

โครงการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับ
ทองหล่อเพ็ทซิตี โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาพระราม 9

The Environmental Graphic Design of Thonglor Pet City by Thonglor
International Pet Hospital Rama9 's Identity Presentation



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบสันทะสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับ
ทองหล่อเพ็ทซิตี โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาพระราม 9
The Environmental Graphic Design of Thonglor Pet City by Thonglor
International Pet Hospital Rama9 's Identity Presentation



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบสันทะเทศสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ โครงการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับ
 ทองหล่อเพ็ทซิติ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาพระราม 9
 โดย นางสาวปริญญา คำสุวรรณ
 สาขาวิชา ออกแบบสันทะสามมิติ
 อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ นพิน มั่นตะจิตร

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 อนุมัติให้รับศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขา
 วิชาการออกแบบสันทะสามมิติ

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อันธิกา สวัสดิ์ศรี)

คณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
 (อาจารย์ นีรวรรณ รัตนวิจารณ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
 (อาจารย์นพิน มั่นตะจิตร)

..... กรรมการ
 (อาจารย์ ดนุภพ ไชยศิริ)

..... กรรมการ
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธวัชชัย มหานพวงศ์ชัย)

..... กรรมการ
 (อาจารย์ อรรถเวศ บริรักษ์เลิศ)

..... กรรมการ
 (อาจารย์ นภาพรณ สวัสดิ์ชัย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปะนิพนธ์	โครงการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับ ทองหล่อเพ็ทซิติ้ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาพระราม 9
นักศึกษา	นางสาวปริญญา คำสุวรรณ
รหัสนักศึกษา	57020269
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	ออกแบบสหเทศสามมิติ
พ.ศ.	2560
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ นพิน มัณฑะจิตร

บทคัดย่อ

ศิลปะนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมให้กับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระรามเก้าเพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์และแสดงเอกลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทซิติ้ให้เป็นที่น่าจดจำ โดยมีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของทางโรงพยาบาลทองหล่อบางส่วนเพื่อให้รู้สึกว่าเป็นขององค์กรเดียวกัน โดยทำให้รู้สึกถึงความสนุก และผ่อนคลายกว่าในส่วนของโรงพยาบาล อีกทั้งยังช่วยในการแก้ไขปัญหาด้านการใช้พื้นที่ของผู้ที่มาใช้บริการด้วย

โดยศิลปะนิพนธ์ฉบับนี้ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมด้านการใช้พื้นที่ของผู้ที่มาใช้บริการ จึงพบว่าพื้นที่บางส่วนถูกบดบังโดยตึกอาคาร รวมถึงแปลนที่เป็นแนวยาว จึงไม่ถูกใช้งานอีกทั้งทองหล่อเพ็ทซิติ้ยังเป็นบริการใหม่ซึ่งมีเพียงสาขาเดียวที่มีครบวงจรจึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการในสวนการรักษาของทางโรงพยาบาลยังไม่ทราบถึงบริการต่างๆเหล่านี้ และสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่มาใช้บริการทั้งในโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระรามเก้า และทองหล่อเพ็ทซิติ้ว่ามีความคิดเห็นทางด้านอัตลักษณ์และความน่าสนใจของทองหล่อเพ็ทซิติ้เมื่อเทียบกับบริการจากที่อื่น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำโครงการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับทองหล่อเพ็ทซิติ้ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาพระราม 9 โดยเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลและความเป็นโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ และศึกษาเกี่ยวกับทองหล่อเพ็ทซิติ้ว่ามีสิ่งที่ดีที่จะทำให้ดูสอดคล้องได้บ้าง และพบว่าจุดเด่นที่แสดงออกมาของที่นี่คือความเป็นมิตร เป็นกันเอง โดยแนวคิดในการออกแบบคือ “The Ringing Bell is the Perfect Sound of Us” โดยจุดประสงค์ในการจัดตั้งทองหล่อเพ็ทซิติ้ นั่นคือเป็นสถานที่สร้างความสุขให้แก่สัตว์เลี้ยงและเจ้าของ โดยออกแบบให้ดูน่ารัก เป็นมิตร เข้าถึงง่าย จึงเลือกแนวทางในการออกแบบคือ Lightheart + Friendly โดยนำ Geometric Form มาใช้เพื่อให้ดูเป็นมิตรและเข้าถึงง่ายมากขึ้น โดยทุกส่วนจะต้องมีลักษณะมนไม่แหลมคมเพื่อให้ดูอบอุ่นอีกทั้งยังใช้เส้นเป็นส่วนประกอบเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันเหมือนกันอีก โดยได้ออกแบบป้ายที่ยื่นออกมาจากตัวตึก ป้ายบอกทาง และป้ายบอกข้อมูลต่างๆ กราฟิกเพื่อนำทางจากโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระรามเก้าไปยังทองหล่อเพ็ทซิติ้จนถึงบริเวณสนามเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการใช้พื้นที่ กราฟิก 2 มิติ และ 3 มิติ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่น่าสนใจและน่าจดจำมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

โครงการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับทองหล่อเพ็ทซีดี โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาพระราม 9 เกิดขึ้นจากความตั้งใจของผู้ศึกษาในการศึกษาข้อมูล เก็บรวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผลออกมาเพื่อนำไปสู่ขั้นตอนในการออกแบบในแต่ละขั้นตอน ซึ่งศิลปินฉบับนี้จะไม่สามารถสำเร็จตามจุดประสงค์ได้ ถ้าขาดการสนับสนุน และความช่วยเหลือจากบุคคลและองค์กรต่างๆ จึงขอขอบคุณทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ นพิน มัณฑจิตร ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบพระคุณที่ให้คำปรึกษาและมอบคำแนะนำที่ดี และยังเป็นกำลังใจในการทำงาน ทุกๆครั้งจนกระทั่งในวันส่งงานวันสุดท้าย ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธวัชชัย มหามพวงค์ชัย , อาจารย์ อรรถเวศ บริรักษ์เลิศ , อาจารย์ นภาพรณ สวัสดิชัย , อาจารย์ พงพันธ์ สุริยภัทร , อาจารย์ ดนุภพ ไชยศิริ และ อาจารย์ นีรวรรณ รัตนวิจารณ์ ที่คอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ช่วยทำให้งานพัฒนาขึ้นในทางที่ดี และช่วยสั่งสอนมอบความรู้ต่างๆทั้งในด้านการเรียนและการออกไปทำงานในอนาคต

ขอขอบพระคุณผู้จัดการสาขา และพี่แหมบ ฝ้ายบุคคล โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อที่เอื้อเฟื้อข้อมูลด้านการบริการ การรักษาและสถานที่ในการศึกษาข้อมูลโครงการฉบับนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆที่คอยให้กำลังใจทั้งในเรื่องที่ลิสและเรื่องอื่นๆ ขอขอบคุณที่คอยอยู่เคียงข้างกันตลอดตั้งแต่ช่วงเสนอหัวข้อจนกระทั่งวันส่งวันสุดท้าย ขอขอบคุณน้องๆที่คอยช่วยเหลือจนทำให้ศิลปนิพนธ์นี้สามารถออกมาได้ตามเป้าหมาย และ ขอขอบคุณพี่ๆ บริษัท ฟิงค์บลูแบล็คแอนด์ออเรนจ์ที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับศิลปนิพนธ์การออกแบบที่เกี่ยวข้อง และยังเป็นกำลังทรัพย์ในการทำศิลปนิพนธ์อีกด้วย

ขอขอบคุณครอบครัว พ่อแม่ น้องสาว และญาติพี่น้องที่คอยสนับสนุนในด้านการเรียนและกำลังทรัพย์ในการเรียน และ ให้กำลังใจการสนับสนุนมาโดยตลอด

สารบัญ

	หน้า
ใบรับรองศิลปะนิพนธ์.....	I
บทคัดย่อภาษาไทย.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญรูป.....	XII
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 วิธีการดำเนินโครงการ.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.6 นิยามศัพท์.....	4
บทที่ 2 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ	
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ.....	5
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9.....	14
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทองหล่อเพ็ทซิติ.....	18
2.4 วิเคราะห์อัตลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ.....	22
2.5 ข้อมูลคู่แข่ง.....	35
2.6 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย.....	39
2.7 วิเคราะห์พื้นที่ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9.....	44
2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม และกรณีศึกษา.....	54
2.9 สรุปการออกแบบ.....	66
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	
3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ.....	62
3.2 การนำเสนอแนวคิดในการออกแบบ.....	64

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ.....	67
3.4 สรุปรูปการพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ.....	73
3.5 การทำแบบร่าง (Sketch).....	74
3.6 การพัฒนาแบบครั้งที่ 1.....	77
3.7 การพัฒนาแบบครั้งที่ 2.....	81
3.8 ก่อร่างแบบคู่มือการใช้งาน.....	86
บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ	
4.1 แผ่นนำเสนอผลงาน.....	88
4.2 ภาพจำลอง 3 มิติของการออกแบบกราฟิกสภาพ	91
4.3 หุ่นจำลอง.....	96
4.4 คู่มือการใช้งานอัตลักษณ์และกราฟิกสภาพแวดล้อม.....	100
บทที่ 5 การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	
5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ.....	102
5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ.....	103
5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์.....	110
5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ.....	110
บรรณานุกรม.....	112
ภาคผนวก.....	114
ประวัติผู้เขียน.....	115

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของ รพส. ทองหล่อ.....	13
2.2 แสดงการใช้กราฟิกบนป้ายบอกทาง.....	30
2.3 แสดงการใช้กราฟิกบนป้ายหน้าห้อง.....	30
2.4 แสดงการใช้กราฟิกบนป้ายบอกข้อมูล.....	31
2.5 แสดงการใช้งานมาสคอตที่ทองหล่อ.....	33
2.6 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย.....	40
3.1 Design Alternative.....	66
3.2 แสดงเกณฑ์การพิจารณาในการออกแบบ.....	73



สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 2.1 ทงหล่อเพ็ทแคร์.....	6
รูปที่ 2.2 ทงหล่อเพ็ทชิตี.....	7
รูปที่ 2.3 ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ.....	13
รูปที่ 2.4 ตึกโรงพยาบาลทงหล่อพระราม 9.....	14
รูปที่ 2.5 การร้กา 7 Excellent Center.....	15
รูปที่ 2.6 ภาพแสดงแผนผังรพ. ทงหล่อพระราม 9.....	17
รูปที่ 2.7 ภาพแสดงตราสัญลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทชิตี.....	18
รูปที่ 2.8 การบริการของทงหล่อเพ็ทชิตี.....	19
รูปที่ 2.9 กิจกรรมเข้าฝูงโดยครุหนึ่ง ซุปเปอร์ดอก.....	20
รูปที่ 2.10 ภาพลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทชิตี.....	21
รูปที่ 2.11 ตราสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ.....	22
รูปที่ 2.12 ตราสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ.....	24
รูปที่ 2.13 ตราสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ.....	24
รูปที่ 2.14 ตราสัญลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทแคร์.....	25
รูปที่ 2.15 การใช้ตราสัญลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทแคร์.....	26
รูปที่ 2.16 ตราสัญลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทชิตี.....	27
รูปที่ 2.17 การใช้ตราสัญลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทชิตี.....	29
รูปที่ 2.18 การใช้ตราสัญลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทชิตี.....	29
รูปที่ 2.19 การใช้ตราสัญลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทชิตี.....	31
รูปที่ 2.20 มาศคอตของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ.....	32
รูปที่ 2.21 สุนัขพันธุ์บูลเทอเรีย.....	32
รูปที่ 2.22 มาศคอตของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ.....	32
รูปที่ 2.23 ตราสัญลักษณ์ธุรกิจในเครือรพ.สัตว์ทงหล่อ.....	34
รูปที่ 2.24 การใช้งานกราฟิกในพื้นที่ของรพ.สัตว์ทงหล่อ.....	34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 2.25 การใช้งานกราฟิกของรพ.สัตว์ทองหล่อ.....	35
รูปที่ 2.26 ศูนย์ดูแลสุนัขครบวงจร Pet club.....	36
รูปที่ 2.27 โรงพยาบาลสัตว์พญาไท 7.....	36
รูปที่ 2.28 บรรยากาศสถานที่บริการเพื่อสุนัขด็อกเทล.....	37
รูปที่ 2.29 บรรยากาศสถานที่บริการเพื่อสุนัข The Backyard Bkk.....	37
รูปที่ 2.30 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	38
รูปที่ 2.31 แผนที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9.....	44
รูปที่ 2.32 แผนผังโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9.....	45
รูปที่ 2.33 แผนกในโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9.....	46
รูปที่ 2.34 ภายนอกบริเวณตึกโรงพยาบาล.....	46
รูปที่ 2.35 ภายในบริเวณตึกโรงพยาบาลชั้น 1.....	47
รูปที่ 2.36 บริเวณตึกกรูมมิ่ง.....	47
รูปที่ 2.37 บริเวณสระว่ายน้ำ.....	48
รูปที่ 2.38 บริเวณร้านค้า.....	48
รูปที่ 2.39 บริเวณสนาม.....	49
รูปที่ 2.40 เส้นทางการใช้งานโรงพยาบาลโดยจอตลอดฝั่งด้านหน้า.....	49
รูปที่ 2.41 เส้นทางการใช้งานโรงพยาบาลโดยจอตลอดฝั่งเพ็ทชิตี.....	50
รูปที่ 2.42 เส้นทางการใช้งานกรูมมิ่ง.....	51
รูปที่ 2.43 เส้นทางการทำกิจกรรมเข้าฝูง.....	53
รูปที่ 2.44 ประเภทของกราฟิกบนสภาพแวดล้อม.....	55
รูปที่ 2.45 ตัวอย่าง Interpretive design.....	55
รูปที่ 2.46 Way finding Design.....	56
รูปที่ 2.47 ตัวอย่าง Signage.....	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 2.48 ตัวอย่างการทำ placemaking.....	58
รูปที่ 2.49 โรงพยาบาลเด็ก Nationwide Children.....	64
รูปที่ 2.50 โรงพยาบาลกรุงเทพ.....	64
รูปที่ 2.51 การใช้กราฟิกบนพื้นที่ของโรงพยาบาลกรุงเทพ.....	65
รูปที่ 2.52 การใช้กราฟิกบนพื้นที่ของ Bangkok Plaza.....	66
รูปที่ 2.53 แผนผังพื้นที่ที่จะออกแบบทั้งหมด.....	66
รูปที่ 2.54 ทางเข้าหน้าโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม9.....	67
รูปที่ 2.55 ด้านนอกของอาคารโรงพยาบาล.....	67
รูปที่ 2.56 ระหว่างตึกโรงพยาบาลกับตึกกรมวัง.....	68
รูปที่ 2.57 ตึกกรมวัง.....	68
รูปที่ 2.58 หน้าตึกกรมวัง.....	69
รูปที่ 2.59 สระว่ายน้ำ.....	69
รูปที่ 2.60 ตึกร้านค้า.....	70
รูปที่ 2.61 ตึกร้านค้าห้องเดี่ยว.....	70
รูปที่ 2.62 หน้าสนาม.....	71
รูปที่ 2.63 แสดงถึงอัตลักษณ์โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ.....	72
รูปที่ 2.64 Brand Archetype ของ ทองหล่อเพ็ทชีดี.....	73
รูปที่ 3.1 แสดงการแก้ไขปัญหาของแต่ละพื้นที่.....	63
รูปที่ 3.2 Color Kobayashi ของ ทองหล่อเพ็ทชีดี.....	64
รูปที่ 3.3 แนวคิดในการออกแบบ.....	65
รูปที่ 3.4 Art direction Lighthead + Friendly.....	67
รูปที่ 3.5 Art Element Lighthead + Friendly.....	67
รูปที่ 3.6 การออกแบบกราฟิกบนพื้นที่ในแนวทางที่ 1.....	68
รูปที่ 3.7 Art direction Chic + Friendly.....	69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 3.8 Art Element Chic + Friendly.....	69
รูปที่ 3.9 การออกแบบกราฟิกบนพื้นที่ในแนวทางที่ 2.....	70
รูปที่ 3.10 Art direction Enjoy + Friendly.....	71
รูปที่ 3.11 Art Element Enjoy + Friendly.....	71
รูปที่ 3.12 การออกแบบกราฟิกบนพื้นที่ในแนวทางที่ 3.....	72
รูปที่ 3.13 แสดงแบบร่างลงบนพื้นที่ (Idea Sketch).....	74
รูปที่ 3.14 แสดงแบบร่างลงบนพื้นที่.....	75
รูปที่ 3.15 แสดงแบบร่างลงบนพื้นที่.....	75
รูปที่ 3.16 แสดงแบบร่างป้าย.....	76
รูปที่ 3.17 แสดงแบบร่างป้าย.....	76
รูปที่ 3.18 แสดงแบบร่าง Character.....	77
รูปที่ 3.19 แสดงป้ายหน้ากรูมมิ่ง.....	78
รูปที่ 3.20 แสดงกราฟิกบริเวณสระว่ายน้ำ.....	78
รูปที่ 3.21 แสดงกราฟิกบริเวณบริเวณตึกร้านค้า.....	79
รูปที่ 3.22 แสดงกราฟิก 3 มิติ บริเวณหน้าสนาม.....	79
รูปที่ 3.24 แสดงกราฟิก 3 มิติ บริเวณสนาม.....	80
รูปที่ 3.25 แสดงกราฟิกป้าย.....	80
รูปที่ 3.26 แสดงกราฟิกบริเวณประตูหน้าโรงพยาบาล.....	81
รูปที่ 3.27 แสดงกราฟิกบริเวณประตูหลังตึกโรงพยาบาล.....	81
รูปที่ 3.28 แสดงกราฟิกบริเวณหน้าตึกกรูมมิ่ง.....	82
รูปที่ 3.29 แสดงกราฟิกบริเวณด้านข้างของตึกกรูมมิ่ง.....	82
รูปที่ 3.30 แสดงกราฟิกบริเวณสระว่ายน้ำ.....	83
รูปที่ 3.31 แสดงกราฟิกบริเวณตึกร้านค้า.....	83
รูปที่ 3.32 แสดงกราฟิกบริเวณหน้าสนาม.....	83

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป(ต่อ)

หน้า

รูปที่ 3.33 แสดงกราฟิกบริเวณหลังตึกร้านค้า.....	84
รูปที่ 3.34 แสดงกราฟิกป้าย information.....	84
รูปที่ 3.35 แสดงกราฟิกป้ายเตือน.....	85
รูปที่ 3.36 แสดงกราฟิกป้ายทองหล่อเพ็ชชีตี้.....	85
รูปที่ 3.37 หน้าปกคู่มือการใช้งาน.....	86
รูปที่ 3.38 รูปแบบการจัดหน้ากระดาษในหน้าเนื้อหา.....	86
รูปที่ 3.38 รูปแบบการจัดหน้ากระดาษในหน้าเนื้อหา.....	87
รูปที่ 4.1 แผ่นนำเสนอแผ่นที่ 1.....	88
รูปที่ 4.2 แผ่นนำเสนอแผ่นที่ 2.....	89
รูปที่ 4.3 แผ่นนำเสนอแผ่นที่ 2.....	89
รูปที่ 4.4 แผ่นนำเสนอแผ่นที่ 3.....	90
รูปที่ 4.5 ภาพเรนเดอร์บริเวณหน้าโรงพยาบาล.....	91
รูปที่ 4.6 ภาพเรนเดอร์บริเวณประตูหลังตึกโรงพยาบาล.....	91
รูปที่ 4.7 ภาพเรนเดอร์บริเวณหน้าตึกกรมมิ่งมุขข้าง.....	92
รูปที่ 4.8 ภาพเรนเดอร์บริเวณหน้าตึกกรมมิ่ง.....	92
รูปที่ 4.9 ภาพเรนเดอร์บริเวณสระว่ายน้ำ.....	93
รูปที่ 4.10 ภาพเรนเดอร์บริเวณหน้าสระว่ายน้ำ.....	93
รูปที่ 4.11 ภาพเรนเดอร์บริเวณหน้าตึกร้านค้า.....	94
รูปที่ 4.12 ภาพเรนเดอร์บริเวณหน้าตึกร้านค้าห้องเดี่ยว.....	94
รูปที่ 4.13 ภาพเรนเดอร์บริเวณหลังตึกร้านค้า.....	95
รูปที่ 4.14 ภาพเรนเดอร์บริเวณหน้าสนาม.....	95
รูปที่ 4.15 หุ่นจำลองพื้นที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9 และทองหล่อเพ็ชชีตี้.....	96
รูปที่ 4.16 หุ่นจำลองพื้นที่ทองหล่อเพ็ชชีตี้.....	96
รูปที่ 4.17 ป้ายบอกข้อมูลพื้นที่.....	97

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 4.18 ป้าย Thonglor Pet City.....	97
รูปที่ 4.19 ร่มสนาม.....	98
รูปที่ 4.20 ร่มสนาม (ด้านใน)	98
รูปที่ 4.21 รูปปั้นขนาด 1:4.....	99
รูปที่ 4.22 รูปปั้นขนาด 1:1.....	99
รูปที่ 4.23 แก้วอีสนาม.....	100
รูปที่ 4.24 หน้าปกคู่มือใช้งานอัตลักษณ์.....	100
รูปที่ 4.25 วิธีใช้งานตราสัญลักษณ์.....	101
รูปที่ 4.26 รูปแบบของป้ายบอกข้อมูลและตำแหน่งการติดตั้ง.....	101
รูปที่ 4.27 รูปแบบของกราฟิกติกกรุ่มมิ่ง.....	102
รูปที่ 4.28 ตำแหน่งที่ตั้งของรูปปั้น.....	102
รูปที่ 5.1 วิธีการแก้ไขปัญหาของแต่ละพื้นที่.....	103
รูปที่ 5.2 วิธีการแก้ไขปัญหาพื้นที่โดยใช้เรื่องราว.....	104
รูปที่ 5.3 แสดงการออกแบบบริเวณหน้าโรงพยาบาล.....	105
รูปที่ 5.4 แสดงการออกแบบบริเวณประตูหลังตึกโรงพยาบาล.....	105
รูปที่ 5.5 แสดงการออกแบบบริเวณหน้าตึกกรุ่มมิ่ง.....	106
รูปที่ 5.6 แสดงการออกแบบบริเวณหน้าตึกกรุ่มมิ่ง.....	107
รูปที่ 5.7 แสดงการออกแบบบริเวณสระว่ายน้ำ.....	108
รูปที่ 5.8 แสดงการออกแบบบริเวณตึกร้านค้าต่างๆ.....	108
รูปที่ 5.9 แสดงการออกแบบบริเวณตึกร้านค้าต่างๆ.....	109
รูปที่ 5.10 แสดงการออกแบบบริเวณหน้าสนาม.....	109
รูปที่ 5.11 ลักษณะและขนาดของป้ายแบบต่างๆ.....	110

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันมีผู้ที่หันมาเลี้ยงสัตว์เป็นจำนวนมากเนื่องจากปัจจัยต่างๆทางด้านสังคม โดยสัตว์เลี้ยงที่คนนิยมเลี้ยงมากที่สุดคือสุนัข ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงจึงขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์และคลินิกสัตว์เลี้ยงเป็นหนึ่งธุรกิจที่เป็นที่นิยมเนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่สำคัญยามสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วยหรือมีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพ โดยโรงพยาบาลสัตว์ของ হল่อเป็นโรงพยาบาลสัตว์เอกชนที่มีชื่อเสียง เนื่องจากเป็นโรงพยาบาลเอกชนจึงทำให้ไม่ต้องรอเป็นเวลานาน เป็นโรงพยาบาลสัตว์แห่งแรกที่มีการเปิดฉุกเฉิน 24 ชม. และมี 12 สาขาจึงสะดวกต่อการเข้ารับรักษา มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากมายและมีรางวัลมาตรฐานเพื่อการันตีในคุณภาพและบริการของโรงพยาบาลมากมายจึงทำให้ผู้เลี้ยงสัตว์นิยมมาใช้บริการในโรงพยาบาลสัตว์ของ হল่อถึงแม้ว่าราคาจะค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นโรงพยาบาลเอกชนก็ตาม

ยังมีอีกธุรกิจที่ผู้เลี้ยงสัตว์ค่อนข้างให้ความสนใจคือธุรกิจศูนย์สุนัขครบวงจร มีบริการเช่น สปา สระว่ายน้ำ และโรงแรมสำหรับสุนัขครบวงจรโดยวัตถุประสงค์ของการพาสุนัขมาศูนย์สุนัขครบวงจรคือเพื่อฝึกสุขภาพกายและสุขภาพจิตของสุนัข ให้ได้ผ่อนคลายและได้เจอกับสุนัขตัวอื่นๆบ้าง เนื่องจากกลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขในเมืองจะนิยมเลี้ยงสุนัขเพียงตัวเดียวและเลี้ยงไว้ในบ้านหรือคอนโดที่ค่อนข้างแคบ จึงทำให้สุนัขเกิดความเครียดขึ้นได้จึงเกิดธุรกิจเหล่านี้ขึ้น โดยโรงพยาบาลสัตว์ของ হল่อได้เล็งเห็นถึงปัญหานี้จึงได้สร้างโรงพยาบาลสาขาใหม่ขึ้นคือ โรงพยาบาลสัตว์ของ হল่อ พระรามเก้าที่ตั้งอยู่บนถนนเพชรพระราม แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ มีพื้นที่โดยรวม 8.5 ไร่ โดยจัดตั้งให้เป็นสาขาใหญ่ซึ่งเป็นศูนย์กลางแทนสาขาของ হল่อ โดยมีแพทย์เฉพาะด้านมากที่สุด มีเทคโนโลยีในการรักษาที่ครบครัน และมีโซนของ হল่อเพ็ทซิตี (Thonglor pet city) ที่มีบริการอาบน้ำตัดขน โดยช่างผู้เชี่ยวชาญ มีบริการสระว่ายน้ำสำหรับสุนัข สนามหญ้าเพื่อให้สุนัขได้วิ่งเล่นและทำกิจกรรม และยังมีร้านค้าต่างๆเพื่อบริการผู้เลี้ยงสัตว์อีกด้วย โดยวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเพื่อเป็นสถานที่พบปะพูดคุยของผู้เลี้ยงสัตว์และเป็นสถานที่ที่ให้เจ้าของและสัตว์เลี้ยงได้ทำกิจกรรมร่วมกัน

ทั้งนี้ธุรกิจครบวงจรเหล่านี้ค่อนข้างจะมีการแข่งขันสูงในเรื่องของการครบวงจรและบรรยากาศของสถานที่เพื่อดึงดูดให้ผู้เลี้ยงสัตว์มาใช้งาน โดยบรรยากาศของของ হল่อเพ็ทซิตี (Thonglor pet city) ยังไม่แสดงถึงอัตลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ของ হল่อและยังไม่มีค่าน่าสนใจจากผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลและผู้ที่ใช้บริการในด้านบริการสุนัขครบวงจร จึงเป็นที่มาให้เกิดโครงการนี้ขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 ออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับของ হল่อเพ็ทซิตี โรงพยาบาลสัตว์ของ হল่อสาขาพระราม 9

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตเนื้อหา

1.3.1.1 ออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อมบริเวณด้านนอกโรงพยาบาลเพื่อ
ดึงดูดสนใจให้กับผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลและผู้สัญจร

1.3.1.2 ออกแบบกราฟิกบริเวณท้องหล่อเพ็ทซิติเพื่อสร้างบรรยากาศและ
แสดงอัตลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ท้องหล่อ

1.3.1.3 ออกแบบ infographic ในการใช้งานสนาม

1.3.1.4 ออกแบบ identification sign เพื่อนำทางไปยังจุดต่างๆ

1.3.1.5 ออกแบบกราฟิก 2 มิติ และ 3 มิติเพื่อสร้างบรรยากาศให้กับท้อง
หล่อเพ็ทซิติ

1.3.2 ขอบเขตประชากร

1.3.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ คือ ผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์
ท้องหล่อพระราม 9 และผู้ที่ต้องการใช้บริการท้องหล่อเพ็ทซิติ โดยจะเป็นผู้รักสัตว์ที่เห็นสัตว์เป็น
เหมือนคนในครอบครัวโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงวัยทำงานคือ 25-50 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร
โดยต้องการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับสัตว์เลี้ยงโดยไม่กังวลเรื่องค่าใช้จ่าย

1.3.2.2 ผู้จัดการโรงพยาบาลท้องหล่อพระราม 9 ผู้ให้ข้อมูล

1.3.3 ขอบเขตพื้นที่

1.3.3.1 โรงพยาบาลสัตว์ท้องหล่อพระราม9 เลขที่ 80 ถนนเพชรพระราม
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ

1.3.3.2 บริเวณโซนโรงพยาบาล

(1) บริเวณทางเข้าหน้าโรงพยาบาลสัตว์ท้องหล่อพระราม9

(2) บริเวณด้านนอกของอาคารโรงพยาบาล

1.3.3.3 บริเวณโซนท้องหล่อเพ็ทซิติ (Thonglor pet city)

(1) นอกตึกอาบน้ำตัดขน

(2) บริเวณสระว่ายน้ำ

(3) บริเวณสนามหญ้า

(4) บริเวณตึกร้านค้า

1.4 วิธีดำเนินโครงการ

1.4.1 ศึกษาเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์ท้องหล่อและท้องหล่อเพ็ทซิติ

1.4.1.1 ศึกษาประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ สิ่งสื่อสารไปยัง
ผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ที่ผู้ให้บริการสัมผัสได้ (Brand Platform) โดยสัมภาษณ์จากผู้เกี่ยวข้องและผู้
มาใช้บริการ เพื่อวิเคราะห์และใช้ในการออกแบบ

1.4.1.2 ศึกษาด้านการบริการของ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ รางวัล การรักษาและบริการอื่นๆโดยภาพรวมทุกๆสาขาเพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรและคู่แข่ง จุดเด่นที่เป็นจุดขายและทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการของที่นี่

1.4.1.3 ศึกษาข้อมูลของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9 ว่าต่างจากสาขาอื่นอย่างไร การเดินทาง สถานที่ตั้ง รวมถึงด้านบริการต่างๆ

1.4.1.4 ศึกษาข้อมูลการใช้อัตลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อทั้งในด้านพื้นที่ การใช้งานตามสื่อต่างๆ

1.4.1.5 ศึกษาข้อมูลกลุ่มผู้มาใช้บริการจากการสัมภาษณ์ผู้มาใช้บริการและจากเจ้าหน้าที่โรงพยาบาล โดยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเช่น อายุ อาชีพ รายได้ รวมไปถึง สัตว์ที่นำมาใช้บริการ

1.4.1.6 ศึกษาการใช้งานพื้นที่ของผู้มาใช้บริการ จากการสัมภาษณ์และสังเกตเพื่อวิเคราะห์หาปัญหาในการใช้งานพื้นที่

1.4.2 ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อมและกรณีศึกษา

1.4.3 วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปเกณฑ์เพื่อใช้ในการออกแบบ

1.4.3.1 วิเคราะห์ปัญหาของการใช้งานพื้นที่และแนวทางการแก้ไข

1.4.3.2 วิเคราะห์และสรุปเกี่ยวกับแนวทางที่สามารถใช้ร่วมกันระหว่างทอง

หล่อเพ็ทซิติและโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

1.4.4 วิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ (Design Concept)

1.4.5 ทำแบบร่างเพื่อใช้ในการออกแบบ (Sketch Design)

1.4.6 วิเคราะห์ เพื่อสรุปแนวทางในการออกแบบ

1.4.7 พัฒนาแบบ (Design Develop)

1.4.8 สร้างแบบจำลองกราฟิกบนสภาพแวดล้อม

1.4.8.1 สร้างกราฟิกบนสภาพแวดล้อมโดยใช้ภาพจำลอง 3 มิติ

1.4.8.2 สร้างหุ่นจำลอง 3 มิติ

1.4.9 วิเคราะห์และแก้ไขผลงานการออกแบบ

1.4.10 นำเสนอผลงานการออกแบบ

1.4.10 สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะผลงานการออกแบบ

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.5.1 ได้ออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับทองหล่อเพ็ทซิติ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาพระราม 9

1.5.2 สามารถแก้ไขปัญหาในด้านการใช้พื้นที่ของผู้มาใช้บริการได้

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 ทองหล่อเพ็ทซิตี (Thonglor pet city) คือ อาคารที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองผู้เลี้ยงสัตว์โดยมีบริการอาบน้ำตัดขนสปา สำหรับ สุนัขและแมว สระว่ายน้ำสุนัข สนามหญ้าวิ่งเล่นร้านสำหรับเจ้าของสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการ โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นสถานที่สำหรับพบปะพูดคุยกันของผู้รักสัตว์และเป็นสถานที่ทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างสุนัขและเจ้าของ

1.6.2 การออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม (Environmental graphic design) คือ การสื่อสารในเชิงพื้นที่โดยประกอบด้วย การชี้นำทาง การสื่อความหมาย และการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่ซึ่งสามารถถ่ายทอดออกมาได้หลากหลายรูปแบบโดยจะต้องตอบสนองประโยชน์ใช้สอยในแต่ละสถานที่นั้นๆได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

1.6.3 การเสริมสร้างอัตลักษณ์ (Identity Presentation) คือ การการนำเอกลักษณ์ของแบรนด์มาขยายให้ลูกค้าได้รับรู้ชัดเจนขึ้น หรือเพื่อแสดงตัวตนให้รับรู้ว่าแบรนด์เป็นแบบไหนและต่างจากที่อื่นอย่างไร



บทที่ 2

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

โครงการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับ ทองหล่อเพ็ทซีตี้ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขาพระราม 9 มีการศึกษาข้อมูลและนำมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อใช้ในการออกแบบ แบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทองหล่อเพ็ทซีตี้
- 2.4 วิเคราะห์อัตลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ
- 2.5 ข้อมูลคู่แข่ง
- 2.6 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
- 2.7 วิเคราะห์พื้นที่ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9
- 2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม และกรณีศึกษา
- 2.9 สรุปการออกแบบ

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภาพรวมโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ตั้งแต่ประวัติความเป็นมา ภาพลักษณ์ขององค์กร จุดเด่น รางวัลต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1.1 ประวัติความเป็นมา

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อก่อตั้งโดย น.สพ.บุญชู ทองเจริญพลพร โดยเริ่มต้นจากพื้นที่เพียงหนึ่งคูหาในปี 2537 กับเงินลงทุนที่ระดมมาจากครอบครัว ญาติ และเพื่อนๆ ที่มีใจรักสัตว์ และหวังจะสร้างโรงพยาบาลที่สามารถดูแลสัตว์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจท่าเล็กลาง กรุงเทพฯ จากจุดเริ่มต้นของคลินิกรักษาสัตว์เล็กๆ ในย่านสุขุมวิทที่เกิดขึ้นมาด้วยความรัก ความผูกพันระหว่างคนและสัตว์ โดยหวังจะสร้างสถานพยาบาลที่พร้อมจะให้บริการรักษาสัตว์ที่ได้มาตรฐานการรักษาและการให้บริการเทียบเท่าระดับสากล จึงได้รวมทีมบุคลากรที่มีแนวคิดเดียวกัน จัดหาเครื่องมือทางการแพทย์ คัดสรรสัตว์แพทย์ที่พร้อมด้วยความรู้และประสบการณ์ ทีมงานบริการที่สามารถเป็นที่พึ่งของสัตว์ที่เจ็บป่วยได้ตลอด 24 ชั่วโมง และปัจจุบันได้เปิดสาขาเพิ่มเติมเพื่อความสะดวกกับลูกค้า

กว่า 12 สาขา โดยได้ย้ายสาขาศูนย์กลางมาอยู่สาขาพระราม 9 ถนนเพชรพระราม ปัจจุบันโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อเป็นโรงพยาบาลสัตว์เอกชนที่มีชื่อเสียงอย่างมากและได้รับการรองรับมาตรฐานและรางวัลต่างๆ ระดับสากลมากมาย นอกจากธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์แล้วโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อยังได้ขยายตัวไปทำธุรกิจสัตว์อื่น คือ ทองหล่อเพ็ทแคร์ และทองหล่อเพ็ทซิตี

(1.) ทองหล่อเพ็ทแคร์ คือบริการ อาบน้ำตัดขน สปา สุนัข และร้านขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง และยังมีบริการ Pet Taxi เพื่อสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการต่างๆ หรือในยามฉุกเฉิน



ภาพที่ 2.1 แสดงภาพของทองหล่อเพ็ทแคร์

ที่มา : <http://petcare.thonglorpet.com/pet-taxi/>

(2.) ทองหล่อเพ็ทซิตี คือส่วนหนึ่งใน ทองหล่อเพ็ทแคร์ ซึ่งถูกออกแบบให้เป็นคอมมูนิตี้ขนาดใหญ่สำหรับคนรักสัตว์เลี้ยง ที่มีบริการแบบครบวงจรในพื้นที่เดียว เช่น มีโรงพยาบาล มีสถานที่ซื่อปิ้งสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง มีที่พาสัตว์ไปพักผ่อนหย่อนใจ เรียกได้ว่าเข้ามาที่ Pet City ที่เดียวได้ครบทุกอย่าง โดยมีสโลแกนว่า Happy Place For Pet Lover โดยมีเพียงสาขา รังสิต และสาขาพระราม 9 เท่านั้น โดยสาขาพระราม 9 เป็นที่เดียวที่มีร้านค้าเพื่อให้เจ้าของได้ผ่อนคลาย และสนามวิ่งเล่นขนาดใหญ่ให้สุนัข โดยกำลังเริ่มพัฒนาให้มีการทำกิจกรรมต่างๆ เพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 2.2 แสดงภาพของทงหล่อเพ็ทซีดี
ที่มา : <http://petcare.thonglorpet.com>

2.1.2 สาขาของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ

- (1.) สาขาสุขุมวิท : 205/19-20 ซอยทงหล่อ (ระหว่างซอย 9 กับ11)
ถนนสุขุมวิท 55, แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
- (2.) สาขาพระราม 9 : 80 ถนนเพชรพระราม (ถนนเพชรบุรี มุ่งสู่พระราม9)
บางกะปิ ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
- (3.) สาขาลาดพร้าว : 2408/1 ปากซอยลาดพร้าว 122 (มหาดไทย)
ถนนลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
- (4.) สาขาประดิษฐ์มนูธรรม : 738 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม
แขวงคลองเจ้าคุณสิงห์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
- (5.) สาขาศรีนครินทร์ : 240 ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ
แขวงหนองบอน เขต ประเวศ กรุงเทพฯ 10250
- (6.) สาขาปิ่นเกล้า : 345 ถนนสิรินทร แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ
10700
- (7.) สาขารามอินทรา : 492-492/1 ซอยรามอินทรา 50 รามอินทรา
แขวงรามอินทรา เขต คันนายาว กรุงเทพฯ 10230
- (8.) สาขา ถนนพระราม 2 : 30/6 ถนนพระราม 2 แขวงท่าข้าม
เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ,10150
- (9.) สาขาแจ้งวัฒนะ : 17 ถนนแจ้งวัฒนะ อ.ปากเกร็ด นนทบุรี 11120
- (10.) สาขารังสิต : 94/2 ถนนพหลโยธิน ตำบลประชาธิปัตย์ อ.ธัญบุรี ปทุมธานี
10130

(11.) สาขาแพทยฯ : 147/41-44 ม.9 ถ.สุขุมวิท หนองปรือ บางละมุง ชลบุรี 20150

(12.) สาขาเชียงใหม่ : 133 หมู่ 5 ถนนสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี ต.สันทรายน้อย อ.สันทราย จังหวัด เชียงใหม่ 50210

2.1.3 การบริการ

ในการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นทางโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อให้ความสำคัญกับบุคลากรในทุกระดับรวมทั้งมีการยกระดับโปรแกรมหมอมือมีการสอบข้ามขั้นเพื่อให้ได้เรียนรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติรวมถึงให้ความสำคัญด้านการวิจัยและพัฒนา ตลอดเวลา ผลงานวิจัยของทีมแพทย์โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อได้รับการยอมรับจากสมาคมสัตวแพทย์แห่งโลก (WSAVA :The World Small Animal Veterinary Association) องค์การนานาชาติที่ก่อตั้งขึ้น เพื่อส่งเสริมสุขภาพและสวัสดิภาพของสัตว์เลี้ยงซึ่งโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อก็เป็นสมาชิกของ WSAVA ด้วย และที่ผ่านมาได้มีทีมแพทย์จากประเทศสมาชิกและประเทศในเอเชียไม่ว่าจะเป็นเวียดนาม อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น เป็นต้น มาดูงานที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อเป็นโรงพยาบาลสัตว์ที่พร้อมบริการทั้ง ด้านวิชาการและการปฏิบัติในการดูแลรักษา ทุกโปรแกรมของหมอได้ถูกจัดเตรียมให้เดินเข้าสู่ระบบและให้เกิดการยอมรับระดับโลกและเครื่องมือต่างๆ ที่มีอยู่ทันสมัยที่สุดในโลกเพราะต้องการความสมบูรณ์แบบในการ ดูแลรักษารวมถึงการบริการโดยมีลูกค้าที่เป็นสัตว์เลี้ยงเป็นศูนย์กลาง

