

## การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรสำหรับพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ของจังหวัดระยอง

นางสาวปาลิตา รักษาวงศ์ / นายสหภาพ กลีบลำเจียก

สาขาออกแบบสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาและหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร และสื่อส่งเสริมการตลาดที่สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างความน่าสนใจให้กับพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง ซึ่งที่ผ่านมาพิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นแหล่งความรู้เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัตว์ทะเลที่สำคัญของจังหวัดระยองและเคยมีผู้ให้ความสนใจเข้าชมเป็นจำนวนมากแต่มาภายหลังจำนวนผู้ใช้บริการลดน้อยลงมาก เนื่องด้วยสถานที่ที่เริ่มเก่าลงตามเวลา ขาดการบูรณะสถานที่ที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรใหม่เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ให้เหมาะสมเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง ๑๐-๑๕ ปี และนำมาใช้เป็นแนวทางออกแบบสื่อส่งเสริมการตลาดให้น่าสนใจมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือ ๑. เพื่อศึกษาหาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง ๒.หาแนวทางการนำอัตลักษณ์องค์กรไปใช้ออกแบบสื่อส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ของพิพิธภัณฑ์ได้ โดยผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยด้วยการสร้างแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินการวิจัยเพื่อสอบถามกลุ่มเป้าหมาย ๕๐ คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาพันธุ์สัตว์น้ำ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในการศึกษาพันธุ์สัตว์น้ำ และได้ผลการวิจัยเป็นเครื่องมือเพื่อใช้เป็นกรอบในการทำงานออกแบบคือ ๑.การใช้ตราสัญลักษณ์ในรูปแบบเอมเบลม (emblem) ๒.รูปแบบตัวอักษรแบบตัวเขียนในภาษาไทย ๓.รูปแบบตัวอักษรแบบดิสเพลย์ในภาษาอังกฤษ ๔.รูปแบบการใช้สีแบบตัดกัน

**คำสำคัญ :** อัตลักษณ์องค์กร, นักท่องเที่ยว, พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ, สื่อส่งเสริมการขาย, ระยอง

**Corporate identity Design for aquarium  
to present the Rayong province image**

**Palita Raksawong / Sahapop Gleblumjeak**

Printing and Packaging Design, Faculty of Industrial Technology, SSRU

**ABSTRACT**

The purpose of this research is studying and finding to corporate identity design and marketing promotion materials that can attract attention to interested Rayong aquarium. In the past, there were a lot of visitors, but later the number of users decreased. The researcher therefore saw the importance of designing a new corporate identity in order to penetrate the target group at the age about 10-15 years old. Moreover, corporate identity design can be materials for marketing tools design ex. media, souvenir, signage etc. The objectives of the research 1. Find design tools for corporate identity design that can create interest for the aquarium in Rayong province. 2. Find ways to bring corporate identity to design other marketing promotional materials for the aquarium. The research tool is questionnaire for 50 people. The participants are students and tourists groups who interested in aquatic animals. The research results are design tools 1. Emblem logo is logo type. 2. Thai font is hand-writing type. 3. English font is display type. 4. Contrast color technique is used.

**Keywords:** corporate identity, tourist, aquarium, promotion, Rayong

## บทนำ

พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำแห่งนี้มีความสำคัญต่อชุมชนบ้านเพชรของจังหวัดระยองเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งเดียวของจังหวัดที่มีการแสดงเกี่ยวกับพันธุ์สัตว์น้ำในจังหวัด รวมถึงเป็นแหล่งศึกษาทรัพยากรทางทะเลของจังหวัดที่สำคัญ แต่ปัจจุบันนี้ได้เกิดปัญหาเรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปชมธรรมชาติของสัตว์น้ำนั้นมีจำนวนลดลงเป็นอย่างมากต่อเนื่อง เนื่องจากสถานที่เริ่มเก่าตามเวลารวมถึงการขาดการบูรณะสถานที่และยังขาดการประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญนี้ให้เป็นที่รู้จัก ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ถ้ามีการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่ดีให้เข้ากับสถานที่แห่งนี้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นจะสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการการตลาดต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจกับองค์กรนี้ได้ รวมถึงการนำมาใช้เพื่อการออกแบบสื่อส่งเสริมทางการตลาดอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้ให้กับองค์กรได้อีกส่วนหนึ่งด้วยอย่างเช่น ของที่ระลึก เป็นต้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. แนวทางการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง

๒. หาแนวทางการนำอัตลักษณ์องค์กรไปใช้ในการออกแบบสื่อส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ของพิพิธภัณฑ์ได้

## ระเบียบวิธีวิจัย

๑. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

๑.๑ ประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่สนใจในการศึกษาเกี่ยวกับพันธุ์สัตว์น้ำ

๑.๒ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ กลุ่มนักเรียนที่อยู่ในวัยเรียน จำนวน ๕๐ คน ทั้งเพศหญิง/ชาย อายุ ๑๐-๑๕ ปี

