



THE INTERIOR ARCHITECTURE DESIGN

METRO HEALTH CLUB FOR MEN

MR.SITTIKORN BUABANGSOK

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR

THE BACHELOR DEGREE OF ARCHITECTURE

DEPARTMENT OF INTERIOR ARCHITECTURE FACULTY OF ARCHITECTURE

RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY THANYABURI

2010

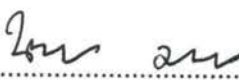
หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการเสนอแนะออกแบบสถาปัตยกรรมภายในคลับสุขภาพสำหรับบุรุษ สังคมเมือง	ห้ามฉีก ตัด หรือทำให้เสียหาย ผู้ใดพบเห็น กรุณาส่งคืนได้ที่ โทรศัพท์ 0-2549-3079 สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร.ธัญบุรี ต.คลองหก อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110
โดย	นายสิทธิกร บัวบังศึก	
ภาควิชา	สถาปัตยกรรมภายใน	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ยศธนา วรุดมางกูร	
ปีการศึกษา	2553	

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์  
ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต




.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรวัลย์ วรธนินท์)

**คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์**




.....ประธาน

(อาจารย์นันทิรา มลิณฑานูช)



.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ยศธนา วรุดมางกูร)



.....กรรมการ

(อาจารย์ธงเทพ ศิริไสดา)



.....กรรมการ

(อาจารย์ภูมินันท์ ธีราช)



.....กรรมการ

(อาจารย์กฤติน วิจิตรไตรธรรม)

## บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการเสนอแนะออกแบบสถาปัตยกรรมภายในคลับสุขภาพสำหรับ บุรุษสังคมเมือง
โดย	นายสิทธิกร บัวบังศึก
ภาควิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ยศธนา วรวิฑูมางกูร
ปีการศึกษา	2553

ในปัจจุบัน พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ และการจับจ่ายสินค้าส่วนบุคคลของผู้ชายยุคใหม่ มีแนวโน้มสูงขึ้น จากผลสำรวจบอกว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากของผู้บริโภคชาย ทั้งในแง่ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลที่มีความชัดเจนกว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากการทำงานที่เร่งรีบ และเคร่งเครียดขึ้นทุกวัน ทั้งยังต้องมีการออกไปติดต่อสื่อสารกับผู้คนและ เข้าสังคม จึงต้องสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง ทำให้คนกลุ่มนี้ต้องเริ่มหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ชายไทยรุ่นใหม่ที่หันมาดูแลสุขภาพตัวเอง ด้านผิวพรรณ ผิวกาย ผิวหน้า และบุคลิกภาพมากขึ้น เช่น การกระชับสัดส่วน ควบคุมน้ำหนัก เช่นเดียวกับผู้หญิงทั่วไป จึงมีธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ เกิดขึ้น และธุรกิจการบริการด้านสุขภาพและความงามก็เป็นอีกความต้องการของผู้บริโภคสมัยนี้ มีผู้ประกอบการหลากหลายรายอยู่ในตลาดนี้ ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการบางรายต้องปิดตัวลงจำนวนมาก เพราะขาดการสร้างความแตกต่าง หรือมองหาช่องทางทำตลาดให้ต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ

เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ จึงได้เสนอแนวความคิดที่จะทำสถาน บริการด้านสุขภาพและความงามครบวงจร สำหรับสุขภาพบุรุษโดยเฉพาะ และต้องการให้เป็น สถานที่ พักผ่อน สนองความต้องการของสุขภาพบุรุษ ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงตนเอง หรือหาความ สมบูรณ์แบบให้กับตนเอง และยังเป็นการสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคในสังคมเมืองอีกด้วย



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ และความร่วมมือเป็นอย่างดีในด้านข้อมูล รายละเอียดตลอดจนคำแนะนำและให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้า ทำให้วิทยานิพนธ์นี้ความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงขอขอบพระคุณท่านเหล่านี้ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

### ผู้ให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์

อาจารย์ยศธนา วรุตมางกูร

### ผู้ให้ความสนับสนุนด้านต่างๆในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณบิดา ที่เป็นผู้อุปการะค่าใช้จ่ายในการเรียนการทำงาน และเป็นกำลังใจเสมอมา ขอขอบคุณเพื่อนๆที่ให้ความช่วยเหลือในหลายๆด้าน คอยให้คำปรึกษา ให้กำลังใจกันและอยู่ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกันจนสำเร็จการศึกษาทั้งเพื่อนในรุ่น และกลุ่มโคฟีเนีย เอ้ สำหรับโมเดลที่ช่วยกันพยายามทุกวิถีทางเพื่อให้มันสวย ปีน สำหรับโมเดลเก้าอี้สวยๆ และขอบคุณทุกคนในบ้าน เอ้ โฟล์ค ต่าย ที่ให้ใช้บ้านเป็นสถานที่ตัดโมเดล ขอขอบคุณน้องนุ่น น้องเอ๋ย สำหรับโมเดลเครื่องเล่นสวยๆและน้องแขก ที่ช่วยตัดโมเดล....."บันไดนายสวยมาก" แถมยังอดนอนเป็นเพื่อนที่ด้วย และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีแห่งนี้ ที่เป็นທີ່ศึกษาและคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่เป็นเหมือนบ้านหลังที่ 2 ที่รวมกันของคนที่ไม่ใช่พี่น้องกัน แต่รู้สึกเหมือนพี่น้อง ทั้งเรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นภายใต้คณะแห่งนี้ ทั้งสุขทั้งเศร้าและมอบประสบการณ์ที่ดีๆมาตลอด 5 ปีที่ศึกษาอยู่ภายใต้คณะและสถาบันแห่งนี้

นายสิทธิกร บัวบังศึก

ผู้จัดทำ

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญแผนภูมิ.....	ญ
สารบัญแผนที่.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	01
1.1 ความเป็นมาของโครงการ.....	01
1.2 หลักการและเหตุผลในการทำวิทยานิพนธ์.....	01
1.3 วัตถุประสงค์โครงการ.....	02
1.4 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	02
1.5 ขอบเขตของการทำวิทยานิพนธ์.....	03
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	04
บทที่ 2 รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ.....	05
2.1 ประวัติความเป็นมาของโครงการ.....	05
2.1.1 นิยามของ Metrosexual.....	05
2.1.2 ความหมายของคำว่า คลับ (CLUB).....	05
2.1.3 ความหมายของด FITNESS.....	06
2.1.4 ความหมายของคำว่าสปา.....	06
2.2 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบ.....	07
2.2.1 องค์ประกอบของสปา.....	07
2.2.2 ประเภทของสปา.....	08
2.2.3 การบำบัดแบบต่างๆของสปา.....	08

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
2.2.4 การเลือกทำเลที่ตั้ง.....	12
2.2.5 การวางผังและประโยชน์ใช้สอย.....	12
2.2.6 GENERATION " Y ".....	17
2.2.7 จิตวิทยาสี่.....	20
2.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง.....	22
2.4 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ.....	29
2.4.1 โครงการเปรียบเทียบในประเทศ.....	30
2.4.2 โครงการเปรียบเทียบต่างประเทศ.....	38
<b>บทที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>43</b>
3.1 การวิเคราะห์ผู้ใช้สอยโครงการ.....	43
3.1.1 ผู้ให้บริการ.....	43
3.1.2 ผู้รับบริการ.....	45
3.2 วิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ.....	47
3.2.1 บริบท.....	48
3.2.2 การเข้าถึง.....	52
3.2.3 ทางเข้าอาคาร.....	55
3.2.4 ทิศทางการวางอาคาร.....	57
3.2.5 สถาปัตยกรรมเดิม.....	59
3.2.6 โครงสร้างและงานระบบ.....	61
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์พื้นที่เพื่อการออกแบบ.....</b>	<b>64</b>
4.1 วิเคราะห์โปรแกรมและพื้นที่ใช้สอย.....	64
4.1.1 วิเคราะห์และศึกษาความต้องการเพื่อใช้สอยในแต่ละส่วน.....	64
4.1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางกิจกรรมและหน้าที่ใช้สอย.....	69
4.1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย.....	69

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.1.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของฟังก์ชัน.....	70
<b>บทที่ 5 การออกแบบทางเลือก.....</b>	<b>71</b>
5.1 ทางเลือกที่ 1.....	71
5.2 ทางเลือกที่ 2.....	73
5.3 ทางเลือกที่ 3.....	75
<b>บทที่ 6 แนวความคิดและการออกแบบ.....</b>	<b>77</b>
6.1 ที่มาและของแนวความคิดในการออกแบบ.....	77
6.2 ผังพื้นที่ชั้นที่ 1.....	80
6.3 ผังพื้นที่ชั้นที่ 2.....	81
6.4 รูปตัดของโครงการ.....	82
6.5 ทัศนียภาพส่วนต่างๆภายในโครงการ.....	83
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>.....</b>
<b>ประวัติผู้เขียน.....</b>	<b>.....</b>



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แสดงกราฟเปรียบเทียบประชากรแต่ละช่วงอายุ.....	30
ภาพที่ 2.2 แสดงห้องออกกำลังกายเข้าจังหวะ.....	31
ภาพที่ 2.3 แสดงห้องโยคะ.....	31
ภาพที่ 2.4 แสดงส่วนของพื้นที่ออกกำลังกาย.....	32
ภาพที่ 2.5 แสดงส่วนของพื้นที่ออกกำลังกาย.....	32
ภาพที่ 2.6 แสดงส่วนพื้นที่ปั่นจักรยานเข้าจังหวะตามเพลง.....	33
ภาพที่ 2.7 แสดงห้อง LOCKERS .....	33
ภาพที่ 2.8 แสดงส่วนของพื้นที่กีฬามวย.....	34
ภาพที่ 2.9 แสดงพื้นที่ส่วนคาเฟ่.....	34
ภาพที่ 2.10 แสดงส่วนต้อนรับและพักคอยส่วนบริการสปา.....	34
ภาพที่ 2.11 แสดงโถงต้อนรับและพักคอยส่วนบริการสปา.....	36
ภาพที่ 2.12 แสดงบรรยากาศภายในห้องนวด.....	36
ภาพที่ 2.13 แสดงส่วน FITNESS .....	37
ภาพที่ 2.14 แสดงบรรยากาศบริเวณสระว่ายน้ำน่านอกอาคาร.....	37
ภาพที่ 2.15 แสดงโถงต้อนรับและพักคอย.....	39
ภาพที่ 2.16 แสดงบรรยากาศห้องนวด.....	39
ภาพที่ 2.17 แสดงส่วน AQUA ROOM มีอ่าง JACUZZ.....	40
ภาพที่ 2.18 แสดงห้อง steam room.....	40
ภาพที่ 2.19 แสดงส่วน SALON .....	41
ภาพที่ 3.1 แผนผังแสดงพฤติกรรมผู้ให้บริการ.....	45
ภาพที่ 3.2 แผนผังแสดงพฤติกรรมผู้รับบริการ.....	47
ภาพที่ 3.3 แสดงภาพอาคารสำนักงานย่านอโศก.....	48
ภาพที่ 3.4 แสดงภาพสี่แยกอโศก .....	49
ภาพที่ 3.5 แสดงภาพสยามสมาคม.....	50

## สารบัญญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 3.6 แสดงภาพอาคารพาณิชย์ตรงแยกอโคก.....	50
ภาพที่ 3.7 แสดงภาพโรงแรมซิติ ลอดจ์ และอาคารพาณิชย์.....	51
ภาพที่ 3.8 แสดงภาพถนนสุขุมวิทตรงสถานีบีทีเอสอโคก.....	51
ภาพที่ 3.9 แสดงภาพการเข้าถึงตัวอาคารโครงการ.....	53
ภาพที่ 3.10 แสดงผังลานจอดรถชั้นใต้ดินที่ 2.....	53
ภาพที่ 3.11 แสดงผังลานจอดรถชั้นใต้ดินที่ 1.....	54
ภาพที่ 3.12 แสดงผังลานจอดรถชั้น 2.....	54
ภาพที่ 3.13 แสดงการเข้าถึงตัวอาคารจากชั้น 1.....	55
ภาพที่ 3.14 แสดงการเข้าถึงตัวอาคารจากชั้น 2 .....	55
ภาพที่ 3.15 แสดงการเข้าถึงโครงการจากชั้น 8 .....	56
ภาพที่ 3.16 แสดงทิศทางแดดและลม.....	57
ภาพที่ 3.17 แสดงภาพอาคารโดยรอบโครงการ.....	59
ภาพที่ 3.18 แสดงภาพการสัญจรแนวตั้งของอาคาร.....	59
ภาพที่ 3.19 แสดงภาพการสัญจรแนวนอนก่อนเข้าโครงการชั้น 8.....	60
ภาพที่ 3.20 แสดงภาพการสัญจรแนวนอนภายในโครงการชั้นลอย.....	60
ภาพที่ 3.21 แสดงผังงานระบบแอร์ AHU .....	61
ภาพที่ 5.1 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 1 ชั้นที่ 1.....	71
ภาพที่ 5.2 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 1 ชั้นที่ 2.....	72
ภาพที่ 5.3 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 2 ชั้นที่ 1.....	73
ภาพที่ 5.1 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 2 ชั้นที่ 2.....	73
ภาพที่ 5.1 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 3 ชั้นที่ 1.....	75
ภาพที่ 5.1 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 3 ชั้นที่ 2.....	75
ภาพที่ 6.1 แสดงภาพการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพ.....	77
ภาพที่ 6.2 แสดงผังการวิเคราะห์แนวความคิด.....	78

## สารบัญญภาพ(ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 6.3 แสดงสีที่ใช้ในการออกแบบหลักๆ.....	79
ภาพที่ 6.4 แสดงวัสดุที่ใช้ในการออกแบบ.....	79
ภาพที่ 6.5 แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 1.....	80
ภาพที่ 6.6 แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 2.....	81
ภาพที่ 6.7 แสดงรูปตัดของโครงการ.....	82
ภาพที่ 6.8 แสดงทัศนียภาพส่วนต้อนรับ.....	83
ภาพที่ 6.9 แสดงทัศนียภาพส่วนพักผ่อน.....	83
ภาพที่ 6.10 แสดงทัศนียภาพส่วนห้องแต่งตัวและเก็บของ.....	84
ภาพที่ 6.11 แสดงทัศนียภาพส่วนอาบน้ำ.....	84
ภาพที่ 6.12 แสดงทัศนียภาพห้องบันจี้กระดานตามเสียงดนตรี.....	85
ภาพที่ 6.13 แสดงทัศนียภาพห้องเดินและโยคะ.....	85
ภาพที่ 6.14 แสดงทัศนียภาพห้องมวยไทย.....	86
ภาพที่ 6.15 แสดงทัศนียภาพส่วนออกกำลังกาย.....	86
ภาพที่ 6.16 แสดงทัศนียภาพส่วนต้อนรับและส่วนพักผ่อนสปา.....	87
ภาพที่ 6.17 แสดงทัศนียภาพห้องนวดไทย.....	87
ภาพที่ 6.18 แสดงทัศนียภาพห้องนวดเท้า.....	88
ภาพที่ 6.19 แสดงทัศนียภาพห้องทรีทเมนท์.....	88

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบส่วนใช้สอยที่ต้องศึกษา.....	41
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงระยะเวลาทำงาน.....	44
ตารางที่ 3.2 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับบริการ.....	46
ตารางที่ 3.3 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ.....	62
ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ใช้สอย.....	64
ตารางที่ 4.2 แสดงผลสรุปความต้องการใช้พื้นที่ภายในโครงการ.....	68
ตารางที่ 5.1 การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของทางเลือกที่ 1 .....	72
ตารางที่ 5.2 การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของทางเลือกที่ 2 .....	74
ตารางที่ 5.3 การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของทางเลือกที่ 3 .....	76



## สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 3.1 ผังองค์กร.....	43
แผนภูมิที่ 4.1 แสดงขนาดพื้นที่ใช้สอย.....	68
แผนภูมิที่ 4.2 แสดงลักษณะความสัมพันธ์กิจกรรมและหน้าที่ใช้สอย.....	68
แผนภูมิที่ 4.3 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ.....	69

## สารบัญแผนที่

	หน้า
แผนที่ 3.1 แสดงแผนที่ตั้งอาคาร TERMINAL 21 .....	47
แผนที่ 3.2 แสดงอาณาบริเวณและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง.....	49
แผนที่ 3.3 แสดงแสดงภาพการเข้าถึงตัวโครงการโดยรถไฟฟ้า.....	52
แผนที่ 3.4 แสดงภาพอาคารโดยรอบโครงการ.....	58

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาของโครงการ

เนื่องจากในปัจจุบัน พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ และการจับจ่ายสินค้าส่วนบุคคลของผู้ชายยุคใหม่ที่มีช่วงอายุระหว่าง 16-30 ปีต้นๆ (เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร, 2551) และอาศัยอยู่ตามชุมชนเมืองใหญ่ มีแนวโน้มสูงขึ้น จากผลสำรวจของ ฟาร์อีส ดีดีบี เอเยนซีชื่อดังของเมืองไทย บอกว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากของผู้บริโภคชาย ทั้งในแง่ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลที่มีความชัดเจนกว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา (ADTVCTHAI, 2553) จากผลสำรวจทำให้ทราบถึงลักษณะการใช้ชีวิตที่ห่วงใยสุขภาพและความงามมากขึ้นของเพศชาย ส่งผลให้มีสินค้าและบริการด้านสุขภาพและความงามสำหรับผู้ชายเพิ่มมากขึ้นด้วย

และธุรกิจการบริการด้านสุขภาพ ก็เป็นอีกความต้องการของผู้บริโภคสมัยนี้ มีผู้ประกอบการหลากหลายรายอยู่ในตลาดนี้ ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการบางรายต้องปิดตัวลงจำนวนมาก เพราะขาดการสร้างความแตกต่าง หรือมองหาช่องทางทำตลาดให้ต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ และจากผลการสำรวจพฤติกรรมของผู้ชาย ในช่วงอายุ 16-30 ปี พบว่าพวกเขาให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพและความงามอย่างมาก ทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีอาชีพ มั่นคง และมีรายได้ คุ้มค่าจากสินค้า และยอดขายผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้ชายในปัจจุบัน บริการสปา และบริการสุขภาพอื่นๆเป็นที่นิยมมากขึ้น ทำให้ธุรกิจด้านบริการเป็นธุรกิจที่มาแรง เนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน และเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและบุคลิกภาพมาก

เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ จึงได้เสนอแนวความคิดที่จะทำสถานบริการด้านสุขภาพ สำหรับสุภาพบุรุษโดยเฉพาะ โดยต้องการให้เป็นสถานที่ พักผ่อน พบปะกัน และตอบสนองความต้องการของสุภาพบุรุษ ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงตนเอง หรือหาความสมบูรณ์แบบให้กับตนเอง และยังเป็นการสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคในสังคมเมืองอีกด้วย

#### 1.2 หลักการและเหตุผลในการทำวิทยานิพนธ์

เนื่องจากสภาวะแวดล้อมทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากการทำงานที่เร่งรีบ และเคร่งเครียดขึ้นทุกวัน ทั้งยังต้องมีการออกไปติดต่อสื่อสารกับผู้คนและเข้าสังคม จึง

ต้องสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง ทำให้คนกลุ่มนี้ต้องเริ่มหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ชายไทยรุ่นใหม่ที่หันมาดูแลตัวเอง ด้านผิวพรรณ ผิวกาย ผิวหน้า และบุคลิกภาพมากขึ้น เช่น การกระชับสัดส่วน ควบคุมน้ำหนัก เช่นเดียวกับผู้หญิงทั่วไป จึงมีธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพเกิดขึ้น ที่แพร่หลายที่สุดคือ สถานประกอบการเสริมความงามและสปา ฟิตเนส ยิมและประกอบกับมีผลิตภัณฑ์เสริมความงามสำหรับผู้ชาย ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้ยุคนี้ผู้ชายสามารถดูแลตัวเองในด้านความงามและสุขภาพจนเป็นเรื่องธรรมดา ส่งผลให้สถานประกอบการด้านความงามและสุขภาพได้รับความนิยมมากขึ้นตามไปด้วย

และสถานประกอบการที่ส่งเสริมสุขภาพเพื่อกลุ่มผู้ชายโดยเฉพาะนั้น ในทางสถาปัตยกรรมภายในคือการจัดสถานที่ให้เป็นแหล่งบริการด้านสุขภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้ชายที่ใส่ใจสุขภาพจริงๆ และเหมาะกับการดำเนินชีวิตในแบบคนเมือง ส่วนในเรื่องการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในนั้น ต้องสอดคล้องกับการใช้สอย และคำนึงถึงธรรมชาติของเพศชาย กลุ่มอายุ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมทั้งเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความทันสมัย และเหมาะกับสภาพสังคมในปัจจุบัน

### 1.3 วัตถุประสงค์โครงการ

- 1.3.1 เพื่อเป็นศูนย์รวมด้านการเสริมสร้างสุขภาพสำหรับสุขภาพบุรุษ
- 1.3.2 เพื่อเป็นแหล่งพบปะ สังสรรค์กัน ในกิจกรรมหรือความชอบที่เหมือนกัน
- 1.3.3 เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้พื้นที่ และทางการตลาดที่มีการเจริญเติบโตขึ้นของสถานประกอบการด้านสุขภาพ

### 1.4 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.4.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรม และการดำเนินชีวิตของผู้ใช้สอย เพื่อกำหนดฟังก์ชันภายในโครงการ ให้สอดคล้องกับการใช้งาน
- 1.4.2 เพื่อศึกษาหลักการออกแบบการจัดพื้นที่ใช้สอยในรูปแบบ CLUB หรือแหล่งรวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้สอย



## 1.5 ขอบเขตของการทำวิทยานิพนธ์

### 1.5.1 RECEPTION

- WAITING AREA
- LOUNGE

### 1.5.2 PERSONAL TRAINING

### 1.5.3 LOCKERS

- ห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ
- SAUNA ROOM
- STEAM ROOM

### 1.5.4 EXERCISE

#### 1.5.4.1 STUDIO

- DANCE STUDIO
- YOGA STUDIO
- MUAY THAI STUDIO

#### 1.5.4.2 ENHANCE PERFORMANCE

- CARDIO
- RESISTANCE
- SPINNING
- WEIGHTS

### 1.5.5 ส่วน SPA & BEAUTY

- TREATMENT ROOM
- THAI MASSAGE ROOM
- FOOT REFLEXOLOGY AREA
- SALON

### 1.5.6 ส่วนสำนักงาน

- ห้องเก็บของ
- ห้อง LOCKERS พนักงาน

- ห้องน้ำ
- ห้องพักรับงาน
- ห้องทำงานสำนักงาน

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อให้เกิดแหล่งรวมกิจกรรมเพื่อสุขภาพอีกแห่งหนึ่ง ที่ส่งเสริมสุขภาพ บุคลิกภาพ และเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์สำหรับสุขภาพบุรุษโดยเฉพาะ โดยออกแบบพื้นที่ใช้สอย เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นสุขภาพบุรุษ

1.6.2 เพื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในงานระบบที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1.6.3 เพื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับการ

ออกแบบ

## บทที่ 2

### ข้อมูลทั่วไปและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ประวัติและความเป็นมาของโครงการ

เนื่องจากในปัจจุบันผู้อยู่ในเมืองใหญ่หรือตามเมืองหลวงต่างๆ ต้องเจอกับการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ และเคร่งเครียดทั้งจากการทำงาน และการดำเนินชีวิต จึงต้องมีสถานประกอบการที่ให้บริการด้านสุขภาพ เพื่อสร้างความผ่อนคลาย คลายเครียด และเสริมสร้างสุขภาพให้ดีพร้อมอยู่เสมอ และในปัจจุบันการทำงานต่างๆ ต้องมีการติดต่อสื่อสาร พบปะกัน ทำให้บุคลิกภาพเป็นสิ่งสำคัญมาก จึงมีสถานประกอบการที่ให้บริการด้านความงามหรือเสริมบุคลิกภาพ และออกกำลังกายเกิดขึ้นมากมาย และเนื่องจากสภาวะแวดล้อมทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผู้ชายจึงหนึ่งเริ่มหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ชายไทยรุ่นใหม่หันมาดูแลตัวเอง ด้านผิวพรรณ ผิวกาย ผิวหน้า และบุคลิกภาพ ร่างกาย หุ่น มากขึ้นเช่นเดียวกับผู้หญิงทั่วไป หรือที่เราเรียกกันว่าหนุ่มเจ้าสำอาง หรือ Metrosexual

2.1.1 นิยามของคำว่า Metrosexual คนแรกที่ใช้คำว่า Metrosexual คือ มาร์ก ซิมป์สัน นักหนังสือพิมพ์และคอลัมนิสต์ชาวอังกฤษที่เขียนบทความชื่อ "Here come the mirror men" ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ The Independent เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2537 และเมื่อปี 2546 ศัพท์คำว่า "Metro Sexual" ถูกจัดให้เป็น Word of the Year จาก The American Dialect Society ซึ่งให้ความหมายถึงผู้ชายที่สนใจในเรื่องการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ใหม่ สนใจเรื่องแฟชั่นมากขึ้น รักสวยรักงามและดูแลบุคลิกภาพซึ่งดูไปจะมีส่วนคล้ายกับผู้หญิงและเกย์มาก อย่างไรก็ตามนักสังคมศาสตร์ได้แสดงความคิดเห็นถึงผู้ชายสายพันธุ์ใหม่นี้ว่า พวกเขาคือกระแสความเปลี่ยนแปลงของผู้ชายในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องการประกาศสถานะทางสังคมให้เทียบเท่าผู้หญิง มาร์ก เริ่มมองเห็นถึงกระแสความเปลี่ยนแปลงของผู้ชายทั่วโลกที่เด่นชัดขึ้นมา ว่ามีผู้ชายโสดกลุ่มหนึ่งที่ทำงานหรือมีวิถีชีวิตอยู่ในเมืองใหญ่ เป็นคนมีรายได้สูงและให้ความสำคัญกับเสื้อผ้า-หน้า-ผมและผิวพรรณ เป็นพิเศษกว่าที่ชายทั่วไปทำกัน (ปาณี ชีวภาคย์, 2550)

2.1.2 ความหมายของคำว่า คลับ (CLUB) คือ สโมสร ที่สำหรับร่วมประชุมคบหากัน ที่พักผ่อน ที่สังสรรค์



2.1.3 ความหมายของ FITNESS คือ ศูนย์ออกกำลังกายที่ให้ผลต่อร่างกายได้มากที่สุด เพราะสามารถบังคับเลือดให้ไหลเวียนไปเลี้ยงเซลล์ส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้อย่างทั่วถึง ไม่มีกีฬาประเภทใดที่ให้ผลต่อสุขภาพเท่ากับ การเข้า Fitness กีฬาบางอย่างก็ให้ผลบางส่วนต่อร่างกายเท่านั้นและยังก่อให้เกิดอันตรายอีกด้วย เพราะมีการปะทะกันเกิดขึ้น ตรงกันข้ามการออกกำลังกายโดยเข้า Fitness จะไม่มีอันตรายเล่นได้จนถึงวัยชรา การออกกำลังกายที่ได้ผลนั้นควรออกอย่างไร ควรออกให้ได้ 2 ระบบ ใน 1 สัปดาห์ คือ ระบบไหลเวียนเลือดหัวใจ ( เรียกว่า ระบบภายใน ) 3 วัน ระบบกล้ามเนื้อ 3 วัน ( เรียกว่า ระบบภายนอก ) แล้วหยุดพัก 1 วัน

1. ระบบภายใน ได้แก่ ระบบการไหลเวียนของเลือด, ชนิดของการออกกำลังกายที่ให้ผลคือ การวิ่ง, ว่ายน้ำ, เต้นแอโรบิค, ปั่นจักรยาน, กระโดดเชือก, สตีป, กรวยเขียงเร็ว ฯลฯ

2. ระบบกล้ามเนื้อ ได้แก่ การสร้างกล้ามเนื้อให้ได้สัดส่วนที่สวยงาม แข็งแรง ระบบนี้ต้องใช้อุปกรณ์เครื่องมือฝึกกล้ามเนื้อโดยเข้าศูนย์ Fitness เท่านั้น จึงจะได้ผล และต้องทำตามคำแนะนำของผู้ฝึกสอนประจำศูนย์อย่างเคร่งครัด