การบริหารจัดการงานในทุกหน่วยงานได้นำระบบคุณภาพ ISO 9001:2008 เข้ามาใช้บริหารจัดการโรงพยาบาล และโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อเป็นโรงพยาบาลสัตว์แห่งแรกในเอเชียที่ผ่านการรับรองคุณภาพ ISO 9001:2000 การดำเนินการตามกรอบคุณภาพมาตรฐาน ISO ได้นำมาใช้ในทุกส่วนของการบริหารและการจัดการไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกคนที่เข้ามาทำงาน ด้านการพัฒนากระบวนการบริหารคุณภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ ทางโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อยังดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐานของโรงพยาบาลสัตว์ที่สมาคมสัตวแพทย์ผู้ประกอบกรบำบัดโรคสัตว์แห่งประเทศไทยที่ต้องการยกระดับคุณภาพการรักษาสัตว์ในประเทศไทยให้ดีขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานคุณภาพในด้านต่างๆ รวมถึงเพื่อความมั่นใจของผู้ใช้บริการ และเพื่อความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ สู่จุดมุ่งหมายของการบริการที่เป็นเลิศที่ให้ความสำคัญทุกขั้นตอนของการทำงานตั้งแต่งานบริการส่วนหน้า เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจ ทางโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อได้จัดให้มีการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในแต่ละสาขาแต่ละแผนกให้เข้าใจลูกค้าและในการให้บริการลูกค้า กรณีที่เป็นหมอนัดจะต้องเตรียมความพร้อมล่วงหน้า 3 วัน ก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการให้บริการ

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อได้ยกระดับโรงพยาบาลเป็น ระดับซูเปอร์ เพ็ท ฮอสพิทาล (Super Pet Hospital) ใน 4 สาขา ได้แก่ สาขาสิรินธร-ปิ่นเกล้า สาขาพระราม2 สาขารังสิต สาขาศรีนครินทร์ และระดับแอดวานส์ เพ็ท ฮอสพิทาล (Advance Pet Hospital) ใน 8 สาขา ได้แก่ สาขาลาดพร้าว สาขาแจ้งวัฒนะ สาขารามอินทรา สาขาเกษตรนวมินทร์ สาขาพญา สาขาขอนแก่น สาขาเชียงใหม่ สาขาพระราม 9

สิ่งที่บริษัทดำเนินการ คือ พัฒนาด้านการแพทย์ ที่เรียกว่า Thonglor's New Way (T's NW) เป็นการวาง Thonglor's Road Map ของสัตวแพทย์ ในระยะ 3 ปีข้างหน้าว่าจะส่งเสริมเพิ่มทักษะของสัตวแพทย์ในด้านใดบ้าง เช่น วางระดับแพทย์ รักษาโรคทั่วไป การพัฒนาสัตวแพทย์เฉพาะทางก็มีการพัฒนาเป็นระดับเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังเสริมด้วยการลงทุนด้านเครื่องมือทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าอย่างมาก เพื่อให้การรักษาและการวินิจฉัยถูกต้อง ชัดเจนนอกจากนี้ ยังตอบสนองความต้องการลูกค้า ที่เป็นเจ้าของสุนัข แมว ที่ต้องการรักษาที่เฉพาะทางมากขึ้น เช่น ต้องการการรักษาเฉพาะแมว แยกจากสุนัข หรือเฉพาะโรค การกายภาพบำบัดสำหรับสุนัขอายุมาก หรือสุนัขที่เป็นมะเร็ง เป็นต้น ทั้งนี้ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อยังบูรณาการ ศูนย์เฉพาะทางด้านต่างๆ ได้แก่ ศูนย์อายุรกรรม ศูนย์ตา ศูนย์หัวใจ ศูนย์ผิวหนัง ศูนย์ระบบประสาท ศูนย์กระดูกและไขข้อ ศูนย์ฟันและช่องปาก ศูนย์ผ่าตัด ศูนย์ฉุกเฉิน ศูนย์แมว ศูนย์มะเร็ง ศูนย์กายภาพบำบัด ศูนย์อัลตราซาวด์ และ อิมเมจจิง ศูนย์สัตว์เลี้ยงพิเศษ ศูนย์ตรวจสัตว์เพื่อส่งน้องสัตว์เลี้ยง เดินทางออกนอกประเทศ หรือ เดินทางเข้าประเทศ (Pet Relocation) สัตวแพทย์เฉพาะทางการฝังเข็ม การรักษาด้วยสมุนไพร แม้กระทั่ง ศูนย์ผิวหนัง และความงาม

สาขาในระดับ ซูเปอร์ จะมี สัตวแพทย์รักษาโรคทั่วไปและ สัตวแพทย์เฉพาะทางต่างๆ ที่กล่าวแล้วข้างต้นครบทุกด้านให้บริการ ส่วนในระดับแอดวานส์จะมีสัตวแพทย์ด้านต่างๆ ดูแล เช่นเดียวกับ ระดับซูเปอร์ เพียงแต่ไม่ครบเท่า เช่น แอดวานส์ เพท ฮอสพิทาล สาขาลาดพร้าว จะเป็น อายุรกรรม ศูนย์ตา ศูนย์หัวใจ ศูนย์ 24 ชั่วโมง ผ่าตัด อุบัติเหตุ ฉุกเฉิน ส่วนสาขา แจ้งวัฒนะ จะเป็น ศูนย์ 24 ชั่วโมง ผ่าตัด อุบัติเหตุ ฉุกเฉิน ศูนย์ผิวหนัง ศูนย์ตา ในกรณีที่ มีสัตว์เลี้ยงที่ป่วยที่ต้องการสัตวแพทย์เฉพาะทาง เช่น เป็นมะเร็ง สาขาระดับแอดวานส์จะประสานงานกับ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขา ระดับซูเปอร์ ที่อยู่ใกล้เคียง มาดูแลรักษาได้ เสมอ นอกจากนี้ ยังบูรณาการการให้บริการ ซูเปอร์ เลเวล อินเด็กซ์ (SLI : Super Level Index) หรือ ดัชนีแสดงระดับความเป็น ซูเปอร์ เพท ฮอสพิทาล ได้แก่ 4 ปัจจัยดังนี้

(1.) ฮอสพิทาล ดิจิทัล อินฟอร์เมชัน (HDI : Hospital Digital Information) เป็นการนำข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการรักษา สัตวแพทย์ การบริการต่างๆ ตลอดจนการสื่อสารสู่ภายนอก การสื่อสารภายใน การประมวล วิเคราะห์ ข้อมูล และการแสดงพรีเซนเทชัน กับทุกภาคส่วน เข้าสู่ระบบ ดิจิทัล

(2.) อินทิเกรต ฟังก์ชัน ทู คาสตอมเมอร์ เซ็นทริก (IFCC : Integrated Function to Customer Centric) คือการนำเอาส่วนของโรงพยาบาลสัตว์ ได้แก่ การรักษา หลอมรวมกับ การบริการ โดยมุ่งสู่ประโยชน์ ของการดูแลรักษา น้องสัตว์เลี้ยง และ การบริการให้ได้ดีใจ เจ้าของสัตว์เลี้ยง โดยในด้านการให้บริการของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องให้หน่วยงานทุกหน่วยงาน ทำงานเชื่อมโยงกัน

ปัจจุบัน โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ มีเจ้าของสัตว์เลี้ยงมารักษาที่โรงพยาบาลอย่างต่อเนื่อง มีจำนวนกว่าแสนราย ภายใต้การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM : Customer Relationship Management) เป็นกระบวนการทำงานในการเก็บและรวบรวมข้อมูลลูกค้าทุกราย จัดแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มตามพื้นฐานการมาใช้บริการที่ลูกค้ามีต่อโรงพยาบาล เรียนรู้ความต้องการของลูกค้า และนำเสนอการดูแลไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการอื่นๆ ที่เหมาะสมเฉพาะตัวกับลูกค้าแต่ละราย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระยะยาว

(3.) แมคโคร แอนด์ ไมโคร ควอลิตี้ โฟกัส (MMQF : Macro and Micro Quality Focus) เป็นการดูแล ควบคุมคุณภาพในระดับ แมคโคร คือ

(ก.) ในระบบการบริหารจัดการงานในทุกแผนกหรือทุกหน่วยงานได้นำระบบคุณภาพ ISO 9001:2008 เข้ามาใช้บริหารจัดการโรงพยาบาล โดยได้รับการรับรองจาก UKAS ภายใต้การตรวจประเมินของ URS ตั้งแต่ปี 2547 และโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อเป็นโรงพยาบาลสัตว์แห่งแรกในเอเชียที่ผ่านการรับรองคุณภาพ ISO 9001:2000 การดำเนินการตามกรอบคุณภาพมาตรฐาน ISO ได้นำมาใช้ในทุกๆ ส่วนของการบริหารและการจัดการ ตั้งแต่หน่วยงาน Back office ที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนจนถึงหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการลูกค้า

(ข.) เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ ทางโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

(ค.) นอกจากการให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามระบบคุณภาพ ISO ทางโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อยังดำเนินธุรกิจภายใต้มาตรฐานโรงพยาบาลสัตว์ของไทย (TAHSA) ที่สมาคมสัตวแพทย์ผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์แห่งประเทศไทย (VPAT) ได้ประยุกต์ใช้ขึ้น ส่วนคุณภาพในระดับไมโคร คือ จะให้ความเอาใจใส่และกำกับดูแลในทุกรายละเอียดของขั้นตอนการทำงานทั้งในส่วนหน่วยงานสนับสนุนและส่วนที่ให้บริการลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่า ลูกค้าจะได้รับการบริการที่สม่ำเสมอ ถูกต้อง ปลอดภัยและเชื่อถือได้ มีการนำหลักการ “ 5 ส. ” มาโฟกัสทุกส่วน ตั้งแต่ปี 2545 จนถึงปัจจุบัน เพราะเชื่อมั่นว่า 5 ส คือพื้นฐานของคุณภาพ ซึ่งจะมีการตรวจหรือการประเมินขั้นตอนการทำงาน พฤติกรรมบริการของพนักงาน และความสะอาดของหน่วยงานทุกเดือน มีการ feed back ให้ทุกหน่วยงานทราบทันที เพื่อปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ข้อร้องเรียนหรือแม้แต่เสียงบ่นของลูกค้า จะได้รับการติดต่อกลับ และประเด็นความเสี่ยงต่างๆ จะได้รับการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีก

(4.) ท่องหล่อนิวเวย์ (T's NW: Thonglor's New Way) เป็นวิถีการพัฒนาทางการแพทย์ ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ เพื่อพัฒนาสัตวแพทย์ รักษาโรคทั่วไป และสัตวแพทย์เฉพาะทางของศูนย์รักษาต่างๆ ข้างต้น ในระดับ Asian Board และดูแลให้มีผลงาน แสดงสู่สาธารณะ

2.1.3 รางวัลและมาตรฐานที่ได้รับ

(1.) รางวัลโบโพธิ์ 3 มิติ เป็นรางวัลเพื่อยกย่องผู้ประกอบการ SME ที่สามารถสร้างความแตกต่างทางธุรกิจได้อย่างโดดเด่นใน 8 มิติ ได้แก่ การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน การสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การสร้างตราสินค้าและการตลาด การปฏิบัติการการบริหารจัดการด้านการเงินการบริการจัดการด้านบุคลากรรวมถึงการสร้างธุรกิจด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งล้วนแต่เป็นมิติที่มีความสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจเอสเอ็มอีและเป็นพื้นฐานที่จะทำให้สามารถก้าวไปสู่เวทีการแข่งขันระดับอาเซียน

(2.) มาตรฐาน ISO9001:2008

(3.) มาตรฐานการรับรองจาก UKAS

(4.) มาตรฐานโรงพยาบาลสัตว์แห่งประเทศไทย (VPAT)

(5.) มีทีมแพทย์จากประเทศสมาชิกและประเทศในเอเชียไม่ว่าจะเป็นเวียดนาม อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น เป็นต้น มาดูงาน

(6.) ผลงานวิจัยได้รับการยอมรับจากสมาคมสัตวแพทย์แห่งโลก (WSAVA)

2.1.4 ข้อมูลผู้มาใช้งาน

จากการสำรวจพบว่าผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อส่วนใหญ่เป็นคนไทย 80% และเป็นต่างชาติ 20% โดยอาศัยอยู่ในกรุงเทพ อายุเฉลี่ย 25-50 ปี (วัยทำงาน) 65% มีเงินเดือนเฉลี่ย 20,000-30,000 บาท ทำงานบริษัทเอกชน ความถี่ในการมา 64% คือนานๆ ครั้ง โดยช่วงเวลาที่ผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมากคือ เสาร์-อาทิตย์ 8.00-17.00 น. ส่วนจันทร์-ศุกร์ จะเป็นช่วง 10.00-12.00 น. โดย 80% ของผู้ที่พาสัตว์เลี้ยงมา คือมารักษา และ สัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่คือสุนัข โดยจากสถิติการเลี้ยงสุนัขของประเทศไทย สุนัขที่นิยมคือ สุนัขพันธุ์เล็ก โดยผู้ที่มาใช้บริการทุกคนเลี้ยงสัตว์ไว้เพื่อเป็นเพื่อนโดยมองว่าสัตว์เลี้ยงเหมือนเด็กหรือคนในครอบครัว

2.1.5 Brand Platform

(1.) Brand Heritage : โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อเป็นโรงพยาบาลรักษาสัตว์เลี้ยง จำหน่ายสินค้าและบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงโดยเป็นโรงพยาบาลสัตว์แห่งแรกที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง มีทั้งหมด 12 สาขา โดยเริ่มต้นจากคลินิกเล็กๆ แล้วพัฒนาเป็นโรงพยาบาลสัตว์ โดย น.สพ.บุญชูทองเจริญพลพร ท่านเป็นสัตวแพทย์ที่รักสัตว์ ท่านจึงคิดว่าถ้ามีโรงพยาบาลที่มีเครื่องมือพร้อมและเปิดให้

บริการฉุกเฉินในเวลากลางคืนก็คงดี เขาจึงรวบรวมเพื่อนๆ ที่คิดเหมือนเขา และเปิดโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อขึ้นมา ด้วยเงินจากผู้ถือหุ้นที่รวบรวมมา 15.6 ล้านบาท และกู้เงินมา 10 ล้านบาท

(2.) Brand Value : เราดูแลแบบ Total Solution for pets ตอบทุกปัญหาของสัตว์เลี้ยงในทีเดียวเพื่อให้สัตว์เลี้ยงของคุณได้รับในสิ่งที่ดีที่สุด (choose the best for your pet)

(3.) Brand Vision : เป็นผู้นำอันดับ 1 ในธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ของไทยและอาเซียน โดยมีระบบจัดการที่มีมาตรฐานสากล

(4.) Brand Mission : เราจะพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ ทั้งในด้านเทคโนโลยี การรักษา และบริการ

(5.) Brand Promise : เราจะใส่ใจในการรักษาและบริการสัตว์เลี้ยงของคุณให้สุดความสามารถ

(6.) Brand Benefit : สัตว์เลี้ยงจะอยู่กับคุณได้นานขึ้น ด้วยสุขภาพกายจิตที่ดี

(7.) Brand Personality : บุคลิกของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ คือ เป็นผู้เชี่ยวชาญ เข้าถึงง่าย ใสใจ เป็นมิตร

Companion คือเพื่อนผู้คอยสนับสนุนที่ไว้เนื้อเชื่อใจได้ คอยให้ความช่วยเหลืออยู่เสมอคอยให้การสนับสนุน จัดการ และความผูกพัน ให้ความเคารพต่อคุณค่าของคนแต่ละคน เป็นเพื่อนสนิทที่คอยรับฟัง เป็นเพื่อนในยามสุขและยามทุกข์ : 50%

Samaritan เป็นผู้ที่มีใจเมตตาในการรักษาผู้ที่มีใจเมตตา กรุณา ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีความสุขเมื่อตนเองได้ขจัดความทุกข์ยากของผู้อื่น และแบ่งปันให้กับผู้ยากแค้น : 40%

Visionary เป็นผู้มีกลยุทธ์ล้ำเลิศ และสามารถคิดถึงความเป็นไปได้ต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงทุกชีวิต โดยมีประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง เป็นผู้คิดอย่างมีระบบ และสามารถปะติดปะต่อสิ่งต่างๆ ได้ คิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าในอนาคต :10%

(8.) Brand Concept : เป็นหมอผู้เชี่ยวชาญที่รักสัตว์เหมือนหนึ่งในครอบครัว โดยจะอยู่ด้วยกันทั้งยามทุกข์และสุข จึงมีบริการเพื่อรักษาตลอดทั้ง 24 ชม.และบริการสร้างความสุขให้แก่สัตว์เลี้ยงมากมาย

(9.) Key Message : Choose the best for your pet

(10.) Brand Image : ภาพลักษณ์ที่โรงพยาบาลสัตว์แสดงออกมาคือ Smart , Friendly และ progressive เนื่องจากเป็นโรงพยาบาลสัตว์ที่เปิดมานาน มีความเชี่ยวชาญ มีการพัฒนาการบริการเพื่อสัตว์เลี้ยงอยู่เสมอ และใส่ใจในด้านบริการต่างๆ อย่างเป็นกันเอง



ภาพที่ 2.3 แสดงถึงภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

2.1.6 SWOT ANALYSIS

วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งของโรงพยาบาลทองหล่อโดยภาพรวมทุกสาขาทั้งด้านการบริการ สภาพแวดล้อมต่างๆ

ตารางที่ 2.1 แสดงการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> - เปิดมานาน 23 ปี - เป็นรพ. สัตว์ที่เปิด 24 ชม. ที่แรก - มีหลายสาขา - มีรางวัล และมาตรฐานการันตี - เป็น รพ. ขนาดใหญ่ จึงมีหมอเยอะ - อุปกรณ์ครบครัน - การบริการดี ใส่ใจลูกค้า - สถานที่สะอาด ปลอดภัย 	<ul style="list-style-type: none"> - ราคาสูงมาก ทั้งในด้านรักษาและบริการอื่น - สถานที่ไม่ถ่ายเทถึงอัตลักษณ์
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - คนหันมาเลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้น - กระแสคนใส่ใจสุขภาพสัตว์เลี้ยง - กระแสการทำกิจกรรมร่วมกับสัตว์เลี้ยง 	<ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงขยายตัว - ธุรกิจสัตว์เลี้ยงครบวงจรมีเพิ่มขึ้น - รพ. สัตว์เอกชนหันมาเปิด 24 ชม. เพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนจากเครื่องมือ SWOT Analysis พบว่า โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีคุณภาพสูง มีบริการที่ดี ทันสมัย และเนื่องด้วยปัจจุบันผู้คนนิยมเลี้ยงสัตว์มากยิ่งขึ้นจึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของโรงพยาบาลที่มีคุณภาพแห่งนี้ แต่ก็ยังมีการแข่งขันสูงจากโรงพยาบาลสัตว์อื่นๆ ด้วยเช่นกัน และด้วยราคาที่แพงของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อจึงเป็นอุปสรรคต่อผู้เลี้ยงสัตว์ที่รายได้น้อยเช่นกัน

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลทองหล่อพระราม 9

ได้ศึกษาข้อมูลโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อเฉพาะสาขาพระราม 9 เท่านั้น ทั้งในด้านบริการและพื้นที่ ดังนี้

2.2.1 ความเป็นมาของโรงพยาบาลทองหล่อพระราม 9



ภาพที่ 2.4 แสดงตึกโรงพยาบาลทองหล่อพระราม 9

โรงพยาบาลทองหล่อพระราม 9 ตั้งอยู่ที่ 80 ถนนเพชรพระราม แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ เป็นโรงพยาบาลสาขาใหม่ โดยสร้างจากประสบการณ์ในการทำโรงพยาบาลสัตว์มา 23 ปี ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อทำให้เข้าใจความต้องการของคนรักสัตว์ทุกคน ทั้ง Dog lover และ Cat lover โดยโรงพยาบาลสัตว์สาขาใหม่นี้ ถูกคิดวิเคราะห์ พุดคุย หาข้อมูลและพิถีพิถันในการออกแบบ เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับคนรักสัตว์ ทั้งในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก

ที่ครบครัน วิธีการใช้พื้นที่ที่เหมาะสม โดยโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9 นี้มาพร้อมกับการรักษาแบบ Total Solution เป็นการดูแลสัตว์เลี้ยง ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งสุดท้ายของชีวิต ด้วยบริการทางการแพทย์จากสัตวแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ พร้อมเครื่องมือที่ทันสมัย เทียบเท่าโรงพยาบาลสำหรับรักษาคน



ภาพที่ 2.5 แสดงการรักษา 7 Excellent Center

ที่มา : <http://www.thonglorpet.com>

2.2.2 จุดเด่นของโรงพยาบาลทองหล่อพระราม 9

(1.) ด้านการรักษา : มีความพร้อมทั้งเครื่องมือการรักษาและทีมสัตวแพทย์ที่มีประสบการณ์ในการวินิจฉัยและรักษา 7 Excellent Center ของ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ จึงมีความพร้อมที่จะให้บริการรักษาและดูแลสัตว์เลี้ยงของท่าน ให้กลับมามีความสุขที่ดีและคุณภาพชีวิตของน้องสัตว์เลี้ยงดีขึ้น

(ก.) ศูนย์ตา (Ophthalmology Center) มีทีมสัตวแพทย์ที่มีความรู้ความสามารถและเครื่องมือในการดูแลรักษาดวงตาของสัตว์เลี้ยงที่ทันสมัย สามารถวิเคราะห์โรคได้แม่นยำสูงอย่างเช่น กล้องตรวจตาค่ากล้องขยายสูง พร้อมออกจอภาพ (Slit-lamp and monitor) ให้เจ้าของสามารถมองเห็นดวงตาของสัตว์เลี้ยงไปพร้อมๆ กับการตรวจ

(ข.) ศูนย์โรคหัวใจ (Cardiology Center) โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อให้ความสำคัญกับโรคหัวใจของสัตว์เลี้ยงโดยมีทีมสัตวแพทย์ศูนย์หัวใจที่ คอยให้การดูแลเรื่องหัวใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ พร้อมเครื่องมือการวินิจฉัยเกี่ยวกับโรคหัวใจที่มีความแม่นยำในการช่วยในการรักษาค่อนข้างสูง เครื่องอัลตราซาวด์ (Echocardiogram) เพื่อดูโครงสร้างของหัวใจ เช่นกล้ามเนื้อหัวใจ ลิ้นหัวใจ การบีบตัวของหัวใจ เพื่อช่วยในการวินิจฉัยการรักษา

(ค.) ศูนย์ผิวหนังและภูมิแพ้ (Dermatology and Allergy Center) ศูนย์ผิวหนังโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม9 มีทีมสัตวแพทย์ที่มีความรู้และการวินิจฉัยการรักษาโรคผิวหนังของสัตว์เลี้ยงพร้อมเทคนิคอุปกรณ์การตรวจการเกิดปัญหาของโรคผิวหนังภูมิแพ้ต่างๆ ของสัตว์เลี้ยงได้อย่างแม่นยำเช่น การตรวจ SKIN TEST เป็นการทดสอบให้รู้ว่าสัตว์เลี้ยงของเราแพ้ อะไร เพื่อที่จะทำวัคซีนป้องกัน หรือ หลีกเลี่ยงไม่ให้ก่อให้เกิดอาการแพ้สิ่งนั้น

(ง.) ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู (Rehabilitation Center) มีอุปกรณ์เครื่องมือที่จะช่วยบำบัดให้คุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงดีขึ้น ไม่ว่าจะสัตว์เลี้ยงจะมีปัญหาทางด้านระบบประสาทหรือกระดูก หรือแม้กระทั่งการดูแลหลังผ่าตัดก็สามารถช่วยทำให้ผลของการผ่าตัดดีขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

(จ.) ศูนย์อายุรกรรม (Internal Medicine Center) ตรวจ รักษาโรคทางอายุรกรรม ต่างๆ ได้แก่ โรคในระบบทางเดินอาหาร ตับและตับอ่อน ระบบต่อมไร้ท่อ (เบาหวาน , เบาเจ็ด , hypo และ hyperadrenocorticism , hypo และ hyper thyroids เป็นต้น) ระบบทางเดินหายใจ ระบบเลือด ระบบภูมิคุ้มกัน ระบบไตและทางเดินปัสสาวะ และโรคติดเชื้อต่างๆ มีการเก็บและถ่ายเลือด รวมทั้งผลิตภัณฑ์เลือด เคสฉุกเฉิน และดูแลสัตว์ป่วยในภาวะวิกฤติ

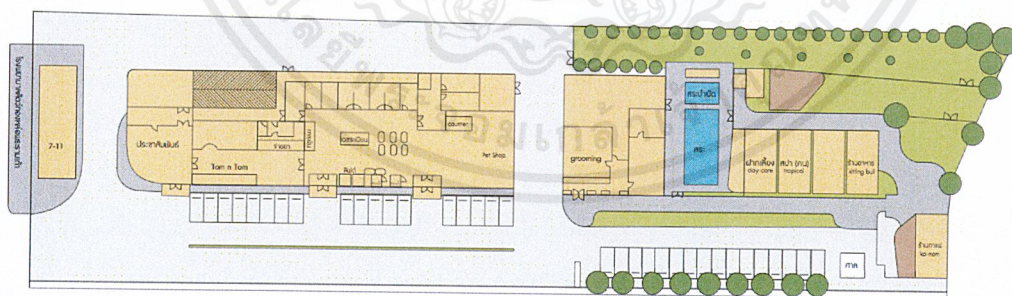
(ฉ.) ศูนย์ผ่าตัด (Surgery Center) เมื่อสัตว์เลี้ยงของเราต้องได้รับการผ่าตัด ไม่ว่าจะผ่าตัดขนาดเล็ก ผ่าตัดขนาดใหญ่ เพื่อความปลอดภัยสูงสุด ในการผ่าตัด ศูนย์ผ่าตัด รพ.สัตว์ทองหล่อ มีความพร้อมทั้งสัตวแพทย์ เครื่องมือผ่าตัด และห้องผ่าตัด ที่จะทำให้สัตว์เลี้ยงของท่าน ได้รับความปลอดภัยสูงในระหว่างก่อนผ่าตัด ระหว่างผ่าตัด หรือแม้กระทั่งหลังผ่าตัด โดยก่อนผ่าตัดทาง รพ.สัตว์ทองหล่อ จะทำการตรวจสุขภาพสัตว์เลี้ยงอย่างละเอียด เพื่อวินิจฉัยและประเมินการผ่าตัด ในครั้งนั้น ระหว่างผ่าตัด ทาง ศูนย์ผ่าตัด รพ.สัตว์ทองหล่อ ให้ความสำคัญในระหว่างผ่าตัด ด้วยเครื่องมือผ่าตัดที่มีคุณภาพ ห้องผ่าตัดที่มีมาตรฐาน พร้อม ทั้งคุณหมอฟัน และคุณหมอมืออาชีพ ที่มีความรู้ความสามารถ คอยสังเกตอาการระหว่างผ่าตัดตลอดเวลา หลังผ่าตัด ทาง รพ.สัตว์ทองหล่อ มีห้องพักฟื้นสำหรับสัตว์เลี้ยง เพื่อคอยสังเกตอาการจากทีมแพทย์ อย่างใกล้ชิด เพื่อความปลอดภัยสูงสุด เจ้าของสัตว์เลี้ยง จึงมั่นใจได้ว่า ถ้าพาสัตว์เลี้ยง มาผ่าตัดที่ รพ.สัตว์ทองหล่อ จะทำให้สัตว์เลี้ยงของท่านมีความปลอดภัยค่อนข้างสูง

(ช.) ศูนย์รังสีวินิจฉัย (Imaging Center) เพื่อการวินิจฉัยโรคที่มีความแม่นยำ รักษาได้ตรงจุดในเคสการรักษาที่การรักษาค่อนข้างยาก เช่น สมอขนาดเล็ก, เนื้องอก, สาเหตุการชัก, ทางรพ.สัตว์ทองหล่อ มีความพร้อมทั้งด้านสัตวแพทย์ที่มีประสบการณ์ และเครื่องมือ

การรักษา ที่สามารถวินิจฉัยโรคต่างๆ ได้มีความแม่นยำสูงไม่ว่าจะเป็น CT SCAN ซึ่งเป็นโรงพยาบาลสัตว์ เอกชนที่เดียวที่มี เครื่องเอกซเรย์ 3 มิติ มีความสำคัญในการวินิจฉัยโรค และให้รายละเอียดแก่สัตวแพทย์ ได้เกือบทุกส่วนของร่างกายสัตว์เลี้ยง Digital Fluoroscopy เป็นเครื่องเอกซเรย์ถ่ายภาพรังสี แสดงและ บันทึกภาพด้วยระบบดิจิทัลซึ่งมีความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ให้รายละเอียดของภาพเอกซเรย์สูง ใช้ในการวินิจฉัยเพื่อค้นหาความผิดปกติของอวัยวะต่างๆ ได้แก่ การตรวจกระเพาะอาหารและลำไส้เล็ก

(2.) ด้านการบริการ : การให้บริการแบบ Total Solutions โดย โรงพยาบาล สัตว์ทองหล่อมีเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ที่ทันสมัย ครบทั้ง X-ray , Ultrasound , CTscan , Fluoroscopy มีคลินิกอายุรกรรมทั่วไปและคลินิกเฉพาะทางโดยทีมสัตวแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ พร้อมดูแล สัตว์เลี้ยงที่คุณรักตลอด24ชั่วโมง และการบริการอื่นๆ ครบวงจรเช่น Pet Shop, grooming, Pet Taxi, Pool&Park สำหรับสัตว์เลี้ยง ร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ สำหรับการใช้ช่วงเวลาเพื่อพักผ่อนกับสัตว์เลี้ยง

(3.) ด้านพื้นที่ : มีพื้นที่กว้าง อาคารสถานที่ที่สะดวก มีลานจอดรถหลายจุดทั้งผู้ ที่มาค้างคืน ผู้ที่มารักษากายในวันเดียว โดยภายในโรงพยาบาลจะแบ่งโซนในการตรวจรักษาสุนัขและแมว แยกจากกัน มีลานกิจกรรมภายในตึกทั้ง cat playground และ dog cafe ที่ได้ให้สัตว์เลี้ยงได้สนุกกัน ระหว่างรอตรวจ มีร้านกาแฟ Tom n Tom บริการเจ้าของสัตว์เลี้ยงและยังมีโซนใหม่ทองหล่อเพ็ทซิตี ที่เป็นสถานที่พบปะเสวนา สำหรับคนเลี้ยงสุนัข ในโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9 โดยในนั้นจะมี pet park สวนสาธารณะสำหรับให้น้องสุนัขมาวิ่งเล่น กับเจ้าของ ที่จะเป็นแหล่งพบปะพูดคุยของชาว PET LOVER พร้อมกับกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมากมาย pet pool ที่จะช่วยให้สุนัขเพลิดเพลิน กับการว่ายน้ำผ่อนคลาย กับสระว่ายน้ำระบบเกลือ ร้านค้าต่างๆ เพื่อบริการเจ้าของสุนัขโดยจะ สามารถนำสุนัขเข้าไปในร้านได้



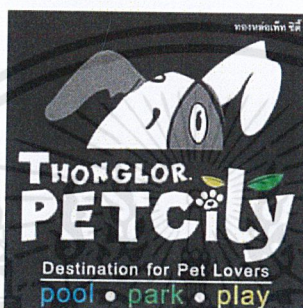
ภาพที่ 2.6 ภาพแสดงแผนผังรพ. ทองหล่อพระราม 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทองหล่อเพ็ทซิตี

ได้ศึกษาข้อมูลต่างๆ ของทองหล่อเพ็ทซิตีทั้งด้านการบริการต่างๆ และวิเคราะห์ลักษณะของทองหล่อเพ็ทซิตีโดยใช้เครื่องมือ Brand Platform ดังนี้

2.3.1 ความเป็นมาของทองหล่อเพ็ทซิตี

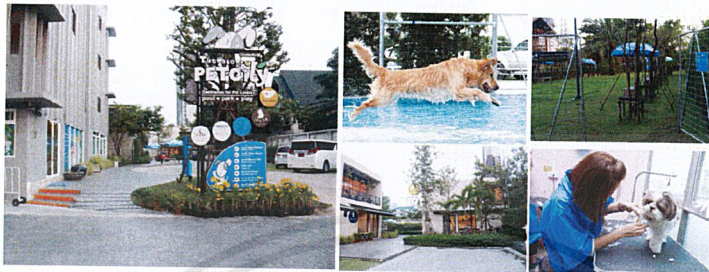


ภาพที่ 2.7 ภาพแสดงตราสัญลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทซิตี

ที่มา : <http://petcare.thonglorpet.com/>

ทองหล่อเพ็ทซิตี คือ จุดนัดพบแห่งใหม่ของคนรักสัตว์ทุกเพศทุกวัย ได้เข้ามาพบปะพูดคุยสังสรรค์แลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน พร้อมเติมเต็มความสนุกเพลิดเพลินไปกับฟังก์ชันต่างๆ ในพื้นที่ที่จัดเตรียมไว้ให้ เพื่อสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ ได้มาทำกิจกรรมร่วมกันมากขึ้น ไม่ใช่แค่การนำสัตว์มารักษาพยาบาลเวลาเจ็บป่วย หรือแค่มาซื้อสินค้าและอาหารสัตว์กลับบ้านเท่านั้น ปัจจุบันมี 2 สาขา คือโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขารังสิต และโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 โดย สาขาพระราม 9 จะมีพื้นที่ขนาดใหญ่ มีบุคลากรเยอะ และมีความครบวงจรมากกว่า

2.3.2 บริการของทองหล่อเพ็ทซีดี



ภาพที่ 2.8 ภาพแสดงการบริการของทองหล่อเพ็ทซีดี

ที่มา : <http://petcare.thonglorpet.com/>

(1.) อาบน้ำตัดขน (Grooming) มีทั้งอาบน้ำตัดขนสุนัขและแมว โดยช่างมืออาชีพมากประสบการณ์บริการด้วยความรัก นอกจากจะได้เสริมความสวย หล่อกันแล้ว ยังได้สุขภาพผิวหนังที่ดีไร้กลิ่นไม่พึงประสงค์อีกด้วย และยังมีบริการอาบน้ำตัดขนเพื่อบำบัด สำหรับสุนัขที่มีปัญหาสุขภาพ โดย Medical Grooming ที่ผ่านการอบรมโดยทีม Vet Clinic ให้มีทักษะความเชี่ยวชาญด้านความเข้าใจพฤติกรรม และการดูแลสัตว์เลี้ยงที่มีภาวะ มีปัญหาด้านสุขภาพ ค่าใช้จ่ายจะแล้วแต่สุนัขแต่ละพันธุ์ ราคาจะเริ่มต้นที่ 300 บาทขึ้นไป ขึ้นอยู่กับน้ำหนักตัว

(2.) สปา (Spa) โดยสปาของที่นี่จะเป็น Soda Spa คือการที่ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จะถูกเปลี่ยนให้มีโมเลกุลเล็กลงซึมผ่านเข้าสู่ชั้นผิวหนัง ด้วยนวัตกรรมทันสมัยของเครื่องเพ็ทโซดา สปา มีค่า pH ที่เหมาะสม ซึ่งช่วยในการขจัดแบคทีเรียที่มีอยู่บนผิวหนังสัตว์เลี้ยง พร้อมทั้งฆ่าเชื้อโรค และผลัดเซลล์ผิวที่ตายแล้ว ช่วยขยายหลอดเลือดส่งผลให้ออกซิเจนและสารอาหารสามารถไหลเวียนภายในร่างกายได้ดีขึ้น ช่วยสมานผิว รักษาแผลกดทับ ทำให้ขนเงางาม และช่วยขจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ ทำให้สัตว์เลี้ยงผ่อนคลายและมีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้นอีกด้วย และยังมีโอโซนสปาที่ใช้บำบัดสัตว์เลี้ยงที่มีภาวะ มีปัญหาด้านสุขภาพ

(3.) สระว่ายน้ำ (Pool) สระว่ายน้ำของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9 จะมี 2 สระ คือสระว่ายน้ำ และสระว่ายน้ำเพื่อการฟื้นฟูสำหรับสุนัขที่มีปัญหาสุขภาพ โดยการให้สุนัขว่ายน้ำนั้นนอกจากจะช่วยแก้ไขปัญหาน้ำหนักตัว และ ปัญหาด้านกล้ามเนื้อ โรคข้อสะโพกเสื่อมแล้วยังเป็นการผ่อนคลายจากความเครียดและที่นี่ยังสามารถไปเล่นกับสุนัขของตัวเองได้อีกด้วย จึงเป็นการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างสุนัขและเจ้าของ โดยการว่ายน้ำจะใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงต่อครั้ง ราคาจะเริ่มต้นที่ 450 บาทขึ้นไป ขึ้นอยู่กับน้ำหนักตัว

(4.) สวนสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet's Active Park) เนื่องจากสวนสาธารณะส่วนใหญ่ไม่สามารถนำสุนัขไปเดินเล่นได้และคนมักนิยมเลี้ยงสุนัขอยู่แต่ในบ้าน สุนัขจึงอาจเกิดความเครียดจึงจัดทำสวนเพื่อให้สุนัขได้มาวิ่งเล่น และทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของ อีกทั้งยังเป็นสถานที่จัดกิจกรรมเข้าฝูงที่ให้สุนัขได้มาเจอกัน และให้กลุ่มคนรักสุนัขได้มาพูดคุยกัน โดยสวนของรพส.ทองหล่อ พระราม 9 มีพื้นที่กว้าง 1 ไร่ และมีแบ่งพื้นที่เป็น 2 ฝั่งเพื่อไม่ให้สุนัขกัดกัน โดยจะมีกฎในการใช้สนามคือ

- สัตว์เลี้ยงต้องได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคเป็นประจำและครบถ้วน
- สัตว์เลี้ยงต้องปลอดจากเห็บหมัดและมีการป้องกันเห็บหมัดสม่ำเสมอ
- สัตว์เลี้ยงต้องปลอดจากพยาธิทางเดินอาหารทุกชนิด
- เก็บอุจจาระโดยใส่ถุงและนำไปทิ้งที่จุดที่เตรียมไว้ทุกครั้ง

(5.) ร้านค้าเพื่อเจ้าของสัตว์เลี้ยง โดยเป็นสถานที่ผ่อนคลายของเจ้าของสัตว์เลี้ยงในการมารอการ รักษาหรือบริการ โดยทุกร้านจะสามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้ามาได้ โดยเป็นพื้นที่ให้เช่ามีทั้งหมด 5 ห้อง ห้องละ 100 ตรม. โดยในปัจจุบันมีร้านอาหาร Sitting Bull , ร้านเบเกอรี่ Ka-nom , ร้านสปาและทำเล็บ Tropical และร้านรับฝากเลี้ยงสุนัขแบบ Day care

2.4.3 กิจกรรมของทองหล่อเพ็ทซิตี

กิจกรรมเข้าฝูง เป็นกิจกรรมที่รวมเหล่าสุนัขและเจ้าของมาอยู่ด้วยกัน โดยมีการพบปะสนทนากัน และทำกิจกรรมต่างๆ โดยมีครูหนึ่ง ซุปเปอร์ด็อก ครูฝึกสุนัขเป็นผู้อบรมให้คำแนะนำ โดยจะจัดเดือนละประมาณ 2 ครั้งโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ โดยจะมีผู้สนับสนุนเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของสุนัขมาให้บริการด้วย ทั้งอาหารและผลิตภัณฑ์กำจัดเห็บหมัดและการบริการอื่นๆ โดยจัดบริเวณสนามหญ้าของทองหล่อเพ็ทซิตี ซึ่งสุนัขจะต้องอยู่ในสายจูงตลอดเวลา โดยในแต่ละครั้งจะมีสุนัขประมาณ 40-50 ตัว โดยสุนัขทุกตัวต้องปราศจากเห็บหมัดและต้องทำตามกฎการใช้สนาม



