

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์
ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี
Promotional Media Design, Boosting
Brand Image and Awareness
for KhaoKheaw Open Zoo, Chonburi



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบสันทะเทศสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์
ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี
Promotional Media Design, Boosting
Brand Image and Awareness
for KhaoKheaw Open Zoo, Chonburi



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบสันทะเทศสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี
นักศึกษา	นางสาวนภัสกร จันทร์ดี
รหัสนักศึกษา	5720264
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	การออกแบบสันทะสามมิติ
พ.ศ.	2560
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อรรถเวช บริรักษ์เลิศ

บทคัดย่อ

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และนำเสนอภาพลักษณ์ของงานบริการต่างๆ ในสวนสัตว์ที่มีการพัฒนาใหม่ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อก้าวไปสู่สวนสัตว์ระดับโลก เนื่องจากภาพลักษณ์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวยังไม่แตกต่างจากที่อื่น ทั้งที่มีการพัฒนาและได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบภายในสวนสัตว์ให้น่าสนใจ และได้มาตรฐานระดับโลก แต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาประเทศไทย

โดยโครงการนี้เริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว เพื่อนำมาวิเคราะห์หาข้อมูลที่จะใช้ในการออกแบบ ศึกษาตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ที่มีอยู่ในประเทศอื่นๆ ศึกษาหากลุ่มเป้าหมายของโครงการ ทั้งกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อหาพื้นที่ที่จะใช้ในการจัดตั้งสื่อ และประเภทของสื่อที่จะนำมาใช้งานออกแบบ จากนั้นจึงทำการออกแบบจากข้อกำหนดในการออกแบบต่างๆ มีการทดลองและมีการหาแนวคิดทางการออกแบบใหม่ๆ ให้สื่อประชาสัมพันธ์นี้ มีความแตกต่างจากสื่อเดิม และมีความแตกต่างจากสื่ออื่นๆ ที่เคยทำมา

ผลงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี ติดตั้งในพื้นที่ของสนามบินสุวรรณภูมิ โดยแบ่งสื่อออกเป็น สื่อสิ่งพิมพ์บนเครื่องบินที่เป็นลักษณะโฆษณาในหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สื่อบนรถเข็นกระเป๋าของสนามบิน สื่อป้ายโฆษณาตามทางเดินของสนามบิน สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง สื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับ โดยสื่อทั้งหมดอยู่ภายใต้แนวคิดทางการออกแบบ คือ Hide & Seek Animals เป็นแนวคิดที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวมีการเล่นสนุกกับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการหาสัตว์จากการใช้เทคนิคการมองผ่านตัวกรองแสงที่เป็นสีต่างๆ เพื่อเป็นการดึงดูด และสร้างความแตกต่าง ทำให้เกิดความรู้สึกรุนแรง และเกิดความสนใจกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นในโครงการนี้

กิติกรรมประกาศ

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี เกิดจากความตั้งใจในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปข้อมูลต่างๆ โดยแต่ละขั้นตอนนั้น จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากขาดการสนับสนุน คำปรึกษา กำลังใจจากบุคคล และหน่วยงานหลายฝ่ายจึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ น้องชาย ที่เป็นกำลังใจ เป็นแรงผลักดัน คอยสนับสนุนในทุกเรื่อง คอยให้คำปรึกษา และเลี้ยงดูด้วยความรัก เป็นผู้สนับสนุนทุนในการทำโครงการนี้ทั้งหมด สอนให้เป็นคนขยัน มีความรับผิดชอบ สอนให้เป็นคนอดทน และพยายามทำทุกอย่างให้สำเร็จ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์อรรถเวช บริรักษ์เลิศ อาจารย์ที่ปรึกษาให้กับโครงการนี้ คอยดูแล สั่งสอน และให้คำแนะนำต่างๆ เป็นอาจารย์ที่ใส่ใจในทุกเรื่อง หากไม่ได้คำแนะนำ คำสั่งสอนจาก อาจารย์ โครงการนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดนุภ ไซยศิริ ที่เห็นถึงความตั้งใจ ให้ความเชื่อมั่นว่าจะทำได้ในหลายๆ งาน จนเป็นแรงผลักดันตั้งแต่ปี1 ให้พัฒนาตัวเอง และมีความพยายามในการทำงานมาจนถึงปีสุดท้าย ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภารัตน์ สวัสดิชัย ที่ให้ความรัก ความเอ็นดู ให้กำลังใจในการทำงานทุกครั้งที่ได้เจอ เห็นการพัฒนาตลอดทุกการทำงาน ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธวัชชัย มหานพวงศ์ชัย ที่สั่งสอน ให้กำลังใจ และรับฟัง ปัญหาต่างๆ ขอขอบพระคุณอาจารย์ นิรวรรณ รัตนวิจารณ์ ที่อบรมสั่งสอน นำเสนอแนวคิดในการทำงานใหม่ๆ ติเตือนปัญหาในการทำงานให้นำไปแก้ไข ขอขอบพระคุณอาจารย์ นพิน มั่นตะจิตร์ ที่ให้คำแนะนำและให้กำลังใจในการทำงาน หากไม่ได้คำสั่งสอนจากอาจารย์ทุกท่าน ตั้งแต่ปี1 จนถึงปีสุดท้าย คงไม่สามารถพัฒนาตัวเองมาได้ไกลขนาดนี้ จากครั้งแรกที่ทำอะไรไม่เป็น จนตอนนี้สามารถพัฒนาตัวเองมาได้ไกล เพราะคำสั่งสอน คำแนะนำ กำลังใจจากอาจารย์ทุกท่าน ขอขอบพระคุณค่ะ

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี ทุกท่าน ที่กรุณาให้การช่วยเหลือ ให้ข้อมูลต่างๆ มาทำโครงการนี้

ขอขอบคุณเพื่อนปี4ทุกคน ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมา ให้กำลังใจกันและกัน ช่วยเหลือกันมา โดยตลอด ผ่านอุปสรรคมากมายมาด้วยกัน หากไม่ได้เพื่อนคอยช่วยแก้ปัญหา และเป็นที่พักพิงอยู่ข้างกัน การใช้ชีวิตในการเรียนตลอด 4ปี คงจะไม่มีความสุข ขอขอบคุณที่ทุกคนรักและสามัคคีกัน ทำให้บรรยากาศในห้องอบอุ่น และทำให้การทำงานด้วยกันทุกครั้งมีความสุขเสมอ

ขอขอบคุณพี่ณัฐยุทธ์ สม.6 พี่ศรนิชา สม.5 พี่วรินยุพา สม.5 ที่ให้คำปรึกษา และให้กำลังใจ ตั้งแต่เริ่มคิดหัวข้อ ขอขอบคุณน้องๆที่มาช่วยทำงานให้เสร็จทันเวลา

ขอขอบคุณเพื่อนภาคศิลปอุตสาหกรรม ที่เป็นกำลังใจ อยู่เป็นเพื่อนกันเวลาที่เครียด และรับฟังปัญหาต่างๆ

ขอขอบคุณเพื่อนมัธยมที่ไปเก็บข้อมูลที่สวนสัตว์ด้วยกัน และคอยรับฟังปัญหาที่ผ่านมา สุดท้ายขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการทำให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

สารบัญ

	หน้า
ใบรับรองศิลปนิพนธ์.....	I
บทคัดย่อภาษาไทย.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญรูป.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 วิธีดำเนินโครงการ.....	3
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์.....	4
บทที่ 2 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....	5
2.1 ข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	5
2.1.1 ประวัติความเป็นมาของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	5
2.1.2 โครงสร้างขององค์การ.....	6
2.1.3 วัตถุประสงค์การจัดตั้งสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	7
2.1.4 ลักษณะการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน.....	7
2.1.5 ภารกิจ 4 ประการ.....	7
2.2 วิเคราะห์แบรนด์สวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	9
2.2.1 Brand Platform.....	9
2.2.3 นโยบายของสวนสัตว์.....	10
2.2.4 Brand Pillar.....	10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.5 SWOT.....	11
2.3 สถานที่และกิจกรรมแนะนำที่น่าสนใจของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	11
2.3.1 สถานที่แนะนำ.....	12
2.3.2 กิจกรรมhighlight และการแสดงโชว์.....	16
2.3.3 12 MUST SEE สิบสองสัตว์ในเขาเขียวที่ต้องมาเห็น.....	19
2.3.4 ราคาบัตรค่าธรรมเนียมนำพาหนะเข้าสวนสัตว์.....	25
2.4 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย.....	25
2.4.1 กลุ่มเป้าหมายที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	26
2.4.2 กลุ่มเป้าหมายที่ 2 คือ ครอบครัว.....	26
2.4.3 กลุ่มเป้าหมาย 3 คือ วัยรุ่น.....	27
2.4.4 กลุ่มเป้าหมาย4 นักเรียน นักศึกษา.....	27
2.4.5 ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (MAIN TARGET).....	28
2.5 วิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์เดิม.....	29
2.5.1 แผ่นพับ.....	29
2.5.2 ใบปลิว.....	30
2.5.3 ป้ายโฆษณา.....	31
2.5.4 บุษ.....	31
2.5.5 โทรททัศน์.....	32
2.5.6 เว็บไซต์.....	33
2.6 ตำแหน่งทางการตลาด.....	34
2.6.1 อันดับสวนสัตว์นานาชาติ.....	34
2.6.2 สวนสัตว์นานาชาติ.....	34
2.6.3 เปรียบเทียบตำแหน่งทางการตลาด.....	39
2.7 กรณีศึกษาจากสวนสัตว์นานาชาติเป็นที่รู้จักและน่าสนใจ.....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.7.1 Paris Zoological Park.....	42
2.7.2 San Francisco Zoo.....	43
2.7.3 Singapore Zoo.....	44
2.7.4 Copenhagen Zoo.....	44
2.7.5 Amsterdam Zoo.....	45
2.8 กลยุทธ์ทางการสื่อสาร(Creative Strategy).....	45
2.8.1 7Ps : For product and service oriented Promotion.....	45
2.8.2 Message.....	46
2.8.3 Key Message.....	46
2.8.4 Tone.....	46
บทที่ 3 การดำเนินการออกแบบ.....	48
3.1 สรุปข้อกำหนดในการออกแบบ.....	48
3.1.1 วิเคราะห์อัตลักษณ์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว(Brand Identity).....	48
3.1.2 วิเคราะห์ภาพลักษณ์ภายในสวนสัตว์(Mood Borad).....	49
3.1.3 ขอบเขตเนื้อหาที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ.....	49
3.2 แนวคิดในการออกแบบ(Design Concept).....	51
3.2.1 Concept Big Idea.....	51
3.2.2 ภาพร่างของแต่ละConcept.....	51
3.3 เลือกแนวคิดทางการออกแบบ(Design Concept).....	51
3.4 คิดขั้นตอนในการดำเนินงานร่วมกันของสื่อ.....	64
3.5 การร่างแบบ(SKETCH).....	66
3.5.1 Art Direction.....	66
3.5.2 ทดลอง Art Technique.....	68
3.6 การจัดทำแบบจำลอง.....	69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6.1 โฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว.....	69
3.6.2 รถเข็นกระเป๋าสนามบินสุวรรณภูมิ.....	72
3.6.3 สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง.....	74
3.6.4 ป้ายโฆษณา.....	76
3.6.5 แผ่นพับ.....	79
3.7 การประเมินและพัฒนาแบบจำลอง.....	80
3.7.1 ปรับกราฟิก.....	80
3.7.2 ปรับโทนสี.....	80
3.7.3 ใส่ตราสัญลักษณ์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	80
3.7.4 สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวให้กับสื่อ.....	80
3.7.5 ปรับขนาดของหุ่นจำลอง.....	80
บทที่ 4 การนำเสนอผลการออกแบบ.....	81
4.1 ขั้นตอนการรับรู้สื่อ.....	81
4.2 ต้นแบบชิ้นงานสุดท้าย.....	83
4.2.1 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว.....	83
4.2.2 รถเข็น.....	84
4.2.3 สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง.....	85
4.2.4 ป้ายโฆษณา.....	86
4.2.5 แผ่นพับ.....	88
4.3 แผ่นนำเสนอผลงานออกแบบ.....	90
4.4 การจัดแสดงผลงานการออกแบบ.....	91
บทที่ 5 การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	92
5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการ.....	92
5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ.....	92

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจสอบนิพนธ์.....	93
5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ.....	93
บรรณานุกรม.....	94
ภาคผนวก.....	96
ประวัติผู้เขียน.....	99



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 Swot Analysis.....	11
ตารางที่ 2.2 สถานที่แนะนำ(ส่วนแสดงช้างว่ายน้ำ).....	12
ตารางที่ 2.3 สถานที่แนะนำ(Forest of Asia).....	12
ตารางที่ 2.4 สถานที่แนะนำ(แอฟริกัน ชาววันน่า).....	13
ตารางที่ 2.5 สถานที่แนะนำ(สวนละมั่ง).....	13
ตารางที่ 2.6 สถานที่แนะนำ(หุบเสือป่า).....	14
ตารางที่ 2.7 สถานที่แนะนำ(ลิเมอร์แลนด์).....	14
ตารางที่ 2.8 สถานที่แนะนำ (กรงนกใหญ่).....	15
ตารางที่ 2.9 สถานที่แนะนำ (เขาเขียว ไนท์ ซาฟารี).....	15
ตารางที่ 2.10 สถานที่แนะนำ (มหัศจรรย์สัตว์โลก).....	16
ตารางที่ 2.11 การแสดงโชว์ (Journey to the jungle).....	16
ตารางที่ 2.12 การแสดงโชว์ (Animals Presentation).....	17
ตารางที่ 2.13 การแสดงโชว์ (Penguin Parade).....	17
ตารางที่ 2.14 กิจกรรม (โชว์นก เขาเขียว).....	18
ตารางที่ 2.15 กิจกรรม (Feeding Animal).....	18
ตารางที่ 2.16ราคาบัตร.....	25
ตารางที่ 2.17 ค่าธรรมเนียม.....	25
ตารางที่ 2.18 กลุ่มชาวต่างชาติ.....	26
ตารางที่ 2.19 กลุ่มครอบครัว.....	26
ตารางที่ 2.20 กลุ่มวัยรุ่น.....	27
ตารางที่ 2.21 นักเรียน/นักศึกษา.....	27
ตารางที่ 2.22 Customer Journey Map.....	28
ตารางที่ 2.23 วิเคราะห์สื่อแผ่นพับ.....	28
ตารางที่ 2.24 วิเคราะห์สื่อใบปลิว.....	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 2.25 วิเคราะห์สื่อป้ายโฆษณา.....	31
ตารางที่ 2.26 วิเคราะห์สื่อบูธจัดแสดง.....	31
ตารางที่ 2.26 วิเคราะห์สื่อบูธจัดแสดง.....	31
ตารางที่ 2.27 วิเคราะห์สื่อโทรทัศน์.....	32
ตารางที่ 2.28 วิเคราะห์สื่อเว็บไซต์.....	33
ตารางที่ 3.2 ความต้องการ ข้อจำกัด และเกณฑ์ทางการออกแบบ.....	50
ตารางที่ 3.3 ประเมินข้อดี ข้อเสีย Design Concept.....	63
ตารางที่ 3.4 เกณฑ์ประเมินการให้คะแนน.....	64
ตารางที่ 3.5 ตาราง scenario การทำงานร่วมกันของสื่อ.....	65
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลการรับรู้สื่อ.....	81
ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลการรับรู้สื่อ (ต่อ).....	82

สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 2.1 สวนสัตว์ในองค์การสวนสัตว์.....	6
รูปที่ 2.2 ภาพการอนุรักษ์สัตว์ป่าและผืนป่าของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	7
รูปที่ 2.3 การค้นคว้าวิจัยของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	8
รูปที่ 2.4 สถานที่พักผ่อนของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	8
รูปที่ 2.5 กิจกรรมเพื่อสังคมของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	9
รูปที่ 2.6 กราฟแสดง Brand Pillar สวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	10
รูปที่ 2.7 ช้างของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	19
รูปที่ 2.8 เพนกวินของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	19
รูปที่ 2.9 ฮิปโปของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	20
รูปที่ 2.10 หมีของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	20
รูปที่ 2.11 แมวน้ำของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	21
รูปที่ 2.12 ค่างห้าสีของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	21
รูปที่ 2.13 แรดขาวของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	22
รูปที่ 2.14 ละมั่งของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	22
รูปที่ 2.15 ฟลามิงโก้ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	23
รูปที่ 2.16 สิงโตขาวของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	23
รูปที่ 2.17 เลียงผาของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	24
รูปที่ 2.18 เลียงผาของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	24
รูปที่ 2.19 แผนภูมิแสดงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสวนสัตว์.....	25
รูปที่ 2.20 ภาพการจัดอันดับสวนสัตว์ระดับโลก.....	34
รูปที่ 2.21 San Diego Zoo.....	34
รูปที่ 2.22 Loro Parque.....	35
รูปที่ 2.23 Singapore zoo.....	35
รูปที่ 2.24 Zoo Praha.....	36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป(ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 2.25 Tiergarten Schomburgk.....	36
รูปที่ 2.26 Omaha’s Henry Doorly Zoo.....	37
รูปที่ 2.27 Chester Zoo.....	37
รูปที่ 2.28 Saint Louis Zoo.....	38
รูปที่ 2.29 Zoological Wildlife Foundation.....	38
รูปที่ 2.30 ZooParc de Beauval.....	39
รูปที่ 2.31 แผนภาพแสดงตำแหน่งทางการตลาด.....	40
รูปที่ 2.32 แผนภาพแสดงตำแหน่งทางการตลาด.....	41
รูปที่ 2.33 แผนภาพแสดงตำแหน่งทางการตลาด.....	42
รูปที่ 2.34 Paris Zoological Park.....	43
รูปที่ 2.35 San Francisco Zoo.....	43
รูปที่ 2.36 River Safari.....	44
รูปที่ 2.37 Copenhagen Zoo.....	44
รูปที่ 2.38 Amsterdam Zoo.....	45
รูปที่ 2.39 ภาพแสดง Brand Pillar.....	46
รูปที่ 3.1 ภาพอัตลักษณ์เดิมของสวนสัตว์.....	48
รูปที่ 3.2 แผนภาพความคิด Concept Hide & Seek Animals.....	51
รูปที่ 3.3 ภาพร่าง Visual Idea.....	52
รูปที่ 3.4 ภาพร่าง Visual Idea.....	52
รูปที่ 3.5 ภาพร่าง Visual Idea.....	52
รูปที่ 3.6 ภาพร่าง Visual Idea.....	53
รูปที่ 3.7 ภาพร่าง Visual Idea.....	53
รูปที่ 3.8 ภาพร่าง Visual Idea.....	53
รูปที่ 3.9 ภาพร่าง Visual Idea.....	54

สารบัญรูป(ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 3.10 ภาพร่าง Visual Idea.....	54
รูปที่ 3.11 ภาพร่าง Visual Idea.....	54
รูปที่ 3.12 ภาพร่าง Visual Idea.....	55
รูปที่ 3.13 ภาพร่าง Visual Idea.....	55
รูปที่ 3.14 แผนภาพความคิด Concept Close up Animal.....	56
รูปที่ 3.15 ภาพร่าง Visual Idea.....	56
รูปที่ 3.16 ภาพร่าง Visual Idea.....	57
รูปที่ 3.17 ภาพร่าง Visual Idea.....	57
รูปที่ 3.18 ภาพร่าง Visual Idea.....	57
รูปที่ 3.19 ภาพร่าง Visual Idea.....	58
รูปที่ 3.20 ภาพร่าง Visual Idea.....	58
รูปที่ 3.21 ภาพร่าง Visual Idea.....	58
รูปที่ 3.22 ภาพร่าง Visual Idea.....	59
รูปที่ 3.23 ภาพร่าง Visual Idea.....	59
รูปที่ 3.24 แผนภาพความคิด Walk in the zoo.....	60
รูปที่ 3.25 ภาพร่าง Visual Idea.....	60
รูปที่ 3.26 ภาพร่าง Visual Idea.....	61
รูปที่ 3.27 ภาพร่าง Visual Idea.....	61
รูปที่ 3.28 ภาพร่าง Visual Idea.....	61
รูปที่ 3.29 ภาพร่าง Visual Idea.....	62
รูปที่ 3.30 ภาพร่าง Visual Idea.....	62
รูปที่ 3.31 ภาพร่างกราฟิก.....	66
รูปที่ 3.32 ตัวอักษร.....	66
รูปที่ 3.33 สีที่ใช้ในงานออกแบบ.....	67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป(ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 3.34 ตราสัญลักษณ์ (logo).....	67
รูปที่ 3.35 Tagline.....	67
รูปที่ 3.36 Art Technique	68
รูปที่ 3.37 ภาพร่างการทดลอง Art Technique.....	68
รูปที่ 3.38 แบบร่างภาพโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 1.....	69
รูปที่ 3.39 แบบร่างภาพโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 2.....	69
รูปที่ 3.40 แบบร่างภาพโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 3.....	70
รูปที่ 3.41 แบบร่างภาพโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 4.....	70
รูปที่ 3.42 แบบร่างภาพโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 5.....	71
รูปที่ 3.43 แบบร่างภาพโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 6.....	71
รูปที่ 3.44 แบบร่างรถเข็น 1.....	72
รูปที่ 3.45 แบบร่างรถเข็น 2.....	72
รูปที่ 3.46 แบบร่างรถเข็น 3.....	73
รูปที่ 3.47 แบบร่างรถเข็น 4.....	73
รูปที่ 3.48 แบบร่างหุ่นจำลอง 1.....	74
รูปที่ 3.49 แบบร่างหุ่นจำลอง 2.....	74
รูปที่ 3.50 แบบร่างหุ่นจำลอง 3.....	75
รูปที่ 3.51 แบบร่างหุ่นจำลอง 4.....	75
รูปที่ 3.52 แบบร่างหุ่นจำลอง 5.....	76
รูปที่ 3.53 แบบร่างโฆษณา 1.....	76
รูปที่ 3.54 แบบร่างโฆษณา 2.....	77
รูปที่ 3.55 แบบร่างโฆษณา 3.....	77
รูปที่ 3.56 แบบร่างโฆษณา 4.....	77
รูปที่ 3.57 แบบร่างโฆษณา 5.....	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป(ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 3.58 แบบร่างโฆษณา 6.....	78
รูปที่ 3.59 แบบร่างแผ่นพับ.....	79
รูปที่ 4.1 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว.....	83
รูปที่ 4.2 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว.....	83
รูปที่ 4.3 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว.....	83
รูปที่ 4.4 รถเข็น.....	84
รูปที่ 4.5 รถเข็น.....	84
รูปที่ 4.6 รถเข็น.....	84
รูปที่ 4.7 สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง.....	85
รูปที่ 4.8 สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง.....	85
รูปที่ 4.9 ป้ายโฆษณา.....	86
รูปที่ 4.10 ป้ายโฆษณา.....	86
รูปที่ 4.11 ป้ายโฆษณา.....	87
รูปที่ 4.12 ป้ายโฆษณา.....	87
รูปที่ 4.13 แผ่นพับ.....	88
รูปที่ 4.14 แผ่นพับ.....	88
รูปที่ 4.15 แผ่นพับ.....	89
รูปที่ 4.16 แผ่นพับ.....	89
รูปที่ 4.17 แผ่นแสดงผลงานออกแบบ.....	90
รูปที่ 4.18 พื้นที่การจัดแสดงผลงาน.....	91
รูปที่ 4.19 พื้นที่การจัดแสดงผลงาน.....	91
รูปที่ 3.55 แบบร่างโฆษณา 3.....	77
รูปที่ 3.56 แบบร่างโฆษณา 4.....	77
รูปที่ 3.57 แบบร่างโฆษณา 5.....	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้พิมพ์ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

สวนสัตว์เป็นสถานที่ที่มีความผูกพันกับคนไทยมานานกว่า 60 ปี จะมีการเปลี่ยนแปลงแตกต่างไปบ้าง ก็คือจำนวนของสวนสัตว์ที่มีเพิ่มขึ้นในภูมิภาคของประเทศ และการนำเสนองานบริการที่มีการผสมผสานความรู้หลักวิชาการและศาสตร์ต่างๆ จนทำให้สวนสัตว์มีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสังคมมากกว่าแต่ก่อน สวนสัตว์ของรัฐเป็นสถานที่แห่งหนึ่งในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต และจิตใจของประชาชน ในด้านการนันทนาการและการเป็นแหล่งเรียนรู้แบบตลอดชีวิต และในด้านความเป็นเลิศของการเป็นมืออาชีพที่พัฒนาความสามารถในการแข่งขันกับนานาชาติ ประเทศ จนสามารถนำมาซึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาประเทศชาติ การพัฒนาสวนสัตว์แบบบูรณาการโดยดึงผู้ให้บริการเป็นสำคัญ ก็จะทำให้สวนสัตว์สวยงามร่มรื่นมีสัตว์ที่หลากหลายชนิดสามารถสื่อความหมายของธรรมชาติและชีวิตสัตว์ป่า เมื่อได้มาเยี่ยมชมจนเป็นที่ชื่นชอบและมาพักผ่อน ท่องเที่ยว

สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่สร้างชื่อเสียงมากให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ด้วยความเป็นสวนสัตว์เปิดที่มีขนาดใหญ่ มีการดูแลสัตว์ที่ปล่อยให้ใช้ชีวิตแบบธรรมชาติในป่า ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวได้ใกล้ชิดสัตว์ป่าและธรรมชาติอย่างปลอดภัย ถือว่าเป็นจุดเด่นที่ทำให้ สวนสัตว์เปิดเขาเขียวโดดเด่นกว่าสวนสัตว์อื่นๆ