2.1.4 ความหมายของคำว่าสปา มาจากภาษาลาตินว่า "Sanus per Aquam" หรือ Sanitas per aquas ซึ่งแปลได้ใจความว่า สุขภาพจากสายน้ำ การบำบัดด้วยน้ำ หรือการดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำพุร้อนหรือน้ำแร่เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ เนื่องจากในน้ำมีแร่ธาตุหลายชนิดทั้งความร้อนและแร่ธาตุ จะช่วยกระตุ้นระบบการทำงานต่าง ๆ ในร่างกายให้ทำงานดีขึ้น สปาเริ่มขึ้นที่ประเทศเบลเยียมเป็นชื่อของเมืองเล็กๆ ใกล้กับเมืองลีททางตะวันออกเฉียงใต้ของเบลเยียม ติดกับชายแดนของเยอรมัน เป็นเมืองที่เป็นแหล่งของน้ำพุที่มีแร่เหล็กตามธรรมชาติ เชื่อกันว่าในปี 1326 ช่างเหล็กของเมือง Collin le Loupe ได้ยินชื่อเสียงของน้ำพุดังกล่าว เกี่ยวกับสรรพคุณในการรักษาโรคจึงตั้งต้นเสาะหาจนพบ และน้ำพุนั้นสามารถรักษาอาการป่วยไข้ของเขาให้หายไปได้จริงๆ ภายหลังสถานที่นั้นถูกยกย่อง ให้เป็น healthresort ที่โด่งดัง และเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการรักษาสุขภาพ และอาการเจ็บป่วยต่างๆ ผู้คนส่วนใหญ่รู้จักในนามของ Espa ซึ่ง เป็นรากศัพท์ที่หมายถึงน้ำพุ ในปัจจุบันคำดังกล่าวถูกใช้ในภาษาอังกฤษว่า spa ซึ่งใช้กันอย่างแพร่หลาย ในความหมายของสถานที่ตากอากาศเพื่อสุขภาพ (health resort)



และอีกความหมายหนึ่งของสปาโดยทั่วไปหมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ด้วยวิธีทางธรรมชาติ ที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วย วิธีทางการแพทย์ ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่าง ร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ (นภารัตน์ ศรีละพันธ์, 2551ก)

## 2.2 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการออกแบบ

### 2.2.1 องค์ประกอบของสปา

ตามคำนิยามของ The International Spa Association (Isa) สปาควรประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ 10 ประการได้แก่

- 1) น้ำ Water สามารถนำไปใช้ได้หลายรูปแบบทั้งภายใน และภายนอกสปา โดยนำมาเป็นส่วนประกอบในการบริการ และการตกแต่งสถานที่
- 2) การบำรุง Nourishment เช่น อาหารสุขภาพ เครื่องดื่มสมุนไพร
- 3) การเคลื่อนไหวและการออกกำลังกาย Movement, Exercise & Fitness การเคลื่อนไหวในท่าทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่างๆ กันสร้างความกระปรี้กระเปร่าเพิ่มพลังงาน เช่น การออกกำลังกายแบบต่างๆ การผ่อนคลายกล้ามเนื้อ
- 4) การนวด Touch and Massage ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญ การนวดและการสัมผัสที่สื่อสารความรู้สึกต่างๆ ให้ความรู้สึกที่อบอุ่น ผ่อนคลาย และบำบัดอาการปวดเมื่อย
- 5) การบำบัดร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ Body, Mind & Spirit กิจกรรมสุขภาพที่บูรณาการระหว่างความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันระหว่าง ร่างกาย ความคิด จิตใจ และจิตวิญญาณกับสภาพแวดล้อม
- 6) ศาสตร์ด้านความงาม Aesthetics การบำรุงรักษาความงามกับกระบวนการที่ใช้ผลิตภัณฑ์ พิษพรรณธรรมชาติ สมุนไพรต่างๆ ที่มีผลกับร่างกายมนุษย์
- 7) สถานที่ตั้ง Environment ประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมที่ดี สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม การออกแบบตกแต่ง รูปแบบบรรยากาศดีให้ความรู้สึกผ่อนคลาย
- 8) การแสดงออกถึงศิลปวัฒนธรรม Art, Culture & Social เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่สร้างความสุนทรีย์ และประทับใจในเวลาที่ได้พักผ่อน และมีสังคมที่ดีกับมิตรสหาย

9) เวลาและจังหวะของชีวิต Time, Space, Rhythms ตระหนักถึงการใช้เวลา และจังหวะชีวิตที่ได้ดูแลสุขภาพให้แก่ตนเอง มีเวลาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ดีต่อสุขภาพ โดยสอดคล้องกับวงจรธรรมชาติ

10) ระบบการบริหารจัดการที่ดี Management and Operation System มีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ (นภารัตน์ ศรีละพันธ์, 2551ข)

## 2.2.2 ประเภทของสปา มีทั้งหมด 7 ประเภทได้แก่

- 1) Club Spa คลับสปา คือสปาที่จัดไว้เป็นส่วนหนึ่งขนาดเล็กของสถานบริการบริหารร่างกาย หรือศูนย์สุขภาพให้ผู้ที่มาออกกำลังกาย ได้ผ่อนคลายความตึงเครียด
- 2) Destination Spa เดสทินเนชั่นสปา หมายถึงสปาที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับหรือฟื้นฟูสุขภาพให้ดีขึ้น เป็นสถานที่ที่มีห้องพักค้างคืน ก่อนเข้าพักจะมีการตรวจสอบเพื่อเลือกโปรแกรมที่เหมาะสม อย่างโรคเบาหวาน ความดัน หรืออยู่ไฟหลังคลอด เป็นการสร้างความสมดุลโดยอาศัยความร้อนและเย็นของน้ำหรือที่เรียกว่า วารีบำบัด
- 3) Medical Spa เมดิคอลสปา คือ การนำ ธรรมชาติบำบัดมาผสมผสานกับวิทยาการทางการแพทย์ เป็นโปรแกรมการบำบัดและดูแลสุขภาพโดยผู้ชำนาญทางการแพทย์ การเปิดสปาแบบนี้ต้องมีใบประกอบโรคศิลป์
- 4) Hotel & Resort Spa โรงแรมและรีสอร์ทสปา เป็น สปาที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อน โดยเฉพาะจะมีการจัดในสถานที่ที่มี บรรยากาศที่ดี และทัศนียภาพที่สวยงาม เป็นสปาที่มีการนวดบำบัด และผ่อนคลาย
- 5) Mineral Spring Spa น้ำพุร้อนสปา คือสปาที่มีน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ เพราะว่ามีน้ำพุร้อนและน้ำแร่นั้นมีแร่ธาตุ ต่างๆ ที่สามารถ ลดอาการเจ็บป่วยบางชนิดได้ เช่นอาการปวดไขข้อ
- 6) Day Spa เดย์สปา คือสปาที่ใช้ระยะเวลาสั้นและไม่มีห้องพักค้างคืน เน้นเรื่องความสวยงามและผ่อนคลาย มักจะตั้งอยู่ใจกลางเมือง
- 7) Home Spa โฮมสปา คือการทำสปาเองที่บ้าน หรือเรียกใช้บริการลักษณะ Delivery ของสถานบริการที่จะส่งพนักงานมาให้ บริการถึงบ้าน

## 2.2.3 การบำบัดแบบต่างๆของสปา

- 1) อโรมาเทอราพี (aromatherapy) เป็นการบำบัดโดยน้ำมันหอมระเหย ซึ่งสกัดจากส่วนต่างๆ ของพืชสมัยอียิปต์มีการใช้น้ำมันหอมระเหยเพื่อฆ่าเชื้อโรคและไม่ให้เกิดกลิ่นเหม็น ส่วนชาวกรีกนิยมตีไม้ไผ่และเชื่อว่าไผ่ที่มีกลิ่นหอมจะทำให้เม้าน้อยกว่า ชาว



อิสลามใช้น้ำมันหอมระเหยผสมกับปูนในการก่อกำแพงสุเหร่าเพื่อให้มีกลิ่นหอม น้ำมันหอมระเหยที่ดีที่สุด ต้องมาจากแหล่งที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมีฆ่าแมลง และปุ๋ยเคมี ตัวอย่างบางส่วนของน้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติที่มีใช้ในสปาทั่วไป

- กฤษณา หรืออะการวู้ด (ไม้หอม) มีกลิ่นหอมหวาน มีคุณสมบัติกระตุ้นอารมณ์เพศ
- โหระพา หรือเบซิล ทำให้สดชื่น ลดความเครียด เพิ่มสมาธิหากประคบเย็นช่วยลด

อาการบวม อักเสบจากแมลงกัดต่อย

- พริกไทยดำ หรือแบล็กเปปเปอร์ ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนเลือดแก้ปวด ทำให้อบอุ่น
- เมล็ดแครอต หรือแครอตซีด ผสมกับน้ำมันตัวพา (คือน้ำมันพื้นฐานใช้ผสมเพื่อเจือจาง

น้ำมันหอมระเหย) นวดผิวที่แห้งและมีรอยเหี่ยวย่น

- ซีดาร์ กลิ่นคล้ายแก่นจันทร์ คุณสมบัติฆ่าเชื้อโรค กระตุ้น ขับเสมหะ เสริมพลัง
- คาโมไมล์ เป็นน้ำมันหอมระเหยที่นิยมมากเพราะมีประสิทธิภาพและปลอดภัย ช่วยให้

ผ่อนคลายรักษาอาการไซนัส ปวดศีรษะ ไมเกรน อาการบวมน้ำ

- อบเชย หรือซินนามอน กลิ่นบรรเทาอาการไข้ ประคบเย็นบรรเทาอาการแมลงกัดต่อย
- ตะไคร้หอม หรือซิโทรเนลลา มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อและดับกลิ่น บรรเทาอาการระคายเคืองและ

บวม ขับไล่แมลง

- กานพลู หรือโคลฟ มีสารฆ่าเชื้อและแก้ปวด กระตุ้นความรู้สึกทางเพศ แก้อาการปวด

ฟัน

- ชิง กลิ่นที่มีชีวิตชีวา ทำให้ตื่นตัว บรรเทาอาการเหนื่อยล้า ลดความเครียด ให้ความชุ่มชื้น และเย็นผิวหนัง ลดอาการรูบรวาบในวัยหมอปประจำเดือน กระตุ้นความรู้สึกทางเพศ

- มะลิ หรือจัสมิน น้ำมัน หอมกลิ่นดอกไม้หวาน คุณสมบัติคลายความเครียด ให้ความชุ่มชื้น และเย็นผิวหนัง ลดอาการรูบรวาบในวัยหมดประจำเดือน กระตุ้นความรู้สึกทางเพศ

- ลาเวนเดอร์ นิยมมากระดับโลก เป็นยาบรรเทาอาการปวด ฆ่าเชื้อโรค แก้โรคซึมเศร้า

ระงับประสาท รักษาอาการกล้ามเนื้อกระตุก

- เลมอน มีกลิ่นหอมอ่อน สดชื่น กระตุ้นให้เข้มแข็งมีพลัง บรรเทาอาการเมื่อยล้า แก้โรค

ซึมเศร้า ระงับกลิ่นปาก รักษาจุดต่างด้าบนใบหน้า

- กุหลาบ หรือโรส บรรเทาอาการเก็บกด คลายความเครียด นอนหลับสบาย ประคบเย็น

บรรเทาอาการปวด และเมื่อยตา ระงับกลิ่นปาก รักษาอาการเจ็บคอ กระตุ้นอารมณ์ทางเพศ

- โรสแมรี่ บรรเทาจิตใจห่อเหี่ยวและเศร้าหมอง สร้างสมาธิ กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด

ขจัดรังแค ทำให้เส้นผมเป็นเงางาม บรรเทาอาการปวดไมเกรน

- แก่นจันทร์ ไม้จันทร์ หรือแซนเดินวู้ด มีกลิ่นหวานเข้มข้น ให้ความชุ่มชื้นผิว ลดอาการ

ผิวอักเสบ สมานผิว ผ่อนคลายจิตใจให้สงบ ช่วยให้ผ่อนคลายปรับปรุงแต่งอารมณ์ให้มีความสุข กระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกทางเพศ

2) บำบัดด้วยเสียง (sound therapy) การใช้เสียงสร้างบรรยากาศ เพื่อผ่อนคลายประสาทหูและจิตใจเป็นเรื่องสำคัญ เป็นการเปิดโอกาสให้หูได้รับฟังในสรรพเสียงที่ รู้สึกชื่นชอบ เช่น

เสียงธรรมชาติ เช่น เสียงลมพัด นกร้อง ฝนตก เสียงน้ำตก เสียงประเภทนี้มีผลในการผ่อนคลายจิตใจเป็นอย่างมาก เพราะเสียงธรรมชาติจะช่วยสร้างความรู้สึกสงบ ลึกล้ำ ทำให้เพลิดเพลินใจได้อย่างไร้ตัวตน

เสียงที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เสียงเพลงบรรเลงจากกีตาร์ เปียโน ถ้าเป็นเสียงเพลงที่มีเนื้อร้อง จะรบกวนความสงบเงียบของสภาพแวดล้อม

3) อายุรเวท (ayurvedic medicine) การแพทย์แบบองค์รวมของอินเดีย อายุรเวท มาจากคำว่า

- อายุร แปลว่า ชีวิต และเวท แปลว่า ศาสตร์ หรือความรู้ร่างกายของมนุษย์ ประกอบด้วยธาตุพื้นฐาน 3 ส่วน ควบคุมกระบวนการทำงานของร่างกายและจิตใจ ประกอบด้วย
- วาตะ หรือลม เคลื่อนไหวอยู่เสมอ ควบคุมการทำงานของระบบประสาทส่วนกลาง
- คัฟพะ ควบคุมความสมดุลของน้ำ เปรียบได้กับการทำงานของดวงจันทร์ที่ควบคุมการขึ้นลงของกระแสน้ำ
- ปิตตะ แหล่งพลังงานทำหน้าที่ควบคุมระบบชีวเคมีของร่างกายเปรียบได้กับดวงอาทิตย์
- สุขภาพการและใจที่ดีสมบูรณ์นั้น เกิดจากการทำงานอย่างสมดุลของพลังทั้ง 3
- นอกจากนี้การรักษาแบบอายุรเวทประกอบด้วย
- การใช้ยา ที่ได้จากรธรรมชาติ เช่น ผัก สมุนไพร แร่ธาตุ
- การกินอาหาร ตามสภาพของผู้ป่วยและตามฤดูกาล
- การฝึกปฏิบัติ ได้แก่ การทำสมาธิ โยคะ การนวด การสวดทวาร

4) การนวดบำบัด (massage) การสัมผัสระหว่างกันของคนเรา มีผลต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจของผู้ที่สัมผัสและผู้ถูกสัมผัส การนวดเป็นการบำบัดที่สืบทอดกันมายาวนาน ช่วยให้รู้สึกสบายทั้งกายและใจ กล้ามเนื้อผ่อนคลาย ระบบไหลเวียนเลือดและระบบน้ำเหลืองดีขึ้น



การนวดในแต่ละรูปแบบมีข้อปฏิบัติต่างๆ ดังนี้

- ควรเปิดเพลงเบาๆ เพื่อให้ผู้นวดและผู้ถูกนวดรู้สึกผ่อนคลาย
- เลือกพื้นที่ที่เหมาะสม คือไม่ร้อนหรือแข็งเกินไป
- ไม่ควรเทน้ำมันลงบนตัวผู้ถูกนวดโดยตรง ให้เทใส่ฝ่ามือผู้นวด แล้วถูให้อุ่นก่อนลง

มือ นวด

- ไม่สวมเสื้อผ้าที่คับแน่น และควรถอดเครื่องประดับออก
- พื้นฐานการนวดมี 4 แบบ คือ การไถ การกด การทุบ การบีบขยำ เลือกใช้วิธีใดวิธี

หนึ่ง หรืออาจประยุกต์รวมกันก็ได้

การไถ ใช้มือทั้ง 2 ข้างไถบนบริเวณที่นวดเป็นทางยาวอย่างเบาๆ และช้าๆ มือทั้ง 2 ข้างมาวางใกล้กันให้ระยะหัวแม่มือทั้ง 2 ห่างกันประมาณ 1 นิ้ว ไถเป็นจังหวะ หากต้องการนวดหนักขึ้น ให้ใช้หัวแม่มือ หรือแรงที่ข้อนิ้ว แต่ถ้าต้องการนวดเพียงเบาๆ ให้ใช้ปลายนิ้วหรือฝ่ามือไถ

การทุบ เป็นวิธีนวดที่เลียนแบบการตีกอง หรือสับแบบคาราเต้ คือใช้สันมือกำหลวมๆ สับเร็วๆ นำหนักแรงพอดีสบายๆ นิยมใช้นวดต้นขา ก้น หลัง และไหล่

การบีบขยำ ใช้มือขยำกล้ามเนื้อขึ้นมาบีบนิ้วเดียวพอให้รู้สึกแล้วปล่อย นิยมใช้นวดหน้าท้องหรือเอวขณะที่นวดต้องเคลื่อนไหวมือให้เป็นจังหวะต่อเนื่อง

การกด เป็นวิธีนวดที่ละเอียด ใช้นิ้วเดียวหรือหลายนิ้ว เคลื่อนเป็นลงกลม บางครั้งให้ใช้หัวแม่มือหรือสันมือกด แรงกดจะช่วยกระตุ้นการไหลเวียนเลือด หากมีอาการชาหรือเจ็บห้ามกดบนตำแหน่งนั้นๆ

5) โยคะบำบัด (yoga) โยคะเป็นคำภาษาสันสกฤต หมายถึง การเชื่อมต่อ ผสมผสาน ผูกจิตวิญญาณ จิตใจ ร่างกาย

โยคะบำบัดช่วยปรับความสมดุลระหว่างกาย ใจ และจิตวิญญาณ และการฝึกโยคะสม่ำเสมอจะทำให้จิตใจมีความสงบ มีพลังชีวิตที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจ

6) สมาธิบำบัด (meditation) การฝึกสมาธิเป็นวิธีการปลดปล่อยความวิตกกังวล ความเครียด เพื่อให้เกิดความสงบและผ่อนคลาย คนในทวีปเอเชียฝึกสมาธิเพื่อให้จิตใจสงบ มาหลายพันปีแล้ว ผลการวิจัยทางการแพทย์พบว่า สมาธิมีผลดีต่อการทำงานของสมอง อัตราการเต้นของหัวใจความดันเลือด ประโยชน์ที่ได้จากการฝึกสมาธิทำให้อารมณ์เยือกเย็น เติญเหตุการณ์เฉพาะหน้า แก้ไขความวุ่นวายที่เข้ามาได้อย่างมีสติ ทำให้ความจำดี มีความคิดสร้างสรรค์ ทำงานได้มากและมีประสิทธิภาพ มีผลดีต่อสุขภาพ ช่วยให้โรคสงบ ไม่ว่าจะ เป็นไมเกรนความดัน

7) วารีบำบัด (hydro therapy) ศาสตร์ ที่มีอายุยาวนานกว่า 2,000 ปี ตั้งแต่สมัยกรีก รุ่งเรืองและตกทอดจนถึงทุกวันนี้ โดยมีรูปแบบแตกต่างกันไป ตั้งแต่การแช่ตัว อบตัว ห่อตัว การคบ การสูดดม หรือใช้น้ำร้อนจัดสลับเย็นจัด การฉีดน้ำ การรดน้ำ การว่ายน้ำ การบำบัดพื้นฟูด้วยโคลน (mud therapy) ก็เป็นวารีบำบัดอย่างหนึ่งที่มีการวิเคราะห์แล้วว่า มากด้วยวิตามิน เกลือแร่ และซากพืชที่มีคุณค่าต่อสุขภาพ ส่วนจะใช้วิธีพาตัวเองลงไปนอนแช่ โคลน หรือนำโคลนมาพอกตัวหรือพอกบางส่วน

สปาริมทะเลบางแห่งมีบริการหมกทราย (sand therapy) ให้ลูกค้าด้วย (สปาทางเลือกของคนรักสุขภาพและความงาม, 2547: 15-19)

#### 2.2.4 การเลือกทำเลที่ตั้ง ทำเลที่ตั้งสำหรับการดำเนินธุรกิจสปา

ผู้ประกอบการควรเลือกสถานที่ที่อยู่ใน ทำเลที่การคมนาคมสะดวก อยู่ในย่านธุรกิจหรือชุมชน เมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติอาศัยอยู่ เช่น ย่านถนนสีลม สาทร สุขุมวิท เป็นต้น หรือทำเลใน ย่านห้างสรรพสินค้า โรงแรม อาคารสำนักงาน หรือสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ โดยปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจมี ดังนี้

- 1) สภาพแวดล้อม ที่ตั้งของสถานบริการสปาควรอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีบรรยากาศของความเป็นส่วนตัว ผู้คนไม่พลุกพล่านจนเกินไป ไม่อยู่ติดถนนใหญ่ หรืออยู่ในซอยลึกจนเกินไป สภาพที่ดีมีส่วนช่วยสร้างความประทับใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้
- 2) ความปลอดภัย เป็นปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าจะพิจารณาก่อนตัดสินใจมาใช้ บริการ ดังนั้นทำเลที่ตั้งของสถานบริการสปา ควรสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ว่า เมื่อเข้ามาใช้บริการแล้วจะได้รับความปลอดภัย เช่น ที่จอดรถอยู่ไม่ไกลจากสถานบริการ หรือมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เป็นต้น
- 3) ระบบสาธารณูปโภค การดำเนินธุรกิจสปา ผู้ประกอบการจะต้องใช้ไฟฟ้า และน้ำประปาตลอดเวลา ต้องพิจารณาด้วยว่า สถานที่หรือทำเลที่สนใจนั้น มีปัญหาด้านระบบ สาธารณูปโภคหรือไม่ เพราะหากมีปัญหาด้านนี้บ่อยๆ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการ บริการได้ (ชุตินา โอบาสานนท์, 2543)

#### 2.2.5 การวางผังและประโยชน์ใช้สอย

- 1) โถงทางเข้าและส่วนพักคอย คือ ส่วนที่ใช้เป็นที่ติดต่อและพักคอย รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการอำนวยความสะดวกในด้านการบริการและให้ข่าวสารแก่ผู้ที่มาใช้บริการ การจัดพื้นที่โถงต้อนรับส่วนใหญ่มักออกแบบและตกแต่งให้มีความโปร่งใสสวยงาม อาจใช้เป็นที่



พักรอพบปะก่อนที่จะทำกิจกรรมอื่นๆต่อไป ซึ่งต้องอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นได้ง่ายหลังจากเข้ามา มีขนาดและความต้องการพื้นที่ที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ มีส่วนที่นั่งพักคอยของผู้ที่มาติดต่อและสมาชิกที่มาใช้บริการ

2) ส่วนเคาน์เตอร์ต้อนรับ (RECEPTION COUNTER) คือ ส่วนที่ลูกค้ามาติดต่อก่อนเข้าใช้บริการเพื่อติดต่อสอบถามและติดต่อเพื่อชำระค่าบริการ บริการทำบัตรสมาชิก มอบและรับคืนกุญแจล็อกเกอร์ ซึ่งใช้พนักงานเพียงไม่กี่คน เพราะลูกค้าในบริเวณนี้ไม่มากนัก

ส่วนเคาน์เตอร์ต้อนรับประกอบด้วยพื้นที่แคชเชียร์ มีองค์ประกอบดังนี้

1) เครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับคิดเงินค่าบริการในแต่ละครั้ง หรือในการทำบัตรสมาชิก

2) ลิ้นชักเก็บเงิน สำหรับเก็บเงินทอนเงิน

3) โทรศัพท์สำหรับติดต่อกับฝ่ายต่างๆภายในหรือลูกค้าที่ติดต่อมาจากภายนอก

4) เครื่องรูดการ์ดบัตรเครดิต

3) ส่วนเก็บเสื้อผ้าและเปลี่ยนเสื้อผ้า (DRESSING LOCKER) เนื่องจากในการออกกำลังกายประเภทต่างๆ หรือทำกิจกรรมบางอย่าง ควรจะใส่เสื้อผ้าที่กระชับหรือเหมาะสมกับกิจกรรมนั้นๆ และไม่ควรสวมเครื่องประดับต่างๆ เพราะจะเกิดการสูญหายหรือเกิดอันตรายได้ ดังนั้นจึงต้องมีการเปลี่ยนเสื้อผ้าเก็บของมีค่าและสัมภาระที่เป็นส่วนตัว ส่วน DRESSING LOCKER ประกอบด้วย

i. พื้นที่ของล็อกเกอร์เก็บของ สำหรับของมีค่าและสัมภาระต่างๆของแขก

ii. พื้นที่สำหรับเปลี่ยนเสื้อผ้า

iii. พื้นที่แต่งตัว กระจกเงา อุปกรณ์แขวน

DRESSING LOCKER ควรมีเนื้อที่เฉลี่ย 1.26 ตารางเมตรต่อ 1 คน มีบริเวณสำหรับแต่งตัว และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น กระจก ที่วางของ เป็นต้น และควรมีล็อกเกอร์เผื่อไว้ 10 % ของจำนวนล็อกเกอร์ทั้งหมด ขนาดของ ล็อกเกอร์มี 2 ขนาดคือ กว้าง 0.30 ลึก 0.30 สูง 1.20 เมตร และกว้าง 0.30 ลึก 0.30 สูง 1.80 เมตร

4) ส่วนให้บริการ ในส่วนนี้แบ่งไปตามประเภทการบริการ

4.1 สปา (SPA) ประกอบด้วย อ่างน้ำวน (JACUZZI, WHIRPOOL BATHS) เป็นลักษณะที่ดัดแปลงจากการอาบน้ำแร่ น้ำร้อน คืออ่างน้ำวน เป็นน้ำร้อนที่ถูกหมุนวนอยู่ภายในถังขนาดต่างๆ สามารถปรับน้ำที่พุ่งออกมาให้เป็นน้ำวน ปรับให้ขนาดตัวได้

ประโยชน์ที่ได้รับจาก JACUZZI ช่วยในการผ่อนคลายกล้ามเนื้อที่ใช้งานตลอดทั้งวัน ทำให้กล้ามเนื้อเกิดการคลายตัวจากการเกร็งตัว ทั้งยังช่วยพักผ่อนสมองให้มีความรู้สึกโล่ง ปลอดโปร่ง รวมถึงทำให้ผิวหนังสดชื่นขึ้นด้วย

ลักษณะรูปทรงที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือวงกลม วงรี หรือแล้วแต่จะออกแบบ อาจทำจากวัสดุประเภทไฟเบอร์กลาส, อ่างกระเบื้องเคลือบ, หินสังเคราะห์ ฯลฯ ความกว้างของอ่างโดยมากมีตั้งแต่ 1.20 เมตรขึ้นไป

#### โครงสร้างอ่างน้ำวนแบบไฟเบอร์กลาส

##### ระบบการทำน้ำวน (Support System)

- Pump
  - Filter เป็นส่วนกรองน้ำหมุนเวียนไหลสะอาด
  - Heater ระบบท่อปล่อยอากาศให้น้ำวน
- ระบบระบายน้ำเสีย

รูปร่างอาจเป็นถังกลมตั้งตรง หรือสอบลงด้านล่างหรืออ่างวงรี ไม่นิยมทำอ่างไม้รูปสี่เหลี่ยม การทำอ่างจะตั้งเหนือพื้นดิน และนิยมยกพื้นบริเวณนั้นให้เสมอขอบสระ

#### 5) ห้องซาวน่า (SAUNA ROOM)

ซาวน่าเป็นวิธีการอบตัวเพื่อสุขภาพ โดยการใช้ความร้อนแห้ง (Dryheat Bathing) ซึ่งได้รับความร้อนจากหินเผาไฟที่กระจายออกมา ซึ่งความร้อนแห้งนี้จะมีอุณหภูมิสูงกว่าความร้อนในห้องอบไอน้ำชนิดที่เรียกว่า เทอร์กีซบาธ (Turkish Bath)

##### อุปกรณ์เครื่องใช้ประกอบการอบซาวน่า ประกอบด้วย

- เทอร์โมมิเตอร์ เพื่อวัดอุณหภูมิในห้องอบซาวน่า
- ไฮโกรมิเตอร์ เป็นเครื่องมือวัดความชื้นสัมพัทธ์ซึ่งอาจอยู่ร่วมกับเทอร์โมมิเตอร์ก็ได้
- ถังน้ำและที่ตักน้ำ (Bucket and Ladle) ส่วนใหญ่ทำจากไม้



- Vihtas เป็นมัดกิ่งไม้ซึ่งนำมาจากก้านไม้ของไม้เนื้ออ่อน นำไปตากแห้ง การใช้งานโดยการนำไปจุ่มน้ำให้อ่อนตัวใช้ในการสลัดน้ำให้ทั่วระหว่างการอบชาวน้ำ ซึ่งจะช่วยให้ร่างกายมีการหมุนเวียนโลหิตที่ดี