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

๒.๑ แบบสอบถาม มีทั้งหมด ๕๐ ชุด โดยเก็บข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการออกแบบ โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักเรียนที่อยู่ในวัยเรียน จำนวน ๕๐ คน ทั้งเพศหญิง/ชาย อายุ ๑๐-๑๕ ปี

๒.๒ ลักษณะการสุ่มกลุ่มตัวอย่างคือ วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

๓. ประเภทข้อมูล

๓.๑ ข้อมูลภาคปฐมภูมิ จากการตอบสนองแบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเกตพฤติกรรมและสัมภาษณ์โดยตรงกับกลุ่มตัวอย่าง

๓.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีการออกแบบที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากวรรณกรรม การออกแบบต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการทำตัวอย่างงานออกแบบเพื่อนำไปทำแบบสอบถาม

#### ๔. การวิเคราะห์ข้อมูล

๔.๑ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน

๔.๒ แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง และระดับความเห็นในการออกแบบวิเคราะห์ข้อมูลประเมินโดยการใช้ค่าเฉลี่ย

#### ๕. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

๕.๑ ค่าร้อยละ

๕.๒ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

๖. นำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์เพื่อทำการออกแบบ

### ผลการวิจัย

๑. ลักษณะตราสัญลักษณ์ที่จะนำมาออกแบบเป็นตราสัญลักษณ์ประเภทเอมเบลม (Emblem)

๒. ได้รูปแบบลักษณะของตัวอักษรภาษาไทยแบบลายมือ

๓. ได้รูปแบบลักษณะของตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบดิสเพลย์

๔. ได้หลักการใช้สีในรูปแบบการใช้สีตัดกัน

### สรุปและอภิปราย

จากการศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยองสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

๑. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่แสดงถึงความเป็นจังหวัดระยองและเหมาะสมสำหรับเด็กอายุ ๑๐-๑๕ ปี

๒. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

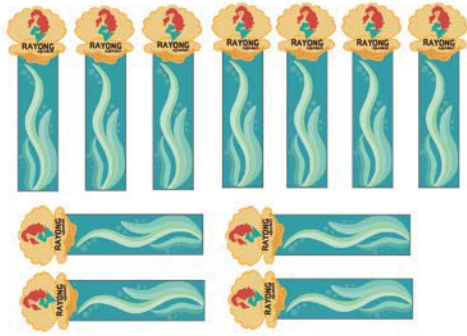
๓. ออกแบบสื่อส่งเสริมการตลาดที่มีความน่าสนใจและสื่อถึงความเป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ



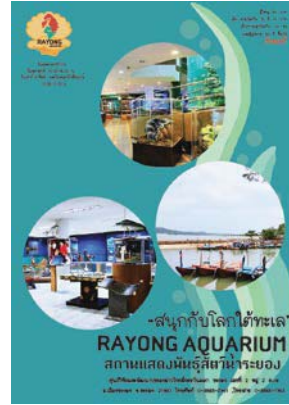
ภาพที่ ๑ ภาพงานออกแบบตราสัญลักษณ์



ภาพที่ ๒ ตัวอย่างตัวเข้าชม



ภาพที่ ๓ ภาพงานออกแบบที่ขึ้นหนังสือ



ภาพที่ ๗ ภาพโปสเตอร์แนวตั้ง



ภาพที่ ๔ ภาพงานออกแบบที่รองแก้ว



ภาพที่ ๕ ภาพงานออกแบบนามบัตร



ภาพที่ ๖ ภาพโปสเตอร์แนวนอน

### ข้อเสนอแนะ

๑. พัฒนาการนำภาพกราฟิกหลัก (Key Visual) ไปใช้ในการออกแบบให้มีความน่าสนใจและเหมาะสมกับการใช้งาน
๒. พัฒนาการจัดวางและตรวจสอบรายละเอียดในการออกแบบให้รอบคอบมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของคุณสมบัตินำมาใส่ในงานออกแบบ
๓. ศึกษาการใช้เครื่องมือและโปรแกรมทางการออกแบบเพื่อสร้างหลากหลายในการทำงาน

### เอกสารอ้างอิง

- CORPORATE IDENTITY- อัตลักษณ์องค์กร[online].(5,2561.เมษายน)
- สัตว์น้ำที่อาศัยในแนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม[online].(5,2561.เมษายน)
- การเดินทางภายในระยอง [online].(5,2561.เมษายน)
- ข้อมูลทั่วไปจังหวัดระยอง [online].(5,2561.เมษายน)

การประชุมวิชาการสำหรับนักศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๒  
The Second FIT SSRU Conference 2019

การเลือกใช้ฟอนต์สำหรับงาน

นำเสนอ [online].(5,2561.เมษายน)

การใช้สีเพื่อเพิ่มความโดดเด่นในการ

ออกแบบ [online].(5,2561.เมษายน)