



โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี
อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง
Landscape Design Project of Mr.Boonrueng Na Rangsi
Coffee Shop
Mueang Rayong District, Rayong Province

นายวิทยา ปริสุทธ
นายณัฐพล ปานพรม

ปีการศึกษา 2564

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี
อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

Landscape Design Project of Mr.Boonrueng Na Rangsri
Coffee Shop
Mueang Rayong District, Rayong Province

นายวิทยา ปริสุทธ
นายณัฐพล ปานพรม

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาเทคโนโลยีภูมิทัศน์
สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตพืชและภูมิทัศน์
คณะเทคโนโลยีการเกษตร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2564

ใบรับรองปัญหาพิเศษ



หัวข้อปัญหาพิเศษ : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี
อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

ผู้จัดทำ : นายวิทยา ปริสุทธ
นายณัฐพล ปานพรม

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ชนกนันท์ ปิ่นตบแต่ง

ปีการศึกษา : 2564

คณะกรรมการสอบปัญหาพิเศษ

..... อาจารย์ที่ปรึกษา (ประธานกรรมการ)
(อาจารย์ชนกนันท์ ปิ่นตบแต่ง)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไตรภพ บุญธรรม)

..... กรรมการ
(อาจารย์ธนุพล มากผ่อง)

..... หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตพืชและภูมิทัศน์
(อาจารย์เยาวรัตน์ วงศ์ศรีสกุลแก้ว)

ลิขสิทธิ์ของคณะเทคโนโลยีการเกษตร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อปัญหาพิเศษ	:	โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคตอรีเรือน ฦ รังสี อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง
ผู้จัดทำ	:	นายวิทยา ปรีสุทธ นายณัฐพล ปานพรม
สาขา	:	เทคโนโลยีภูมิทัศน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	อาจารย์ชนกนันท์ ปิ่นตบแต่ง
ปีการศึกษา	:	2564

บทคัดย่อ

ร้านค้าแฟคตอรีเรือน ฦ รังสี เจ้าของ คือ คุณบุญเรือน ฦ รังสี ซึ่งเป็นช่างการไฟฟ้า และภรรยาประกอบอาชีพเป็นช่างแต่งหน้า ทำผม และมีธุรกิจรับจัดงานแต่งงาน ซึ่งต้องการพัฒนาพื้นที่ว่างเปล่าถมสำเร็จที่มีที่ตั้งอยู่ ถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ซึ่งเป็นถนนที่มุ่งหน้าสู่หาดแม่รำพึง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดระยอง

ดังนั้น คุณบุญเรือน ฦ รังสี จึงต้องการพัฒนาพื้นที่ดินว่างเปล่าให้เป็นร้านค้าแฟ และพื้นที่สำหรับจัดงานสังสรรค์ต่าง ๆ เช่น สถานที่รับจัดงานแต่งงาน เป็นต้น รวมถึงบ้านพักตากอากาศของเจ้าของโครงการ ซึ่งโครงการตั้งอยู่ที่ ถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ซึ่งที่ตั้งห่างจากหาดแม่รำพึงประมาณ 2 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 7 ไร่ 3 งาน 70 ตารางวา โดยเป็นพื้นที่ว่างเปล่าถมสำเร็จ ยังไม่มีการวางผัง และรั้วเพื่อบดบังสายตาจากภายนอก

จากผลงานการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคตอรีเรือน ฦ รังสี โดยได้แบ่งโซนพื้นที่โครงการทั้งหมดเป็น 5 โซน ได้แก่ Zone A เป็นพื้นที่สวนของร้านค้าแฟ รองรับการทำกิจกรรม Zone B เป็นทางเข้าและที่จอดรถของโครงการ Zone C เป็นพื้นที่สำหรับจัดงานมงคล Zone D เป็นพื้นที่บริการ และ Zone E เป็นพื้นที่สำหรับเป็นบ้านพักตากอากาศของทางเจ้าของโครงการ ภายใต้แนวคิด “AMORIES” ซึ่งใช้งบประมาณการพัฒนาพื้นที่ 11,398,631.52 บาท (สิบเอ็ดล้านสามแสนเก้าหมื่นแปดพันหกร้อยสามสิบเอ็ดบาทห้าสิบบาทห้าสตางค์) รวมค่าดำเนินการและภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ งานภูมิทัศน์ดาดแข็ง (Hardscape) 6,544,043.73 (หกล้านห้าแสนสี่หมื่นสี่พันสี่สิบบาทเจ็ดสิบบาทห้าสตางค์) งานภูมิทัศน์ดาดอ่อน (Softscape) 1,440,535.05 (หนึ่งล้านสี่แสนสี่หมื่นห้าร้อยสามสิบบาทห้าสตางค์) และงานระบบ 1,699,900.00 (หนึ่งล้านหกแสนเก้าหมื่นเก้าพันเก้าร้อยบาท)

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำโครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รางสี โดยโครงการตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอมืองระยอง จังหวัดระยอง ซึ่งที่ตั้งโครงการห่างจากหาดแม่รำพึงประมาณ 2 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 7 ไร่ 3 งาน 70 ตารางวา ซึ่งการจัดทำโครงการจะไม่สำเร็จ ถ้าปราศจากคำแนะนำจากบุคลากร เจ้าหน้าที่ ที่เอื้อเพื่อข้อมูล และให้ความร่วมมือซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำโครงการปัญหาพิเศษให้ลุล่วงไปด้วยดีตามจุดประสงค์ที่ได้วางไว้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ชนกนันท ปิ่นตบแต่ง อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษของโครงการนี้ ที่ชี้แนะแนวทาง และให้คำปรึกษาทั้งด้านข้อมูล และแนวคิดรวมไปถึงข้อคิดในการปฏิบัติงาน ให้ตรงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ตลอด 4 ปีที่ได้ทำการศึกษา และขอขอบพระคุณอาจารย์ที่สอนให้ข้าพเจ้ารู้จักวิธีแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนข้าพเจ้าสามารถทำให้ปัญหาพิเศษสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ สุดท้ายข้าพเจ้าขอขอบพระคุณครอบครัวของข้าพเจ้า ที่ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนข้าพเจ้าด้านต่าง ๆ และสร้างแรงผลักดันให้ข้าพเจ้าตั้งใจในการศึกษา ในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้รวมไปถึงเพื่อน ๆ ที่ช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ทั้งการให้กำลังใจที่ดีเสมอมา ในการจัดทำโครงการปัญหาพิเศษจนลุล่วงตามวัตถุประสงค์ จนถึงวันที่ข้าพเจ้าสำเร็จการศึกษาครั้งนี้ และรวมไปถึงผู้ที่ข้าพเจ้ามิได้กล่าวมา ณ ที่นี้ด้วย ขอขอบพระคุณ

วิทยา ปริสุทธ

ณัฐพล ปานพรม

มิถุนายน 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภูมิ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาในการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	1
1.3 ขอบเขตการศึกษา	1
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา	7
1.6 ขั้นตอนในการศึกษา	9
บทที่ 2 ศึกษาข้อมูลและหลักการที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความหมายและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	10
2.2 ความหมายและความสำคัญของร้านกาแฟ	13
2.3 ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape)	18
2.4 ทฤษฎี 7 Ps	24
2.5 สวนเมดิเตอร์เรเนียน	26
2.6 กรณีสึกษา	32
บทที่ 3 การศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่โครงการ	
3.1 ข้อมูลระดับมหภาค	40
3.2 การเข้าถึงพื้นที่โครงการ	51
3.3 สภาพของพื้นที่โครงการ	52
3.4 อาณาเขตติดต่อโครงการ	53
3.5 ศึกษาและวิเคราะห์สภาพภูมิอากาศพื้นที่โครงการ	55
3.6 ศึกษาข้อมูลโครงสร้างดิน	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.7 ศึกษาแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ	58
3.8 ศึกษาข้อมูลระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการ	61
3.9 ศึกษาพรรณไม้เดิมภายในโครงการ	63
3.10 ทศนียภาพของโครงการ	63
3.11 วิธีการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการผู้ใช้	68
3.12 ผลการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้โครงการ	69
3.13 สรุปข้อมูล เพื่อเป็นแนวความคิดในการออกแบบ	75
3.14 การแบ่งโซนตามลักษณะพื้นที่โครงการ	77
บทที่ 4 ผลงานการออกแบบและการประมาณราคางานภูมิทัศน์	
4.1 ผลงานการออกแบบ	81
4.2 การประมาณราคางานภูมิทัศน์	88
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผล	94
5.2 ข้อเสนอแนะ	95
บรรณานุกรม	
ภาพผนวก	
ประวัติผู้จัดทำ	

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 การเข้าถึงพื้นที่โครงการ	2
ภาพที่ 1.2 ระวางใกล้เคียงโครงการ	3
ภาพที่ 1.3 พื้นที่โดยรอบของโครงการ	4
ภาพที่ 1.4 แบบบ้านกาแพะของโครงการ	5
ภาพที่ 1.5 แบบบ้านพักตากอากาศคุณบุญเรือง ณ รังสี	6
ภาพที่ 2.1 สวนเมดิเตอร์เรเนียน	26
ภาพที่ 2.2 สวนเมดิเตอร์เรเนียน	28
ภาพที่ 2.3 พรรณไม้ที่นิยมใช้สวนเมดิเตอร์เรเนียน	29
ภาพที่ 2.4 วัสดุที่นิยมใช้สวนเมดิเตอร์เรเนียน	30
ภาพที่ 2.5 สีที่นิยมใช้สวนเมดิเตอร์เรเนียน	30
ภาพที่ 2.6 บ่อน้ำภายในสวนเมดิเตอร์เรเนียน	31
ภาพที่ 2.7 ดอกไม้ที่ส่งกลิ่นหอมที่นิยมใช้ภายในสวนเมดิเตอร์เรเนียน	31
ภาพที่ 2.8 ผังพื้นที่ของร้าน Mello Garden Restaurant & Bakery	32
ภาพที่ 2.9 โซนที่ 1 Mellow Room	33
ภาพที่ 2.10 โซนที่ 2 Pool Garden	33
ภาพที่ 2.11 โซนที่ 3 terrace	34
ภาพที่ 2.12 โซนที่ 4 Private Room	34
ภาพที่ 2.13 โซนที่ 5 Hungry Eatery	35
ภาพที่ 2.14 โซนที่ 6 The Garden	35
ภาพที่ 2.15 โซนที่ 6 The Garden	36
ภาพที่ 2.16 โซนที่ 7 Garden Ballroom	36
ภาพที่ 2.17 แผนที่ร้าน Le Piti Thai Cuisine	37
ภาพที่ 2.18 บรรยากาศภายในร้าน Le Piti Thai Cuisine	38
ภาพที่ 2.19 บรรยากาศภายในร้าน Le Piti Thai Cuisine	38
ภาพที่ 2.20 บรรยากาศภายในร้าน Le Piti Thai Cuisine	39
ภาพที่ 3.1 ตราประจำจังหวัดระยอง	40
ภาพที่ 3.2 ต้นสารภีทะเล	45

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 3.3 แผนที่จังหวัดระยอง	45
ภาพที่ 3.4 การเข้าถึงโครงการ	51
ภาพที่ 3.5 พื้นที่โดยรอบของโครงการ	52
ภาพที่ 3.6 อาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ	53
ภาพที่ 3.7 อาณาเขตติดต่อทางทิศใต้	53
ภาพที่ 3.8 อาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันออก	54
ภาพที่ 3.9 อาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันตก	54
ภาพที่ 3.10 ทิศทางลม และแสงแดด	55
ภาพที่ 3.11 ชุมดินจังหวัดระยอง	57
ภาพที่ 3.12 รูปด้านอาคาร Ball Room	58
ภาพที่ 3.13 รูปด้านอาคาร Cafe	59
ภาพที่ 3.14 รูปด้านบ้านพักตากอากาศ	60
ภาพที่ 3.15 ระบบไฟฟ้าเดิมในโครงการ	61
ภาพที่ 3.16 ระบบไฟฟ้าในโครงการ	62
ภาพที่ 3.17 ระบบไฟฟ้าในโครงการ	62
ภาพที่ 3.18 ทศนียภาพมุมมองจากภายนอกสู่ภายในพื้นที่โครงการ	63
ภาพที่ 3.19 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือ1	64
ภาพที่ 3.20 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้	64
ภาพที่ 3.21 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้	64
ภาพที่ 3.22 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันออก	65
ภาพที่ 3.23 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันออก	65
ภาพที่ 3.24 ทศนียภาพมุมมองจากภายในสู่ภายนอกพื้นที่โครงการ	66
ภาพที่ 3.25 มุมมอง Open View มองจากภายในโครงการสู่ภายนอกทางทิศเหนือ	66
ภาพที่ 3.26 มุมมอง Open View มองจากภายในโครงการสู่ภายนอกทางทิศตะวันตก	67
ภาพที่ 3.27 มุมมอง Open View มองจากภายในโครงการสู่ภายนอกทางทิศใต้	67
ภาพที่ 3.28 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือของโครงการ	67

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 3.29 การแบ่งโซนของพื้นที่โครงการ	78
ภาพที่ 3.30 ความสัมพันธ์ของพื้นที่ (Bubble Diagrams)	79
ภาพที่ 3.31 Site Relation ภายในพื้นที่โครงการ	80
ภาพที่ 4.1 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบ ชุดที่ 1	81
ภาพที่ 4.2 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบ ชุดที่ 2	82
ภาพที่ 4.3 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบ ชุดที่ 3	83
ภาพที่ 4.4 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบ ชุดที่ 4	84
ภาพที่ 4.5 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบ ชุดที่ 5	85
ภาพที่ 4.6 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบ ชุดที่ 6	86
ภาพที่ 4.7 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบ ชุดที่ 7	87

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ผลสรุปการวิเคราะห์สภาพภูมิอากาศพื้นที่โครงการ	56
ตารางที่ 3.2 แสดงข้อมูลดินชุดจังหวัดระยอง	57
ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามเพศ	69
ตารางที่ 3.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ	69
ตารางที่ 3.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามวุฒิการศึกษา	70
ตารางที่ 3.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	70
ตารางที่ 3.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	71
ตารางที่ 3.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามจุดประสงค์ในการใช้บริการร้านกาแฟ	71
ตารางที่ 3.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบในการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุด	72
ตารางที่ 3.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	72
ตารางที่ 3.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามบรรยากาศของสวนร้านกาแฟที่ผ่านชอบ	73
ตารางที่ 3.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามความต้องการของการรูปแบบการจัดงานแต่งงาน	73
ตารางที่ 3.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามความต้องการรูปแบบของการจัดเลี้ยงในงานแต่งงาน	74
ตารางที่ 3.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามความต้องการรูปแบบของสวนในการจัดงานแต่งงาน	74
ตารางที่ 4.1 รายการประมาณราคาภูมิทัศน์	88

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1.1 ลำดับขั้นตอนการศึกษา	9
แผนภูมิที่ 3.1 อุณหภูมิสูงสุดระหว่างปี พ.ศ.2554-2559	48
แผนภูมิที่ 3.2 อุณหภูมิต่ำสุดระหว่างปี พ.ศ.2554-2559	48
แผนภูมิที่ 3.3 ปริมาณน้ำฝนรวมระหว่างปี พ.ศ.2554-2559	49
แผนภูมิที่ 3.4 จำนวนวันที่ฝนตกรวมระหว่างปี พ.ศ.2554-2559	49
แผนภูมิที่ 3.5 ความเร็วลมเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ.2554-2559	50

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและเหตุผลในการศึกษา

ระยอง เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศไทย ที่มีรายได้ประชากรต่อหัวสูงที่สุดในประเทศ เป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากมาย โดยเฉพาะหาดแม่รำพึง ซึ่งเป็นหาดทรายที่สวยงามที่สุด และยอดนิคมตลอดกาลของจังหวัดระยอง ด้วยเหตุนี้คุณบุญเรือง ณ รั้งสี จึงมีความต้องการพัฒนาที่ดินบริเวณใกล้เคียงเพื่อเป็นร้านค้าแฟ เพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และสร้างรายได้ในอนาคต

โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคุณบุญเรือง ณ รั้งสี ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นถนนที่มุ่งสู่หาดแม่รำพึง ลักษณะพื้นที่เป็นพื้นที่ว่างเปล่าถมสำเร็จ มีรูปร่างห้าเหลี่ยมคล้ายกับบัวรดน้ำ มีเนื้อที่ทั้งหมด 7 ไร่ 3 งาน 70 ตารางวา หรือประมาณ 12,680 ตารางเมตร ภายในโครงการมีบ่อน้ำเดิมขนาด 940 ตารางเมตร โดยเจ้าของต้องการพัฒนาพื้นที่เป็นร้านค้าแฟ บ้านพักตากอากาศ และเป็นสวนสำหรับถ่ายรูป

เนื่องจากปัจจุบันเป็นพื้นที่ว่างเปล่าที่ยังไม่มีการวางผังบริเวณ และการออกแบบภูมิทัศน์บวกกับความต้องการการใช้พื้นที่ของเจ้าของโครงการ ดังนั้น จึงนำเสนอโครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคุณบุญเรือง ณ รั้งสี เพื่อออกแบบจัดสรรการใช้พื้นที่ดิน และการออกแบบภูมิทัศน์ให้มีความสอดคล้องกับกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อความสวยงาม และสามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาหลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟ
- 1.2.2 เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลด้านกายภาพของพื้นที่โครงการ และพื้นที่โดยรอบโครงการ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้โครงการ
- 1.2.4 เพื่อออกแบบภูมิทัศน์โครงการร้านค้าแฟคุณบุญเรือง ณ รั้งสี

1.3 ขอบเขตการศึกษา

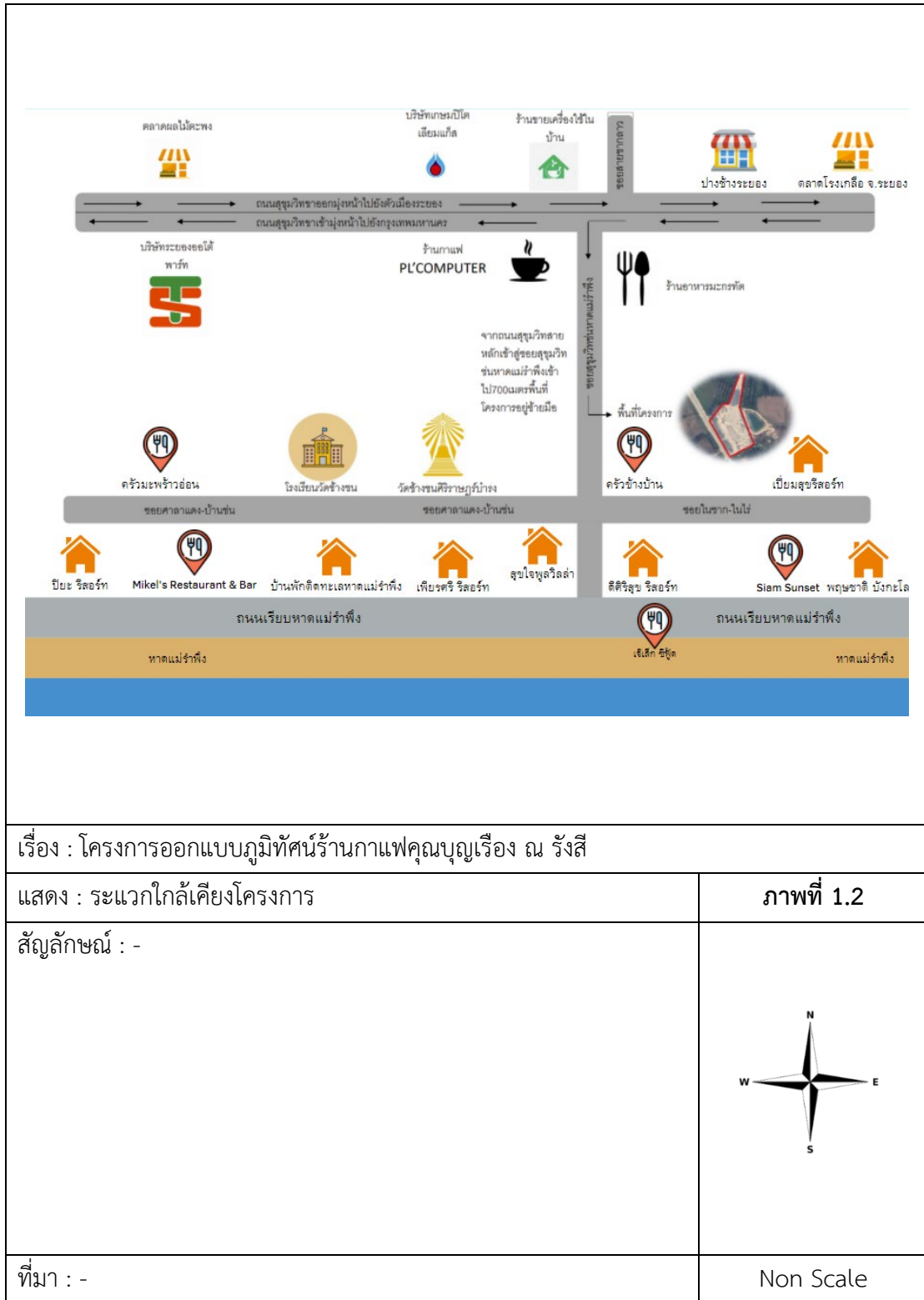
โครงการตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นถนนที่มุ่งสู่หาดแม่รำพึง โดยมีรายละเอียดขอบเขตในการศึกษาดังนี้

1.3.1 การเข้าถึงโครงการ

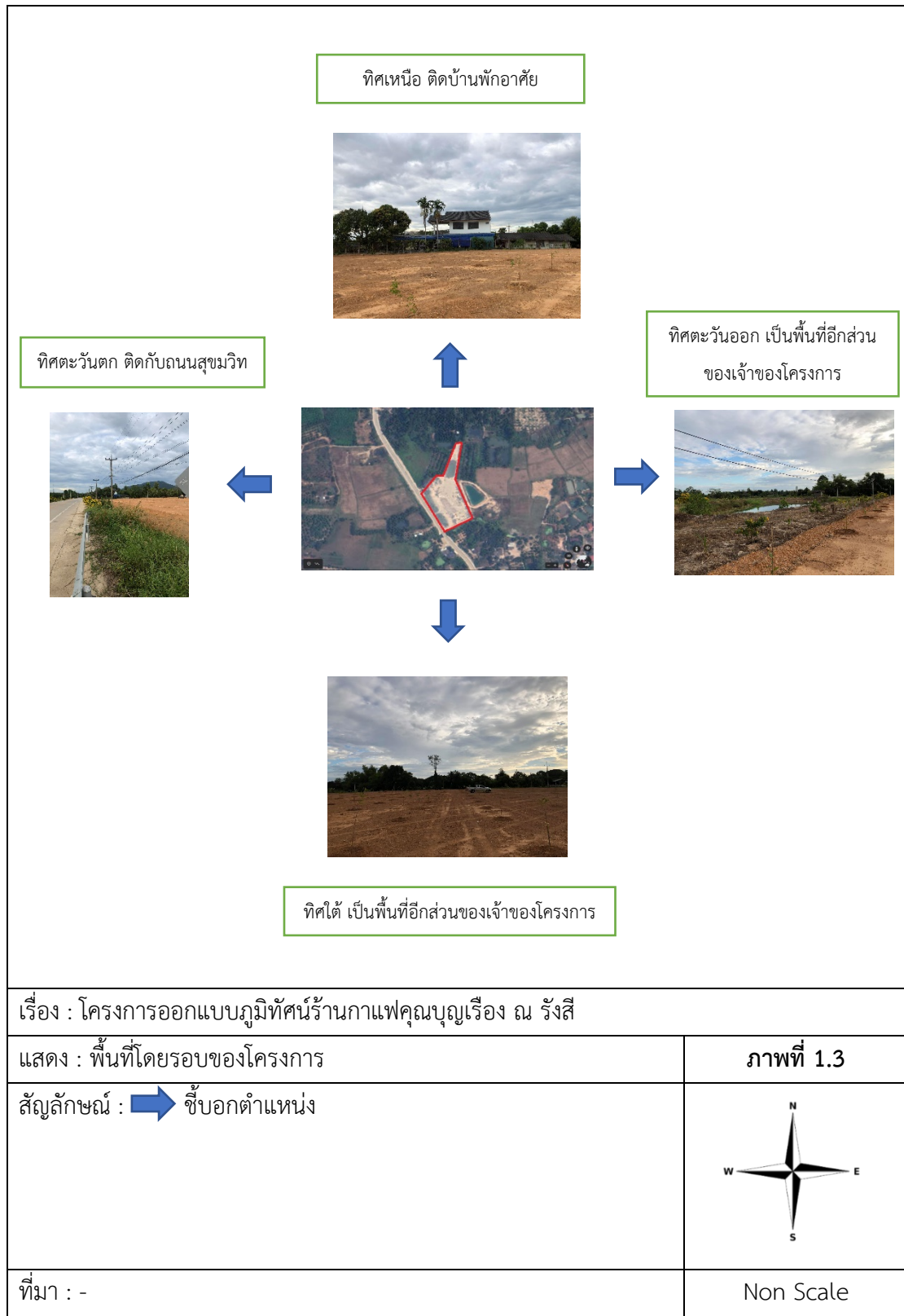
1.3.1.1 จากตลาดกลางผลไม้ตะพง จังหวัดระยอง มุ่งหน้าไปอำเภอกะเฉดทางถนนหมายเลข 3 ถนนสุขุมวิท 4.5 กิโลเมตร กลับรถแล้วจึงตรงไป 700 เมตร จากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง 700 เมตร พื้นที่โครงการจะอยู่ทางด้านซ้าย



1.3.1.2 ที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ใกล้กับหาดแม่รำพึง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของ จังหวัดระยอง เป็นระยะทาง 2 กิโลเมตร จึงทำให้สะดวกใกล้เคียงโครงการมีร้านอาหาร บังกะโล รีสอร์ท ตั้งอยู่จำนวนมาก ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวจะเข้าถึงโครงการได้ง่าย



1.3.2 ขอบเขตการศึกษา โดยศึกษาบริเวณพื้นที่โดยบริเวณพื้นที่โดยรอบของโครงการ และพื้นที่ภายในของโครงการของศูนย์เรือน ฦ รังสี ถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอมะนัง ะยอง จังหวัดระยอง ซึ่งมื่ออาณาเขตติดต่อดังนี้



แบบร้านค้าแฟของโครงการ

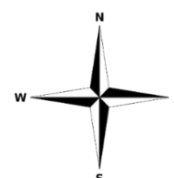


เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี

แสดง : แบบร้านค้าแฟของโครงการ

ภาพที่ 1.4

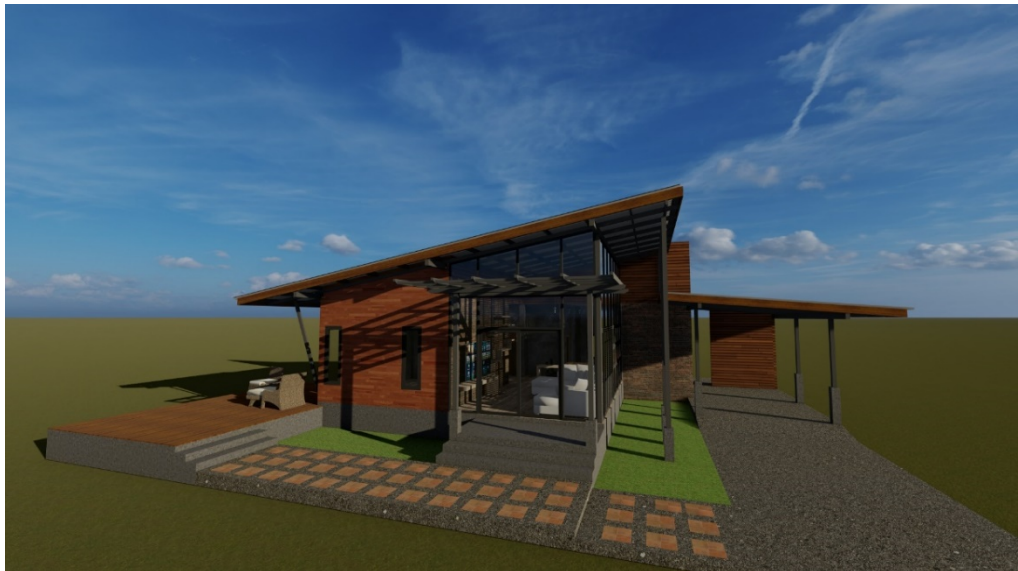
สัญลักษณ์ : -



ที่มา : -

Non Scale

แบบบ้านพักตากอากาศของเจ้าของโครงการ

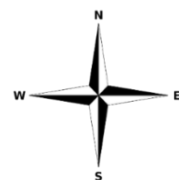


เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแพชุมชนบุญเรือง ณ รังสี

แสดง : แบบร้านค้าแพของโครงการ

ภาพที่ 1.5

สัญลักษณ์ : -



ที่มา : -

Non Scale

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ทราบถึงแนวคิด และทฤษฎีหลักการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟ
- 1.4.2 ทราบถึงหลักการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่ภายในโครงการ และพื้นที่โดยรอบโครงการ
- 1.4.3 ทราบถึงหลักการวิเคราะห์พฤติกรรม กิจกรรมและความต้องการของผู้ใช้โครงการ
- 1.4.4 ทราบถึงวิธีการออกแบบ และนำเสนอแบบโครงการแก่คุณบุญเรือง ณ รังสี

1.5 วิธีดำเนินการ

- 1.5.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟ
 - 1.5.1.1 ศึกษาความหมาย และความสำคัญของการออกแบบภูมิทัศน์
 - 1.5.1.2 ศึกษาหลักการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟ
 - 1.5.1.3 ศึกษากรณีศึกษาที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับโครงการ
- 1.5.2 การศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่โครงการ
 - 1.5.2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพพื้นที่
 - 1) ศึกษาที่ตั้งโครงการ และอาณาเขตติดต่อ
 - 2) ศึกษาการเข้าถึงโครงการ
 - 3) ศึกษาสภาพภูมิอากาศ
 - 4) ศึกษาสภาพภูมิประเทศ
 - 5) ศึกษารูปแบบสถาปัตยกรรม
 - 6) ศึกษาระบบสาธารณูปโภค
 - 7) ศึกษาลักษณะพืชพรรณ
 - 8) ศึกษามุมมองและทัศนียภาพ
 - 1.5.2.2 ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านผู้ใช้โครงการ
 - 1) ศึกษาข้อมูลผู้ใช้โครงการ
 - 2) ศึกษาความต้องการของผู้ใช้โครงการ
- 1.5.3 สรุปข้อมูล
 - 1.5.3.1 สรุปศักยภาพพื้นที่โครงการ
 - 1.5.3.2 สรุปลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่โครงการ
- 1.5.4 ขั้นตอนการออกแบบ
 - 1.5.4.1 กำหนดแนวคิดหลักในการออกแบบของโครงการ
 - 1.5.4.2 กำหนดแนวคิดที่มีผลต่อรูปแบบกิจกรรม
 - 1.5.4.3 กำหนดแนวความคิดด้านต่าง ๆ
 - 1) แนวความคิดทางด้านงาน Hardscape

- 2) แนวความคิดทางด้านงาน Softscape
- 3) แนวความคิดด้านงานสถาปัตยกรรม
- 4) แนวความคิดด้านระบบสัญญาณ
- 5) แนวความคิดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- 6) แนวความคิดด้านระบบไฟฟ้า และระบบระบายน้ำ
- 7) แนวความคิดด้านการดูแลรักษาภูมิทัศน์

1.5.4.4 เสนอแบบแปลนแนวความคิด

1.5.4.5 สร้างเกณฑ์ในการออกแบบ

1.5.4.6 เสนอแบบแปลนขั้นสุดท้าย

1.5.4.7 แสดงแบบแปลนรายละเอียด

1.5.4.8 รวบรวมแบบ

1.5.4.9 แสดงรูปแบบทัศนียภาพต่าง ๆ

1.5.4.10 เขียนแบบ

1.5.4.11 ทำการประมาณราคา

1.5.5 สรุปข้อมูล และข้อเสนอแนะ

1.5.5.1 สรุปข้อมูล

1.5.5.2 นำเสนอผลงานการออกแบบ

1.5.5.3 ข้อเสนอแนะ

1.5.6 จัดทำรูปเล่ม

1.6 ขั้นตอนในการศึกษา



แผนภูมิที่ 1.1 ลำดับขั้นตอนการศึกษา

บทที่ 2

ศึกษาข้อมูลและหลักการที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาโครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ซึ่งมีความสำคัญในการออกแบบสภาพพื้นที่ภูมิทัศน์ จึงต้องศึกษาแนวคิด และหลักการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คือศึกษาหลักการออกแบบภูมิทัศน์ ทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่ว่าง และแนวคิด เกี่ยวกับพฤติกรรมการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์ และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีลักษณะของพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟ เพื่อเป็นพื้นฐาน และแนวทางสำคัญใน การศึกษาทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเบื้องต้น ก่อนที่จะทำการศึกษารายละเอียด ในบทต่อไป เพื่อการศึกษา และการวิเคราะห์ที่จะเกิดขึ้นนั้นให้เป็นไปตามข้อมูลพื้นฐาน ที่ถูกต้อง

2.1 ความหมายและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 หลักการออกแบบภูมิทัศน์ หลักการออกแบบภูมิทัศน์ ในสายงานบริหารทรัพยากร อาคาร การดูแลอาคาร และสถานที่ ถือเป็นหน้าที่หลักในการทำงาน การทำให้ภูมิทัศน์โดยรอบโครงการสวยงามอยู่เสมอ ถือเป็นงานหลักที่นักบริหารทรัพยากรอาคารต้องให้ความสำคัญ การมีความรู้ในพื้นฐานการออกแบบงานภูมิทัศน์จะสามารถช่วยให้ดูแล และบำรุงรักษางานภูมิทัศน์ได้ดี นอกจากนี้ การมีความรู้ในพืชพรรณไม้ การเลือกใช้งานพรรณไม้ วัสดุตกแต่งให้เหมาะสมกับงานอาคาร ผนวกกับความรู้ทางศิลปะ และทฤษฎีศิลป์ จะสามารถให้ผู้ดูแลงานภูมิทัศน์นำเสนอแนวคิด หรือเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบงานภูมิทัศน์ที่ตนเองดูแล ด้วยความเข้าใจ สามารถสื่อสารประสานงานร่วมกับภูมิสถาปนิก หรือผู้รับจ้างดูแลงานได้อย่างเต็มที่ เพื่อช่วยให้งานภูมิทัศน์ในหน่วยมีความงานสวยงาม และให้ประโยชน์

การออกแบบภูมิทัศน์ เป็นการทำให้บริเวณโดยรอบของสถานที่และในสถานที่ที่มีความสวยงามตั้งแต่เริ่มทำจนถึงบำรุงรักษาให้คงความสวยงาม การจัดภูมิทัศน์มีปัจจัยในหลายด้านทั้งด้านการเลือกใช้พรรณไม้ ด้านวัสดุตกแต่งด้านศิลปะทฤษฎีศิลป์ รวมไปถึงด้านแนวคิดต่าง ๆ ในการประสานงานกับภูมิสถาปนิก เพื่อช่วยให้งานออกมาที่สมบูรณ์