#### 6) ส่วนบริการเสริมความงาม ประกอบด้วย

6.1 Face Treatment area เป็นส่วนที่ให้บริการเกี่ยวกับการเสริมความงามบนใบหน้า ประกอบด้วย

- 1) ห้องทำหน้าแบบเตียงเดี่ยว (1 เตียง) ใช้พื้นที่ 22.5 ตารางเมตรต่อ 1 ห้อง
- 2) ห้องทำหน้าแบบเตียงคู่ (2 เตียง) ใช้พื้นที่ 32.5 ตารางเมตรต่อ 1 ห้อง

ในแต่ละห้องมีผู้ให้บริการและภายในห้องประกอบด้วยอุปกรณ์ดังนี้

- เตียงทำหน้าขนาด 0.80x1.60 เมตร สามารถปรับระดับได้
- ชั้นวางอุปกรณ์ขนาด 0.60x0.60 เมตร
- อ่างล้างอุปกรณ์
- บริเวณผสมส่วนผสมที่ใช้ในการบำรุงผิว
- ตู้เก็บอุปกรณ์และส่วนผสม
- ชั้นวางอุปกรณ์แบบเคลื่อนที่
- ที่แขวนเสื้อ
- อ่างล้างหน้าและกระจก
- บริเวณที่นั่งพักของผู้ใช้บริการ และโต๊ะรับแขก

6.2 Hair Treatment area เป็นส่วนบริการเกี่ยวกับการเสริมแต่งทรงผม ประกอบด้วยอุปกรณ์ต่างๆต่อไปนี้

- เก้าอี้ทำผม
- กระจก
- ชั้นวางของ
- ชั้นวางอุปกรณ์แบบเคลื่อนที่
- เครื่องอบไอน้ำแบบเคลื่อนที่
- อุปกรณ์หมักผมและทำสี
- เตียงสระผม

- ชั้นวางอุปกรณ์ในการสระผม

6.3 Body Treatment area เป็นส่วนที่ให้บริการเกี่ยวกับการเสริมความงามบนลำตัว ประกอบด้วย

- 1) ห้องแบบเตียงเดี่ยว (1 เตียง) ใช้พื้นที่ 25 ตารางเมตรต่อ 1 ห้อง
- 2) ห้องแบบพิเศษ VIP รวม พื้นที่ 40 ตารางเมตร

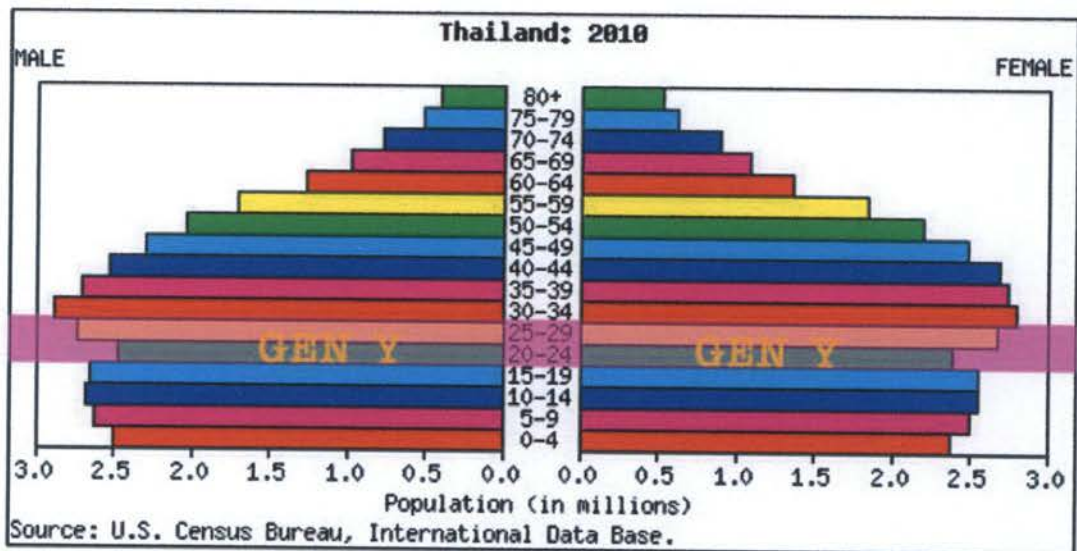
ในแต่ละห้องจะมีผู้ให้บริการจำนวนขึ้นอยู่กับรายการที่ให้บริการ ภายในห้องประกอบด้วยอุปกรณ์ดังนี้

- เตียงขนาด 0.90x1.90x0.50 เมตร
- ชั้นวางอุปกรณ์ ขนาด 0.60x0.60 เมตร
- อ่างล้างอุปกรณ์
- บริเวณผสมส่วนผสมที่ใช้ในการบำรุงผิว
- ตู้เก็บอุปกรณ์และส่วนผสม
- ชั้นวางอุปกรณ์แบบเคลื่อนที่
- ที่แขวนเสื้อ
- อ่างล้างหน้าและกระจก
- บริเวณที่นั่งพักของผู้ใช้บริการ และโต๊ะรับแขก
- ห้องอาบน้ำและเครื่องพ่นไอน้ำ (Steam room)

6.4 ส่วนบริการนวด (Massage room) ปัจจุบันการนวดมีหลายรูปแบบด้วยกันในที่นี้ขอกล่าวเฉพาะการนวดที่เป็นที่นิยมใช้ในศูนย์สุขภาพเท่านั้น

- ห้องนวดแบบสวีดิช เป็นห้องนวดขนาดเล็กมีเตียงสำหรับนวดและมักมีการเปิดเพลงเพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลายให้แก่ผู้ให้บริการ
- ห้องนวดแบบอโรมา (Aroma Therapy)
- ห้องนวดเท้า (Reflexology Massage)
- การนวดแบบไทย (Thai Massage)

2.2.6 GENERATION “ Y ” หรือ Why Generation นั้นมีผู้ที่ศึกษาผู้บริโภคนเจนเนอร์ชันนี้ กำหนดช่วงอายุไว้แคบ-กว้าง มาก-น้อยต่างๆกันไป และจากการจำกัดช่วงอายุให้แคบจะได้ GEN Y ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2533 อายุ 20 – 30 ปี ในปี พ.ศ. 2553 คาดว่ามีประชากรไทยอยู่ในกลุ่มอายุ Gen Y ประมาณ 10 ล้านคน คิดเป็นประมาณ 16 % ของประชากรทั้งหมด (NationalMaster, 2553 : ออนไลน์) ซึ่งเปรียบเทียบกับปี 2554 จะอยู่ช่วง 21-31 ปี



ภาพที่ 2.1 แสดงกราฟเปรียบเทียบประชากรแต่ละช่วงอายุ

ที่มา : [http://www.sara-dd.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=235:why-generation-generation-y-gen-y-&catid=25:the-project&Itemid=72](http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=235:why-generation-generation-y-gen-y-&catid=25:the-project&Itemid=72)

Gen Y คือประชากรกลุ่มที่เกิดหลัง Extraordinary Generation หรือ Generation X, Gen X พวกเขาเกิดในช่วงเวลาที่บ้านเมืองสงบสุข และเติบโตมาในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข Gen Y เป็นคนทันสมัย ไม่ตกยุค และมักเบื่อง่าย พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่ทันโลก ทันเทคโนโลยี สามารถใช้อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย อาทิ ไอโฟน ไอพอด โน้ตบุ๊กและกล้องดิจิตอลได้คล่องแคล่ว คนกลุ่มนี้ จึงมีบุคลิกลักษณะด้านหนึ่งที่ค่อนข้างหือหาว ตามสมัยนิยม พ่วงติดมากับความเก่งกล้าในการแสดงออกและกล้าที่จะคิด ติดเพื่อน ชอบทำหลายๆ อย่างพร้อมกัน นับเป็นผู้บริโภคที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่นมีความเป็นตัวของตัวเอง เป็นกลุ่มประชากรที่นักการตลาดทั่วโลกคาดว่าจะมีอิทธิพลสูงในโลกปัจจุบัน (ชัชวาล, 2553 : ออนไลน์)

ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยลักษณะของคนแต่ละรุ่นชี้ว่า Gen Y ซึ่งกำลังเข้าสู่วัยทำงาน นับเป็นคนวัยทำงานที่ได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่อย่างดีที่สุดในประวัติศาสตร์ของโลก (เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์



, 2550 : ออนไลน์) คนรุ่นวัยนี้มีศักยภาพสูงมากในการเรียนรู้ มากกว่าคนรุ่นใด ๆ ที่ผ่านมา Gen Y มีพลังในตัวเองมาก และมักคิดนอกกรอบ พวกเขา มักมีความคิดที่แปลกแหวกแนวและมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างสูง ความสามารถของ Gene Y ไม่ว่าจะ เป็นในนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านต่างๆ ทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ล้วนเป็นความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในโลกยุคไร้พรมแดนเช่นใน ปัจจุบันชาว Gen Y ส่วนใหญ่มักมีความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่หลากหลาย สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วและพร้อมพัฒนาตนเองอยู่เสมอ (Gang-Y.com, 2553 : ออนไลน์)

ด้านการศึกษาของ Gen Y ที่ผ่านมาจะพบว่าพวกเขาได้รับการศึกษาที่ค่อนข้างสูง และอยู่ในสถานศึกษาที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นของตัวเองมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการเรียนรู้ของ Gen X พวกเขาจะกล้าแสดงออกในขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น Gen Y สามารถเรียนรู้ได้ดีกับคนกลุ่ม Baby Boomers โดยเฉพาะถ้าความสัมพันธ์ไม่ได้เป็นแบบทางการมากนัก หากคน Gen B ให้โอกาสปรึกษาหรือพูดคุย และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ก็อาจทำให้การเรียนรู้ของคน Gen Y มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ (อภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา, 2553 : ออนไลน์)

ในด้านการทำงานคน Gen Y ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเอง และต่อหน่วยงานอย่างไร เป็นกลุ่มคนที่ต้องการเรียนรู้ในประสบการณ์ที่หลากหลาย ต้องการประสบการณ์ และการเรียนรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา (พสุ เดชะรินทร์, 2552) พวกเขา มีความสามารถในการทำงานหลายด้านที่เกี่ยวกับการนวัตกรรมใหม่ๆ คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่ออีกหลายประเภท อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ต้องการงานที่มีความก้าวหน้า สามารถแสดงความคิดเห็นและบริหารจัดการด้วยตนเอง ทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ ให้ความสำคัญต่อสัมพันธภาพที่ดีในการทำงาน กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่นำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดความสะดวกสบายให้กับตนเอง และด้วยเทคโนโลยีเขาจึงมองว่า เขาสามารถทำงานที่ไหน หรือตอนไหนก็ได้ โดยเมื่อถึงกำหนดเขาก็จะสามารถส่งงานได้ตามเวลาดังนั้นองค์กรที่ต้องการดึงดูดคน Gen Y มาทำงานด้วยหากสามารถเข้าใจถึงอุปนิสัยของพวกเขาจะสามารถดึงดูดศักยภาพต่างๆ เหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มคน Gen Y เชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลงจะสังเกตได้ว่าคน Gen Y น้อยมากที่แต่งงานก่อนอายุ 30 ปี และหากมีแฟนแล้วแฟนเป็นอุปสรรคกับงาน พวกเขาจะเลิกกับแฟนและเลิกงาน (ทิพวัลย์ สนิธิธิดาวร, 2553 : ออนไลน์)



อย่างไรก็ดี อีกด้านหนึ่งของคน Gen Y คือ ความเชื่อมั่นในตนเองสูง และการแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างอิสระ บางทีก็ทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกอึดอัดได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบุคคลที่มีบุคลิกภาพและค่านิยมที่ต่างกันในแต่ละ รุ่นอย่างสังคมไทย Gen Y มักอึดอัดเมื่อความคิดเห็นของพวกเขาไม่ได้รับการยอมรับจากหัวหน้างาน Gen Y จะพอใจอย่างมากถ้าสามารถเลือกเวลาทำงานตามความสะดวกของตนเอง หรือทำงานจากสถานที่อื่นได้ เช่น ที่บ้าน หรือนอกสถานที่ทำงาน โดยยึดผลงานตามกำหนดเวลา สิ่งที่พวกเขาไม่ชอบอย่างมาก คือ ระเบียบวินัยที่มากเกินไป เช่น ห้ามใช้โทรศัพท์มือถือถือระหว่างทำงาน ห้ามใช้คอมพิวเตอร์ในเรื่องส่วนตัว ฯลฯ Gen Y บางคนสามารถลาออกจากงานทันทีโดยไม่คำนึงถึงปัญหาเรื่องการตกงาน จากการศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังต่อการทำงาน" (รัชฎา อธิสนธิสกุล, 2549) พบว่า คน Gen Y ต้องการลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทาย เหมาะสมกับความสามารถ มีโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน และมีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและเจ้านาย พวกเขายึดหลักความสบายใจในการทำงาน สำคัญกว่ารายได้หรือตำแหน่งงาน นอกจากนี้ Gen Y ยังต้องการการทำงานที่พวกเขาได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ มีค่าจ้างและสวัสดิการที่เหมาะสม และมีความยืดหยุ่นในการทำงานทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ทำงาน หากถามหาถึงความจงรักภักดีต่อองค์กร ความภักดีต่อบริษัทของ Gen Y จะอยู่ในอันดับท้ายสุด พวกเขาให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ครอบครัว รองลงไปคือ กลุ่มเพื่อน เพื่อนร่วมงาน และตัวของพวกเขาเอง Gen Y ยอมรับว่าพวกเขาไม่จงรักภักดีกับองค์กรแต่จงรักภักดีกับวิชาชีพ (วรัญญา ศรีเสวก, 2553 : ออนไลน์)

Gen Y มีรสนิยมชอบดูแลตนเองสูง ชอบแต่งตัว ต้องการการทำงานในแวดวงแฟชั่น ในองค์กรที่ต้องแต่งตัวไปงานต่างๆ หรือนอนดึกตื่นสาย ต้องการองค์กรที่ยืดหยุ่นในเรื่องเวลา และต้องการให้คนมองว่าเขาเป็นผู้ใหญ่ บางครั้งองค์กรปฏิบัติกับคนกลุ่มนี้เป็นเด็กอยู่ตลอดเวลา พวกเขาจึงต้องการโอกาสในการพิสูจน์ความสามารถตนเอง และต้องการความสำเร็จในชีวิตอย่างรวดเร็ว และ ปัจจัยจูงใจที่สำคัญของคนใน Gen Y อีกประการหนึ่งคือ การทำงานเป็นทีม คนเหล่านี้ไม่ชอบที่จะนั่งทำงานอยู่คนเดียวง่ายๆ โดยไม่สูงส่งกับใคร พวกเขาต้องการที่จะทำงานที่มีโอกาสพูดคุย สังสรรค์กับผู้อื่น และต้องการสถานที่ทำงานที่มีลักษณะเปิดโล่งที่เปิดโอกาสให้สร้างปฏิสัมพันธ์ กับเพื่อนร่วมงาน คนวัย Gen Y นั้น อยากรจะทำงานในสถานที่ที่สามารถเข้าถึงหรือติดต่อเพื่อนร่วมงานและเจ้านายได้ สะดวกตลอดเวลา(พสุ เดชะรินทร์, 2552)

สำหรับการวางแผนการตลาดในปัจจุบัน Gen Y ไม่ใช่เพียงกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นธรรมดาเท่านั้น หากแต่พวกเขาเป็นกลุ่มวัยที่กำลังเติบโตเต็มที่และกำลังก้าวเข้าสู่วัยทำงาน ที่จะมีกำลังทรัพย์ และก้าวหน้าทางบทบาทหน้าที่ด้านกรงานและมีกำลังด้านการเงินในการบริโภค สินค้าอย่างเต็มตัว พวกเขากำลังจะก้าวเข้าสู่ Great Generation ในช่วงเวลาปัจจุบัน พฤติกรรมการ

บริโภคของ Gen Y ค่อนข้างแตกต่างอย่างชัดเจนจากคน Gen B และ Gen X กลุ่ม Gen Y เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็วเนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง เหตุผลในการซื้อสินค้าของคน Gen Y ส่วนใหญ่ใช้เหตุผลลูกผสมเป็นส่วนใหญ่ เช่น เลือกเพราะมีความชอบทันสมัย มีสไตล์ ฉะนั้น จะใช้เหตุผลทางอารมณ์ผสมกับเหตุผลเชิงตรรกะที่ตั้งอยู่บนฐานข้อมูล ซึ่งเขาเชื่อถือหลายแหล่ง พวกเขาจะหาข้อมูลอย่างถี่ถ้วนก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการแต่ละชิ้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการค้นคว้าและช่วยในการตัดสินใจเลือกบริโภคของคนกลุ่มนี้พฤติกรรมเด่น Gen Y มีดังนี้คือ (อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2551 : ออนไลน์)

1. รักการจับจ่าย แต่ปฏิเสธการ Shopping แบบเดิมๆ แต่แสวงหาการจับจ่ายแบบที่หลากหลายช่องทาง
2. รักความบันเทิง
3. ชื่นชอบสีสันสดใส
4. รักบรรยากาศสนุกสนาน มีชีวิตชีวา
5. มีพฤติกรรมแบบการทำงาน หรือทำกิจกรรมต่างๆภายในเวลาเดียวกัน (Multi-tasking)
6. ดูทีวีและฟังวิทยุน้อยลง แต่ไปเพิ่มที่การสื่อสารแบบไร้สาย และการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต
7. มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ต่ำกว่าทุก Generation
8. ไม่กลัวการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี แต่กลับรู้สึกท้าทายและมองการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในแง่บวก
9. เป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความเท่ (Cool) ในแบบฉบับของตัวเอง โดยแยกออกมาเป็น 2 ประเภทดังนี้

- Mix & Match หมายถึงความเท่แบบไร้ระเบียบ (Unorganized) หมายถึงการนำสิ่งที่ไม่ได้อยู่ด้วยกันมาปรับเปลี่ยน จัดชุดให้เข้ากันทำให้เกิดความแปลกใหม่ที่เท่แถมและลงตัว

- Innovation หมายถึงเท่แบบมี Innovation คือการคิดสิ่งใหม่ บริการใหม่ หรือการสื่อสารใหม่ที่แปลกแหวกแนว มีสไตล์และไม่เคยมีใครทำมาก่อน

### 2.2.7 จิตวิทยา

ความหมายของทฤษฎี

ทฤษฎี หมายถึง ความจริงที่ได้พิสูจน์แล้ว หรือ หลักวิชา



สี หมายถึง แสงที่มากกระทบวัตถุแล้วสะท้อนเข้าตาเรา ทำให้เห็นเป็นสีต่างๆ  
ทฤษฎีสี หมายถึง หลักวิชาเกี่ยวกับสีที่สามารถมองเห็นได้ด้วยสายตา

ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสี

สรรพสิ่งทั้งหมดในจักรวาลประกอบไปด้วยสี ดังนั้นสิ่งแวดล้อมรอบตัวมนุษย์จึงประกอบ  
ไปด้วยสี สีจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สีที่เกิดจากปรากฏการณ์ตามธรรมชาติ เช่น สีของแสง สีผิวของวัตถุตามธรรมชาติ
2. สีที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น สีของแสงไฟฟ้า สีของพลุ สีที่ใช้เขียนภาพ

และย้อมสีวัสดุต่างๆ

เหตุที่มนุษย์รู้จักใช้สี เพราะมนุษย์มีธรรมชาติรักสวยรักงาม เมื่อเห็นความงามตาม  
ธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ สัตว์ วัตถุ ตลอดจนทิวทัศน์ที่งดงาม มนุษย์ก็อยากจะทำความงาม  
เอาไว้ จึงได้นำเอาใบไม้ หินสี เปลือกหอย ฯลฯ มาประดับร่างกาย และย้อมสีเสื้อผ้าและเชมามา  
ทาตัว หรือขีดเขียนส่วนที่ต้องการให้งาม รวมทั้งการเขียนภาพตามผนังถ้ำอีกด้วย สำหรับใน  
ปัจจุบันได้มีการสังเคราะห์สีจากวัตถุขึ้นมาใช้ในงานต่างๆ อย่างกว้างขวางทั่วไป

จิตวิทยาแห่งสี (psychology of colors)

การใช้สีให้สอดคล้องกับหลักจิตวิทยา จะต้องเข้าใจว่าสีใดให้ความรู้สึกต่อมนุษย์อย่างไร จึง  
จะใช้ได้อย่างเหมาะสม ความรู้สึกเกี่ยวกับสี สามารถจำแนกออกได้ดังนี้

- สีแดง ให้ความรู้สึกอันตราย เกรี้ยวกราด รุนแรง มั่นคง อุดมสมบูรณ์
- สีส้ม ให้ความรู้สึกสว่าง เกรี้ยวกราด อุดม
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกสว่าง สดใส สดชื่น ระวัง
- สีเขียว ให้ความรู้สึกงอกงาม พักผ่อน สดชื่น
- สีนํ้าเงิน ให้ความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย สง่างาม ทิม
- สีม่วง ให้ความรู้สึกหนัก สงบ มีเลศนัย
- สีนํ้าตาล ให้ความรู้สึกเก่า หนัก สงบเงียบ
- สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด ใหม่ สดใส
- สีดำ ให้ความรู้สึกหนัก หดหู่ เศร้าใจ ทึบตัน

การใช้สีตามหลักจิตวิทยา สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ได้หลายประการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ  
ลักษณะการใช้งาน ประโยชน์ที่ได้รับนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านแสดงเวลาของบรรยากาศในภาพเขียน เพราะสีบรรยากาศในภาพเขียน



นั้น จะแสดงให้เห็นว่าเป็นภาพตอนเช้า ตอนกลางวันหรือตอนบ่าย เป็นต้น

2. ประโยชน์ในด้านการค้า คือ ทำให้สินค้าสวยงาม น่าซื้อหา นอกจากนี้ยังใช้กับงานโฆษณา เช่น โปสเตอร์ต่างๆ ช่วยให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น

3. ประโยชน์ในด้านประสิทธิภาพของการทำงาน เช่น โรงงานอุตสาหกรรม ถ้าทาสีสถานที่ทำงานให้ถูกหลักจิตวิทยา จะเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างบรรยากาศให้น่าทำงาน คนงานจะทำงานมากขึ้น มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้น

4. ประโยชน์ในด้านการตกแต่ง สีของห้อง และสีของเฟอร์นิเจอร์ ช่วยแก้ปัญหาเรื่องความสว่างของห้อง รวมทั้งความสุขในการใช้ห้อง ถ้าเป็นโรงเรียนเด็กจะเรียนได้ผลดีขึ้น ถ้าเป็นโรงพยาบาลคนไข้จะหายเร็วขึ้น

### 2.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข สุข พ.ศ. 2535 (กฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข) และตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (กฎหมายว่าด้วยสถานบริการ) ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานบริการ(ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2546 ได้ให้ความหมาย ขอบเขตและลักษณะของกิจการสปาเพื่อสุขภาพดังนี้ (กระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย, 2551)

“กิจการสปาเพื่อสุขภาพ” หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ หรือไม่ได้

“กิจการนวดเพื่อสุขภาพ” หมายความว่า การประกอบกิจการนวดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ความเครียด ด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การตึง การดึง การประคบ การอบ หรือโดยวิธีการอื่นใดตามศาสตร์และศิลปะของการนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ

“กิจการนวดเพื่อเสริมสวย” หมายความว่า การประกอบกิจการนวดในสถานที่เฉพาะ เช่น ร้านเสริมสวยหรือแต่งผม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงามด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การประคบ การอบ หรือด้วยวิธีการอื่นใดตามศิลปะการนวดเพื่อเสริมสวย ทั้งนี้ต้องไม่มี

สถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ (กระทรวงสาธารณสุข, สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ, 2551: 19)

ทั้งนี้ ในประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ออกตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ ว่าต้องมีบริการเสริมอย่างน้อย ๓ รายการขั้นต่ำเพื่อให้เข้าลักษณะของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งต้องได้มาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฯ

มาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดมีดังนี้

### 2.3.1 มาตรฐานสถานที่ ของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

- 1) ตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวก ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อ สุขภาพ ไม่อยู่ ใกล้ชิดศาสนสถาน ในระยะที่จะก่อให้เกิดปัญหา หรืออุปสรรคในการปฏิบัติ ศาสนกิจ
- 2) ในกรณีที่ใช้พื้นที่ประกอบกิจการสปา ในอาคารเดียวกันกับการประกอบกิจการอื่นซึ่งมิใช่กิจการสถานบริการ ต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน และกิจการอื่นนั้นต้องไม่กระทบกระเทือนต่อการให้บริการในกิจการสปาเพื่อ สุขภาพนั้น
- 3) พื้นที่สถานประกอบการจะต้องไม่อยู่ในพื้นที่ติดต่อกับสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ
- 4) กรณีสถานประกอบการ มีการให้บริการหลายลักษณะรวมอยู่ในอาคารเดียวกันหรือสถานที่เดียวกัน จะต้องมีการแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจน และแต่ละสัดส่วนจะต้องมีพื้นที่ และลักษณะตามมาตรฐานของการให้บริการแต่ละ ประเภท
- 5) การจัดบริเวณที่ให้บริการเฉพาะบุคคล จะต้องไม่ให้มีติดหรือลับตาจนเกินไป
- 6) พื้นที่ที่ให้บริการทั้งภายใน และภายนอกสถานที่ประกอบกิจการสปา เพื่อสุขภาพต้องสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ
- 7) อาคารต้องทำด้วยวัสดุที่มั่นคง ถาวร ไม่ชำรุดและไม่มีคราบสิ่งสกปรก
- 8) บริเวณพื้นที่ที่มีการใช้น้ำในการให้บริการ พื้นควรทำด้วยวัสดุที่ทำความสะอาดง่ายและไม่ลื่น
- 9) จัดให้มีแสงสว่างที่เพียงพอในการให้บริการแต่ละพื้นที่
- 10) จัดให้มีการระบายอากาศเพียงพอ
- 11) มีการจัดการสิ่งปฏิกูลมูลฝอยและน้ำเสียที่ถูกหลักสุขาภิบาล
- 12) มีการควบคุมพาหะนำโรคอย่างถูกหลักสุขาภิบาล
- 13) จัดให้มีห้องอาบน้ำ ห้องสวม อ่างล้างมือ ห้องผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้าและตู้เก็บเสื้อผ้าที่สะอาดถูกสุขลักษณะและปลอดภัย อย่างเพียงพอและควรแยกส่วนชาย หญิง



14) จัดให้มีการตกแต่งสถานที่ที่เหมาะสม โดยจะต้องไม่มีลักษณะที่ทำให้เสื่อมเสีย ศีลธรรม หรือขัดต่อวัฒนธรรมและประเพณีอันดี

### 2.3.2 มาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

1) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้ดำเนินการคนหนึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลและรับผิดชอบ ในการดำเนินการสถานประกอบการนั้น ผู้ดำเนินการจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้

(ก) มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

(ข) มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย

(ค) มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับประกาศนียบัตร ในสาขาที่เกี่ยวข้อง สุขภาพหรือสาขาที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางรับรอง หรือให้ความเห็นชอบ หรือมีประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี

(ง) ผ่านการประเมินความรู้ ความสามารถ ตามที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางกำหนด

(จ) กรณีเคยเป็นผู้ดำเนินการมาก่อน แต่ถูกเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถ จะต้องพ้นระยะเวลานับแต่วันที่ถูกเพิกถอน ไม่น้อยกว่า 2 ปี จึงจะขอประเมินความรู้ ความสามารถใหม่ได้

(ฉ) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(ช) ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้

1) โรคพิษสุราเรื้อรัง

2) โรคติดยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง

3) โรคจิตร้ายแรง

4) โรคอื่นในระยะรุนแรง ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการสถานประกอบการ

(ซ) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(ด) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

2) ผู้ดำเนินการต้องควบคุมดูแลกิจการของสถานประกอบการนั้นได้โดยใกล้ชิด และไม่ใช่เป็นผู้ดำเนินการสถานประกอบการแห่งอื่นอยู่ก่อน

3) ในกรณีที่มีการเปลี่ยนผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ หรือผู้ดำเนินการ ขาดคุณสมบัติ หรือมีลักษณะต้องห้าม ผู้ประกอบการจะต้อง จัดหาผู้ดำเนินการใหม่ และต้องแจ้งเป็นหนังสือ ให้กองการประกอบโรคศิลปะสำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตท้องที่ ทราบภายใน 30 วันนับแต่วันที่มีการเปลี่ยนผู้ดำเนินการ



ในระหว่างที่ดำเนินการจัดหาผู้ดำเนินการใหม่ ให้กิจการสปลาเพื่อสุขภาพนั้นประกอบกิจการต่อไปได้ แต่ไม่เกิน 30 วัน