ภาพที่ 2.9 กิจกรรมเข้าฝูงโดยครูหนึ่ง ซุปเปอร์ด็อก
ที่มา : <https://web.facebook.com/ThonglorPet/>

2.4.4 Brand Platform (ทองหล่อเพ็ทซิตี)

(1.) Brand Heritage : เป็นหนึ่งในบริการของโรงพยาบาลทองหล่อ โดยเริ่มจากสาขารังสิตก่อน และมีที่สาขาพระราม 9 โดยในสาขาพระราม 9 เป็นจุดศูนย์กลางของเครือโรงพยาบาลทองหล่อ จึงมีบริการที่ครบถ้วนที่สุด

(2.) Brand Value : เป็นสถานที่มอบความสุขให้กับคุณและสัตว์เลี้ยงโดยยังคงมาตรฐานความปลอดภัย และการบริการของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่ออยู่

(3.) Brand Vision : เป็นสถานที่ที่ให้เจ้าของและสัตว์เลี้ยงได้มีความสุขกับกิจกรรม และบริการต่างๆ ที่เรามอบให้

(4.) Brand Mission : เราจะมอบความสุขให้คุณและสัตว์เลี้ยงที่คุณรัก

(5.) Brand Promise : เราสร้างความน่าเชื่อถือด้วยบริการที่มีคุณภาพ

(6.) Brand Benefit : เราเสริมสร้างสุขภาพกายและสุขภาพจิตสัตว์เลี้ยงของคุณให้ดีขึ้น

(7.) Brand Personality : บุคลิกภาพของเราคือ เพื่อนผู้เข้าใจและมอบความสุขให้แก่คุณและสัตว์เลี้ยงที่คุณรัก

- Companion คือเพื่อนผู้คอยสนับสนุนที่ไว้เนื้อเชื่อใจได้ คอยให้ความช่วยเหลืออยู่เสมอคอยให้การสนับสนุน จัดการ และความผูกพัน ให้ความเคารพต่อคุณค่าของคนแต่ละคน เป็นเพื่อนสนิทที่คอยรับฟัง เป็นเพื่อนในยามสุขและยามทุกข์

- Entertainer เป็นผู้สร้างความสนุกสนานและความบันเทิง ค้นหาแรงกระตุ้นอยู่เสมอและเป็นที่ยึดของคนอื่นๆ

(8.) Key Message : Happy Place for Pet lover



ภาพที่ 2.10 แสดงถึงภาพลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทซิตี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 วิเคราะห์อัตลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ นอกจากจะทำธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์แล้วยังมีบริการอื่นคือ ทองหล่อเพ็ทแคร์ และทองหล่อเพ็ทซิติ โดยบริการต่างๆ เหล่านี้แสดงถึงความใส่ใจในทุกๆ ด้านของ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อที่มีแก่สัตว์เลี้ยงของคุณ โดยสัญลักษณ์ของ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ถูกออกแบบไว้ตั้งแต่ก่อตั้งโรงพยาบาลครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ. 2537 โดยยังไม่เคยเปลี่ยนรูปแบบของ สัญลักษณ์เลย

2.4.1 ข้อมูลการใช้ตราสัญลักษณ์ของ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ



ภาพที่ 2.11 แสดงตราสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

(1.) ความหมายของสัญลักษณ์

(ก.) รูปร่าง (Shape) ของสัญลักษณ์ เป็นรูปกุญแจ โดยสื่อความหมายถึง คำตอบในด้านการดูแลสุขภาพของสัตว์เลี้ยงของคุณในทุกๆ ด้าน โดยเป็นการไขประตูมายังบ้านหลังที่ 2 ของสัตว์เลี้ยงของคุณ

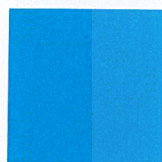
(ข.) พี่ทองหล่อ เป็นภาพสุนัขพันธุ์ Bull terrier ซึ่งเป็นสุนัขของผู้ก่อตั้งโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อนี้ เป็นสัญลักษณ์แทนตัว โอ เพื่อแสดงถึงความขี้เล่นผ่านทางโลโก้

(ค.) น้องทองหลาง เป็นภาพแมว โดยไม่ได้ระบุสายพันธุ์ เป็นสัญลักษณ์แทนตัว โอ เพื่อแสดงถึงความขี้เล่นผ่านทางโลโก้ เช่นกัน

(ง.) Cross เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นสถานพยาบาล โดยมาจากสัญลักษณ์กาชาดที่ก่อตั้งโดยนาย อังรี ดุรงค์ดีที่ต้องการจะช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภัยสงคราม จนก่อให้เกิด หน่วยงานกาชาดระหว่างประเทศขึ้น เพื่อช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ในสมรภูมิมิรบ

(2.) สีของสัญลักษณ์ (Color)

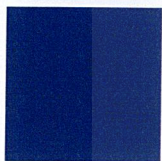
สีหลักที่ใช้ในสัญลักษณ์คือสีฟ้า (Sky blue) ที่แสดงถึงท้องฟ้า ที่มีความกว้างใหญ่ มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา ไม่หยุดนิ่ง เหมือนกับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ที่มีการพัฒนาด้านคุณภาพการบริการต่างๆ เพื่อสัตว์เลี้ยงที่คุ้นรัก



สีฟ้า (Sky blue) ที่แสดงถึงท้องฟ้าที่กว้างใหญ่ มีการเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง

CMYK : C 70% M 12% Y 0% K 0%

PANTONE : P115-8C



สีน้ำเงิน (Midnight blue) เพื่อให้สามารถอ่านได้ชัดเจนในระยะใกล้และไกล

CMYK : C 100% M 98% Y 15% K 11%

PANTONE : P100-8C



สีขาว (White) แสดงถึงความบริสุทธิ์ การทะนุถนอม อ่อนโยน เยียวยารักษา

CMYK : C 0% M 0% Y 0% K 0%

PANTONE : P1-1 C

(3.) ตัวอักษรของสัญลักษณ์ (Typo)

(ก.) ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวใหญ่ในสัญลักษณ์

(THONGLOR.) เป็นตัวอักษรที่ออกแบบเองโดยมีแนวคิดในการออกแบบ คือความขี้เล่น เป็นมิตรของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

(ข.) ตัวอักษรภาษาอังกฤษภายในสัญลักษณ์

(PET HOSPITAL) ใช้ฟอนต์ Helvetica Medium Condensed โดยขนาดช่องว่างระหว่างตัวอักษร คือ ความสูงของตัวอักษร x1.7

(ค.) ตัวอักษรภาษาไทยในสัญลักษณ์ (โรงพยาบาลสัตว์

ทองหล่อ) ใช้ฟอนต์ Sukumvit set Bold โดยจัดวางตั้งอักษรให้โค้งรับกับวงกลมด้านนอก

(ง.) ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นในสัญลักษณ์ (トンローペットホスピタル) มีความหมายว่า โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ โดยมีภาษาญี่ปุ่นเพราะ สาขาแรกที่เปิดเป็นย่านที่มีคนญี่ปุ่นอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและชาวญี่ปุ่นชอบเลี้ยงสัตว์จึงมาใช้บริการเป็นจำนวนหนึ่ง โดยจัดวางตัวอักษรให้โค้งรับกับวงกลมด้านบน

(4.) วิธีการใช้สัญลักษณ์

(ก.) เมื่อพื้นหลังเป็นสีเดียวกันหรือสีใกล้เคียงที่มีความกลมกลืนกับสัญลักษณ์จนทำให้มองสัญลักษณ์ไม่ออกจำเป็นต้องมีขอบสีขาวล้อมรอบ



ภาพที่ 2.12 แสดงตราสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

ที่มา : <https://web.facebook.com/ThonglorPet/>

(ข.) มีสัญลักษณ์แบบย่อใช้แทนเมื่อต้องการใช้ในบริเวณที่แคบหรือใช้ในพื้นที่ตามความเหมาะสม มักเจอจากการใช้เป็นป้ายทาวเวอร์ (Tower Sign)



ภาพที่ 2.13 แสดงตราสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

ที่มา : <https://web.facebook.com/ThonglorPet/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 ข้อมูลการใช้ตราสัญลักษณ์ของ ทองหล่อเพ็ทแคร์



ภาพที่ 2.14 แสดงตราสัญลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทแคร์

(1.) ความหมายของสัญลักษณ์

(ก.) รูปร่าง (Shape) ของสัญลักษณ์ เป็นรูปกุญแจ โดย สื่อความหมายถึง คำตอบในด้านการดูแลสุขภาพของสัตว์เลี้ยงของคุณในทุกๆ ด้าน โดยเป็นการไขประตูมายังบ้านหลังที่ 2 ของสัตว์เลี้ยงของคุณ

(ข.) พื้ทองหล่อ เป็นภาพสุนัขพันธุ์ Bull terrier ซึ่งเป็นสุนัขของผู้ก่อตั้งโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อนี้ เป็นสัญลักษณ์แทนตัว โอ เพื่อแสดงถึงความขี้เล่นผ่านทางโลโก้

(ค.) น้องทองหลาง เป็นภาพแมว โดยไม่ได้ระบุสายพันธุ์ เป็นสัญลักษณ์แทนตัว โอ เพื่อแสดงถึงความขี้เล่นผ่านทางโลโก้ เช่นกัน

(ง.) อุ้งเท้าสุนัข (Dog Paw)โดยมีสัญลักษณ์รูปหัวใจอยู่ข้างใน มีความหมายถึงความรักที่มีให้สุนัข และใส่ใจดูแลสุขภาพของคุณเป็นอย่างดี จะต่างจากโรงพยาบาลที่เป็นสัญลักษณ์ของสถานพยาบาล แต่เพ็ทแคร์เป็นสถานที่ดูแลสุขภาพนอกเหนือจากการรักษา

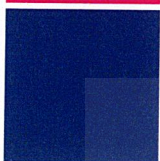
(2.) สีของสัญลักษณ์ (Color)

สีหลักที่ใช้ในสัญลักษณ์คือสีชมพู (Deep Pink) ที่แสดงถึงความรัก ที่มีให้กับสัตว์เลี้ยง เหมือนกับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ที่ใส่ใจในสุขภาพของสัตว์เลี้ยงที่คุณรักในทุกขั้นตอน



CMYK : C 2% M 100% Y 16% K 0%

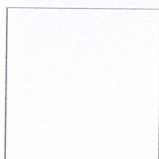
PANTONE : P73-8C



สีน้ำเงิน (Midnight blue) เพื่อให้สามารถอ่านได้ชัดเจนในระยะใกล้และไกล

CMYK : C 100% M 98% Y 15% K 11%

PANTONE : P100-8C



สีขาว (White) แสดงถึงความบริสุทธิ์ การทะนุถนอม อ่อนโยน เยียวยารักษา

CMYK : C 0% M 0% Y 0% K 0%

PANTONE : P1-1 C

(3.) ตัวอักษรของสัญลักษณ์ (Typo)

(ก.) ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวใหญ่ในสัญลักษณ์ (THONGLOR.)

เป็นตัวอักษรที่ออกแบบเองโดยมีแนวคิดในการออกแบบ คือความขี้เล่น เป็นมิตรของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

(ข.) ตัวอักษรภาษาอังกฤษภายในสัญลักษณ์ (PET CARE) ใช้

ฟอนต์ Helvetica Medium Condensed โดยขนาดช่องว่างระหว่างตัวอักษร คือความสูงของตัวอักษร x 1.7

(ค.) ตัวอักษรภาษาไทยในสัญลักษณ์ (โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ)

ใช้ฟอนต์ DB AdmanRounded X - Regular โดยจัดวางตั้งอักษรให้โค้งรับกับวงกลมด้านนอก

(ง.) ตัวอักษรภาษาอังกฤษในสัญลักษณ์ (by Thonglor Pet

Hospital) ใช้ฟอนต์ Franklin Gothic Medium - Regular โดยจัดวางตั้งอักษรให้โค้งรับกับวงกลม

(4.) วิธีการใช้สัญลักษณ์

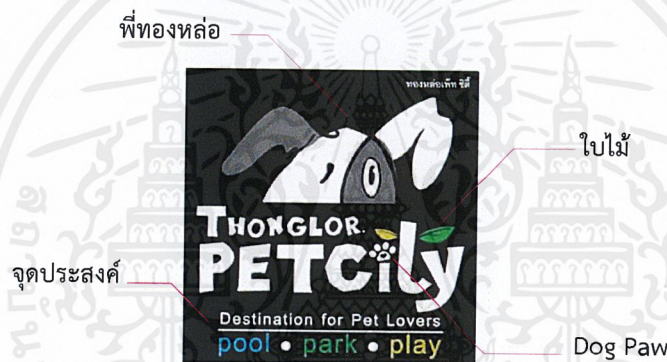
(ก.) เมื่อพื้นหลังเป็นสีเดียวกันหรือสีใกล้เคียงที่มีความกลมกลืนกับ

สัญลักษณ์จนทำให้มองสัญลักษณ์ไม่ออกจำเป็นต้องมีขอบสีขาวล้อมรอบเช่นเดียวกับโลโก้โรงพยาบาล



ภาพที่ 2.15 แสดงการใช้ตราสัญลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทแคร์
ที่มา : <https://web.facebook.com/ThonglorPet/>

2.4.3 ข้อมูลการใช้ตราสัญลักษณ์ของ ทองหล่อเพ็ทซิตี (พระราม 9)



ภาพที่ 2.16 แสดงตราสัญลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทซิตี

(1.) ความหมายของสัญลักษณ์

(ก.) ภาพไปไม้ในรูป เป็นส่วนประกอบของตัว T ซึ่งให้ความรู้สึก

เป็นธรรมชาติ

(ข.) ฟันทองหล่อ เป็นภาพสุนัขพันธุ์ Bull terrier ซึ่งเป็นสุนัขของผู้

ก่อตั้งโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อนี้ เป็นสัญลักษณ์แทนตัว โอ เพื่อแสดงถึงความขี้เล่นผ่านทางโลโก้

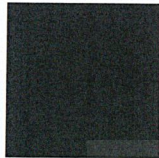
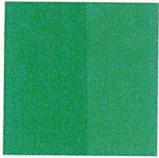
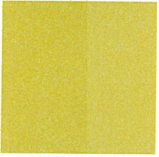
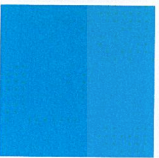
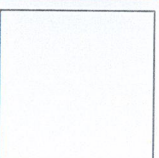
(ค.) อังเท้าสุนัข (Dog Paw) โดยมีสัญลักษณ์รูปหัวใจอยู่ข้างใน มี

ความหมายถึงความรักที่มีให้สุนัข และใส่ใจดูแลสุนัขของคุณเป็นอย่างดี ซึ่งนำมาจากโลโก้ของทองหล่อเพ็ทแคร์เนื่องจาก โครงการเพ็ทซิตีเป็นหนึ่งในทองหล่อเพ็ทแคร์

(ง.) ข้อความบอกวัตถุประสงค์ว่าเป็นสถานที่ของคนรักสัตว์ ซึ่งมี

ทั้ง สระ สนาม และเป็นสถานที่ให้สัตว์เลี้ยงได้สนุกกับการเล่น

(2.) สีของสัญลักษณ์ (Color)

	สีดำ (Black) เป็นพื้นหลังและเส้นขอบของภาพ CMYK : C 0% M 0% Y 0% K 100% PANTONE : P179-16C
	สีเขียว ในใบไม้และตัวอักษร Park ซึ่งเป็นหนึ่งในบริการของที่นี่ CMYK : C 79% M 0% Y 90% K 0% PANTONE : P145-78C
	สีเขียว ในใบไม้และตัวอักษร Play เป็นสีที่ดูเป็นธรรมชาติที่สุดใส CMYK : C 23% M 0% Y 100% K 0% PANTONE : P163-8C
	สีฟ้า (Sky blue) แสดงถึง Pool ซึ่งเป็นหนึ่งในบริการ CMYK : C 70% M 12% Y 0% K 0% PANTONE : P115-8C
	สีขาว (White) เพื่อผลึกให้ตัวอักษรดูโดดเด่น CMYK : C 0% M 0% Y 0% K 0% PANTONE : P1-1 C

(3.) ตัวอักษรของสัญลักษณ์ (Typo)

(ก.) ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวใหญ่ในสัญลักษณ์

(THONGLOR PETCITY) เป็นตัวอักษรที่ออกแบบเองโดยมีแนวคิดในการออกแบบ คือความขี้เล่น เป็นมิตรของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

(ข.) ตัวอักษรภาษาอังกฤษภายในสัญลักษณ์

(Destination for Pet Lovers) ใช้ฟอนต์ Helvetica Neue LT Std - 55 Roman

(ค.) ตัวอักษรภาษาอังกฤษภายในสัญลักษณ์ (pool park play)

ใช้ฟอนต์ Helvetica Neue LT Std - 55 Roman

(4.) วิธีการใช้สัญลักษณ์

(ก.) สามารถัดถอนเหลือแค่ THONGLOR PETCITY มาใช้ได้



ภาพที่ 2.17 แสดงการใช้ตราสัญลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทซิตี

(ข.) โลโก้ของทองหล่อเพ็ทซิตีสาขาอื่นจะเป็นสีชมพู ต่างจาก

สาขาพระราม 9



ภาพที่ 2.18 แสดงการใช้ตราสัญลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทซิตี

ที่มา : <https://www.facebook.com/ThonglorPet>

(ค.) สามารถทำให้เป็นสีเดียวคือสีขาวบนพื้นสีได้



ภาพที่ 2.19 แสดงการใช้ตราสัญลักษณ์ของทองหล่อเพ็ทซิตี

2.4.4 ข้อมูลการใช้กราฟิกบนพื้นที่ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9

(1.) ป้ายบอกทาง Signage

ตารางที่ 2.2 แสดงการใช้กราฟิกบนป้ายบอกทาง

Typo	ใช้ฟอนต์ Cordia New - Bold ทั้งอักษรไทยและอังกฤษ
Color	ใช้สีไนโทน ของสีฟ้าซึ่งเป็นสีหลักขององค์กรโดยใช้ตัวอักษรสีขาวให้ดูเด่นมองเห็นได้ชัด
Form	รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ที่ดู รวมสมัย (Modern)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2.) ป้ายหน้าห้อง Informational Signage

ตารางที่ 2.3 แสดงการใช้กราฟิก ป้ายหน้าห้อง

	
Typo	ใช้ฟอนต์ Cordia New - Bold ทั้งอักษรไทยและอังกฤษ
Color	ใช้สีในโทน ของสีฟ้าซึ่งเป็นสีหลักขององค์กรโดยใช้ตัวอักษรสีขาวให้ดูเด่นมองเห็นได้ชัด
Form	ถูกตัดทอนมาจากรูปร่างของโลโก้ที่เป็นรูปกบฏญแจ
Layout	จัดตัวอักษรให้ชิดด้านขวาตามกรอบ โดยติดห่างจากขอบประตู 12 เซนติเมตร

(3.) ป้ายบอกข้อมูลต่างๆ ในท้องล่อเพ็ทซิตี Infomation Signage

ตารางที่ 2.4 แสดงการใช้กราฟิกบนป้ายบอกข้อมูล

	
Typo	ใช้ฟอนต์ Cordia New - Bold ทั้งอักษรไทยและอังกฤษ
Color	ใช้สีในโทน ของสีฟ้าซึ่งเป็นสีหลักขององค์กรโดยใช้ตัวอักษรสีขาวให้ดูเด่นมองเห็นได้ชัด
Form	เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ดูเรียบง่าย
Layout	ต้องมีโลโก้ของท้องล่อเพ็ทซิตี และโลโก้ของโรงพยาบาลสัตว์ท้องล่ออยู่ในป้ายด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.5 การใช้มาสคอต (Mascot)



ภาพที่ 2.20 มาสคอตของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

(1.) ความหมายของมาสคอตของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

(ก.) สุนัขที่เป็นมาสคอตสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

ชื่อ “พีทองหล่อ” เป็นสุนัขตัวแรกของเจ้าของโรงพยาบาล เป็นสุนัขพันธุ์บูลเทอเรีย (Bull Terrier) โดยสุนัขบูลเทอเรียมีลักษณะนิสัย เป็นนักสู้ที่อ่อนหวานโดยธรรมชาติ เป็นนักสู้ที่ใจถึง เป็นสุนัขอารักขาที่กระฉับกระเฉง รักครอบครัวและอาณาเขตของเขาโดยสัญชาตญาณ นิยมเลี้ยงสุนัขพันธุ์นี้เพื่อช่วยอารักขา เนื่องจากเป็นสุนัขอารักขาที่ดี แล้วยังเป็นสุนัขที่ประหยัดอีกด้วย บางครั้งอาจจะตื้อขึ้นไปบ้าง แต่ก็ยังเป็นสุนัขที่เข้ากับเด็กๆ ได้เป็นอย่างดี โดยออกแบบเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้น่าจดจำและดูเป็นมิตร



ภาพที่ 2.21 สุนัขพันธุ์บูลเทอเรีย

ที่มา : <https://www.akc.org/dog-breeds/bull-terrier/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ข.) แมวที่เป็นมาสคอตสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อชื่อ “น้องทองกลาง” เป็นมาสคอตรอง เพื่อเป็นตัวแทนของแมว เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้เลี้ยงแมวมาใช้บริการเพิ่มขึ้นจึงได้ออกแบบน้องทองกลาง เพื่อมาเป็นเพื่อนเล่น และร่วมโปรแกรมร่วมกับพี่ทองหล่อ โดยออกแบบให้มีลักษณะท่าทางที่ดูขี้เล่นเหมือนนิสัยของแมวและดูเป็นมิตร



ภาพที่ 2.22 มาสคอตของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ
ที่มา : <https://www.facebook.com/ThonglorPet>

2.4.6 รูปแบบของพี่ทองหล่อตามสื่อต่างๆ

ยังไม่มีรูปแบบของกราฟิกสไตล์ที่แน่นอน แต่ถูกทำให้ Copperate ด้วยหน้าตาของพี่ทองหล่อที่มีสีและรูปร่างที่ดูขี้เล่นไม่เป็นทางการ

ตารางที่ 2.5 แสดงการใช้งานมาสคอตที่ทองหล่อ

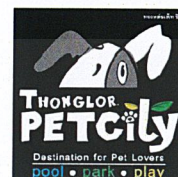
<p>บนสื่อออนไลน์ ทาง Facebook</p>	
<p>บนแผ่นพับ และ ป้ายต่างๆ</p>	
<p>มาสคอตและตุ๊กตาที่เป็นวัสดุผ้า</p>	
<p>บนสถานที่</p>	

2.4.7 สรุปการใช้สัญลักษณ์ของโรงพยาบาลทองหล่อ

(1) ตราสัญลักษณ์(Logo) ของโรงพยาบาลจะมีทั้งหมด 3 ประเภท ตามประเภทของธุรกิจในเครือโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ คือ ตราสัญลักษณ์ของโรงพยาบาล ตราสัญลักษณ์ของเพ็ทแคร์ และตราสัญลักษณ์ของเพ็ทชิตตี้ โดยมีการใช้ตัวอักษรที่เหมือนกัน แต่แตกต่างกันด้วยสี และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการใช้มาสคอตในสัญลักษณ์ตัวเดียวกัน แต่ต่างกันที่สี และมุม และยังมีการใช้ Element อื่นๆ เพื่อให้เข้ากับประเภทของธุรกิจ



ภาพที่ 2.23 ตราสัญลักษณ์ธุรกิจในเครือรพ.สัตว์ทองหล่อ
ที่มา : <https://www.facebook.com/ThonglorPet>

(2.) ในด้านพื้นที่ยังไม่มีการควบคุมการใช้สัญลักษณ์ที่ชัดเจน แต่มีการใช้ตัวอักษรที่อ่านได้ง่ายในระยะไกล และทุกธุรกิจของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อจะถูกคลุมด้วยสีฟ้า ซึ่งเป็นสีของโรงพยาบาล และได้มีการนำตัวมาสคอตจากตราสัญลักษณ์มาใช้บางจุด



ภาพที่ 2.24 การใช้งานกราฟิกในพื้นที่ของรพ.สัตว์ทองหล่อ

(3.) ด้านสีอื่นๆ ต้องมีตราสัญลักษณ์ของรพ.ส.ทองหล่อ ติดอยู่ด้วยเสมอ โดยถูกควบคุมด้วยโทนภาพที่สดใส และชุดตัวอักษรที่เหมือนกัน มักนำรูปของมาสคอตมาใช้ แต่มีลักษณะการวาดที่ต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.25 การใช้งานกราฟิกของรพ.สัตว์ทองหล่อ
ที่มา : <https://www.facebook.com/ThonglorPet>

2.5 ข้อมูลคู่แข่ง

สังคมในปัจจุบันมีผู้เลี้ยงสัตว์เป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มจะขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้อุตสาหกรรมเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ก็เช่นกัน มีการให้บริการครบวงจรเพิ่มขึ้นมาเพื่อให้ผู้เลี้ยงสัตว์ได้มาที่เดียวครบ

2.5.1 คู่แข่งที่เป็นโรงพยาบาลสัตว์

(1.) Pet club

สถานที่ให้บริการและรักษาสัตว์เลี้ยง โดยเน้นที่ความสะอาด ความรัก ความใส่ใจ เหมือนสมาชิกในครอบครัว และอยากเห็นทั้งเจ้าของและสัตว์เลี้ยง มีความสุขสุขภาพดี “We are happy, when your pets are healthy” โดยมีหลายสาขา จุดขายคือความครบวงจร ที่มีทั้งคลินิกรักษาสัตว์เลี้ยง ร้านพิศชอบ สระว่ายน้ำ โรงแรมสุนัข กรูมมิ่ง และร้านกาแฟ โดยสถานที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าจดจำ



ภาพที่ 2.26 ศูนย์ดูแลสุนัขครบวงจร Pet club
ที่มา : <http://petclub.co.th>

(2.) โรงพยาบาลสัตว์พญาไท 7

โรงพยาบาลสัตว์ที่สัตว์เลี้ยงเอกชนที่เปิดมาเพียง 5 ปี โดยมีบริการเปิด
ฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีแพทย์เฉพาะทางที่เชี่ยวชาญ มีบรรยากาศของสถานที่ค่อนข้างดี
สะอาด ปลอดภัยเนื่องจากเป็นโรงพยาบาลใหม่



ภาพที่ 2.27 โรงพยาบาลสัตว์พญาไท 7
ที่มา : <https://facebook.com/Phyathai7pet>

2.5.2 คู่แข่งที่ไม่ใช่โรงพยาบาลสัตว์

เป็นธุรกิจที่มีบริการเพื่อสุนัขครบวงจรที่ไม่ใช่โรงพยาบาล คือ มี สระว่ายน้ำ
อาบน้ำตัดขน ร้านเฟี้ยวชอบ รับฝากเลี้ยงสุนัข สนามและคาเฟ่สำหรับเจ้าของเพื่อมารอ โดยนอกจากจะมี
จุดเด่นที่บริการครบวงจรแล้วยังทำสถานที่ให้มีบรรยากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อนและเป็นที่น่าจดจำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1.) Dog's tale

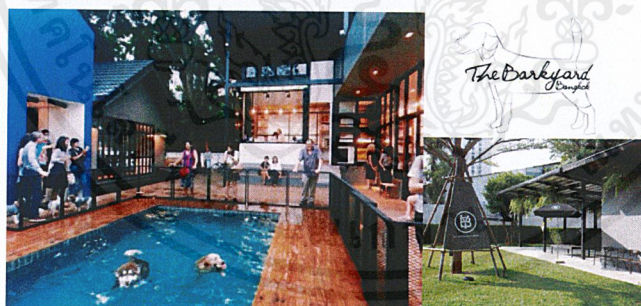
สถานที่แห่งความสุขที่ให้ลูกค้ากับสุนัขได้ใช้เวลาด้วยกันโดย
ออกแบบสถานที่ให้ดูแตกต่างมีเอกลักษณ์ เพื่อเป็นสถานที่แห่งความทรงจำ



ภาพที่ 2.28 บรรยากาศสถานที่บริการเพื่อสุนัขด็อกเทล
ที่มา : <https://www.facebook.com/pg/dogstalebkk>

(2.) The Backyard Bangkok

สถานที่ไลฟ์สไตล์ของคนรักสุนัข ที่คุณจะไม่เบื่อเมื่อต้องรอสุนัขที่
คุณรักเป็นเวลานานๆ เพราะมีสิ่งความสะดวกให้คุณครบครัน และยังเพลิดเพลินกับบรรยากาศ
เป็นแหล่ง Community สำหรับคนเลี้ยงสุนัข

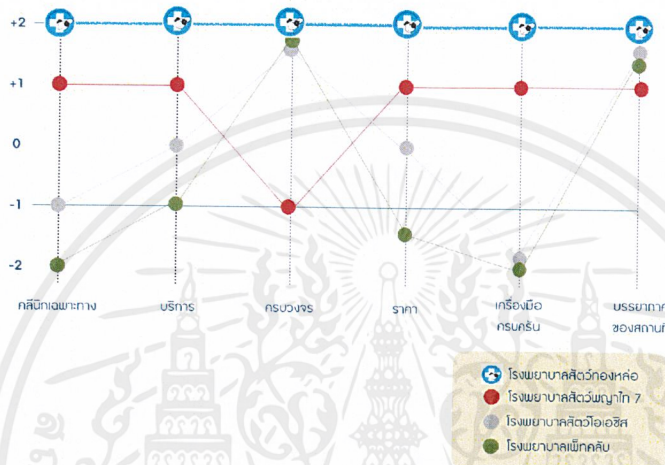


ภาพที่ 2.29 บรรยากาศสถานที่ The Backyard Bangkok
ที่มา : <https://www.facebook.com/thebackyardbkk/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 เปรียบเทียบคู่แข่ง

โดยเปรียบเทียบกลุ่มคู่แข่งที่เป็นโรงพยาบาลสัตว์ที่มีบริการเสริมแบบครบวงจรเหมือนกัน โดยใช้เครื่องมือ Blue ocean strategy ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.30 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

จากการใช้เครื่องมือ Blue ocean strategy เพื่อมาวิเคราะห์ข้อมูลจะสังเกตได้ว่า โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อจะมีคุณภาพที่สูงกว่าในทุกๆ ด้าน แต่ข้อเสียคือราคาที่สูงด้วยเช่นกัน โดยในเรื่องของความครบวงจรและบรรยากาศของสถานที่ค่อนข้างมีการแข่งขันที่สูงในธุรกิจด้านนี้

นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งทางอ้อมคือร้านสปาสุนัขครบวงจรที่นอกจากจะขายเรื่องความครบวงจรแล้วยังขายด้านบรรยากาศของสถานที่ด้วยเช่นกัน

2.6 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

ศึกษากลุ่มเป้าหมายวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ พระราม 9 เพื่อแก้ไขปัญหาในการใช้งาน และถามความเห็นในการใช้งานทองหล่อเพ็ทซิติ์และเหตุผลที่ทำให้มาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ พระราม 9

2.6.1 ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Demographic)

โดยศึกษาลักษณะทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 โดยได้สรุปหาค่าเฉลี่ยคนส่วนใหญ่ดังนี้

อายุ : 25-50 ปี

สัญชาติ : ไทย 80% ต่างชาติ 20%

เงินเดือน : 20,000 - 50,0000 บาท ต่อเดือน (จัดอยู่ในกลุ่มคนมีฐานะดี)

อาชีพ : ทำงานบริษัทเอกชน

อาศัย : ในตัวเมืองกรุงเทพมหานคร

2.6.2 ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายทางจิตวิทยา (Psychographic)

จากการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ เป็นคนที่อาศัยอยู่ย่านกลางเมืองกรุงเทพมหานครที่ค่อนข้างมีฐานะที่ดีจนถึงดีมาก จึงสามารถอธิบาย Lifestyle จากเครื่องมือ VALs Analysis (Value and lifestyle) ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 Innovators : เป็นบุคคลที่เป็นที่ยอมรับในสังคม มีอุดมการณ์ มีรายได้สูง มีทรัพยากรที่ช่วยส่งผลให้ประสบความสำเร็จมาก มีรสนิยมสูง ต้องการการบริการที่พิเศษกว่าคนอื่น โดยพร้อมที่จะจ่ายสินค้าและบริการนั้นในราคาสูง

กลุ่มที่ 2 Achievers : เป็นบุคคลผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต เก่งในด้านการทำงาน โดยเลือกใช้สินค้าและบริการที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดี และแสดงถึงความสำเร็จของพวกเขาด้วยเช่นกัน เช่น คนที่ทำงานเป็นผู้บริหารระดับสูง (CEO)



กลุ่มที่ 3 Experience : เป็นคนสมัยใหม่ที่กล้าคิด กล้าลองสิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ได้สิ่งที่ตัวเองต้องการ มีความตื่นตัวกับชีวิต เป็นบุคคลที่ใฝ่หาประสบการณ์ และต้องการแสดงออกมาให้เห็น มักจะชอบการเข้าสังคม

2.6.3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 2.6 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อมูลผู้ใช้งาน	เหตุผลที่มาใช้บริการ รพ.ส.ทองหล่อพระราม 9	ความเห็นต่อทองหล่อเพ็ทซิติ	ปัญหาที่พบในการใช้ พื้นที่
 <p>คุณแก้ว 27 ปี (พนักงานบริษัท) สุนัขพันธุ์ปอมเปอเรเนียน</p>	ตามคุณหมอมาจาก สาขาทองหล่อเพราะ ต้องมาผ่าตัดใหญ่ที่นี่	ก็ดีนะ มีที่ให้รอ ให้หมาวิ่ง เล่น แต่น่าจะมีอะไรที่น่า สนใจกว่านี้เพราะเป็นถึง รพ.สัตว์ที่ค่าใช้จ่ายค่อนข้าง สูง	- มาหลายครั้งแล้วแต่ก็ไม่ ได้สังเกตว่ามีทองหล่อเพ็ท ซิติอยู่ - ร้านอาหารค่อนข้างแพง ดูไม่ค่อยมีอะไร
 <p>คุณศิริรัตน์ 45 ปี (งานกองทุน) สุนัขพันธุ์ไซบีเรียน</p>	ตามคุณหมอมาจาก สาขาทองหล่อ / อาบน้ำตัดขน ปลอดภัย ไม่มีเห็บ ติดมา	บริการครบวงจรดี พื้นที่กว้าง ด้านบรรยากาศก็ดีนะ ถ้าอากาศไม่ร้อน แต่ไม่ได้ ดึงดูดให้ไปเดินเล่นขนาดนั้น	- อากาศร้อนไม่อยากจะ เดินลงไปอยู่ในตึกโรง พยาบาลดีกว่า
 <p>คุณท็อป 36 ปี (เจ้าของกิจการ) สุนัขพันธุ์พิทบูล</p>	แถวนี้ไม่มีสวนให้ สุนัขมาเดินเล่นเลย มาที่นี่ แต่เป็นลูกค้า ที่นี่มาก่อนแล้วจึงรู้ จักที่นี่	ก็โอเคนะครับ หากก็ได้มา วิ่งเล่นออกกำลังกาย	- ตอนนี้คนไม่ค่อยเยอะ เลยรู้สึกไม่มีปัญหาแต่ถ้า คนเยอะน่าจะมีปัญหา เยอะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

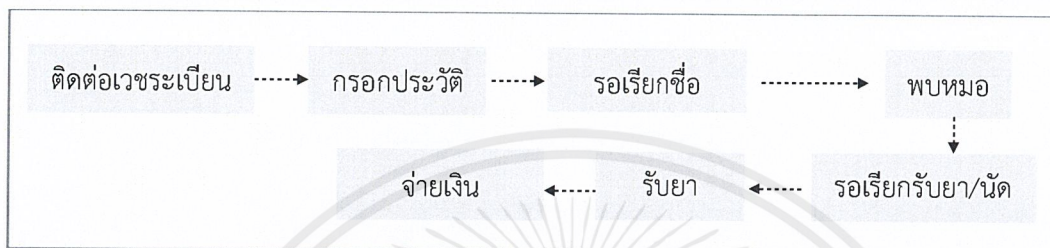
	<p>ไม่ต้องรอนาน สามารถนัดคิวหรือ โทรปรึกษาเบื้องต้น ได้</p>	<p>กว้างขวางดีนะ เป็น เหมือน village ที่มีร้าน ขายของเยอะๆ ยังไม่เห็น เลยว่าสวนที่ให้หมาวิ่งเล่น อยู่ตรงไหน</p>	<p>- ยังไม่เห็นเลยว่าสวนที่ ให้หมาวิ่งเล่นอยู่ตรงไหน แล้วต้องทำยังไงถึงจะเข้า ได้ คนเข้าได้รีเปล่า</p>
	<p>ใช้บริการสาขาอื่น มาก่อน แต่ตอนแรก มีคนแนะนำมาว่าดี ไม่ต้องรอนาน หมอ เยอะ</p>	<p>ดีนะ แต่บรรยากาศที่นี่มัน ดูเหงๆ หงอยๆ ถ้าไม่มี ร้านอาหารก็คงไม่มีอะไร แหละ แต่วันที่มีกิจกรรม รวมฝูงจะคึกคักมาก</p>	<p>- สนามมีอิทธิพลหลายจุด เลย ไม่รู้ว่าคนอ่านป้ายรี เปล่า - บรรยากาศดูไม่น่า สนใจ</p>

จากการสำรวจพบว่าเหตุผลของการมาใช้งานโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขา
พระราม 9 คือ ตามหมอมานจากสาขาทองหล่อ คิดเป็น 60% โดยเลือกเพราะชื่นชอบในด้านบริการที่ใส่ใจ
ในทุกรายละเอียด เป็นกันเอง มีอุปกรณ์ที่ครบครัน ในส่วนของทองหล่อเพ็ทซิติตี้ผู้ใช้งานรู้สึกชื่นชอบใน
บริการที่ครบถ้วน แต่ตัวบรรยากาศของสถานที่ไม่ดึงดูดให้มาเดินเมื่อเทียบกับสภาพอากาศที่ร้อน และ
ผู้ใช้บางส่วนเห็นค่อนข้างตั้งความหวังในบรรยากาศของสถานที่ไว้มากเนื่องจากเป็นโรงพยาบาลสัตว์ที่มีค่า
รักษาค่อนข้างแพง และค่อนข้างมีชื่อเสียงมากกว่าที่อื่น แต่เมื่อเดินไปดูแล้วก็ไม่มีอะไร และยังมีผู้ใช้
จำนวนมากที่ไม่ทราบว่ามีทองหล่อเพ็ทซิติตี้ถ้าไม่มีเจ้าหน้าที่บอกให้ไปเดิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.4 ขั้นตอนการใช้บริการ

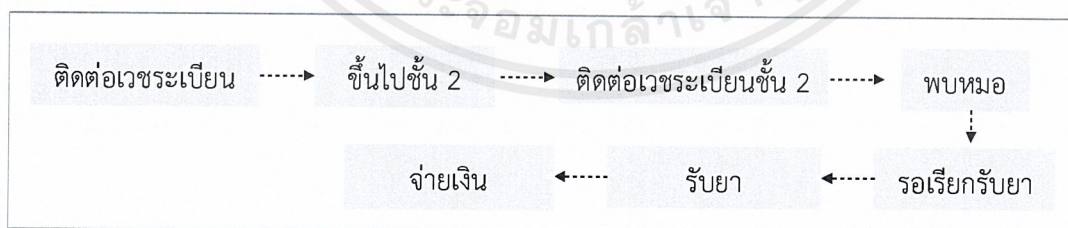
(1.) ฉีดวัคซีน (ใช้เวลารวม 30 นาที)



