



โครงการศึกษาและออกแบบเพื่อปรับปรุงสถาปัตยกรรมภายในอาคารสำนักงานใหญ่บริษัทมหาชน จำกัด (มหาชน)

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

นางสาวศิริดา ชะนะชัยสมบัติ

ลงทะเบียนวันที่	1.8.ก.พ. 2555
ลงทะเบียน	121219
เลขหมู่	OH NA 2542.3 ๗439๓
หัวเรื่อง	- อาคาร - mscentiw - สถาปัตย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต

ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2552

INTERIOR ARCHITECTURE DESIGN PROPOSAL PROJECT FOR
MATICHON PUBLIC .CO.,LTD

SIRADA CHANACHAISOMBAT

A Thesis In Partial Fulfillment of Requirement For The Bachelor Degree of Architecture

Department of Interior Architecture Faculty of Architecture

Rajamangala University of technology Thanyaburi



หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการศึกษาและออกแบบสถาปัตยกรรมภายในอาคารสำนักงานใหญ่
บริษัทมดิชน จำกัด (มหาชน)
ชื่อนักศึกษา นางสาวศิรดา ชะนะชัยสมบัติ
ภาควิชา สถาปัตยกรรมภายใน
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ชาติรักษ์ รุ่งแสงทอง (.....)
ปีการศึกษา 2552

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอนุมัติให้วิทยานิพนธ์
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

.....คณบดี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีรวัลย์ วรรณโนทัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธาน
(อาจารย์ศักดิ์สิทธิ์ โสมนัส)

.....กรรมการ
(จิตตภาณุ อภิชาติกุล)

.....กรรมการ
(.....)

.....กรรมการและเลขานุการ
(อาจารย์ ยุทธวิธี ศรีชาย)

18 กุมภาพันธ์ 2553

ห้ามฉีก ตัด หรือทำให้เสียหาย
ผู้ใดพบเห็น กรุณาส่งคืนได้ที่
โทรศัพท์ 0-2549-3079
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มทร.ธัญบุรี
ต.คลองหก อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110

โครงการศึกษาและออกแบบเพื่อปรับปรุงอาคารสำนักงาน

ใหญ่บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน)

นักศึกษา นางสาวศิริดา ชะนะชัยสมบัติ

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2552

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ชาติรักษ์ รุ่งแสงทอง

สถานะโครงการ โครงการเสนอแนะเพื่อปรับปรุง

ความเป็นมาของโครงการ

ในปัจจุบันประเทศไทย มีการแข่งขันมากมายในตลาดของการผลิต และนำเสนอข่าวในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ละองค์กรก็ล้วนแต่สร้างสรรค์ผลงาน ออกมาในรูปแบบที่น่าสนใจ เช่นเดียวกันกับบริษัทมติชนเป็นองค์กรหนึ่งที่ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต่างต่างมากมาย มีการนำเสนอผลงานในรูปแบบ การ

แสดงตัวตนขององค์กรจนเป็นที่รู้จักเป็นระดับต้นต้น ของประเทศไทย องค์กร มติชนมีรูปแบบในการนำเสนองานที่ยังไม่โดดเด่นจากองค์กรอื่นๆ มากเท่าที่ควร มติชนจึง ควรมีการสร้างสรรค์ผลงานที่แตกต่างจากองค์กรอื่นอื่นโดยการ สร้าง ความโดดเด่นโดดเด่นและชัดเจนเหนือคู่แข่ง เพื่อองค์กรมติชนจะได้มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งและเพื่อเป็นอันดับหนึ่งในการนำเสนอสิ่งสิ่งพิมพ์ในรูปแบบที่เป็นตัวตนขององค์กรมติชนได้อย่างเด่นชัด

เพราะฉะนั้นการที่จะสร้างและผลักดันให้บริษัทมติชนเหนือกว่า คู่แข่งที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน การส่งเสริมส่งเสริมสถาปัตยกรรมภายในของ บริษัทมติชนให้เป็นอาคารที่ถ่ายทอดเอกลักษณ์ขององค์กร จึงมีความสำคัญที่จะสร้างความโดดเด่น ในความเป็นตัวตนของบริษัทมติชนตั้งแต่ ตัวอาคาร สถาปัตยกรรมภายในและการนำเสนอข่าว สิ่งสิ่งพิมพ์ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้บริษัทมติชนจำกัด(มหาชน) ให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักตัวตนของการ นำเสนอข่าวขององค์กรอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรม

ภายในเพื่อ สะท้อนถึง เอกลักษณ์องค์กรมติชน

-ศึกษาวิธีการสร้างและส่งเสริมเอกลักษณ์องค์กร

ให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมภายใน

-เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สถาปัตยกรรมภายใน

- การจัดพื้นที่ว่างและการ สัญจรภายในให้

สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้สอย

ที่ตั้งโครงการ

สำนักงานบริษัท มติชน จำกัด(มหาชน) เป็นตึก สำนักงาน จำนวน 10 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 12 ถนนเทศบาลนฤมาล หมู่บ้านประชา นิเวศน์ 1 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

แนวความคิด

เนื่องมาองค์กรรมติชนเป็นองค์กรที่สร้างสรรค์สิ่งออกมามากมายเพื่อสังคมทั้ง สื่อสาระและสาระบันเทิง โดยการนำเสนองผลงานออกมาให้แก่ประชาชนนั้นแสดงถึงความเป็นตัวตนขององค์กรของตัวเองได้ดีโดยที่แสดงออกมาในรูปที่ นำเสนอแต่ความจริง ไม่แต่งเติมเสริมแต่งอะไรให้มากมาย ยึดมั่นแสดงตัวตน นำเสนอข่าวการเมืองเป็นหลัก ไม่เขียนข่าวชาวบ้าน เหมือนกับหนังสือพิมพ์อื่นๆ แต่มองย้อนกันไปถึงตัวสถาปัตยกรรมภายในขององค์กรรมติชนแล้วยังไม่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนขององค์กร จึงมีแนวความคิดในการสร้างสรรค์ออกแบบสถาปัตยกรรมภายในให้ออกมาให้ได้ความเป็นตัวตนขององค์กรให้ได้มากที่สุด

เพราะฉะนั้นจึงนำเอาความเป็นทุกอย่างขององค์กรรมติชนมากค้นหาเอกลักษณ์ขององค์กร โดยที่นำเอา ประวัติผู้ก่อตั้ง ค่านิยมองค์กร วิสัยทัศน์ พันธกิจ โลโก้ สี สโลแกน เป็นต้น เมื่อนำมาถอดเอกลักษณ์องค์กร

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์โครงการศึกษาและออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน อาคารสำนักงานใหญ่บริษัทมิตixon จำกัด (มหาชน) สามารถลุล่วงไปได้ ด้วยดี อันเนื่องจากการให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือ และ ให้คำแนะนำที่ดีที่มี ประโยชน์ต่อการศึกษาและออกแบบเป็นอย่างดีจึงขอขอบคุณบุคคล หลายท่าน ดังต่อไปนี้

ขอบคุณครอบครัว ที่เกื้อหนุนในทุกๆเรื่องทั้งทุนทรัพย์ที่สนับสนุน ในการทำวิทยานิพนธ์ คอยให้กำลังใจที่อบอุ่นอย่างมากมาโดย ตลอดจนกระทั่งมีวันนี้ได้ ซึ่งมีอาจตอบแทนพระองค์ได้หมด

ขอบคุณอาจารย์ชาติรักษ์ รุ่งแสงทอง อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ที่ให้ความรู้ความเข้าใจและแนะแนวทางการทำงานที่ดี เยี่ยมแก่ข้าพเจ้า จนกระทั่งศึกษาสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอบคุณอาจารย์ยุทธวิทย์ ศรีชาย สำหรับคำปรึกษา คำแนะนำ และความช่วยเหลือในทุกเรื่องที่ดีเสมอมา

ขอบคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ความรู้
ตลอดมาตั้งแต่ชั้นปีที่1จนกระทั่งจบการศึกษา

ขอบคุณพี่ไฉ่ สำหรับทุกสิ่งทุกอย่างที่ดีเสมอมา อยู่เคียงข้างคอย

ให้กำลังใจและความช่วยเหลือไม่เคยทอดทิ้งเลยซักครั้ง

ขอบคุณน้องเอ๋ น้องสาวคนสวยและแสนดี สำหรับความช่วยเหลือ

ช่วยเหลือที่ดีเสมอมา

ขอบคุณน้องตัน น้องโม น้องทราย น้องแอร์ น้องแอน

น้องเท็น

ขอบคุณน้อง ๆ ครอบครัวINTERIOR ทุก ๆ คน

ที่อดหลับอดนอนช่วยตัดโมเดล

ขอบคุณเพื่อน ๆ **DOWN LOAD** ทุกคน สำหรับน้ำใจ

ความช่วยเหลือและเสียงหัวเราะตลอดมา

ขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งเพื่อน ๆ และ น้องๆในคณะและ
นอกคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ราชมงคลธัญบุรีทุกคนทุก ที่มีส่วน
ร่วมในวิทยานิพนธ์นี้ จนกระทั่งสำเร็จได้ด้วยดี ถ้าไม่มีทุกคนในวันนั้น
ก็คงจะไม่มีความสำเร็จของมีมีในวันนี้

ขอบคุณทุก ๆ ท่านจากใจ.....จริงๆ

ศิริดา ชะนะชัยสมบัติ

24 กุมภาพันธ์ 2553

สารบัญ

	หน้า	1.5 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-3
บทคัดย่อ	ก	บทที่ 2 หลักการออกแบบและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
กิตติกรรมประกาศ	จ	2.1 ทฤษฎีแนวคิดเพื่อการส่งเสริมเอกลักษณ์องค์กร	2-1
สารบัญ	ฉ	2.2 ความเป็นมาปัจจุบันและอนาคตของเรื่องที่ศึกษา	2-2
สารบัญรูปภาพ	ฅ	2.2.1 แนวคิดการสร้างความแตกต่าง	
สารบัญแผนที่	ฉ	ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์	2-9
บทที่ 1 บทนำ	ฎ	2.2.2 แนวความคิดด้านองค์กรและด้าน	
1.1 ความเป็นมาของโครงการ	1-1	การจัดการ	2-10
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาโครงการ	1-2	2.2.3 ความหมาย ความสำคัญ	2-11
1.3 ขั้นตอนการดำเนินการ	1-2	2.3 ประวัติอาคารสำนักงาน	2-12
1.4 ขอบเขตของการศึกษาโครงการ	1-3	2.3.1 ความสำคัญและขอบเขตของ	
		งานสำนักงาน	2-13

	หน้า		หน้า
		2.5.2 ทางสัญจรหลัก	2-16
2.3.2 การจัดการบริหารงานและการศึกษา		2.5.3 พื้นที่พิเศษ	2-17
แผนภูมิองค์กรของสำนักงานทั่วไป	2-14	2.6 องค์ประกอบที่มีผลต่อรูปร่างการวางผังพื้นที่ของ	2-17
2.3.3 การศึกษาแผนภูมิองค์กร	2-14	อาคารสำนักงาน	
2.4 ส่วนประกอบของอาคารสำนักงานและระยะเวลาในการใช้งาน	2-15	2.6.1 ความลึกของส่วนทำงาน	2-17
2.4.1 ส่วนโครงสร้างและเปลือกนอกอาคาร	2-15	2.6.2 ความลึกน้อย	2-17
2.4.2 ส่วนบริการต่างๆ	2-15	2.6.3 ความลึกปานกลาง	2-17
2.4.3 ส่วนประกอบภายในอาคาร	2-15	2.6.4 ความลึกมาก	2-17
2.4.4 ส่วนตกแต่งและการจัดภายในอาคาร	2-15	2.6.5 ตำแหน่งของทางเดินติดต่อหลัก	2-18
2.5 พื้นที่สำนักงาน(OFFICE AREA)	2-16	2.6.6 ตำแหน่งของแกนบริการ	2-18
2.5.1 พื้นที่ส่วนทำงาน	2-16		
		บทที่ 3 การศึกษา	
		3.1 กรณีศึกษาที่ 1 บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์	
		พับลิชซิ่ง	3-1

3.2	กรณีศึกษาที่ 2 บริษัทหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ	3-8		
บทที่ 4 การวิเคราะห์ที่ตั้งและศึกษาความเป็นไปได้				หน้า
4.1	การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ	4-1	4.5.4	วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและผล กระทบต่อชุมชนในอนาคต
4.1.1	การศึกษาภาพถ่ายกายภาพ	4-1		4-5
4.2	การศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบของเมือง	4-2	4.6	การวิเคราะห์สถานที่ตั้งโครงการ
4.3	ย่านที่ตั้งและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	4-4	4.6.1	ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ
4.4	การศึกษาวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐศาสตร์	4-4	4.6.2	ที่ตั้งโครงการ
4.5	การศึกษาวิเคราะห์ด้านสังคมและวัฒนธรรม	4-4	4.6.3	ขนาดที่ตั้งโครงการ
4.5.1	วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	4-4	4.6.4	สภาพแวดล้อมโดยรอบ
4.5.2	วิเคราะห์ลักษณะทางสังคมของเขตจตุจักร	4-5	4.6.5	เส้นทางสัญจรการเข้าถึงโครงการ
4.5.3	วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและผลกระทบ		4.6.6	อาคารในเครือมติชนที่เลือกมาปรับปรุง และออกแบบ
	ต่อชุมชนในอนาคต	4-5		4-10

		หน้า
บทที่ 5 รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ		
5.1 ความเป็นมาขององค์กร	5-1	
5.1.1 การจัดตั้งบริษัท	5-1	
5.1.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ ของกลุ่มบริษัท	5-2	
5.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	5-3	
5.3 เกี่ยวกับองค์กร	5-4	
5.3.1 ค่านิยมองค์กร	5-4	
5.3.2. วิสัยทัศน์	5-4	
5.3.3 พันธกิจ	5-4	
5.4 โครงสร้างการจัดการ	5-5	
		5.5 ค่าตอบแทนผู้บริหาร
		5.5.1 ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน
		5.5.2 ค่าตอบแทนอื่น
		5.6 ระบบวิศวกรรมที่เกี่ยวข้อง
		5.6.1 ระบบที่เกี่ยวข้องกับโครงการ
		5-10
		5-10
		5-10
		5-28
		5-28
บทที่ 6 ผลงานการออกแบบ		
		6.1 การสรุปวิเคราะห์ภาพรวมของโครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของบริษัทมติชน
		จำกัด (มหาชน)
		6-1
		6.2 แนวความคิดในการออกแบบ
		6-2
		6.3 CONCEPT DESIGN
		6-5
		6.4 PLANNING
		6-8

6.5 DESIGN	6-13	สารบัญรูปภาพ	
6.6 CHART	6-23	บทที่ 1 ความเป็นมาของโครงการ	
บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ		รูปภาพที่ 1.1	แสดงทัศนียภาพภายนอกอาคารมดิชน 2-1
7.1 บทสรุป	7-1	บทที่ 2 หลักการออกแบบและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
7.1.1 หัวข้อวิทยานิพนธ์	7-1	รูปภาพที่ 2.1	แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์หาแบรนด์ดีเอ็นเอ 2-6
7.1.2 อาจารย์ที่ปรึกษา	7-1	รูปภาพที่ 2.2	แสดงความสัมพันธ์ของตำแหน่งแกน
7.1.3 ประวัติความเป็นมา	7-1	บริการและการจัดพื้นที่ส่วนทำงาน 2-18	
7.1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ	7-2	รูปภาพที่ 2.3	แสดงตัวอย่างการจัดผังพื้นที่ส่วน
7.1.5 สถานภาพของโครงการ	7-2	สำนักงาน 2-22	
7.1.6 ที่ตั้งโครงการ	7-2	รูปภาพที่ 2.4	แสดงตัวอย่างแสดงการจัดพื้นที่ส่วนทำงาน 2-24
7.1.7 ขอบเขตในการศึกษา	7-3	รูปภาพที่ 2.5	แสดงระบบการจ่ายน้ำโดยใช้
7.2 สรุปความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิทยานิพนธ์	7-5	ถังสูบบนชั้นหลังคา 2-27	
7.3 ข้อเสนอแนะ	7-6	รูปภาพที่ 2.6	แสดงระยะของพื้นที่รอบโต๊ะทำงาน 2-27
บรรณานุกรม	ต		
ประวัติผู้จัดทำ	ต		

รูปภาพที่ 2.7 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-28		หน้า
รูปภาพที่ 2.8 แสดงขนาด และ ความสูงของที่ทำงาน	2-28	และลักษณะการระบายอากาศของดวงโคม	
รูปภาพที่ 2.9 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-29	ไฟฟ้า สำหรับสำนักงาน	2-37
รูปภาพที่ 2.10 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-29	บทที่ 3 กรณีศึกษา	
รูปภาพที่ 2.11 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-30	รูปภาพที่ 3.1 ทศนิยมภาพบริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์	
รูปภาพที่ 2.12 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-30	พับลิชซิ่ง	3-1
รูปภาพที่ 2.13 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-31	รูปภาพที่ 3.2 แสดงทัศนียภาพส่วนห้องรับรอง	
รูปภาพที่ 2.14 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-31	บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง	3-10
รูปภาพที่ 2.15 แสดงขนาดของโต๊ะประชุม	2-32	รูปภาพที่ 3.3 แสดงทัศนียภาพห้องทำงาน	
รูปภาพที่ 2.16 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-32	คุณสนธิ ลิ่มทองกุล	
รูปภาพที่ 2.17 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน	2-33	บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง	3-10
รูปภาพที่ 2.18 แสดงการติดโคมไฟแบบทั่วไป			

บทที่ 4 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

หน้า

รูปภาพที่ 4.1 แสดงตำแหน่งที่ตั้งโครงการ	4-7
รูปภาพที่ 4.2 แสดงตำแหน่งทัศนียภาพโดยรอบโครงการ	4-8
รูปภาพที่ 4.3 แสดงทิศทางแดดลม	4-10
รูปภาพที่ 4.4 แสดงตำแหน่งของกลุ่มอาคารสำนักงาน บริษัทมัทฉอน	4-10
รูปภาพที่ 4.5 แสดงทัศนียภาพอาคารสำนักงาน มัทฉอน จำกัด (มหาชน)	4-12
รูปภาพที่ 4.6 แสดงทัศนียภาพอาคารสำนักงาน มัทฉอน จำกัด (มหาชน)	4-12

หน้า

บทที่ 5 รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ

รูปภาพที่ 5.1 อาคารสำนักงานบริษัทมัทฉอน จำกัด มหาชน	5-1
รูปภาพที่ 5.2 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมัทฉอน	5-3
รูปภาพที่ 5.3 แสดงภาพสัญลักษณ์ของหนังสือพิมพ์มัทฉอน	5-5
รูปภาพที่ 5.4 แสดงภาพสัญลักษณ์ของศูนย์ข้อมูลมัทฉอน	5-5
รูปภาพที่ 5.5 แสดงประเภทและเวลาของผู้ใช้สอยอาคาร	5-26
รูปภาพที่ 5.6 แสดง Bubble Diagram	5-26
รูปภาพที่ 5.7 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น G	5-27
รูปภาพที่ 5.8 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น M	5-27

รูปภาพที่ 5.9 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 2	5-28
รูปภาพที่ 5.10 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 3	5-28
รูปภาพที่ 5.11 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 4	5-29
รูปภาพที่ 5.12 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 5	5-29
รูปภาพที่ 5.13 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 6	5-30
รูปภาพที่ 5.14 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 7	5-30
รูปภาพที่ 5.15 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 8	5-31
รูปภาพที่ 5.16 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 9	5-31

บทที่ 6 ผลงานการออกแบบ

รูปภาพที่ 6.1 แสดงกระบวนการหาเอกลักษณ์องค์กร	6-4
รูปภาพที่ 6.2 แสดงบรรยากาศห้องทำงาน	6-5
รูปภาพที่ 6.3 แสดงบรรยากาศห้องประชุม	6-6
รูปภาพที่ 6.4 แสดงบรรยากาศส่วนทำงาน	6-6
รูปภาพที่ 6.5 แสดงบรรยากาศห้องประชุม	6-7
รูปภาพที่ 6.6 แสดงบรรยากาศโดยรวม	6-7
รูปภาพที่ 6.7 แสดงแปลนผังพื้นที่ G	6-8
รูปภาพที่ 6.8 แสดงแปลนผังพื้นที่ M	6-8
รูปภาพที่ 6.9 แสดงแปลนผังพื้นที่ 2	6-9
รูปภาพที่ 6.10 แสดงแปลนผังพื้นที่ 3	6-9

	หน้า		หน้า
รูปภาพที่ 6.11 แสดงแปลนผังพื้นที่ชั้น 4	6-10	รูปภาพที่ 6.22 ห้องประชุมใหญ่ ชั้น 9	6-18
รูปภาพที่ 6.12 แสดงแปลนผังพื้นที่ชั้น 5	6-10	รูปภาพที่ 6.23 ห้องประชุมเล็ก	6-19
รูปภาพที่ 6.13 แสดงแปลนผังพื้นที่ชั้น 6	6-11	รูปภาพที่ 6.24 ส่วนโรงอาหารอาคาร 3ชั้น	6-20
รูปภาพที่ 6.14 แสดงแปลนผังพื้นที่ชั้น 7	6-11	รูปภาพที่ 6.25 SECTION A	6-21
รูปภาพที่ 6.15 แสดงแปลนผังพื้นที่ชั้น 8	6-12	รูปภาพที่ 6.26 SECTION B	6-21
รูปภาพที่ 6.16 แสดงแปลนผังพื้นที่ชั้น 9	6-12	รูปภาพที่ 6.27 แสดงการสรุปข้อมูลบทที่1	6-22
รูปภาพที่ 6.17 แสดงส่วนต้อนรับชั้น G	6-13	รูปภาพที่ 6.28 แสดงการสรุปข้อมูลบทที่2	6-22
รูปภาพที่ 6.18 แสดงส่วนพักคอยชั้น G	6-14	รูปภาพที่ 6.29 แสดงการสรุปข้อมูลบทที่3	6-23
รูปภาพที่ 6.19 แสดงส่วนนิทรรศการ ชั้น G	6-15	รูปภาพที่ 6.30 แสดงการสรุปข้อมูลบทที่4	6-24
รูปภาพที่ 6.20 แสดงส่วนทำงานชั้น 2-7	6-16	รูปภาพที่ 6.31 แสดงการสรุปข้อมูลบทที่5	6-24
รูปภาพที่ 6.21 ห้องทำงานผู้บริหาร ชั้น 8	6-17	รูปภาพที่ 6.32 แสดงProcess Design 1	6-25

	หน้า
รูปภาพที่ 6.33 แสดงProcess Design 2	6-25
รูปภาพที่ 6.34 สรุปColor Scheme & material & furniture	6-26
รูปภาพที่ 6.35 สรุปรวมข้อมูลทั้งหมด	6-26
รูปภาพที่ 6.36 CHART แนะนำโครงการ	6-27
รูปภาพที่ 6.37 รูปถ่ายโมเดล 1	6-27
รูปภาพที่ 6.37 รูปถ่ายโมเดล 2	6-28
รูปภาพที่ 6.37 รูปถ่ายโมเดล 3	6-28
บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
รูปภาพที่ 7.1 แสดงการสรุปข้อมูลทั้งหมด	6-28

สารบัญแผนที

บทที่ 4 การวิเคราะห์ที่ตั้งและศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

	หน้า
แผนที่ที่ 4.1 แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดิน	4-2
แผนที่ที่ 4.2 แสดงตำแหน่งเขตพื้นที่ประเทศไทย	4-6
แผนที่ที่ 4.3 แสดงตำแหน่งเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	4-6
แผนที่ที่ 4.4 แสดงการเข้าถึงอาคารมติชน จำกัด (มหาชน)	4-7

ภาคผนวก.....	
บรรณานุกรม.....	
ประวัติผู้จัดทำ.....	

ภาพที่ 1.1 แสดงทัศนียภาพภายนอกอาคารมติชน



ที่มา: บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน)

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของโครงการ

ในปัจจุบันประเทศไทย มีการแข่งขันมากมายในตลาดของการผลิต และนำเสนอข่าวในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ แต่องค์กรก็ล้วนแต่สร้างสรรค์ผลงาน ออกมาในรูปแบบที่น่าสนใจ เช่นเดียวกันกับบริษัทมติชนเป็นองค์กรหนึ่งที่ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต่างต่างมากมาย มีการนำเสนอผลงานในรูปแบบ การแสดงตัวตนขององค์กรจนเป็นที่รู้จักเป็นระดับต้นต้น ของประเทศไทย องค์กรมติชนมีรูปแบบในการนำเสนองานที่ยังไม่โดดเด่นจากองค์กรอื่นๆ มากเท่าที่ควร มติชนจึง ควรมีการสร้างสรรค์ผลงานที่แตกต่างจากองค์กรอื่นอื่นโดยการ สร้างความโดดเด่นโดดเด่นและชัดเจนเหนือคู่แข่ง เพื่อองค์กรมติชนจะได้มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งและเพื่อเป็นอันดับหนึ่งในการนำเสนอสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบที่เป็นตัวตนขององค์กรมติชนได้อย่างเด่นชัด

เพราะฉะนั้นการที่จะสร้างและผลักดันให้บริษัทมติชนเหนือกว่าคู่แข่งที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน การส่งเสริมส่งเสริมสถาปัตยกรรมภายในของบริษัทมติชนให้เป็นอาคารที่ถ่ายทอดเอกลักษณ์ขององค์กร จึงมีความสำคัญที่จะสร้างความโดดเด่น ในความเป็นตัวตนของบริษัทมติชนตั้งแต่ ตัวอาคาร สถาปัตยกรรมภายในและการนำเสนอข่าว สื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้บริษัทมติชนจำกัด(มหาชน) ให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักตัวตนของการนำเสนอข่าวขององค์กรอย่างแท้จริง

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในเพื่อสะท้อนถึง เอกลักษณ์องค์กรมติชน
- 1.2.2 ศึกษาวิธีการสร้างและส่งเสริมเอกลักษณ์องค์กร ให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมภายใน
- 1.2.3 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สถาปัตยกรรมภายใน ด้านการจัดพื้นที่ว่างและการสัญจรภายในให้ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้สอย

1.3 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการ

1. ขั้นตอนการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลได้แก่
 - 1.1 เก็บข้อมูลเบื้องต้น ประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ของโครงการ และศึกษาเอกสาร ข้อมูลจากผู้ดำเนินการ ผู้เกี่ยวข้อง นำมาใช้ร่วมศึกษาและส่งเสริมเอกลักษณ์ขององค์กรสูงาน ออกแบบ
 - 1.2 เก็บข้อมูลลักษณะทางกายภาพของโครงการ สภาพที่ตั้ง ลักษณะทางสถาปัตยกรรม ลักษณะทางสภาพแวดล้อม การเข้าถึง จากเอกสารหรือหนังสือ ผู้ออกแบบและสถานที่จริง
 - 1.3 ศึกษาข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกแบบ
 - 1.4 กรณีศึกษา
 - ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากโครงการจริง
 - ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากทฤษฎี
 - ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้พื้นที่ กลุ่มผู้ใช้อาคาร และพฤติกรรมที่เกิดขึ้น จากกิจกรรมภายในบริเวณต่างๆ

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้า ทั้งจากการสัมภาษณ์ จากการสำรวจกรณีศึกษา และข้อมูลเอกสารมาทำการวิเคราะห์ถึงปัญหาและเทียบเคียงปัญหาจากกรณีศึกษา เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริงหาแนวทางการออกแบบ และการแก้ปัญหาที่ถูกต้องเหมาะสม มีประสิทธิภาพสูงสุด

3. ขั้นตอนการออกแบบ

3.1 เสนอแนะแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เหมาะสม ให้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น

3.2 ดำเนินงานออกแบบ

3.3 นำเสนอผลงานออกแบบ

1.4 ประโยชน์ของการศึกษาโครงการ(ADVANTAGE OF STUDY

1.3.1 ได้ความรู้จากการศึกษาเอกลักษณ์องค์กรของ บริษัท มติชน จำกัด

(มหาชน) ออกเป็นงานออกแบบสถาปัตยกรรมภายในได้

1.3.2 ได้รู้จักวิธีการสร้างและส่งเสริมเอกลักษณ์องค์กรให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมภายในได้

1.3.1 รู้จักการจัดวางฟังก์ชันและทางสัญจร ของสำนักงานล้อมวลชนเพื่อรองรับบุคคลภายในองค์กรและบุคคลภายนอกองค์กร

1.5 ขอบเขตในการศึกษา

1.5.1 ส่วนผู้บริหาร

-ห้องประธานกรรมการ

-ห้องรองประธานกรรมการ

-ห้องจัดการทั่วไป

-ห้องประชุมใหญ่

-ห้องประชุมย่อย

1.5.2 ส่วนพนักงานสำนักหนังสือพิมพ์มติชน

- ติดต่อประสานงาน

1.5.2.1 ห้องทำงานทั่วไป

- เลขานุการ

- ผู้สื่อข่าว

1.5.2.2 ห้องบรรณาธิการ

- ช่างภาพ

- ห้อง บก.อำนวยการ

- ช่างศิลป์

- ห้องรอง บก.อำนวยการ

- ช่างภาพ

- ห้อง บก.ผู้พิมพ์โฆษณา

- ห้องภาพ

- ห้อง บก.บริหาร

- คอมพิวเตอร์

- ห้องรอง บก.บริหาร

- พิสูจน์อักษร

- ห้อง บก.ข่าว

- โฆษณา

- ห้อง หัวหน้าบรรณาธิการ

- ฝ่ายบัญชี

- ห้องหัวหน้าพิสูจน์อักษร

- การตลาด

- ห้องหัวหน้าข่าว

- ห้องหัวหน้าพิสูจน์อักษร

1.5.3 ส่วนบริหารงานศูนย์ข้อมูลและหาความรู้

- ห้องสมุด
- ห้องสมุดภาพ
- ห้องสมุดคอมพิวเตอร์
- ห้องบริการข้อมูล
- ส่วน ผอ.ศูนย์ข้อมูล
- งานสารสนเทศ
- งานคอมพิวเตอร์
- ส่วนตัด ปะ ช่าง
- บรรณารักษ์
- บันทึกข้อมูล

- ถ่ายเอกสาร

- รับ ส่ง เอกสาร

1.5.4 ส่วนบริการสาธารณะ

- โถงต้อนรับ
- ร้านขายหนังสือ
- ส่วนจัดนิทรรศการ
- ห้องอาหาร VIP

บทที่ 2 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการหาเอกลักษณ์เพื่อ การออกแบบสถาปัตยกรรม ภายในอาคารสำนักงานใหญ่ บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

2.1 ทฤษฎีแนวคิดเพื่อการส่งเสริมเอกลักษณ์องค์กร

2.1.1 แนวความคิดในการหาและสร้างเอกลักษณ์ขององค์กร (Brand Identity)

2.1.1.1 แนวความคิดการสร้างแบรนด์เป็นเอกลักษณ์ องค์กร (Brand Creation)

2.1.1.1.1 ความหมายของแบรนด์และแบรนด์ ดีเอ็นเอ

วิสวัต ชัยปราณีกล่าวว่ ยุคของแนวทาง การตลาดที่นักการตลาดชาวตะวันตกได้แบ่งสมัยของยุคและวิธีการทางการ ตลาดไว้ 3 ยุคคือ

1. ยุคการตลาดด้านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เป็นใหญ่(Product Differentiation) ซึ่งเป็นยุคที่ผู้ผลิตและผู้ขายเป็นคนกำหนดความต้องการของผู้บริโภค โดยที่การผลิตสินค้าอะไรขึ้นมาตามแต่ความต้องการของผู้ผลิต ซึ่งผู้บริโภคนั้นจำเป็นต้องซื้อหามาใช้ ถ้าต้องการแสดงว่าตนนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสังคม จนถึงกับมีคำพูดจากผู้บริหารฟอร์ด มอเตอร์ว่า "ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะซื้อรถยนต์ สีอะไรก็ได้ ทรายเท่าที่มันเป็นสีดำ"

2. ยุคผู้บริโภคใหม่การนำเสนอจุดขายที่แตกต่าง (Unique Selling Proposition) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของระบบอุตสาหกรรมทำให้เกิดผู้ผลิตสินค้าขึ้นมาอย่างมากมาย จนทำให้เกิดความพยายามเพื่อแย่งชิงลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกันเอง ในกลุ่มผู้ผลิตจึงเกิดการแข่งขันกันผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติทางกายภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น ดีกว่า ทนกว่า หอมกว่า เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดแนวทางในการตลาดที่เรียกว่า การนำเสนอจุดขายที่แตกต่าง (Unique Selling Proposition- USP) เกิดการพัฒนาความแตกต่างของสินค้าขึ้นมากมาย เช่นตลาดรถยนต์ก็จะแข่งกันในเรื่องเครื่องยนต์ว่าเครื่องยนต์ของใครดีกว่ากัน ทนกว่า แรงกว่า วิ่งเร็วกว่า หรือ วงการน้ำมันเชื้อเพลิงก็มีการนำเสนอสูตรใหม่ๆ ให้เป็นน้ำมันที่โดดเด่น เผาไหม้หมดจดกว่า ช่วยให้รถวิ่งเร็วกว่า แต่ในที่สุดแล้วคู่แข่งก็

สามารถนำเสนอสิ่งเดียวกันได้ในเวลาอันสั้น และในราคาที่ถูกลงกว่า จนกลายเป็นว่าไม่ว่าสินค้านั้นจะผลิตออกมาจากที่ไหนก็เหมือนกัน นอกจากนี้ยังมีการที่บริษัทที่ชำนาญในอุปกรณ์เฉพาะอย่างยังทำการผลิตชิ้นส่วนสำคัญเหล่านั้นออกมาขายให้ผู้ผลิตรายอื่นนำไปประกอบกับสินค้าของตนเอง เช่นระบบเบรก ABS ซึ่งใครก็ซื้อเอาไปใช้ได้ รถยนต์ทุกยี่ห้อจึงต่างมีระบบABS เหมือนเหมือนกัน

3. ยุคของแบรนด์ (Branding) เมื่อสินค้าไม่มีความแตกต่างกันจริง นักการตลาดก็หันมาทำให้ผู้บริโภคได้ "รู้สึก" ต่างกันไปเองทั้งๆที่สินค้าอาจจะเหมือนเหมือนกันด้วยซ้ำ ซึ่งเป็นการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกถึงคุณภาพที่เหนือกว่าทั้งที่ความจริงอาจจะไม่ได้เหนือกว่าเลย ซึ่งคำจำกัดความที่ถูกต้องที่สุดของแบรนด์จึงเป็นมุมมองจากผู้บริโภค คือเป็นความรู้สึกของผู้บริโภคยามที่ได้รับชื่อแบรนด์ หรือเห็นตราสินค้า โลโก้ ฉลากผลิตภัณฑ์ แล้วคิดว่าแบรนด์นั้นให้คุณค่า คุณประโยชน์ บุคลิกภาพ หรือทำอะไรกับเขาบ้าง

เดวิด โอกลีวีเป็นคนแรกที่ทำให้คำจำกัดความแบรนด์จากมุมมองผู้บริโภค "แบรนด์ คือ สัญลักษณ์ที่ซับซ้อน คือผลรวมที่จับต้องไม่ได้จากการที่ได้เห็น รูปร่างหน้าตาภายนอกของสินค้า การได้ยินชื่อ การได้สัมผัสบรรจุ

ภรณ์ และราคา การได้รับรู้ประวัติความเป็นมา และชื่อเสียงที่แบรนด์นั้นสั่งสมเรื่อยมา และความรู้สึกที่มีต่อวิถีทางที่แบรนด์นั้นโฆษณาไว้ เป็นสิ่งที่ถูกกำหนดขึ้นจากความรู้สึกโดยรวมของผู้ใช้ และประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ใช้ที่ได้สัมผัสกับแบรนด์นั้นมา” (วิสวัต ชัยปาณี.2548:31)

แบรนด์คืออะไร

ฟิลิป คอตเลอร์ 1991 (อ้างถึงในวิสวัต ชัยปาณี 2548:24-25) เคยให้คำจำกัดความแรกในปี 1984 ว่า “แบรนด์คือชื่อ คำ ตรา สัญลักษณ์ หรือรูปแบบหรือสิ่งเหล่านั้นรวมๆกันเพื่อที่จะแสดงว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆเป็นของใคร และแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร” ซึ่งในคำจำกัดความนั้น วิสวัต กล่าวว่า เป็นการให้ที่ยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ และทำให้เกิดความเข้าใจผิด อันเนื่องมาจากคำจำกัดความนั้นให้อยู่ในยุคของการตลาดยุคเก่า ซึ่งเป็นยุคของผู้ขายหรือผู้ผลิต ซึ่งไม่ว่าผู้ผลิตจะผลิตสินค้าอะไรออกมา ผู้บริโภคที่ยังไม่มีทางเลือกมากนัก ก็ต้องซื้อ ดังนั้นคำจำกัดความนั้นจึงเอนเอียงไปทางผู้ผลิตและผู้ขาย

ต่อมาเมื่อแนวทางในการตลาดเปลี่ยนไป เป็นตลาดขึ้นอยู่กับผู้บริโภค คอตเลอร์จึงได้เขียนหนังสือเล่มใหม่โดยให้คำจำกัดความอันใหม่ให้กับแบรนด์ว่า “แบรนด์จะให้ความหมายได้ถึง 4 ระดับด้วยกัน คือ รูปร่าง

หน้าตาภายนอก คุณประโยชน์ คุณค่า และบุคลิกภาพ หากบริษัทใดยังให้ความสำคัญของแบรนด์เพียงแค่ชื่อของมัน นั้นแสดงว่าไม่เข้าใจในการสร้างแบรนด์เลย” ซึ่งความหมายของ 4 ระดับมีดังนี้

Attributes คือรูปร่างหน้าตาภายนอกที่ผู้บริโภคจดจำแบรนด์นั้นได้ เช่น โลโก้ ชื่อ สี สັນ รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

Benefits คุณประโยชน์ที่จับต้องได้ของผลิตภัณฑ์นั้นในความรู้สึกของผู้บริโภค เช่น รสชาติอร่อย เป็นต้น

Values คือคุณค่าที่อาจจับต้องไม่ได้โดยตรง แต่ผู้บริโภคมีความรู้สึกกับแบรนด์นั้นได้ เช่น ความรู้สึกน่าเชื่อถือ มั่นใจที่จะใช้เพราะคุ้นเคยมานาน เป็นต้น

Personality คือบุคลิกภาพที่ให้กับผู้ใช้แบรนด์นั้นและคิดว่าผู้อื่นจะมองดูตนเองแบบนั้น เช่น ดูเป็นวัยรุ่น เป็นคนฉลาดซื้อ เป็นต้น

จากคำจำกัดความข้างต้นจะเห็นได้ว่าแบรนด์เป็นเรื่องที่ซับซ้อนมาก โดยมีชื่อและโลโก้เป็นส่วนเล็กๆส่วนหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นความรู้สึกของผู้ใช้มาเกี่ยวข้องถึงสามด้าน และวิสวัตยังเสนออีกว่าเพื่อหลีกเลี่ยงการให้คำจำกัดความที่แคบเกินไปของภาษาไทยที่เรียกว่าตราสัญลักษณ์นั้นสมควรที่จะปรับเปลี่ยนไปโดยเรียกคำว่าแบรนด์โดยเรียกเป็น

แบรนด์ไปเลยเป็นการทับศัพท์ที่เป็นเหมือนคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษอื่นๆที่เราใช้ เช่น วอลเลย์บอล บาสเก็ตบอล ซึ่งจะทำให้เราทำความเข้าใจในความหมายที่ซ่อนอยู่กับคำว่าแบรนด์ได้ดียิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์เหมือนกันแต่ต่างแบรนด์

แบรนด์เป็นเรื่องของประสบการณ์ของผู้ใช้ที่ได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้รับรู้สิ่งที่อยู่รอบๆตัวแบรนด์ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ต่างกันอาจมีความรู้สึกต่างกัน ดังนั้นแต่ละคนย่อมเห็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เดียวกันเป็นแบรนด์ที่ต่างกันได้ สเตเฟน คิง ครีเอทีฟผู้บริหารของเอเจนซี J.Walter Thompson เคยกล่าวว่า “ยามที่โรงงานผลิตออกมานั้นต่างก็เป็นผลิตภัณฑ์เดียวกัน แต่ยามที่ผู้บริโภคซื้อมาใช้มันจะกลายเป็นคนละแบรนด์อย่างสิ้นเชิง” ดังตัวอย่างก็คือรถยนต์ไฟร์สวาแกน รุ่นไฟร์กเต่า มีความเป็นผลิตภัณฑ์คือรถยนต์ ในชื่อแบรนด์เนม ไฟร์กวาแกน มีคุณสมบัติทางกายภาพเหมือนกันคือทน ไม่จุจกักระบายความร้อนด้วยลม และประหยัดน้ำมัน แต่เวลาไปขายอยู่ในตลาดกลับได้รับการตอบรับที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง เช่นในอเมริกาได้จะกลายเป็นรถที่โก้หรูเป็นที่ภาคภูมิใจ เพราะทั้งเมืองมีแต่รถยนต์เก่าๆ หรือจักรยานยนต์ ทำให้เป็นที่ใฝ่ฝันของคนที่นี่ต่างจากคนในเมืองคอนเนคติกัต อเมริกาเหนือ ซึ่งคนมองกันว่า ซึ่งคนมองกันว่า

เป็นรถจากยุโรปราคาถูกลง รูปร่างน่าเกลียด ดูเป็นรถสกปรกสนานขับเล่นสนุกสนุก รถฮิปปี รถที่ชื่อเป็นของขวัญให้ลูกเมื่อสำเร็จการศึกษาเป็นรถที่ขับแล้วชาวบ้านจะคิดว่าที่บ้านต้องมีรถอยู่อีกหลายคันแน่ๆ นั่นคือความแตกต่างที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ตัวเดียวกัน แต่แตกต่างในความรู้สึกประสบการณ์ของผู้บริโภค

ความแตกต่างดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาวิเคราะห์โดยองค์ประกอบคอตเลอร์ได้ดังนี้

1. Attributes คือรูปร่างภายนอกเหมือนกัน โลโก้เหมือนกัน เครื่องหมายการค้าเหมือนกัน แบรนด์เดียวกัน
2. Benefits คุณประโยชน์ต่อผู้ใช้ได้เหมือนกัน เท่ากัน
3. Values คือคุณค่าทางใจที่แตกต่างกัน
4. Personality คือบุคลิกภาพและเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันอย่างแน่นอน

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์จะครอบคลุมของส่วนแรก คือ Attributes กับ Benefits ความเป็นรถเต่าเหมือนกัน แต่แบรนด์นั้นครอบคลุมถึงความหมายทั้งสิ้นส่วนให้ความรู้สึกถึง Values กับ Personality ที่ต่างกัน ถ้าจะแยกให้เห็นความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์และ

แบรนด์ทำให้ชัดเจนอีกครั้งก็คือผลิตภัณฑ์คือสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) สัมผัสได้ มองเห็นได้ มีรูปร่างหน้าตา มีสไตล์ มีแบบ มีราคา ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในแง่ประสิทธิภาพ (Performance) ซึ่งก็คือ Attributes และ Benefits ของฟิลิป คอตเลอร์ นั่นเอง ตัวอย่างคือ คนที่รักความเร็วอาจตั้งใจไว้ว่าจะซื้อรถยนต์สวอยสวอยซักคันที่วิ่งได้เกินกว่า 200 กม./ชม. นั่นคือเขากำลังเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ทุกอย่างที่เขาต้องการจากยี่ห้อเหล่านั้นเขามักจะเลือกซื้อที่แบรนด์

แบรนด์ คือทุกสิ่งทุกอย่างที่ผลิตภัณฑ์มีทั้งหมด คือส่วนที่จับต้องได้ (Attributes) และครอบคลุมถึงสิ่งที่จับต้องไม่ได้(Intangible) อีกชั้นหนึ่งไม่ว่าจะเป็น

- ความน่าเชื่อถือ (Trust/reliability)
- ความมั่นใจ (Confidence)
- ความคุ้นเคย (Familiarity)
- ประสบการณ์ที่สะสมมา (Share Experiences)
- ความสัมพันธ์และความผูกพัน (Relationship)
- สถานภาพ (Status)
- บุคลิกภาพ(Personality)