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่ว่าง อธิบายที่ว่างทางสถาปัตยกรรมไว้ในหนังสือ “ที่ว่างทางสถาปัตยกรรม” ทำให้สามารถนำมาใช้อธิบายที่ว่างทางภูมิสถาปัตยกรรมได้ต่อไปเนื่องจากการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมเป็นการออกแบบที่ว่างภายนอกอาคาร เพื่อให้มนุษย์เข้าไปใช้งานได้สะดวกสบาย ปลอดภัย และมีความสวยงามควบคู่กันไป เนื่องจากงานด้านนี้มีมนุษย์ และต้นไม้เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงสัดส่วนของมนุษย์ (human scale) กับขนาดที่ว่างที่มนุษย์เข้าไปใช้งาน และเข้าใจคุณสมบัติและการใช้งานของต้นไม้กับที่ว่างด้วยความเว้นว่าง (Space)

หรือที่ว่างในทางสถาปัตยกรรม เป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องใช้จินตนาการเข้าร่วมประกอบกับการมองเห็น เพื่อที่จะสามารถกะเกณฑ์ของเขตจากความว่างเปล่าให้เกิดเป็นขอบเขตที่มีความหมาย มีความรู้สึก รับรู้ได้ตามที่ผู้ออกแบบต้องการสื่อที่ว่าง จะเกิดขึ้นได้เมื่อเกี่ยวข้องหรือถูกห้อมล้อมด้วยพื้นผิว (surface) ในลักษณะ 2 มิติ หรือถูกห้อมล้อมด้วยกลุ่มก้อนรูปทรง (mass) ในลักษณะ 3 มิติ ความเว้นว่างนี้อาจเป็นเนื้อที่ว่างภายนอก (Exterior space) หรือเนื้อที่ว่างภายใน (Interior space) แต่ทั้งนี้เราสามารถแบ่งประเภทของที่ว่างออกให้ชัดเจนขึ้นได้ดังนี้

2.1.2.1 ที่ว่างที่ใช้พื้นที่แต่เพียงอย่างเดียวเป็นเครื่องกำหนดขอบเขต จะเห็นได้จากเนื้อที่ว่าง ภายนอก (Exterior space) เป็นส่วนใหญ่ เช่น ลานใหญ่หน้าอาคาร (Plaza) หรือคอร์ทสวนต้นปาล์ม กลางคอนโดมิเนียม (Garden Court) หรือแม้กระทั่งเนื้อที่ปูเสื่อนั่งเล่นกลางแจ้ง นับเป็นการสร้างขอบเขต

2.1.2.2 ที่ว่างที่ใช้พื้นที่กับผนังเป็นเครื่องกำหนดขอบเขต อาจเป็นได้ทั้งการใช้พื้นที่ร่วมกับผนัง เพียงด้านเดียว หรือใช้กับผนังหลาย ๆ ด้านก็ได้ ซึ่งก็จะทำให้เกิดขอบเขตพื้นที่ว่างที่มากขึ้นน้อยแตกต่างกันไป เช่น ผนังไม้ระแนงโปร่งบนเฉลียงปลูกไม้เลื้อยเพื่อบังตา และความร่มรื่น หรือการทำลานโล่ง ภายในอาคาร (Inner court) ใช้ปลูกต้นไม้ ทำกิจกรรม

2.1.2.3 ที่ว่างที่ใช้พื้นที่กับหลังคาเป็นเครื่องกำหนดขอบเขต เป็นการปิดกั้นพื้นที่ระหว่างเบื้องบนกับเบื้องล่าง อาจเป็นเนื้อที่ใต้ร่มไม้ การนั่งในศาลา นั่งอยู่ใต้กระโจม หรือใต้ผืนผ้าใบ หรือแม้กระทั่งการเดินใต้ชายคาหลังคาที่คลุมทางเดิน ความรู้สึกการรับรู้จะเกิดขึ้นเพียงใต้เนื้อที่ว่างนั้น ๆ เท่านั้น

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อ ความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

2.1.3.1 เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2.1.3.2 เดินทางด้วยความสมัครใจ

2.1.3.3 เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ได้ ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติจะเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้ หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรม หรือไม่

การท่องเที่ยว เป็นเรื่องของการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วย ความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับ หรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป

และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่ เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางจากที่หนึ่งไปที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ ด้านสถานะ หรือเกียรติคุณ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหว การโยกย้ายของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มิใช่เพื่อการหารายได้การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท

2.1.3.4 มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเล หรือร่วมกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ

2.1.3.5 มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึง ความต้องการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ในแหล่งอื่นที่มิใช่ที่อยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ประเพณีต่าง ๆ

2.1.3.6 มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง ความต้องการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ ๆ หรือเพื่อนเก่า ญาติพี่น้อง

2.1.3.7 มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูง อาจเป็นไปเพื่อการศึกษา การประชุม และการติดต่อ การท่องเที่ยว หมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ติดต่อและสัมพันธ์กับกิจกรรมของบุคคล โดยสามารถเกิดขึ้นจากการที่เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และการติดต่อธุรกิจ ซึ่งเอาเหตุผลกระบวนการ แลกเปลี่ยนทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม อันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการเดินทางและการท่องเที่ยว

พื้นที่ว่างเป็นการออกแบบที่ว่างภายนอกอาคาร เพื่อให้มนุษย์เข้าไปใช้งานได้สะดวกสบายปลอดภัย และมีความสวยงามควบคู่กันไป เนื่องจากงานด้านนี้มีมนุษย์และต้นไม้เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงสัดส่วนของมนุษย์ (human scale) กับขนาดที่ว่างที่มนุษย์เข้าไปใช้งาน และเข้าใจคุณสมบัติและการใช้งานของต้นไม้กับที่ว่างด้วยความเว้นว่าง (Space) เป็นสิ่งที่ใช้จินตนาการเข้าร่วมประกับกับการมองเห็น เป็นเขตจากความว่างเปล่าให้เกิดเป็นขอบเขตที่มีความหมาย และที่ว่างแต่ละส่วนต้องมีความเชื่อมโยงกัน

2.2 ความหมายและความสำคัญของร้านกาแฟ

2.2.1 ความหมายของร้านกาแฟ ร้านกาแฟเป็นร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม ที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่ายเบเกอรี่ของหวานที่รับประทานคู่กับเครื่องดื่ม มีอาหารเป็นส่วนประกอบ ซึ่งร้านแต่ละร้านก็จะมีรูปแบบที่ไม่เหมือนกันส่วนใหญ่เจ้าของธุรกิจร้านกาแฟจะตกแต่งร้านไม่เหมือนใครแตกต่างกันไปเพื่อดึงดูดลูกค้า ทั้งวัยรุ่น วัยทำงาน หรือแม้กระทั่ง วัยชราและเด็ก เจ้าของธุรกิจก็จะสร้างความโดดเด่นของร้าน ตัวเองให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งในเรื่องของบรรยากาศร่มรื่นสบาย รู้สึกผ่อนคลายเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่ชอบ เข้าร้านกาแฟ มักจะชอบมาคุยงาน คิดงาน หรือต้องการพื้นที่สงบ บรรยากาศดี เจ้าของธุรกิจต้องการออกแบบร้านที่โดดเด่นลูกค้าให้ความสนใจวิวที่สวยงาม บรรยากาศที่ดีร้านกาแฟ ควรมีบรรยากาศที่ดี สะอาด อาหารอร่อยราคาไม่แพงจนเกินไป การดีไซน์ร้านทั้งภายใน และภายนอก เพื่อให้ร้านนั้นมีความโดดเด่นและมีเสน่ห์ในตัวเพื่อตอบสนองต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

2.2.2 รูปแบบร้านกาแฟ มีหลายรูปแบบ การตัดสินใจก่อนเปิดร้านกาแฟนั้นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลายอย่างทั้งเรื่องของเงินทุน รูปแบบของร้านกาแฟ การบริหารงานว่าจะสามารถจัดการร้านได้ดีมากน้อยเพียงใด การแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นทุกวัน การเลือกรูปแบบร้านกาแฟที่เหมาะสมกับตัวเองทำให้เราสามารถบริหารจัดการได้ดี และจะประสบความสำเร็จในที่สุด มาลองดูการแบ่งรูปแบบร้านกาแฟว่าจัดแบ่งออกเป็นได้กี่ประเภทแบบไหนที่เหมาะสมกับการลงทุนในระดับที่เราคิดไว้ในใจ

2.2.2.1 ร้านกาแฟขนาดเล็ก เกิดขึ้นได้ง่ายและเกิดขึ้นอย่างมากมายในแต่ละวัน ทำให้การแข่งขันในระดับนี้แข่งขันกันสูงมาก ระดับเงินทุนที่ใช้ไม่มาก เพราะเงินทุนใช้เงินระดับ 30,000-80,000 บาท ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบ คือ หรือเป็นซุ้มขายกาแฟ เช่น ตามข้างทางตลาดหรือแหล่งชุมชน บิมน้ำมันเป็นต้น การลงทุนที่ใช้เงินไม่มากนักเองทำให้ใคร ก็สามารถเข้ามาแข่งขันได้ในตลาดระดับนี้แต่ถึงแม้จะเป็นระดับที่ใช้เงินลงทุนต่ำแต่ก็ต้องอาศัยความรู้ และทักษะในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจไปตลอดรอดฝั่งได้ การลงทุนในร้านกาแฟระดับนี้ ข้อได้เปรียบ คือ มีความยืดหยุ่นสูง สามารถรุกเข้าทำเลต่าง ๆ ได้ง่าย ๆ หรืออาจจะเสริมเข้าไปในธุรกิจอื่นได้ เช่น ร้านอินเตอร์เน็ต ร้านเบเกอรี่ ร้านอาหาร ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีข้อได้เปรียบเรื่องค่าเช่าสถานที่ที่ถูกกว่า การเลือกทำเลที่ตั้ง และอาศัยพื้นที่ในการดำเนินธุรกิจที่ไม่มากทำให้สามารถลดต้นทุนเรื่องการจัดร้านและสถานที่ได้ส่วนการตั้งราคาของร้านกาแฟระดับนี้ก็ต้องไม่แพงจนเกินไป เพราะกลุ่มลูกค้าจะอยู่ในระดับกลาง-ล่าง ต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าในการดื่ม

2.2.2.2 ร้านกาแฟขนาดกลาง ลักษณะของร้านกาแฟขนาดกลาง คือ เป็นลักษณะคอนเนอร์หรือมุมกาแฟ เคาน์เตอร์ มินิบาร์ การลงทุนอยู่ที่ประมาณ 100,000-800,000 บาท มีสถานที่ตั้งที่แน่นอน อาจอยู่ในอาคารหรือสำนักงาน หรือห้างสรรพสินค้า โดยจับกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน หรือกลุ่มระดับกลางอาจมีชุดโต๊ะเก้าอี้นั่งดื่มเป็นมุมกาแฟเพียงไม่กี่จุด ร้านกาแฟระดับนี้

สามารถตั้งราคาสูงกว่า ร้านขนาดเล็กได้ ค่าเช่าร้าน และสถานที่จึงเริ่มเข้ามามีส่วนในการเปิดร้านอยู่ มากพอสมควร จึงต้องคำนึงถึงต้นทุนในส่วนนี้ด้วย แต่ลูกค้าที่เข้ามาตี๋มก็อาจจะมามากกว่าร้านขนาดเล็ก และมีกำลังซื้อได้ดีกว่า หากเลือกทำเลที่ดีและเหมาะสม ผู้ลงทุนต้องหันมาใช้เรื่องการบริหาร เพื่อให้เกิดการภักดีต่อตัวร้านขึ้น ทำให้ลูกค้ากลับมาตี๋มอีกร้านกาแฟระดับนี้ต้องใส่ใจเรื่องการบริหาร อย่างมาก เพื่อให้ร้านเติบโตไปได้ และอาจจะสร้างชื่อได้ไม่แพ้กาแฟแบรนด์จากต่างประเทศเลยก็ได้ การสร้างแบรนด์เริ่มจากร้านกาแฟขนาดนี้ได้เช่นกัน ร้านกาแฟขนาดกลาง มีโอกาสที่จะสร้างแบรนด์ จนเป็นกาแฟพรีเมียมได้ ยกตัวอย่าง เช่น ร้านกาแฟเขาทะเล ชุมพร กาแฟวารี กาแฟดอยช้าง ฯลฯ

2.2.2.3 ร้านกาแฟระดับพรีเมียม คือร้านกาแฟสดขนาดใหญ่ที่ใช้เงินลงทุนที่สูงอาจจะ ใช้เงินลงทุนระดับล้านบาทขึ้นไป รูปแบบร้านมีทั้งแบบเช่าสถานที่บนห้าง หรืออาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ เน้นเรื่องความสะดวกสบายและบรรยากาศร้าน เพื่อให้หนักตี๋มกาแฟได้ผ่อนคลายเรื่องการตกแต่ง จึงเป็นเรื่องสำคัญ ทำให้ต้นทุนเรื่องสถานที่สูงกว่าร้านแบบอื่น ๆ ลูกค้าจะเน้นลูกค้าในระดับกลาง-บน รูปแบบการจัดร้านมีสไตล์หรือคอนเซ็ปต์ที่แน่นอน ใช้หลักความรู้ในการบริหารจัดการร้านที่ดีมี ประสิทธิภาพ รักษามาตรฐานการตลาด และเน้นการสร้างแบรนด์จึงทำให้ใช้ทุนดำเนินการที่สูงกว่า ร้านในระดับอื่น ๆ แต่การตั้งราคากาแฟก็สามารถตั้งได้สูงตามไปด้วย เช่น แก้วละ 60-100 บาท การ แข่งขันในร้านระดับนี้ มักจะมีการครองตลาดจากเจ้าของแบรนด์ทั้งในประเทศ และจากต่างประเทศ ทำให้ร้านกาแฟรายใหม่เจาะตลาดได้ยากผู้ลงทุนที่อยากเปิดร้านกาแฟในระดับพรีเมียมแต่ไม่มี แบรนด์ของตัวเองควรใช้แฟรนไชส์จะดีกว่า

รูปแบบของร้านกาแฟก็จะแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม มี 3 รูปแบบ แบบเล็กจะเป็น ร้านแนวชั่มชวยกาแฟตามข้างทางตลาด หรือแหล่งชุมชน บั่มน้ำมัน ซื้อได้เปรียบ คือ มีความยืดหยุ่น สูง สามารถรุกเข้าทำเลต่าง ๆ ได้ง่าย ๆ หรืออาจจะเสริมเข้าไปในธุรกิจอื่นได้เช่น ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านเบเกอรี่ ร้านอาหาร แบบกลางเป็นลักษณะคอนเนอร์หรือมุมกาแฟ เคาน์เตอร์ มินิบาร์ โดยจับกลุ่มลูกค้า วัยทำงานหรือกลุ่มระดับกลางอาจมีชุดโต๊ะเก้าอี้นั่งตี๋มเป็นมุมกาแฟเพียงไม่กี่จุด ร้านกาแฟระดับนี้สามารถตั้งราคาสูงกว่า ร้านขนาดเล็กได้ ค่าเช่าร้านและสถานที่จึงเริ่มเข้ามามีส่วน ในการเปิดร้านอยู่พอสมควร จึงต้องคำนึงถึงต้นทุนในส่วนนี้ สามารถสร้างแบรนด์จนเป็นกาแฟ พรีเมียมได้แบบพรีเมียม คือ ร้านกาแฟสดขนาดใหญ่ที่ใช้เงินลงทุนที่สูง อาจจะใช้เงินลงทุนระดับ ล้านบาทขึ้นไปรูปแบบร้านมีทั้งแบบเช่าสถานที่บนห้าง หรืออาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ เน้นเรื่องความสะดวกสบายและบรรยากาศร้านลูกค้าจะเน้นลูกค้าในระดับ กลาง-บน รูปแบบการจัดร้านมีสไตล์ หรือคอนเซ็ปต์ที่แน่นอน ใช้หลักความรู้ในการบริหารจัดการร้านที่ดีมีประสิทธิภาพ รักษามาตรฐาน การตลาด เน้นการสร้างแบรนด์จึงทำให้ใช้ทุนดำเนินการที่สูงกว่าร้านในระดับอื่น ๆ

2.2.3 กฎหมายร้านกาแฟ การจะเปิดร้านกาแฟนั้น ต้องรู้หลักการทางกฎหมาย เกี่ยวกับกาแฟไว้บ้าง เพราะทุกที่ที่ต้องมีกฎกติกา หากเราต้องการเปิดร้านกาแฟ และจดทะเบียนให้ ถูกต้องตามกฎหมายแล้ว ควรรู้กฎหมายเกี่ยวกับกาแฟไว้ (สำเนา) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

(ฉบับที่ 197) พ.ศ.2543 เรื่องกาแฟโดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วย เรื่อง กาแฟอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 (3) (4) (5) (6) (7) และ (10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิ และเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิก (1) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 77 (พ.ศ.2527) เรื่องกาแฟ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ.2527 (2) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 132 (พ.ศ.2533) เรื่องกาแฟ (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ.2533 (3) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 181) พ.ศ.2540 เรื่องกาแฟ (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2540

ข้อ 2 ให้กาแฟที่คั่วแล้ว เป็นอาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน

ข้อ 3 กาแฟตามข้อ 2 แบ่งออกเป็น 6 ชนิด ดังต่อไปนี้

1) กาแฟแท้ หมายความว่า ผลិតภัณฑ์ที่ได้จากผลที่แก่จัดของต้น กาแฟในสกุล คอฟเฟีย (coffea) ผ่านกรรมวิธีเอาเมล็ดตอก นำเมล็ดมาคั่วจนได้ที่ และอาจบดให้ได้ขนาดตามความต้องการ

2) กาแฟผสม หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ ที่ได้จากกาแฟตามข้อ 1 ที่มีสิ่งอื่นที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพเป็นส่วนผสมอยู่ด้วย

3) กาแฟที่สกัด กาแฟอื่นนอก หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกาแฟตามข้อ 1 ที่ได้สกัดเอากาแฟอื่นออก

4) กาแฟสำเร็จรูป หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผลที่แก่จัด ของต้นกาแฟในสกุลคอฟเฟีย ผ่านกรรมวิธีเอา เมล็ดตอก นำเมล็ดมาคั่วจนได้ที่ โดยมีได้มีการผสมสิ่งอื่นใด แล้วนำมา สกัดด้วยน้ำเท่านั้น นำไประเหย น้ำออก จนแห้งด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสม มีลักษณะเป็นผง หรือเป็นเกล็ด หรือลักษณะอื่น ๆ และสามารถละลายน้ำได้หมดทันที

5) กาแฟสำเร็จรูปผสม หมายความว่า กาแฟสำเร็จรูปตามข้อ 4 ที่มีสิ่ง อื่นที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพเป็นส่วนผสมอยู่ด้วย

6) กาแฟสำเร็จรูปที่สกัดกาแฟอื่นออก หมายความว่า 13 ผลิตภัณฑ์ที่ ได้จากกาแฟตามข้อ 4 ที่ได้สกัดเอากาแฟอื่น ในกรณีที่นำกาแฟตามข้อ 1 ถึง 6 มาปรุงแต่งรสในลักษณะพร้อมบริโภค และบรรจุในภาชนะปิดสนิท ไม่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะเป็นชนิดเหลวหรือแห้ง ให้ถือว่าเป็นกาแฟต้องปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ด้วย

ข้อ 4 กาแฟแท้ต้องมีคุณภาพหรือมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

1) มีกลิ่นและรสของกาแฟแท้

2) มีเถ้าทั้งหมดไม่เกินร้อยละ 6 ของน้ำหนัก และเถ้าทั้งหมดนั้นต้องละลายน้ำได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของน้ำหนัก

3) มีกาเฟอีนไม่น้อยกว่าร้อยละ 1 ของน้ำหนัก

4) มีน้ำตาล คำนวณน้ำตาลอินเวิร์ตทั้งหมดได้ไม่เกินร้อยละ 1.5 ของน้ำหนัก

5) ไม่ผสมวัตถุอื่นใด ยกเว้นวัตถุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพที่ใช้เพื่อสารคั่วและแต่งกลิ่น

6) ไม่ใช้สี เว้นแต่สีน้ำตาลเคียวไหม้หรือสีคาราเมล

ข้อ 5 กาแฟผสมต้องมีคุณภาพหรือมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

1) มีกาแฟเป็นส่วนผสมไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของน้ำหนักเมื่อแห้ง

2) ใช้วัตถุที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลได้ตามมาตรฐาน เอฟ เอ โอ/ดับบลิว เอช โอ โคเดกซ์ (Joint FAO/WHO' codex) ที่ว่าด้วยเรื่องวัตถุเจือปนอาหาร และฉบับที่ได้แก้ไขเพิ่มเติม ในกรณีที่ไม่มีความมาตรฐาน กำหนดไว้ ตามวรรคหนึ่ง ให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศ กำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการอาหาร

3) มีคุณภาพหรือมาตรฐานตามที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ข้อ 6 กาแฟที่สกัดกาเฟอีน ต้องมีคุณภาพ หรือมาตรฐานดังต่อไปนี้

1) มีกาเฟอีนไม่เกิน ร้อยละ 0.1 ของน้ำหนัก

2) มีคุณภาพหรือมาตรฐานตามที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา

ข้อ 7 กาแฟสำเร็จรูป ต้องมีคุณภาพ หรือมาตรฐานดังต่อไปนี้

1) มีกลิ่น และรสของกาแฟแท้

2) มีความชื้นไม่เกินร้อยละ 5 ของน้ำหนัก

3) มีเถ้าทั้งหมดไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของน้ำหนักเมื่อแห้ง

4) มีกาเฟอีนไม่น้อยกว่าร้อยละ 2.5 ของน้ำหนัก

ข้อ 8 กาแฟสำเร็จรูปผสม ต้องมีคุณภาพ หรือมาตรฐานดังต่อไปนี้

1) มีความเข้มข้นไม่เกินร้อยละ 5 ของน้ำหนัก

2) มีกาเฟอีนไม่น้อยกว่าร้อยละ 1.5 ของน้ำหนัก

3) ไม่ใช้สี เว้นแต่สีน้ำตาลเคียวไหม้ หรือสีคาราเมล

4) ใช้วัตถุที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลได้ตามมาตรฐาน เอฟ เอ โอ/ดับบลิวเอช โอ โคเดกซ์ (Joint FAO/WHO' codex) ที่ว่าด้วยเรื่อง วัตถุเจือปนอาหาร และฉบับที่ได้แก้ไขเพิ่มเติม ในกรณีที่ไม่มีความมาตรฐานกำหนดไว้ตามวรรคหนึ่ง ให้สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยาประกาศ กำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการอาหาร

5) มีคุณภาพ หรือมาตรฐานตามที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา

ข้อ 9 กาแฟสำเร็จรูปที่สกัดกาแฟีนออก ต้องมีคุณภาพ หรือมาตรฐานดังต่อไปนี้

- 1) มีความชื้นไม่เกินร้อยละ 5 ของน้ำหนัก
- 2) มีคาเฟอีนไม่เกินร้อยละ 0.3 ของน้ำหนัก
- 3) มีคุณภาพ หรือมาตรฐานตามที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา

ข้อ 10 กาแฟตามวรรคสองของข้อ 3 ชนิดเหลว ต้องมีคุณภาพ หรือมาตรฐานดังต่อไปนี้

- 1) มีกลิ่น และรสตามลักษณะเฉพาะของกาแฟนั้น
- 2) มีคาเฟอีนไม่เกิน 100 มิลลิกรัม ต่อกาแฟปรุงสำเร็จชนิดเหลว 100 มิลลิลิตร และกาแฟดังกล่าวต้องมาจากกาแฟที่ใช้เป็นวัตถุดิบเท่านั้น
- 3) ตรวจพบแบคทีเรียชนิดโคลิฟอร์ม น้อยกว่า 2.2 ต่อกาแฟ 100 มิลลิลิตร โดยวิธีเอ็ม พี เอ็น (Most Probable Number)
- 4) ตรวจไม่พบแบคทีเรียชนิด อีโคไล (Escherichia Coli)
- 5) ไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค 14
- 6) ไม่มีสารเป็นพิษจากจุลินทรีย์ หรือสารเป็นพิษอื่นในปริมาณที่อาจเป็นอันตราย

อันตราย

- 7) ไม่มียีสต์ และเชื้อรา
- 8) ใช้วัตถุที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลได้ตามมาตรฐาน เอฟ เอ โอ ดับบลิว เอช โอโคเด็กซ์ (Joint FAO/WHO' codex) ที่ว่าด้วยเรื่อง วัตถุเจือปนอาหาร และฉบับที่ได้แก้ไขเพิ่มเติม ในกรณีที่ไม่มีการกำหนดไว้ตามวรรคหนึ่ง ให้สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยาประกาศ กำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการอาหาร

9) มีวัตถุกันเสียได้ ดังต่อไปนี้

- (1) ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ ไม่เกิน 70 มิลลิกรัม ต่อกาแฟปรุงสำเร็จ 1 กิโลกรัม
- (2) กรดเบนโซอิก หรือกรดซอร์บิก หรือเกลือของกรดทั้งสองนี้ โดยคำนวณเป็น ตัวกรดได้ไม่เกิน 200 มิลลิกรัม ต่อกาแฟปรุงสำเร็จ 1 กิโลกรัม การใช้วัตถุกันเสียให้ใช้ได้เพียง ชนิดใดชนิดหนึ่งตามปริมาณที่กำหนดใน (9.1) หรือ (9.2) ถ้าใช้เกินหนึ่งชนิดต้องมีปริมาณรวมกันไม่เกินปริมาณของวัตถุกันเสียชนิดที่กำหนดให้ใช้น้อยที่สุด เมื่อจำเป็นต้องใช้วัตถุกันเสียแตกต่างกันไปจากที่กำหนดไว้ดังกล่าวข้างต้น ต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ข้อ 11 กาแฟปรุงสำเร็จชนิดแห้ง ต้องมีคุณภาพ หรือมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

- 1) ความชื้นได้ไม่เกินร้อยละ 6 ของน้ำหนัก

2) เมื่อละลายหรือผสมน้ำตามที่กำหนดไว้ในฉลาก ต้องมีคุณภาพ หรือมาตรฐานตามข้อ 10

ข้อ 12 ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้ากาแฟเพื่อจำหน่าย ต้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหาร

ข้อ 13 การใช้ภาชนะบรรจุกาแฟ ให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ภาชนะบรรจุ

ข้อ 14 การแสดงฉลากของกาแฟ ให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก

ข้อ 15 ให้ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร หรือใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 77 (พ.ศ.2527) เรื่อง กาแฟ ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ.2527 แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 132 (พ.ศ.2533) เรื่องกาแฟ (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ.2533 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 181) พ.ศ.2540 เรื่อง กาแฟ (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2540 ซึ่งออกใช้ก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ ยังคงใช้ต่อไปได้อีกสองปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ 16 ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้ากาแฟที่ได้รับอนุญาตอยู่ก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับยื่นคำขอรับเลขสารบบอาหารภายในหนึ่งปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ เมื่อยื่นคำขอดังกล่าวแล้วให้ได้รับการผ่อนผันการปฏิบัติตามข้อ 12 ภายในสองปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ และให้คงใช้ฉลากเดิมที่เหลืออยู่ต่อไป จนกว่าจะหมดแต่ต้องไม่เกินสองปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ 17 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับ เมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไปประกาศ ณ วันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2543

กฎหมายร้านกาแฟ ควรรู้หลักการทางกฎหมายเกี่ยวกับกาแฟถึงจะสามารถเปิดร้านได้ เพราะทุกที่ต้องมีกฎหมาย หากเราต้องการเปิดร้านกาแฟ และจดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมายแล้ว ควรรู้กฎหมายเกี่ยวกับกาแฟไว้ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เมื่อปี พ.ศ.2543

2.3 ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape)

จากแนวคิดที่ได้กล่าวเอาไว้ข้างต้นในเรื่องด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ได้สอดคล้องกับหลักภูมิทัศน์บริการ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ Bitner (1992) บริการไว้ว่าการออกแบบสภาพแวดล้อมของสถานบริการ โดยที่เป็นสภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นโดยใช้สิ่งแวดล้อมทางกายภาพมาออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการ

นิยามของภูมิทัศน์บริการไว้ว่า ภูมิทัศน์บริการคือองค์ประกอบที่สามารถจับต้องได้ของผลิตภัณฑ์การบริการที่สามารถสื่อความหมายให้ผู้รับบริการสัมผัสได้ถึงประเภทของการบริการ

และยังช่วยให้ผู้รับบริการสามารถรับรู้ถึงภาพลักษณ์ได้อย่างชัดเจน โดยที่ภูมิทัศน์บริการนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้า ผู้รับบริการ และพนักงานผู้ให้บริการ

ความหมายของภูมิทัศน์บริการไว้ว่า ภูมิทัศน์บริการ คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ที่มีการให้บริการมีบทบาทสำคัญในการสร้างความตื่นตัวของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งต่อมาแนวคิดดังกล่าวมีการประยุกต์ใช้ในหลายภาคส่วนธุรกิจบริการ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม คาสิโนสนามกีฬา และหอประชุม

ภูมิทัศน์บริการ คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น รูปลักษณ์ภายนอกอาคาร และสภาพแวดล้อมภายใน เช่น การแต่งตัวภายในสถานที่ให้บริการ

ภูมิทัศน์บริการมีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของสถานที่บริการนั้น ๆ เพราะจะเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าจะใช้เป็นตัวตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ โดยจะใช้ลักษณะทางกายภาพนำมาพิจารณาเพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถรับรู้ และประเมินคุณภาพการบริการได้ ซึ่งลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการเพราะเป็นสิ่งที่ถูกนำมาใช้ให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้อย่างงานบริการ เพราะจำเป็นต้องถูกนำมาใช้เพื่อให้สามารถมองเห็นได้สำหรับการออกแบบภูมิทัศน์บริการ เช่น การออกแบบตกแต่งสถานที่ในการให้บริการ และบรรยากาศโดยรอบที่รวมถึงแสง สี เสียง กลิ่น อุณหภูมิ ฯลฯ เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ โดยที่ภูมิทัศน์บริการจะเป็นอีกปัจจัยของการสร้างองค์ประกอบอย่างหนึ่งของการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ที่มีการให้บริการลูกค้า

2.3.1 มิติของภูมิทัศน์บริการ (Dimensions of Servicescapes) Bitner (1992) ได้กล่าวถึงภูมิทัศน์บริการไว้ว่า ภูมิทัศน์บริการคือการสร้างสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ไม่ใช่สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติหรือตามสังคม แต่ลูกค้าจะมองเห็นเป็นภาพรวม และสามารถรับรู้ได้ถึงแม้ว่าลูกค้าแต่ละคนนั้นจะมีลักษณะความชอบ หรือรสนิยมที่ต่างกัน ดังนั้น การออกแบบภูมิทัศน์บริการที่จะส่งผลกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มว่าจะสามารถตอบสนองสภาพสิ่งแวดล้อมในรูปแบบเดียวกัน ดังนั้นการออกแบบจะต้องเข้าใจและเข้าถึงอิทธิพลสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบไปด้วย 3 มิติ ดังต่อไปนี้

2.3.1.1 บรรยากาศในสถานบริการ (Ambient Conditions) หมายถึงลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานบริการที่มีผลกระทบต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 อัน ได้แก่ การมองเห็น (Sight) เสียง (Sound) กลิ่น (Scent) สัมผัส (Touch) รสชาติ (Taste) โดยที่บรรยากาศของการให้บริการจะสามารถส่งผลกระทบ และมีอิทธิพลขององค์กรนั้น ๆ โดยที่ลูกค้า พนักงาน และบุคคลที่เกี่ยวข้องจะสามารถรับรู้ได้ว่าควรทำตัวอย่างไรถึงจะเหมาะสมกับสถานที่นั้น ๆ องค์กรควรให้ความสำคัญในการสร้างบรรยากาศให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้งาน โดยที่ออกแบบภูมิทัศน์บริการที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างการมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส

และการรับรสชาติเพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ และสามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ในการนำ
ภูมิทัศน์บริการมาใช้ได้โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างบรรยากาศ ดังนี้

1) การปรับอากาศ (Air Conditioning) การรักษาอุณหภูมิในสถานที่ให้บริการ
อย่างเหมาะสม เพราะจะสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายในการมาใช้บริการ และควรรักษามาตรฐาน
เอาไว้ เพราะถ้าเกิดการผิดพลาดก็อาจจะสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์การบริการได้

2) การจัดแสง (Lighting) การออกแบบแสงของสถานบริการให้เหมาะสมกับ
การรับรู้ของลูกค้าหรือผู้มารับบริการ เพราะแสงแต่ละประเภทจะส่งผลต่อความรู้สึก และมีอิทธิพลต่อ
สภาพอารมณ์ จิตใจแสงที่สว่าง หรือจ้าจนเกินไป หรือแสงที่น้อยจนเกินไปจะทำให้ความสามารถใน
การมองเห็นลดลง และยังเป็นอันตรายต่อดวงตา นอกจากนี้การจัดแสงก็ยังสามารถมีอิทธิพลต่อ
อารมณ์ และสภาพจิตใจของผู้มาใช้บริการได้ยกตัวอย่าง เช่น สภาพแวดล้อมที่มีแสงไฟสลัวจะ
สามารถสร้างความรู้สึกลึบคล้อย การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้า และพนักงานก็จะสามารถรับรู้ได้
ว่ามีความเป็นทางการน้อยลงในทางตรงกันข้ามถ้าสภาพแวดล้อมที่มีแสงสว่างมากการพูดคุยจะมีเสียง
ดัง และการปฏิสัมพันธ์จะเกิดมากขึ้นและดูน่าตื่นเต้น ฉะนั้นอยู่ที่การออกแบบภูมิทัศน์บริการเพื่อ
สร้างบรรยากาศความีวัตถุประสงค์ในการใช้สถานที่นั้นอย่างไร

3) สี (Color) สีเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้รับรู้
ได้เป็นอย่างดี เพราะสีสามารถเป็นตัวสื่อความหมายได้เป็นอย่างดีภูมิทัศน์บริการ เพราะสามารถ
นำไปถูกใช้ในการตกแต่งงานภายนอก และภายใน เช่น สีประจำองค์กร โบชัวร์ โดยสีที่สามารถสร้าง
อิทธิพลทางด้านจิตวิทยา สามารถแบ่งได้ 3 คุณลักษณะดังนี้

(1) เนื้อสี (Hue) คือ สีโดยทั่วไปจะสามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ สีโทนร้อน
ที่สามารถสื่อถึงความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และสีโทนเย็น
ที่สามารถทำให้รู้สึกสดชื่นและเย็นสบาย ซึ่งการเลือกสีนั้นก็ขึ้นอยู่กับความหมายของสีแต่ละสี
เช่น สีแดง ที่สื่อถึงความรุนแรงและมีพลัง สีเหลืองที่สื่อถึงความแจ่มใส ร่าเริง สีฟ้า หรือสีน้ำเงินที่สื่อ
ถึงความสงบ เรียบร้อย

(2) น้ำหนักสี (Value) คือ ระดับความสว่างของสีเพื่อทำให้เกิดสีความมีมิติที่
แตกต่างกัน เช่น สีโทนสว่าง (Tints) กับสีโทนมืด (Shade) ซึ่งสีโทนสว่างจะให้ความรู้สึกปลอดโปร่ง
มากกว่า