แต่ในปัจจุบันสวนสัตว์เปิดเขาเขียวถูกสร้างขึ้นมานาน จึงทำให้ต้องมีการปรับปรุง พัฒนา ภาพลักษณ์ และมีการออกแบบต่างๆ ภายในสวนสัตว์เกิดขึ้น รวมถึงเพิ่มการแสดงโชว์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อเรียกความสนใจจากนักท่องเที่ยว แต่ยังไม่เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยให้มาเที่ยวหรือกลับมาเที่ยวอีกครั้ง เพราะขาดการส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักและนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจ จึงต้องทำการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงการพัฒนา นำเสนอจุดเด่นของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ทำให้ภาพลักษณ์เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียงเทียบเท่าระดับนานาชาติ เพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองภาพลักษณ์เดิมที่ถูกมองว่าเป็นสวนสัตว์ธรรมดาทั่วไป เทียบเท่าสวนสัตว์นานาชาติไม่ได้ ปรับเปลี่ยนมุมมองใหม่ที่มีต่อสวนสัตว์เปิดเขาเขียว แต่ยังคงคุณค่าความเป็นสวนสัตว์เปิดเขาเขียวเดิมไว้ และยังนำเสนอข้อมูลที่สวนสัตว์ต้องการจะสื่อออกมาให้เห็น ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ที่ออกแบบเพื่อให้สวนสัตว์เปิดเขาเขียวมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น เรียกความสนใจจากนักท่องเที่ยวอีกครั้ง และทำตามนโยบายของคํการสวนสัตว์และสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ที่อยากจะเป็นสวนสัตว์ของไทยที่ก้าวไกล ระดับโลกอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และการบริการใหม่ๆ ให้เป็นที่รู้จักกับกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับนโยบายขององค์การสวนสัตว์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตเนื้อหา

- 1) สื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับแนะนำภาพลักษณ์ ภารกิจ สิ่งที่สวนสัตว์แตกต่างจากสวนสัตว์อื่น ประกอบด้วย โฆษณาในหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และแผ่นพับ
- 2) สื่อจัดแสดง สำหรับนำเสนอจุดเด่นที่น่าสนใจของสวนสัตว์ กิจกรรมการแสดง โชว์สัตว์เกิดใหม่หรือสัตว์เด่นๆ ที่เป็นจุดขายของสวนสัตว์ เพื่อเรียกความสนใจให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและรู้สึกใกล้ชิดสวนสัตว์มากขึ้น เกิดความสนใจไปสวนสัตว์ ประกอบด้วยสื่อประเภท place-based Media และหุ่นจำลอง

1.3.2 ขอบเขตประชากร

- 1) กลุ่มประชากรที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การสวนสัตว์
 - ก) คุณทนบ ศิริปิยนาค หัวหน้าฝ่ายพัฒนารัฐกิจและประชาสัมพันธ์
 - ข) เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์
 - ค) นักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
 - ง) นักท่องเที่ยวที่สนามบึงสุวรรณภูมิ

1.3.3 ขอบเขตพื้นที่

- 1) พื้นที่ที่ใช้หาข้อมูล
 - ก) สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จ.ชลบุรี
 - ข) สนามบึงสุวรรณภูมิ
- 2) พื้นที่ที่ใช้จัดตั้งสื่อ
 - ก) บนเครื่องบิน
 - ข) สนามบึงสุวรรณภูมิ ชั้น1 (ทางออกจากเขต)
 - ค) คิวรถทัวร์โดยสาร ชั้น 1 บริเวณประตู 8 (ไปภาคตะวันออก)
 - ง) ทางเดินไปขึ้นสถานีรถไฟฯ เชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

1.4 วิธีดำเนินโครงการ

- 1.4.1 ค้นหาข้อมูลของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
 - 1) ศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาของสวนสัตว์ ข้อมูลภาพลักษณ์ จนพบประเด็นที่ทำให้เกิดโครงการนี้
 - 2) วิเคราะห์แบรนด์ หาจุดเด่นของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวที่ทำให้แตกต่างจากที่อื่น
 - 3) วิเคราะห์ปัญหาของโครงการ หาแนวทางในการแก้ปัญหา
- 1.4.2 ค้นหาข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย
 - 1) สัมภาษณ์รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและหากกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการนี้
 - 2) ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์หาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ
- 1.4.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์
 - 1) วิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์เดิม
 - 2) วิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาที่จะมาใช้ในการออกแบบ
 - 3) หากกรณีศึกษาที่จะใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ
- 1.4.4 รวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์
 - 1) สรุปแนวความคิดและแนวทางการออกแบบ
 - 2) สรุปเนื้อหาที่จะปรากฏบนสื่อประชาสัมพันธ์
 - 3) สรุปสถานที่ที่จะใช้จัดตั้งสื่อตามพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
 - 4) สรุปขั้นตอนการทำงานของสื่อ
- 1.4.5 เริ่มทำการออกแบบ
 - 1) แนวทางศิลปกรรม
 - 2) เทคนิคทางศิลปกรรม
- 1.4.6 ทำหุ่นจำลอง
- 1.4.7 นำเสนอผลงานออกแบบ
- 1.4.8 ประเมินผลงานออกแบบ
- 1.4.9 สรุปผลงานออกแบบ
- 1.4.10 จัดทำรูปเล่มศิลปนิพนธ์

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1) กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรู้จักสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จดจำสวนสัตว์เปิดเขาเขียวได้
- 2) ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว กระตุ้นการบอกต่อเพื่อให้สวนสัตว์มีภาพลักษณ์ที่เป็นสากล ทัดเทียมในระดับนานาชาติตามนโยบายขององค์กรที่ตั้งไว้

1.6 นิยามศัพท์

- 1) สื่อประชาสัมพันธ์ คือ หนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์ จากผู้ส่ง (สวนสัตว์เปิดเขาเขียว) ไปสู่ผู้รับ (นักท่องเที่ยว)
- 2) สื่อบูรณาการ คือ การนำวิธีการสื่อสารแบบต่างๆ มารวมกันเพื่อให้การติดต่อสื่อสารมีความชัดเจน สอดคล้องกลมกลืนและมีผลกระทบมากที่สุดโดยผ่านข่าวสารต่าง ๆ ที่ประสานสอดคล้องกันเป็นหนึ่งเดียว
- 3) สื่อปฏิสัมพันธ์ คือ สื่อที่ทำให้เกิดการโต้ตอบและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้และระบบโปรแกรมในรูปแบบต่างๆ
- 4) ส่วนจัดแสดง คือ นิทรรศการขนาดเล็กมากที่นำเสนอข้อมูล วัตถุสิ่งของผลงาน สินค้าหรือผลิตภัณฑ์บางส่วนพอเป็นตัวอย่างในสถานที่ที่มีการตกแต่งไว้อย่างสวยงามและเหมาะสม โดยเน้นเป็นพิเศษเพื่อเร้าใจให้ผู้ชมเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้
- 5) ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดจากความนึกคิด หรือที่คิดว่าควรจะเป็น

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี มีการศึกษาข้อมูลและนำมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อใช้ในการออกแบบ แบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
- 2.2 วิเคราะห์แบรนด์สวนสัตว์เปิดเขาเขียว
- 2.3 สถานที่และการบริการภายในสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย
- 2.5 วิเคราะห์สื่อเดิม
- 2.6 ตำแหน่งทางการตลาด
- 2.7 กรณีศึกษาจากสวนสัตว์นานาชาติที่รู้จักและน่าสนใจ
- 2.8 กลยุทธ์ทางการสื่อสาร (Creative Strategy)

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

ข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับสวนสัตว์เปิดเขาเขียวประกอบไปด้วย ประวัติความเป็นมาของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว โครงสร้างขององค์การสวนสัตว์ จุดมุ่งหมายในการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ ลักษณะการดำเนินงานของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเปิดให้บริการ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2521 หนึ่งในสวนสัตว์ชั้นนำทั่วโลก ตั้งอยู่เลขที่ 235 หมู่ที่ 7 ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีเป็นสวนสัตว์บริการสาธารณะ ซึ่งรัฐดำเนินการโดยการก่อตั้งขององค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ เดิมเป็นรัฐวิสาหกิจที่กำกับดูแลโดยสำนักนายกรัฐมนตรี ต่อมาเมื่อมีการปฏิรูปโครงสร้างการบริหารใหม่ องค์การสวนสัตว์ได้โอนย้ายมาสังกัด กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันองค์การสวนสัตว์ฯ มีสวนสัตว์เพียงแห่งเดียวคือสวนสัตว์ดุสิต (เขาดินวนา) จนกระทั่งในปี พ.ศ.2571 จึงได้จัดตั้งสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรีสำหรับสวนสัตว์เปิดเขาเขียวนั้น เริ่มแรกเป็นเพียงสถานที่พักพิงโดยมีการระบายสัตว์ที่อยู่ในสวนสัตว์ดุสิต ซึ่งมีพื้นที่น้อยแต่ปริมาณสัตว์มากเกินไปจนสมควรส่งผลให้สัตว์หลายชนิดมีสภาพความเป็นอยู่ที่แออัดและการขยายพันธุ์สัตว์เป็นไปอย่างเชื่องช้า และสัตว์ป่าที่หายากบางชนิดไม่มีการขยายพันธุ์ จึงได้ทำการระบายสัตว์ต่างๆ มาเลี้ยงดูให้อยู่ในสภาพที่ใกล้เคียงธรรมชาติ บนพื้นที่ 500 ไร่ ในเวลาต่อมาองค์การสวนสัตว์ได้เริ่มดำเนินการปรับปรุงสถานที่ฟื้นฟูสภาพป่า ก่อสร้างอาคารต่างๆ และได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีให้ขยายเนื้อที่ ดำเนินการเพิ่มขึ้นอีก 2,500 ไร่ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2535 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้มีการจัดทำโครงการพัฒนาสวนสัตว์เปิดเขาเขียว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่สังคมอย่างกว้างขวางเพิ่มมากขึ้นอีก 2,000 ไร่ จนกระทั่งปัจจุบันนี้สวนสัตว์เปิดเขาเขียวมีพื้นที่ทั้งหมดเป็นจำนวนถึง 5,000 ไร่ สวนสัตว์เป็นบริการสาธารณะ ซึ่งรัฐพึงดำเนินการ เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้บริการแก่สังคมและประชาชนด้านต่างๆ ในอดีตแนวคิดในการทำสวนสัตว์จะมุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนด้านนันทนาการ การผ่อนคลายใจเป็นหลัก แต่ปัจจุบันมีการคุกคามสัตว์ป่าเพิ่มมากขึ้น ทำให้เหลือน้อยลง สวนสัตว์ในปัจจุบันไม่ได้มีเพียงแต่การบริการด้านนันทนาการเท่านั้น แต่ช่วยอนุรักษ์สัตว์ป่า สร้างความเข้าใจ และให้ความรู้ เพื่อประชาชนจะได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จากข้อมูลสวนสัตว์เปิดเขาเขียว (2561) สรุปได้ว่าสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี เป็นสวนสัตว์บริการสาธารณะ ก่อตั้งโดยองค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ มุ่งเน้นการบริการด้านนันทนาการ การผ่อนคลายใจเป็นหลัก ช่วยอนุรักษ์สัตว์ป่า สร้างความเข้าใจ และให้ความรู้ เพื่อประชาชนจะได้มีส่วนร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.1.2 โครงสร้างขององค์การ สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเป็นอีกหนึ่งสวนสัตว์ในองค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ประเทศไทย โดยองค์การสวนสัตว์ฯ มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการให้การศึกษา การอนุรักษ์และขยายพันธุ์ และการจัดสวนสัตว์ให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ยังเป็นหน่วยงานซึ่งมีหน้าที่ประสานงานและดำเนินการด้านต่างๆ ให้สวนสัตว์ ปัจจุบันมีสวนสัตว์อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบ 8 แห่งคือ

- 1) สวนสัตว์ดุสิต
- 2) สวนสัตว์เปิดเขาเขียว
- 3) สวนสัตว์เชียงใหม่
- 4) สวนสัตว์นครราชสีมา
- 5) สวนสัตว์สงขลา
- 6) สวนสัตว์อุบลราชธานี
- 7) สวนสัตว์ขอนแก่น
- 8) โครงการคชอาณาจักร จังหวัดสุรินทร์



รูปที่ 2.1 สวนสัตว์ในองค์การสวนสัตว์
ที่มา : www.zoothailand.com

2.1.3 วัตถุประสงค์การจัดตั้งสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

- 1) เพื่อดำเนินงานด้านการเลี้ยงและสงวนพันธุ์สัตว์ รวมทั้งสร้างสมดุลทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ
- 2) เพื่อบริการด้านการศึกษาค้นคว้า-วิจัย การนันทนาการการพัฒนาจิตใจ ประชาชนเยาวชนให้ตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ให้เป็นที่รู้จัก และเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน

2.1.4 ลักษณะการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- 1) ส่วนแสดง คือ ส่วนหรือพื้นที่ที่ใช้เลี้ยงสัตว์ป่านานาชนิด ลักษณะคอกสัตว์แต่ละชนิดจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมโดยให้มีสภาพที่ได้ใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด เพราะส่วนนี้สวนสัตว์จะเปิดให้ผู้เที่ยวชมสามารถเดินชมภายในได้อย่างใกล้ชิด เช่น สวนกวาง กระจกใหญ่ และบริเวณเลี้ยงสัตว์อื่นๆ พื้นที่ประมาณ 500 ไร่
- 2) ส่วนศึกษาและวิจัย คือ ส่วนหรือพื้นที่บริเวณกว้าง เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าตามธรรมชาติที่มีอยู่เดิม สภาพพื้นที่อยู่ระหว่างการพัฒนาและฟื้นฟูของป่าหลายประเภทเพื่อจะเป็นแหล่งอาศัย แหล่งอาหารของสัตว์ป่าในธรรมชาติ เป็นพื้นที่โครงการศึกษาวิจัยและขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายากและสัตว์ป่าใกล้สูญพันธุ์ ดังนั้นบริเวณนี้จะไม่อนุญาตให้บุคคลทั่วไปเข้ามาเที่ยวชม มีพื้นที่รวมประมาณ 4,000 ไร่
- 3) ส่วนบริการ เป็นพื้นที่นอกเหนือจากส่วนแสดงและส่วนศึกษาวิจัยจัดไว้ให้บริการผู้เที่ยวชม โดยมีส่วนของสถานที่สำหรับพักผ่อน รับประทานอาหารกลางแจ้ง อ่างเก็บน้ำ ศูนย์ให้การศึกษาสวนสัตว์เด็ก สวนพฤกษศาสตร์ ศาลาอเนกประสงค์ และส่วนแสดงความสามารถของสัตว์ พื้นที่รวมทั้งสิ้นประมาณ 500 ไร่

2.1.5 ภารกิจ 4 ประการ

- 1) อนุรักษ์สัตว์ป่า ป่าเขาเขียว-เขาชมภู่ ซึ่งเป็นผืนป่าสุดท้ายของจังหวัดชลบุรี ถูกกำหนดให้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ดูแลที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าและดูแลสัตว์ป่าให้ปลอดภัย ไม่ถูกคุกคาม รักษาให้สมบูรณ์เพื่อสัตว์ป่าในพื้นที่ดังกล่าวจะได้มีโอกาสสืบพันธุ์และขยายพันธุ์



รูปที่ 2.2 ภาพการอนุรักษ์สัตว์ป่าและผืนป่าของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

ที่มา : www.kkopenzoo.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ให้การศึกษาค้นคว้าวิจัย และขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายากและสัตว์ป่าใกล้สูญพันธุ์ อันได้แก่ โครงการนกกาบบัว – นกกระทาทองคี่นสู่ธรรมชาติ โครงการฝึกสัตว์เพื่อนำกลับสู่ธรรมชาติ โครงการศึกษาวิจัยพันธุ์ไม้ป่าเป็นต้น ดังนั้นบริเวณนี้จะไม่อนุญาตให้บุคคลทั่วไปเข้ามาเที่ยวชม



รูปที่ 2.3 การค้นคว้าวิจัยของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

ที่มา : www.kkopenzoo.com

3) เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี อยู่ในพื้นที่กว้างขวางซึ่งจัดสภาพธรรมชาติให้เหมาะสมแก่อุปนิสัยของสัตว์และให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมได้อย่างใกล้ชิด ทั้งมีการนำชมสัตว์ในเวลาากลางคืน มีบรรยากาศร่มรื่น



รูปที่ 2.4 สถานที่พักผ่อนของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

ที่มา : www.kkopenzoo.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) เป็นประโยชน์ต่อสังคม เสริมสร้างคุณภาพชีวิตและจิตใจของประชาชนในด้านการนันทนาการและการเป็นแหล่งเรียนรู้แบบตลอดชีวิต และในความเป็นเลิศของการเป็นมีโออาซีที่พัฒนาความสามารถในการแข่งขันกับนานาชาติ จนสามารถนำมาซึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาประเทศชาติ อีกทั้งยังให้คนได้เห็นถึงความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสัตว์อีกด้วย



รูปที่ 2.5 กิจกรรมเพื่อสังคมของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

ที่มา : www.kkopenzoo.com

บูรณาการภารกิจ 4 ประการของสวนสัตว์ให้เป็นหนึ่งเดียว คือ การจัดสวนสัตว์ให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจโดยอาศัยพื้นฐานของความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อมที่มีเป้าหมายอยู่ที่ประชาชนเป็นสำคัญเพื่อให้สวนสัตว์มีคุณค่าจนเป็นที่ยอมรับ

2.2 วิเคราะห์แบรนด์สวนสัตว์เปิดเขาเขียว

จากการวิเคราะห์แบรนด์สวนสัตว์เปิดเขาเขียว ประกอบไปด้วยข้อมูลที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ของสวนสัตว์ จุดเด่นของสวนสัตว์ และนโยบายของสวนสัตว์ โดยสรุปรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

2.2.1 Brand Platform

- 1) Brand Heritage สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเป็นสวนสัตว์เปิดขนาดใหญ่ในจังหวัดชลบุรี ในอดีตเปิดเพื่อเป็นการระบายนสัตว์จากสวนสัตว์ดุสิต ต่อมารัฐได้ดำเนินการเพื่อให้บริการแก่สังคมและประชาชนด้านนันทนาการการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นทั้งธนาคารสัตว์ป่าหายาก เป็นสถาบันการศึกษาและวิจัย ส่วนจำลองและห้องปฏิบัติการทางธรรมชาติ
- 2) Brand Value สวนสัตว์ของเรานำเสนอภาพลักษณ์มิติใหม่ของสวนสัตว์ไทยที่สามารถเข้าไปสัมผัสเรียนรู้และทำกิจกรรมร่วมกับธรรมชาติของสัตว์ มีสัตว์ใหม่ๆ มากมายหลากหลายสายพันธุ์ และมีการแสดงโชว์จากสัตว์ที่ได้มาตรฐาน และมีไม่กี่แห่งในโลก
- 3) Brand Mission สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเป็นสถานที่อนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า สงวนพันธุ์สัตว์ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสมดุลของระบบทางธรรมชาติ เพื่อเป็นการให้ความรู้ทางด้านการเรียนการศึกษา การวิจัยค้นคว้า และการนันทนาการ เป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจให้กับประชาชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) Brand Promise สวนสัตว์เปิดเขาเขียวจะเป็นสถานที่แห่งหนึ่งในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและจิตใจของประชาชน ในด้านการนันทนาการและการเป็นแหล่งเรียนรู้แบบตลอดชีวิต จะพัฒนาความสามารถในการแข่งขันกับนานาชาติ จนสามารถนำมาซึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาประเทศชาติ

5) Brand Benefit สภาพแวดล้อมภายในเป็นธรรมชาติจริง สัตว์ได้ใช้ชีวิตในป่าขนาดใหญ่ ร่มรื่น สวยงาม สามารถมาเรียนรู้และใกล้ชิดธรรมชาติและสัตว์ป่าสายพันธุ์ต่างๆ ได้อย่างปลอดภัย อีกทั้งได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลืออนุรักษ์สัตว์ป่า และเผยแพร่ภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์ไทย

6) Brand Personality บุคลิกภาพของแบรนด์ คือ เป็นผู้ที่อนุรักษ์สัตว์ป่า เพื่อต้องการให้ประชาชนได้ใกล้ชิดและเห็นความสัมพันธ์ของคนกับสัตว์ป่า ชอบหาประสบการณ์จากธรรมชาติและสัตว์ป่า รักความสนุก ความตื่นเต้น เห็นธรรมชาติเป็นสิ่งสวยงาม

7) Brand Vision สวนสัตว์ไทยก้าวไกลระดับโลก

2.2.2 นโยบายของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของงานบริการของสวนสัตว์ไทย ที่มีการพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่มาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับในระดับต้นๆ ของสวนสัตว์นานาชาติ

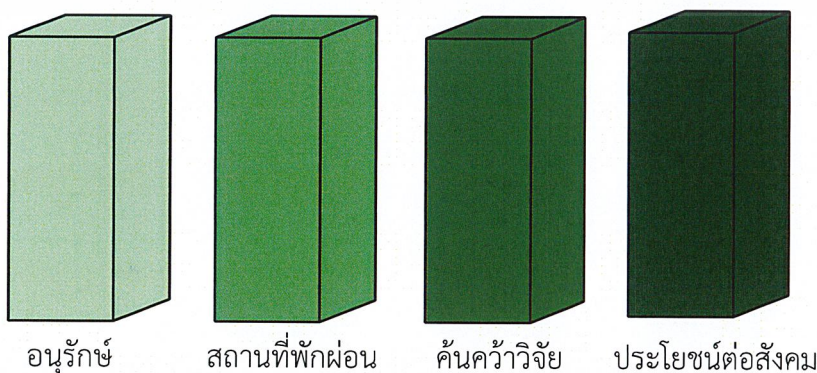
2.2.4 Brand Pillar

1) อนุรักษ์ คือ เป็นสถานที่อนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า สงวนพันธุ์สัตว์ ดูแลสัตว์ป่าและธรรมชาติให้คงสภาพแวดล้อมเดิมที่เป็นอยู่ ดูแลสัตว์ป่าและผืนป่าเขาเขียวให้ปลอดภัยจากการถูกคุกคาม

2) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ คือ สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีพื้นที่กว้างขวาง นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมได้อย่างใกล้ชิด มีการแสดงโชว์จากสัตว์มากมาย อีกทั้งยังมีบรรยากาศที่ร่มรื่น เหมาะกับการมาพักผ่อน

3) ค้นคว้าวิจัย คือ สวนสัตว์เปิดเขาเขียวมีการศึกษาค้นคว้าวิจัย ขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายากและสัตว์ป่าใกล้สูญพันธุ์ และยังเป็นแหล่งเรียนรู้ธรรมชาติและสัตว์ป่าที่ดีที่สุด

4) ประโยชน์ต่อสังคม คือ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับจังหวัดชลบุรี และประเทศไทย นำรายได้ทั้งหมดมาพัฒนาประเทศ และยังปลูกฝังให้ประชาชนรักและเห็นความสำคัญของผืนป่าและสัตว์ป่า



รูปที่ 2.6 กราฟแสดง Brand Pillar สวนสัตว์เปิดเขาเขียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 การวิเคราะห์ SWOT ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว สามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 Swot Analysis

<p>STRENGTHS จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> • เป็นสวนสัตว์เปิด ให้ใกล้ชิดสัตว์อย่าปลอดภัย • มีพื้นที่กว้างขวางเป็นธรรมชาติป่าเขาจริงๆ • มีสัตว์ป่ามากมายหลายร้อยชนิด • นักท่องเที่ยวสามารถขับรถส่วนตัวเข้าชมได้ทั่วพื้นที่สวนสัตว์ • มีบริการที่พักในสวนสัตว์ • มีไนท์ ซาฟารี ให้รับชมสัตว์ช่วงเวลากลางคืน • มีการแสดงโชว์สัตว์ที่ทันสมัยที่มีไม่กี่แห่งในโลกและได้มาตรฐานสากล • เป็นสวนสัตว์ที่มีคุณภาพอันดับต้นๆ ติดอันดับ 2 ของเอเชีย 	<p>WEAKNESSES จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> • ระยะทางที่จะเข้าไปในสวนสัตว์ค่อนข้างไกล • ไม่มีบริการรถ ต้องขับรถส่วนตัวเข้าไปเอง • มีสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์น้อย • ป้ายต่างๆในสวนสัตว์ค่อนข้างเก่า • ราคาเข้าค่อนข้างสูง • ช่องที่ระลึกไม่น่าสนใจไม่มีความแตกต่างกันในจุดต่างๆ
<p>OPPORTUNITIES โอกาส</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีช่วงเทศกาลที่ช่วยในการโปรโมทสร้างโปรโมชันให้คนมาท่องเที่ยวได้ • สวนสัตว์เปิดเขาเขียวถูกจัดอันดับ 2 ของสวนสัตว์ที่ดีที่สุดในเอเชีย • ได้รับความสนใจจากหน่วยงานและสถานศึกษาต่างๆ • กระแสท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมาแรง 	<p>THREATS อุปสรรค</p> <ul style="list-style-type: none"> • ในประเทศไทยมีสวนสัตว์ที่มีขึ้นมาใหม่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก • ยังไม่เป็นที่รู้จักและสนใจของคนบางกลุ่ม • ช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดีมีผลต่อการที่คนจะเข้ามาเที่ยว

2.3 สถานที่และกิจกรรมแนะนำที่น่าสนใจของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี มีพื้นที่ขนาดใหญ่สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว และมีการพัฒนาและปรับปรุงสถานที่ให้มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม และพัฒนากิจกรรมการแสดงของสัตว์ต่างๆ ให้ได้มาตรฐานสากลโลกอยู่เสมอ โดยแบ่งออกเป็น สถานที่แนะนำภายในสวนสัตว์ กิจกรรมเด่นๆ รอบการแสดงโชว์ และค่าเข้าชมสวนสัตว์ จึงได้สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นตาราง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1 สถานที่แนะนำ สามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 สถานที่แนะนำ (ส่วนแสดงช้างว่ายน้ำ)

ลำดับที่ 1 : ส่วนแสดงช้างว่ายน้ำ

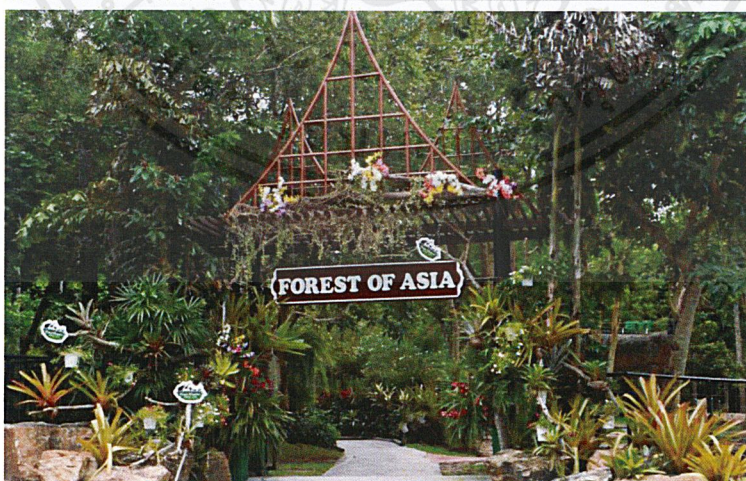


เป็นส่วนแสดงสัตว์ที่สมบูรณ์แบบมากอีกแห่งหนึ่งเทียบเท่าในระดับโลก เพราะส่วนแสดงสามารถให้เห็นอริยาบถของช้างในมุมมองใต้น้ำ ที่มีไม่กี่แห่งเท่านั้น

