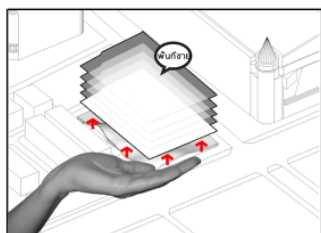
การเดินทางของสิ่งแวดล้อม
บวกกับช่วงเวลาของคนใช้สอยและบรรยากาศ
ของแสงแดดและสายลม



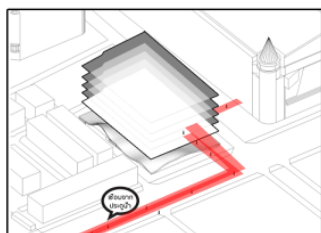
จัดการชั้น GROUND
เป็นพื้นที่ดึงดูดคนและเป็นพื้นที่ได้ถ่มบ้าน
ที่สามารถทำกิจกรรมหลากหลายได้



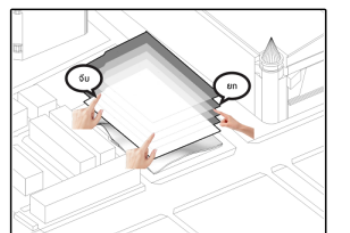
เนินดิน
ใช้เนินดินในการเดินทางเป็นตัวแบ่งแยกพื้นที่การใช้
และภาพเข้าถึง



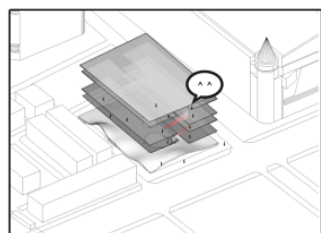
ต้นและห่อถึองอาคารชายชั้น



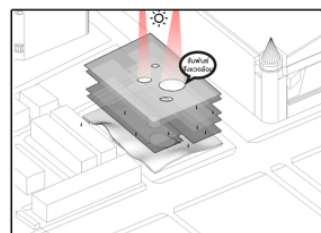
เชื่อมกับ SKY WALK



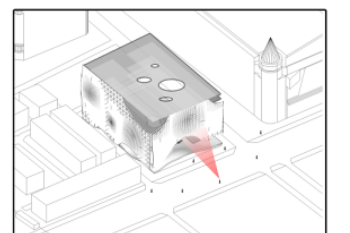
SUBJECT
จากประเด็นหมู่บ้านที่สนนิงบวกกับพื้นที่การใช้
ของหมู่บ้าน OTOP คือ SHARING & BETWEEN



โดยให้กรรใช้งานมีปฏิสัมพันธ์
กับสิ่งแวดล้อมภายในที่สร้างขึ้น



คว้านคอร์ตอาคาร
เพื่อให้เห็นธรรมชาติเข้ามาสร้างปรากฏการณ์
และการมีส่วนร่วม

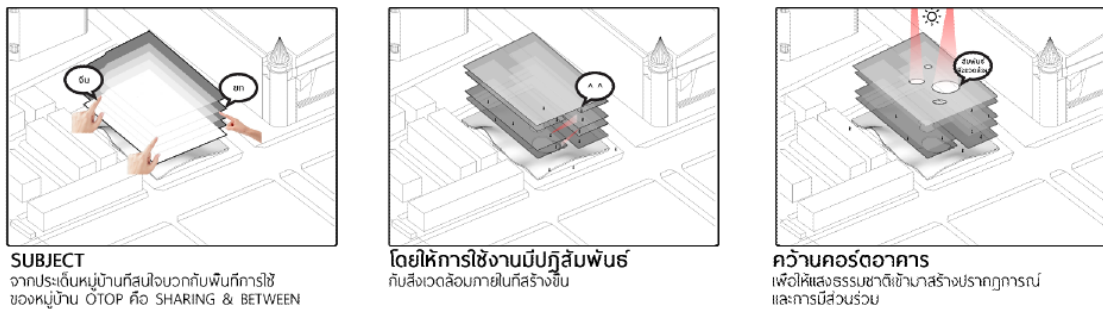


ใส่ไฟสาด
เพื่อให้การสัมผัสภายนอกให้เป็นอาคารเป็นส่วนหนึ่ง
ของพื้นที่ที่สะท้อนภูมิปัญญาของท้องถิ่น

รูปที่ 5.5 แสดงไดอะแกรมกระบวนการออกแบบโครงการ

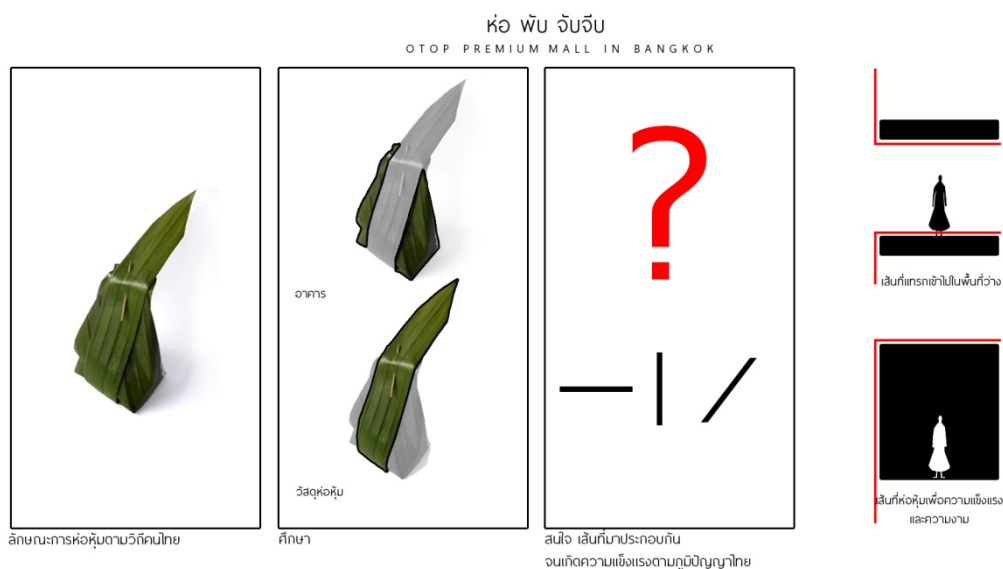
ความรู้สึก หรือแม้แต่การมีส่วนร่วมของพื้นที่ทั้งโครงการที่สามารถมองเห็นกันได้ จะมีการเน้นคอร์ริดตรงกลาง ซึ่งเป็นบรรยากาศของพื้นที่ภายในที่ทำให้เกิดการรับรู้ การเชื่อมต่อของแต่ละชั้นอาคารเหมือนแต่ละหมู่บ้านนั้นสามารถมองเห็นกิจกรรมของกันและกันได้ และรวมไปถึงประโยชน์ของการรับแสงธรรมชาติจากภายนอกมาใช้ในโครงการ โดยมีทางเดินคาบเคียงระหว่างพื้นที่ทำให้เกิดบรรยากาศเสมอ ซึ่งในแต่ละชั้นจะมีการให้โวลุ่มที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากในแต่ละหมู่บ้านนั้นมีถิ่นฐานที่แตกต่างกัน

หลักการวางกลุ่มพื้นที่ใช้สอยคือ จับกลุ่มพื้นที่ใช้สอยออกตามประเภทสินค้า โดยให้สินค้าที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดีและขายออกได้ง่ายให้เข้าถึงก่อนเป็นอันดับแรก แล้วแยกย่อยกระจายกลุ่มพื้นที่ใช้สอยตามประเภทสินค้าอื่นๆออกไปตามพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของโครงการเพื่อสร้างบรรยากาศในแบบของหมู่บ้านโอท็อป



รูปที่ 5.7 แสดงแนวความคิดการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโครงการ

5.5 แนวความคิดการออกแบบ Façade โครงการ



รูปที่ 5.8 แสดงแนวความคิดการออกแบบ Façade ของโครงการ

5.6 ผลงานการออกแบบ

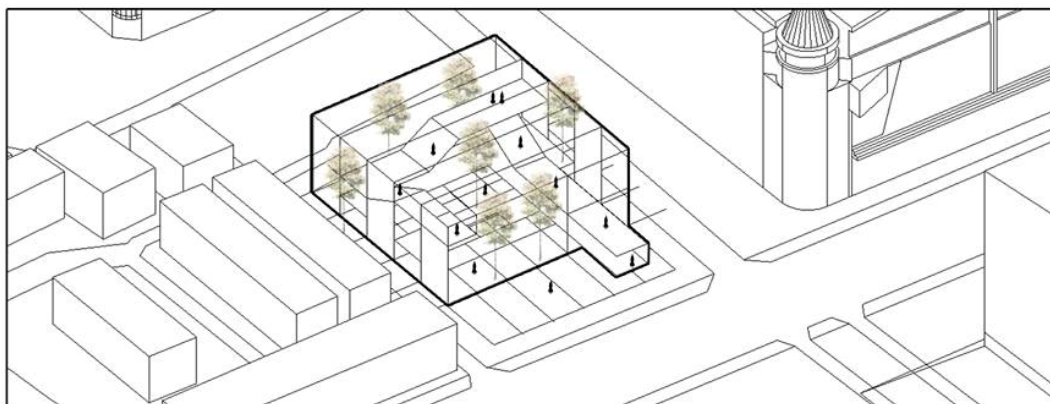
5.6.1 การออกแบบร่าง

เป็นการออกแบบร่างในขั้นตอนการตัดโมเดลแนวความคิด

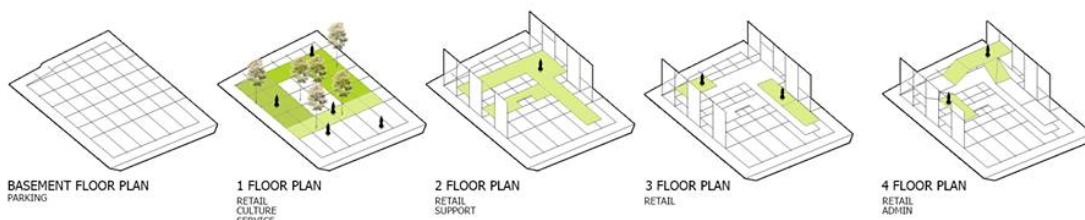


รูปที่ 5.9 แสดง Model Concept ของโครงการ

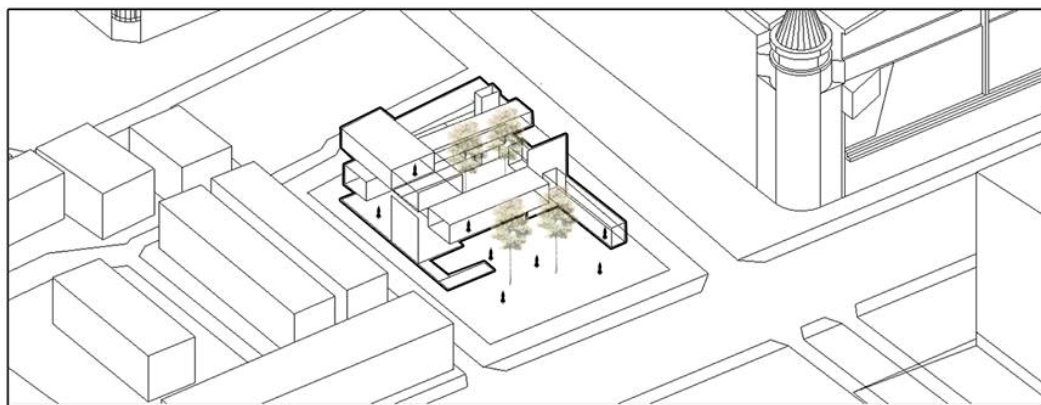
5.6.2 การออกแบบร่างขั้นต้น



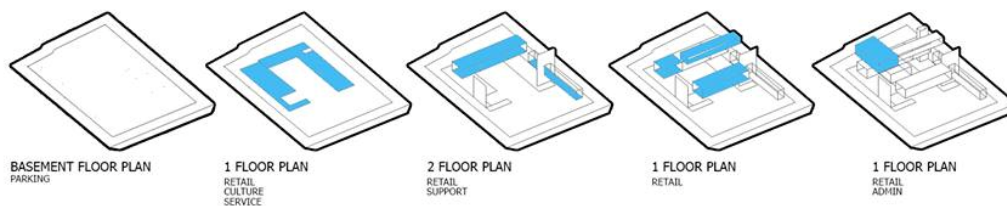
THAILAND OTOP PREMIUM MALL
MASS ZONING



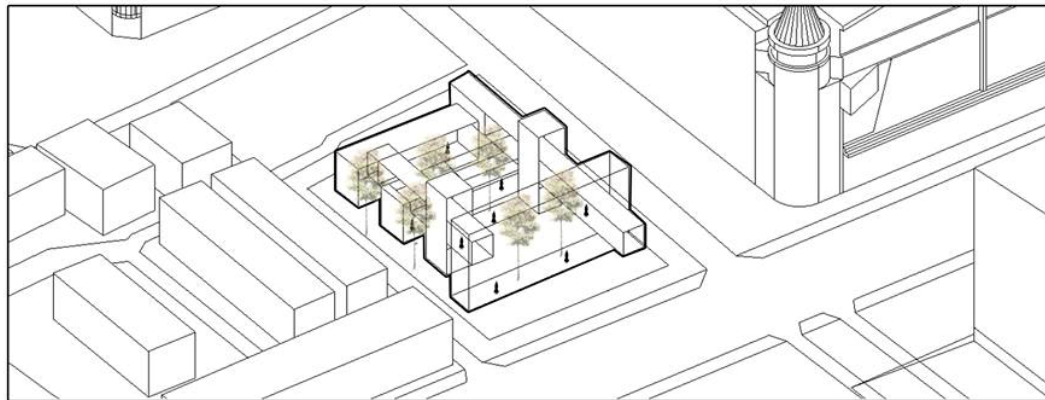
รูปที่ 5.10 แสดง แบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 1 ของโครงการ



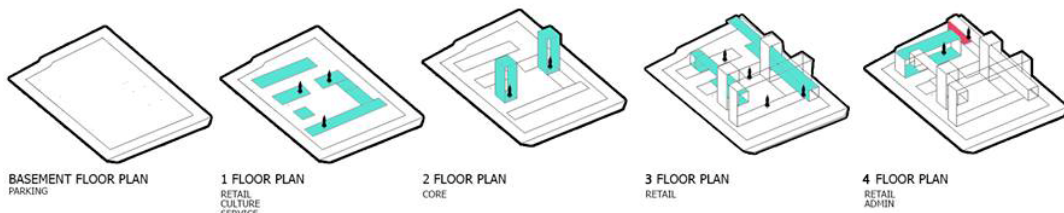
THAILAND OTOP PREMIUM MALL
MASS ZONING II



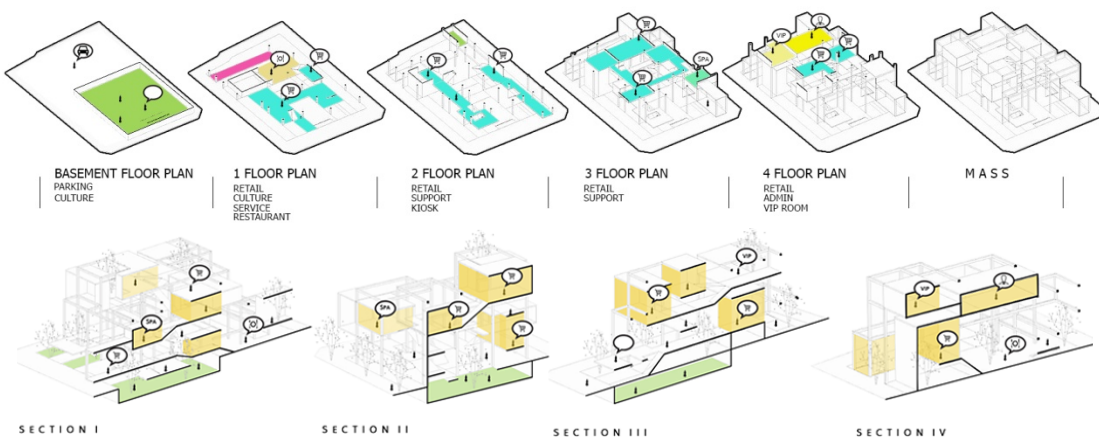
รูปที่ 5.11 แสดง แบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 2 ของโครงการ



