

## การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโลกของช้าง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์

กฤษฎี ทุลวรรณนะ<sup>1</sup>, นฤมล เชื้อชัย<sup>2</sup>, สุภัทรา ลูกรักษ์<sup>3</sup>, ดวงรัตน์ ด่านไธยนา<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> สาขาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: <sup>1</sup>Krit.tu@ssru.ac.th

Received: Nov 25, 2024

Revised: Apr 25, 2025

Accepted: May 07, 2025

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งโครงการโลกของช้างนั้นเป็นสถานที่ที่มีการให้ความรู้เกี่ยวกับช้างและวัฒนธรรมชาวกูยเลี้ยงช้างที่มีมาช้านาน โครงการโลกของช้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้างแบบครบวงจร อย่างไรก็ตามเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ลดความนิยมลงจากนักท่องเที่ยว ทำให้ขาดรายได้ในการเลี้ยงดูช้าง งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม ดำเนินการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการลงสำรวจพื้นที่รวมถึงการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภายในโครงการ จำนวน 1 คน และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากร จำนวน 113 คน

สรุปผลการวิจัยการเก็บข้อมูลพบว่า การนำเสนอเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวกูยเลี้ยงช้าง 1.จังหวัดสุรินทร์ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง คือ ช้าง คิดเป็นร้อยละ 37.9 และเทศกาลงานช้าง คิดเป็นร้อยละ 21.8 2.บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวในโครงการโลกของช้าง คือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 61.1 และตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 31.9 3.ช่องทางการสื่อสารที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักโครงการโลกของช้าง คือ สื่อโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 43.2 และคนรอบตัวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 20.7 4.ในความคิดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเสน่ห์ของช้างไทย คือ ความน่ารักแสนซน คิดเป็นร้อยละ 65.5 และความเฉลียวฉลาด คิดเป็นร้อยละ 20.4 5.การท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้างที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง คือ เรียนรู้วิถีชีวิตของคนและช้าง คิดเป็นร้อยละ 60.2 และการทำกิจกรรมร่วมกับช้าง คิดเป็นร้อยละ 20.4 ส่วนที่ 2 ผลวิจัยที่ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลวิจัยพบว่า 1.ตราสัญลักษณ์ในการนำไปใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ Combination Mark คิดเป็นร้อยละ 61.9 และอันดับสอง คือ Mascot Mark คิดเป็นร้อยละ 20.4 2.ตัวอักษรที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ ตัวอักษรแบบไม่มีหัว / ไม่มีเชิง (Sans Serif) คิดเป็นร้อยละ 47.8 และอันดับสอง ตัวอักษรแบบมีหัว / มีเชิง (Serif) คิดเป็นร้อยละ 28.3 3.บุคลิกภาพสีที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ Natural (เป็นธรรมชาติ) คิดเป็นร้อยละ 15.9 และอันดับสอง Friendly (เป็นมิตร) คิดเป็นร้อยละ 10.2 4.ภาพประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง ภาพประกอบแบบกราฟิก คิดเป็นร้อยละ 66.4

**ความสำคัญ :** การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์, ชาวกูยเลี้ยงช้าง, ส่งเสริมการท่องเที่ยว

## Public relations media design for the Elephant World project for promote tourism in Surin Province.

Krit Tulvandhana<sup>1</sup>, Naruemon Chueachai<sup>2</sup>, Supatra Lookraks<sup>3</sup>,  
Duangrat Danthainum<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Graphic and Multimedia Design, Engineering and Industrial Technology,