จุดเด่นหลัก : มีสระน้ำขนาดใหญ่ สูงกว่า 4 เมตร กว้างกว่า 30 เมตร เป็นสระน้ำสำหรับช้างขนาดใหญ่ที่สุดในโลก นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสสภาพที่ตื่นตาตื่นใจ เป็นประสบการณ์ใหม่ของคน

ตารางที่ 2.3 สถานที่แนะนำ (Forest of Asia)

ลำดับที่ 2 : ฟอว์เรส ออฟ เอเชีย (Forest of Asia)



ส่วนแสดงนี้จะป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการสร้างฐานการเรียนรู้ในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสัตว์ป่าไปพร้อมๆกัน รวมถึงยังเป็นส่วนแสดงที่ได้รับการออกแบบให้มีเอกลักษณ์ รูปแบบการชมแบบใหม่ หลากหลายมิติมุมมอง

จุดเด่นหลัก : สร้างมิตินการชมสัตว์นับ10ชนิด หลากหลายสายพันธุ์ จากหลายประเทศในเอเชีย ท่ามกลางความร่มรื่นธรรมชาติของป่าจริง สอดแทรกสาระความรู้ครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือใช้เพื่อการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.4 สถานที่แนะนำ (แอฟริกัน ซาวันน่า)

ลำดับที่ 3 : แอฟริกัน ซาวันน่า



เป็นส่วนแสดงที่มีการออกแบบตามลักษณะภูมิศาสตร์สัตว์ป่า เป็นการจัดแสดงสัตว์ตามถิ่นกำเนิด เน้นการจัดสภาพแวดล้อม และสิ่งประกอบให้เหมือนท้องถิ่นนั้นๆ มีการเลี้ยงสัตว์หลายชนิดอยู่ในส่วนแสดงเดียวกัน

จุดเด่นหลัก : ส่วนแสดงแห่งนี้มีพื้นที่ 5 ไร่ กว้างขวางในลักษณะของคูแห่งล้อมรอบ ผู้เที่ยวชมสามารถสัมผัสสัตว์ได้อย่างใกล้ชิดด้วยกิจกรรมการให้อาหารสัตว์ของผู้ชม

ตารางที่ 2.5 สถานที่แนะนำ (สวนละมั่ง)

ลำดับที่ 4 : สวนละมั่ง



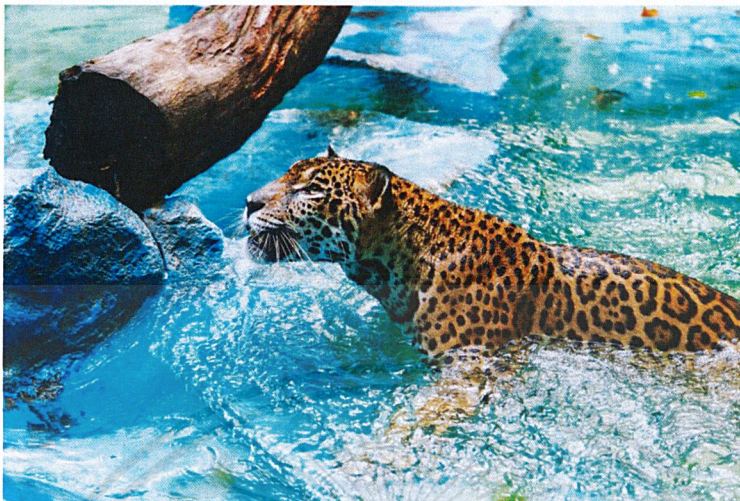
เป็นพื้นที่สนามหญ้ากว่า 3 ไร่ ถูกออกแบบไว้สำหรับนำรถส่วนตัวเข้าไปชมสัตว์ภายในได้ จัดเป็นส่วนแสดงที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของส่วนแสดงที่มีอยู่ทั้งหมดของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

จุดเด่นหลัก : มีกิจกรรมการให้อาหารสัตว์ที่สวนสัตว์ พร้อมกับนักท่องเที่ยวจะสามารถถ่ายรูปกับละมั่งได้อย่างใกล้ชิด ในส่วนแสดงละมั่งได้จัดบรรยากาศของสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น และมีที่นั่งพักผ่อนของนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวนไวสำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาติให้นำไปเผยแพร่บนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6 สถานที่แนะนำ (หุบเสือป่า)

ลำดับที่ 5 : หุบเสือป่า



แหล่งรวมสัตว์ป่าตระกูลแมว มีขนาดต่างๆ กัน ตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ โดยเฉพาะเสือโคร่งนั้น

จุดเด่นหลัก : มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ถูกจัดให้มีบรรยากาศแบบหุบเสือ มีเสือสายพันธ์ต่างๆ มากมายโดยเฉพาะเสือขาว รวมอยู่ในหุบเสือนี้

ตารางที่ 2.7 สถานที่แนะนำ (ลีเมอร์แลนด์)

ลำดับที่ 6 : ลีเมอร์แลนด์



ส่วนแสดงนี้เป็นการจัดแสดงของลีเมอร์ทางแหวน เป็นการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าชมสวนสัตว์ และถือเป็นแห่งเดียวในประเทศไทยที่จัดกิจกรรมดังกล่าว

จุดเด่นหลัก : เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม และให้อาหารลีเมอร์ทางแหวนอย่างใกล้ชิด โดยนักท่องเที่ยวจะต้องนั่งแพข้ามน้ำขึ้นไปบนเกาะ

ตารางที่ 2.8 สถานที่แนะนำ (กรงนกใหญ่)

ลำดับที่ 7 : กรงนกใหญ่



เป็นสถานที่รวบรวมพันธุ์นกของไทยและต่างประเทศไว้ให้ประชาชนได้มาเที่ยวชมและศึกษาหาความรู้ ภายในพื้นที่ 5 ไร่ของกรงนกใหญ่ เป็นลักษณะของการจัดแสดงสัตว์แบบสวนสัตว์เปิด ที่ได้มีการจัดสภาพแวดล้อมอย่างเป็นธรรมชาติด้วยการจัดภูมิทัศน์ จัดแสดงนกกว่า 80 ชนิด

จุดเด่นหลัก : กรงนกใหญ่มีเส้นทางเดินชมธรรมชาติที่ทอดผ่านลำธาร ต้นไม้ใหญ่น้อยที่ร่มรื่น ความยาว 800 เมตร

ตารางที่ 2.9 สถานที่แนะนำ (เขาเขียว ไนท์ ซาฟารี)

ลำดับที่ 8 : เขาเขียว ไนท์ ซาฟารี



ส่วนแสดงสัตว์นี้เปิดให้ชมสัตว์ในเวลากลางคืน พบกับสิ่งมีชีวิตจำนวนมากที่จะออกหากินเวลากลางคืน โดยจะอาศัยอยู่ตามพุ่มไม้สูงๆ จะออกหากินโดยการปรับตัวและปรับสายตาให้เหมาะสมกับความมืดที่มาเยือน

จุดเด่นหลัก : ได้ประสบการณ์การเที่ยวสวนสัตว์แบบใหม่ กับบรรยากาศการชมพฤติกรรมสัตว์ป่า ตลอดเส้นทาง 7 กิโลเมตร ในป่าเขาเขียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ในการนำเอกสารไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อแหล่งอื่นหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.10 สถานที่แนะนำ (มหัศจรรย์สัตว์โลก)

ลำดับที่ 9 : มหัศจรรย์สัตว์โลก



"Wildlife Wonderland มหัศจรรย์สัตว์โลก" พบกับตัวแทนสัตว์ป่าจากทวีปต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ชมอย่างใกล้ชิด

จุดเด่นหลัก : อีกมิติหนึ่งของการจัดการสวนสัตว์ด้วยรูปแบบใหม่ ที่จะสร้างความสุข ความรู้ ความเข้าใจในพฤติกรรมสัตว์ได้อย่างน่าตื่นตา ตื่นใจ

2.3.2 กิจกรรมhighlight และการแสดงโชว์ สามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.11 การแสดงโชว์ (Journey to the jungle)

ลำดับที่ 10 : Journey to the jungle



การแสดงออกถึงพฤติกรรม การหากินและการเอาตัวรอดในธรรมชาติของสัตว์ การแสดงโชว์ความสามารถของสัตว์หนึ่งเดียวในโลก ที่ได้เรียนรู้ศึกษาชีวิตและพฤติกรรมของสัตว์ป่า ผ่านการแสดงความสามารถของสัตว์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่กวดัดหน้าให้ติดต่อ อีเมลที่: info@mahachulalongkornrajavidyalaya.ac.th หรือโทร. 02-2544999 ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.12 การแสดงโชว์ (Animals Presentation)

ลำดับที่ 11 : Animals Presentation



ชมความน่ารักแสนรู้ ของบรรดาสัตว์ป่านานาชนิด เช่น นกแก้วมาคอว์คิดเลข นกเก็บขยะ แรคคูนป่า นกกาฮัง หมีขอ เหี้ยยวแดง เป็นต้น

รอบการแสดง : จ-ศ 10.15 a.m. / 12.15 p.m. / 02.15 p.m. ส-อา วันหยุด 04.00 p.m.

ตารางที่ 2.13 การแสดงโชว์ (Penguin Parade)

ลำดับที่ 12 : Penguin Parade



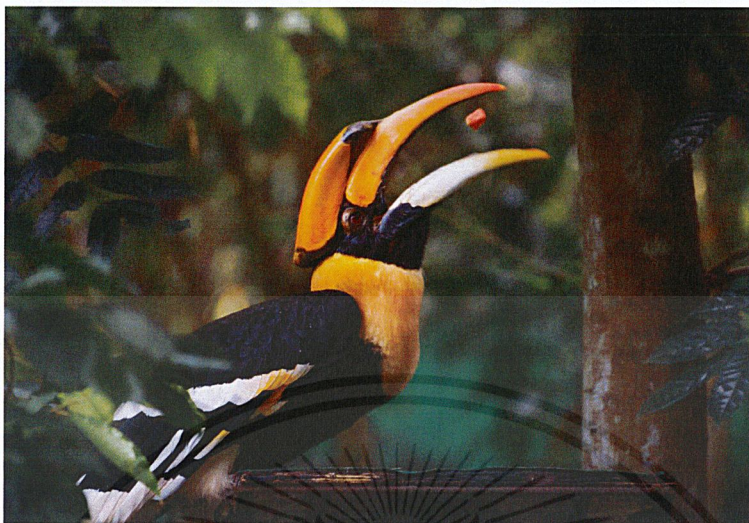
ชมความน่ารักพาเหรดเพนกวิน จำนวน 23 ตัว เดินตามเส้นทางจากด้านในสวนแสดงออกมายังสระน้ำด้านหน้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสความน่ารักและให้อาหารเพนกวินได้อย่างใกล้ชิด โดยการยกพื้นทางเดินสูงขึ้นจากส่วนแสดงให้เพนกวินลงมาโชว์โฉม

รอบการแสดง : วันละ 3 รอบ เวลา 11.00-14.30 และ 16.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.14 กิจกรรม (โชว์นก เขาเขียว)

ลำดับที่ 13 : โชว์นก เขาเขียว



เวทีโชว์การแสดงนก และฝูงเพื่อน ที่ทำให้เห็นถึงความสามารถของสัตว์ป่า และให้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์สัตว์ป่า ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีคุณค่ายิ่ง พบกับสัตว์เด่นนานาชนิด ไม่ว่าจะเป็น นกเงือก, นกแก้วมาคอว, นกอินทรียทะเล (หรือ นกออก), หมูป่า, นาก, หมีขอ, นกแก้วโนรี, แรคคูน และอื่นๆ อีกมากมาย

ตารางที่ 2.15 กิจกรรม (Feeding Animal)

ลำดับที่ 14 : โชว์นก เขาเขียว



ให้อาหารสัตว์ป่าอย่างใกล้ชิด จะได้ชมสัตว์มากถึง 300 ชนิด ทั้งสัตว์ของไทยและจากต่างประเทศ ซึ่งสัตว์ส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่กว้างขวางมีการจัดสภาพแวดล้อมให้เป็นธรรมชาติ เหมาะแก่อุปนิสัยของสัตว์นั้นๆ และสามารถให้นักท่องเที่ยวเดินชมได้อย่างใกล้ชิด แต่ก็ยังมีบางส่วนอยู่ในกรงเพื่อกันการหลบหนี และเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 12 MUST SEE สิบสองสัตว์ในเขาเขียวที่ต้องมาเห็น

1) ช้างไทย



รูปที่ 2.7 ช้างของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

2) เพนกวิน



รูปที่ 2.8 เพนกวินของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

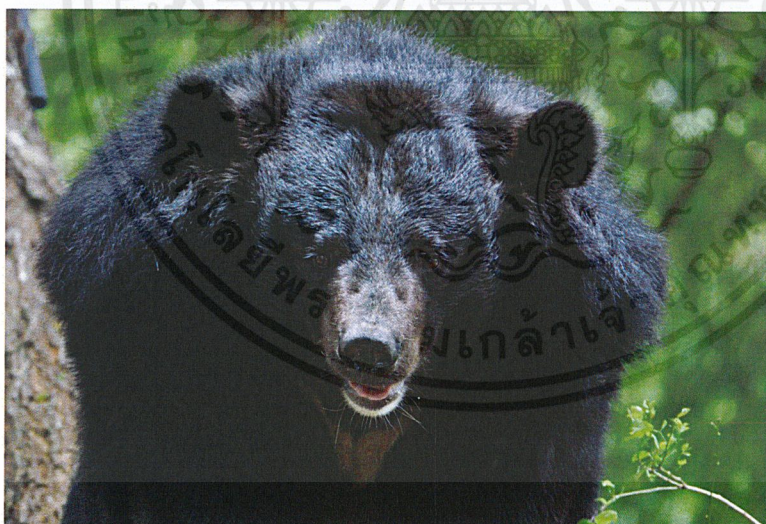
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) ฮิปโป



รูปที่ 2.9 ฮิปโปของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

4) หมี



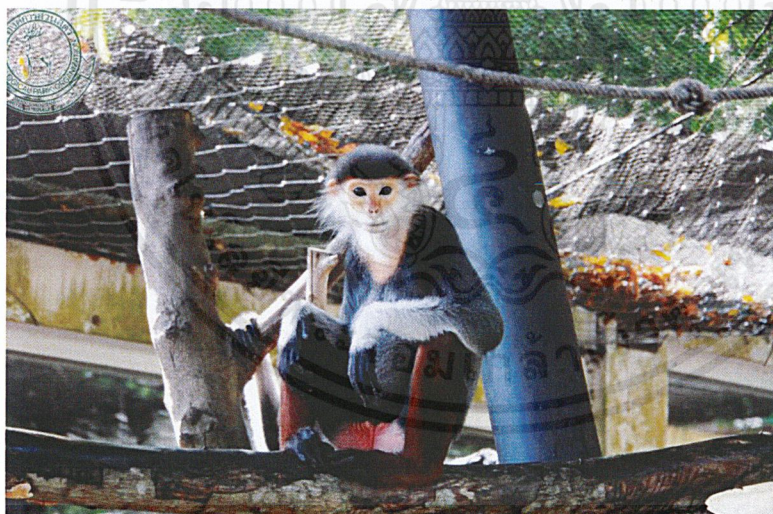
รูปที่ 2.10 หมีของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

5) แมวน้ำ



รูปที่ 2.11 แมวน้ำของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

6) ค่างห้าสี



รูปที่ 2.12 ค่างห้าสีของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

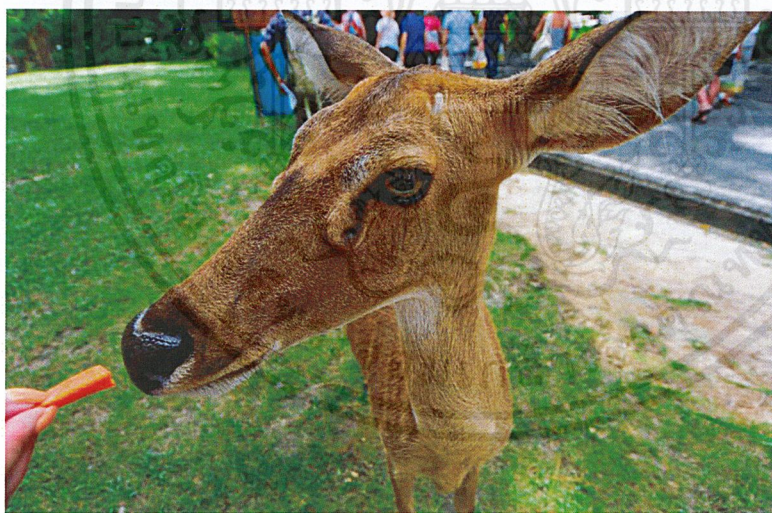
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7) แรดขาว



รูปที่ 2.13 แรดขาวของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

8) ละมั่ง



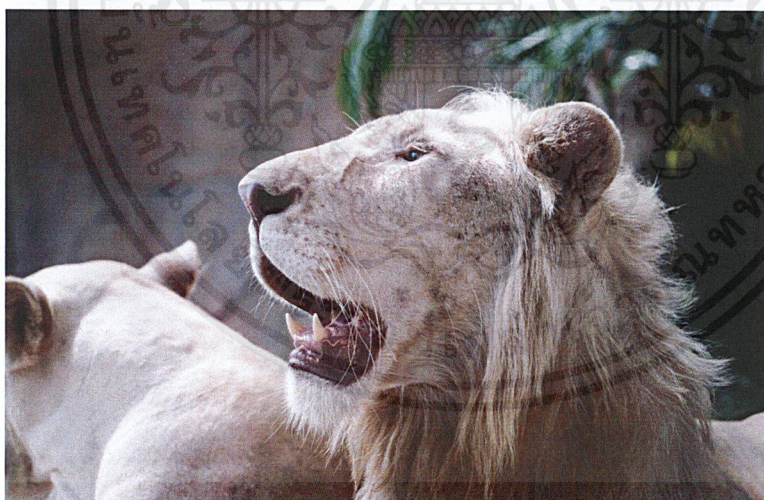
รูปที่ 2.14 ละมั่งของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

9) ฟลามิงโก้



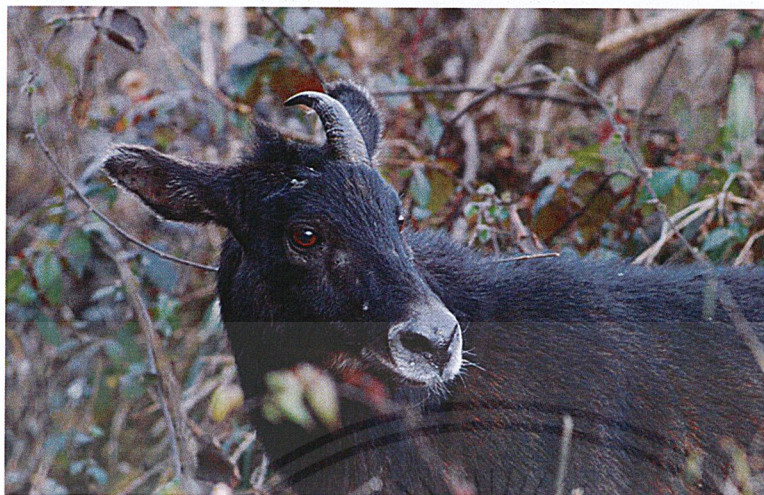
รูปที่ 2.15 ฟลามิงโก้ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

10) สิงโตขาว



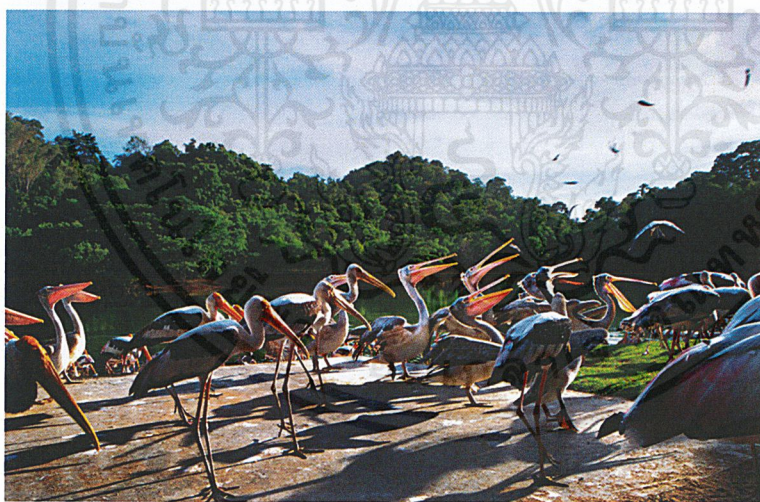
รูปที่ 2.16 สิงโตขาวของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

11) เลียงผา



รูปที่ 2.17 เลียงผาของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

12) นกกาบบัว



รูปที่ 2.18 เลียงผาของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ที่มา : www.kkopenzoo.com

2.3.4 ราคาบัตรและค่าธรรมเนียมนำพาหนะเข้าสวนสัตว์

ตารางที่ 2.16 ราคาบัตร

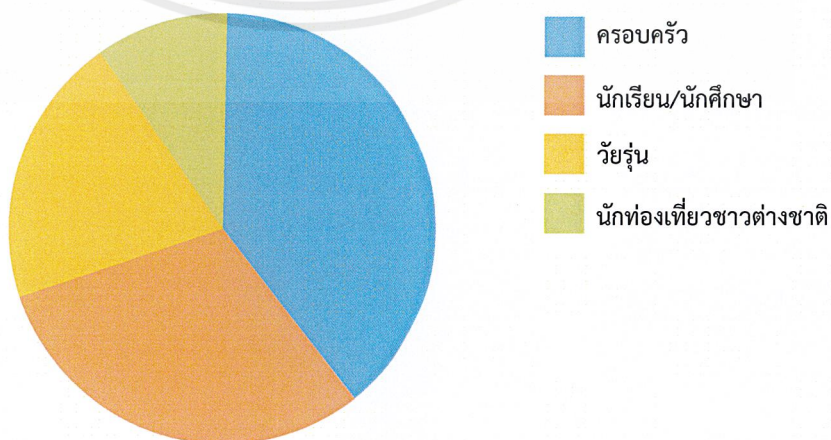
ผู้ใหญ่	150บาท
เด็ก (สูงไม่เกิน 135 ซม.)	30 บาท
ผู้ใหญ่ ชาวต่างชาติ	250 บาท
เด็ก ชาวต่างชาติ	100 บาท
ทหาร, ตำรวจ, นักเรียน, นักศึกษา(แสดงบัตร)	70 บาท
ผู้สูงอายุ 60ปีขึ้นไป คนพิการ	ฟรี

ตารางที่ 2.17 ค่าธรรมเนียม

รถจักรยานยนต์	40บาท
รถยนต์	80 บาท
รถบัส	100 บาท

2.4 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในสวนสัตว์เปิดเขาเขียวมีหลากหลายประเภท ทุกเพศ ทุกวัย เราจึงแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มๆ คิดเป็น100%ของคนที่มา ว่ามีใครที่มามากที่สุด น้อยที่สุดโดยได้ทั้งหมด 4 กลุ่ม คือ กลุ่มครอบครัว 40% กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา 30% กลุ่มวัยรุ่น20% กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 10 % ข้อมูลทั้งหมดได้จากสัมภาษณ์และศึกษาพฤติกรรม สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นตารางได้ดังต่อไปนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารรูปที่ 2.19 แผนภูมิแสดงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสวนสัตว์ ญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1 กลุ่มเป้าหมายที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 2.18 กลุ่มชาวต่างชาติ

อายุ	10- 50 ปี								
ภาพจำต่อสวนสัตว์เขาเขียว	ยังไม่เป็นที่รู้จัก มองว่าเป็นสวนสัตว์ธรรมดา เทียบเท่าสวนสัตว์นานาชาติไม่ได้								
ลักษณะนิสัย	รักการเดินทางสนุกสนาน เรียนรู้ประสบการณ์								
พฤติกรรมการใช้สื่อ	นิตยสารท่องเที่ยว หนังสือท่องเที่ยว ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต สื่อตามสถานที่								
กราฟการใช้สื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	<table border="1"> <caption>กราฟการใช้สื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</caption> <thead> <tr> <th>สื่อ</th> <th>เปอร์เซ็นต์</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สื่อออนไลน์</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>สื่อสิ่งพิมพ์</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>สื่อออกบ้าน</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	สื่อ	เปอร์เซ็นต์	สื่อออนไลน์	70	สื่อสิ่งพิมพ์	50	สื่อออกบ้าน	100
สื่อ	เปอร์เซ็นต์								
สื่อออนไลน์	70								
สื่อสิ่งพิมพ์	50								
สื่อออกบ้าน	100								

2.4.2 กลุ่มเป้าหมายที่ 2 คือ ครอบครัว

ตารางที่ 2.19 กลุ่มครอบครัว

อายุ	26 - 45 ปี								
ภาพจำต่อสวนสัตว์เขาเขียว	เป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อน								
ลักษณะนิสัย	ชอบการเดินทาง อบอุ่น มักใช้เวลาว่างในช่วงวันหยุด								
พฤติกรรมการใช้สื่อ	อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ สื่อตามสถานที่								
กราฟการใช้สื่อกลุ่มครอบครัว	<table border="1"> <caption>กราฟการใช้สื่อกลุ่มครอบครัว</caption> <thead> <tr> <th>สื่อ</th> <th>เปอร์เซ็นต์</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สื่อออนไลน์</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td>สื่อสิ่งพิมพ์</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>สื่อออกบ้าน</td> <td>70</td> </tr> </tbody> </table>	สื่อ	เปอร์เซ็นต์	สื่อออนไลน์	90	สื่อสิ่งพิมพ์	40	สื่อออกบ้าน	70
สื่อ	เปอร์เซ็นต์								
สื่อออนไลน์	90								
สื่อสิ่งพิมพ์	40								
สื่อออกบ้าน	70								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 กลุ่มเป้าหมายที่ 3 คือ วัยรุ่น