ดังนั้นจึงพบว่า แบรนด์นั้นไม่เพียงแต่ให้ความพึงพอใจทางกายภาพที่สัมผัสได้เท่านั้น แต่ยังให้ทั้งความพึงพอใจทางด้านอารมณ์อีกด้วย ดอน คาวเลย์ และพอล เฟลตวิก ได้สรุปไว้สั้นๆในหนังสือ Understanding Brands เกี่ยวกับแบรนด์ได้ว่า” แบรนด์คือความรู้สึกโดยรวมที่อยู่ในใจของผู้บริโภค”

องค์ประกอบของแบรนด์

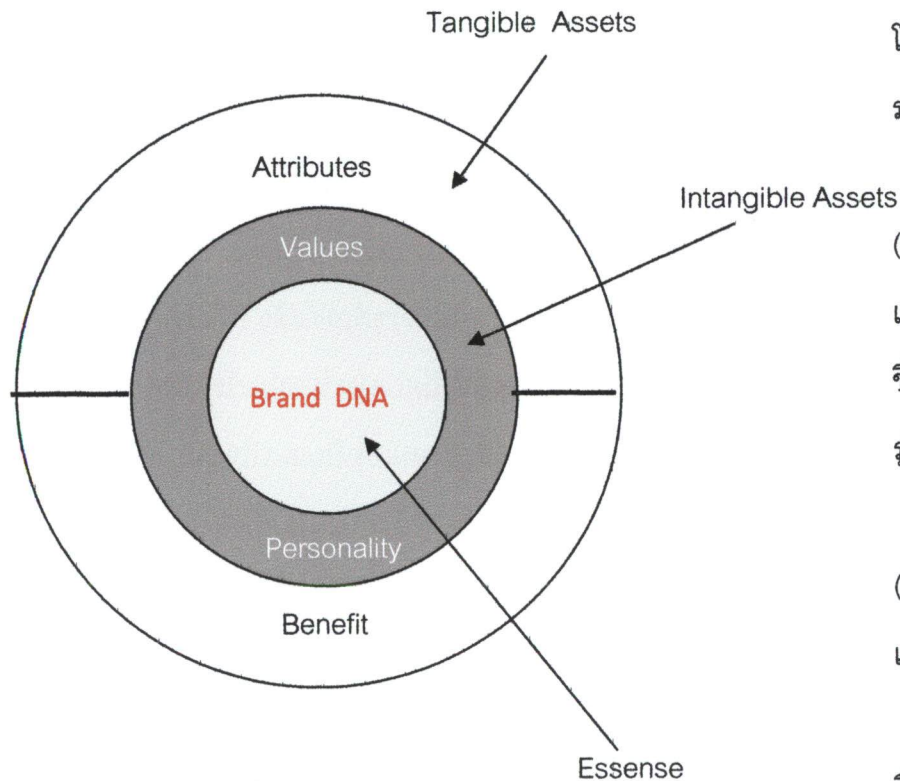
ถึงแม้สินค้าและบริการนั้น จะมีชื่อแบรนด์ ตรา โลโก้ ฉลากบรรจุภัณฑ์ แต่ไม่ได้หมายความว่าสินค้านั้นกลายเป็นแบรนด์แล้ว เพราะยามที่ผู้คนได้ยินชื่อ เห็นตราเห็นบรรจุภัณฑ์แล้ว ยังไม่เกิดความรู้สึกใดๆ บอกไม่ได้ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณประโยชน์อะไร ให้ความเชื่อ ศรัทธา คุณค่าอะไรบ้าง ใช้แล้วจะรู้สึกว่าเป็นแบบไหนมีบุคลิกภาพอย่างไรบ้าง วิสวัธ ชัยปาณี จึงนำเสนอรูปแบบแผนภูมิโดยอิงกับองค์ประกอบของ คอตเลอร์ จึงพบว่า แบรนด์แบ่งออกได้เป็น 3 ชั้นดังนี้

ชั้นนอก The Tangible Asseete ส่วนที่แสดงความเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปร่างหน้าตาภายนอก (Attributes) กับคุณประโยชน์ (Benefits)

ชั้นกลาง The intangible Assets ส่วนที่แสดงความรู้สึกที่ผู้คนมีต่อแบรนด์ ได้แก่ คุณค่า (Values) และบุคลิกภาพ (Personality)

ชั้นใน The Essence or Brand DNA เป็นส่วนที่ทำให้แบรนด์นั้นมี
ความแตกต่างจากคู่แข่งจนทำให้ผู้คนตัดสินใจเลือกแบรนด์นี้

รูปที่ 2.1 แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์หาแบรนด์ดีเอ็นเอ



ที่มา: หนังสือสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์

รูปที่ 2.1 แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์หาแบรนด์ดีเอ็นเอ
การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์

ในการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์จะเห็นว่าแบรนด์องค์กรและ
แบรนด์สินค้ามีความเกี่ยวพันกันอยู่เสมอขึ้นอยู่กับว่าแต่ละองค์กรจะจัดวาง
โครงสร้างของแบรนด์ (Brand Architecture) ไว้อย่างไร ซึ่งความสัมพันธ์
ระหว่างแบรนด์องค์กรและแบรนด์สินค้ามีอยู่ด้วยกัน 3 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 การใช้ชื่อแบรนด์องค์กรเป็นชื่อแบรนด์สินค้า
(Monolithic Identity) อาจที่สินค้าหลายประเภท หลายแบบ ไม่ตั้งชื่อ
แบรนด์ลูก แต่อาจเรียกเป็นหมวดอักษร หรือตัวเลขแทนหรือบางกรณีใช้เป็น
ชื่อทั่วไป (generic name) เช่น ยางเบรคจิสโตนจะใช้รุ่น Primio ตามตัวเลข
รุ่นต่างๆ โอบีเอ็มริงค์แพ็ด ที่ยังเป็นแบรนด์โอบีเอ็มอยู่ดี

ประเภทที่ 2 การใช้ชื่อแบรนด์ลูก พ่วงไปกับแบรนด์หลักเสมอ
(Endorsed Identity) ได้แก่องค์กรที่มีแบรนด์ลูกมากมาย แต่ยังคงใช้ชื่อ
แบรนด์แม่มาเป็นตัวรับประกันคุณภาพอยู่

ประเภทที่ 3 การใช้ชื่อแบรนด์ลูกที่เป็นอิสระ (Brand Identity) ไม่ใช่
ชื่อเอกลักษณ์แบรนด์องค์กรเลย แต่ละแบรนด์จะมีเอกลักษณ์ของตนเองที่
แข็งแกร่งชัดเจน

การที่จะสร้างเอกลักษณ์ต้องคิดไปคู่กับเรื่องโครงสร้างของแบรนด์ ว่าต้องการให้เอกลักษณ์ออกมาเป็นประเภทใดใน 3 ประเภทแล้วต้องกำหนด หรือทราบเสียก่อนว่าแบรนด์ดีเอ็นเอคืออะไรสร้างกลยุทธ์ กำหนดจุดยืน (Positioning) บุคลิกภาพ (Personality) ถัดจากนั้นก็กระจายออกไปตามสิ่งที่จะบ่งบอกจุดยืน ตามเอกลักษณ์ 3 หมวดหมู่ที่เป็นจุดสัมผัสของลูกค้า ซึ่งก็คือ ชื่อแบรนด์ โลโก้ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ สี สัน ฯลฯ และองค์ประกอบ 5 สัมผัสเริ่มแรก (Primary elements) อันได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

เอกลักษณ์ของตัวอักษรและโลโก้

รูปแบบตัวอักษร (Type face) เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่บนสื่อหลายชนิด ทั้งบนผลิตภัณฑ์ วัสดุสิ่งพิมพ์ ฯลฯ จึงสามารถสื่อสารและบ่งบอกสไตล์ หรือบุคลิกภาพของแบรนด์เป็นอย่างดี การเลือกใช้แบบตัวอักษรที่เหมาะสมกับแบรนด์จึงเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง

โลโก้ (Logotype) เป็นสื่อที่สารความหมายไม่ต่างจากรูปแบบตัวอักษร เพราะสามารถสื่อถึงเรื่องราว บุคลิกภาพของแบรนด์และองค์การได้เป็นอย่างดี แบบโลโก้ก็มีเรื่องของยุคสมัยเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เส้นสาย รูปร่าง วิธีการนำเสนออาจล้ำสมัยและตกยุคได้

การนำเสนอควรมีรูปแบบที่สอดคล้องกับสมัยนิยม และให้ดูง่าย เต๋าตา จำได้ทันที ชนิดที่แรกที่เห็นครั้งแรกก็เก็บความรู้สึก โดยรวมได้ทันที ไม่ต้องคิดมาก

ศรีภักฎญา มงคลสิริ (2547) กล่าวถึงองค์ประกอบในการสร้างแบรนด์นั้นมีอยู่ 6 ประการด้วยกันดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ชื่อคือองค์ประกอบแรกที่เป็นตัวแทนของความเป็นแบรนด์ ชื่อที่ดีต้องสะท้อนความเป็นตัวตนของแบรนด์ ซึ่งมีวิธีการตั้งได้หลายวิธีเช่น 1 ตั้งตามชื่อบุคคลสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแบรนด์ 2 ชื่อที่อธิบายลักษณะสินค้า 3 ชื่อที่คิดค้นคำขึ้นมาใหม่ 4 ชื่อที่เป็นอักษรย่อ 5 ดัดคำบางส่วนที่เป็นชื่อกิจกรรมมาใช้

องค์ประกอบที่ 2 สโลแกน ภาระหน้าที่สำคัญคือ ไปเชื่อมต่อกับจิตใต้สำนึกของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้จำปละระลึกถึงแบรนด์ของเราได้ สโลแกนที่ดีนั้นควรเป็นคำสั้นสั้น ที่มีความสำคัญเชื่อมโยงกับแบรนด์ดีเอ็นเอเป็นอย่างมากทำให้สามารถจดจำได้ง่ายๆ มีชื่อของแบรนด์อยู่รวมด้วย ใส่ Key benefit ที่ทำให้ผู้บริโภคเห็นภาพที่ชัดเจนกว่าบริการอะไรที่โดดเด่นของแบรนด์ มีความโดดเด่นแตกต่างชัดเจนเหนือคู่แข่ง สามารถสะท้อนถึงบุคลิก

ตัวตนของแบรนด์ มีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือไม่กล่าวอ้างจนเกินจริง ไม่ทำให้เกิดความรู้สึกต่อต้านหรืออยากตอบโต้

องค์ประกอบที่ 3 โลโก้คือ สัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของสินค้าหรือบริการเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นและจดจำได้แม้ในระยะไกลๆ โลโก้ที่ดีนั้นควรมีลักษณะที่มองเห็นได้ชัดเจนไม่ซับซ้อนจนเกินไปสามารถทำความเข้าใจได้อย่างง่ายๆ และรวดเร็ว มีความยืดหยุ่นสามารถนำไปปรับใช้กับสื่อหลายๆ แบบ และยังคงสภาพเดิมเสมอ ไม่ว่าจะนำไปใช้กับสื่อชนิดใด

องค์ประกอบที่ 4 สี สีสัน สีของวัตถุเป็นสิ่งที่มีความกระทบต่อประสาทสัมผัสและความรู้สึกของมนุษย์ ได้รับการตีความหมายและนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารเพื่อกระตุ้นความรู้สึกของผู้พบเห็นให้เป็นไปตามที่ต้องการ เช่น สีเขียวต่างๆ ที่ประกอบอยู่บนสินค้าเพื่อนั้นความเป็นธรรมชาติ สีสดใสนั้น เช่น แดงส้ม หรือฟ้า ใช้เพื่อกระตุ้นความรู้สึกสดใสสนุกสนาน สีดำคือสัญลักษณ์ของความลึกลับ เล็กกลอง ผอมเพรียว

2.1.2 แนวคิดการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนขององค์กร Differentiation

วิธีการในการสร้างภาพพจน์นั้น ไม่ใช่อยู่ที่การผลิตสินค้าใหม่ให้แตกต่างจากที่มีอยู่ (Al Ries, Jack Trout, 2546 : 21) ด้วยความคิดที่ว่าในยุคการตลาดปัจจุบันนี้สินค้าต่างๆ ที่มีอยู่ในตลาดอย่างมากมายนั้น สามารถที่จะมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพที่เหมือนกันได้โดยความช่วยเหลือของเทคโนโลยีการผลิต ทางเลือกที่จะสามารถช่วยให้สินค้าหรือบริการของเราเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ก็คือการตัดแปลงความคิดจิตใจของลูกค้าให้มีความรู้สึกที่ดีและผูกพันกับสินค้าของเรา และจากการที่โลกสมัยใหม่มีการมีการสื่อสารข่าวสารต่างๆ ออกมาอย่างมากมายจนทำให้เกิดภาวะที่ลูกค้าปิดกั้นความรู้สึกจากข้อมูล ทำให้จิตใจของมนุษย์นั้นยอมรับเฉพาะข้อมูลที่ตรงกับความรู้และประสบการณ์ในอดีตเท่านั้นและถ้าหากเราพยายามจะบอกผู้บริโภคเหล่านั้นว่าสิ่งที่เขาคิดอยู่นั้นมันผิด คนส่วนใหญ่จะไม่สามารถยอมรับได้ ซึ่งเท่ากับเป็นการทำให้ข้อมูลข่าวสารที่เราพยายามสื่อออกไปนั้น จะไม่ได้รับการตอบรับอย่างถูกต้องสร้างความเข้าใจที่ผิดขึ้นได้

ดังนั้นในกรณีที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการของเราไม่ได้อยู่เป็นลำดับที่หนึ่งที่อยู่ในใจลูกค้า เราจะสามารถทำอย่างไรได้บ้าง เพื่อให้สินค้าของเรา

เป็นที่รู้จักของลูกค้า Al Ries, Jack Trout. กล่าวไว้ในหนังสือ "22 กฎเหล็กที่นักการตลาดปฏิเสธไม่ได้" ว่า

ข้อที่ 2 กฎว่าด้วยหมวดหมู่ ถ้าไม่สามารถเป็นเจ้าแรกของสินค้าหมวดใดได้ ให้สร้างหมวดหมู่สินค้าขึ้นมาใหม่ ที่คุณสามารถเป็นเจ้าแรกในหมวดหมู่นั้นได้ เช่นตัวอย่างคือ ผู้คนรู้ว่าคนที่ขับเครื่องบินข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกเป็นคนแรก คือชาร์ล ลินด์เบิร์ก ในขณะที่จะนึกถึงคนที่ขับได้เป็นที่สองนั้นไม่ออก แล้วคนที่สามหละ เอมีเลีย เอียร์ฮาร์ด ไซแล้วเราจำเธอได้ไม่ใช่เพราะเธอคือคนที่สาม แต่เพราะเธอเป็นนักบิน"หญิง" คนแรกที่ทำได้ ซึ่งในการทำงานเดียวกันกับสินค้าและบริการของคนเราก็ทำได้เช่นเดียวกัน นั่นคือการเป็นหนึ่งให้ได้ในหมวดหมู่ใหม่ของเรานั่นเอง

ข้อที่ 4 กฎว่าด้วยการรับรู้ การตลาดมิใช่การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ แต่เป็นการแข่งขันด้านการรับรู้ คนส่วนมากคิดว่าการตลาดเป็นการแข่งขันว่าผลิตภัณฑ์ใครจะดีกว่ากัน และพยายามที่จะวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงมายืนยัน แต่ที่จริงแล้วข้อเท็จจริงที่ได้มานั้นกลับเป็นเพียงภาพลวงตา โลกการตลาดไม่มีภาวะเป็นจริงที่ไร้ความลำเอียง (Objective reality) ไม่มีข้อเท็จจริง (Fact) ใดๆทั้งสิ้น ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด ทุกอย่างในโลก

การตลาดล้วนเป็นเรื่องการรับรู้ในจิตใจของลูกค้าทั้งนั้นการรับรู้ (Perception) คือภาวะที่เป็นจริง สิ่งที่นอกเหนือจากนั้นเป็นมายา (Illusion)

ข้อที่ 5 กฎว่าด้วยการโฟกัส ความคิดรวบยอดที่ทรงพลังใน การตลาดคือการเป็นเจ้าของคำที่ตรงใจลูกค้าที่มุ่งหวัง ถ้าบริษัทใดสามารถเป็นเจ้าของคำที่ตรงใจลูกค้าได้สักหนึ่งคำจะช่วยให้สินค้าและบริการนั้นประสบความสำเร็จ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นคำที่หรูหรา ซับซ้อน อาจเป็นคำที่เรียบง่ายจะดีที่สุด

ข้อที่ 14 กฎของคุณสมบัติ คุณสมบัติทุกอย่างย่อมมีทั้งที่ใช้ได้ผล และตรงกันข้ามมาประโยชน์ที่ตรงข้ามจะดีกว่า บ่อยครั้งที่ผู้ตามพยายามเลียนแบบให้เท่าหรือดีกว่าผู้นำ เพราะเหตุผลที่ว่าเขาทำมาสำเร็จแล้วการทำตามเขาจะง่ายกว่า ได้ถ้าจะให้ได้ผลสำเร็จที่ดีกับผลิตภัณฑ์ของเรา การที่เราควรเป็นที่หนึ่งในหมวดหมู่ของตนเองจะทำให้เกิดความรับรู้ในสินค้าของเราได้ดีกว่า และจะเปิดทางให้เราเล่นบทบาทที่ตรงกันข้ามกับผู้นำได้โดยตรง

2.1.3 แนวความคิดด้านองค์กรและด้านการจัดการ

(Organization and Management)

ปัจจุบันภายใต้กระแส โลกาภิวัตน์การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว คำว่า Re-engineering ได้ถูกนำมาใช้ในองค์กรซึ่งหมายถึง “กระบวนการของการจัดการองค์กร เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงาน และรวมถึงคุณภาพ โดยเป็นการสร้างกรอบของการจัดการใหม่ให้หลุดจากกรอบเดิม ซึ่งกรอบแนวคิดเดิมเป็นกรอบแนวคิดใหม่ก็ได้” (ยอดเยี่ยม เทพธรรานนท์. 2544) โดยที่ขั้นตอนทำงานต้องไม่ผูกติดกับวิธีการเก่าๆ รวมทั้งการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยปรับสิ่งเหล่านี้ นับเป็นขั้นตอนที่ทำให้องค์กรสามารถชนะการตอบสนองของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง ละองค์กรจำเป็นต้องนำเสนอสิ่งดังกล่าวนี้ไปสู่เป้าหมายเพื่อให้รับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเป็นการบ่งบอกถึงจุดยืน และทิศทางที่จะก้าวไป โดยองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการมีดังนี้คือวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กร (Vision and Mission)

วิสัยทัศน์(Vision) เป็นการระบุถึงสิ่งที่องค์กรต้องการเป็นในช่วงใดช่วงหนึ่ง ในอนาคตในขณะที่ภารกิจ (Mission) เป็นการระบุว่าองค์กรทำอะไร เหตุผลในการดำรงอยู่ในธุรกิจที่ดำเนินการโดยอธิบายถึงว่าองค์กรดำรงอยู่เพื่ออะไร และมีทิศทางอย่างไร จะสนับสนุนตำแหน่ง (Position)

ในสภาพแวดล้อมและความสัมพันธ์กับคู่แข่งอย่างไร หากองค์กรมีวิสัยทัศน์และภารกิจ ที่ชัดเจน สิ่งเหล่านี้ก็จะถูกนำเสนอไปในทุกๆ ช่องทางของการสื่อสาร

การกำหนดประโยคภารกิจและวิสัยทัศน์ (Vision and Mission statement) ภารกิจขององค์กร เป็นเสมือนพื้นฐานที่มีจุดประสงค์เฉพาะ ซึ่งในการกำหนดควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้มี ความแตกต่าง จากภารกิจของคู่แข่ง เป็นบรรทัดฐานในการดำเนินการของฝ่ายบริหารทั้งหมดเกี่ยวข้องกับทุกหน่วยงาน มีความชัดเจน สร้างแรงบันดาลใจการสร้างสร้างประโยคภารกิจ ต้องเข้าใจลูกค้าและความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง ภารกิจต้องแสดงให้เห็นถึง “จิตวิญญาณ” ขององค์กร เช่น อะไรเป็นสิ่งที่ควรอุทิศให้ อย่างมากที่สุด ในองค์กร

เอกลักษณ์ขององค์กรย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นภายในองค์กร โดยเฉพาะภาพพจน์ที่เปลี่ยนไปอย่างมากได้แสดงให้เห็นถึงจุดเปลี่ยน (Turning Point) ขององค์กรอย่างชัดเจน การสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรเกี่ยวข้องกับแนวทาง 3 แนวคือ

- 1) องค์กรต้องการให้ตนเองมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนเป็นที่เข้าใจถึงกลุ่มคนต่างๆ มีความต้องการให้ส่วนต่างๆ ที่แตกต่างกระจัดกระจายเข้ามา

รวมกันอย่างเป็นระบบระเบียบ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใจต่อโครงสร้างขององค์กรซึ่งประกอบไปด้วยฝ่ายต่างๆ บริษัทย่อยและสินค้าอีกมากมาย

2) องค์กรต้องการให้มีสัญลักษณ์ที่ปกป้องบอกถึงทัศนคติความเชื่อหรือหลักการขององค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกันกับที่องค์กรยึดถือและสามารถสื่อสารให้กับบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กรได้

3) องค์กรต้องการสร้างให้ตัวองค์กรและสินค้าขององค์กรมีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด โดยสรุปจากแนวคิดองค์กรและการจัดการ การปรับปรุงองค์กรต้องตระหนักถึงองค์กรในระดับนโยบาย เพื่อให้เข้ากับสภาวะที่เปลี่ยนแปลง องค์กรสามารถกำหนดจุดมุ่งหมาย (Vision) ภารกิจ (Mission) อีกทั้งกลยุทธ์ขององค์กร (Corporate Strategy) เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งจะเป็นการพัฒนาที่มุ่งไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน และกลยุทธ์ดังกล่าวขององค์กรจะเป็นแนวทางหรือเป้าหมายในการดำเนินการด้านเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ที่ชัดเจน

2.2 ความหมาย ความสำคัญของงานสำนักงาน

2.2.1 ความหมายของงานสำนักงาน

ความหมายโครงการอาคารสำนักงานใหญ่บริษัทมัติชน จำกัด (มหาชน) สามารถอธิบายคำจำกัดความได้ดังนี้

อาคาร = สิ่งก่อสร้างขึ้น เรือน หรือโรง

สำนักงานใหญ่ = ที่ทำงานของพนักงานในองค์กรนั้นๆ

การปฏิบัติงานในสำนักงานนับว่าเป็นงานที่มีความสำคัญที่องค์กรธุรกิจประเภทต่าง ๆ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทผลิตสินค้า ขายสินค้า งานสำนักงานมักเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ด้วยในทุก ๆ หน้าที่ เพื่อให้งานมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น งานสำนักงานเป็นงานที่เป็นศูนย์รวมการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่บุคคลภายใน และภายนอกหน่วยงานทุกระดับ

สำนักงาน คือ สถานที่ที่ใช้สำหรับปฏิบัติงานในด้านเอกสาร หนังสือ หรือข้อมูลข่าวสาร สำนักงานถือเป็นเสมือนหัวใจและมันสมองของการบริหารงานทั่วไป ในวงราชการเอกชนและรัฐวิสาหกิจ สำนักงานเป็นศูนย์รวมของการบริหารงานด้านต่าง ๆ เช่น งานสารบรรณ งานบัญชี

2.2.2 ประวัติอาคารสำนักงาน

อาคารสำนักงานในระยะเริ่มแรก (กลางศตวรรษที่ 16) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) สำนักงานภาครัฐ (Government Office) อาคารส่วนใหญ่จะใช้สอยสำหรับประโยชน์ส่วนรวม เช่นใช้เป็นที่บริหารงานรัฐ เป็นที่ทำการสถานทูต รวมทั้งใช้เป็นศาลด้วย โดยใช้อาคารข้างบนเป็นที่ทำงาน และใช้ข้างล่างเป็นที่ชุมนุมชนในลักษณะตลาด (Market Place)

2) สำนักงานในทางการค้า หรืออาคารพาณิชย์ (Commercial Office) สำนักงานส่วนใหญ่ จะเป็นสำนักงานธนาคาร โดยใช้เป็นที่เก็บเงินและสินค้าบางชนิด สำนักงานในระยะแรกๆใช้ส่วนหนึ่งของบ้านหรือร้านค้า โดยใช้ชั้นบนเป็นที่อยู่อาศัย และชั้นล่างเป็นส่วนค้าขาย

3) สำนักงานวิชาชีพ (Professional Office) ได้แก่สำนักงานที่ใช้เป็นที่ฝึกเรียนปฏิบัติงานของเนติบัณฑิต ซึ่งต่อมาใช้เป็นสถานที่ศึกษาสำหรับขุนนางระดับต่างๆ

บทบาทหลักของงานสำนักงาน คือ การให้บริการแก่หน่วยงานอื่น ทุกองค์การมีความจำเป็นที่จะต้องมียังสำนักงาน เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่บุคคลภายในและบุคคลภายนอกองค์การ Lewis Kelling ให้

ความหมายของคำว่าสำนักงาน ไว้ว่า หมายถึง สถานที่ที่มีการติดต่อจดหมาย การจัดเตรียมเอกสารรายงาน การจัดเก็บเอกสาร และการบริหารงานเอกสาร

ลักษณะของสำนักงานไว้ว่า งานสำนักงาน หมายถึง การดำเนินงานกับข้อมูลให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และระบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยอาศัยหลักการจัดการ คือ หลักการวางแผน การจัดองค์กา การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวกและการสั่งการ การประสานงานและความคุมงาน เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์การนั้น

J.C. Denyer ได้ให้ความหมายของงานสำนักงานไว้ว่า เป็นการจัดองค์การภายในสำนักงานให้บรรลุจุดมุ่งหมาย จัดแบ่งหน้าที่โดยให้บุคลากร อุปกรณ์และวิธีปฏิบัติให้เหมาะสม รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี

Zone K. Quible ได้ให้ความหมายของสำนักงานไว้ว่า เป็นศูนย์กลางของข้อมูลโดยรวบรวมจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการนำมาจัดระบบอย่างเหมาะสม

- George R. Terry ได้อธิบายลักษณะของงานสำนักงานไว้ว่า สำนักงานมีลักษณะดังนี้
1. ลักษณะงานส่วนใหญ่ของสำนักงาน จะประกอบไปด้วยงานพิมพ์ งานโต้ตอบจดหมาย งานคำนวณ งานออกแบบและวางแผน มีลักษณะเป็นงานเอกสาร (paper work) ซึ่งมีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานภายใน และเรื่องที่มาจากงานภายนอก
 2. หน้าที่ให้ความสะดวก (Facilitating Function) คือ งานสำนักงานเป็นงานอำนวยความสะดวกหรือสนับสนุนผลงานของหน่วยงานอื่น ในสำนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การปรับปรุงงานสำนักงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น การจัดระบบการทำงานให้ง่ายขึ้น เป็นการช่วยให้พนักงานภายในหน่วยงานเกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานในเรื่องต่าง ๆ และช่วยให้บุคคลผู้มาติดต่อได้รับความสะดวกรวดเร็วในเรื่องราวที่มาติดต่อ
 3. งานให้บริการ (A Service Work) งานสำนักงานเป็นงานที่ช่วยให้บริการหรือเสริมงานหลักอื่น ๆ ของสำนักงาน เช่น งานประชาสัมพันธ์ การประสานงานกับหน่วยงานอื่น และแก่บุคคลทั่วไปทั้งภายในและภายนอกองค์การ

4. ปริมาณงานสำนักงานขึ้นอยู่กับองค์ประกอบภายนอกสำนักงานไม่สามารถควบคุมได้ เช่น จำนวนลูกค้า จำนวนจดหมายโต้ตอบติดต่อที่มีมายังหน่วยงาน จำนวนผู้ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน จำนวนการซื้อขายสินค้า ปริมาณการให้บริการแก่ลูกค้า
5. งานสำนักงานมีส่วนก่อให้เกิดผลกำไรแก่ธุรกิจผ่านทางอ้อม เพราะงานสำนักงานเป็นงานที่ให้บริการแก่หน่วยงานอื่น สามารถสร้างความประทับใจ อำนวยความสะดวกรวดเร็วได้จึงถือว่ามีส่วนร่วมในการสร้างกำไรในทางอ้อมแก่ธุรกิจ เช่น การจัดทะเบียนประวัติลูกค้า การติดต่อลูกค้ารายใหม่
6. งานสำนักงานเป็นงานที่ต้องอาศัยคุณสมบัติหรือคุณภาพส่วนบุคคลในการปฏิบัติ เช่น ความปรารถนาดี ความสะอาดเรียบร้อย ความสวยงาม ถูกต้อง และการมีมนุษยสัมพันธ์อันดีเยี่ยมแจ่มใส

2.3 ความสำคัญและขอบเขตของงานสำนักงาน

งานสำนักงานเป็นงานที่มีความสำคัญที่ทุกหน่วยงานไม่ว่ากิจการจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ จะต้องมีการจัดให้มีเป็นสำนักงาน เพื่ออำนวยความสะดวก รับเรื่องราว เอกสาร การติดต่อต่าง ๆ

แต่งานสำนักงานมิได้มีหน้าที่เพียงแต่รับส่งเอกสารเท่านั้น แต่ยังมี

หน้าที่อื่น ๆ อีกมากมาย เช่นการดูแลความสะอาดของอาคารสถานที่ การประชาสัมพันธ์ งานพัสดุ งานบุคลากร งานจัดซื้อ ฯลฯ งานเหล่านี้จะมีงานสำนักงานเข้าไปแทรกอยู่และช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่างานสำนักงานมีขอบเขตดังนี้

1. เป็นสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมขององค์การ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินการ การเป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสาร การบริหารการตัดสินใจ สั่งการ ควบคุมการ
2. เป็นส่วนที่ดำเนินการในด้านต่าง ๆ ให้องค์การสามารถอยู่รอดได้ มีความมั่นคง เจริญเติบโต สร้างภาพพจน์ต่อองค์การ
3. เป็นแหล่งกลางในการรวบรวมข้อมูลและข่าวสาร เพื่อประโยชน์ในการวางแผนงานในอนาคตให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ
4. เพื่อสนับสนุนการทำงานของสายงานหลัก ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สร้างรายได้ ผลกำไรให้แก่องค์การ เช่น งานการตลาด การจัดซื้อ การบริการ การประชาสัมพันธ์ งานกฎหมาย งานการเงินและบัญชี
5. สำนักงานเป็นส่วนสนับสนุนให้องค์การได้รับการยอมรับความเชื่อถือใน การดำเนินกิจกรรมของหน่วยงาน มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ภายในและภายนอกองค์การ

6. สำนักงานเป็นศูนย์กลางของการดำเนินงานแยกต่างหากจากศูนย์กลางการผลิต เช่น โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ต้องมีสำนักงานกลางตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวก ง่ายต่อการติดต่อ สามารถเป็นศูนย์กลางในการรับส่งข้อมูล
7. สำนักงานจัดตั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ในการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อให้อยู่ในฐานะที่สามารถได้เปรียบคู่แข่งในด้าน การต้อนรับ การบริการ การติดต่อลูกค้า

2.4 การจัดการบริหารงานและการศึกษาแผนภูมิองค์กรของสำนักงานทั่วไป(MANAGEMENT&ORGANIZATION CHART)

2.4.1 การจัดการบริหาร(MANAGEMENT)ก่อนที่จะทำการออกแบบอาคารสำนักงาน ต้องทราบถึงลักษณะการทำงานและการบริหารของสำนักงานนั้นๆ เสียก่อน โดยศึกษาถึงเรื่อง

- วิธีการและทฤษฎีในการบริหารงานต่างๆ (METHODS) ว่าใช้ระบบอะไร

- ครุภัณฑ์ต่างๆ (EQUIPMENTS&FURNISHINGS) ซึ่งได้แก่เครื่องมือเครื่องใช้ รวมทั้งเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ที่จะใช้ในสำนักงานเพื่อให้การออกแบบสอดคล้องคล้อยกับการใช้สอย

- วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ(MATERIALS&SUPPLIES) ซึ่งใช้ในสำนักงานนั้นๆ

- บุคลากร(PERSONNEL) ได้แก่ บุคลากรประเภทต่างๆ ที่ทำงานในสำนักงานนั้น

2.4.2 การศึกษาแผนภูมิองค์กร(ORGANIZATION CHART)

สำนักงานโดยทั่วไปจะแบ่งส่วนการทำงานดังนี้

-ส่วนทำงานของบุคคลระดับบริหาร(EXECUTIVES OFFICE)

-ส่วนทำงานทั่วไป(OFFICES)

-ส่วนทำงานฝ่ายขาย(SALES OFFICE)

-ส่วนทำงานฝ่ายบัญชี(ACCOUNTING)

-ส่วนทำงานฝ่ายวิศวกร(ENGINEERING)

-ส่วนทำงานฝ่ายผลิต(PRODUCTION)

-ส่วนทำงานฝ่ายค้นคว้าวิจัย(RESEARCH)

-ส่วนทำงานจัดซื้อ(PURCHASING)

2.5 ส่วนประกอบของอาคารสำนักงานและระยะเวลาในการใช้งาน

อาคารสำนักงานถึงแม้ว่าจะมีรูปร่างและเปลือกนอกของอาคารต่างกัน รวมทั้งการบริหารงานที่ต่างกัน แต่ส่วนประกอบของอาคารสำนักงานโดยทั่วไปจะคล้ายคลึงกัน คือ ประกอบด้วย

2.5.1 ส่วนโครงสร้างและเปลือกนอกอาคาร(SHELL)

ส่วนประกอบในส่วนนี้จะคงทนได้ถึง 50 ปี ฉะนั้นการออกแบบในส่วนนี้จึงต้องให้สอดคล้องกับความต้องการในด้านต่างๆ

2.5.2ส่วนบริการต่างๆ(SERVICES) ได้แก่ การจัดการระบบ

อุปกรณ์อาคาร เช่น ระบบปรับอากาศ ระบบไฟฟ้า ฯลฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีใหม่ๆรวมทั้งการซ่อมแซมต่างๆทุก 15 ปี

2.5.3ส่วนประกอบภายในอาคาร (SCENNERY) ได้แก่

ครุภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ ฉากกั้น ฯลฯ จะมีลักษณะต่างๆกันแล้วแต่ความต้องการและนโยบายของสำนักงาน ส่วนประกอบเหล่านี้จะมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ประมาณ 5-7 ปี หรือตามอายุสัญญาที่เช่า

2.5.4 ส่วนตกแต่งและการจัดภายในอาคาร(SET) อาจมีการตกแต่งหรือจัดภายในอาคารในสอดคล้องกับความต้องการในการบริหารงาน ฯลฯ ซึ่งอาจมีการจัดใหม่ทุก 3 หรือ 4 เดือน

2.6 พื้นที่สำนักงาน(OFFICE AREA)

พื้นที่สำนักงานที่มีประสิทธิภาพพิจารณาจากอัตราส่วนของพื้นที่ส่วนสำนักงานกับพื้นที่อาคารทั้งหมด โดยทั่วไปพื้นที่อาคารทั้งหมดจะประกอบด้วย

2.6.1 พื้นที่ส่วนทำงาน(WORK PLACE AREA) คือพื้นที่ว่างที่ใช้เป็นส่วนนั่งทำงาน รวมทั้งทางเดินติดต่อซึ่งไม่ใช่ทางสัญจรหลัก

2.6.2 ทางสัญจรหลัก (PRIMARY CIRCULATION) คือทางเดินซึ่งใช้เป็นทางเข้าออกไปสู่พื้นที่ส่วนทำงาน

2.6.3 พื้นที่พิเศษ(SPECIAL AREAS) คือที่ว่างซึ่งไม่ใช่เป็นส่วนที่นั่งทำงาน แต่ใช้สำหรับหน้าที่ใช้สอยพิเศษอื่นๆ โดยเฉพาะ เช่น ภัตตาคารที่แสดงงาน ฯลฯ พื้นที่ส่วนนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับนโยบายการจัดการของสำนักงาน

2.6.4 แกนบริการ(SERVICE CODE) คือพื้นที่ใช้เป็นส่วนบริการของอาคารสำนักงาน ได้แก่ ลิฟต์บันได ห้องลิ้ม ส่วนของช่องท่อต่างๆ ฯลฯ

ในการพิจารณาพื้นที่อาคารนั้นพิจารณาได้ 2 ลักษณะ คือ

- พื้นที่อาคารทั้งหมด คือพื้นที่ที่คำนวณจากกำแพงภายนอก ส่วนใหญ่จะใช้ค่าของพื้นที่นี้ในการออกแบบวางผัง ถ้าใช้สำหรับการประมาณราคาพื้นที่ทั้งหมดจะคำนวณจากกำแพงภายในอาคาร

- พื้นที่สุทธิของส่วนใช้งาน(NET USABLE AREA) หรือ NUA. คือพื้นที่ที่เหลือจากพื้นที่อาคารทั้งหมด หักส่วนแกนบริการ โครงสร้าง และกำแพงภายนอก

หมายเหตุ

- เกณฑ์มาตรฐานสำหรับพื้นที่ส่วนทำงานนั้นขนาดต่ำสุด 7 ตารางเมตร/คน โดยทั่วไปใช้ขนาด 9 ตารางเมตร/คน

- พื้นที่ในส่วนของทางสัญจรหลักนั้น โดยทั่วไปจะประมาณ 10%-15% ของNUA. ในอาคารสำนักงานให้เช่าหลายคน อาจไม่คิดพื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ให้เช่า

- พื้นที่ในส่วนของแกนบริการสำหรับอาคารสำนักงานหลายชั้น ไม่ควรเกิน 20%

- การคำนวณพื้นที่สำนักงานทั้งหมดโดยทั่วไปคำนวณจาก
- พื้นที่ส่วนทำงาน(ขนาดพื้นที่มาตรฐาน×จำนวนคน) + ส่วนพื้นที่ใช้สอยพิเศษ + ทางเดินติดต่อหลัก+ส่วนแกนบริการ

2.7 องค์ประกอบที่มีผลต่อรูปร่างการวางผังพื้นที่ของอาคารสำนักงาน

2.7.1 ความลึกของส่วนทำงาน คือส่วนที่วัดจากกำแพงภายนอกของอาคารไปถึงส่วนทางสัญจรหลัก ความลึกส่วนทำงานแยกเป็นลักษณะต่างๆ ดังนี้

2.7.1.1 ความลึกน้อย(SHALLOW SPACE) ระยะ 4-6 เมตร ด้านเดียว ถ้า 2 ด้าน 8-12 เมตร ลักษณะการวางผังพื้นที่มีข้อดีและข้อเสียคือ

- ได้รับแสงธรรมชาติเต็มที่
- ถ่ายเทอากาศดี
- เหมาะสำหรับห้องทำงานขนาดเล็กคนเดียวหรือ 2-3 คนถ้า

จัดแบบเปิด

-ไม่เหมาะสำหรับการจัดสำหรับคนกลุ่มใหญ่หรือคนต่างกลุ่มกัน

2.7.2 ความลึกปานกลาง(MEDIUM SPACE) ระยะ 6-8 เมตร ด้านเดียว และ12-16 เมตร สองด้าน ลักษณะผังพื้นที่แบบนี้

- เหมาะสำหรับการจัดพื้นที่ทำงานเป็นกลุ่ม 3.5 คน ถ้าเป็นการจัดแบบเปิด

-ไม่เหมาะสำหรับการจัดห้องทำงานเดี่ยวจะเป็นการเปลี่ยนพื้นที่

2.7.3 ความลึกมาก(DEEP SPACE) ระยะเกิน 8 เมตรขึ้นไป ลักษณะผังพื้นที่แบบนี้

-เหมาะสำหรับการจัดสำนักงานแบบเปิด

-สามารถจัดผสมระหว่างห้องทำงานขนาดเล็กและการจัดแบบเปิด

ถ้าความลึกของส่วนทำงานเกิน 20 เมตร (VERY DEEP SPACE) จะทำให้เกิดทางเดินติดต่อหลายเส้น ฉะนั้นการกำหนดเส้นทางติดต่อภายในจึงเป็นสิ่งสำคัญ

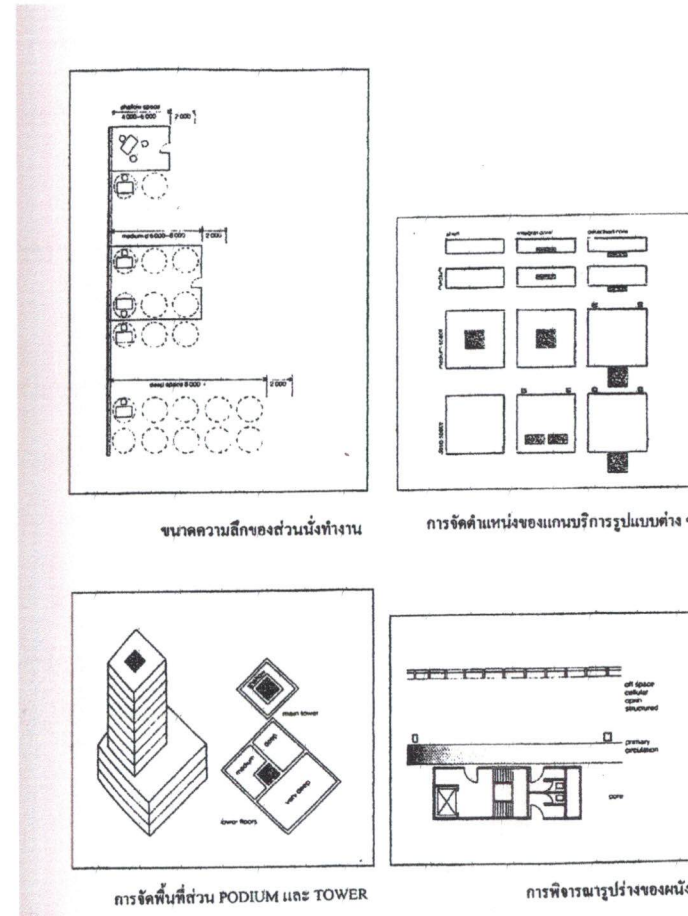
ลักษณะของความลึกของส่วนทำงานนี้อาจจัดในลักษณะผสมโดยพิจารณาพร้อมกับตำแหน่งของแกนบริการและทางเดินติดต่อต่างๆ

2.7.4 ตำแหน่งของทางเดินติดต่อหลัก (POSITIONS OF PRIMARY CIRCULATION) จะให้บริการด้านเดียวหรือสองด้าน หรือปรับได้ในกรณีทีจัดสำนักงานแบบเปิดหรือผสม

2.7.5 ตำแหน่งของแกนบริการ (POSITION OF CORE) โดยทั่วไปแล้วจะแยกเป็นลักษณะต่างๆได้ดังนี้

- 2.7.5.1 อยู่กลางอาคาร ใช้กับอาคารที่ไม่ยาวนักหรือรูปจัตุรัส วงกลม การจัดแบบนี้
- ได้พื้นที่หน้าต่าทั้งหมด
 - ระยะทางติดต่อเท่าๆกัน
 - แบ่งส่วนทำงานได้ง่าย
 - ให้แกนบริการเป็นส่วนโครงสร้างรับน้ำหนักอาคารภายในทำให้ไม่มีเสาเกาะภายในอาคาร
 - ทางติดต่อต้องใช้ทางเดินรอบๆแกนบริการ
- 2.7.5.2 อยู่ภายในค่อนไปทางใดทางหนึ่ง การจัดแบบนี้
- ได้พื้นที่หน้าต่าทั้งหมด

รูปที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์ของตำแหน่งแกนบริการและการจัดพื้นที่ส่วนทำงาน



ที่มา: หนังสือความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอาคารสาธารณะ

-ความลึกของส่วนทำงานไม่เท่ากัน ทำให้มีความคล่องตัวใน

การจัดส่วนทำงาน

-ถ้าผู้เช่าอาคารหลายกลุ่มต้องทำทางติดต่อมากขึ้น

2.8 การออกแบบ

2.8.1 การออกแบบอาคาร

2.8.1.1 ส่วนทำงาน(OFFICE AREA) พื้นที่ส่วนทำงาน

แบ่งได้ 2 วิธีคือ

1) การจัดแบ่งตามลักษณะหน้าที่ใช้สอย แบ่งเป็น

-กลุ่มผู้บริหาร(MANAGEMENT GROUP) ควรให้อยู่

ไกลจากการถูกรบกวนและส่วนจอยแจใกล้กับห้องประชุม ขนาดของพื้นที่ สำหรับกลุ่มนี้จะมากกว่า และมีลักษณะพิเศษกว่ากลุ่มทำงานอื่นๆ

-กลุ่มการเงิน (FINANCIAL GROUP) อยู่ใกล้ส่วนขาย

เพื่อรับORDER ต่างๆ ควรจัดใกล้ทางเข้าหรือส่วนต้อนรับ ประกอบด้วย

-ห้องทำงานรวม

-ห้องSUPERVISORS

-ห้องPERSONNEL

- กลุ่มการขาย(SALE GROUP) สามารถติดต่อกัน

ภายนอกได้สะดวกประกอบด้วย

-ส่วนตั้งราคา ประมาณราคา และได้ตอบเอกสาร

-ส่วนเก็บแฟ้มและแค็ตตาล็อก

-ส่วนต้อนรับแขก

-ห้องประชุม

-กลุ่มบริการกลาง(GENERAL SERVICE GROUP) ใช้

เป็นส่วนบริการกลางของทุกส่วนประกอบด้วย

-ส่วนเก็บเอกสารกลาง

-ส่วนบริการทางตัวเลข

-ห้องสมุด

-ส่วนรับส่งจดหมาย

-ส่วนถ่ายเอกสาร สำเนา

-ส่วนสำหรับการติดต่อทั่วไป เช่น แผงโทรศัพท์ หรือส่วนติดต่อ

อื่นๆ

-กลุ่มบริการทางเทคนิค(TECHNICAL SERVICE

GROUP) ควรอยู่ใกล้ส่วนขายและฝ่ายผลิต ประกอบด้วย

- ส่วนวิศวกรรม

- ส่วนแผนกออกแบบและเขียนแบบ

- **กลุ่มฝ่ายผลิต (PRODUCTION GROUP)** ต้องการความสว่าง โดดงเป็นหัวใจของกิจการต่างๆ ส่วนใหญ่อยู่ชั้นบนของส่วนทำงาน

2) **การจัดแบ่งตามชนิดของพื้นที่** โดยแบ่งเป็น

- **ส่วนทำงาน (OFFICE SPACE)** คือส่วนที่ตั้งโต๊ะทำงาน ควรอยู่ในตำแหน่งที่ได้รับแสงธรรมชาติมากที่สุด ประกอบด้วย

- ส่วนทำงานเฉพาะคน

- ส่วนทำงานกลุ่มเล็ก

- ส่วนทำงานรวม

- **ส่วนสารบรรณและเก็บเอกสาร (FILE SPACE)** ควรอยู่ในตำแหน่งที่เข้าได้สะดวก

- **ส่วนเก็บเครื่องมือหรือครุภัณฑ์พิเศษ (SPECIAL EQUIPMENT SPACE)** เป็นส่วนบริการกลางของสำนักงาน ได้แก่ เครื่องพิมพ์เขียว เครื่องถ่ายเอกสาร อุปกรณ์การสื่อสาร

- ส่วนเก็บเครื่องมือเครื่องใช้ (STORAGE SPACE) ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ เอกสารเก่า

- ส่วนพื้นที่พิเศษ (SPECIAL AREA) ประกอบด้วย

- ส่วนต้อนรับ

- ส่วนประชุม

- ส่วนพักผ่อน

- ส่วนรับประทานอาหาร

- ส่วนห้องสมุด

- ส่วนพยาบาล

- ทางติดต่อ (CIRCULATION) ได้แก่ ส่วนทางเดินต่างๆ

2.8.2 ส่วนแกนบริการ (SERVICE CORE) ประกอบด้วย

1. ส่วนลิฟต์ (ELEVATORS)

- ลิฟต์ผู้โดยสาร จำนวนของลิฟต์และขนาดของลิฟต์ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ใช้อาคาร จำนวนชั้นและเวลาที่คอยการจัดกลุ่มควรให้เข้าได้ถึงสะดวกและอยู่ในตำแหน่งที่เห็นได้ง่าย โดยทั่วไปใช้ลิฟต์ 1 ตัว ต่อ 2780 ตารางเมตรของพื้นที่สุทธิของส่วนใช้งาน

- ลิฟต์ส่งของ (FREIGHT ELEVATORS) ใช้ส่งของไปในส่วนขายหรือส่วนผลิต ส่วนมากใช้กับอาคารสำนักงานขนาดใหญ่

- โถงลิฟต์ (ELEVATORS LOBBY) ขนาดความกว้างของโถง ถ้าเป็นโถงคอยสำหรับลิฟต์ด้านเดียว กว้าง 1.80 – 2.70 ม. ถ้าเป็นลิฟต์สองด้าน กว้าง 3.00 – 3.60 ม.