### 2.3.3 ผู้ดำเนินการมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

- 1) ควบคุมและดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการ ให้บริการตามนโยบายและคู่มือปฏิบัติงานของสถานประกอบการแห่งนั้นโดยเคร่งครัด
- 2) จัดทำทะเบียนประวัติผู้ให้บริการและพนักงาน
- 3) ทุกครั้งที่มีการจัดบริการรายการใหม่ หรือปรับปรุงบริการรายการใดๆ ในแบบแสดงรายการ หรือมีการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จะต้องดำเนินการให้มีการจัดทำคู่มือปฏิบัติการสำหรับบริการนั้น หรือจัดทำคู่มือการใช้ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผู้ให้บริการให้สามารถให้บริการนั้นๆ ได้ตามคู่มือที่จัดทำขึ้น
- 4) ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- 5) ควบคุมดูแลมิให้มีการจัดสถานที่ รูปภาพ หรือสื่อชนิดอื่นๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการได้
- 6) ควบคุมและดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการมิให้มีการลักลอบ หรือมีการค้า หรือร่วมประเวณี หรือมีการกระทำ หรือบริการที่ขัดต่อกฎหมาย วัฒนธรรม ศีลธรรมและประเพณีอันดี
- 7) ควบคุมดูแลการบริการ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ และเครื่องใช้ต่างๆ ให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขลักษณะและใช้ได้อย่างปลอดภัย
- 8) ห้ามมิให้ผู้ดำเนินการกิจการสปลาเพื่อสุขภาพ
  - (ก) รับผู้มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปีบริบูรณ์เข้าทำงาน
  - (ข) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอาการมึนเมาจนประพฤตินุญวายหรือครองสติไม่ได้เข้าไปอยู่ในสถานประกอบการระหว่างเวลาทำการ
  - (ค) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้มีการกระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด ในสถานประกอบการ
  - (ง) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลย ให้มีการนำอาวุธเข้าไปในสถานประกอบการ โดยฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด ดอกไม้เพลิง และสิ่งเทียมอาวุธปืน
- 9) ผู้ดำเนินการต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับแรงงานโดยเคร่งครัด
- 10) ผู้ดำเนินการต้องดูแลสวัสดิภาพ ความปลอดภัยและสวัสดิการในการทำงานของ ผู้ให้บริการและพนักงาน และต้องมีมาตรการป้องกันการถูกล่วงละเมิดจากผู้รับบริการ

11) ผู้ดำเนินการต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ชัดเจน ณ สถานที่ประกอบกิจการนั้น

### 2.3.4 มาตรฐานผู้ให้บริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

1) ผู้ให้บริการจะต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(ก) มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์

(ข) ได้รับการอบรมหรือถ่ายทอดความรู้ ตามหลักสูตรจากหน่วยงานราชการ สถาบัน หรือสถานศึกษาที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางรับรอง หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานในกิจการสปาเพื่อสุขภาพมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี และผ่านการทดสอบความรู้และประสบการณ์โดยคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลาง

(ค) ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้

1) โรคพิษสุราเรื้อรัง

2) โรคติดเชื้อเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง

3) โรคจิตร้ายแรง

4) โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการ ทำงานหรือโรคติดต่อกันในระยะร้ายแรง

(ง) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(จ) กรณีเคยเป็นผู้ให้บริการมาก่อนแต่ถูกคณะกรรมการตรวจและประเมิน มาตรฐานสถานประกอบการเพิกถอนใบประเมินความรู้ ความสามารถ จะต้องเลยระยะเวลาเพิกถอนไม่น้อยกว่า ๒ ปี จึงจะขอประเมินความรู้ ความสามารถใหม่ได้

2) ผู้ให้บริการมีหน้าที่และข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

(ก) ให้บริการแก่ผู้รับบริการ ตามความรู้ และความชำนาญตรงตามมาตรฐานวิชาชีพ ที่ได้ศึกษาอบรมมา

(ข) ไม่กลั่นแกล้ง ทำร้าย หรือก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้รับบริการ

(ค) เก็บความลับของผู้รับบริการ โดยไม่นำข้อมูลหรือเรื่องที่ได้ยินจากผู้รับบริการ ไปเปิดเผยจนก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้รับบริการหรือบุคคลอื่น

(ง) ไม่แสดงอาการยั่วยวน กระทำลามกอนาจาร หรือพูดจาในทำนองให้ผู้รับบริการเข้าใจว่าผู้ให้บริการต้องการมีเพศสัมพันธ์ กับผู้รับบริการ และต้องไม่มีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการหรือค้าประเวณี

(จ) ไม่พูดจาหยอกล้อ หรือล้อเล่น หรือกระทำการใดๆ อันมิใช่หน้าที่ที่จะต้อง ให้บริการกับผู้รับบริการ โดยต้องให้บริการด้วยอาการสุภาพ อ่อนโยน

(ฉ) ไม่ดื่มสุรา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือของมีเมา หรือยาเสพติด ในขณะที่ให้บริการแก่



### ผู้รับบริการ

- (ข) มีความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่ที่กระทำและไม่ลักขโมยทรัพย์สินของผู้รับบริการ
- (ข) มีความรับผิดชอบต่อตนเอง โดยการดูแลสุขภาพให้แข็งแรง และไม่นำโรคติดต่อไปแพร่ แก่ผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงาน
- (ฅ) ห้ามมิให้ผู้ให้บริการใส่เครื่องประดับหรือของมีค่า ซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน
- (ญ) เป็นผู้ดำรงตนอยู่ในศีลธรรมอันดี

### 2.3.5 มาตรฐานการบริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

1) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มี ผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติตามประกาศนี้ และห้ามมิให้นำ ผู้ที่ขาดคุณสมบัติมาให้บริการ เว้นแต่ผู้ให้บริการฝึกหัด ซึ่งมีจำนวนไม่เกินกึ่งหนึ่งของ ผู้ให้บริการที่มี

2) ผู้ประกอบการต้องจัดการบริการ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐาน การบริการแต่ละประเภท โดยจะต้องมีบริการหลักประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ การใช้น้ำเพื่อ สุขภาพ เช่น บริการอบไอน้ำ อ่างน้ำวน บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำเย็น เป็นต้น และให้มีบริการอื่น เช่น การ พอกโคลน การเสริมสวย การออกกำลังกาย อาหารสุขภาพ โยคะ สมาธิและอื่นๆ อีก ๓ รายการ เป็นอย่างน้อย

3) สถานประกอบการต้องมีลักษณะการให้บริการดังนี้

(ก) เวลาเปิดทำการให้เริ่มบริการได้ตั้งแต่เวลา 08.00 นาฬิกา และเวลาปิดทำการ หรือ ให้บริการไม่เกิน 22.00 นาฬิกา

(ข) ผู้ประกอบการต้องแสดงทะเบียนประวัติผู้ให้บริการ ตามแบบที่กระทรวง สาธารณสุข กำหนด

(ค) ผู้ประกอบการต้องจัดทำ ทะเบียนประวัติผู้รับบริการ ไว้เป็นหลักฐานตามแบบที่กระทรวง สาธารณสุขกำหนด โดยต้องเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพที่ตรวจสอบได้ไม่น้อยกว่า ๕ ปี นับแต่วันที่ จัดทำ

(ง) ห้ามมิให้มีการบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือของมีเมาทุกชนิด แก่พนักงานผู้ ให้บริการหรือผู้รับบริการและต้องถือเป็นเขตปลอดบุหรี่

(จ) การให้บริการจะต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ การประกอบ วิชาชีพอื่นตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และ กฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

(ฉ) การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาการให้บริการของสถานประกอบการ จะต้องไม่ทำให้ บุคคลทั่วไปเข้าใจว่าสถานที่ดังกล่าว มีการให้การบำบัดรักษาพยาบาลอันอาจเป็นการฝ่าฝืน กฎหมาย และข้อความโฆษณานั้นจะต้องไม่เป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความเป็นจริง



(ข) ผู้ประกอบการต้องแสดงรายการบริการ และอัตราค่าบริการไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ง่าย หรือสามารถให้ตรวจสอบได้

(ค) ผู้ประกอบการต้องไม่จัดหรือยินยอมให้มีรูปแบบการให้บริการ ที่อาจเข้าข่ายหรือฝ่าฝืนกฎหมายสถานบริการหรือบริการที่จะต้องขออนุญาตเป็นพิเศษ เช่น การพนัน การแสดงดนตรี การขับร้อง คาราโอเกะ สนั่นเกอร์ เต้นรำ รำวง ตลอดจนจัดให้มีมหรสพอื่นๆ เป็นต้น

(ง) ผู้ประกอบการต้องกำหนดให้มีเครื่องแบบสำหรับผู้ให้บริการ โดยเป็นเครื่องแบบที่รัดกุม สุภาพ สะอาดเรียบร้อย สะดวกต่อการปฏิบัติงาน และต้องมีป้ายชื่อผู้ให้บริการติดไว้ที่หน้าอก ด้านซ้าย

### 2.3.6 มาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

- 1) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีชุดปฐมพยาบาล ไว้ในสถานประกอบการ และพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลาที่มีการให้บริการ
- 2) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีป้ายหรือข้อความเพื่อแสดง หรือเตือนให้ผู้รับบริการระมัดระวังอันตรายหรือบริเวณที่มีความเสี่ยงต่อการ เกิดภัยอันตราย
- 3) ใน กรณีที่กิจการสปาเพื่อสุขภาพ มีการจัดให้มีบริการอบความร้อน อบไอน้ำ อ่างน้ำวนไว้บริการตลอดจนอุปกรณ์หรือบริการอื่นใดอันอาจก่อให้เกิดอันตราย ไว้บริการ ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจและความชำนาญในการใช้อุปกรณ์นั้น เป็นอย่างดี เป็นผู้รับผิดชอบอุปกรณ์ และมีหน้าที่คอยตรวจตราดูแลการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวทั้งในขณะที่ใช้งานและหลังการ ใช้งาน
- 4) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มี นาฬิกาที่สามารถมองเห็น อ่านเวลาได้ โดยง่ายและชัดเจนจากจุดที่ผู้รับบริการกำลังใช้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ และอ่างน้ำวนอยู่ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการสามารถควบคุมเวลาการใช้อุปกรณ์ด้วยตนเองได้ โดยสะดวก
- 5) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มี ระบบฉุกเฉินสำหรับบริการอบความร้อน อบไอน้ำและ อ่างน้ำวน ซึ่งสามารถหยุดการทำงานของอุปกรณ์ดังกล่าวได้โดยอัตโนมัติในทันทีที่เกิดจาก ภาวะซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้รับบริการ และการเข้าถึงเพื่อใช้ระบบฉุกเฉินนั้นต้องสามารถกระทำได้โดยง่ายและสะดวกใน เวลาที่เกิดเหตุฉุกเฉิน
- 6) ภายในบริเวณที่ให้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ อ่างน้ำวน และบ่อน้ำร้อน น้ำเย็น ต้องมีเครื่องวัดอุณหภูมิ เครื่องควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติ และเครื่องตั้งเวลา เพื่อให้พนักงานผู้รับผิดชอบอุปกรณ์สามารถปรับและควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ใน สภาวะที่ปลอดภัยสำหรับผู้รับบริการตลอดเวลา
- 7) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบคัดกรองผู้รับบริการ ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการเข้าใช้บริการในบางแผนก โดยเฉพาะต้องไม่อนุญาตให้สตรีตั้งครรภ์ ผู้ใช้ยาบางประเภท ที่



อาจเกิดปัญหาได้เมื่อเข้าใช้อุปกรณ์บางชนิด ผู้ที่เพิ่งจะดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือ  
เมาสุรา ผู้ป่วยความดันโลหิตสูง ผู้ป่วยเบาหวานและผู้ป่วยโรคหัวใจเข้าใช้อุปกรณ์ หรือบริการที่  
เสี่ยงต่อภาวะนั้น เว้นแต่จะได้รับการสั่งให้ใช้อุปกรณ์จากแพทย์ผู้เกี่ยวข้อง

8) ผู้ประกอบการต้องดูแล และควบคุมคุณภาพน้ำที่ใช้สำหรับให้บริการ ไม่  
ว่าจะเป็นอ่างน้ำวน สระน้ำ หรืออุปกรณ์การใช้น้ำชนิดอื่นใด ให้มีคุณสมบัติทางเคมีที่ปลอดภัย  
และไม่เป็นแหล่งแพร่เชื้อ

9) ผ้า อุปกรณ์และเครื่องมือทุกชนิดเมื่อใช้บริการแล้ว ต้องซักหรือล้างทำ  
ความสะอาดอย่างถูกสุขลักษณะ ก่อนนำกลับมาให้บริการครั้งต่อไป และในกรณีที่ทำให้บริการมี  
ความเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ เช่น การใช้ไม้หรืออุปกรณ์ที่ใช้ขัดหรือขูดผิวหนังในการบริการกดจุดฝ่า  
เท้า ต้องผ่านกรรมวิธีการฆ่าเชื้อที่สามารถฆ่าและควบคุมเชื้อได้ ไม่น้อยกว่าเทคนิคการปลอดเชื้อ  
ทุกครั้งหลังการให้บริการ

10) ใน กรณีที่ผู้ให้บริการอาจมีการหายใจบริเวณใบหน้าผู้รับบริการ เช่น  
ในการดูแลและนวดบริเวณใบหน้า ผู้ให้บริการต้องสวมอุปกรณ์ที่ถูกสุขลักษณะเพื่อป้องกันการ  
หายใจรดบริเวณใบ หน้าผู้รับบริการและการแพร่กระจายเชื้อระบบทางเดินหายใจไปสู่ผู้รับบริการ  
ในขณะที่มีการให้บริการทุกครั้ง

11) ผู้ประกอบการต้องมีการดำเนินการป้องกัน การติดเชื้อที่เหมาะสม

12) ต้องมีระบบการป้องกันอัคคีภัย ในสถานประกอบการตามกฎหมายว่า  
ด้วยการควบคุมอาคาร (กระทรวงสาธารณสุข, สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ, 2551: 21-  
28)

## 2.4 การศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและทฤษฎีในการออกแบบคลับสุขภาพในแบบฉบับบุรุษ  
สังคมเมือง นั้นต้องทำการศึกษาจากสถานที่จริงอันมีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยมีทั้งหมด 3  
โครงการได้แก่

- TRUE FITNESS at Exchange Tower
- THE ROYAL HEALTH SPA FITNESS AND HEALTH SPA  
ABOVE ALL
- MARKUS DAY SPA FOR MEN



## 2.4.1 โครงการเปรียบเทียบในประเทศ

### 1) TRUE FITNESS at Exchange Tower

ความเป็นมาโครงการ – เป็นศูนย์ออกกำลังกายที่บอกชั้น 5 ของอาคาร Exchange Tower แยกอโศกมนตรี สุขุมวิท คลองเตยเหนือ กรุงเทพฯ มีพื้นที่ 7,000 ตร.ม.

ลักษณะทางกายภาพ – ตั้งอยู่บนอาคารสำนักงาน และอยู่ในย่านของอาคารสำนักงานที่มีขนาดใหญ่และสูง

การเข้าถึงโครงการ – เนื่องจากตั้งอยู่ในย่านคนทำงาน การเดินทางจึงสะดวก รวดเร็วด้วยรถไฟฟ้า ทั้งได้ดินบนดิน และตัวอาคารยังติดกับถนนสายหลัก สุขุมวิทด้วย

แนวความคิดในการออกแบบ – เน้นสีส้มดึงดูด การออกแบบดูทันสมัย เล่นแสงสีของไฟเป็นส่วนใหญ่ สีหลักๆจะเป็นสีม่วงอมน้ำเงิน

การวางผังและพื้นที่ใช้สอย แบ่งเป็น 4 ส่วนได้แก่ True Fitness, True Spa, True 'Est, True Café



ภาพที่ 2.2 แสดงห้องออกกำลังกายเข้าจังหวะ

ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>





ภาพที่ 2.3 แสดงห้องโยคะ

ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>



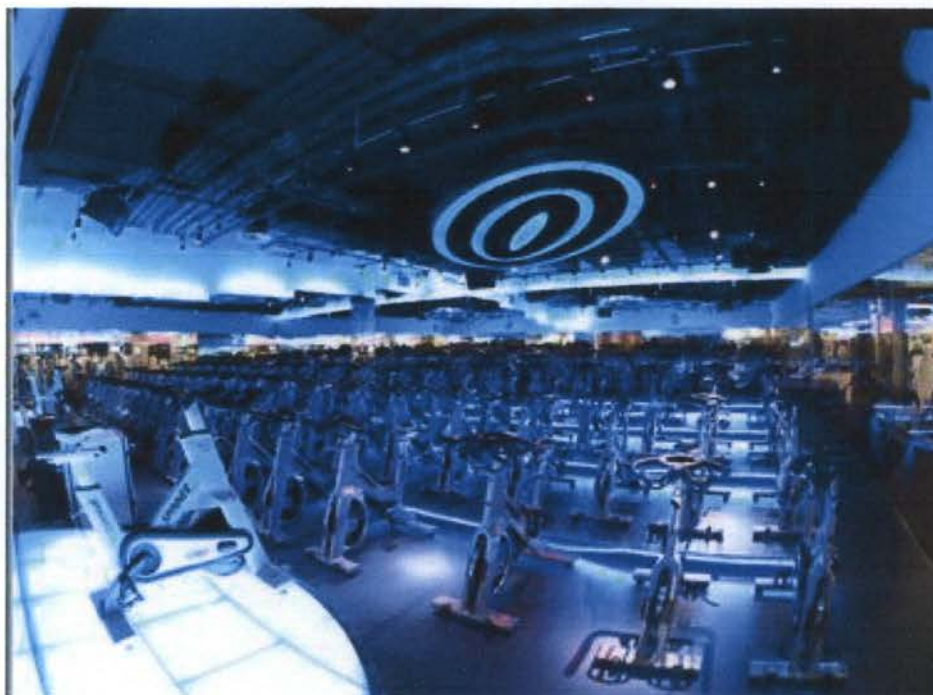
ภาพที่ 2.4 แสดงส่วนของพื้นที่ออกกำลังกาย

ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>



ภาพที่ 2.5 แสดงส่วนของพื้นที่ออกกำลังกาย

ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>



ภาพที่ 2.6 แสดงส่วนพื้นที่ปั่นจักรยานเข้าจังหวะตามเพลง

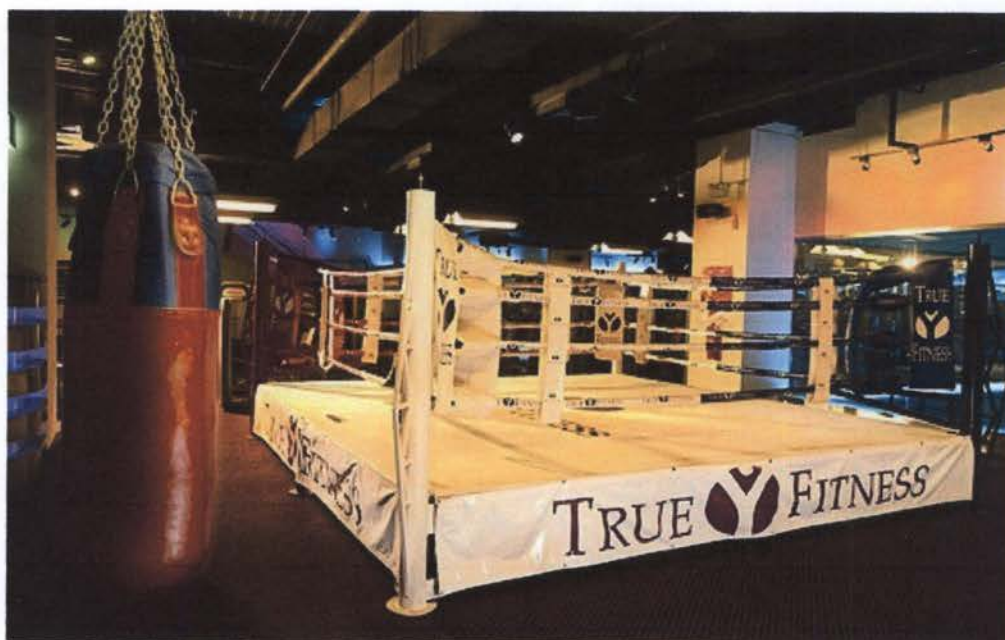
ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>





ภาพที่ 2.7 แสดงห้อง LOCKERS

ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>



ภาพที่ 2.8 แสดงส่วนของพื้นที่กีฬามวย

ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>





ภาพที่ 2.9 แสดงพื้นที่ส่วนคาเฟ่  
ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>



ภาพที่ 2.10 แสดงส่วนต้อนรับและพักคอยส่วนบริการสปา  
ที่มา : <http://www.truefitness.co.th>

## 2) THE ROYAL HEALTH SPA FITNESS AND HEALTH SPA

ABOVE ALL

ความเป็นมาโครงการ - THE ROYAL HEALTH SPA เป็นศูนย์สุขภาพที่อยู่บนอาคารสูงของโรงแรมใจกลางเมืองของกรุงเทพฯ ตั้งอยู่บนชั้นที่ 35-37 ของโรงแรม INTER CONTINENTAL BANGKOK ถนนเพลินจิต เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ มีพื้นที่โครงการ 1600 ตารางเมตร

ลักษณะทางกายภาพ - ตั้งอยู่บนโรงแรม ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบอย่างมากในด้านทำเลที่ตั้ง ลักษณะอาคารเป็นสถาปัตยกรรมแบบร่วมสมัย สวยงาม หรรษา

การเข้าถึงโครงการ - เนื่องจากโครงการตั้งอยู่ใจกลางเมืองซึ่งมีการสัญจรสะดวกสบาย ทั้งรถยนต์ส่วนบุคคล รถประจำทาง รถไฟฟ้า

แนวความคิดในการออกแบบ - เน้นความเป็นธรรมชาติ โดยการใช้เส้นสายที่ดูเบาสบาย เลียบแบบมาจากธรรมชาติเช่น กิ่งไม้ ใบไม้ เป็นต้น มีการเลือกใช้วัสดุที่เป็นสีอ่อน เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย เพื่อการบำบัดอย่างแท้จริง

การวางผังและพื้นที่ใช้สอย แบ่งพื้นที่ใช้สอยออกเป็น 3 ส่วน คือ ชั้น 35 ส่วน SPA & TREATMENT ประกอบด้วยส่วนต่างๆดังนี้

- โถงต้อนรับ และส่วนพักผ่อน
- ห้องนวดประเภทต่างๆ
- ห้อง BEAUTY SALON
- ห้อง RELEXATION ROOM
- ห้องน้ำชาย/หญิง
- ส่วน LOCKERS
- ส่วนพักผ่อนของพนักงานนวดและบริการ
- ชั้นที่ 36 ส่วน HEALTH CLUB & LOCKERS
- โถงต้อนรับ และส่วนพักผ่อน
- ห้อง AEROBIC
- ส่วนออกกำลังกาย
- JUICE BAR
- LOCKERS ชาย

- LOCKERS หญิง
- LOCKERS พนักงาน
- ส่วนบริการอื่นๆ เช่น TOWEL STORAGE
- ชั้นที่ 37 ส่วน SWIMMING POOL
- SWIMMING POOL
- POOL BAR & RELEXATION AREA



ภาพที่ 2.11 แสดงโถงต้อนรับและพักคอยส่วนบริการสปา

ที่มา : <http://travel.aol.com/travel-guide/Bangkok--Thailand-InterContinental+Bangkok:185:R95521-hotel-photos>



ภาพที่ 2.12 แสดงบรรยากาศภายในห้องนวด

ที่มา : <http://travel.aol.com/travel-guide/Bangkok--Thailand-InterContinental+Bangkok:185:R95521-hotel-photos>





ภาพที่ 2.13 แสดงส่วน FITNESS

ที่มา : <http://travel.aol.com/travel-guide/Bangkok--Thailand-InterContinental+Bangkok:185:R95521-hotel-photos>



ภาพที่ 2.14 แสดงบรรยากาศบริเวณสระว่ายน้ำน่านอกอาคาร

ที่มา : <http://travel.aol.com/travel-guide/Bangkok--Thailand-InterContinental+Bangkok:185:R95521-hotel-photos>

## 2.4.2 โครงการเปรียบเทียบต่างประเทศ

### 1) MARKUS DAY SPA FOR MEN

ความเป็นมาของโครงการ – เป็นสถานเสริมความงามที่อยู่ในเมืองฮันเต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย แต่มีแต่ความเคร่งเครียด การหาสถานที่ผ่อนคลายจึงเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว และ MARKUS DAY SPA FOR MEN เป็นสถานเสริมสุขภาพความงามของสุภาพบุรุษโดยเฉพาะ ซึ่งเป็น สปาสำหรับ Metrosexual Man หรือหนุ่มเจ้าสำอาง เป็นสถานที่ ที่จะทำให้อาชีพบุรุษเป็นชายรูปงาม และมีบุคลิกภาพที่ดี และด้วยการบริการที่ครบวงจร จึงทำให้ที่นี่ได้รับความนิยมจากนักธุรกิจ ที่มาใช้บริการหลังเลิกงาน หรือนัดพบปะสังสรรค์กัน

ลักษณะการให้บริการ – การให้บริการจะใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

- SPA SERVICE
- BODY & FACE TREATMENTS
- MASSAGE/ REFLEXOLOGY
- ANTIAGE/ BOTOX/ REFILLS
- BOTOX
- REFILLS
- VITAMIN SHOCK
- BODY SCURBTURE
- OTHER TECHNIQUES
- ESTHETICE
- COSMETIC MEDICINE
- ESPECIALIST
- BARBER SHOP/ HAND/ WAX
- OTHER SERVICE

แนวความคิดในการออกแบบและการใช้วัสดุ – การตกแต่งภายใน ออกแบบได้อย่างกลมกลืน โดยสื่อถึงความนุ่มนวลของน้ำ ความแข็งแกร่งของหิน การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ



ทำให้เกิดความปลอดโปร่งและการสัมผัสถึงธรรมชาติ ตั้งแต่ก้าวย่างเข้าไปในสถานที่แห่งนี้ ทุก  
ส่วนถูกตกแต่งให้สร้างความรู้สึกร่มเย็นสบาย



ภาพที่ 2.15 แสดงโถงต้อนรับและพักผ่อน

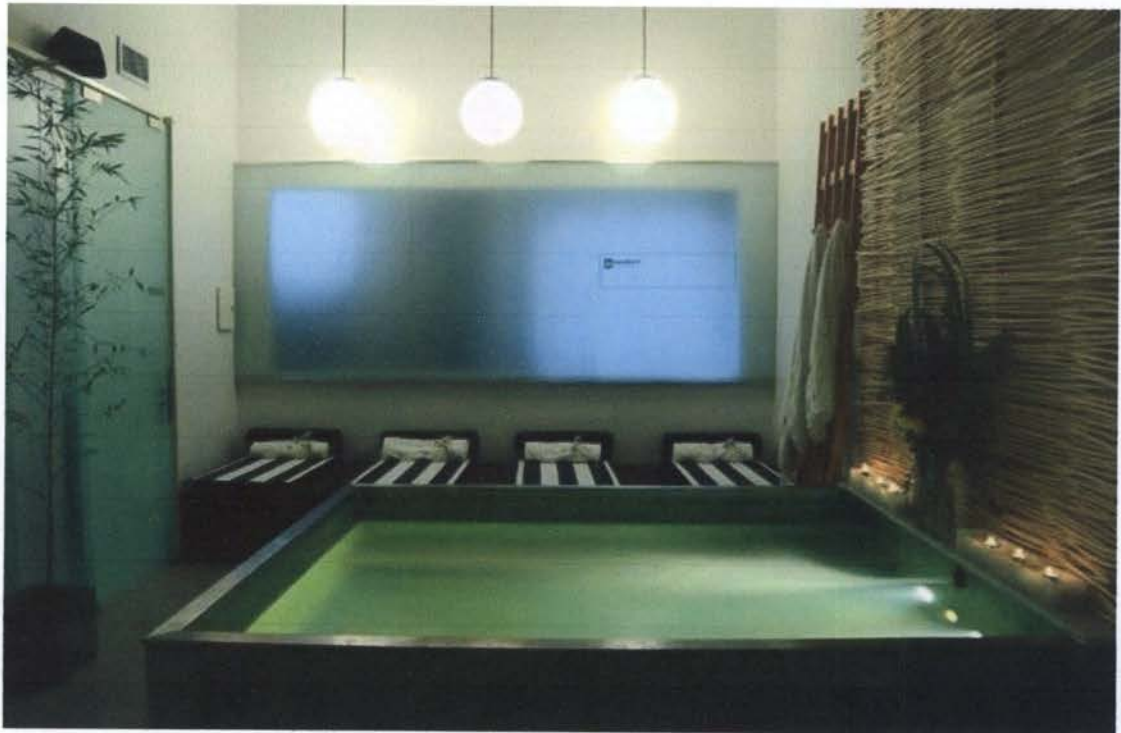
ที่มา : <http://www.luxist.com/gallery/markus-for-men/2796773/>