ตารางที่ 2.20 กลุ่มวัยรุ่น

อายุ	13 - 18 ปี								
ภาพจำต่อสวนสัตว์เขาเขียว	สถานที่สวยงาม อยากมาถ่ายรูป								
ลักษณะนิสัย	สนุกสนาน มีความกล้าที่จะลอง ชอบความแปลกใหม่								
พฤติกรรมการใช้สื่อ	สื่ออินเทอร์เน็ต บ่ายประกาศ สื่อสิ่งพิมพ์								
กราฟการใช้สื่อกลุ่มวัยรุ่น	<table border="1"> <thead> <tr> <th>สื่อ</th> <th>เปอร์เซ็นต์</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สื่อออนไลน์</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>สื่อสิ่งพิมพ์</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>สื่อออกบ้าน</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table>	สื่อ	เปอร์เซ็นต์	สื่อออนไลน์	100	สื่อสิ่งพิมพ์	70	สื่อออกบ้าน	50
สื่อ	เปอร์เซ็นต์								
สื่อออนไลน์	100								
สื่อสิ่งพิมพ์	70								
สื่อออกบ้าน	50								

2.4.4 กลุ่มเป้าหมายที่ 4 คือ นักเรียน/นักศึกษา

ตารางที่ 2.21 นักเรียน/นักศึกษา

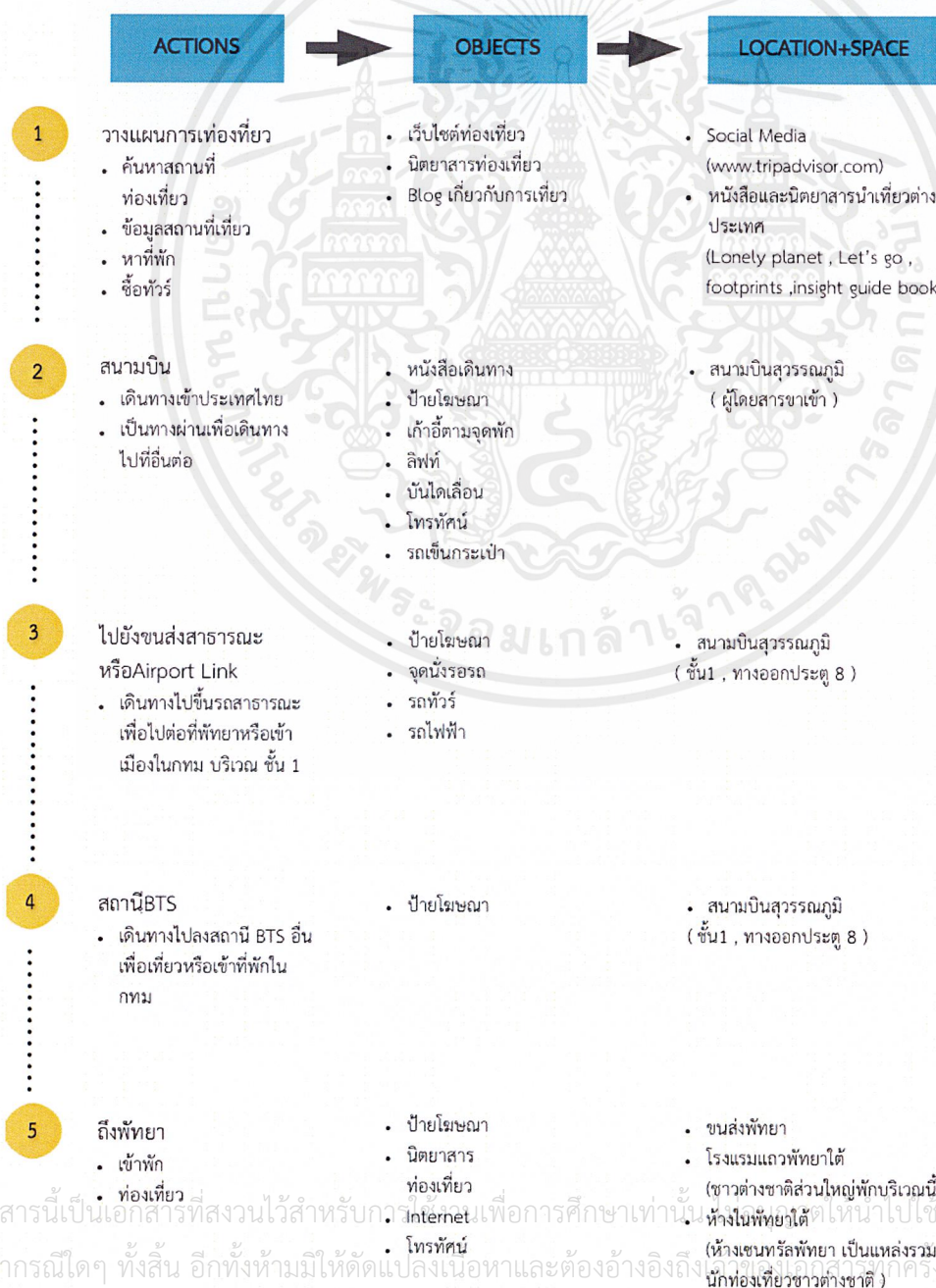
อายุ	6- 24 ปี								
ภาพจำต่อสวนสัตว์เขาเขียว	สวนสัตว์เป็นสถานที่ที่โรงเรียน มหาลัย พามาทัศนศึกษา ทำกิจกรรมเข้าค่ายต่างๆ ภายในสวนสัตว์								
ลักษณะนิสัย	สนุกสนาน อยากรู้ อยากเห็น ชอบที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่								
พฤติกรรมการใช้สื่อ	สื่ออินเทอร์เน็ต บ่ายประกาศ สื่อสิ่งพิมพ์								
กราฟการใช้สื่อกลุ่มวัยรุ่น	<table border="1"> <thead> <tr> <th>สื่อ</th> <th>เปอร์เซ็นต์</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>สื่อออนไลน์</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>สื่อสิ่งพิมพ์</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>สื่อออกบ้าน</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table>	สื่อ	เปอร์เซ็นต์	สื่อออนไลน์	100	สื่อสิ่งพิมพ์	70	สื่อออกบ้าน	50
สื่อ	เปอร์เซ็นต์								
สื่อออนไลน์	100								
สื่อสิ่งพิมพ์	70								
สื่อออกบ้าน	50								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลข้างต้นเป็นกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่มาสวนสัตว์เปิดเขาเขียวจัดออกเป็นกลุ่ม และวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลัก (Main Target) ของโครงการนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นกลุ่มที่เราควรจะเน้นในการประชาสัมพันธ์มากที่สุด โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ควรจะประชาสัมพันธ์ให้รู้จักสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ให้เห็นจุดเด่น ความแตกต่างจากที่อื่นและมาเที่ยวสวนสัตว์ จนเกิดการบอกต่อ กลุ่มเป้าหมายรอง (Second Target) กลุ่มครอบครัว ประชาสัมพันธ์สิ่งใหม่ๆ ในสวนสัตว์ที่จะดึงดูดให้กลับมาสวนสัตว์อีกครั้ง และกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มสุดท้ายที่ห่างไกลออกไปจากเป้าหมายของโครงการ แต่ก็ยังมีความเกี่ยวข้อง สามารถใช้สื่อร่วมกันได้และสามารถดึงดูดกลุ่มวัยรุ่นให้สนใจอยากมาสวนสัตว์ ส่วนกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา เป็นกลุ่มเฉพาะ ที่จะมาสวนสัตว์จากการที่สถาบันพามา อาจเป็นข้อตกลงระหว่างสวนสัตว์กับสถาบัน ซึ่งถือว่าไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่เราจะใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการนี้ จึงถือว่าไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

2.4.5 ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Main Target)

ตารางที่ 2.22 Customer Journey Map



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่สามารถนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีการนำออกไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต จะถือว่าผิดกฎหมาย

จากการศึกษา Customer Journey Map นี้ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการวางแผนและมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวในประเทศไทยอย่างไรบ้าง และเส้นทางในการเดินทางมีจุดหลักๆ ไດบ้างนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์หาช่องทางการใช้และพบเห็นสื่อของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้ได้สื่อที่จะนำมาใช้ในการออกแบบให้ตรงกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ได้มากที่สุด

2.5 วิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์

2.5.1 แผ่นพับ

ตารางที่ 2.23 วิเคราะห์สื่อแผ่นพับ

เนื้อหาประกอบด้วย	ข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์ทั้งหมด กิจกรรมต่างๆ แผนที่ช่องทางการติดต่อ
วิธีการเล่า	ใช้ภาพจริงเพื่อสื่อให้เห็นชัดเจน
ข้อดี	สะดวกสามารถใส่ข้อมูลได้ครบ
ข้อเสีย	เนื่องจากแผ่นพับต้องการมีเนื้อหา มากจึงทำให้การจัดวางของภาพและตัวอักษรดูแน่นและอ่านยาก ไม่น่าสนใจและไม่ดึงดูด ขาดการอัปเดตข้อมูลโดยเฉพาะภาพที่ใช้ และยังเป็นแผ่นพับที่ธรรมดาไม่ต่างจากที่อื่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ค่อยพบสื่อนี้เพราะไม่ค่อยมีการนำสื่อมาใช้ในการประชาสัมพันธ์
ภาพประกอบแผ่นพับ	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 ใบปลิว


ตารางที่ 2.24 วิเคราะห์สื่อใบปลิว

เนื้อหาประกอบด้วย	เป็นสื่อที่ใช้แนะนำกิจกรรมของสวนสัตว์ เชิญชวนให้มาเที่ยวที่สวนสัตว์
วิธีการเล่า	ใช้ภาพเพื่อสื่อให้เห็นสถานที่ในสวนสัตว์ กิจกรรมต่างๆ มีแค่ tagline ไม่มีข้อมูลเนื้อหาเท่ากับแผ่นพับ
ข้อดี	ส่งข่าวสารได้รวดเร็วทันสมัย ทันเวลา
ข้อเสีย	เนื้อหาที่มีหรือภาพที่นำมาใช้ยังไม่ทำให้เข้าใจว่าต้องการจะสื่ออะไร การจัดวางภาพไม่น่าสนใจ มีราคาสูงถ้าเทียบกับคุณภาพและผลตอบรับที่ได้จากการใช้สื่อ ยังไม่เป็นที่รับรู้ของกลุ่มเป้าหมายหลักคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ภาพประกอบใบปลิว	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 ป้ายโฆษณา

ตารางที่ 2.25 วิเคราะห์สื่อป้ายโฆษณา

เนื้อหาประกอบด้วย	เป็นสื่อที่ใช้บอกโปรโมชั่น กิจกรรมพิเศษของสวนสัตว์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับสวนสัตว์ กิจกรรมพิเศษต่างๆ ในช่วงนั้น
วิธีการเล่า	ใช้ภาพจริงในการเล่าเรื่อง เป็นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่อยู่ข้างทาง ต้องการให้มาร่วมกิจกรรมกับโปรโมชั่นที่จัดขึ้น
ข้อดี	สื่อมีความชัดเจน สามารถเลือกสถานที่ที่จะไปตั้งได้ มีความทน ขำรูดยาก สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี
ข้อเสีย	ขาดรายละเอียดบางอย่างที่ทำให้เข้าใจ อยู่ในจุดที่คนไม่เห็นและไม่ทันได้อ่านสื่อ ราคาค่อนข้างสูงในการผลิต การจัดวางเนื้อหายังไม่มีจุดที่เด่นเพื่อบอกเนื้อหาที่สำคัญ
ภาพประกอบป้ายโฆษณา	

2.5.4 บุรจัดแสดง

ตารางที่ 2.26 วิเคราะห์สื่อบุรจัดแสดง

เนื้อหาประกอบด้วย	เป็นสื่อที่นำกิจกรรมเด่นของสวนสัตว์ออกไปโชว์ให้ได้มาสัมผัส มีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมภายในสวนสัตว์ให้คได้ลองมาร่วมสนุกเพื่อเรียกความสนใจ
วิธีการเล่า	เล่าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ประกอบในบุร นำสัตว์บางชนิดออกมาโชว์ และผ่านการบอกเล่าของเจ้าหน้าที่
ข้อดี	สามารถมีส่วนร่วมกับสื่อ ได้ลองสัมผัสบรรยากาศและตัวอย่างของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ข้อเสีย	ไม่ค่อยมีการจัดแสดงสื่อ เพราะใช้ระยะเวลาและงบประมาณในการจัด ขาดไอเดียที่ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ความแปลกใหม่ของการจัดบุรยังมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.26 วิเคราะห์สื่อบูรณาการ (ต่อ)



ตารางที่ 2.27 วิเคราะห์สื่อโทรทัศน์

เนื้อหาประกอบด้วย	แนะนำสิ่งใหม่ๆที่เกิดขึ้นในสวนสัตว์เพื่อให้คนอยากมาดู
วิธีการเล่า	เป็นการพูดประชาสัมพันธ์สิ่งใหม่ๆที่เกิดขึ้นในสวนสัตว์ตอนนั้น เช่น มีสัตว์เกิดใหม่ ผ่านทางภาพและเสียง
ข้อดี	สามารถเข้าใจและเห็นภาพได้ชัดเจน
ข้อเสีย	เป็นแค่การแนะนำเหตุการณ์ใหม่แค่ระยะเวลาสั้นๆ คนเห็นไม่ทั่วถึง กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มไม่ได้อยู่กับสื่อที่เป็นโทรทัศน์แล้ว
ภาพประกอบโทรทัศน์	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.28 วิเคราะห์สื่อเว็บไซต์

ประกอบด้วย	เป็นเว็บไซต์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวที่แนะนำข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวกับสวนสัตว์เขาเขียว รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรด้วย เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา การดำเนินงาน วิสัยทัศน์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว และเนื้อหาทั้งหมดในสวนสัตว์
วิธีการเล่า	ใช้การแบ่งเนื้อหาเป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูล
ข้อดี	สื่อมีความชัดเจนและอัปเดตอยู่เสมอ มีข้อมูลที่ครบถ้วน
ข้อเสีย	ผู้ที่เข้าไปในเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่รู้จักและเคยไปสวนสัตว์อยู่แล้ว เป็นสื่อเฉพาะที่ต้องนึกแล้วเข้าไปดูไม่ได้พบเห็นทั่วไป
เว็บไซต์	

จากข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมได้ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์บางสื่อมีเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอคล้ายกัน เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ ใบบลิว และ ป้ายโฆษณา ทำให้เห็นว่าบางสื่อขาดประสิทธิภาพ ใช้งบประมาณในการผลิตที่มากแต่ได้ประสิทธิภาพน้อย ควรมาเน้นสื่ออื่นที่ได้ผลมากกว่า เช่น ใบบลิวที่มีการทิ้งบ่อถ้าเปลี่ยนเป็น โปสเตอร์โฆษณา ก็อาจจะเรียกความสนใจได้มากกว่า และรูปแบบของสื่อพวกสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ควรปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ หรือสื่อประเภทบูธจัดแสดง อาจเปลี่ยนเป็นสื่อตามพื้นที่ เช่น ทางเท้า ตึก ถนน หรือเป็นสื่อเชิงวัตถุที่ไปอยู่ตามสถานที่ต่างๆ สื่อเดิมที่มีอยู่นั้นส่วนใหญ่กลุ่มที่เข้าถึงมีแค่กลุ่มเป้าหมายที่รู้จักสวนสัตว์เปิดเขาเขียวอยู่แล้ว แต่การทำสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการนี้ควรเน้นสื่อที่ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มที่ยังไม่ค่อยรู้จักสวนสัตว์เข้าถึงมากที่สุด แต่กลุ่มเป้าหมายอื่นก็ยังสามารถใช้สื่อร่วมกันได้ โดยงบประมาณเดิมที่ใช้ในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ คือ 12,000,000 บาท / ปี

2.6 ตำแหน่งทางการตลาด

2.6.1 อันดับสวนสัตว์นานาชาติ

ทริปแอดไวเซอร์ เว็บไซต์ท่องเที่ยวชื่อดังประกาศรายชื่อรางวัลสวนสัตว์ยอดนิยมทั่วโลก ซึ่งมีผู้ได้รับรางวัลทั้งหมด 275 ราย รวมถึง 25 อันดับยอดนิยมทั่วโลกและในเอเชีย แคนาดา ยุโรป อินเดีย อเมริกาใต้ แปซิฟิกใต้ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา รางวัล Travellers' Choice เป็นการให้เกียรติแก่สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมทั่วโลก โดยอิงจากบทวิจารณ์และความเห็นของนักเดินทางนับล้านบนเว็บไซต์ทริปแอดไวเซอร์ การคัดเลือกผู้ที่ได้รับรางวัลมาจาก



รูปที่ 2.20 ภาพการจัดอันดับสวนสัตว์ระดับโลก

ที่มา : www.tripadvisor.com

- 1) อันดับ 1 คือ สวนสัตว์ซานดิเอโก San Diego Zoo รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา
- 2) สวนสัตว์เปิดเขาเขียวติดอันดับ 2 สวนสัตว์ยอดนิยมในเอเชีย รองจากสิงคโปร์

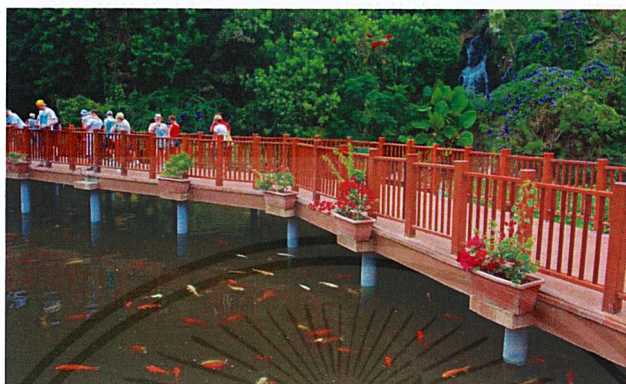
2.6.2 สวนสัตว์นานาชาติ

1) San Diego Zoo อยู่ในรัฐแคลิฟอร์เนีย ขึ้นชื่อว่าเป็นสวนสัตว์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงมากที่สุด พื้นที่จัดแสดงสัตว์ส่วนใหญ่อยู่กลางแจ้งและออกแบบให้คล้ายคลึงกับสภาพตามธรรมชาติมากที่สุด นักท่องเที่ยวสามารถชมเสือ กอริลล่า ได้ในระยะประชิด สวนสัตว์แห่งนี้มีสัตว์หลากหลายพันธุ์ เช่น สัตว์ป่าพื้นเมืองจากแอฟริกาและนกพันธุ์หายากหลากหลายชนิด รวมถึงแพนด้าที่ทางสวนสัตว์ประสบความสำเร็จในการผสมพันธุ์ ภายในสวนสัตว์มีรถบัสนำเที่ยวพร้อมบรรยายข้อมูลความรู้ต่างๆ และยังมีกระเช้าลอยฟ้า Skyfari เพื่อชมสวนสัตว์จากมุมสูง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับรูปที่ 2.21 San Diego Zoo ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปดลงเผยแพร่ และต้องยังเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
 ที่มา : www.tripadvisor.com

2) Loro Parque สวนนกหรือสวนสัตว์โลโรพาร์คตั้งอยู่ที่เกาะเตเนรีเฟ ในหมู่เกาะ คานารี มีพื้นที่ 83 ไร่ สวนสัตว์แห่งนี้รวบรวมพันธุ์สัตว์และพืชพรรณไว้หลากหลายชนิด แต่ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคือสวนอนุรักษ์พันธุ์นกแก้วที่เต็มไปด้วยนกแก้วพันธุ์หายากสีอันสวยงาม ภูมิศาสตร์ที่โดดเด่นคือผาสูงเขียวชอุ่มของพันธุ์ไม้ เป็นจุดที่จะได้เห็นทิวทัศน์ที่สวยงามที่สุด



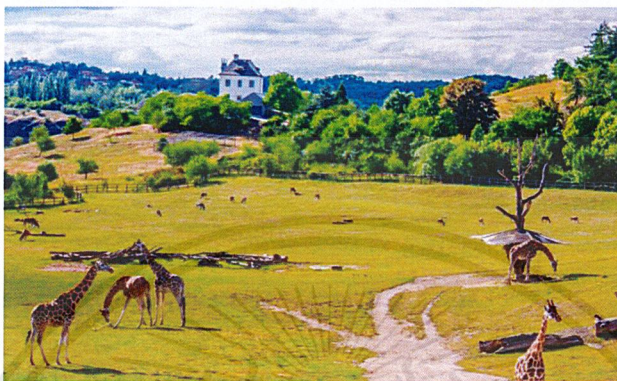
รูปที่ 2.22 Loro Parque
ที่มา : www.tripadvisor.com

3) Singapore zoo เป็นสวนสัตว์ที่เปิดภายใต้คอนเซ็ปต์ Amazing Landscape ซึ่งบ่งบอกให้รู้ว่าสถานที่แห่งนี้มีดีมากกว่าการมาชมความน่ารักของสัตว์ แต่ยังมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามบวกกับทางเดินธรรมชาติที่จะทำให้คุณใกล้ชิดกับสัตว์ต่างๆ มากขึ้น และภายในยังแบ่งเป็นโซนต่างๆ เสมือนรวบรวมสวนสัตว์ทั่วโลกมาไว้ที่นี่ทีเดียวเลย นอกจากนี้ยังมีโซน Jungle Breakfast หรือการรับประทานอาหารเช้าท่ามกลางบรรยากาศเสมือนอยู่ในป่าใหญ่



รูปที่ 2.23 Singapore zoo
ที่มา : www.tripadvisor.com

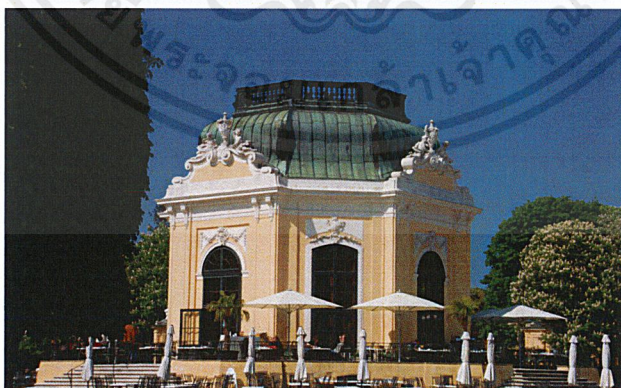
4) Zoo Praha มีพื้นที่ประมาณ 348 ไร่ สวนสัตว์แห่งนี้มีสัตว์หลากหลายสายพันธุ์ โดยสัตว์ป่าที่เป็นจุดขายคือ เต่ายักษ์ จระเข้เมืองจีน อิกัวนายักษ์ นกแคสโซวารี ไฮยีนาสีน้ำตาล เสือชีตาร์ แรดขาว ลิงอุรังอุตัง และกอริลลาร์ ฯลฯ การออกแบบสวนสัตว์ปรากฏอยู่เกิดขึ้นภายใต้แนวคิดที่สัตว์ป่าทุกตัวต้องมีสวัสดิภาพชีวิตที่ดีที่สุดและไม่ถูกกักขัง พื้นที่อาศัยของสัตว์จึงถูกแยกออกจากผู้ชมด้วยกระจกแก้ว คุน้ำ หรือรั้วกัน โดยสัตว์อยู่อาศัยในพื้นที่เปิดโล่ง



รูปที่ 2.24 Zoo Praha

ที่มา : www.tripadvisor.com

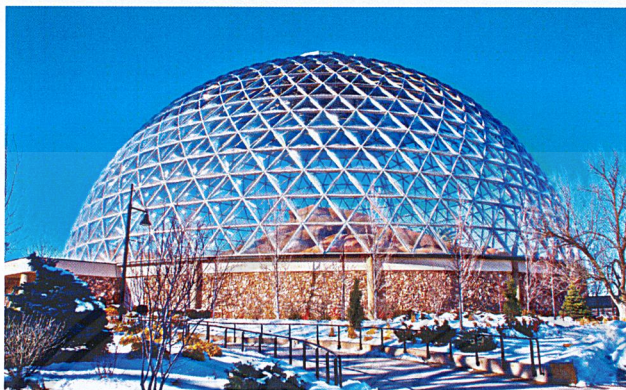
5) สวนสัตว์ Tiergarten Schomburgk เป็นสวนสัตว์ที่มีความเก่าแก่ที่สุดในโลก และยังเป็นหนึ่งในสวนสัตว์ที่มีจำนวนแพนด้ายักษ์ที่เยอะที่สุดในโลกด้วย และมันยังเป็นสวนสัตว์แห่งแรกที่ประสบความสำเร็จเรื่องการผสมเทียมสัตว์ สวนสัตว์แบ่งออกเป็นหลายพื้นที่ สัตว์แต่ละชนิดอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมของตัวเองและที่อยู่อาศัยไม่ซ้ำกัน นอกจากนี้ภายในสวนสัตว์ยังมีมุมสบาย สำหรับนั่งดื่มเครื่องดื่มร้อนอีกด้วย



รูปที่ 2.25 Tiergarten Schomburgk

ที่มา : www.tripadvisor.com

6) Henry Doorly เป็นสวนสัตว์ที่มีชื่อเสียงและพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำขนาดใหญ่ มีโดมทะเลทรายขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างกระจกใหญ่ที่สุดในโลกได้กลายเป็นสัญลักษณ์ และการแสดงสัตว์กลางคืนที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีพื้นที่จัดแสดงภายในอาคาร เพื่อการศึกษาของประชาชนและการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ สนับสนุนการริเริ่มด้านการศึกษาการอนุรักษ์และการค้นคว้า



รูปที่ 2.26 Omaha's Henry Doorly Zoo
ที่มา : www.tripadvisor.com

7) สวนสัตว์เชสเตอร์ Chester Zoo ได้ชื่อว่าเป็นสวนสัตว์ที่ดีที่สุดในประเทศอังกฤษ มีพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจและระบบนิเวศ และรถไฟที่จะวิ่งไปรอบๆ สวนสัตว์ สร้างความตื่นตาตื่นใจ และได้นั่งชมความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่าในสวนสัตว์แห่งนี้