2. ส่วนห้องส้วม (TOILETS) ควรจัดกลุ่มให้มีการปรับสัดส่วนของห้องส้วมชายหญิงได้ ส่วนห้องส้วมนี้จะประกอบด้วย โถส้วม ที่ปัสสาวะชายอ่างล้างมือ ที่แต่งหน้า และส่วนเก็บเครื่องมือทำความสะอาดห้องน้ำ จำนวนของสุขภัณฑ์ขึ้นอยู่กับขนาดของพื้นที่อาคาร

3. ส่วนทางเดิน (CORRIDORS) ขนาดความกว้างขึ้นอยู่กับขนาดความยาวของทางเดินและขนาดของส่วนทำงาน โดยทั่วไปกว้าง 1.50 – 1.80 ม.

4. ส่วนบันได (STAIRS) ประกอบด้วยบันไดหลัก และบันไดหนีไฟ จำนวนและตำแหน่งของบันไดขึ้นอยู่กับขนาดของอาคาร

6 ส่วนเก็บของภารโรง (JANITOR'S CLOSETS) แต่ละชั้นควรมีห้องสำหรับเก็บเครื่องมือทำความสะอาดอย่างน้อย 2 ตารางเมตร

2.9 ข้อเสนอแนะในการพิจารณาการออกแบบ

เพื่อให้การออกแบบเหมาะสมและมีความคล่องตัวในการใช้สอยสำหรับอาคารสำนักงานทั่วไป ควรจะพิจารณาถึงเรื่องต่างๆ ดังนี้

2.9.1 สะดวกสำหรับผู้ที่มาติดต่อ (CONVENIENCE TO PUBLIC) โดยพิจารณาออกแบบให้ส่วนที่ต้องติดต่อกับคนภายนอกให้อยู่ในตำแหน่งที่เห็นง่ายเข้าถึงสะดวกและใกล้ทางเข้า เช่น ส่วนขาย ส่วนจัดซื้อ ส่วนบุคลากร

2.9.2 การติดต่อในส่วนของสายงานต่างๆ (FLOW OF WORK) ต้องใช้หลักการติดต่อเป็นเส้นตรง โดยการจัดส่วนที่ต้องใช้งานต่อเนื่องกันไว้ด้วยกัน เพื่อความคล่องตัวและประหยัดเวลา

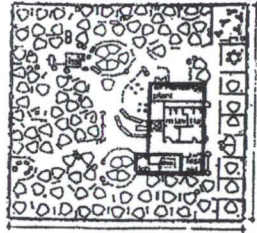
2.9.3 ส่วนบริการกลาง (CENTRALIZED FUNCTION) ควรอยู่ในตำแหน่งที่เป็นศูนย์กลางจริงๆ และมีพื้นที่และจำนวนที่เพียงพอสำหรับการบริการ

2.9.4 ส่วนทำงานที่เกี่ยวข้องกับความลับของกิจการ (CONFIDENTIAL AREA) ควรจัดให้อยู่แยกจากส่วนอื่นๆ เนื่องจากต้องการความมิดชิด ได้แก่ ส่วนเก็บเอกสาร ส่วนจ่ายเงิน สมุหบัญชี และแผนกกฎหมาย

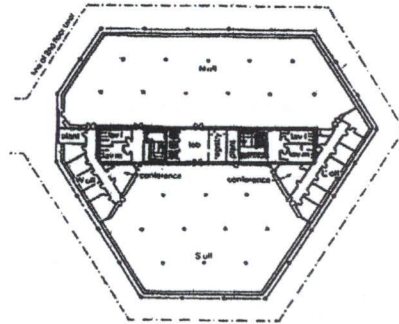
2.9.5 ห้องประชุมหรือห้องอบรม (CONFERENCE ROOM OR TRAINING ROOM) ควรอยู่ใกล้หรือติดต่อกับแผนกที่รับผิดชอบในเรื่องนี้ได้ง่าย

2.9.6 ส่วนส่งของ (SHIPPING DOCK) ควรให้อยู่ใกล้กับทางเข้าและออกของพัสดุไปรษณีย์

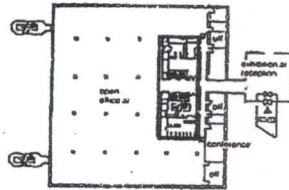
2.9.7 ส่วนอำนวยความสะดวก (SERVICE FACILITIES) ควรอยู่ชั้นล่างสุดของอาคารหรืออาจอยู่ใกล้กับส่วนที่มีผู้ทำงานมากๆ ส่วนเหล่านี้ได้แก่ ส่วนรับประทานอาหาร ห้องพยาบาล และห้องพักผ่อนนั่งเล่น



ส่วนแกนบริการอยู่กลางอาคารการจัดส่วนทำงานแบบ OFFICE LANDSCAPE



ส่วนแกนบริการอยู่กลางอาคารส่วนทำงานแบบ OPEN PLAN



ส่วนแกนบริการอยู่ค่อนมาทางริมอาคารส่วนทำงานแบบ OPEN PLAN

ที่มา: หนังสือความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอาคารสาธารณะ

3.1 การจัดสำนักงาน

ในปัจจุบัน การจัดสำนักงานแยกได้เป็น 3 ระบบ คือ

3.1.1 การจัดระบบเป็นห้องโดยเฉพาะ (THE INDIVIDUAL ROOM SYSTEM) นิยมทำในแถบยุโรปและเอเชีย โดยใช้ทางเดิน (CORRIDOR) เป็นทางติดต่อไปสู่ห้องต่างๆ และเป็นทางเชื่อมระหว่างหน่วยต่างๆ

ข้อดี - มีลักษณะเป็นส่วนตัว (PRIVACY)

-ทำงานได้สบาย

ข้อเสีย - ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างสูง

-เปลืองเนื้อที่

-ลำบากในการป้องกันอัคคีภัย

2.9.2 การจัดระบบเปิดตลอด (OPEN PLAN) นิยมทำใน

สหรัฐอเมริกาไม่ใช้ทางเดินเป็นทางติดต่อ จะมีเฉพาะการเชื่อมระหว่างชั้นเนื้อที่ภายในกว้าง

ข้อดี - ใช้เนื้อที่ใช้สอยของห้องได้ทั้งหมด

-ไม่มีผนังหรือฉากกั้นทำให้ค่าก่อสร้างราคาถูกลง

-ประหยัดเนื้อที่

ข้อเสีย - ระบบระบายอากาศต้องมีประสิทธิภาพสูง

-ระบบแสงต้องใช้แสงไฟฟ้าช่วย

-เสียงรบกวน

การจัดผังระบบนี้ขึ้นอยู่กับ การแบ่งพื้นที่ของห้องในชั้นต่างๆ และจะต้องมีเนื้อที่กว้างขวางพอ การจัดให้เป็นห้องแยกต่างหากจะมีเฉพาะห้อง

ผู้จัดการหรือห้องผู้อาวุโสเท่านั้น การจัดผังส่วนใหญ่จะทำแบบให้เคลื่อนที่ได้ หรือให้สะดวกในการควบคุมการทำงาน ประหยัดไฟฟ้า

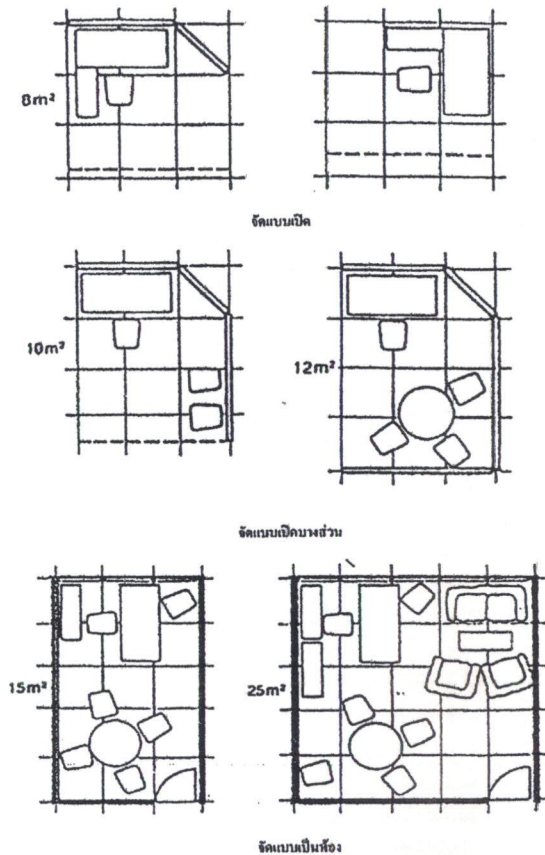
เนื้อที่สุทธิในการจัดผังแบบนี้สำหรับคนทำงานใช้ขนาดเนื้อที่ของตู้เอกสารด้วย และระยะที่กำหนดระหว่างโต๊ะ = 1.00 – 1.30 เมตร และขนาดของโต๊ะ = .70 – 1.50 เมตร การจัดแบบนี้ ถ้ามีห้องส่วนตัวก็สามารถขยาย หรือเปลี่ยนแปลงขนาดของห้องได้ตามต้องการ

3.1.2 การจัดระบบ OFFICE LANDSCAPE

ต้องศึกษาถึงแผนภูมิการบริหารงานและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อแบ่งการทำงานตามสายงาน โดยจัดวางแนว WORK STATION ให้พนักงานภายในนั้นขึ้นอยู่กับตำแหน่งหน้าที่ของแต่ละสายงาน ไม่นิยมการแบ่งห้องเป็นห้องเล็กห้องน้อย แต่จะแบ่งเฉพาะเป็นส่วนที่เป็นของผู้บริหารด้วยแผงกั้น เหมาะสำหรับสำนักงานใหญ่ๆ การใช้รูปทรงที่ไม่ใช่รูปทรงเรขาคณิต ทำให้ทางสัญจรและการติดต่อประสานงานเป็นไปอย่างสะดวกและตายตัว

การจัดในระบบนี้ ทำให้ปรับปรุงการประสานงานและการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

รูปที่ 2.4 ตัวอย่างแสดงการจัดพื้นที่ส่วนทำงาน



ที่มา: หนังสือความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอาคารสาธารณะ

3.2 การวางผังสำนักงาน

3.2.1 การหา MODULE ของส่วนเนื้อที่ทำงาน

- การหา MODULE ที่เหมาะสม กำหนดจากมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้รวมกับระยะห่าง (CLEARANCE) ที่ต้องการ ค่าหน่วยเล็กที่สุดหรือกำหนดค่า 1 พิกัด (MODULE) ได้มาจากขนาดของโต๊ะทำงานและเก้าอี้สำหรับงานทั่วไป ชุด รวมระยะห่าง ซึ่งกำหนดตามมาตรฐานสากล 1.50 x 1.80 เมตร ไม่รวมทางเดินติดต่อ ซึ่งพื้นที่ 1 MODULE นี้จะเป็นตัวช่วยกำหนดตารางแผนผังการวางแปลนสำนักงานทั้งหมดได้ แต่ขนาดนี้อาจแปรไปเพื่อให้สอดคล้องกับการจัดพิกัดแผนผังให้ประสานกับลักษณะการทำงานให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งระบบโครงสร้าง และระบบอุปกรณ์ต่างๆ

3.2.2 ความสัมพันธ์ของการจัด MODULE หน้าต่าง ฝ้าเพดาน และผนังกับการจัดผังไฟฟ้า

จากการกำหนดขนาด MODULE ของส่วนหน้าต่างและผนังกับช่วงเสา นำมาคิดให้เข้ากับการจัดฝ้าเพดานและผังไฟฟ้าดังนี้

- การจัดฝ้าเพดานเรียบโดยตีฝ้าติดโครงสร้างใช้แบบติดตั้งที่ผิว (SURFACE MODULE)
- การจัดฝ้าเพดานเรียบโดยตีฝ้าต่ำลงมาใช้ไฟแบบติดต่อที่ผิว
- การจัดฝ้าเพดานเป็นตารางโดยเน้นความยาวด้านหน้าต่าง ตีฝ้าต่ำลงมาใช้ไฟซ่อนในเพดานทางเดียว
- การจัดฝ้าเพดานเป็นตาราง 2 ทาง ตีฝ้าต่ำลงมา ใช้ไฟซ่อนในเพดาน รูปที่ 2.5 แสดงระบบการจ่ายน้ำโดยใช้ถังสูบบนชั้นหลังคา
- ควรจัดผังสำนักงาน โดยหลีกเลี่ยงผังอาคารลักษณะเป็นรูปตัว L หรือตัว U โดยด้านที่เปิดหันสู่ส่วนกำเนิดเสียง เพราะจะเป็นบ่อเกิดของเสียงสะท้อน ในการลดเสียงรบกวน ควรใช้วัสดุเก็บเสียงช่วยในการตกแต่งภายใน
- ป้องกันเสียงรบกวนจากภายในอาคาร โดยการวางผังให้ส่วนที่จะเป็นบ่อเกิดแห่งเสียง เช่น พวกเครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ในการใช้เครื่องปรับอากาศ เครื่องปั้มน้ำ ลิฟต์ ฯลฯ ให้ไกลจากส่วนทำงาน และใช้วัสดุเก็บเสียงช่วย ใน
- ส่วนของเสียงที่เกิดจากการทำงานรวมกัน ควรจัดวางส่วนต่างๆ ให้ถูกทิศทางทางเดินให้กว้างพอ หลีกเลี่ยงการวางผังที่ต้องใช้ประตูเป็นทางติดต่อ กับ ส่วนภายนอก โดยมาใช้ทางติดต่อภายใน

3.3 ระบบแสงสว่าง

การให้แสงสว่างภายในอาคารแบ่งออกเป็น

3.3.1 แสงธรรมชาติ (NATURAL LIGHT) ความที่แสง

ธรรมชาติส่องไปถึงคือ 1.5 HW(ความสูงของหน้าต่าง)เลยจากระยะที่ต้องใช้แสงไฟฟ้าช่วย

3.3.2 แสงไฟฟ้า (ARTIFICIAL LIGHT) ลักษณะการใช้แสง

แบ่งออกได้หลายลักษณะแต่ลักษณะที่มีประสิทธิภาพที่สุด คือ การใช้แสงแบบ DIRECT เพราะ โคมไฟส่องลงได้ 100% แสงที่ใช้ควรให้สม่ำเสมอตลอดห้อง โดยใช้ไฟเฉพาะจุดในส่วนที่ต้องการใช้แสงมาก และควรใช้แสงไฟนีออนมากกว่าโคมไฟ เพราะให้แสงสว่างได้มากกว่าและราคาประหยัดกว่า

หมายเหตุ 1. ความลึกของอาคารไม่เกิน 10.00 เมตร จากขอบอาคารจะได้แสงธรรมชาติ 25 FT/CANDLE

3.3.3 ระบบการป้องกันอัคคีภัย มีหลายระบบดังนี้

3.3.3.1 SPRINKLER SYSTEM เป็นระบบที่ดับไฟได้

โดยอัตโนมัติ ความร้อนจากเปลวไฟจะบังคับให้ลื่นที่หัว SPRINKLER เปิด

ออกแล้วฉีด ออกมาดับไฟและขณะเดียวกันสัญญาณเตือนภัยจะดังขึ้น เป็นระบบที่แพงแต่มีประสิทธิภาพสูง

3.3.3.2 FIRE ALARM SYSTEM เป็นระบบ

สัญญาณแจ้งอัคคีภัยติดต่อโดยตรงกับตรวจดับเพลิงสำหรับต่างประเทศ ส่วนในประเทศตั้งขึ้นภายในอาคาร เครื่องใช้ในระบบดังนี้

- SMOKE DETECTOR เมื่อเกิดมีควันขึ้นมาในระดับอันตราย เครื่องจะส่งสัญญาณเตือนภัยขึ้นทั่วอาคารและเครื่องควบคุมซึ่งอยู่ที่ห้องควบคุมจะแจ้งให้เจ้าหน้าที่ประจำห้องทราบว่าต้นเพลิงมาจากไหน
- HEAT DETECTOR เมื่อเกิดไฟลุกขึ้นจนอุณหภูมิถึงขีดอันตราย สัญญาณจะดังขึ้น
- FLAME DETECTOR เมื่อเกิดเปลวไฟสัญญาณจะดังขึ้น

3.3.3.3 FIRE EXTINGUISHER SYSTEM เป็นระบบที่

ใช้เครื่องดับเพลิงซึ่งใช้สารเคมีใช้ดับเพลิงที่เกิดขึ้นจาก น้ำมัน ไฟลัดวงจร หรือเคมีภัณฑ์ต่างๆซึ่งดับด้วยน้ำธรรมดาไม่ได้ผล เครื่องมือชนิดนี้ควรมีการติดตั้งประจำทุกชั้นโดยเฉพาะตามบริเวณทางเดิน

หมายเหตุ อาคารสำนักงานจัดอยู่ในประเภท LIGHT-HAZARD การใช้ SPRINKLER HEDA แต่ละหัวฉีด จะห่างกันประมาณ 4 เมตร โดยพื้นที่ สำหรับแต่ละหัวฉีดประมาณ 16 ตารางเมตร

3.4 ระบบสัญญาณทางตั้ง แบ่งเป็น

3.4.1 ระบบลิฟต์

การติดต่อสะดวกรวดเร็ว การคำนวณการใช้ลิฟต์และความเร็วเป็นสิ่งสำคัญโดยทั่วไปอาจคิดจำนวนลิฟต์ 1 ตัว ต่อผู้ใช้ 250-300 คน หรือต่ออาคารพื้นที่ 2700-3000 ตารางเมตร

3.4.2 ระบบบันได

การติดต่อโดยใช้บันไดในอาคารธุรกิจ มักไม่ค่อยได้ใช้ นอกจากการติดต่อระหว่างชั้นเดียวกันหรือสองชั้น อาคารสาธารณะบันไดควรกว้างไม่น้อยกว่า 1.60 เมตร

3.4.3 ระบบโทรศัพท์ จำเป็นต้องมีส่วนประกอบดังนี้

3.4.3.1 TELEPHONE TERMINAL ROOM เป็นห้องที่

เชื่อมต่อคู่สายที่มาจาก องค์การโทรศัพท์ RISER CABLE กับของอาคาร

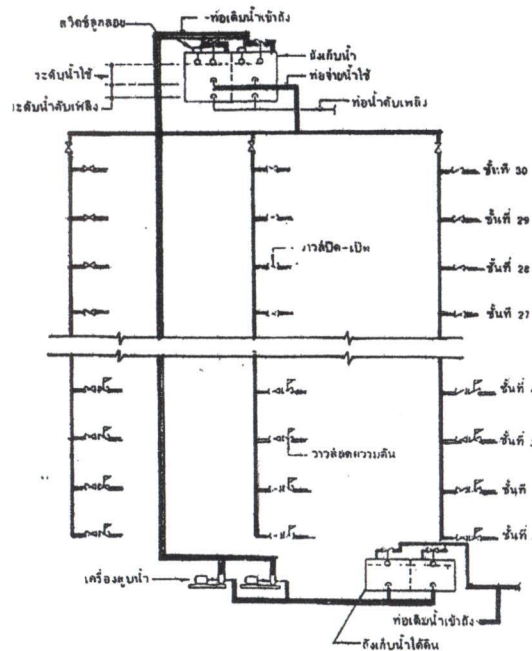
3.4.3.2 TELEPHONE CABINET เป็นส่วนที่ใช้ติดต่อคู่

สายโทรศัพท์ ซึ่งจะคลุมเป็นเขต หรือเป็นชั้นไปยังเครื่องโทรศัพท์

3.4.3.3 PRIVATE BRANCH EXCHANGE

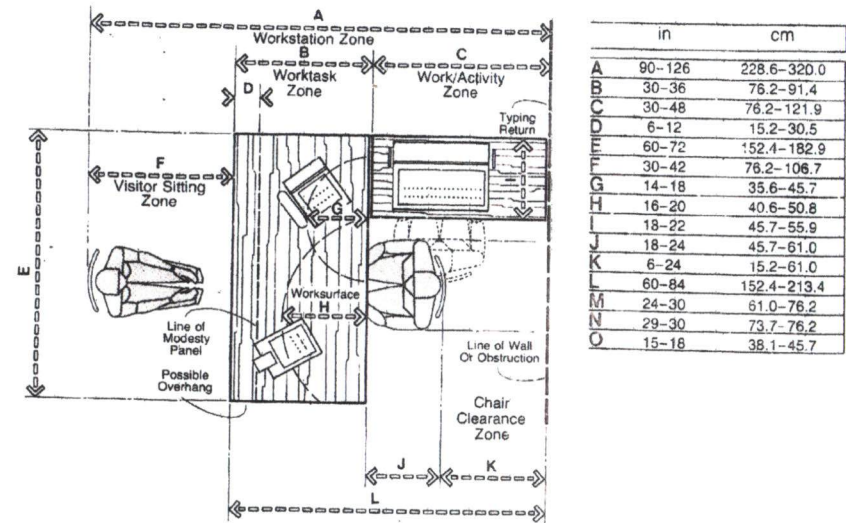
(PABX)เป็นส่วนที่ใช้ในการติดต่อสัญญาณโทรศัพท์ต่างๆเข้ามาตามเครื่องฟ่วงต่างๆ

รูปที่ 2.5 แสดงระบบการจ่ายน้ำโดยใช้ถังสูบบนชั้นหลังคา



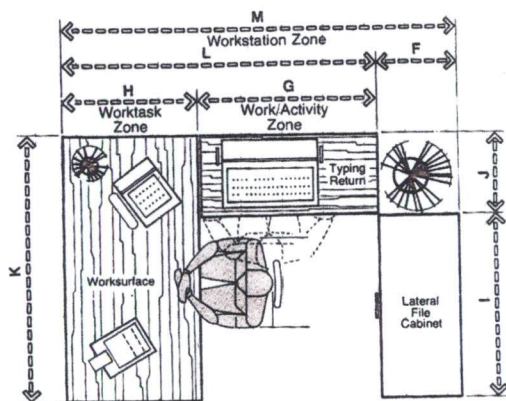
ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

รูปที่ 2.6 แสดงระยะของพื้นที่รอบโต๊ะทำงาน



ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

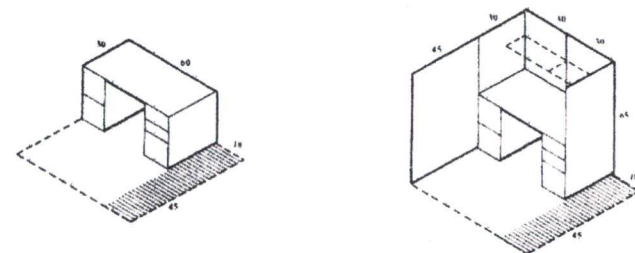
รูปที่ 2.7 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน



	in	cm
A	26-27	66.0-68.6
B	14-20	35.6-50.8
C	7.5 min.	19.1 min.
D	29-30	73.7-76.2
E	7 min.	17.8 min.
F	18-24	45.7-61.0
G	46-58	116.8-147.3
H	30-36	76.2-91.4
I	42-50	106.7-127.0
J	18-22	45.7-55.9
K	60-72	152.4-182.9
L	76-94	193.0-238.8
M	94-118	238.8-299.7

ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

รูปที่ 2.8 แสดงขนาด และ ความสูงของโต๊ะทำงาน



- No Guest chair
- 30 x 60 Primary work surface
(76 x 152 cm)
- No Secondary work surface
- 3-4 File drawers
- 0-2 Shelves

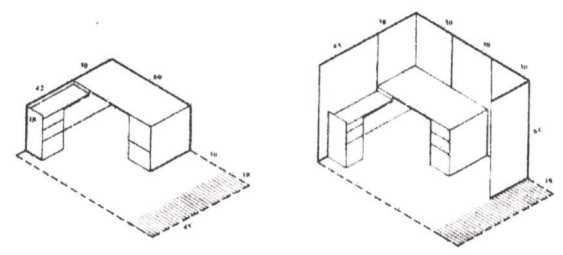
41 sq. ft.

ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards



บริษัทมหาชน จำกัด (มหาชน)

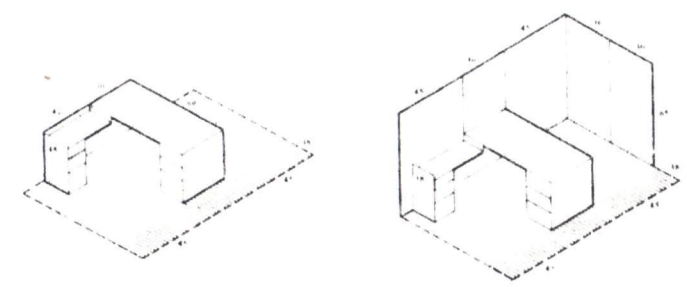
รูปที่ 2.9 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน



- 1 Guest chair
- 30 x 60 Primary work surface
- 18 x 42 Secondary work surface
- 3-4 File drawers
- 0-2 Shelves

56 sq. ft.

รูปที่ 2.10 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน



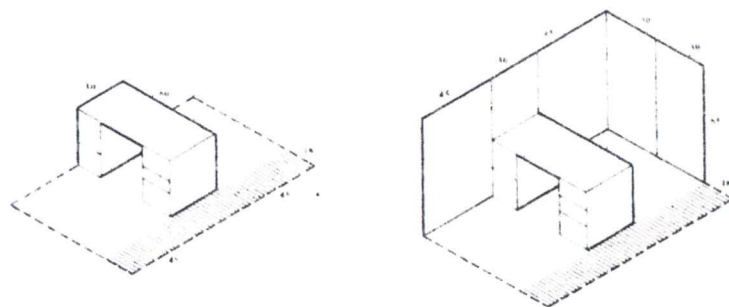
- 2 Guest chair
- 30 x 60 Primary work surface
- 18 x 42 Secondary work surface
- 3-4 File drawers
- No Shelves

65 sq. ft.

ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

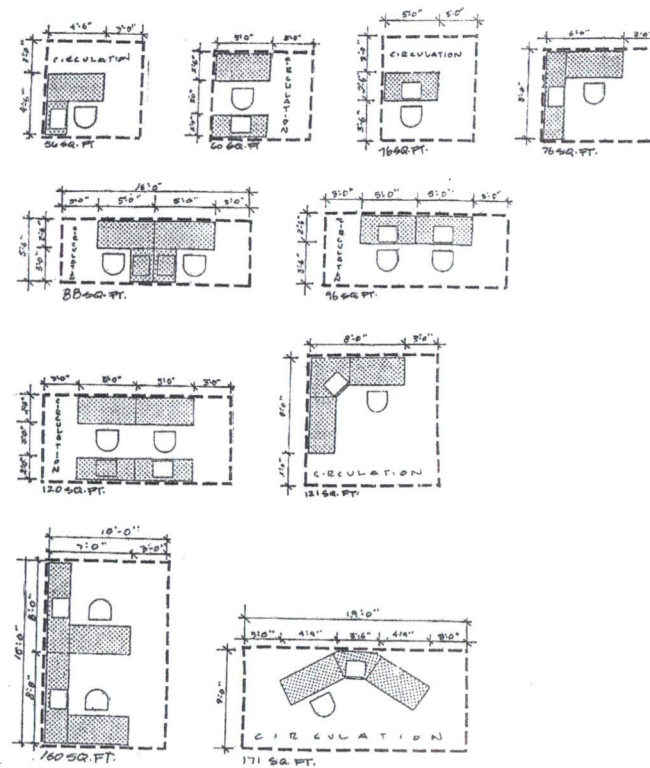
รูปที่ 2.11 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน



- 2 Guest chair
- 30 x 60 Primary work surface
- No Secondary work surface
- 3-4 File drawers
- No Shelves

65 sq. ft

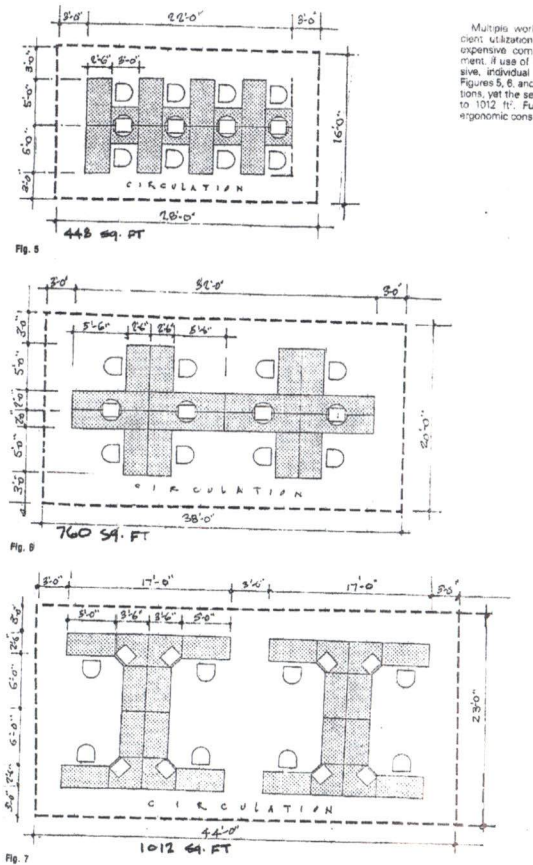
รูปที่ 2.12 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน



ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

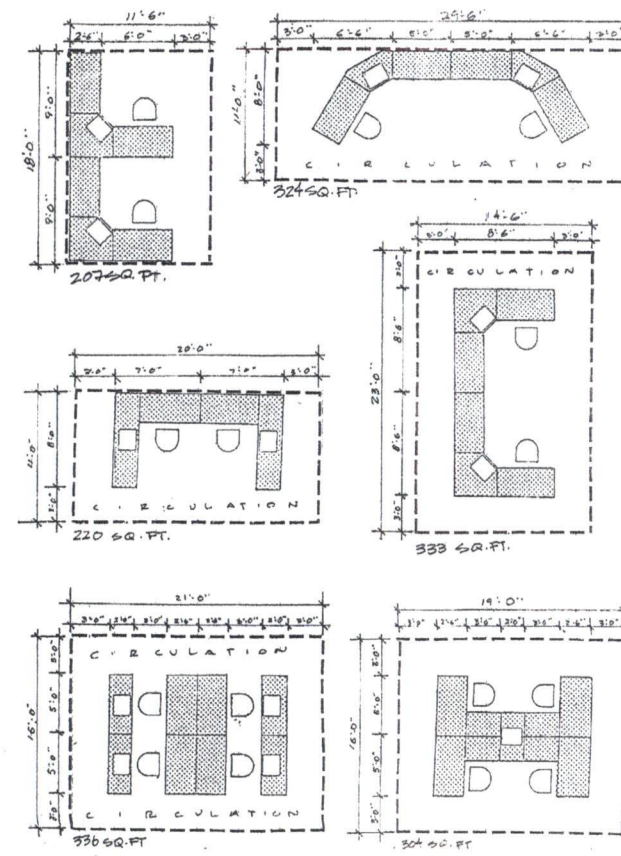
ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

รูปที่ 2.13 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน



ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

รูปที่ 2.14 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน



ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

รูปที่ 2.15 แสดงระยะต่างๆของโต๊ะประชุม

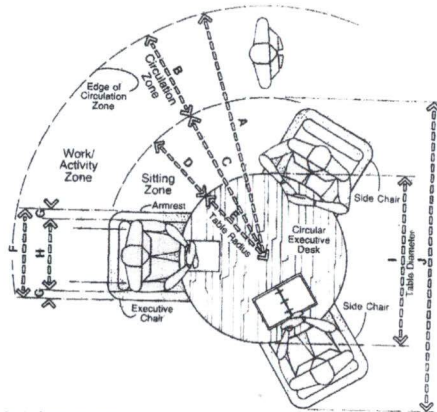


Fig. 2 Circular executive desk.

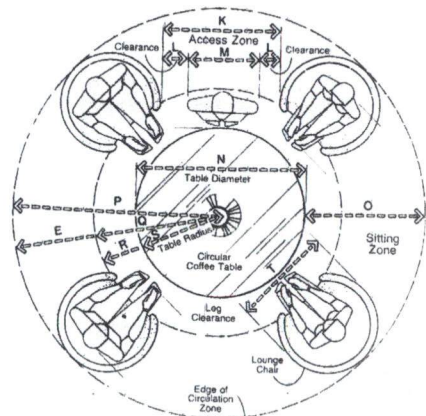
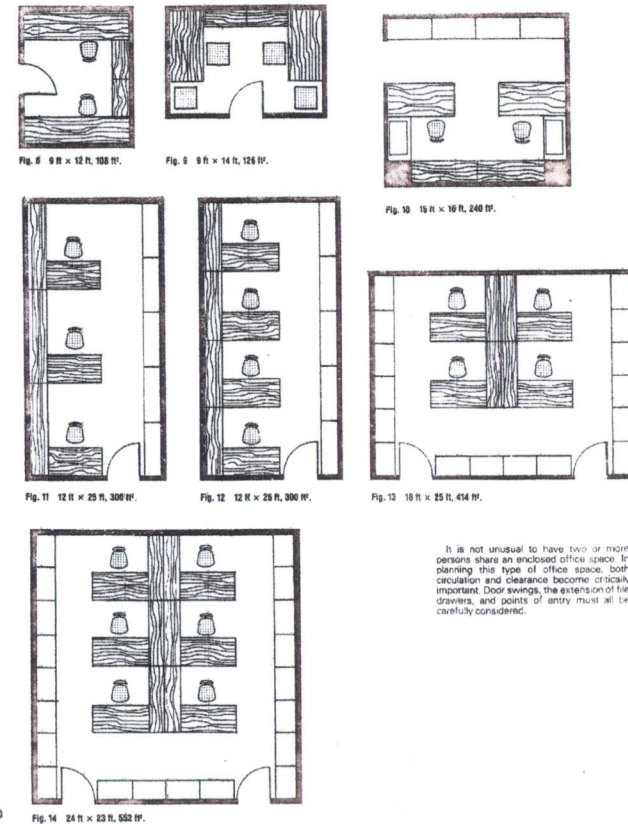


Fig. 3 Circular lounge grouping.

232

รูปที่ 2.16 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน

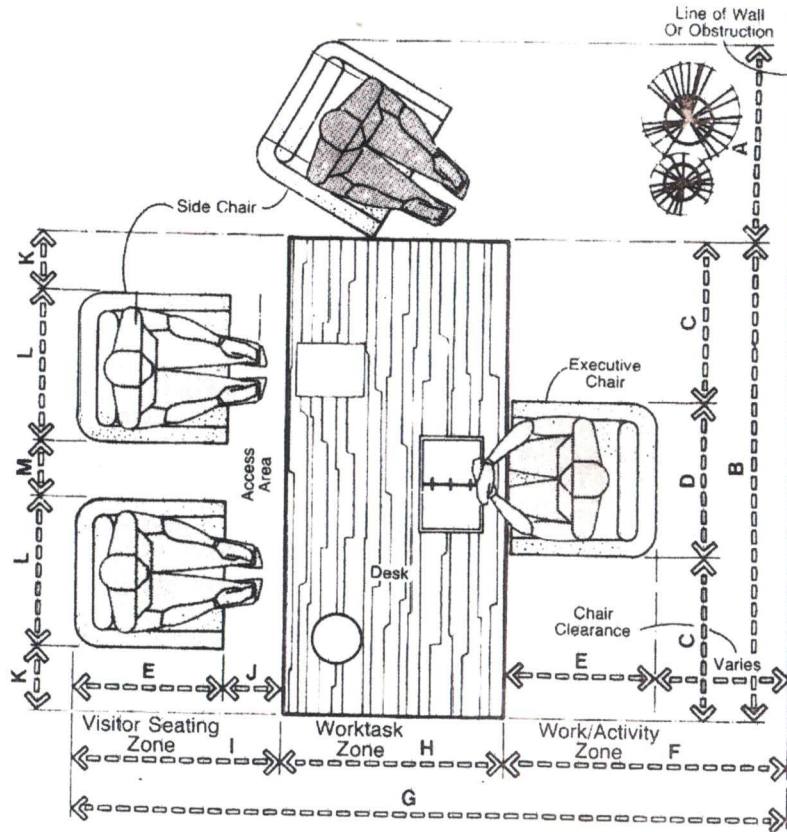


It is not unusual to have two or more persons share an enclosed office space. In planning this type of office space, both circulation and clearance become critically important. Door swings, the extension of file drawers, and points of entry must all be carefully considered.