(2.) ตรวจโรคทั่วไป

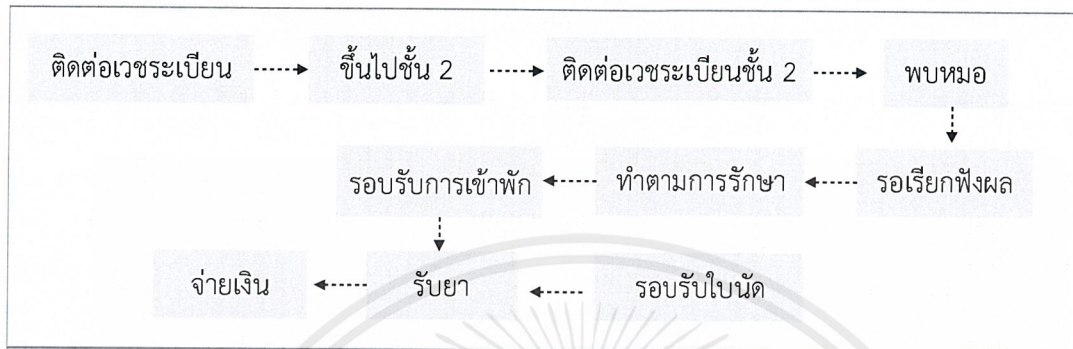


(3.) ตรวจเฉพาะโรค

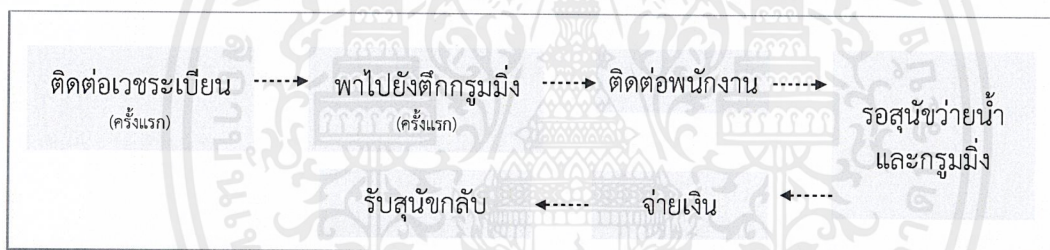


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

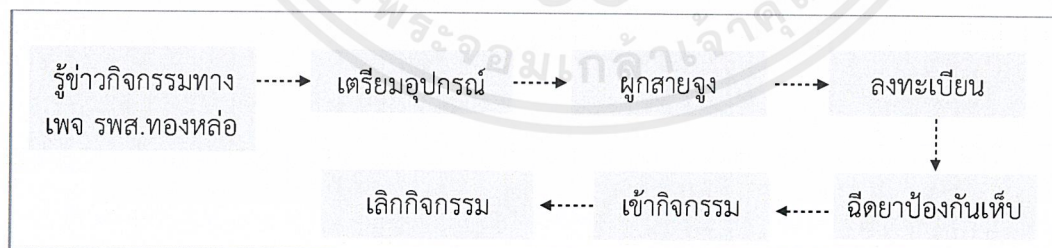
(4.) ผู้ป่วยใน



(5.) บริการว่ายน้ำ อาบน้ำ-ตัดขน-สปา (เวลารวมประมาณ 2 ชั่วโมง)



(6.) กิจกรรมเข้าฝูง (เวลากิจกรรมประมาณ 2 ชั่วโมง)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 วิเคราะห์พื้นที่ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9

ได้ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อในด้านพื้นที่ ทั้งในด้านที่ตั้งของโรงพยาบาล แผนผังพื้นที่ ภายในตึกในแต่ละชั้น การใช้งานต่างๆ ทั้งการใช้งานภายในอาคารและนอกอาคาร และการใช้งานในแต่ละหน้าที่ต่างๆ ดังนี้

2.7.1 ข้อมูลเชิงพื้นที่ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9 ตั้งอยู่บน 80 ถนนเพชรพระราม 9 (ถนนเพชรบุรี มุ่งสู่พระราม9 ซอยโรงปูน) บางกะปิ ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

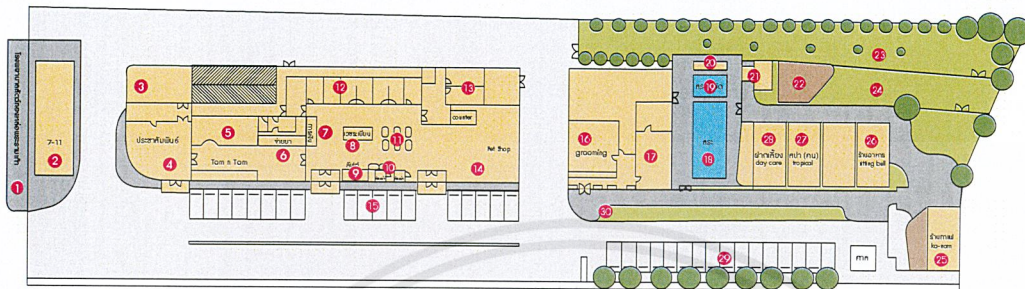
โดยสามารถเดินทางได้หลากหลายเส้นทาง หากเดินทางมาจากที่ตั้งเก่าของ รพส.ทองหล่อ ณ ซอยสุขุมวิท 55 ให้ตรงไปยังท้ายซอยทองหล่อจนถึงแยกไฟแดงทองหล่อ-เพชรบุรีตัดใหม่ เลี้ยวขวาเข้าถนนเพชรบุรี มุ่งหน้าไปยังคลองตัน หรือผู้ที่เดินทางโดยรถสาธารณะ จะอยู่ไม่ไกลจากสถานีรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ งามคำแหง และ สถานีรถไฟคลองตัน



ภาพที่ 2.31 แผนที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9

ที่มา <http://www.thonglorpet.com>

(1.) แผนที่พื้นที่ของ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9 (Directory)



- | | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| 1 ป้ายหน้าโรงพยาบาล | 16 เคาท์เตอร์บริการ pet care |
| 2 1 fl. 7-11 / 2 fl. hongkong noodle | 17 อาบน้ำตัดขน สปา |
| 3 ทางเข้าลาดจอดรถ ชั้น G | 18 สระว่ายน้ำสุนัข |
| 4 ประชาสัมพันธ์ | 19 สระบำบัด |
| 5 ร้าน Tom n Tom | 20 ที่ล้างตัว |
| 6 แผนกจ่ายยา | 21 ห้องน้ำ |
| 7 แผนกการเงิน | 22 สนามนั่งเล่น |
| 8 แผนกเวชระเบียน | 23 สนามใหญ่ |
| 9 ลิฟต์โดยสาร | 24 สนามเล็ก |
| 10 ห้องน้ำ | 25 ร้าน ka-nom |
| 11 ที่นั่งรอ | 26 ร้าน sitting bull |
| 12 ห้องตรวจทั่วไป | 27 ร้าน tropical |
| 13 ห้องกายภาพ | 28 บริการฝากเลี้ยง day care |
| 14 Pet shop | 29 ลานจอดรถ |
| 15 ลานจอดรถหน้า รพ. | 30 ป้าย Thonglor pet city |

ภาพที่ 2.32 แผนผังโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9

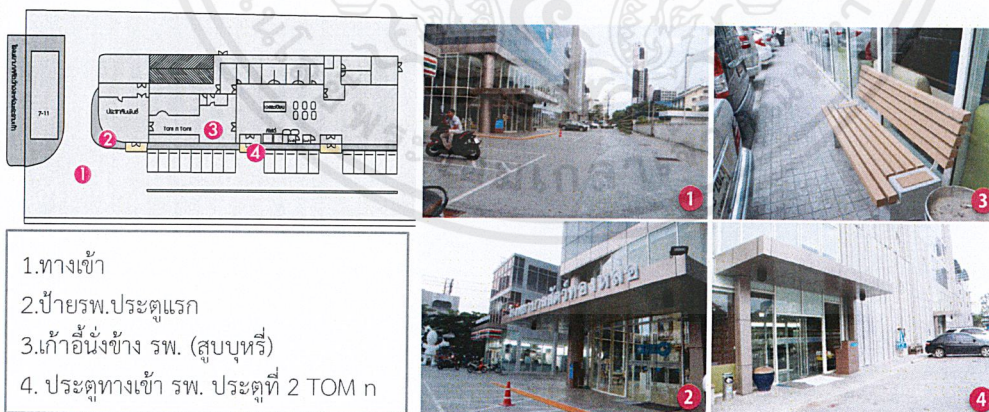
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2.) ตึกโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ พระราม 9 ในแต่ละชั้น

FI.6	<ul style="list-style-type: none"> • สับนกงาน
FI.5	<ul style="list-style-type: none"> • วอร์ดคัดเชื้อ • วอร์ดสุนัขใหญ่ • Exotic clinic • ห้อง VIP
FI.4	<ul style="list-style-type: none"> • ห้อง ICU • ห้อง VIP • Day care • ห้องสัตว์แรกเกิด • ห้องแมว • ห้องดูแลพิเศษ
FI.3	<ul style="list-style-type: none"> • ห้อง x-ray / CT-Scan / Full scan • ห้องผ่าตัด • ห้องวิจัย
FI.2 ผู้ป่วยนอก	<ul style="list-style-type: none"> • คลินิกเฉพาะโรค • อุกาณ • ห้องตรวจ • คลินิกแมว • VIP Lounge • เวทเนบเรียน / การงน / รับยา
FI.1	<ul style="list-style-type: none"> • ประชาสัมพันธ์ • อุกาณ • VIP Lounge • ร้านกาแฟ Tom n Tom • เวทเนบเรียน / การงน / รับยา • ห้องตรวจเบื้องต้น
G	<ul style="list-style-type: none"> • ลานจอดรถเจ้าหน้าที่ • ลานจอดรถผู้ป่วยนอกค้าง

ภาพที่ 2.33 แผนกในโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม 9

2.7.2 บรรยากาศในแต่ละพื้นที่



ภาพที่ 2.34 ภายนอกบริเวณตึกโรงพยาบาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.35 ภายในบริเวณตึกโรงพยาบาลชั้น 1



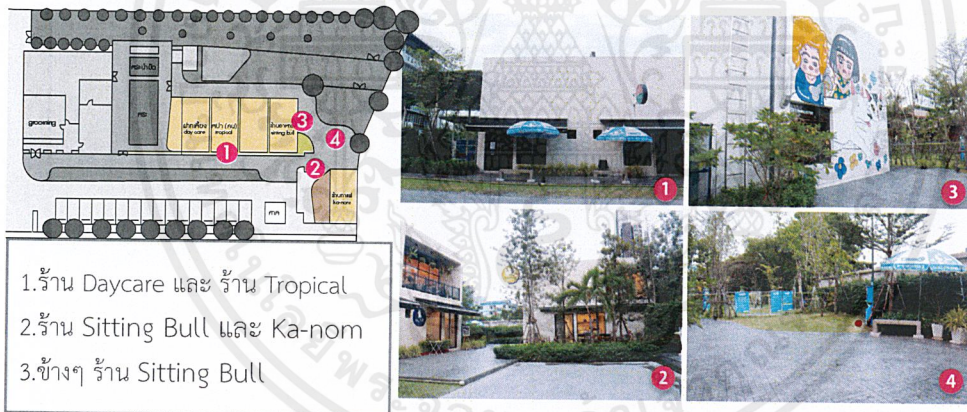
ภาพที่ 2.36 บริเวณตึกกลุ่มมิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1. ที่นั่งริมสระด้านซ้าย
2. สระว่ายน้ำ
3. ที่นั่งริมสระด้านขวา

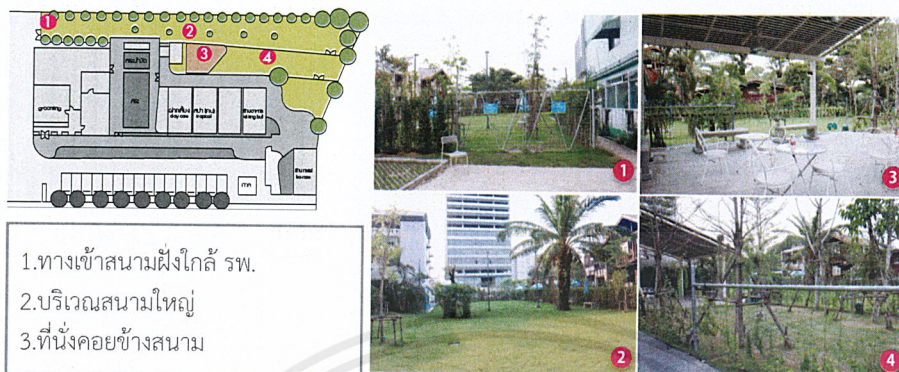
ภาพที่ 2.37 บริเวณสระว่ายน้ำ



1. ร้าน Daycare และ ร้าน Tropical
2. ร้าน Sitting Bull และ Ka-nom
3. ช้างๆ ร้าน Sitting Bull

ภาพที่ 2.38 บริเวณร้านค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

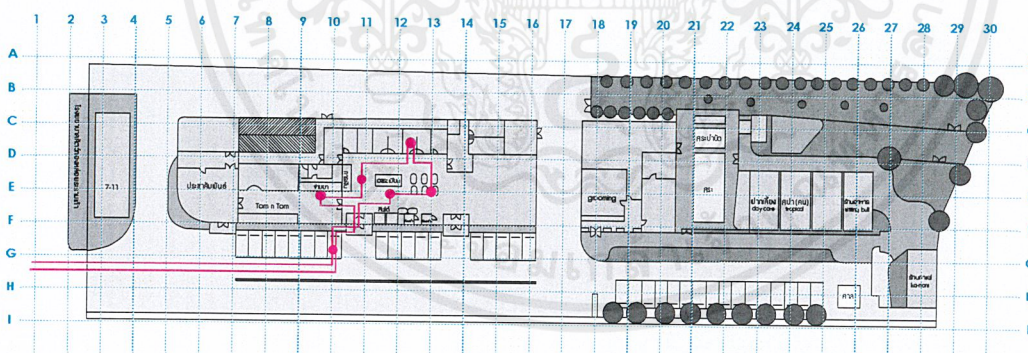


ภาพที่ 2.39 บริเวณสนาม

2.6.2 วิเคราะห์การใช้พื้นที่

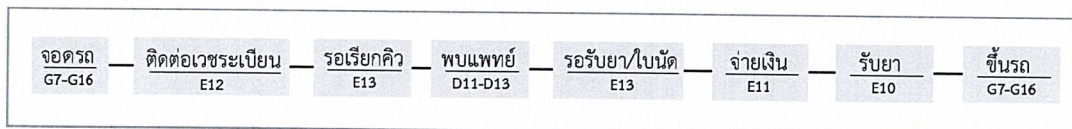
จากการสำรวจผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลทองหล่อพระราม 9 มักจะเดินทางโดยรถส่วนตัวเนื่องจากสัตว์เลี้ยงไม่สามารถขึ้นรถโดยสารได้ จึงต้องคาดการณ์ตั้งแต่การใช้รถไปจนถึงการใช้บริการต่างๆ ซึ่งระยะเวลาในการใช้บริการก็มีผลต่อการใช้งานด้วยเช่นกัน

2.7.2.1 ผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลโดยจอดรถฝั่งด้านหน้า



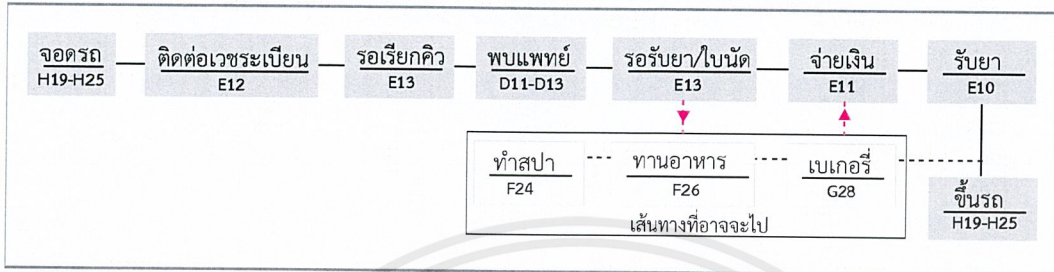
ภาพที่ 2.40 เส้นทางการใช้งานโรงพยาบาลโดยจอดรถฝั่งด้านหน้า

(1.) ขั้นตอนการให้บริการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

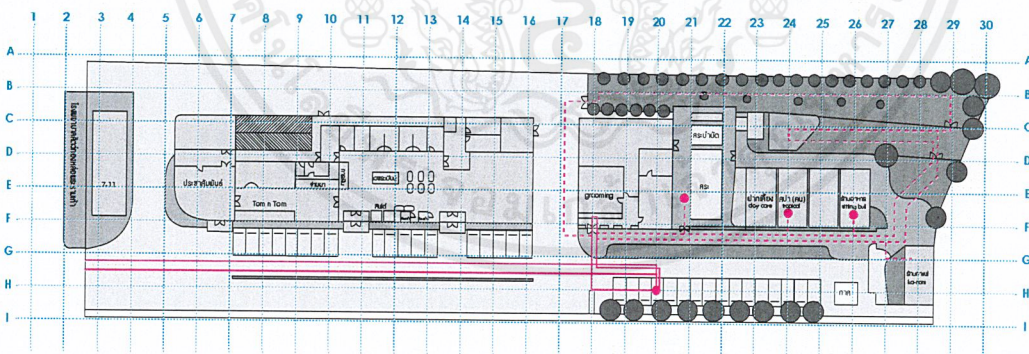
ข.) โรคที่ต้องใช้เวลาตรวจนาน หรือต้องรอรักษา (เวลาไม่เกิน 3 ชั่วโมง)



(2.) สรุปการใช้งาน

ในกรณีที่มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากเช่นในวันเสาร์-อาทิตย์ที่จอดรถฝั่งโรงพยาบาลจึงมีไม่เพียงพอ จึงทำให้ผู้ใช้บริการต้องมาจอดรถฝั่งทองหล่อเพื่อที่ซิติ ผู้ใช้หลายรายที่รู้ว่าโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อสาขานี้มีโซนทองหล่อเพื่อที่ซิติให้บริการ จึงเดินทางไปใช้บริการโรงพยาบาลและเดินกลับมารอและเดินเล่นแล้วจึงค่อยไปรับสัตว์เลี้ยง หรือใช้บริการรักษาเสร็จแล้วค่อยเดินมาใช้บริการที่ทองหล่อเพื่อที่ซิติ แต่ในกลุ่มผู้ใช้บางคนเลือกที่จะไม่เดินมาเนื่องจากสภาพอากาศที่ไม่อำนวย หรือไม่ต้องการเดินไปเดินกลับหลายเที่ยวจึงเลือกที่จะรออยู่ภายในโรงพยาบาล

2.6.2.3 ผู้มาใช้บริการกรูมมิ่งโดยจอดรถฝั่งทองหล่อเพื่อที่ซิติ

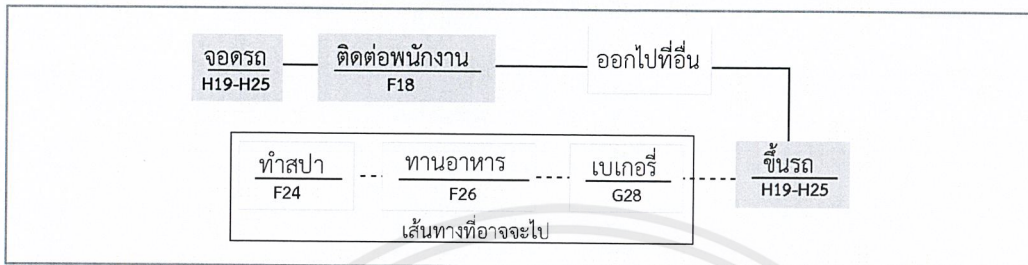


ภาพที่ 2.42 เส้นทางการใช้งานกรูมมิ่ง

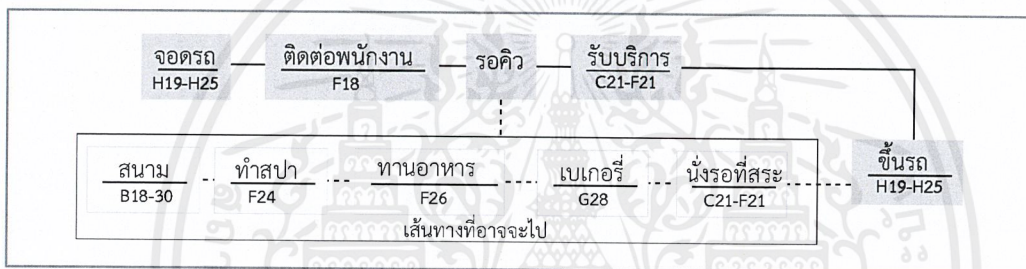
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1.) ขั้นตอนการใช้บริการ

ก.) ใช้บริการอาบน้ำตัดขน



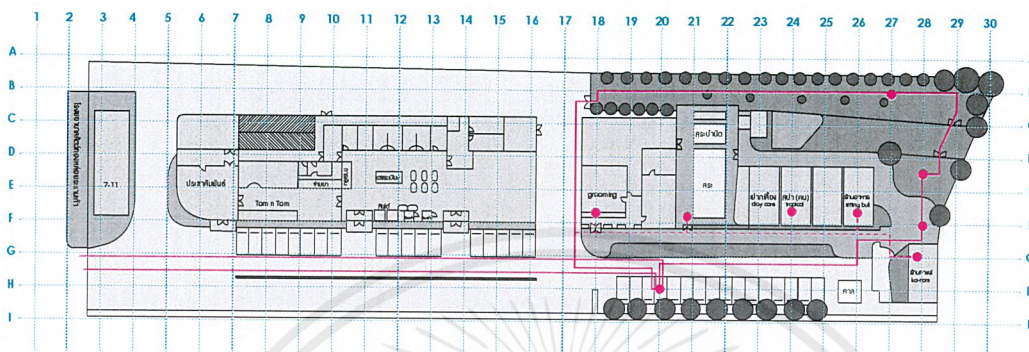
ข.) ใช้บริการสระว่ายน้ำ



(2.) สรุปการใช้งาน

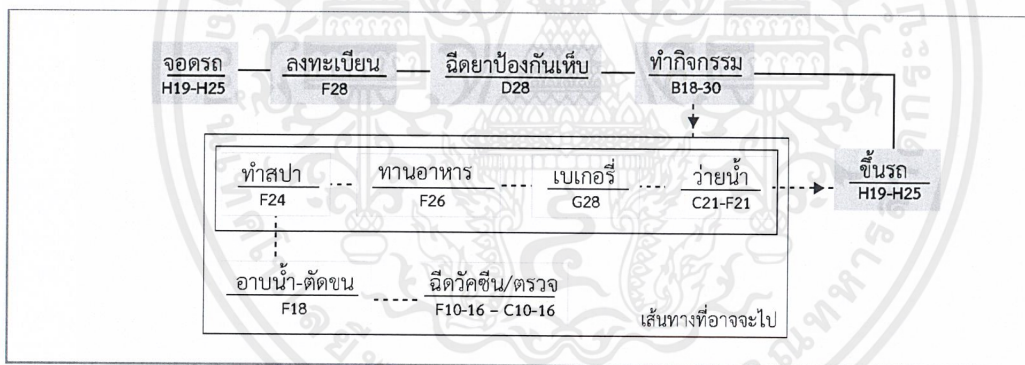
ในกรณีผู้ที่ต้องการมาใช้บริการทองหล่อเพ็ทซิติ์โดยเฉพาะส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ใช้ที่เคยใช้บริการมาก่อนแล้วหรือเคยเดินมาโซนนี้แล้ว จะเลือกจอดรถในโซนนี้เลย จากการสำรวจพบว่าผู้ที่มาใช้บริการพาสต์เลีย้งมาอาบน้ำตัดขนจะนำสัตว์เลี้ยงมาฝากไว้ถ้าคิวยาวก็ค่อยมารับ หรือผู้ที่ใช้บริการเป็นประจำจะโทรมาจองก่อน ส่วนบริการสระว่ายน้ำผู้ใช้จะนั่งเฝ้าสุนัขเล่นน้ำ ส่วนในช่วงรอว่ายน้ำเลือกที่จะพาสุนัขเดินเล่นไปเรื่อยๆ แต่ก็มีผู้ใช้บางส่วนเลือกที่จะรอภายในทองหล่อเพ็ทซิติ์โดยใช้บริการต่างๆ ภายในนั้น

2.7.2.4 ผู้มาเข้าร่วมกิจกรรมเข้าฝูงโดยจอดรถฝั่งทองหล่อเพ็ทซิติ



ภาพที่ 2.43 เส้นทางการทำงานเข้าฝูง

(1.) ขั้นตอนการใช้บริการ



(2.) สรุปการใช้งาน

ผู้ที่มาร่วมกิจกรรมเข้าฝูงของทางเพ็ทซิติจะได้รับข่าวจากทางเพจ โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมมาแล้ว โดยจอดรถบริเวณเพ็ทซิติเพื่อความสะดวก ซึ่งสุนัขทุกตัวที่เข้าร่วมกิจกรรมจะต้องอยู่ในสายจูงตลอดเวลาเพื่อความปลอดภัย โดยจะทำกิจกรรมกันในสนามโดยใช้พื้นที่เต็มสนาม หลังจบกิจกรรม ผู้ใช้อาจจะมาใช้บริการภายในส่วนต่างๆ ของเพ็ทซิติหรือมาฉีดวัคซีนหรือตรวจโรคกับโรงพยาบาล โดยอาจจะมีการใช้บริการกรูมมิ่งก็จะฝากไว้แล้วมาใช้บริการร้านค้าย่อยสุนัขกลับ

2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อมและกรณีศึกษา

ได้ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อมในแต่ละประเภท ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 3 ประเภท โดยในแต่ละประเภทจะสื่อสารออกมาให้แก่ผู้รับไม่เหมือนกัน และได้ศึกษาเกี่ยวกับป้ายประเภทต่างๆ สัดส่วนการใช้งานของมนุษย์ และองค์ประกอบทางศิลปะที่มีส่วนช่วยในการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม โดยจะมีข้อมูลดังต่อไปนี้

2.8.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม

การออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม (Environmental Graphic Design: EGD) คือ การออกแบบสื่อที่ไม่ว่าจะเป็นงานกราฟิก งานออกแบบสัญลักษณ์ หรือแม้กระทั่งงานศิลปะ (art installation) ได้แก่ ป้ายโครงการ (pylon sign) ป้ายภายนอกอาคาร (building sign, banners) ป้ายไดเรคตอรี (directory) ป้ายบอกทาง (wayfinding sign) ป้ายชื่อห้างร้าน (shop front/branding sign) งานสัญลักษณ์ภาพ (Pictogram) และงานออกแบบแผนที่ (mapping) เป็นต้น โดยมุ่งเน้นในการให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้สอย โดยเป็นการให้ข้อมูลในเรื่องของแผนที่หรือการบอกทิศทาง โดยจะมีความแตกต่างจากงานกราฟิกธรรมดาทั่วไปตรงที่การออกแบบไม่ได้อยู่แค่บนกระดาษ 2 มิติ ยิ่งไปกว่านั้นการออกแบบ EGD จะต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่ EGD นั้นๆ จะตั้งอยู่ EGD มีความสัมพันธ์กับงานทางด้านสถาปัตยกรรม งานตกแต่งภายใน และงานภูมิทัศน์ โดยต้องคำนึงถึง เช่น ทางเดิน ทิศทางของแสง วัสดุ หรือ ระยะทาง ขนาด เป็นต้น ดังนั้นขั้นตอนในการทำงานนี้ จึงต้องมีความเกี่ยวเนื่องเกี่ยวพันกัน ยิ่งไปกว่านั้น EGD ยังเกี่ยวข้องกับการใช้ digital technology และระบบที่นำเสนอเนื้อหาที่เต็มไปด้วยพลังและความคิดสร้างสรรค์ผ่าน motion graphic และทำให้เกิดความเป็นไปได้ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง user ในสถานที่กับข้อมูลที่ถูกนำถ่ายทอด

โดยการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อมจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ Interpretive design , Way finding และ Place making Design



ภาพที่ 2.44 ประเภทของกราฟิกบนสภาพแวดล้อม

(1) Interpretive design คือ การตีความจากเนื้อหาที่ไว้มานพื้นที่โดยให้พื้นที่นั้นสามารถเล่าเรื่องได้ สถานที่ๆ มักจะทำ ส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ๆ ต้องการให้ความรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์ งานนิทรรศการ งานโชว์



ภาพที่ 2.45 ตัวอย่าง Interpretive design
ที่มา : <http://www.toboggandesign.com>

(2) Way finding Design คือ ระบบที่ช่วยบอกทางให้กับผู้ใช้งาน โดยต้องดูในเรื่องปัญหาพฤติกรรมการใช้งานเป็นหลักว่ามีปัญหาในการใช้งานพื้นที่อย่างไร และระบบที่มีอยู่เป็นอย่างไร โดยการออกแบบควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อมด้วย โดยสถานที่ที่มีระบบนำทางมักจะเป็นสถานที่ที่มีขนาดพื้นที่กว้าง เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.46 ตัวอย่าง Way finding Design
ที่มา : <https://segd.org/top-20-wayfinding-designs-2000>

โดยการออกแบบ Signage จะมีแนวคิด Four Wayfinding Strategies ซึ่งอาจช่วยระบุหรือกำหนดเส้นทางโครงข่ายของระบบขนส่ง ส่วนต่างๆ ของอาคาร ชุมชนต่างๆ อาณาเขตพื้นที่ในแต่ละส่วนของมหาวิทยาลัย ระบบ wayfinding ถูกจัดการอย่างเป็นระบบด้วยการใช้ strategy 4 ชนิดด้วยกัน โดยทั้ง 4 จะถูกใช้เป็นแบบอย่างหลังจากได้มีการวาง plan แล้ว มีดังนี้ คือ concept of districts, streets, connectors, landmarks ทั้งหมดสามารถที่จะถูกใช้เพื่อช่วยให้สถานที่นั้นง่ายต่อการเข้าใจและง่ายต่อการนำทาง ตัวอย่างเช่น District systems: สถานที่ที่จะถูกแบ่งออกเป็น zone ที่มีความหมายสำหรับใช้บน sign และ map และที่หมายจะถูกจัดเป็นกลุ่มด้วย district เหล่านั้น ขณะที่ Street เป็นการอุปมาระบบนำทางด้วยการทำให้โถงทางเดินและรูปแบบของเส้นทางง่ายต่อการจดจำเป็นโครงข่ายโยงใยพื้นที่ที่เข้าใจง่าย Connectors คือการแสดงให้เห็นเส้นทางที่เชื่อมต่อกับที่หมายทั้งหมดด้วยสถานที่เดียว Landmarks ชี้นำผู้คนสู่จุดหลักๆ อย่างเช่น elevators หรือตำแหน่งพื้นฐานอื่นๆ บันไดห้องนี้



ภาพที่ 2.47 ตัวอย่าง Signage
ที่มา : <https://catalinareeves.wordpress.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ก.) Identification signs เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงการเปลี่ยนจากพื้นที่หรือบริเวณประเภทหนึ่งไปสู่พื้นที่อื่น โดยหน้าที่ของมันไม่ได้เน้นการทำงานด้านฟังก์ชันเท่านั้น มันยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงบุคลิกของสถานที่ หรือประวัติศาสตร์ของสถานที่ และเป็นการสื่อสารถึง corporate identity ของสถานที่ได้อย่างชัดเจนโดยการใช้ logo หรือใช้ภาพ

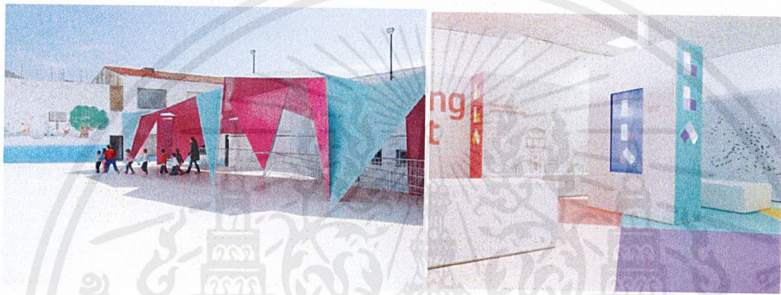
(ข.) Directional Signs เป็นส่วนประกอบที่อยู่ในระบบ circulation เพราะมันได้ให้คำแนะนำที่จำเป็นในการเคลื่อนที่ตั้งแต่ users ได้เข้ามาในพื้นที่ Sign ชนิดนี้ได้ให้เส้นทางกับการสัญจรของผู้คนที่ใช้พื้นที่ด้วยการเดิน หรือผู้ที่ใช้รถยนต์ ระหว่างทางเข้าหลัก จุดที่ต้องตัดสินใจ จุดหมายปลายทางและทางออก โดยใช้กราฟิกเป็นเครื่องมือสื่อสารเช่น ตัวอักษร สัญลักษณ์ ลูกศร Directional signs จำเป็นที่จะต้องสังเกตเห็นได้โดยง่าย message ที่จะสื่อสารต้องง่าย สอดคล้องไปกับการนำทางที่ช่วยอำนวยความสะดวก ลดความสับสนในการใช้พื้นที่

(ค.) Orientation signs นำเสนอผู้ใช้งานพื้นที่ด้วยการแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่อยู่โดยรอบด้วยการใช้ site map และ directory การออกแบบ orientation sign จำเป็นต้องทำให้สอดคล้องไปกับ identification sign และ directional sign อื่นๆ ที่อยู่ในระบบ เมื่อ sign ทั้งหมดทำงานร่วมกัน ผู้ใช้งานก็สามารถที่จะเคลื่อนไปตามเส้นทางได้สะดวกและง่ายมากขึ้น

(ง.) Regulatory sign แสดงข้อบังคับว่าอะไรทำได้ อะไรห้ามทำในภายในสถานที่นั้น มันอาจเป็น sign ง่ายๆ เช่น ห้ามสูบบุหรี่ หรือเป็น sign ที่มีความซับซ้อนเกี่ยวกับกฎข้อบังคับที่ชี้ให้ผู้คนมีความสุข หรือเคารพพื้นที่สาธารณะ Regulatory sign ควรที่จะไม่เด่นชัดจนเกินไป (เพื่อให้คนได้มีประสบการณ์ที่ดีกับสถานที่) แต่ก็ใหญ่พอที่จะสื่อสารกระบวนการหรือเตือนได้อย่างทันท่วงที ต้องมีความประณีตในการใช้ภาษา ข้อความต้องชัดเจนโดยไม่ทำให้ผู้มาใช้พื้นที่รู้สึกถึงการไม่ต้อนรับ

(3.) Place making Design คือ เป็นการประสบการณ์ที่เชื่อมโยงผู้คนกับสถานที่ นำเสนอให้เกิดความรู้สึกว่า ‘คุณอยู่ที่นี้’ แบบชัดเจน รุนแรง โดยการทำให้เห็นว่าสถานที่นั้นๆ แตกต่างจากที่อื่นๆ เป็นการรวมเอาส่วนประกอบที่โดดเด่นทางกายภาพ เช่น ผู้คน ฟังก์ชัน ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความเป็นไปได้ที่จะทำให้สถานที่แตกต่าง โดยใช้หลักการที่หลากหลายเพื่อ วางแผนและพัฒนาพื้นที่ และใช้ materiality, form และ context เพื่ออธิบายและแสดงออกถึงความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ และ inspire, engage, connect และเรียกร้องให้ users มีปฏิกิริยาตอบสนองกับสถานที่ นักออกแบบใช้หลักการทางการออกแบบสื่อสาร (principles of communication design) เพื่อให้พื้นที่มีความชัดเจนและง่ายต่อความเข้าใจแก่ ผู้ใช้บริการโดยการออกแบบจะวาง user เป็นศูนย์กลางของกระบวนการออกแบบ ในขณะที่การวางผังพื้นที่ (urban planning) ทำงานกับ

infrastructure, layout, zoning และกฎหมายต่างๆ และการถ่ายเทสัญญาณผ่านพื้นที่ นักออกแบบทำให้เกิดความแน่ใจว่าสถานที่ได้อธิบายผ่านการจัดการพื้นที่ที่ถูกลำเอามาสู่ความเป็นจริงในแนวทางที่มันสื่อสารได้อย่างชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของมัน ใครและอะไรที่ถูกใส่ลงไปในพื้นที่ ได้ดีพอๆ กับความเป็นวัฒนธรรมและศิลปะการระบุตัวตนของเราว่าเราเป็นอย่างไร ผ่านบนพื้นที่เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตัวเองว่าเราไม่เหมือนใคร เราต่างจากที่อื่นยังไง แต่ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสถาปัตยกรรม โดยสถานที่ๆ มักจะทำ คือ สวนสนุก ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยสามารถทำได้ทั้งกราฟิกบนผนัง บนพื้น Sculpture Installation และอื่นๆ ตามแต่พื้นที่



ภาพที่ 2.48 ตัวอย่างการทำ placemaking

ที่มา : <https://www.dezeen.com>

2.8.2 พื้นฐานของการออกแบบกราฟิกในสภาพแวดล้อม

ในการทำงานด้านการออกแบบ Environment Graphic นั้นจำเป็นต้องทำงานทางด้าน สถาปัตยกรรมควบคู่กันไปด้วย เนื่องจาก การออกแบบ Graphic ชนิดนี้ต้องใช้อยู่ในสภาพแวดล้อม จึงจำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับงานทางด้านสถาปัตยกรรมที่ต้องคำนึงถึง เช่น ทางเดิน ทิศทางของแสง วัสดุ หรือ ระยะทาง ขนาด เป็นต้น ดังนั้นขั้นตอนในการทำงานนี้ จึงต้องมีความเกี่ยวเนื่องเกี่ยวพันกับการทำงานทางด้านสถาปัตยกรรมบ้างพอสมควร

(1.) การตัดแปลงและจัดระบบสถานที่ วิธีนี้ง่ายที่สุด คือ นักออกแบบพยายามทำตัวเป็น คนที่เข้ามาชมสถานที่นั้นๆ เสียเอง และเมื่อเกิดความสงสัยในสถานที่ไหนๆ หรือต้องการป้ายเพื่อบอกทางตรงไหนก็ถือว่าจุดนั้นเป็นจุดที่จำเป็นต้องมีป้ายบอกทางนั่นเอง วิธีการนี้ถือว่าเป็นวิธีการที่ดีที่สุดวิธีหนึ่งในการจัดการกับสถานที่นั้นๆ ในการทำวิธีการนี้มีอยู่ 2 ทางง่ายๆ ที่สามารถทำได้ คือ ลองแสดงเป็นคนที่ใช้สถานที่นั้นๆ และลองมองจากแบบของตัวอาคารสถานที่นั้นๆ เพื่อหาปัญหาที่จะต้องใช้อ้ายสัญลักษณ์ในการแก้ไข แต่ในวิธีทางแรกคือ การแสดงเป็นคนเดินเข้าไปจริงๆ จะได้ทราบและรู้ถึงการแก้ปัญหาโดยใช้ Sign ได้ดีกว่าวิธีทางที่ 2

(2.) วิธีการในการออกแบบขั้นแรกนักออกแบบควรต้องเข้าใจในงานออกแบบ ควรต้องเข้าใจ ในงานออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ว่าเป็นหน้าที่ของสถาปนิกและเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับ สถาปัตยกรรมเป็นส่วนมาก และถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในสิ่งที่จะต้องคำนึงและทำความเข้าใจด้วย เพราะนัก ออกแบบแต่ละคนย่อมมีความคิด ความรู้สึกและเข้าใจในสิ่งต่างๆ ต่างกัน ดังนั้น วิธีการนี้ นักออกแบบจึงควรต้องมีความเข้าใจในงานทางด้านสถาปัตยกรรมด้วย เสมือนทำตัวเป็นสถาปนิก คนหนึ่ง ในโครงการต่างๆ สัญลักษณ์และภาพกราฟิกจะสร้างจุดสนใจให้เด่นชัดรวมถึงสี สัน มากกว่างานทางด้านสถาปัตยกรรม แต่โดยทั่วไปแล้ว ระบบสัญลักษณ์ควรจะเป็นแค่ส่วนหนึ่ง ในงานสถาปัตยกรรมเท่านั้น การสื่อสารผ่านป้ายสัญลักษณ์ จำเป็นเพียงแค่ต้องการออกแบบไปเสียทีเดียว อาจจะต้องมีผสมผสานกันบ้างเพื่อให้เกิดความสมดุล ทั้งทางด้านหน้าที่ (Functional) และความสวยงาม (Esthetic) อีกส่วนหนึ่งที่จำเป็นต้องคำนึงถึงเมื่อทำการออกแบบคือการใช้การสื่อสาร สัญลักษณ์นั้นย่อมมี ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งเสมอ เรื่องความสวยงามเป็นอันดับรองลงมา สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในกรณีนี้ภาพ และการใช้สิ่งต่างๆ มาจัดการออกแบบต้องดูง่าย ในรูปร่างและสี รวมถึงรายละเอียดมีไม่มากนัก จึง จำเป็นต้องใช้การจัดวางที่มีระเบียบแบบแผนพอสมควรเพื่อแสดงให้เห็นถึงเหตุผล ความสำคัญในการใช้ สัญลักษณ์นั้นๆ ด้วย อาจถือได้ว่าการจัดระบบสัญลักษณ์เป็นหนทางหนึ่งในการสื่อสารข้อมูลกับคนอื่นๆ แต่ต้องระวังไว้ด้วยว่าในการออกแบบจะต้องไม่ขัดกับสภาพแวดล้อมทางสถาปัตยกรรมนั้นๆ ด้วย