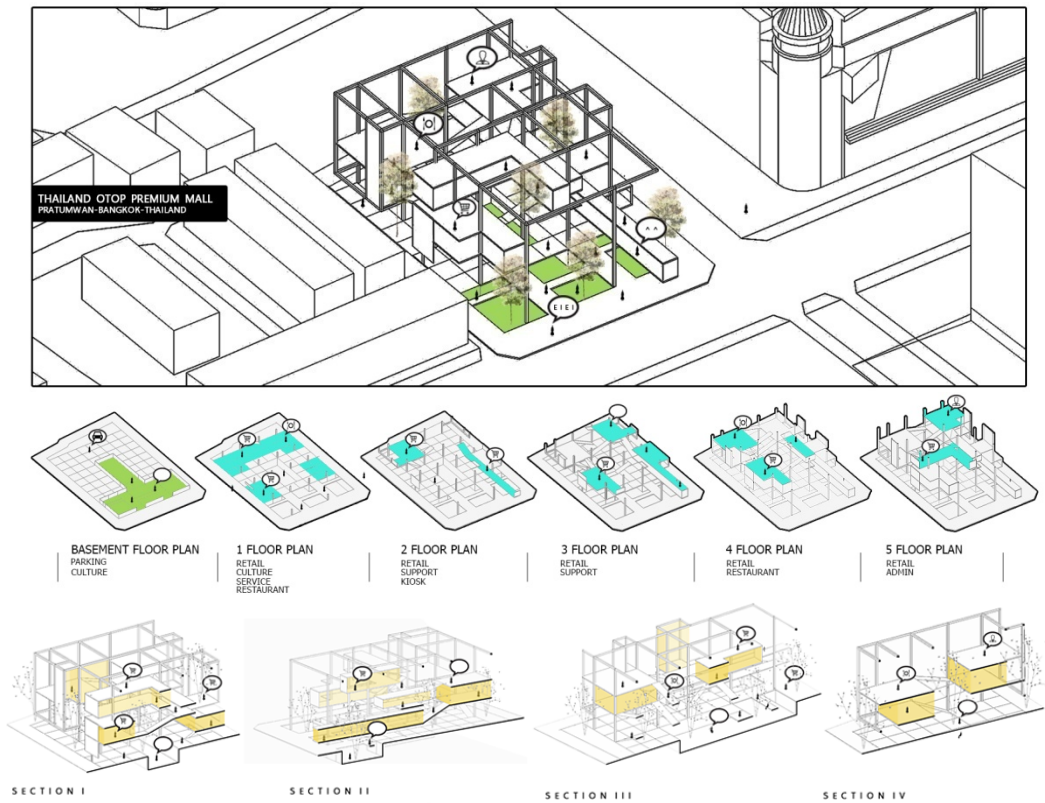
THAILAND OTOP PREMIUM MALL
MASS ZONING III



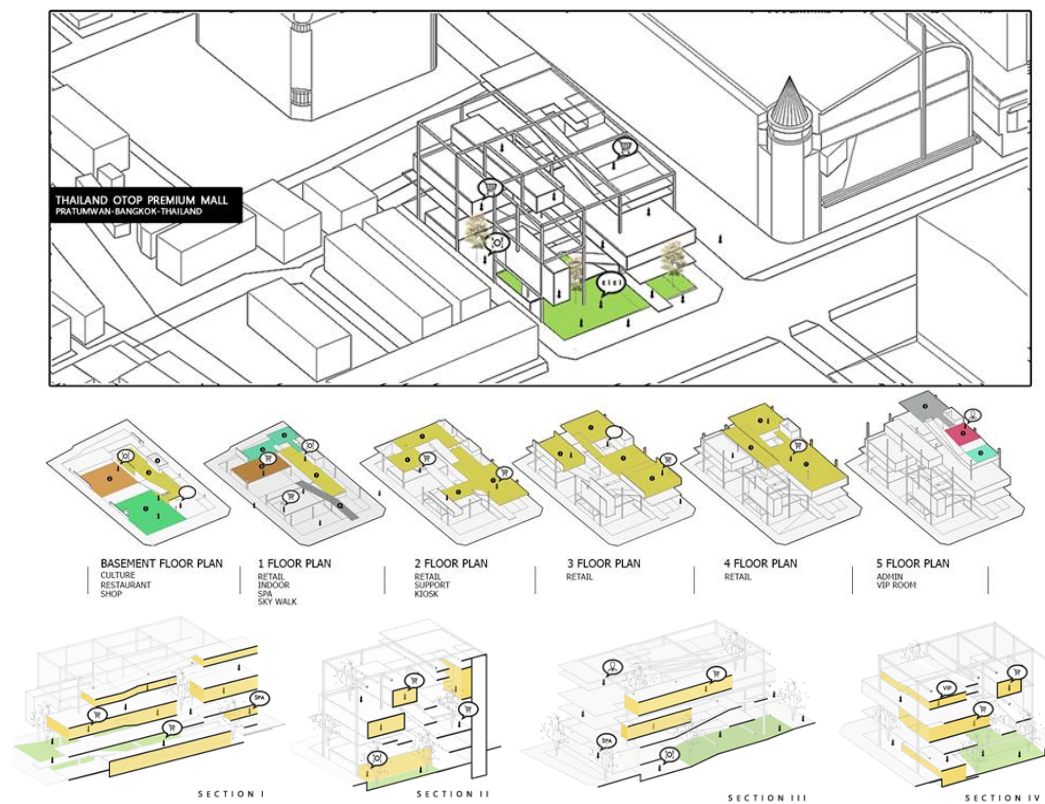
รูปที่ 5.12 แสดง แบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 3 ของโครงการ



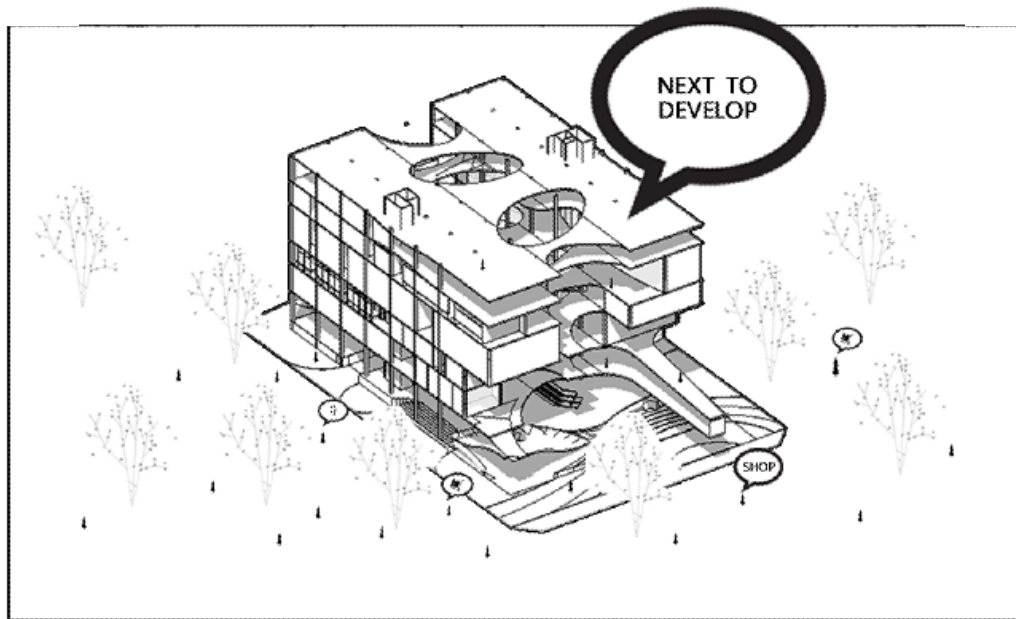
รูปที่ 5.13 แสดง แบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 4 ของโครงการ



รูปที่ 5.14 แสดง แบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 5 ของโครงการ



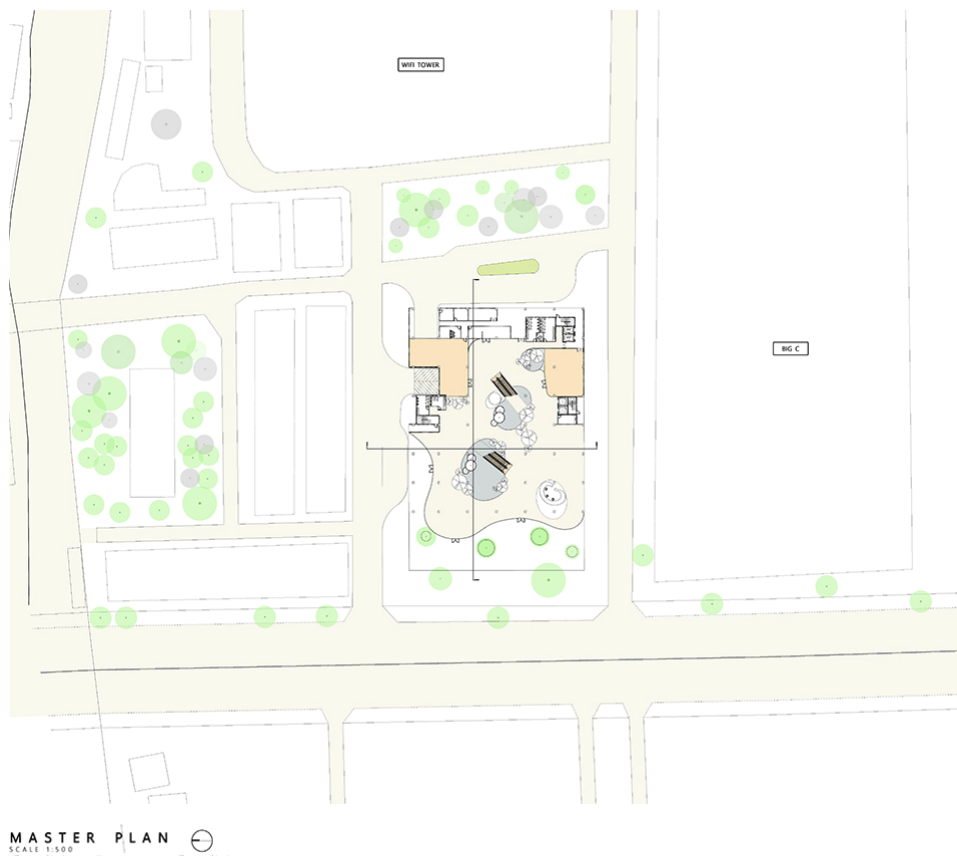
รูปที่ 5.15 แสดง แบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 6 ของโครงการ