230

ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

รูปที่ 2.17 แสดงขนาดของโต๊ะทำงาน



ที่มา: หนังสือ Time Saver Standards

3.4 การออกแบบระบบแสงสว่างภายในอาคาร (Interior Lighting Design)

การออกแบบระบบแสงสว่างภายในอาคารในที่นี้จะกล่าวถึงอาคารสำนักงานและโรงงานอุตสาหกรรมเป็นหลัก โดยพิจารณาถึงปริมาณของแสงสว่างที่เหมาะสมกับสภาพของสถานที่นั้นๆ คือ แสงสว่างควรมีปริมาณที่ไม่มากไม่น้อยเกินไปและทำให้เกิดความรู้สึกสบายตาในการมองวัตถุ โดยที่ความจ้าของแสงสว่างกับสิ่งแวดล้อมมีความกลมกลืนกัน ไม่ทำให้เกิดการแยงตาจากแสงสว่างหรือแสงสว่างจากดวงโคมไฟฟ้าโดยตรง ตลอดจนมีความปลอดภัยและความสวยงาม

ผลของการติดตั้งระบบแสงสว่างที่ดีและเหมาะสม

1. ทำให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
2. ทำให้งานที่บกพร่องลดน้อยลง
3. ทำให้ขวัญและกำลังใจของพนักงานดีขึ้น
4. ทำให้ระบบการทำงานของกล้ามเนื้อตาของพนักงานดีขึ้น
5. ทำให้อุบัติเหตุลดน้อยลง
6. ประหยัดค่าไฟต่อเดือน

7. ทำให้ความเครียดอันเกิดจากการเพ่งสายตาเพราะแสงสว่างไม่เพียงพอลดน้อยลง

8. ทำให้ประทับใจของผู้บริการฯ

ความสำคัญต่างๆเหล่านี้ในต่างประเทศ เช่น อเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย เป็นต้น ได้มีการวิเคราะห์และได้จัดทำเป็นตารางแสดงค่าระดับความสว่างสำหรับระดับแสงสว่างที่ใช้กับสถานที่ต่างๆและงานประเภทต่างๆได้ (ดูได้จากภาคผนวก)

ในการออกแบบระบบแสงสว่างนั้น บางครั้งแม้ว่าการออกแบบจะถูกต้องตามหลักการหรือมาตรฐานแล้วก็ตาม แต่ความรู้สึกของคนที่ทำงานอาจจะรู้สึกไม่สบายตา ซึ่งอาจเกิดจากความจ้าหรือการแยงตาของแสงสว่างอันเนื่องมาจากวัตถุหรืออุปกรณ์ต่างๆ ในห้องที่ไม่เหมาะสมกลมกลืนกัน จึงจำเป็นต้องแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านี้ โดยการควบคุมระดับความจ้าของแสงสว่างไม่ให้แตกต่างกันมากจนเกินไป โดยการกำหนดชนิดและสีของวัสดุที่ใช้ทำพื้น เพดาน ผนัง ตลอดจนเฟอร์นิเจอร์ที่จะใช้ติดตั้งอยู่ในห้องให้มีความสามารถในการสะท้อนแสงสว่างได้อย่างเหมาะสม ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะ

ตารางที่ 2.1 แสดงการใช้ค่าตาม (John E. Frier and Mary E. Gazley Frier 1980 : 182)

บริเวณ	การสะท้อนแสงสว่าง
เพดาน	80 - 90
ผนัง	40 - 60
พื้น	20 - 40
เครื่องใช้สำนักงานอื่นๆ	25 - 45

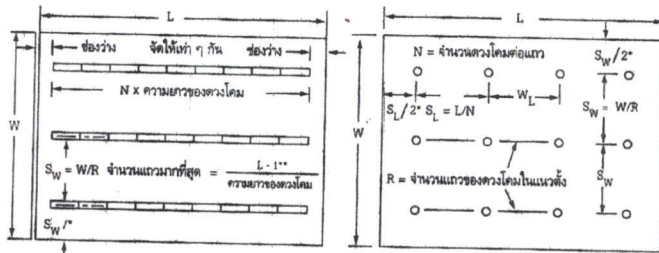
ที่มา: หนังสือการออกแบบแสงสว่าง

ในการออกแบบระบบแสงสว่างภายในอาคาร นอกจากจะคำนึงถึงหลักการที่กล่าวมาแล้ว ผู้ออกแบบจะต้องออกแบบระบบแสงสว่างให้มีความกลมกลืนเข้ากับสถานที่นั้นๆ ตลอดจนจัดวางตำแหน่งของดวงโคมไฟฟ้าให้เหมาะสมกลมกลืนเข้ากับสถานที่ เพื่อเป็นการลดการแยงตาของแสงสว่างและความจ้าของแสงสว่างให้สัมพันธ์กันทั้งระบบ

3.4.1 การพิจารณาการจัดวางตำแหน่งดวงโคมไฟฟ้าแบบต่างๆ

การจัดวางตำแหน่งดวงโคมไฟฟ้านั้นจะมุ่งเน้นในเรื่องการนำไปใช้งานเป็นหลักเพื่อทำให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งสามารถแบ่งวิธีการติดตั้งดวงโคมไฟฟ้าได้เป็น 3 วิธี คือ

รูปที่ 2.18 แสดงลักษณะโคมไฟของหลอดฟลูออเรสเซนต์แบบต่อเนื่องและการติดตั้งดวงโคมไฟของหลอด HID กับหลอดไส้และกำหนดระยะห่างระหว่างดวงโคมไฟที่เหมาะสม



- (ก) รูปแสดงการติดตั้งตำแหน่งของดวงโคมไฟของฟลูออเรสเซนต์แบบต่อเนื่อง
 - (ข) รูปแสดงการติดตั้งตำแหน่งของดวงโคมไฟของหลอดไส้และหลอด HID
- N = จำนวนดวงโคมไฟต่อแถวในแนวระดับ
 W = ความกว้างของพื้นที่
 S_L = ระยะห่างระหว่างดวงโคมไฟในแนวระดับ
 $*$ = ค่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตั้งแต่ 1-3
- R = จำนวนแถวดวงโคมไฟตามแนวตั้ง
 L = ความยาวของพื้นที่
 S_W = ระยะห่างระหว่างดวงโคมไฟในแนวตั้ง
 $**$ = ค่าต่ำสุด 1 ฟุต (0.3 เมตร)

ที่มา: หนังสือการออกแบบแสงสว่าง

1. การติดตั้งดวงโคมไฟแบบทั่วไป
2. การติดตั้งดวงโคมไฟแบบเฉพาะบริเวณ
3. การติดตั้งดวงโคมไฟแบบเฉพาะจุด

3.4.2 การติดตั้งดวงโคมไฟแบบทั่วไป

การติดตั้งดวงโคมไฟแบบนี้โดยทั่วไปเราจะพิจารณาถึงความสม่ำเสมอของแสงสว่างที่ส่องลงไปในพื้นที่พื้นงาน หรือ พื้นห้อง ให้มีความสว่างทั่วห้องอย่างสม่ำเสมอเป็นหลัก โดยปกติแล้วการจัดวางตำแหน่งดวงโคมไฟแบบทั่วไปนี้จะมักจะติดตั้งไว้ก่อนที่จจะรู้ตำแหน่งที่แน่นอนของการติดตั้งหรือวางตำแหน่งของเครื่องจักรหรือชิ้นงานนั้นๆ ส่วนใหญ่แล้วจะพิจารณาการติดตั้งตำแหน่งดวงโคมไฟ โดยถือเอาระยะห่างระหว่างดวงโคมไฟเหนือพื้นงานเป็นหลักในการติดตั้งดวงโคมไฟ

สำหรับการติดตั้งตำแหน่งของดวงโคมไฟแบบทั่วไปนี้สามารถใช้กับหลอดไฟฟ้าได้ทุกประเภทแล้วแต่ความเหมาะสม โดยส่วนใหญ่แล้วในสำนักงานมักจะใช้หลอดฟลูออเรสเซนต์

ส่วนห้องอาคารใหญ่ๆมักจะใช้หลอดไส้ เป็นต้น การติดตั้งดวงโคมไฟแบบนี้ อาจะติดเป็นแถวตามความยาวหรือตามความกว้างของห้องก็ได้ แต่การติดตั้งดวงโคมไฟตามแนวยาวของห้องหรือตามความกว้างของห้อง

อาจจะมผลต่อความรู้สึกในการมองเห็นว่า ห้องนั้นกว้างขึ้นหรือแคบลงแต่ยาวขึ้น เป็นต้น ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของดวงโคมไฟฟ้ที่มีลักษณะยาว เช่น ดวงโคมไฟฟ้ที่ใช้กับหลอดฟลูออเรสเซนต์ สำหรับการติดตั้งดวงโคมไฟฟ้ของหลอดฟลูออเรสเซนต์นั้นเราจะต้องพิจารณาระยะห่างระหว่างดวงโคมไฟฟ้ให้เหมาะสม เพราะระยะห่างของดวงโคมไฟฟ้ของหลอดฟลูออเรสเซนต์นี้จะมี 2 ลักษณะ คือ ระยะห่างด้านตามความยาวของแต่ละดวงโคมไฟฟ้ของแต่ละดวงโคมไฟฟ้ของหลอดฟลูออเรสเซนต์ และระยะห่างระหว่างด้านตามความกว้างของแต่ละดวงโคมไฟฟ้ของหลอดฟลูออเรสเซนต์ ดังรูปที่ โดยทั่วไประยะห่างระหว่างด้านต่างๆ ของการติดตั้งดวงโคมไฟฟ้ของหลอดฟลูออเรสเซนต์ที่จะทำให้แสงสว่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดที่นิยมใช้กันอยู่ทั่วไป

3.4.3 ติดตั้งดวงโคมไฟฟ้แบบเฉพาะบริเวณ

จะเกิดขึ้นในหน่วยงานที่มีการทำงานหลายๆอย่างในบริเวณเดียวกัน โดยแต่ละงานมีบริเวณกว้างพอสมควร ถ้าเราติดตั้งดวงโคมไฟฟ้ไม่เหมาะสม อาจจะทำให้เกิดแสงสว่างแยงตาหรือรบกวนผู้ปฏิบัติงานที่อยู่ข้างเคียงได้ ดังนั้นในการออกแบบติดตั้งจึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ ตัวอย่างเช่น ในสำนักงานซึ่งมีบริเวณรับแขกกับบริเวณที่มีพนักงานพิมพ์ติด

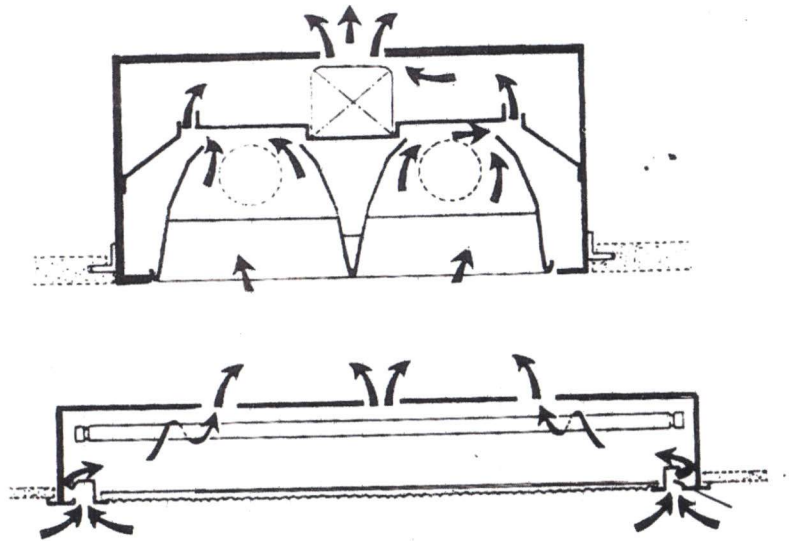
หรือคอมพิวเตอร์อยู่ใกล้กัน บริเวณทั้งสองจะมีระดับแสงสว่างที่แตกต่างกัน เพราะฉะนั้นเรื่องของความจ้าของแสงสว่างและการออกแบบเพื่อป้องกันไม่ให้แสงสว่างแยงตาผู้ที่อยู่คนละบริเวณจึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษและเลือกใช้ดวงโคมไฟฟ้ให้เหมาะสม

3.4.4 การติดตั้งดวงโคมไฟฟ้แบบเฉพาะจุด

จะติดตั้งหลังการติดตั้งดวงโคมไฟฟ้แบบทั่วไปเรียบร้อยแล้ว และรู้ตำแหน่งที่แน่นอนของโต๊ะทำงานหรือสินค้า ซึ่งมักจะติดตั้งเพื่อเสริมความสว่างเฉพาะจุดใดจุดหนึ่ง เช่น บนโต๊ะเขียนแบบ ป้ายโฆษณาสินค้า บริเวณที่เบิกจ่ายเงินหรือวัสดุ เป็นต้น แต่การออกแบบระบบแสงสว่างเฉพาะจุดนั้น จะต้องระมัดระวังในเรื่องของแสงสว่างที่จะไปแยงตาบุคคลที่อยู่ใกล้เคียงและต้องสัมพันธ์กับการติดตั้งระบบอื่นๆ ด้วย ดังรูปที่ 6.5

3.4.5 การพิจารณาการออกแบบระบบแสงสว่างในอาคารสำนักงาน

รูปที่ 2.19 แสดงการติดตั้งโคมไฟแบบทั่วไปและลักษณะการระบายอากาศของดวงโคมไฟฟ้า สำหรับสำนักงาน



ที่มา: หนังสือการออกแบบแสงสว่าง

เพิ่มโต๊ะ เก้าอี้ เพื่อขยายแผนกหรือเพิ่มจำนวนบุคลากร การออกแบบแสงสว่างจึงมีความจำเป็นที่จะต้องออกแบบให้มีความสว่างสม่ำเสมอทั่วบริเวณที่ทำงาน

ดังนั้น ในการออกแบบระบบแสงสว่างบริเวณทั่วไปของอาคารสำนักงาน จึงเหมาะที่จะทำการติดตั้งดวงโคมไฟแบบทั่วไปมากที่สุด และยังทำให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานมากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสวยงาม หรือบางครั้งอาจจะติดตั้งดวงโคมไฟ

เฉพาะจุดหรือเฉพาะบริเวณเข้าช่วยก็ได้ เพื่อให้ได้แสงสว่างอย่างเพียงพอตามที่ต้องการ แต่ต้องระมัดระวังเรื่องของความจ้าของแสงสว่าง และแสงสว่างแยงตาบุคคลที่อยู่ใกล้ๆบริเวณนั้นด้วย

นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการถ่ายเทความร้อนที่เกิดจากหลอดไฟฟ้า บัลลอส และดวงโคมไฟฟ้า ประกอบด้วย เพราะจะมีผลกระทบต่อระบบการทำความเย็นและการหมุนเวียนอากาศภายในห้อง

3.4.6 การออกแบบระบบแสงสว่างบริเวณห้องโถง

ห้องโถงในที่นี้ หมายถึง ห้องรับรองหรือบริเวณที่จัดเตรียมไว้สำหรับคนที่มาติดต่องาน นั่งคอย หรือพักผ่อน ในการออกแบบระบบแสงสว่างสำหรับห้องโถงนี้ จะต้องคำนึงถึงบรรยากาศ และทำให้เกิดความอบอุ่นและความประทับใจกับบุคคลที่มาอยู่ในห้องโถง โดยทั่วไปมักจะมีการติดตั้งหลอดไส้มากกว่าที่จะติดตั้งหลอดฟลูออเรสเซนต์ หรือติดในลักษณะของหลอดไฟฟ้าส่องลง (Down light) ทั้งหมดก็ได้ และบริเวณที่มีการโชว์สิ่งของต่างๆ เช่น รูปภาพ ตัวอย่างสินค้า เครื่องหมายสำคัญของบริษัท อาจจะต้องติดตั้งดวงโคมไฟฟ้าที่ให้แสงสว่างเฉพาะจุดด้วย เพื่อเน้นให้เห็นถึงความชัดเจนของสิ่งของ นอกจากนี้โต๊ะทำงานของพนักงานต้อนรับอาจจะต้องเพิ่มแสงสว่างเฉพาะบริเวณเข้าไป

3.4.7 การออกแบบระบบแสงสว่างบริเวณห้องประชุม

โดยทั่วไปแล้วห้องประชุมจะใช้เป็นสถานที่ที่ใช้ในการประชุมผู้บริหาร พนักงาน ตลอดจนการโชว์สินค้า ฯลฯ หรืออาจจะมีการแสดงข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ตัวเลข หรือตารางการแสดงค่าต่างๆ เพื่อให้ประกอบในการ

ประชุม ดังนั้น จึงจำเป็นจะต้องมีแสงสว่างเพียงพอเพื่อให้ดูข้อมูลได้อย่างสบายตาไม่ทำให้กล้ามเนื้อตาทำงานอย่างหนัก อันเป็นสาเหตุให้เกิดการเสื่อมของสายตา

เพราะฉะนั้นในการออกแบบระบบแสงสว่างบริเวณห้องประชุม จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเลือกอำนวยความสะดวกการใช้งานภายในห้องประชุมได้หลายๆอย่าง บางครั้งอาจจะมีการฉายสไลด์ การใช้เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ (Overhead Projector) ตลอดจนวีดีโอ ฯลฯ และระดับแสงสว่างอาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในบางครั้งบางคราว หรืออาจจะมีความจำเป็นจะต้องเสริมระบบการหรือแสงสว่างเข้าไปด้วย เพื่อที่จะอำนวยความสะดวกและจะต้องติดตั้งระบบไฟฟ้าไว้หลายชุด หรือในบริเวณที่มีการโชว์ตัวเลขหรือตาราง อาจจะต้องติดตั้งระบบแสงสว่างเฉพาะจุดเข้าช่วย เช่น ติดหลอดไฟฟ้าเพื่อฉาย

แสงสว่างสอดเข้าไปลงบนกระดานห้องประชุม เพื่อเน้นถึงความชัดเจนของข้อมูล เป็นต้น

3.4.8 การออกแบบระบบแสงสว่างบริเวณห้องผู้บริหาร

ห้องผู้บริหารในที่นี้หมายถึง ห้องทำงานส่วนตัวของเจ้าของกิจการ หรือประธานบริษัท ฯลฯ โดยทั่วไปแล้ว การออกแบบจะพยายามเน้นให้เกิดบรรยากาศหรือความรู้สึกที่อยากจะทำงานและมีความคล่องตัวสูงในการทำงาน การออกแบบโดยทั่วไปนั้นจะใช้หลอดฟลูออเรสเซนต์ติดตั้งอยู่เหนือบริเวณโต๊ะทำงาน หรือด้านหน้า หรือด้านข้างก็ได้ แต่ถ้าติดตั้งด้านข้างโต๊ะทำงานควรจะติดตั้งไว้ทั้งสองข้างของโต๊ะทำงาน แต่ถ้าเป็นการติดตั้งหลอดไฟฟ้าทางด้านหน้าหรือเหนือโต๊ะทำงาน แหล่งกำเนิดแสงสว่างควรมีปริมาณแสงสว่างมากพอสมควรเพื่อไม่ให้เกิดเงาขึ้น ควรหลีกเลี่ยงการใช้หลอดไส้ เพราะเป็นแหล่งกำเนิดแสงสว่างที่มีขนาดเล็ก ซึ่งอาจจะทำให้เกิดเงาได้ง่ายบริเวณโต๊ะทำงาน

3.4.9 การออกแบบระบบแสงสว่างบริเวณห้องน้ำ

โดยปกติแล้วห้องน้ำจะมี 2 ลักษณะ คือ ห้องน้ำรวมและห้องน้ำส่วนบุคคล ห้องน้ำรวมอาจจะมิใช่บริการลูกค้าหรือพนักงานส่วนใหญ่ในสำนักงาน การออกแบบระบบแสงสว่างจะต้องยึดหลักการที่ว่า การให้แสงสว่างนั้นไม่

จำเป็นจะต้องให้แสงสว่างที่มีปริมาณแห่งการส่องสว่างเท่ากับในสำนักงาน อาจจะใช้หลอดไส้ชนิดแบบหลอดใส (Clear) หรือหลอดฟลูออเรสเซนต์ชนิดแสงสว่างสีกลางวัน (Daylight) หรือทั้งสองอย่างในห้องเดียวกัน การเลือกใช้หลอดไฟฟ้าทั้ง 2 อย่าง อาจจะทำให้บรรยากาศความรู้สึกที่ต่างกันออกไป เช่น ฤดูร้อนอาจเปิดใช้เฉพาะหลอดฟลูออเรสเซนต์ เพราะจะทำให้รู้สึกว่บรรยากาศเย็นสบายหรือฤดูหนาวอาจเปิดเฉพาะหลอดไส้อย่างเดียว เพราะจะทำให้รู้สึกบรรยากาศอบอุ่น หรือถ้าอากาศไม่ร้อน ไม่หนาว อาจจะใช้เปิดหลอดไฟฟ้าทั้ง 2 อย่างในเวลาเดียวกัน ก็จะทำให้สีของแสงสว่างที่ออกมา มีความรู้สึกสบาย

3.4.10 การออกแบบระบบแสงสว่างบริเวณทางเดิน

โดยปกติแล้วไม่จำเป็นจะต้องให้แสงสว่างมีปริมาณแห่งการส่องสว่างเท่ากับในสำนักงาน แต่ก็ไม่ควรให้ต่ำมากเกินไป โดยทั่วไปไม่ควรให้น้อยกว่า 15 ฟุตแคนเดิล การให้แสงสว่างอย่างสม่ำเสมอ อาจจะเป็นการเน้นถึงบรรยากาศของความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสวยงาม การติดตั้งดวงโคมไฟฟ้าสามารถติดตั้งได้ 2 ลักษณะ คือ

1. ตำแหน่งของดวงโคมไฟฟ้าอาจจะติดตั้งในลักษณะเดียวกับดวงโคมชนิดไฟฟ้าสำหรับไฟส่องลง (Down light) คือ ติดเข้าไปในเพดานแล้วให้แสงสว่างกระจายลงสู่พื้น

2. ตำแหน่งของดวงโคมไฟฟ้าอาจจะติดตั้งกับผนังตามแนวทางเดิน โดยใช้โคมไฟฟ้าแบบโคม ไฟกริ่งติดเป็นระยะห่างเท่าๆกัน

ในการติดตั้งดวงโคมไฟฟ้าทั้ง 2 แบบนี้ ระยะห่างระหว่างดวงโคมไฟฟ้าไม่ควรให้เกิน 1.5 เท่าของความสูงของดวงโคมไฟฟ้าเหนือพื้นทำงาน หรืออาจจะติดตั้งตามสภาพของโครงสร้างอาคารแต่ละแห่งก็ได้

3.4.11 การออกแบบระบบแสงสว่างไฟฉุกเฉิน

มีวัตถุประสงค์ในการออกแบบก็เพื่อให้แสงสว่างเกิดขึ้น

ตลอดเวลาของการทำงานปกติในสำนักงาน เมื่อระบบไฟฟ้าหลักของสำนักงานดับ อาจจะเนื่องมาจากสาเหตุใดๆก็ตาม ระบบแสงสว่างไฟฟ้าฉุกเฉินจะต้องทำงานทันที ซึ่งโดยทั่วไปแล้วอุปกรณ์ที่ให้แสงสว่างไฟฟ้าฉุกเฉินนี้จะเป็นพวกแสงสว่างไฟฟ้าฉุกเฉินอัตโนมัติ (Automatic Emergency Light) ซึ่งทำงานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การทำงานของ

ระบบนี้ก็คือ เมื่อระบบไฟฟ้าหลักของการไฟฟ้าดับลง ระบบแสงสว่างไฟฟ้าฉุกเฉินก็จะทำงานทันที

เมื่อระบบหลักของการไฟฟ้ากลับมาทำงานตามปกติ ระบบแสงสว่างไฟฟ้าฉุกเฉินก็จะถูกตัดออกจากระบบทันทีโดยอัตโนมัติ โดยปกติแล้วระบบแสงสว่างไฟฟ้าฉุกเฉินมักจะนิยมติดตั้งไว้ที่ทางหนีไฟ ประตูเข้า – ออก สำนักงาน หน้าลิฟต์ หรือทางขึ้น ลงบันได เป็นต้น

ภาพที่ 3.1 บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง



ที่มา: บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง

บทที่ 3 กรณีศึกษา

3.1 กรณีศึกษาที่ 1 บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง

ที่ตั้งโครงการ อมรินทร์พรีนติ้งกรุ๊ป 2 ถนนชัยพฤกษ์ ตลิ่งชัน

กรุงเทพมหานคร

ขนาดพื้นที่ของโครงการ ประมาณ 9,000 ตารางเมตร

เปิดดำเนินการ ปีพุทธศักราช 2546

3.1.1 ข้อมูลรายละเอียดเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการ

ประวัติความเป็นมา

จาก “บ้านและสวน” บริษัทได้ขยายกิจการด้วยการออกนิตยสารใหม่ๆเป็นระยะคือ นิตยสาร “แพรว” “สุดสัปดาห์” “ชีวจิต” “Health&Cuisine” “National Geographic” ฉบับภาษาไทย “Room” และล่าสุด “We” และมีสำนักพิมพ์เล่มอีก 12 สำนักพิมพ์ ผลิตหนังสือครอบคลุมหลากหลายกลุ่มผู้อ่านทั่วประเทศ

3.1.2 ที่ตั้งและการเข้าถึงโครงการ

โครงการตั้งอยู่ที่อาคารอมรินทร์พรีนติ้งกรุ๊ป 2. ถนนชัยพฤกษ์ ต.ลี้ซำดง กทม. ซึ่งเป็นโครงการที่ก่อสร้างขึ้นบนที่ดินของตัวเอง โดยทางด้านหน้าเป็นโรงพิมพ์และทางด้านหลังเป็นสำนักงานนิตยสารต่างๆและห้องประชุม โดยที่สามารถเข้าถึงได้โดยรถส่วนบุคคล หรือรถประจำทางแล้วต่อรถมอเตอร์ไซด์เข้ามายังโครงการได้

3.1.3 ลักษณะทางสถาปัตยกรรม

อาคารสำนักงานบริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เป็นอาคารที่ก่อสร้างขึ้นแยกกันเป็นตามอาคาร โดยมีความสูงอาคารละสามชั้น โดยมีทางเชื่อมอาคารด้านล่างระหว่างอาคาร เนื่องจากข้อบังคับทางด้านกฎหมาย สถาปนิกจึงไม่สามารถออกแบบเป็นตึกสูงได้ บรรยากาศอาคารสำนักงานจึงออกมาในลักษณะเป็นแบบอาคารที่พักอาศัย แต่ละอาคารผังพื้นเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาดประมาณ 25X25 เมตร รวมขนาดพื้นที่แต่ละชั้น 625 ตารางเมตร

3.1.4 ลักษณะทางโครงสร้างอาคาร

โครงสร้างอาคาร ใช้ระบบเสา คาน รับน้ำหนักขนาดเสาคือ 0.30 เมตร โดยมีโครงสร้างของโถงบันไดกับห้องน้ำอยู่ส่วนกลางของอาคาร หลังคาตรงส่วนของบันไดเป็น Skylight glassblock ระยะจากพื้นถึงพื้น ระหว่างชั้นคือ 4.00 เมตร ผนังเป็นผนังกระจก temper รับปรับอากาศเป็นแบบ Central โดยมีส่วนของห้อง AHU เป็นส่วน service ของอาคาร ระบบป้องกันเพลิงไหม้ เป็นระบบsprinkle กระจาย โดยมีป้ายบอกทางหนีไฟติดกระจายเป็นระยะ ระบบสัญญาณที่ตั้งเป็นบันไดหลักของแต่ละอาคาร ไม่มีลิฟต์

3.1.5 ลักษณะทางสถาปัตยกรรมภายใน

การจัดวางพื้นที่ใช้สอยจะแบ่งแผนกไปตามชั้นต่างๆของแต่ละอาคาร โดยจะมีทางเดินยาวชั้นล่างเชื่อมทั้งสามอาคารเข้าด้วยกันโดยอาคารสามอาคารแยกเป็นอาคาร a,b และอาคาร c ตามลำดับ โดยที่อาคารชั้นต่างๆก็ชั้นๆหนึ่งก็เป็นที่ทำงานของกองบรรณาธิการของนิตยสารแต่ละฉบับ ตามแต่ความใหญ่ของกองนิตยสารแต่ละกอง กองใหญ่ก็จะใช้พื้นที่ใหญ่หน่อย แต่วิธีการทำงานจะคล้ายๆกันคือ พื้นเป็นพื้น

กระเบื้องยาง ผนังภายในเป็นผนังเบาและผนังกระจก ส่วนเฟอร์นิเจอร์ก็เป็นเฟอร์นิเจอร์ออฟฟิศทั่วไป

3.1.6 แนวความคิดในการออกแบบ

บริษัทอมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) การออกแบบตัวอาคารมีข้อจำกัดเรื่องกฎหมายในเรื่องของอาคารสูงและขนาดพื้นที่ของอาคาร ตัวอาคารจึงถูกออกแบบแบ่งเป็นสามอาคารย่อยๆ โดยวัสดุภายนอกเป็นกระเบื้องคอนกรีตผิว ในส่วนด้านบนหลังคานั้นจะใช้แผ่น **metal sheet** เพื่อให้ได้รับบรรยากาศต่อเนื่องกับโรงงานผลิตด้านหน้าที่มี อยู่ก่อนแล้ว ให้ภาพรวมออกมาดูเป็นโรงงานเหมือนกัน ส่วนการขยายตัวนั้นสามารถต่อชั้นเพิ่มได้ในแต่ละอาคารในทางตั้ง ส่วนการออกแบบภายในนั้นออกแบบให้ภาพรวมดูสบายๆพื้นที่ทำงานเชื่อมต่อกันได้ โดยที่ผนังเบานั้นก็ทำส่วนบนเป็นผนังกระจกทำให้พื้นที่ยังดูต่อเนื่องกันถึงแม้ว่าจะกันห้องก็ตาม โดยรวมแล้วพื้นที่ต้องการผ่อนคลายเป็นอย่างดี วัสดุที่ใช้ก็ดูเหมาะสมกับการใช้งาน ส่วนผังพื้นที่ก็จะแยกเป็นกองงานต่างๆ

3.1.7 วิเคราะห์การใช้สอยของพื้นที่

- การใช้ **space** หลักที่น่าสนใจคือ การที่เป็นอาคารเล็กๆ แยกจากกันทำให้ไม่มีพื้นที่โล่งใหญ่ จึงได้บรรยากาศที่ไม่เหมือนสำนักงานใหญ่แต่เหมือนกับเป็นรีสอร์ททิวทัศน์ธรรมชาติและได้เดินผ่านส่วนต่างๆก่อนขึ้นไปทำงาน ซึ่งทำให้บรรยากาศโดยรวมดูผ่อนคลายไม่ตึงเครียดเหมือนสำนักงานใหญ่ในเมืองทั่วไป

- ส่วนรับประทานอาหารอยู่ด้านหน้าทางเข้าสำนักงาน จัดเป็นแบบพื้นที่โล่งไม่ติดแอร์ ส่วนที่นั่งรับประทานอาหารสามารถมองออกมาเห็นสวนสวยด้านข้างอาคารได้

- ในส่วนของแต่ละอาคารนั้น การที่ให้ทางสัญจรในทางตั้งอยู่ตรงกลางอาคารนั้นทำให้ได้พื้นที่ทำงานโดยรอบรวมถึงได้ทัศนียภาพภายนอกและแสงจากธรรมชาติจากรอบๆด้านด้วย

- การจัดพื้นที่ทำงานจะแบ่งแต่ละหน่วยงานไปตามชั้นต่างๆ ซึ่งมีข้อดีคือ แต่ละหน่วยงานได้ความเป็นส่วนตัวในการทำงาน แต่ว่าข้อเสียก็คือการติดต่อกันต้องเดินจากอาคารหนึ่งไปยังอีกอาคารหนึ่งซึ่งตัว

อาคารนั้นไม่มีลิฟท์ขนส่ง ทำให้บางที่การติดต่อกันมีความลำบากลงไปบ้าง

- พื้นที่ส่วนต้อนรับจะอยู่ตรงส่วนอาคารสำนักงานอาคารแรกถัดจากโรงอาหาร ซึ่งพื้นที่ส่วนนี้ไม่มีจุดสนใจทำให้คนที่เข้ามามองไม่เคยเห็น รวมถึงการจัดพื้นที่ส่วนนี้ยังมองไม่เห็นภาพลักษณ์ของตัวองค์กรเท่าใดนัก

- พื้นที่ในส่วนสำนักงานจะเห็นได้ว่า ไม่ได้มีการจัดวางผังเป็นกลุ่มก้อนชะติเดียว หรือแยกเป็นแต่ละฝ่ายชัดเจน แต่จะทำงานในลักษณะที่กระจายๆออกไป ไม่แออัดเท่าไร โดยมีการจัดวางเครื่องเรือนและตัวชั้นวางของช่วยในการแบ่งขอบเขตแต่ละแผนกงาน

3.1.8 ส่วนสำนักงาน

พื้น - ส่วนใหญ่เป็นพื้นกระเบื้องยาง ซึ่งในส่วนหน้าสำนักงานจะเป็นส่วนของกลาสบล็อกเพื่อให้แสงสามารถผ่านไปยังชั้นล่าง ในส่วนของพื้นที่ทำงานนั้นจะใช้การปูกระเบื้องยางโดยมีเส้นโลหะคอยแบ่งแพทเทิร์นพื้น

ผนัง - ตัวผนังใช้แนวความคิดในการออกแบบเหมือนกับส่วนอื่นๆทั่วไป คือเป็นการกันห้องโดยใช้ผนังเบาและกระจกใสในส่วนด้านบนของผนังเพื่อเชื่อมต่อพื้นที่ทางสายตา ส่วนผนังโดยรอบของพื้นที่ใช้สอยเป็นกระจกบานกรอบอลูมิเนียม

ฝ้า - เป็นฝ้าที่สลับกันระหว่างเพดานยิปซัมบอร์ด โครงคร่าว ทึบารี่ ขนาด 0.60*1.20 เมตร กับฝ้าเพดานฉาบเรียบ โดยที่ส่วนนั่งทำงานนั้นจะเป็นฝ้าเพดานยิปซัมบอร์ด โครงคร่าว ทึบารี่ และส่วนที่เป็นโถงทางเข้ากับทางเดินในออฟฟิศนั้น จะเป็นฝ้าเพดานฉาบเรียบ เป็นการแบ่งพื้นที่โดยการแบ่งเพดานต่างระดับกัน ซึ่งส่วนที่เป็นที่ทำงาน ระดับฝ้าจะสูงกว่าตรงส่วนที่เป็นที่ทำงาน

ไฟ - ตรงส่วนที่เป็นที่นั่งทำงานนั้นจะใช้เป็นแบบโคมหลอดฟลูออเรสเซนต์ ห้อยลงมา โดยตัวโคมเป็นอุปกรณ์ออฟฟิศสำเร็จรูป โดยจัดวางกันอย่างเป็นระเบียบตามแนวของโต๊ะทำงาน ในส่วนของทางเดินนั้นจะใช้เป็นดาวนไลท์ แบบฝังในฝ้าเพดานเรียงต่อกันเป็นเส้นตรง

3.1.9 วิเคราะห์แนวความคิดในการออกแบบ

แนวความคิดในการออกแบบของโครงการในด้านงานสถาปัตยกรรม โดยรวม ภูมิบริบทของการทำงานตามที่ออกแบบไว้ ซึ่งการทำอาคารเรียงต่อกันสามอาคารในแนวยาวทำให้ทางด้านข้างของอาคาร สามารถใกล้ชิดกับธรรมชาติได้ตลอดแนวยาวของอาคารทำให้เวลาเดินเข้าสำนักงานต่างๆ ได้บรรยากาศที่เป็นกันเองและมองเห็นต้นไม้ข้างทางเป็นระยะๆ

ส่วนในเรื่องของแนวความคิดการออกแบบภายในนั้น ผู้ออกแบบต้องการให้พื้นที่แต่ละห้องนั้นเชื่อมต่อถึงกัน โดยใช้วิธีติดกระจกในส่วนของด้านบน ซึ่งทำให้ผนังส่วนใหญ่ ใช้วิธีเดียวกัน ดูต่อเนื่องและได้ภาพรวมของที่ว่าง

3.1.9.1 วิเคราะห์การใช้สอยพื้นที่

- การใช้ SPACE หลักที่น่าสนใจคือ การที่เป็นอาคารเล็กๆ แยกจากกันทำให้ไม่มีพื้นที่โล่งใหญ่ จึงได้บรรยากาศที่ไม่เหมือนสำนักงานใหญ่แต่เหมือนกับเป็นรีสอร์ทคือใกล้ชิดธรรมชาติและได้เดินผ่าน

ส่วนต่างๆ ก่อนไปทำงาน ซึ่งทำให้บรรยากาศโดยรวมดูผ่อนคลาย ไม่ตึงเครียดเหมือนสำนักงานใหญ่ในเมืองทั่วไป

- ส่วนรับประทานอาหาร อยู่ด้านหน้าของทางเข้าสำนักงาน จัดพื้นที่เป็นแบบเปิดโล่งไม่ติดแอร์ โดยส่วนที่นั่งรับประทานอาหารมองออกมาเห็นสวนสวยด้านข้างอาคารได้

- ในส่วนของแต่ละอาคารนั้น การที่ใช้เส้นทางสัญจรในทางตั้งอยู่ตรงกลางอาคารนั้น ทำให้ได้พื้นที่ทำงานโดยรอบ รวมถึงได้ทัศนียภาพภายนอกและแสงธรรมชาติจากด้านนอกด้วย

- การจัดพื้นที่ทำงานจะแบ่งแต่ละหน่วยงานไปตามชั้นต่างๆ ของแต่ละอาคาร ซึ่งมีข้อดีคือแต่ละหน่วยงานได้ความเป็นส่วนตัวของการทำงาน ข้อเสียคือต้องเดินทางอีกอาคารไปยังอาคารหนึ่ง ซึ่งตัวอาคารนั้นไม่มีลิฟท์ขนส่ง ทำให้บางที่การติดต่อกันมีความลำบากลงไปบ้าง

- พื้นที่ส่วนต้อนรับนั้นจะอยู่ตรงส่วนอาคารสำนักงาน อาคารแรกถัดจากโรงอาหาร ซึ่งพื้นที่ส่วนนี้ไม่มีความเป็นพิเศษ เป็นจุดสนใจ

ทำให้คนที่เข้ามามองไม่ค่อยเห็น รวมถึงการจัดพื้นที่ส่วนนี้ยังไม่ได้
ภาพลักษณ์ขององค์กรเท่าไรนัก

- พื้นที่ในส่วนสำนักงานจะเห็นได้ว่า ไม่ได้มีการจัดวางผัง
เป็นกลุ่มก้อนระยะที่เดียว หรือแยกเป็นแต่ละฝ่ายชัดเจน แต่จะทำงานใน
ลักษณะที่กระจายๆออกไปไม่แออัดเท่าไร โดยการจัดวางเครื่องเรือนและ
จัดชั้นวางของช่วยในการแบ่งขอบเขตของแต่ละแผนกงาน

3.1.10 วิเคราะห์องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมภายใน

3.1.10.1 ส่วนต้อนรับและทางเดินส่วนสาธารณะและโถงบันได หลัก

- พื้น ส่วนต้อนรับใช้วัสดุเป็นกระเบื้องหินโดยมีเส้นโลหะ
คอยแบ่งตัววัสดุ ซึ่งเป็นกระเบื้องหินสีขาว กับกระเบื้องหินสีน้ำตาลแดง ในน
ส่วนทางเดินเป็นกระเบื้องเซรามิกขาว สลับกับพื้นไม้ระแนงตีเว้นร่องในส่วน
ที่เป็นช่องว่างอาคาร ทำให้ได้บรรยากาศของส่วนที่ได้แสงธรรมชาติ ดูเป็น
ธรรมชาติ พื้นของชั้นบันไดเป็นพื้นไม้สีอ่อน ดูสบายตาและไม่เป็นทางการ
จนเกินไป

- ผนัง ในแต่ละส่วนการเลือกใช้วัสดุก็แตกต่างกันออกไป
อย่างในส่วนของทางเดินก็จะเป็นผนังเบาทาสีขาวธรรมดา ด้านบนของผนัง
จะเป็นกระจกใส ซึ่งทำให้ทางเดินดูไม่คับแคบจนเกินไป มีการเชื่อมต่อทาง
สายตาของพื้นที่ ในส่วนต้อนรับนั้นจะเป็นวัสดุผนังก่ออิฐฉาบปูนทาสีขาว
ทั่วไปทำให้ความรู้สึกสะอาดตา ผนังตรงโถงบันไดจะเป็นกระเบื้องหินสีเทา
ตรงด้านหลังของชานพักส่วนผนังที่เหลือจะเป็นผนังทาสี เขาระงธรรมดา
ทั่วไป

- ฝ้า ฝ้าเพดานจะเป็นโครงคร่าวยิปซัมบอร์ด T-bar
ขนาด 1.20x0.60 เมตรโดยจะมีในส่วนที่ต้องการเน้นว่าเป็นพักคอยก็จะเป็น
ฝ้าฉาบเรียบ เป็นทรงกลมเพื่อใช้เน้นพื้นที่ ในส่วนของทางเชื่อมระหว่าง
อาคารจะใช้ฝ้าที่เป็นโครงเหล็กซึ่งทำให้แสงสามารถส่งผ่านเข้ามาได้ ทำให้
ทางเดินดูไม่เป็นทางเดินที่แคบยาวระยะที่เดียว

- ไฟ โคมไฟในส่วนนี้จะเป็น โคมไฟหลอดประหยัดไฟฝัง
เข้าไปในฝ้าเพดานยิปซัมบอร์ด โดยกระจายกันเป็นตารางเพื่อให้ได้ความ
สม่ำเสมอ

- สายไฟ ระบบสายไฟระบบการคมนาคมใช้การส่งสายไฟเป็นท่อสายไฟมาจากเพดานแล้วกระจายไปยังจุดต่างๆที่ต้องการใช้ทั้งพื้นที่และผนังทึบๆไป

- สี ในส่วนนี้จะเป็นโทนอ่อนดูแล้วสบายตาเช่น สีขาวของพื้นและผนัง รวมถึงใช้วัสดุบางส่วนเป็นไม้สีอ่อน เช่น เคาน์เตอร์ผนังเบาบางด้าน มีการเน้นสีสดของเครื่องเรือนบางตัวและสีสดของพรมตรงที่นั่งพักคอยเท่านั้นโดยรวมแล้วไม่หือหวาอะไรเท่าใดนัก

- เครื่องเรือน เป็นเครื่องเรือนใหม่โดยผู้ออกแบบเลือกวัสดุให้เข้ากับองค์ประกอบอื่นๆในพื้นที่ เช่นเคาน์เตอร์บิวท์อิน ก็จะเลือกวัสดุเป็นไม้สีอ่อน และจะมีการเน้นเครื่องเรือนลอยตัวให้มีสีสนสดใส สะดุดตาเป็นจุดๆไป

3.1.11 ส่วนสำนักงานทำงาน

- พื้น ส่วนใหญ่เป็นพื้นกระเบื้องยาง ซึ่งในส่วนหน้าสำนักงานจะเป็นส่วนของกลาสบล็อก เพื่อให้แสงสามารถลอดผ่านไปยังชั้น

ล่างๆได้ ในส่วนพื้นที่ทำงานนั้นจะใช้การปูกระเบื้องยางโดยมีเส้นโลหะคอยแบ่งแพทเทิร์นพื้น

- ผนัง ตัวผนังใช้แนวความคิดในการออกแบบเหมือนกับส่วนอื่นๆทั่วไปคือการกันห้องโดยใช้ผนังเบาและใช้กระจกใสในส่วนด้านบนของผนัง เพื่อเชื่อมต่อพื้นที่ทางสายตา ส่วนผนังโดยรอบของพื้นที่ใช้สอยเป็นผนังกระจกบานกรอบอลูมิเนียม ผนังบางส่วนนั้นทำเป็นชั้นเก็บเอกสารและหนังสือโดยเป็นผนังบิวท์อินสีขาวเรียบเนียนกลืนไปกับผนังซึ่งส่วนเก็บของนั้นยังมีจำนวนไม่พอกับเอกสาร ที่เยอะขึ้นทุกวัน

- ฝ้า เป็นฝ้าที่สลับกันระหว่างเพดานยิปซัมบอร์ด T-bar ขนาด 0.60x.20เมตรกับฝ้าเพดานฉาบเรียบ โดยที่ส่วนนี้ทำงานนั้นจะเป็นฝ้าเพดานยิปซัมบอร์ด โครงคร่าว ที-บาร์ และส่วนที่เป็นโถงทางเข้ากับทางเดินในออฟฟิตนั้นจะเป็นฝ้าเพดานฉาบเรียบ เป็นการแบ่งพื้นที่โดยการย้ฝ้าเพดานต่างระดับกัน ซึ่งส่วนที่เป็นที่ทำงานระดับฝ้าจะสูงกว่าตรงที่เป็นทางเดิน

- ไฟ ตรงส่วนที่เป็นที่นั่งทำงานนั้นจะใช้เป็นโคมหลอดฟลูออเรสเซนต์ ห้อยลงมาโดยตัวโคมเป็นอุปกรณ์ออฟฟิศสำเร็จรูป โดยการจัดวางจัดวางเรียงกันอย่างเป็นระเบียบตามแนวของโต๊ะทำงาน ในส่วนของทางเดินนั้นใช้ไฟดาวนไลท์ แบบฝังในฝ้าเพดานวางเรียงต่อกันเป็นเส้นตรง

- สายไฟ ระบบสายไฟและระบบคมนาคมสื่อสารนั้นใช้การส่งสายไฟจากฝ้าเพดาน ผ่านลงมายังท่อเสาโลหะแล้วกระจายไปยังการวางเครื่องเรือนต่างๆ ส่วนระบบอินเตอร์เน็ตนั้นจะเป็นระบบไร้สาย

- สี โดยรวมของสำนักงานจะไม่มีสีฉูดฉาดเจิดจ้าซึ่งผนังนั้นจะเป็นสีขาวและสีของวัสดุไม้เป็นสีน้ำตาลอ่อนกับวัสดุกระจกใส สลับกันตรงส่วนของห้องประชุมสำนักงาน ส่วนสีของเครื่องเรือนนั้นก็จะออกเป็นสีเทาอ่อนกับสีน้ำตาลอ่อนของไม้

- เครื่องเรือน เป็นเครื่องเรือนสำเร็จรูปของสำนักงานซึ่งการจัดวางมีทั้งเป็นแบบที่เรียงกันเป็นแถวและแบบหันหน้าเข้าหากัน โดยมีแผงกันระหว่างโต๊ะทำงานและแบ่งระหว่างแผนกต่างๆ

3.2 กรณีศึกษาที่ 2 บริษัทหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

ที่ตั้งโครงการ ถนนพระอาทิตย์ กรุงเทพมหานคร

พื้นที่ใช้สอยของโครงการ พื้นที่ใช้สอยโครงการรวม 4,700 ตร.ม.