(3.) การออกแบบป้ายและการใช้สี นักออกแบบควรระวังในเรื่องความสัมพันธ์ ระหว่าง ความสวยงามของสิ่งที่ออกแบบกับสถานที่ที่จะนำไปติดตั้ง และถือได้ว่าส่วนหนึ่งที่ควรพิจารณา ก็คือ สีที่ใช้ เพราะถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งซึ่งทำให้สัญลักษณ์อันนั้นเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมนั้นๆ ได้ สีของสัญลักษณ์และป้ายไม่ควรจะใช้อย่างตามใจหรือคิดเพียงแต่ว่า มันไปด้วยกันได้เท่านั้น สีของป้ายควรจะเป็นสีที่เกี่ยวข้องกับสีและวัสดุภายในอาคารหรือไปด้วยกันได้ กับสถานที่ที่จะนำไปติดตั้งในสถานที่ใหญ่ๆ ที่ต้องการ Sign ประกอบ เช่น บริเวณหน้าต่างกระจก ซึ่งพบ มากในโรงพยาบาลและโรงเรียนจะต้องสุภาพและนิ่มนวลการออกแบบจึงต้องการสีที่แสดงออก ทางความรู้สึกนั้นอย่างมากที่เดียวอย่างไรก็ตามการจัดวางระบบสัญลักษณ์ควรจะต้องดูความเหมาะสม ด้วย ไม่จำเป็นต้องให้เข้ากับสภาพแวดล้อมหรือสีตามสถานที่นั้นๆ แต่อย่างไร เช่น สีของ อาคารเป็นอิฐบล๊อกสีแดงเข้มก็ไม่จำเป็นต้องใช้สีของ sign ตาม อาจจะใช้โทนนั้นๆ แต่ลดค่าน้ำหนักสี ให้เบาลงก็ย่อมได้ ป้ายสัญลักษณ์ที่มีการใช้สีค้ำกลาง โดยส่วนมากจะใช้กับสนามบินเนื่องจากเป็นสถานที่ ที่มีความวุ่นวายมีคนมากมายถือว่ามีสีสันตลอดเวลาดังนั้นการออกแบบระบบป้าย ในสนามบินให้ใช้สี ง่ายๆ คือ ขาวและดำนั้นจะทำให้ป้ายนั้นๆ เด่นขึ้นมาจากสภาพแวดล้อมได้ดี ดังนั้นนอกจากการเลือกใช้ สีให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมแล้วนั้น ควรจะต้องคำนึงถึงความรู้สึกที่คนดูมีให้กับสีด้วย ถือว่าในส่วนนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารด้วย เช่น ในโรงพยาบาล อาจจะมีป้ายที่มีพื้นทางด้านหลังเป็นสีแดงแสดงความ ฉุกฉุน รุ่งด่วน อันตราย เป็นต้น

2.8.3 องค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบกราฟิกในสภาพแวดล้อม

(1.) รูปร่าง รูปร่างมีผลต่อความรู้สึกในการตีความหมาย เช่น ป้ายที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมจะให้ความรู้สึกมั่นคง แน่นหนาทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นกับผู้มอง เหมาะจะใช้ เป็นป้ายชื่อหรือให้ข่าวสาร ป้ายที่เป็นรูปร่างกลมจะให้ความรู้สึกมั่นคงแต่สามารถลื่นไหลไปได้ เหมาะสำหรับป้ายที่เป็นข้อควรปฏิบัติตามต่างๆ ป้ายสามเหลี่ยมหรือขนมเปียกปูน ให้ความรู้สึก ที่ไม่แน่นอนเหมาะสำหรับป้ายที่เป็นข้อห้าม ข้อควรระวัง ข้อฉุกเฉิน ส่วนป้ายที่มีรูปร่างอื่นๆ เหมาะสำหรับเป็นป้ายเฉพาะจะใช้สถานที่นั้นซึ่งขึ้นอยู่กับารออกแบบให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่เกิดจากงบประมาณ หรือเทคนิคการสร้าง เช่น ป้ายสี่เหลี่ยมจะมีราคาถูกกว่าป้ายชนิดอื่น หรือข้อจำกัดจากการใช้งาน เช่น ป้ายอิเล็กทรอนิกส์อาจถูกจำกัดจากรูปร่างของหลอดไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น

(ก.) ตัวอักษร รวมถึงรายละเอียดของตัวอักษรบนป้ายสัญลักษณ์ มีความสำคัญในการ ถ่ายทอดข้อความไปสู่คนอ่านมีหลักการดังนี้

- รูปแบบของตัวอักษร มีหลายรูปแบบให้เลือกและแต่ละแบบก็ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป และอ่านได้ยากง่ายต่างกัน ตัวอักษรแบบเรียงบ้างที่ดูธรรมดาจะอ่านได้ง่ายที่สุด

- Upper and Lower case การใช้ตัวอักษรที่เป็นตัวพิมพ์ใหญ่ในภาษาอังกฤษเหมือนกับการใช้ความหนาบางของตัวอักษร เพื่อเน้นความสำคัญมากกว่าตัวพิมพ์เล็ก และการใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ร่วมกับตัวพิมพ์เล็กก็จะทำให้อ่านได้ง่ายขึ้น

- ระยะความห่างของช่องไฟระหว่างตัวอักษร ทำให้เกิดความยากง่ายที่แตกต่างกันและยังให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันด้วย การใช้ช่องไฟห่างจะให้ความรู้สึกสบายผ่อนคลายกว่าการใช้ช่องไฟแคบที่จะทำให้รู้สึกทึบและแน่น

- รูปร่างของตัวอักษร ทำให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน รูปร่างสามเหลี่ยม ความแหลมจะทำให้รู้สึกถึงพลังและความรวดเร็ว ตัวกลมให้ความรู้สึกนุ่มนวล ดังนั้นการเลือกใช้ตัวอักษรก็จะต้องดูให้เหมาะสมกับอารมณ์ของสถานที่นั้นเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกับสภาพแวดล้อม

- จำนวนตัวอักษรที่เหมาะสม per line สำหรับ exhibition text คือ 45-75 (โดยนับเว้นวรรคและเครื่องหมายต่างๆ) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะอยู่ที่ 66 ตัวอักษร per line ขนาดตัวหนังสือกับระยะการอ่าน สามารถคำนวณได้ด้วย ขนาดของ x-height (cm) x 500 เช่น x-height สูง 1 ซม. x 500 = ระยะการอ่านที่ 5 เมตร (500 cm) (maximum reading)

(2.) สีสมีผลในเชิงจิตวิทยา มีผลต่ออารมณ์และการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งมีความเคยชินกับการตีความหมายของสีอยู่แล้วเช่น สีแดง มักใช้กับป้ายราคาเตือน การใช้สี จึงมีประโยชน์มากกับการสร้างป้ายสัญลักษณ์ การใช้สีต่างๆ มีผลต่อการรับรู้ทางสายตา จากการศึกษาเรื่องการอ่านป้ายบนสีต่างๆ นอกจากนี้สียังเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี โดยสิ่งที่ต้องคำนึงถึงที่สุดในการใช้สีบนสื่อจำพวกป้าย คือ การตัดกันระหว่างสีพื้นและสีของตัวอักษร

(3.) วัสดุ การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อม มีผลต่อการมองและการรับรู้ รวมไปถึงผลกระทบต่อในอนาคต โดยแบ่งเป็นวัสดุดังนี้

- วัสดุประเภทโลหะ เป็นวัสดุอันเป็นที่นิยมมากสำหรับการทำ signage โดยมีคุณสมบัติในการขึ้นรูป ปรับเปลี่ยนรูปทรง โค้งงอ คงทน มันสามารถถูกใช้เป็นโครงสร้างเป็นส่วนของผิวด้านนอก และขึ้นส่วนในส่วนต่างๆ ซึ่งโลหะที่ใช้กับ signage หลักๆ แล้วมีสีตั้งแต่สีเงินไปจนถึงสีเหลือง และ finish โลหะได้หลายรูปแบบ ตั้งแต่เคลือบเงา เคลือบด้าน กราฟิกสามารถถูกกัดด้วยกรด เซาะร่อง ทำสี หรือเคลือบโดยจะมีหลากหลายชนิด ซึ่งจะมีคุณสมบัติที่ต่างกันออกไป

- วัสดุประเภทแก้ว ถูกใช้อย่างเป็นเรื่องปกติในงาน signage ภายนอกและภายใน สามารถเป็น backlit, edge lit หรือทำให้เกิดมิติของรูปทรงได้ ที่เป็นที่นิยมในการทำผิวคือการทำพื้นทราย (sandblast), ทำสี, กัดกรด (etching), แกะสลัก (carving) และการ apply graphics และ textures ใส่ลงไปด้านใดด้านหนึ่งของพื้นผิวหรืออยู่ตรงกลางก็สามารถทำ "ให้เกิด effect ที่ต่างกันได้ โดยจะมีหลากหลายชนิด ซึ่งจะมีคุณสมบัติที่ต่างกันออกไปเช่น ลามิเนท จะมีความคงทนสูง ราคาไม่แพงนัก สามารถใส่กราฟิกระหว่างช่องได้

- วัสดุประเภทไม้ มีความคงทนน้อยกว่าวัสดุอื่นที่ใช้กับ signage และจะเปลี่ยนสีเมื่อเวลาผ่านไป ไม่ว่าจะใช้สำหรับภายในหรือภายนอก สามารถประยุกต์ใส่ตัวหนังสือและกราฟิกหรือจะแกะสลักลงไป ไม้สามารถใช้แสดงรายละเอียดของผิวหน้าหรือเคลือบผิวหน้าของวัสดุด้านหลัง (ควรพิจารณาเรื่องความยั่งยืนด้วย) สีที่ใช้ขึ้นอยู่กับชนิดของไม้ต่างๆ

- วัสดุประเภทพลาสติก สำหรับ signage โดยทั่วไปจะถูกตัด แกะลงบนแผ่นพลาสติกที่หลากหลายความหนา แผ่นพลาสติกสามารถถูกให้สีหรือย้อมสี และบ่อยครั้งจะเพิ่มความโปร่งแสงเพื่อให้ signage สว่าง กราฟิกสามารถถูก print, paint หรือ silkscreen พลาสติกเป็นส่วนประกอบหลักของ signage ประเภทของวัสดุประเภทนี้ได้แก่ อะคริลิก โฟโต้โพลีเมอร์ เป็นต้น

2.8.4 หลักตัวแปรมนุษย์ (Human Factors Basics)

(1.) ตัวแปรทางด้านสรีระวิทยา (Physical Factors)

(ก.) Visual Acuity คือ กำลังความสามารถหรือความคมชัดในการรับภาพของสายตาในเกณฑ์ปกติคนจะสามารถมองเห็นได้ในระยะของแสงที่ 20/20 ฟุตและยังขึ้นอยู่กับอายุและสายตาของแต่ละบุคคล

(ข.) Reading Rate คือ เวลาที่ใช้ในการอ่านมาตรฐานการอ่านจะอยู่ที่ 125 คำต่อ 1 นาทีถึง 500 หรือ 600 คำซึ่งควรพิจารณาควบคู่กับอายุระดับสติปัญญาการศึกษาซึ่งค่าเฉลี่ยจะอยู่ประมาณ 250 คำต่อนาที

(ค.) Legibility คือ ความรับรู้และเข้าใจได้ง่ายในการอ่านจากสภาพแวดล้อมที่ชัดเจนได้มีการจัดเกณฑ์มาตรฐานจากสายตาปกติ 20/20 จะสามารถยืนอ่านตัวอักษรสูง 1 นิ้ว (25 ซม.) จากระยะไกลถึง 50 ฟุต (15 เมตร)

(ง.) Eye Level คือ ระดับสายตาที่ใช้เป็นมาตรฐานในการมองเห็น

- ระดับสายตาขณะยืนอยู่จะสูงจากพื้นประมาณ 5 ฟุต 6 นิ้ว

- ระดับสายตาขณะนั่งอยู่จะสูงจากพื้นประมาณ 4 ฟุต 3 นิ้ว

(จ.) Meeting Need of Aging and Physically Disable People คือ การคำนึงถึงความต้องการของประชากรที่เป็นผู้สูงอายุและคนพิการ ความสูงของตัวอักษรที่ใช้เป็นมาตรฐานคือ ตัวอักษร Helvetica ตัวพิมพ์ใหญ่สูง 1 นิ้ว ตามระยะการมองเห็น 25 ฟุต

(2.) ตัวแปรทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) คือ หลักการทางจิตวิทยาที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้นภาพ (Figure and Ground Relationships) โดยกำหนดให้ภาพที่เป็นรูปร่างหรือลักษณะโครง จะมองเห็นได้เมื่ออยู่บนพื้นภาพ เพราะรูปร่างเกิดจากรอบรูปหรือเส้นรอบรูปเป็นตัวกำหนดขอบเขต ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงรูปร่างจึงเกิดจากการปรับเปลี่ยนเส้นกรอบรูป ซึ่งจะทำให้มีผลต่อการจดจำ

(3.) ตัวแปรที่สำคัญต่อการรับรู้ (Factors Affecting Perception) คือ สภาพภายนอกที่มีผลต่อการรับรู้ที่สำคัญที่สุด คือ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ กล่าวคือ องค์ประกอบเรื่องแสง ได้แก่ คุณภาพของแสง ความเข้มของแสง และสีของแสงที่ตกกระทบบนแผ่นป้าย รวมทั้งอุปสรรคทางวัตถุ สิ่งกีดขวางทางสายตา และสภาพแวดล้อมโดยรอบของป้าย ดังนั้น จึงควรคำนึงถึงเรื่องของการหาตำแหน่งติดตั้ง และการออกแบบที่ช่วยให้อ่านได้ง่าย Ambient Lighting คือ ความคงที่ของความสว่าง ได้แก่

(ก.) ป้ายภายในอาคาร (ชนิดไม่มีไฟ) ความคงที่ของความสว่างในการมองเห็น ประมาณ 50 แสงเทียน

(ข.) ป้ายภายนอกอาคาร (ชนิดไม่มีไฟ) ความคงที่ของแสงประมาณ 2 แรงเทียน - ไม่ควรใช้ข้อความสีขาวบนพื้นป้ายสีอ่อน เช่น สีเหลือง
- ข้อความสีขาวบนพื้นป้ายสีดำจะทำให้อ่านได้ง่าย จากการศึกษาพบว่า ความคมชัดของป้ายจะเพิ่มขึ้นเมื่อเพิ่มแสงให้สว่างขึ้น และยังช่วยเพิ่มความเร็วในการอ่านได้ด้วย แต่ต้องระวังเรื่องการใช้แสงสีส่องลงบนแผ่นป้ายที่เป็นสี

(4.) หลักสรีระมนุษย์ (Human Dimensions Basic) คือ การศึกษามนุษย์ในเชิงมิติสัมพันธ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวัดขนาด และสัดส่วน ของร่างกายมนุษย์ เช่น การวัดขนาดกระดูก แขน ขา รวมทั้งระยะห่างซึ่งเกี่ยวข้องกักร่างกายวิภาค หรือโครงสร้างสัดส่วนของมนุษย์ทางสรีระวิทยา ในการออกแบบวัสดุอุปกรณ์มาตรฐานจะต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของอุปกรณ์กับสัดส่วนของร่างกายมนุษย์ คือ Human Dimension ซึ่งนอกจากนี้ ในปัจจุบันยังมีการพัฒนาหลักการออกแบบเพื่อก่อให้เกิดการใช้พลังงานในร่างกาย อย่างจำกัด ที่เรียกว่า Ergonomic ขึ้น สำหรับการออกแบบระบบป้ายก็เช่นกัน ได้นำเอาหลักการมอง จากหลักสรีระมนุษย์ ซึ่งรวมถึงการเคลื่อนไหว (Motion) ของร่างกายมนุษย์ อันได้แก่ การศึกษา ถึงการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อคอ และหลังในการก้มเงย เพื่อค้นหาว่าทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง อะไร และอย่างไรบ้างมาประยุกต์ใช้

(5.) ขอบเขตการมองเห็น มนุษย์มีขอบเขตการมองที่จำกัดแบบไม่ต้องหันศีรษะ ประมาณ 40 องศา แต่ความจริงแล้วมนุษย์สามารถแลเห็นได้กว้างถึงประมาณ 120 โดยมุมมองทางตั้งจะมากกว่ามุมมองทางนอนฉะนั้นการพิจารณารูปแบบการจัดวางวัตถุให้สอดคล้องจึงมีผลต่อการจัดนิทรรศการด้วยเช่นกัน

2.8.1 กรณีศึกษาการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม (Case Study)

(1.) โรงพยาบาลเด็ก Nationwide Children ตั้งอยู่ในรัฐ โอไฮโอ ,สหรัฐอเมริกา โดยโรงพยาบาลแห่งนี้มีวิสัยทัศน์ว่าเรา เป็นมากกว่าโรงพยาบาล แต่เป็นศูนย์ดูแลและวิจัยสุขภาพเด็กที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา โดยเห็นความสำคัญกับเด็กเพราะเด็กเป็นอนาคตของชาติ และเมื่อเด็กมาโรงพยาบาลก็อยากให้เด็กได้เรียนรู้ไปด้วยและไม่อยากให้รู้สึกแยเมื่อมาโรงพยาบาล จึงได้ทำสถานที่ให้เป็น concept green space ให้เด็กได้เข้าถึงธรรมชาติและสนุกไปกับมัน โดยทำ EGD ทั้งในโรงพยาบาลและนอกโรงพยาบาลให้สอดคล้องกัน โดยจะมีใบไม้ที่ใช้บอกทางและตุ๊กตารูปสัตว์ ตามโซนต่างๆ ของโรงพยาบาล



ภาพที่ 2.49 โรงพยาบาลเด็ก Nationwide Children
ที่มา : <http://www.nationwidechildrens.org>

(2.) โรงพยาบาลกรุงเทพ Bangkok Hospital

โรงพยาบาลกรุงเทพ เป็นโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำของประเทศไทย ที่ได้รับความไว้วางใจทั้งจากคนไทย และต่างชาติที่จะเลือกใช้บริการตรวจ รักษา สุขภาพ ตลอดมา จนได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรกำกับมาตรฐานด้านการแพทย์ที่ใหญ่ที่สุดของโลกโดยมีพันธกิจของ โรงพยาบาลกรุงเทพ คือ มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการให้บริการทางการแพทย์ที่ได้รับการยอมรับในระดับมาตรฐานสากล



ภาพที่ 2.50 โรงพยาบาลกรุงเทพ
ที่มา : <https://www.bangkokhospital.com>

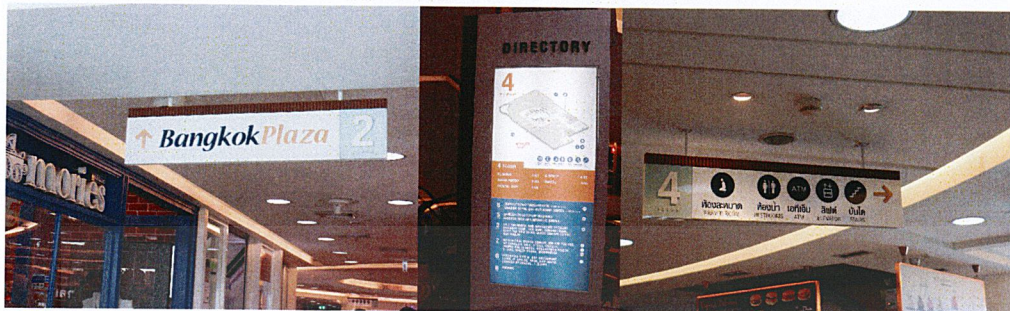
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงพยาบาลกรุงเทพเป็นโรงพยาบาลที่มีสาขาและเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศโดยมี ศูนย์กลางเครือข่ายการแพทย์ที่สำนักงานใหญ่ ประกอบด้วย โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลหัวใจ กรุงเทพ โรงพยาบาลวัฒโนสถ โดยตั้งอยู่ที่เลขที่ 2 ซ.ศูนย์วิจัย 7 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขต ห้วยขวาง กรุงเทพฯ ซึ่งได้รับการออกแบบทุกสัดส่วนของโรงพยาบาลรวมถึงทางด้านบริการเพื่อตอบสนอง ทุกความต้องการของผู้ป่วย โดยในด้านการออกแบบกราฟิกในสภาพแวดล้อมจึงจำเป็นเนื่องจากมีหลาย สาขาจึงจำเป็นต้องทำให้คนเห็นว่ามาสาขาไหนก็รู้สึกไว้วางใจโดยในด้านการใช้กราฟิกบนสถานที่ของโรง พยาบาลกรุงเทพจะใช้สีที่ดู Smart Intellectual ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สีที่ใช้ให้ความรู้สึกฉลาด มี ความรู้ เพื่อให้คนมั่นใจในโรงพยาบาลแห่งนี้มากขึ้น



ภาพที่ 2.51 การใช้กราฟิกบนพื้นที่ของโรงพยาบาลกรุงเทพ

ในสาขาศูนย์ใหญ่ยังมีอีกหนึ่งสิ่งที่ออกแบบมาให้ผู้มาใช้บริการ คือ ห้างสรรพสินค้าในชื่อ Bangkok Plaza เป็น ห้างฯเล็กๆ ที่ให้ผู้มาเยี่ยมหรือผู้มาโรงพยาบาลมาใช้บริการ โดยทั่วไปแล้วห้างสรรพสินค้าจำเป็นต้องทำ กราฟิกบนสภาพแวดล้อมอยู่แล้วเพื่อบอกทาง และด้วย Bangkok Plaza ตั้งอยู่ในโรงพยาบาลจึงจำเป็นต้องทำเพื่อสร้างบรรยากาศให้ดูผ่อนคลายมากกว่าในโรงพยาบาล แต่ยังคงควบคุม Copperate ให้ดูเป็นบริการในเครือโรงพยาบาลกรุงเทพ การใช้ตัวอักษรจึงเป็นชนิดเดียวกัน และโทนของสีจึงไม่จัดจ้านเกินไปเหมือนห้างอื่นๆ

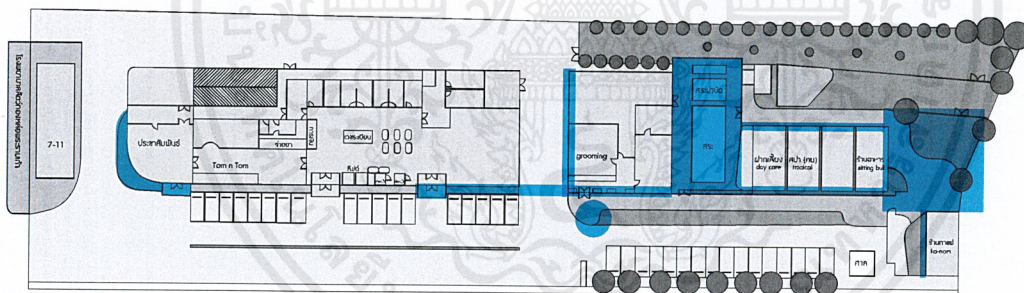


ภาพที่ 2.52 การใช้กราฟิกบนพื้นที่ของ Bangkok Plaza

2.9 สรุปการออกแบบ

สรุปขอบเขตของการทำงานในด้านพื้นที่และอัตลักษณ์ที่ต้องการจะถ่ายทอด โดยบอกถึงข้อกำหนดต่างๆ ในการออกแบบ

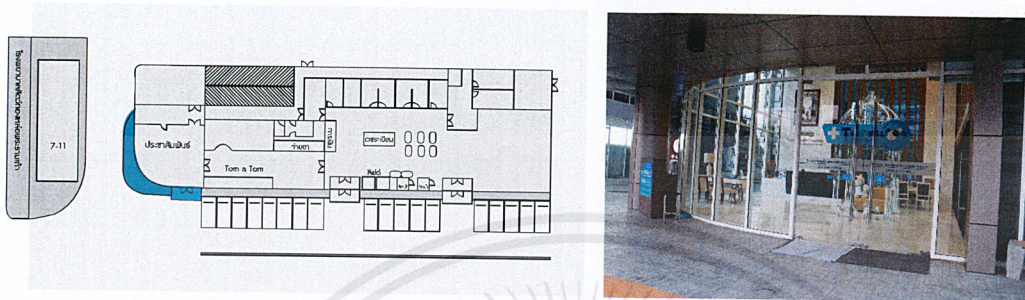
2.9.1 ด้านพื้นที่



ภาพที่ 2.53 แผนผังพื้นที่ที่จะออกแบบทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

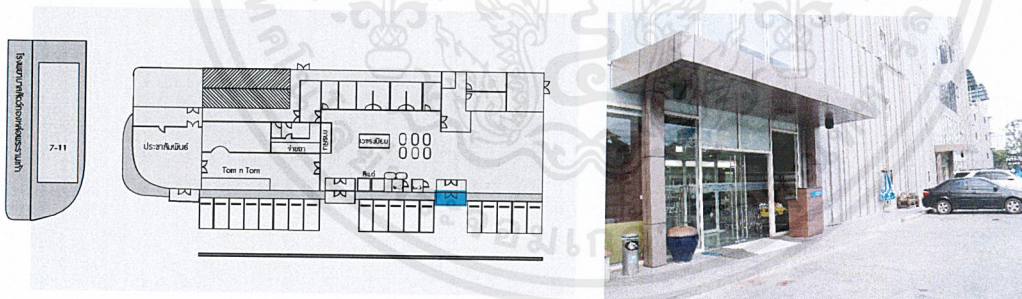
(1.) บริเวณทางเข้าหน้าโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม9



ภาพที่ 2.54 ทางเข้าหน้าโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อพระราม9

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 3 มิติ เพื่อเป็นการต้อนรับบริเวณประตูแรกของโรงพยาบาล	- ไม่สามารถทำภายในตึกได้ - พุตบาท กว้าง 1.45 เมตร

(2.) บริเวณด้านนอกของอาคารโรงพยาบาล

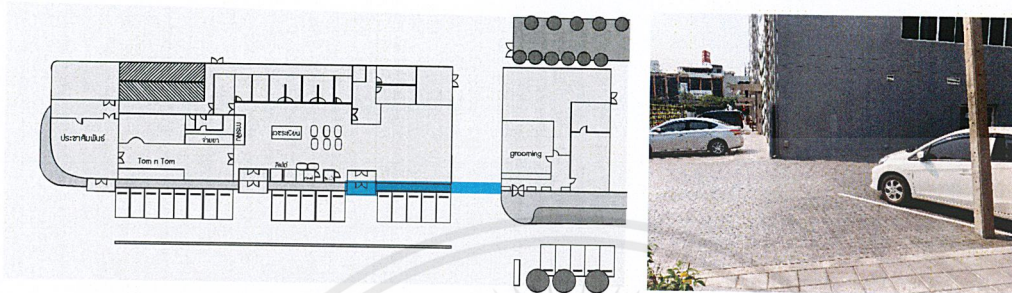


ภาพที่ 2.55 ด้านนอกของอาคารโรงพยาบาล

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 2 มิติ หรือ 3 มิติ เพื่อชักชวนให้ไปยังพื้นที่ดี	- ไม่สามารถทำภายในตึกได้ - พุตบาท กว้าง 1.45 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

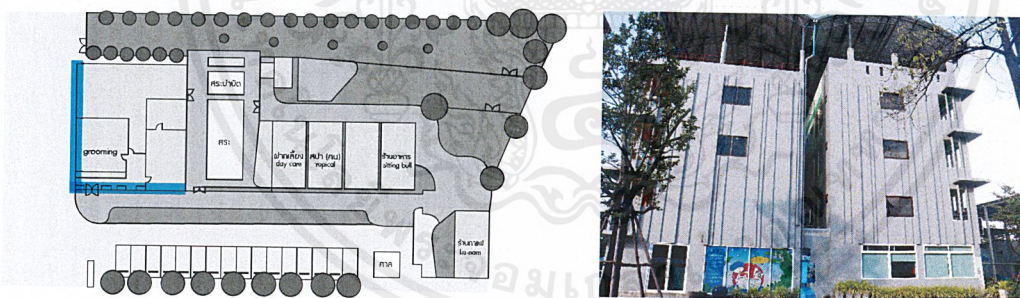
(3.) บริเวณระหว่างตึกโรงพยาบาลกับตึกกรมมิ่ง



ภาพที่ 2.56 ระหว่างตึกโรงพยาบาลกับตึกกรมมิ่ง

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ เพื่อเชื่อมโยงตึกทั้งสอง	- ไม่สามารถทำขวางทางเดินรถได้

(4.) บริเวณตึกกรมมิ่ง ทงหล่อเพ็ทชิตี

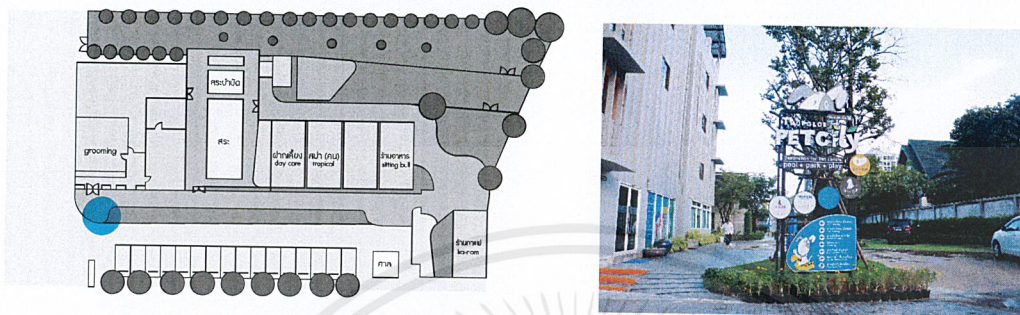


ภาพที่ 2.57 ตึกกรมมิ่ง

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ เพื่อสร้างบรรยากาศให้เพ็ทชิตี	- ไม่สามารถทำภายในตึกได้ - พุตบาศ กว้าง 1.45 เมตร - ไม่ควรทำขวางทางเดิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

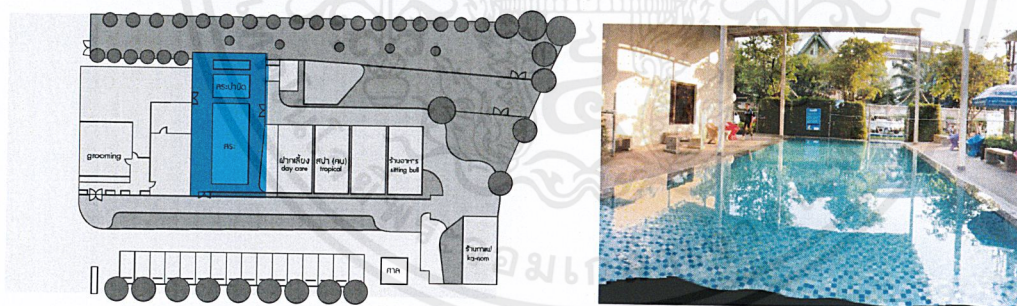
(5.) บริเวณหน้าตึกกรมมิ่ง ทองหล่อเพ็ทชิตี



ภาพที่ 2.58 หน้าตึกกรมมิ่ง ทองหล่อเพ็ทชิตี

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ เพื่อแนะนำสถานที่ และบอกทาง	- ขนาด 6.8 x 6.8 เมตร

(6.) บริเวณสระว่ายน้ำ ทองหล่อเพ็ทชิตี

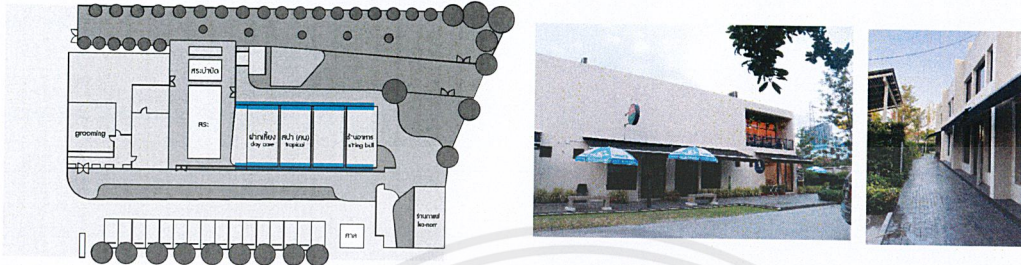


ภาพที่ 2.59 สระว่ายน้ำ

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ เพื่อสร้างบรรยากาศให้กับสระว่ายน้ำ	- พื้นที่รวม 10 x 21 เมตร สูงไม่เกิน 5 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

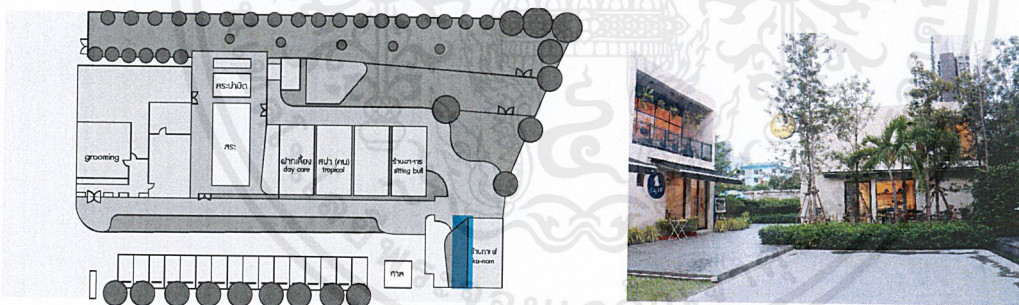
(7.) บริเวณตึกร้านค้า



ภาพที่ 2.60 ตึกร้านค้า

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ เพื่อสร้างบรรยากาศให้เพ็ทชิตตี้	- ไม่สามารถทำภายในตึกได้ - ไม่ทำขวางทางเดิน

(8.) บริเวณตึกร้านค้าห้องเดี่ยว

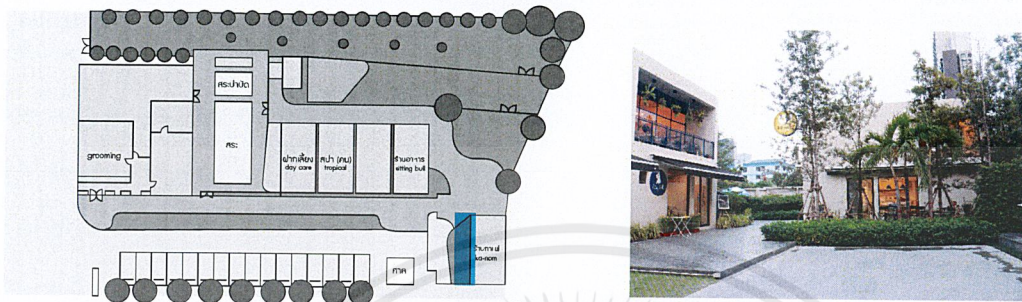


ภาพที่ 2.61 ตึกร้านค้าห้องเดี่ยว

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ เพื่อสร้างบรรยากาศให้เพ็ทชิตตี้ - นำทางไปยังสนาม	- ไม่สามารถทำภายในตึกได้ - ขนาดตึกสูง 6 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(9.) บริเวณหน้าสนาม



ภาพที่ 2.62 หน้าสนาม

Requirement	Limitation
- ออกแบบกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ เพื่อสร้างบรรยากาศให้เพ็ทชิตตี้ - ออกแบบป้ายบอกกฎการใช้พื้นที่	- รั้วสูง 1.5 เมตร - ไม่ควรทำเต็มพื้นที่จนทำให้ขวางทางเดิน

2.9.2 ด้านอัตลักษณ์

จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อและได้ศึกษาของหล่อเพ็ทชิตตี้จึงได้ทำการวิเคราะห์ออกมาดังนี้

(1.) สรุปการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ เป็นโรงพยาบาลสัตว์เอกชนชั้นนำที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีการพัฒนาในด้านความรู้ ความสามารถ และการบริการอยู่ตลอดเวลา และมีภาพลักษณ์ที่ดูเป็นมิตร บริการที่ใส่ใจทุกขั้นตอน จึงได้วิเคราะห์ออกมาเป็น Brand Archetype ได้ดังนี้

- Companion คือเพื่อนผู้คอยสนับสนุนที่ไว้น้ำใจเชื่อใจได้ คอยให้ความช่วยเหลืออยู่เสมอคอยให้การสนับสนุน จัดการ และความผูกพัน ให้ความเคารพต่อคุณค่าของคนแต่ละคน เป็นเพื่อนสนิทที่คอยรับฟัง เป็นเพื่อนในยามสุขและยามทุกข์ : 50%

- Samaritan เป็นผู้ที่มีใจเมตตาในการรักษาผู้ที่มีใจเมตตากรุณา ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีความสุขเมื่อตนเองได้ช่วยความทุกข์ยากของผู้อื่น และแบ่งปันให้กับผู้ยากแค้น : 40%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Visionary เป็นมีผู้มีกลยุทธ์ล้ำเลิศ และสามารถคิดถึงความ เป็นไปได้ ต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงทุกชีวิต โดยมีประโยชน์ของสังคมเป็นที่ตั้ง เป็นผู้คิดอย่างมีระบบ และสามารถปะติดปะต่อสิ่งต่างๆ ได้ คิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าในอนาคต :10%

โดยมีแนวคิด (Brand Concept) คือ เป็นหมอมือเชี่ยวชาญที่รัก สัตว์เหมือนหนึ่งในครอบครัว โดยจะอยู่ด้วยกันทั้งยามทุกข์และสุข



ภาพที่ 2.63 แสดงถึงอัตลักษณ์โรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ

(2.) สรุปการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทซีดี

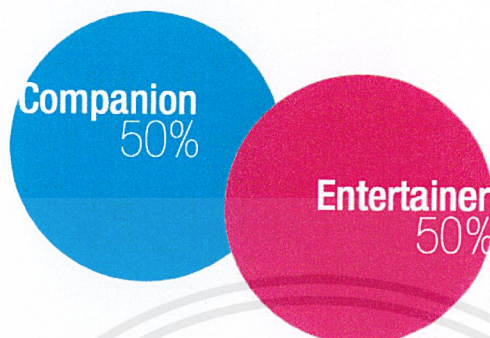
ในส่วนของทงหล่อเพ็ทซีดีซึ่งเป็นหนึ่งในบริการของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อ ที่มีบริการต่างๆ เพื่อ สุขและเจ้าของได้ทำกิจกรรมและยังเป็น Community pet อีกด้วย โดยมี Tagline คือ Happy Place for Pet lover จึงทำให้โรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อเป็นสถานที่ที่มีบริการเกี่ยวกับสุนัขครบวงจร ใส่ใจสุนัขในทุกๆ ด้านที่มากกว่าแค่ด้านการรักษา จึงได้ทำ Brand Platform เพื่อวิเคราะห์ตัวตน และสรุปเพื่อนำมาทำการออกแบบอัตลักษณ์ดังนี้

วิเคราะห์และสรุปเป็น Brand Archetype ขึ้นมาเพื่อใช้ในการออกแบบ โดยได้นำเอาจุดเด่นในด้านความเป็นมิตร ใส่ใจของโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อมาร่วมใช้ด้วย คือ

- Companion คือเพื่อนผู้คอยสนับสนุนที่ไว้เนื้อเชื่อใจได้ คอย ให้ความช่วยเหลืออยู่เสมอคอยให้การสนับสนุน จัดการ และความผูกพัน ให้ความเคารพต่อคุณค่า ของคนแต่ละคน เป็นเพื่อนสนิทที่คอยรับฟัง เป็นเพื่อนในยามสุขและยามทุกข์

- Entertainer เป็นผู้สร้างความสนุกสนานและความบันเทิง ค้นหาแรงกระตุ้นอยู่เสมอและเป็นที่รักของคนอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.64 Brand Archetype ของ ทองหล่อพีทซีดี

2.9.2 สรุปขอบเขตการออกแบบ

(1.) ความต้องการในการออกแบบ (Design Requirement)

ออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมให้มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของทองหล่อพีทซีดี เพื่อสร้างบรรยากาศให้มีความน่าสนใจและเป็นที่ยึดจำให้กับผู้มาใช้บริการ โดยคำนึงถึงปัญหาในการใช้งานด้านพื้นที่ของผู้มาใช้บริการด้วย

(2.) ข้อจำกัดในการออกแบบ (Design Limitation)