ภาพที่ 2.16 แสดงบรรยากาศห้องนวด



ที่มา : <http://www.luxist.com/gallery/markus-for-men/2796774/>



ภาพที่ 2.17 แสดงส่วน AQUA ROOM มีอ่าง JACUZZI

ที่มา : <http://www.luxist.com/gallery/markus-for-men/2796766/>



ภาพที่ 2.18 แสดงห้อง steam room

ที่มา : <http://www.luxist.com/gallery/markus-for-men/2796763/>



ภาพที่ 2.19 แสดงส่วน SALON

ที่มา : <http://www.luxist.com/photos/markus-for-men/2796767/>

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบส่วนใช้สอยที่ต้องศึกษา

ส่วนใช้สอยในการศึกษา	THE ROYAL HEALTH SPA FITNESS	TRUE FITNESS	MARKUS DAY SPA FOR MEN
LOBBY	○	○	○
SPA AREA	○	○	○
FITNESS		○	
HEALTH BAR	○	○	
LOCKERS	○	○	○
อื่นๆ			- ร้านตัดผม

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบส่วนใช้สอยที่ต้องศึกษา (ต่อ)

ส่วนใช้สอยในการศึกษา	THE ROYAL HEALTH SPA FITNESS	TRUE FITNESS	MARKUS DAY SPA FOR MEN
รูปแบบในการเลือกเพื่อเป็นกรณีศึกษา	เป็น SPA ที่อยู่ใจกลางเมือง อยู่ภายในอาคารอื่นๆเช่น โรงแรม เน้นการศึกษาเรื่องรูปแบบการให้บริการและศึกษาฟังก์ชันในส่วนของสปา	เป็นฟิตเนสที่อยู่ในตัวเมือง มีความหลากหลายของฟังก์ชันทั้งฟิตเนส,สปา,ศูนย์ความงาม และคาเฟ่ เน้นศึกษาเรื่องฟังก์ชันภาพรวม ฟังก์ชันส่วนของฟิตเนส และฟังก์ชันส่วนให้บริการด้านความงาม	เป็นสถานบริการสปาแบบครบวงจรสำหรับสุภาพบุรุษ เน้นศึกษาเรื่องฟังก์ชันเฉพาะและรูปแบบการดำเนินงาน



## บทที่ 3

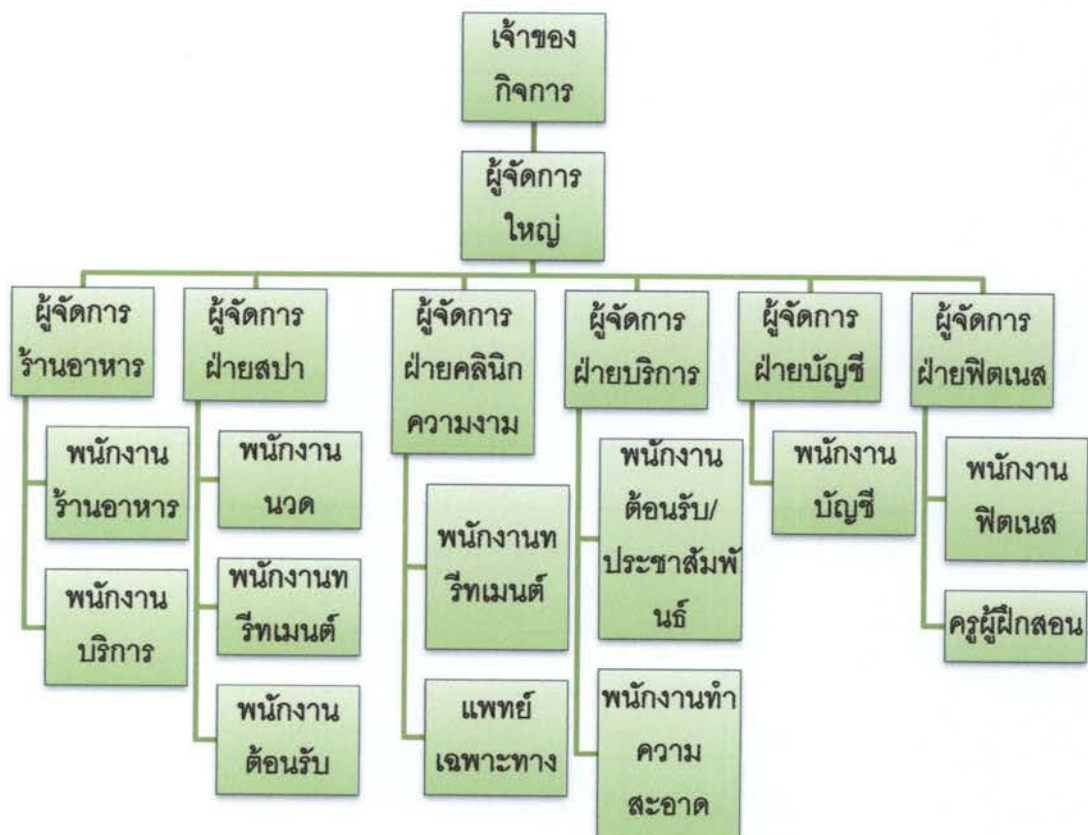
### การวิเคราะห์ข้อมูล

การออกแบบโครงการออกแบบคลับสุขภาพสำหรับสุขภาพบุรุษ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ จำเป็นต้องมีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ 3 ประเด็นดังต่อไปนี้ ได้แก่ ผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ และที่ตั้งโครงการ

#### 3.1 การวิเคราะห์ผู้ใช้สอยโครงการ

##### 3.1.1 ผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการของโครงการออกแบบคลับสุขภาพสำหรับสุขภาพบุรุษ คือ เอกชนเจ้าของอาคารที่ตั้งของโครงการ เพราะต้องการปรับปรุงอาคารใหม่ให้ทันสมัย และเล็งเห็นถึงช่องทางทำธุรกิจที่เป็นที่ต้องการสูงเช่น สปา โดยการสร้างจุดเด่นที่เป็นสปาที่มีบริการด้านสุขภาพและความงามสำหรับสุขภาพบุรุษ โดยมีการบริหารงานตามแผนภูมิดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 3.1 ผังองค์กร

ที่มา : อ้างอิงจาก s medical spa

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงระยะเวลาทำงาน

ระยะเวลา นัดหมาย	แพทย์ ประจำคลินิก	แพทย์ ประจำคลินิก	แพทย์ ประจำคลินิก	แพทย์ ประจำคลินิก	แพทย์ ประจำคลินิก	แพทย์ ประจำคลินิก	แพทย์ ประจำคลินิก	แพทย์ ประจำคลินิก	แพทย์ ประจำคลินิก
6.00									
7.00									
8.00									
9.00									
10.00									
11.00									
12.00									
13.00									
14.00									
15.00									
16.00									
17.00									
18.00									
19.00									
20.00									
21.00									
22.00									

ที่มา : อ้างอิงจาก s medical spa

จากการศึกษาและวิเคราะห์ผู้ให้บริการ ทำให้เกิดโปรแกรมดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.1 แผนผังแสดงพฤติกรรมผู้ให้บริการ

ที่มา : อ้างอิงจาก s medical spa

### 3.1.2 ผู้รับบริการ

ผู้ชายเมโทร (Metro Sexual) หรือชายเจ้าสำอาง เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับรูปร่าง สัดส่วน ผิวพรรณ และการดูแลรักษาตนเอง ที่มีปัญหาในด้านสัดส่วน ผิวพรรณ ซึ่งจากการวิเคราะห์พฤติกรรมตาม GENERATION จัดส่วนมากอยู่ในกลุ่มของ GEN Y ซึ่งมีอายุระหว่าง 16-30 ปี โดยมีการศึกษาดี มีการทำงานมั่นคง รายได้ดี ฐานะดี ดังนั้นการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม และสามารถอำนวยความสะดวกต่อกลุ่มเป้าหมายได้ในหลายๆด้าน ถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมาก โดยที่ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ อาศัยอยู่ในตัวเมือง หรือตามหัวเมืองใหญ่

รายได้ มีรายได้ครอบครัวระหว่าง 60,001-100,000 บาท/เดือนเป็นส่วนใหญ่ มีเพียง 10% ที่มีรายได้ระหว่าง 40,000-60,000 บาท/เดือน ส่วนรายได้ส่วนตัว/เดือนอยู่ในระดับใกล้เคียงกันคือ น้อยกว่า 50,000 บาท (35%) 50,001- 100,000 บาท (33%) และมากกว่า 100,000 บาท (32%) (อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2549ก)

การศึกษา กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการศึกษาดี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และกว่าครึ่งจบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี (อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2549ข)



อาชีพ มากกว่าครึ่งทำงานในบริษัทเอกชน รองลงมาเป็นเจ้าของธุรกิจ มีส่วนน้อยที่เป็นข้าราชการ (อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2549ค)

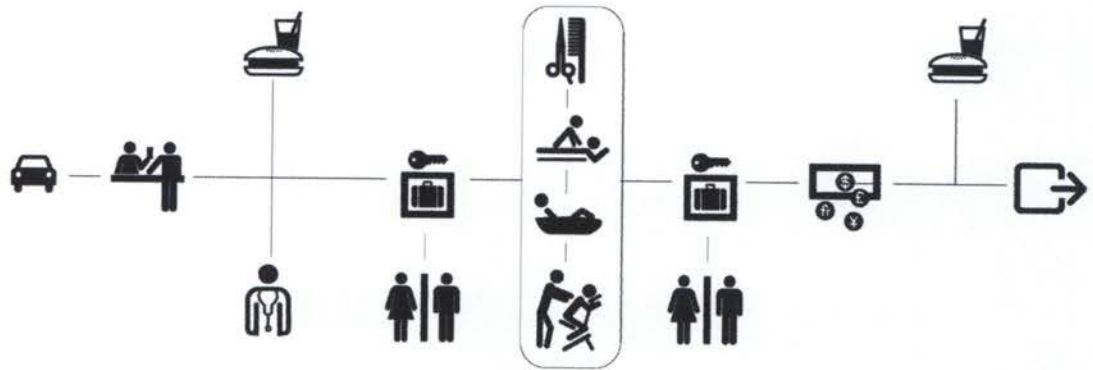
จากการศึกษาพฤติกรรมความต้องการและโปรแกรมได้ตามตารางที่ (1) ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับบริการ

ประเภทผู้รับบริการ	พฤติกรรม	ความต้องการ	โปรแกรม
<b>ผู้รับบริการ</b>			
1. ผู้ชาย Metrosexual หรือ หมู่มเจ้า สำอาง	1. ฐานะปานกลาง จนถึงฐานะดี 2. ชอบออกกำลังกาย 3. ชอบดูแลรักษา รูปร่างและหน้าตา 4. รับประทานอาหาร ที่มีประโยชน์ และดี ต่อสุขภาพ 5. ส่วนใหญ่ใช้ ยานพาหนะส่วนตัว หรือใช้ขนส่ง มวลชน เพื่อมาใช้ บริการ 6. ชอบผ่อนคลายจาก ความเมื่อยล้า และ ความเครียด	1. ที่จอดรถ 2. สถานที่ออกกำลังกาย 3. บริการด้านความ งาม ผม/ หน้า / ผิวพรรณ 4. อาหารและ เครื่องดื่มเพื่อ สุขภาพ 5. นวดเพื่อผ่อนคลาย 6. แหล่งพบปะ สังสรรค์ในเรื่องที่ สนใจเหมือนกัน	1. ลานจอดรถ 2. ฟิตเนส/ ยิม 3. สปา - ห้องนวดแบบ ต่างๆ - ห้องอบไอน้ำ - ห้องน้ำ/ ล็อกเกอร์ 4. ส่วนคลินิกความ งาม - ห้องปรึกษาแพทย์ - ห้องทำ Treatment ต่างๆ 5. ห้องอาหาร หรือ บาร์เครื่องดื่ม

ที่มา : อ้างอิงจากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้

จากการศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับบริการ ทำให้เกิดโปรแกรมดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.2 แผนผังแสดงพฤติกรรมผู้รับบริการ

ที่มา : อ้างอิงจาก s medical spa

### 3.2 วิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

โครงการตั้งอยู่ที่ อาคาร TERMINAL 21 สุขุมวิท 88 ซอย 19 คลองเตยเหนือ วัฒนา กรุงเทพฯ เป็นห้างสรรพสินค้า ตัวโครงการตั้งอยู่บนชั้น 8-9 มีพื้นที่รวมทั้งหมด 1,742 ตร.ม. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของที่ตั้งในประเด็นต่างๆ 6 ประเด็น ดังต่อไปนี้คือ บริบท การเข้าถึง ทางเข้าอาคาร ทิศทางการวางอาคาร สถาปัตยกรรม โครงสร้างและงานระบบที่เกี่ยวข้อง



แผนที่ 3.1 แสดงแผนที่ตั้งอาคาร TERMINAL 21 สุขุมวิท 88 ซอย 19

ที่มา : google earth

### 3.2.1 บริบท (Context)

#### 3.2.1.1 สภาพแวดล้อมทางด้านนามธรรม

ไซต์ของตัวอาคารตั้งอยู่ในย่านสุขุมวิท อโศก ซึ่งเป็นย่านของ DOWN TOWN ที่มีอาคารสำนักงาน และแหล่งธุรกิจท่องเที่ยว เช่นสถานบันเทิง โรงแรม แหล่งช้อปปิ้ง ร้านอาหาร เป็นต้น ทำให้เป็นย่านที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมามากมายเพื่อมาทำงานและท่องเที่ยว ทั้งยังมีชาวต่างชาติมาเที่ยว และพักอาศัย รวมทั้งชาวต่างชาติที่มาตั้งรกรากทำธุรกิจในย่านนี้ด้วยทำให้เป็นย่านที่มีวัฒนธรรมและประเพณี ต่างๆมากมายรวมกันอยู่



ภาพที่ 3.3 แสดงภาพอาคารสำนักงานย่านอโศก

ที่มา : <http://www.panoramio.com/photo/11973668>

#### 3.2.1.2 สภาพแวดล้อมทางด้านรูปธรรม(อาณาบริเวณ)

ตัวอาคารตั้งอยู่ติดกับถนนสุขุมวิท ด้านหน้าอาคารติดสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสสถานีอโศก และรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีสุขุมวิท โดยรอบเป็นอาคารประกอบการธุรกิจต่างๆเช่นร้านอาหาร โรงแรม สำนักงาน เป็นต้น การจราจร เนื่องจากในย่านนี้มีธุรกิจต่างๆ และสำนักงานแทรกตัวอยู่ตามอาคารมากมายผู้คนส่วนใหญ่ใช้การเดินทาง หรือรถจักรยานยนต์รับจ้าง ส่วนการจราจรบนถนน



สุขุมวิท จะเป็นยานพาหนะส่วนตัว รถประจำทาง และยังมีขนส่งมวลชนแบบเร็วรถไฟฟ้าบีทีเอ  
 สที่มีสถานีใกล้เคียงที่สุดคือ สถานีอโศก ตามเส้นทางถนนสุขุมวิทและรถไฟใต้ดินที่มีทางเชื่อมต่อกันด้วย



แผนที่ 3.2 แสดงอาณาบริเวณและสิ่งแวดลอมรอบข้าง

ที่มา: google earth



ภาพที่ 3.4 แสดงภาพสี่แยกอโศก

ที่มา: <http://www.panoramio.com/photo/14496985>

### 3.2.1.3 ทิศเหนือ ติดกับ แหล่งที่อยู่อาศัย ร้านอาหาร และสยามสมาคม



ภาพที่ 3.5 แสดงภาพสยามสมาคม

ที่มา: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=401084>

### 3.2.1.4 ทิศตะวันออก ติดกับ อาคารพาณิชย์ที่อยู่อาศัย



ภาพที่ 3.6 แสดงภาพอาคารพาณิชย์ตรงแยกอโศก

ที่มา: สถานที่จริง



### 3.2.1.5 ทิศตะวันตก ติดกับ โรงแรมซีดี ลอดจ์ และอาคารพาณิชย์



ภาพที่ 3.7 แสดงภาพโรงแรมซีดี ลอดจ์ และอาคารพาณิชย์

ที่มา: สถานที่จริง

### 3.2.1.6 ทิศใต้ ติดกับ ถนนสุขุมวิท



ภาพที่ 3.8 แสดงภาพถนนสุขุมวิทตรงสถานีบีทีเอสอัสค

ที่มา: สถานที่จริง



### 3.2.2 การเข้าถึง (Approach)

#### 3.2.2.1 ความยากง่ายในการเข้าถึง

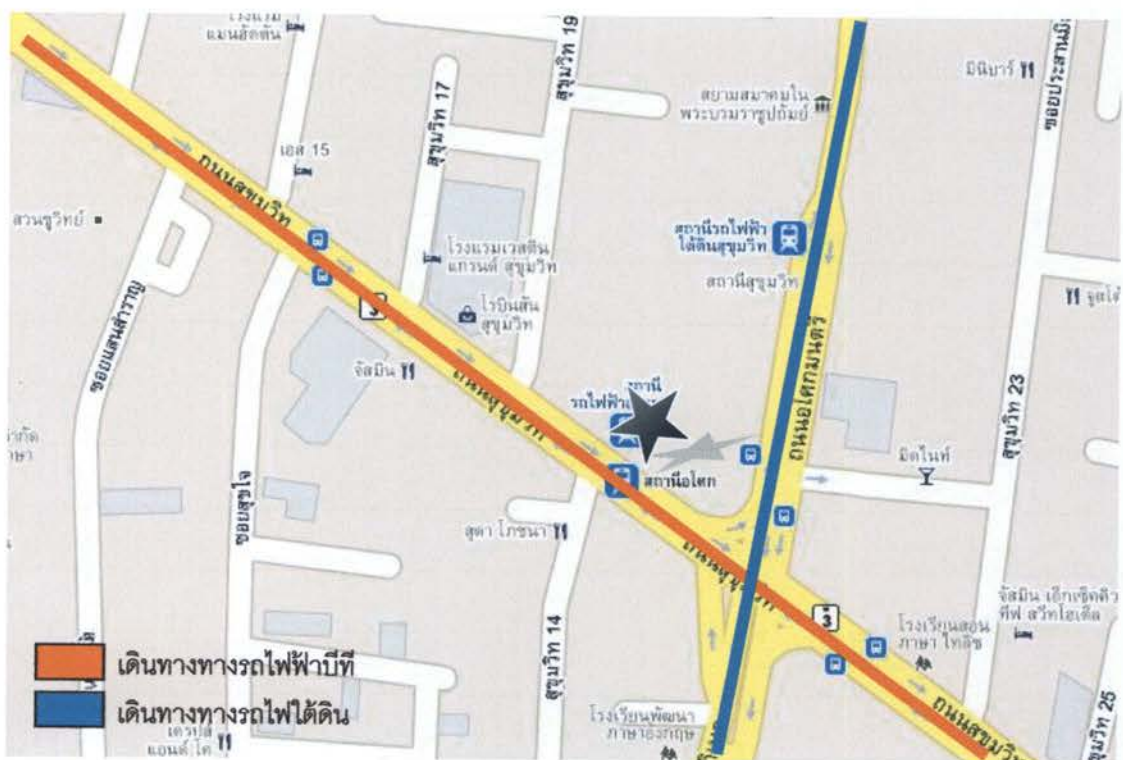
ตัวอาคารที่ตั้งโครงการคือห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อยู่ติดถนนสุขุมวิท ใกล้แยกอโศกมนตรี มีทางเชื่อมต่อทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสอโศก และรถไฟฟ้าใต้ดินสุขุมวิท สามารถเข้าถึงโครงการได้จาก

รถยนต์ส่วนบุคคล มาได้จากหลายทางทั้งจากทางพิเศษเฉลิมมหานคร จากถนนเพลินจิต ถนนอโศกมนตรี และถนนรัชดาภิเษก เลี้ยวเข้าสู่ถนนสุขุมวิท อยู่ห่างจากสี่แยกอโศกไม่ถึง 50 เมตร

รถประจำทาง ที่ผ่านมีสาย 12, 25, 59, 60, 62, 70, 178, 501, 503 และ 512 มีทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศ ผ่านหน้าตัวอาคารเลย

รถไฟฟ้าบีทีเอส โดยนั่งมาลงที่สถานีอโศก และมีทางเชื่อมเข้าตัวห้างที่ตั้งของโครงการได้เลย

รถไฟฟ้าใต้ดิน โดยนั่งมาลงที่สถานีสุขุมวิท



แผนที่ 3.3 แสดงภาพการเข้าถึงตัวโครงการโดยรถไฟฟ้า

ที่มา: google earth

### 3.2.2.2 มุมมองระหว่างการเข้าถึง

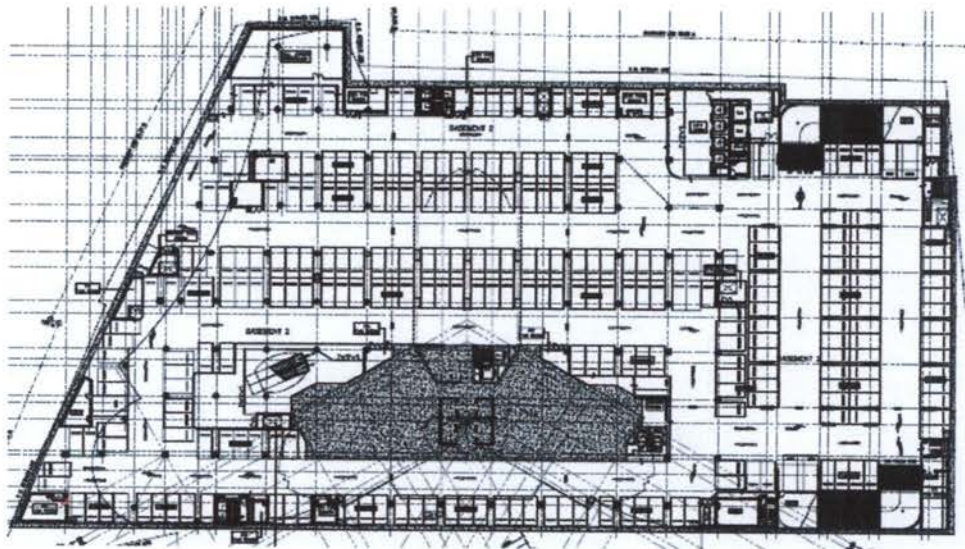


ภาพที่ 3.9 แสดงภาพการเข้าถึงตัวอาคารโครงการ

ที่มา: สถานที่จริง

### 3.2.2.3 ภายในตัวอาคารที่ตั้งโครงการมีสถานที่จอดรถ

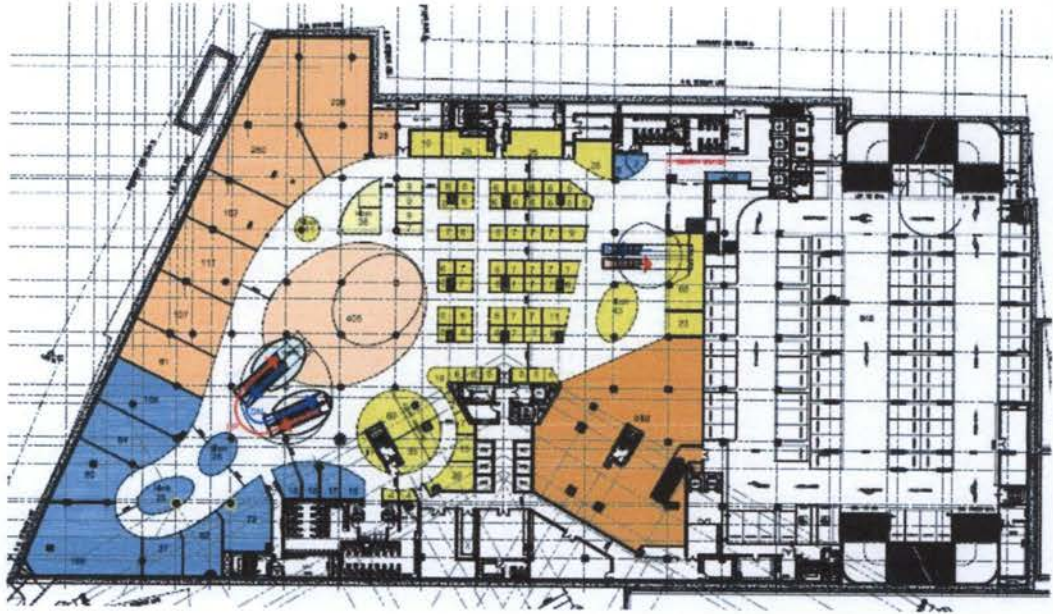
โดยมีลานจอดรถอยู่ที่ชั้นใต้ดิน 2 ชั้น ชั้นที่ 2 ทั้งชั้น และชั้นที่ 1 ครึ่งหนึ่ง และมีทางเชื่อมเข้าสู่อาคารภายในจากลานจอดรถใต้ดินชั้นที่ 1 และชั้น 2,3,4,5