รูปที่ 2.27 Chester Zoo
ที่มา : www.tripadvisor.com

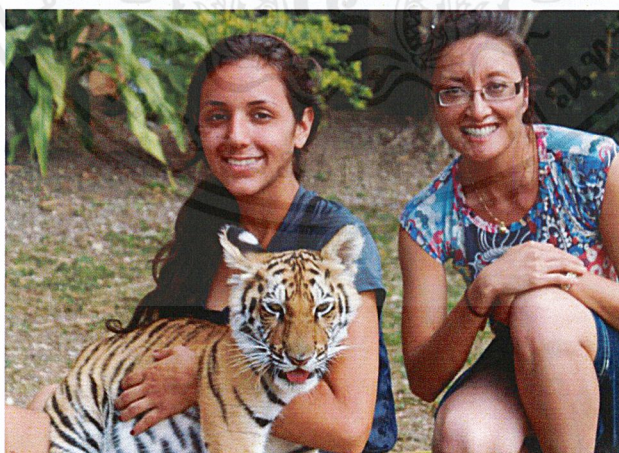
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8) Saint Louis Zoo สวนสัตว์แบ่งออกเป็น 6 โซน ได้รับการยกย่องว่ามีการจัดแสดงนิทรรศการที่เป็นธรรมชาติอย่างสวยงามและมีการจัดเก็บสัตว์หลายชนิดจากทวีปที่สำคัญและสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ของโลก เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางสำหรับแนวทางใหม่ในการจัดการสัตว์การอนุรักษ์สัตว์ป่าการวิจัยและการศึกษา



รูปที่ 2.28 Saint Louis Zoo
ที่มา : www.tripadvisor.com

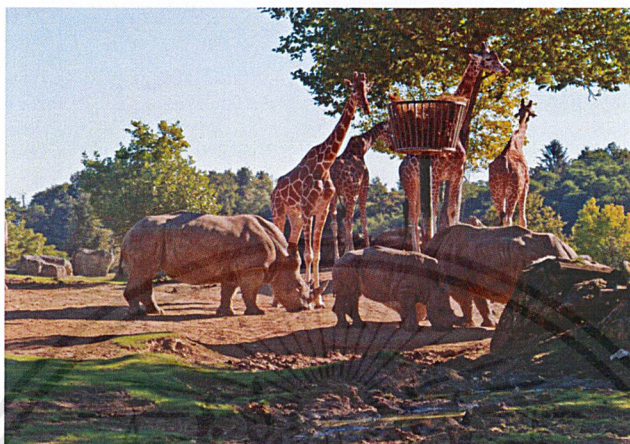
9) Zoological Wildlife Foundation เป็นองค์กรที่ได้รับการรับรองจากสมาคมสัตววิทยาแห่งอเมริกาซึ่งอุทิศตนเพื่อการอนุรักษ์สัตว์และสัตว์ป่า เผยแพร่อนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าและสารคดีเข้าไปสัมผัสสัตว์ใกล้สูญพันธุ์



รูปที่ 2.29 Zoological Wildlife Foundation
ที่มา : www.tripadvisor.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

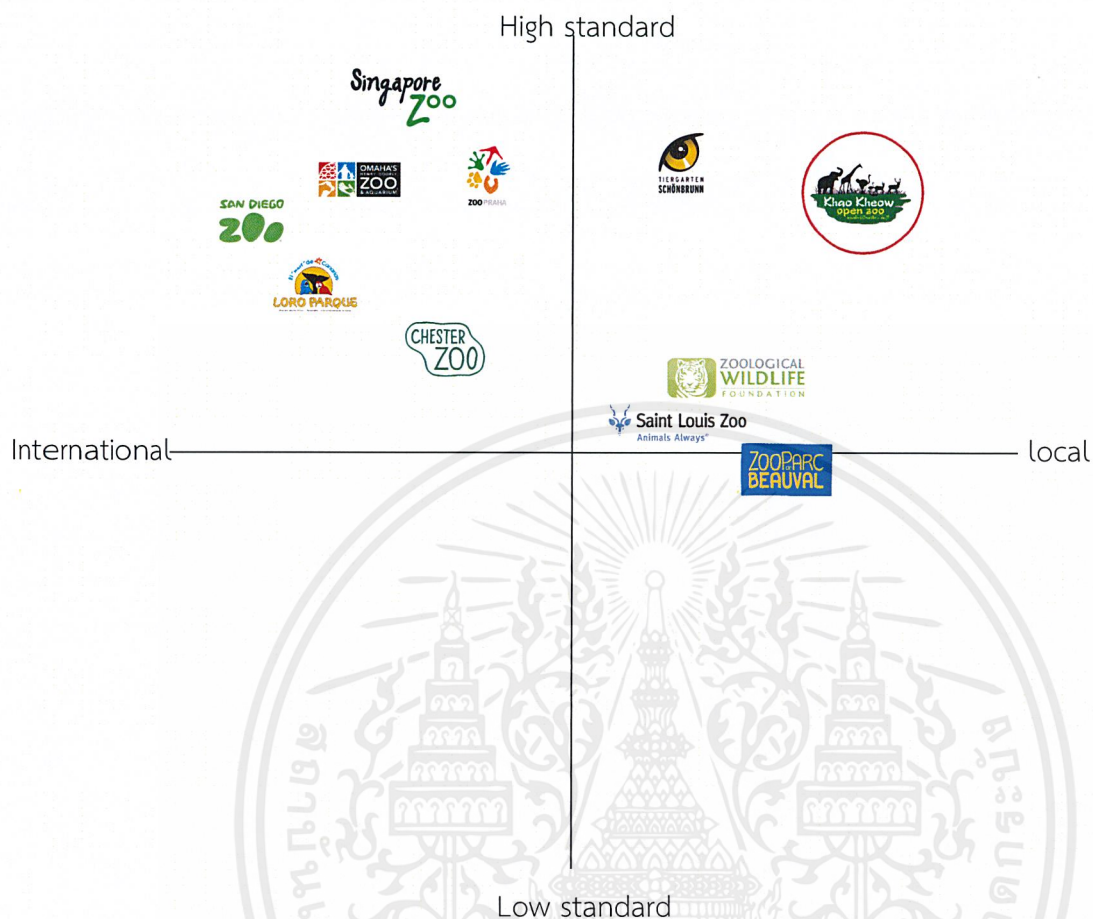
10) ZooParc de Beauval เป็นหนึ่งในสวนสัตว์ที่สวยงามและมีความสำคัญที่สุดในประเทศฝรั่งเศส เป็นแหล่งรวบรวมสัตว์ เริ่มต้นด้วยนกเกือบ 2,000 ตัว สวนสัตว์เป็นที่อยู่ของสัตว์มากกว่า 6,000 ชนิด เป็นสถานที่ที่ไม่เหมือนใครในการชื่นชมสัตว์ต่างๆในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ



รูปที่ 2.30 ZooParc de Beauval
ที่มา : www.tripadvisor.com

จากข้อมูลการจัดอันดับสวนสัตว์นานาชาติ สรุปและวิเคราะห์ได้ว่า หากเราจะก้าวไกลไปในระดับโลกนั้น เรามีคู่แข่งเป็นสวนสัตว์ใดบ้าง และศึกษาข้อมูลภาพลักษณ์ รู้จักข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสวนสัตว์คู่แข่ง เพื่อเป็นแนวทางให้เราไปสร้างจุดต่าง หรือดึงจุดเด่นที่น่าสนใจของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวที่แตกต่างจากที่อื่นออกมาใช้ในการออกแบบ

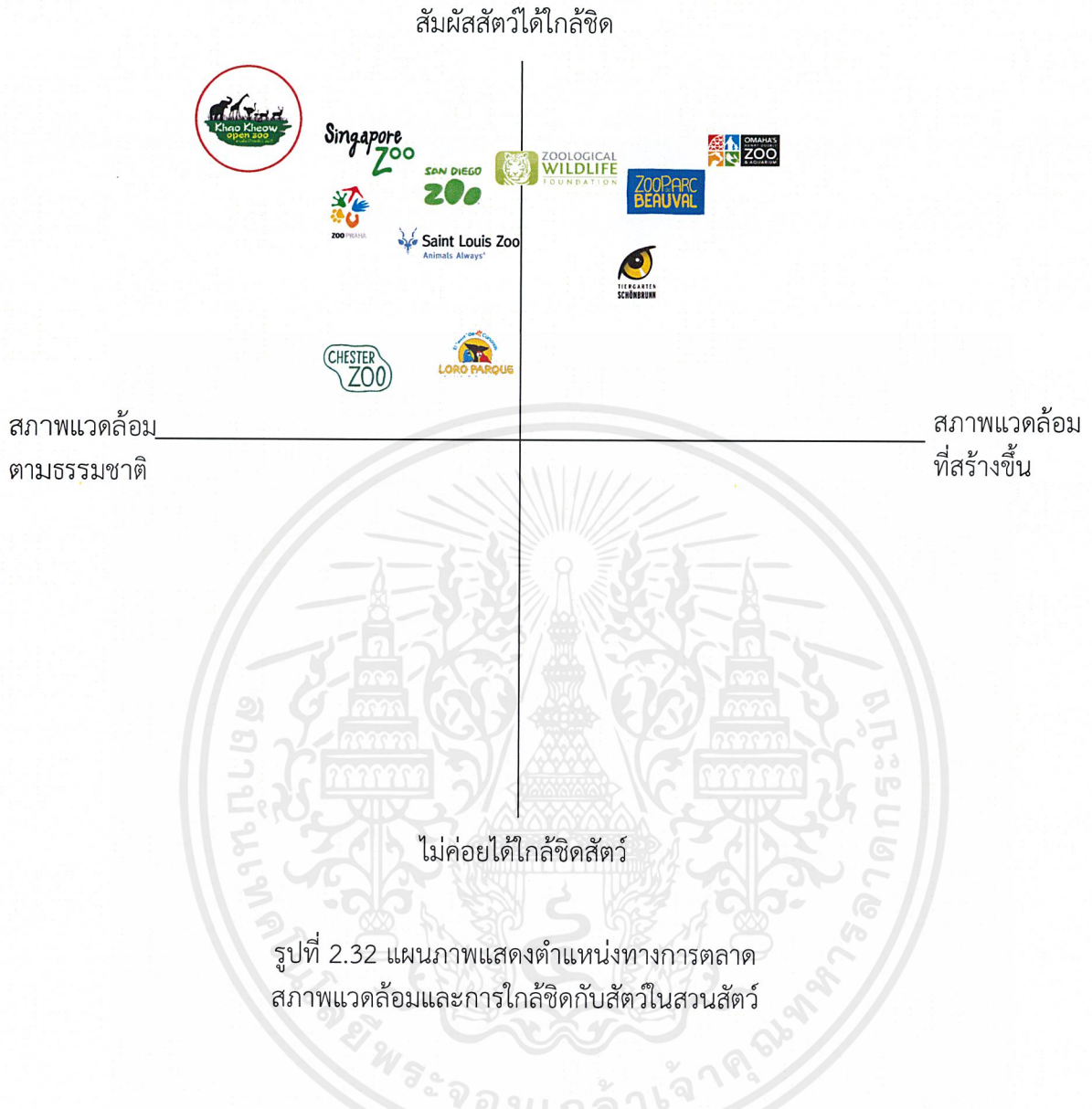
2.6.3 เปรียบเทียบตำแหน่งทางการตลาดของสวนสัตว์ในโลก สรุปและวิเคราะห์ออกมาเป็นแผนภาพการวางตำแหน่งได้ดังนี้



รูปที่ 2.31 แผนภาพแสดงตำแหน่งทางการตลาด
มาตรฐานและความนิยมของสวนสัตว์ในโลก

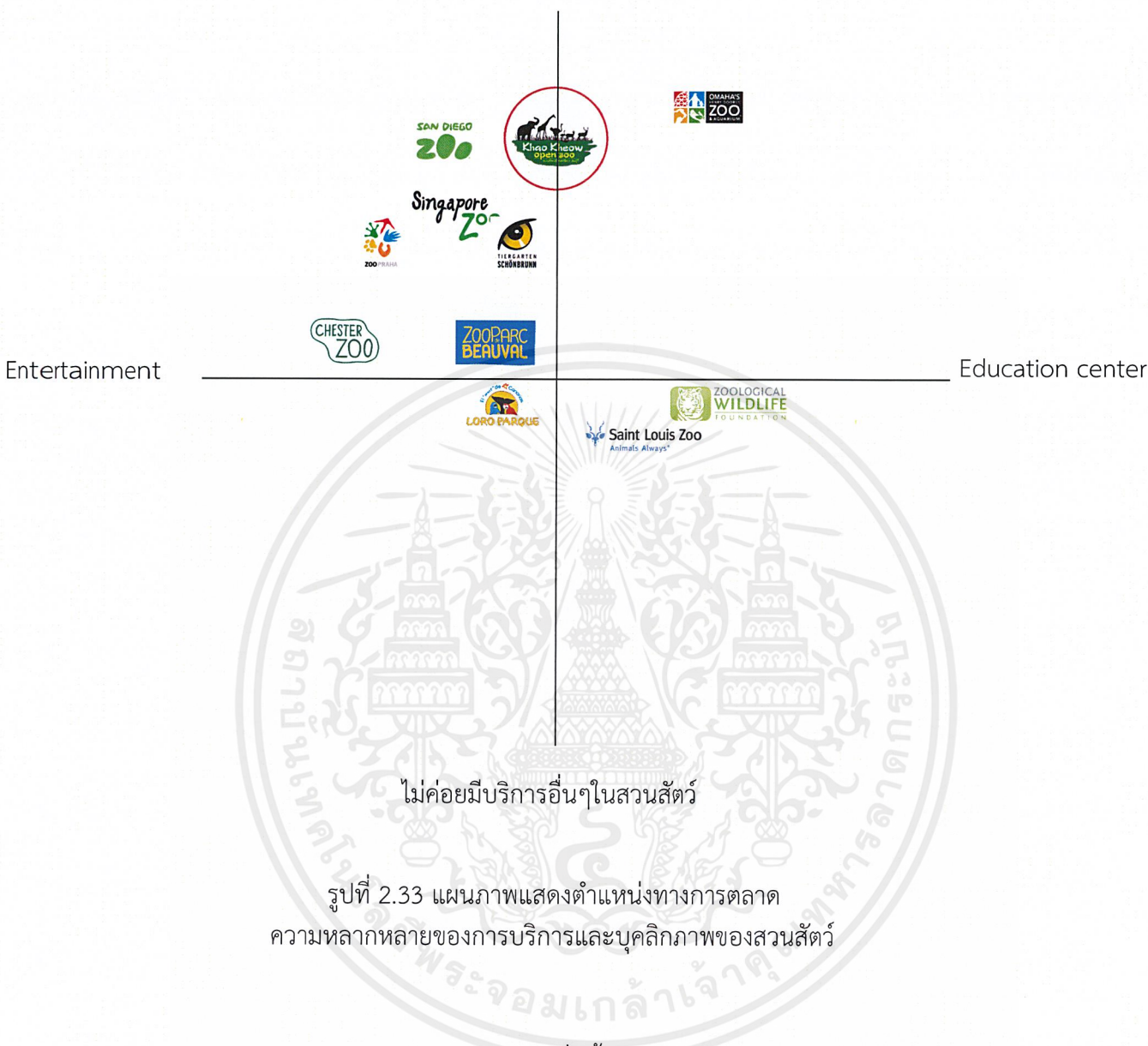
สวนสัตว์เปิดเขาเขียวจัดเป็นสวนสัตว์ที่มีสถานที่ การแสดงโชว์ การบริการต่างๆที่ได้
มาตรฐานในอันดับต้นๆ โดยเฉพาะการแสดงโชว์ของสวนสัตว์ที่มีการรับรองมาตรฐานที่ได้อันดับ
ต้นๆ แต่ภาพลักษณ์ยังคงไม่มีความเป็นสวนสัตว์นานาชาติเท่าสวนสัตว์ต่างประเทศอื่นๆ จึงควร
นำเสนอจุดเด่นด้านมาตรฐานของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวออกมา และนำเสนอในภาพลักษณ์ที่ดูมี
ความเป็นสากลเทียบเท่าสวนสัตว์นานาชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สวนสัตว์เปิดเขาเขียวถือว่าเป็นสวนสัตว์เปิดที่มีบรรยากาศภายในสวนสัตว์เป็นป่าเขา ปล่อยให้สัตว์ได้ใช้ชีวิตอยู่ตามธรรมชาติจริง นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นสัตว์อย่างปลอดภัยและใกล้ชิด บางชนิดออกมาเดินตามทางให้เห็นให้ได้สัมผัส ส่วนสัตว์ที่ดุร้ายก็จะจัดอยู่ในโซนที่ปลอดภัยโดยไม่ได้ขังกรงแต่เป็นการจัดสภาพแวดล้อมตามพฤติกรรมของสัตว์ ถือเป็นจุดเด่นที่ทำให้สวนสัตว์สวยงามและน่าสนใจมาก เราจึงจะนำจุดเด่นด้านนี้ออกมานำเสนอในการประชาสัมพันธ์

มีบริการอื่นๆในสวนสัตว์



สวนสัตว์เปิดเขาเขียวถือว่าเป็นสวนสัตว์ที่มีทั้งการแสดงโชว์ต่างๆ ให้ความสนุกสนานและอีกด้านหนึ่งก็เป็นศูนย์การเรียนรู้ธรรมชาติและสัตว์ป่าที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง ถือเป็นจุดเด่นของสวนสัตว์ที่จากเรียกความสนใจในการใช้ประชาสัมพันธ์ได้

2.7 กรณีศึกษาจากสวนสัตว์นานาชาติเป็นที่รู้จักและน่าสนใจ

2.7.1 Paris Zoological Park ณ ปารีส ถือเป็นสวนสัตว์แห่งใหม่ซึ่งเตรียมจะเปิด ทางทีมงานจึงต้องโปรโมทให้คนทั่วไปได้มาเยือน ทีมงานจึงเลือกใช้สื่อออนไลน์แบบนอกตำรา นั่นคือ การจับตุ๊กตาคอนเทนเนอร์ไม้ที่มักใช้ขนส่งสัตว์ใหญ่ มาเปิดกล่อง ตั้งตระหง่านตามสถานที่ต่างๆ ทั่วเมืองปารีส โดยข้างกล่องมีการสกรีนชัดเจนว่าเป็นกล่องขนส่งสัตว์อะไร แต่มองเข้าไปไม่เจอสัตว์ตัวนั้นๆ ทำให้คนเดินผ่านไปมาอาจจะตกใจว่าแถวนี้มียิปซีฟิง ลิงอูรังอุตัง บุกมาหรือเปล่าแต่จริงๆ แล้วเป็นการโปรโมทสวนสัตว์ใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.34 Paris Zoological Park
ที่มา : <https://www.marketingoops.com>

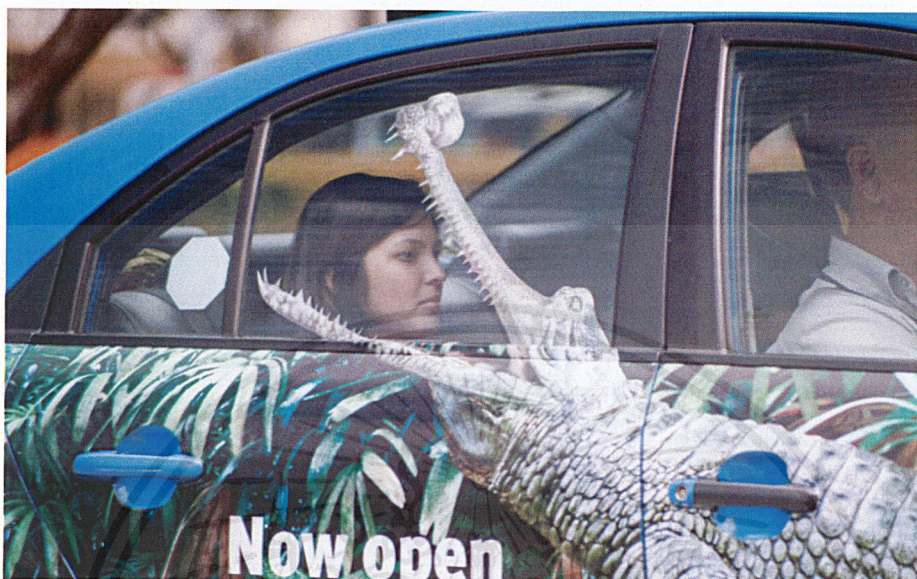
2.7.2 San Francisco Zoo สวนสัตว์ซานฟรานซิสโก ทำแคมเปญโฆษณาแบบมีปฏิสัมพันธ์ คือ ชุดโปสเตอร์ที่จัดแสดงที่จุดจอตารถประจำทางและรอบ ๆ สวนสัตว์ เป็นภาพอวัยวะสัตว์ เช่น ปีก หรือหูสัตว์ สัตว์ต่างๆในสวนสัตว์ มาให้คนยืนถ่ายภาพและอัปโหลดไปที่เว็บไซต์ของ Zoo ซึ่งสามารถเลือกให้ปรากฏในโฆษณาสิ่งพิมพ์ได้ เป็นการจูงใจให้คนเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของสวนสัตว์



รูปที่ 2.35 San Francisco Zoo
ที่มา : <https://www.buzzfeed.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.3 Singapore Zoo แคมเปญการตลาดโปรโมท New River Safari โดยต้องการให้คนมามีปฏิสัมพันธ์กับสื่อโฆษณาเพื่อเป็นแรงจูงใจให้คนเข้าไปเยี่ยมชม แคมเปญนี้จะเผยแพร่บนโปสเตอร์ใต้ดิน ที่จอดรถและรถแท็กซี่ล้อมรอบไปด้วยสัตว์น้ำต่างๆ



รูปที่ 2.36 River Safari
ที่มา : <https://www.mumbrella.asia.com>

2.7.4 Copenhagen Zoo เป็นแคมเปญโฆษณาที่ออกแบบเพื่อสร้างความประหลาดใจให้กับคนที่มาเห็น แสดงให้เห็นว่าบริเวณตรงนั้นใกล้กับสวนสัตว์ แคมเปญนี้จะดึงดูดผู้คนให้ไปเยี่ยมชมสวนสัตว์มากขึ้น โดยสื่อจะไปอยู่ตามรถโดยสารต่างๆ เช่น รถเมล์ รถไฟฟ้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับรูปที่ 2.37 Copenhagen Zoo ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : <http://www.amusingplanet.com>
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.5 Amsterdam Zoo ทุกๆปี Royal Amsterdam Artis Zoo จะมีแคมเปญประจำฤดูร้อน โดยแคมเปญนี้เป็นแคมเปญเกี่ยวกับโปรโมทว่าสวนสัตว์อัมสเตอร์ดัมกำลังมีสัตว์เกิดใหม่ โดยมีสติ๊กเกอร์ให้ไปแปะตามป้ายโฆษณาจุดรอรถประจำทาง ตามทางเดิน มีสติ๊กเกอร์ 70 สติ๊กเกอร์สามารถเคลื่อนย้ายและใช้ซ้ำได้



รูปที่ 2.38 Amsterdam Zoo
ที่มา : <http://www.amusingplanet.com>

2.8 กลยุทธ์ทางการสื่อสาร (Creative Strategy)

2.8.1 7Ps : คือ กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับงานบริการ นำมาวิเคราะห์ถึงจุดขาย และส่วนผสมทางการตลาดของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ประกอบไปด้วย

- 1) Product : สามารถสัมผัสสัตว์ป่าได้อย่างใกล้ชิดและปลอดภัย มีกิจกรรมการแสดงโชว์และกิจกรรมที่ทำร่วมกับสัตว์
- 2) Price : ราคาเข้าชมและค่าใช้บริการต่างๆในของสวนสัตว์
- 3) Placement : สวนสัตว์เปิดเขาเขียวตั้งอยู่ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เป็นสวนสัตว์บริการสาธารณะ และเป็นสวนสัตว์เปิดขนาดใหญ่ได้มาตรฐานสากล ติดอันดับ 2 ของสวนสัตว์ยอดนิยมในเอเชีย
- 4) Promotion : มีการจัดแสดงบุธตามห้ามสรรพสินค้า กิจกรรมร่วมสนุกเวลามีสัตว์เกิดใหม่ ส่วนลดต่างๆในวันพิเศษ
- 5) Process : มีการให้บริการรถราง และเช่ารถกอล์ฟขับชมในสวนสัตว์ มีบริการห้องพักรวมในสวนสัตว์
- 6) People : เจ้าหน้าที่ของสวนสัตว์มีความความเชี่ยวชาญในการดูแลสัตว์ จะคอยดูแลความปลอดภัยและให้ความรู้เกี่ยวกับสัตว์ตามจุดนั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7) Physical Evidence : บริเวณสวนสัตว์เปิดเขาเขียว มีความร่มรื่น สะอาด มีสัตว์มากมายหลากหลายสายพันธุ์ บริการร้านอาหารเครื่องดื่มตามจุดต่างๆ สามารถขับรถเข้าไปชมสัตว์ได้มีที่จอดรถเป็นจุดๆให้ลงไปเดินดูสัตว์

2.8.2 Message

1) สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเป็นสวนสัตว์เปิดที่สร้างสรรค์จากฝีมือธรรมชาติท่ามกลางผืนป่าอันอุดมสมบูรณ์ สามารถผลิตเพลินกับสัตว์อย่างใกล้ชิด โดยมีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญคอยดูแลและให้ความรู้ เป็นแหล่งเรียนรู้โลกของสัตว์ป่าทั้งกลางวันและกลางคืน ปล่อยให้สัตว์ได้ใช้ชีวิตในธรรมชาติที่เป็นป่าเขา ร่มรื่นขนาดใหญ่ เป็นอาณาจักรสัตว์ป่าที่มีมากถึง 3,000 ตัว นับกว่า 200 ชนิดพันธุ์ จากหลากหลายพื้นที่ทั่วโลกนอกจากนี้ยังเป็นศูนย์รวมเสื่อนานาชนิดที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียอาคเนย์

2) มีกิจกรรมและการแสดงโชว์ต่างๆ ที่จะเป็นแหล่งเรียนรู้และได้มาเห็นความสามารถใหม่ๆ ของสัตว์ป่า ที่มีรูปแบบแตกต่างไปจากเดิม เช่น สวนละมั่ง หนึ่งในไฮไลท์ของสวนสัตว์เปิดเขา-เขียว โดยละมั่งจะถูกปล่อยตามธรรมชาติอย่างอิสระ สามารถถ่ายรูปและสัมผัสละมั่งได้อย่างใกล้ชิด หรือความน่ารักของนกเพนกวิน ฮัมโบลด์ เตินพาเหรดที่เดียวในประเทศไทย ชมโลกใต้น้ำของฮิปโปโปเตมัส แมวน้ำ และสัตว์จากทวีปอื่นๆอีกมากมาย รวมถึงการแสดงสัตว์แสนรู้หนึ่งเดียวในโลก โชว์ Journey to the Jungle และชมฝูงนกกาบบัว นกกระทงนับร้อย ใน Flying Parade สามารถเข้าร่วมได้ทุกเพศทุกวัย เป็นการแสดงโชว์ที่ได้มาตรฐานและมีไม่กี่แห่งในโลก