บางพื้นที่สามารถทำได้เพียงเล็กน้อยเนื่องจากข้อจำกัดของพื้นที่ ไม่สามารถทำภายในตึกของโรงพยาบาลได้เนื่องจากอาจจะไปทำลายภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่มีคู่มือความเชี่ยวชาญ ฉลาดและเป็นมิตร

บทที่ 3

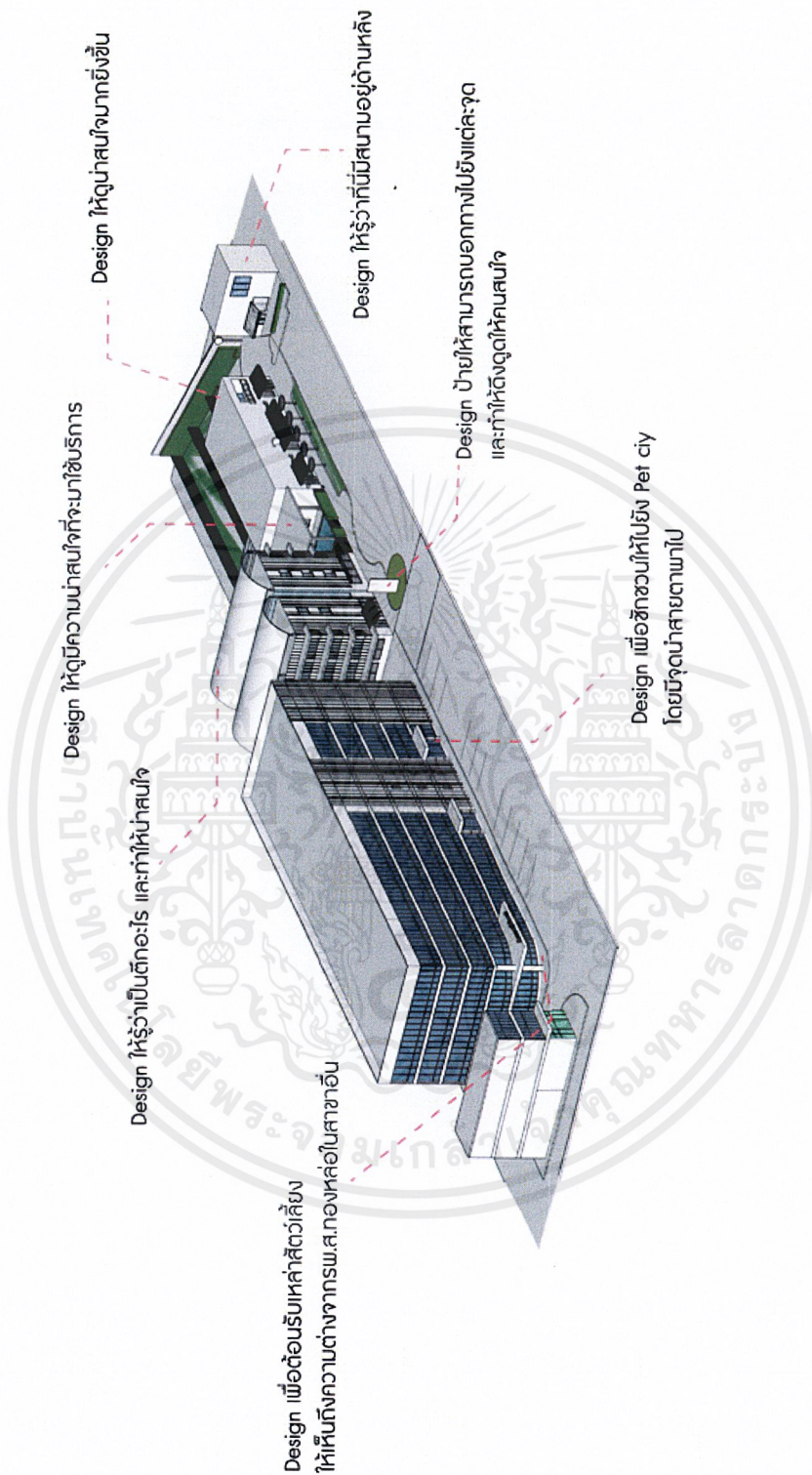
การดำเนินการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในบทที่ 2 ทำให้ทราบถึงความต้องการและขอบเขตในการออกแบบ การดำเนินการออกแบบแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆได้ดังนี้

- 3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ
- 3.2 การนำเสนอแนวคิดในการออกแบบ
- 3.3 การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ
- 3.4 สรุปการพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ
- 3.5 การทำแบบร่าง (Sketch)
- 3.6 การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ ครั้งที่ 1
- 3.7 การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ ครั้งที่ 2
- 3.8 การออกแบบคู่มือใช้งานอัตลักษณ์

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

จากการศึกษาข้อมูลของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ และทองหล่อเพ็ทซิติ์ ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ พระราม 9 รวมถึงพฤติกรรมของคนและสุนัขที่มาใช้บริการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม สามารถสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบดังนี้

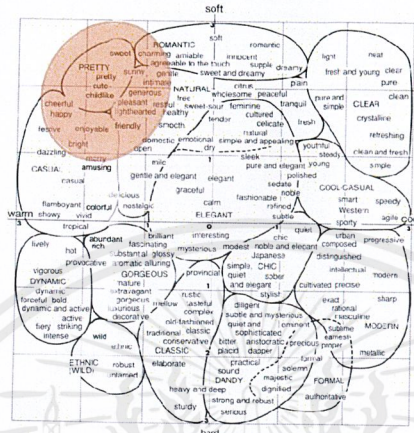


ภาพที่ 3.1 แสดงการแก้ไขปัญหาของแต่ละพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การนำเสนอแนวคิดในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อและทองหล่อเพ็ทซิตี โดยใช้เครื่องมือ Brand Platform และ Brand Achetype จึงได้วิเคราะห์ Tone จาก Keyword ของแบรนด์ โดยใช้เครื่องมือ Color Kobayashi ขึ้นมาเพื่อใช้ในการออกแบบคือ กลุ่ม Casual โดยจะอยู่ในโซนบนซ้ายของตาราง



ภาพที่ 3.2 Color Kobayashi ของ ทองหล่อเพ็ทซิตี

โดยแนวคิดในการออกแบบได้มาจากจุดประสงค์ของทองหล่อเพ็ทซิตีที่ต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายคือ

MAIN IDEA

Pet Community ที่มอบความสุขให้กับสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ ได้ทำกิจกรรมเพื่อความสนุกและผ่อนคลายจากความเครียด ซึ่งต่างจากที่อื่นคือมีคุณภาพ น่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นเครือข่ายของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อซึ่งเป็นโรงพยาบาลสัตว์ชั้นนำ

CORE MESSAGE

สถานที่ที่มอบความสุขให้กับสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ

DESIGN CONCEPT

โดยเสียงกระดิ่งเป็นสัญลักษณ์ของสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ เมื่อเสียงกระดิ่งดังแสดงว่าสัตว์เลี้ยงมีการเคลื่อนไหวหรือทำกิจกรรมอยู่และเป็นสิ่งที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงชอบเพราะเมื่อสัตว์เลี้ยงอยู่นิ่งๆแสดงว่ามันกับป่วยหรือเป็นทุกข์ จึงเป็นที่มาของชื่อ Concept นี้

จาก Design concept ได้แยกออกมาเป็น Keywords เพื่อสื่อถึง Mood & Tone ออกมาได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 Design Alternative

MATRIX CHART

The Ringing Bell is the Perfect Sound of us

KEY WORD	รูป	ภาพ	ลายเส้น	รูปทรง	พื้นผิว	จังหวะ	การจัดวาง	สี
MOTIF								
LINE								
SHAPE FORM								
TEXTURE								
RHYTHM								
COMPOSITION								
COLOR								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ

จาก Design Concept แยกออกมาเป็น 3 Direction ได้แก่

3.3.1 Light heart + Friendly

ให้ความรู้สึกอบอุ่นหัวใจ เปรียบสัตว์เลี้ยงเป็นหนึ่งในครอบครัว อบอุ่น
เมื่อได้อยู่ด้วยกัน เป็นกันเอง เป็นมิตร และขี้เล่น

Direction 1

Light heart
+
Friendly



ภาพที่ 3.4 Art direction Lightheart + Friendly

จาก Mood ข้างต้นได้ออกมาเป็น Art Element ดังนี้



ภาพที่ 3.5 Art Element Lightheart + Friendly

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบในแนวทางที่ 1



ภาพที่ 3.6 การออกแบบกราฟิกบนพื้นที่ในแนวทางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 Chic + Friendly

เป็นการออกแบบเพื่อให้รู้สึกถึงความเป็นคนเมือง ดูแฟชั่น สีสันฉูดฉาด
โดยใช้ลวดลายของสัตว์มาเป็น Element

Direction 2



ภาพที่ 3.7 Art direction Chic + Friendly

จาก Mood ช่างต้นได้ออกมาเป็น Art Element ดังนี้



ภาพที่ 3.8 Art Element Chic + Friendly

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบในแนวทางที่ 2



ภาพที่ 3.9 การออกแบบกราฟิกบนพื้นที่ในแนวทางที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 Enjoy + Friendly

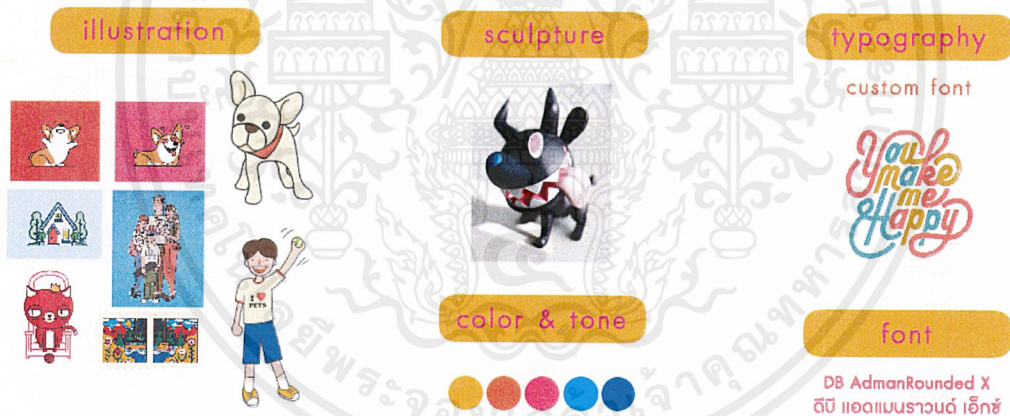
เป็นการออกแบบเพื่อให้รู้สึกถึงความสนุกสนาน เปรียบสุนัขเหมือนเด็กที่รักความสนุกสนานขี้เล่น

Direction 3



ภาพที่ 3.10 Art direction Enjoy + Friendly

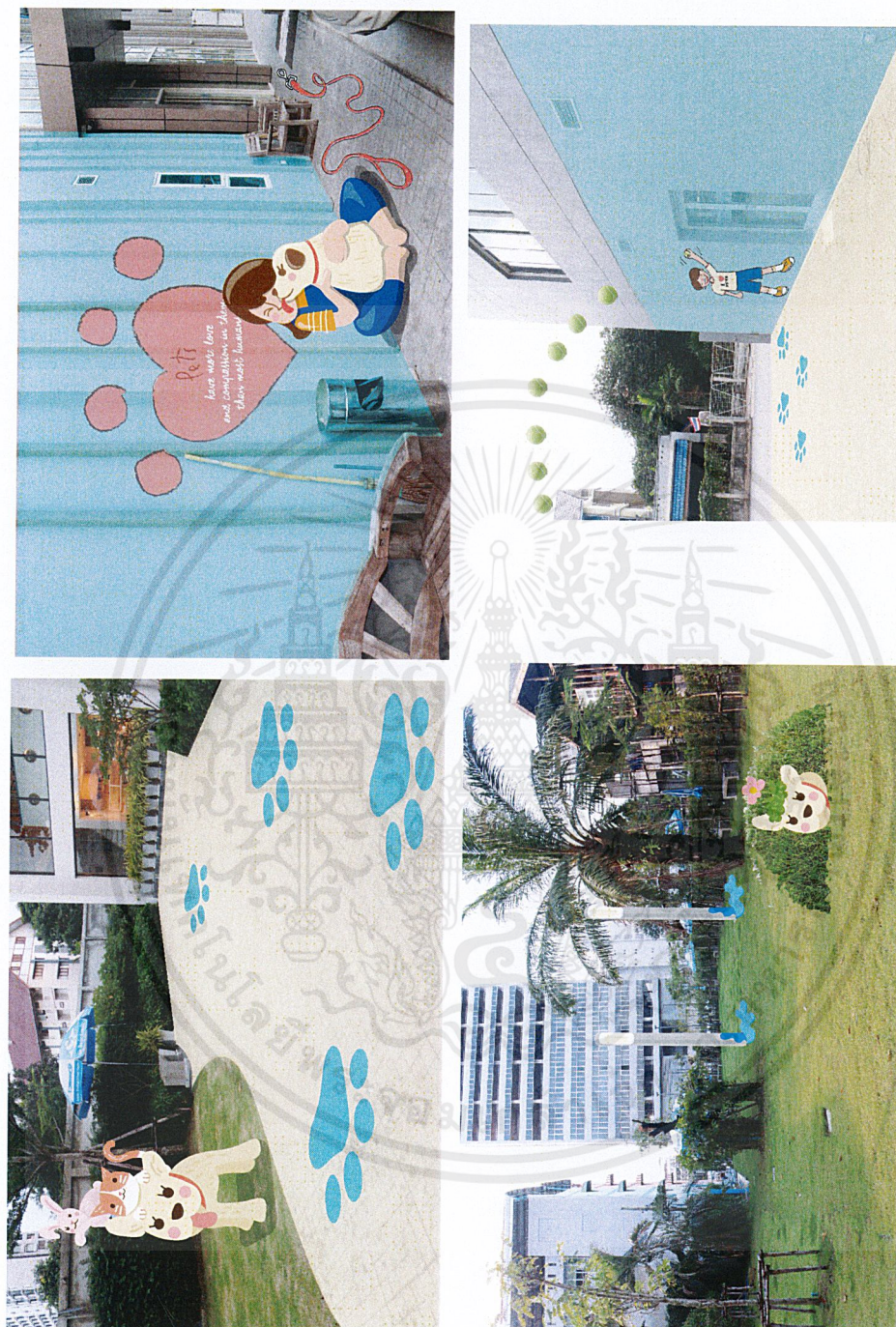
จาก Mood ข้างต้นได้ออกมาเป็น Art Element ดังนี้



ภาพที่ 3.11 Art Element Enjoy + Friendly

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบในแนวทางที่ 3



ภาพที่ 3.12 การออกแบบกราฟิกบนพื้นที่ในแนวทางที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 สรุปการพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ

เกณฑ์การพิจารณาการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมของหล่อเพ็ทซิติ์ โรงพยาบาลสัตว์
ทองหล่อ พระราม 9 มีดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงเกณฑ์การพิจารณาในการออกแบบ

	Direction 1	Direction 2	Direction 3
เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม	4	1	3
เหมาะสมกับรพ.สัตว์ทองหล่อ	4	1	3
เหมาะสมกับทองหล่อเพ็ทซิติ์	4	3	4
เหมาะสมกับผู้ใช้งาน	5	3	2
เหมาะสมกับแนวความคิด	4	3	4
รวม	21	11	16

จากการประเมิน จึงสรุปออกมาว่าจะใช้ Direction 1 มาพัฒนาต่อโดยทำให้เข้ากับ
โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ทองหล่อเพ็ทซิติ์ให้มากกว่าเดิม จึงจะพัฒนาให้ดูเรียบง่ายกว่าเดิม
ไม่ดูรกเกินไปเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ดูเข้าใจง่ายในทุกเพศทุกวัย และได้นำ Direction 2
ที่นำลวดลายของสัตว์มาช่วยในการออกแบบเพื่อจะได้ไม่น่าเบื่อจนเกินไป

3.5 การทำแบบร่าง (Sketch)

ได้นำแนวทางในการออกแบบ Light Heart + Friendly มาใช้ในการออกแบบ โดยร่างแบบกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ และออกแบบระบบนำทาง ป้ายบอกข้อมูลต่างๆ เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาในการใช้พื้นที่ ดังนี้

3.5.1 แบบร่างเพื่อหา idea ในการออกแบบ

ลองร่างแบบโดยเน้นปริมาณ (Ideation Sketch) ในแบบต่างๆ มีทั้งการร่างแบบรูปแบบป้าย เก้าอี้ ที่ผูกสายจูง และกราฟิก 2 มิติ 3 มิติ ลงบนพื้นที่ โดยสอดคล้องกับแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 3.13 ideation sketch

3.5.2 แบบร่างลงบนพื้นที่

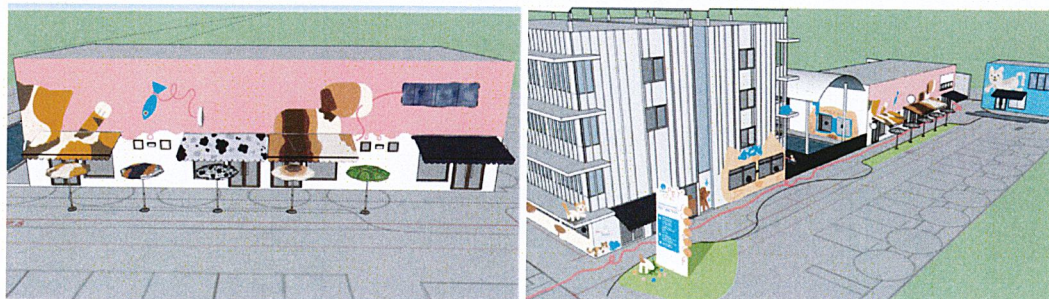
เป็นการร่างแบบลงในภาพจำลองจริงเพื่อจะได้ออกแบบให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้มากขึ้น

(1.) แบบร่างโดยเน้นกราฟิก 3 มิติ โดยจะนำเสนอความน่ารักของสัตว์เลี้ยงเมื่อเล่นกับสิ่งต่างๆในสภาพแวดล้อมจริง



ภาพที่ 3.14 แสดงแบบร่างลงบนพื้นที่

(2.) แบบร่างโดยเน้นกราฟิก 2 มิติบนผนังอาคาร ร่ม โดยจะนำเสนอความน่ารักของสัตว์เลี้ยงเมื่อเล่นกับสิ่งต่างๆในสภาพแวดล้อมจริงด้วยเช่นกัน แต่จะใส่ลงไปในการจำลองที่สร้างขึ้นจากโปรแกรม 3 มิติ เพื่อตัดสิ่งรบกวนในการออกแบบออกไป



ภาพที่ 3.15 แสดงแบบร่างลงบนพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

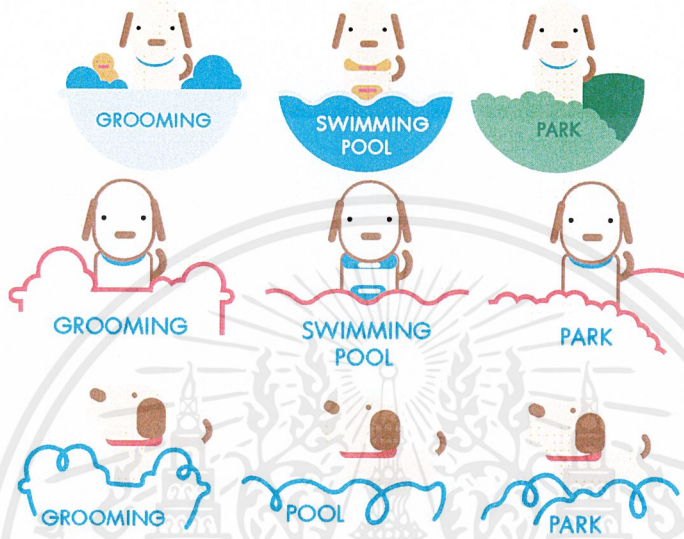
3.5.3 แบบร่างป้าย

แบบร่างป้ายต่างๆทั้งป้ายบอกข้อมูล ป้ายร้าน ป้ายเตือนต่างๆ

(1.) ป้ายบอกข้อมูลพื้นที่

จะมีเพียง 3 ป้าย คือในส่วนบริการอาบน้ำตัดขน บริการสระ

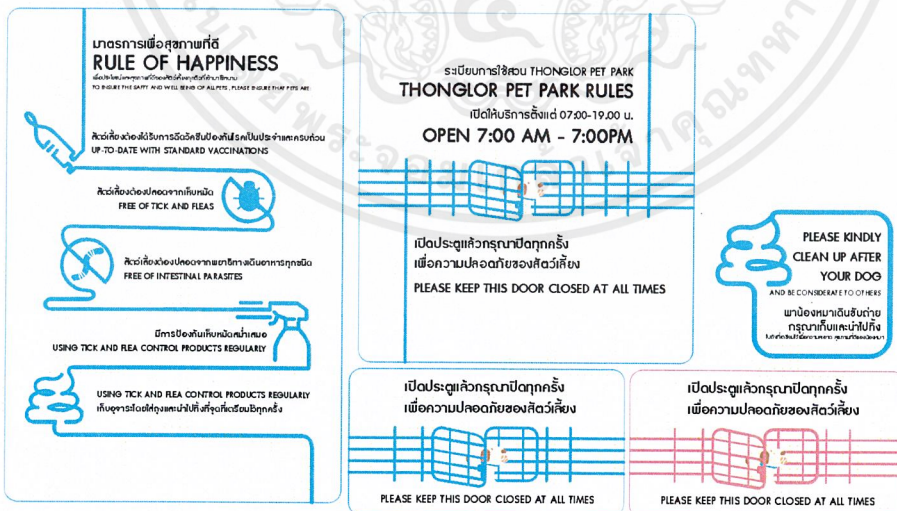
ว่ายน้ำสุนัข และสนามหญ้า



ภาพที่ 3.16 แสดงแบบร่างป้ายบอกข้อมูลพื้นที่

(2.) ป้ายกฎการใช้พื้นที่

จะมีทั้งป้าย กฎการใช้สนาม เวลาในการให้บริการ บริการต่างๆ

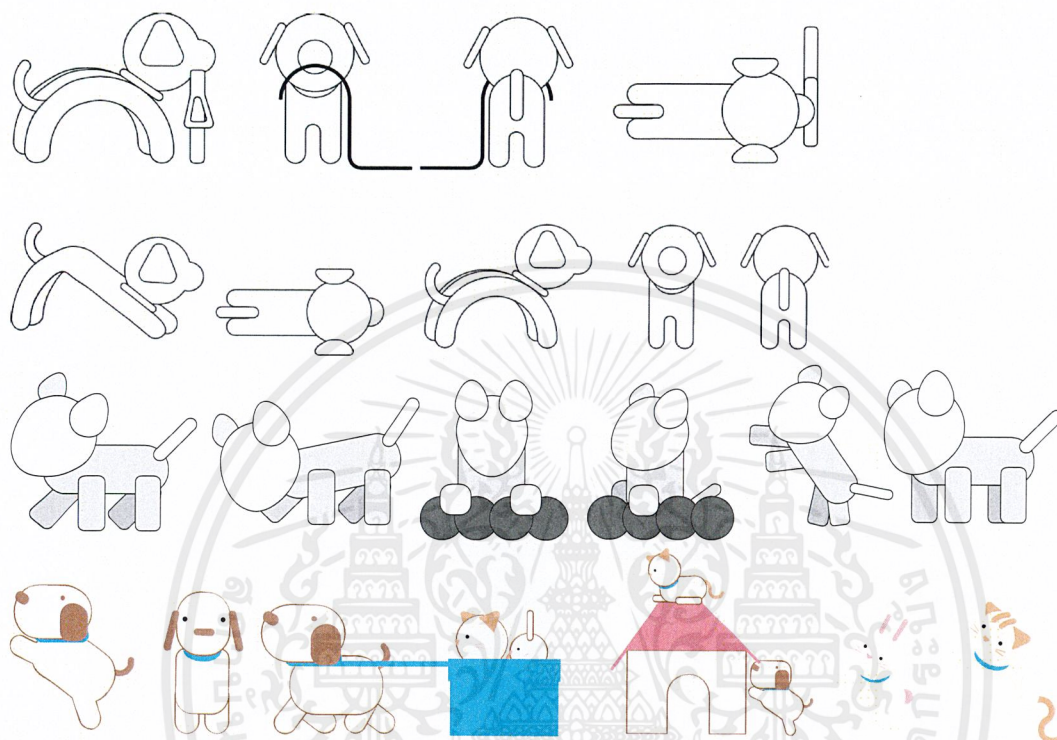


ภาพที่ 3.17 แสดงแบบร่างป้ายบอกข้อมูลการใช้พื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.4 แบบร่าง Character

โดยนำแนวคิดในการออกแบบมาใช้คือเป็นรูปทรงที่เรียบง่ายตัดทอนออกมา
โดยนำ geometric Form มาช่วยโดยจะต้องมีลักษณะมนๆดูอบอุ่น



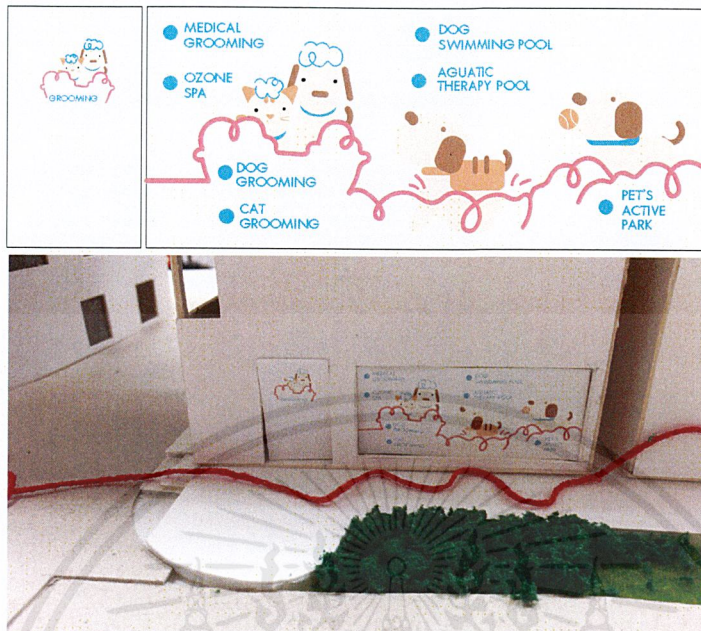
ภาพที่ 3.18 แสดงแบบร่าง Character

3.6 การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ ครั้งที่ 1

นำแนวคิดในการออกแบบคือ Lightheart+Friendly มาปรับใช้ให้เข้ากับสภาพแวดล้อม
โดยมีการสร้างเรื่องราวในการออกแบบขึ้นมาเพื่อให้น่าสนใจมากขึ้น โดยทำกราฟิก 2 มิติ และ 3 มิติ
ลงไปยังหุ่นจำลองขนาด 1:75 โดยกราฟิกในแต่ละจุดจะมีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.1 บริเวณหน้าตึกกรูมมิ่ง



ภาพที่ 3.20 แสดงกราฟิกบริเวณหน้าตึกกรูมมิ่ง

3.6.2 บริเวณสระว่ายน้ำ



ภาพที่ 3.21 แสดงกราฟิกบริเวณสระว่ายน้ำ

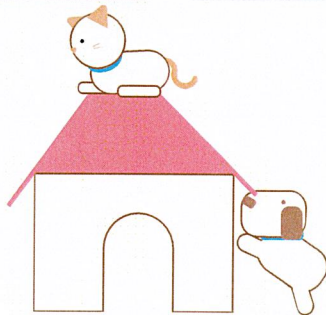
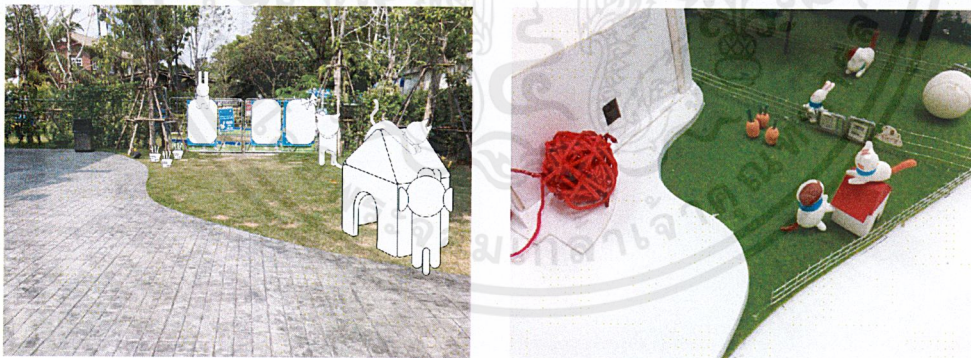
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.3 บริเวณตึกร้านค้า



ภาพที่ 3.22 แสดงกราฟิกบริเวณบริเวณตึกร้านค้า

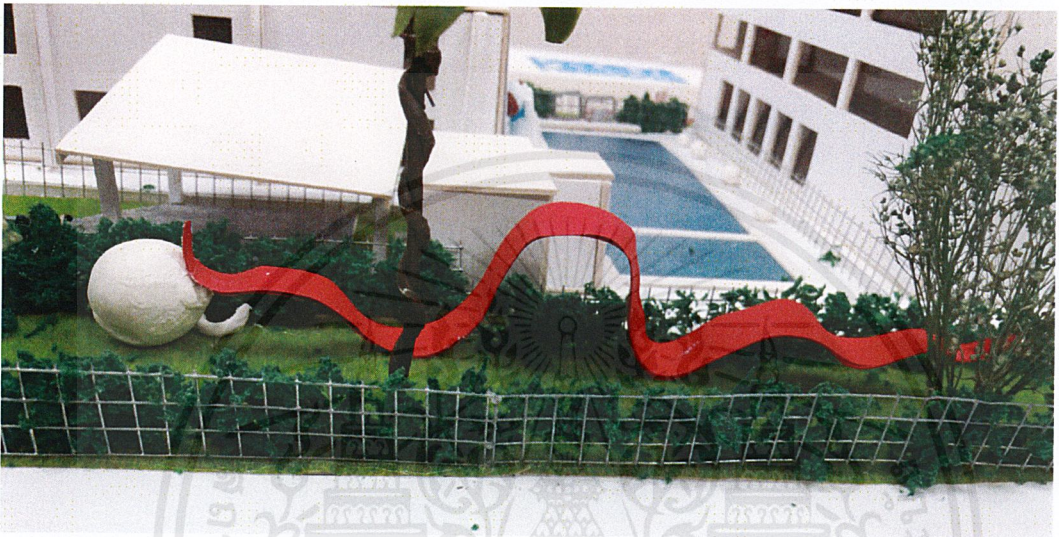
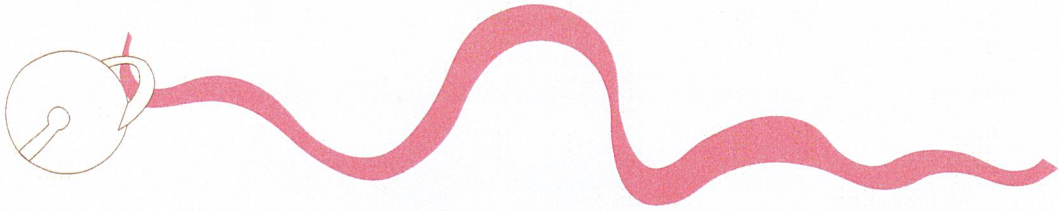
3.6.4 บริเวณหน้าสนาม



ภาพที่ 3.23 แสดงกราฟิก 3 มิติ บริเวณหน้าสนาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.5 บริเวณสนาม



ภาพที่ 3.24 แสดงกราฟิก 3 มิติ บริเวณสนาม

3.6.6 ป้ายเตือน

PLEASE KINDLY CLEAN UP AFTER YOUR DOG AND BE CONSIDERATE TO OTHERS
 พาน้องหมาเดินขับถ่าย กรุณาเก็บและนำไปทิ้ง

เปิดประตูแล้วกรุณาปิดทุกครั้ง เพื่อความปลอดภัยของสัตว์เลี้ยง
 PLEASE KEEP THIS DOOR CLOSED AT ALL TIMES

ระเบียบการใช้สวน THONGLOR PET PARK
THONGLOR PET PARK RULES
 เปิดให้บริการตั้งแต่ 07:00-19:00 น.
OPEN 7:00 AM - 7:00PM

เปิดประตูแล้วกรุณาปิดทุกครั้ง เพื่อความปลอดภัยของสัตว์เลี้ยง
 PLEASE KEEP THIS DOOR CLOSED AT ALL TIMES

มาตรการเพื่อสุขภาพที่ดี
RULE OF HAPPINESS
 เพื่อให้สัตว์เลี้ยงมีความสุขและปลอดภัยกับทุกคน
 TO ENSURE THE SAFETY AND WELL-BEING OF ALL PETS, PLEASE ENSURE THAT PETS ARE

สัตว์เลี้ยงต้องได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคเป็นประจำตามนัด
 UP-TO-DATE WITH STANDARD VACCINATIONS

สัตว์เลี้ยงต้องปลอดจากเห็บเห็บ
 FREE OF TICK AND FLEAS

สัตว์เลี้ยงต้องปลอดจากพยาธิทางเดินอาหารทุกชนิด
 FREE OF INTESTINAL PARASITES

มีการป้องกันเห็บเห็บอย่างสม่ำเสมอ
 USING TICK AND FLEA CONTROL PRODUCTS REGULARLY

USING TICK AND FLEA CONTROL PRODUCTS REGULARLY
 เพื่อความปลอดภัยของสัตว์เลี้ยงทุกคน

ภาพที่ 3.25 แสดงกราฟิกป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

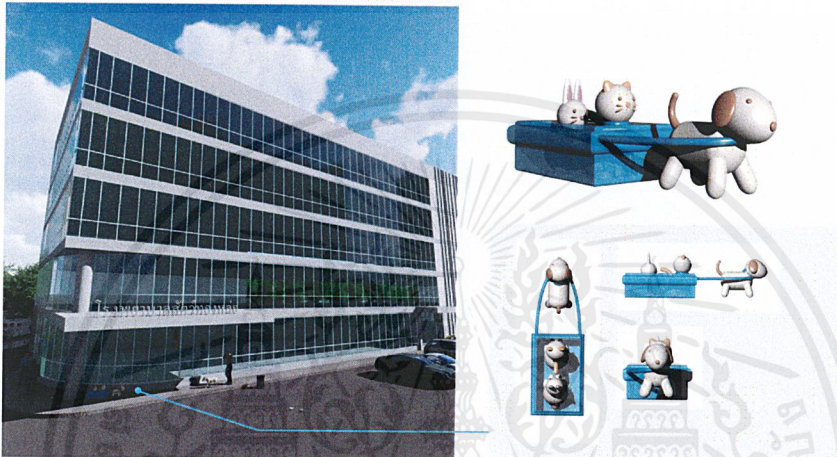
3.7 การพัฒนาแนวคิดในการออกแบบ ครั้งที่ 2

จากการออกแบบพบว่า ดีไซน์ยังไม่สื่อถึงแนวความคิดที่ตั้งไว้และมีบางจุดที่ดูรกเกินไป ขัดขวางทางเดิน ยังไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมมากนัก และยังไม่ได้คำนึงถึงระยะในการมองของผู้ใช้บริการจึงได้มีการพัฒนาเพิ่มเติมให้ดูเหมือนจริงมากยิ่งขึ้นด้วย

(1.) บริเวณประตูหน้าโรงพยาบาล

บริเวณทางเข้าหน้า รพศ.กองทัพอากาศ (ประตูแรก)

แสดงถึงการต้อนรับการมาเยือนของเหล่าสัตว์เลี้ยง

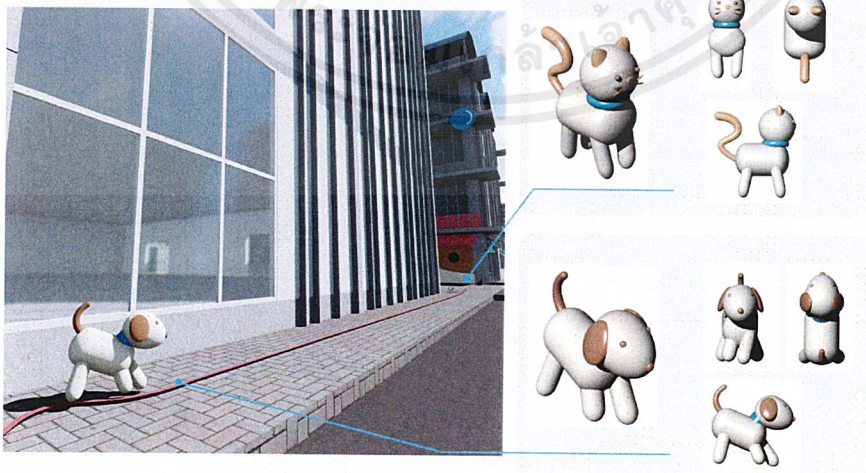


ภาพที่ 3.26 แสดงกราฟิกบริเวณประตูหน้าโรงพยาบาล

(2.) บริเวณประตูหลังโรงพยาบาล

บริเวณประตูหลังสุดของตึก รพศ.กองทัพอากาศ

นำทางไปยัง Pet city โดยใช้กราฟิกเป็นเส้นเหมือนโฆษณา ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดชวนเล่นและมี Sculpture สัตว์ที่ก้าวคืบคลานสี่ขา



ภาพที่ 3.27 แสดงกราฟิกบริเวณประตูหลังตึกโรงพยาบาล

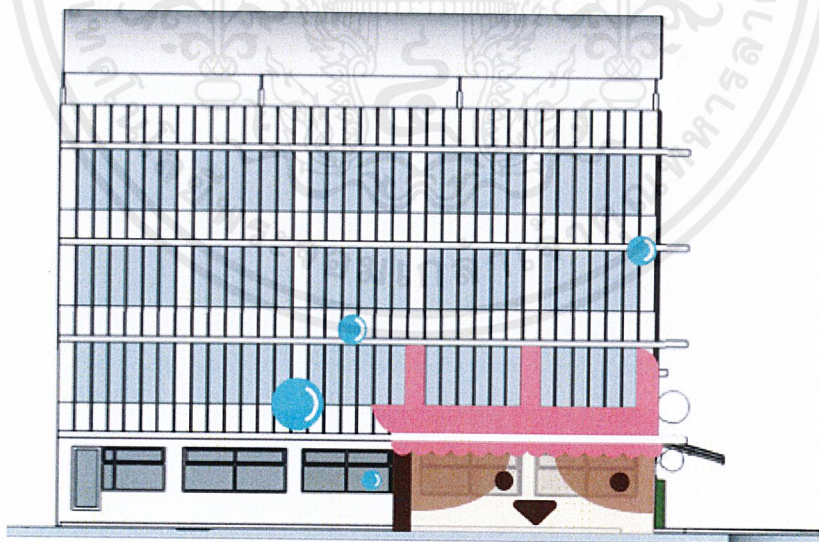
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3.) บริเวณหน้าตึกกรมวัง



ภาพที่ 3.28 แสดงกราฟิกบริเวณหน้าตึกกรมวัง

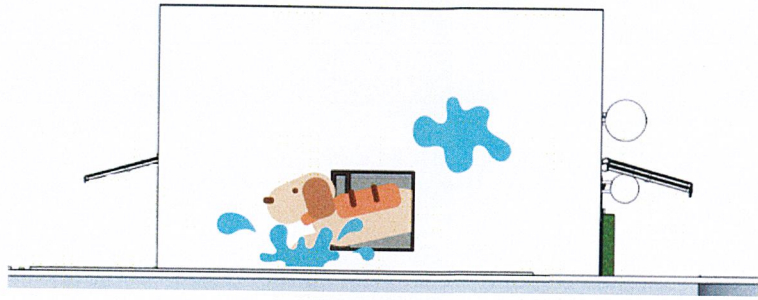
(4.) บริเวณด้านข้างของตึกกรมวัง



ภาพที่ 3.29 แสดงกราฟิกบริเวณด้านข้างของตึกกรมวัง

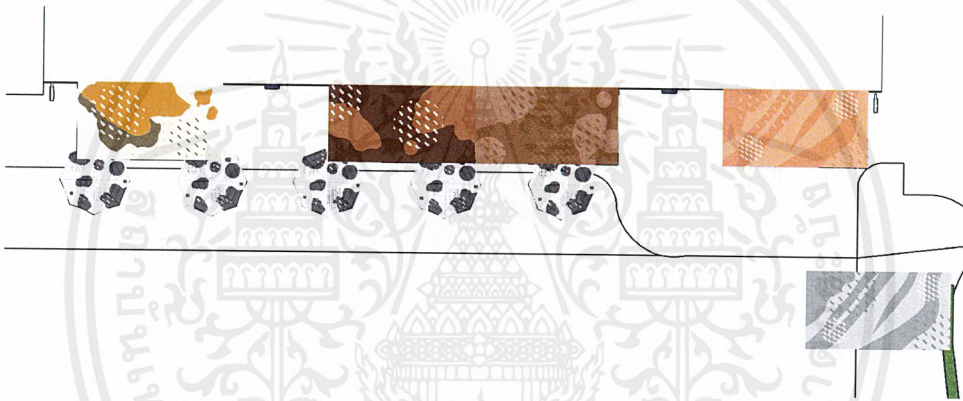
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(5.) บริเวณสระว่ายน้ำ