Suan Sunandha Rajabhat University

Email: <sup>1</sup>Krit.tu@ssru.ac.th

Received: Nov 25, 2024

Revised: Apr 25, 2025

Accepted: May 07, 2025

### Abstract

The Elephant World Project is a tourism destination that provides knowledge about elephants and the traditional culture of the Kuy people, who have been raising elephants for generations. It is considered a comprehensive elephant tourism attraction. However, in recent years, its popularity has declined, leading to a loss of income necessary for elephant care. This research aims to study and develop effective promotional media to boost tourism. A mixed-methods approach was used, combining qualitative data collection through field surveys and interviews with one project staff member, and quantitative data gathered via questionnaires from 113 participants. Part 1: Analysis of Tourism Behavior 1. When thinking of Surin Province, most respondents associated it with elephants (37.9%) and the Elephant Festival (21.8%) 2. The primary decision-makers for visiting the Elephant World Project were family members (61.1%) and individuals themselves (31.9%) 3. The most common way respondents learned about the project was through social media (43.2%), followed by recommendations from friends and family (20.7%) 4. The most appealing qualities of Thai elephants, according to respondents, were their playful and adorable nature (65.5%) and their intelligence (20.4%) 5. The most preferred elephant-related tourism activities were learning about the way of life of people and elephants (60.2%) and participating in activities with elephants (20.4%). Part 2: Findings on Promotional Media Design 1. The most preferred logo design style was the Combination Mark (61.9%), followed by the Mascot Mark (20.4%) 2. The most suitable font style for promotional materials was Sans Serif (47.8%), followed by Serif (28.3%) 3. The most appropriate color theme for the design was Natural (15.9%), followed by Friendly (10.2%) 4. The preferred illustration style was Graphic Illustration (66.4%).

**Keywords :** Media for Public Relations, Kui people raise elephants, Promote tourism

## บทนำ

โลกของช้าง (Elephant World) อยู่ในหมู่บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่บนพื้นที่ 500 ไร่ เป็นสถานที่เป็นศูนย์การเรียนรู้ศึกษาเกี่ยวกับช้างแบบครบวงจร สำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาจะได้รับ ความตื่นตาตื่นใจ ไม่ว่าจะมองไปทางไหนภายในหมู่บ้านจะมีช้างอยู่ร่วมชายคาบ้านเกือบทุกหลัง เปรียบเสมือนสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่ได้ใกล้ชิดกับช้าง เรียนรู้วิถีชีวิตและการเป็น ความรู้ช้างแบบใกล้ชิด นอกจากนั้นแล้วสภาพแวดล้อมยังมีความเป็นธรรมชาติ มีสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่น ที่นี้ยังคงมีกิจกรรมที่น่าสนใจและความสนุกให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งการให้อาหารช้างแสนรู้ พาเหรดช้าง ช้างปาลูกโป่ง ช้างวาดภาพ ช้างนวด ช้างชู้ตบาส และการนั่งวงช้าง นอกจากการแสดงแล้วผู้เข้าชมสามารถให้อาหารช้าง และร่วมสนับสนุนภาพวาดของช้างกลับไปเป็นที่ระลึกอีกด้วย และมีการแสดงทุกวัน วันละ 2 รอบ 10.30 น. และ 14.30 น. ไม่เว้นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ หรือจะเป็นพาช้างเล่นน้ำที่วังทะลุ เป็นสายน้ำที่แวดล้อมไปด้วยป่าที่มีขนาดใหญ่ ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ อีกทั้งยังเป็นที่พักผ่อนของช้างในหมู่บ้านยามเย็น กิจกรรมช้างแท็กซีและนั่งรถชมชนชาวช้าง ที่จะพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชีวิตภายในโครงการและภายในหมู่บ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ โครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ แห่งนี้เป็นอีกแหล่งเรียนรู้และ ศูนย์อนุรักษ์เกี่ยวกับช้างที่คุ้มค่าแก่การมาเยือน และมีการพัฒนาโครงการอยู่ตลอดเวลา ควรได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่แห่งนี้ (Sirivechkul, 2018). แต่ด้วยตัวสถานที่นั้นอยู่ในพื้นที่ชนบท และการทำสื่อประชาสัมพันธ์อาจจะยังไม่มีที่น่าสนใจมากนัก ยังไม่มีเอกลักษณ์

มากพอ จึงได้เกิดแนวทางในงานออกแบบที่จะทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและออกแบบให้ดูทันสมัย โดดเด่นน่าสนใจนักท่องเที่ยวและมีประโยชน์ต่อการเป็นคู่มือในการแนะนำสถานที่ บอกข้อมูลความสำคัญของสถานที่นี้ ในรูปแบบที่ดูน่าสนใจและเข้าใจง่าย

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร สร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาชมศูนย์อนุรักษ์ (ภัทรวรรณ ฤทธิญา เศรษฐนนทวัฒน์, 2562). การท่องเที่ยวเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้ชุมชนชาวกูย และหมู่บ้านช้างในตำบล กระโพ จังหวัดสุรินทร์นั้น เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น ช่วยให้สังคมตระหนักถึงความสำคัญของอัตลักษณ์ชุมชนที่ ค่อย ๆ เลือนหายไปตามกาลเวลา อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมและสร้างรายได้ให้คนในชุมชน ทำให้ความอยู่ดีมีสุขได้อยู่ในถิ่นกำเนิดของตน (ภูวดล สุวรรณบุตร, 2560)