(3) ความสดหรือความเข้มข้นของสี (Intensity) คือ การให้ค่าความสว่าง
และความมืดให้กับสียกตัวอย่าง เช่น สีที่มีความเข้มข้นของสีสูงจะให้อารมณ์ และความรู้สึกที่ตื่นตัว
และรุนแรง ส่วนสีที่มีความเข้มข้นต่ำจะให้อารมณ์ที่รู้สึกสงบหรือหม่นหมอง ส่วนสีที่มีค่าความเข้มข้น
ปานกลางจะให้ความรู้สึกผ่อนคลายสบายตา

(4) เสียงรบกวน (Noise) เสียงที่ไม่พึงประสงค์อาจจะไปกวนใจหรือทำให้
ลูกค้าเห็นความสนใจในการรับใช้บริการได้ในทางตรงกันข้ามการได้รับฟังเสียงที่น่าฟังพอใจก็อาจจะ

ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เช่นกัน เพราะการได้ยินเสียงที่มีความดังจะสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นสิ่งเร้าเชิงลบโดยเฉพาะ ถ้าเสียงนั้นเป็นเสียงที่ได้ยินอย่างไม่คาดคิด หรือว่าเป็นเสียงที่ดังมากจนเกินไปจะทำให้ผู้ที่ได้ยินมีสมาธิลดลง และแปรเปลี่ยนเป็นอารมณ์หงุดหงิดได้ ดังนั้นเสียงที่ไม่เบาจนเกินไป หรือว่าไม่ดังจนเกินไปจะสามารถสร้างบรรยากาศแก่ผู้รับบริการได้

(5) เสียงดนตรี (Music) เสียงดนตรีในสถานให้บริการมีผลต่อผู้มาใช้บริการได้ 2 ทาง คือ เสียงดนตรีช่วยเพิ่มการรับรู้บรรยากาศของสถานบริการ และมีอิทธิพลต่อลูกค้าและทำนองของดนตรีมีผลกับเวลาที่เข้ามาใช้บริการในสถานบริการของลูกค้าอีกด้วยอย่างเช่น เสียงดนตรีที่มีจังหวะเร็วจะช่วยให้กิจกรรมในการใช้บริการเร็วขึ้นเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการให้มีอัตราการหมุนเวียนเพิ่มขึ้น และถ้าเสียงดนตรีที่มีจังหวะช้าก็จะช่วยให้ลูกค้าอยู่ในสถานที่บริการนานขึ้นและอาจจะส่งผลให้มีการเพิ่มการใช้บริการมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้การเปิดเสียงดนตรีในสถานบริการก็ยังสามารถช่วยให้ผู้ให้บริการมีแนวโน้มทำงานได้อย่างมีความสุขและมีประสิทธิภาพซึ่งอาจจะส่งผลให้ผู้รับบริการสามารถได้รับประสบการณ์การบริการที่ดีได้อีกด้วย

(6) กลิ่น (Scent) กลิ่นเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการให้บริการ เพราะการรับรู้กลิ่นของผู้รับบริการจะช่วยให้การกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการที่จะซื้อสินค้าและบริการได้ เพราะกลิ่นที่มีความหอมจะสามารถสร้างการรับรู้และดึงดูดความสนใจให้ผู้ที่ได้กลิ่นเพื่อเข้าไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการได้ยกตัวอย่างเช่น ร้านดอกไม้ ร้านอาหาร เป็นต้น แต่ถ้ากลิ่นนั้นเป็นกลิ่นที่เหม็น หรือมีกลิ่นอับ ดังนั้นจะเกิดภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อสถานบริการจึงต้องให้ความสำคัญกับกลิ่นเพื่อนำเสนอสินค้าทางอ้อม และสร้างความคาดหวังให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

(7) รสชาติ (Taste) การนำเสนอการบริการโดยที่ลูกค้าสามารถรับรู้รสชาติเป็นเหมือนการส่งเสริมการขายโดยให้ลูกค้าได้ทดลองชิมรสก่อนการซื้อจริงได้ซึ่งเหมาะกับธุรกิจบริการประเภทร้านอาหาร แต่ในบางธุรกิจบริการก็สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้เช่นกันยกตัวอย่างเช่น การเตรียมอาหารหรือเครื่องดื่มที่มีรสชาติดีให้แก่ลูกค้าในระหว่างที่ลูกค้ากำลังใช้บริการ หรือว่าระหว่างรอรับบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า หรือสร้างประสบการณ์ในการรับรู้คุณภาพการบริการที่ดี

2.3.1.2 พื้นที่ให้บริการ (Spatial Layout and Functionality) หมายถึง การให้ความสำคัญในการออกแบบพื้นที่การให้บริการ โดยการจัดรูปแบบที่จะต้องคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลักเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสามารถใช้บริการพื้นที่นั้น ๆ อย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยการออกแบบพื้นที่ให้บริการจะให้ความสำคัญอยู่ 2 หัวข้อดังต่อไปนี้

1) ตำแหน่งการจัดวาง (Spatial Layout) การจัดวางเฟอร์นิเจอร์หรืออุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานที่ให้บริการ เช่น ขนาด รูปร่างของเฟอร์นิเจอร์ และการวางอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อยเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการระหว่างลูกค้า และพนักงานได้อย่างสะดวกและเหมาะสมกับพื้นที่ใช้งาน

2) ประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่ (Functionality) การออกแบบ และตกแต่งพื้นที่ให้บริการนั้นควรออกแบบเพื่อเน้นความเหมาะสมกับสถานที่ให้มีประสิทธิภาพที่ตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เพื่อให้งานบริการนั้นบรรลุจุดประสงค์ และบรรลุเป้าหมายได้

3) ป้ายสัญลักษณ์ และสิ่งของประดับต่าง ๆ (Signs/Symbol and Artifacts) หมายถึง วิธีการสื่อสารรูปแบบการบริการโดยการใช้ความสำคัญให้กับผู้ที่เดินผ่านไปมาเกิดความประทับใจ ซึ่งครอบคลุมถึงป้ายที่สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนทำให้ลูกค้า และพนักงานสามารถเข้าใจถึงวัตถุประสงค์แท้จริงที่ต้องการจะสื่อได้ หรือใช้โน้มน้าวให้ผู้พบเห็นให้ปฏิบัติตามยกตัวอย่างเช่น ป้ายทางเข้า-ทางออก ป้ายห้ามเข้า ป้ายห้องน้ำ ป้ายห้ามสูบบุหรี่ เป็นต้นนอกจากนี้ของประดับต่าง ๆ ที่ใช้ในการตกแต่งสถานที่ให้บริการก็สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์การบริการด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น การจัดโซฟา หรือเก้าอี้ที่นั่งรับรองลูกค้า ที่สามารถสื่อได้ว่าสถานที่นั้น ๆ ได้ถูกจัดเตรียมพร้อมไว้สำหรับให้บริการแล้วแนวคิดภูมิทัศน์บริการมีความเกี่ยวข้องกับการแสดงออกด้วยกัน 3 มิติซึ่งจะทำหน้าที่เป็นสิ่งที่กระตุ้นทีู่กนำมาใช้พัฒนาสิ่งแวดล้อมการบริการ แสดงถึงคุณลักษณะของภูมิทัศน์บริการที่ลูกค้า และพนักงานขององค์กรนั้น ๆ จะรับรู้ถึงการกระตุ้นในรูปแบบของภาพรวมสิ่งแวดล้อม (Holistic Environment) และเกิดการตอบสนองภายใน (Internal Responses) ได้แก่ การตอบสนองทางความคิด (Cognitive) การตอบสนองทางอารมณ์ (Emotional) และการตอบสนองทางร่างกาย (Physiological) แล้วถ่ายทอดการแสดงออกของแต่ละบุคคลในรูปแบบของพฤติกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน โดยสามารถอธิบายพฤติกรรมในภูมิทัศน์บริการได้

2.3.2 การตอบสนองภายใน (Internal Responses) หมายถึงการที่ลูกค้า และพนักงานเกิดการรับรู้ และเกิดการตอบสนองกับแรงกระตุ้นที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในลักษณะรูปแบบของภาพรวมของสิ่งแวดล้อม (Holistic Environment) ซึ่งถูกเรียกว่าภูมิทัศน์บริการที่รับรู้ (Perceived Servicescape) โดยจะมีการตอบสนองใน 3 ลักษณะ คือ

2.3.2.1 การตอบสนองทางความคิด (Cognitive) คือ การที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพส่งผลกระทบต่อความเชื่อ หรือทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อสถานที่หรือตัวบุคคลนั้น ๆ ยกตัวอย่าง เช่น สถานที่ถ้าถูกจัดเป็นระเบียบเรียบร้อยหรือพนักงานแต่งตัวสะอาดสะอ้าน จะช่วยให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อการรับบริการมากขึ้นไปด้วย

2.3.2.2 การตอบสนองทางอารมณ์ (Emotional) คือ การที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพส่งผลกระทบต่ออารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น การได้รับกลิ่นสารเคมี หรือได้ยินเสียงที่เครื่องจักรทำงานจะมีผลให้ผู้ได้รับการกระตุ้นจะรู้สึกหวาดกลัว และวิตกกังวล โดยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพดังกล่าวสามารถทำให้บุคคลที่รับรู้ใน 2 มิติ คือ ความรู้สึกน่าพอใจหรือไม่น่าพอใจ และความรู้สึกตื่นตัวหรือไม่ตื่นตัวการตอบสนองทางร่างกาย (Physiological) คือการที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพส่งผลกระทบต่อร่างกายมนุษย์โดยตรง ยกตัวอย่างเช่น การได้ยินเสียง

ดังจนเกินไป หรือการได้รับแสงสว่างจ้ามกจนเกินไปจนร่างกายรู้สึกตอบสนองกับแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้น

2.3.3 พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคล (Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกหลังจากได้รับผลกระทบทางกายภาพจากสถานที่ ซึ่งแต่ละบุคคลจะสามารถแสดงออกทางพฤติกรรมออกมาได้ 2 ประเภทการเข้าหา (Approach) พฤติกรรมในเชิงบวกที่กระตุ้นให้บุคคลนั้น ๆ แสดงออกถึงความปรารถนาที่จะเข้าไปใช้เวลาอยู่ หรือทำงานในสถานที่นั้น ๆ นานขึ้น หรือปฏิบัติภารกิจในสถานที่นั้น ๆ จนสำเร็จตามที่ได้วางแผนไว้ หรือตัดสินใจที่จะกลับมาสถานที่นั้น ๆ อีกครั้งหนึ่งในอนาคตการหลีกเลี่ยง (Avoidance) พฤติกรรมด้านลบซึ่งตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการเข้าหา คือ การแสดงออกของบุคคลที่ไม่พึงปรารถนาที่จะเข้าไปใช้เวลาอยู่หรือเข้าไปทำงานในสถานที่นั้น ๆ หรือไม่ไปปฏิบัติภารกิจในสถานที่นั้น ๆ ตามแผนที่ได้วางเอาไว้ หรือตัดสินใจไม่คิดจะกลับมาสถานที่แห่งนั้นอีกเลย ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับแบบจำลองการตอบสนองทางด้านอารมณ์ต่อภูมิทัศน์บริการของ Mehrabian-Russell ที่จะนำเสนอแนวคิดในลำดับถัดไป

2.3.3.1 บทบาท และความสำคัญของภูมิทัศน์บริการได้สรุปบทบาท และความสำคัญของภูมิทัศน์บริการที่มีผลต่อลูกค้า และพนักงานที่เกี่ยวข้องกับงานบริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้เราเข้าใจถึงประโยชน์ของภูมิทัศน์บริการที่สามารถนำมาใช้ในงานบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากงานบริการทั่วไปได้ ดังต่อไปนี้

1) เป็นสิ่งที่ใช้สื่อสารกับลูกค้าตั้งแต่ก่อนลูกค้าเข้ามาใช้บริการระหว่างบริการ และหลังจากได้รับการบริการไปแล้ว

2) เป็นเหมือนสิ่งที่อยู่คู่กับการบริการซึ่งมีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร และมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ

3) เป็นการออกแบบภาพรวมของการส่งมอบบริการ เช่น การออกแบบตำแหน่งการจัดวางของสถานที่ (Spatial Layout) เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการบริการ และพนักงานก็สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) มีผลต่อเจตคติของพนักงานที่ให้บริการที่มีแก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อระดับความคาดหวังของลูกค้าต่อการได้รับบริการ เพราะภูมิทัศน์บริการสามารถทำให้พนักงานรับรู้ได้ว่าองค์กรนั้นให้ความสำคัญกับลูกค้าอยู่ในระดับไหน ซึ่งมีผลต่อความตั้งใจในการให้บริการแก่ลูกค้าอีกด้วยคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน

5) เป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างในงานบริการเมื่อเปรียบเทียบกับ

6) เป็นการสร้างประสบการณ์ การบริการที่เป็นรูปธรรมที่สุด ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ลูกค้าได้รับรู้ได้ง่ายที่สุด ซึ่งจะเป็ปัจจัยสำคัญสำหรับนำไปใช้สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดการให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์บริการที่มีอิทธิพลต่อทั้งลูกค้าและพนักงานที่เกิดปฏิสัมพันธ์กันด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ดังที่กล่าวเอาไว้ข้างต้นนั้นเป็นสิ่งที่องค์กรที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องกับการ

บริการสมควรนำมาพิจารณา และทำควรเข้าใจเพื่อนำภูมิทัศน์บริการไปใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ให้มีความเหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุดในการบรรลุเป้าหมายที่องค์กรนั้นๆได้ทำการตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้

ภูมิทัศน์บริการ คือ การนำหลักการในทฤษฎี 7Ps เข้ามาร่วมด้วยภูมิทัศน์บริการ คือ การสร้างสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ไม่ใช่สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติหรือตามสังคมลูกค้าจะมองเห็นเป็นภาพรวม และสามารถรับรู้ได้ถึงแม้ว่าลูกค้าแต่ละคนนั้นจะมีลักษณะความชอบหรือรสนิยมที่ต่างกันบรรยากาศในสถานบริการจะต้องมีผลกระทบต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น เสียง กลิ่นสัมผัสรสชาติ การปรับอากาศควรที่จะรักษาอุณหภูมิให้อย่างเหมาะสม และการจัดแสงควรที่จะจัดแสงให้ส่งผลต่อด้านของความรู้สึกด้านอารมณ์ และจิตใจในเรื่องของสีก็จะมีในเรื่องของเนื้อสี น้ำหนักสีความสด และความเข้มข้นของเนื้อสี เพราะจะส่งผลความรู้สึกต่าง ๆ เสียงดนตรีที่ให้ความรู้สึก และกลิ่นที่ควรที่จะเหมาะสม รสชาติที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการควรที่จะออกมาดี รสชาติที่ต้องเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง พื้นที่บริการควรที่จะจัดตามความสนองที่ลูกค้าต้องการแบบครบวงจรการจัดวางเฟอร์นิเจอร์การออกแบบ ตกแต่ง การทำป้าย สัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารที่ทำให้ลูกค้าเข้าใจ การสังเกตพฤติกรรมลูกค้าต่าง ๆ ว่าชอบแบบไหน หรือไม่ชอบตรงไหน เพื่อนำมาปรับปรุงภายในการให้บริการของสถานบริการ

2.4 ทฤษฎี 7 Ps

เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ Philip Kotler ได้วางไว้เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ที่ต่อยอดมาจาก 4Ps มาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย Product Price Place Promotion People Physical Evidence และ Process ซึ่งนำมาวิเคราะห์ธุรกิจต่อไป

2.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สำหรับธุรกิจบริการจะอยู่ในประเภทผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งจะต้องตอบสนองความต้องการของมนุษย์ หรือลูกค้าได้เรียกว่า ง่าย ๆ ว่าเป็นการวิเคราะห์จากสิ่งที่ผู้ขายต้องการจะมอบให้ผู้ซื้อนั่นเอง โดยถือเป็นสิ่งแรกที่ต้องเอามาเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

2.4.2 ด้านราคา (Price) คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจะได้กลับมาในรูปแบบของเงิน ลูกค้าจะทำการไตร่ตรองระหว่างประโยชน์ที่จะได้รับ และราคาที่ต้องจ่ายของบริการเสมอ และอาจจะมีการเปรียบเทียบกับบริการของที่อื่นด้วยในด้านนี้คุณต้องคำนึงถึงความเหมาะสม และสำรวจคู่แข่งก่อนที่จะปล่อยการบริการนั้นออกสู่ตลาดเต็มตัว หรือจะมีหลายระดับราคาเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่นักการตลาดนำมาใช้กัน โดยราคาก็ถือว่ามีความสำคัญมากเพราะ ลูกค้าสามารถหาข้อมูล และเปรียบเทียบราคาออนไลน์ได้สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น เงื่อนไขการชำระเงินก็เป็นอีกเรื่องที่ต้องบริหารให้ดี เพราะมีเรื่องของการชำระล่วงหน้าการทำสัญญากับเอเจนต์ที่ทำให้ซับซ้อนยิ่งขึ้น สิ่งที่จะ

ช่วยให้หลีกเลี่ยงได้ เช่น เรียกชนิดของห้องให้แตกต่างกัน และให้สิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน เช่น รวมอาหารเช้าแล้ว รวมรถรับ-ส่งจากสนามบิน เป็นต้น เพื่อให้ยากต่อการเปรียบเทียบราคาของลูกค้า

2.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นสื่อกลางในการส่งสินค้า หรือบริการให้ลูกค้า กลยุทธ์ในด้านนี้ก็ต้องพิจารณาด้านทำเลที่ผู้คนมาใช้บริการ (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels) ในที่นี้ช่องทางหลัก ๆ

2.4.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลยุทธ์เบสิกที่ไม่มีไม่ได้ แต่การคิดกลยุทธ์ไม่ง่ายเลยเพราะ จำเป็นต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแล้วยังต้องสื่อสารชักจูง เพื่อให้ผู้ที่สนใจมาใช้บริการถือเป็นด้านที่จะต้องทำความเข้าใจ และมีความละเอียดอ่อนในการทำงานให้ประสบความสำเร็จอย่างโรงแรมที่เป็น เช่น B2 ก็ใช้กลยุทธ์ระบบสมาชิกโดยมีแพ็คเกจห้องพักและห้องอาหารของโรงแรมด้วยการซื้อสมาชิก เพื่อให้ได้ราคาพิเศษ และส่วนลด

2.4.5 ด้านบุคคล (People) เรื่องนี้เป็นเรื่องภายในที่ต้องให้ความสนใจไม่แพ้กัน จึงเป็นเรื่องแรงที่ถูกเพิ่มขึ้นมาจาก 7Ps กลยุทธ์นี้ต้องให้ความสำคัญไปที่การคัดเลือก การฝึกอบรม และให้ผลตอบแทนหรือรางวัลเพื่อจูงใจ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างดี สามารถแข่งขันทางด้านบริการกับคู่แข่งได้ ซึ่งเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการจะต้องมีทัศนคติ และไหวพริบที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงทีแก้ไขปัญหาภายใต้นโยบายสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับแขกที่เข้าพักได้ เพราะโรงแรมยังมีชื่อเสียงลูกค้ายิ่งคาดหวังกับการบริการของพนักงาน

2.4.6 ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างคุณภาพด้านรูปแบบการให้บริการให้สามารถจับต้องได้ เช่น พนักงานต้องแต่งตัวให้เรียบร้อย เสื้อผ้าสะอาดสะอาดอ่านคำพูดต้องสุภาพ การให้บริการรวดเร็ว และคำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีคุณภาพรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มียี่ห้อที่ใช้ ก็เป็นอีกหนึ่งหลักฐานที่แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงระดับกลยุทธ์ด้านนี้จะช่วยสร้างความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้าเดินเข้ามา

2.4.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับระเบียบการทำงานด้านบริการเสนอให้ผู้ใช้บริการ เพื่อมอบความประทับใจให้ลูกค้า

7Ps คือ กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นปัจจัยหลักการเปิดธุรกิจการค้าขาย

2.5 สวนเมดิเตอร์เรเนียน

2.5.1 ความเป็นมาของสวนเมดิเตอร์เรเนียน

สวนเมดิเตอร์เรเนียนเป็นสวนที่เกิดขึ้นในภูมิภาคเมดิเตอร์เรเนียนที่ถูกกรายล้อมด้วยทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ซึ่งเป็นทะเลระหว่างทวีปคั่นกลางทวีปยุโรป และดินแดนอานาโตเลียที่อยู่ทางเหนือ ทวีปแอฟริกาที่อยู่ทางใต้ และทวีปเอเชียที่อยู่ทางตะวันออก ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 2.5 ล้านตารางกิโลเมตร (คิดเป็นร้อยละ 0.7 ของพื้นผิวน้ำทะเลทั้งหมดในโลก) และมีส่วนที่เชื่อมต่อกับมหาสมุทรแอตแลนติกผ่านทางช่องแคบยิบรัลตาร์

สวนเมดิเตอร์เรเนียนเกิดขึ้นจากความต้องการประหยัดการใช้น้ำสำหรับงานภูมิทัศน์ เนื่องจากภูมิอากาศที่แห้งแล้งในฤดูร้อน โดยเขตภูมิอากาศแบบเมดิเตอร์เรเนียนมีคุณลักษณะต่อไปนี้

2.5.1.1 ปริมาณน้ำฝนค่อนข้างต่ำ

2.5.1.2 ความชื้นในฤดูร้อนต่ำ ความเข้มของแสงแดดสูงเนื่องจากท้องฟ้าปลอดโปร่ง ไม่มีเมฆ อัตราการคายระเหยสูงในพื้นที่ปลูกสูงเป็นสองเท่าของชายฝั่งโดยประมาณ

2.5.1.3 อุณหภูมิอบอุ่นถึงร้อนในฤดูร้อน และมีเพียงเดือนเดียวเท่านั้นที่มีอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำกว่า 15 องศาเซลเซียส

2.5.1.4 ภูมิประเทศ เป็นภูเขาที่ขรุขระ มักขนานกับแนวชายฝั่ง ยกเว้นในออสเตรเลีย มีอิทธิพลของภูมิอากาศทำให้เกิดเงาฝน

ลักษณะภูมิอากาศของเราเหล่านี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และแตกต่างกับภูมิอากาศแบบอบอุ่นของสหรัฐฯ ตะวันออก ยุโรปเหนือ โดยประเทศที่มีดินแดนติดกับทะเลเมดิเตอร์เรเนียนนั้น ได้แก่ ฝรั่งเศส สเปน อิตาลี บอสเนียและเฮอร์เซโกวีนา กรีซ ตุรกี ไชปรัส เลบานอน ซีเรีย อิสราเอล อียิปต์ ลิเบีย ตูนิเซีย แอลจีเรีย โมร็อกโก สโลวีเนีย โครเอเชีย มอนเตเนโกร แอลเบเนีย มอลตา โมนาโก ยิบรอลตาร์ ปาเลสไตน์



ภาพที่ 2.1 สวนเมดิเตอร์เรเนียน

ที่มา : <https://www.pacifichorticulture.org/articles/the-mediterranean>

ดังนั้น สวนเมดิเตอร์เรเนียนจึงมีวิวัฒนาการมาจากการบรรจบกันของวัฒนธรรม และสภาพอากาศ โดยมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพอากาศของภูมิภาคนี้ และการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์สร้างความร่มเงา และความเย็นในฤดูร้อน สร้างความอบอุ่นในฤดูหนาว และสร้างความเพลิดเพลินทางการได้ยินและการมองเห็นที่ตัดกันกับภูมิประเทศที่แห้งแล้งซึ่งอยู่ไกลออกไป การใช้พืชที่รับประทานได้ทั้งหมดสะท้อนถึงการปรับตัวทางวัฒนธรรมให้เข้ากับสภาพอากาศของพื้นที่

2.5.2 ลักษณะเด่นของสวนเมดิเตอร์เรเนียน

อิทธิพล และวัฒนธรรมจากภูมิภาคในเมดิเตอร์เรเนียน ได้แก่ ยุโรป แอฟริกา เซาท์ออสเตรเลีย และเอเชียเป็นการรวบรวมประวัติศาสตร์ ศาสนา และความเชื่อที่แตกต่างกัน แต่นำมาเชื่อมโยงกัน ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของทะเลเมดิเตอร์เรเนียนจึงดำเนินไปอย่างลึกซึ้ง ผสมผสานความเชื่อทางจิตวิญญาณเข้ากับการแสดงออกส่วนบุคคลที่ปรับให้เข้ากับสภาพอากาศ

จากรูปแบบสวนที่เก่าแก่ที่สุดของทะเลเมดิเตอร์เรเนียนตะวันออก จะมีต้นกำเนิดมาจากทะเลทราย ซึ่งเป็นที่แห้งแล้ง และมาจากรูปแบบการชลประทานอย่างง่าย ๆ เช่นเดียวกับในอียิปต์ ที่ประกอบไปด้วยภูมิประเทศของที่ราบที่แห้งแล้ง ภูเขา ความร้อน และแสงจากดวงอาทิตย์ จึงต้องการที่สำหรับพักผ่อน และใช้น้ำเป็นองค์ประกอบเพื่อให้ความชุ่มชื้น ดังนั้นสวน และภูมิทัศน์ของเมดิเตอร์เรเนียนจึงมักจะสะท้อนถึงเขตอบอุ่น มีการสร้างภูมิทัศน์โดยรวมพืชที่หลากหลายสะท้อนถึงความหลงใหลในพืชพรรณ โดยสามารถสรุปลักษณะเด่นของสวนได้ ดังนี้

2.5.2.1 สะท้อนตัวตนและวัฒนธรรมสวน คือ การแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองของเจ้าของหรือนักออกแบบ การตอบสนองทางกายภาพต่อความต้องการพื้นที่ ความเป็นส่วนตัว การพักผ่อนหย่อนใจ และความชอบส่วนบุคคลซึ่งอาจรวมถึงแรงบันดาลใจจากแบบอย่างทางประวัติศาสตร์ในทะเลเมดิเตอร์เรเนียนที่ปรับให้เข้ากับความต้องการ

2.5.2.2 ภูมิอากาศและภูมิศาสตร์ สวนเป็นทั้งการตอบสนอง และภาพสะท้อนของภูมิอากาศและ ภูมิประเทศแบบเมดิเตอร์เรเนียน การออกแบบสวนจึงปรับเพื่อรองรับความร้อนและความแห้งแล้งในฤดูร้อน ปริมาณน้ำฝนที่จำกัด ลมที่พัดผ่าน เพื่อที่จะให้ความสะดวกสบายและความเพลิดเพลินของมนุษย์ และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้วยทรัพยากรที่จำกัด

2.5.2.3 การออกแบบเพื่อการใช้งาน สวนได้รับการออกแบบสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ตลอดทั้งปี ด้วยสภาพอากาศแบบเมดิเตอร์เรเนียนที่ร้อน จึงมักใช้พืชพรรณเพื่อกำบังจากแสงแดด ลม และเลือกใช้พืชพรรณที่รับประทานได้

2.5.2.4 การสร้างอารมณ์และความรู้สึกภายในสวน โทนการแสดงออกรูปแบบหนึ่งของศิลปะ ที่แสดงถึงคุณสมบัติที่น่าดึงดูดใจที่มาจากสภาพอากาศแบบเมดิเตอร์เรเนียน ทั้งแสง กลิ่น สี เสียง



ภาพที่ 2.2 สวนเมดิเตอร์เรเนียน

ที่มา : <https://www.pacifichorticulture.org/wp-content/uploads>

2.5.3 การออกแบบสวนเมดิเตอร์เรเนียน

2.5.3.1 การออกแบบเชิงพื้นที่ การออกแบบสวนต่าง ๆ เริ่มต้นด้วยการกำหนดพื้นที่สำหรับการใช้งานกลางแจ้ง และความต้องการใช้งาน โดยใช้โครงสร้าง และต้นไม้ร่วมกันในการสร้าง "ห้องสวน" ซึ่งใช้ประโยชน์จากสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัย รวมถึงลดการบำรุงรักษา และการใช้น้ำ

2.5.3.2 พืชพรรณการปลูกพืชที่ชื่นชอบแล้วแต่ความพึงพอใจ และประโยชน์สูงสุดในระยะยาว และตอบสนองฟังก์ชันการออกแบบอื่น ๆ โดยการเลือก และวางพืชในสถานะที่เหมาะสมในการเปิดรับแสง การจัดกลุ่มพืชที่มีความต้องการน้ำที่คล้ายคลึงกันในพื้นที่เดียวกัน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการให้น้ำ และควรมีการเลือกพืชที่มีความต้องการน้ำน้อย นอกจากนี้การปลูกเพื่อความหลากหลาย ส่งผลให้มีความสนใจทั้งลักษณะใบ รูปทรง และสีตลอดทั้งปี การเลือกพืชที่ดึงดูดสัตว์ที่พึงประสงค์ เช่น นก ผีเสื้อ ผี และสัตว์ขนาดเล็ก จะทำให้สวนมีชีวิตชีวาขึ้นและก่อให้เกิดคุณค่าทางนิเวศวิทยาโดยรวม

ต้นมะกอก(โอลีฟ)



สนมังกร



โรสแมรี่



กระถินเทศ



ต้นทึงถ่อน



กาชาเนีย



ต้นตีนวัว



ภาพที่ 2.3 พรรณไม้ที่นิยมใช้สวนเมดิเตอร์เรเนียน
ที่มา : <https://www.jardineriaon.com/th>

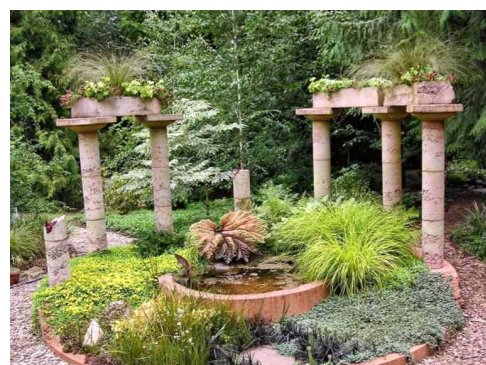
2.5.3.3 วัสดุโครงสร้าง การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น หิน กรวด หินแกรนิตที่ย่อยสลายไม้ ช่วยเสริมความสัมพันธ์ในภูมิภาค และความรู้สึกของสถานที่ การผสมผสานอย่างเรียบง่ายของวัสดุที่เข้ากันได้สองสามชนิดช่วยปรับปรุงการปลูก และเชื่อมโยงสวนของเราเข้ากับบริบทของภูมิภาค



ภาพที่ 2.4 วัสดุที่นิยมใช้สวนเมดิเตอร์เรเนียน

ที่มา : <https://ihome108.com/mediterranean-garden-by-mayuree>

2.5.3.4 สี จากแนวคิดเรื่องสีในสวนเมดิเตอร์เรเนียนมีความเชื่อมโยงกับฤดูกาล สีของพืช แสง และวัสดุจากธรรมชาติ เมื่อพิจารณาจากภูมิทัศน์ธรรมชาติ ฤดูใบไม้ผลิเป็นช่วงเวลาแห่งการออกดอกและเติบโต ความร้อนและความแห้งแล้งในฤดูร้อนทำให้พืชหลายชนิดเข้าสู่ภาวะพักตัว ไม้ล้มลุก ไม้ยืนต้น และไม้พุ่มก็ผลิใบ สวนเมดิเตอร์เรเนียนสามารถเฉลิมฉลองฤดูใบไม้ผลิ และต้นฤดูร้อนด้วยสีส้มของดอกไม้ แทนที่จะพยายามให้สีตลอดทั้งปี ในช่วงฤดูร้อนและการพักตัว จะใช้พืชพรรณให้สีเพิ่มเติม เช่น ลาเวนเดอร์ บานเย็นแคลิฟอร์เนีย แสง และเฉดสีที่เข้มข้นของผักฤดูร้อน เช่น มะเขือเทศ สควอช และพริก การปลูกในภาชนะสามารถยืดฤดูออกดอกได้โดยมีการจัดแสดงที่จำกัดตามจุดต่าง ๆ ทั่วทั้งสวน เมื่อพ้นฤดูร้อน สีเทาและสีน้ำตาลที่นุ่มนวลก็ส่งสัญญาณการมาถึงของฤดูใบไม้ร่วง ด้วยสีส้มของฤดูใบไม้ร่วงเพียงเล็กน้อย



ภาพที่ 2.5 สีที่นิยมใช้สวนเมดิเตอร์เรเนียน

ที่มา : <https://www.bhg.com/home-improvement/exterior/mediterranean-style-home>

2.5.3.5 น้ำ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับให้สวนดูเย็น และสร้างเสียงที่สดชื่น โดยอาจใช้น้ำพุ หรืออ่างน้ำ เพื่อแทนสัญลักษณ์ของสวรรค์ที่แสดงออกถึงความร่มเย็น



ภาพที่ 2.6 บ่อน้ำภายในสวนเมดิเตอร์เรเนียน

ที่มา : <https://www.saga.co.uk/magazine/home-garden/gardening/wildlife>

2.5.3.6 กลิ่นหอม อีกลักษณะเด่นของพืชเมดิเตอร์เรเนียน คือ ความชุกของใบไม้ที่มีน้ำมันและกลิ่นหอมระเหยสูง ประดับด้วยความร้อนจากแสงแดดในฤดูร้อน ตัวอย่างเช่น กลิ่นอันหอมหวานของต้นสน กลิ่นฉุนของเสจ โรสแมรี่ ร็อคโรส และกลิ่นหอมอ่อน ๆ ของลาเวนเดอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.7 ดอกไม้ที่ส่งกลิ่นหอมที่นิยมใช้ภายในสวนเมดิเตอร์เรเนียน

ที่มา : <https://www.baanlaesuan.com/plants/annual/135659.html>

สวนเมดิเตอร์เรเนียนเป็นสวนที่การจัดสวนจะเน้นแบบชายหาดทะเล แต่มีความเป็นธรรมชาติไสมีชีวิตชีวาให้ความรู้สึกเหมือนไปรู้สึกพักผ่อนบ้านตากอากาศริมทะเล เน้นสีสันของพืชพรรณ นิยมใช้ไม้ดอกโดยส่วนมากเป็นพืชพรรณที่มีความต้องการน้ำน้อย และทนต่ออากาศร้อน โดยจะใช้วัสดุตกแต่งที่มาจากธรรมชาติ เช่น หินกรวด หินแกรนิต เป็นต้น โดยรูปแบบสถาปัตยกรรมของเมดิเตอร์เรเนียนก็มีการใช้สีสันสดใสให้ความรู้สึกสดชื่น และให้ความโรแมนติก

2.6 กรณีศึกษา

จากการศึกษาโครงการที่เปิดบริการในลักษณะที่คล้ายเคียงกัน 3 โครงการ คือ ร้าน Mello Garden Restaurant & Bakery

2.6.1 Mello Garden Restaurant & Bakery

2.6.1.1 สถานที่ของโครงการร้าน Mello Garden Restaurant & Bakery ตั้งอยู่ ถนนเกษตร-นวมินทร์ ซอยประเสริฐมนูกิจ 33 (ปากซอยอยู่ตรงกับตอม่อ 198) พื้นที่ทั้งหมด 8 ไร่ จอดรถได้มากกว่า 300 คัน