สถาปนิกและวิศวกรโครงสร้าง บริษัทแฮปปิตาจำกัด

ออกแบบภายใน บริษัท พี 49 แอนด์ แอสโซซิเอตส์

3.2.1 ที่ตั้งและการเข้าถึง

อาคารสำนักงานหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ผู้จัดการสัปดาห์ และผู้จัดการออนไลน์นั้น ตั้งอยู่ริมถนนพระอาทิตย์โดยมีจุดสังเกตคือร้านอาหารบ้านพระอาทิตย์อยู่ทางด้านหน้าของกลุ่มอาคาร โดยสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางเท้าและรถยนต์

3.2.2 การออกแบบสถาปัตยกรรม

การออกแบบอาคารบ้านพระอาทิตย์ได้ดำเนินการออกแบบเพื่อสนองตอบความต้องการของเจ้าของโครงการ ในอันที่จะอนุรักษ์อาคารที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ให้คงทนและสวยงาม สมเป็นอาคารมรดกนิธิ และ

สำนักงานของบริษัท บ้านพระอาทิตย์ ทั้งรูปแบบอาคารจะกลมกลืน และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับอาคารอนุรักษ์ และอยู่ในขอบเขตของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะโครงการประกอบด้วยอาคาร 4 อาคาร คือ

- อาคาร A เป็นอาคารอนุรักษ์สูง 2 ชั้น
- อาคาร 1/2 เป็นอาคารสูง 3 ชั้น และ 5 ชั้น เชื่อมติดต่อกัน

มีห้องใต้ดินบางส่วน พื้นที่ใช้สอยรวมประมาณ 3,440 ตร.ม.

- อาคาร 3 เป็นอาคารสูง 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอยประมาณ

294 ตร.ม.

- อาคาร 4 เช่นอาคาร 3

โดยอาคารทั้ง 4 อาคารวางเรียงล้อมกัน เกิดเป็นคอร์ทด้านหน้าและด้านในโครงการ คอร์ทด้านหน้าสร้างขึ้นเพื่อควบคุมบรรยากาศของโครงการให้กลมกลืนกับอาคารอนุรักษ์เดิม โดยนำองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่สำคัญของอาคารอนุรักษ์ มาใช้กับอาคารใหม่ คอร์ทด้านในเกิดการเชื่อมต่อ

อาคารอนุรักษ์และอาคารสูงชั้น 1/2 เข้าด้วยกันให้ความรู้สึกอบอุ่นเหมาะที่จะเป็นบริเวณพักผ่อน และจัดงานเลี้ยง

เนื่องจากโครงการตั้งอยู่บริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ ชั้นนอก ซึ่งเป็นพื้นที่ควบคุมอาคารตามกฎหมายกระทรวงฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2527) "ห้ามสร้าง อาคารสำนักงานเอกชนที่มีพื้นที่ทุกชั้นรวมกันเกิน 300 ตร.ม. "การขออนุญาตปลูกสร้างอาคาร จึงต้องแยกขอเป็น 2 ประเภทอาคาร คือ

อาคาร 3,4 - ขออนุญาตใช้เป็นอาคารสำนักงาน พื้นที่อาคารละ 294 ตร.ม.

อาคาร 1/2 - ขออนุญาตเป็นบ้านพักอาศัย 5 ชั้น ซึ่งมีผลให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนผนังภายใน (ผนังเบา) อีกลึกน้อย ในขั้นตอนการก่อสร้างจริงเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน

ภาพที่ 3.2 ทศนิยมภาพส่วนห้องรับรอง



ที่มา: บริษัทหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

ภาพที่ 3.3 ทศนิยมภาพห้องทำงาน คุณสนธิ ลิ้มทองกุล



ที่มา: บริษัทหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

3.2.3 แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน

ในการออกแบบตกแต่งภายในอาคารบ้านพระอาทิตย์นี้ หลักเกณฑ์สำคัญประการหนึ่งนอกเหนือจากการตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามความต้องการของโครงการแล้ว คือ ความต่อเนื่องของบรรยากาศของการตกแต่งภายในที่สมควรจะต้องมีความสอดคล้องกับรูปแบบ และความสำคัญที่จะอนุรักษ์คุณค่าทางสถาปัตยกรรม เพื่อให้เกิดความกลมกลืน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างสถาปัตยกรรม และการตกแต่งภายใน

โดยเฉพาะอาคาร A ซึ่งเป็นอาคารอนุรักษ์ แนวทางในการออกแบบเป็นการพยายามที่จะอนุรักษ์สภาพของเดิมและบรรยากาศของเก่าเอาไว้ และทำการออกแบบเพิ่มเติมเข้าไปใหม่ เพื่อสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของเดิมของอาคารที่มีอยู่

อย่างไรก็ตามเนื่องจากอาคาร A เป็นอาคารเก่า การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงโครงสร้างของสถาปัตยกรรมจะมีผลกระทบต่อวิธีการออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน ซึ่งอาจเป็นการจำกัดงานออกแบบที่วางเอาไว้

3.2.4 วิเคราะห์การออกแบบ

3.2.4.1 วิเคราะห์แนวความคิดในการออกแบบ

แนวความคิดในการออกแบบของอาคารบ้านพระอาทิตย์นั้นเป็นการออกแบบ เพื่อจะต้องการอนุรักษ์อาคารเก่าที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเอาไว้ จึงได้สร้างอาคารที่เลียนแบบจากอาคารอนุรักษ์เดิม โดยการนำเอาตึกเก่ามาทำเป็นสำนักงานนั้นดูมีความน่าสนใจ โดยเฉพาะบริบทของพื้นที่โดยรอบนั้น เป็นย่านกรุงรัตนโกสินทร์รอบนอกซึ่งสถาปัตยกรรมในบริเวณนั้นส่วนใหญ่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ ทำให้พื้นที่โดยและตัวสถาปัตยกรรมนั้นดูมีความน่าสนใจทั้งในแง่ของความหมายทางด้านการอนุรักษ์และการใช้สอยพื้นที่ โดยรวมแล้วตัวสถาปัตยกรรมนั้นดูมีความน่าสนใจทั้งในแง่ของความหมายทางด้านการอนุรักษ์และการใช้สอยพื้นที่ โดยรวมแล้วตัวสถาปัตยกรรมภายนอกนั้นทำได้ดีดูให้บรรยากาศตามที่ถูกออกแบบตามต้องการ ข้อดีอีกอย่างหนึ่งที่น่าสนใจ คือ การที่บริเวณด้านหน้านั้นผู้ออกแบบได้สร้างอาคารเก่าทำเป็นร้านอาคารทำให้ตัวอาคารมีลักษณะการใช้สอยเหมือนกับ

อาคารข้างเคียง ดูมีเสน่ห์ดึงดูดคนภายนอกที่เดินผ่านมา และยังเป็นทีที่ผู้บริหารในองค์กรสามารถใช้เป็นที่ต้อนรับแขกหรือคุยกันอย่างไม่เป็นทางการได้ด้วยอีกนัยหนึ่ง

ส่วนของภาพลักษณ์นั้น การใช้อาคารเก่ามาทำเป็นสำนักงาน ก็ทำให้รู้สึกถึงความน่าเชื่อถือของสถานที่และได้ความรู้สึกถึงบรรยากาศเก่าๆได้ดีอีกด้วย ดูมีเสน่ห์

3.2.5 วิเคราะห์การใช้สอยของพื้นที่

การใช้สอยพื้นที่จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นอาคารต่างๆดังนี้

อาคาร A (อาคารอนุรักษ์)

- อาคารนี้เป็นอาคารที่เป็นสำนักงานของ คุณสนธิ ลิ้มทองกุล ประธานกรรมการของบริษัท ซึ่งการใช้สอยภายในอาคาร A นั้น ในชั้นล่างจะเป็นจะเป็นห้องประชุม ส่วนใหญ่ซึ่งแบ่งเป็นห้องชุมใหญ่อยู่ติดกับบริเวณโถงทางเข้า และมีห้องประชุมเล็กๆเรียงถัดไปตามลำดับ ส่วนชั้นบนนั้น จะเป็นห้องทำงานท่านประธานบริษัท ซึ่งวิธีการจัดวางพื้นที่การใช้สอยนั้นจะแบ่งพื้นที่ให้ดูเข้า

กับสถาปัตยกรรมด้วย ทำให้บรรยากาศภายในของอาคารหลังนี้นั้นให้ความรู้สึกหรูหราและดูสง่างาม เหมือนในสมัยก่อนๆ ซึ่งตรงโถงต้อนรับด้านหน้าทางเข้านั้น จะมีลักษณะของที่วางเป็นระดับเบิ้ลสเตจ ซึ่งติดกับโถงบันไดตรงโถงด้านหน้าซึ่งดูหรูหราแบบสมัยก่อน ส่วนการออกแบบโดยรวมนั้นก็สามารถตอบสนองทางด้านการใช้งานค่อนข้างดี แม้ว่าจะเป็นการเก่าก็ตาม แต่ก็มีการใช้สอยค่อนข้างลงตัว และดูไม่เหมือนออฟฟิศทั่วไป

อาคาร 3 (ร้านอาหาร)

- ส่วนอาคารร้านอาหารนั้น ในส่วนชั้นล่างจะเป็นส่วนขายอาหาร ส่วนชั้นสองนั้นจะเป็นสำนักงานเขียนการ์ตูนของบริษัทผู้จัดการ โดยทางเข้าจะเข้าได้จากทางด้านหน้าถนนพระอาทิตย์ ซึ่งการจัดผังของอาคารส่วนนี้มีข้อดีคือแยกส่วนทำงานกับส่วนสาธารณะให้มีทางเข้าคน ละด้านทำให้แยกส่วนการใช้งานได้อย่างลงตัว ซึ่งทางขึ้นชั้นสองนั้นจะอยู่ในส่วนด้านหลังของตัวอาคารและยังมีประตูหลังเล็กๆเชื่อมต่อเข้ามายังร้านอาหาร

ด้านหน้าได้ ส่วนบรรยากาศการตกแต่งนั้น ก็ให้ความรู้สึกอบอุ่น และดูเข้ากับสถาปัตยกรรมภายนอก

อาคาร 1/2

- อาคารนี้เป็นอาคารที่สร้างเลียนแบบกับอาคาร A ซึ่งเป็นอาคารอนุรักษ์ โดยส่วนอาคารนี้จะแบ่งการใช้งานเป็นส่วนๆตามแต่ละชั้น ซึ่งการออกแบบนั้นเป็นไปตามแบบมาตรฐานของสำนักงานทั่วไป คือไม่มีส่วนที่พิเศษ การจัดพื้นที่ใช้สอยโดยรวมนั้นค่อนข้างยืดหยุ่นไม่ค่อยเข้ากับตัวงานสถาปัตยกรรมภายนอก ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายที่ทำให้ไม่ได้บรรยากาศของอาคารเก่าเท่าที่ควร การแบ่งพื้นที่ใช้สอยจะมีสวนโถงต้อนรับและสวนทางเดินกลางซึ่งตกแต่งให้ดูกลมกลืนกับตัวสถาปัตยกรรมภายนอก ในส่วนของกองบรรณาธิการต่างๆนั้น การจัดพื้นที่ยังคงดูไม่เป็นระเบียบ คือมีเพียงพื้นที่โล่งๆและวางโต๊ะทำงานเป็นแถวเรียงกันธรรมดา ซึ่งโดยรวมดูไม่ได้บรรยากาศที่น่าทำงานเท่าที่ควร ดูไม่เหมือนกับสองอาคารแรกที่กำลังกล่าวมาซึ่งจัดพื้นที่ใช้สอยและตกแต่งเข้ากัน กับสถาปัตยกรรมภายนอก

3.2.6 วิเคราะห์องค์ประกอบสถาปัตยกรรมภายใน

ส่วนอาคาร A อาคารสำนักงานประธานบริษัทและเลขานุการ

พื้น - พื้นในส่วนโถงทางเดินและส่วนสาธารณะทั่วไป เป็นพื้นกระเบื้องเซรามิก แพทเทิร์นลายเลขาคณิตซึ่งเป็นกระเบื้องแบบเก่าของอาคารอนุรักษ์ ทำให้องค์ประกอบของพื้นโดยรวมดูเข้ากันกับตัวสถาปัตยกรรมภายนอก พื้นของชั้นบันไดเป็นพื้นไม้สีน้ำตาลแดง เคลือบแลคเกอร์ รวากันตกเป็นไม้ฉลุลาย พื้นส่วนห้องประชุม เป็นพื้นไม้จริง สีน้ำตาลแดงเพื่อให้ดูอบอุ่นและดูภูมิฐานสง่างาม ห้องทำงานประธานกรรมการเป็นพื้นไม้จริงวางลายเฉียง สลับไปมาทำให้ดูมีลวดลายสวยงาม ต่างจากพื้นไม้ธรรมดาทั่วไป

ผนัง - โดยส่วนใหญ่เป็นผนังทาสีขาว โดยส่วนด้านล่างจะตกแต่งด้วยไม้ ในอัตราสัดส่วน 1: 3 ซึ่งเป็นการตกแต่งแบบยุคคลาสสิกในสมัยก่อน โดยส่วนด้านล่างที่ใช้ไม้ในการตกแต่งนั้น ทำให้ดูต่อเนื่องกับพื้นไม้ในห้องประชุม ประตูที่ใช้เป็นประตูไม้ แบบบานเปิดสองด้านเหมือนในสมัยก่อน มีทับหลังเป็นไม้ฉลุเป็นลวดลายสวยงาม

ฝ้า - ฝ้าเพดานเป็นแผ่นฝ้ายิปซัมฉาบเรียบ ตกแต่งด้วยโครงไม้สีน้ำตาลแดงเหมือนกับส่วนอื่นๆ โดยโครงไม้ที่ตกแต่งเป็นลายตารางทำมุมเฉียง กับผนังของพื้นที่นั้นๆ ตรงส่วนใต้ท้องบันไดตีฝ้าปิดยิปซัมฉาบเรียบ แล้วตกแต่งด้วยโครงไม้ตีลายเป็นตารางเพื่อให้ดูกลมกลืนกับฝ้าเพดานในส่วนอื่น

ไฟ - ไฟจะเป็นไฟดาวนไลท์ฝังใต้ฝ้าเพดาน สีแสงเป็นสีวอร์มไวท์ เรียงกันอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ส่วนตรงกลางของพื้นที่ใช้สอยจะเป็นโคมระย้าห้อย ซึ่งใช้เป็นวัสดุสีเข้ม ซึ่งทำให้ได้บรรยากาศการตกแต่งอาคารในสมัยก่อน

สายไฟ - ระบบสายและระบบการคมนาคมใช้การส่งสายไฟเป็นท่อสายไฟมาจากฝ้าเพดานแล้วกระจายไปยังจุดต่างๆที่ต้องใช้ทั้งพื้นและผนังทั่วๆไป

สี - สีส่วนใหญ่ จะเป็นสีของวัสดุไม้ซึ่งเป็นสีน้ำตาลแดง และมสีในส่วนของพื้นที่เป็นลวดลายซึ่งโดยรวมจะดูกลมกลืนกับสีของไม้ที่ตกแต่ง

เครื่องเรือน - ที่ใช้ส่วนใหญ่จะทำจากไม้และเป็นเครื่องเรือนในสมัยเก่าเพื่อให้เข้ากับการตกแต่งขององค์ประกอบอื่นๆ และมีการตกแต่งรูปภาพตามผนังโดยกรอบรูปที่ใช้เป็นกรอบรูปไม้

ส่วนสำนักงาน

พื้น - ในส่วนโถงต้อนรับและส่วนทางเดินสาธารณะทั่วไปนั้น จะเป็นกระเบื้องเซรามิก ลวดลายเลขาคณิตเหมือนกันกับผนังอาคาร A ซึ่งทำให้อาคารทั้งสองดูกลมกลืนและต่อเนื่องกัน

ผนัง - ในส่วนโถงต้อนรับด้านล่างและทางเดินสาธารณะทั่วไปนั้น มีทั้งส่วนที่เป็นผนังทาสีขาวแล้วตกแต่งด้วยไม้เป็นบัวพื้นและบัวผนัง และมีบางส่วนของผนังที่ตกแต่งเป็นไม้ทั้งผนัง ทำให้ดูสง่างามและสวຍเข้ากับสถาปัตยกรรมภายนอกด้วย

ฝ้า - ฝ้าเพดานในส่วนของทางเข้าและทางเดินทำเป็นฝ้ายิปซัมฉาบเรียบ ตกแต่งด้วยโครงไม้สีน้ำตาลแดง โดยโครงไม้ที่ตกแต่งเป็นลายตารางทำมุมเอียง เหมือนกันกับโถงต้อนรับในส่วนอาคาร A ฝ้าเพดานใน

ส่วนผู้บริหารระดับสูง จะเป็นฝ้าเพดานยิปซัมฉาบเรียบ มีการเล่นระดับฝ้าเพดานเป็นขอบเขตสี่เหลี่ยมจัตุรัส

ไฟ - ในส่วนโถงต้อนรับและทางเดินจะเป็นไฟดาวน์ไลท์ฝังฝ้าเพดาน เป็นจุดๆตามลายตารางของฝ้าเพดาน กระจายอย่างเป็นระเบียบ เหมือนกันกับในส่วนอาคาร A

สายไฟ - ระบบสายไฟและระบบคมนาคมสื่อสารนั้นใช้การส่งสายไฟจากฝ้าเพดาน ผ่านลงมายังท่อเสาโลหะกระจายไปยังการวางเครื่องเรือนต่างๆซึ่งมีปัญหา ตรงบางพื้นที่ได้เตรียมเอาไว้ก่อนทำให้สายไฟเดินไปไม่ถึง ส่วนระบบอินเตอร์เน็ตนั้นจะใช้เป็นระบบไร้สาย

สี - ในส่วนทำงาน ไม่มีการใช้สีฉันทัน คือ ส่วนใหญ่จะเป็นสีขาวจากการทาสี ทำให้ไม่ได้รับบรรยากาศในการทำงานและดูไม่กลมกลืนกันกับตัวงานสถาปัตยกรรม และไม่คอยสไตลเท่าที่ควร

เครื่องเรือน - เครื่องเรือนเป็นเครื่องเรือนสำเร็จรูปของเครื่องเรือนสำนักงานทั่วไป ซึ่งการจัดวางมีทั้งเป็นแบบที่เรียงกันเป็นแถวและแบบหันหน้าเข้าหากันตามการใช้งานแต่ละแผนก และไม่มีกั้น

บทที่ 4 การวิเคราะห์ที่ตั้งและศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

4.1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ

สำหรับอาคารสำนักงานใหญ่บริษัทมทิวาน จำกัด (มหาชน) นั้นทางบริษัทได้กำหนดทำเลที่ตั้งไว้เรียบร้อยแล้วโดยมีหลักใหญ่ๆ สำหรับข้อเลือกพิจารณา ดังนี้

4.1.1 การศึกษาด้านกายภาพ

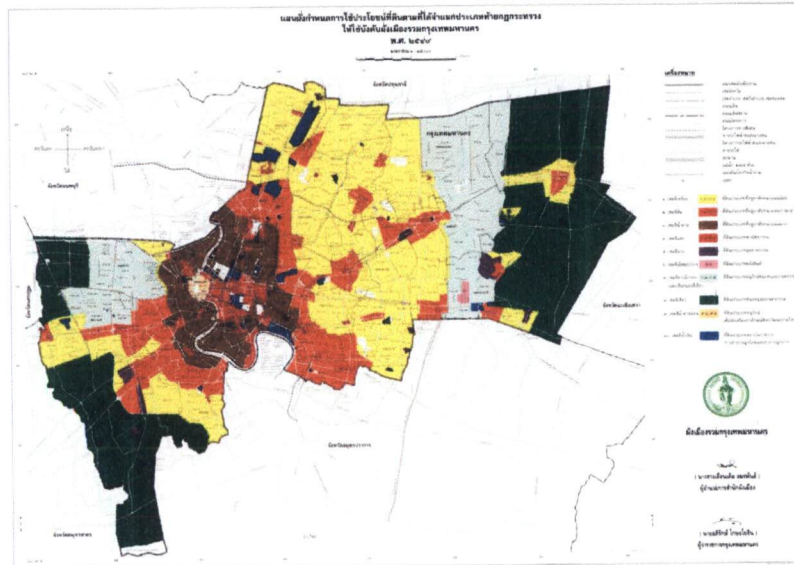
ผังเมืองกรุงเทพมหานคร (กฎกระทรวงฉบับที่ 116 พ.ศ.2535) ได้กำหนดการใช้ประโยชน์ในบริเวณถนนลาดพร้าว ถนนพหลโยธิน เป็นพื้นที่เขตศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business Districts)

ตามกฎกระทรวงผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 116 (พ.ศ. 2535) ได้กำหนดพื้นที่พหลโยธิน เพื่อใช้ประโยชน์ที่ดิน 4 ประเภทได้แก่

1. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง (สีส้ม)
2. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก (สีน้ำตาล)

3. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม(สีแดง)
4. การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทสถาบันราชการ (สีน้ำเงิน)

ภาพที่ 4.1 แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดิน



ที่มา : สำนักผังเมือง, 2550

4.2 การศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบของเมือง

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองสำคัญ เป็นศูนย์กลางความเจริญด้านต่างๆ ของภูมิภาคเอเชียอาคเนย์มีพื้นที่ทั้งสิ้น 1,568.7 ตารางกิโลเมตร แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 50 เขตมีประชากรในพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 6 ล้านคน(ปี 2547)เมื่อนับรวมประชากรที่อยู่ในบริเวณทลที่เดินทางเข้ามาทำงาน และใช้บริการในพื้นที่กรุงเทพมหานครวันละประมาณ 2 ล้านคน ส่งผลให้พื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีประชากรประมาณ 8 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 42 ของประชากรเมืองทั้งหมด

อดีตที่ผ่านมา การเติบโตของกรุงเทพมหานครมีลักษณะการเติบโตแบบรวมศูนย์ ทั้งในด้านการบริการราชการ การค้าและการบริการ การขนส่งคมนาคม ตลอดจนการบริการทางสังคมด้านต่างๆจึงทำให้กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งงานที่ใหญ่ที่สุดของประเทศเป็นศูนย์กลางความเจริญด้านต่างๆในระดับชาติ เป็นฐานเศรษฐกิจ ด้านการค้าและการบริการที่มีส่วนผลักดันให้การขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศมีอย่างรวดเร็ว

1) กรุงเทพฯ เป็นที่ตั้งของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่าง ๆ ทางด้านเทคโนโลยีและทางด้านศิลปวัฒนธรรมทั้งของเอกชนและของรัฐ ที่มีความสอดคล้องกับโครงการ ทำให้โครงการสามารถติดต่อและประสานงานกับหน่วยงานเหล่านี้ได้สะดวก

2) กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางของความเจริญต่าง ๆ มากที่สุด รวมไปถึงการศึกษาทุกระดับทั้งด้านวิชาการและเทคโนโลยี

3) กรุงเทพฯ มีความพร้อมในปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ เช่น จำนวนผู้ใช้โครงการ, สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และยังมีระบบสาธารณูปการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ที่สุดด้วย

ในการพิจารณาศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ได้แบ่งการพิจารณาที่ตั้งตามการแบ่งเขตการปกครอง ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

เขตเมืองชั้นใน

4.2.2 เขตเมืองชั้นกลาง ประกอบด้วย เขตต่อเมืองตะวันออก , เขตต่อเมืองตะวันตก

4.2.3 เขตเมืองชั้นนอก ประกอบด้วย เขตชานเมืองตะวันออก , เขตชานเมืองตะวันตก

1) เขตเมืองชั้นใน (Inner City)

ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง วัฒนา เป็นศูนย์กลางเมืองเดิม เป็นพื้นที่ที่มีการตั้งถิ่นฐานชุมชนในระยะแรกและพื้นที่อนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ราชการ สถานศึกษา ย่านธุรกิจการค้าหนาแน่น จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรมีแนวโน้มลดลง แต่ความหนาแน่นประชากรในเขตต่างๆ ส่วนใหญ่เกินกว่า 10,000 คน ต่อตารางกิโลเมตร

2) เขตชั้นกลางหรือเขตต่อเมือง (Urban Fringe)

ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทุ่งครุ บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง สายไหม

เป็นเขตที่มีการขยายตัวของประชากร กิจกรรมทางการค้าและที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ตั้งอยู่ในรัศมีระหว่าง 10-20 กิโลเมตรจากศูนย์กลางเมือง ซึ่งในปัจจุบันเป็นบริเวณที่มีการพัฒนาเมืองอย่างกระจัดกระจาย [Urban Sprawl]

3) เขตชั้นนอกหรือเขตชานเมือง (Suburb)

ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ตลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน ทวีวัฒนาเป็นพื้นที่เขตชั้นนอกของกรุงเทพมหานคร ซึ่งยังมีพื้นที่ว่างและพื้นที่เกษตรกรรมอยู่เป็นส่วนใหญ่ และมีสัดส่วนสูงกว่าพื้นที่พัฒนาแบบเมือง โดยมีลักษณะผสมระหว่างเมืองและชนบท เป็นเขตที่อยู่ห่างจากศูนย์กลางเมืองเกินกว่า 20 กิโลเมตรทางฝั่งตะวันออก

4.3 ย่านที่ตั้งและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (Zoning And Law)

บริเวณที่ตั้งโครงการเป็นย่านพักอาศัยที่ได้รับการพัฒนาที่ดินเป็นโครงการต่างๆ ทำให้เกิดภาพลักษณะของถนนสายธุรกิจแห่งใหม่ที่นำจับตามอง เนื่องจากอยู่ในเขตชั้นนอก การก่อสร้างต่างๆยังมีไม่มาก หากเป็นผู้มา

จับจองและพัฒนาที่ดินก่อนย่อมได้เปรียบอย่างมาก เพราะมีแนวโน้มการเจริญเติบโตในอนาคต

4.4 การศึกษาวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐศาสตร์

อาคารสำนักงานใหญ่บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) จัดได้ เป็นบริษัทที่มีความสำคัญบริษัทหนึ่งสำหรับประเทศไทยเนื่องจากการพัฒนาของวงการสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มีการพัฒนาและแข่งขันสูงทำให้ ถ้าสามารถผลิตสื่อที่สามารถตีตลาดในกลุ่มลูกค้าได้ก็จะสามารถทำกำไรได้มาก จึงเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการทั่วไปที่ตั้งโครงการอยู่ในย่านธุรกิจที่มีศักยภาพสูง

4.5 การศึกษาวิเคราะห์ด้านสังคมและวัฒนธรรม

4.5.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากบริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) ทำธุรกิจเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ทำให้มีกลุ่มเป้าหมายมากมายทุกเพศทุกวัย กลุ่มเป้าหมายของโครงการจึงแยกได้ดังนี้

- 1) กลุ่มพนักงานในบริษัท

- 2) ประชาชนทั่วไป
- 3) กลุ่มองค์กรต่างๆ

ทิศเหนือ ติดต่อแขวงทุ่งสองห้อง แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ และแขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

4.5.2 วิเคราะห์ลักษณะทางสังคมของเขตจตุจักร

สังคมที่เป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจ โดยเป็นส่วนประกอบการค้าและธุรกิจโดยรอบเป็นที่อยู่อาศัย เป็นสังคมที่เห็นความแตกต่างทางด้านสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในทุกรูปแบบ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย รับจ้าง และธุรกิจอิสระ

ทิศใต้ ติดต่อ เขตพญาไท เขตบางเขน เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

ทิศตะวันออก ติดต่อแขวงอนุสาวรีย์ แขวงจระเข้บัว และเขตลาดพร้าว

4.5.3 วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนในอนาคต

เขตจตุจักรมีเนื้อที่ 32,908 ตารางกิโลเมตร พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบ เนื่องจากอยู่ในเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง ปัจจุบันเป็นลักษณะชุมชนหนาแน่น มีอาคารพาณิชย์เป็นจำนวนมาก มีอานาเขตติดต่อดังนี้

ทิศตะวันตก ติดต่อคลองประปา เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร

4.6 การวิเคราะห์สถานที่ตั้งโครงการ

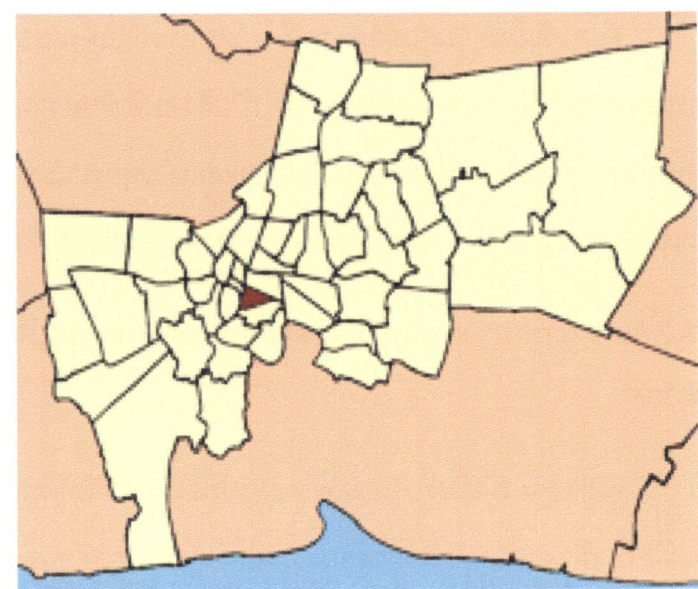
4.6.1 ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ

ภาพที่ 4.2 แสดงตำแหน่งเขตพื้นที่ประเทศไทย



ที่มา : สำนักผังเมือง, 2550

ภาพที่ 4.3 แสดงตำแหน่งเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

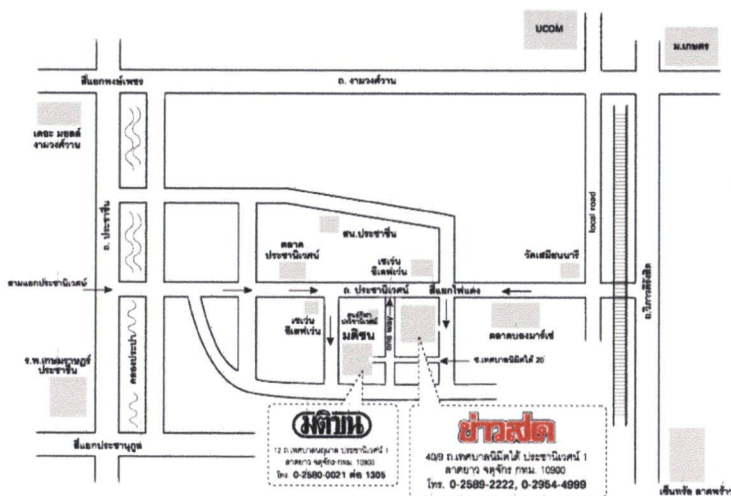


ที่มา : สำนักผังเมือง, 2550

4.6.2 ที่ตั้งโครงการ

สำนักงานบริษัท มติชน จำกัด(มหาชน) เป็นตึกสำนักงานจำนวน 10 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 12 ถนนเทศบาลนฤมาล หมู่บ้านประชานิเวศน์ 1 แขวง ลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

ภาพที่ 4.4 แสดงการเข้าถึงอาคารมติชน จำกัด (มหาชน)

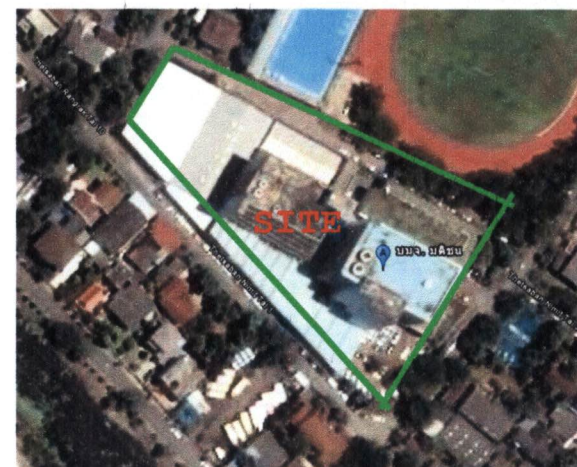


ที่มา: เว็บไซต์ www.maticchon.co.th

4.6.3 ขนาดที่ตั้งโครงการ

โครงการอาคารสำนักงานบริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) มีเนื้อที่ประมาณ 8,000 ตร.ม. สภาพโดยรอบถูกกำหนดโดยแผนผังเมืองเป็นพื้นที่สีแดงซึ่งเป็นสวนพานิชยกรรม เหมาะสำหรับการประกอบธุรกิจ

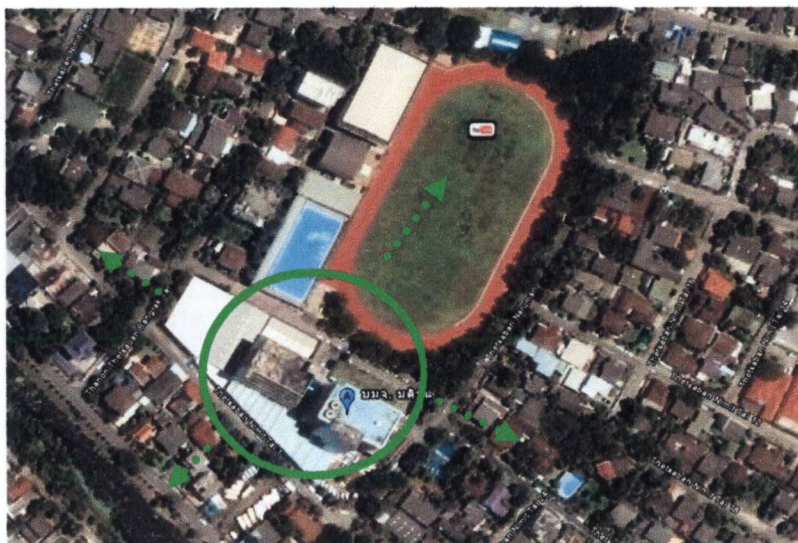
ภาพที่4.5 แสดงตำแหน่งที่ตั้งโครงการ



ที่มา: เว็บไซต์ www.maticchon.co.th

ภาพที่ 4.6 แสดงสภาพแวดล้อมโดยรอบ

ภาพที่ 4.6 แสดงตำแหน่งทัศนียภาพโดยรอบโครงการ



ที่มา: เว็บไซต์ www.matichon.co.th

4.6.4 สภาพแวดล้อมโดยรอบ

ทิศเหนือ ติดกับที่อยู่อาศัยของประชาชนในหมู่บ้านประชาชนเวศน์

ทิศตะวันออก ติดกับศูนย์กีฬาประชาชนเวศน์ กรุงเทพมหานคร

ทิศใต้ ติดกับที่อยู่อาศัยของประชาชนในหมู่บ้านประชาชนเวศน์

ทิศตะวันตก ติดกับบึงได้เสไฟฟ้าแรงสูง ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต

ภาพที่ 4.7 แสดงสภาพทางสัญจรและการเข้าถึงโครงการ



-----> ถนนสายรอง(เดินรถทางเดียว)

.....> ถนนสายหลัก(เดินรถสองทาง)

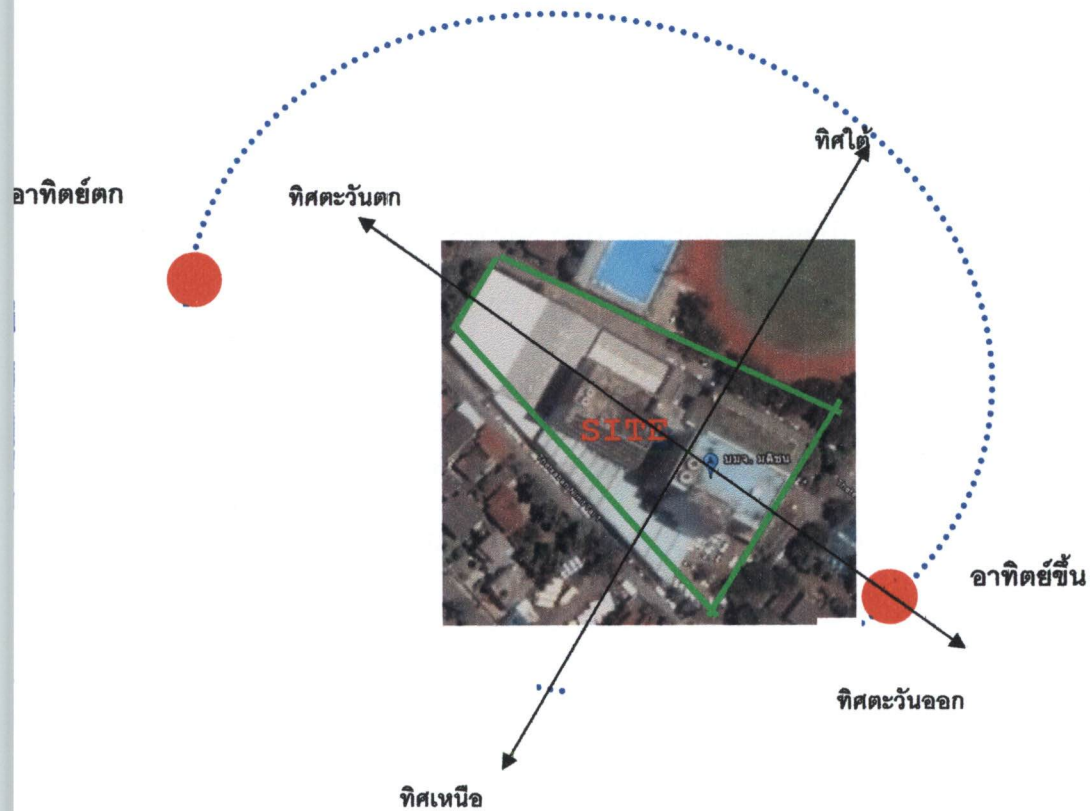
ที่มา: เว็บไซต์ www.matichon.co.th

4.6.5 เส้นทางสัญจรการเข้าถึงโครงการ

- รถโดยสารส่วนตัว จากถนนประชาชนเวศน์ 1 เลี้ยวเข้าซอย ถนนเทศบาลรังรักษ์ใต้ เข้าไปถึงตัวอาคารจะมีการเตรียมพื้นที่จอดรถอยู่ตรงข้ามกับด้านหน้าของตัวอาคาร ซึ่งจอดรถมีจำกัดโดยส่วนมากผู้ที่ขับรถมา จะจอดตามริมถนนในซอยของหมู่บ้าน (ในอนาคตจะมีโครงการสร้างอาคารจอดรถเพิ่ม บริเวณด้านข้างของอาคารสำนักงาน)

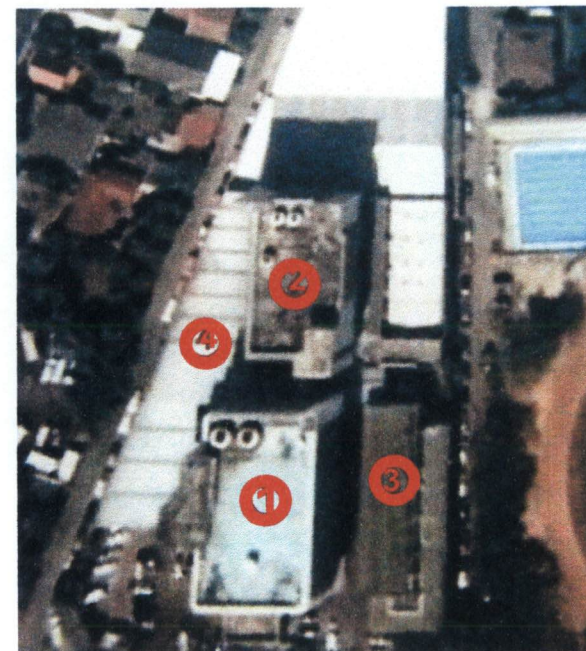
- รถโดยสารประจำทาง มีป้ายรถโดยสารอยู่ปากซอยทางเข้า โดยเมื่อลงจากรถโดยสารประจำทางแล้วสามารถเดินหรือนั่งรถมอเตอร์ไซด์รับจ้างเข้าสู่อาคารได้ โดยหมายเลขรถโดยสารที่ผ่านมาก็คือ 67,66 และ 70 (จุดเส้นเรียบคลองประปา) รถสองแถวหมายเลข 1075

ภาพที่ 4.8 แสดงทิศทางแดดลม



ที่มา: เว็บไซต์ www.matichon.co.th

ภาพที่ 4.9 แสดงตำแหน่งของกลุ่มอาคารสำนักงานมัติชน



ที่มา: เว็บไซต์ www.google earth.co.th

4.6.6 แนะนำกลุ่มอาคารของบริษัทมติชน จำกัด (มหาชน)

1. ส่วนโรงพิมพ์ เป็นอาคารโกดังที่ใช้สำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ และหนังสือของสำนักพิมพ์รวมทั้งลูกค้าภายนอกด้วย ซึ่งในปัจจุบันนั้น มีการขยายพื้นที่ของ
2. อาคารสำนักงานเก่าของมติชน ปัจจุบันเป็นที่ทำการของบริษัทจัดจำหน่ายและโรงอาหารซึ่งในอนาคตนั้นจะมีโอกาสปรับปรุงการใช้งานในรูปแบบที่เหมาะสมต่อไป
3. อาคารสำนักงาน 6 ชั้น เป็นอาคารผลิตหนังสือพิมพ์ (ที่ตั้งแป้นพิมพ์) และที่ทำงานอาคารฝ่ายสถานที่ต่างๆ
4. อาคารสำนักงาน 10 ชั้น เป็นอาคารที่ทำงานสำหรับการผลิตข่าว (กองบรรณาธิการข่าว) และการบริหารงาน

4.6.7 อาคารในเครือมติชนที่เลือกมาปรับปรุงและออกแบบ

อาคารสำนักงาน 10 ชั้น บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)

ลักษณะอาคารเป็นอาคารสำนักงานที่สร้างขึ้นสำหรับ บริษัทมติชน โดยเฉพาะ อาคารตั้งอยู่ตั้งอยู่ในหมู่บ้านประชานิเวศน์ โดยด้านหลังอาคาร 10 ชั้น ติดกับ ตัวอาคาร 6 ชั้น ของบริษัท ซึ่งเป็นอาคารฝ่ายผลิต ด้านข้างติดกับอาคารเก่ามติชน ส่วนอีกสองด้านที่เหลือจะติดกับที่พักของคนในหมู่บ้านประชานิเวศน์ รูปทรงอาคาร 10 ชั้นนั้นเป็นอาคารสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยมีมุมอาคารทั้ง 4 ด้าน มีการปาดมุมออกเล็กน้อย การออกแบบพื้นที่ใช้สอย ให้ส่วนล่างสุด เป็นพื้นที่ โถงเพื่อการเข้าถึง และชั้นถัดไป จึงเป็นสำนักงานของแผนกต่างๆ

ภาพที่ 4.10 แสดงทัศนียภาพอาคารสำนักงานมิตินัน จำกัด (มหาชน)



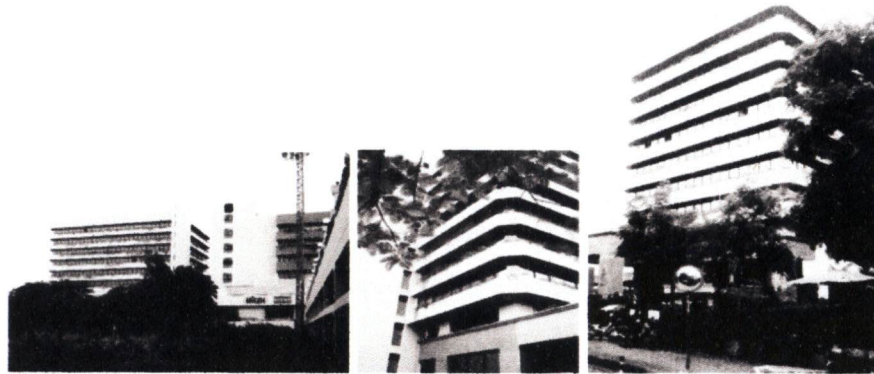
ที่มา: สำนักงานมิตินัน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 4.11 แสดงทัศนียภาพอาคารสำนักงานมิตินัน จำกัด (มหาชน)



ที่มา: สำนักงานมิตินัน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.1 อาคารสำนักงานบริษัทมตixon จำกัด มหาชน



ที่มา : บริษัทมตixon จำกัด (มหาชน)