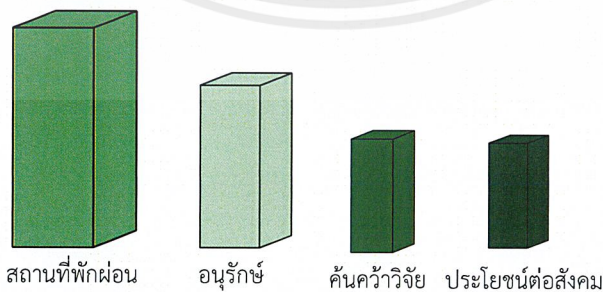
3) เป็นศูนย์อนุรักษ์ และวิจัยสัตว์ป่ามากกว่าสวนสัตว์ทั่วไป เป็นการขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก และสัตว์ป่าใกล้สูญพันธุ์ มีสัตว์ใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายทุกเดือน

2.8.3 Key Message

- 1) สวนสัตว์เป็นผืนป่าอุดมสมบูรณ์ สัมผัสสัตว์และธรรมชาติอย่างใกล้ชิด
- 2) กิจกรรมการแสดงโชว์ที่เป็นจุดขาย
- 3) สัตว์สมาชิกใหม่ที่เป็นจุดขายของสวนสัตว์

2.8.4 Tone

- 1) Brand Pillar



รูปที่ 2.39 ภาพแสดง Brand Pillar
สื่อประชาสัมพันธ์สวนสัตว์เปิดเขาเขียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) Personality : เป็นผู้ที่สนใจ ใฝ่ใจและเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติ เป็น
 กันเอง เข้าถึงง่าย สามารถดึงดูดให้คนสนใจ กระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ สร้างประโยชน์ให้สังคม

3) Archetype : Entertainer70% Guardian20% Scientist5%
 Idealist 5%

4) Tone & Voice : เป็นกันเอง , เพลิดเพลิน , มีความเป็นธรรมชาติ ,
 น่าสนใจ



บทที่ 3

การดำเนินการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในบทที่ 2 ทำให้ทราบถึงความต้องการและขอบเขตในการออกแบบ การดำเนินการออกแบบแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆได้ ดังนี้

- 3.1 ขั้นตอนออกแบบขั้นที่ 1 : สรุปข้อกำหนดในการออกแบบ
- 3.2 ขั้นตอนออกแบบขั้นที่ 2 : แนวคิดทางการออกแบบ (Design Concept)
- 3.3 ขั้นตอนออกแบบขั้นที่ 3 : เลือกแนวคิดทางการออกแบบ (Design Concept)
- 3.4 ขั้นตอนออกแบบขั้นที่ 4 : คิดขั้นตอนในการทำงานร่วมกันของสื่อต่างๆ
- 3.5 ขั้นตอนออกแบบขั้นที่ 5 : การร่างแบบ (SKETCH)
- 3.6 ขั้นตอนออกแบบขั้นที่ 6 : การจัดทำแบบจำลอง
- 3.7 ขั้นตอนออกแบบขั้นที่ 7 : การประเมินและพัฒนาแบบจำลอง

3.1 สรุปข้อกำหนดในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาที่จะนำมาใช้เพื่อการออกแบบ สรุปออกมาโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 วิเคราะห์อัตลักษณ์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว (Brand Identity) จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสื่อเดิมที่สวนสัตว์เปิดเขาเขียวเคยทำมา จึงได้ข้อมูลว่าสวนสัตว์เปิดเขาเขียวไม่ได้มี Identity ในการออกแบบที่เป็นข้อบังคับ และสามารถเปลี่ยนแปลงการออกแบบได้ตามความเหมาะสมของงาน แต่ต้องมี logo ของสวนสัตว์อยู่ในงานและมีสีเขียว เพื่อคงความเป็นสวนสัตว์เปิดเขาเขียวไว้ และไม่ทำลายภาพลักษณ์ของสวนสัตว์ที่มีอยู่



รูปที่ 3.1 ภาพอัตลักษณ์เดิมของสวนสัตว์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ในการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : www.kkopenzoo.com
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 วิเคราะห์ภาพลักษณ์ภายในสวนสัตว์ ด้วย(Mood Borad) สามารถแบ่งเนื้อหาในการวิเคราะห์ได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ แบรินด์ กลุ่มเป้าหมาย และสินค้า จากArchetype คือ Entertainer70% Guardian20% Scientist5% Idealist 5% จึงได้ทำตาราง Mood Borad แสดงTone ของสวนสัตว์ที่มีอยู่ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างVisual โดยในภาพจะต้องมีเรื่องราวตาม key message ของสวนสัตว์ 3 คำ ได้แก่

- 1) สวนสัตว์ที่เป็นผืนป่าอันอุดมสมบูรณ์ สัมผัสสัตว์และธรรมชาติอย่างใกล้ชิด
- 2) กิจกรรมการแสดงโชว์ที่เป็นจุดขาย
- 3) สัตว์สมาชิกใหม่ที่เป็นจุดขายของสวนสัตว์

ตารางที่ 3.1 Mood Borad

	Entertainer	Guardian	Scientist	Idealist
Brand				
User				
Product				

3.1.3 ขอบเขตเนื้อหาที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ ด้วยสวนสัตว์เปิดเขาเขียวต้องการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจุดเด่นของสวนสัตว์ เพื่อเป็นการโปรโมทให้คนมาท่องเที่ยว ดังนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดของสวนสัตว์ จากบทที่ 2 แบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้เนื้อหาที่จะนำไปใช้ในกาออกแบบและสรุปเป็นตาราง ความต้องการ ข้อจำกัด และเกณฑ์ทางการออกแบบ ได้ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1) สัตว์ที่เป็นจุดขายของสวนสัตว์
- 2) กิจกรรมโชว์
- 3) เขาเขียวไนท์ ซาฟารี
- 4) สถานที่แนะนำภายในสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

ตารางที่ 3.2 ความต้องการ ข้อจำกัด และเกณฑ์ทางการออกแบบ

STAKEHOLDER	REQUIREMENT	LIMITATION	CRITERIA
BRAND	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ - อนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ป่า - ค้นคว้าวิจัยธรรมชาติและสัตว์ป่า - เป็นประโยชน์ต่อสังคม - นโยบายสวนสัตว์ไทยก้าวไกลระดับโลก 	<ul style="list-style-type: none"> - สัตว์ใช้ชีวิตตามธรรมชาติ - สามารถเข้าถึงได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อมีภารกิจของแบรนด์ - คุณค่าของแบรนด์และทำตามนโยบายของสวนสัตว์
USER นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ กลุ่มครอบครัว กลุ่มวัยรุ่น	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อสารเข้าใจ - เห็นความแตกต่างจากสวนสัตว์อื่น น่าสนใจ - สามารถดึงดูดใจสนใจได้ - มีส่วนร่วมกับสื่อได้ - เป็นภาษาอังกฤษ 	<ul style="list-style-type: none"> - วิธีการใช้สื่อไม่ซับซ้อน - ไม่จำกัดอายุ เพศ 	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกกลุ่มเป้าหมายใช้สื่อร่วมกันได้ เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน
CONTENT	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของสวนสัตว์ที่มีการพัฒนา - นำเสนอสถานที่ที่เป็นแหล่งพักผ่อนในสวนสัตว์ - นำเสนอสัตว์ที่เกิดใหม่จาก - แนะนำกิจกรรมโชว์ที่เป็นจุดขาย 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่แสดงภาพที่เป็นการทำร้ายสัตว์ - ต้องเป็นข้อมูลที่ไม่เกินจริง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีเนื้อหาที่น่าสนใจภาพลักษณ์ที่สำคัญและเป็นจุดเด่นของสวนสัตว์ที่แตกต่างจากที่อื่นเพื่อเรียกความสนใจให้มาสวนสัตว์

3.2 แนวคิดในการออกแบบ (Design Concept)

จากการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ อັตลักษณ์ความเป็นสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ข้อมูลกลยุทธ์ทางการออกแบบ มาสรุปได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.2.1 Concept Big Idea คือ ผืนป่าอันอุดมสมบูรณ์และสัมผัสธรรมชาติได้อย่างใกล้ชิดโดยมีที่มาจากการ วิเคราะห์ key message จากข้อมูลกลยุทธ์ทางการออกแบบ จึงได้แนวคิดนี้มาใช้ในการทำ Design concept แบ่งได้ทั้งหมด 3 แนวทางคือ

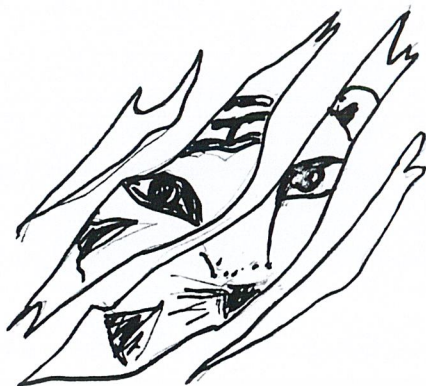
- 1) Hide and Seek Animals
- 2) Close up Animal
- 3) Walk in the zoo

3.2.2 ภาพร่างของแต่ละConcept จากการระดมความคิด (Brainstorm Idea) เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบกราฟิก สรุปได้ดังต่อไปนี้

1) Hide and Seek Animals เป็นแนวคิดที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้สัตว์มาเป็นตัวซ่อน และให้นักท่องเที่ยวเป็นคนหา เพื่อให้เกิดความสงสัยและสนใจกับสื่อ เปรียบได้กับความสนุกสนาน เวลาที่เรานั้นได้เข้าไปส่องสัตว์ในสวนสัตว์เปิดเขาเขียว



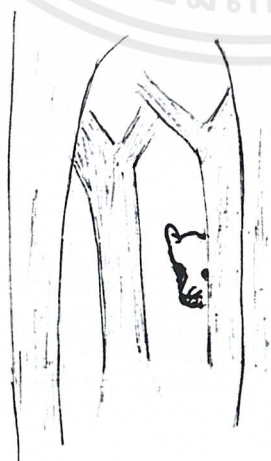
รูปที่ 3.2 แผนภาพความคิด Concept Hide & Seek Animals



รูปที่ 3.3 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)

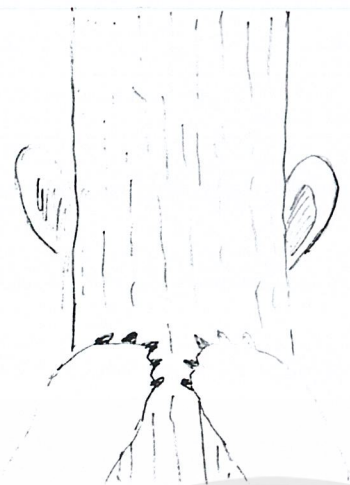


รูปที่ 3.4 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)



รูปที่ 3.5 ภาพร่าง Visual Idea

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานวิจัยเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.6 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)



รูปที่ 3.7 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)



รูปที่ 3.8 ภาพร่าง Visual Idea

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
(Hide & Seek Animals)
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.9 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)

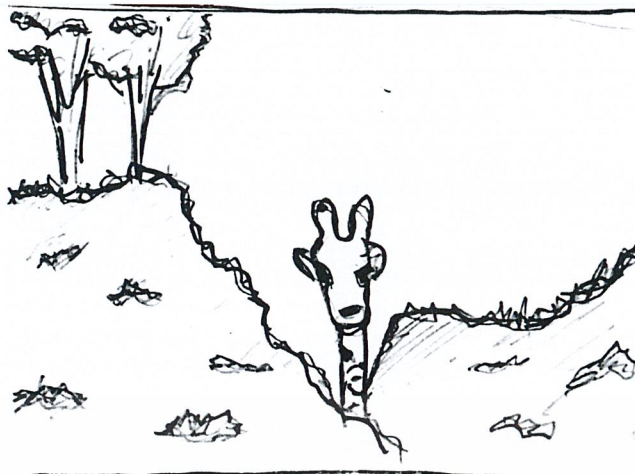


รูปที่ 3.10 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)



รูปที่ 3.11 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.12 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)

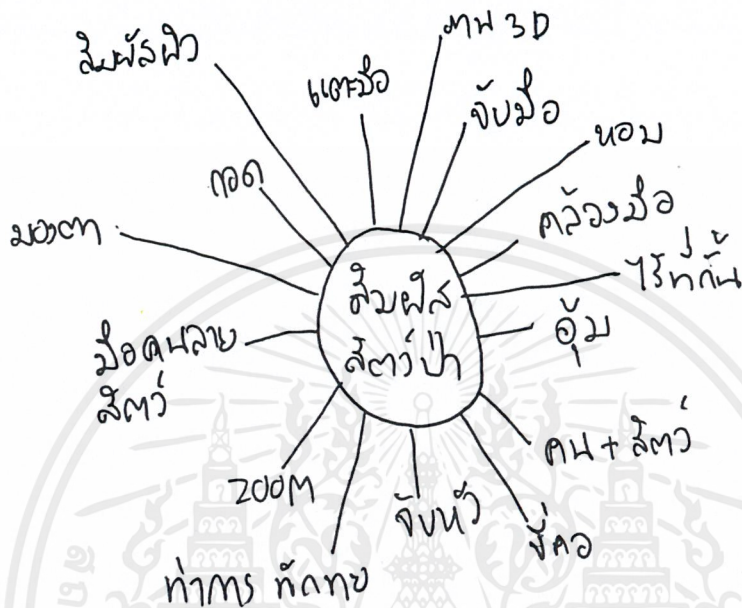


รูปที่ 3.13 ภาพร่าง Visual Idea
(Hide & Seek Animals)

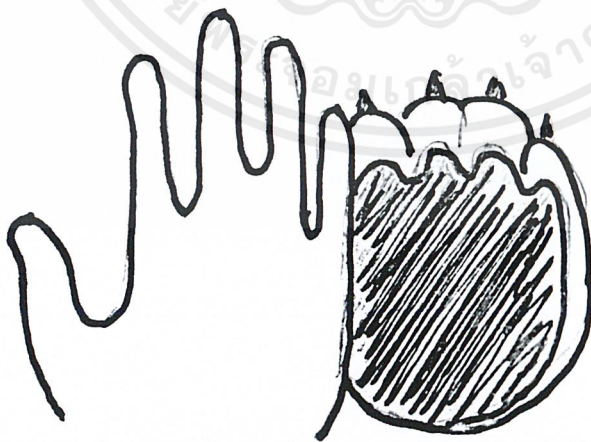
สรุป Visual Idea ของแนวคิด Hide & Seek Animals ได้ภาพร่างต่างๆ ที่นำมาพัฒนาต่อเป็นภาพสัตว์แอบซ่อนอยู่ในป่าตามต้นไม้ บางตัวซ่อนอยู่ตามพุ่มไม้ บางตัวแอบมอง และเห็นเพียงบางส่วนของสัตว์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) Close up Animal เป็นแนวคิดที่นำเสนอความใกล้ชิดของคน ธรรมชาติและสัตว์ป่าที่สามารถสัมผัสกันได้อย่างใกล้ชิด เป็นการโปรโมทว่าสวนสัตว์เปิดเขาเขียว สามารถเข้าไปสัมผัสสัตว์ได้อย่างใกล้ชิด



รูปที่ 3.14 แผนภาพความคิด Concept Close up Animal



รูปที่ 3.15 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)

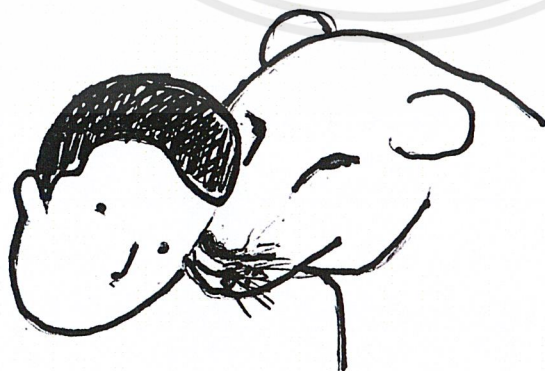
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.16 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)



รูปที่ 3.17 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)



รูปที่ 3.18 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.19 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)



รูปที่ 3.20 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)



รูปที่ 3.21 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.22 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)



รูปที่ 3.23 ภาพร่าง Visual Idea
(Close up Animal)

สรุป Visual Idea ของแนวคิด Close up Animal ได้ภาพร่างต่างๆ ที่นำมาพัฒนาต่อ เป็นภาพการสัมผัสของคน ธรรมชาติและสัตว์ป่าอย่างใกล้ชิด เหมือนการได้มาเจอกัน ทักทายกัน เพื่อนำเสนอจุดเด่นของสวนสัตว์ที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ใกล้ชิดธรรมชาติและสัตว์ป่า



รูปที่ 3.26 ภาพร่าง Visual Idea
(Walk in the zoo)



รูปที่ 3.27 ภาพร่าง Visual Idea
(Walk in the zoo)



รูปที่ 3.28 ภาพร่าง Visual Idea
(Walk in the zoo)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.29 ภาพร่าง Visual Idea
(Walk in the zoo)



รูปที่ 3.30 ภาพร่าง Visual Idea
(Walk in the zoo)

สรุป Visual Idea ของแนวคิด Walk in the zoo ได้ภาพร่างต่างๆ ที่นำมาพัฒนาต่อ เป็นภาพการไปเยี่ยมบ้านของสัตว์ คือป่า และให้สัตว์เป็นเหมือนไกด์ที่นำพาเราเที่ยวชมบ้านของมัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 เลือกแนวคิดทางการออกแบบ (Design Concept)

จากการคิด Visual ของแต่ละแนวคิดทางการออกแบบ (Design Concept) จึงได้นำมาประเมินเพื่อหาแนวคิดทางการออกแบบที่ดีที่สุดเพื่อจะไปพัฒนาต่อ โดยมีเกณฑ์ในการประเมินการเลือกดังตารางที่ 3.3 และประเมินให้คะแนนดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.3 ประเมินข้อดี ข้อเสีย Design Concept

Hide and Seek Animal	
ข้อดี	ข้อเสีย
<ul style="list-style-type: none"> - ให้ความตื่นเต้น - ทำให้ชวนสงสัย น่าติดตาม - มีลูกเล่นในการนำมา Design - เป็นแนวคิดใหม่ในการประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ไทยที่ยังไม่ค่อยมีใครทำ - เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายทุกวัย - ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์น่าสนใจไม่น่าเบื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - อาจเกิดความไม่ต่อเนื่องกันในการเห็นสื่อ - ถ้าไปอยู่ในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมอาจเกิด impact น้อย - นำเสนอจุดเด่นของสวนสัตว์ได้ไม่ชัดเจนมากเท่าที่ควร
Close up Animal	
ข้อดี	ข้อเสีย
<ul style="list-style-type: none"> - เป็น Idea ที่สามารถเล่นกับการสัมผัสสื่อได้ - นำเสนอจุดเด่นของสวนสัตว์ เรื่องสัมผัสสัตว์ป่าและธรรมชาติอย่างใกล้ชิด - เป็น Concept ที่เข้าใจง่าย ว่าต้องการจะนำเสนออะไร - นำ Idea มาเล่นกับ Object ตามสถานที่ต่างๆได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็น Idea ที่ไม่ใหม่ และไม่แตกต่างจากที่อื่น - ให้ความสนุกในการใช้สื่อได้น้อย - จะมี Impact มาก เมื่อไปอยู่ในสื่อที่เป็น Object จึงทำให้ต้องใช้งบประมาณมาก
Walk in the Zoo	
ข้อดี	ข้อเสีย
<ul style="list-style-type: none"> - เป็น Idea ที่มีการโน้มน้าว เชิญชวนให้ไปเที่ยวสวนสัตว์ได้ดี - วิธีการสื่อสารของสื่อ เข้าใจง่าย - เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หมายช่องทาง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีลูกเล่นที่จะนำไปใช้ออกแบบน้อย - มี Impact น้อย ไม่น่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์ประเมินการให้คะแนน

เกณฑ์	Hide & Seek Animal	Close up animal	Walk in the Zoo
นำเสนอจุดเด่นของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว	4	4	3
ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม	3	4	3
เข้าถึงกลุ่มครอบครัวและชาวต่างชาติ	5	3	3
สัมผัสสัตว์ป่าและธรรมชาติอย่างใกล้ชิด	3	5	4
มีความน่าสนใจแปลกใหม่จากสื่อประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์อื่น	5	2	3
	20	18	16

สรุปเกณฑ์การประเมินแนวความคิดในการออกแบบ (Design Concept) ได้ว่า แนวคิดที่ดีที่สุดที่จะนำไปพัฒนาต่อ นั้น คือ Hide And seek Animal เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ไม่แปลกใหม่จากสื่อประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์ที่อื่น และทำให้เกิดความน่าสนใจ น่าติดตาม เป็นแนวคิดที่ไม่ซ้ำซ้อน มองเห็นแล้วรู้ว่าต้องการจะสื่ออะไร มีลูกเล่นให้นำมาเล่นกับสื่อรูปแบบต่างๆ ได้มาก มีความสนุกสนาน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย จึงได้เลือกแนวคิดนี้ไปพัฒนาภาพร่างต่อ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป

3.4 คัดขั้นตอนในการดำเนินงานร่วมกันของสื่อ

วิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายหลักที่เราต้องการเน้น คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเราเริ่มที่สนามบินสุวรรณภูมิ และจุดต่างๆในสุวรรณภูมิ เพื่อหาช่องทางที่จะนำสื่อไปตั้ง และหาพฤติกรรมการพบสื่อของนักท่องเที่ยว จึงได้จัดทำเป็นตาราง scenario โดยวิเคราะห์จากข้อมูล Customer Journey Map ดังนี้

ตารางที่ 3.5 ตาราง scenario การทำงานร่วมกันของสื่อ

Action	Media	Content	Space
1. บนเครื่องบิน	โฆษณาในหนังสือ แนะนำท่องเที่ยว	แนะนำให้รู้จักสวนสัตว์	
2. รับกระเป๋า	รถเข็นกระเป๋า	โปรโมทจุดขายของ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว	
3. ออกจากเกต ชั้น1	สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง	โปรโมทสถานที่แนะนำ ภายในสวนสัตว์ ให้ นักท่องเที่ยวได้มีส่วน ร่วมกับสื่อ	
4. เดินทางไปประตู ทางออก และเดิน ไป Airport Rill link	ป้ายโฆษณา	แนะนำกิจกรรมโชว์ ต่างๆในสวนสัตว์	 
3. คิวรถเข้ากรุงเทพ และไปตะวันออก ชั้น1 ประตู 8 และมีบางส่วน แจกที่ Sculpture	แผ่นพับ	- ข้อมูลเกี่ยวกับสวน สัตว์เปิดเขาเขียว - ช่องทางการติดต่อ - ราคา - แผนที่การเดินทาง	

จากการวิเคราะห์ขั้นตอนในการดำเนินงานร่วมกันของสื่อ จึงสรุปขอบเขตของพื้นที่ที่จะตั้งสื่อได้ว่า เป็นสื่อที่อยู่ในบริเวณ สนามบินสุวรรณภูมิ ประกอบไปด้วยสื่อทั้งหมด 5 สื่อ ได้แก่ โฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว , รถเข็นกระเป๋า , สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง , ป้ายโฆษณา , แผ่นพับ

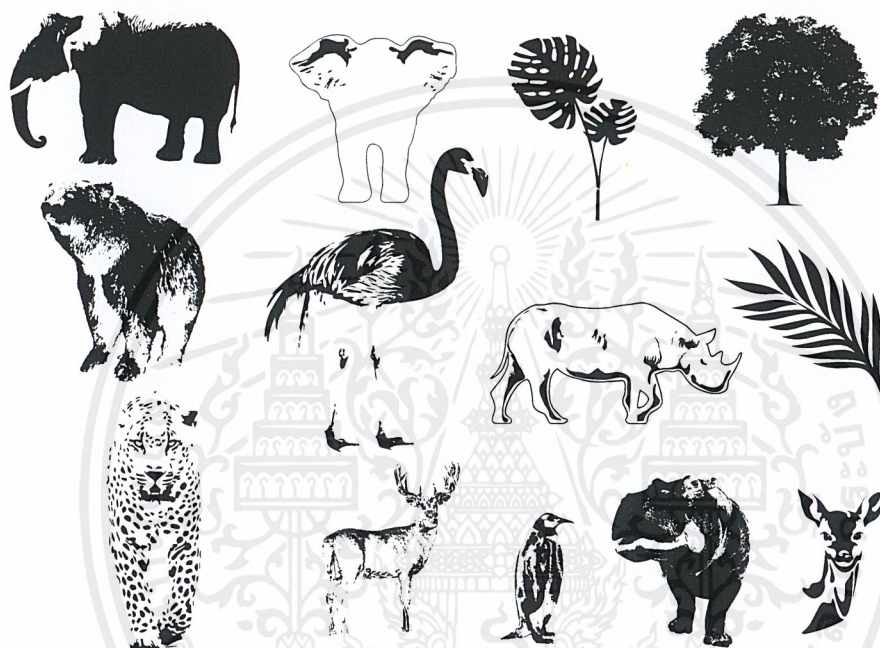
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การร่างแบบ (SKETCH)

คิดแนวทางในการออกแบบโดยการทำแนวทางศิลปกรรม และคิดเทคนิคที่จะมาใช้ในการออกแบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.5.1 Art Direction ให้ความสนุกสนาน มีลูกเล่น ตรงตาม Concept Hide And Seek บอกเล่าจิตชายของสวนสัตว์ได้ตามที่กำหนดไว้

1) กราฟิก ใช้ภาพของสัตว์จริงมาสร้างเป็นภาพกราฟิก โดยใส่รายละเอียดของสัตว์เล็กน้อยเพื่อความสวยงาม