รูปที่ 5.16 แสดง แบบร่าง Design Tools ชั้นที่ 7 ของโครงการ

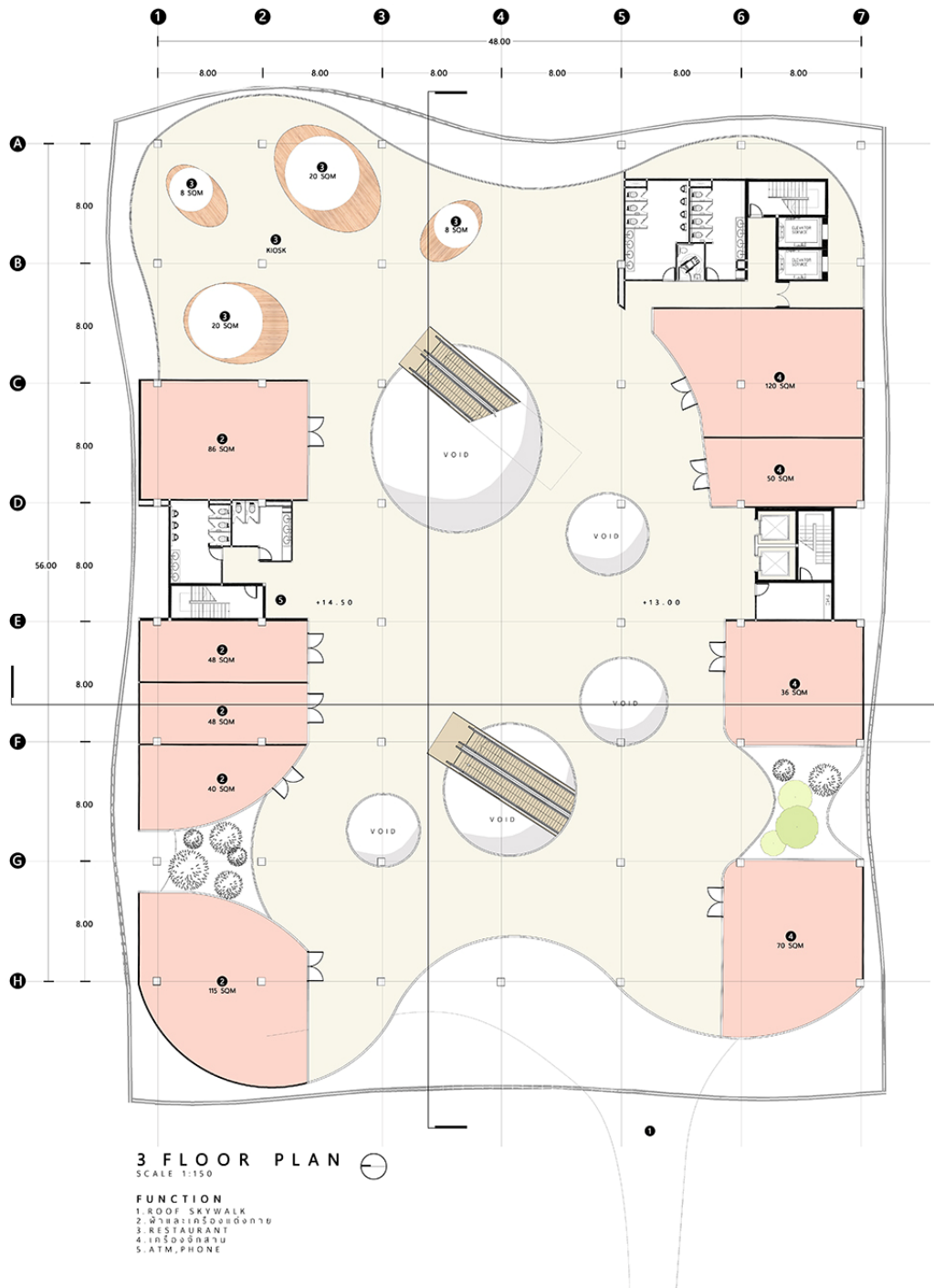
5.6.3 การออกแบบรายละเอียด

5.6.3.1 แบบแปลนอาคาร





รูปที่ 5.18 แสดง แบบแปลนชั้น 2 ของอาคาร



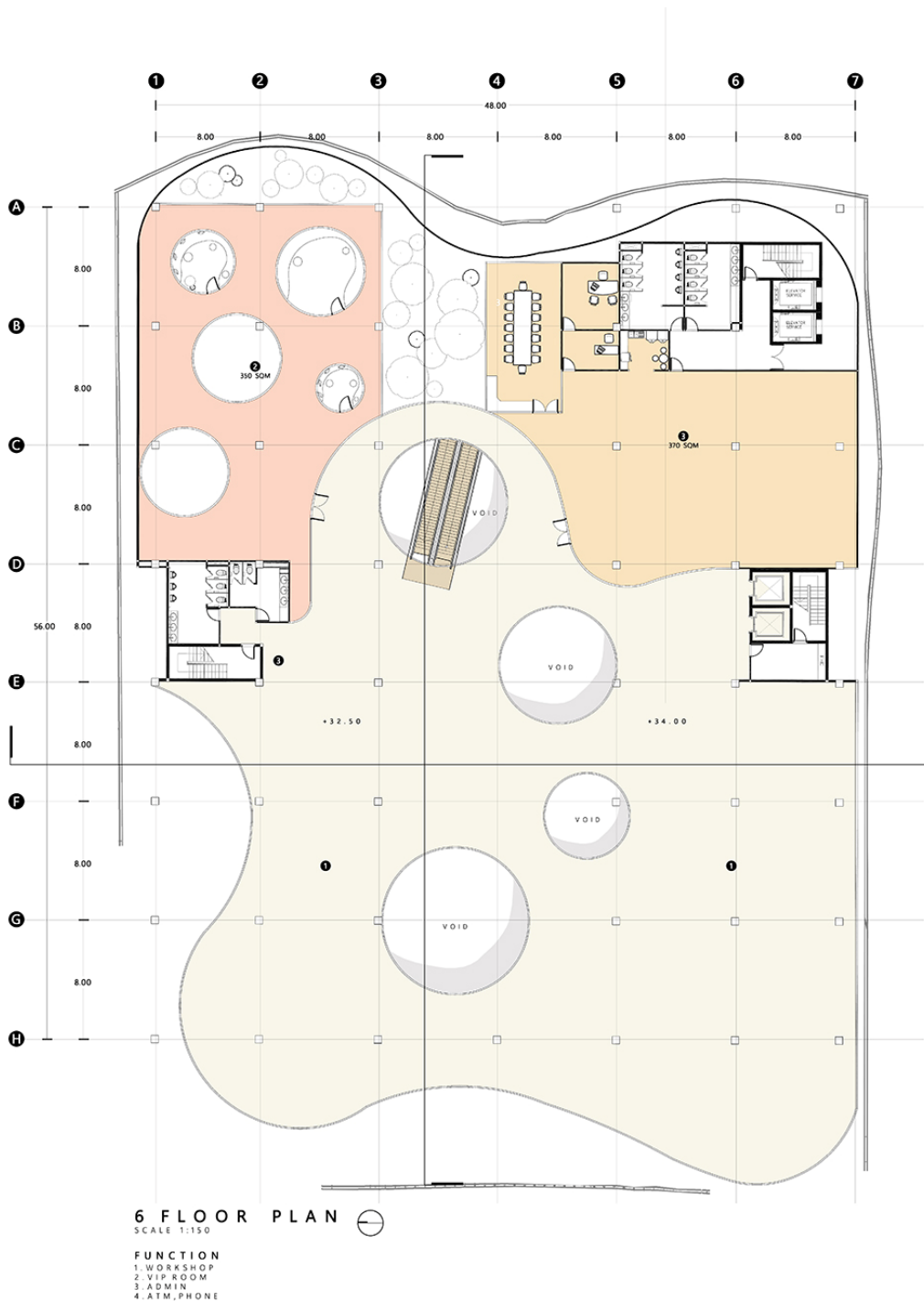
รูปที่ 5.19 แสดง แบบแปลนชั้น 3 ของอาคาร



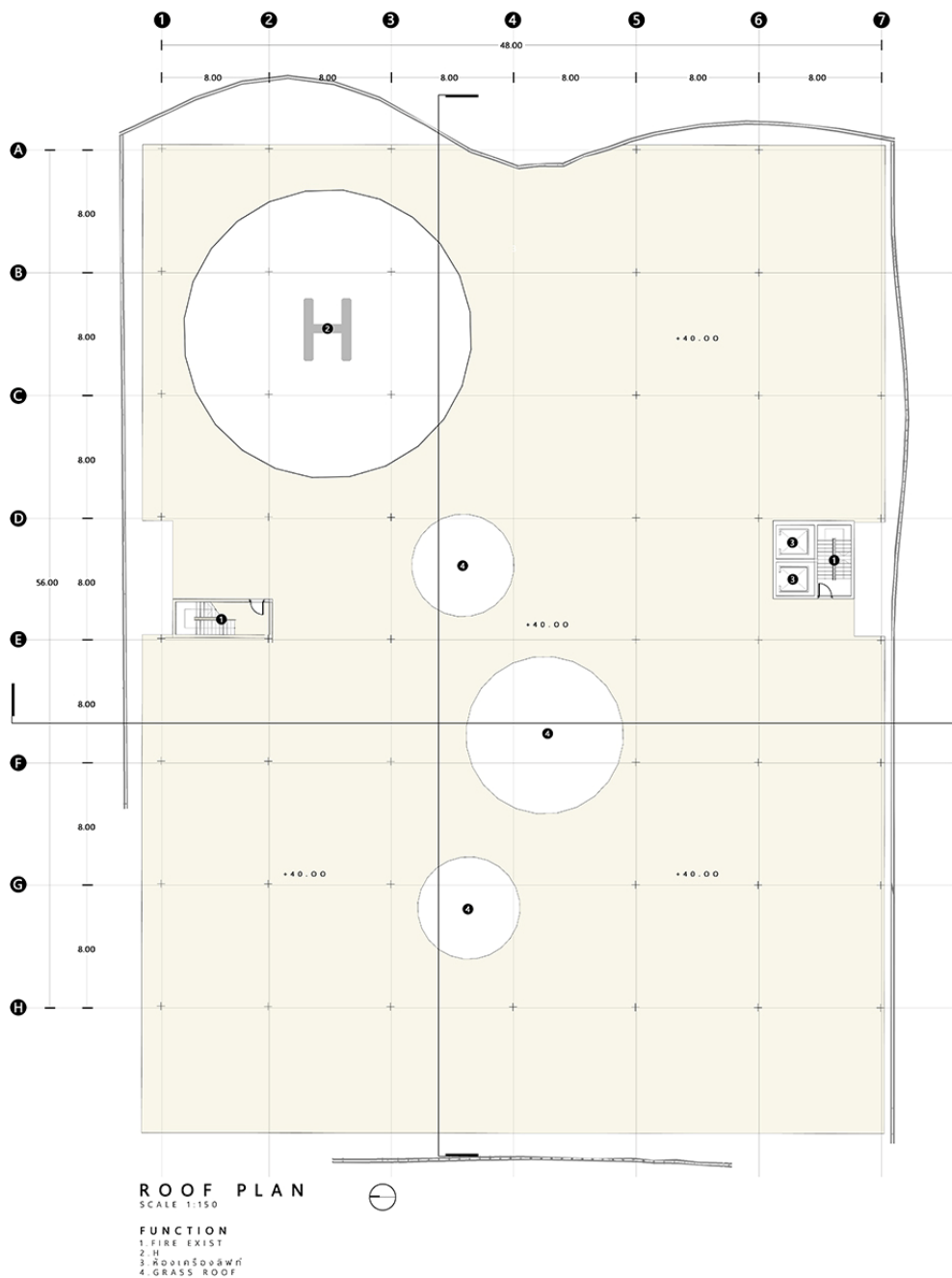
รูปที่ 5.20 แสดง แบบแปลนชั้น 4 ของอาคาร