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงประโยชน์ของการทำวิจัยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว โลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ให้กับสถานที่และกิจกรรมภายในโครงการให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างไม่ใช่เพียงแค่ว่าคนในจังหวัด เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับคนพื้นที่ ทั้งยังสามารถเผยแพร่ความงดงามของสถานที่แห่งออกไปสู่โลกกว้างยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและแนวทางในการนำเสนอสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวกูยเลี้ยงช้าง จังหวัดสุรินทร์ ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับคนในชุมชน

2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ

### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

กลุ่มชนชาวกูย เป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งในประเทศไทย ซึ่งอาศัยหนาแน่นในพื้นที่ภาคอีสานตอนล่างโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ อุบลราชธานีและสระแก้ว บางส่วน คำเรียกขานว่า “กูย” “กุย” หรือ “กวย” เป็นการออกเสียงที่แตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่นและยังจำแนกชื่อเรียกตามวิถีชีวิต อาทิ กูยขร หมายถึง ชาวกูยที่ประกอบอาชีพทำนา กูยแฉก หมายถึง กลุ่มชาวกูยที่ประกอบอาชีพตัดไม้ และกูยอะจิง หรือ กูยอาเจียง คือ ชาวกูยที่ประกอบอาชีพเลี้ยงช้าง (ภูวดล สุวรรณบุตร, 2560)

#### การส่งเสริมการท่องเที่ยว

เป็นกระบวนการใช้ประโยชน์จากต้นทุนทรัพยากรในพื้นที่หรือบริเวณที่มี คุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า หรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถ สะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือ ขนบธรรมเนียมประเพณี (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556)

### การออกแบบอัตลักษณ์ (Corporate Identity Design)

หมายถึง หลักเกณฑ์ทางวัฒนธรรมและมนุษย์บนโลกที่สรุปความหมายในการเป็นตัวตนของตนเอง โดยเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมใน 3 ระดับ คือ ความเป็นปัจเจก ความเป็นกลุ่มและความเป็นสังคม โดยอาศัยการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยง (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2559) โดยอาศัยองค์ประกอบของกราฟิก เช่น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ภาพประกอบ ฯลฯ อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย การออกแบบอัตลักษณ์ (Corporate Identity Design) หมายถึง การนำองค์ประกอบต่างๆ ทางเรขาคณิต เช่น ภาพ ตัวอักษร สี ฯลฯ นำมาออกแบบเป็นตราสัญลักษณ์ เพื่อสื่อความหมายของสินค้า และบริการ ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และสร้างการจดจำ (ชลิดา รัชตะพงศ์ธร, 2565)

#### ตราสัญลักษณ์ (Logo)

ความหมายของตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ (Logo) มาจากคำว่า Logotype หมายถึง สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ตัวแทน หรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งที่บ่งบอก ประเภท รูปแบบ หรือรูปพรรณสัณฐานของสิ่งที่เป็นเจ้าของสัญลักษณ์ หรือโลโก้นั้น ๆ ดังนั้นจึงมีความหมายอย่างมากต่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งตราสัญลักษณ์จะเป็นตัวช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือ หรือเป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคต่อองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประเภทของตราสัญลักษณ์ประกอบไปด้วย

1. **Monogram** หรือ Lettermarks ใช้กับแบรนด์ที่มีชื่อยาว และต้องการย่อให้สั้น โดยใช้ตัวย่อมาประกอบเป็นชื่อใหม่ ที่มีจำนวนตัวอักษรไม่มาก อ่านและจำได้ง่าย โดยเน้นออกแบบให้

ตัวอักษรที่มีลักษณะพิเศษที่ต่างจากตัวอักษรทั่วไป เพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์และเพิ่มการจดจำ

2. **Wordmarks** หรือ **Logotypes** ใช้ชื่อแบรนด์มาตั้งเป็นโลโก้ โดยชื่อแบรนด์จะมีความสั้นและแปลกใหม่ในตัวเองอยู่แล้ว โดยไม่แน่ใจว่า จะต้องมีความหมายหรือใหม่ และจะเน้นออกแบบตัวอักษรให้มีความโดดเด่นเพื่อความเป็นเอกลักษณ์และจดจำได้ง่ายเช่นกัน