บทที่ 5 รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ

5.1 ความเป็นมาขององค์กร

5.1.1 การจัดตั้งบริษัท

จดทะเบียนก่อตั้งเป็นบริษัท จำกัด เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ.2521 ในนาม บริษัท มตixon จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจการพิมพ์ โดยเป็นผู้พิมพ์หนังสือและนิตยสารต่างๆ และรับจ้างโฆษณา ได้รับอนุมัติเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2532 และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัดต่อกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2536 ทะเบียน เลขที่ บมจ.219 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 245 ล้านบาท

- การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในปีที่ผ่านมา

ในปีที่ผ่านมา บริษัทได้ขยายการลงทุนโดยปรับนิตยสารเส้นทางเศรษฐกิจรายเดือนเป็นรายปักษ์เพื่อสร้างโอกาสทางรายได้และขยายกลุ่มผู้อ่านที่มีความต้องการประกอบวิชาชีพเฉพาะทางมากขึ้น พร้อมกับการปรับปรุงศูนย์อบรมวิชาชีพระยะสั้นให้มีมาตรฐานความเป็นสถาบัน เป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่ง บริษัทได้พัฒนาศูนย์ข้อมูลโดยเปิดให้บริการรับข้อมูลผ่านห้องสมุดออนไลน์ E LIBRARY ซึ่งมีโอกาสทางธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต

บริษัทได้ดำเนินโครงการส่งเสริมการขายทั้งด้านการโฆษณาและจัดจำหน่าย เพื่อสร้างการรับรู้และตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งผู้อ่าน บริษัทห้างร้าน บริษัทโฆษณาที่ให้การสนับสนุนโดยใช้บริการผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จนบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจจำนวนมาก

5.1.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ มีผลิตภัณฑ์หลักคือหนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์ราย 3 วัน หนังสือพิมพ์ราย

สัปดาห์นิตยสาร และหนังสือเฉพาะกิจประเภทต่างๆ ดังรายการต่อไปนี้

ประเภท ชื่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัท ในเครือ

หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์ราย 3 วัน นิตยสาร นิตยสาร รายสัปดาห์ นิตยสารรายปักษ์ นิตยสารรายเดือน หนังสือเฉพาะกิจ หนังสือเพื่อเกิดบุ๊ค มติชน , ข่าวสด ประชาชาติธุรกิจ มติชนสุดสัปดาห์ เทคโนโลยี ชาวบ้าน เส้นทางเศรษฐกิจ, ศิลปวัฒนธรรม การเกษตร. สารคดี .ประวัติบุคคล วรรณกรรม , เรื่องแปล , การบริหาร ฯลฯ

บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) ประกอบไปด้วยบริษัทย่อยอีก 2 บริษัท คือ บริษัท ข่าวสด จำกัด (ถือหุ้นร้อยละ 99.99) ซึ่งประกอบกิจการออกหนังสือพิมพ์รายวัน “ข่าวสด” และออกหนังสือเฉพาะกิจ และบริษัท งานดี จำกัด (ถือหุ้นร้อยละ 99.5) ซึ่งประกอบกิจการจัดจำหน่ายหนังสือในเครือของบริษัทฯ และของสำนักพิมพ์อื่น ๆ โดยปัจจุบัน บริษัท มติชน จำกัด โดยปัจจุบัน บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) รับจ้างพิมพ์หนังสือพิมพ์ข่าวสด ให้แก่บริษัท ข่าวสด จำกัด สำหรับบริษัท งานดี จำกัด นั้นเป็นผู้จัดจำหน่ายหนังสือทุกฉบับในเครือของมติ

บริษัท ข่าวสด จำกัด เป็นบริษัทย่อย ของ บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ประกอบกิจการออกหนังสือพิมพ์รายวัน “ข่าวสด” นับเป็นหนังสือพิมพ์ที่สร้างประวัติศาสตร์ไว้ในวงการหนังสือพิมพ์ของเมืองไทย ที่ใช้ระยะเวลาดำเนินการเพียงไม่กี่ปี สามารถยึดครองส่วนแบ่งการตลาด มียอดจำหน่ายเป็นอันดับ 3 ของประเทศในกลุ่มหนังสือพิมพ์รายวันด้วยกัน และบริษัทข่าวสด จำกัด ยังออกหนังสือเฉพาะกิจ ด้วย

บริษัท งานดี จำกัด เป็นบริษัทย่อยของ บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบกิจการจัดจำหน่ายหนังสือในเครือของบริษัทฯ และ ของสำนักพิมพ์อื่น ๆ ให้แก่เอเยนต์ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด โดยวิธีการขนส่งทั้งทางบก และทางอากาศ บริษัทมีเอเยนต์จัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ในเครือทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยการจัดจำหน่ายชนิดขายฝากแก่เอเยนต์

ภาพที่ 5.2 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมติชน



ที่มา : เว็บไซต์ www.matchon.co.th

5.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์อื่นๆ มีผลิตภัณฑ์หลักคือ หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์รายสามวัน หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์นิตยสาร และหนังสือเฉพาะกิจประเภทต่างๆ ดังรายการต่อไปนี้

หนังสือพิมพ์

มติชนรายวัน เป็นหนังสือพิมพ์รายวัน ที่เน้นหนักทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจทั้งในประเทศและ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 ราคา 8 บาท

ข่าวสด เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่ได้รับการยอมรับจากผู้อ่านเป็นอย่างสูงครอบคลุมเนื้อหาสาระ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ในการทำข่าวทั่วไป ราคา 8 บาท

ประชาชาติธุรกิจ เป็นหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการทำธุรกิจต่างๆทั่วไป เป็นธุรกิจราย 3 วัน วางจำหน่ายทุกวันพุธและวันเสาร์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 ราคา 25 บาท

นิตยสาร

มติชนสุดสัปดาห์ เป็นหนังสือรายสัปดาห์แนววิจารณ์ วางจำหน่ายทุกวัน

จันทร์-ครอบคลุม

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 เนื้อหาบทวิเคราะห์เจาะลึกของข่าวสารต่างๆ

ราคา 40 บาท

ศิลปวัฒนธรรม นิตยสารรายเดือนวางทุกต้นเดือนโดยมีเนื้อหาสาระที่มุ่ง

ให้ความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ประวัติศาสตร์ในอดีต

และโบราณคดี ราคา 120 บาท

เทคโนโลยีชาวบ้าน เป็นนิตยสารรายปักษ์วางตลาดทุกวันที่ 1 และ 15 ของ

เดือน นำเนื้อหาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 เกี่ยวกับเทคนิคการเกษตรและการ

ประกอบอาชีพต่างๆที่มีอยู่แล้วราคา 40 บาท

เส้นทางเศรษฐกิจ เป็นนิตยสารรายปักษ์ วางตลาดทุกวันที่ 1 และ 15 ของ

เดือน มีเนื้อหาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 สาระที่ผู้อ่านสามารถ นำไปใช้ประกอบ

อาชีพเสริมได้ เป็นหนังสือที่แนะนำอาชีพใหม่ๆ ให้แก่ประชาชนทั่วไป

ราคา 40 บาท

หนังสือพอกเกิดบุ๊ค เป็นหนังสือที่ครอบคลุมทั้งวรรณกรรม ธุรกิจ

ศิลปวัฒนธรรม ศาสนาบุคคล วิชาการและสาระบันเทิง เพื่อตอบสนอง

ความต้องการของผู้อ่านทั่วไป เป็นหนังสือที่พิมพ์โดยเฉลี่ย เดือนละ 50 เรื่อง

5.3 เกี่ยวกับองค์กร

5.3.1 ค่านิยมองค์กร

“การประกอบอาชีพหนังสือพิมพ์เพื่อให้เป็นหนังสือพิมพ์ แท้จริงนั้น ต้องกระทำด้วยสำนึกที่ว่าเพื่อผลประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ และของชาติเป็นที่สุด”

5.1.3 วิสัยทัศน์

เป็นสื่อที่มีคุณภาพ ที่สามารถเข้าถึงผู้อ่าน ทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย เพื่อให้ผู้อ่านได้เสพสิ่งที่มีสาระในชีวิต เพื่อที่จะช่วยพัฒนาให้สังคมไทยพัฒนาแนวความคิด โดยมีสื่อที่มีคุณภาพอย่างมติชนคอยให้ข้อมูลข่าวสารใหม่สดทุกเรื่อง ที่ถูกต้อง เทียงตรงและแม่นยำ

5.1.4 พันธกิจ

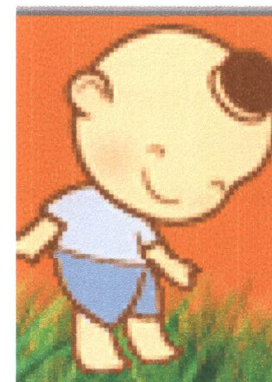
- ผลิตหนังสือพิมพ์ที่มีคุณภาพ ที่ดีที่สุด
- นำเสนอข่าวที่ถูกต้อง และตรงไปตรงมา
- เป็นบริษัทสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวด้วยตัวตนและจิตวิญญาณของ การเป็นสื่อที่ดี

ภาพที่ 5.3 แสดงภาพสัญลักษณ์ของหนังสือพิมพ์มติชน



ที่มา: เว็บไซต์ www.matichon.co.th

ภาพที่ 5.4 แสดงภาพสัญลักษณ์ศูนย์ข้อมูลหนังสือพิมพ์มติชน



ที่มา: เว็บไซต์ www.matichon.co.th

5.4 โครงสร้างการจัดการ (ข้อมูล ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2552)

คณะกรรมการมี 3 ชุด คือ คณะกรรมการบริษัท , คณะกรรมการบริหาร และ คณะกรรมการตรวจสอบ

5.4.1 คณะกรรมการบริษัท

<u>ชื่อ-นามสกุล</u>	<u>ตำแหน่ง</u>
1. นายชรรค์ชัย บุนปาน	ประธานกรรมการ/ประธานกรรมการบริหาร
2. นายเรืองชัย ทรัพย์นิรันดร์	รองประธานกรรมการ / กรรมการบริหาร
3. นายไพโรจน์ ปรีชา	รองประธานกรรมการ / กรรมการบริหาร
4. นายณรงค์ จุนเจือสุภฤกษ์	รองประธานกรรมการ / กรรมการบริหาร
5. นายชลิต กิติญาณทรัพย์	รองประธานกรรมการ / กรรมการบริหาร
6. นายสมหมาย ปาริจัตต์	กรรมการผู้จัดการ / กรรมการบริหาร
7. นายปิยะชาติ มงคลไชยสิทธิ์	ผู้จัดการทั่วไป / กรรมการบริหาร

8. นายฐากร บุนปาน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ข่าวสด / กรรมการบริหาร

9. นางสาวสุจรรยา วุฒิพงศ์ชัยกิจ ผู้อำนวยการแผนกบัญชี / กรรมการบริหาร

10. ม.ร.ว. กำลูนเทพ เทวกุล กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ

11. นายไพฑูรย์ เนติโพธิ์ กรรมการอิสระ และ ประธานกรรมการตรวจสอบ

12. นายสมชาติ ดลยานุเคราะห์ กรรมการอิสระ และ กรรมการตรวจสอบ

5.4.2 กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท

นายชรรค์ชัย บุนปาน ,นายเรืองชัย ทรัพย์นิรันดร์ , นายณรงค์ จุนเจือสุภฤกษ์ , สมหมาย ปาริจัตต์ , นายปิยะชาติ มงคลไชยสิทธิ์ กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท เลขานุการคณะกรรมการ นางสาวสุจรรยา วุฒิพงศ์ชัยกิจ

5.4.3 อำนาจหน้าที่ของกรรมการ

กรรมการต้องปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และระมัดระวังรักษาผลประโยชน์ของบริษัท กรรมการมีหน้าที่กำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของบริษัท และกำกับควบคุมดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินการให้เป็นตามนโยบายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5.4.4 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

1. ประชุม รับทราบนโยบายจากคณะกรรมการบริษัทฯ มาแปรให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์
2. ประชุมหารือ เพื่อพิจารณาในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานโดยรวมของแต่ละหน่วยงานในองค์กร เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ประชุมหารือ เพื่อกำหนดแผนการทำงาน ประสานงานในทางปฏิบัติของแต่ละเรื่องที่สำคัญของทุกหน่วยงานในองค์กร พร้อมพิจารณาทบทวน ประเมินผล ปรับปรุงการปฏิบัติงาน

4. ประชุม รับทราบผลการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงาน พร้อมให้คำแนะนำ

5.4.5 ผู้บริหาร บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1. นายสมหมาย ปาริฉัตรดี	กรรมการผู้จัดการ
2. นายปิยะชาติ มงคลไชยสิทธิ์	ผู้จัดการทั่วไป
3. นายธรรมากร บุญปาน	บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ข่าวสด
4. น.ส.สุจรรยา วุฒิพงศ์ชัยกิจ	ผู้อำนวยการแผนกบัญชี
5. นายสุรกล อุดุลยานนท์	รองบรรณาธิการบริหาร นสพ. มติสุดส์ปดาร์
6. นายพิเชียร คุระทอง	บรรณาธิการอำนวยการ นสพ.มติชน
7. นายสุวพงศ์ จันผิงเพชร	บรรณาธิการ นสพ.มติชน และผู้ช่วย บรรณาธิการ นสพ.มติชนสุดส์ปดาร์

- 8. น.ส.จุฬาลักษณ์ ภู่เกิด บรรณาธิการบริหาร นสพ.มติชน
- 9. นายสมปรารถนา คล้ายวิเชียร บรรณาธิการ นสพ.ประชาชาติธุรกิจ
- 10. น.ส.บุญลาภ ภูสุวรรณ บรรณาธิการบริหาร นสพ.ประชาชาติธุรกิจ
- 11. นายประพันธ์ ผลเสวก บรรณาธิการอำนวยการนิตยสาร
เทคโนโลยีชาวบ้าน
- 12. นายโอภาส เพ็งเจริญ บรรณาธิการบริหารนิตยสารเส้นทางเศรษฐกิจ
- 13. นายสุพจน์ แจ่มเร็ว บรรณาธิการนิตยสารศิลปวัฒนธรรม
- 14. น.ส.สุมิตรา จันทร์เงา ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูล
- 15. นายณัฐพงศ์ ลิ้มจิตติ ผู้อำนวยการฝ่ายผลิต
- 16. น.ส.อุบลพรรณ นุตพันธ์พิสุทธิ์ ผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณา
- 17. นายสุชาติ ศรีสุวรรณ ผู้จัดการสำนักพิมพ์
- 18. นางสาวปานบัว นูนปาน * หัวหน้าสำนักประธาน

19. นายศิษฏ์ สุนันท์สถาพร ที่ปรึกษากฎหมาย

5.4.6 คณะที่ปรึกษา

- 1. นายศักดิ์ชัย บำรุงพงศ์ ประธานที่ปรึกษา
- 2. พล.ต.อ.วชิษฐ เดชกุญชร รองประธานที่ปรึกษา
- 3. พล.อ.สำเภา ชูศรี ที่ปรึกษา
- 4. นายชาติรี ประภาพันธ์ ที่ปรึกษา
- 5. นายลิขสิทธิ์ ปานสมจิตต์ ที่ปรึกษา
- 6. นายเกียรติชัย พงษ์พาณิชย์ ที่ปรึกษา
- 7. นายจรัญ พงษ์จีน ที่ปรึกษาฝ่ายสังคมและธุรกิจ

5.4.7 คณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วย

- 1. นายไพฑูรย์ เนติโพธิ์ ประธานกรรมการตรวจสอบ
- 2. ม.ร.ว.กำลูนเทพ เทวกุล กรรมการตรวจสอบ
- 3. นายสมชาติ ดลยานุเคราะห์ กรรมการตรวจสอบ

4. นางสาวแสงสุรีย์ อินทเดช เลขานุการคณะกรรมการ

ตรวจสอบ

5.4.8 ขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ

1. ดูแลกระบวนการจัดทำและเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงินของบริษัทให้มีความถูกต้อง ครบถ้วนเพียงพอ และเชื่อถือได้
2. ดูแลให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
3. พิจารณา คัดเลือกและเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีของบริษัท
4. ประสานงานกับผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับการดำเนินการตรวจสอบแผนงาน และปัญหาที่พบบ่อยระหว่างการตรวจสอบแผนงานและปัญหาที่พบบ่อยระหว่างการตรวจสอบ ผลการตรวจสอบและข้อเสนอแนะของผู้สอบบัญชี
5. ดูแลให้บริษัทปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
6. ดูแลไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
7. ดูแลการแต่งตั้ง โยกย้าย หรือเลิกจ้าง หัวหน้าสำนักงานตรวจสอบภายใน
8. ประสานงานกับสำนักตรวจสอบภายในและรับทราบเกี่ยวกับการวางแผนการตรวจสอบ รายงานผลการตรวจสอบ ตลอดจนปัญหาและ

ข้อเสนอแนะของสำนักงานตรวจสอบภายใน รวมทั้งติดตามการดำเนินการของฝ่ายจัดการต่อข้อเสนอแนะดังกล่าว

9. ปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดหรือได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการของบริษัท

5.4.9 การสรรหากรรมการและผู้บริหาร

การเลือกกรรมการบริษัท จะต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยประธานกรรมการ

จะเป็นผู้เสนอรายชื่อบุคคลที่จะแต่งตั้งเป็นกรรมการ ต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ไม่ได้ผ่านคณะกรรมการสรรหา (บริษัทไม่มีคณะกรรมการสรรหา)

5.4.10 สิทธิของผู้ลงทุนรายย่อยในการแต่งตั้งกรรมการ

การเลือกตั้งกรรมการของบริษัทฯ ให้กระทำโดยที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์และ

วิธีการดังนี้

1. ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับหนึ่งหุ้นต่อหนึ่งเสียง
2. ในการเลือกกรรมการ อาจใช้วิธีออกเสียงลงคะแนนเลือกกรรมการเป็นรายบุคคลคราวละคน หรือคราวละ

หลายคน ตามแต่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นจะเห็นสมควร แต่ในการลงมติแต่ละครั้งผู้ถือหุ้นต้องออกเสียงด้วยคะแนนที่มีตาม (1.) ทั้งหมดจะแบ่งคะแนนเสียงแก่คนใด มากน้อยเพียงใดไม่ได้

3. การออกเสียงลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการให้ใช้เสียงข้างมาก หากมีคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ผู้เป็นประธานที่ประชุมเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาด

5.5 ค่าตอบแทนผู้บริหาร

5.5.1 ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

ค่าตอบแทนของกรรมการบริษัท ในปี 2549 เบื้องประชุม

1. นายชรรค์ชัย บุนปาน	132,00	บาท
2. นายพงษ์ศักดิ์ พยัณวิเชียร	69,000	บาท
(ลาออกวันที่ 10 พ.ย.2549)		
3. นายเรืองชัย ทรัพย์นิรันดร์	92,000	บาท
4. นายไพโรจน์ ปรีชา	92,000	บาท

5. นายณรงค์ จุนเจือสุภฤกษ์	92,000	บาท
6. นายชลิต กิติญาณทรัพย์	72,000	บาท
7. นายสมหมาย ปาริจฉัตต์	108,000	บาท
8. นายปิยะชาติ มงคลไชยสิทธิ์	92,000	บาท
9. นายสุภากร บุนปาน	62,000	บาท
10. นางสาวสุจรรยา วุฒิมงคลชัยกิจ	82,000	บาท
11. ม.ร.ว. กำลูนเทพ เทวกุล	340,000	บาท
12. นายไพฑูรย์ เนติโพธิ์	718,000	บาท
13. นายสมชาติ ดลยานุเคราะห์	615,000	บาท
รวม	2,566,000	บาท

ที่มา: เว็บไซต์ www.matichon.co.th

ตารางที่ 5.1 ค่าตอบแทนกรรมการ

ปี 2549		
ค่าตอบแทนรวมของกรรมการ		
แยกเป็น	- เงินเดือน	16,140,600
	- ค่าครองชีพ	236,000
	- โบนัส	4,531,275
ที่ปรึกษา	- เงินเดือน	5,749,285
	- ค่าครองชีพ	67,200
	- โบนัส	1,955,200
	- เบี้ยประชุม	437,000

ค่าตอบแทนรวมของผู้บริหาร จำนวน 16 คน		
แยกเป็น	- เงินเดือน	16,427,610
	- ค่าครองชีพ	345,600
	- โบนัส	4,865,000
	- เบี้ยประชุม	1,302,000

ที่มา: เว็บไซต์ www.matchon.co.th

5.5.1 ค่าตอบแทนอื่น

ไม่มี

5.6 การกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญ และจัดให้มีกระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญของคณะกรรมการบริษัท ในการกำกับดูแลการดำเนินงานและการบริหารงานของบริษัทฯ ให้ได้มาตรฐานและเป็นไปในแนวทางที่ถูกต้อง

5.6.1 หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อ

5.6.1.1 นโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ เนื่องจากเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจให้มีการเจริญเติบโตที่ยั่งยืน คณะกรรมการบริษัทมีความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะปฏิบัติตามหลักการดังกล่าว โดยได้กำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของบริษัทให้ความสำคัญต่อระบบการควบคุม และการตรวจสอบภายใน กำกับดูแลฝ่ายบริหารให้ดำเนินการตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์ในระยะยาวของผู้ถือหุ้น ภายใต้กรอบข้อกำหนดของกฎหมาย อย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

5.6.1.2 สิทธิของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นในการได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องครบถ้วน เพื่อประกอบการตัดสินใจในการประชุมผู้ถือหุ้นซึ่งบริษัทได้จัดส่งหนังสือนัดประชุมพร้อมทั้งข้อมูลประกอบการประชุมตามวาระต่างๆ ให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าก่อนวันประชุม 10 วันทำการ โดยในแต่ละวาระมีความเห็นของคณะกรรมการประกอบ และมีการบันทึกการประชุมถูกต้องครบถ้วน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้บริษัทยังได้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ถือหุ้น ในกรณีที่ผู้ถือหุ้นไม่สามารถเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง ก็สามารถมอบฉันทะให้กรรมการอิสระเป็นผู้รับมอบอำนาจเข้าร่วมประชุมและลงมติแทนได้

5.6.1.3 สิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มซึ่งได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้บริหาร ลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง และสังคมส่วนรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชุมชนและพนักงานโดยที่ผ่านมามีบริษัทได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากบริษัทตระหนักดีว่าวัตถุดิบที่ใช้ในธุรกิจนี้เป็นวัตถุดิบพิษ โดยบริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น กรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม กองควบคุม

มลพิษ ฯลฯ อย่างเคร่งครัด นอกจากนี้บริษัทได้มีระเบียบที่รัดกุมในการให้พนักงานในโรงงานสวมหน้ากากป้องกันฝุ่น สวมรองเท้าหุ้มส้น ขณะปฏิบัติหน้าที่ในโรงงานและสวมใส่ที่อุดหูหากต้องปฏิบัติหน้าที่ในจุดที่มีเสียงดัง

5.7 การประชุมผู้ถือหุ้น

ในการประชุมผู้ถือหุ้นในปี 2549 มีกรรมการเข้าร่วมประชุมทั้งสิ้น 11 ท่าน โดยประธานในที่ประชุมได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในการตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัท สอบถามและแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันซึ่งได้บันทึกประเด็นคำถามและข้อคิดเห็นที่สำคัญไว้ในรายงานการประชุมแล้ว

5.8 ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์

คณะกรรมการได้มีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ กลยุทธ์ เป้าหมายแผนธุรกิจและงบประมาณของบริษัท ตลอดจนกำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนธุรกิจและงบประมาณที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุดให้แก่กิจการ และความมั่นคงสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งบริษัทได้มีการจัดให้

คณะกรรมการบริษัทประชุมร่วมกันทุกเดือน เพื่อปรึกษาหารือ ทบทวนผลการดำเนินงานเป็นประจำ

5.9 ความขัดแย้งทางผลประโยชน์

เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ คณะกรรมการได้ดูแลอย่างรอบคอบเมื่อเกิดรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยได้กำหนดนโยบายและวิธีการดูแลไม่ให้ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องนำข้อมูลภายในของบริษัทไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน

- รายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ : คณะกรรมการได้ทราบถึงรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์และรายการที่เกี่ยวข้องกัน และได้พิจารณาความเหมาะสมอย่างรอบคอบทุกครั้ง รวมทั้งมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์โดยกำหนดราคาและเงื่อนไขเสมือนทำรายการกับบุคคลภายนอก และได้เปิดเผยรายละเอียด มูลค่ารายการ คู่สัญญา เหตุผล/ความจำเป็นไว้ในรายงานประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี

- การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน
 - บริษัทฯ กำหนดให้ผู้บริหารรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์สินต่อสำนักงานกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535
 - ห้ามไม่ให้ผู้บริหารหรือหน่วยงานที่ได้รับทราบข้อมูลภายในเปิดเผยข้อมูลภายในแก่บุคคลภายนอกหรือบุคคลที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง

5.10 จริยธรรมธุรกิจ

บริษัทมีการปลูกฝังจริยธรรมหรือจรรยาบรรณ โดยเริ่มตั้งแต่คณะกรรมการ ฝ่ายจัดการ และพนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และเที่ยงธรรม ทั้งการปฏิบัติต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม สาธารณชน และสังคมคณะกรรมการมีความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่ากระบวนการกำกับดูแลกิจการที่ดี จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทและเป็นหัวใจในการบรรลุเป้าหมายพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่ง อันจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่ ผู้ถือหุ้น

5.11 การถ่วงดุลของกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร

คณะกรรมการบริษัทมีจำนวน 12 ท่านประกอบด้วย

กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	จำนวน	4	ท่าน
กรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหาร	จำนวน	5	ท่าน
กรรมการที่เป็นอิสระ	จำนวน	3	ท่าน

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัทฯ ตลอดจนมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และความระมัดระวังรักษาผลประโยชน์ของบริษัทฯ

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้พิจารณากำหนดนิยาม “กรรมการอิสระ” ตามกรอบขั้นต่ำของนิยามกรรมการอิสระที่ประกาศโดยสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5.11.1 การรวมหรือแยกตำแหน่ง

ประธานกรรมการไม่เป็นบุคคลเดียวกันกับกรรมการผู้จัดการ เพื่อเป็นการแบ่งแยกหน้าที่ในการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลและการบริหารงานประจำ นอกจากนี้โครงสร้างคณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการที่เป็นอิสระจำนวน 3 ท่าน

5.11.2 ค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทยังไม่มีอนุกรรมการกำหนดค่าตอบแทน แต่มีกระบวนการพิจารณาค่าตอบแทนเบื้องต้นที่เหมาะสม โดยใช้ข้อมูลค่าตอบแทนของบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันและมีขนาดใกล้เคียงกัน รวมทั้งผลประกอบการของบริษัทประกอบการพิจารณากำหนด

5.11.3 การประชุมคณะกรรมการ

คณะกรรมการมีกำหนดการประชุมโดยปกติเป็นประจำทุกเดือน ในวันศุกร์สัปดาห์ที่ 3 ของเดือนและมีการประชุมพิเศษเพิ่มความจำเป็นโดยมีการกำหนดวาระชัดเจนไว้ล่วงหน้า ฝ่ายเลขานุการบริษัทได้จัดหนังสือเชิญประชุมพร้อมระเบียบวาระการประชุมและเอกสารก่อนการประชุมล่วงหน้า 7 วันเพื่อให้คณะกรรมการได้มีเวลาศึกษาข้อมูลอย่างเพียงพอก่อน

เข้าร่วมประชุม ปกติการประชุมแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 2 1/2 ชั่วโมง โดยในปี 2549 ที่ผ่านมากomiteeกรรมการมีการประชุมปกติจำนวน 12 ครั้ง

ทั้งนี้ได้มีการจัดบันทึกการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษร จัดเก็บรายงานการประชุมที่ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการพร้อมให้คณะกรรมการและผู้ที่เกี่ยวข้องตรวจสอบได้

5.12 ระบบการควบคุมและการตรวจสอบภายใน

- ระบบการควบคุมและการตรวจสอบภายใน
 - บริษัทได้ให้ความสำคัญต่อระบบควบคุมภายในทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ มีการควบคุมดูแลการใช้ทรัพย์สินของบริษัทให้เกิดประโยชน์และมีการแบ่งแยกหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ผู้ติดตามควบคุมและประเมินผลออกจากกันเพื่อให้เกิดการถ่วงดุลและตรวจสอบระหว่างกันอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับระบบการเงิน โดยบริษัทได้จัดให้มีระบบรายงานทางการเงินเสนอต่อผู้บริหารตามรายงานที่รับผิดชอบ

- การบริหารความเสี่ยง
คณะกรรมการบริษัทได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงเป็นอย่างมาก บริษัทได้มีการกำหนดและประเมินความเสี่ยงของกิจการ มีการกำหนดมาตรการป้องกันและจัดการความเสี่ยง ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัท

5.13 ความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน

คณะกรรมการบริษัทตระหนักดีว่าข้อมูลของบริษัท ทั้งที่เกี่ยวกับการเงินและที่ไม่ใช่การเงินล้วนมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ลงทุนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท จึงได้กำชับให้ฝ่ายบริหารดำเนินการในเรื่องที่เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลที่ครบถ้วน ตรงต่อความเป็นจริง เชื่อถือได้ สม่าเสมอ และทันเวลา ซึ่งฝ่ายบริหารของบริษัท ได้ให้ความสำคัญและยึดถือปฏิบัติมาโดยตลอด ในส่วนของงานด้านผู้ลงทุนสัมพันธ์นั้น บริษัทยังไม่จัดตั้งหน่วยงานขึ้นเฉพาะ แต่มีเจ้าหน้าที่ประสานงาน ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับผู้ลงทุนสถาบัน ผู้ถือหุ้น รวมทั้งนักวิเคราะห์และภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกิจกรรมในเรื่องดังกล่าวยังไม่มากนัก ซึ่งผู้ลงทุนสามารถติดต่อขอทราบข้อมูลบริษัทได้ที่ โทร. 02-589-0020 ต่อ1751 และที่ website: www.matichon.co.th

5.14 การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน

บริษัท มัติชน จำกัด (มหาชน) มีนโยบายกำหนดไว้ชัดเจนในเรื่องห้ามไม่ให้พนักงานระดับบริหารของบริษัทฯ ทุกคนนำข้อมูลภายในของบริษัทฯ ไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำไปใช้เพื่อซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อีกทั้งยังกำหนดให้พนักงานระดับบริหารจะต้องรายงานการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯของตนต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ให้รับทราบทุกครั้งที่มีการซื้อขาย หากพนักงานระดับบริหารของบริษัทฯ รายใดฝ่าฝืนจะได้รับโทษสูงสุดถึงขั้นให้ออกนอกเหนือจากโทษอื่นๆ ที่ต้องได้รับตามกฎหมายที่กำหนดไว้

5.15 บุคลากร

จำนวนพนักงานของบริษัท มัติชน จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549) มีจำนวนพนักงานทั้งสิ้น 1,572 คน
บริษัท มัติชน จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,049 คน

บริษัท ชาวสด จำกัด	จำนวน	234 คน
บริษัท งานดี จำกัด	จำนวน	289 คน

ผลตอบแทนรวมของพนักงาน บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ในปี 2549 เป็นเงิน 452.63 ล้านบาท (ผลตอบแทนรวมประกอบด้วย เงินเดือน, ค่าครองชีพและโบนัส)

5.15.1 กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทฯและบริษัทย่อย ได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพชื่อ “กองทุนสำรองเลี้ยงชีพกลุ่มบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)” ซึ่งจดทะเบียนแล้ว โดยพนักงานที่เป็นสมาชิกกองทุนจะต้องเป็นพนักงานประจำ ทั้งนี้ พนักงานจะจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนในอัตราร้อยละ 3 ของเงินเดือน บริษัทฯ และบริษัทย่อยจ่ายสมทบในอัตราเดียวกันกับพนักงาน

ในปี 2549 บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย จ่ายเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเป็นเงิน 6,007,232.25 บาท

5.16 นโยบายในการพัฒนาพนักงาน

บริษัทฯมีนโยบายในการเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพของบุคลากร ขึ้นมาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันและรับมือกับ

วิทยาการใหม่ๆที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจึงจัดให้มีการอบรมภายในองค์กร และกับองค์กรภายนอก

ไม่แต่เพียงความสำเร็จในด้านธุรกิจเท่านั้น สิ่งทีหนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ของบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)ก็ภูมิใจและยึดถือเป็นหลักในการทำงานตลอดมา ก็คือจุดยืนอันแน่วแน่มั่นคงในการเสนอข่าวที่ถูกต้องเที่ยงธรรม รวดเร็ว และเป็นประโยชน์รวมทั้งเป็นปากเสียงแก่คนส่วนใหญ่

ดังนั้นนอกเหนือไปจากบทบาทของการรายงานข่าวทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง อันเป็นข่าวหลักของหนังสือพิมพ์โดยทั่วไปแล้ว หนังสือพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ของบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)ก็ยังมีบทบาทสูงยิ่ง ในการนำเสนอข่าว เรื่องสิ่งแวดล้อมและความเคลื่อนไหวของชุมชน และประชาชนในท้องถิ่น อันเป็นบทบาทที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคม และเป็นสิ่งที่รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันให้การสนับสนุนและส่งเสริม

5.2.1 ลูกจ้างบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)

จะไม่มีกิจการจำกัดลูกจ้าง จะให้บริการทั้งบุคคลภายนอกและภายในบริษัท เช่น ประชาชน นักเรียน นักศึกษา นักธุรกิจ ตำรวจ เป็นต้น

5.2.2 คู่แข่งบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)

จะมีคู่แข่งที่สำคัญก็เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ฐานธุรกิจ และวารสารต่างๆ เป็นต้น

5.2.3 เงื่อนไขของบริษัทในการอยู่รอดบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)

จะต้องมีกลยุทธ์ในการแข่งขัน คือ จะต้องมียุทธวิธีและรูปแบบการนำเสนอที่โดดเด่นหรือแตกต่างกับสิ่งตีพิมพ์ชนิดเดียวกัน และต้องมีข้อมูลในการนำเสนอที่มีจุดยืนอันแน่วแน่มั่นคงในการเสนอข่าวที่ถูกต้อง เที่ยงธรรม รวดเร็ว และเป็นประโยชน์รวมทั้งเป็นปากเสียงแก่คนส่วนใหญ่ เป็นประโยชน์แก่ประชาชนส่วนใหญ่ต่อไป โดยไม่ลดละและพร้อมที่จะพัฒนาคุณภาพของการทำงานในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาสาระ การผลิต และกิจกรรมอื่นๆ เพื่อตอบสนองอุปการคุณของผู้อ่านทั้งในปีนี้และปีต่อไป

5.3 แนวโน้มของบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) ในอนาคต

แม้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยตลอดปี 2544จะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลก ที่ประสบวิกฤตอย่างต่อเนื่องแต่ในส่วนอุตสาหกรรมด้านสิ่งพิมพ์ ซึ่งแม้จะได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะด้านรายรับจากรูกรักโฆษณา แต่ก็ยังถือว่าไม่มากนัก อัตราการขยายตัวในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ยังคงเติบโตไปได้เรื่อยๆ

ในส่วนของบริษัทฯ จากนโยบายเข้มงวดด้านรายจ่ายและการขยายการลงทุนด้วยความระมัดระวัง ทำให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่ดำเนินอยู่สามารถเติบโตขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะธุรกิจในกลุ่มงานสำนักพิมพ์ที่มีการขยายตลาดออกไปในต่างจังหวัดมากขึ้น

ขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังมีแผนลงทุนพัฒนาด้านเทคโนโลยีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแท่นพิมพ์ เครื่องอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เพื่อให้ทันสมัยสอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจที่ดำเนินอยู่ และเพื่อเพิ่มรายได้แก่บริษัทฯ มากยิ่งขึ้น

5.4 ลักษณะการบริหารงาน

บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) เป็นสำนักงานที่มีขนาดใหญ่ มีพนักงานกว่าพันคน จึงมีการแบ่งส่วนทำงานที่ซับซ้อน โดยมีการแบ่งชั้นตอนใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. **ส่วนกองบรรณาธิการ** เป็นส่วนที่ทำหน้าที่หาข่าวในแต่ละวัน โดยมีการแบ่งส่วนย่อยๆ ลงไปอีก หน้าที่หลักก็คือคอยหาข่าวสารและติดตามข่าวสารต่างๆ ของบ้านเมืองเพื่อนำไปผลิตเป็นหนังสือพิมพ์ โดยทำงานอยู่ที่อาคารสำนักงาน 10 ชั้น โดยแบ่งการทำงานออกเป็นแผนกต่างๆ
2. **ส่วนผลิต** ทำหน้าที่งานต่อจากส่วนบรรณาธิการไปทำการผลิตต่อ โดยทำหน้าที่จัดพิมพ์หนังสือพิมพ์ หรือหนังสือเพื่อนำออกไปจัดจำหน่าย โดยที่ส่วนฝ่ายผลิตนั้นจะอยู่ที่ตึก 6 ชั้น ด้านหลังอาคาร 10 ชั้น โดยมีทางเชื่อมระหว่างสองตึกอยู่ที่ชั้น 4 ของอาคาร 10 ชั้น ในปัจจุบันการติดต่อระหว่างสองตึกใช้ระบบคอมพิวเตอร์มากขึ้น

3. ส่วนจัดจำหน่าย ทำหน้าที่จัดจำหน่ายหนังสือแต่ละวันไปยัง ส่วนต่างๆของประเทศ โดยปัจจุบัน บริษัทงานดี จำกัด ซึ่งเป็น บริษัทในเครือมติชนคอยบริหารกิจการอยู่ ขั้นตอนการทำงาน คือนำหนังสือพิมพ์ที่ผลิตออกมาจากโรงพิมพ์ไปจัดจำหน่ายต่อ โดยขนส่งไปยังที่ต่างๆต่อไป โดยที่ปัจจุบันนั้นบริษัทงานดี จำกัด ทำงานอยู่ที่อาคารเก่ามติชน

โครงสร้างการทำงานในบริษัทมติชน จำกัด(มหาชน) จะมี ลักษณะคล้ายคลึงกับการทำงานของบริษัทสื่อมวลชนทั่วไป คือมีการแบ่ง การทำงานออกเป็นฝ่ายต่างๆและมีหัวหน้าคอยควบคุมดูแลพนักงานใน แผนกของตัวเองอีกทีหนึ่ง

5.5 หน้าที่และความรับผิดชอบ

โครงสร้างการบริหารงานของบริษัทมติชน แบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ตามที่กล่าวข้างต้น แต่เนื่องจากขอบเขตของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ทำการศึกษาอาคาร 10 ชั้น สำนักงานในส่วนของการทำงานชาวนั้นเอง โดย จะสามารถแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของการบริหารงานได้ดังนี้

5.5.1 ฝ่ายบริหารระดับสูง

เป็นส่วนที่ทำหน้าที่บริหารองค์กรโดยรวมทั้งหมด โดย วางแผนความรับผิดชอบการวางแผนนโยบายแนวโน้มในอนาคตของธุรกิจ สิ่งพิมพ์ รวมถึงเป้าหมายทางการตลาด และดูแลภาพลักษณ์ขององค์กร ดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ
ประธานกรรมการ	เป็นเจ้าของกิจการทำหน้าที่ดูภาพรวม องค์กรทั้งหมด
หัวหน้าสำนักประธานกรรมการ	คอยช่วยประธานกรรมการดูแลกิจการ และบริหารงาน
บรรณาธิการอำนวยการใหญ่	เป็นที่ปรึกษาและดูแลความเรียบร้อย โดยรวม

รองประธานกรรมการ เป็นผู้ช่วยประธานกรรมการบริหารงาน รวมทั้งเป็นหัวหน้าที่ปรึกษาของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

กรรมการผู้จัดการ เป็นกลุ่มนิติบุคคลผู้ได้รับมอบอำนาจทางบริษัทให้ดูแลกิจการทั่วไป รวมถึงพิจารณาอนุมัติโครงการหรือนโยบายต่างๆขององค์กร

แผนงานวิจัยและพัฒนา
ระบบคอมพิวเตอร์

เป็นโปรแกรมเมอร์ทำหน้าดูแลและพัฒนาโปรแกรมที่ใช้ใน

องค์กรเช่น ระบบเงินเดือนและระบบทั่วไป

แผนกห้องมีด

ทำหน้าที่ล้างฟิล์มจากช่างภาพ

5.5.2 ฝ่ายจัดการทั่วไป

เป็นส่วนที่ทำหน้าที่ดูแลเรื่องการจัดการภายในองค์กรทั้งหมด และคอยสนับสนุนหน่วยงานอื่นๆในองค์กรให้ทำงานได้อย่างราบรื่นและสะดวกสบาย โดยแบ่งการจัดการออกเป็นแผนกต่างๆออกไป

แผนกธุรการ

เมื่อนำมาใช้ลงหนังสือ

ทำหน้าที่เกี่ยวกับงานธุรการ

เอกสาร ทั้งภายในและภายนอก

ตำแหน่ง

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ผู้จัดการทั่วไป

เป็นผู้บริหารของกองจัดการทั้งทั่วไป

รองผู้จัดการทั่วไป

เป็นผู้ช่วยคอยดูแลจัดการเรื่องทั่วไปขององค์กร

แผนกประชาสัมพันธ์ภายใน

ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร

กิจกรรมทั้งภายในและภายนอก

- กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชนรายวัน
- กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ
- กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชนสุดสัปดาห์

กับกฎหมายของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ
สิ่งพิมพ์

เป็นที่ปรึกษาอีกคนหนึ่ง และดูแลแผนก
ต่างๆเป็นส่วนๆไปไม่มีความคุ้นเคยกับงาน
ระบบงานเพราะอยู่มานาน

ดูแลงานการบริหารทั้งหมดของหน่วยงาน
และคอยให้คำแนะนำ

ช่วยเหลือดูแลงานการบริหาร งานบริหาร
บุคคลและงานกิจกรรม

เป็นผู้ประสานงานข่าวต่างๆจากแต่ละโต๊ะ
(แผนก) คอยดูแลภาพรวมให้คำปรึกษา
รวมถึงการตัดสินใจในการแก้ปัญหา
เฉพาะหน้า

บรรณาธิการ

บรรณาธิการบริหาร

รองบรรณาธิการบริหาร

บรรณาธิการข่าว

โดยที่ในแต่ละกองจะแยกบริหารจัดการในส่วนของกองงานข่าวของ
ตนเอง ซึ่งจำนวนและความซับซ้อนของหน่วยงานก็ขึ้นอยู่กับงานข่าวของแต่ละ
กองบรรณาธิการนั้นๆว่ามีงานข่าวมากน้อยเท่าไร

ตำแหน่ง

หน้าที่ความรับผิดชอบ

บรรณาธิการอำนวยการ

เป็นที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำ คอยดูแล
ความรับผิดชอบโดยรวม

รองบรรณาธิการอำนวยการ

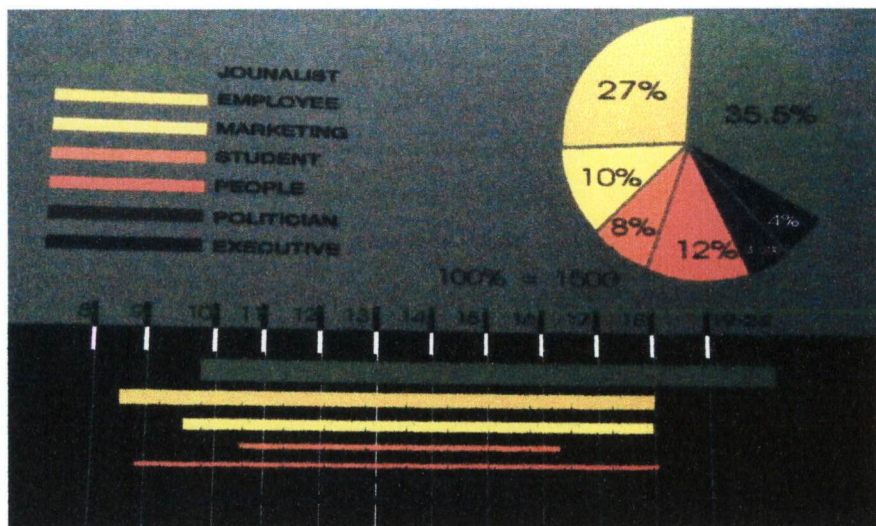
เป็นที่ปรึกษาและเป็นเหมือนตัวแทนของ
กองบรรณาธิการออกไปนอกสถานที่เมื่อมี
ประชุม

