

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	ปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์.....	36
2.2	แรงกดดันการแข่งขัน 5 ประการ.....	39
2.3	P.E.S.T Analysis Framework	40
2.4	SWOT Analysis Framework.....	41
2.5	SWOT/TOWS Matrix.....	42
2.6	6 Ps เพื่อการบริหารงานบริการ.....	44
2.7	การมุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศ	46
2.8	สูตรการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ.....	49
2.9	องค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรม.....	50
2.10	ส่วนประกอบที่สำคัญของธุรกิจ.....	51
4.1	สถานที่ตั้งศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบ ดี เอ็มโพเรียม ชีอปปิง คอมเพล็กซ์...	62
4.2	ตราสัญลักษณ์ศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบ	63
4.3	ตราสัญลักษณ์ศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบพร้อมชื่อย่อภาษาอังกฤษ	64
4.4	ตราสัญลักษณ์ TCDC Resource Center	64
4.5	บรรยากาศในส่วน TCDC Resource Center.....	65
4.6	ตราสัญลักษณ์ Material ConneXion@Bangkok	67
4.7	ตัวอย่างวัสดุในส่วน Material ConneXion.....	67
4.8	ตราสัญลักษณ์และสินค้าร้านกาแฟดอยตุง	68
4.9	ตราสัญลักษณ์และสินค้าร้านอาหารภรณ์	69
4.10	ตัวอย่างอาหารภายในร้านภรณ์	70
4.11	ตัวอย่างของที่ระลึกของศูนย์ส่งเสริมการออกแบบ	71
4.12	ของที่ระลึกจากต่างประเทศที่นำมาจำหน่ายในศูนย์ส่งเสริมการออกแบบ	71
4.13	ภาพแสดงส่วนงานที่สำคัญในการบริหารจัดการองค์ความรู้ของ TCDC	73
4.14	ตราสัญลักษณ์อุทยานการเรียนรู้.....	76
4.15	สถานที่ตั้งอุทยานการเรียนรู้ เซ็นทรัลเวิลด์ ฟลาซ่า.....	77
4.16	ตัวอย่างการแบ่งพื้นที่ให้บริการของอุทยานการเรียนรู้.....	77

4.17	ตัวอย่างของที่ระลึกในอุทยานการเรียนรู้.....	78
4.18	ศูนย์การเรียนรู้เนกประสงค์	79
4.19	ลานสานฝัน	80
4.20	ห้องฉายภาพยนตร์	81
4.21	ศูนย์ฝึกอบรม IT 1-3.....	82
4.22	ศูนย์ฝึกอบรม IT 4 ห้องแมคอินทอช	83
4.23	ตราสัญลักษณ์ห้องสมุดมารวย	85
4.24	บริเวณทางเข้าห้องสมุดมารวย	86
4.25	บรรยากาศในห้องสมุดมารวย.....	87
4.26	ตราสัญลักษณ์กระทรวงวัฒนธรรม.....	89
4.27	คุณนิติพงษ์ ห่อนาค.....	103
4.28	คุณสินชัย เปล่งพานิช	107
4.29	นายแพทย์สมิทธิ อารยะสกุล และผู้ศึกษา.....	110
4.30	การแบ่งสถานที่เก็บแบบสอบถาม จำนวน 500 ชุด.....	113
4.31	เพศของกลุ่มเป้าหมาย.....	114
4.32	สถานภาพของกลุ่มเป้าหมาย	115
4.33	อายุของกลุ่มเป้าหมาย.....	116
4.34	การศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย	117
4.35	อาชีพของกลุ่มเป้าหมาย	118
4.36	รายได้ของกลุ่มเป้าหมาย	119
4.37	ศูนย์บริการต่างๆ ที่กลุ่มเป้าหมายเคยใช้บริการ	120
4.38	ความถี่ในการใช้บริการ	121
4.39	เวลาที่เข้าใช้บริการต่อครั้ง.....	122
4.40	บุคคลที่เข้าใช้บริการร่วมกัน	123
4.41	สื่อที่ทำให้รู้จักศูนย์ต่างๆ	124
4.42	สื่อที่รับเป็นประจำ	125
4.43	กลุ่มเป้าหมายกับความรู้จักสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม.....	126
4.44	ความสนใจที่จะศึกษาในสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม.....	127
5.1	จามจุรีสแควร์.....	161

5.2	ที่ตั้งจามจุรีสแควร์	161
5.3	ตัวอย่างบัตรสมาชิก และบัตรผู้ให้บริการทั่วไป	162
5.4	ตราสัญลักษณ์ศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย	164
5.5	ตราสัญลักษณ์กับชื่อเต็มของศูนย์	164
5.6	การนำตราสัญลักษณ์ไปใช้กับคำขวัญ	165
5.7	แผนภูมิแสดงรูปแบบโครงสร้างขององค์กร	166
5.8	บรรยากาศภายในส่วนห้องสมุดสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม	181
5.9	บรรยากาศใน Hi-Speed Zone	182
5.10	บรรยากาศในห้องประชุมอเนกประสงค์	183
5.11	เครื่อง Espresso Book Machine	184
5.12	ตัวอย่างปกหนังสือรวมสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมประจำปี	186
5.13	ตัวอย่างการโฆษณาเป็นเว็บลิงค์	193
5.14	ตัวอย่างสื่อโฆษณาชุด รู้จัก TPDC วันนี้!	196
5.15	ตัวอย่างสื่อโฆษณาชุด รู้จัก TPDC วันนี้!	197
5.16	ตัวอย่างโฆษณาชุด“คุณลืม...ของสำคัญไปหรือเปล่า ?”	198
5.17	ตัวอย่างโฆษณาชุด“คุณลืม...ของสำคัญไปหรือเปล่า ?”	199
5.18	ตัวอย่างโฆษณาชุด“คุณลืม...ของสำคัญไปหรือเปล่า ?”	200
5.19	ตัวอย่างภาพโฆษณาชุด TPDC Ambassador	201
5.20	ตัวอย่างภาพโฆษณาชุด TPDC Ambassador	202
5.21	ตัวอย่างภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานนิทรรศการ	204
5.22	การโฆษณาประชาสัมพันธ์งานวันเด็ก	205