ภาพที่ 3.10 แสดงผังลานจอดรถชั้นใต้ดินที่ 2

ที่มา : ผังอาคารจริง

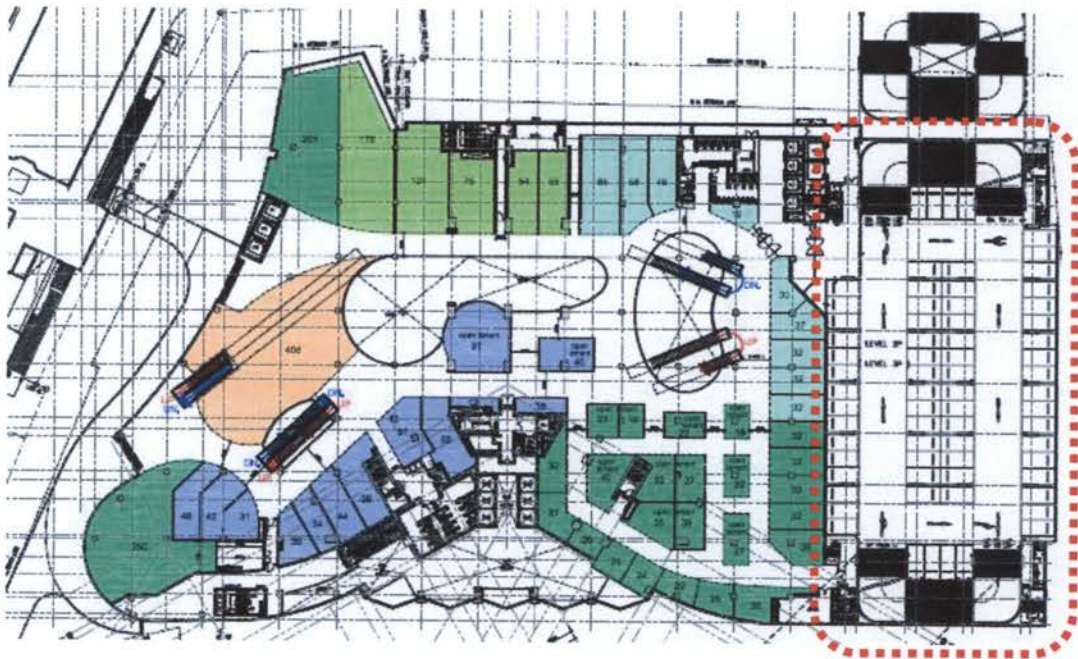




ภาพที่ 3.11 แสดงผังลานจอดรถชั้นใต้ดินที่ 1

ที่มา : ผังอาคารจริง

และลานจอดรถบนชั้น 2,3,4,5 ที่มีลักษณะคล้ายกัน



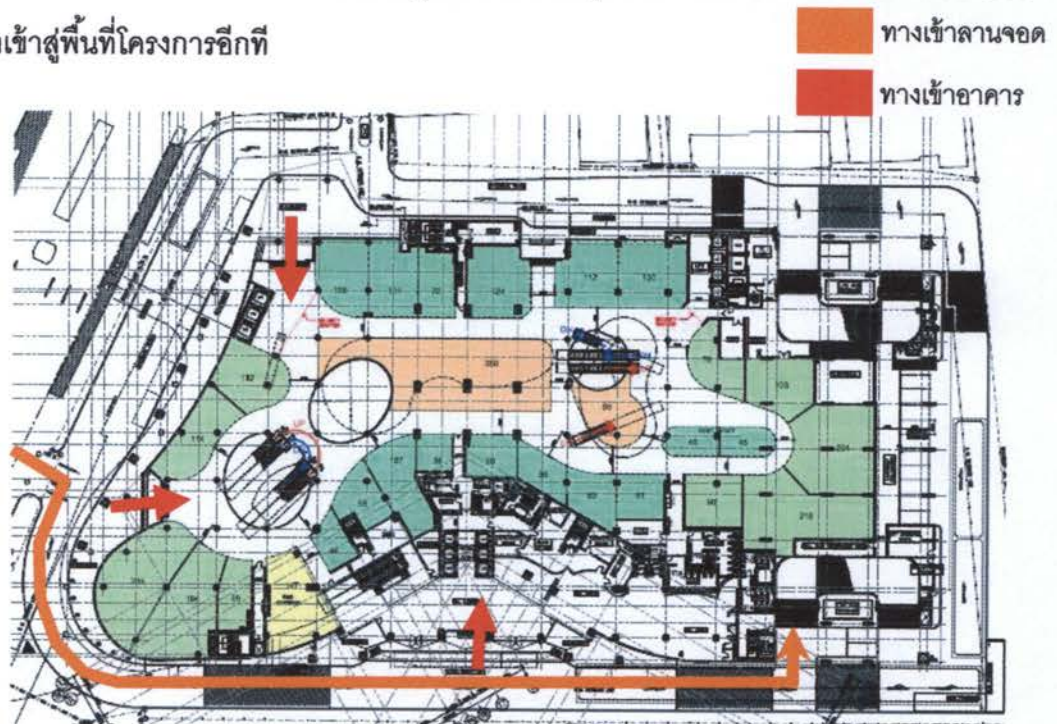
ภาพที่ 3.12 แสดงผังลานจอดรถชั้น 2

ที่มา : ผังอาคารจริง



### 3.2.3 ทางเข้าอาคาร (Building Entrance)

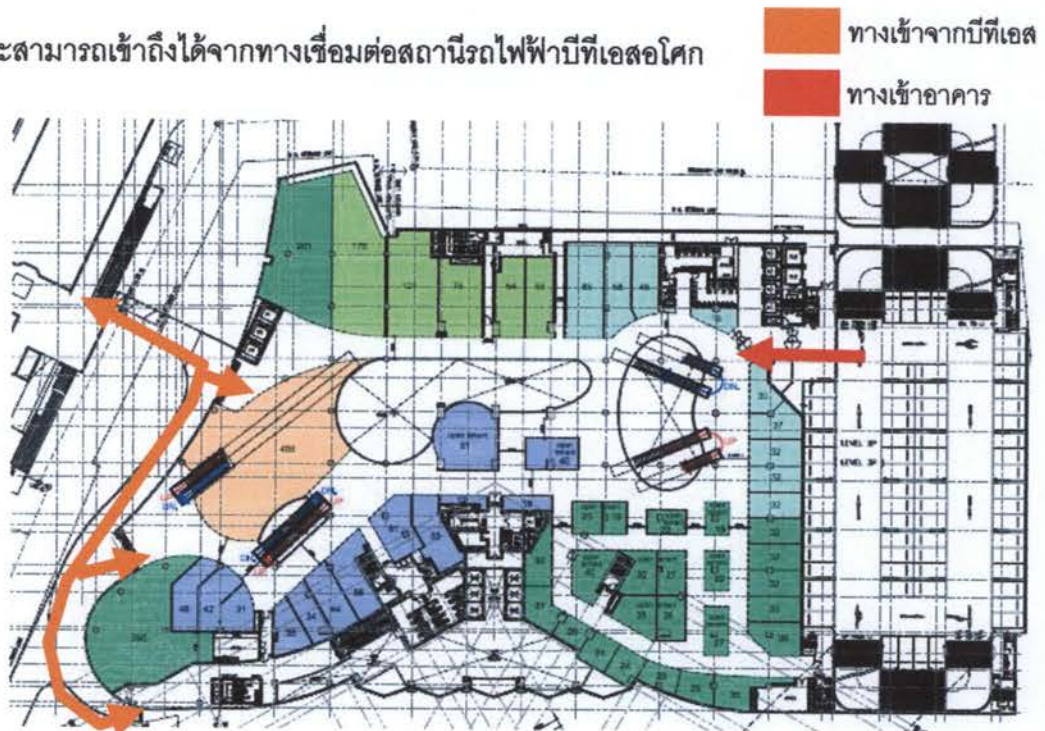
3.2.3.1 ทางเข้าสำหรับผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ใช้ทางเข้าเดียวกัน แต่จะไปแยกเข้าสู่พื้นที่โครงการอีกที่



ภาพที่ 3.13 แสดงการเข้าถึงตัวอาคารจากชั้น 1

ที่มา : ผังอาคารจริง

และสามารถเข้าถึงได้จากทางเชื่อมต่อนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสอโศก



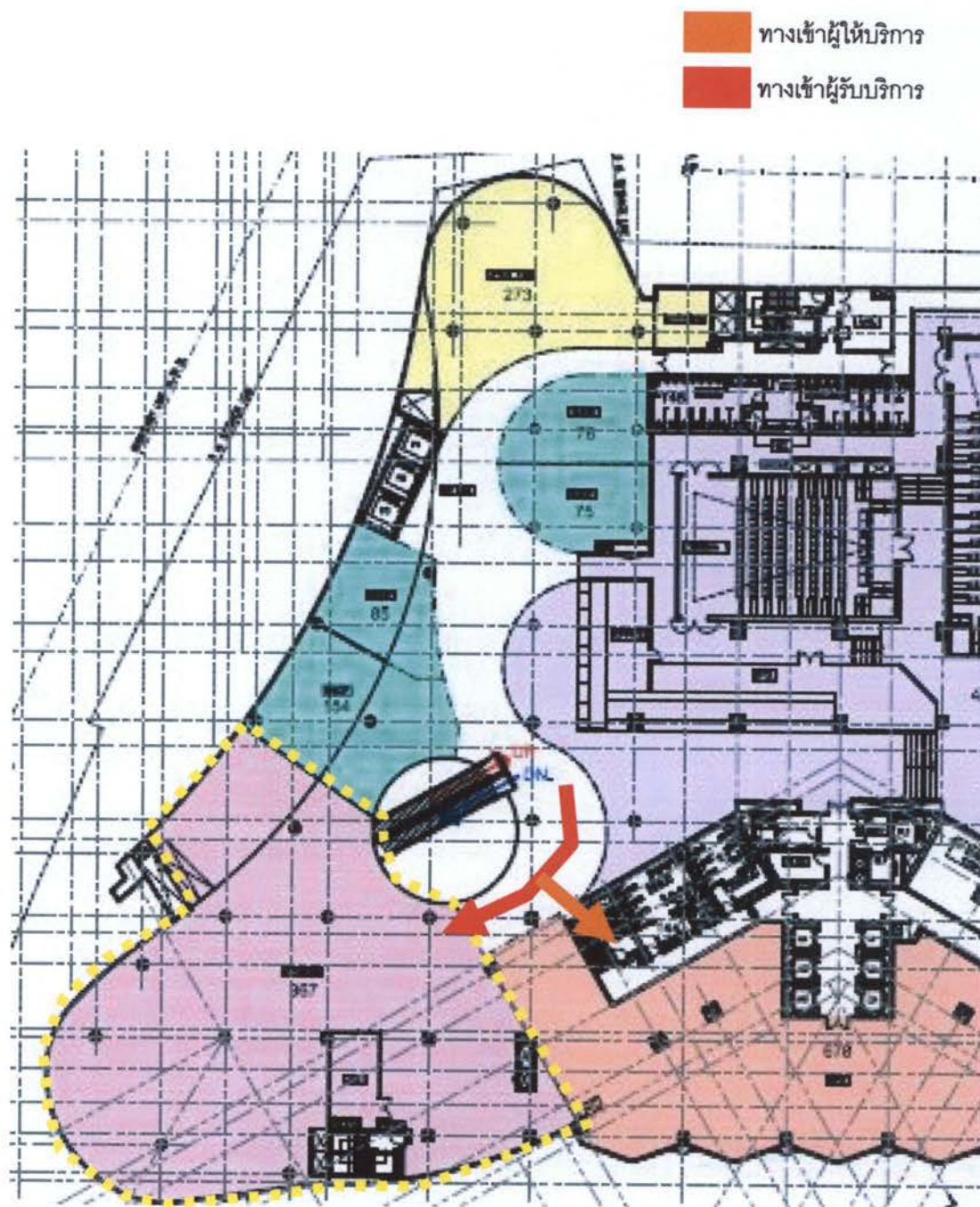
ภาพที่ 3.14 แสดงการเข้าถึงตัวอาคารจากชั้น 2

ที่มา : ผังอาคารจริง



### 3.2.3.2 ทางเข้าสู่ตัวโครงการสำหรับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ

ทางเข้าสำหรับผู้รับบริการเข้าได้จากชั้น 8 ด้านหน้าโครงการติดบันไดเลื่อน ส่วนผู้ให้บริการแยกมาเข้าทางบันไดเชื่อมระหว่างชั้นข้างห้องน้ำของห้างสรรพสินค้า เพื่อขึ้นไปอีกชั้นของโครงการ



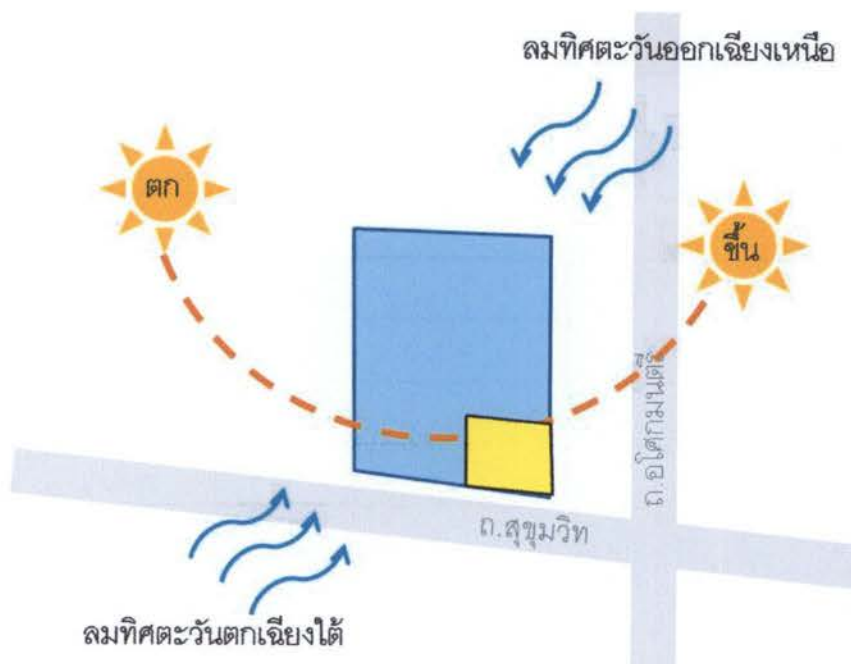
ภาพที่ 3.15 แสดงการเข้าถึงโครงการจากชั้น 8

ที่มา : ผังอาคารจริง

### 3.2.4 ทิศทางการวางอาคาร (Orientation)

#### 3.2.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางการวางอาคารกับภูมิอากาศ

##### 3.2.4.1.1 อาคารที่ตั้งโครงการ



ภาพที่ 3.16 แสดงทิศทางแดดและลม

**ทิศเหนือ** ส่งผลต่อการวางฟังก์ชันคือ ติดกับส่วนต่างๆภายในอาคารทำให้ต้องวางฟังก์ชันที่ไม่จำเป็นต้องชมวิวนัก

**ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ** ส่งผลต่อการวางฟังก์ชันคือ อยู่ริมอาคารพอดีเป็นด้านที่มีวิวดีอีกด้านหนึ่ง

**ทิศตะวันตก** ส่งผลต่อการวางฟังก์ชันคือ ติดกับส่วนต่างๆภายในอาคารและยังติดทางสัญจรหลักของอาคารด้วย จึงเหมาะแก่การวางฟังก์ชันเริ่มต้นของโครงการ

**ทิศใต้** ส่งผลต่อการวางฟังก์ชันคือ อยู่ติดสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส แต่อยู่สูงกว่าทำให้ได้วิวที่ดี เหมาะแก่การวางฟังก์ชันที่ต้องชมวิวมอง



## 3.2.4.1.2 อาคารโดยรอบ



แผนที่ 3.4 แสดงภาพอาคารโดยรอบโครงการ

ที่มา: google earth

ทิศเหนือ      ส่งผลต่อที่ตั้งโครงการคือ ติดกับสยามสมาคม เป็นกลุ่มอาคารไม่สูงมาก จึงไม่บดบังวิวของเมืองทางฝั่งที่เป็นอาคารสำนักงานในย่านอโศก

ทิศตะวันออก    ส่งผลต่อที่ตั้งโครงการคือ ติดกับอาคารพาณิชย์ไม่สูงมาก จึงไม่บดบังวิวของเมืองทางฝั่งที่เป็นอาคารสำนักงานในย่านอโศก

ทิศตะวันตก    ส่งผลต่อที่ตั้งโครงการคือ ตัวอาคารโครงการอยู่ติดกับติดกับ โรงแรมซีดี ลอดจ์ และอาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นอาคารสูงจึงบดบังวิว

ทิศใต้            ส่งผลต่อที่ตั้งอาคารโครงการคือ อยู่ติดกับถนนสุขุมวิทที่เป็นถนนสายหลัก และยังคงติดสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ทำให้ชั้นล่างๆของอาคารโดนบดบังด้วยตัวสถานี แต่ชั้นที่ตั้งโครงการไม่โดนบังเนื่องจากอยู่สูงกว่าทำให้ได้วิวที่ดีในการมองเห็น



ภาพที่ 3.17 แสดงภาพอาคารโดยรอบโครงการ

ที่มา: <http://www.panoramio.com/photo/14496356>

#### 3.2.4.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางการวางอาคารกับมุมมอง

ลักษณะที่ดินและตัวอาคาร เป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมู ด้านหน้าอาคารตั้งขนานไปกับถนนสุขุมวิท อาคารโดยรอบเป็นอาคารสูงไล่เรียงกัน มีแค่ด้านหน้าอาคารที่ติดถนน และด้านทิศตะวันออกที่ติดอาคารพาณิชย์ที่มีช่องเปิดของตัวอาคารมาก เพราะเป็นมุมมองที่ไม่ถูกบังด้วยอาคารสูงมากนัก

#### 3.2.5 สถาปัตยกรรมเดิม (Existing Architecture)

##### 3.2.5.1 การสำรวจทั้งแนวตั้งและแนวนอน

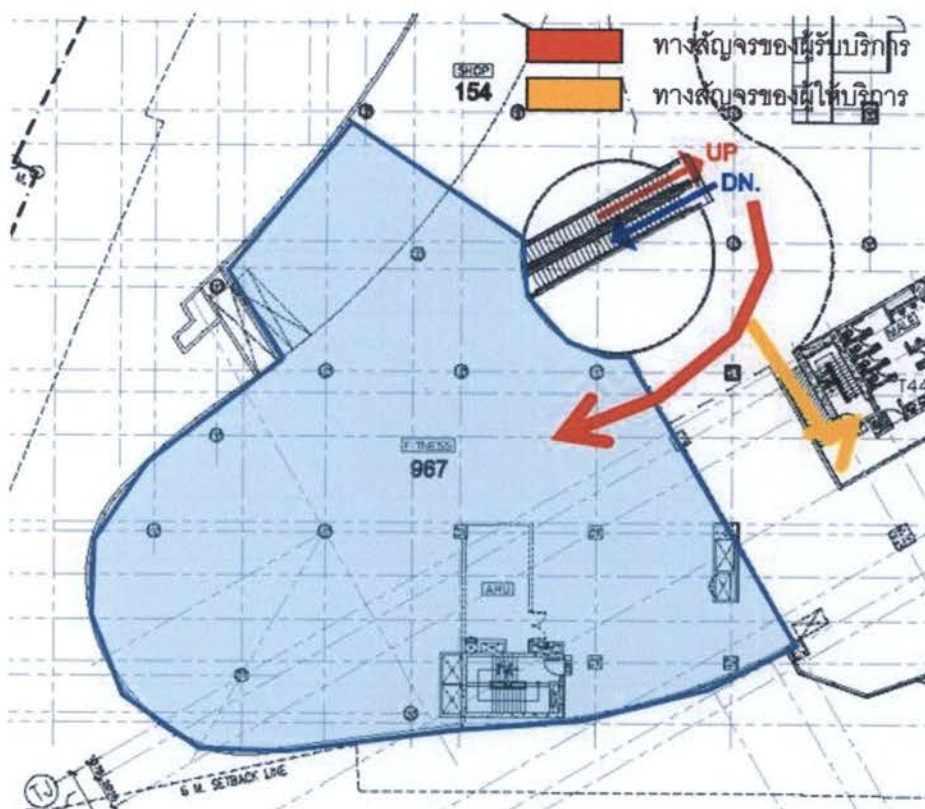
##### 3.2.5.1.1 การสำรวจแนวตั้งของพื้นที่ตั้งโครงการบนชั้น 8 และชั้นลอย



ภาพที่ 3.18 แสดงภาพการสำรวจแนวตั้งของอาคาร

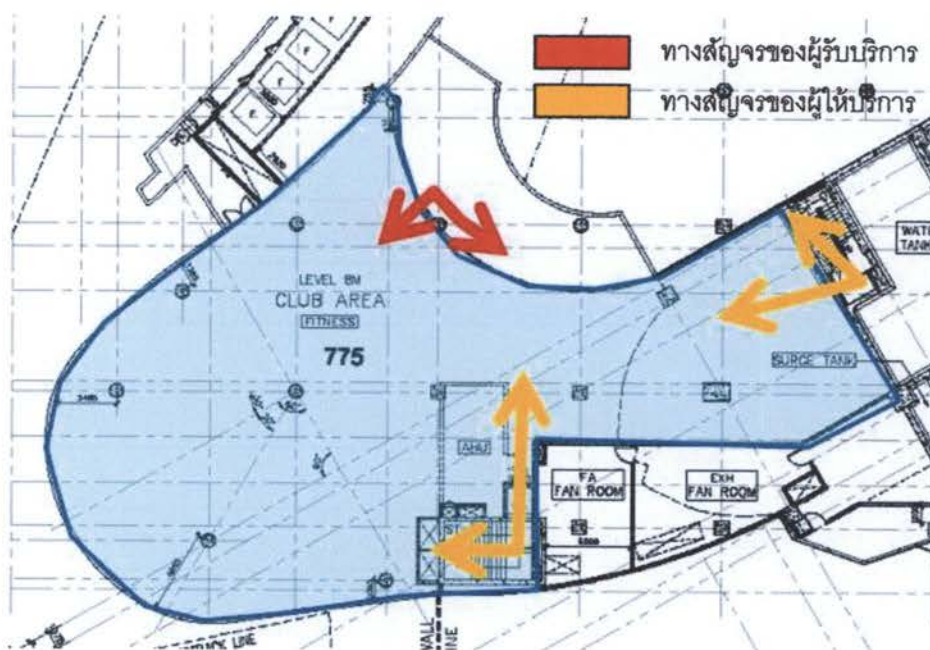


### 3.2.5.1.2 การสัญจรแนวนอนของพื้นที่โครงการ



ภาพที่ 3.19 แสดงภาพการสัญจรแนวนอนก่อนเข้าโครงการชั้น 8

ที่มา : ผังอาคารจริง



ภาพที่ 3.20 แสดงภาพการสัญจรแนวนอนภายในโครงการชั้นลอย

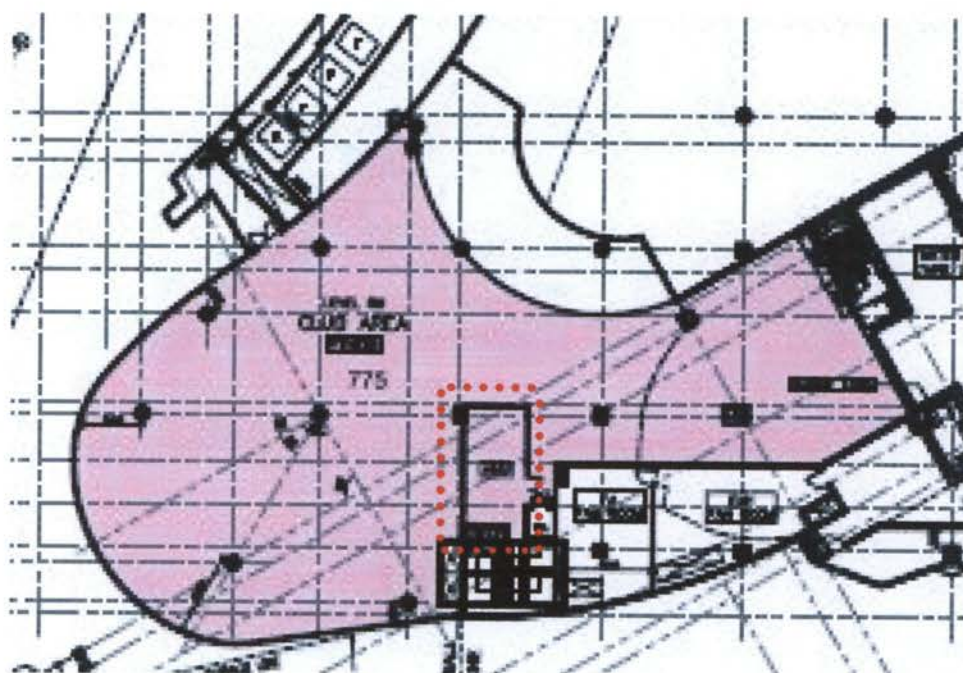
ที่มา : ผังอาคารจริง



### 3.2.5.2 ที่ว่างภายในอันเกิดจากสถาปัตยกรรมหลัก

เนื่องจากตัวอาคารเป็นอาคารที่มีขนาดใหญ่มีทั้งส่วนที่เป็นเอเทรียมที่ใช้เป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และส่วนที่เป็นทาวเวอร์ ที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยสูง 20 ชั้น และคอนซีปต์การออกแบบของห้างที่ทำให้ดูเป็น TERMINAL ทำให้มีโครงสร้างที่โปร่ง สูงชันแต่ละชั้นจึงมีความสูงพอสมควร โดยระหว่างชั้นมีความสูง 4 เมตร รวมงานระบบแล้ว

3.2.5.3 ห้องเครื่องงานระบบ ของตัวอาคารอยู่บนชั้น 9 บนสุดของเอเทรียมที่เป็นห้างสรรพสินค้า



ภาพที่ 3.21 แสดงผังงานระบบแอร์ AHU

ที่มา: ผังอาคารจริง

### 3.2.6 โครงสร้างและงานระบบ (Structure and Engineering System)

3.2.6.1 อาคารเป็นโครงสร้าง ระบบพื้นโพสเทนชันทำให้ได้ความสูงระหว่างชั้นมากขึ้นแต่ตัวอาคารลดลง ผนังส่วนหน้าของเอเทรียมที่เป็นห้างสรรพสินค้า เป็นผนังกระจกทั้งหมด รวมทั้งทาวเวอร์ข้างบนก็เป็นผนังกระจกทั้งหมด

3.2.6.2 ระบบปรับอากาศ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นระบบปรับอากาศ Central Air แบบ AHU และเนื่องจากตัวอาคารเป็นอาคารปิด จะต้องพึ่งระบบปรับอากาศในการระบายอากาศ

3.2.6.3 ระบบเสียง ลักษณะผนังตัวอาคารเป็นแบบก่ออิฐฉาบปูนสามารถกันเสียงได้เพียงเล็กน้อย

3.2.6.4 ระบบการสื่อสาร เนื่องจากเป็นอาคารที่เป็นห้างสรรพสินค้า จึงมีพร้อมทั้งระบบโทรศัพท์ ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

ตารางที่ 3.3 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

หัวข้อหลัก	หัวข้อรอง	หัวข้อย่อย	รายละเอียด	การปรับปรุงหรือแก้ไข
บริบท	สภาพของอาคาร	รูปลักษณะและรูปแบบการใช้งานอาคาร	เป็นอาคารพืงสร้างเสร็จ ใช้เป็นห้างสรรพสินค้าและที่อยู่อาศัย	
การเข้าถึง	จุดสังเกตก่อนถึงทางเข้า	ป้ายทางเข้า	ด้านหน้าโดนบังด้วยสถานีรถไฟฟ้า	ปรับปรุงแก้ไขป้ายด้านหน้าให้สังเกตได้ง่ายขึ้น
ทางเข้าอาคาร	การเข้าใช้อาคาร	ลานจอดรถ/รถไฟฟ้า	ไม่มีทางเชื่อมรถไฟใต้ดิน	
ทิศทางการวางอาคาร	ทิศทางลมแดด	แสงแดด	ผังอาคารเป็นกระจก	ปรับฟังก์ชันภายในให้เหมาะสม
	สภาพแวดล้อมโดยล้อม	ทัศนียภาพการมองเห็น	ทัศนียภาพภายนอกอาคารดี ไม่ถูกบดบังมากนัก	จัดวางฟังก์ชันภายในอาคารให้เหมาะสม

ตารางที่ 3.3 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (ต่อ)

หัวข้อหลัก	หัวข้อรอง	หัวข้อย่อย	รายละเอียด	การปรับปรุงหรือแก้ไข
สถาปัตยกรรม	รูปแบบอาคาร	พื้นที่โครงการ	บนชั้น 8 และชั้นลอย อยู่ในพื้นที่ของห้างที่กำหนดไว้แล้ว	
โครงสร้างงานระบบที่เกี่ยวข้อง	โครงสร้างอาคาร	ความสูงของแต่ละชั้น	มีความสูงพอสมควรที่ 4 เมตรรวมงานระบบ	

ที่มา : จากการวิเคราะห์ที่ตั้ง

จากการศึกษาและวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ ทำให้เกิดเกณฑ์และข้อกำหนดต่างๆ ในการปรับปรุงแก้ไข อาคารดังต่อไปนี้

1. การเข้าถึงอาคาร จุดสังเกตของตัวอาคารมองไม่ชัดเจน ต้องปรับปรุงหรือทำให้สะอาดมากขึ้น
2. ทิศนัยภาพการมองเห็น โดยรอบเป็นย่านธุรกิจมีตึกสูงอยู่มาก เป็นทัศนียภาพที่ดีไม่มีการบดบังมากนัก ดังนั้นการจัดฟังก์ชันภายในอาคารต้องคำนึงถึงมุมมองการมองเห็นด้วย
3. โครงสร้างอาคาร ผนังมีทั้งที่เป็นแบบปิด และเปิด เช่นผนังกระจก ดังนั้นต้องจัดฟังก์ชันให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์จากการมองเห็นด้วย



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์พื้นที่เพื่อการออกแบบ

#### 4.1 การวิเคราะห์โปรแกรมและพื้นที่ใช้สอย

เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการที่มีกลุ่มผู้ใช้งานเฉพาะ การวิเคราะห์พื้นที่ในการออกแบบ จึงเป็นรายละเอียดเฉพาะสภาพบุรุษ โดยพิจารณารายละเอียดการใช้พื้นที่และพฤติกรรมการใช้พื้นที่จากกรณีศึกษา โดยแบ่งโปรแกรมภายในโครงการเป็น 6 หัวข้อตามความสำคัญและสัมพันธ์กัน ดังนี้

1. RECEPTION HALL
2. PERSONAL TRAINING
3. LOCKERS ROOM
4. EXERCISE AREA
5. SPA & BEAUTY
6. OFFICE & STAFF ROOM

4.1.1 วิเคราะห์และศึกษาความต้องการเพื่อใช้สอยในแต่ละส่วนภายในโครงการ จะทำการเลือกวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอย ตามการแบ่งโปรแกรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ใช้สอยในโปรแกรมหลักของโครงการ

องค์ประกอบหลัก	จำนวน(เทียบจากกรณีศึกษา)	ผู้ใช้พื้นที่ (ตร.ม.)		หมายเหตุ
		พื้นที่ / หน่วย	พื้นที่รวม	
<b>RECEPTION HALL</b>				
เคาน์เตอร์บริการ	1	6.00	6.00	2.00 X 3.00
ส่วนพักคอย	2	3.75	7.50	2.50 X 1.50
LOUNGE	1	80.00	80.00	8.00 X 10.00
ชุดที่นั่ง 2 ที่	15	3.00	45.00	2.00 X 1.50
ทางสัญจร			55.40	40% ของพื้นที่
รวม			193.90	

ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ใช้สอยในโปรแกรมหลักของโครงการ (ต่อ)