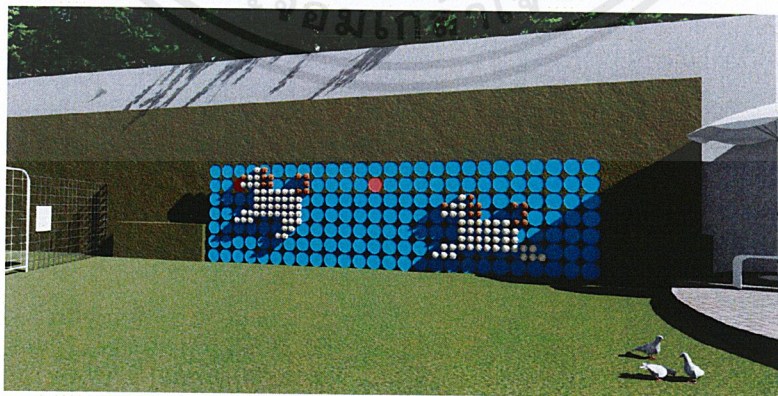
ภาพที่ 3.30 แสดงกราฟิกบริเวณสระว่ายน้ำ

(6.) บริเวณตึกร้านค้า



ภาพที่ 3.31 แสดงกราฟิกบริเวณตึกร้านค้า

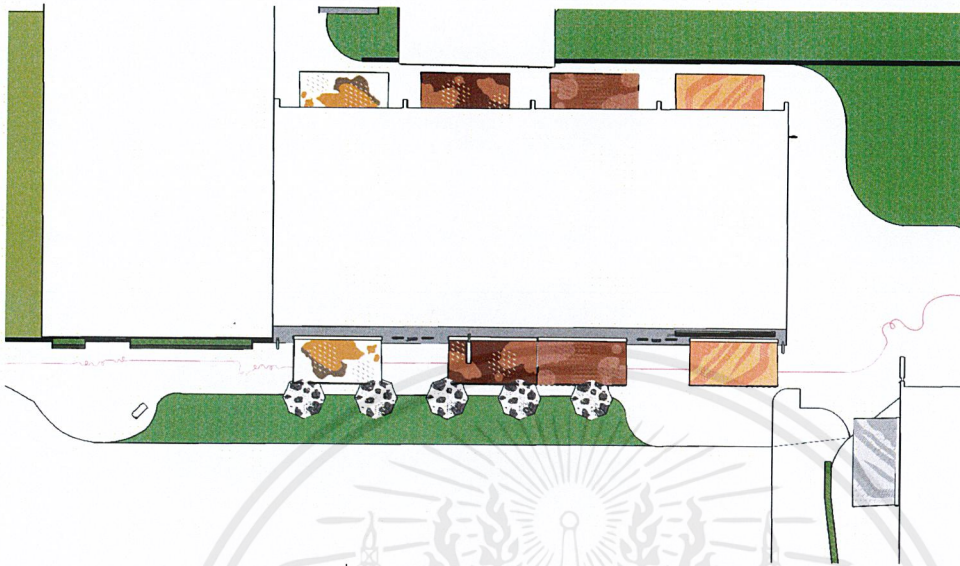
(7.) บริเวณหน้าสนาม



ภาพที่ 3.32 แสดงกราฟิกบริเวณหน้าสนาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(8.) บริเวณหลังตึกร้านค้า



ภาพที่ 3.33 แสดงกราฟิกบริเวณหลังตึกร้านค้า

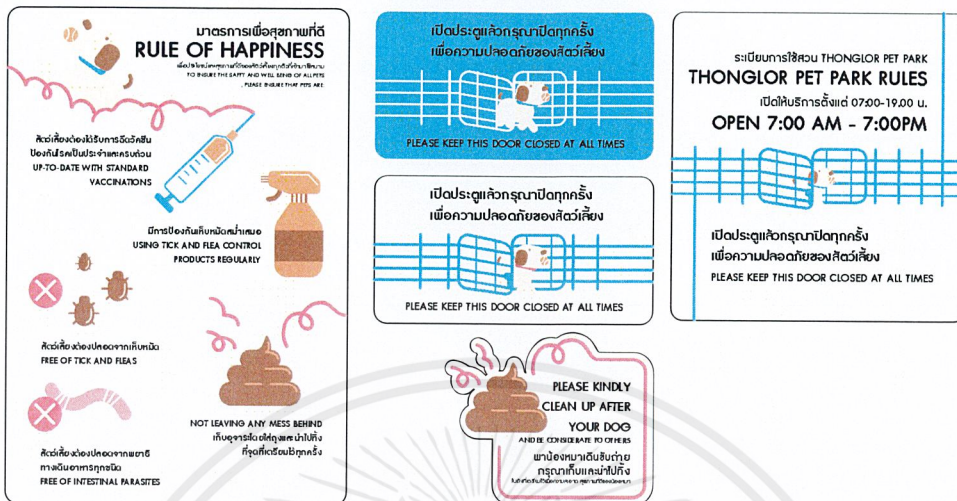
(9.) ป้าย information



ภาพที่ 3.34 แสดงกราฟิกป้าย information

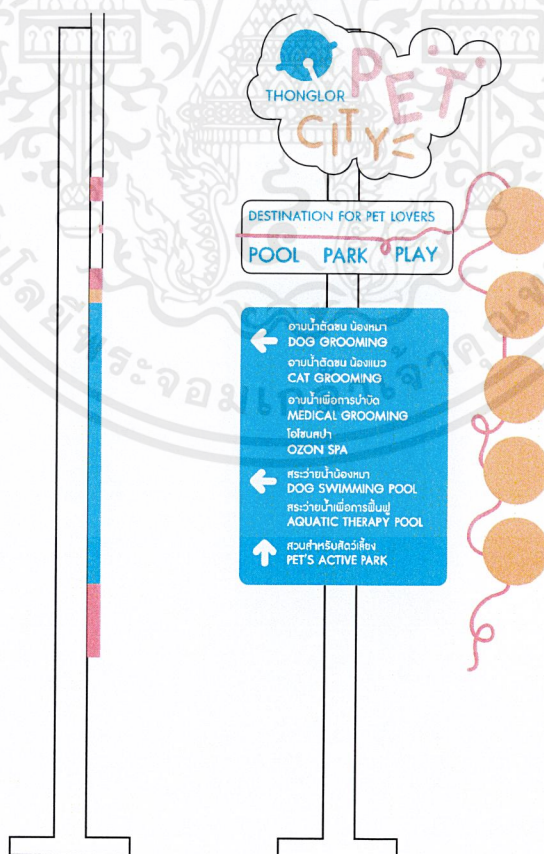
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(10.) ป้ายเตือน



ภาพที่ 3.35 แสดงกราฟิกป้ายเตือน

(11.) ป้ายทองหล่อเฟิร์ชซิตี



ภาพที่ 3.36 แสดงกราฟิกป้ายทองหล่อเฟิร์ชซิตี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8. การออกแบบคู่มือใช้งานอัตลักษณ์

คู่มือการใช้งานด้านการออกแบบอัตลักษณ์เฉพาะของทงหล่อเพ็ทซิตี ทั้ง สัญลักษณ์ ป้ายต่างๆ กราฟิกบนพื้นที่ ซึ่งจะบอกเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆทั้งขนาด การติดตั้ง ข้อควรข้อห้าม โดยคู่มือได้รับการออกแบบหน้าปกและ layout ดังนี้

3.8.1 หน้าปก

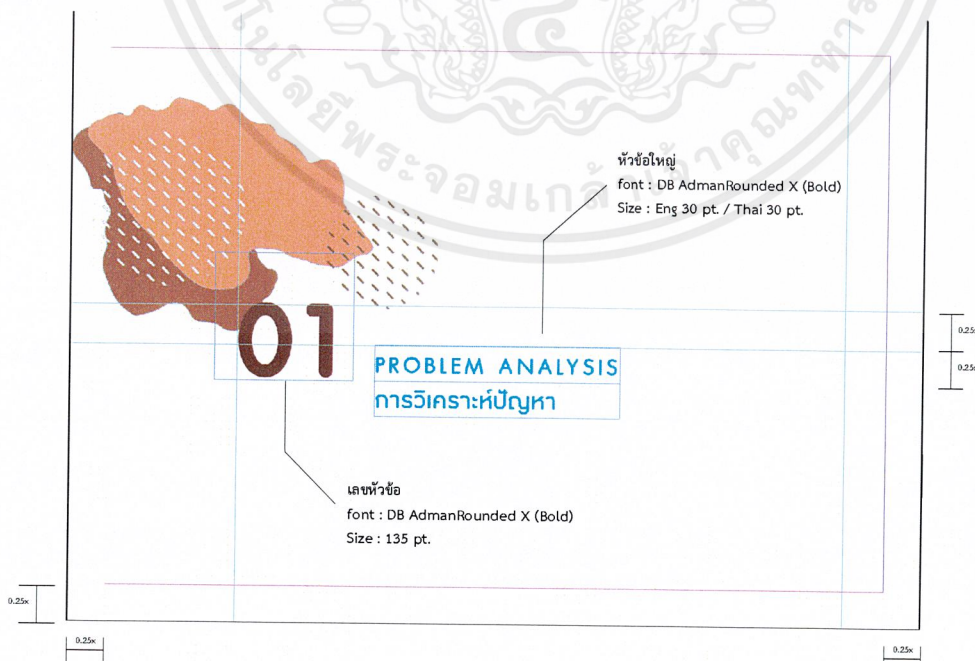
ใช้สีฟ้าเป็นสีหลักเนื่องจากเป็นสีที่ดูสดใสและสะท้อนถึงโรงพยาบาลสัตว์ ทงหล่อและทงหล่อเพ็ทซิตี โดยนำลายของสัตว์ที่เป็น Element ภายในงานมาใส่เป็นพื้นหลัง มี โลโก้ของทงหล่อเพ็ทซิตีที่ได้ออกแบบใหม่มาจัดให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดที่ใช้คือ 609 mm.x 210 mm. โดยเนื้อหาด้านในจะเป็นกระดาษขนาด A4 แนวนอน



ภาพที่ 3.37 หน้าปกคู่มือการใช้งาน

3.8.2 รูปแบบการจัดวาง (layout) ในหน้าชั้น

ใช้ Element ของลายสัตว์เลี้ยงจากในงานที่ได้ออกแบบ

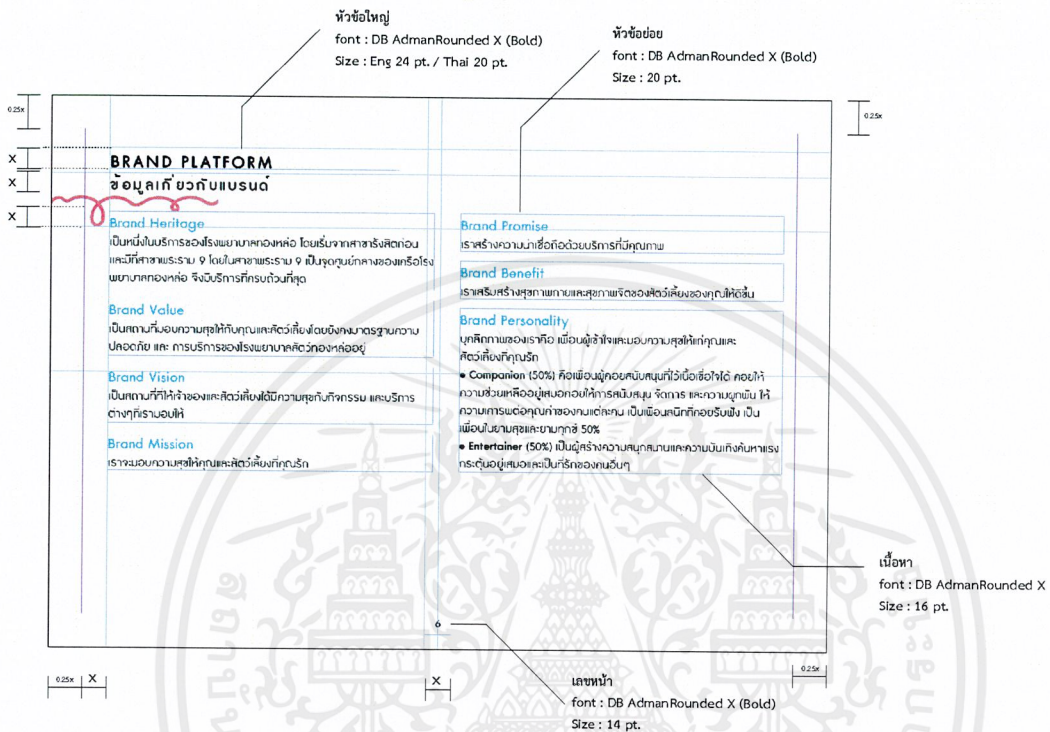


ภาพที่ 3.38 รูปแบบการจัดหน้ากระดาษในหน้าชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8.2 รูปแบบการจัดวาง (layout) ในหน้าเนื้อหา

ผู้จัดทำใช้โปรแกรม Adobe Indesign ในการทำ โดยตั้งค่าหน้ากระดาษเป็นขนาด A4 แนวนอน โดยมีระยะห่างจากขอบด้านละ 12.7 mm. โดยแบ่งเป็นส่วนของหัวข้อและเนื้อหา มี element ใหม่พรอม ซึ่งเป็น element ของงานออกแบบ เป็นตัวขึ้นระหว่างบรรทัด



ภาพที่ 3.38 รูปแบบการจัดหน้ากระดาษในหน้าเนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบได้ผลสรุปนำไปสู่การดำเนินการออกแบบในบทที่ 3 ได้เป็นผลงานการออกแบบ นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบศิลปนิพนธ์ในรูปแบบของแผ่นนำเสนองาน โพลีดีจีทัล ตลอดจนชิ้นงานที่เป็นหุ่นจำลองและหรือต้นแบบ ซึ่ง มีรายละเอียด ดังนี้

- 4.1 แผ่นนำเสนอผลงาน
- 4.2 ภาพจำลอง 3 มิติของการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อม
- 4.3 หุ่นจำลอง
- 4.4 คู่มือการใช้งานอัตลักษณ์และกราฟิกสภาพแวดล้อม

4.1 แผ่นนำเสนอผลงาน

แผ่นนำเสนอผลงานใช้ประกอบการอภิปรายเพื่อให้เข้าใจและเห็นภาพงานออกแบบได้มากขึ้น ประกอบด้วย 4 แผ่น ดังนี้

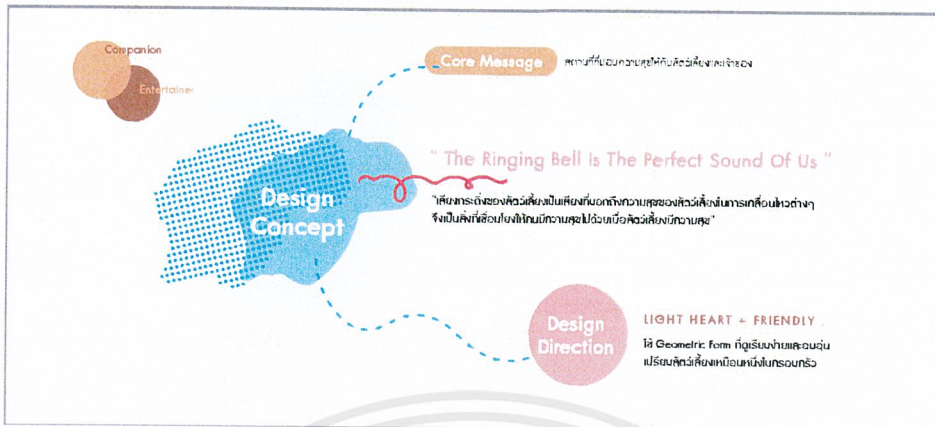
4.1.1 แผ่นนำเสนอผลงานแผ่นที่ 1 แสดงให้เห็นเนื้อหาข้อมูลของโครงการโดยสรุป



ภาพที่ 4.1 แผ่นแสดงเนื้อหาข้อมูลของโครงการโดยสรุป

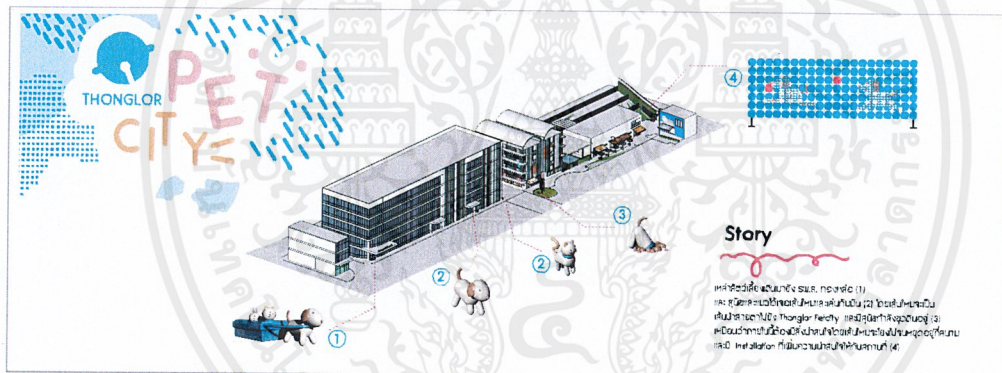
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 แผ่นนำเสนอผลงานแผ่นที่ 2 แสดงให้เห็นถึงแนวคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 4.2 แผ่นแสดงแนวคิดในการออกแบบ

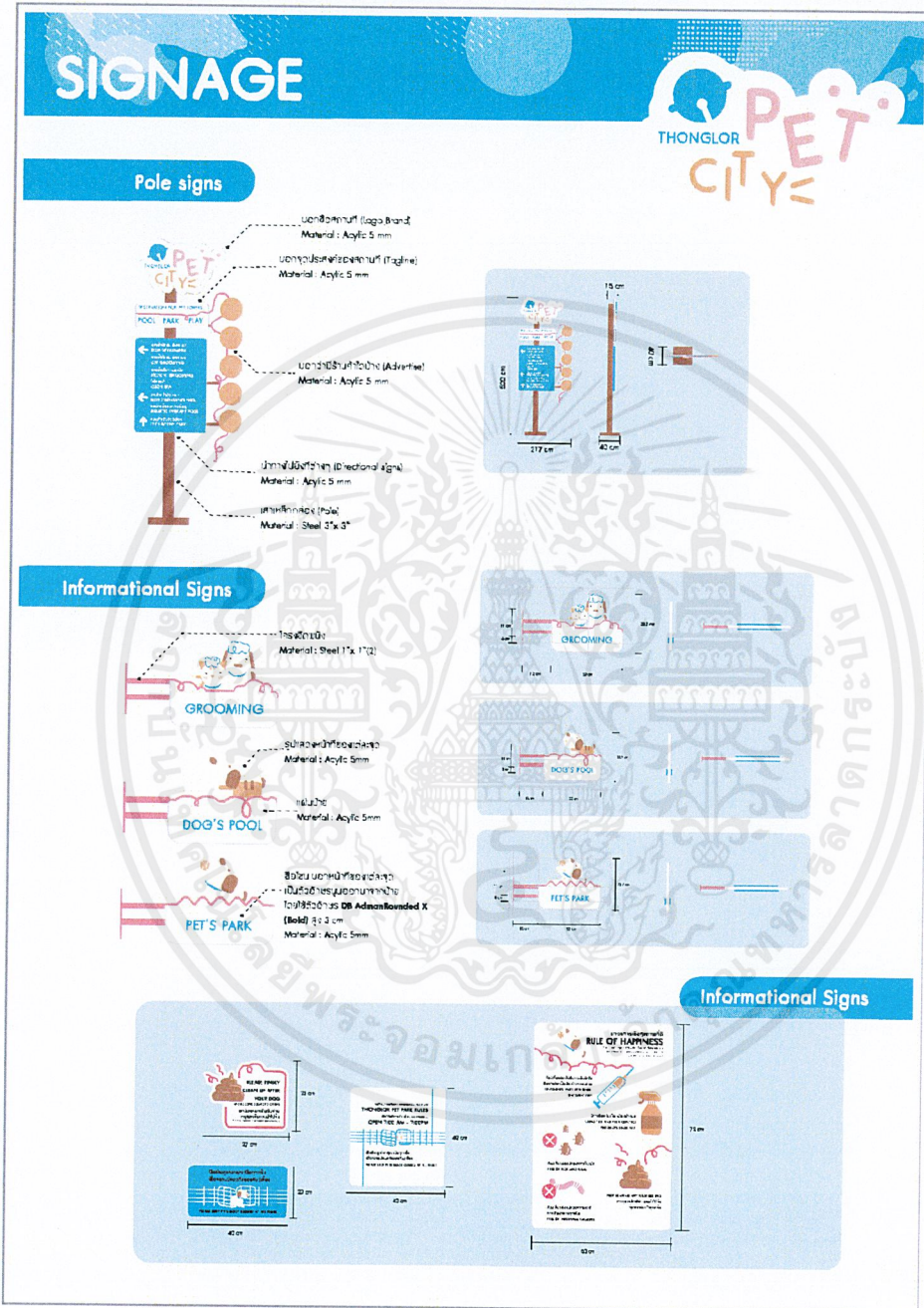
4.1.3 แผ่นนำเสนอผลงานแผ่นที่ 3 แสดงการเล่าเรื่องของสถานที่



ภาพที่ 4.3 แผ่นการเล่าเรื่องของสถานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 แผนนำเสนอผลงานแผนที่ 4 แสดงเกี่ยวกับรายละเอียดของการออกแบบป้าย



ภาพที่ 4.4 แผนแสดงรายละเอียดการออกแบบป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ภาพจำลอง 3 มิติของการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อม

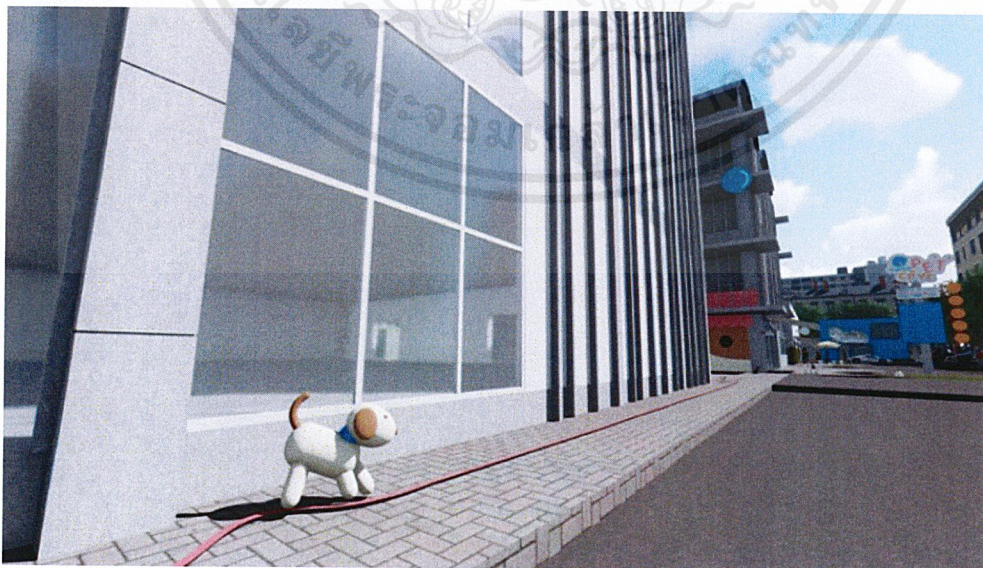
การออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมเป็นการออกแบบที่จำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ โครงการนี้จึงจำเป็นที่จะต้องทำให้ภาพดูเหมือนจริงที่สุด จึงได้ทำภาพจำลอง 3 มิติขึ้นมาในแต่ละมุมมองตามจุดที่ออกแบบ

4.2.1 บริเวณหน้าโรงพยาบาล



ภาพที่ 4.5 ภาพบริเวณหน้าโรงพยาบาล

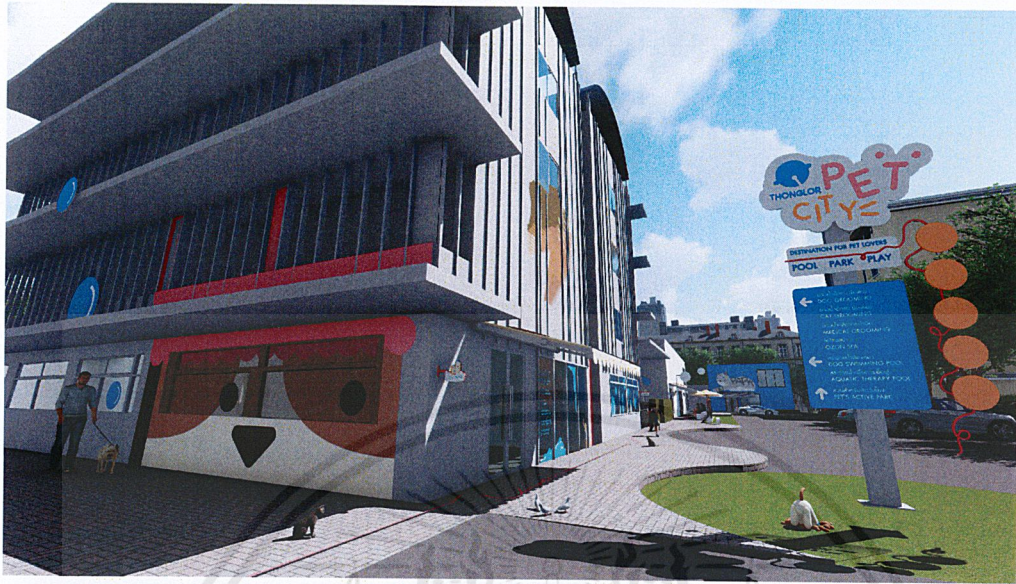
4.2.2 บริเวณประตูหลังตึกโรงพยาบาล



ภาพที่ 4.6 บริเวณประตูหลังตึกโรงพยาบาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3 บริเวณหน้าตึกกรมวัง



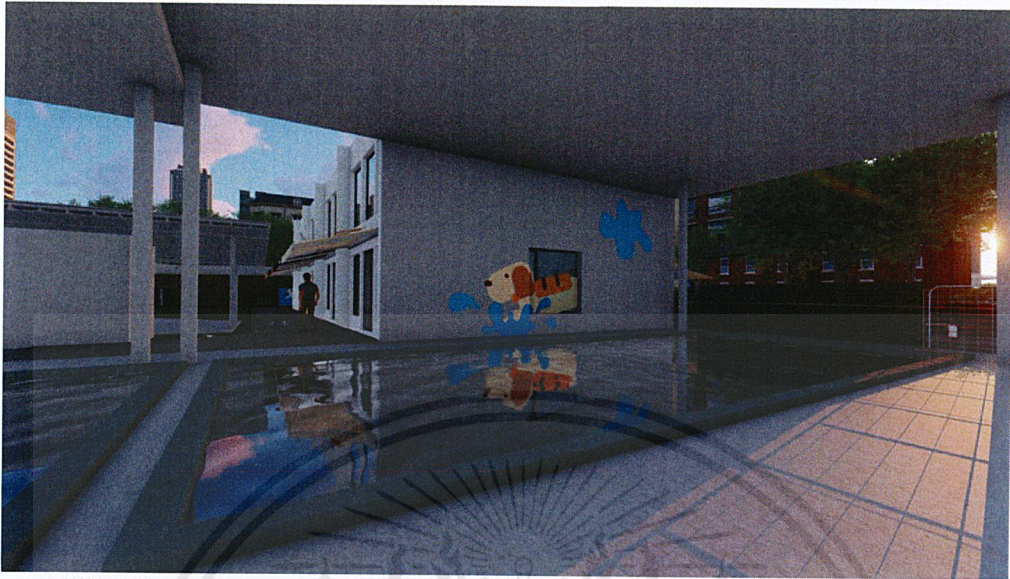
ภาพที่ 4.7 บริเวณหน้าตึกกรมวังมุมข้าง



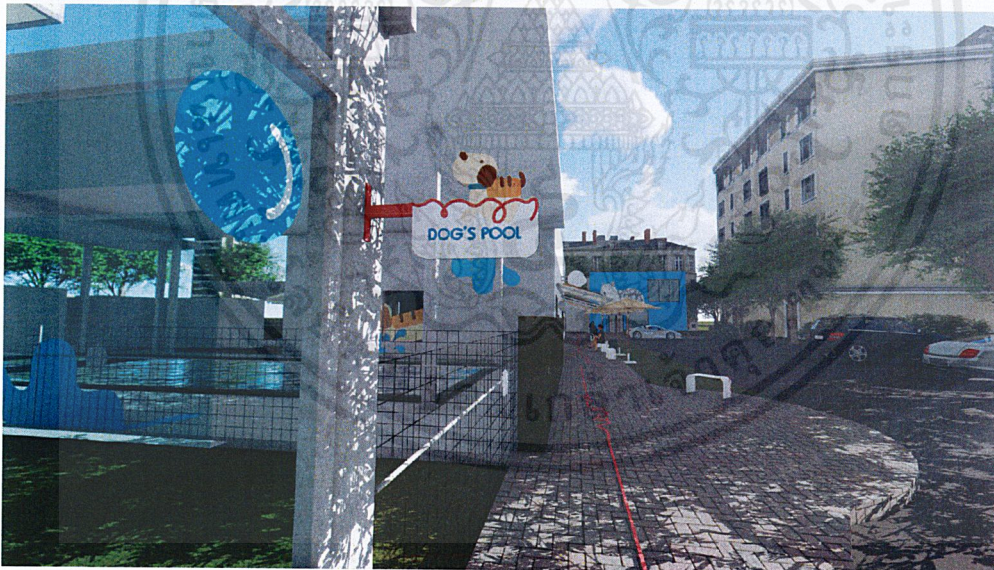
ภาพที่ 4.8 บริเวณหน้าตึกกรมวัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 บริเวณสระว่ายน้ำ



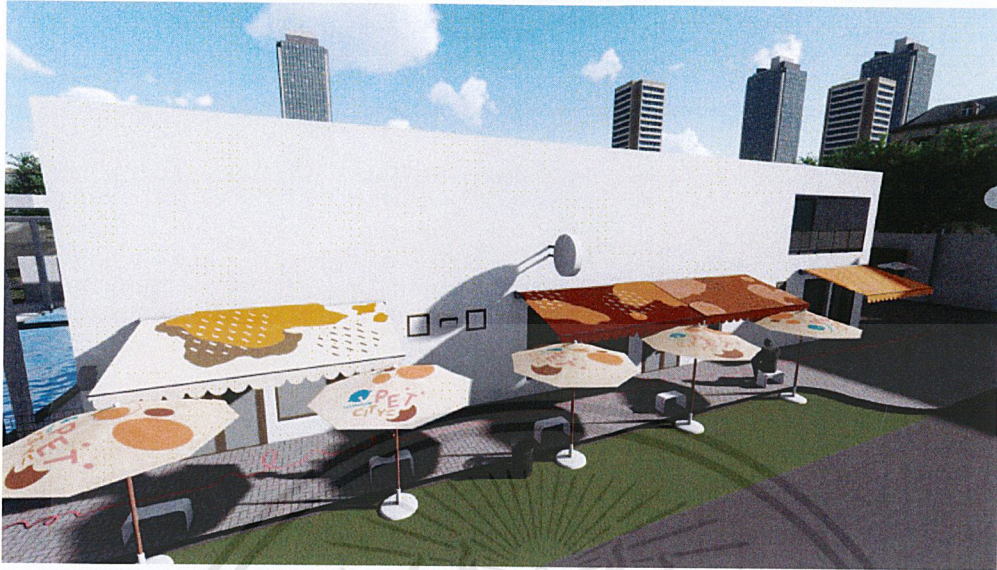
ภาพที่ 4.9 บริเวณสระว่ายน้ำ



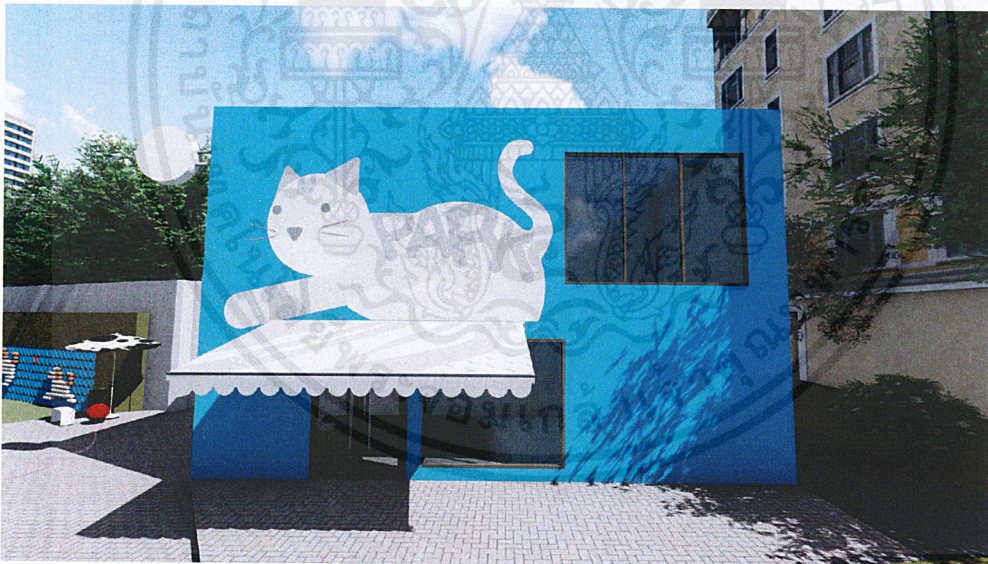
ภาพที่ 4.10 บริเวณหน้าสระว่ายน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.5 บริเวณหน้าตึกร้านค้า



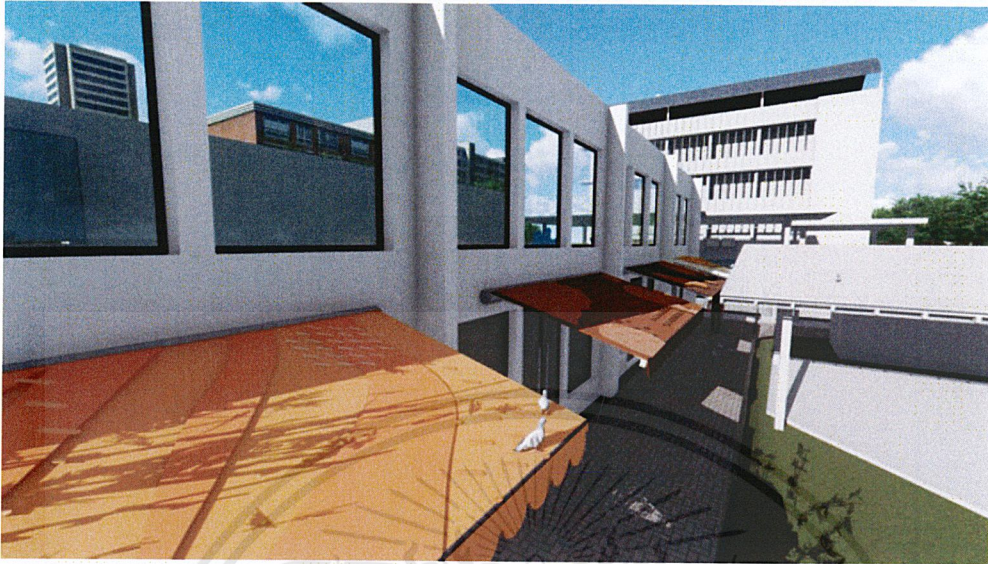
ภาพที่ 4.11 บริเวณหน้าตึกร้านค้า



ภาพที่ 4.12 บริเวณหน้าตึกร้านค้าห้องเดี่ยว

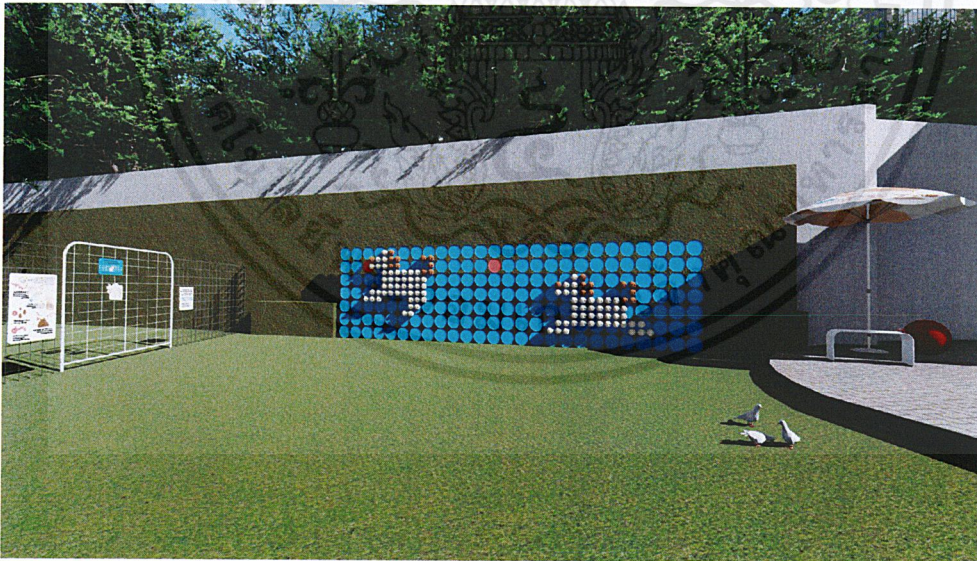
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.6 บริเวณหลังตึกร้านค้า



ภาพที่ 4.13 บริเวณหลังตึกร้านค้า

4.2.7 บริเวณหน้าสนาม



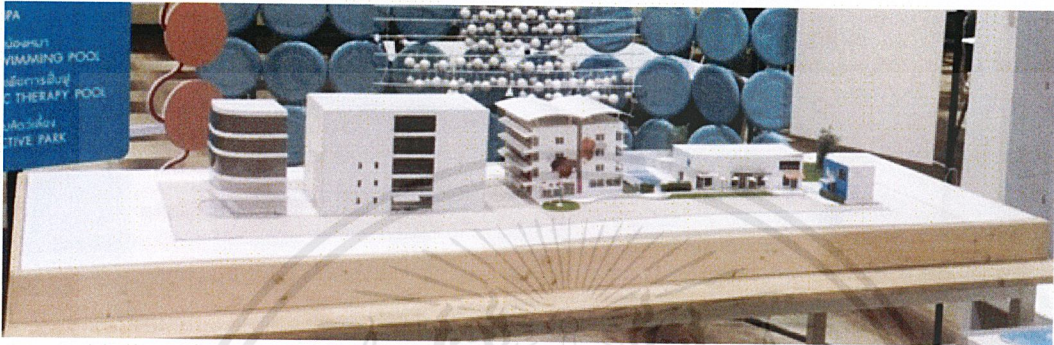
ภาพที่ 4.14 บริเวณหน้าสนาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