3. **Pictorial marks** หรือ **Logo symbols** เป็นโลโก้ที่เราอุปมาอุปไมยของที่มีอยู่แล้วเอามาเป็นตัวแทนของแบรนด์ ไม่มีตัวอักษรประกอบ อาจออกแบบเพิ่มเติมเพื่อทำให้มีจุดสังเกตที่แตกต่างไปจากเดิมเล็กน้อยแต่สามารถจดจำได้ง่าย โดยรูปที่นำมาใช้อาจเกี่ยวข้องกับมีนัยยะสำคัญเชิงลึกเกี่ยวกับแบรนด์ และมักใช้โลโก้ลักษณะนี้กับแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้ว

4. **Abstract marks** โลโก้ที่นำสัญลักษณ์หรือรูปของสิ่งที่มีอยู่แล้ว มาออกแบบประกอบกันให้เป็นรูปใหม่ที่สื่อถึงแบรนด์ผ่านการออกแบบรูปร่าง สีและลายเส้นได้อย่างเต็มที่ จนเกิดเป็นรูปร่างใหม่ที่มีเอกลักษณ์และไม่ซ้ำใคร

5. **Mascots** โลโก้ที่ใช้ตัวการ์ตูนมาเป็นตัวแทน โดยมักออกแบบเป็นรูปร่างคน เพื่อสื่อถึงความเข้าถึงง่าย เป็นมิตร และเข้าได้กับทุกเพศทุกวัย มักใช้กับแบรนด์ที่มีความขี้เล่นและมีความครบครันสูงมากกว่าแบรนด์ที่เน้นความหรูหรา ซับซ้อน หรือเชิงสังคมมากๆ และสิ่งที่สำคัญเมื่อออกแบบโลโก้เป็นตัวการ์ตูนจะมีรายละเอียดบางอย่างที่อาจหายไปเมื่อถูกพิมพ์ลงในบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก จะไม่สามารถเก็บรายละเอียดได้ครบเท่ากับโลโก้แบบอื่น ๆ

6. **The Combination marks** โลโก้ที่นำรูปภาพและตัวอักษรของชื่อแบรนด์มารวมกัน อาจวางข้างกัน ด้านบน ด้านล่าง หรือนำมาออกแบบรวมกันเป็นหนึ่งเดียว จุดเด่นคือสามารถ

มองเห็นรูปและชื่อไปได้อย่างพร้อมกันทำให้จำได้ทั้งชื่อและรูปได้ง่ายขึ้น

7. **The Emblem** โลโก้ที่มีความเป็นตราสัญลักษณ์ มักมีกรอบวงกลม สีเหลี่ยม หรือรูปโล่ และมีรายละเอียดด้านในเป็นรูปภาพและตัวอักษรที่ซับซ้อน มักเจอได้ในโลโก้สโมสรและโลโก้โรงเรียน สื่อถึงความมั่นคง หนักแน่น สุขุมและคลาสสิก แต่ข้อเสียเมื่ออยู่ในพื้นที่เล็กๆ รายละเอียดก็จะมองไม่เห็นได้ ทางแก้คือออกแบบให้มีความซับซ้อนน้อยที่สุดและยังคงความกรอบไว้ให้ได้

### ตัวอักษร (Typography)

Typography เปรียบเสมือนตัวแทนการสื่อสาร และส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์นั้น ๆ ที่จะสื่อสารไปยังผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายหลักของเราให้สามารถจดจำภาพลักษณ์แบรนด์ของเราได้ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกใช้ฟอนต์ที่เหมาะสมกับผู้ใช้ และแบรนด์ของตนเอง (Brand Identity)

รูปแบบของตัวอักษร คือ ตัวอักษรที่เราใช้งานกันอยู่ในปัจจุบันจะแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ **Serif** เป็นตัวอักษรแบบมีเชิงหรือมีฐาน อยู่ตรงปลาย, **San Serif** จะไม่มีฐานตรงส่วนปลาย, **Antique** เป็น Font ประดิษฐ์แบบโบราณ และ **Script** เป็น Font ที่มีลักษณะเหมือนลายมือ ทั้งลายมือแบบเป็นทางการและลายมือหวัด ๆ เหมือนลายมือเขียน