รูปที่ 5.21 แสดง แบบแปลนชั้น 5 ของอาคาร



รูปที่ 5.22 แสดง แบบแปลนชั้น 6 ของอาคาร



รูปที่ 5.23 แสดง แบบแปลนชั้นหลังคาของอาคาร



BASEMENT 1
SCALE 1:150

- FUNCTION**
 1. FIRE EXIST
 2. WATER TANK
 3. FIRE WATERTANK
 4. PUMP ROOM
 5. AIR ROOM
 6. GENERATOR
 7. MDR

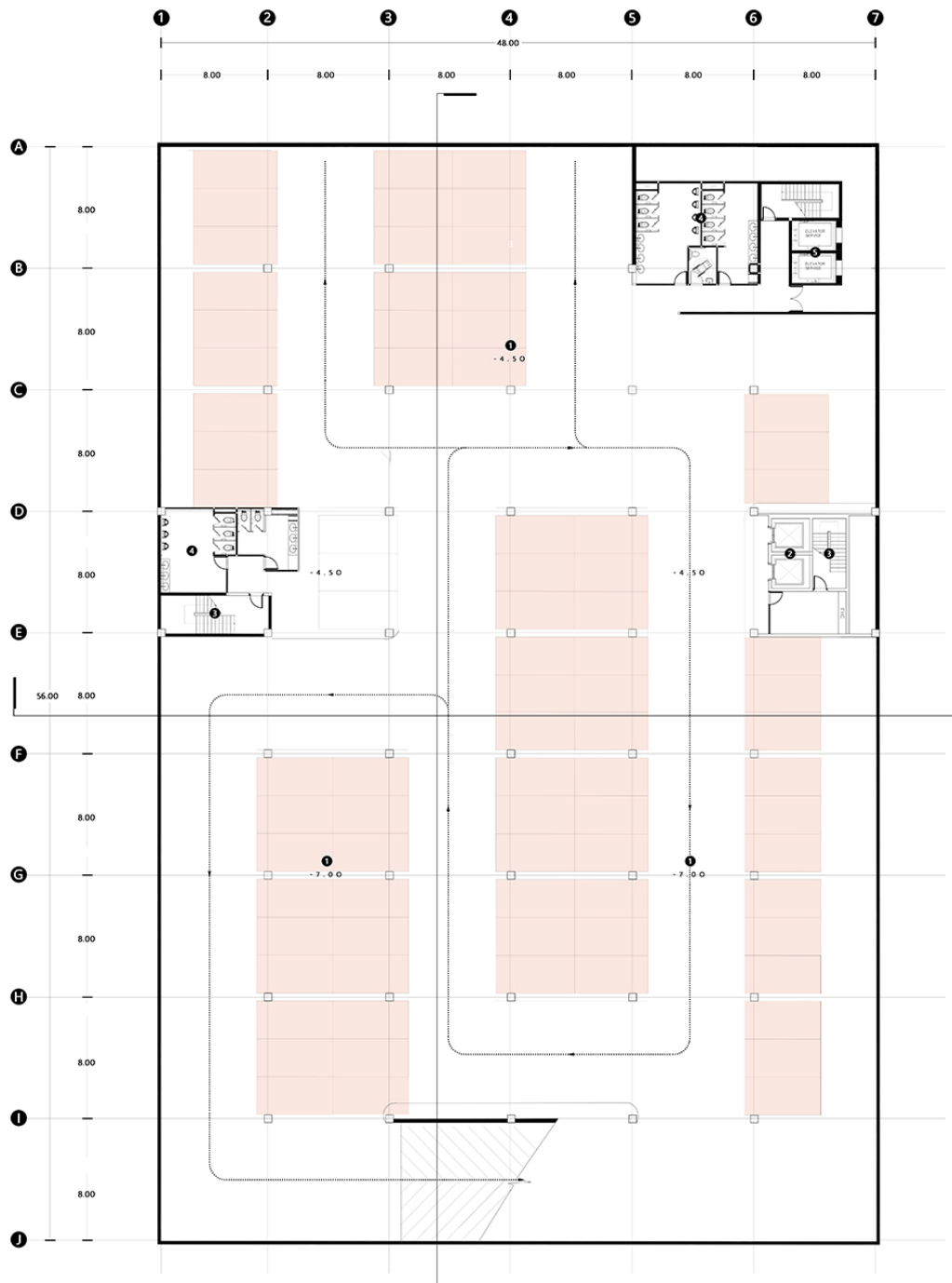
รูปที่ 5.24 แสดง แบบแปลนชั้นใต้ดิน 1 ของอาคาร