2.6.1.2 ความเป็นมาของโครงการ โครงการได้เปิดบริการเป็นร้านอาหาร ที่รับจัดงานสำคัญต่าง ๆ ที่เน้นอาหารสไตล์ฟิวชั่นโดดเด่นด้วยเมนูโฮมเมด ตกแต่งด้วยสวนสวยบรรยากาศร่มรื่น เหมาะกับการจัดงานแบบเอาท์ดอร์ ภายในร้านตกแต่งสไตล์โมเดิร์นเน้นโทนสีขาว-ดำ โดยมีการจัดวางผังพื้นที่เป็นสัดส่วนที่ลงตัวชัดเจนเหมาะสมกับการใช้งาน และพื้นที่ของโครงการมีบริการจัดงานสังสรรค์ได้ เช่น งานแต่งงาน งานเลี้ยงฉลองต่าง ๆ และอาหารจะเน้นสุขภาพปราศจากผงชูรส ราคาอาหารแบบบุฟเฟต์ราคาเริ่มต้นที่ 590 บาท/ท่าน ไม่รวมค่าตกแต่งสถานที่ไม่เสียค่านำเข้า รองรับแขกได้ถึง 450 ท่าน และพื้นที่ของโครงการมีบริการจัดงานสังสรรค์ได้ เช่น งานแต่งงาน งานเลี้ยงฉลองต่าง ๆ



ภาพที่ 2.8 ผังพื้นที่ของร้าน Mello Garden Restaurant & Bakery

ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy-o4jiZ3sCvjDGDHSFGWRR42I9S3mVB8EaPjmNBU/edit?slide=id.P>

2.6.1.3 กิจกรรมภายในโครงการ ร้าน Mello Garden Restaurant & Bakery เป็นอาคาร 2 ชั้น มีพื้นที่หลายโซนล้อมรอบสวนต่อเนื่องเป็นรูปตัว L สามารถเลือกใช้ตามความต้องการ มีทั้งพื้นที่ indoor และ outdoor ซึ่งสามารถรับรองแขกได้ถึง 450 ท่าน บรรยากาศสวนร่มรื่นสวยงามท่ามกลางร่มไม้ใหญ่ ซึ่งทางโครงการได้แบ่งพื้นที่ใช้งานออกเป็นโซนต่าง ๆ ดังนี้

โซนที่ 1 จะเป็นส่วนของ Mellow Room รับรองแขกได้ถึง 120 ท่าน นอกจากพื้นที่ indoor แล้วห้อง Mellow ยังมีพื้นที่ outdoor เป็นระเบียงติดสระน้ำที่ทำให้ลูกค้าสามารถดื่มด่ำกับบรรยากาศสวนสวย ๆ



ภาพที่ 2.9 โซนที่ 1 Mellow Room

ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy>

โซนที่ 2 จะเป็นส่วนของ Pool Garden รองรับแขกได้ถึง 80 ท่าน เป็นส่วนของ Pool Garden เป็นพื้นที่กลางแจ้ง Outdoor หลังคาโปร่งแสง โดยพื้นที่วางตัวอยู่ระหว่างสวนและสระน้ำโดยมีจุดเด่นที่โคมไฟสไตล์ antique และกราฟฟิคบนผนัง และยังสามารถใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาในวันแต่งงานได้อย่างเหมาะสม



ภาพที่ 2.10 โซนที่ 2 Pool Garden

ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy>

โซนที่ 3 จะเป็นส่วนของ Terrace รองรับแขกได้ถึง 80 ท่าน เป็นพื้นที่ outdoor ที่มีจุดเด่นคือเป็นที่นั่งรับประทานอาหารที่ล้อมรอบไปด้วยต้นไม้ เป็นพื้นที่เปิดกว้างขนานไปกับสวนขนาดใหญ่ สามารถจัดเป็นจุดถ่ายภาพที่ระลึกในงานสังสรรค์ได้



ภาพที่ 2.11 โซนที่ 3 terrace

ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy>

โซนที่ 4 จะเป็นส่วน Private Room รองรับแขกได้ถึง 60 คน เป็นห้องจัดเลี้ยงที่ให้ความอบอุ่น โดยมีเคาน์เตอร์บาร์ยาวขนานไปกับพื้นที่ห้องเพื่อความสะดวกในการใช้พื้นที่ มีบรรยากาศเหมือนงานปาร์ตี้หรูที่บ้าน และยังสามารถปรับเปลี่ยนเพื่อใช้ประกอบพิธีหมั้นหรือพิธียกน้ำชาได้



ภาพที่ 2.12 โซนที่ 4 Private Room

ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy>

โซนที่ 5 จะเป็นโซนของ Hungry Eatery รองรับแขกได้ถึง 70 ท่าน เป็นห้องสีขาวที่มีบรรยากาศสบาย ๆ จุดเด่นอยู่ที่กราฟฟิคบนพื้น ผนัง และมีต้นไม้ยางที่ห้อยรายล้อมผนังกระจกทำให้บรรยากาศอบอุ่น และรื่นรมย์



ภาพที่ 2.13 โซนที่ 5 Hungry Eatery

ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy>

โซนที่ 6 จะเป็นโซนของ The Garden รองรับแขกได้ถึง 100 ท่าน สวนสวยที่รายล้อมไปด้วยต้นไม้ใหญ่ มีความสวยงามทั้งกลางวัน และกลางคืน ช่วงกลางวันจะร่มรื่นอบอุ่น ส่วนกลางคืนจะสวยงามโรแมนติกจากไฟที่ห้อยประดับอยู่บนต้นไม้ใหญ่



ภาพที่ 2.14 โซนที่ 6 The Garden

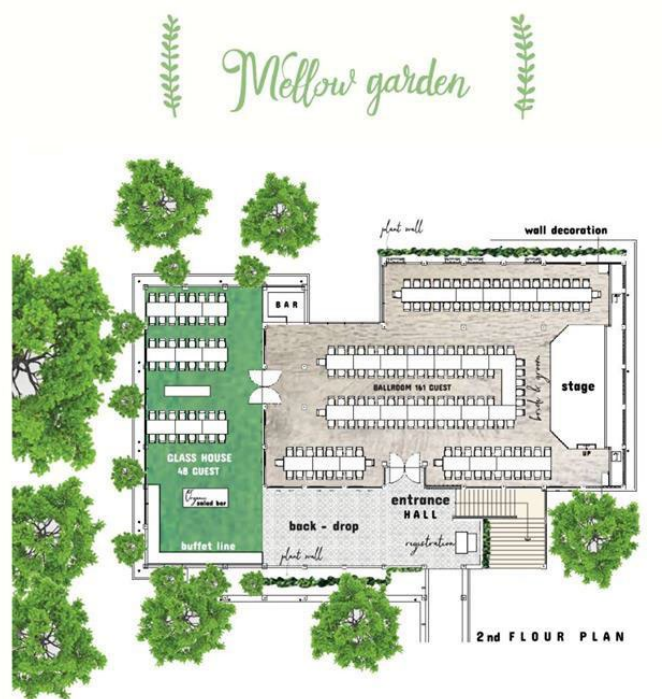
ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy>



ภาพที่ 2.15 โซนที่ 6 The Garden

ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy>

โซนที่ 7 จะเป็นโซนของ Garden Ballroom รองรับแขกได้ถึง 200 ท่าน พื้นที่ใหม่ที่ตั้งอยู่บนชั้น 2 ของโครงการ สำหรับคู่บ่าวสาวที่ต้องการบรรยากาศโรแมนติกในห้องแบบ ballroom



ภาพที่ 2.16 โซนที่ 7 Garden Ballroom

ที่มา : <https://docs.google.com/presentation/d/13xy>

2.6.1.4 สิ่งที่น่าสนใจในการออกแบบ จากการศึกษาลักษณะการแบ่งโซนพื้นที่โครงการ พบว่าในโครงการมีการจัดสรรพื้นที่ในการใช้งานที่ชัดเจนครบถ้วน และเป็นสัดส่วน โดยจากการศึกษาโครงการแบ่งเป็นเรื่องที่ศึกษาเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ดังนี้

- 1) พื้นที่จัดกิจกรรมที่สามารถรองรับกิจกรรมได้หลากหลายช่วงเวลา และหลากหลายสภาพอากาศ เช่น ลานจัดงานต่าง ๆ ในเวลาช่วงเย็นสภาพอากาศปกติ และตัวของอาคาร Ball Room ที่สามารถใช้จัดงานต่าง ๆ ในช่วงกลางวันแดดร้อน หรือในช่วงที่มีฝนตก
- 2) การแบ่งพื้นที่ในโครงการที่เป็นสัดส่วน เช่น แบ่งส่วนที่เป็นร้านอาหาร ส่วนจัดงาน ลานกิจกรรม ที่มีความชัดเจน เพื่อให้ผู้ใช้โครงการนั้นใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) พื้นที่บริการที่รองรับผู้มาใช้โครงการ โดยโครงการจัดสรรที่สำหรับรับรอง ทานอาหาร จัดกิจกรรม และพื้นที่บริการ เช่น ลานจอดรถที่เพียงพอต่อผู้ใช้โครงการ เพื่ออำนวยความสะดวก และง่ายต่อการใช้โครงการ

2.6.2 Le Piti Thai Cuisine

2.6.2.1 สถานที่ตั้งของโครงการ 117/9-10 หมู่ 7 ถนนกาญจนาภิเษก นิคมพลี ดลิ่งชั้น กรุงเทพมหานคร

2.6.2.2 ความเป็นมาของโครงการ Le Piti Thai Cuisine เป็นร้านอาหารไทยดำริบชาววังภายใต้บรรยากาศของเรือนไม้ที่หอมล้อมไปด้วยต้นลีลาวดีที่สวยงาม และดูคลาสสิกเมื่อสีของเรือนไม้ ตลอดจนพื้นไม้เป็นสีน้ำตาลเข้ม ตัดกับสีเขียวของต้นไม้ ภายในตัวเรือนไม้ตกแต่งสไตล์ไทยประยุกต์ ดูสบาย ๆ มีให้เลือกทั้งแบบ Indoor และ Outdoor ท่ามกลางแมกไม้ความหอมของดอกลีลาวดี เหมาะสำหรับงานเลี้ยง และ งานโอกาสสำคัญ แม้ว่าทางร้านจะมีบริการรับจัดงานเลี้ยงสังสรรค์อื่น ๆ แต่อันดับ 1 ยังคงเป็นงานแต่งงานเพราะ บรรยากาศของร้านช่างโรแมนติกแบบไทยๆ

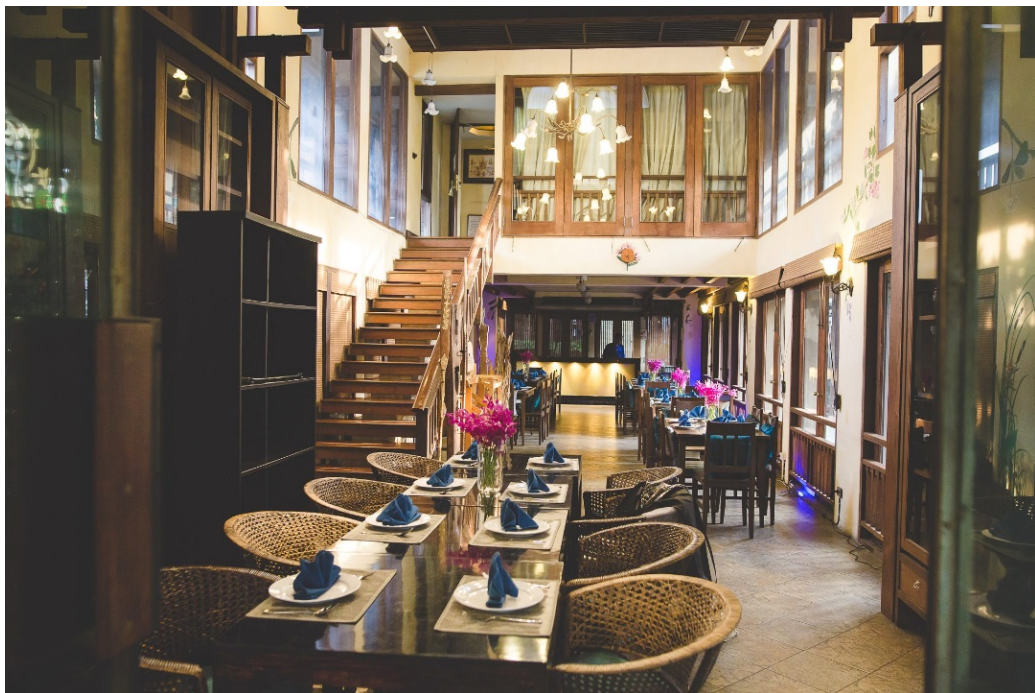


ภาพที่ 2.17 แผนที่ร้าน Le Piti Thai Cuisine

ที่มา : <https://food.trueid.net/detail/q4XWmzvB3zq>



ภาพที่ 2.18 บรรยากาศภายในร้าน Le Piti Thai Cuisine
ที่มา : <https://food.trueid.net/detail/q4XWmzvB3zq>



ภาพที่ 2.19 บรรยากาศภายในร้าน Le Piti Thai Cuisine
ที่มา : <https://food.trueid.net/detail/q4XWmzvB3zq>



ภาพที่ 2.20 บรรยายภาคภายในร้าน Le Piti Thai Cuisine

ที่มา : <https://food.trueid.net/detail/q4XWmzvB3zq>

2.6.2.3 สิ่งที่น่าสนใจในการออกแบบจากการศึกษาโครงการนี้ มีการจัดการพื้นที่ในส่วนของภายในอาคารที่รองรับการจัดงานมงคล ซึ่งมีการจัดพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน โดยจากการศึกษาโครงการแบ่งเป็นเรื่องที่ศึกษาเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ดังนี้

1) พื้นที่จัดกิจกรรมภายในอาคารที่สามารถรองรับการจัดงานมงคลได้การจัดวางพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อดำเนินกิจกรรม และลานกลางแจ้งที่รองรับการจัดกิจกรรมต่างๆ

2) การใช้สถานที่ที่สามารถใช้งานได้ครบถ้วนในการจัดงานมงคล เช่น การจัดพิธีต่าง ๆ ที่สำคัญ พิธีกรรมทางศาสนาในตัวอาคาร และลานกลางแจ้งสำหรับการสังสรรค์ ทำให้การดำเนินงานมงคลนั้นมีระเบียบ และเป็นสัดส่วน

บทที่ 3

การศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่โครงการ

การศึกษาวเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่โครงการและผู้ใช้ เพื่อเป็นแนวทางการศึกษากระบวนการออกแบบภูมิทัศน์ ซึ่งในการออกแบบจะให้ความสมบูรณ์ และประสิทธิภาพจึงต้องคำนึงถึงข้อมูลสภาพพื้นที่โครงการ สภาพภูมิอากาศ ลักษณะดิน และผลกระทบของพื้นที่โครงการ สภาพภูมิอากาศ ลักษณะดิน และผลกระทบของพื้นที่โครงการจากการศึกษาข้อมูลล้วนแต่มีหลักสำคัญใช้เป็นแนวทางการออกแบบเพื่อนำมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลให้มีความถูกต้องของพื้นที่ได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้น ต้องศึกษาวเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลระดับมหภาค

3.1.1 ตราประจำจังหวัดระยอง

ตราประจำจังหวัด เป็นรูปเกาะเสม็ด ต้นมะพร้าวและพลับพลารัชกาลที่ 5 เกาะหมายถึงเกาะเสม็ด พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดเกล้าให้สร้างพลับพลาไว้เป็นที่ประทับระหว่างเสด็จประพาสบนเกาะแห่งนี้ซึ่งปัจจุบันมีกระโจมไฟฟ้า สำหรับเป็นที่หมายของการเดินเรือชายฝั่ง และเป็นจังหวัดที่มีมะพร้าวมาก (เกาะในภาพ คือ เกาะเสม็ด ซึ่งอยู่นอกฝั่งของตำบลเพ อำเภอเมืองระยองเป็นเกาะที่มีมะพร้าวมาก และหาดทรายขาวสะอาดเหมือนน้ำตาลทรายพลับพลาในภาพ คือ พลับพลาที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าให้สร้างไว้เป็นที่ประทับระหว่างเสด็จประพาสเกาะนี้ บนเกาะเสม็ดมีกระโจมไฟ สำหรับเป็นที่หมายของการเดินเรือชายฝั่งเกาะนี้จึงเป็นสัญลักษณ์สำคัญส่วนหนึ่งของจังหวัด)



ภาพที่ 3.1 ตราประจำจังหวัดระยอง

ที่มา : <https://sites.google.com/site/rayongkitsana>

3.1.2 คำขวัญประจำจังหวัด

ผลไม้โอชา อุตสาหกรรมก้าวหน้า น้ำปลารสเด็ด เกาะเสม็ดสวยหรู สุนทรภู่กวีเอก

3.1.3 ประวัติความเป็นมา

ระยองเริ่มมีชื่อปรากฏในพงศาวดารเมื่อปี พ.ศ.2113 ในรัชสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชาแห่งกรุงศรีอยุธยา ส่วนประวัติดั้งเดิมก่อนหน้านี้เป็นเพียงข้อสันนิษฐานที่พอจะเชื่อถือได้ว่าระยองน่าจะเป็นเมืองที่ก่อสร้างขึ้นในสมัยของขอมคือ เมื่อประมาณ ปี พ.ศ.1500 ซึ่งเป็นสมัยที่ขอมมีอนุภาครอบคลุมอยู่ในดินแดนสุวรรณภูมิ มีเมืองนครธมเป็นราชธานีขอมได้สร้างเมืองนครพนมเป็นเมืองหน้าด่านแรก เมืองพิมายเป็นเมืองอุปราชและได้สถาปนาเมืองลพบุรีขึ้นเป็นเมืองสำคัญด้วย ส่วนทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเมืองนครธม เมืองหน้าด่านเมืองแรกที่ขอมสร้างก็คือ เมืองจันทบุรีหรือจันทบุรีในปัจจุบันนี้ เมื่อขอมสร้างจันทบุรีเป็นเมืองหน้าด่าน เพื่อนำเอาอารยธรรมของขอมเข้ามาสู่แคว้นทวารวดี ก็น่าจะอนุมานได้ว่าขอมเป็นผู้สร้างเมืองระยองนี้ แต่ไม่ปรากฏแน่ชัดว่าสร้างขึ้นในสมัยใด นักโบราณคดีได้สันนิษฐานจากหลักฐานที่ได้ค้นพบ คือ ชากหินสลักรูปต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ที่บ้านดอน บ้านหนองเต่า ตำบลเชิงเนิน คูค่าย และชากศิลาแลงบ้านคลองยายล้ำ ตำบลบ้านค่าย อำเภอบ้านค่ายซึ่งเป็นศิลปการก่อสร้างแบบขอม ทำให้สันนิษฐานว่าระยองน่าจะเป็นเมืองที่ก่อสร้างขึ้นในสมัยของขอมอย่างแน่นอน

ที่ตั้งของเมืองปัจจุบันตั้งอยู่ที่ตำบลท่าประดู่ อำเภอมืองระยอง ส่วนที่ตั้งดั้งเดิมนั้นหนังสือ "ตำนานเมือง" ของราชบัณฑิตยสภากล่าวไว้ว่า ไม่ปรากฏแน่ชัดว่าที่เดิมจะตั้งอยู่ในท้องที่ใดได้ความเพียงว่าตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านเก่า อำเภอบ้านค่าย ปัจจุบันมีชากหินสลักรูปต่างๆ ศิลาแลงปรากฏให้เห็นอยู่ ขณะนี้เป็นเพียงหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่อยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองเท่าใดนัก ขึ้นอยู่กับตำบลตาขัน ตำบลบ้านค่าย ต่อมาชายฝั่งทะเลได้งอกออกไปเรื่อย ๆ จึงได้เลื่อนตัวเมืองตามลงไปตั้งอยู่ที่ตำบลท่าประดู่ อำเภอมือง ในปัจจุบัน ส่วนที่มาของคำว่า “ระยอง” มีผู้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของชื่อนี้เป็นหลายกระแส คือ ตำบลท่าประดู่อันเป็นที่ตั้งของตัวเมืองในขณะนี้ แต่เดิมเป็นที่อาศัยของพวกชองซึ่งตั้งรกรากอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมอยู่ในแถบระยอง จันทบุรี ชนเผ่านี้มีความชำนาญในป่าเขาล่าเน่าไพรและมีภาษาพูดของตนเอง เป็นชนพื้นเมืองที่นิยมใช้ลูกปัดสีต่าง ๆ และทองเหลืองเป็นเครื่องประดับ สืบเชื้อสายมาจากพวกขอม (นักชาติวงศ์วิทยาจัดให้อยู่ในพวกมอญ-เขมร) อันนี้ทำให้บางคนคิดว่า คำว่า ระยอง ตะพง เพ แลง ชะเมา แกลง ซึ่งเป็นชื่อเมือง ตำบลและอำเภอ ซึ่งไม่มีคำแปลในพจนานุกรมไทย ก็น่าจะมาจากภาษาของนี่เอง จากเรื่อง อาณาจักรของตอนหนึ่งของแก่นประดู่กล่าวไว้ว่า ผู้เฒ่าผู้แก่วัยหนึ่งศตวรรษ หลายต่อหลายคนต่างก็ยืนยันในคำพูดอยู่ในทำนองเดียวกันว่าระยองเป็นภาษาพูดคำหนึ่งของคนเผ่าชอง ซึ่งเดิมเรียกกันว่า รាយ่อง (เวลาอ่านต้องอ่านออกเสียงตัว รา ให้ยาวหน่อย และออกเสียงตัว ย่อง ให้สั้นที่สุดเท่าที่จะสั้นได้) คำ “รាយ่อง” นี้ เล่ากันมาแปลว่าเขตแดน หมายถึงว่าเป็นดินแดนของพวกชองอยู่ แต่ภาษาพูดนี้เรียกเพี้ยนกันมาเรื่อย ๆ จึงกลายเป็น ระยองในที่สุด

โดยอีกกระแสหนึ่งกล่าวว่าคำว่า “ระยอง” นี้ในภาษาของน่าจะหมายถึง ไม้ประดู่ เพราะ ในบริเวณที่มีพวกของตั้งรกรากอยู่นั้นอุดมไปด้วยไม้ประดู่ ซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็งปัจจุบันหายากมากและราคาแพงเขตแดนแถบนี้จึงมีชื่อว่า ตำบลท่าประดู่ อันเป็นที่ตั้งของเมืองระยองเวลานี้ผู้อ้างหลักฐานว่าแต่เดิมมีหญิงชราชื่อว่า “ยายยอง” เป็นผู้มาตั้งหลักฐานประกอบอาชีพทำไร่ในแถบนี้ก่อนผู้ใด จึงเรียกบริเวณแถบนี้ว่า “ไร่ยายยอง” ต่อมาภาษาพูดก็เพี้ยนไปจนกลายเป็นระยองในที่สุด

ชนเผ่าของจะมาตั้งรกรากอยู่ทางดินแดนแถบระยองเมื่อไรไม่ปรากฏ แต่เล่ากันว่ามีมานานแล้ว เมื่อคราวที่สุนทรภู่เดินทางมาเยี่ยมบิดาที่เมืองแกลงก็ยังมีพวกของอยู่เป็นจำนวนมากว่ากันว่าแม้แต่ตระกูลทางบิดาของสุนทรภู่ก็เป็นเชื้อของ ปัจจุบันไม่มีชนเผ่านี้อยู่ในระยอง เพราะไม่ชอบอยู่ในย่านตลาดหรือชุมนุมชน เมื่อความเจริญย่างเข้ามาก็อพยพทิ้งถิ่นไปเรื่อย ๆ และยังมีเชื้อสายชาวของปรากฏอยู่ที่บ้านเคเคียนทอง คลองพลู อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรีในรัชสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชาแห่งกรุงศรีอยุธยา พระยาละแวก เจ้าเมืองเขมร ทรงคิดว่าไทยอ่อนแอ จึงถือโอกาสกรีธาทัพบุกรุกเข้ามาในแดนไทยแถบหัวเมืองชายทะเลด้านตะวันออกตามวิสัยที่เคยกระทำมาเป็นเนืองนิจ คือเมื่อไทยเข้มแข็ง เขมรก็มาสวามิภักดิ์ แต่เมื่อไทยอ่อนแอก็ถือโอกาสโจมตีทุกครั้งไป แต่ในครั้งนี้เขมรก็ไม่สามารถยึดครองหัวเมืองเหล่านี้ไว้ได้ จึงเพียงแต่กวาดต้อนผู้คนไปยังประเทศเขมร ซึ่งในบรรดาชาวเมืองที่ถูกกวาดต้อนไปในครั้งนั้นก็มีชาวระยองอยู่ด้วยไม่น้อย ในปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา ในระหว่างที่กรุงศรีอยุธยาใกล้จะเสียทีแก่พม่าเป็นครั้งที่สอง พระยาวิชิตปราการหรือพระยาตากแม่ทัพคนสำคัญแห่งกรุงศรีอยุธยา ซึ่งถูกเกณฑ์ให้มารักษากรุงในระหว่างที่ถูกพม่าล้อมไว้ตั้งแต่ ปี พ.ศ.2306 - 2310 ได้พิจารณาเห็นว่ากรุงศรีอยุธยาคงจะต้องเสียทีแก่พม่าเป็นแน่แท้ เพราะพระเจ้าเอกทัศ กษัตริย์ผู้ครองกรุงในเวลานั้นทรงอ่อนแอ และไร้ความสามารถ ถ้าขึ้นสู้รบต่อไปก็จะไม่เกิดประโยชน์อันใด ฉะนั้น ในราวเดือนยี่ พ.ศ.2309 พระยาตากจึงรวบรวมพรรคพวกประมาณ 500 คน มีทั้งไทย และจีน รวมทั้งข้าราชการที่มีความเชื่อถือในฝีมือของพระยาตากอีกหลายคน อาทิ เช่น พระเชียงเงิน หลวงพรหมเสนา หลวงพิชัยราชา หลวงราชเสนา หมื่นราชเสนาหาออกไปตั้งหลัก ณ วัดพิชัย (อยู่ใต้สถานีรถไฟในปัจจุบัน) แล้วยกกองทัพมุ่งไปทางตะวันออก ได้ปะทะกับพม่า แต่สามารถตีฝ่าวงล้อมไปได้ พอไปถึงบ้านลำบัวติตเวลาสองยามเศษก็แลเห็นแสงเพลิงไหม้กรุง ต่อจากนั้นก็มุ่งไปบ้านโพธิสามหา (โพธิสาวหารหรือโพธิสังหารก็เรียก) และบ้านพรานนก ได้สู้รบกับพม่าไปตลอดทางออกจากบ้านพรานบนไปบ้านบางคอง หนองไม้ซุง ตามทางเมืองนครนายกไปยังบ้านนาเร้ง ถึงเมืองปราจีนบุรี บ้านด่านขบและบ้านทองหลาง ตะพานทอง บางปลาสร้อย ถึงบ้านนาเกลือ ออกไป พัทธยา นาจอมเทียน ไก่เตี้ย สัตหีบ หินโค้ง แวะหยุดพักไพร่พลที่บ้านน้ำเก่า ซึ่งเข้าใจกันในปัจจุบันนี้เป็นเป็นบ้านเก่า ตำบลตาขัน อำเภอบ้านค่าย ซึ่งขณะนั้นผู้รั้งเมืองระยองคือ พระยาระยอง (บุญเมืองหรือบุญเรือง) ได้ทราบข่าวว่าพระยาตากยกทัพมาก็เกิดความเกรงกลัว จึงพาคณะกรมการเมืองออกไปเชิญให้พระยาตากพาไพร่พลเข้ามาพักในเมือง พร้อมทั้งมอบธัญญาหารเกวียนหนึ่งให้พระยาตาก พระยาตากได้พาไพร่พลเข้ามาที่ท่าประดู่ และพักแรมอยู่ที่วัดลุ่ม

(วัดลุ่มมหาชัยชุมพล) สองคืน จึงได้ทำการตั้งค่ายขุดคูปักขากล้อมบริเวณที่พักไว้โดยมิได้ประมาณในระหว่างเวลานั้น เป็นระยะที่กรุงศรีอยุธยายังมีได้เสียที่แก่พม่า ฉะนั้น การยกทัพมาของพระยาตากทำให้กรมการเมืองระยองคิดระแวงไปว่าพระยาตากจะคิดร้ายต่อบ้านเมืองจึงหลบหนีการสู้รบมา จึงได้นำเรื่องเข้าปรึกษาพระยาระยอง ซึ่งพระยาระยองก็ได้กล่าวห้ามปราม แต่กรมการเมืองไม่ยอมเชื่อ ครั้งเมื่อพระยาตากพักอยู่ที่วัดลุ่มได้สองวัน นายบุญรอด แขนอ่อน นายมาต นายบุญมา น้องเมียพระจันทบุรี ได้เข้ามาถวายตัวทำราชการและได้นำความมาแจ้งว่าขุนรามหมื่นซ่อง นายทองอยู่นกเล็ก ขุนจำเมือง (ด้วง) หลวงแสนพลหาญ กรมการเมืองระยองได้คบคิดกับพวกทหารประมาณ 1,500 คน จะยกเข้ามาประทุษร้ายพระยาตาก ครั้นเมื่อทราบความเช่นนั้นพระยาตากจึงเรียกผู้รั้งเมือง คือ พระยาระยองมาซักถามความจริง แต่ผู้รั้งไม่ยอมรับ พระยาตากจึงสั่งให้ทหารคุมตัวผู้รั้งเมืองไว้และเตรียมการที่จะรับมือกับศัตรูต่อไปพอพลบค่ำ พระยาตากจึงสั่งให้ทหารเตรียมการป้องกันไว้และดับไฟมืดทั้งค่าย ตกเวลาประมาณทุ่มเศษ พวกกรมการเมืองซึ่งไม่ทราบว่าพระยาตากรู้ตัวก็คุมทหาร 30 คน เข้าโจมตีค่ายทางด้านเหนือ คือทางด้านวัดเนิน มีขุนจำเมือง (ด้วง) เป็นหัวหน้า เมื่อขุนจำเมืองคุมพรรคพวกเข้ามาใกล้ค่ายประมาณ 5-6 วา พระยาตากก็สั่งให้ทหารระดมยิงปืนพร้อมกัน ขุนจำเมืองและทหารไม่ทันรู้ตัวจึงถูกอาวุธบาดเจ็บล้มตายไปตาม ๆ กัน พวกกรมการเมืองและทหารที่เหลืออยู่เกิดความกลัวจึงพากันล่าถอยไป พระยาตากก็ระดมไพร่พลไล่โจมตีและยึดเมืองระยองได้ในคืนนั้นเองยึดได้ทั้งศาสตราวุธและธัญญาหารเป็นจำนวนมาก บรรดาเหล่าทหารได้เห็นความสามารถและความฉลาดหลักแหลมของพระยาตากจึงพากันยกย่องเรียกพระยาตากว่า “เจ้าตาก” แต่โดยที่ชื่อเดิมของพระยาชื่อว่า “สิน” จึงพากันเรียกว่า “เจ้าตากสิน” ฉะนั้น จะถือได้ว่าพระยาตากได้รับการยกย่องให้เป็น “เจ้า” ที่เมืองระยองนี้เองก็ไม่ผิดนัก เมื่อเจ้าตากยึดเมืองระยองได้แล้วก็โปรดให้พักไพร่พลอยู่ในเมือง 7-8 วัน เพื่อบำรุงขวัญทหารและจัดการเมืองให้เสร็จเรียบร้อย แล้วจึงเสด็จต่อไปยังเมืองจันทบุรีเพื่อยึดเป็นที่ตั้งมั่นในการกอบกู้อิสรภาพของชาติสืบจากพม่าต่อไป

อำเภอแกลงนั้นแต่เดิมเป็นเมืองเรียกกันว่า “เมืองแกลง” มีฐานะเป็นเมืองจัตวาคู่กับเมืองชลบุรีขึ้นอยู่กับเมืองจันทบุรี (จันทบุรี) ด้วยเหตุที่เมืองจันทบุรีเป็นเมืองโบราณมีชื่อปรากฏในพงศาวดารมาแต่แรกสร้างกรุงศรีอยุธยา จึงอาจสันนิษฐานได้ว่าเมืองแกลงซึ่งเป็นเมืองขึ้นเมืองหนึ่งก็น่าจะมีมาช้านานแล้วเช่นกัน

เดิมเมืองแกลงตั้งอยู่ที่บ้านแหลมสน ขณะนั้นมีกองทหารเรือตั้งอยู่ ต่อมาปี พ.ศ. 2440 กองทหารเรือได้ยุบเลิกไปตั้งอยู่ที่อื่นทางราชการจึงได้ย้ายตัวเมืองจากบ้านแหลมสนไปอยู่ที่บ้านหนองโพรง-แหลมเมือง ตำบลปากน้ำประแสร์ แล้วจึงย้ายมาอยู่ที่บ้านทางเกวียน ซึ่งอยู่ทางทิศเหนือของวัดโพธิ์ทองปัจจุบันประมาณ 2 กิโลเมตร เหตุที่ย้ายที่ตั้งเมืองบ่อย ๆ ก็คงเป็นไปตามแบบการปกครองโบราณ คือ เมื่อใครได้เป็นเจ้าเมืองก็ย้ายที่ทำการไปไว้ที่บ้านของตน เรื่องนี้สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ-กรมพระยาดำรงราชานุภาพได้ทรงอธิบายไว้ในหนังสือเรื่องเทศาภิบาลว่าตามหัวเมืองในสมัยนั้นไม่มีศาลารัฐบาลตั้งประจำสำหรับว่าราชการอย่างทุกวันนี้เจ้าเมืองตั้งบ้านเรือนอยู่ที่

ไหนดกว่าราชการบ้านเมืองที่บ้านของตนเหมือนอย่างเสนาบดีเจ้ากระทรวงในราชธานีว่าราชการที่บ้านตามประเพณีเดิมบ้านเจ้าเมืองผิดกับบ้านของคนอื่นเพียงที่เรียกว่า “จวน” เพราะมีศาลาโถงปลูกไผ่นอกรั้วข้างบ้านหลังหนึ่งเรียกว่า “ศาลากลาง” เป็นที่สำหรับประชุมกรรมการเวลามีการงาน เช่น รับท้องตราหรือปรึกษาราชการ เป็นต้น เวลาไม่มีการงานก็ใช้ศาลากลางเป็นศาลาชำระความ เห็นได้ว่าศาลากลางก็เป็นเค้าเดียวกับศาลาลูกขุนในราชธานีนั้นเองเจ้าเมืองตั้งสร้างจวนและศาลากลางด้วยทุนของตนเอง แม้แผ่นดินซึ่งจะสร้างจวนถ้ามีได้อยู่ในเมืองมีปราการ เช่น เมืองพิษณุโลก เป็นต้น เจ้าเมืองก็ต้องหาซื้อที่ดินเหมือนกับคนทั้งหลายจวนกับศาลากลางจึงเป็นทรัพย์สินส่วนตัวของเจ้าเมือง เมื่อสิ้นตัวเจ้าเมืองก็เป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลานใครได้เป็นเจ้าเมืองคนใหม่ถ้ามิได้เป็นผู้รับมรดกของเจ้าเมืองคนเก่าก็ต้องหาที่สร้างจวนและศาลากลางขึ้นใหม่ตามกำลังที่จะสร้างได้บางทีก็ย้ายไปสร้างห่างจากที่เดิมปากแม่น้ำหรือแม่น้ำต่างตำบลก็มีจวนเจ้าเมืองไปตั้งอยู่ที่ไหนก็ย้ายที่ว่าราชการไปอยู่ที่นั่นชั่วสมัยของเจ้าเมืองคนนั้นตามหัวเมืองจึงไม่มีที่ว่าราชการเมืองตั้งประจำอยู่แห่งใดแห่งหนึ่งเป็นนิจเหมือนอย่างทุกวันนี้เมืองแกลงคงจะมีศาลาสำหรับพิจารณาตัดสินคดีซึ่งเกิดขึ้นภายในเมือง