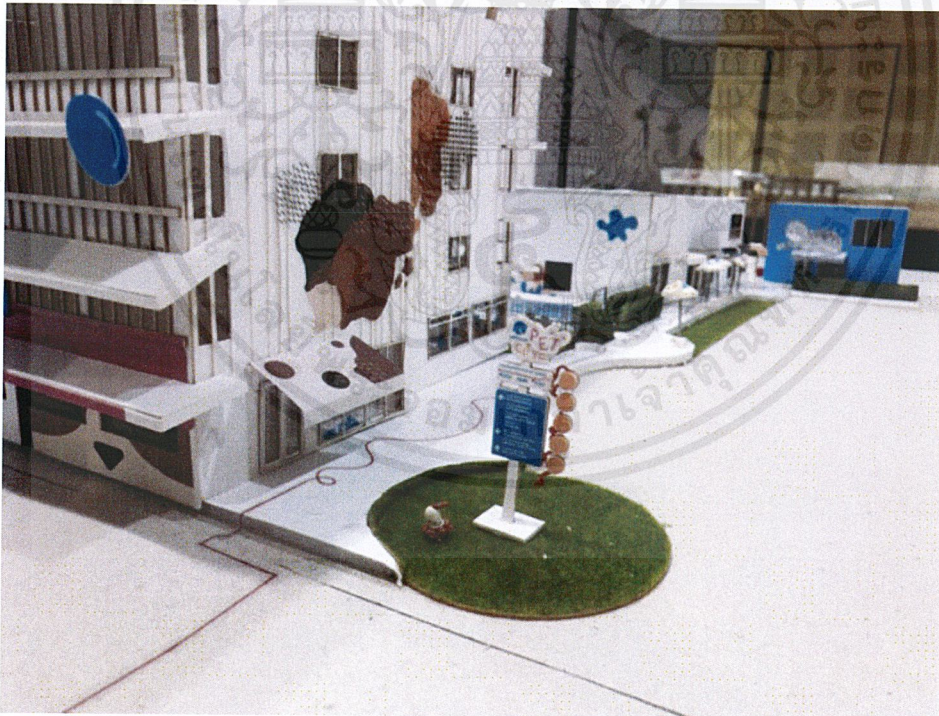
4.3 หุ่นจำลอง

การทำหุ่นจำลองทำให้เห็นถึงรายละเอียดของงานมากขึ้น และสามารถเห็นความเข้ากันของแต่ละชั้น และในแต่ละโซนได้เป็นอย่างดี จึงได้จัดทำหุ่นจำลองขึ้นมาได้แก่

4.3.1 หุ่นจำลองพื้นที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 และทองหล่อเพ็ทซิติ ขนาด 1:75



ภาพที่ 4.15 หุ่นจำลองพื้นที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 และทองหล่อเพ็ทซิติ



ภาพที่ 4.16 หุ่นจำลองพื้นที่ทองหล่อเพ็ทซิติ

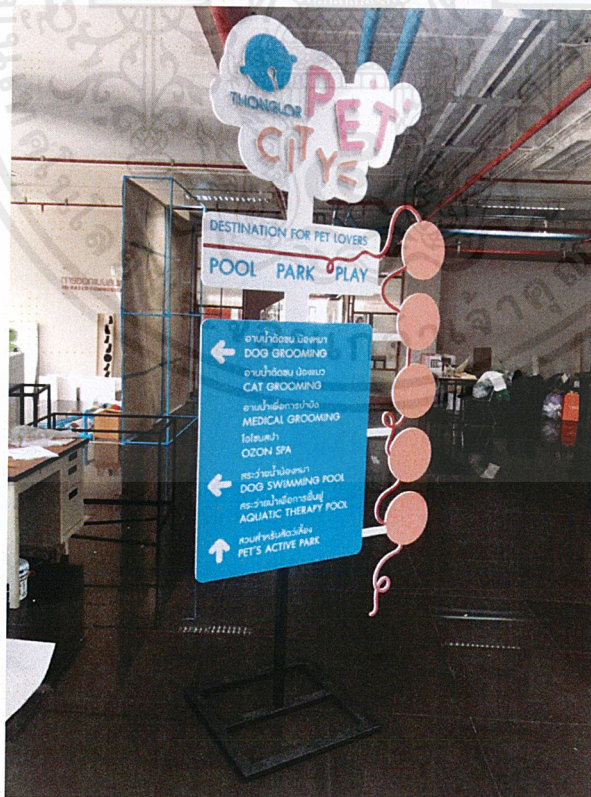
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.2 ป้ายบอกข้อมูลพื้นที่ขนาด 1:1 (grooming)



ภาพที่ 4.17 ป้ายบอกข้อมูลพื้นที่

4.3.3 ป้าย Thonglor Pet City ขนาด 1:1 (เฉพาะตัวป้ายไม่รวมเสา)



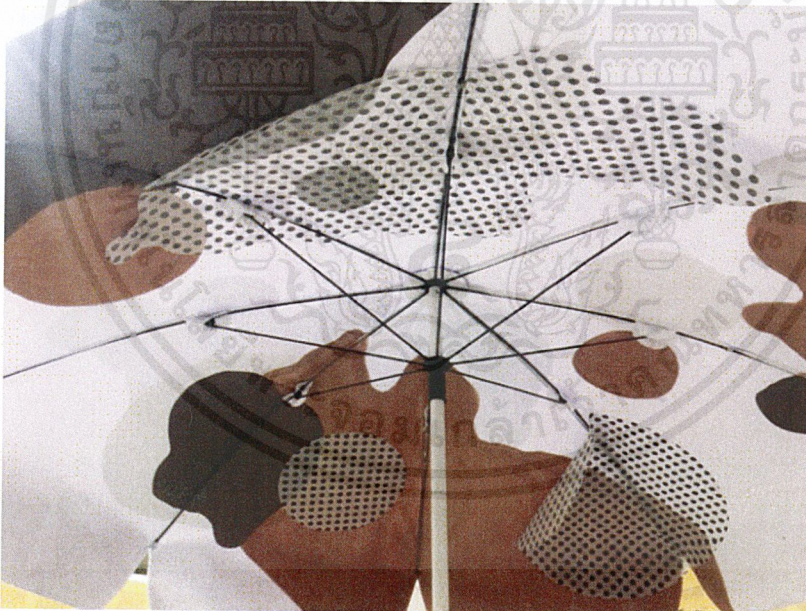
ภาพที่ 4.18 ป้าย Thonglor Pet City

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.4 ร่มสนามขนาด 1:1



ภาพที่ 4.19 ร่มสนาม



ภาพที่ 4.20 ร่มสนาม (ด้านใน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.5 Sculpture



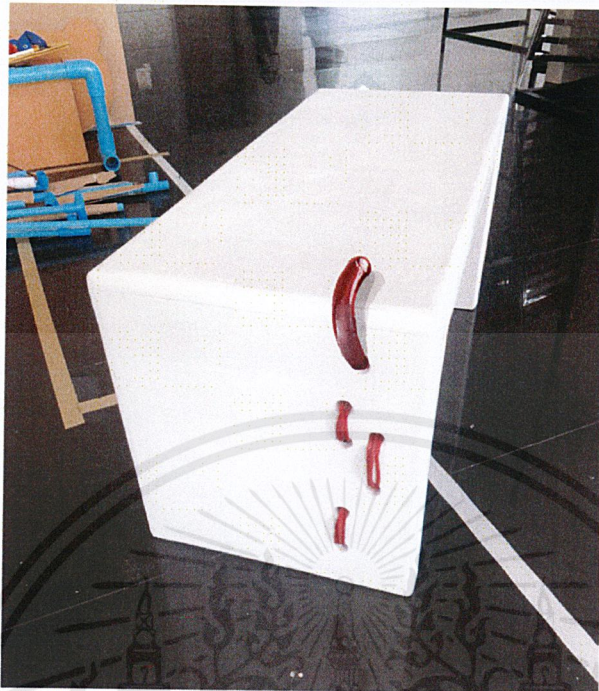
ภาพที่ 4.21 รูปปั้นขนาด 1: 4



ภาพที่ 4.22 รูปปั้นขนาด 1: 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.6 เก้าอี้สนามขนาด 1:1



ภาพที่ 4.23 เก้าอี้สนาม

4.4 คู่มือการใช้งานอัตลักษณ์และกราฟิกสภาพแวดล้อม

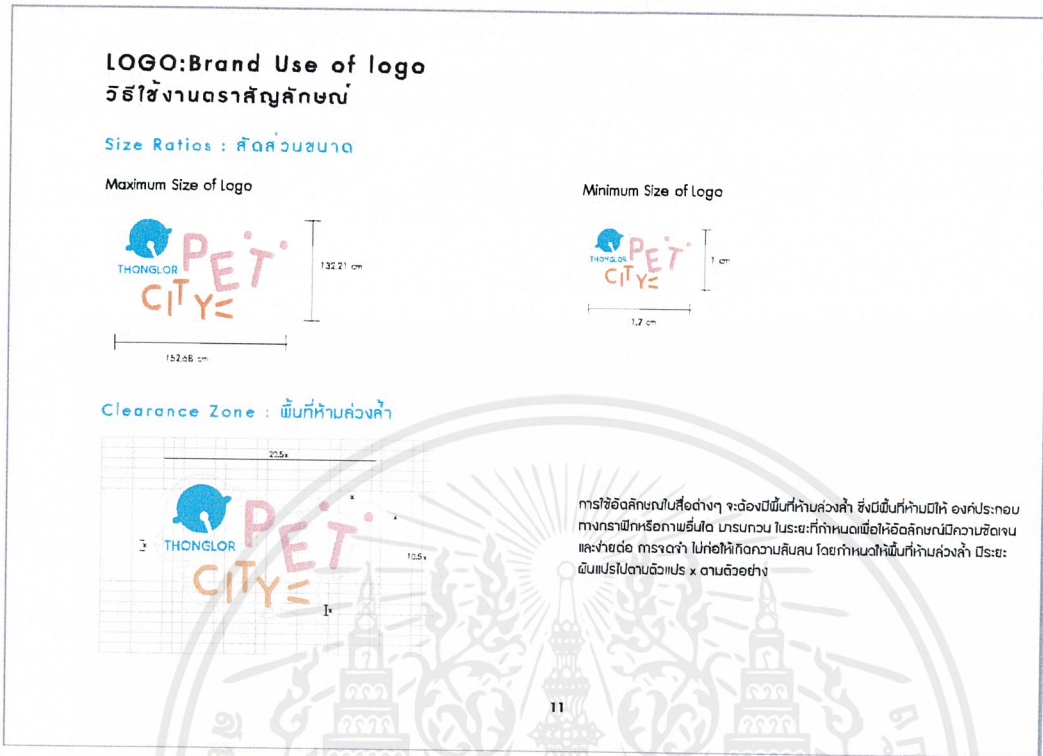
แสดงระบบการใช้งานอัตลักษณ์ทั้งในเรื่องสีและข้อความห้ามต่างๆ รวมถึงวิธีการใช้กราฟิกบนสภาพแวดล้อม การติดตั้งป้าย การใช้ตัวอักษรและข้อความต่างๆ โดยออกแบบให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับแบรนด์ด้วย



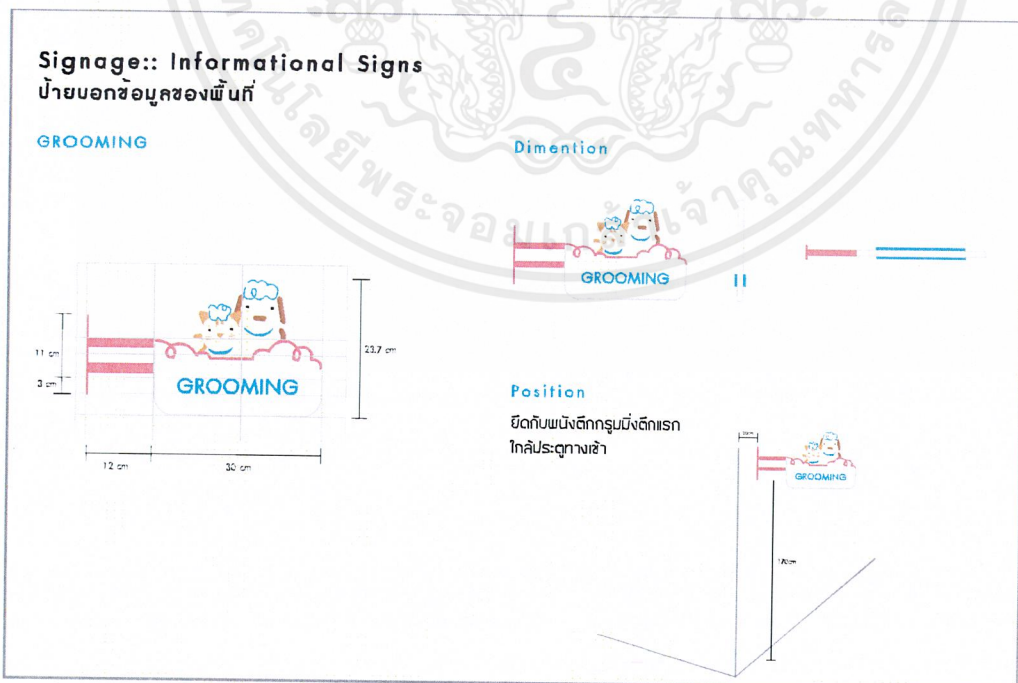
ภาพที่ 4.24 หน้าปกคู่มือใช้งานอัตลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.1 ตัวอย่างคู่มือการใช้งานอัตลักษณ์ ทองหล่อเพ็ทซิตี



ภาพที่ 4.25 วิธีใช้งานตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 4.26 รูปแบบของป้ายบอกข้อมูลและตำแหน่งการติดตั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic on space :: Grooming 1

ดีกรรุมมิ่ง 1

Front

กราฟิกบนผนัง เป็นฟอร์มของลวดลายสุนัขมา ดัดแปลงเป็น element

ป้ายบนกระจกบอกข้อมูลรายละเอียดของการกรรุมมิ่งว่ามีบริการใดบ้าง ได้นำฟอร์มของฟอง หวดน้ำ เมื่อให้เห็นว่าคือดีกรรุมมิ่ง

30

ภาพที่ 4.27 รูปแบบของกราฟิกดีกรรุมมิ่ง

Decorate:: Sculpture Place

ตำแหน่งที่ตั้งของรูปปั้น

เป็นตัวเครื่องเพื่อนำทางไปยัง Thonglor Pet City

สุนัขกำลังขุดดินเพื่อค้นหาสิ่งต่างๆ โดยจะสื่อว่าใน Thonglor Pet City มีอะไรบางอย่างที่น่าสนใจอยู่

แสดงให้เห็นถึงการมาเยือนของเหล่าสัตว์เลี้ยงที่ไม่จำเป็นที่จะต้องป่วยก็ได้

สุนัขและแมวกำลังเล่นเล่นใหม่ซึ่งเป็นกราฟิกบนพื้น โดยเล่นใหม่จะเป็นตัวนำพาไปยัง Thonglor Pet City

25

ภาพที่ 4.27 ตำแหน่งที่ตั้งของรูปปั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการออกแบบราฟฟิกสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับทงหล่อเพ็ทชิตั้ โรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อสาขาพระราม 9 มีการสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะดังนี้

- 5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ
- 5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ
- 5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์
- 5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

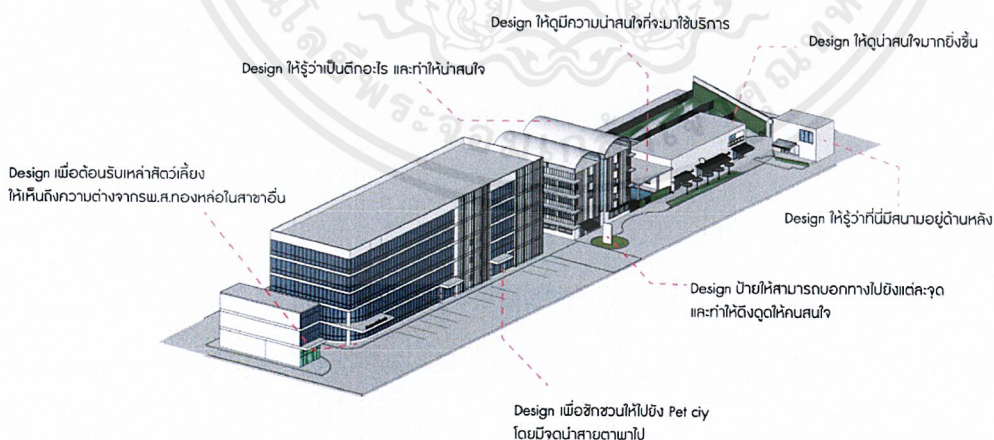
5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ

จากแนวคิดทางการออกแบบได้พัฒนามาเพื่อให้เข้ากับอัตลักษณ์ของทงหล่อเพ็ทชิตั้ และโรงพยาบาลสัตว์ทงหล่อและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม พร้อมทั้งยังแก้ไขปัญหาด้านการใช้พื้นที่ของผู้มาใช้บริการ ได้ดังนี้

5.1.1 การแก้ไขปัญหาพื้นที่

- (1.) การแก้ไขปัญหาพื้นที่ในแต่ละจุด

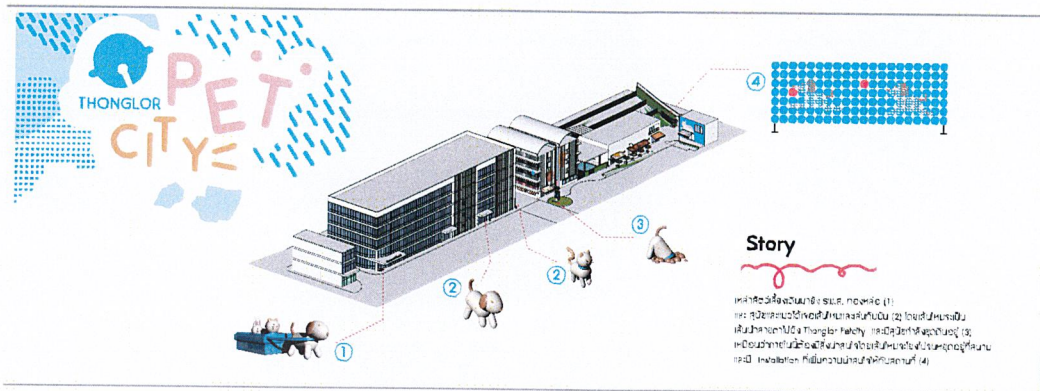
Problem Solution วิธีในการแก้ไขปัญหา



ภาพที่ 5.1 วิธีการแก้ไขปัญหาของแต่ละพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2.) การแก้ไขปัญหาพื้นที่โดยใช้เรื่องราว



ภาพที่ 5.2 วิธีการแก้ไขปัญหาพื้นที่โดยใช้เรื่องราว

การเล่าเรื่องเพื่อสอดคล้องกับการแก้ไขปัญหโดยใช้กราฟิก 2 มิติและ 3 มิติ เข้าช่วยโดยเรื่องราวคือเหล่าสัตว์เลี้ยงเดินมายัง รพ.ส. ทองหล่อ (1) และ สุนัขและแมวได้เจอเส้นไหม และเล่นกับมัน (2) โดยเส้นไหมจะเป็นเส้นนำสายตาไปยัง Thonglor Petcity และมีสุนัขกำลังขุดดิน อยู่ (3) เหมือนว่าภายในนี้ต้องมีสิ่งน่าสนใจโดยเส้นไหมจะโยงไปจนหยุดอยู่ที่สนามและมี Installation ที่เพิ่มความน่าสนใจให้กับสถานที่ (4)

5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ

ออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหการใช้พื้นที่และช่วยสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจมากขึ้น โดย ออกแบบกราฟิกลงบนพื้นที่ทั้ง 2 มิติและ 3 มิติ และออกแบบป้ายบอกข้อมูลและป้ายต่างๆ ดังนี้

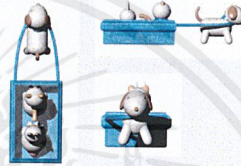
5.2.1 การออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อม

1.) บริเวณทางเข้าหน้าโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (ประตูดแรก)

แสดงถึงการต้อนรับการมาเยือนของสัตว์เลี้ยงโดยแสดงให้เห็นถึงความต่างของสาขานี้และสาขาอื่นๆ

บริเวณทางเข้าหน้า รพศ.ทองหล่อ (ประตูแรก)

แสดงถึงการต้อนรับการมาเยือนของเหล่าสัตว์เลี้ยง



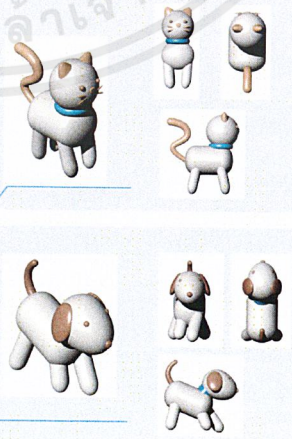
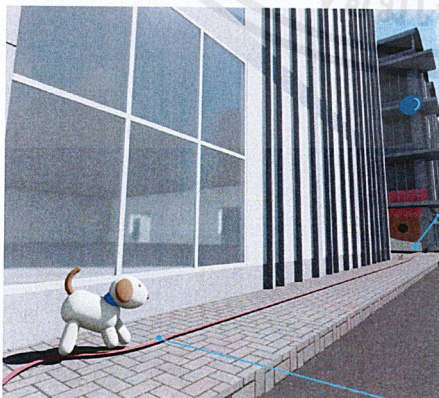
ภาพที่ 5.3 แสดงการออกแบบบริเวณหน้าโรงพยาบาล

2.) บริเวณประตูหลังสุดของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

นำทางไปยังทองหล่อเพ็ทซิตี โดยใช้กราฟิก 2 มิติ บนพื้น ให้ความรู้สึกเหมือนเส้นไหม ซึ่งเป็นสิ่งที่สัตว์เลี้ยงชอบเล่นและยังแสดงถึงความผูกพัน เหมือนกับความเชื่อเรื่องด้ายแดงของคน และยังมีการปูเส้นสุนัขและแมวเพื่อเป็นจุดสนใจและนำพาไปยังเพ็ทซิตี

บริเวณประตูหลังสุดของตึก รพศ.ทองหล่อ

นำทางไปยัง Pet city โดยใช้กราฟิกเป็นเส้นเหมือนไหมพรม ซึ่งเป็นสิ่งทีสัตว์เลี้ยงชอบเล่นคือ Sculpture สัตว์ก็กำลังเล่นเส้นไหม



ภาพที่ 5.4 แสดงการออกแบบบริเวณประตูหลังตึกโรงพยาบาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.) บริเวณตึกกรมมิ่ง

เป็นจุดแรกที่ได้พบกับทงหล่อเพ็ทซิติ้โดยคนจะเห็นป้ายของ

ทงหล่อเพ็ทซิติ้ ก่อนเนื่องจากมาขนาดใหญ่ซึ่งมองเห็นได้จากระยะไกล โดยจะบอกข้อมูลเส้นทางต่างไป มีรูปปั้นสุนัขกำลังขุดดิน แสดงให้เห็นว่าในที่แห่งนี้จะต้องมีอะไรที่น่าค้นหา โดยตัวตึกทำให้ดูแล้วรู้ว่าเป็นตึกที่มีไว้เพื่ออาบน้ำตัดขน เสริมสวยของสุนัขและแมว โดยตัวตึกด้านหน้าใช้ลวดลายของสัตว์เลี้ยงตัดทอนเป็น Element ส่วนด้านข้างเป็นกราฟิกสุนัขกำลังอาบน้ำโดยมีฟองสบู่เป็น Element เนื่องจากต้องการให้ดูจากตึกโรงพยาบาลแล้วรู้ว่าตึกนี้เป็นตึกกรมมิ่ง

บริเวณหน้าตึกกรมมิ่ง

ป้ายเพื่อบอกถึงสถานที่ว่ามีอะไรบ้าง บอกทาง และ sculpture สุนัขขุดดินเพื่อค้นหาบางสิ่งในก็แห่งนี้



ภาพที่ 5.5 แสดงการออกแบบบริเวณหน้าตึกกรมมิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดีกรูมมิ่ง (Grooming)

ดีกรูมมิ่งใช้ graphic ที่บ่งบอกว่าเป็นดีกัตุแลความสะอาดให้กับสุนัขและแมว และได้ใช้สายของสุนัขและแมวมาประกอบ

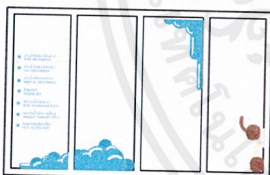


กราฟิกบนผนัง เป็นฟอร์มของลวดลายสุนัขมา ดัดแปลงเป็น element



กราฟิกบนผนัง เป็นฟอร์มของลวดลายแมว มาดัดแปลงเป็น element

ป้ายบนกระจกบอกข้อมูลรายละเอียดของการกรูมมิ่งว่ามีบริการใดบ้าง ได้นำฟอร์มของฟอง หยดน้ำ เพื่อให้เห็นว่าคือดีกรูมมิ่ง



กราฟิกบนกระจกเป็นรูปแมวกำลังอาบน้ำ แสดงให้เห็นว่า แมวก็สามารถอาบน้ำได้เช่นกัน

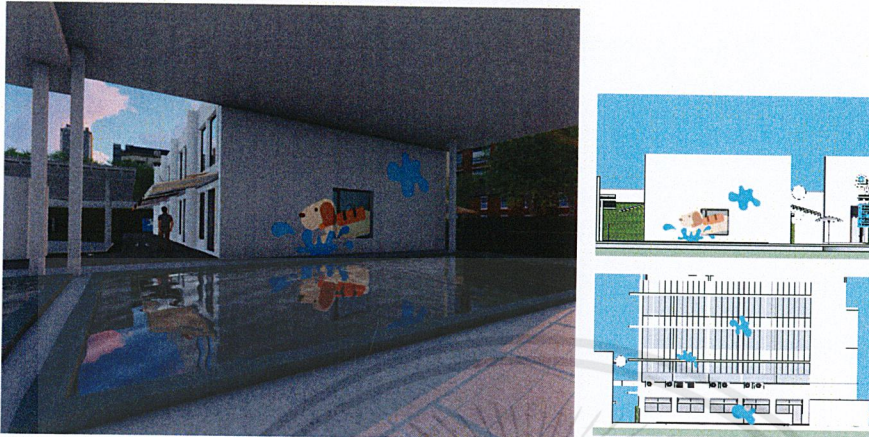
ภาพที่ 5.6 แสดงการออกแบบบริเวณหน้าดีกรูมมิ่ง

3.) สระว่ายน้ำสุนัข

เป็นกราฟิกสุนัขกำลังกระโดดลงน้ำโดยมีหยดน้ำกระจายอยู่ทั่วบริเวณนั้น เป็น Element เนื่องจากเป็นฟริฟอร์มจึงทำให้รู้สึกผ่อนคลายและสนุกมากขึ้น

สระว่ายน้ำสุนัข Dog's pool

Graphic สุนัขกำลังกระโดดน้ำ และมีหยดน้ำกระจายทั่วบริเวณนั้น



ภาพที่ 5.7 แสดงการออกแบบบริเวณสระว่ายน้ำ

3.) บริเวณตึกร้านค้าของห้องหล่อเพ็ชชิตี้นำวัสดุลายของสุนัขและแมวมาทำบริเวณรั้วและกันสาดทั้งด้านหน้าและหลังร้าน เนื่องจากมีข้อจำกัดในการทำกราฟิกค่อนข้างเยอะ จึงสามารถทำบนตัวอาคารได้น้อย

บริเวณตึกร้านค้าต่างๆของ Pet city

ทำ graphic เป็นลวดลายของหมาและแมวแสดงถึงความหลากหลายของร้านค้า



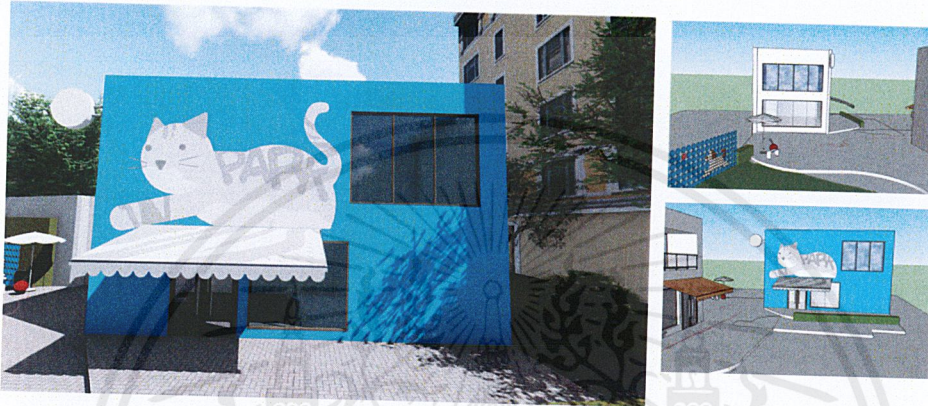
ภาพที่ 5.8 แสดงการออกแบบบริเวณตึกร้านค้าต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.) บริเวณตึกร้านค้าของทองหล่อเพ็ทซิตี (ห้างเดี่ยว)
ออกแบบเป็นกราฟิกรูปแมวเพื่อชี้ทางไปยังสวนที่ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังของ
อาคารเนื่องจากอาคารนี้สามารถมองเห็นได้จากระยะไกล

ตึกร้านค้าของ Pet city (ห้างเดี่ยว)

ทำ graphic เพื่อชี้ทางบอกไปยังสนามวิ่งเล่นที่อยู่ด้านหลังเพื่อให้มองเห็นมาจากไกล

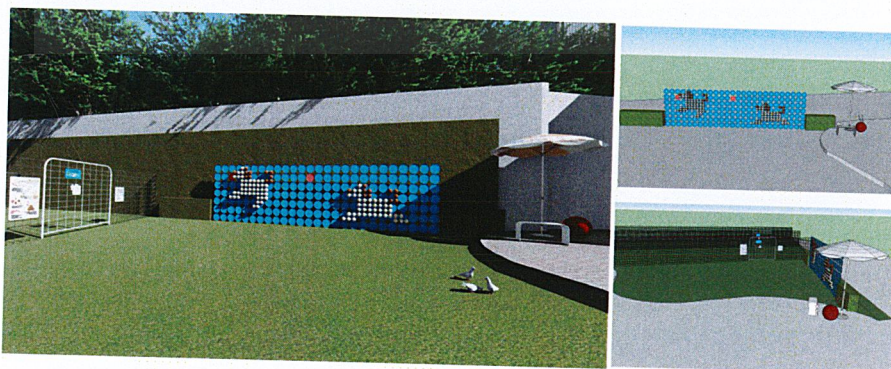


ภาพที่ 5.9 แสดงการออกแบบบริเวณตึกร้านค้าห้างเดี่ยว

5.) บริเวณทางเข้าสนาม
เป็นจุดจบของเส้นทางที่เป็นกราฟิกนำพามาถึงสนามที่เป็นจุดเด่นของที่นี่
โดยมีม้วนเส้นไหมอยู่บริเวณหน้าสนามและ installation ที่เป็นจานร่อนและกระดิ่งเรียงตัวกัน
โดยจานร่อนจะมีบางชิ้นที่สามารถนำออกไปเล่นได้ เพื่อแสดงถึงความสนุกของสัตว์เลี้ยง

บริเวณทางเข้าสนามทำกิจกรรม

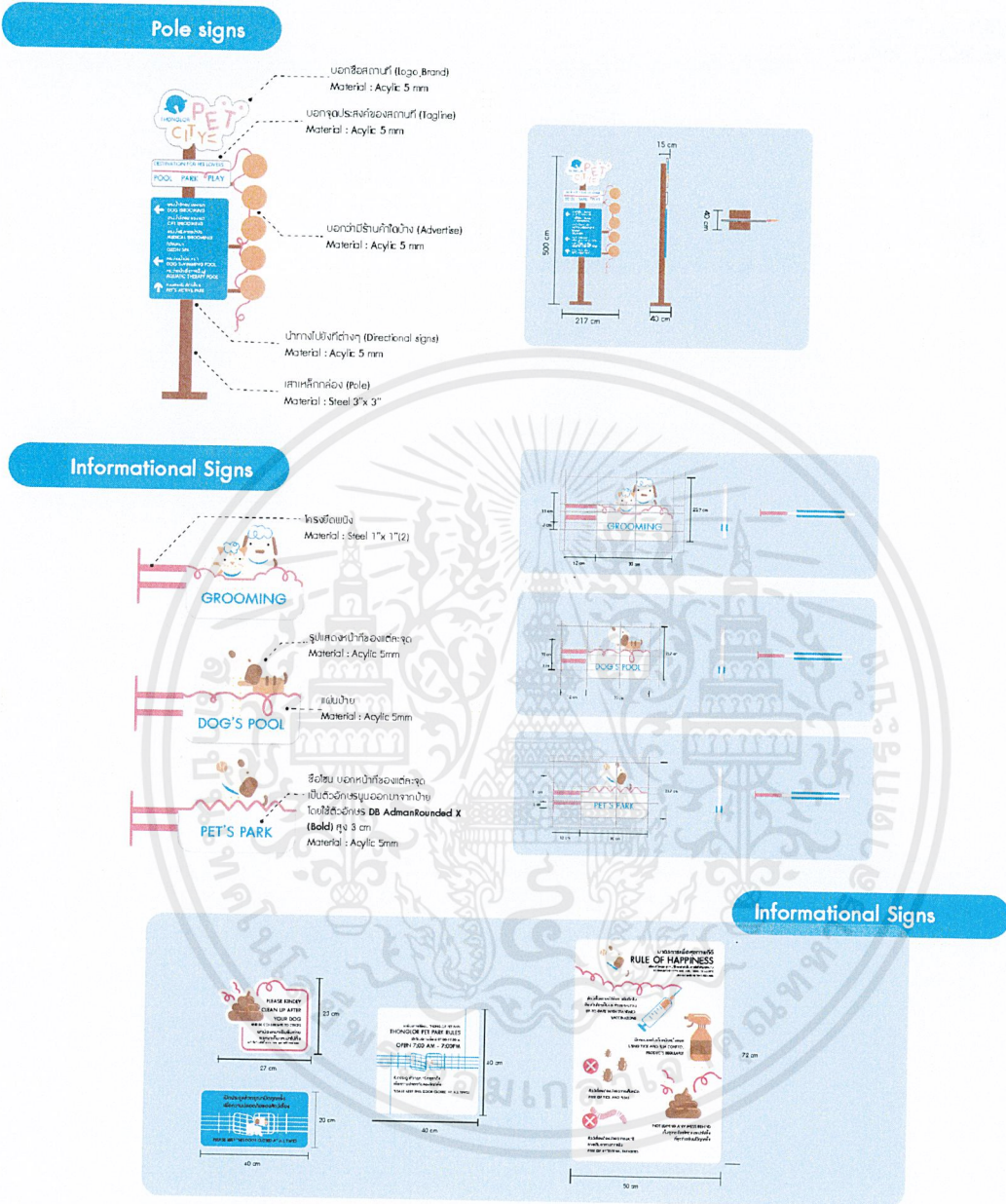
เป็นสถานที่ที่สัตว์เลี้ยงจะได้วิ่งเล่นจึงนำของเล่นที่ช่วยสร้างความสนุกให้กับสัตว์เลี้ยงมาสร้างกราฟิก
และเป็นจุดที่เจอกับม้วนไหมพร้อมเพื่อให้มาพบกับความสนุกของสิ่งต่างๆ



ภาพที่ 5.10 แสดงการออกแบบบริเวณหน้าสนาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 การออกแบบป้าย



ภาพที่ 5.11 ลักษณะและขนาดของป้ายแบบต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

ในการนำเสนอผลงานการออกแบบได้รับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลงานการออกแบบ และมีการจัดทำภาพจำลองหลังจากการปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการฯ ดังนี้

5.3.1 Design Direction แต่ละแบบที่เลือกมามีความคล้ายกันเกินไป ทำให้ดูจำกัดทางความคิดไป โดยทั้ง 3 อันดูเป็นเด็กเกินไป

5.3.2 ภาพรวมยังดูไม่เป็นโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อซึ่งเป็นโรงพยาบาลอันดับหนึ่งของประเทศ ควรทำให้ดูอลังการ น่าตื่นเต้นมากกว่านี้ ที่ออกแบบมามันดูธรรมดาเกินไป เช่นควรดีไซน์ฟาซาดเองโดยไม่ใช่ที่มีอยู่มาทำกราฟิก

5.3.3 ควรมองภาพรวมมากกว่าการดีไซน์ที่ละเอียด

5.3.4 บางชิ้นทำ 1:1 แล้วดูแย่งกว่าทำแบบย่อส่วน

5.3.5 ชิ้นงานไม่ละเอียด ไม่เรียบร้อย

5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

ในการจัดทำโครงการนี้ผู้ศึกษายังมีข้อผิดพลาดที่ยังต้องการปรับปรุงเพื่อให้โครงการนี้ดีขึ้นแต่เนื่องจากเวลาในการทำโครงการมีไม่เพียงพอและจากการศึกษาได้พบปัญหาและข้อผิดพลาดโดยผู้จัดทำโครงการจึงมีข้อเสนอแนะในการทำโครงการดังนี้

5.4.1 ควรกำหนด Direction ให้มีความต่างกันมากขึ้นและชัดเจนมากกว่านี้ โดยควรทำแบบสอบถามไปให้กลุ่มเป้าหมายได้เลือกด้วย

5.4.2 ตอนคิดแบบที่จะดีไซน์ควรคิดวิธีการ Production ด้วย

5.4.3 อย่านองภาพเพียงแค่ 2 มิติ แต่ให้มองกว้างๆ 3 มิติและคิดให้รอบครอบมากกว่านี้มากๆ อย่าห่วงเรื่องงบประมาณหรือการทำออกมาจริงมากเกินไป

5.4.4 ควรใส่ใจในรายละเอียดให้มากขึ้น

5.4.5 ควรใช้เวลาในการคิดแบบให้มากกว่านี้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

จิตาภา สิริกิตติเจิมจิตร. (2557). “โครงการออกแบบกราฟิกบนสภาพแวดล้อมสำหรับศูนย์
วิทยาศาสตร์ กรณีศึกษาศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด.”
ศิลปนิพนธ์หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาการออกแบบสเนเทศสามมิติ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ณัฐพร ทองมา ให้สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน (2560). ปริญา ดำสุวรรณ. ข้อมูลเกี่ยวกับ
โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ. โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9

กลุ่มพาส์เข้ามาเข้าฟุ้งทองหล่อพระรามเก้า. เข้าถึงได้จาก :

<https://www.facebook.com/groups/1408543025909108/>

ข้อมูลวัตถุประสงค์ของทองหล่อเพ็ทชีตี. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thonglorpet.com/home/พระราม-9/>

ข้อมูลประวัติโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ. เข้าถึงได้จาก :

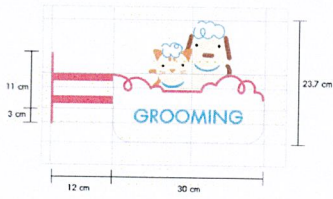
[https://www.facebook.com/pages/story/reader/?
page_story_id=729987073792774](https://www.facebook.com/pages/story/reader/?page_story_id=729987073792774)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Signage:: Informational Signs ป้ายบอกข้อมูลของพื้นที่

GROOMING



Dimension



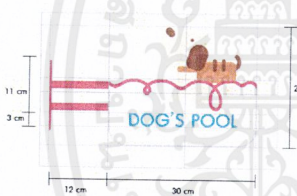
Position

ยึดกับผนังติดกรูมมิ่งสัตว์แรก
ใกล้ประตูทางเข้า



Signage:: Informational Signs ป้ายบอกข้อมูลของพื้นที่

DOG'S POOL



Dimension



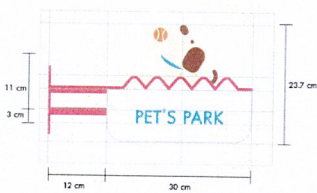
Position

ยึดกับผนังติดกรูมมิ่งสัตว์สอง
ใกล้รั้วทางเข้าสระว่ายน้ำ



Signage:: Informational Signs ป้ายบอกข้อมูลของพื้นที่

PET'S PARK

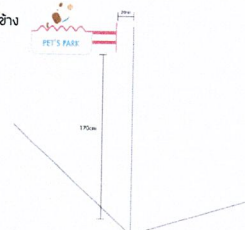


Dimension



Position

ยึดกับผนังติดกรูมมิ่งสัตว์สาม
ใกล้ประตูทางเข้าสนาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นางสาวปริญญา คำสุวรรณ
 วัน เดือน ปี เกิด 22 พฤษภาคม 2538
 ที่อยู่ 49 ถ.นายขาวอุทิศ ต.สะเดา อ.สะเดา จ.สงขลา 90120
 เบอร์โทรศัพท์ 0956719582
 E-mail Pd.2pei@gmail.com

ประวัติการศึกษา

มัธยม โรงเรียน สะเดาซรรค์ชัยกัมพลานนท์อนุสรณ์ อ.สะเดา จ.สงขลา
 ปริญญาตรี ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สาขาวิชาการออกแบบสเนเทศสามมิติ
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้