ตัวอักษรแบบเซอรัฟ (Serif) บางครั้งเรียกว่าตัวมีเชิง มีความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ในอดีตนิยมสำหรับการพิมพ์ข้อความยาว ๆ เนื่องจากอ่านได้ง่ายกว่าตัวอักษรไม่มีฐาน จะดูเป็นระเบียบ เป็นทางการ เหมาะจะใช้ในงานที่เป็นทางการ และต้องการความน่าเชื่อถือมาก ๆ

ตัวอักษรแบบแซนด์เซอรัฟ (San Serif) จะอ่านง่าย ดูทันสมัยมากกว่าแบบอื่น ๆ เหมาะจะใช้ในงานที่ต้องการความทันสมัยออกแนวไม่เป็นทางการมากนัก เป็นตัวพิมพ์ที่ไม่มีฐาน ส่วนใหญ่มีความหนาบางเท่ากันทุกตัวอักษร แต่ตัวอักษรที่มีความหนาบางไม่เท่ากันจะเรียกว่าตัวอักษรกอธิกส์ เป็นตัวอักษรที่อ่านยากกว่าตัวอักษรมีฐาน จึงนิยมใช้ในการพาดหัว แต่ด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์ในปัจจุบัน เราจึงเห็นตัวพิมพ์นี้ในข้อความที่ต่อเนื่อง เช่น ฟอนต์ Helvetica, Arial, Univers เป็นต้น

### การออกแบบภาพประกอบ

“ภาพประกอบ” หรือ “Illustration” มีความหมายที่กว้างมาก อาจเป็นภาพลายเส้น ภาพเขียน ภาพถ่าย ภาพเทคนิคต่าง ๆ ที่นำมาประกอบนวนิยาย เรื่องสั้น สารคดี แผ่นพับ โปสเตอร์ต่าง ๆ และอื่น ๆ ภาพประกอบซึ่งมี ผู้ที่นิยามความหมายไว้หลายความหมายได้ ดังนี้ (มานิต มานิตเจริญ, 2520)

1. ภาพประกอบ หมายถึง รูปที่ลงคู่กับเรื่องราวเพื่อให้เห็นเรื่องราวชัดเจนขึ้น (มานิต มานิตเจริญ, 2520)
2. ภาพประกอบ หมายถึง ภาพวาดขึ้นหรือนำมาแสดงเพื่อประกอบเรื่อง (ราชบัณฑิตสถาน, 2538)
3. Illustration หมายถึง การแสดงให้เห็นการอธิบาย ประกอบด้วยตัวอย่าง หรือภาพ การเขียน ภาพประกอบ
4. Illustration หมายถึง รูปภาพในหนังสือ ฯลฯ การแสดงให้เห็นบางสิ่งบางอย่างด้วยรูปภาพ

### ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือ ที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่

ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ส่วนกิจกรรมประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์สามารถนำกิจกรรมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงได้เพื่อให้เกิด Talk of the town เป็นสิ่งสำคัญ คือนักประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างกระแสให้เกิดขึ้นให้ได้ เพื่อส่งผลให้ได้รับ การเผยแพร่ในวงกว้าง

ความสำคัญของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1. เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
2. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยได้แบ่งขั้นตอนการดำเนินงานไว้ดังต่อไปนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่

#### ข้อมูลปฐมภูมิ (ข้อมูลภาคสนาม)

1) ศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านข้อมูลเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์และความเป็นมาของโครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์

2) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกลุ่มประชากร กลุ่มวัยทำงาน ตอนต้น บุคคลทั่วไป เพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก ที่มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี

#### ข้อมูลทุติยภูมิ (ข้อมูลภาคเอกสาร)

1) ศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลความเป็นมา และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์

2) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว

3) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ตราสัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพประกอบ

4) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

## ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลภาคปฐมภูมิและทุติยภูมิ

เพื่อหาแนวทางของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์

## ขั้นตอนที่ 3 การสร้างเครื่องมือวิจัย

1) แบบสอบถาม จากกลุ่มประชากรในช่วงอายุประมาณ 25-35 ปี

2) แบบสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ศูนย์คชศึกษาและผู้เชี่ยวชาญ