ต่อมาราวปี พ.ศ.2450 ทางราชการได้ส่งยุบเมืองแกลงลงเป็นอำเภอเรียกว่า “อำเภอแกลง” และย้ายจากบ้านทางเกวียนมาอยู่ในปัจจุบัน ศาลเมืองแกลงจึงพลอยถูกยุบลงด้วยนั้นคือ ทางราชการได้ยุบสภาพจากเมืองจัตวาลงมาตั้งเป็นอำเภอมีหลวงแกลงแกลงแล้ว (ศรี บุญศิริ) เป็นนายอำเภอคนแรกจนถึงปี พ.ศ.2453 พระคำแหงพลล้าน (ชื่อ คชภูมิ) นายอำเภอคนที่สอง จึงได้ย้ายที่ตั้งอำเภอจากบ้านทางเกวียนมาตั้งอยู่ที่บ้านสามย่าน ตำบลทางเกวียนซึ่งมีสภาพเหมาะสมที่จะขยายตัวเมืองได้อยู่จนกระทั่งทุกวันนี้

ในปี พ.ศ.2451 ได้โอนอำเภอแกลงไปขึ้นกับจังหวัดระยอง เนื่องจากอำเภอแกลงขึ้นเมืองจันทบุรี ยากจะตรวจตราให้ทั่วถึงได้ จึงโอนอำเภอแกลงไปขึ้นเมืองระยองเพราะเป็นท้องที่อยู่ใกล้ สะดวกในการบังคับบัญชา ด้วยเหตุนี้อำเภอแกลงจึงมาสังกัดกับจังหวัดระยองตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา

3.1.4 ต้นไม้ประจำจังหวัด

ต้นสารภีทะเลชื่อสามัญ Alexandrian Laurel ชื่อวิทยาศาสตร์ Calophyllum inophyllum Linn อยู่ในวงศ์ GUTTIFERAE ต้นสารภีทะเลเป็นไม้ยืนต้นขนาดกลางถึงขนาดใหญ่สูง 20-25 เมตร ใบเป็นใบเดี่ยว ไม่ผลัดใบ เรือนยอดเป็นพุ่มกลม สีเขียวเข้ม กิ่งอ่อนเกลี้ยง ยอดอ่อนเรียวเล็ก ปลายหู่ เปลือกเรียบสีเทาอ่อนหรือน้ำตาลปนเหลือง เปลือกในสีชมพูเนื้อไม้สีน้ำตาลปนแดง ออกดอกเป็นช่อสั้นที่ซอกใบบริเวณปลายกิ่ง มีดอกย่อย กลีบดอกสีขาว เกสรเพศผู้สีเหลือง มีกลิ่นหอม ออกดอกช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม ผลเป็นผลสดทรงกลม ปลายผลเป็นติ่งแหลม เมื่อสุกจะมีสีเหลือง ต้นสารภีทะเลขยายพันธุ์โดยการเพาะเมล็ด



ภาพที่ 3.2 ต้นสารภีทะเล

ที่มา : <https://medthai.com/กระทิง>

3.1.5 ที่ตั้งจังหวัดระยอง

จังหวัดระยองเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศไทยตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 12-13 องศาเหนือและเส้นแวงที่ 101-102 องศาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 179 กิโลเมตร จังหวัดระยองมีเนื้อที่ประมาณ 3,552 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 2,220,000 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่เกษตรกรรม 1,535,000 ไร่ (ร้อยละ69) พื้นที่ป่าไม้และอุทยานแห่งชาติ 513,743 ไร่ (ร้อยละ23) เป็นพื้นที่ที่เป็นสภาพป่าไม้ที่สมบูรณ์ที่เหลืออยู่จริงเพียง 130,625 ไร่ (ร้อยละ5.9) และพื้นที่อื่นๆอีก 171,217 ไร่ (ร้อยละ8)



ภาพที่ 3.3 แผนที่จังหวัดระยอง

ที่มา : www.reo13.go.th

3.1.6 อาณาเขตติดต่อ

3.1.6.1 ทิศเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอศรีราชา อำเภอหนองใหญ่ อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี

3.1.6.2 ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอแก่งหางแมว และอำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี

3.1.6.3 ทิศใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับอ่าวไทย โดยมีชายฝั่งยาวมากกว่า 100 กิโลเมตร

3.1.6.4 ทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอสัตหีบ และอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

3.1.7 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสลับที่ตอนเป็นลูกคลื่นพื้นที่ทางด้านเหนือ และด้านตะวันออกเป็นที่ราบสลับภูเขาลาดต่ำลงสู่อ่าวไทยทางทิศใต้มีพื้นที่ทิวเขา 2 แนว คือ ทิวเขาชะเมาทางทิศตะวันออก และทิวเขาที่อยู่ ประมาณกึ่งกลางของตัวจังหวัดเป็นแนวยาวจากอำเภอเมืองระยองขึ้นไปทางเหนือ จังหวัดระยองมีแม่น้ำสายสั้น ๆ ซึ่งเกิดจากเทือกเขาจันทบุรีและเทือกเขาบรรทัดไหลลงสู่อ่าวไทย แม่น้ำที่สำคัญได้แก่แม่น้ำระยองความยาวประมาณ 50 กิโลเมตร ไหลผ่านท้องที่อำเภอปลวกแดง อำเภอบ้านค่าย อำเภอเมือง โดยไหลลงสู่ทะเลที่ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองระยอง และแม่น้ำประแสร์ความยาวประมาณ 26 กิโลเมตร โดยมีต้นกำเนิดจากทิวเขาในจังหวัดจันทบุรี ไหลผ่านท้องที่ต่าง ๆ ในอำเภอแกลงกิ่ง อำเภอเขาชะเมา และลงสู่ทะเลที่ตำบลปากน้ำประแสร์ นอกจากนี้จังหวัดระยองยังมีชายฝั่งทะเลมีหาดทรายสวยงาม และมีเกาะใหญ่น้อยเรียงรายเลียบตามแนวชายฝั่ง นับเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ

พื้นที่โครงการเป็นพื้นที่ราบสูงจากน้ำทะเลปานกลางระหว่าง 5-15 เมตร โดยทางทิศเหนือมีเทือกเขาเขายายตา และทางทิศใต้เป็นทะเลอ่าวไทย

3.1.8 ลักษณะภูมิอากาศ

ระยองมีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อนลมทะเลพัดผ่านตลอดปีอากาศอบอุ่นไม่ร้อนจัดบริเวณชายฝั่งทะเลเย็นสบายในฤดูฝนจะมีฝนตกชุกระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคมของทุกปี ในปี พ.ศ.2547 ที่ผ่านมามีฝนตก 109 วัน ปริมาณฝนตกวัดรวมได้ 1,155.2 มิลลิเมตร วัดปริมาณได้ 382.1 มิลลิเมตร โดยฝนตกมากที่สุดวันที่ 12 กันยายน พ.ศ.2547 วัดปริมาณได้ 73.5 มิลลิเมตร และอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 28.26 องศาเซลเซียส โดยมีอุณหภูมิสูงสุดวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ.2547 วัดได้ 35.8 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิต่ำสุดวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ.2547 วัดได้ 18.2 องศาเซลเซียส

ฤดูกาล พิจารณาตามลักษณะลมฟ้าอากาศของประเทศไทยสามารถแบ่งฤดูกาลของจังหวัดระยองได้เป็น 3 ฤดูดังนี้

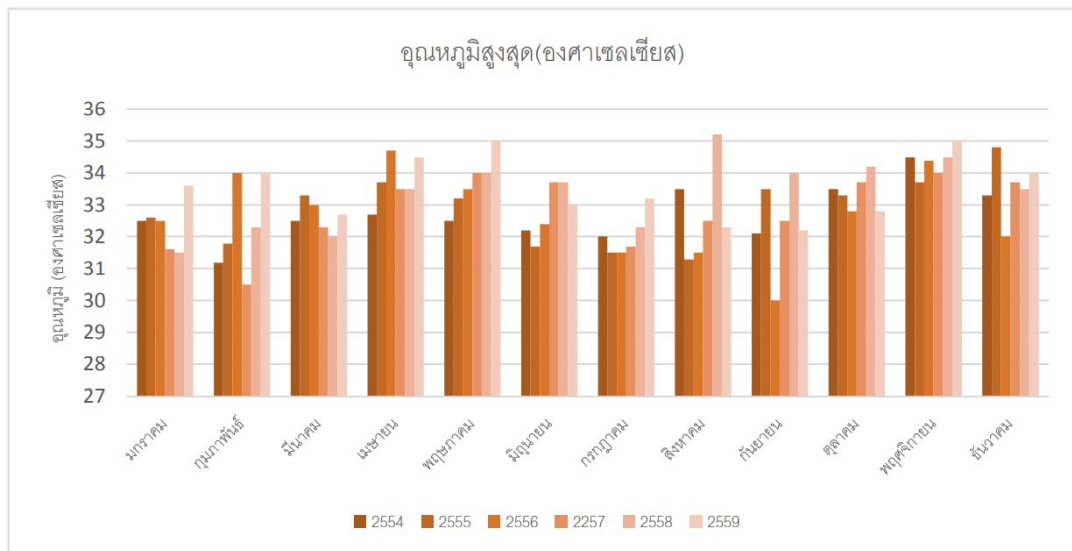
ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงของมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และบริเวณความกดอากาศสูงจากประเทศจีนที่มีคุณสมบัติเย็น และแห้งจะแผ่ลงมาปกคลุมประเทศไทยในช่วงนี้ ฤดูนี้อุณหภูมิของจังหวัดระยองไม่ลดต่ำมากเหมือนภาคอื่น ๆ เพราะเขตนี้อยู่ปลายมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือความหนาวเย็นจึงไม่ลดลงมาก นอกจากนี้ก็ยังมีชายฝั่งทะเลจึงทำให้จังหวัดระยองไม่หนาวเย็นมากนัก

ฤดูร้อน เริ่มเมื่อมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือสิ้นสุดลงคือประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ และสิ้นสุดประมาณกลางเดือนพฤษภาคมระยะนี้มีลมตะวันออกเฉียงใต้ และลมเฉื่อยจากทะเลในตอนบ่ายพัดมาร่วมกับลมตะวันออกเฉียงใต้ จึงทำให้ลมมีกำลังแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้นฝั่งทะเลระยองในระยะเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายนจึงมีคลื่นลมค่อนข้างแรงในตอนบ่าย และเย็น ทำให้อุณหภูมิไม่สูงอากาศจึงไม่ร้อนมากนัก

ฤดูฝน เริ่มประมาณกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคมเป็นช่วงที่มรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดปกคลุมประเทศไทย ซึ่งจะนำความชื้นจากทะเลอันดามันพัดผ่านอ่าวไทยเข้าสู่ภาคตะวันออกทำให้อากาศจะชุ่มชื้นและมีฝนตกชุกทั่วไป อุณหภูมิ เนื่องจากจังหวัดระยองเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกที่ได้รับอิทธิพลจากลมทะเลอยู่เสมอ จึงทำให้อากาศไม่ร้อนอบอ้าวมากนักในฤดูร้อน และฤดูหนาวอากาศก็ไม่หนาวจัด โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดทั้งปี 28.3 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 32.6 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 25.0 องศาเซลเซียส โดยอุณหภูมิต่ำที่สุดที่เคยตรวจวัดได้ 12.5 องศาเซลเซียส ที่สถานีอากาศเกษตรห้วยโป่งเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ.2518 ส่วนอุณหภูมิสูงที่สุดวัดได้ 40.0 องศาเซลเซียส สถานีอุตุนิยมวิทยาระยองเมื่อวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2544 สำหรับฝนที่ตกในจังหวัดระยองส่วนใหญ่เป็นฝนที่เกิดในช่วงฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งพัดปกคลุมระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม โดยจังหวัดระยองมีปริมาณฝนรวมเฉลี่ยตลอดปี 1,383.2 มิลลิเมตร และมีจำนวนวันฝนตกเฉลี่ย 119 วัน เดือนที่มีฝนตกหนาแน่นมากที่สุดในรอบปีคือ เดือนพฤษภาคม กันยายน และเดือนตุลาคม โดยมีปริมาณฝนอยู่ในช่วง 190-260 มิลลิเมตร สำหรับปริมาณฝนสูงที่สุดใน 24 ชั่วโมง ที่เคยตรวจได้คือ 193.0 มิลลิเมตร ที่สถานีอุตุนิยมวิทยาระยองเมื่อวันที่ 9 กันยายน พ.ศ.2539

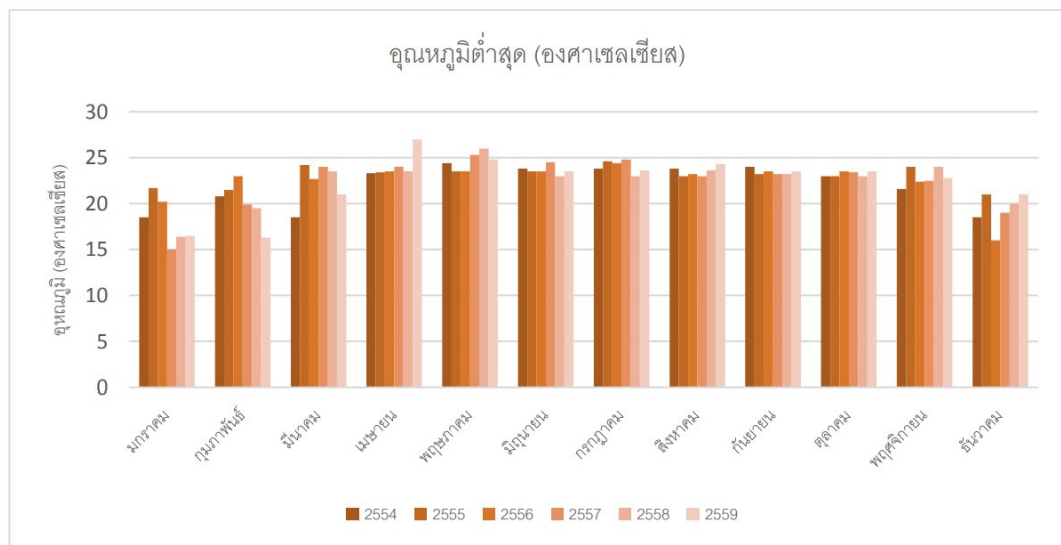
พายุหมุนเขตร้อนตามสถิติเท่าที่มีการเก็บข้อมูลไม่ปรากฏว่ามีพายุหมุนเขตร้อนเคลื่อนเข้าสู่จังหวัดระยองโดยตรง อย่างไรก็ตามจังหวัดระยองได้รับอิทธิพลจากพายุดีเปรสชันที่เคลื่อนตัวผ่าน ซึ่งส่งผลให้มีฝนตกหนักและน้ำท่วมได้ในบางพื้นที่ ซึ่งพายุดีเปรสชันที่เคยเคลื่อนผ่านและทำความเสียหายเป็นพายุที่มีถิ่นกำเนิดบริเวณทะเลจีนใต้ตอนล่าง โดยพายุนี้ได้เคลื่อนตัวผ่านประเทศกัมพูชาเข้าสู่จังหวัดตราดและเคลื่อนผ่านบริเวณจังหวัดระยอง จากสถิติในคาบ 69 ปีตั้งแต่ พ.ศ.2494-2562 พบว่ามีพายุหมุนเขตร้อนเคลื่อนตัวผ่านจังหวัดระยอง 2 ลูก ซึ่งมีกำลังแรงเป็นพายุดีเปรสชันขณะเคลื่อนผ่าน โดยเคลื่อนตัวผ่านเข้ามาในเดือนตุลาคม (2502, 2528)

3.1.8.1 อุณหภูมิจากการศึกษาสภาพภูมิอากาศอุณหภูมีย้อนหลัง 6 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2559 จากกรมอุตุนิยมวิทยา สถานีระยอง รหัสสถานี 478201 จังหวัดระยองที่ผ่านมาพบว่า ค่าเฉลี่ยอุณหภูมินั้นมีค่าความแตกต่างกันไม่มากนัก จากการศึกษาพบว่าอุณหภูมิสูงสุดจะเฉลี่ยอยู่ที่ 33-35 องศาเซลเซียสซึ่งอยู่ในช่วงฤดูร้อน และอุณหภูมิต่ำสุดจะเฉลี่ยอยู่ที่ 24-26 องศาเซลเซียส ดังนั้น การเลือกใช้พรรณไม้นั้นต้องให้มีความเหมาะสมและคำนึงถึงอุณหภูมิว่าพรรณไม้ที่ใช้นั้นทนต่ออุณหภูมิที่สูงในช่วงฤดูร้อนได้หรือไม่



แผนภูมิที่ 3.1 อุณหภูมิสูงสุดระหว่างปี พ.ศ.2554-2559

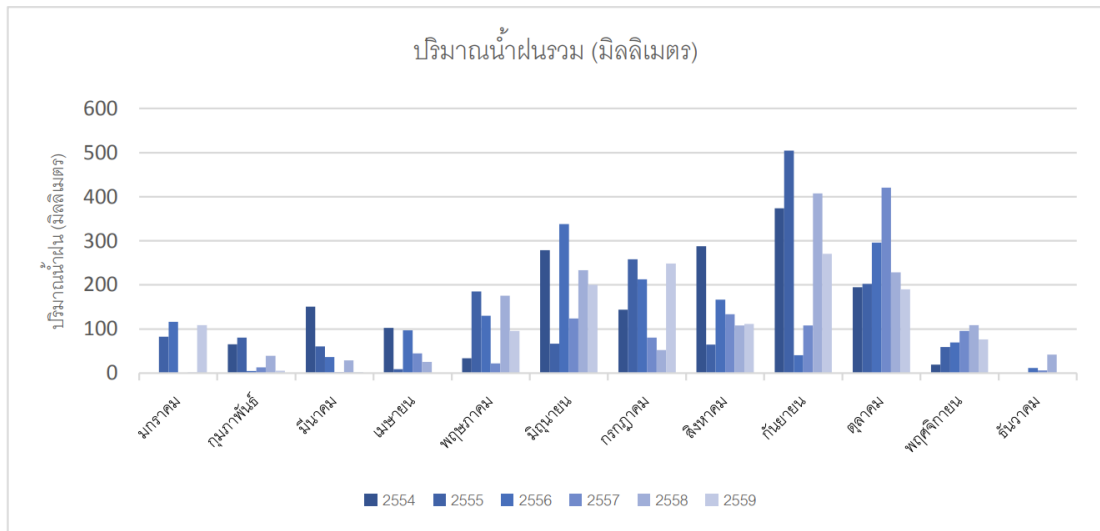
ที่มา : กรมอุตุนิยมวิทยา สถานีระยอง รหัสสถานี 478201 จังหวัดระยอง (2560)



แผนภูมิที่ 3.2 อุณหภูมิต่ำสุดระหว่างปี พ.ศ.2554-2559

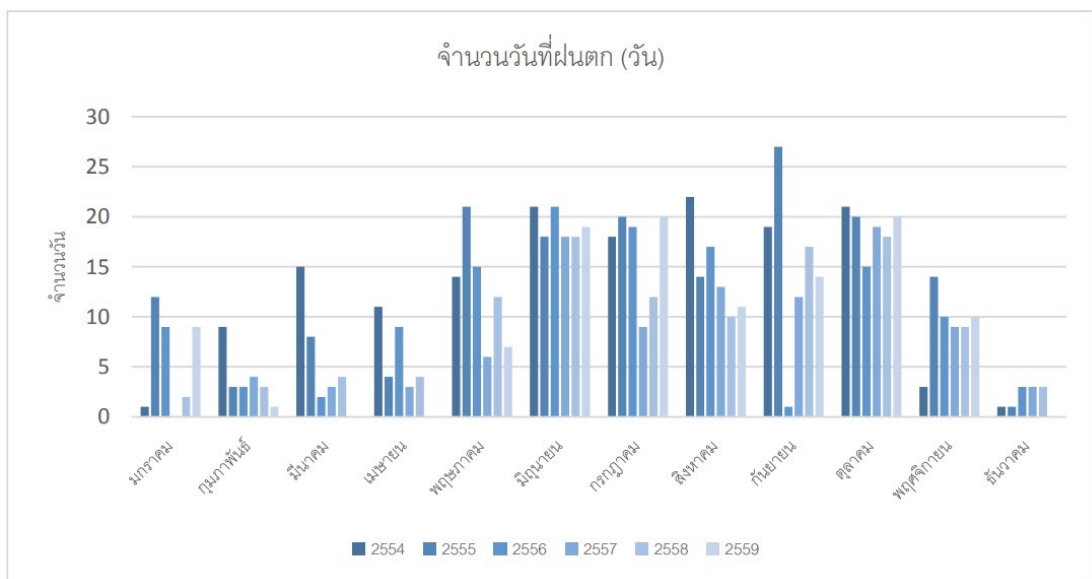
ที่มา : สถานีกรมอุตุนิยมวิทยา สถานีระยอง รหัสสถานี 478201 จังหวัดระยอง (2560)

3.1.8.2 ปริมาณน้ำฝน จากการศึกษาสภาพภูมิอากาศ ข้อมูลปริมาณน้ำฝนย้อนหลัง 6 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554-2559 จากสถานีกรมอุตุนิยมวิทยา สถานีระยอง รหัสสถานี 478201 จังหวัดระยอง ที่ผ่านมามีพบว่า ปริมาณน้ำฝนโดยรวม จำนวนวันฝนตกและฝนสูงสุดมีค่าต่างกันเกือบเท่าตัว และจากการศึกษาจะสังเกตช่วงเดือนที่มีฝนตกชุกมากที่สุดคือ เดือนพฤษภาคม-พฤศจิกายน เดือนกันยายนมีปริมาณน้ำฝนสูงสุด เฉลี่ย 1,705 มิลลิเมตร เดือนธันวาคมมีปริมาณน้ำฝนต่ำสุด เฉลี่ย 60.4 มิลลิเมตร ดังนั้นเราควรคำนึงถึงระบบการระบายน้ำ และการเลือกใช้พรรณไม้ที่เหมาะสม และทนกับสภาพอากาศ



แผนภูมิที่ 3.3 ปริมาณน้ำฝนรวมระหว่างปี พ.ศ.2554-2559

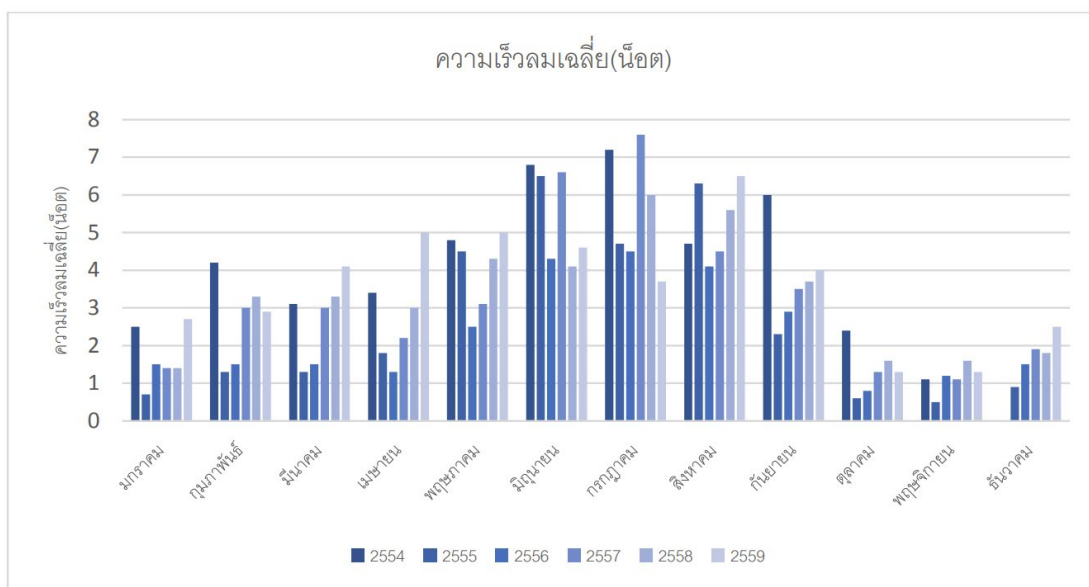
ที่มา : สถานีกรมอุตุนิยมวิทยา สถานีระยอง รหัสสถานี 478201 จังหวัดระยอง (2560)



แผนภูมิที่ 3.4 จำนวนวันที่ฝนตกรวมระหว่างปี พ.ศ.2554-2559

ที่มา : สถานีกรมอุตุนิยมวิทยา สถานีระยอง รหัสสถานี 478201 จังหวัดระยอง (2560)

3.1.8.3 ความเร็วลมเฉลี่ยจากการศึกษาสภาพภูมิอากาศ ข้อมูลความเร็วลมย้อนหลัง 6 ปี ตั้งแต่ปี 2554-2559 ที่ผ่านมามีค่าเฉลี่ยความเร็วลมนั้นมีค่าแตกต่างกันไม่มากนัก ความเร็วลมเฉลี่ยสูงสุดคือเดือน กรกฎาคม เฉลี่ย 34 นี้อต ความเร็วลมเฉลี่ยต่ำสุดคือเดือน พฤศจิกายน เฉลี่ย 6.8 นี้อต จากการวิเคราะห์ความเร็วลมผลกระทบคือ การเพาะปลูกพืชพรรณควรเลือกพรรณไม้ที่แข็งแรงทนทาน และควรมีการป้องกันการหัดโค่นของต้นไม้ จึงควรมีการค้ำยันต้นไม้เพื่อการทรงตัวที่แข็งแรงของพรรณไม้ที่จะช่วยบังลม



แผนภูมิที่ 3.5 ความเร็วลมเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ.2554-2559

ที่มา : สถานีกรมอุตุนิยมวิทยา สถานีระยอง รหัสสถานี 478201 จังหวัดระยอง (2560)

3.2 การเข้าถึงพื้นที่โครงการ

โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอมืองระยอง จังหวัดระยอง บนเนื้อที่ 12,680 ตารางเมตร

3.2.1 จากตลาดกลางผลไม้ตะพง จังหวัดระยอง มุ่งหน้าไปอำเภอกะเจดทางถนนหมายเลข 3 ถนนสุขุมวิท 4.5 กิโลเมตร กลับรถแล้วตรงไป 700 เมตร เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง 700 เมตร พื้นที่โครงการจะอยู่ทางด้านซ้าย

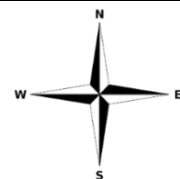


เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี

แสดง : การเข้าถึงโครงการ

ภาพที่ 3.4

สัญลักษณ์ : -

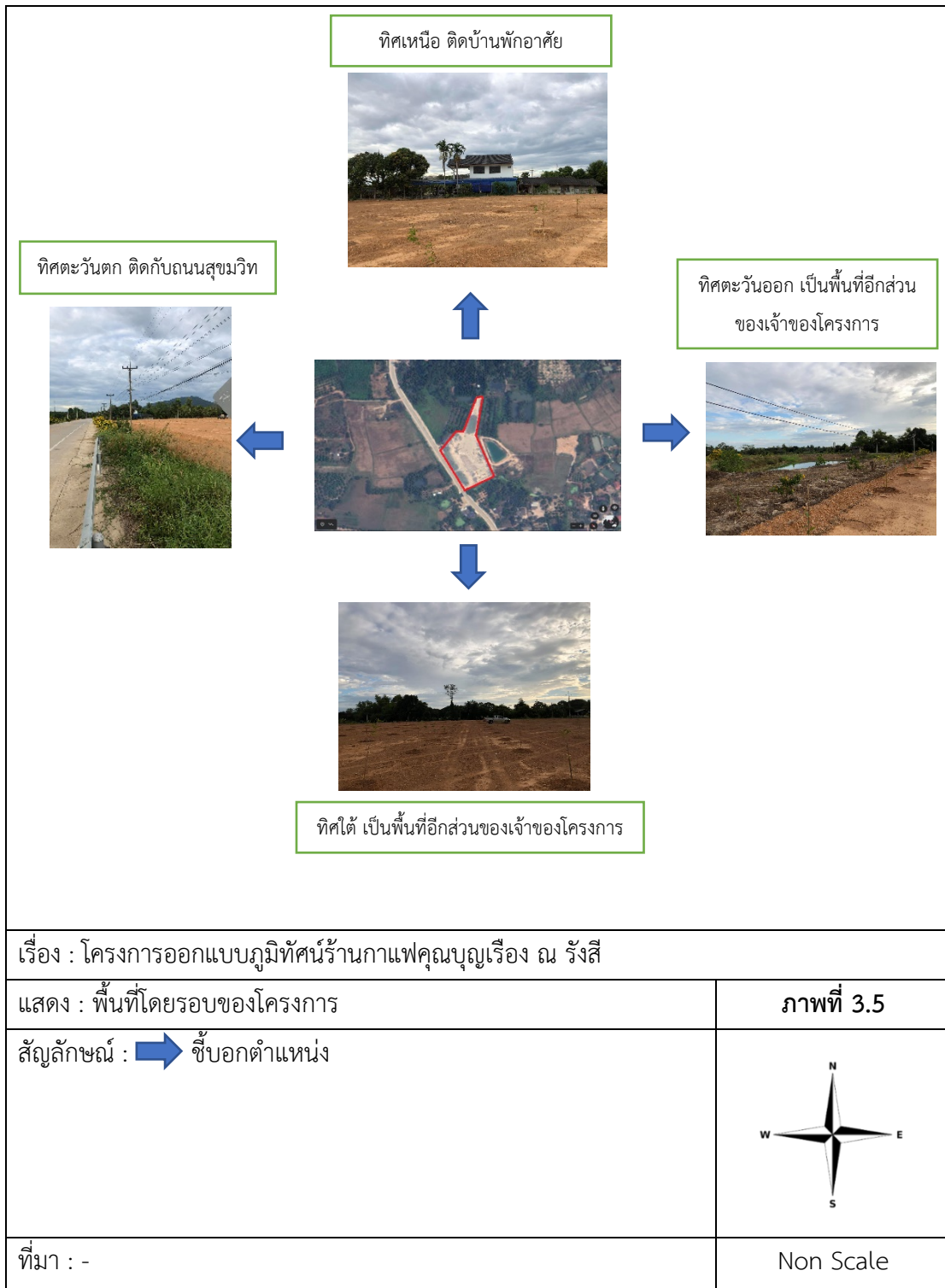


ที่มา : -

Non Scale

3.3 สภาพของพื้นที่โครงการ

การศึกษาพื้นที่โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี เป็นการวางผังพื้นที่และออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟ ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอมะขาม จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นถนนที่มุ่งสู่หาดแม่รำพึง ลักษณะพื้นที่เป็นพื้นที่ว่างเปล่าถมสำเร็จ มีเนื้อที่ทั้งหมด 7 ไร่ 3 งาน 70 ตารางวา หรือประมาณ 12,680 ตารางเมตร ซึ่งแบ่งออกเป็นพื้นที่ออกแบบ 11,740 ตารางเมตร ภายในโครงการมีบ่อน้ำเดิมมีขนาดประมาณ 940 ตารางเมตร



3.4 อาณาเขตติดต่อโครงการ

โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี มีพื้นที่โครงการทั้งหมด 7 ไร่ 3 งาน 70 ตารางวา เป็นพื้นที่ว่างเปล่าถมสำเร็จมีอาณาเขตติดต่อโครงการดังนี้

3.4.1 ทิศเหนือของโครงการติดกับบ้านพักอาศัยของเพื่อนบ้านมีผลกระทบต่อโครงการ คือความเป็นส่วนตัว และสูญเสียมุมมองจากภายนอกต่อโครงการ



ภาพที่ 3.6 อาณาเขตติดต่อทางทิศเหนือ

3.4.2 ทิศใต้ของโครงการ ติดกับพื้นที่รกร้าง มีผลกระทบต่อโครงการ



ภาพที่ 3.7 อาณาเขตติดต่อทางทิศใต้

3.4.3 ทิศตะวันออกของโครงการ ติดกับพื้นที่อีกส่วนของเจ้าของโครงการ มีผลกระทบต่อโครงการ



ภาพที่ 3.8 อาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันออก

3.4.4 ทิศตะวันตกของโครงการ ติดกับถนนสาธารณะ (ถนนสุขุมวิท-ชั้น-หาดแม่รำพึง) มีผลกระทบต่อโครงการ คือ ผลกระทบทางเสียง และฝุ่นควันจากยานพาหนะ



ภาพที่ 3.9 อาณาเขตติดต่อทางทิศตะวันตก

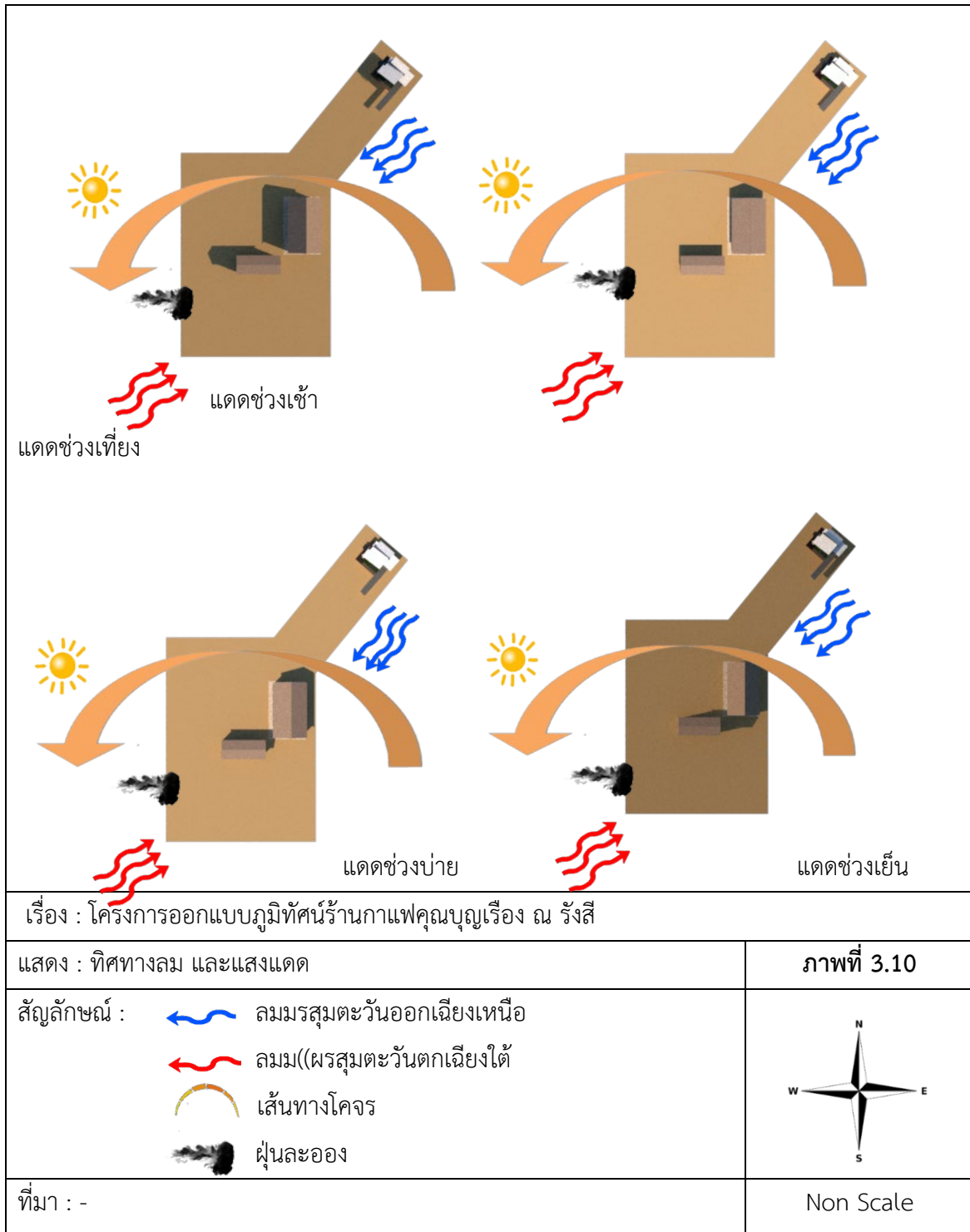
3.5 ศึกษาและวิเคราะห์สภาพภูมิอากาศพื้นที่โครงการ