รูปที่ 3.31 ภาพร่างกราฟิก

2) ตัวอักษรที่ใช้ในงานออกแบบ

DB AdmanRounded X Bold

A B C D E F G H I J K L M

N O P Q R S T U V X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

DB Ettaro X Regular

A B C D E F G H I J K L M

N O P Q R S T U V X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

DB AdmanRounded X Bold

ก ข ช ค ฅ ฆ ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ท ฒ ณ ด ต

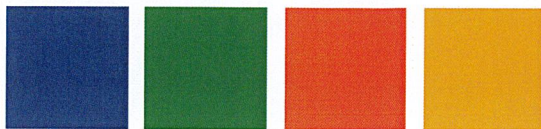
ถ ทร บ บ ป ฝ ฝ ฝ ฝ ฝ ฝ ม ย ร ล ว ศ ษ ห ฬ อ อ

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

รูปที่ 3.32 ตัวอักษร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) สีที่ใช้ เป็นโทนสีที่ต้องเล่นกับเทคนิค เมื่อใช้แผ่นใสสีแดงส่องแล้ว ภาพที่เป็นโทนสีแดงและส้มจะหายไป สีโทนน้ำเงิน เขียว จะเข้มและชัดขึ้น



รูปที่ 3.33 สีที่ใช้ในงานออกแบบ

4) ตราสัญลักษณ์สวนสัตว์เปิดเขาเขียวจำเป็นต้องมีในสื่อ ในงานออกแบบนี้จะจัดให้ตราสัญลักษณ์อยู่ฝั่งซ้ายของงาน นอกจากนี้ยังมีตราสัญลักษณ์ขององค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ตราสัญลักษณ์กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ใช้ในสื่อที่เป็นแผ่นพับ



รูปที่ 3.34 ตราสัญลักษณ์ (logo)

5) Tagline ใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ โดยสามารถใช้ได้สองสีคือสี ดำ และสีขาวบนพื้นที่เป็นสีฟ้า

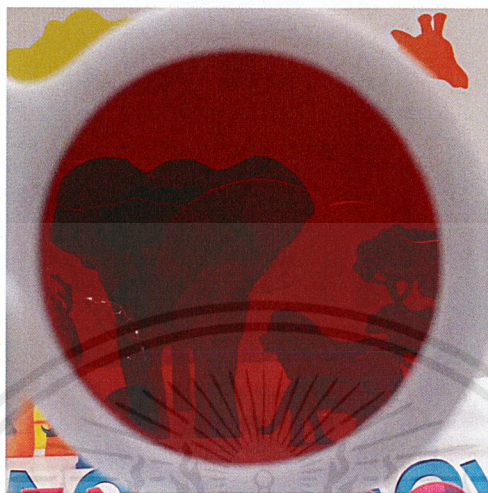
“ YOU CAN ”
FIND ANIMALS
 AT KHAO KHEOW OPEN ZOO

“ YOU CAN ”
FIND ANIMALS
 AT KHAO KHEOW OPEN ZOO

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 3.35 Tagline

6) Art Technique เป็นการซ้อนทับกันของสี และใช้เทคนิคของแผ่นใส ในการส่องโดยกราฟิกที่เป็นสีทึบเดียวกับแผ่นใส เมื่อส่องจะหายไป และกราฟิก สีตรงข้ามจะเด่นชัด ขึ้นมา



รูปที่ 3.36 Art Technique

3.5.2 ทดลอง Art Technique หลังจากที่ได้กำหนดสี และการใช้เทคนิคการมองเห็น กราฟิกจากการส่องด้วยแผ่นใส จึงต้องทำการทดลองเพื่อหาว่าสีไหนที่จะทำให้เกิดผลลัพธ์ของการ เห็นภาพและการหายไปของภาพได้มากที่สุด



รูปที่ 3.37 ภาพร่างการทดลอง Art Technique

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้รอบเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 การจัดทำแบบจำลอง

จากการวิเคราะห์เนื้อหาและศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย จึงได้สรุปสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะออกแบบได้ 5 สื่อ นำมารวมกับแนวทางศิลปกรรม (Art Direction) จนได้งานออกแบบที่มีลูกเล่น ของการช่อนหาตามแนวคิดทางการออกแบบ และนำไปใช้ในการร่างแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ได้ดังต่อไปนี้

3.6.1 โฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว



KHAO KHEOW OPEN ZOO

Wildlife Wonderland

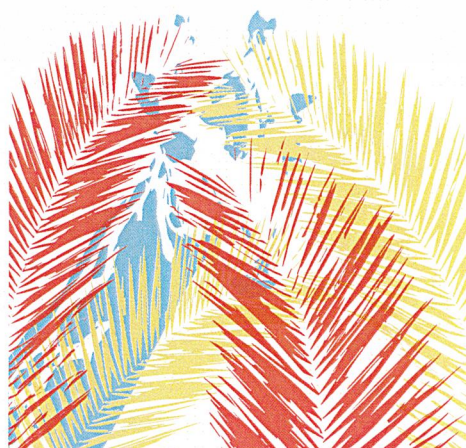


รูปที่ 3.38 แบบร่างภาพโฆษณา
ในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 1



KHAO KHEOW OPEN ZOO

Wildlife Wonderland



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับรูปที่ 3.39 แบบร่างภาพโฆษณานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้เผยแพร่ข้อมูลนี้แก่บุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

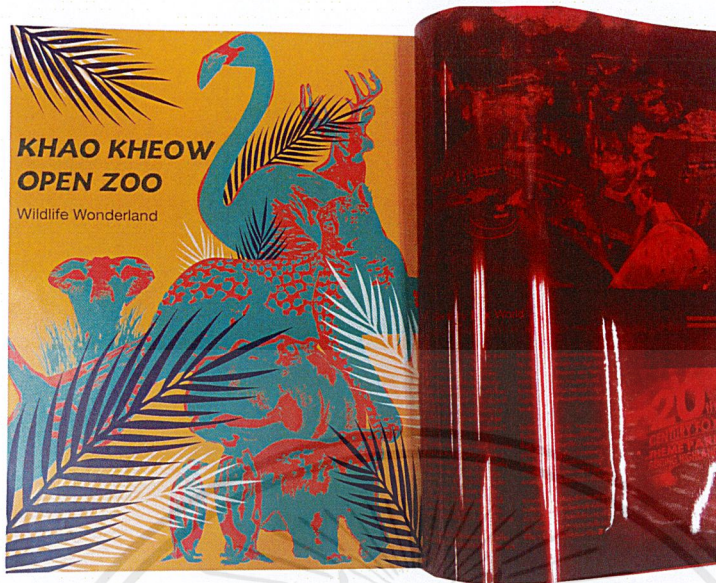


รูปที่ 3.40 แบบร่างภาพโฆษณา
ในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 3



รูปที่ 3.41 แบบร่างภาพโฆษณา
ในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.42 แบบร่างภาพโฆษณา
ในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 5



รูปที่ 3.43 แบบร่างภาพโฆษณา
ในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.2 รถเข็นกระเป๋าสนามบินสุวรรณภูมิ



รูปที่ 3.44 แบบร่างรถเข็น 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับรูปที่ 3.45 แบบร่างรถเข็น 2 นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.46 แบบร่างรถเข็น 3



รูปที่ 3.47 แบบร่างรถเข็น 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.3 สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง



รูปที่ 3.48 แบบร่างหุ่นจำลอง 1



รูปที่ 3.49 แบบร่างหุ่นจำลอง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.50 แบบร่างหุ่นจำลอง 3



รูปที่ 3.51 แบบร่างหุ่นจำลอง 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.52 แบบร่างหุ่นจำลอง 5

3.6.4 ป้ายโฆษณา

**KHAO KHEOW
OPEN ZOO**
Wildlife Wonderland

ผู้ใหญ่ 150บ. เด็ก 30บ. เด็กเล็ก ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ฟรี

โลกสุขสันต์...ทั้งกลางวันและกลางคืน

รูปที่ 3.53 แบบร่างโฆษณา 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.54 แบบร่างโฆษณา 2



รูปที่ 3.55 แบบร่างโฆษณา 3



รูปที่ 3.56 แบบร่างโฆษณา 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



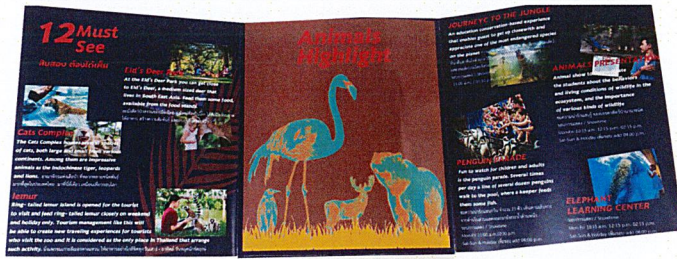
รูปที่ 3.57. แบบร่างโฆษณา 5



รูปที่ 3.58 แบบร่างโฆษณา 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.5 แผ่นพับ

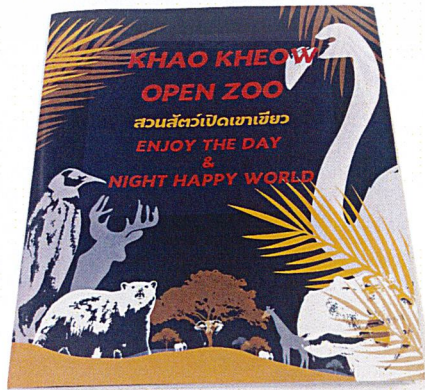


Highlight Animals

รูปที่ 3.59 แบบร่างแผ่นพับ



รูปที่ 3.60 แบบร่างแผ่นพับ



รูปที่ 3.61 แบบร่างแผ่นพับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7 การประเมินและพัฒนาแบบจำลอง

จากการทำแบบจำลอง พบว่าสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละสื่อ ยังไม่น่าสนใจเนื่องจากในสื่อไม่มีเนื้อหา เป็นแค่การนำกราฟฟิกส์ตัวมาจัดองค์ประกอบ เอฟเฟคของการเกิดเทคนิคยังไม่ชัดเจน ไม่มีStory ในงาน ขาดสิ่งที่แสดงว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว และขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของงาน จึงต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้ผลงานสุดท้ายออกมาสมบูรณ์แบบ จึงสรุปข้อผิดพลาดและนำไปพัฒนา ได้ดังต่อไปนี้

- 3.7.1 ปรับกราฟิก เพิ่มเรื่องราวของภาพที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ไป ใส่ข้อมูลต่างๆที่ ต้องการจะประชาสัมพันธ์
- 3.7.2 ปรับโทนสีของงานเพื่อให้เทคนิคทำงานได้ชัดขึ้น เพิ่มลูกเล่นในเทคนิค
- 3.7.3 ใส่ตราสัญลักษณ์ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวเพื่อแสดงให้เห็นความเป็นแบรนด์สวนสัตว์ โดยให้อยู่ด้านขวาสุดของสื่อ
- 3.7.4 สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสื่อแต่ละสื่อ จากตัวอักษร สีของงาน และการจัดวางต่างๆ
- 3.7.5 ปรับขนาดของสื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง และเพิ่มเรื่องราวไปในงาน



การนำเสนอผลการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ได้ผลสรุปนำไปสู่การดำเนินการ ออกแบบในบทที่ 3 ได้ผลงานการออกแบบ นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ในรูปแบบของ แผ่นนำเสนองาน ไฟล์ดิจิทัล ตลอดจนชิ้นงานที่เป็นหุ่นจำลอง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- 4.1 ขั้นตอนการรับรู้อสื่อ
- 4.2 ต้นแบบชิ้นงานสุดท้าย
- 4.3 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ
- 4.4 การจัดแสดงผลงานการออกแบบ

4.1 ขั้นตอนการรับรู้อสื่อ

จากการวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปสื่อ ประชาสัมพันธ์ที่จะออกแบบได้ 5 สื่อ และมีลูกเล่นของแต่ละสื่อ ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลการรับรู้อสื่อ

สื่อ	สถานที่	สื่อต้องการนำเสนอ	ลูกเล่น (Gimmick)
โฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว	สื่ออยู่ในนิตยสารแนะนำท่องเที่ยวบนเครื่องบินและนิตยสารแจกในเกท	เป็นการโปรโมทสัตว์ที่เป็นจุดขายของสวนสัตว์เปิดเขาเขียว มีข้อมูลให้ติดต่อและเขาไปดูภาพของสวนสัตว์	มีแผ่นใสสีแดง เมื่อส่องสีของกราฟิก ที่เป็นโทนเดียวกันกับแผ่นใส ภาพจะหายไป แต่สีที่เข้มคนละโทนกับแผ่นใสภาพจะเด่นชัดขึ้น
รถเข็นกระเป๋า	สื่ออยู่ในจุดรับกระเป๋าเมื่อลงจากเครื่อง	เป็นการโปรโมทเขาเขียว ไนท์ ซาฟารีที่เป็นสถานที่เปิดใหม่ของสวนสัตว์	เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เคลื่อนที่ไปได้ทั่วสนามบิน เมื่อนักท่องเที่ยวเข็นรถไปได้ตามจุดไหน ก็จะสามารถเห็นสื่อรถเข็นได้ สีของกราฟิกให้ความรู้สึกเป็นเหมือนแสงไฟที่ส่องสัตว์ตอนกลางคืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลการรับรู้สื่อ (ต่อ)

สื่อ	สถานที่	สื่อต้องการนำเสนอ	Gimmick
สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง	ตั้งอยู่บริเวณชั้น 1 ฝั่งผู้โดยสารขาเข้าประเทศ เมื่อนักท่องเที่ยวออกจากเกตมา จะพบสื่อนี้ตั้งอยู่	เป็นการโปรโมทสถานที่แนะนำต่างๆของสวนสัตว์ สร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสวนสัตว์มากขึ้น	เมื่อส่องแว่นที่เป็นส่วนหนึ่งของหุ่นจำลองนี้ จะเห็นเพียงแค่นกที่ เป็นสัตว์เด่นของสถานที่นั้น จากตอนแรก ที่เห็นสัตว์หลากหลายตัว
ป้ายโฆษณา	สื่อจะตั้งอยู่บริเวณทางเดินโดยเฉพาะบริเวณที่เป็นบันไดเลื่อนของแต่ละชั้น และทางเดินไปสถานีรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	เป็นการโปรโมทกิจกรรมโชว์ของสวนสัตว์ โดยบอกข้อมูลวันที่ และเวลาในการเข้าชมการ แสดง	เป็นป้ายขนาดใหญ่ ไม่สามารถใส่ลูกเล่นของสื่อได้ไม่มาก
แผ่นพับ	บริเวณสื่อจัดแสดงหุ่นจำลองและบริเวณคิวรถชั้น1 ประตู8 (ไปภาคตะวันออก)	ข้อมูลที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมสวนสัตว์ ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลเกี่ยวกับสวน - สัตว์เปิดเขาเขียว - ช่องทางการติดต่อ - ราคา - แผนที่การเดินทาง 	มีแถบแผ่นใสสีแดงเมื่อปิดและจะเห็นสัตว์ที่เป็นสัตว์เด่นของสวนสัตว์

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ตั้งอยู่ในสถานที่แต่ละที่ จะมีความหลากหลายต่างกันไป แต่ทั้งหมดนี้มีการสื่อสารในเรื่องเดียวกันคือการนำเสนอการบริการใหม่ๆ ของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวเพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ว่าสวนสัตว์เปิดเขาเขียวนั้น มีการพัฒนาภายในให้ดีขึ้นและนำเสนออยู่เสมอ เช่น บางกิจกรรมหรือบางสถานที่ เป็นการบริการที่เปิดใหม่และยังไม่มีที่อื่นทำ จึงได้นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้เห็น นอกจากนี้สื่อยังสร้างความแปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมไปกับสื่อประเภทต่างๆ เพื่อเรียกความสนใจจากนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และอยากที่จะไปเยี่ยมชมสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี

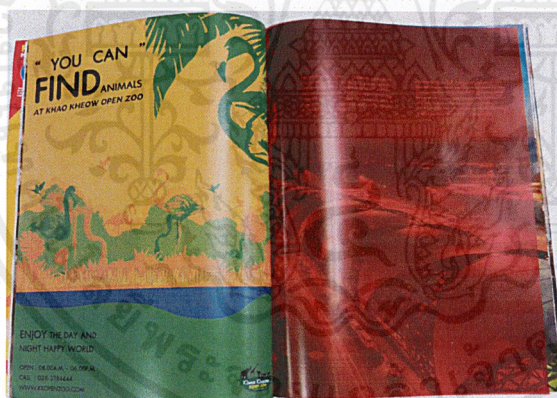
4.2 ต้นแบบชิ้นงานสุดท้าย

สรุปผลงานสุดท้าย จากการพัฒนาแบบ พัฒนาเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร และการจัดตั้งสื่อในบริเวณสถานที่ต่างๆ ได้ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด 5 สื่อ ดังต่อไปนี้

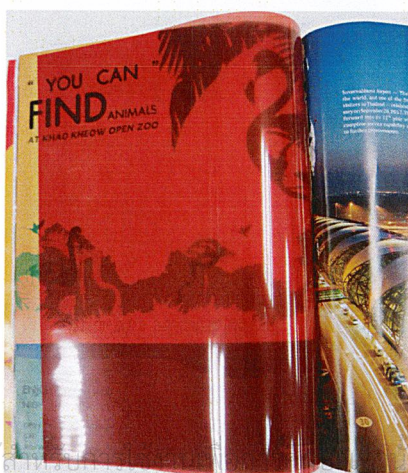
4.2.1 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว พัฒนาจากแบบจำลองที่ขาดเรื่องราว และขาดความแตกต่างในการเกิดผลลัพธ์จากเทคนิค โดยเล่าเรื่องราวจากการใช้สัตว์ที่เป็นจุดเด่น (Animal Highlight) สร้าง visual ในการออกแบบ และปรับเทคนิคการซ่อนของสัตว์เมื่อเล่นกับกราฟิกให้ชัดเจนและสนุกสนานมากขึ้น



รูปที่ 4.1 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว



รูปที่ 4.2 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งรูปที่ 4.3 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยวของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.3 สื่อโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยว

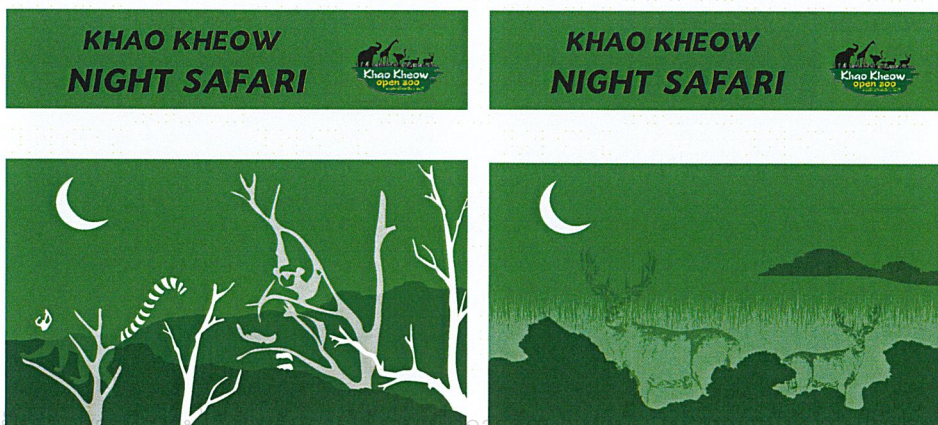
4.2.2 รถเข็น พัฒนาจากแบบจำลองที่ขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสื่ออื่นๆ และไม่มีเรื่องราวในงาน จึงเพิ่มการใส่เรื่องราวให้ภาพจากการนำ เขาเขียว ไนท์ ซาฟารี มาสร้างกราฟิกและเนื่องจากสื่อที่เป็นรถเข็น ไม่สามารถเล่นเทคนิคการส่องสัตว์แล้วหายไปได้อย่างสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ จึงต้องออกแบบกราฟิก ให้ยังคงมีการซ่อนหา เมื่อวางกระเปาะอาจจะไม่เห็นสัตว์แต่เมื่อเอากระเปาะออกจะเห็นสัตว์ที่ซ่อนอยู่ เพื่อคงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของงาน ภายใต้แนวคิด Hide And Seek



รูปที่ 4.4 รถเข็น

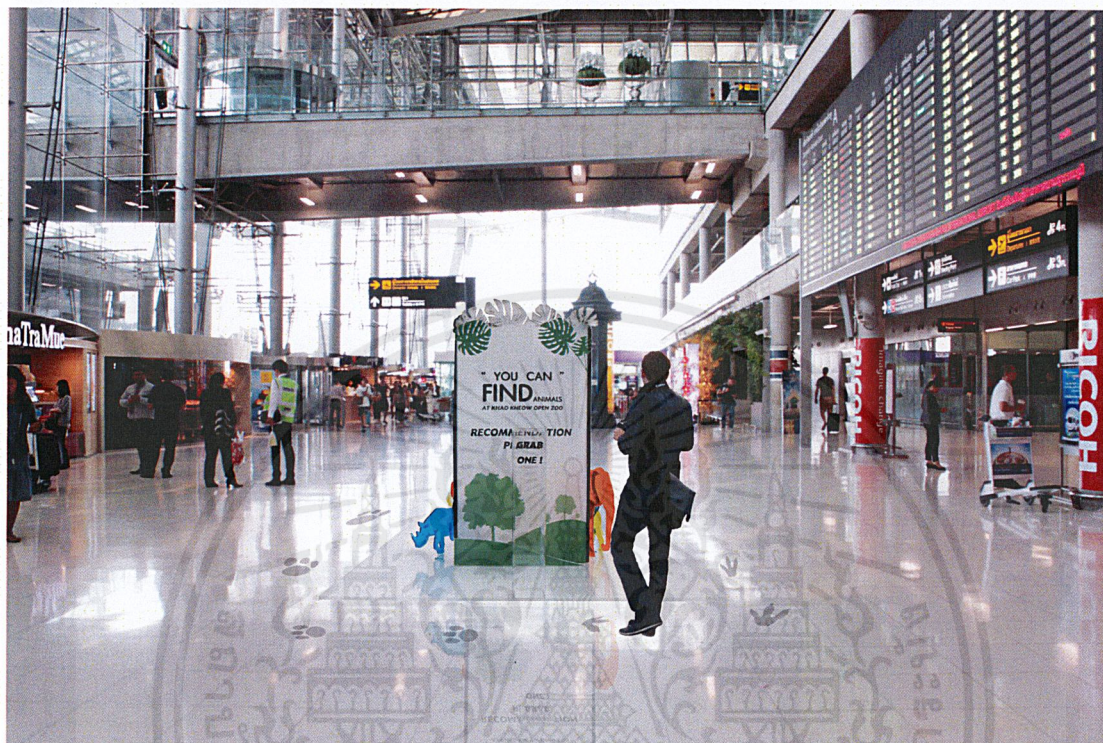


รูปที่ 4.5 รถเข็น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของบริษัท เขียว ไซท์ ซาฟารี จำกัด ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมและดูแลของฝ่ายวิชาการ
 ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงรูปที่ 4.6 รถเข็นอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3 สื่อจัดแสดงหุ่นจำลองพัฒนาจากแบบจำลองที่ดูเป็น 2 มิติมากเกินไป มองได้มุมเดียว และขาดเรื่องราว โดยใช้สถานที่แนะนำในสวนสัตว์ มาสร้างเรื่องราวให้กับสื่อ ปรับสีของวัสดุที่เป็นอะคริลิคให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสื่ออื่น จัดองค์ประกอบตำแหน่งการวางให้มองได้หลายด้าน และใส่รายละเอียดของตัวสัตว์



รูปที่ 4.7 สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง



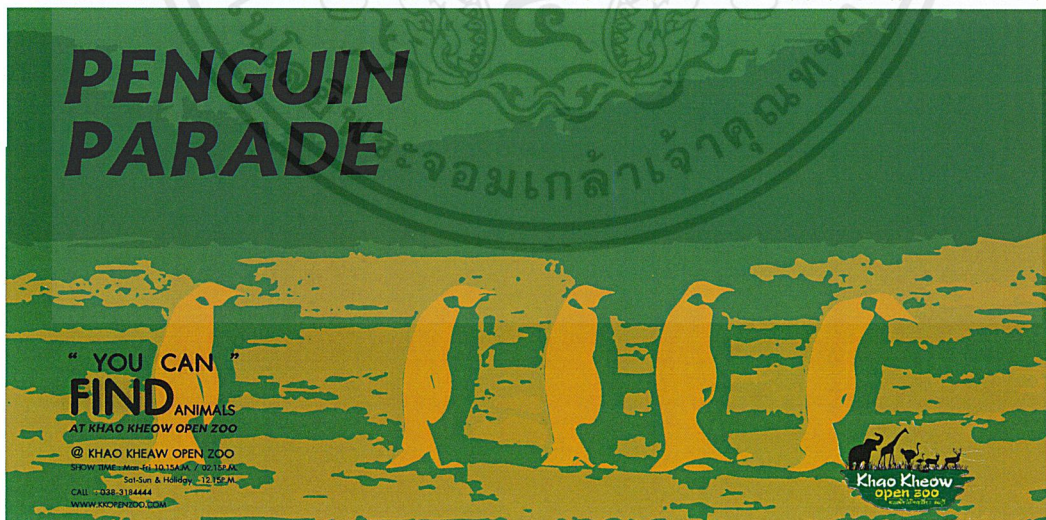
รูปที่ 4.8 สื่อจัดแสดงหุ่นจำลอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 ป้ายโฆษณา พัฒนาจากแบบจำลองที่ยังไม่แตกต่างจากสื่ออื่น โดยการใส่เรื่องราวที่เป็นกิจกรรมโชว์ต่างๆในสวนสัตว์ และใช้ภาพกิจกรรมโชว์ภายในสวนสัตว์มาสร้างเป็นกราฟิกให้กับสื่อ ใส่ข้อมูลที่เป็นเวลาในการแสดงโชว์ และปรับกราฟิกให้ดูมองไม่ซ้ำ มีความกลมกลืนกันของสัตว์กับพื้นหลัง เพื่อสร้างลูกเล่นในการมอง เพื่อคงแนวคิดของงานที่เป็นการช้อนหา เนื่องจากสื่อที่เป็นป้ายโฆษณามีขนาดใหญ่ และอยู่ตามบริเวณที่ไม่สามารถจะใช้เทคนิคในการส่องได้อย่างสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์