องค์ประกอบหลัก	จำนวน(เทียบจากกรณีศึกษา)	ผู้ใช้พื้นที่ (ตร.ม.)		หมายเหตุ
		พื้นที่ / หน่วย	พื้นที่รวม	
<b>PERSONAL HEALTH</b>				
พื้นที่ปรึกษา	1	3.00	3.00	2.00 X 1.50
ห้องตรวจวัด	1	7.50	7.50	2.50 X 3.00
ส่วนพักผ่อน	1	6.00	6.00	2.00 X 3.00
รวม			<b>16.50</b>	
<b>LOCKERS ROOM</b>				
ส่วนพักผ่อน	1	9.00	9.00	3.00 X 3.00
ล็อกเกอร์	100	0.24	24.00	0.40 X 0.60
ที่นั่งพัก	10	0.60	6.00	0.40 X 1.50
ห้องอาบน้ำ	20	1.50	30.00	1.00 X 1.50
ห้องสุขา	10	1.50	15.00	1.00 X 1.50
ห้องเก็บของ	1	4.00	4.00	2.00 X 2.00
Sauna room	1	12.00	12.00	3.00 X 4.00
Steam room	1	12.00	12.00	3.00 X 4.00
ทางสัญจร			33.60	30% ของพื้นที่
รวม			<b>145.60</b>	
<b>OFFICE &amp; STAFF ROOM</b>				
ผู้จัดการใหญ่	1	5.00	5.00	ขนาด 2.00 x 2.50
ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	1	5.00	5.00	ขนาด 2.00 x 2.50
ผู้จัดการฝ่ายสปาและคลินิก	1	5.00	5.00	ขนาด 2.00 x 2.50
ผู้จัดการฝ่ายฟิตเนส	1	5.00	5.00	ขนาด 2.00 x 2.50
ผู้จัดการฝ่ายบริการ	1	5.00	5.00	ขนาด 2.00 x 2.50
Panty	1	1.60	1.60	0.80 X 2.00
ห้องน้ำพนักงาน	10	1.50	15.00	1.00 X 1.50

ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ใช้สอยในโปรแกรมหลักของโครงการ (ต่อ)

องค์ประกอบหลัก	จำนวน(เทียบจากกรณีศึกษา)	ผู้ใช้พื้นที่ (ตร.ม.)		หมายเหตุ
		พื้นที่ / หน่วย	พื้นที่รวม	
โต๊ะรับประทานอาหาร	1	3.00	3.00	ขนาด 2.00 x 1.50
ล็อกเกอร์	30	0.24	7.20	0.40 X 0.60
ห้องเก็บของ	1	4.00	4.00	2.00 X 2.00
ทางสัญจร			16.74	30% ของพื้นที่
รวม			72.54	
<b>SPA &amp; BEAUTY</b>				
เคาน์เตอร์บริการ	1	6.00	6.00	2.00 X 3.00
ส่วนพักผ่อน	1	9.00	9.00	3.00 X 3.00
ร้านขายสินค้า	1	12.00	12.00	3.00 X 4.00
TREATMENT ROOM	10	15.00	150.00	3.00 X 5.00
THAI MASSAGE	2	30.00	60.00	5.00 X 6.00 (5 เตียง)
FOOT REFLEXOLOGY	1	20.00	10.00	4.00 X 5.00 (7 ที่)
JACUZZI	2	2.40	4.80	1.20 X 2.00
ทางสัญจร			100.72	40% ของพื้นที่
		รวม	352.52	
<b>SALON</b>				
ชุดทำผม	6	5.50	33.00	2.20 X 2.50
เตียงสระผม	3	2.99	8.97	1.30 X 2.30
ที่เก็บอุปกรณ์	1	6.00	6.00	2.00 X 3.00
ชุดนั่งพักผ่อน	2	3.75	7.50	2.50 X 1.50
ทางสัญจร			16.641	30% ของพื้นที่
		รวม	72.111	
รวมทั้งหมด			424.631	



ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ใช้สอยในโปรแกรมหลักของโครงการ (ต่อ)

องค์ประกอบหลัก	จำนวน(เทียบจากกรณีศึกษา)	ผู้ใช้พื้นที่ (ตร.ม.)		หมายเหตุ
		พื้นที่ / หน่วย	พื้นที่รวม	
EXERCISE AREA				
ENHANCE PERFORMANCE				
ส่วนพักผ่อน	1	9.00	9.00	3.00 X 3.00
เครื่องวิ่ง	30	3.00	90.00	1.50 X 2.00
กรรเชียงบก	15	3.00	45.00	1.50 X 2.00
ดัมเบล	15	3.00	45.00	1.50 X 2.00
จักรยาน	40	3.00	120.00	1.50 X 2.00
บาร์เบล	15	3.00	45.00	1.50 X 2.00
ชุดรวม	10	4.00	40.00	2.00 X 2.00
ทางสัญจร			157.60	40% ของพื้นที่
		รวม	551.60	
STUDIO AREA				
ส่วนพักผ่อน	1	16.00	16.00	4.00 X 4.00
DANCE STU.	1	48.00	48.00	6.00 X 8.00 (พื้นที่ต่อคน 1.50 X 1.50 / 20 คน)
YOGA STU.	1	48.00	48.00	6.00 X 8.00 (พื้นที่ต่อคน 1.50 X 1.50 / 20 คน)
MUAY THAI S.	1	64.00	64.00	8.00 X 8.00
		รวม	176.00	
รวมทั้งหมด			727.60	

ที่มา : จากการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอย

จากตาราง แสดงการวิเคราะห์ความต้องการพื้นที่ใช้สอยในส่วนต่างๆภายในโครงการ สามารถสรุปขนาดของพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงผลสรุปความต้องการใช้พื้นที่ภายในโครงการ

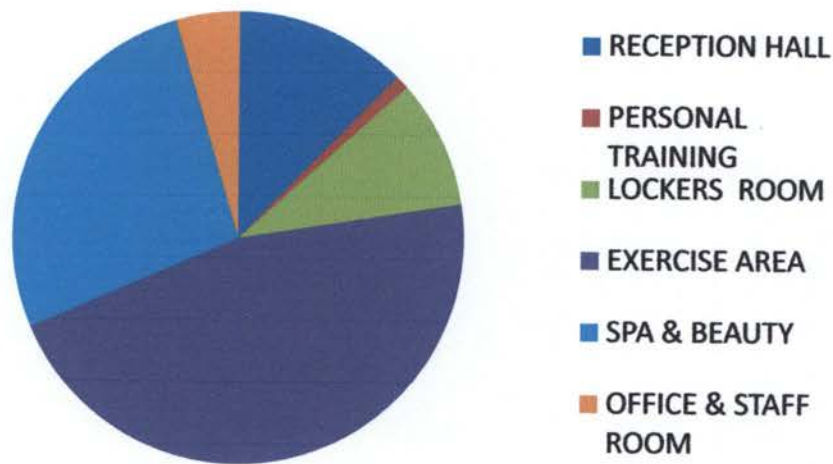
ลำดับ	ส่วนของพื้นที่	พื้นที่ (ตร.ม.)
1	RECEPTION HALL	194.00
2	PERSONAL TRAINING	16.50
3	LOCKERS ROOM	145.60
4	EXERCISE AREA	727.60
5	SPA & BEAUTY	424.63
6	OFFICE & STAFF ROOM	72.54
	รวมพื้นที่ทั้งหมด	1580.87

ที่มา : จากการวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอย

พื้นที่ใช้งานทั้งหมด 1,580.87 ตารางเมตร

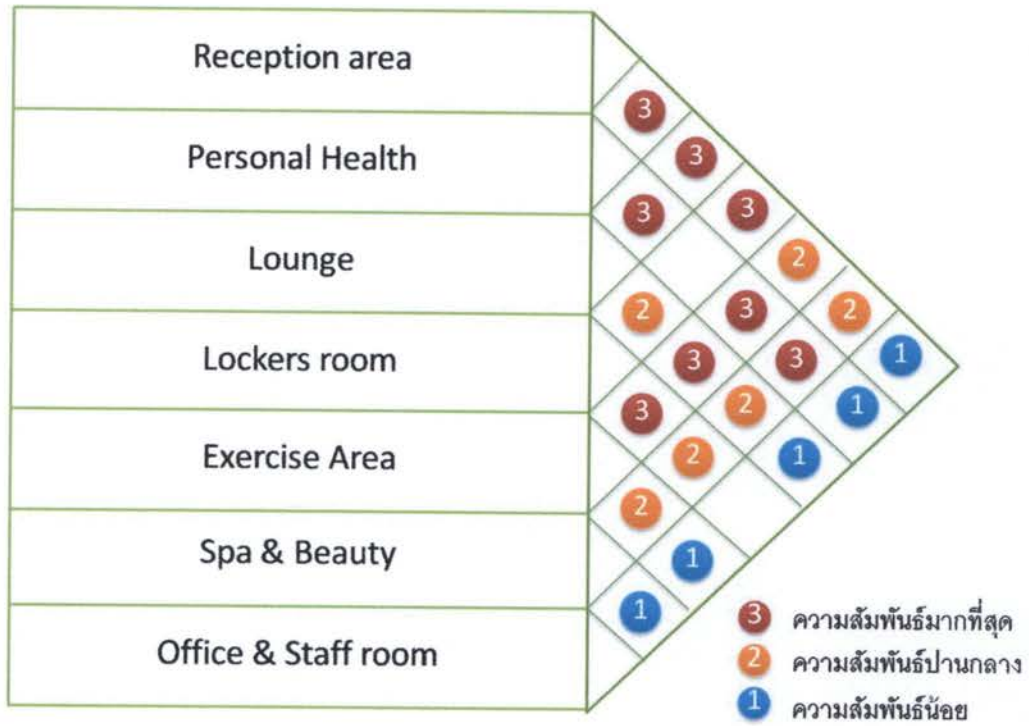
พื้นที่โครงการทั้งหมด 1,742 ตารางเมตร

4.1.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางกิจกรรมและหน้าที่ใช้สอย



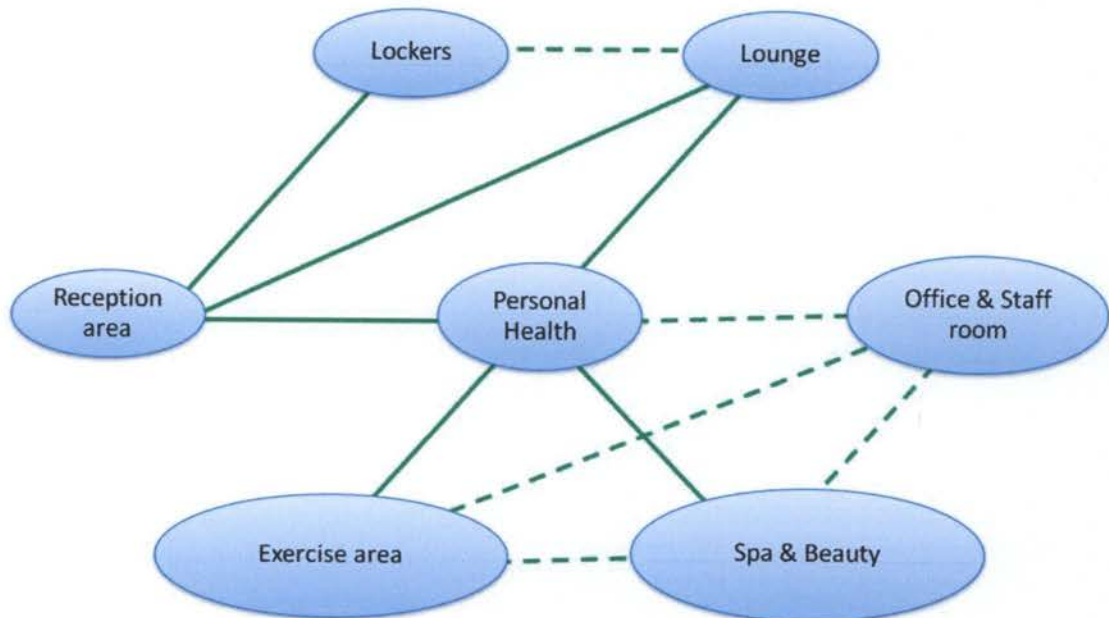
แผนภูมิที่ 4.1 แสดงขนาดพื้นที่ใช้สอย

4.1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางกิจกรรมและหน้าที่ใช้สอย



แผนภูมิที่ 4.2 แสดงลักษณะความสัมพันธ์กิจกรรมและหน้าที่ใช้สอย

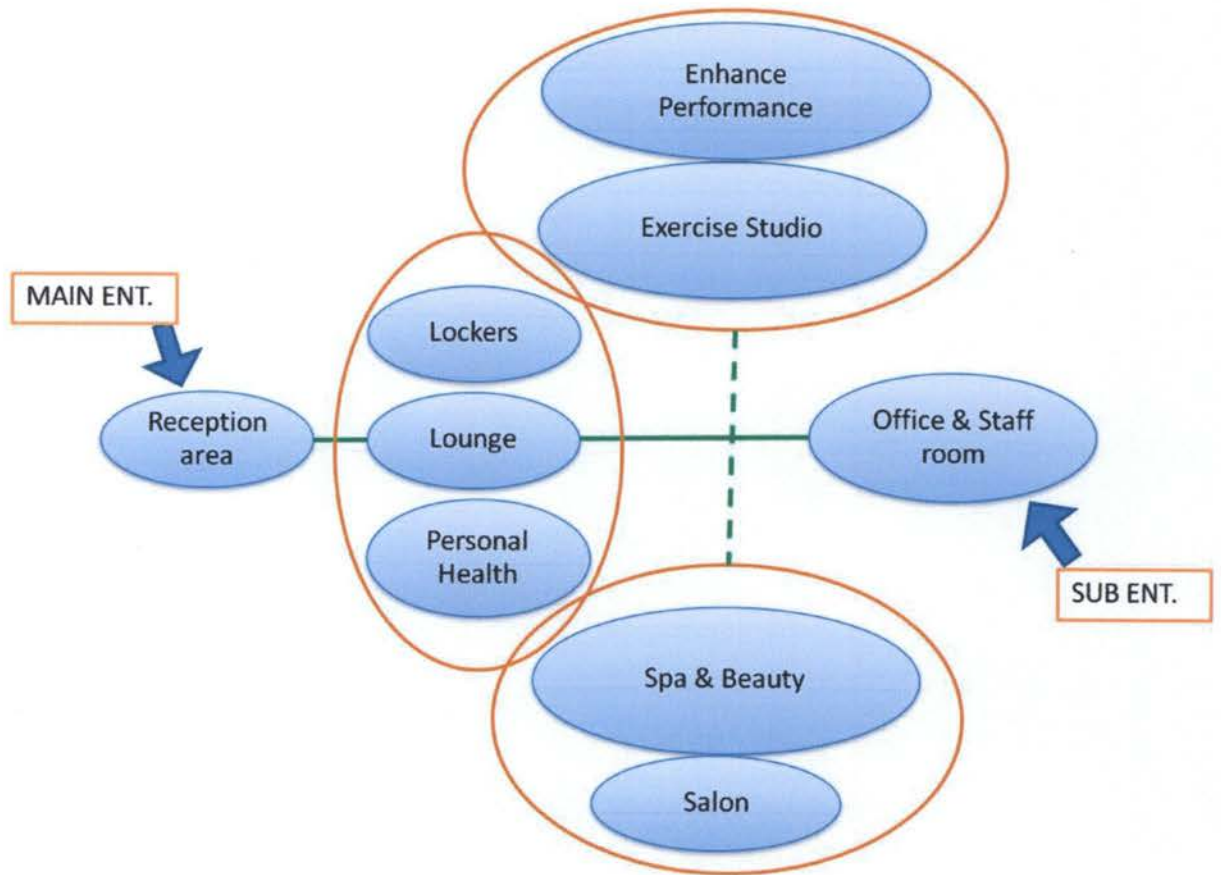
4.1.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอย (Bubble Diagram)



แผนภูมิที่ 4.3 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ



## 4.1.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของฟังก์ชัน (Functions Diagram)



แผนภูมิที่ 4.4 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มฟังก์ชันภายในโครงการ

## บทที่ 5

### การออกแบบทางเลือก

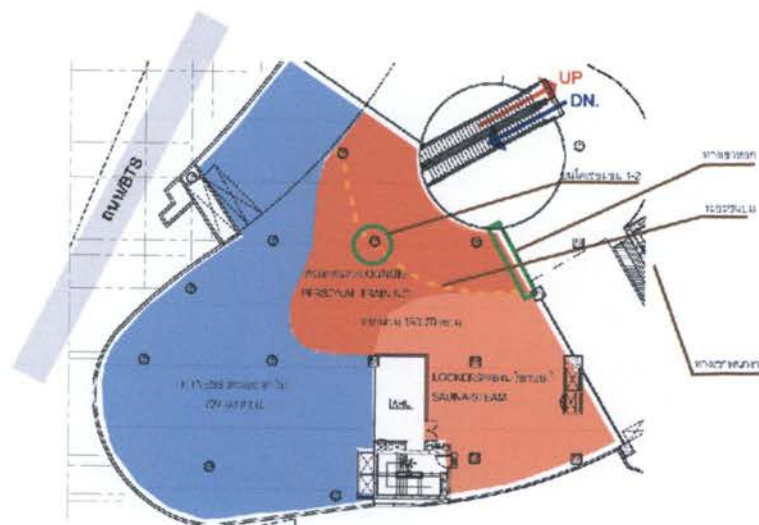
การออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน โครงการคลับสุขภาพสำหรับบุรุษสังคมเมือง เพื่อให้เหมาะสมที่สุดกับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ และที่ตั้งโครงการนั้น จำเป็นต้องทำการทดลองออกแบบ (Experimental Design) โดยการออกแบบทางเลือก (Schematic Design) เพื่อทดลองความเป็นไปได้ (Possibility) ในแบบต่างๆ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) หรือเป้าหมาย (Goal) พร้อมทั้งวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยของแต่ละแบบ เพื่อเปรียบเทียบหาแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนาการออกแบบขั้นต่อไป โดยทั้งนี้มีเงื่อนไข

ได้ทดลองออกแบบมาทั้งหมด 3 แบบ ดังนี้คือ

1. ออกแบบจากการแบ่งกิจกรรมที่มีลักษณะคล้ายกัน
2. ออกแบบจากขนาดของการใช้พื้นที่ของแต่ละฟังก์ชัน
3. ออกแบบจากมุมมองของการมองเห็น

#### 5.1 ทางเลือกที่ 1. ออกแบบจากการแบ่งกิจกรรมที่มีลักษณะคล้ายกัน

เป็นทางเลือกเพื่อ ต้องการให้กิจกรรมที่มีลักษณะคล้ายกันหรือแบบเดียวกันอยู่ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อสะดวกต่อการใช้งาน และไม่ขัดแย้งกันกับรูปแบบของกิจกรรมอื่นๆ โดยการแบ่งกิจกรรม ออกเป็น 2 แบบคือ Active กับ Passive ให้กิจกรรมแบบ Active อยู่ด้านล่าง และ Passive อยู่ด้านบน เพื่อเกิดความชัดเจนของกิจกรรม



ภาพที่ 5.1 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 1 ชั้นที่ 1



ภาพที่ 5.2 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 1 ชั้นที่ 2

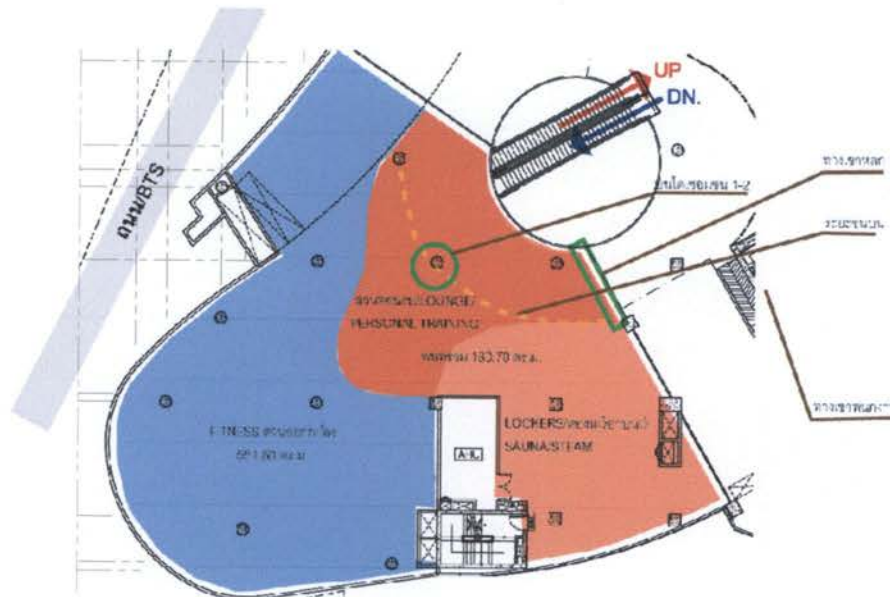
ตารางที่ 5.1 การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของทางเลือกที่ 1

หัวข้อ	รายละเอียด	จุดเด่น	จุดด้อย	หมายเหตุ
ระบบความสัมพันธ์กันของพื้นที่	ความเข้ากันของกิจกรรมทั้งแนวราบและแนวตั้ง	กิจกรรมลักษณะคล้ายกันอยู่ในชั้นเดียวกัน และมีกิจกรรมที่ใช้ร่วมกันเชื่อมระหว่างชั้นอยู่		
ลำดับของกิจกรรม	การเข้าใช้พื้นที่อย่างเป็นขั้นตอน	มีการลำดับกิจกรรมตามลักษณะการใช้งานอยู่แล้ว		
ความต่อเนื่องของกิจกรรม	การใช้พื้นที่ที่เชื่อมต่อกันไม่ขาดตอน		ขาดความต่อเนื่องในการใช้งานตามขั้นตอนที่วางไว้	
ความต่อเนื่องของมุมมอง	การมองเห็นจากภายนอกและภายใน	วางฟังก์ชันที่จำเป็นต่อการใช้มุมมองภายนอก เช่น ส่วนฟิตเนสและสปา		

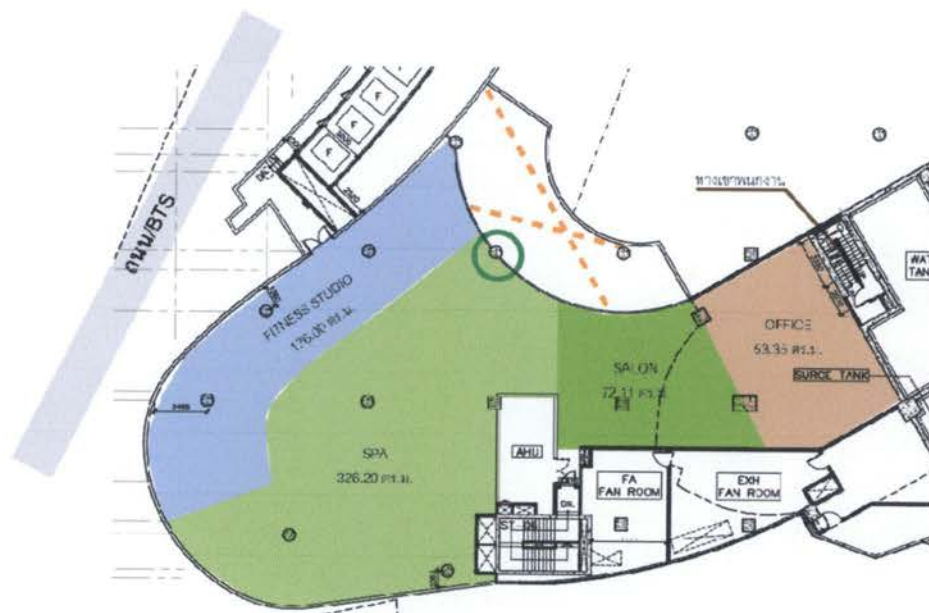


## 5.2 ทางเลือกที่ 2. ออกแบบจากขนาดของการใช้พื้นที่ของแต่ละฟังก์ชัน

เป็นทางเลือกเพื่อ ต้องการให้ใช้พื้นที่ที่มีขนาดเหมาะสมกับฟังก์ชันนั้น เพื่อการใช้งานที่เหมาะสม เช่น ส่วนของฟิตเนสที่มีขนาดพื้นที่มาก และสปาที่มีความต้องการพื้นที่ที่น้อยกว่า จึงมีการนำพื้นที่ บางส่วนของฟิตเนสขึ้นมาพร้อมกับสปาที่อยู่ชั้นบน



ภาพที่ 5.3 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 2 ชั้นที่ 1



ภาพที่ 5.4 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 2 ชั้นที่ 2

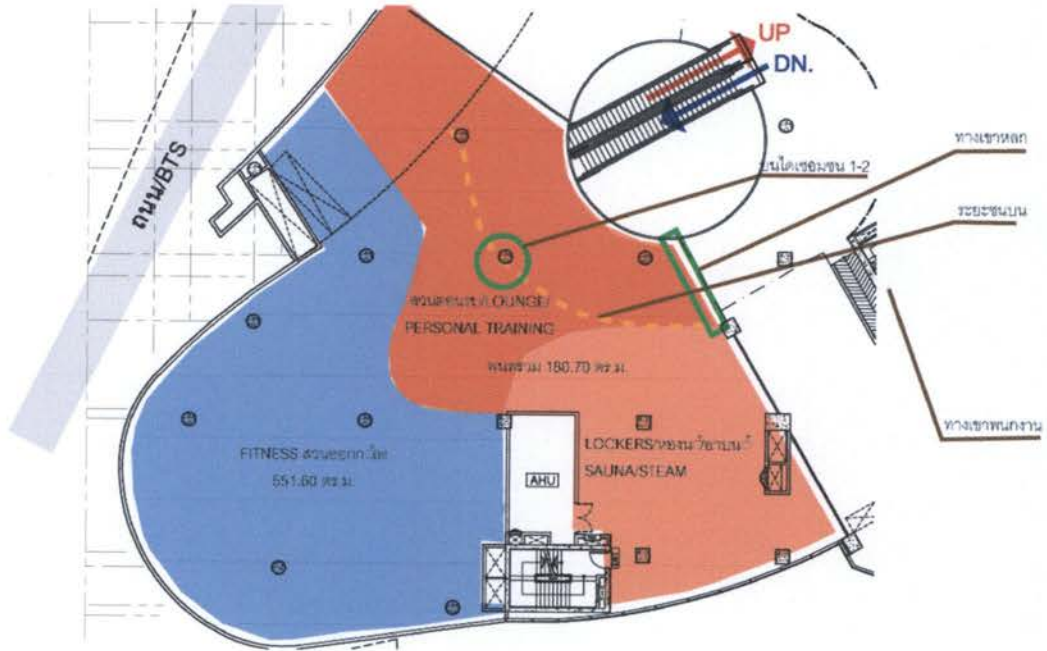
ตารางที่ 5.2 การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของทางเลือกที่ 2

หัวข้อ	รายละเอียด	จุดเด่น	จุดด้อย	หมายเหตุ
ระบบ ความสัมพันธ์กัน ของพื้นที่	ความเข้ากันของ กิจกรรมทั้ง แนวราบและ แนวตั้ง		เนื่องจากการใช้ พื้นที่บางกิจกรรม มากจึงต้องมีบาง กิจกรรมที่ไม่ค่อย สัมพันธ์กันของ ในบริเวณ เดียวกัน	
ลำดับของ กิจกรรม	การเข้าใช้พื้นที่ อย่างเป็นขั้นตอน	มีการลำดับ กิจกรรมตาม ลักษณะการใช้ งานอยู่แล้ว		
ความต่อเนื่อง ของกิจกรรม	การใช้พื้นที่ที่ เชื่อมต่อกันไม่ ขาดตอน		ขาดความ ต่อเนื่องในการใช้ งานตามขั้นตอน ที่วางไว้	
ความต่อเนื่อง ของมุมมอง	การมองเห็นจาก ภายนอกและ ภายใน	วางฟังก์ชันที่ จำเป็นต่อการใช้ มุมมองภายนอก เช่น ส่วนพีดเนส และสपा		

ที่มา : จากการวิเคราะห์แบบทางเลือก

5.3 ทางเลือกที่ 3. ออกแบบจากมุมมองของการมองเห็น

เป็นทางเลือกเพื่อ ต้องการให้มุมมองจากภายนอกให้เป็นประโยชน์กับบางฟังก์ชัน ที่ต้องการชมวิว เช่นร้านตัดผม พื้นที่ส่วนต้อนรับและส่วนนั่งพักหรือบาร์น้ำ



ภาพที่ 5.5 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 3 ชั้นที่ 1



ภาพที่ 5.6 แสดงผังโครงการแบบทางเลือกที่ 3 ชั้นที่ 3



ตารางที่ 5.3 การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของทางเลือกที่ 3