3.5.1 ทางทิศเหนือ พื้นที่จะได้รับแสงแดดในช่วงเที่ยง

3.5.2 ทิศใต้ พื้นที่จะได้รับแสงแดดตลอดทั้งวัน

3.5.3 ทิศตะวันออก พื้นที่จะได้รับแสงแดดช่วงเช้า

3.5.4 ทิศตะวันตก พื้นที่จะได้รับแสงแดดช่วงบ่ายกับช่วงเย็น

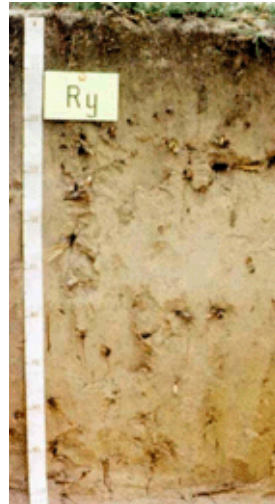


ตารางที่ 3.1 ผลสรุปการวิเคราะห์สภาพภูมิอากาศพื้นที่โครงการ

พื้นที่	ผลของการวิเคราะห์
ทิศเหนือ	พื้นที่ทางด้านทิศเหนือ จะเป็นพื้นที่ส่วนที่ได้รับแดดตลอดทั้งวัน เป็นพื้นที่โล่งแต่จะได้รับร่มจากตัวอาคาร Ball Room ในช่วงบ่ายจึงออกแบบเป็นส่วนของส่วน Café ของโครงการ และบริเวณที่ได้รับร่มเงาจากตัวอาคารในช่วงบ่าย ได้ออกแบบให้เป็นลานที่ใช้ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น แสดงดนตรีสด หรือ Talk Show ที่ให้ร่มเงาแก่ผู้ใช้โครงการ
ทิศใต้	ทิศใต้พื้นที่ จะเป็นพื้นที่ส่วนที่รับแสงแดดช่วงเที่ยง แต่เนื่องจากเป็นพื้นที่ต่อเนื่องจากทางเข้าโครงการ จึงจัดเป็นพื้นที่สำหรับจอดรถ ซึ่งสามารถเชื่อมต่อเข้าส่วนต่าง ๆ ของโครงการได้ และใช้พืชพรรณไม้ยืนต้นสำหรับให้ร่มเงาแก่ลานจอดรถด้วย
ทิศตะวันออก	พื้นที่ทางด้านทิศตะวันออก เป็นพื้นที่ส่วนที่ได้รับแดดในช่วงเช้า แต่ช่วงบ่ายจะได้รับแดดน้อย และได้รับร่มเงาจากอาคารจึงจัดเป็นพื้นที่สำหรับจัดงานสังสรรค์ ที่ติดต่อกับทางด้านลานจอดรถ ทำให้เชื่อมต่อกันได้และไม่ร้อนขณะทำกิจกรรมสังสรรค์
ทิศตะวันตก	พื้นที่ทางตะวันตก จะเป็นพื้นที่ส่วนที่ได้รับแสงแดดในช่วงบ่าย โดยทางพื้นที่ส่วนนี้ของโครงการจะเป็นส่วนที่ติดกับถนน จึงออกแบบให้เป็นทางเข้า โดยมีทางเข้าสำหรับลูกค้า และทางเข้าสำหรับการบริการที่แยกออกจากกัน เพื่อความสะดวกในการเข้าใช้พื้นที่โครงการ

3.6 ศึกษาข้อมูลโครงสร้างดิน

ชุดดินระยอง (Rayong series: Ry) กลุ่มชุดดินที่ 43 การจำแนกดิน Isohyperthermic, uncoated Typic Quartzipsamments เกิดจากตะกอนน้ำพามาทับถมอยู่บนตะกอนทะเลบริเวณที่ราบชายฝั่งทะเล สภาพพื้นที่ ค่อนข้างราบเรียบ มีความลาดชัน 0-1% การระบายน้ำมากเกินไป การไหลบ่าของน้ำบนผิวดิน ปานกลางถึงช้า การซึมผ่านได้ของน้ำเร็วพืชพรรณธรรมชาติและการใช้ประโยชน์ที่ดิน ป่าละเมาะ มะพร้าว และพุทรา การแพร่กระจาย พบบริเวณสันทรายเก่า ตามชายฝั่งทะเลของประเทศ การจัดเรียงชั้น A-C ลักษณะและสมบัติดิน เป็นดินสีมาก ดินบนมีเนื้อดินปนดินทรายหรือดินทรายปนดินร่วน มีสีน้ำตาลปนเทา ปฏิกิริยาดินเป็นกรดจัดถึงเป็นกลาง (pH 5.5-7.0) ดินล่างมีเนื้อดินเป็นดินทราย มีสีน้ำตาลหรือสีเทา ปฏิกิริยาดินเป็นกรดปานกลางถึงกรดเล็กน้อย (pH 6.0-6.5) (ดังภาพที่ 3.11)



ภาพที่ 3.11 ชุดดินจังหวัดระยอง

ที่มา : http://oss101.ddd.go.th/web_thaisoils/pf_desc/south/Ry.htm

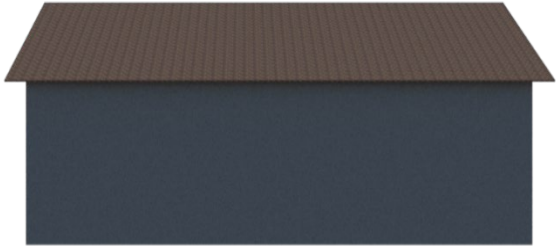
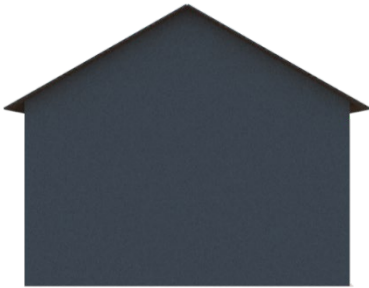
ตารางที่ 3.2 แสดงข้อมูลดินชุดจังหวัดระยอง

ความลึก (ซม.)	อินทรีย์วัตถุ	ความจุ แลกเปลี่ยน แคตไอออน	ความ อิ่มตัวเบส	ฟอสฟอรัส ที่เป็น ประโยชน์	โพแทสเซียม ที่เป็นประโยชน์	ความอุดม สมบูรณ์ ของดิน
0-25	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
25-50	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ
50- 100	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ

ชุดดินที่คล้ายคลึงกัน ชุดดินหัวหิน ชุดดินพัทธยา และชุดดินบาเจาะ ข้อจำกัดการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นดินทรายจัด ความอุดมสมบูรณ์ของดินต่ำ และความสามารถในการ ใช้น้ำของดินต่ำมาก ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์ที่ดิน การใช้ประโยชน์ของที่ดินบริเวณนี้ ควรเลือกชนิดพืชที่ปลูก เช่น มะพร้าว มะม่วงหิมพานต์ มีการจัดการที่ดี โดยการขุดหลุมและมีวัสดุรองพื้น (ผสมกับซากพืชและปุ๋ยคอก) ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มความสามารถของดินในการกักเก็บน้ำและเพิ่มธาตุอาหารแก่พืช นอกจากนี้ต้องมีการให้น้ำ และปลูกพืชคลุมดินหรือใช้วัสดุคลุมดินให้ปุ๋ยเคมีแก่พืชที่ปลูกด้วย

3.7 ศึกษาแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ

รูปแบบสถาปัตยกรรมของโครงการเป็นอาคารจำนวน 3 อาคาร ประกอบไปด้วย อาคารร้านค้าแฟ อาคารจัดงานสังสรรค์ และบ้านพักตากอากาศ

 รูปด้านที่ 1  รูปด้านที่ 2	
 รูปด้านที่ 3  รูปด้านที่ 4	
เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี	
แสดง : รูปด้านอาคาร Ball Room	ภาพที่ 3.12
สัญลักษณ์ : -	
ที่มา : -	Non Scale



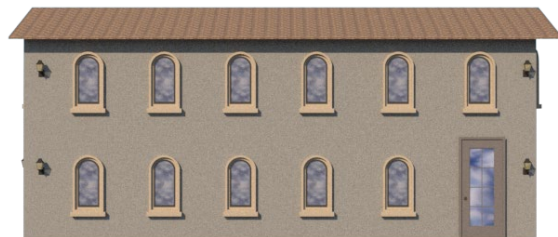
รูปด้านที่ 1



รูปด้านที่ 2



รูปด้านที่ 3



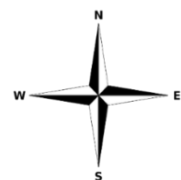
รูปด้านที่ 4

เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี

แสดง : รูปด้านอาคาร Cafe

ภาพที่ 3.13

สัญลักษณ์ : -



ที่มา : -

Non Scale



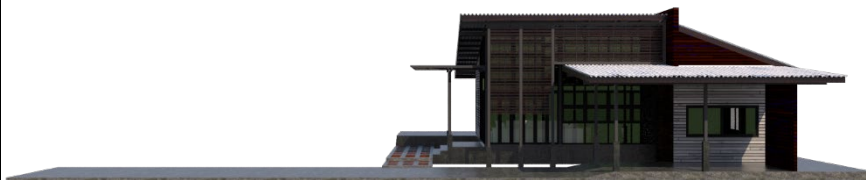
รูปด้านที่ 1



รูปด้านที่ 2



รูปด้านที่ 3



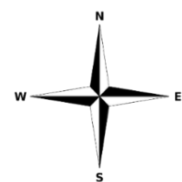
รูปด้านที่ 4

เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแพชุมชนเรือง ณ รังสี

แสดง : รูปด้านบ้านพักตากอากาศ

ภาพที่ 3.14

สัญลักษณ์ : -

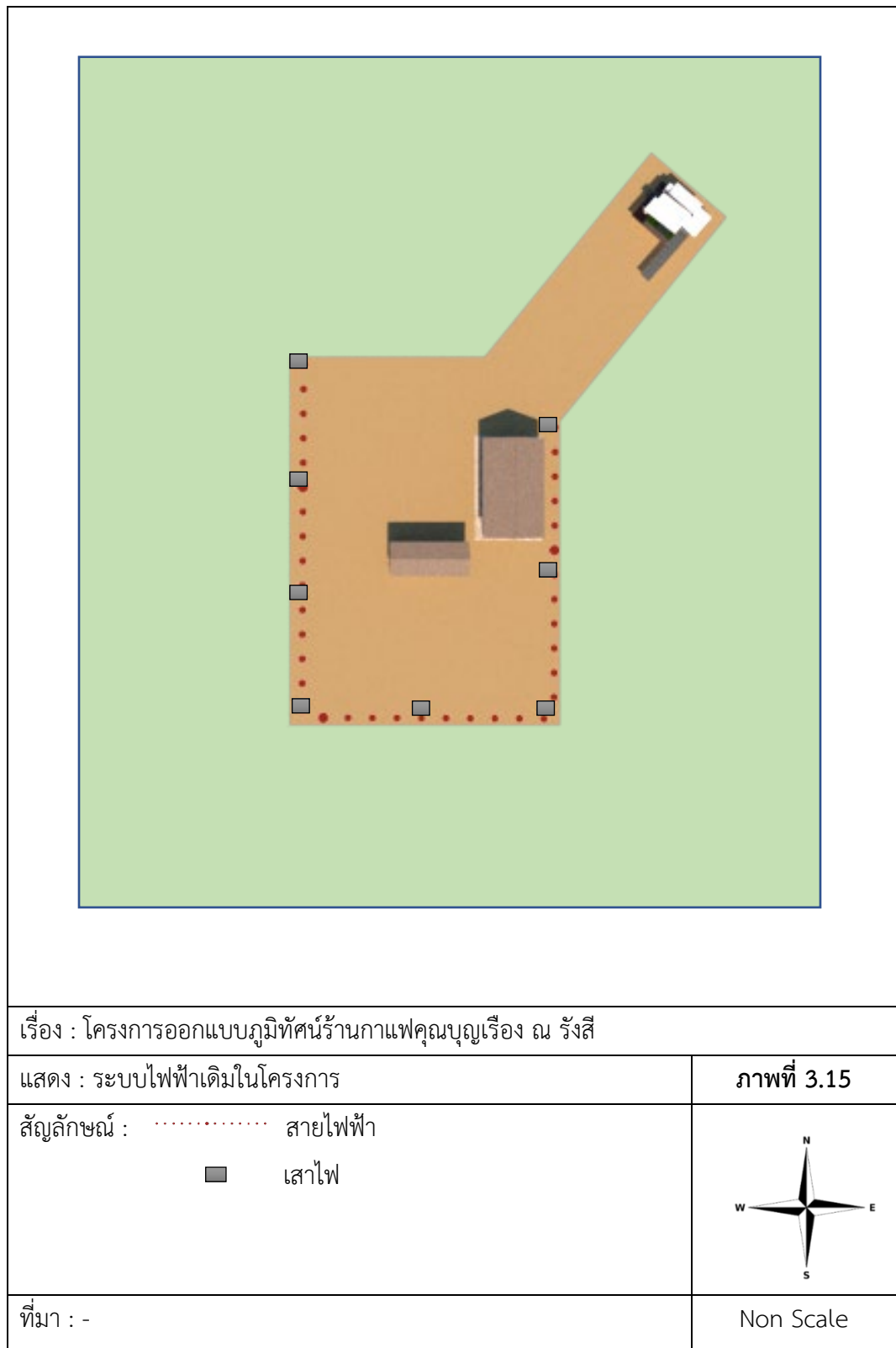


ที่มา : -

Non Scale

3.8 ศึกษาข้อมูลระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการ

ระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการภายในโครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคตอรีเรือน ธิ่งสี นั้นพบว่า มีระบบไฟฟ้า ดังนี้



3.8.1 ระบบไฟฟ้า พื้นที่โครงการใช้ไฟจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยมีหม้อแปลงไฟฟ้าอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของโครงการ



ภาพที่ 3.16 ระบบไฟฟ้าในโครงการ

3.8.2 ระบบประปา เนื่องจากพื้นที่โครงการเป็นพื้นที่ว่างเปล่าถมสำเร็จ จึงยังไม่มีระบบน้ำภายในพื้นที่ ซึ่งในภายหลังทางโครงการจะใช้น้ำประปาจากการประปาส่วนภูมิภาค

3.8.3 ระบบระบายน้ำเข้า-ออก โครงการ โครงการออกแบบร้านกาแปคณบุญเรือง ณ รังสี จะฝังท่อวางระบบระบายน้ำจากตัวบ่อน้ำภายในโครงการ โดยเดินท่อไปยังบ่อน้ำด้านหลังโครงการ



ภาพที่ 3.17 ระบบไฟฟ้าในโครงการ

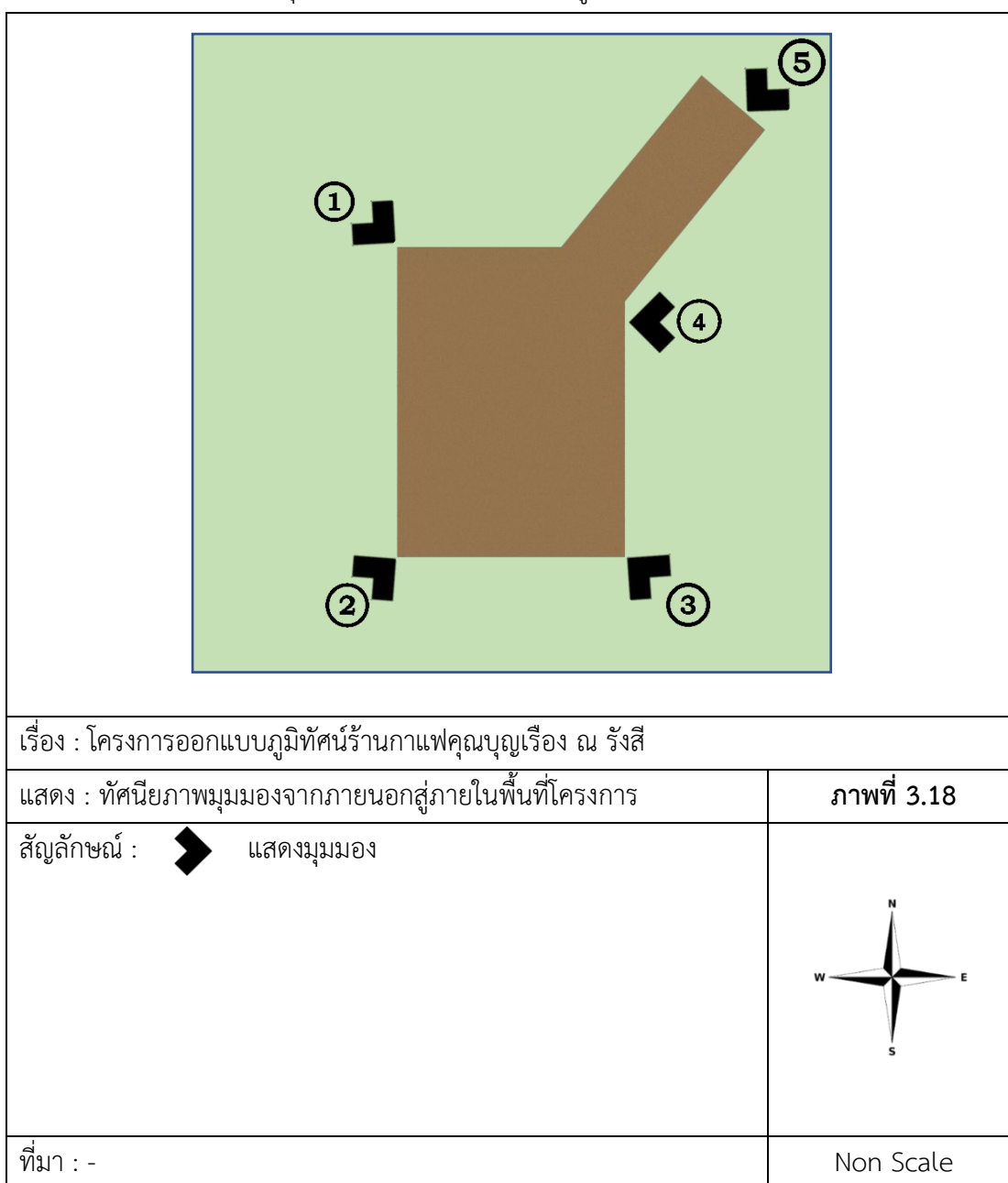
3.9 ศึกษาพรรณไม้เดิมภายในโครงการ

พื้นที่ของโครงการออกแบบร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี เป็นพื้นที่ว่างเปล่าถมสำเร็จภายในโครงการจึงไม่มีพรรณไม้เดิมอยู่ในโครงการ

3.10 ทศนียภาพของโครงการ

จากการสำรวจบริเวณของพื้นที่โครงการนั้นเราสามารถที่จะแบ่งลักษณะมุมมองของพื้นที่นั้นออกเป็น 2 ลักษณะ คือ มุมมองที่มาจากภายในโครงการออกสู่พื้นที่บริเวณภายนอกโครงการ และมุมมองที่ภายนอกโครงการมองเข้ามาในพื้นที่ของโครงการ

3.10.1 ทศนียภาพมุมมองจากภายนอกโครงการสู่ภายในโครงการ



3.10.1.1 ทศนียภาพมุมมองที่ 1 เป็นมุมมองจากทางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือ
มองเข้ามาภายในโครงการ



ภาพที่ 3.19 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือ

3.10.1.2 ทศนียภาพมุมมองที่ 2 เป็นมุมมองจากทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้
มองเข้ามาภายในโครงการ



ภาพที่ 3.20 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้

3.10.1.3 ทศนียภาพมุมมองที่ 3 เป็นมุมมองจากทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้
มองเข้ามาภายในโครงการ



ภาพที่ 3.21 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้

3.10.1.4 ทศนียภาพมุมมองที่ 4 เป็นมุมมองจากทางด้านทิศตะวันออก
มองเข้ามาภายในโครงการ



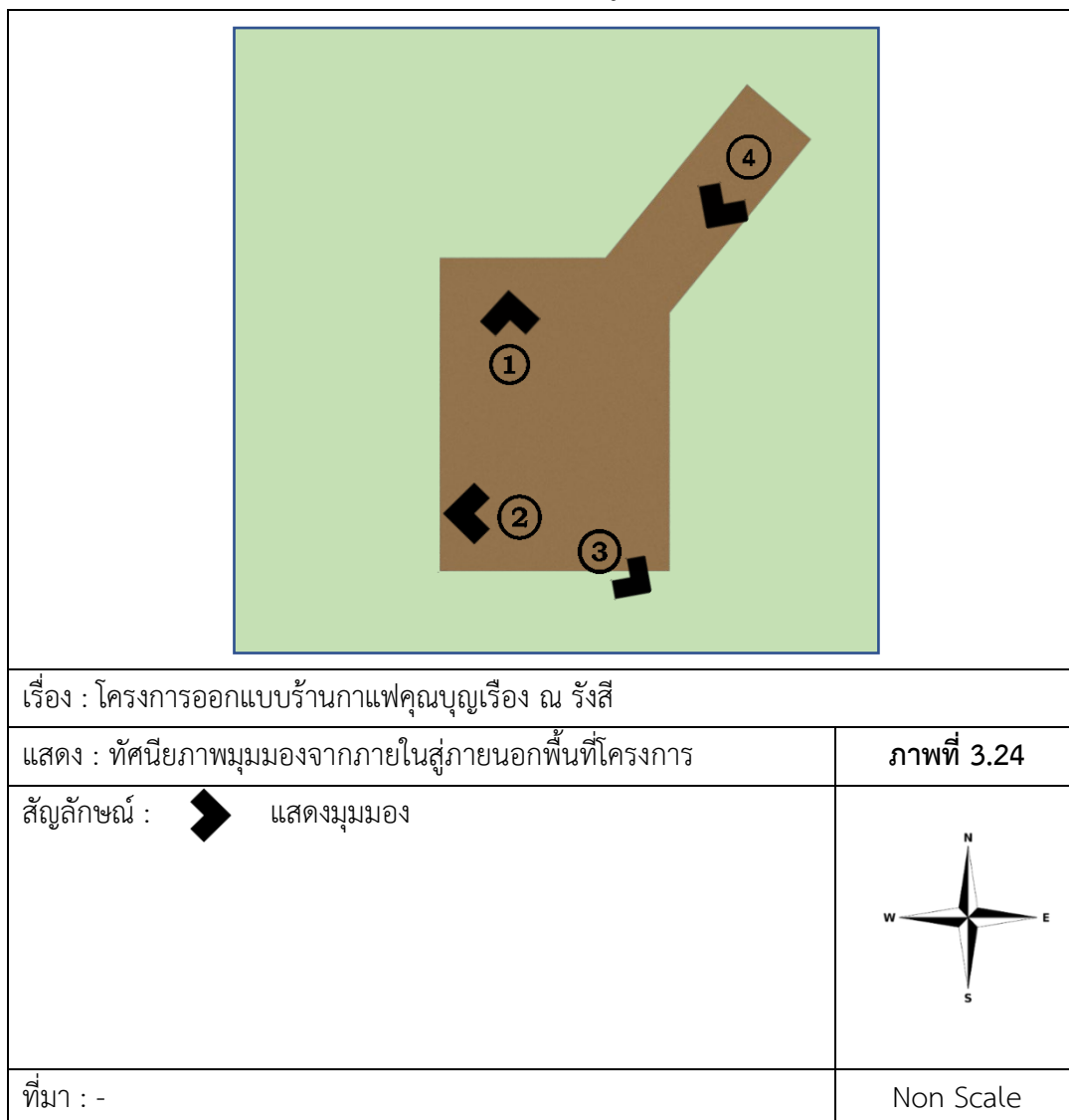
ภาพที่ 3.22 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันออก

3.10.1.5 ทศนียภาพมุมมองที่ 5 เป็นมุมมองจากทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ
มองเข้ามาภายในโครงการ



ภาพที่ 3.23 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันออก

3.10.2 ทศนียภาพมุมมองจากภายในโครงการสู่ภายนอกโครงการ



3.10.2.1 ทศนียภาพมุมมองที่ 1 เป็นมุมมองจากส่วนกลางของพื้นที่โครงการมองไปยังด้านนอกโครงการทางทิศเหนือ



ภาพที่ 3.25 มุมมอง Open View มองจากภายในโครงการสู่ภายนอกทางทิศเหนือ

3.10.2.2 ทศนียภาพมุมมองที่ 2 เป็นมุมมองจากส่วนกลางของพื้นที่โครงการมองไปยังด้านนอกโครงการทางทิศตะวันตก



ภาพที่ 3.26 มุมมอง Open View มองจากภายในโครงการสู่ภายนอกทางทิศตะวันตก

3.10.2.3 ทศนียภาพมุมมองที่ 3 เป็นมุมมองจากส่วนกลางของพื้นที่โครงการมองไปยังด้านนอกโครงการทางทิศใต้



ภาพที่ 3.27 มุมมอง Open View มองจากภายในโครงการสู่ภายนอกทางทิศใต้

3.10.2.4 ทศนียภาพมุมมองที่ 4 เป็นมุมมองจากด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือของโครงการ



ภาพที่ 3.28 มุมมอง Open View ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือของโครงการ

3.11 วิธีการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการผู้ใช้

การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้โครงการร้านกาแฟ และสถานที่จัดงานมงคล ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท-ชั้น-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง เพื่อให้ลูกค้า บริโภคกาแฟ นักท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการนั้นได้ประโยชน์ และตรงกับความต้องการสูงสุดในการใช้ บริการ รวมถึงการรองรับผู้ใช้บริการที่เพียงพอของโครงการ โดยใช้สูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดความต้องการของผู้ใช้บริการโครงการเท่ากับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ 5%

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของกลุ่มประชากร

E คือ สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่มีผู้วิจัยยอมให้เกิด 0.05

$$n = \frac{200}{1 + (200 \times 0.05)^2}$$
$$n = 133.34$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา 135 ชุด

การศึกษาความต้องการของผู้ใช้เป็นการศึกษาระยะสั้นมีข้อจำกัดในส่วนของงบประมาณ และเวลาทำให้กำหนดกลุ่มตัวอย่างศึกษาจำนวน 100 ชุด

(N) 200 คือ จำนวนคนทั้งหมดที่เข้ามาใช้บริการโครงการ โดยอ้างอิงมาจากจำนวนแก้ว กาแฟที่ขายออกไปในแต่ละวัน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา
- 4) รายได้/เดือน
- 5) ระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟ

- 1) ความถี่ในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ
- 2) กิจกรรมที่ท่านทำเมื่อไปร้านกาแฟ
- 3) เมื่อท่านไปท่องเที่ยวในวันหยุด หรือเวลาว่างท่านมักไปในรูปแบบใด
- 4) ช่วงเวลาที่ใช้บริการ
- 5) บรรยากาศของร้านกาแฟที่ท่านชอบ

ตอนที่ 3 ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดงานแต่งงาน

- 1) รูปแบบการจัดงานแต่งงานที่ท่านต้องการใช้บริการ
- 2) รูปแบบการจัดเลี้ยงในงานแต่งงานที่ท่านต้องการใช้บริการ
- 3) พื้นที่ส่วนในการจัดงานแต่งงานที่ท่านต้องการใช้บริการ

3.12 ผลการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้โครงการ

จากการกรอกแบบสอบถามของผู้ใช้บริการร้านกาแฟ และผู้ให้บริการสถานที่จัดงานแต่งงาน โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด สรุปได้ดังนี้ การศึกษาโดยใช้แบบสอบถามได้สรุปข้อมูลของผู้ที่กรอกแบบสอบถามไปพิจารณา ในด้านการออกแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการของโครงการ และเพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่มีดัง ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ลำดับ	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1	ชาย	43	43.00
2	หญิง	57	57.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.3 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ เพศหญิงมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.00 และรองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.00

ตารางที่ 3.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ

ลำดับ	ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 20	7	7.00
2	20-30	48	48.00
3	30-45	27	27.00
4	มากกว่า 45	18	18.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.4 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ ช่วงอายุที่เข้ามาใช้บริการพื้นที่มากที่สุด ช่วงอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 30-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.00 รองลงมา คือ ช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 3.5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามวุฒิการศึกษา

ลำดับ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1	มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือต่ำกว่า	5	5.00
2	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช.	16	16.00
3	อนุปริญญา หรือ ปวส.	58	58.00
4	ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	21	21.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.5 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา โดยระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 21.00 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 16.00 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 3.6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ลำดับ	รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 15,000 บาท	3	3.00
2	15,000-25,000 บาท	62	62.00
3	25,000-30,000 บาท	19	19.00
4	35,000 บาทขึ้นไป	16	16.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.6 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยจำนวนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ 15,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนที่ 25,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.00 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือนที่ 35,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.00 และรองลงมา คือ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 3.7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการไปร้านกาแฟ

ลำดับ	ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไปเป็นประจำ	37	37.00
2	ไปบ้างบางครั้ง	49	49.00
3	ไม่เคยไปเลย	14	14.00
	รวม	100	100.00

จากตารางที่ 3.7 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ โดยความถี่ในการบริการมีจำนวนมากที่สุด คือ ไปบ้างบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมา คือ ไปเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 37.00 และรองลงมา คือ ไม่เคยไปเลย คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตารางที่ 3.8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามจุดประสงค์ในการใช้บริการร้านกาแฟ

ลำดับ	จุดประสงค์ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1	ดื่มกาแฟ ทานอาหาร	23	23.00
2	นั่งพักผ่อน ฟังเพลงเพราะ ๆ ถ่ายรูป และชมสวนที่ทางร้านจัด	26	26.00
3	หาแรงบันดาลใจในการทำงาน	12	12.00
4	ทำงาน หรืออ่านหนังสือ	21	21.00
5	นัดเจอกับผู้อื่นเพื่อสนทนาเรื่องต่าง ๆ	18	18.00
	รวม	100	100.00

จากตารางที่ 3.8 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกิจกรรมที่ทำเมื่อไปใช้บริการร้านกาแฟ โดยกิจกรรมที่มีจำนวนมากที่สุดคือนั่งพักผ่อน ฟังเพลงเพราะ ๆ ถ่ายรูป และชมสวนที่ทางร้านจัด คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมา คือ ดื่มกาแฟ ทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมา คือ ทำงาน หรืออ่านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 21.00 รองลงมา คือ นัดเจอกับผู้อื่น เพื่อสนทนาเรื่องต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 18.00 และรองลงมา คือ หาแรงบันดาลใจในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตารางที่ 3.9 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบในการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุด

ลำดับ	รูปแบบในการเดินทางไปท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1	ไปเที่ยวคนเดียว	8	8.00
2	ไปเที่ยวกับเพื่อน	35	35.00
3	ไปเที่ยวแบบคู่รัก	32	32.00
4	ไปเที่ยวกับครอบครัว	25	25.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.9 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามรูปแบบในการไปท่องเที่ยวในวันหยุด โดยรูปแบบมีจำนวนมากที่สุด คือ ไปเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา ไปเที่ยวแบบคู่รัก คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ ไปเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ ไปเที่ยวคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 8.00

ตารางที่ 3.10 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

ลำดับ	เวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1	08.00-10.00 น.	17	17.00
2	10.01-12.00 น.	22	22.00
3	12.01-14.00 น.	32	32.00
4	14.01-18.00 น.	18	18.00
5	18.01-20.00 น.	11	11.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.10 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบช่วงเวลาใดที่มาใช้บริการที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.00 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 14.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 18.00 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 08.00-10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 17.00 และรองลงมา คือ ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. โดยคิดเป็นร้อยละ 11.00

ตารางที่ 3.11 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามบรรยากาศของสวน
ร้านค้าแพที่ท่านชอบ

ลำดับ	รูปแบบสวน	จำนวน	ร้อยละ
1	สวนโมเดิร์น	30	31.00
2	สวนธรรมชาติ	34	33.00
3	สวนเมดิเตอร์เรเนียน	36	36.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.11 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความชอบของรูปแบบสวนร้านค้าแพ โดยรูปแบบที่มีจำนวนมากที่สุด คือ สวนเมดิเตอร์เรเนียน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือสวนธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 33.00 และรองลงมา คือ สวนโมเดิร์น คิดเป็นร้อยละ 31.00

ตารางที่ 3.12 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามความต้องการของการ
รูปแบบการจัดงานแต่งงาน

ลำดับ	รูปแบบของการจัดงานแต่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
1	งานเช้า	13	13.00
2	งานกลางวัน	17	17.00
3	งานเย็น หรืองานกลางคืน	23	23.00
4	หมั้นช่วงกลางวันแต่งงานช่วงเย็น	29	29.00
5	หมั้นช่วงเช้าแต่งงานช่วงกลางวัน	18	18.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.12 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการของการรูปแบบการจัดงานแต่งงาน โดยรูปแบบที่มีจำนวนมากที่สุดคือหมั้นช่วงกลางวันแต่งงานช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมา คือ งานเย็น หรืองานกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมา คือ หมั้นช่วงเช้าแต่งงานช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 18.00 รองลงมา คือ งานกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และรองลงมา คือ งานเช้า คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 3.13 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามความต้องการรูปแบบของการจัดเลี้ยงในงานแต่งงาน

ลำดับ	รูปแบบการจัดงานเลี้ยงในงานแต่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
1	โต๊ะจีน (ประกอบด้วยโต๊ะสำหรับวางอาหาร และ เก้าอี้เป็นวงกลมรอบโต๊ะละประมาณ 10 ท่านต่อโต๊ะ พร้อมมีอาหารเสริฟตามลำดับที่โต๊ะ)	37	37.00
2	บุฟเฟต์ (ประกอบด้วยโต๊ะวางอาหาร และจัดเก้าอี้เป็นวงกลมรอบโต๊ะประมาณ 10 ท่าน ต่อโต๊ะ แขกต้องบริการตักอาหารด้วยตนเอง โดยเลือกตักอาหารในส่วนที่เตรียมไว้ให้แบบไม่อั้น/บุฟเฟต์)	34	34.00
3	ค็อกเทล (ไม่มีโต๊ะให้นั่งแบบโต๊ะจีน และบุฟเฟต์แขกต้องบริการตนเองโดยเลือกตักอาหารเองในส่วนที่จัดเตรียมอาหารไว้ให้ลักษณะอาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารชิ้นเล็ก จัดเตรียมอย่างพอดีคำ)	29	29.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.13 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกความต้องการรูปแบบของการจัดเลี้ยงในงานแต่งงาน โดยรูปแบบที่มีจำนวนมากที่สุด คือ โต๊ะจีน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมา คือ บุฟเฟต์ คิดเป็นร้อยละ 34.00 และรองลงมา คือ ค็อกเทล คิดเป็นร้อยละ 29.00