## ขั้นตอนที่ 4 การนำผลวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานในรูปแบบต่าง ๆ

## ขั้นตอนที่ 5 การนำเสนอผลงานการออกแบบและผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร เกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวกูยเลี้ยงช้าง 1.จังหวัดสุรินทร์ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง คือ ช้าง คิดเป็นร้อยละ 37.9 และเทศกาลงานช้าง คิดเป็นร้อยละ 21.8 2.บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวในโครงการโลกของช้าง คือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 61.1 และตัวเอง คิด

เป็นร้อยละ 31.9 3.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ทำให้รู้จักโครงการโลกของช้าง คือ สื่อโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 43.2 และครอบครัวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 20.7 4.ในความคิดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเสน่ห์ของช้างไทย คือ ความน่ารักแสนซน คิดเป็นร้อยละ 65.5 และความเฉลียวฉลาด คิดเป็นร้อยละ 20.4 5.การท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้างที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง คือ เรียนรู้วิถีชีวิตของคนและช้าง คิดเป็นร้อยละ 60.2 และการทำกิจกรรมร่วมกับช้าง คิดเป็นร้อยละ 20.4

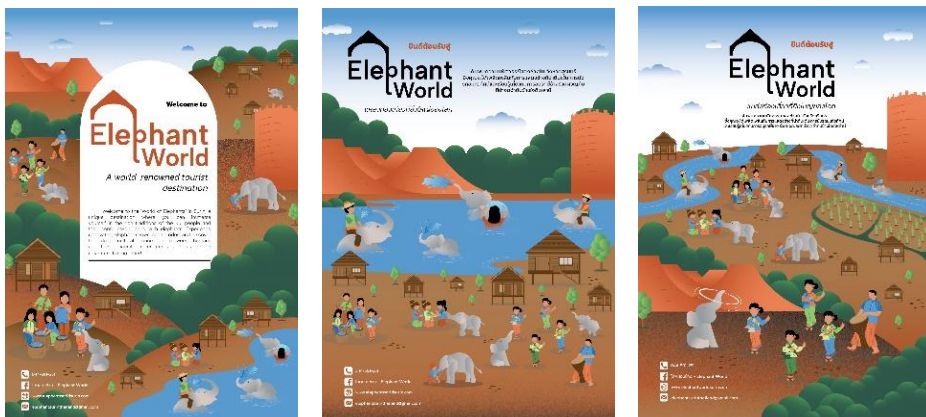
**ส่วนที่ 2** ผลวิจัยที่ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลวิจัยพบว่า 1) ตราสัญลักษณ์ในการนำไปใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ Combination Mark คิดเป็นร้อยละ 61.9 และอันดับสอง คือ Mascot Mark คิดเป็นร้อยละ 20.4 2) ตัวอักษรที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ ตัวอักษรแบบไม่มีหัว / ไม่มีเชิง (Sans Serif) คิดเป็นร้อยละ 47.8 และอันดับสอง ตัวอักษรแบบมีหัว / มีเชิง (Serif) คิดเป็นร้อยละ 28.3 3) บุคลิกภาพสีที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ Natural (เป็นธรรมชาติ) คิดเป็นร้อยละ 15.9 และอันดับสอง Friendly (เป็นมิตร) คิดเป็นร้อยละ 10.2 4) ภาพประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง ภาพประกอบแบบกราฟิก คิดเป็นร้อยละ 66.4

จากผลวิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ว่า ภาพหลัก (Key Visual) ที่เป็นองค์ประกอบทางการออกแบบเพื่อใช้ในงาน ควรเป็นภาพประกอบกราฟิกให้สื่อสารเรื่องราวความเป็นหมู่บ้านช้าง และบุคลิกภาพสีให้มีความธรรมชาติเข้าถึงได้ง่ายของโครงการโลกของช้าง