BASEMENT 2

- SCALE 1:150
- FUNCTION**
- 1. FIRE EXIT
 - 2. WATER TANK
 - 3. FIRE WATERTANK
 - 4. ลิฟต์โดยสาร
 - 5. ลิฟต์คนพิการ
 - 6. ผนังค้ำยัน

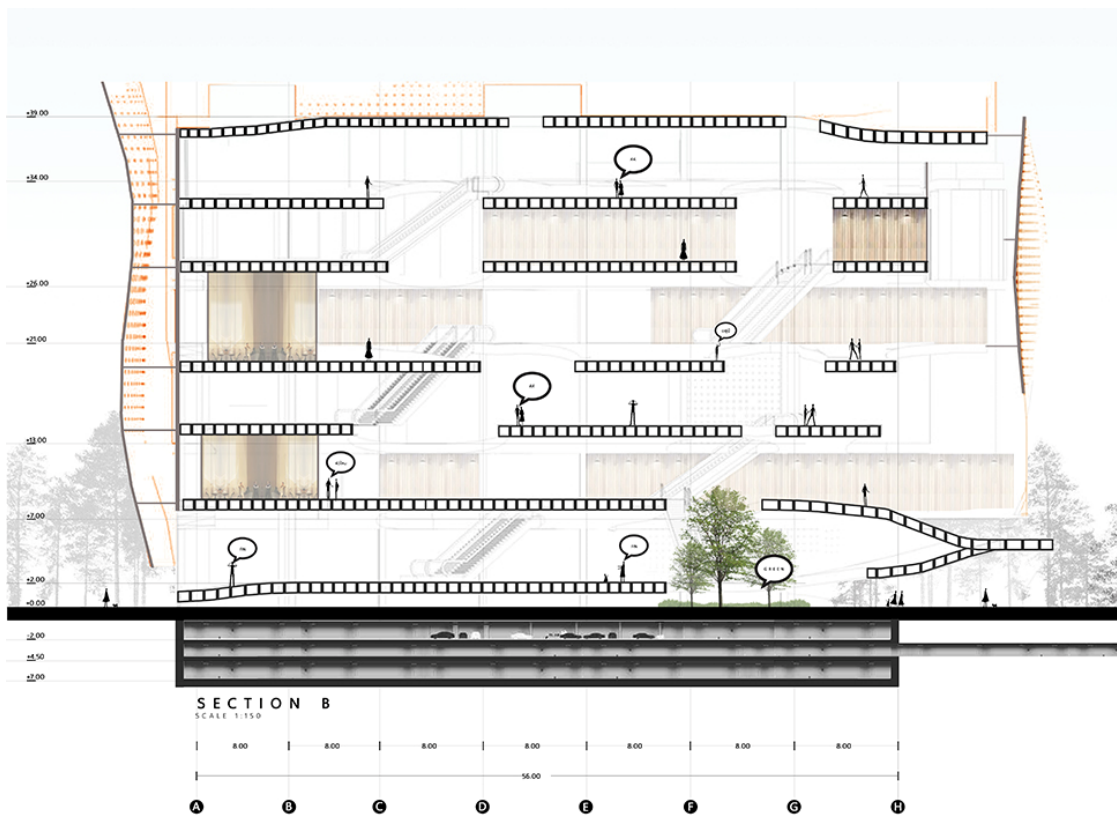
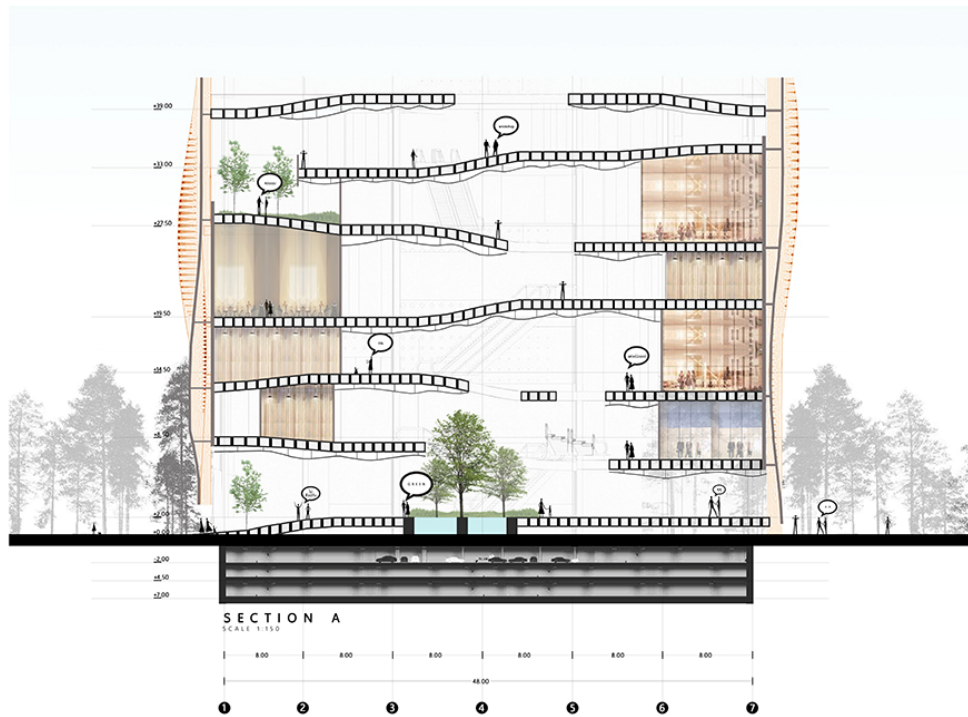
รูปที่ 5.25 แสดง แบบแปลนชั้นใต้ดิน 2 ของอาคาร