บรรณาธิการผู้พิมพ์โฆษณา

เป็นเหมือนบรรณาธิการใหญ่ ซึ่งมีความ
รับผิดชอบสูงสุดเป็นตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง

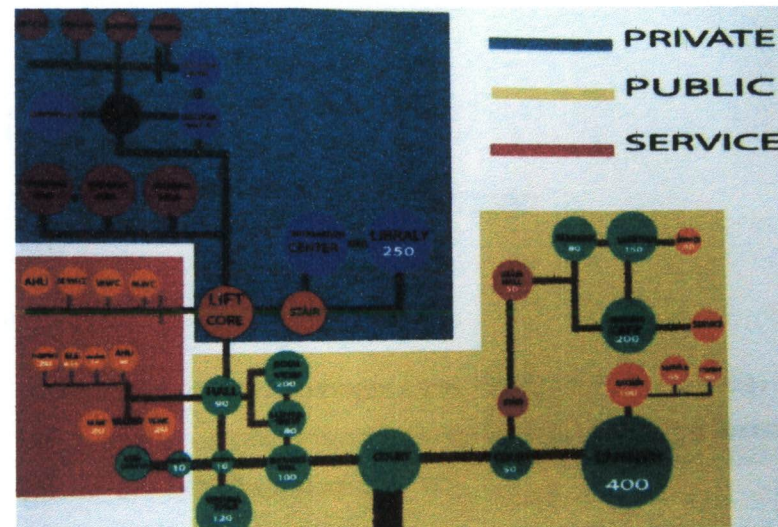
บรรณาธิการข่าว	เป็นเหมือนหัวหน้างานข่าว คอย รับผิดชอบและตัดสินใจเนื้อหาข่าว หน้าหนึ่งในแต่ละวัน	บรรณาธิการ	เป็นผู้จัดหน้าข่าวต่างๆ โดยรับเนื้อหาข่าวมา จากผู้สื่อข่าว
หัวหน้าช่างภาพ	เป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบลูกน้องช่างภาพ	คอมพิวเตอร์	มีหน้าที่พิมพ์ข้อความเนื้อหาข่าวสาร
ช่างภาพ	ถ่ายภาพข่าว เพื่อนำมาลงในหนังสือพิมพ์	หน้าที่พิสูจน์อักษร	ผู้ดูแลการตรวจสอบตัวอักษรของเนื้อหาข่าว ที่พิมพ์ออกมาแล้ว
หัวหน้าข่าว	เป็นผู้ดูแลลูกน้องในสายข่าวของตัวเอง	พิสูจน์อักษร	ตรวจสอบตัวอักษรของเนื้อหาข่าวที่พิมพ์ออก มาแล้ว
ผู้ช่วยหัวหน้าข่าว	เป็นผู้ช่วยหัวหน้าดูแลงานข่าวในสายงานย รวมถึงออกนอกสถานที่เพื่อทำข่าวด้วย	ช่างศิลป์	เป็นผู้ดูแลเรื่องความสวยงามของการจัด หน้า
ผู้สื่อข่าว	เป็นผู้หาข่าวในสายข่าวที่รับผิดชอบ ส่วน ใหญ่ต้องทำงานนอกสถานที่เพื่อติดตาม กระแสข่าวในแต่ละวัน	ฝ่ายห้องภาพ	มีหน้าที่คอยสแกนรูปเพื่อนำมาใช้ ประกอบกับเนื้อหาข่าว
หัวหน้าบรรณาธิการ	เป็นผู้ควบคุมดูแลการจัดหน้าข่าวทั้งหมด	ประจำสำนักงาน	มีหน้าที่อยู่ประจำสำนักงาน
ผู้ช่วยหัวหน้าบรรณาธิการ	เป็นผู้ควบคุมดูแลการจัดหน้าข่าว	เลขานุการ	ดูแลจัดการเรื่องทั่วไปในสำนักงาน

ภาพที่ 5.6 ภาพแสดงประเภทและเวลาของผู้ใช้สอยอาคาร



ที่มา : จากการสำรวจ

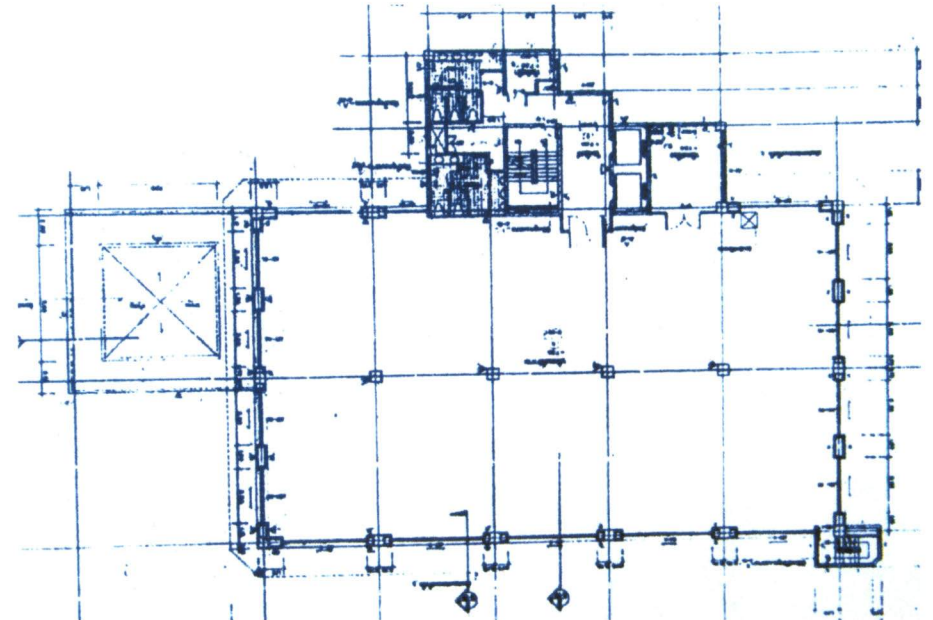
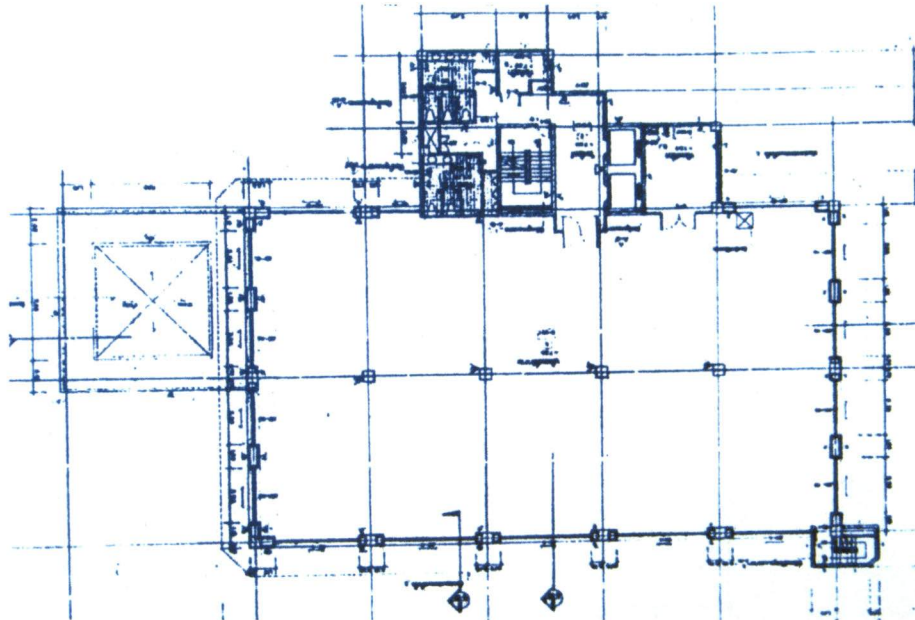
ภาพที่ 5.7 ภาพแสดง Bubble Diagram



ที่มา : จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.8 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น G

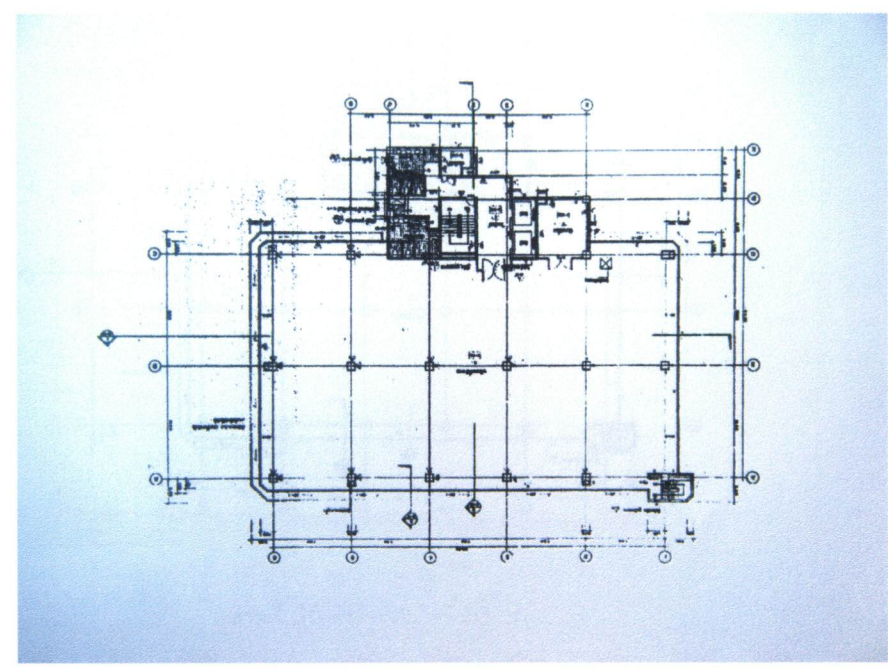
ภาพที่ 5.9 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น M



ที่มา : บริษัทมัตฉอน จำกัด (มหาชน)

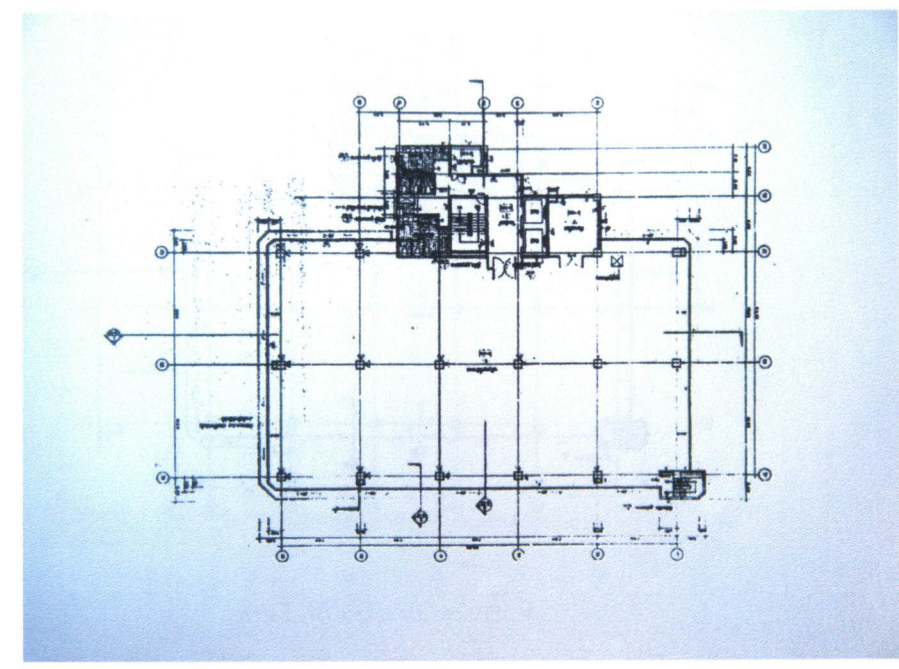
ที่มา : บริษัทมัตฉอน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.10 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 2



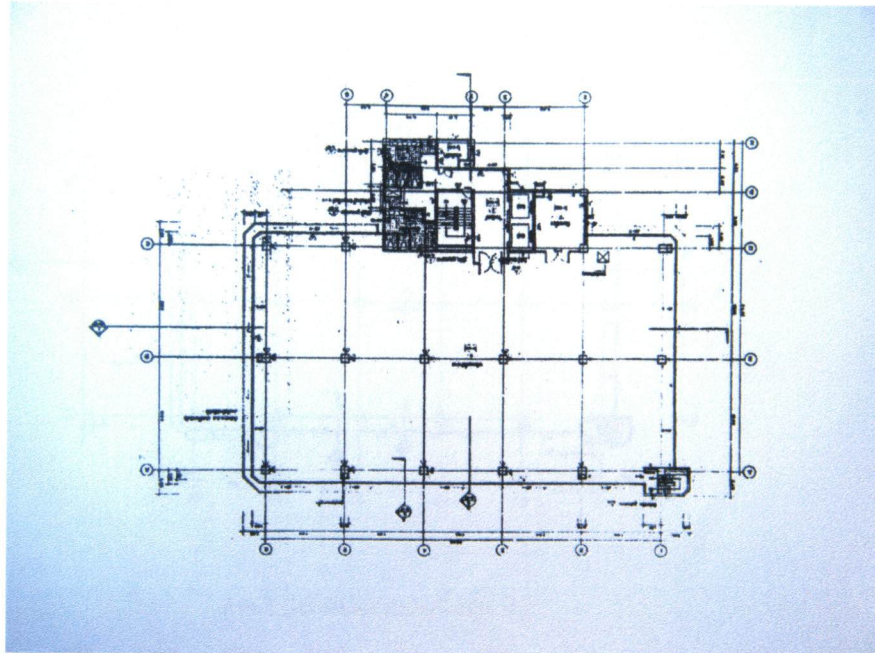
ที่มา : บริษัทมิติน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.11 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 3

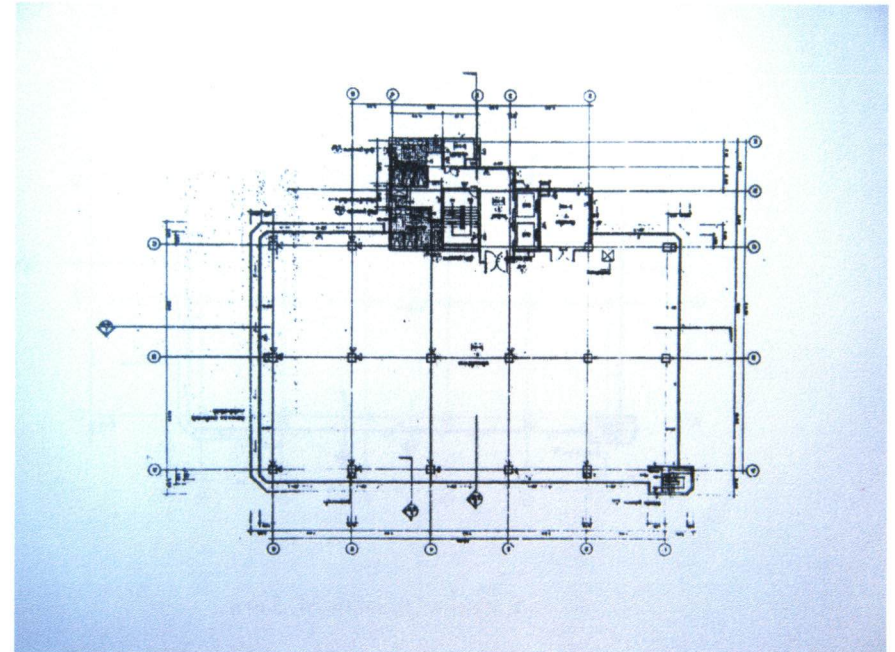


ที่มา : บริษัทมิติน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.12 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 4



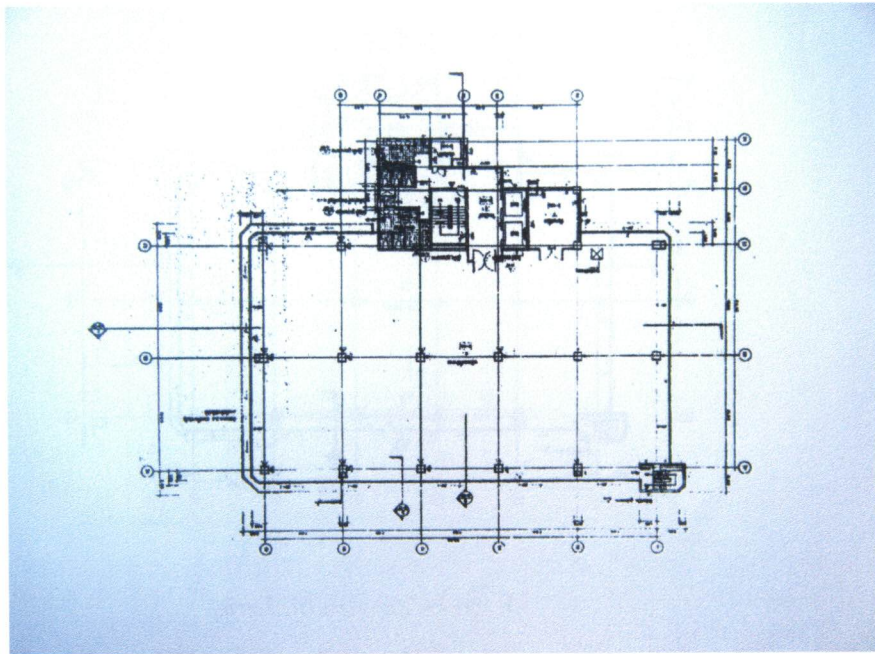
ภาพที่ 5.13 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 5



ที่มา : บริษัทมิติน จำกัด (มหาชน)

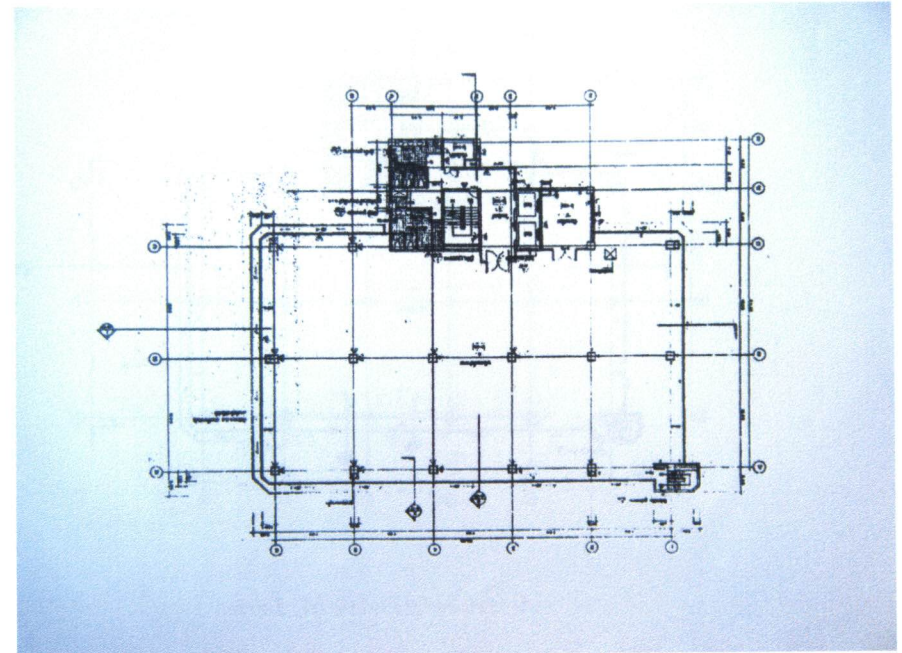
ที่มา : บริษัทมิติน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.14 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 6



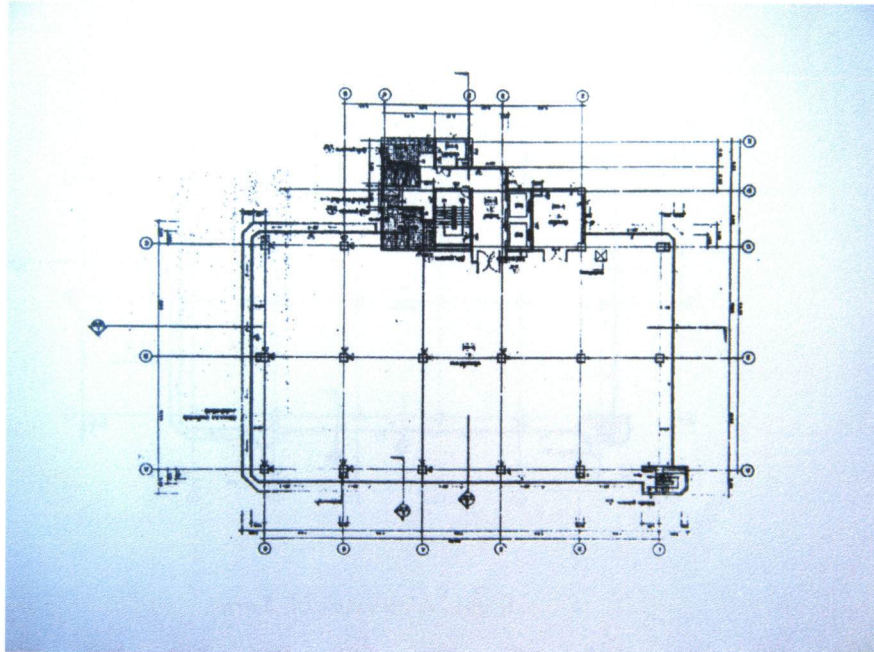
ที่มา : บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.15 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 7



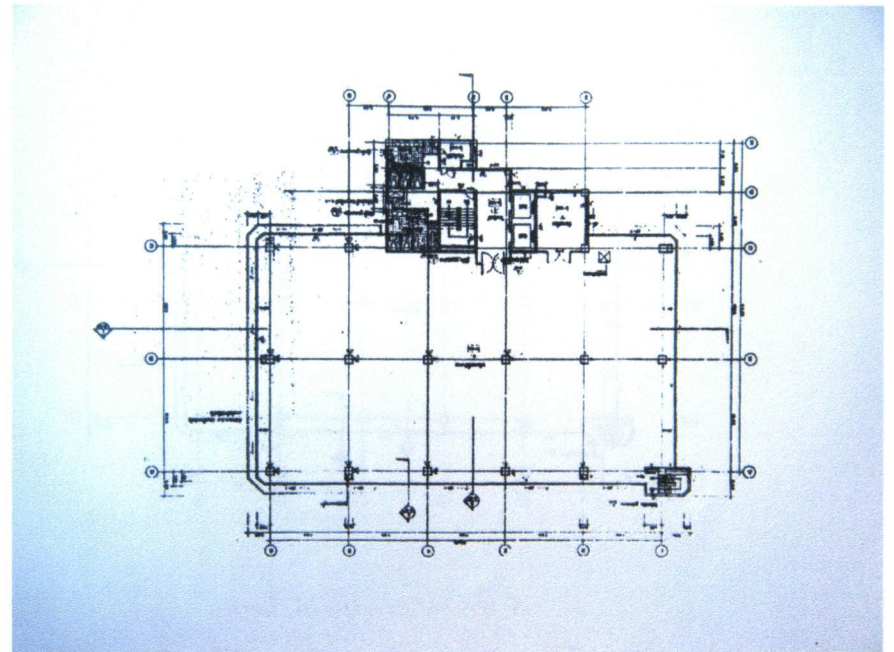
ที่มา : บริษัทมติชน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.15 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 8



ที่มา : บริษัทมัทฉอน จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.15 ผังโครงสร้างพื้น ชั้น 9



ที่มา : บริษัทมัทฉอน จำกัด (มหาชน)

บทที่ 6 ภาคการออกแบบ

จากการวิเคราะห์รายละเอียดโครงการ และจากการวิเคราะห์ในกรณีศึกษาต่างๆสามารถสรุปภาพรวมและประเด็นปัญหาหลักๆของโครงการได้ดังนี้

6.1 การสรุปวิเคราะห์ภาพรวมของโครงการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในของบริษัทมทิตชน จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์องค์กร จากการถอดเอกลักษณ์องค์กร บริษัทมทิตชน สามารถสรุปการวิเคราะห์โครงการได้ดังนี้

- ปัญหาการขาด IMAGE และ IDENTITY ของตัวองค์กร ต่อสถาปัตยกรรมภายใน
- ปัญหาการจัด ZONNING และ AREA พื้นที่ใช้สอยบางหน่วยงานมีพื้นที่น้อยเกินไป ทำให้ดูแออัด

- ปัญหา CIRCULATION ซึ่งตัวอาคารมีเส้นทางสัญจรหลักอยู่ที่ตัวคอล์ฟต์อย่างเดียว ช่วงเวลาที่มีคนใช้มาากๆ ค่อนข้างไม่สะดวก
- ปัญหาเรื่องการขาดพื้นที่ส่วนกลาง ที่จะทำให้หน่วยงานย่อยแต่ละหน่วยงานได้มาเจอกันหรือประชุมกัน รวมถึงพื้นที่สำหรับคนนอกที่เข้ามาใช้อาคารทั้งเข้ามาสัมมนา และเข้ามาหาข้อมูลข่าวสาร

6.1.1 ส่วนสาธารณะ

- ส่วนโถงทางเข้า อยู่กระชั้นเกินไปและดูอึดอัดขวางทาง
- ส่วนร้านหนังสือ เข้าถึงยาก
- ไม่มีพื้นที่ประจำของส่วนสัมมนา
- ไม่มีพื้นที่ของส่วนจัดนิทรรศการชั่วคราว

- ส่วนห้องศูนย์ข้อมูลเข้าถึงยาก และพื้นที่น้อยเกินไป
- ขาดการเชื่อมต่อระหว่างอาคารเก่ากับอาคาร

6.1.2 ส่วนสำนักงาน

- ส่วนพื้นที่นั่งทำงานกระจัดกระจายไม่เป็นกลุ่มและไม่เป็นระเบียบ
- ส่วนทำงานของผู้บริหารอยู่กระจัดกระจายทำให้ติดต่อกันลำบาก
- ส่วนห้องประชุมใหญ่ไม่อยู่ในตำแหน่งที่ทุกฝ่ายเข้าถึงได้สะดวก และอยู่ด้านหน้าของสำนักงานเกินไป

จากการวิเคราะห์ถึงปัญหาการทำงานขององค์กรซึ่งบริษัทมติชนซึ่งเป็นองค์กรสื่อมวลชนจะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก เพื่อให้แต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ และด้วยการเป็นสื่อแสดงข่าวให้แก่ประชาชนด้วยแล้วจึงต้อง มีการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในให้สะท้อนถึงภาพลักษณ์องค์กรและตอบสนองกับการใช้งานและประสานงานกันในรูปแบบที่เป็นตัวตนของมติชนให้มากที่สุด จึงเป็นที่มาของ CONCEPT DESIGN

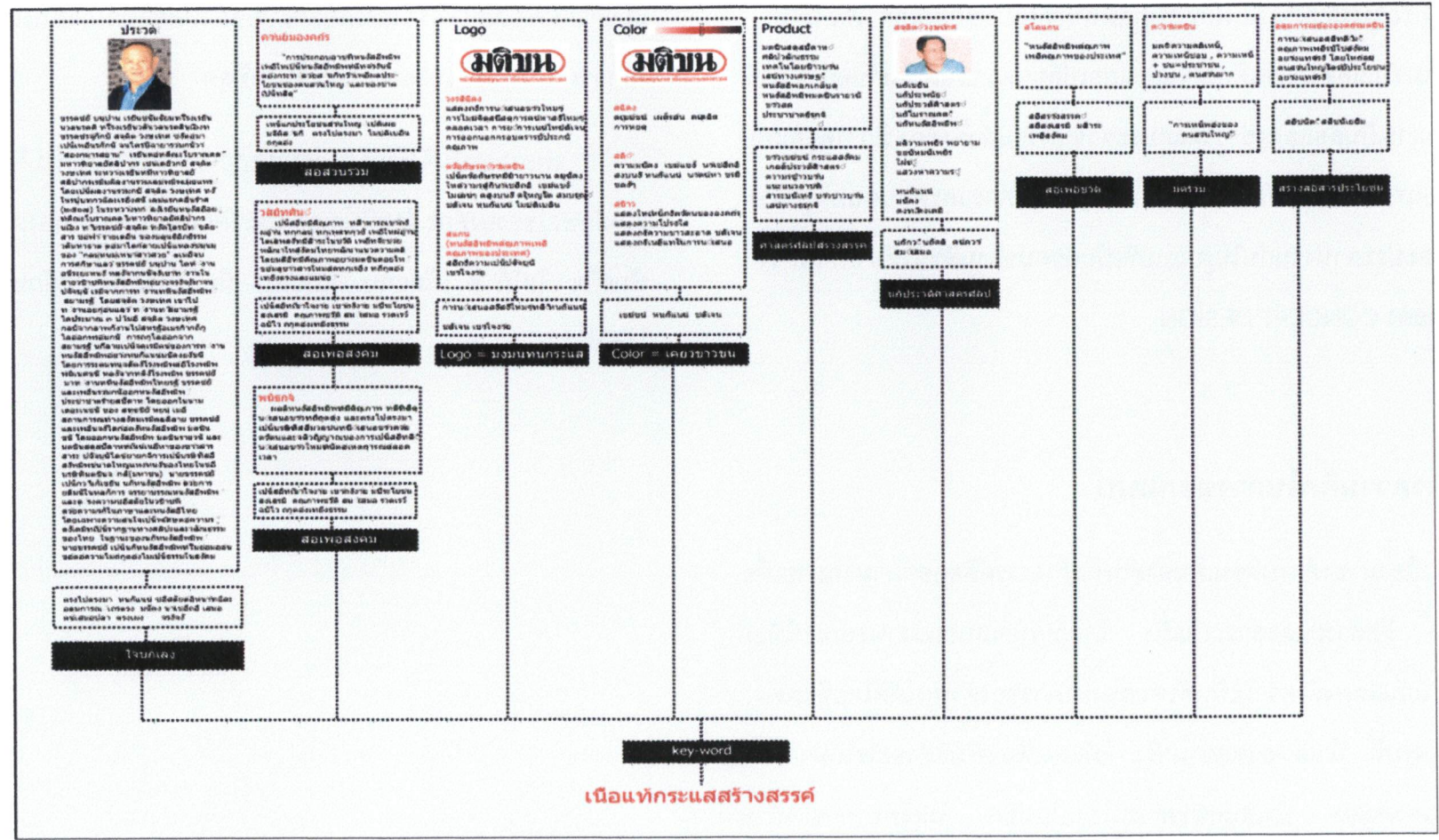
6.2 แนวความคิดในการออกแบบ

เนื่องมาองค์กรมติชนเป็นองค์กรที่สร้างสรรค์สื่อออกมามากมายเพื่อสังคมทั้ง สื่อสารและสารบันเทิง โดยการนำเสนอผลงานออกมาให้แก่ประชาชนนั้นแสดงถึงความเป็นตัวตนขององค์กรของตัวเองได้ดีโดยที่แสดงออกมาในรูปที่ นำเสนอแต่ความจริง ไม่แต่งเติมเสริมแต่งอะไรให้มากมาย ยึดมั่นแสดงตัวตน นำเสนอข่าวการเมืองเป็นหลัก ไม่เขียนข่าวชาวบ้านเหมือนกับหนังสือพิมพ์อื่นๆ แต่มองย้อนกันไปถึงตัวสถาปัตยกรรมภายใน

ขององค์กรมติชนแล้วยังไม่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนขององค์กร จึงมีแนวความคิดในการสร้างสรรค์ออกแบบสถาปัตยกรรมภายในให้ออกมาให้ได้ความเป็นตัวตนขององค์กรให้ได้มากที่สุด

เพราะฉะนั้นจึงนำเอาความเป็นทุกอย่างขององค์กรมติชนมากค้นหาเอกลักษณ์ขององค์กร โดยที่นำเอา ประวัติผู้ก่อตั้ง ค่านิยมองค์กร วิสัยทัศน์ พันธกิจ โลโก้ สี สโลแกน เป็นต้น เมื่อนำมาถอดเอกลักษณ์องค์กรแล้วได้ดังนี้

ภาพที่ 6.1 กระบวนการหาเอกลักษณ์องค์กร



ที่มา : จากกรวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์หาเอกลักษณ์ขององค์กรที่ถอดออกมาแล้ว
ทำให้ได้คำออกมาหลายคำ แต่สุดท้ายแล้วได้คำที่เป็น Key-word ที่แดง
ความเป็นตัวตนขององค์กร คือคำว่า **เนื้อแท้กระแสนสร้างสรรค์**

CONCEPT DESIGN

“THE CREATION OF REAL MATTER”

“ **ข้าวแท้กระแสนสร้างสรรค์** ”

IMAGE DESIGN

ภาพที่ 6.2 บรรยากาศห้องทำงาน



ที่มา : www.google.com

ภาพที่ 6.3 บรรยากาศห้องประชุม



ที่มา : www.google.com

ภาพที่ 6.4 บรรยากาศส่วนทำงาน



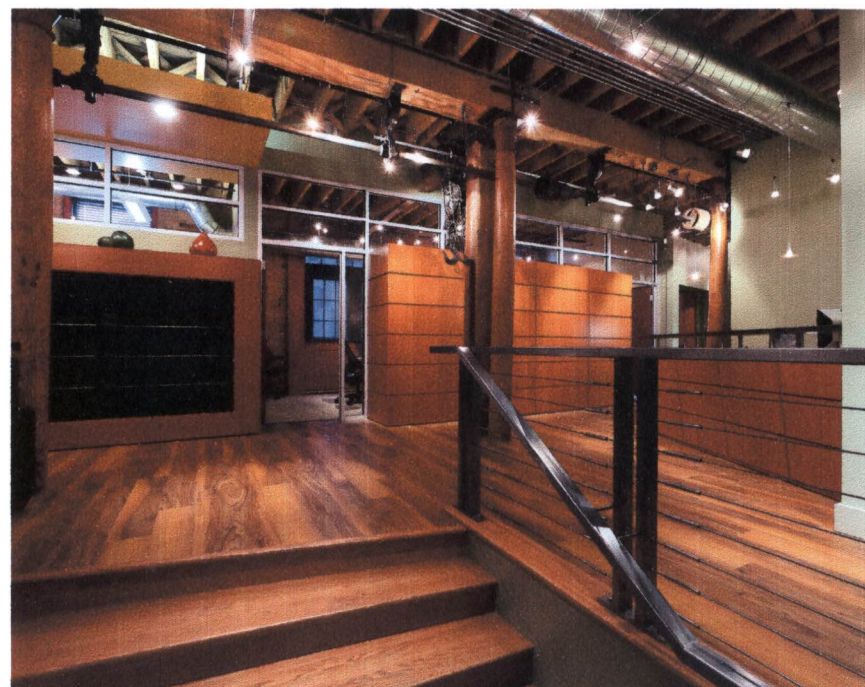
ที่มา : www.google.com

ภาพที่ 6.5 บรรยากาศห้องประชุม



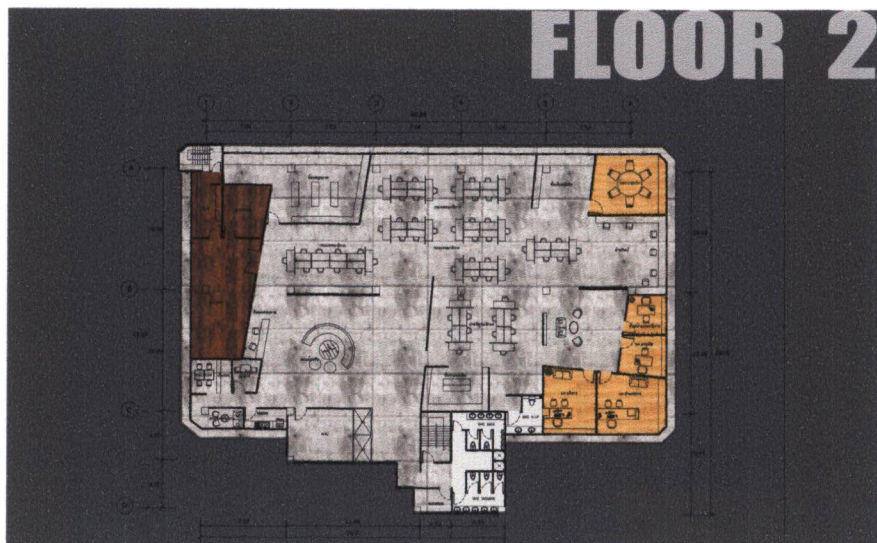
ที่มา : www.google.com

ภาพที่ 6.6 บรรยากาศโดยรวม



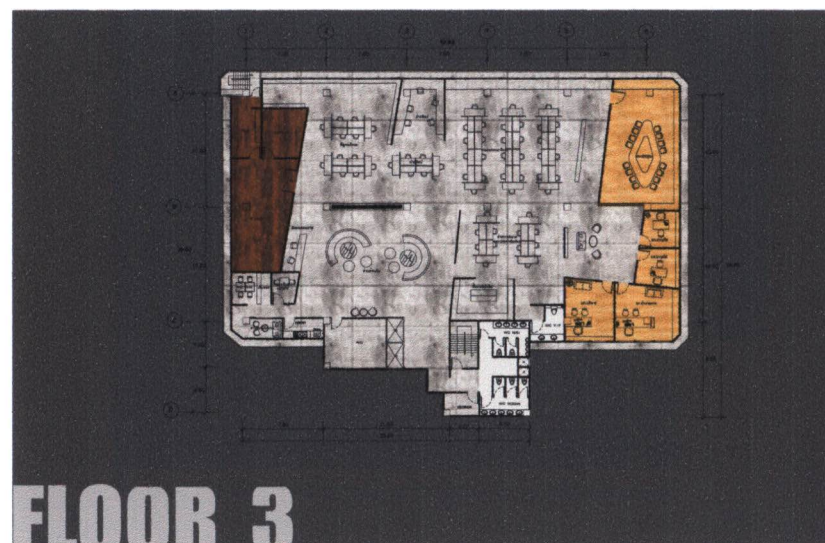
ที่มา : www.google.com

ภาพที่ 6.9 แปลนผังพื้นที่ชั้น 2



ที่มา : จากการศึกษา

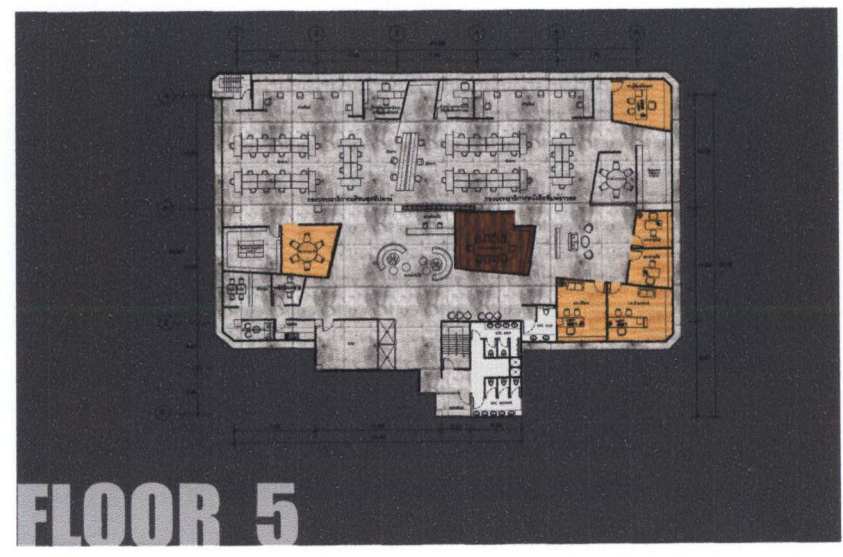
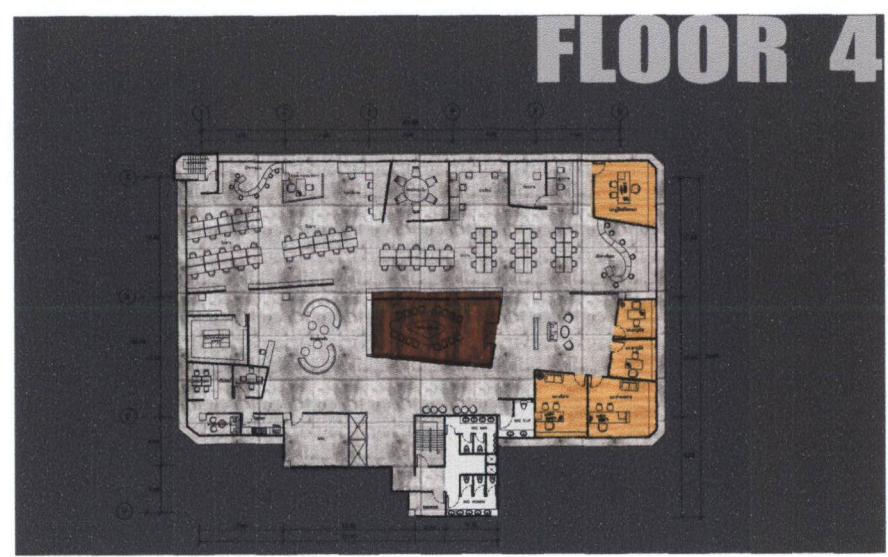
ภาพที่ 6.10 แปลนผังพื้นที่ชั้น 3



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.11 แพลนผังพื้นที่ชั้น 4

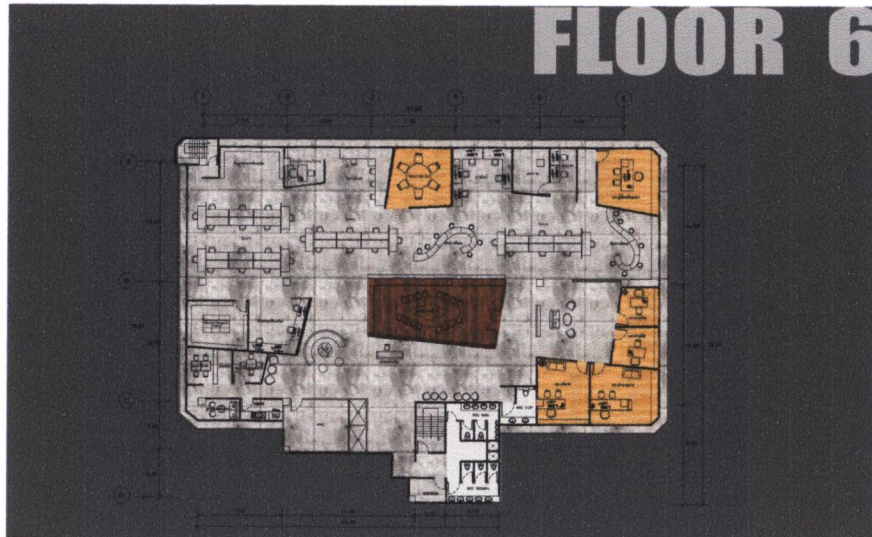
ภาพที่ 6.12 แพลนผังพื้นที่ชั้น 5



ที่มา : จากการศึกษา

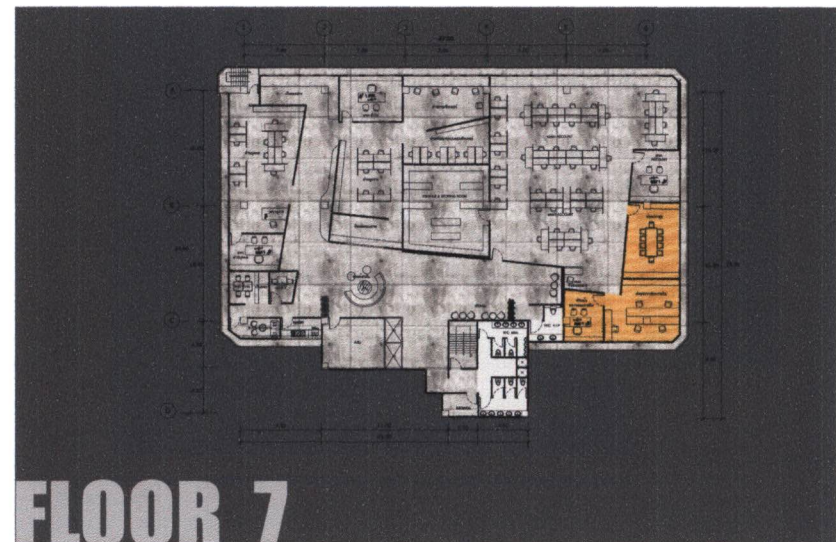
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.13 แพลนผังพื้นที่ชั้น 6