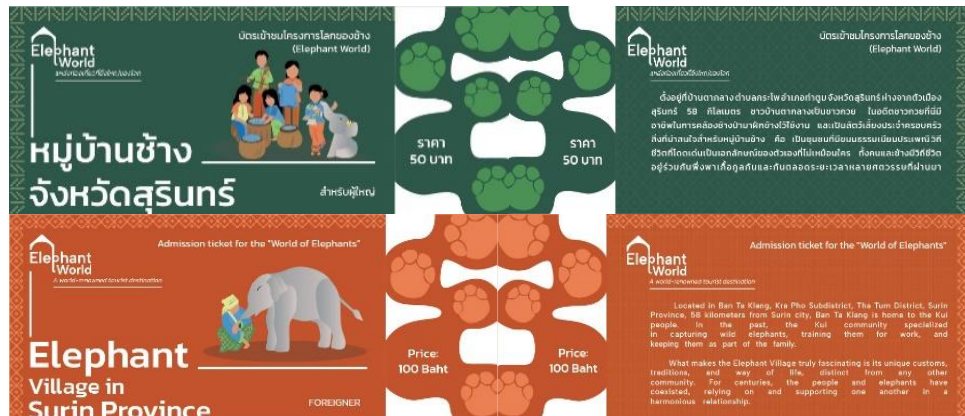
รูปที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logo)  
ที่มา : ผู้วิจัย

ผลวิจัยที่ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตราสัญลักษณ์เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือรูปแบบ Combination Mark ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยการนำคำว่า Elephant world มาออกแบบผสมผสานกับภาพบ้านช้าง ที่เป็นสถาปัตยกรรมของโครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ในรูปแบบของ ตราสัญลักษณ์แบบ Combination Mark



รูปที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านช้างชาวกูย  
ที่มา : ผู้วิจัย

การทำภาพประกอบที่สามารถเล่าเรื่องราวของหมู่บ้านช้าง และความเป็นอยู่วิถีชีวิตของคนและช้างที่อยู่ร่วมกันเหมือนคนในครอบครัว สำหรับโทนสีจะเน้นไปทางความเป็นธรรมชาติให้ดูมีความเป็นพื้นถิ่นของความเป็นชนบทของในหมู่บ้าน



รูปที่ 3 ตัวสำหรับการเข้าชม  
ที่มา: ผู้วิจัย

### สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับโครงการโลกของช้าง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามขั้นตอนของงานวิจัย โดยศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้เครื่องมือในการทำการวิจัยคือแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ซึ่งจากผลสรุปของวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาและแนวทางในการนำเสนอสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวกุลเลียงช้าง จังหวัดสุรินทร์ ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับคนใน โดยผู้คนนึกถึงช้าง การท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้าง เป็นอันดับแรกเมื่อผู้ถึงชาวกุลและจังหวัดสุรินทร์ 2) เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจสื่อประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ออกแบบ ตราสัญลักษณ์ ชุดสี ตัวอักษร ภาพประกอบ เพื่อนำไปใช้ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโปสเตอร์ (Poster) แผ่นพับ (Brochure) สื่อให้ข้อมูล (Infographic) แผนที่ (Map) ตั๋วเข้าชม (Ticket) สายรัดข้อมือ (Wristband) เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มาเข้าชมโครงการโลกของช้าง

เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับคนพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ต่อไป

### References

- Chalida Ratchataphongthon. (2022). The design of the numeral art of a 100-year-old ancient goldsmith's house on the bank of Bang Raonok Canal, Bang Kruai District, Nonthaburi Province. *Rajabhat Phranakhon Research Journal, Humanities and Social Sciences*, 17(1), 197-218.
- Krairiksh Pin Kaew. (2013). *Cultural tourism destinations*. Retrieved from <http://tourism-dan1.blogspot.com>
- Manit Manitcharoen. (1977). *Thai Dictionary* (6th printing). Bangkok: Teachers Council Printing House.
- Phatwaranya, S. (2019). *Factors of Tourism Public Relations Media Exposure on Travel DecisionMaking of Thai Tourists Living in Bangkok*. Bangkok University.

- Phuwadon, S. (2017). *A Cultural Media Design Project Related to Kuay Elephants in Surin Province*. Silpakorn University.
- Sirivechkul, N. (2018). *A Case Study on Social Development of the Kuay People in Ban Ta Klang, Tha Tum District, Surin Province*. National Cultural Commission Office. Anek Nawikamon & Thongchai Likhitpornsawan. (2020). "Surin Province Picture Book."
- Surapong Sodhanasathian. (2016). *Communication theory* (3rd ed.). Rabianthong Printing House. Burke, P. J., & Reitzes, D. C. (1991). An identity theory approach to commitment. *SocialPsychology Quarterly*, 54(3), 239–251. <https://doi.org/10.2307/2786653>