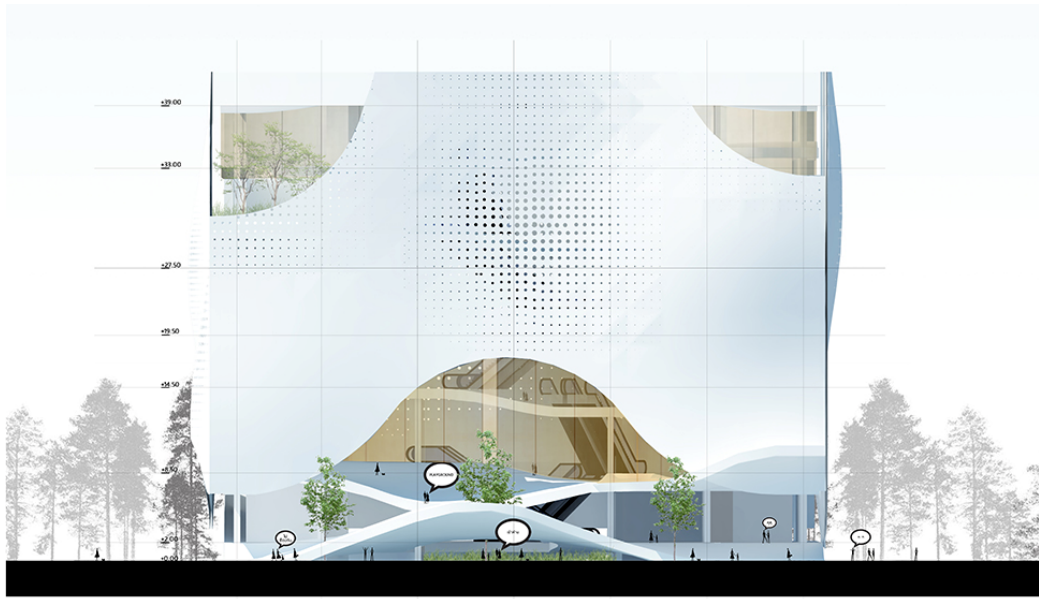
BASEMENT 3
SCALE 1:150

- FUNCTION**
 1. PARKING
 2. ห้องเครื่องจักร
 3. วนลิฟต์
 4. WC
 5. ลิฟต์ขนส่ง

รูปที่ 5.26 แสดง แบบแปลนชั้นใต้ดิน 3 ของอาคาร

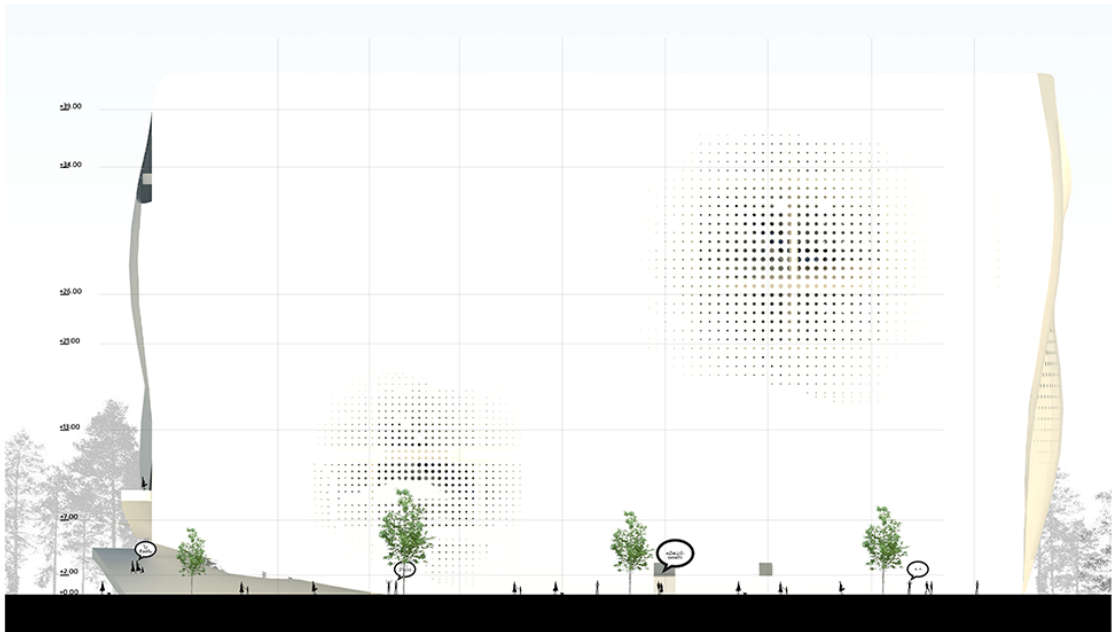
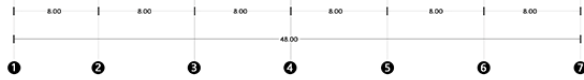


รูปที่ 5.27 แสดงแบบ รูปตัดของอาคาร



FRONT ELEVATION

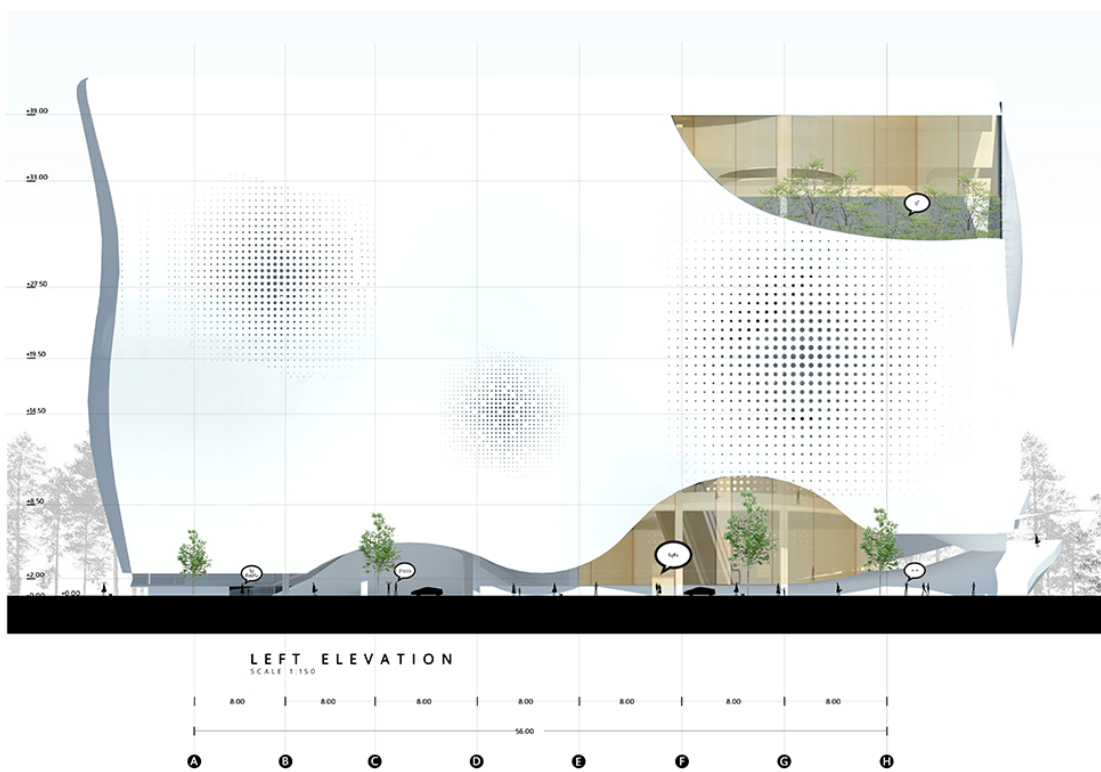
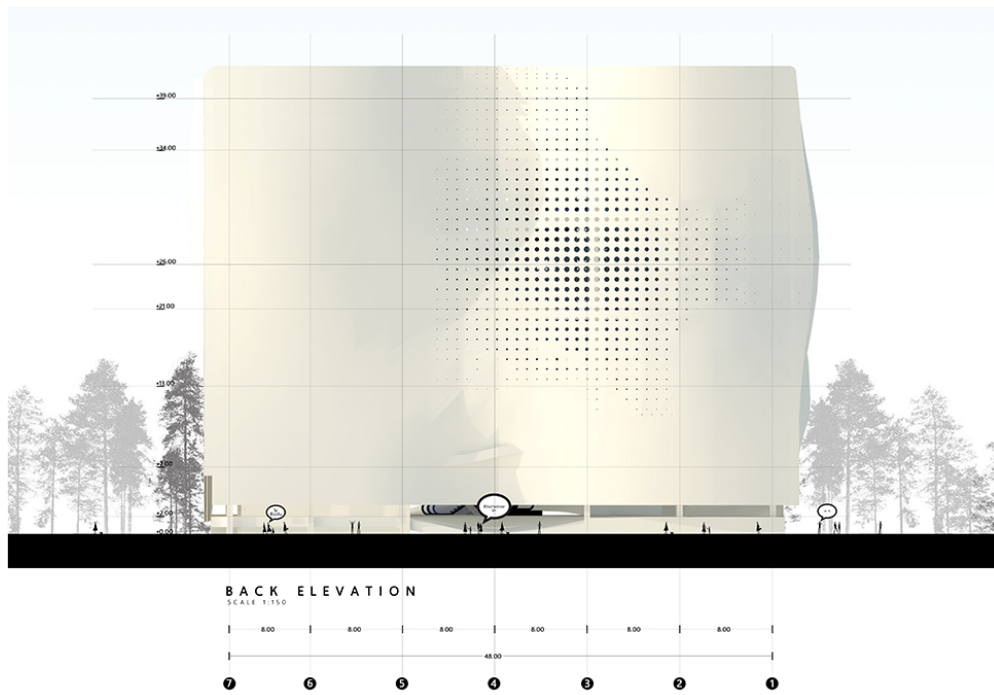
SCALE 1:150