หัวข้อ	รายละเอียด	จุดเด่น	จุดด้อย	หมายเหตุ
ระบบ ความสัมพันธ์กัน ของพื้นที่	ความเข้ากันของ กิจกรรมทั้ง แนวราบและ แนวตั้ง	กิจกรรมลักษณะ คล้ายกันอยู่ใน ชั้นเดียวกัน และ มีกิจกรรมที่ใช้ ร่วมกันเชื่อม ระหว่างชั้นอยู่		
ลำดับของ กิจกรรม	การเข้าใช้พื้นที่ อย่างเป็นขั้นตอน		มีการลำดับ กิจกรรมโดยมี การขึ้นพื้นที่ บางส่วนของสปา ทำให้ขาดความ ต่อเนื่อง	
ความต่อเนื่อง ของกิจกรรม	การใช้พื้นที่ที่ เชื่อมต่อกันไม่ ขาดตอน		ขาดความ ต่อเนื่องในการใช้ งานตามขั้นตอน ที่วางไว้	
ความต่อเนื่อง ของมุมมอง	การมองเห็นจาก ภายนอกและ ภายใน	วางฟังก์ชันที่ จำเป็นต่อการใช้ มุมมองภายนอก เช่น ส่วนฟิตเนส และสปา		

ที่มา : จากการวิเคราะห์แบบทางเลือก

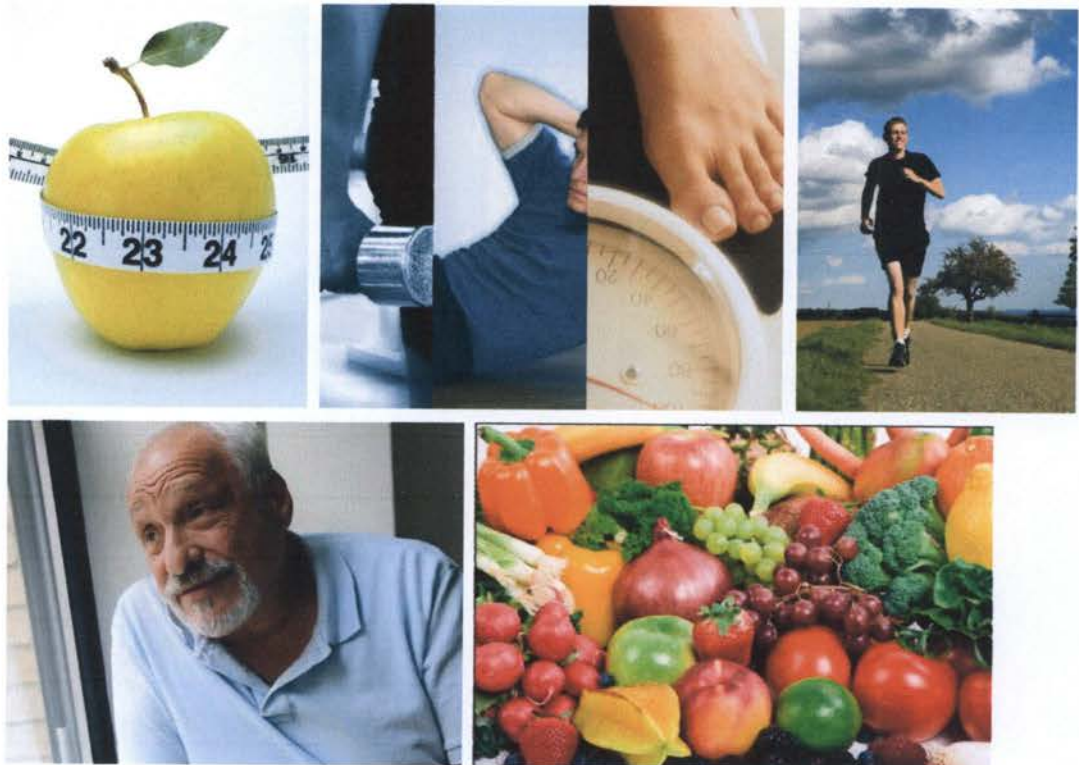
จากการทดลองการออกแบบทางเลือกพบว่า ทางเลือกที่ 1.ออกแบบจากการแบ่งกิจกรรมที่มี  
ลักษณะคล้ายกัน เหมาะสมกับโครงการ คลับสุขภาพสำหรับบุรุษสังคมเมือง มากที่สุดเนื่องจาก มี  
การวางฟังก์ชันตามลักษณะและกิจกรรมที่สมควรอยู่ด้วยกัน และสัมพันธ์กันมากที่สุด ทั้งยังไม่  
ส่งผลต่อกิจกรรมอื่นๆที่มีความแตกต่างกันด้วย เช่น ส่วนฟิตเนสกับสปา รวมทั้งลำดับการเข้าใช้ที่  
ต่อเนื่องกัน

## บทที่ 6

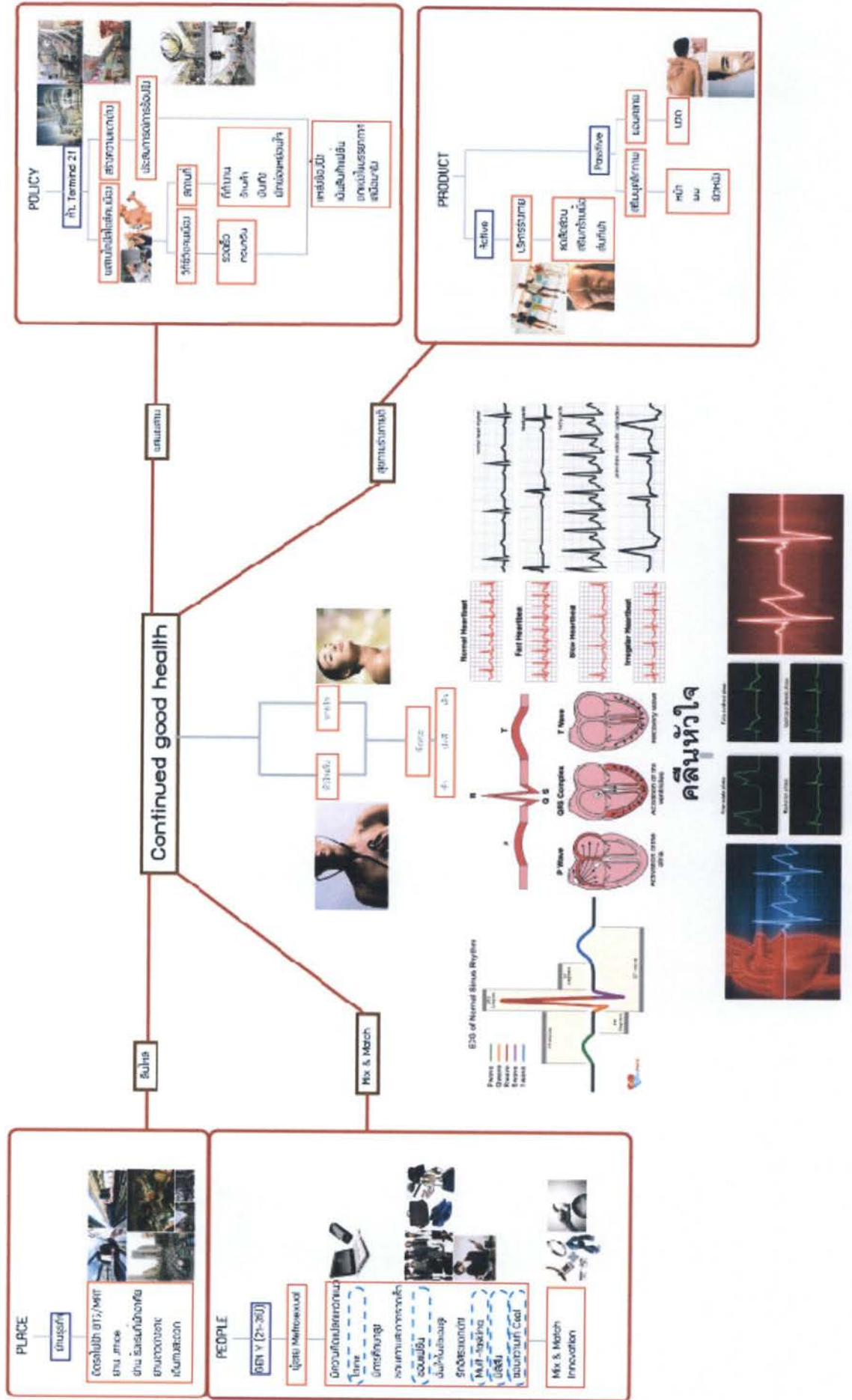
### แนวความคิดและการออกแบบ

#### 6.1 แนวความคิดในการออกแบบ

เพื่อเป็นคลังรูปภาพสำหรับบุรุษสังคมเมือง ที่เป็นแหล่งพบปะ และเสริมสร้างบุคลิกภาพสำหรับสุขภาพบุรุษ เนื่องจากปัจจุบันการใช้ชีวิตภายในเมืองใหญ่มีความเสี่ยงสูงในการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ทั้งอาหารการกิน และสุขภาพร่างกาย การมีสุขภาพที่ดีหรือเสริมสร้างให้ดี อยู่เสมอจึงน่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งในการใช้ชีวิตในปัจจุบัน จึงมีแนวคิดที่ว่า "CONTINUED GOOD HEALTH" โดยการมีสุขภาพที่ดีคือต้องมีการเดินของหัวใจที่สม่ำเสมอ จึงมาเป็น CONCEPT ที่ว่า "คลื่นการเดินของหัวใจ" แต่ด้านงานดีไซน์ได้ดึงภาพลักษณะของ METROSEXUAL มาคุมการออกแบบอีกที เพื่อให้เหมาะกับผู้ใช้จริงๆ

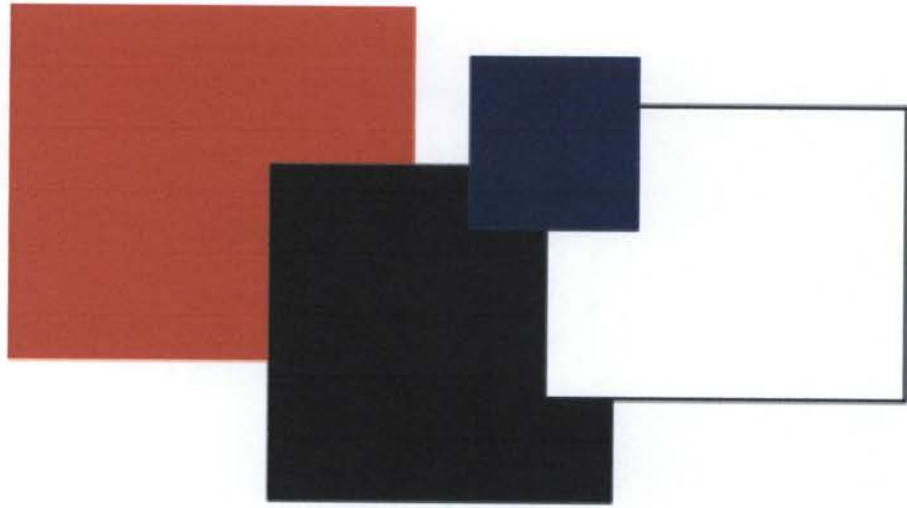


ภาพที่ 6.1 แสดงภาพการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพ



ภาพที่ 6.2 แสดงผังการวิเคราะห์แนวความคิด



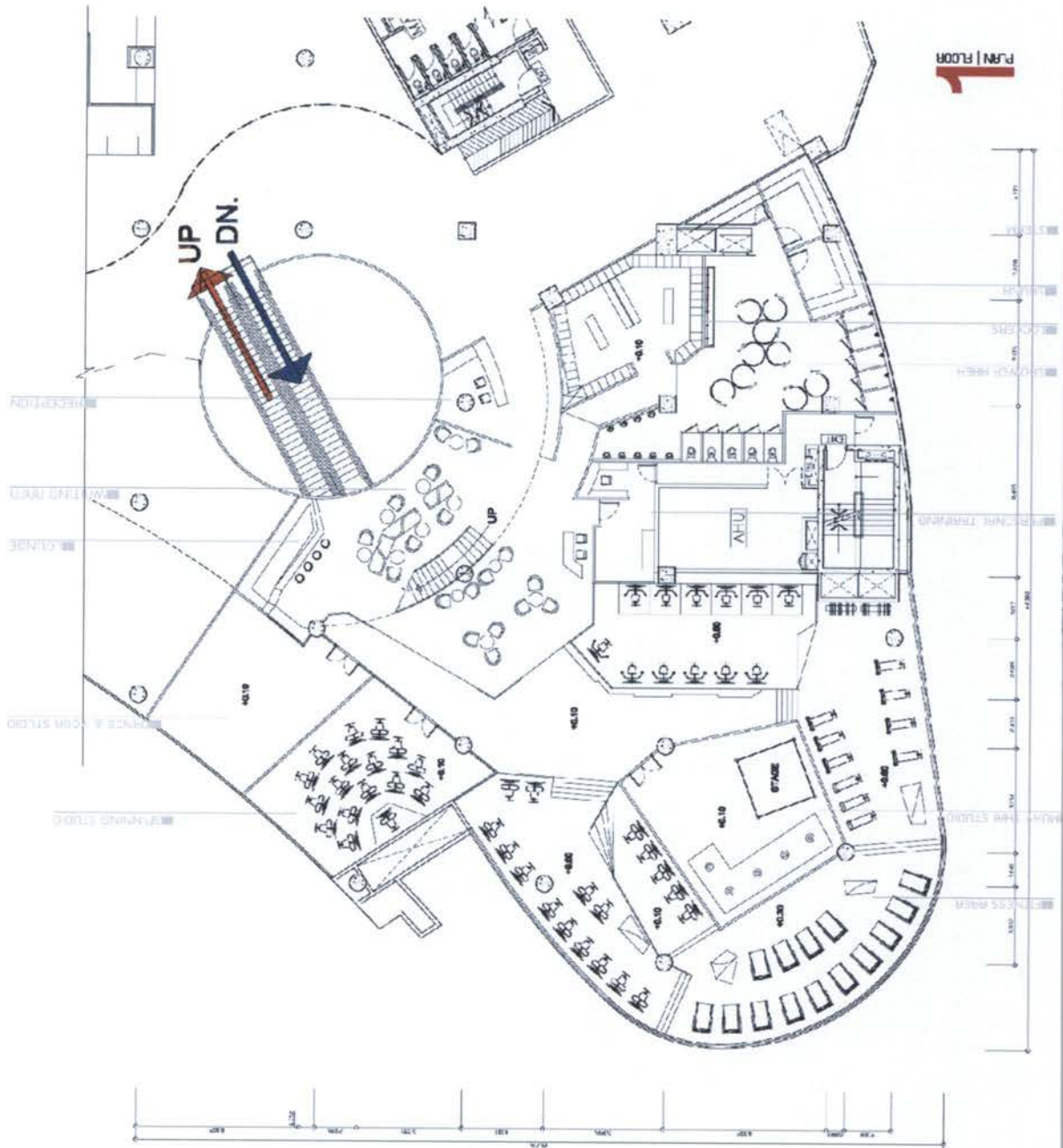


ภาพที่ 6.3 แสดงสีที่ใช้ในการออกแบบหลักๆ



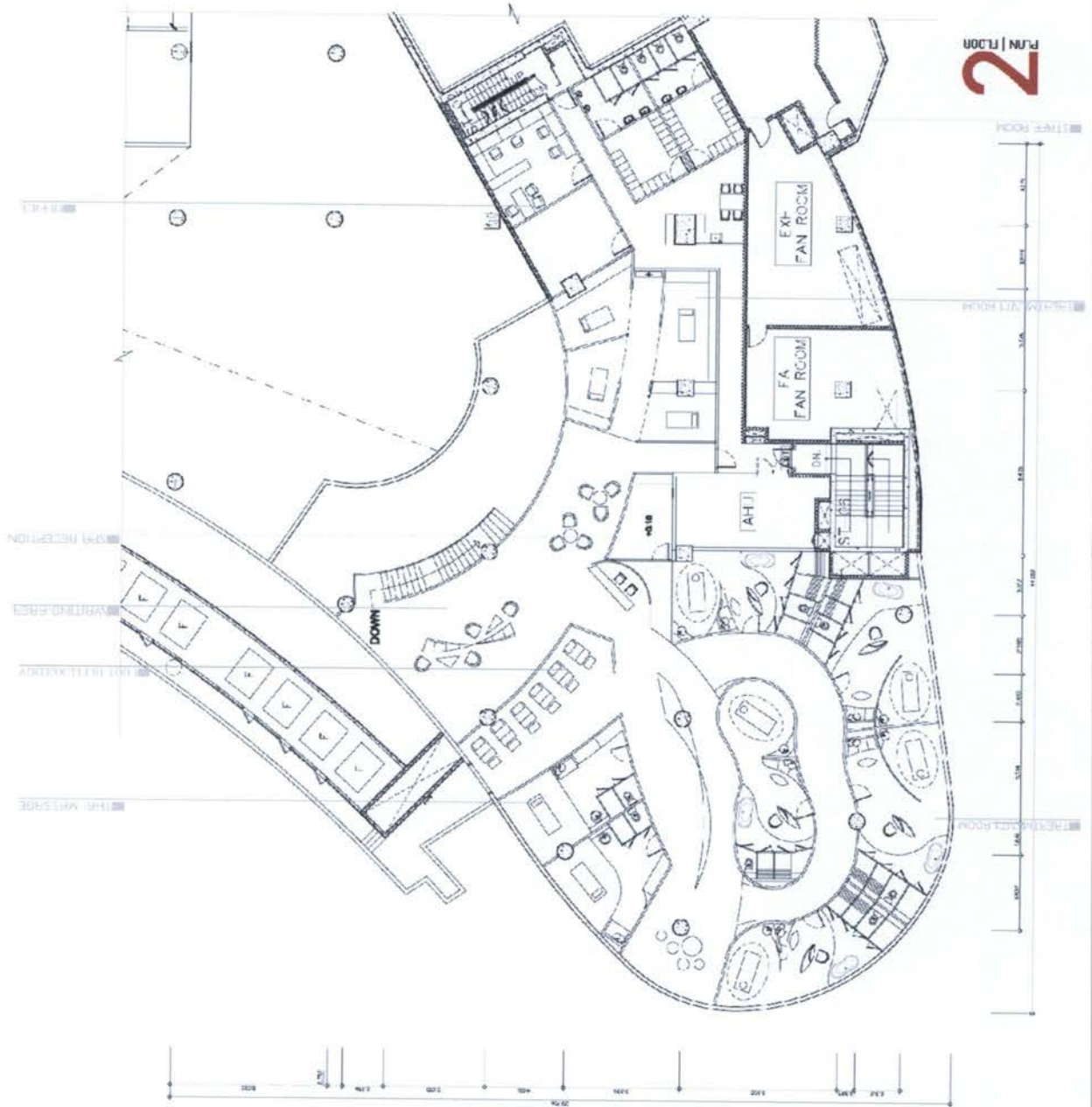
ภาพที่ 6.4 แสดงวัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

### 6.2 ผังพื้นที่ชั้นที่ 1



ภาพที่ 6.5 แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 1

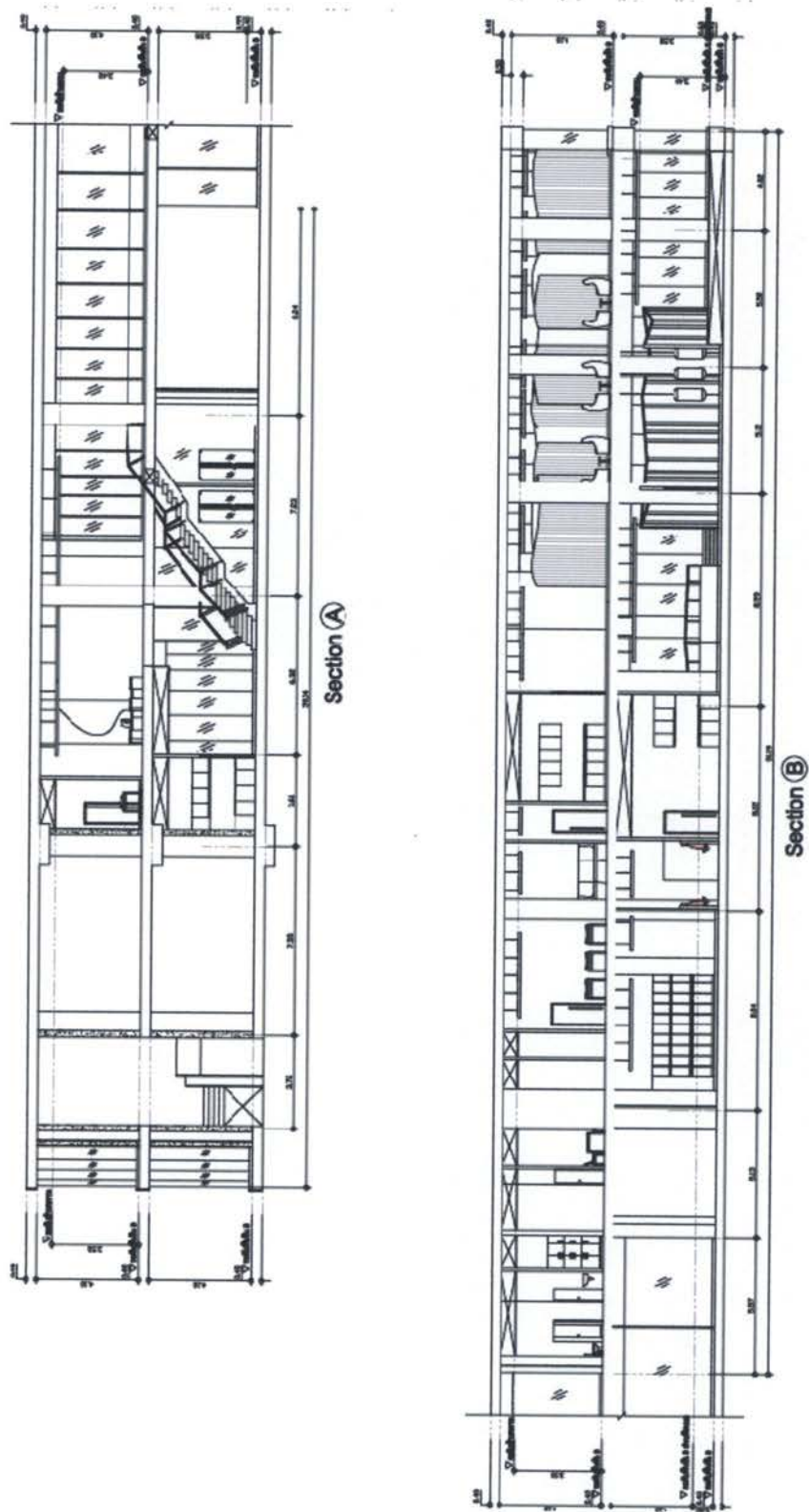
### 6.3 ผังพื้นที่ชั้นที่ 2



ภาพที่ 6.6 แสดงผังพื้นที่ชั้นที่ 2



## 6.4 รูปตัดของโครงการ



ภาพที่ 6.7 แสดงรูปตัดของโครงการ

### 6.5 ทัศนียภาพของโครงการในส่วนต่างๆ



ภาพที่ 6.8 แสดงทัศนียภาพส่วนต้อนรับ



ภาพที่ 6.9 แสดงทัศนียภาพส่วนพักผ่อน





ภาพที่ 6.10 แสดงทัศนียภาพส่วนห้องแต่งตัวและเก็บของ

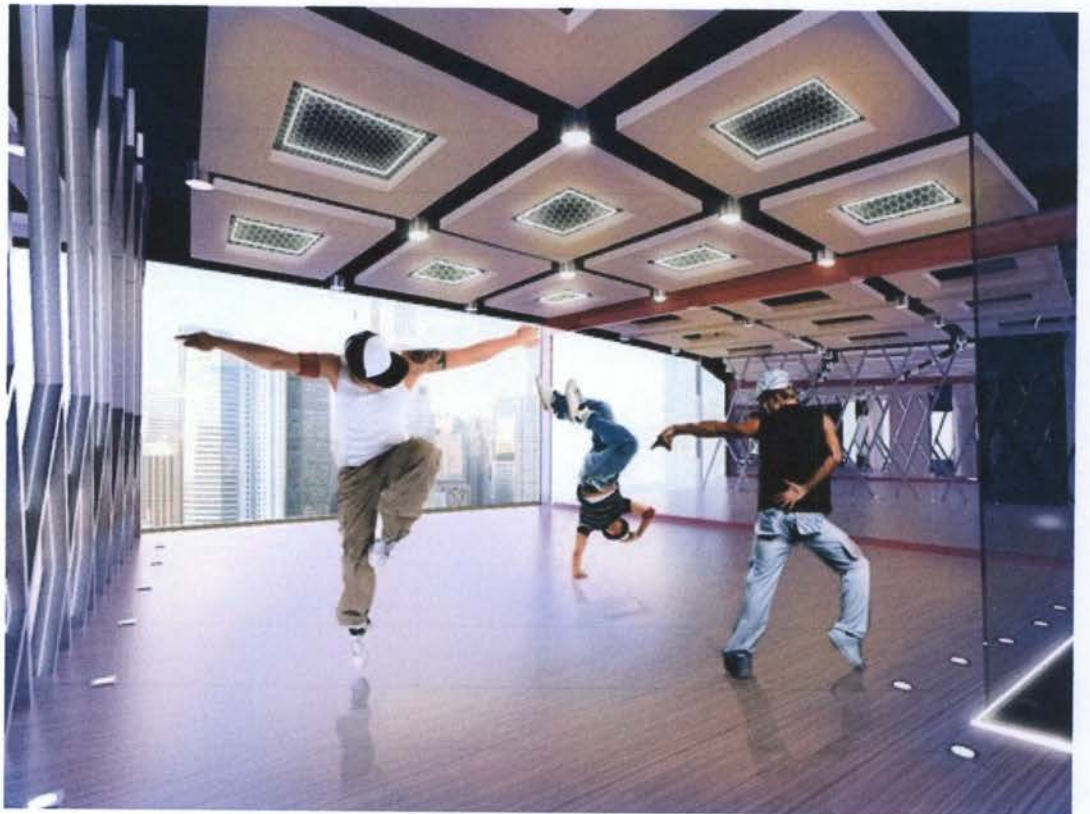


ภาพที่ 6.11 แสดงทัศนียภาพส่วนอาบน้ำ





ภาพที่ 6.12 แสดงทัศนียภาพห้องปั่นจักรยานตามเสียงดนตรี



ภาพที่ 6.13 แสดงทัศนียภาพห้องเต้นและโยคะ



ภาพที่ 6.14 แสดงทัศนียภาพห้องมวยไทย



ภาพที่ 6.15 แสดงทัศนียภาพส่วนออกกำลังกาย





ภาพที่ 6.16 แสดงทัศนียภาพส่วนต้อนรับและส่วนพักผ่อนสปา



ภาพที่ 6.17 แสดงทัศนียภาพห้องนวดไทย





ภาพที่ 6.18 แสดงทัศนียภาพห้องนวดเท้า



ภาพที่ 6.19 แสดงทัศนียภาพห้องทรีทเมนท์

## บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข. 2551. "กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรอง ให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509." ม.ป.ท.
- พนาภรณ์ ศรีมูล. 2549. "โครงการเสนอแนะสถาปัตยกรรมภายใน เฮลท์ สปา ฟอรั แมน." วิทยานิพนธ์บัณฑิต สถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ลินดา วัฒนเกียรติวงศ์. 2549. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา. [ออนไลน์]เข้าถึงได้จาก: <http://gotoknow.org/blog/aonlin-hw/54374>
- อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. 2549. "Metrosexual Power." Positioning Magazine. ปีที่ 17. ฉบับที่ 259(มกราคม) : 18-21.
- Juils, Panero and Martin, Zelnik. n.d. Human Dimantion & Interior Space. New York: n.p.
- metro-society. 2548. metro sexual คือ. [ออนไลน์]เข้าถึงได้จาก: <http://www.metro-society.com/howto/?id=62>

## ประวัติผู้จัดทำ



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ



### ประวัติส่วนตัว

ชื่อ นายสิทธิกร บัวบังศึก ( กอล์ฟ )

เกิดวันที่ 19 พฤศจิกายน 2530

ที่อยู่ปัจจุบัน 48/150 ม.นันทพญา ถ.รังสิต-นครนายก คลองเจ็ด  
คลองหลวง ปทุมธานี 12120

โทรศัพท์: 086-565-5937

E-MAIL: gfm191130@hotmail.com

### ประวัติการศึกษา

วุฒิปริญญาตรี ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเทพศิรินทร์ร่วมเกล้า

มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเทพศิรินทร์ร่วมเกล้า