ตารางที่ 3.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มประชากรตัวอย่างจำแนกตามความต้องการรูปแบบของสวนในการจัดงานแต่งงาน

ลำดับ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1	ฝรั่งเศส	26	26.00
2	อังกฤษ	22	22.00
3	ธรรมชาติ	25	25.00
4	เมดิเตอร์เรเนียน	27	27.00
รวม		100	100.00

จากตารางที่ 3.14 กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำแนกความต้องการรูปแบบของสวนในการจัดงานแต่งงาน โดยรูปแบบที่มีจำนวนมากที่สุดคือสวนเมดิเตอร์เรเนียน

คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมา คือ สวนฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมา คือ สวนธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรองลงมา คือ สวนอังกฤษ คิดเป็น 22.00

3.13 สรุปข้อมูล เพื่อเป็นแนวความคิดในการออกแบบ

3.13.1 แนวความคิดทางสัญจร

การสัญจรและทางเดินของโครงการ จะเป็นทางเดิน หรือทางเชื่อมที่เชื่อมต่อระหว่างตัวอาคารของโครงการกับสวน หรือพืชพรรณต่าง ๆ มีการออกแบบให้เป็นหลากหลายพื้นผิวเพื่อ ความแตกต่างไม่ซ้ำซ้อน โดยตลอดทางสัญจรจะมีสิ่งต่าง ๆ ที่เพิ่มลูกเล่นให้กับผู้ใช้โครงการ เช่น สวนดอกไม้ บ่อน้ำ เป็นต้น

3.13.2 แนวความคิดการเลือกใช้พรรณไม้

ไม้คลุมดิน จะเป็นต้นไม้ที่ดูแลง่าย ทนแดด เช่น หนวดปลาช่อน แห้ว หญ้า เป็นต้น

ไม้พุ่ม จะเป็นต้นไม้ที่ค่อนข้างทน ดูแลรักษาง่าย มีความต้านทานโรค มีสีสนสวยงาม เช่น ต้อยติ่งฝรั่ง หนุ่ยน้ำพุ หนวดปลาหมึก ไทรเกาหลี แพงพวย แว่ววิเชียร เป็นต้น

ไม้ยืนต้น จะเป็นต้นไม้ที่ทนต่อสภาพอากาศ สามารถให้ร่มเงาให้กับผู้ใช้โครงการได้ ทรงพุ่มไม่ทึบจนเกินไป ให้ความรู้สึกปลอดโปร่ง สบาย และใช้พรรณไม้ที่เสริมสร้างบรรยากาศความเป็นเมดิเตอร์เรเนียน เช่น สนมังกร สนฉัตร ซิลเวอร์โอ๊ค มะฮอกกานี เป็นต้น

3.13.3 แนวความคิดพื้นที่พักผ่อน

โครงการจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 โซน

โซนแรกก็จะเป็นพื้นที่พักผ่อนในอาคาร โดยส่วนใหญ่จะใช้สำหรับรับประทานอาหาร ตีหมากแพน คูยงาน เป็นต้น การรักษาสวนภูมิในสถานที่บริการอย่างเหมาะสม เพราะจะสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายในการมาใช้บริการ มีการจัดแสงไฟ ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย เสียงดนตรีจะช่วยให้ลูกค้าอยู่ในสถานบริการนานขึ้น กลิ่นจะช่วยให้กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริการได้

โซนสองก็จะเป็นพื้นที่พักผ่อนนอกอาคาร โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่ต้องการใกล้ชิดต้นไม้ ธรรมชาติ บรรยากาศ หรือต้องการถ่ายภาพมุมต่าง ๆ ของร้านจะมานั่งบริเวณโซนนี้ เพราะเป็นพื้นที่โล่ง อากาศถ่ายเท ไม่แออัด เป็นต้น คนโดยส่วนใหญ่จะนั่งบริเวณที่เป็นศาลา ที่นั่งใต้ร่มเงาของต้นไม้ และบริเวณจุดที่นั่งภายนอกอาคารก็จะมีเวทีเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ อีกทั้งมี Work Shop สำหรับแลกเปลี่ยนความรู้ พูดคุยในผู้ที่สนใจเรื่องต่าง ๆ

3.13.4 แนวความคิดป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดับต่าง ๆ

ป้ายภายในโครงการ สัญลักษณ์ และสิ่งประดับต่างๆ จะใช้วัสดุที่เป็นไม้ หรือเหล็ก โดยจะออกแบบให้เข้ากับลักษณะของสวน และสถาปัตยกรรม เพื่อให้โครงการนั้นให้ความรู้สึกที่ไม่เหมือนใครและมีเอกลักษณ์สูง โดยจะออกแบบให้มองเห็นง่าย และวางในจุดที่สามารถเห็นได้อย่าง

ชัดเจน มีการใช้สีสันทัน และการนำเอาภาษาสัญลักษณ์มาใช้ในโครงการ เช่น ป้ายข้ามถนน ป้ายห้องน้ำ ป้ายพื้นที่สูบบุหรี่ เป็นต้น เพื่อความเข้าใจง่าย และตรงกันของผู้ใช้โครงการ

3.13.5 แนวความคิดการจัดแสงไฟ

ไฟทางเดิน จำเป็นต้องมีความสว่าง เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้โครงการโดยเฉพาะทางลาด ทางต่างระดับ หรือขั้นบันได ควรจัดแสงสว่างให้เหมาะสม เพื่อป้องกันการสะดุดหกล้มจนเกิดอันตราย

ไฟส่องต้นไม้ จะช่วยเน้นความโดดเด่นของต้นไม้ที่ต้องการโชว์รูปทรง และยังทำให้เห็นทรงพุ่ม เพื่อให้ช่วยเพิ่มความงดงามให้กับพรรณไม้ในเวลาที่แสงน้อย เพราะต้นไม้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสวน

ไฟได้นำ การให้แสงสว่างได้นำช่วยสร้างบรรยากาศ และมีมิติการสะท้อนของน้ำกับแสงไฟทำให้มนต์ดูโดดเด่นน่าสนใจช่วยให้เห็นความลึกของบ่อเป็นการเตือนให้ผู้เดินผ่านไปมาเกิดความรู้สึกระมัดระวัง และยังเป็นการเพิ่มความสวยงามอีกด้วย

3.13.6 แนวความคิดจุดบริการถ่ายภาพ

จุดบริการถ่ายภาพของโครงการจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนบริการถ่ายภาพของโซนคาเฟ่ จะออกแบบให้มีความสดใส สดชื่น มีเอกลักษณ์ และสามารถมองได้หลากหลายมุม เพื่อรองรับความหลากหลายในการถ่ายภาพของผู้ใช้โครงการ

ส่วนบริการถ่ายภาพของโซนจัดงานแต่งงาน จะออกแบบให้มีลักษณะเป็นพื้นหลังที่สวยงามเพื่อสำหรับการถ่ายภาพของผู้ใช้โครงการส่วนนี้ ได้ภาพที่ระลึกที่สวยงาม และให้บรรยากาศที่อบอุ่น โรแมนติกด้วยดอกไม้หลากสี

3.13.7 แนวความคิดกิจกรรมภายในโครงการ

กิจกรรมภายในโครงการ มีการออกแบบให้รองรับกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เวทีสำหรับจัดกิจกรรม งานสังสรรค์ หรือการแสดงดนตรี Work Shop ที่รองรับกิจกรรมการให้ความรู้ พบปะพูดคุยของผู้ที่สนใจเรื่องต่าง ๆ เช่น การชงกาแฟ การปลูกกระถางเพชร เป็นต้น และยังมีอาคาร Ballroom ที่ใช้ในการจัดงานสังสรรค์ในลักษณะภายในอาคาร หรือลานกิจกรรมที่ใช้จัดงานนอกอาคาร และมุมถ่ายภาพที่ระลึก

3.13.8 แนวความคิดที่จอดรถ

ที่จอดรถของโครงการจะอยู่ทางด้านหน้าของโครงการที่ติดกับถนน โดยออกแบบให้มีจุดจอดส่งผู้โดยสารที่บริเวณทางเข้า เพื่อการจอดให้สำหรับผู้สูงอายุ หรือผู้โดยสารได้ลงจากรถเข้าสู่โครงการก่อน แล้วจึงนำรถไปจอดในบริเวณลานจอดรถที่อยู่ถัดไป และบริเวณที่เป็นลานจอดรถ

สามารถเข้าสู่พื้นที่โครงการในส่วนต่าง ๆ ได้ เพื่อความสะดวกของผู้ใช้โครงการ และความเป็นระเบียบ

3.14 การแบ่งโซนตามลักษณะพื้นที่โครงการ

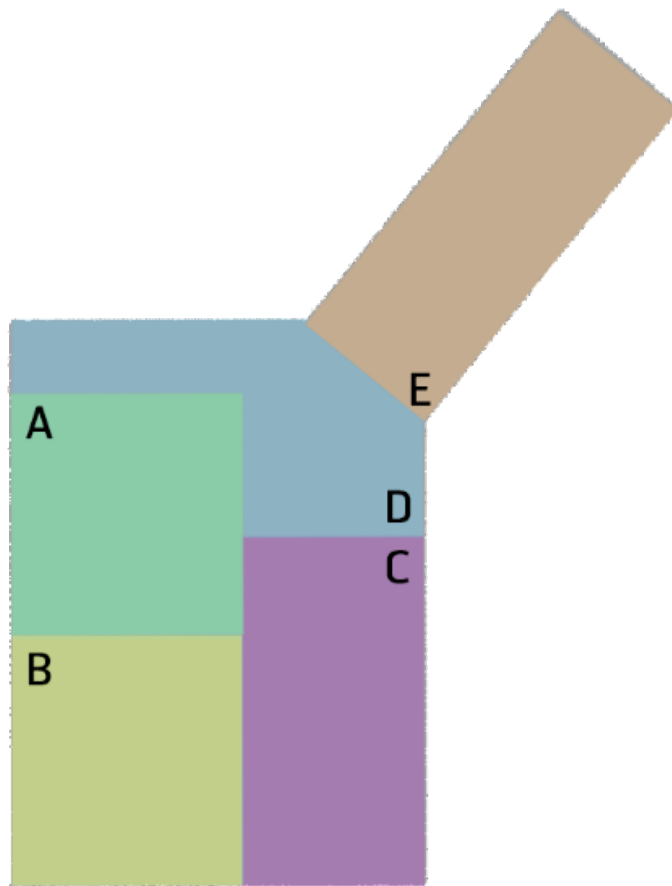
โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี ได้ทำการวิเคราะห์พื้นที่จากความต้องการของเจ้าของโครงการ สภาพภูมิอากาศ อาณาเขตติดต่อทั้งด้านในโครงการ และด้านนอกโครงการ และกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในโครงการ โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 โซน ดังนี้

3.14.1 พื้นที่ Zone A เป็นพื้นที่บริเวณร้านค้ากาแฟ พื้นที่เดิมเป็นพื้นที่โล่งได้รับแสงแดดตลอดทั้งวัน จึงมีการจัดวางไม้ใหญ่ตามจุดสำคัญเพื่อให้ร่มเงาแก่คนที่มาใช้บริการ มีไม้พุ่มตามจุดต่าง ๆ เพื่อเป็นจุดถ่ายรูป และมีทางเดิมเชื่อมถึงกันทุกพื้นที่ มีเวที และลานหน้าเวทีเพื่อใช้เป็นจุดทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานสังสรรค์ หรือการแสดงดนตรีในคาเฟ่มี Workshop เพื่อเป็นจุดพบปะกัน หรือนั่งคุยธุระต่าง ๆ และแลกเปลี่ยนความรู้กัน เช่น แลกเปลี่ยนความรู้เรื่องกาแฟ การปลูกพืชพรรณต่าง ๆ

3.14.2 พื้นที่ Zone B เป็นพื้นที่บริเวณงานมงคล พื้นที่เดิมเป็นพื้นที่โล่งได้รับแสงแดดตลอดทั้งวัน จึงเน้นการจัดวางไม้ใหญ่ตามจุดต่าง ๆ และมีไม้พุ่ม ตามจุดต่าง ๆ เพื่อให้พื้นที่ในงานมีสีสันแต่เนื่องด้วยพื้นที่บริเวณนี้ใช้จัดงานมงคล และงานสังสรรค์ จึงต้องการใช้พื้นที่ในการทำกิจกรรมจึงออกแบบให้เป็นพื้นที่ตรงกลางจะโล่งเพื่อใช้จัดกิจกรรมต่าง ๆ และมีน้ำพุต่างกลางเพื่อเป็นจุดเด่นของงาน และจัดพื้นที่หลังตามุมต่าง ๆ เพื่อเป็นจุดถ่ายรูปสำหรับแขกรับเชิญที่มาร่วมงาน

3.14.3 พื้นที่ Zone C เป็นพื้นที่บริการเดิมเป็นพื้นที่โล่ง และได้จัดให้เป็นทางสำหรับให้รถสามารถเข้าออกได้ เพื่อบริการให้กับส่วนต่าง ๆ ภายในโครงการ ซึ่งแยกกับทางเข้าหลักของโครงการ

3.14.4 พื้นที่ Zone D เป็นพื้นที่บ้านพักตากอากาศของเจ้าของโครงการ ซึ่งแยกเป็นส่วนตัวแต่อยู่ในพื้นที่โครงการ

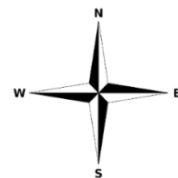


เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคตอรีของ โรง รังสี

แสดง : การแบ่งโซนของพื้นที่โครงการ

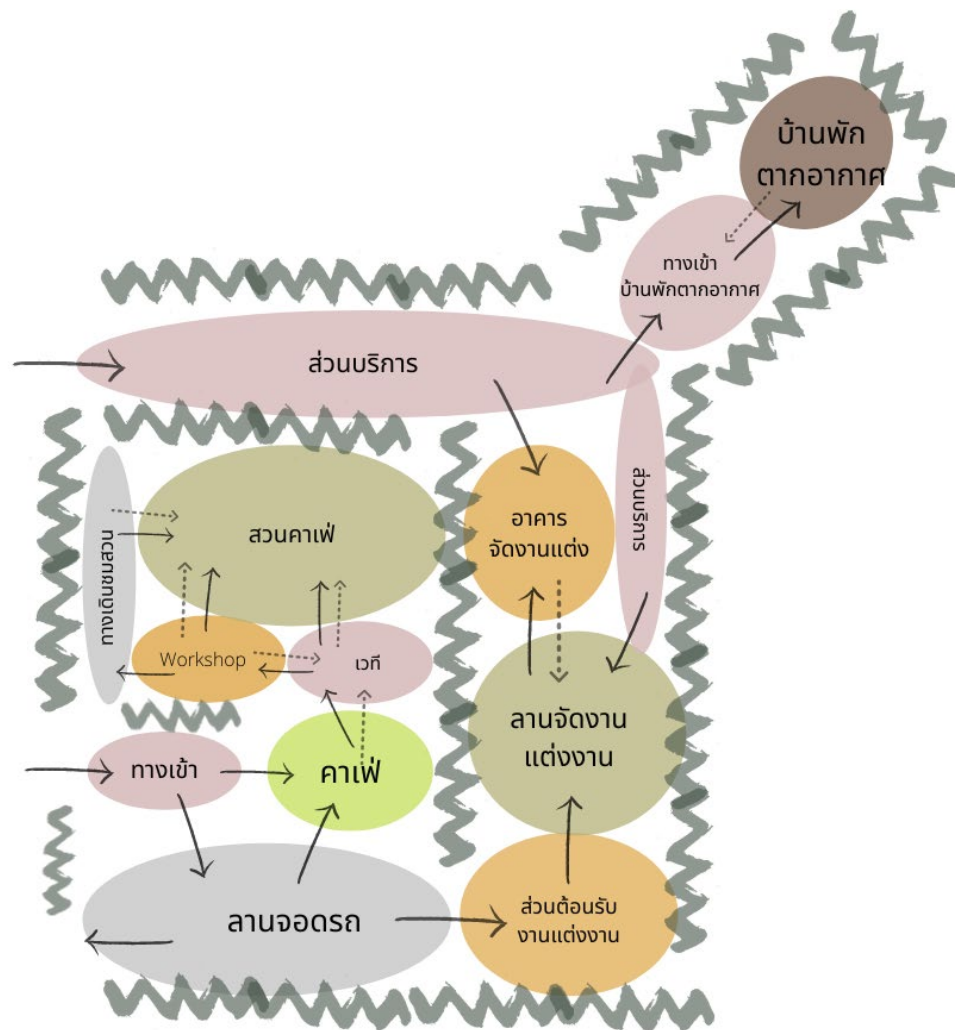
ภาพที่ 3.29

- สัญลักษณ์ :
- Zone A คาเฟ่
 - Zone B ที่จอดรถ
 - Zone C งานมงคล
 - Zone D พื้นที่บริการ
 - Zone E พื้นที่บ้านตากอากาศของเจ้าของโครงการ



ที่มา : -

Non Scale



เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี

แสดง : ความสัมพันธ์ของพื้นที่ (Bubble Diagrams)

ภาพที่ 3.30

สัญลักษณ์  ความสัมพันธ์ของพื้นที่

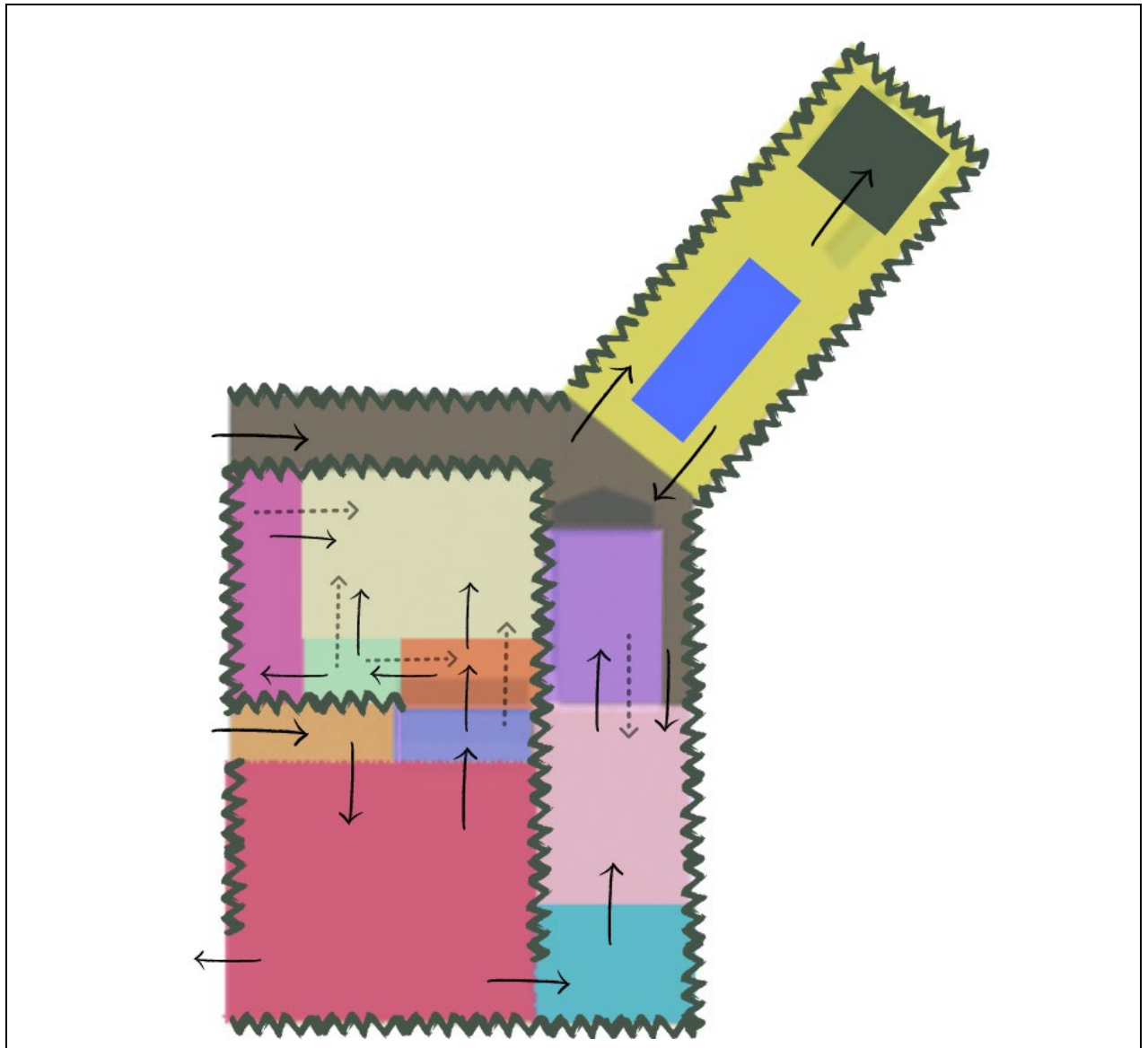
 แนวต้นไม้สกรีน

 การเชื่อมโยงสายตาและการ



ที่มา : -

Non Scale

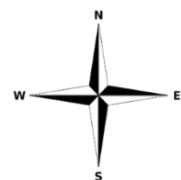


เรื่อง : โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี

แสดง : Site Relation ภายในพื้นที่โครงการ

ภาพที่ 3.31

- สัญลักษณ์
- อาคารคาเฟ่ ■ เวที ■ Workshop ■ ทางเดินชมสวน
 - ความสัมพันธ์ของพื้นที่ ~~~~ แนวต้นไม้ Screen
 - > การเชื่อมโยงทางสายตา ■ สวนคาเฟ่
 - ลานจอดรถ ■ ส่วนต้อนรับงานแต่งงาน
 - สานจัดงานแต่งงาน ■ อาคาร Ballroom
 - พื้นที่ Service ■ พื้นที่บ้านพักตากอากาศ
 - บ่อน้ำเดิมในพื้นที่บ้านพักตากอากาศ
 - บ้านพักตากอากาศ



ที่มา : -

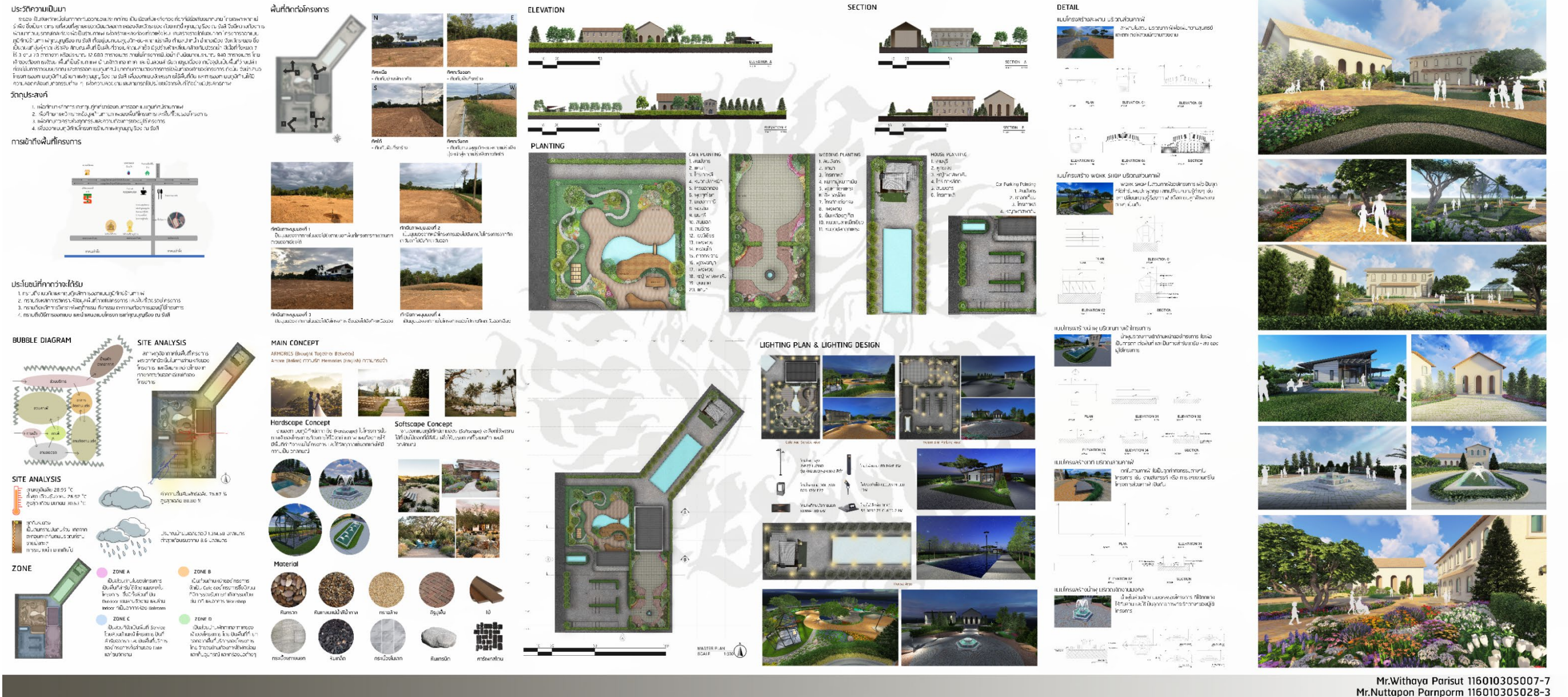
Non Scale

บทที่ 4

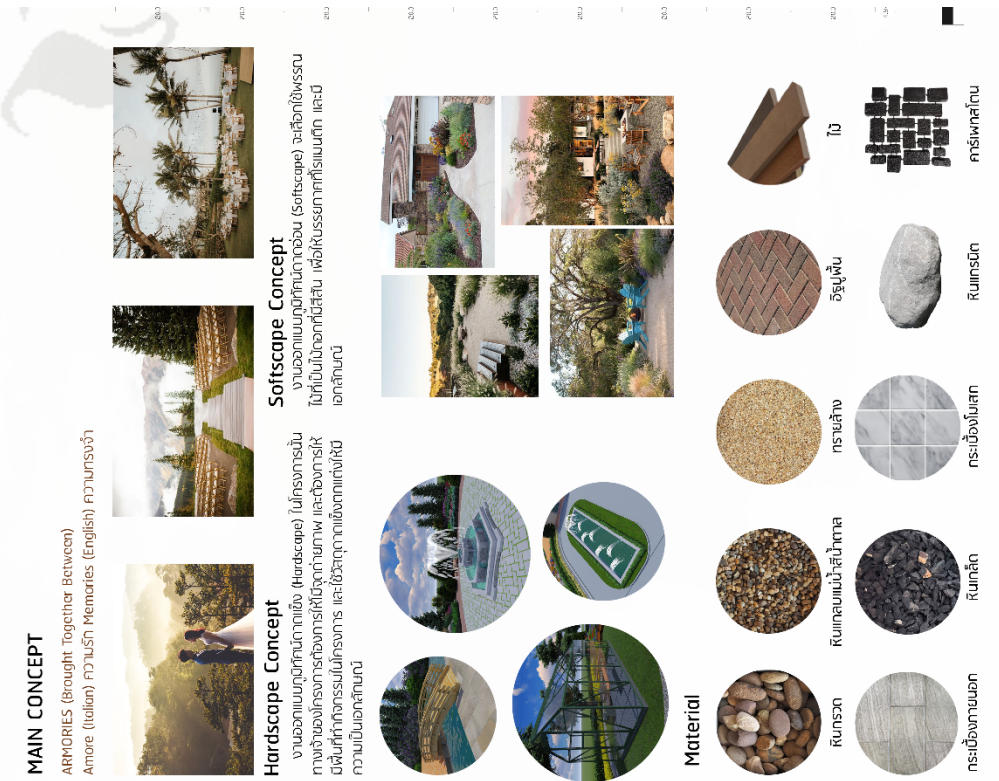
ผลการออกแบบและประมาณราคางานภูมิทัศน์

4.1 ผลงานการออกแบบ

THE LANDSCAPE DESIGN PROJECT BOONRUENG NA-RANGSRI COFFEE SHOP



ภาพที่ 4.1 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี ชุดที่ 1



Downloaded from <http://ajphaphysocpharm.sagepub.com/> at 10:06 11 November 2014



ภาพที่ 4.4 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบภูมิทัศน์ร้านกาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี ชุดที่ 4

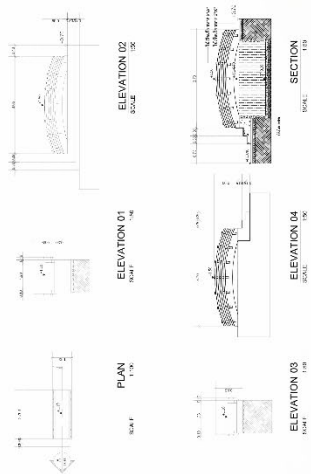
[illegible]

Downloaded from <http://ajph.org/> on November 10, 2014

ภาพที่ 4.6 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแพชุมชนเรือง ณ วังสี ชูตที่ 6

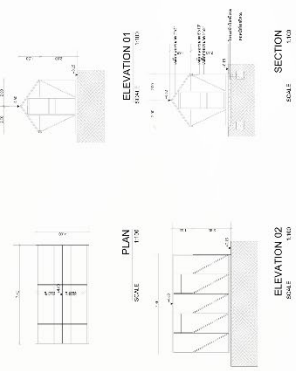
DETAIL

แบบโครงสร้างสะพาน บริเวณส่วนคาเฟ่
สะพานในส่วน บริเวณคาเฟ่เพื่อเพิ่มความสุนทรีย์
และตกแต่งให้มีความสวยงาม



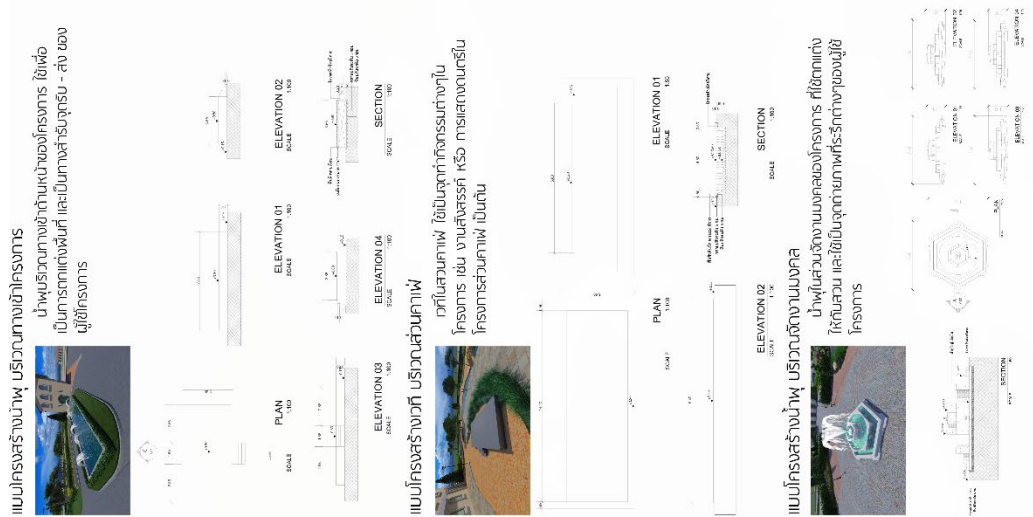
แบบโครงสร้าง WORK SHOP บริเวณส่วนคาเฟ่

WORK SHOP (ในส่วนภาพของโครงการ เพื่อเป็นจุด
ที่ใช้บริการพบปะ บุคคล แลเปลี่ยนความรู้ต่าง เช่น
แลกเปลี่ยนความรู้เรื่องกาแฟ หรือการปลูกพืชพรรณ
ต่างๆ เป็นต้น



แบบโครงสร้างน้ำพุ บริเวณทางเข้าโครงการ





Mr.Withaya Parisut 116010305007-7
Mr.Nuttapon Parnporm 116010305028-3

ภาพที่ 4.7 แผนภาพนำเสนอผลงานการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้าแฟคคุณบุญเรือง ณ รัชสี ชุดที่ 7

4.2 การประมาณราคางานภูมิทัศน์

ตารางที่ 4.1 รายการประมาณราคาภูมิทัศน์

ใบแสดงปริมาณงานและราคาก่อสร้าง								
ลำดับ	รายละเอียดงาน	จำนวน	หน่วย	ราคาวัสดุ (บาท)		ค่าแรงงาน (บาท)		รวม (บาท)
				ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
งานภูมิทัศน์คอร์ตแลนด์ (Hardscape)								
1	Zone A ลานจัดงานมงคล							
	งานวางผัง	1,635	ตร.ม.	-	-	25.00	40,875.00	40,875.00
	ทรายถม หน้า 5 ซม.	39.5	ลบ.ม.	330.00	13,035.00	99.00	3,910.50	16,945.50
	ทรายถม หน้า 10 ซม.	83	ลบ.ม.	330.00	27,390.00	99.00	8,217.00	35,607.00
	CARPET STONE SCG ตราช้าง สีเหลี่ยม Dark Gray ผิวพื้นทราย 39 x 9 x 2 ซม.	830	ตร.ม.	343.00	284,690.00	158.00	131,140.00	415,830.00
	หินกลบขาว เบอร์ 3	415	ตร.ม.	90.00	37,350.00	250.00	103,750.00	141,100.00
	หินทรายล้างสีส้ม	790	ตร.ม.	350.00	276,500.00	250.00	197,500.00	474,000.00
รวมราคางานพื้น Zone จัดงานมงคล								1,124,357.50
	1.1 น้ำพุบริเวณลานจัดงานมงคล							
	น้ำพุหินอ่อนสำเร็จ ขนาด 5.40 x 4.60 ม. รวมค่าติดตั้ง	1	ชิ้น	350,000.00	350,000.00	-	-	350,000.00
รวมราคางานน้ำพุบริเวณลานจัดงานมงคล								350,000.00
รวมราคางาน Zone A ลานจัดงานมงคล								1,474,357.50
2	Zone B Café							
	2.1 งานพื้น และงานบ่อน้ำ							
	งานวางผัง	2,560	ตร.ม.	-	-	25.00	64,000.00	64,000.00
	ทรายถม หน้า 5 ซม.	142	ลบ.ม.	330.00	46,860.00	99.00	14,058.00	14,058.00
	ดินชุด 60 ซม.	120	ลบ.ม.	-	-	99.00	11,880.00	11,880.00
	เหล็กตะแกรงสำเร็จรูป WIRE MESH 6 มม. ขนาดตาราง 0.25 x 0.25 ม.	970	ตร.ม.	78.00	75,660.00	5.00	4,850.00	80,510.00
	ไม้แบบ	390	ตร.ม.	400.00	156,000.00	133.00	39,075.40	195,075.40
	ไม้คร่าว	117	ลบ.ฟ	400.00	46,800.00	-	-	46,800.00
	คอนกรีตหยาบ 1:3:5 ประเภท 1	139.5	ลบ.ม.	1,400.00	195,300.00	398.00	55,521.00	250,821.00
	พื้นคอนกรีตพิมพ์ลาย SQUARE BRICK	600	ตร.ม.	500.00	300,000.00	153.00	91,800.00	391,800.00
	กระเบื้อง COTTO แมมมอน โบน PM ขนาด 16 x 16 นิ้ว	240	ตร.ม.	259.00	62,160.00	158.00	37,920.00	100,080.00
	หินเกล็ดดำเบอร์ 3	9.45	ตร.ม.	270.00	2,551.50	250.00	2,362.50	4,914.00
รวมราคางานพื้น และบ่อน้ำ								1,159,938.40