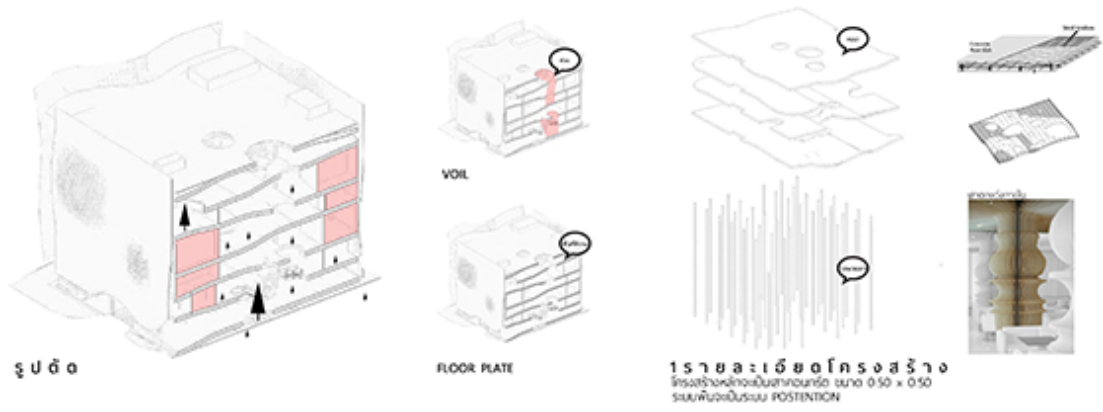
RIGHT ELEVATION

SCALE 1:150

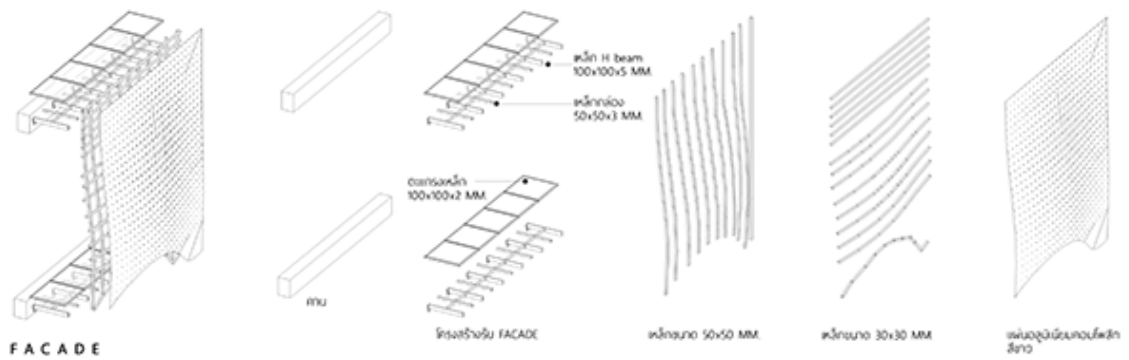
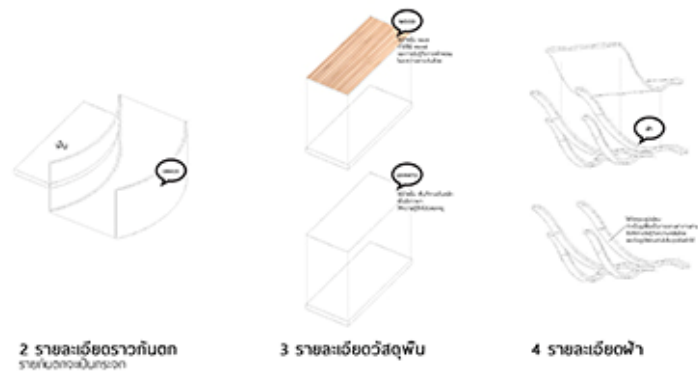




รูปที่ 5.28 แสดงแบบ รูปด้านของอาคาร

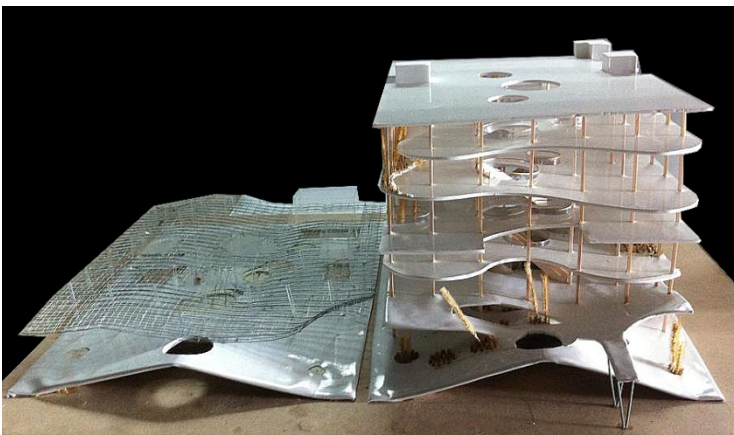


รูปที่ 5.29 แสดงแบบ Detail โครงสร้างของอาคาร



รูปที่ 5.30 แสดงแบบ Detail Façade ของอาคาร

5.6.4 หุ่นจำลอง



รูปที่ 5.31 แสดงหุ่นจำลอง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ออนไลน์

ไทยตำบล โอท็อป. ผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปไทย.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

www.thaitambon.com.

ผลิตภัณฑ์โอท็อป 5 ดาว. จำนวนผลิตภัณฑ์โอท็อป 5 ดาวแยกตามประเภท. 2558.

[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก : www.otop5star.com/product-th.

ศูนย์วิจัยธุรกิจและเศรษฐกิจ. รัฐเตรียมฟื้นฟูศูนย์กระจายสินค้าโอท็อปทั่วประเทศ. 2558.

[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก : www.ecberkku.com/news3/762--2-.html.

Thailand Elite. 2557. ประเภทการให้บริการและข้อมูลการท่องเที่ยว. [ออนไลน์].เข้าถึงได้

จาก : <http://www.thailandelite.com>.

กรมการท่องเที่ยว. สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว. 2558. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :

www.newdot2.samartmultimedia.com.

การสัมภาษณ์

Thailand Elite. 2557. จำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรายปี.

สำนักกรมที่ดินกรุงเทพมหานคร. กรมสิทธิ์ที่ดินเขตปทุมวัน.

หนังสือพิมพ์ออนไลน์

แสนสิริเปิดตัว “Habito” คอมมูนิตี้ รีเทล.“Habito” คอมมูนิตี้ รีเทล.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :

<http://www.sansiri.com/>.

Central เปิดตัวศูนย์การค้า OPEN AIR.Central Festival East Ville.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :

<http://yusabuy.com/2015/10/20/central-festival-east-ville/>.

ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมืองหรือ UddC. โครงการกรุงเทพฯ เมืองเดินได้ เมืองเดินดี .

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://thaipublica.org/2015/01/uddc-1/>.

สถานภาพ smeประเทศไทย. บทบาทเชิงเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม. [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก : <http://www.sme.go.th/Documents/2553/mp/sme-identity/Bangkok.pdf>

โครงการจัดตั้งศูนย์แสดง จำหน่ายและกระจายสินค้าโอท็อปบริเวณใต้ทางด่วน.

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.nessplus.co.th/26167.

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2547 รายงานสถิติจำนวนประชากร และบ้านทั่ว

ประเทศ และรายได้จังหวัด ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ.2547. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :

www.dopa.go.th.

บรรณานุกรม(ต่อ)

ออนไลน์

- กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2552. มลพิษทางอากาศที่สำคัญ. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :<http://www.pcd.go.th>.
- กรมผังเมือง. 2552. การใช้ประโยชน์ที่ดิน. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :www.dctp.or.th.
- เขตปทุมวัน. 2552. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://th.wikipedia.org/wiki/>.
- สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2557. การออกแบบและก่อสร้างอาคารเขียวตามเกณฑ์มาตรฐาน LEED.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :
www.onpe.go.th/eia/images/7handbook/LEED.pdf.
- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน. การออกแบบอาคารเพื่อการประหยัดพลังงาน (Energy Building). [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :www.2e-building.com/artcle.php.
- ศูนย์กลางธุรกิจในตัวเมืองกรุงเทพมหานคร.2555.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
<http://highlight.kapook.com>.
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. 2555. กรุงเทพฯปัจจุบัน.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :
<http://203.155.220.118/info/default.asp>.
- พื้นที่สวนสาธารณะ. 2555. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :<http://www.oknation.net>
- พื้นที่สีเขียว Dreem Area.2556. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.changzho.gov.cn>.
- ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร. 2544. เรื่องควบคุมอาคาร.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :
www.apsthailand.com.
- สัดส่วนพื้นที่สวนในเมืองต่อคนในเมืองหลวงใหญ่. 2555. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :
<http://www.oknation.net>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก
:<http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF>.
- กรมการพัฒนาชุมชน. ยกระดับ OTOPไทย ด้วยกลไกสากล.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :
<http://www.changhan.cdd.go.th/>.
- วิกิพีเดีย. ความหมายและความเป็นมาของการเกิด OTOP. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :
<https://th.wikipedia.org/>.
- ธัญญาพาร์ค. ศูนย์การค้าธัญญาพาร์ค.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก
:<http://www.thanyapark.com/>
- คุณสมบัติคอนกรีตรักษ์โลก. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :http://www.c-lite.net/facility_th.html.

บรรณานุกรม(ต่อ)

ออนไลน์

การออกแบบงานสามมิติที่ว่างและพื้นที่ปิดล้อม. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :

http://www.arc.cmu.ac.th/e-learning/doc/q10049_5631.pdf.

วัสดุวิศวกรรม. ปูนซีเมนต์โปร่งแสง.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก :

http://www.scg.co.th/100th/ebook-100y/m/page_150.html

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาว อลิษา ชูเลิศ
 เกิดวันที่ 7 กรกฎาคม 2535 จังหวัด ราชบุรี
 ที่อยู่ 150 หมู่ 9 ต. บ้านเลื่อ ก. โพธาราม จ. ราชบุรี

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา	โรงเรียนวัดพระศรีอารย์ จ.ราชบุรี
ระดับมัธยมต้น	โรงเรียนโพธารพัฒนาเสนี จ.ราชบุรี
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี สาขานเทศศิลป์ จ.ราชบุรี
ระดับปริญญาตรี	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จ.กรุงเทพมหานคร

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2558	ฝึกงานด้านการออกแบบและเขียนแบบ บริษัท Design 103 International
พ.ศ. 2559	การทำงาน บริษัท C-Arch Design
พ.ศ. 2559	โครงการวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ในหัวข้อ “ โอทอปพรีเมี่ยมมอลล์ “