รูปที่ 4.9 ป้ายโฆษณา

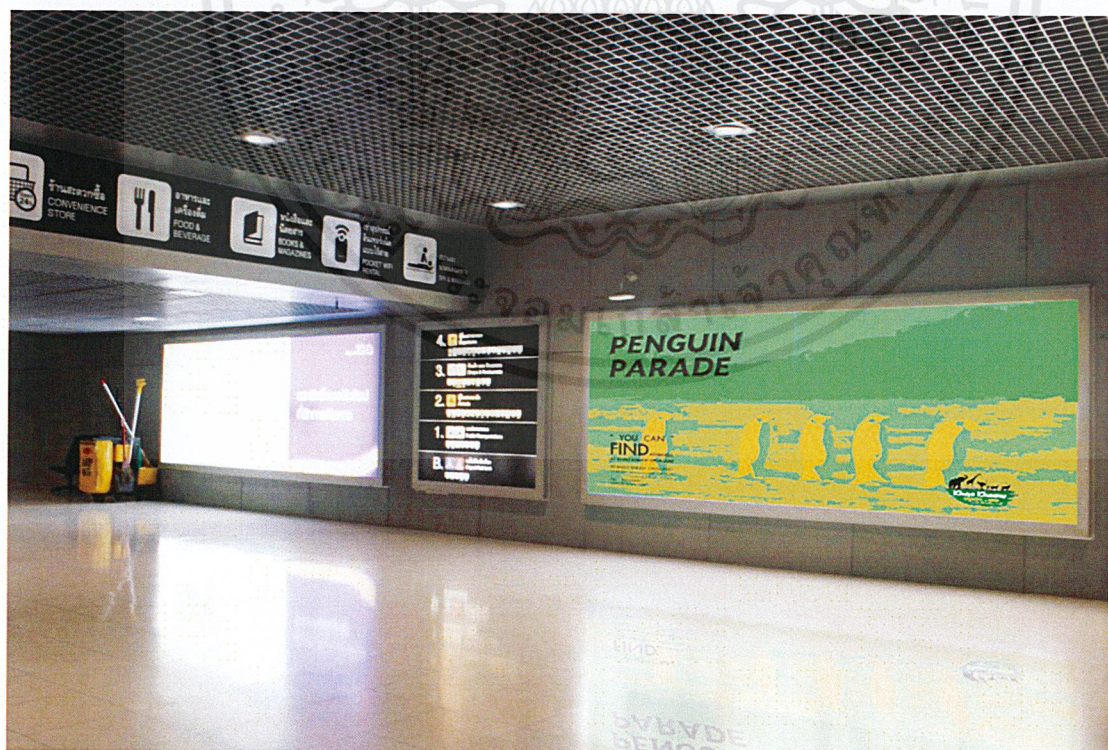


รูปที่ 4.10 ป้ายโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



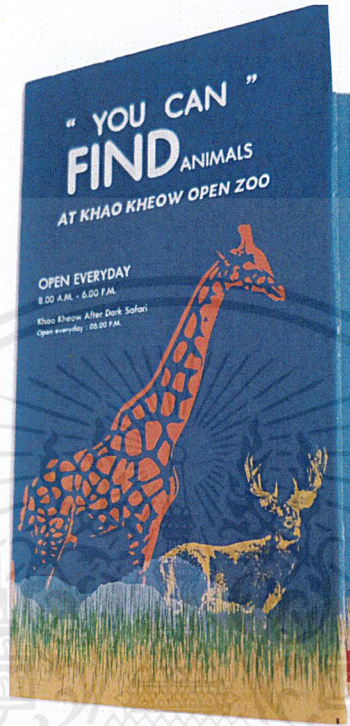
รูปที่ 4.11 ป้ายโฆษณาบริเวณบันไดเลื่อน



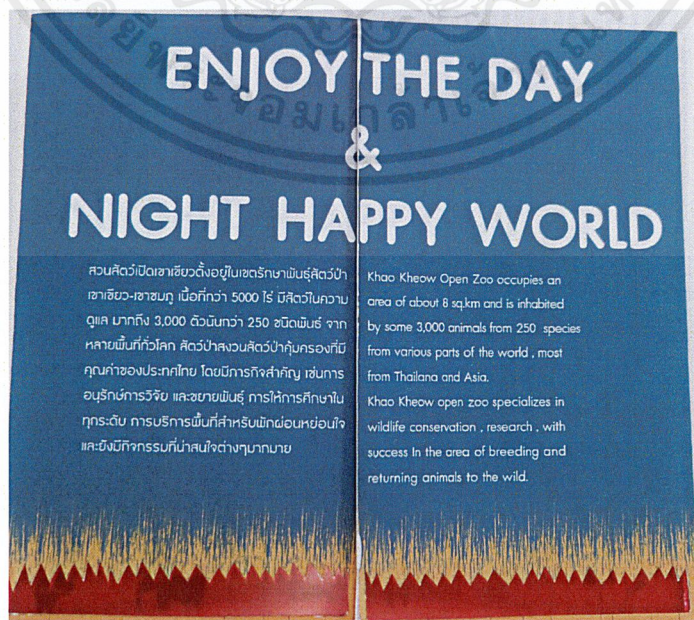
รูปที่ 4.12 ป้ายโฆษณาบริเวณทางไปสถานีรถไฟฟ้าเชื่อมต่อสนามบินสุวรรณภูมิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.5 แผ่นพับ พัฒนาจากแบบจำลอง ที่ยังเรียบเรียงเนื้อหาได้ไม่ดี อ่านลำบาก และขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสื่ออื่น จึงเรียบเรียงข้อมูลใหม่ให้อ่านง่ายขึ้นโดยการใช้กราฟิกเข้ามาช่วย เปลี่ยนรูปแบบโน้ตบุ๊ก ปรับสีและขนาดตัวอักษรให้เข้ากับสื่ออื่น และปรับตำแหน่งการวางตัวอักษร และภาพของงานให้สวยงามมากขึ้น

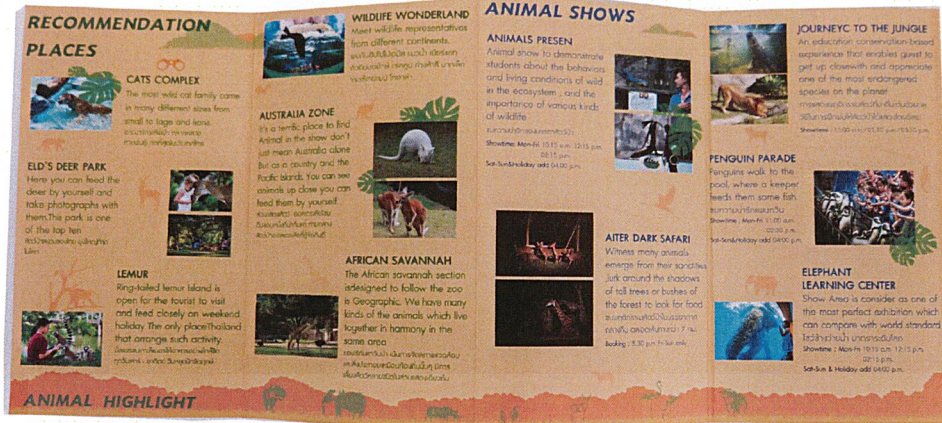


รูปที่ 4.13 แผ่นพับ

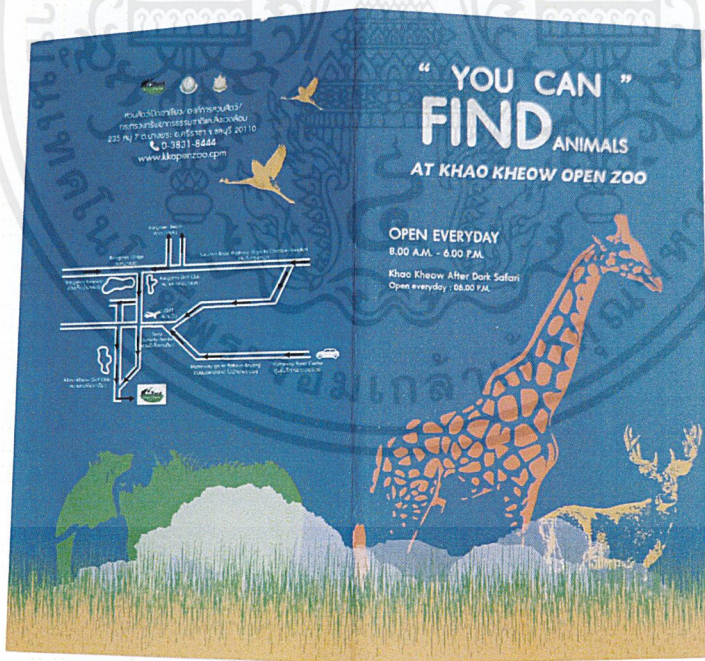


รูปที่ 4.14 Brochure

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.15 Brochure



รูปที่ 4.16 Brochure

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 แผ่นนำเสนอผลงานออกแบบ

จากการรวบรวมข้อมูล และขั้นตอนการทำสื่อประชาสัมพันธ์ จึงได้มีการทำแผ่นนำเสนอผลงานที่รวบรวมการทำงาน และรวบรวมสื่อทั้งหมดที่เป็นผลงานออกแบบ ได้ดังนี้

BIG IDEA
เป็นสื่อที่ช่วยเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่า

DESIGN CONCEPT
สื่อที่ช่วยเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่า โดยเน้นไปที่การเรียนรู้เกี่ยวกับสัตว์ป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ และสัตว์ป่าที่หายาก

USER TARGET

กลุ่มเป้าหมายหลัก (Main Target)
ผู้เข้าชมในสวนสัตว์

กลุ่มเป้าหมายรอง (Second Target)
นักท่องเที่ยว

SCENARIO การทำงานของสื่อ

ACTION

บนเครื่องบิน

รับกระเป๋า

ออกจากแทล

เดินไปทางออก 8 (กิจกรรม 8 ทางขึ้นชั้น 1 โรงแรม)

ขึ้นรถกอล์ฟ





บนเครื่องบิน

หนังสือแนะนำท่องเที่ยว

MEDIA

CONTENT

"บอกให้รู้จักสวนสัตว์ว่า เป็นสถานที่ที่ควรไปเยี่ยมชม"

รับกระเป๋า

รถรับกระเป๋า

MEDIA

CONTENT

"แนะนำสวน"

ออกจากแทล

MEDIA

SCRIPTURE

CONTENT

"แนะนำสวนสัตว์จากแทลท่องเที่ยว"

เป็น SCRIPTURE ที่ช่วยเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสวนสัตว์ และช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รู้เกี่ยวกับสวนสัตว์มากขึ้น

เดินไปทางออก 8 (กิจกรรม 8)

MEDIA

ป้ายชี้หนทาง

CONTENT

"บอกทางเข้าออกของสวน"

ขึ้นรถกอล์ฟ

MEDIA

BROCHURE

CONTENT

กิจกรรมที่สวนสัตว์

สื่อที่ช่วยเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับสวนสัตว์

รูปที่ 4.17 แผ่นแสดงผลงานออกแบบ

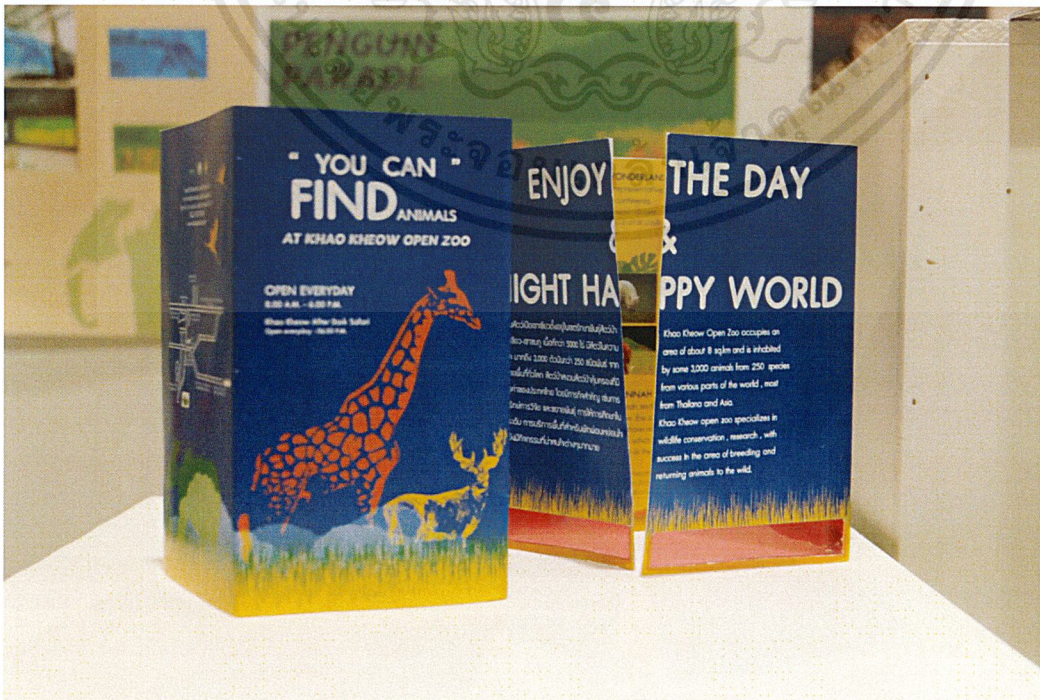
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การจัดแสดงผลงานการออกแบบ

จากผลงานการออกแบบครั้งสุดท้าย ได้มีการจัดพื้นที่แสดงผลงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวบรวมรูปภาพพื้นที่การจัดแสดง ดังต่อไปนี้



รูปที่ 4.18 พื้นที่การจัดแสดงผลงาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
รูปที่ 4.19 พื้นที่การจัดแสดงผลงาน
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี มีการสรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ ดังนี้

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

5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี มีผลงานออกแบบทั้งหมด ดังต่อไปนี้

- 5.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์
 - 1) สื่อโฆษณาบนหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 3 ชิ้น
 - 2) แผ่นพับแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับสวนสัตว์ จำนวน 3 ชิ้น
- 5.1.2 สื่อจัดตั้งในพื้นที่
 - 1) กราฟิคนรถเข็นกระเปาะของสนามบิน จำนวน 4 ชิ้น
 - 2) ป้ายโฆษณาในสนามบินสุวรรณภูมิ จำนวน 2 ชิ้น
- 5.1.3 สื่อจัดแสดงในพื้นที่
 - 1) นำเสนอด้วยหุ่นจำลอง อัตราส่วน 2:5

5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ

ผลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี สามารถอภิปราย รายงานการออกแบบ ได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 ขั้นตอนการรับรู้สื่อ

จากการวิเคราะห์ปัญหา ที่มาของโครงการ สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ทำให้ทราบว่าสวนสัตว์เปิดเขาเขียว ต้องการเป็นสวนสัตว์ที่ก้าวไกลติดอันดับโลก แต่ภาพลักษณ์และการบริการใหม่ๆ ภายในสวนสัตว์ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติ จึงออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการโปรโมทการบริการใหม่ๆ ของสวนสัตว์ โดยกำหนดขั้นตอนการรับรู้สื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้สื่อเป็นที่พบเห็นของนักท่องเที่ยวได้ดีและตรงจุด

5.2.2 จุดเด่น และจุดด้อยของสื่อประชาสัมพันธ์

จุดเด่น คือ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์สวนสัตว์รูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากสวนสัตว์อื่น มีสื่อหลากหลายรูปแบบ หลายหลายช่องทางในการพบเห็นสื่อ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มามีส่วนร่วมในการร่วมสนุกเมื่อได้พบเห็นสื่อ ทำให้สื่อเป็นที่สนใจ และเป็นที่จดจำ จากนั้นนักท่องเที่ยวจะรับรู้ว่ามีสื่อต้องการนำเสนอเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว และเกิดความสนใจอยากที่จะไปเยี่ยมชมสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี

จุดด้อย คือ สื่อประชาสัมพันธ์บางอย่างไม่สามารถใช้เวลาจัดตั้งและอยู่กับสื่อได้ไม่นาน จึงต้องวิเคราะห์สถานที่ที่จะจัดตั้งสื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพได้มากที่สุดเมื่อพบเห็นสื่อ อาจจะต้องสร้างเรื่องราวบางอย่าง หรือสร้างสิ่งที่ทำให้คนจดจำสื่อของเราได้ พร้อมกับสื่อสารให้คนเข้าใจและต้องส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้ดี

5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

จากการนำเสนองานออกแบบ สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 ผลงานการออกแบบยังไม่สามารถสร้างความชัดเจนของแบรนด์สวนสัตว์เปิดเขาเขียว ได้มากพอ ผลงานการออกแบบยังดูไม่รู้ว่า เป็นสื่อประชาสัมพันธ์จากสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จึงควรเน้นตราสัญลักษณ์หรือใส่ความเป็นสวนสัตว์เปิดเขาเขียวลงไปให้มากกว่านี้

5.3.2 ควรเพิ่มลูกเล่น เพิ่มความสนุก และความน่าสนใจของสื่อแต่ละสื่อให้มากกว่านี้ หรือจะสร้างเรื่องราวบางอย่างให้คนเห็นแล้วเป็นที่จดจำ นึกถึงสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

5.3.3 ปรับระยะเวลาการยื่นมองของหุ่นจำลอง ให้เหมาะสมกับการมองเห็นผลงาน

5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

จากการนำเสนองานออกแบบ สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.4.1 ผลงานการออกแบบสุดท้ายควรออกแบบผลงานได้เรียบร้อยและสวยงามมากกว่านี้

5.4.2 ควรจะคิดและเรียบเรียงการทำงานให้มีความสุข และตอบวัตถุประสงค์ของงานที่เคยตั้งไว้ในตอนแรก

5.4.3 เพิ่มลูกเล่นของแต่ละสื่อ ให้แตกต่างกันไปไม่ซ้ำเดิม

บรรณานุกรม

- ชวัลนุช. (2556). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตามกลุ่มตลาดการท่องเที่ยว [Blog]. เข้าถึงได้จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com>.
- ทนบ ศิริปิยนาค. (2560, 4 กันยายน). ข้อมูลสวนสัตว์เปิดเขาเขียว. สัมภาษณ์โดย นภัสกร จันทร์ดี, จังหวัดชลบุรี : สวนสัตว์เปิดเขาเขียว.
- ไทยทัวร์ อินโฟ. (2556). สวนสัตว์เปิดเขาเขียว ชลบุรี [Website]. เข้าถึงได้จาก <https://www.thai-tour.com/about-us-thai.html>.
- เพ็ญพิชา. (2556). เลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างไรให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย [Blog]. เข้าถึงได้จาก <http://203.157.7.7/KM/blog/Comment.php?IDWH=229>
- ไพศาล กาญจนวงศ์. (2558). นิเทศศาสตร์กับการท่องเที่ยว[E-learnng]. เข้าถึงได้จาก <http://coursewares.mju.ac.th:81/TD335/td335>.
- ศศิธร. (2560, 24 มกราคม). การสื่อสารการตลาดครบวงจร (IMC- Integrated Marketing Communication) [Blog]. เข้าถึงได้จาก <http://aunsasitorn.blogspot.com/2017/01/imc-integrated-marketing-communication.html>
- สาวิตรี กระทุ่มทอง. (2555). คุณภาพบริการกับการตัดสินใจมาเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียวจังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สถาพร หาญพานิช. (2546). การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในสิ่งพิมพ์โฆษณา. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์. ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สวนสัตว์เปิดเขาเขียว. (2561). ข้อมูลสวนสัตว์เปิดเขาเขียว [Website]. เข้าถึงได้จาก http://www.khaokheow.zoothailand.org/ewt_news.php?nid=217
- องค์การสวนสัตว์ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2561). โครงสร้างขององค์การสวนสัตว์ [Website]. เข้าถึงได้จาก <http://www.zoothailand.org/index.php>
- Balcory Thailand. (2556). พาเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว [Blog]. เข้าถึงได้จาก <https://www.balconythailand.com/guide-to-siracha/พา+เที่ยว+สวนสัตว์เปิดเขาเขียว+แหล่งท่องเที่ยว+สำหรับครอบครัว>
- David, B. (2015). Lincoln Park Zoo Identity system [Website]. Retrieved from <http://files8.webydo.com/92/9288127/UploadedFiles/7519EE0D-C653-7C2B-2B6F-603B64F5EE1E.pdf>
- Jobson, C. (2014). Find The Hidden Animals In The Rainforest [Website]. Retrieved from <http://illusion.scene360.com/art67987/optical-illusions-findthe-hidden-animals-in-the-rainforest>.
- Jobson, C. (2015). Double Exposure Animal Portraits by Andreas Lie [Website]. Retrieved from <http://www.thisiscoossal.com/2015/05/double-exposure-animals-andreas-lie/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Journey To The Jungle. (2558). **ผีนป่าเขาเขียวและอาณาจักรสัตว์ป่า** [Website]. Retrieved from <http://www.journeytothejungle.com/thai/traveltips/index.html>.
- Katrika. (2008). **SF Zoo Critter Quest** [Blog]. Retrieved from <http://onefloorup.com/blog/2008/7/31/sf-zoo-critter-quest.html>
- Kaushik. (2010). **Creative Ad by Copenhagen Zoo** [Blog]. Retrieved from <http://www.amusingplanet.com/2010/10/creative-ad-by-copenhagen-zoo.html>
- Mark. (2011). **Advertising campaign by Amsterdam zoo Artis** [Blog]. Retrieved from <http://copyranter.blogspot.com/2011/07/copyranter-likes-something.html>
- Mengxi. (2014). **โปรโมทสวนสัตว์เปิดใหม่ด้วยการสร้างว่าสัตว์หลุดจากป่า หลงเข้ากรุง (Paris Zoological Park)** [Blog]. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/media-ads/traditional/ooh/zoo-paris/>
- Natthasith. (2018). **สื่อในการประชาสัมพันธ์** [Website]. Retrieved from <https://spark.adobe.com>
- Robin hicks.(2014).**Singapore Zoo gets creative with out-of-home to promote new River Safari attraction** [Blog]. Retrieved from <https://www.mumbrella.asia/2014/01/singapore-zoo-gets-creative-home-promote-river-safari-attraction>.
- Sofia Reis Franklin, M. **Marketing Plan For The Lisbon Zoo** (Master's thesis). Retrieved from <http://repositorio.iscte-iul.pt>.
- Tripadvisor. (2015). **Top 10 Zoo- World** [Website]. Retrieved from <http://th.tripadvisor.com/TravellersChoice-Attractions-cZoos>



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว
ที่มาเที่ยวในสวนสัตว์เปิดเขาเขียวจังหวัดชลบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

โครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์

ให้กับสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษากลุ่มเป้าหมาย และศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ที่มาเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี

1. ประเภทนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

- ครอบครัว นักเรียน/นักศึกษา วัยรุ่น ชาวต่างชาติ

2. รู้จักสวนสัตว์เปิดเขาเขียวจาก

- สื่อออนไลน์ บริษัททัวร์ โรงเรียน/มหาลัย เคยมา ไม่รู้จักมาก่อน

3. จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว

- ครั้งแรก 2-4 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง

4. เคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ใดของสวนสัตว์เปิดเขาเขียวบ้าง

- อินเทอร์เน็ต
 ป้ายโฆษณา
 แผ่นพับ ใบปลิว
 บอร์ดจัดแสดง
 โทรทัศน์
 อื่นๆ.....

5. ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ใดบ้าง เรียงลำดับจากมากไปน้อย

- สื่อออนไลน์
 สื่อจัดแสดง บูธ Campaign
 สื่อสิ่งพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ นิตยสาร หนังสือพิมพ์
 โทรทัศน์ วิทยุ
 ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวนภัสกร จันทร์ดี
 วัน-เดือน-ปีเกิด 22 พฤษภาคม 2538
 สถานที่เกิด จังหวัดชลบุรี
 ที่อยู่ปัจจุบัน 2/1 ม.1 ต.บ้านสวน อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี
 20000

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา

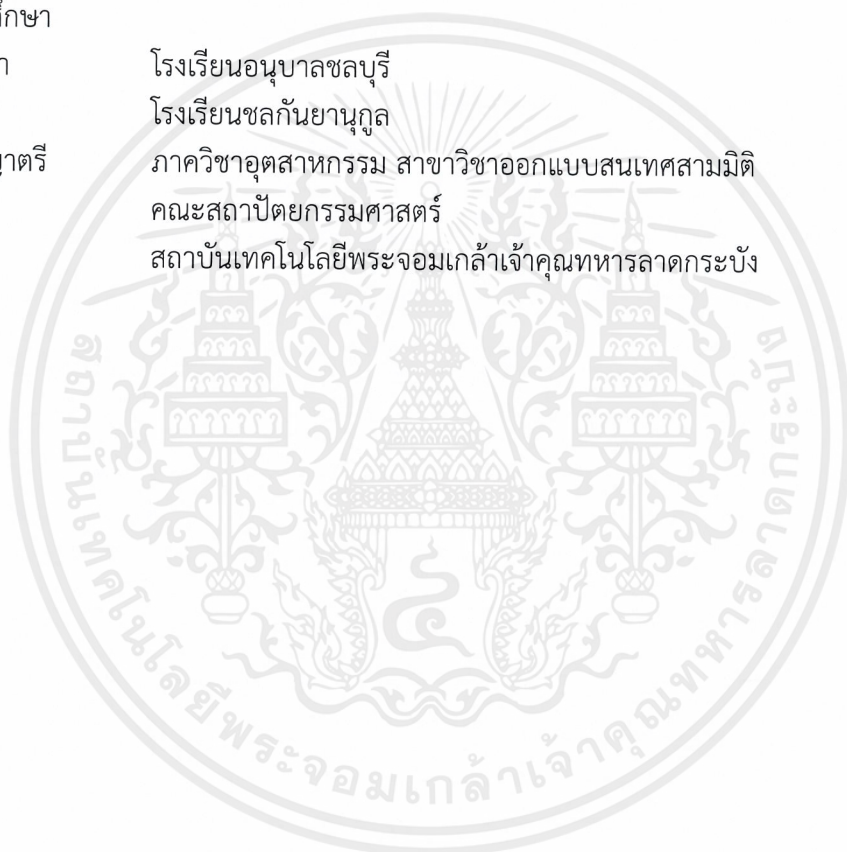
โรงเรียนอนุบาลชลบุรี

มัธยมศึกษา

โรงเรียนชลกันยานุกูล

ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาอุตสาหกรรม สาขาวิชาออกแบบสันทนเทศสามมิติ
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้