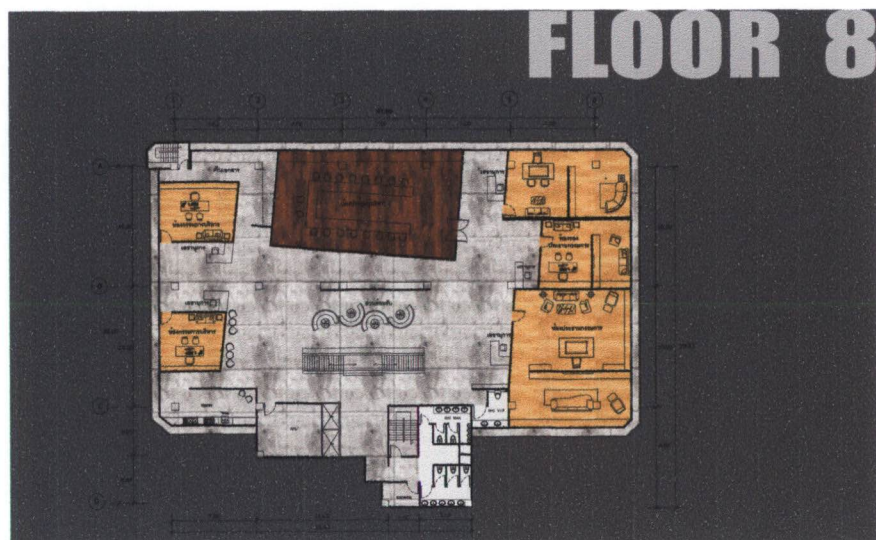
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.14 แพลนผังพื้นที่ชั้น 7



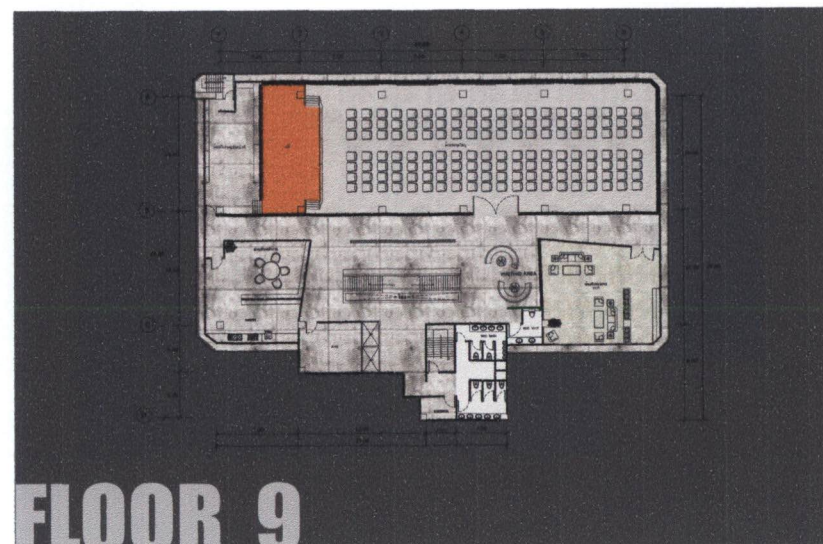
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.15 แพลนผังพื้นที่ชั้น 8



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.16 แพลนผังพื้นที่ชั้น 9



ที่มา : จากการศึกษา

DESIGN

ภาพที่ 6.17 ส่วนต้อนรับชั้น G



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.19 ส่วนนิทรรศการ ชั้น G



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.20 ส่วนนิทรรศการ ชั้น G



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.21 ส่วนทำงาน ชั้น 2-7



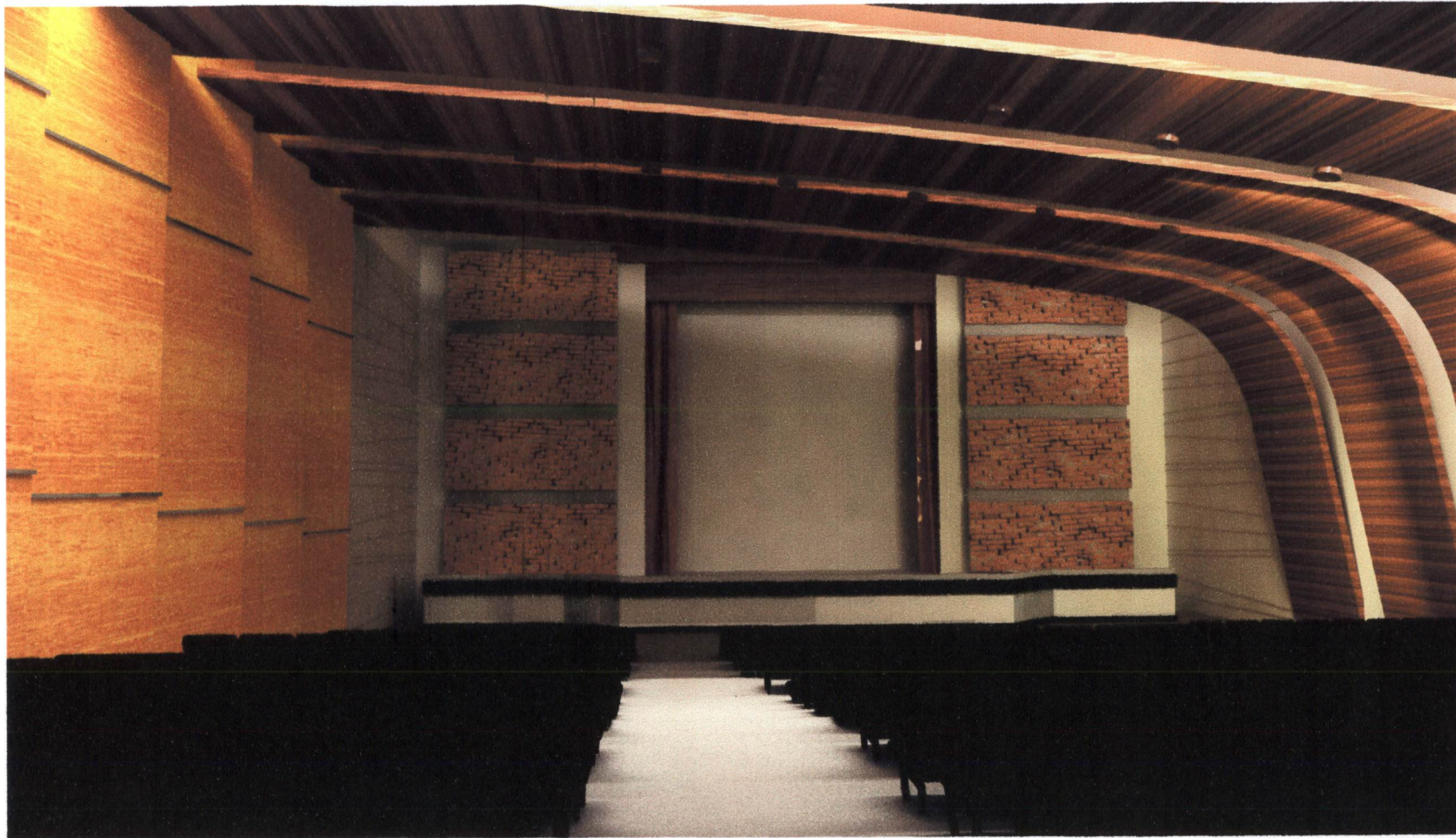
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.22 ห้องทำงานผู้บริหาร ชั้น 8



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.23 ห้องประชุมใหญ่ ชั้น 9



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.24 ห้องประชุมเล็ก



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.25 ส่วนโรงอาหารอาคาร 3 ชั้น



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.26 SECTION A



ที่มา : จากการศึกษา

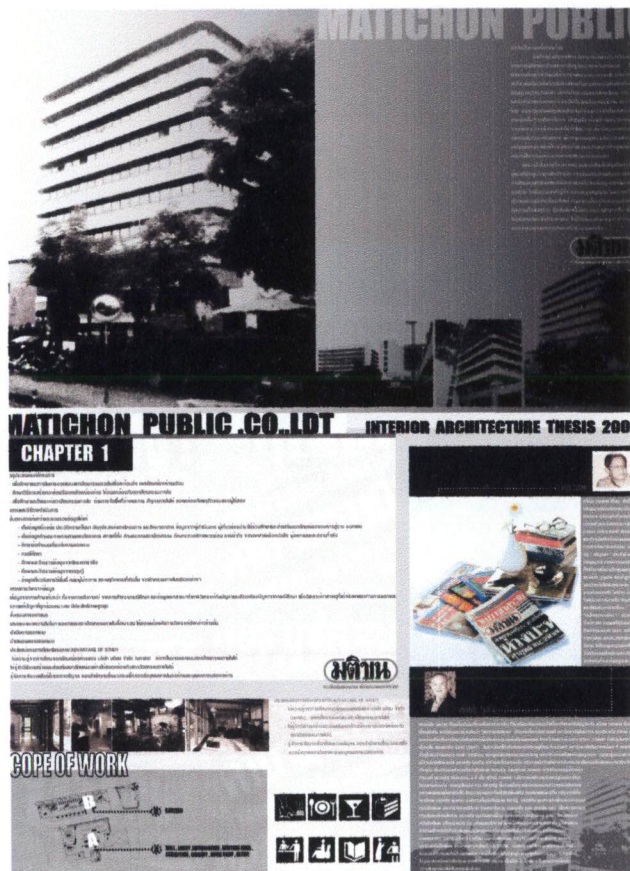
ภาพที่ 6.27 SECTION B



ที่มา : จากการศึกษา

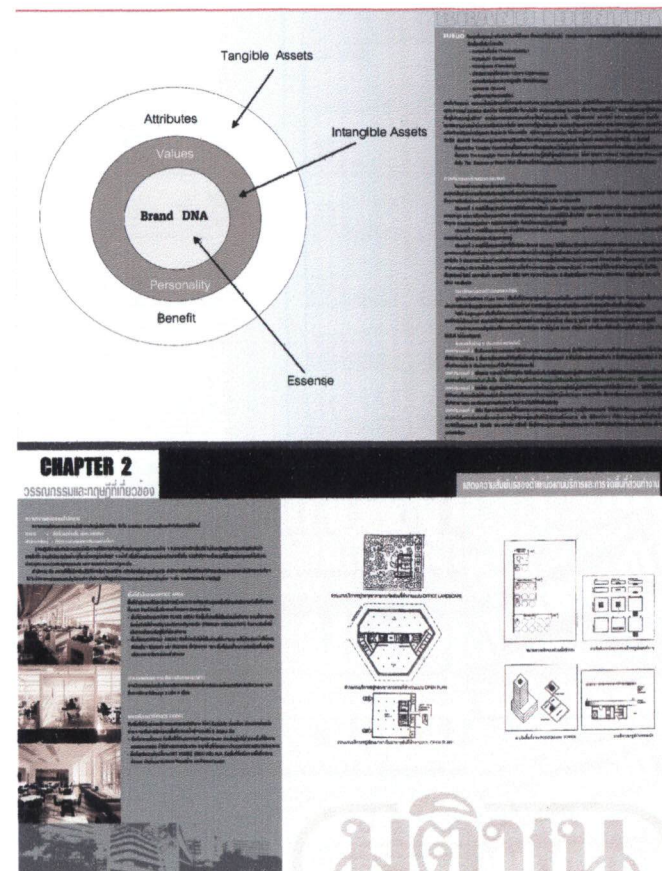
CHART

ภาพที่ 6.27 สรุปข้อมูลบทที่1



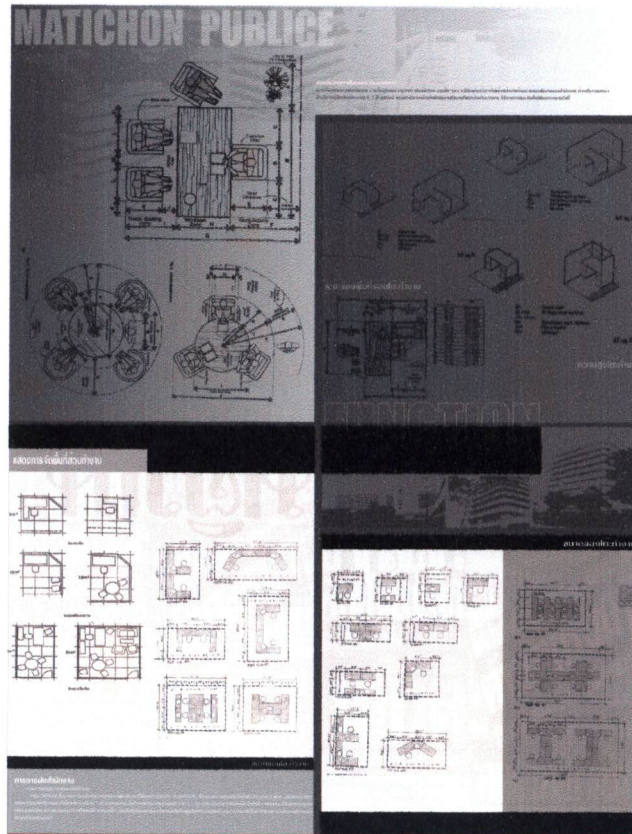
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.28 สรุปข้อมูลบทที่2



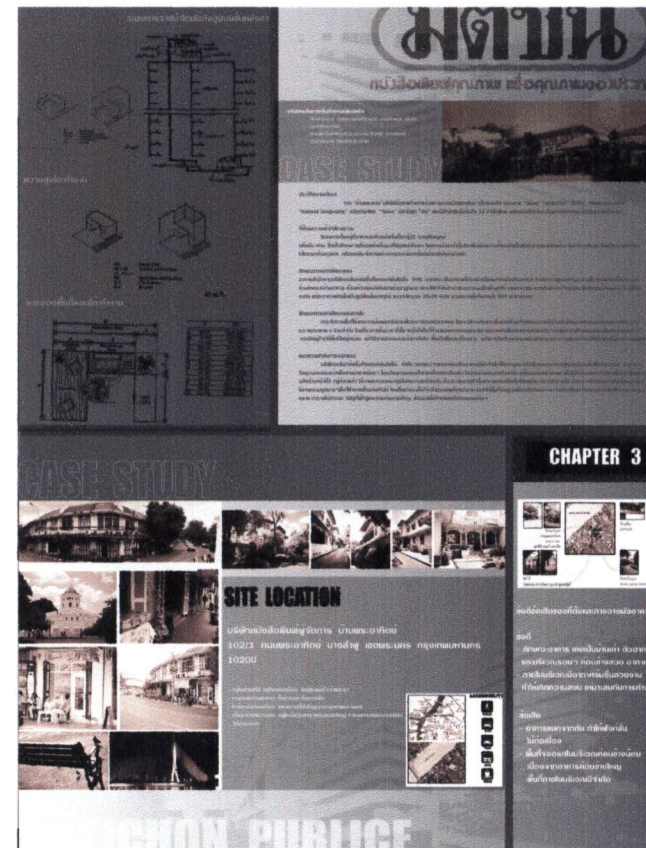
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.29 สรุปข้อมูลบทที่ 2



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.30 สรุปข้อมูลบทที่ 3



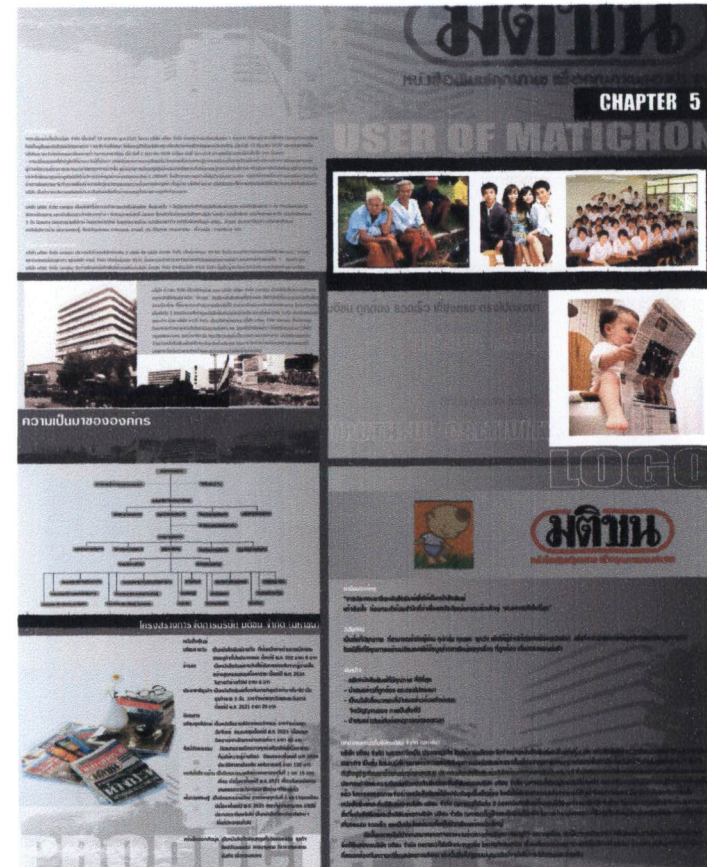
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.31 สรุปข้อมูลบทที่ 4



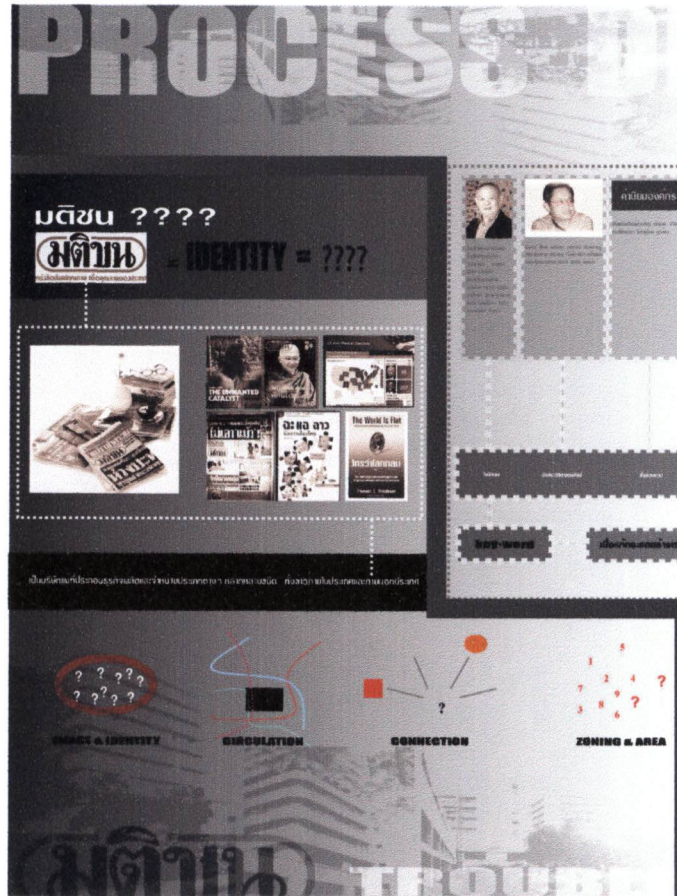
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.32 สรุปข้อมูลบทที่ 5



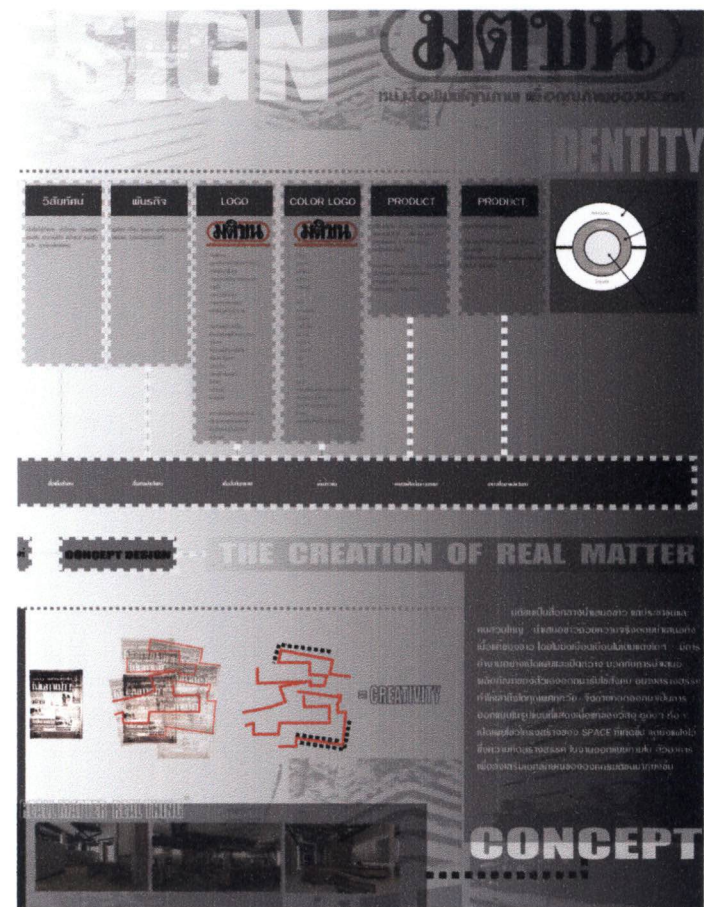
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.33 PROCESS DESIGN 1



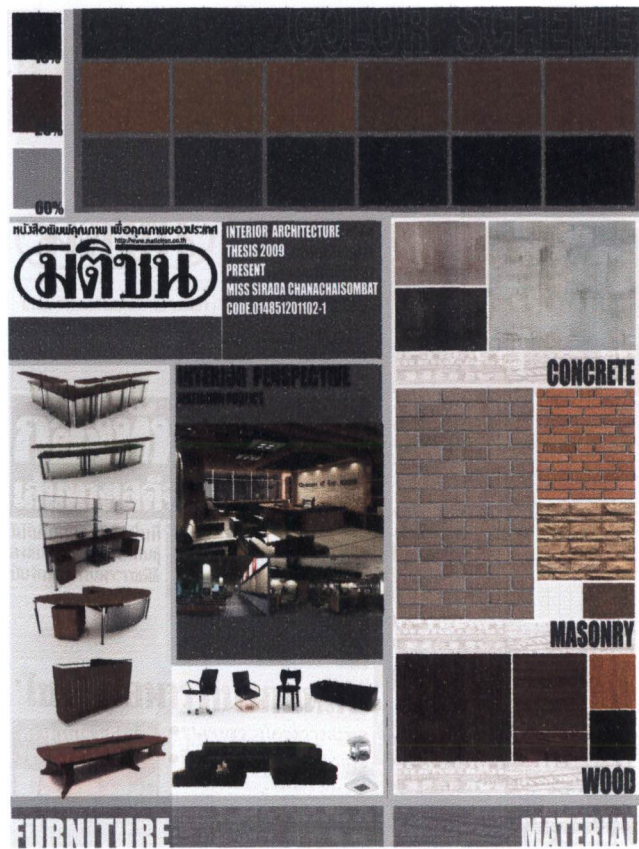
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.34 PROCESS DESIGN 2



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.35 สรุป Color Scheme & material & furniture



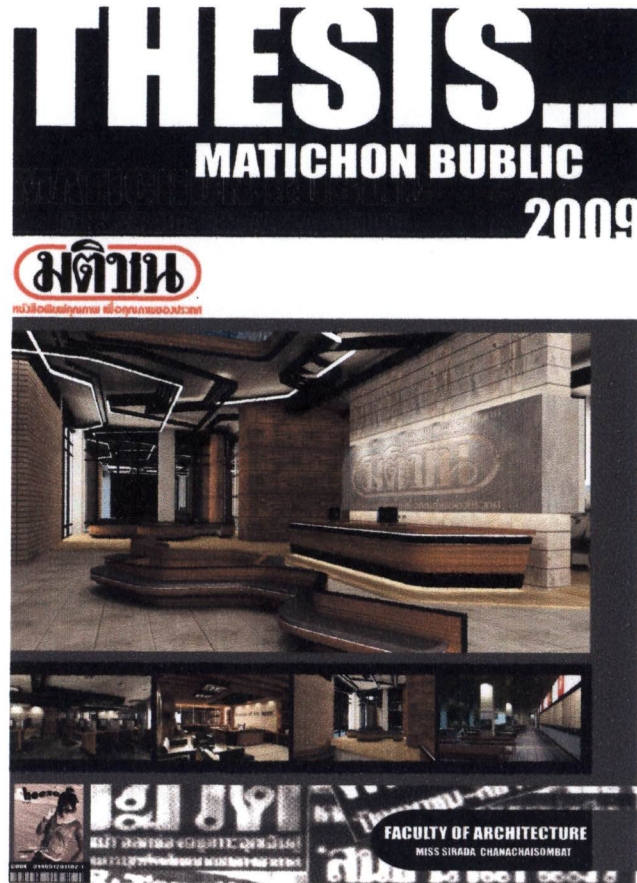
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.36 สรุปรวมข้อมูลทั้งหมด



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.37 CHART แนะนำโครงการ



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.38 รูปถ่ายโมเดล 1



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.39 รูปถ่ายโมเดล 2



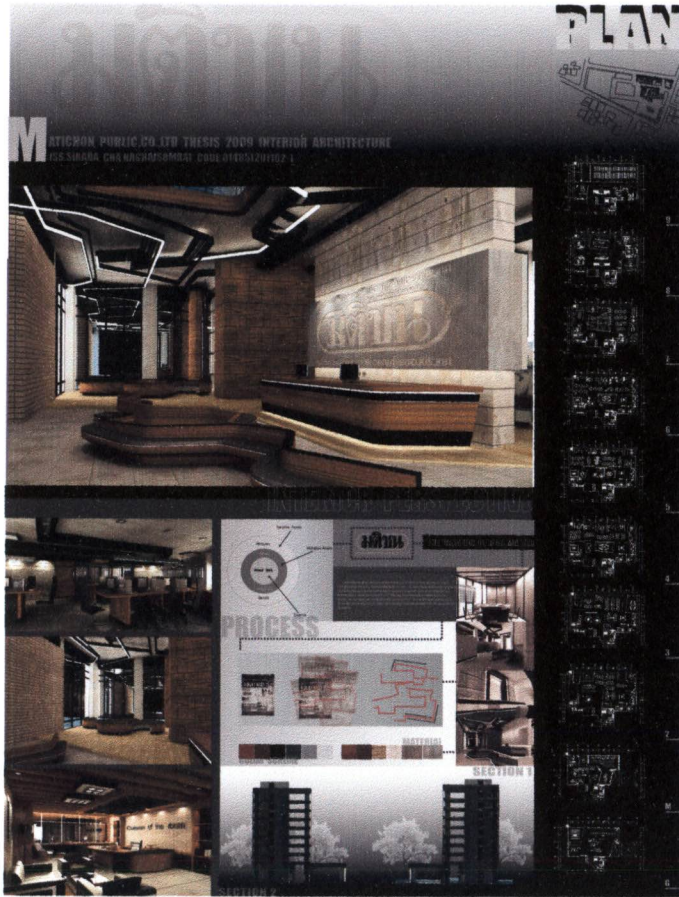
ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 6.40 รูปถ่ายโมเดล 3



ที่มา : จากการศึกษา

ภาพที่ 7.1 แสดงการสรุปข้อมูลทั้งหมด



ที่มา : จากการศึกษาวิทยานิพนธ์

บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

7.1.1 หัวข้อวิทยานิพนธ์ อาคารสำนักงานใหญ่บริษัทมติชน

จำกัด มหาชน

7.1.2 อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ชาติรักษ์ รุ่งแสงทอง

7.1.3 ประวัติความเป็นมา

ในปัจจุบันประเทศไทย มีการแข่งขันมากมายในตลาดของการผลิตและนำเสนอข่าวในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ละองค์กรก็ล้วนแต่สร้างสรรค์ผลงาน ออกมาในรูปแบบที่น่าสนใจ เช่นเดียวกับกับบริษัทมติชน เป็นองค์กรหนึ่งที่ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต่างต่างมากมาย มีการนำเสนอผลงานในรูปแบบ การแสดงตัวตนขององค์กรจนเป็นที่รู้จักเป็นระดับต้นต้น ของประเทศไทย องค์กรมติชนมีรูปแบบในการนำเสนองานที่ยังไม่โดดเด่นจากองค์กรอื่นๆ มากเท่าที่ควร มติชนจึง ควรมีการสร้างสรรค์ผลงานที่แตกต่างจากองค์กรอื่นอื่น โดยการ สร้างความโดดเด่นโดดเด่นและชัดเจนเหนือคู่แข่ง เพื่อองค์กรมติชน

จะได้มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งและเพื่อเป็นอันดับหนึ่งในการนำเสนอสิ่ง
สิ่งพิมพ์ในรูปแบบที่เป็นตัวตนขององค์กรมิชนได้อย่างเด่นชัด

เพราะฉะนั้นการที่จะสร้างและผลักดันให้บริษัทมิชนเหนือกว่า
คู่แข่งที่มีอยู่มากมายในปัจจุบัน การส่งเสริมส่งเสริมสถาปัตยกรรมภายในของ
บริษัทมิชนให้เป็นอาคารที่ถ่ายทอดเอกลักษณ์ขององค์กร จึงมีความสำคัญที่
จะสร้างความโดดเด่น ในความเป็นตัวตนของบริษัทมิชนตั้งแต่ ตัวอาคาร
สถาปัตยกรรมภายในและการนำเสนอข่าว สิ่งสิ่งพิมพ์ให้มีความน่าสนใจมาก
ขึ้น เพื่อให้บริษัทมิชนจำกัด(มหาชน) ให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักตัวตนของการ
นำเสนอข่าวขององค์กรอย่างแท้จริง

7.1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ

7.1.4.1 เพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรม

ภายในเพื่อ สะท้อนถึง เอกลักษณ์องค์กรมิชน

7.1.4.2 ศึกษาวิธีการสร้างและส่งเสริมเอกลักษณ์องค์กร

ให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมภายใน

7.1.4.3 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สถาปัตยกรรมภายใน
ด้าน

7.1.4.4 การจัดพื้นที่ว่างและการ สัญจรภายในให้
สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้สอย

7.1.5 สถานภาพของโครงการ โครงการเสนอแนะเพื่อปรับปรุง

7.1.7 ที่ตั้งโครงการ สำนักงานบริษัท มิชน จำกัด(มหาชน) เป็น
ตึก สำนักงานจำนวน 10 ชั้น ตั้งอยู่ที่ 12 ถนนเทศบาลนฤมาล หมู่บ้าน
ประชานิเวศน์ 1 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

7.1.8 ขอบเขตในการศึกษา

7.1.8.1 ส่วนผู้บริหาร

-ห้องประธานกรรมการ

-ห้องรองประธานกรรมการ

-ห้องจัดการทั่วไป

-ห้องประชุมใหญ่

- ฝ่ายบัญชี

-ห้องประชุมย่อย

- การตลาด

7.1.8.2 ส่วนพนักงานสำนักหนังสือพิมพ์มติชน

- ติดต่อประสานงาน

7.1.8.2.1 ห้องทำงานทั่วไป

- เลขานุการ

- ผู้สื่อข่าว

7.1.8.2.2 ห้องบรรณาธิการ

- ช่างภาพ

- ห้อง บก.อำนวยการ

- ช่างศิลป์

- ห้องรอง บก.อำนวยการ

- ช่างภาพ

- ห้อง บก.ผู้พิมพ์โฆษณา

- ห้องภาพ

- ห้อง บก.บริหาร

- คอมพิวเตอร์

- ห้องรอง บก.บริหาร

- พิสูจน์อักษร

- ห้อง บก.ข่าว

- โฆษณา

- ห้อง หัวหน้าบรรณาธิการ

- ห้องหัวหน้าพิสูจน์อักษร

- บรรณารักษ์

- ห้องหัวหน้าข่าว

- บันทึกข้อมูล

- ห้องหัวหน้าพิสูจน์อักษร

- ถ่ายเอกสาร

7.1.8.3 ส่วนบริหารงานศูนย์ข้อมูลและหาความรู้

- รับ ส่ง เอกสาร

- ห้องสมุด

7.1.8.4 ส่วนบริการสาธารณะ

- ห้องสมุดภาพ

- โถงต้อนรับ

- ห้องสมุดคอมพิวเตอร์

- ร้านขายหนังสือ

- ห้องบริการข้อมูล

- ส่วนจัดนิทรรศการ

- ส่วน ผอ.ศูนย์ข้อมูล

- ห้องอาหาร VIP

- งานสารสนเทศ

- งานคอมพิวเตอร์

- ส่วนตัด ปะ ข่า

7.1.9 แนวความคิด

เนื่องมาองค์กรรมติชนเป็นองค์กรที่สร้างสรรค์สิ่งออกมามากมายเพื่อสังคมทั้ง สื่อสาระและสาระบันเทิง โดยการนำเสนอผลงานออกมาให้แก่ประชาชนนั้นแสดงถึงความเป็นตัวตนขององค์กรของตัวเองได้ดีโดยที่แสดงออกมาในรูปที่ นำเสนอแต่ความจริง ไม่แต่งเติมเสริมแต่งอะไรให้มากมาย ยึดมั่นแสดงตัวตน นำเสนอข่าวการเมืองเป็นหลัก ไม่เขียนข่าวชาวบ้าน เหมือนกับหนังสือพิมพ์อื่นๆ แต่มองย้อนกันไปถึงตัวสถาปัตยกรรมภายในขององค์กรรมติชนแล้วยังไม่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนขององค์กร จึงมีแนวความคิดในการสร้างสรรค์ออกแบบสถาปัตยกรรมภายในให้ออกมาให้ ด้ความเป็นตัวตนขององค์กรให้ได้มากที่สุด

เพราะฉะนั้นจึงนำเอาความเป็นทุกอย่างขององค์กรรมติชนมากค้นหาเอกลักษณ์ขององค์กร โดยที่นำเอา ประวัติผู้ก่อตั้ง ค่านิยมองค์กร วิสัยทัศน์ พันธกิจ โลโก้ สี สโลแกน เป็นต้น เมื่อนำมาถอดเอกลักษณ์องค์กร

7.2 สรุปความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิทยานิพนธ์

- ด้ความรู้เรื่องการศึกษาวิธีการหาเอกเอกเพื่อส่งเสริมให้สอดคล้องกับตัวตนขององค์กรอย่างไร
- ด้ความรู้จากการศึกษาเอกลักษณ์องค์กรของ บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) ออกเป็นงานออกแบบสถาปัตยกรรมภายในได้
- ด้รู้จักวิธีการสร้างและส่งเสริมเอกลักษณ์องค์กรให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมภายในได้
- รู้จักการจัดวางฟังก์ชันและทางสัญจร ของสำนักงานสื่อมวลชน เพื่อรองรับบุคคลภายในองค์กรและบุคคลภายนอกองค์กร

7.3 ข้อเสนอแนะ

อาคารสำนักงานใหญ่บริษัทมติชนเป็นโครงการเสนอแนะเพื่อปรับปรุง ที่ข้าพเจ้าได้ตั้งใจพยายามในการค้นคว้าหาข้อมูลในด้านต่างๆเพื่อนำมาใช้ในการประกอบโครงการวิทยานิพนธ์ แต่แนวความคิดในโครงการยังไม่ตอบสนองต่อการใช้สอยเท่าที่ควร และการที่จะเป็นอาคารสื่อมวลชน ที่ดีได้นั้น ต้องมีการตอบสนองและรองรับการใช้งานที่ดีและสะท้อนถึงตัวตนความเป็นองค์กรออกมาให้มากที่สุด ซึ่งโครงการอาจไม่ดีพอต่อการทำการหาข้อมูลแต่ละด้านอาจน้อยและไม่ครบถ้วน แต่จากที่ได้ศึกษามากก็สามารถเป็นความรู้และประสบการณ์ที่จะช่วยในการประกอบวิชาชีพในอนาคตต่อไปได้

สรุปผลการประเมิน วิทยานพนธ์ระดับปริญญาตรี

ชื่อนักศึกษา..... น.ส. ศิริยา ชะนะวิชฌนพัต วันที่สอบ..... 18 ก.พ. 53 เวลา..... 14.00 - 15.00 น.
 ชื่อโครงการ..... โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมในอาคารเรียน ชั้น ๕ โรงเรียนวัดดอนทรายวิทยาคม
 ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานพนธ์..... จ. ชัยสิทธิ์ งามระวีพร.....

ให้คณะกรรมการสอบวิทยานพนธ์ กาเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเห็นสมควร (เพียงช่องเดียว)

ผลการประเมิน						หมายเหตุ
A	B+	B	C+	C	D	22.5
	/					

ความเห็นอื่นๆ (ถ้ามี)

.....
 - จัดทำแผนผังบริเวณ และงานเขียน OK. ตามเรื่อง function no. 10 plan.

ลงชื่อ..... ศ./ศ.
 (..... น.ส. นงนิจม อารามย์.....)
 กรรมการสอบวิทยานพนธ์

สรุปผลการประเมิน วิทยานพนธ์ระดับปริญญาตรี

ชื่อนักศึกษา สดีรดา อ.น. อิศรัมย์ วันที่สอบ..... เวลา.....
 ชื่อโครงการ ศึกษาเพื่อปรับปรุง สวัสดิภาพและมาตรฐานในการศึกษา ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานพนธ์ อ.ชาติวิทย์ วัฒนพร

ให้คณะกรรมการสอบวิทยานพนธ์ กาเครื่องหมาย/ ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเห็นสมควร (เพียงช่องเดียว)

ผลการประเมิน						หมายเหตุ
A	B+	B	C+	C	D	22.5
	✓					

ความเห็นอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ..... จิตตนา ศิวะนิจกุล
 (..... จิตตนา ศิวะนิจกุล.....)

กรรมการสอบวิทยานพนธ์

สรุปผลการประเมิน วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ชื่อนักศึกษา..... น.ศ. สิริพร อำนวยกิจ..... วันที่สอบ..... เวลา.....

ชื่อโครงการ..... สหกรณ์การเกษตร.....

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์..... อ. สิริพร อำนวยกิจ.....

ให้คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ กาเครื่องหมาย/ ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเห็นสมควร (เพียงช่องเดียว)

ผลการประเมิน						หมายเหตุ
A	B+	B	C+	C	D	21
		X				

ความเห็นอื่นๆ (ถ้ามี)

- สหกรณ์การเกษตร.....
- ฟังก์ชัน.....

ลงชื่อ..... น.ศ. สิริพร อำนวยกิจ.....
(..... สิริพร.....)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

สรุปผลกาารประเมิน วิทยานพนธ์ตบัตยกรรม

ชื่อนักศึกษา น.ส. ศิลา วัฒนวิจิตร วันที่สอบ..... เวลา.....

ชื่อโครงการ วิทยานพนธ์เรื่อง การประเมินผล การจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานพนธ์.....

ให้คณะกรรมการสอบวิทยานพนธ์ กาเครื่องหมาย/ ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเห็นสมควร (เพียงช่องเดียว)

ผลการประเมิน						หมายเหตุ
A	B+	B	C+	C	D	21
						

ความเห็นอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

กรรมการสอบวิทยานพนธ์

สรุปผลการประเมิน วิทยานพนธ์ฉบับคัดยกรรรม

ชื่อนักศึกษา..... ศิริดา นิลประเสริฐกุล วันที่สอบ..... 18-2-53 เวลา..... 1400-1500

ชื่อโครงการ..... ข้อ 16

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานพนธ์..... อ. เสงี่ยม

ให้คณะกรรมการสอบวิทยานพนธ์ กาเครื่องหมาย/ ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเห็นสมควร (เพียงช่องเดียว)

ผลการประเมิน						หมายเหตุ
A	B+	B	C+	C	D	21
		✓				

ความเห็นอื่นๆ (ถ้ามี)

.....
.....
.....
.....

ลงชื่อ..... ศิริดา นิลประเสริฐกุล

(.....)

กรรมการสอบวิทยานพนธ์

สรุปผลการประเมิน วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท

ชื่อนักศึกษา น.ศ. ศิริกาน คณะศิลปกรรมศาสตร์ วันที่สอบ ๑๕.๐๖.๑๙ เวลา ๑๖.๐๐

ชื่อโครงการ โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในอาคารสำนักงานในศูนย์ บจ. ผลิต

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อ. ทวีศักดิ์ รุ่งแสงทอง

ให้คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ กาเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเห็นสมควร (เพียงช่องเดียว)

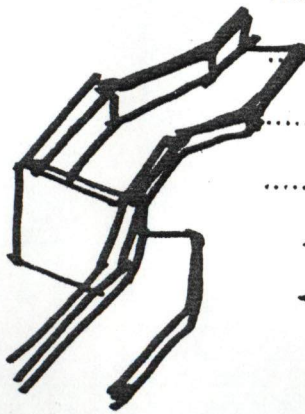
ผลการประเมิน						หมายเหตุ
A	B+	B	C+	C	D	21
		<u>O</u>				



ความเห็นอื่นๆ (ถ้ามี) ศึกษา

วิเคราะห์เรื่อง ได้ไปหาพ่อ หาแม่ไปหาใจ → ศึกษาหา-

user? officer or คนนอก → ลืมเก็บ ไม่แนะนำ คนที่ร้องขอเรื่องพวกนี้
หน้าห้องทุกวัน



ลงชื่อ [Signature]

(รศ.ดร. นวรัตน์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

สรุปผลการประเมิน ภาชานพนธ์ดชเบ็คยกรรณ

ชื่อนักศึกษา สวณ ชนทรัพย์สนธิ วันที่สอบ..... เวลา.....
 ชื่อโครงการ โครงการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์
 ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

ให้คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ กาเครื่องหมาย/ ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเห็นสมควร (เพียงช่องเดียว)

ผลการประเมิน						หมายเหตุ
A	B+	B	C+	C	D	21
		/	.			

ความเห็นอื่นๆ (ถ้ามี)

Corporate identity คือภาพลักษณ์ที่องค์กรมี เพื่อมุ่งกระตุ้นให้สังคม
 Keyword = แผนภาพวิสัยทัศน์องค์กร, ไม้เท้า (ไม้ค้ำ) → ไม้เท้า, ไม้ค้ำ, ไม้ค้ำ,
 ไม้ค้ำ, ไม้ค้ำ

ลงชื่อ.....
 (.....)
 กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ออนไลน์

หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ . (ออนไลน์) .2553.

<http://www.matichon.com>

<http://www.matichon.co.th/index.php>

<http://th.wikipedia.org/wiki>

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2525. (ออนไลน์). เข้าถึงได้

จาก <http://rirh3.royin.go.th>

ศูนย์ข้อมูลมติชน. (ออนไลน์). 2553. เข้าถึงได้จาก

<http://www.matichon.co.th/index.php>

สำนักงานสถิติข้อมูลแห่งชาติ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

<http://portal.nso.go.th/otherWS-world-context-root/index.jsp>

ภาษาอังกฤษ

Anst Neufert, 1991. ARCHITECTURE DATA. Great Britain: BPS Professional Books.

Antoine Predock Architecture 2. 1998. Rizzoli international Publications. Np.

Theaters&halls. 1995. Tokyo: Publications.

Theaters. 2000. Hardy Holzman Pfeiffer Associates. n.p.

ประวัติผู้จัดทำ



นางสาวศิริดา ชะนะชัยสมบัติ

เกิด 10 สิงหาคม พ.ศ.2529

ที่อยู่ 11/4 ม.3 ต.คลองใหญ่ อ.องครักษ์ จ.นครนายก 26120

โทรศัพท์ 089-6876432

E-mail i_space_in_space@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา โรงเรียนวัดสันติธรรมราษฎร์บำรุง

มัธยมศึกษา โรงเรียนองครักษ์

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การทำงาน

นักศึกษาฝึกงาน บริษัท ABACUS DESIGN

นักศึกษาฝึกงาน บริษัท MONOPORE



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