ตารางที่ 4.1 รายการประมาณราคาก่อสร้าง (ต่อ)

ใบแสดงปริมาณงานและราคาก่อสร้าง								
ลำดับ	รายละเอียดงาน	จำนวน	หน่วย	ราคาวัสดุ (บาท)		ค่าแรงงาน (บาท)		รวมค่าวัสดุ
				ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	และค่าแรงงาน(บาท)
	2.2 Work Shop							
	เหล็กกล่อง ขนาด 2 x 2 นิ้ว	24	ท่อน	539.00	12,936.00	170.00	4,080.00	17,016.00
	เหล็กกล่อง ขนาด 2 x 4 นิ้ว	3	ท่อน	830.00	2,490.00	308.00	924.00	3,414.00
	กระจกแผ่นสีชา หนา 6 มม.	830	ตร.ฟ.	22.00	18,260.00	11.00	9,130.00	27,390.00
	เสาตอม่อคอนกรีต ขนาด40 x 40	2	ท่อน	1,800.00	3,600.00	100.00	200.00	3,800.00
	เหล็กตะแกรงสำเร็จรูป WIRE MESH 6 มม. ขนาดตาราง 0.25 x 0.25 ม.	29.5	ตร.ม.	78.00	2,301.00	5.00	147.50	2,448.50
	คอนกรีตหยาบ 1:3:5 ประเภท 1	3	ลบ.ม.	1,400.00	4,200.00	398.00	1,194.00	5,394.00
	ไม้แบบ	6.4	ตร.ม.	400.00	2,560.00	133.00	851.20	3,411.20
	ไม้คร่าว	2	ลบ.ฟ.	400.00	800.00	-	-	800.00
	ตะปู	1.6	กก.	25.00	40.00	-	-	40.00
	ขัดมันพื้นคอนกรีต	29.5	ตร.ม.	-	-	40.00	1,180.00	1,180.00
รวมราคางาน Work Shop								64,893.70
	2.3 เวที							
	หินคลุกปรับระดับ 5 ซม.	1.5	ลบ.ม.	466.00	699.00	99.00	148.50	847.50
	ทรายปรับระดับ 5 ซม.	1.5	ลบ.ม.	343.00	514.50	99.00	148.50	663.00
	ผนังผิวทรายล้าง	23.17	ตร.ม.	208.00	4,819.36	121.00	2,803.57	7,622.93
	เหล็กกล่อง ขนาด 2 x 2 นิ้ว	3	ท่อน	539.00	1,617.00	170.00	510.00	2,127.00
	ไม้แบบ	38	ตร.ม.	400.00	15,200.00	133.00	5,054.00	20,254.00
	ไม้คร่าว	11.4	ลบ.ฟ.	400.00	4,560.00	-	-	4,560.00
	ตะปู	9.5	กก.	25.00	237.50	-	-	237.50
	คอนกรีตหยาบ 1:3:5 ประเภท 1	6.5	ลบ.ม.	1,400.00	9,100.00	398.00	2,587.00	11,687.00
	กระเบื้อง COTTO แมมมอน โบน PM ขนาด 18 x 18 นิ้ว	28	ตร.ม.	259.00	7,252.00	158.00	4,424.00	11,676.00
รวมราคางานเวที								59,674.93
	2.4 สะพาน							
	หินคลุกปรับระดับ 5 ซม.	1.25	ลบ.ม.	466.00	582.50	99.00	123.75	706.25
	ทรายถม หนา 5 ซม.	3	ลบ.ม.	330.00	990.00	99.00	297.00	1,287.00
	คอนกรีตหยาบ 1:3:5 ประเภท 1	0.35	ลบ.ม.	1,400.00	490.00	398.00	139.30	629.30
	เหล็กตะแกรงสำเร็จรูป WIRE MESH 6 มม. ขนาดตาราง 0.25 x 0.25 ม.	0.75	ตร.ม.	78.00	58.50	5.00	3.75	62.25
	ไม้เนื้อแข็ง ขนาด 1 x 2 นิ้ว	70	ตร.ฟ.	450.00	31,500.00	-	-	31,500.00
	ไม้เนื้อแข็ง ขนาด 2 x 8 นิ้ว	12	ตร.ฟ.	2,450.00	29,400.00	-	-	29,400.00
	สไผ่	82	ตร.ฟ.	-	-	12.00	984.00	984.00
	ไม้แบบ	0.3	ตร.ม.	400.00	120.00	133.00	39.90	159.90
	ไม้คร่าว	0.1	ลบ.ฟ.	400.00	40.00	-	-	40.00
	ตะปู	0.08	กก.	25.00	2.00	-	-	2.00
รวมราคางานสะพาน								64,770.70
รวมราคางาน Zone B Café								1,349,277.73

ตารางที่ 4.1 รายการประมาณราคาก่อสร้าง (ต่อ)

ใบแสดงปริมาณงานและราคาก่อสร้าง								
ลำดับ	รายละเอียดงาน	จำนวน	หน่วย	ราคาวัสดุ (บาท)		ค่าแรงงาน (บาท)		รวมค่าวัสดุ
				ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	และค่าแรงงาน(บาท)
3	Zone C ลานจอดรถ							
	งานวางผัง	2490	ตร.ม.	-	-	25.00	62,250.00	62,250.00
	ทรายถมหนา 5 ซม.	124.5	ลบ.ม.	343.00	42,703.50	99.00	12,325.50	12,325.50
	เหล็กตะแกรงสำเร็จรูป WIRE MESH 6 มม. ขนาดตาราง 0.25 x 0.25 ม.	2,490	ตร.ม.	78.00	194,220.00	5.00	12,450.00	206,670.00
	ไม้แบบ	240	ตร.ม.	400.00	96,000.00	133.00	31,920.00	127,920.00
	ไม้คร่าว	72	ลบ.ฟ	400.00	28,800.00	-	-	28,800.00
	ตะปู	60	กก.	25.00	1,500.00	-	-	1,500.00
	คอนกรีตหยาบ 1:3:5 ประเภท 1	249	ลบ.ม.	1,400.00	348,600.00	398.00	99,102.00	447,702.00
รวมราคางานพื้นลานจอดรถ								887,167.50
	3.1 น้ำพุส่วนหน้าของโครงการ							
	ดินขุด 60 ซม.	46.2	ลบ.ม.	-	-	99.00	4,573.80	4,573.80
	หินคลุกปรับระดับ 5 ซม.	77.5	ลบ.ม.	420.00	32,550.00	99.00	7,672.50	40,222.50
	ทรายถมหนา 5 ซม.	4	ตร.ม.	330.00	1,320.00	99.00	396.00	1,716.00
	เหล็กตะแกรงสำเร็จรูป WIRE MESH 6 มม. ขนาดตาราง 0.25 x 0.25 ม.	144.5	ตร.ม.	78.00	11,271.00	5.00	722.50	11,993.50
	คอนกรีตหยาบ 1:3:5 ประเภท 1	12	ลบ.ม.	1,400.00	16,800.00	398.00	4,776.00	21,576.00
	ไม้แบบ	52	ตร.ม.	400.00	20,800.00	133.00	6,916.00	27,716.00
	ไม้คร่าว	16	ลบ.ฟ	400.00	6,400.00	-	-	6,400.00
	ตะปู	13	กก.	25.00	325.00	-	-	325.00
	ฉาบปูนโครงสร้าง ค.ส.ล.	2.73	ตร.ม.	80.00	218.40	115.00	313.95	532.35
	กระเบื้อง TCI รุ่นอันธกาสีฟ้าคราม 4 x 4 นิ้ว	26	ตร.ม.	419.00	10,894.00	158.00	4,108.00	15,002.00
รวมราคางานน้ำพุส่วนหน้าโครงการ								130,057.15
	3.2 พื้นทางเท้าบริเวณหน้าร้านค้าแฟ							
	ทรายถม หนา 5 ซม.	5.65	ลบ.ม.	330.00	1,864.50	99.00	559.35	2,423.85
	ทางเท้าปูบล็อก หนา 10 ซม.	113	ตร.ม.	673.00	76,049.00	55.00	6,215.00	82,264.00
รวมราคาพื้นทางเท้าบริเวณหน้าร้านค้าแฟ								84,687.85
	3.3 พื้นทางเท้าบริเวณหน้าลานกิจกรรม							
	ทรายถม หนา 5 ซม.	4	ลบ.ม.	330.00	1,320.00	99.00	396.00	1,716.00
	ทางเท้าปูบล็อก หนา 10 ซม.	77.5	ตร.ม.	673.00	52,157.50	55.00	4,262.50	56,420.00
รวมราคาพื้นทางเท้าบริเวณหน้าลานกิจกรรม								58,136.00
รวมราคางาน Zone C ลานจอดรถ								1,160,048.50

ตารางที่ 4.1 รายการประมาณราคาก่อสร้าง (ต่อ)

ใบแสดงปริมาณงานและราคาก่อสร้าง								
ลำดับ	รายละเอียดงาน	จำนวน	หน่วย	ราคาวัสดุ (บาท)		ค่าแรงงาน (บาท)		รวมค่าวัสดุ
				ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	และค่าแรงงาน(บาท)
4	Zone D ส่วนบริการ และบ้านพักตากอากาศ							
	งานวางผัง	2,311	ตร.ม.	-	-	25.00	57,775.00	57,775.00
	ทรายถม หน้า 5 ซม.	1,156	ลบ.ม.	330.00	381,480.00	99.00	114,444.00	495,924.00
	เหล็กตะแกรงสำเร็จรูป WIRE MESH 6 มม. ขนาดตาราง 0.25 x 0.25 ม.	2,311	ตร.ม.	78.00	180,258.00	5.00	11,555.00	191,813.00
	คอนกรีตหยาบ 1:3:5 ประเภท 1	1,156	ลบ.ม.	1,106.00	1,278,536.00	198.00	228,888.00	1,507,424.00
	ไม้แบบ	290	ตร.ม.	400.00	116,000.00	133.00	38,570.00	154,570.00
	ไม้คร่าว	87	ลบ.ฟ	400.00	34,800.00	-	-	34,800.00
	ตะปู	72.5	กก.	25.00	1,812.50	-	-	1,812.50
	กระเบื้อง SOSUCO สำหรับปูพื้น ผิวด้าน 40 x 40 ซม.	26	ตร.ม.	195.00	5,070.00	158.00	4,108.00	9,178.00
	หินกลบขาว เบอร์ 3	25	ตร.ม.	450.00	11,250.00	250.00	6,250.00	17,500.00
รวมราคางาน Zone บ้านพักตากอากาศ								2,470,796.50
รวมราคางาน Hardscape								6,454,480.23
ใบแสดงราคางานระบบ								
ลำดับ	รายละเอียดงาน	จำนวน	หน่วย	ราคาวัสดุ (บาท)		ค่าแรงงาน (บาท)		รวมค่าวัสดุ
				ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	และค่าแรงงาน(บาท)
1	งานระบบน้ำ							
	ปั้มน้ำพุ SONIC AP5800 200 W	1	เครื่อง	1,530.00	1,530.00	-	-	1,530.00
	ปั้มน้ำพุ SOBO WP4550 50 W	1	เครื่อง	870.00	870.00	-	-	870.00
	หัวน้ำพุ ปากเปิด FJB-GP1.5 : FAN JET CURVE Stainless 1 นิ้ว	6	อัน	1,580.00	9,480.00	-	-	9,480.00
	หัวน้ำพุฟองเบียร์กลาง PTK	3	อัน	339.00	1,017.00	-	-	1,017.00
	ท่อ SCG トラ้าง ขึ้นคุณภาพ 13.5 ขนาด 1 นิ้ว	4	ท่อน	118.00	472.00	-	-	472.00
	งานชุด	95	ลบ.ม.	-	-	99.00	9,405.00	9,405.00
	ท่อ Neo Drain ขนาด 4 นิ้ว	628	ม.	25.00	15,700.00	20.00	12,560.00	28,260.00
	หินคลุก เบอร์ 2	32	ลบ.ม.	410.00	13,120.00	-	-	13,120.00
	ผ้า Geo Textile	4,195	ตร.ม.	230.00	964,850.00	35.00	146,825.00	1,111,675.00
รวมราคางานระบบน้ำ					1,007,039.00		168,790.00	1,175,829.00
2	งานระบบไฟฟ้า							
	LUZINO 2xE27 RH-2000P-2-L (Black)	27	ชุด	2,598.00	70,146.00	-	-	70,146.00
	LED DAVE 6W	21	ชุด	3,500.00	73,500.00	-	-	73,500.00
	BOLLARD BOR-170 E27	32	ชุด	2,400.00	76,800.00	-	-	76,800.00
	KEELAN-M LED 13W	34	ชุด	3,050.00	103,700.00	-	-	103,700.00
	KENNA LED 6 W DIA	28	ชุด	1,750.00	49,000.00	-	-	49,000.00
	REXAL 55-9883-Z5-CL	2	ชุด	2,700.00	5,400.00	-	-	5,400.00
	สวิตช์ไฟ	45	ชุด	85.00	3,825.00	-	-	3,825.00
	สายไฟ NYY	1,300	ม.	56.00	72,800.00	20.00	26,000.00	98,800.00
	ท่อ HDPE ยี่ห้อ BTC ขนาด 2 มม.	1,300	ม.	13.00	16,900.00	20.00	26,000.00	42,900.00
รวมราคางานระบบไฟ					472,071.00		52,000.00	524,071.00
รวมราคางานระบบ								1,699,900.00

ตารางที่ 4.1 รายการประมาณราคากฎมีทัศน์ (ต่อ)

ใบแสดงปริมาณงานและราคาก่อสร้าง								
ลำดับ	รายละเอียดงาน	จำนวน	หน่วย	ราคาวัสดุ (บาท)		ค่าแรงงาน (บาท)		รวมค่าวัสดุ
				ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	และค่าแรงงาน(บาท)
งานภูมิทัศน์คันทาดอ่อน (SOFTSCAPE)								
1	ไม้ยืนต้น							
	ต้นอโศกอินเดีย Ø 5 สูง 6.00 ม.	7.00	ต้น	8,500.00	59,500.00	500.00	3,500.00	63,000.00
	ต้นสนมังกร สูง 4.50 ม.	12.00	ต้น	4,200.00	50,400.00	450.00	5,400.00	55,800.00
	ต้นสนมังกร สูง 2.00 ม.	9.00	ต้น	800.00	7,200.00	300.00	2,700.00	9,900.00
	ต้นสนฉัตร สูง 3.00 ม.	3.00	ต้น	5,000.00	15,000.00	350.00	1,050.00	16,050.00
	ต้นซิลเวอร์โอ๊ค Ø 6 สูง 5.00 ม.	1.00	ต้น	6,500.00	6,500.00	400.00	400.00	6,900.00
	ต้นแคนา Ø 6 สูง 4.00 ม.	4.00	ต้น	5,500.00	22,000.00	500.00	2,000.00	24,000.00
	ต้นมะฮอกกานี Ø 7 สูง 5.00 ม.	1.00	ต้น	6,800.00	6,800.00	450.00	450.00	7,250.00
	ต้นพะยอม Ø 15 สูง 7.00 ม.	2.00	ต้น	42,000.00	84,000.00	750.00	1,500.00	85,500.00
	ต้นนนทรี Ø 6 สูง 4.00 ม.	1.00	ต้น	8,500.00	8,500.00	400.00	400.00	8,900.00
	ต้นบุปผา Ø 7 สูง 5.00 ม.	1.00	ต้น	17,000.00	17,000.00	400.00	400.00	17,400.00
	ต้นทุกระจง Ø 5 สูง 5.00 ม.	20.00	ต้น	6,500.00	130,000.00	400.00	8,000.00	138,000.00
	ต้นจามจุรี Ø 15 สูง 5.50 ม.	1.00	ต้น	48,000.00	48,000.00	450.00	450.00	48,450.00
รวม					454,900.00		26,250.00	481,150.00
2	ไม้พุ่ม							
	ไทรเกาหลี สูง 2.00 ม. พุ่ม 0.30 ม.	2,020.00	ต้น	180.00	363,600.00	20.00	40,400.00	404,000.00
	ไทรยอดทอง กระถาง 8 นิ้ว	385.00	ต้น	35.00	13,475.00	4.00	1,540.00	15,015.00
	ต้นสนบอล กระถาง 6 นิ้ว	250.00	ต้น	25.00	6,250.00	2.00	500.00	6,750.00
	ต้นชาอวกเย็น กระถาง 10 นิ้ว	124.00	ต้น	45.00	5,580.00	4.50	558.00	6,138.00
	ต้นชาอวกเย็น กระถาง 6 นิ้ว	565.00	ต้น	12.00	6,780.00	2.00	1,130.00	7,910.00
	ต้นพุทศุโขม กระถาง 6 นิ้ว	182.00	ต้น	25.00	4,550.00	2.00	364.00	4,914.00
	ต้นพุทศิษญา กระถาง 6 นิ้ว	126.00	ต้น	25.00	3,150.00	2.00	252.00	3,402.00
	แฉ่ววิเชียร กระถาง 6 นิ้ว	175.00	ต้น	30.00	5,250.00	2.00	350.00	5,600.00
	ต้นแพงพวย กระถาง 6 นิ้ว	411.00	ต้น	25.00	10,275.00	2.00	822.00	11,097.00
	ต้นหงอนไก่ กระถาง 6 นิ้ว	166.00	ต้น	20.00	3,320.00	2.00	332.00	3,652.00
	ต้นดาวกระจาย กระถาง 6 นิ้ว	211.00	ต้น	20.00	4,220.00	2.00	422.00	4,642.00
	ต้นไทรเกาหลีตัดแต่งทรง 2.00 ม.	7.00	ต้น	380.00	2,660.00	20.00	140.00	2,800.00
	ต้นไทรเกาหลีตัด 2.00 ม.	1.00	ต้น	1,500.00	1,500.00	30.00	30.00	1,530.00
	ต้นหมากผู้หมากเมีย กระถาง 6 นิ้ว	71.00	ต้น	30.00	2,130.00	2.00	142.00	2,272.00
	ต้นพุทศุโขมกระแะ กระถาง 8 นิ้ว	360.00	ต้น	25.00	9,000.00	4.00	1,440.00	10,440.00
	ต้นเข็มเหลืองกุ๊กกั กระถาง 6 นิ้ว	86.00	ต้น	20.00	1,720.00	2.00	172.00	1,892.00
	ต้นหนวดปลาหมึกเขียว กระถาง 4 นิ้ว	349.00	ต้น	20.00	6,980.00	2.00	698.00	7,678.00
	ต้นหนวดปลาตุคกระแะ กระถาง 3 นิ้ว	332.00	ต้น	8.00	2,656.00	2.00	664.00	3,320.00
	หญ้าพาสพาลัม	585.00	ตร.ม.	50.00	29,250.00	3.00	1,755.00	31,005.00
รวม					482,346.00		51,711.00	534,057.00

ตารางที่ 4.1 รายการประมาณราคาภูมิทัศน์ (ต่อ)

ใบแสดงปริมาณงานและราคาก่อสร้าง								
ลำดับ	รายละเอียดงาน	จำนวน	หน่วย	ราคาวัสดุ (บาท)		ค่าแรงงาน (บาท)		รวมค่าวัสดุ
				ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	และค่าแรงงาน(บาท)
3	วัสดุอุปกรณ์ในการปลูก							
	ค่าเช่ารถเครนขนาด 50 ตัน แขนยกสูง 40 ม.	4	วัน	15,000.00	60,000.00	-	-	60,000.00
	ดินปลูกไม้พุ่ม	414.5	ลบ.ม.	600.00	248,700.00	60.00	24,870.00	273,570.00
	ดินปลูกไม้ยืนต้น	14.25	ลบ.ม.	600.00	8,550.00	60.00	855.00	9,405.00
	ดินปลูกหญ้า หยา 2 ซม.	11.7	ลบ.ม.	600.00	7,020.00	60.00	702.00	7,722.00
	ทรายปรับระดับ หยา 7 ซม.	40.95	ลบ.ม.	330.00	13,513.50	99.00	4,054.05	17,567.55
	ไม้ค้ำยัน 3-4 นิ้ว (รวมค่าแรง)	62	ชุด	350.00	21,700.00	-	-	21,700.00
	ค้ำยันต้นไม้ (รวมค่าแรง)	605	ม.	35.00	21,175.00	-	-	21,175.00
รวม								411,139.55
รวมราคางานภูมิทัศน์ตัดตอน								1,440,535.05
	รวมราคางานทั้งหมดในโครงการ							9,594,915.28
	กำไร 10%							959,491.53
	ค่าดำเนินการและกำไรในการก่อสร้าง 10%							10,554,406.81
	ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%							738,808.48
	รวมเป็นเงินทั้งสิ้น							11,293,215.28

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

โครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี ตั้งอยู่ถนนสุขุมวิท-ชน-หาดแม่รำพึง ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นถนนที่มุ่งสู่หาดแม่รำพึง ลักษณะพื้นที่เป็นพื้นที่ว่างเปล่าถมสำเร็จ มีรูปร่างห้าเหลี่ยมคล้ายกับบัวรดน้ำ มีเนื้อที่ทั้งหมด 7 ไร่ 3 งาน 70 ตารางวา หรือประมาณ 12,680 ตารางเมตร ภายในโครงการมีบ่อน้ำเดิมมีขนาดประมาณ 940 ตารางเมตร โดยเจ้าของต้องการพัฒนาพื้นที่เป็นร้านค้ากาแฟ บ้านพักตากอากาศ และเป็นสวนสำหรับถ่ายรูป

เนื่องจากปัจจุบันเป็นพื้นที่ว่างเปล่าที่ยังไม่มีการวางผังบริเวณ และการออกแบบภูมิทัศน์บวกกับความต้องการการใช้พื้นที่ของเจ้าของโครงการ ดังนั้น จึงนำเสนอโครงการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี เพื่อออกแบบจัดสรรการใช้พื้นที่ดิน และการออกแบบภูมิทัศน์ให้มีความสอดคล้องกับกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อความสวยงามและสามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เนื่องด้วยการออกแบบภูมิทัศน์ร้านค้ากาแฟคุณบุญเรือง ณ รังสี เจ้าของพื้นที่ต้องการออกแบบพื้นที่ให้มีความเหมาะสมกับโครงการ จึงเกิดเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์พื้นที่โดยรอบโครงการโดยใช้คำว่า “Aromries” (ความรักและความทรงจำ) จึงได้มาเป็นแนวคิดหลักจากการศึกษาข้อมูลด้านกายภาพของพื้นที่โครงการสามารถแบ่งพื้นที่โครงการได้ ดังนี้

5.1.1 พื้นที่ Zone A เป็นพื้นที่บริเวณร้านค้ากาแฟ พื้นที่เดิมเป็นพื้นที่โล่งได้รับแสงแดดตลอดทั้งวัน จึงมีการจัดวางไม้ใหญ่ตามจุดสำคัญเพื่อให้ร่มเงาแก่คนที่มาใช้บริการ มีไม้พุ่มตามจุดต่าง ๆ เพื่อเป็นจุดถ่ายรูป และมีทางเดิมเชื่อมถึงกันทุกพื้นที่ มีเวที และลานหน้าเวทีเพื่อใช้เป็นจุดทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานสังสรรค์การแสดงดนตรีในคาเฟ่มี Workshop เพื่อเป็นจุดพบปะหรือนั่งคุยธุระ และ แลกเปลี่ยนความรู้กัน เช่น แลกเปลี่ยนความรู้เรื่องกาแฟ หรือการปลูกพืชพรรณต่าง ๆ เป็นต้น

5.1.2 พื้นที่ Zone B เป็นพื้นที่บริเวณงานมงคล พื้นที่เดิมเป็นพื้นที่โล่งได้รับแสงแดดตลอดทั้งวัน จึงเน้นการจัดวางไม้ใหญ่ตามจุดต่าง ๆ และมีการใช้ไม้พุ่ม เพื่อให้พื้นที่ในงานมีสีสันแต่เนื่องด้วยพื้นที่บริเวณนี้ใช้จัดงานมงคล และงานสังสรรค์ที่ต้องการใช้พื้นที่ในการทำกิจกรรม จึงออกแบบให้เป็นพื้นที่ตรงกลางจะโล่งเพื่อใช้จัดกิจกรรมต่าง ๆ และมีน้ำพุต่างกลางเพื่อเป็นจุดเด่นของงาน และจัดพื้นที่หลังตามุมต่าง ๆ เพื่อเป็นจุดถ่ายรูปสำหรับแขกรับเชิญที่มานงาน

5.1.3 พื้นที่ Zone C เป็นพื้นที่บริการ เดิมเป็นพื้นที่โล่ง และได้จัดให้เป็นทางสำหรับให้รถสามารถเข้าออกได้ เพื่อบริการให้กับส่วนต่าง ๆ ภายในโครงการ ซึ่งแยกกับทางเข้าหลักของโครงการ

5.1.4 พื้นที่ Zone D เป็นพื้นที่บ้านพักตากอากาศของเจ้าของโครงการ ซึ่งแยกเป็นส่วนตัว แต่อยู่ในพื้นที่โครงการ

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 พื้นที่โครงการมีขนาดใหญ่ควรมีการแบ่งพื้นที่ ก่อนการดำเนินการตรวจสอบราคางานก่อสร้างก่อสร้าง และเวลา เพื่อสะดวกแก่การดำเนินการเพื่อไม่ให้ใช้งบประมาณในคราวเดียวมากเกินไป และการจัดสร้างแล้วเสร็จตรงตามเวลา

5.2.2 การดำเนินการควรหลีกเลี่ยงการจัดสร้างงานภูมิทัศน์ในช่วงฤดูฝน เพราะอาจส่งผลกระทบต่องานก่อสร้างทำให้เกิดความล่าช้า และอาจเกิดความเสียหายต่องานภูมิทัศน์ทั้งในงานภูมิทัศน์ดาดแข็ง (Hardscape) รวมถึงงานภูมิทัศน์ดาดอ่อน (Softscape)

5.2.3 เมื่อมีการนำพรรณไม้ยืนต้นเข้ามาภายในโครงการ ควรมีการทำค้ำยันเพื่อป้องกันการโค่นล้มเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการโค่นล้มทำให้เกิดความเสียหายในโครงการ

5.2.4 พื้นที่ภายในโครงการมีพืชพรรณที่เป็นไม้พุ่ม และไม้ยืนต้นจำนวนค่อนข้างมาก และหลากหลายชนิด ควรมีนักภูมิทัศน์ที่มีประสบการณ์มาดูแลให้โครงการมีความสวยงามอยู่เสมอ

บรรณานุกรม

- กฤษฎิยา อุณะพานัก. (2559). **ภูมิทัศน์บริการ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5816033046_5354_4873.pdf (2564, มกราคม 18)
- ชานล กอธนาโรจน์. (2555). **ภูมิทัศน์บริการ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5816033046_5354_4873.pdf (2564, มกราคม 18)
- จิรัชญา มณีเนตร. (2552). **ทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่ว่าง**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://www.elfit.ssru.ac.th/jitravadee_ro/pluginfile.php/262/block_html
(2564, มกราคม 18)
- ณัฐพล สิกขชาติ. (2556). **ภูมิทัศน์บริการ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5816033046_5354_4873.pdf (2564, มกราคม 18)
- เดชา บุญคำ. (2557). **หลักการจัดและการออกแบบภูมิทัศน์**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://www.elfit.ssru.ac.th/jitravadee_ro/pluginfile.php/262/block_html
(2563, ธันวาคม 2563)
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **ทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่ว่าง**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://www.elfit.ssru.ac.th/jitravadee_ro/pluginfile.php/262/block_html
(2564, มกราคม 18)
- พจวรรณ ภัทรศิลป์สุนทร. (2556). **ภูมิทัศน์บริการ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5816033046_5354_4873.pdf (2564, มกราคม 18)
- รัชพร จันทร์สว่าง. (2546). **ทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่ว่าง**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://www.elfit.ssru.ac.th/jitravadee_ro/pluginfile.php (2564, มกราคม 18)
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). **ทฤษฎี 7 PS**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
<http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/> (2564, มกราคม 17)
- อรสิริ ปานินท์. (2521). **ทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่ว่าง**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://www.elfit.ssru.ac.th/jitravadee_ro/pluginfile.php/262/block_html
- อริสรา ระพิทย์พันธ์. (2557). **ภูมิทัศน์บริการ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5816033046_5354_4873.pdf (2564, มกราคม 18)

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ATOM. **กฎหมายร้านกาแฟ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
<http://thaicoffeeinfo.blogspot.com/search/label> (2564, มกราคม 18)
- ATOM. **ความหมายและความสำคัญร้านกาแฟ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
<Http://thaicoffeeinfo.blogspot.com/> (2564, มกราคม 18)
- KASOR. **ความหมายและความสำคัญร้านกาแฟ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
<http://thaicoffeeinfo.blogspot.com/> (2564, มกราคม 18)
- Kotler. (1973). **ภูมิทัศน์บริการ**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5816033046_5354_4873.pdf (2564, มกราคม 18)
- Lumsdon. (1999). **ทฤษฎีเกี่ยวกับพื้นที่ว่าง**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
http://www.elfit.ssru.ac.th/jitravadee_ro/pluginfile.php/262/block_html
(2564, มกราคม 18)
- Russell Beatty. (2016). **The Mediterranean Garden**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
<https://www.pacifichorticulture.org/articles/the-mediterranean-garden-image-style-or-cultural-expression> (2564, มกราคม 25)

ภาคผนวก

แบบสำรวจความต้องการ
เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ
ร้านกาแฟในจังหวัดระยอง

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตามความต้องการ
ของเท่ามากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ

☐ หญิง ☐ ชาย

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 20-30 ปี

☐ 30-45 ปี

☐ มากกว่า 45 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือต่ำกว่า

☐ มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช.

☐ อนุปริญญา หรือ ปวส.

☐ปริญญาตรี หรือสูงกว่า

4. รายได้/เดือน

☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท

☐ 15,000-25,000 บาท

☐ 25,000-35,000 บาท

☐ 35,000 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟ

1. ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ หรือ Cafe ของท่าน

- ☐ ไปเป็นประจำ
- ☐ ไปบ้างบางครั้ง
- ☐ ไม่เคยไปเลย

2. จุดประสงค์ในการใช้บริการร้านกาแฟของท่าน

- ☐ ดื่มกาแฟ ทานอาหาร
- ☐ นั่งพักผ่อน ฟังเพลงเพราะ ๆ และชมสวนที่ทางร้านจัด
- ☐ หาแรงบันดาลใจในการทำงาน
- ☐ ทำงาน หรืออ่านหนังสือ
- ☐ นัดเจอกับผู้อื่นเพื่อสนทนาเรื่องต่าง ๆ

3. เมื่อท่านไปท่องเที่ยวในวันหยุด หรือเวลาว่างท่านมักไปในรูปแบบใด

- ☐ ไปเที่ยวคนเดียว
- ☐ ไปเที่ยวกับเพื่อน
- ☐ ไปเที่ยวแบบคู่รัก
- ☐ ไปเที่ยวกับครอบครัว

4. ช่วงเวลาใดที่ท่านมาใช้บริการ

- ☐ 08:00-10:00 น.
- ☐ 10:01-12:00 น.
- ☐ 12:01-14:00 น.
- ☐ 14:01-18:00 น.
- ☐ 18:01-20:00 น.

5. บรรยายภาพของสวนร้านอาหารแพที่ท่านชอบ

- สวนโมเดิร์น
- สวนธรรมชาติ
- สวนเมดิเตอร์เรเนียน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการจัดงานแต่งงาน

1. รูปแบบการจัดงานแต่งงานที่ท่านต้องการใช้บริการ

- งานเช้า
- งานกลางวัน
- งานเย็น หรืองานกลางคืน
- หมั้นช่วงกลางวันแต่งงานช่วงเย็น
- หมั้นช่วงเช้าแต่งงานช่วงกลางวัน

2. รูปแบบการจัดเลี้ยงในงานแต่งงานที่ท่านต้องการใช้บริการ

- โต๊ะจีน (ประกอบด้วยโต๊ะสำหรับวางอาหาร และเก้าอี้เป็นวงกลมรอบโต๊ะละประมาณ 10 ท่านต่อโต๊ะ พร้อมมีอาการเสิร์ฟตามลำดับที่โต๊ะ)
- บุฟเฟต์ (ประกอบด้วยโต๊ะวางอาหาร และจัดเก้าอี้เป็นวงกลมรอบโต๊ะประมาณ 10 ท่านต่อโต๊ะแขกต้องบริการตักอาหารด้วยตนเอง โดยเลือกตักอาหารในส่วนที่เตรียมไว้ให้แบบไม่อั้น/บุฟเฟต์)
- ค็อกเทล (ไม่มีโต๊ะให้นั่งแบบโต๊ะจีน และบุฟเฟต์แขกต้องบริการตนเองโดยเลือกตักอาหารเองในส่วนที่จัดเตรียมอาหารไว้ให้ ลักษณะอาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารชิ้นเล็ก จัดเตรียมอย่างพอดีคำ)

3. พื้นที่สวนในการจัดงานแต่งงานที่ท่านต้องการใช้บริการ

- ฝรั่งเศส
- อังกฤษ
- ธรรมชาติ
- เมดิเตอร์เรเนียน

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ นายวิทยา ปริสุทธ

เกิด 28 พฤศจิกายน 2539



การศึกษา

ปีการศึกษา 2551	จบการศึกษาระดับประถมศึกษา โรงเรียนบ้านบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
ปีการศึกษา 2555	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสุมนวพันธุ์อุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร
ปีการศึกษา 2557	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสุมนวพันธุ์อุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร
ปีการศึกษา 2565	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีภูมิทัศน์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตพืชและภูมิทัศน์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สถานที่ติดต่อ	53 ซอยอินทรา 83 แยก 2 แขวงรามอินทรา เขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร 10240 โทรศัพท์ : 06 3245 7119 E-mail withwithaya@hotmail.com
---------------	---

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ นายณัฐพล ปานพรม

เกิด 22 ธันวาคม 2540



การศึกษา

ปีการศึกษา 2552	จบการศึกษาระดับประถมศึกษา โรงเรียนคริสตสงเคราะห์ จังหวัดนครนายก
ปีการศึกษา 2556	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนคริสตสงเคราะห์ จังหวัดนครนายก
ปีการศึกษา 2558	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนธัญรัตน์ จังหวัดปทุมธานี
ปีการศึกษา 2565	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีภูมิทัศน์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตพืชและภูมิทัศน์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
สถานที่ติดต่อ	194 หมู่ที่ 3 ตำบลคลองใหญ่ อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก 26120 โทรศัพท์ : 09 6265 1514 E-mail nuttapolpanprom12@gmail.com