

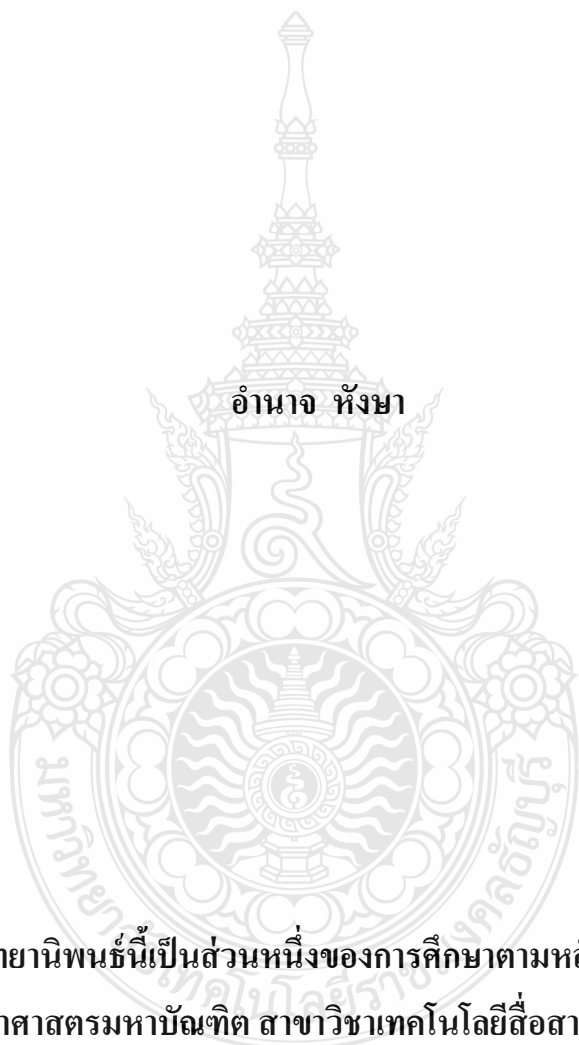
สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริม
เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**PUBLIC RELATIONS MEDIA IN AUGMENTED REALITY FOR
TOURISM IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE**

อำนาจ หังษา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริม
เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา
Public Relations Media in Augmented Reality for Tourism in Phra Nakhon
Si Ayutthaya Province

ชื่อ – นามสกุล ว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา

สาขาวิชา เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกนิษฐ์ ทองเงา, ปร.ด.

ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์ภัตสร สังข์ศรี, Ph.D.)



.....กรรมการ

(อาจารย์สมใจ สืบเสาะ, ปร.ด.)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกนิษฐ์ ทองเงา, ปร.ด.)

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท



.....คณบดีคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิชาติ ไก่ฟ้า, กศ.ม.)

วันที่ 30 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

หัวข้อวิทยานิพนธ์	สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ชื่อ – นามสกุล	ว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา
สาขาวิชา	เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกนิษฐ์ ทองเงา, ปร.ค.
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อหาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3, S.D. = 0.5$) โดยมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3, S.D. = 0.5$) ความพึงพอใจด้านการออกแบบและตัดต่อของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3, S.D. = 0.5$) และความพึงพอใจด้านแอปพลิเคชันของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2, S.D. = 0.5$)

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ ความเป็นจริงเสริม การท่องเที่ยว

Thesis Title	Public Relations Media in Augmented Reality for Tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province
Name – Surname	Acting Captain Amnat Hungsa
Program	Mass Communication Technology
Thesis Advisor	Assistant Professor Kullanit Thongngao, Ph.D.
Academic Year	2017

ABSTRACT

This study aimed to develop a public relations media in augmented reality for tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya province and to discover the satisfaction of tourists who use public relations media in augmented reality for tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya province.

The samples used in this study were 100 tourists who are Thais and foreigners visiting Phra Nakhon Si Ayutthaya province by accidental sampling. A questionnaire (Thai and English) was used as a research instrument to evaluate satisfaction of those toward public relations media in augmented reality for tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya province.

The findings revealed that the tourists had the overall satisfaction toward public relations media in Augmented Reality at a high level ($\bar{X}= 4.3$, S.D.= 0.5). The satisfaction toward the content of the media was at a high level ($\bar{X}= 4.3$, S.D.= 0.5). The satisfaction toward the design and edit of the media was at a high level ($\bar{X}= 4.3$, S.D.= 0.5). The satisfaction toward the application of the media was at a high level ($\bar{X}= 4.2$, S.D.= 0.5).

Keywords: public relations media, augmented reality, tourism

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตนิษฐ์ ทองเงา อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้ความกรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำวิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมาก ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณประธานกรรมการสอบ อาจารย์ ดร.ภัสสร สังข์ศรี กรรมการสอบ อาจารย์ ดร.สมใจ สืบเสาะ ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของงานวิจัยนี้ รวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบและขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณและมอบความดีทั้งหมดให้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ ญาติ พี่น้อง หน่วยงงาน เพื่อนที่น่ารักและคณาจารย์ ที่ได้ให้การสนับสนุนและประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจ หากวิทยานิพนธ์นี้ขาดตกบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้วิจัยขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้

อำนาจ หังษา



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(5)
กิตติกรรมประกาศ.....	(6)
สารบัญ.....	(7)
สารบัญภาพ.....	(9)
สารบัญตาราง.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	12
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	13
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	13
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	14
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
1.7 คำจำกัดความในการวิจัย.....	15
บทที่ 2 วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
2.1 เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality).....	17
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ.....	23
2.3 กระบวนการผลิตวีดิทัศน์.....	35
2.4 ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	37
2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระนอน 12 วัด.....	37
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	48
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	48
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	48
3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
4.1 ผลการประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการ ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	56
4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 100 คน.....	58
บทที่ 5 สรุปผลการทดลอง อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	61
5.1 สรุปผลการทดลอง.....	61
5.2 อภิปรายผล.....	62
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	63
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	68
ภาคผนวก ก แบบประเมิน.....	69
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ.....	74
ภาคผนวก ค การผลิต ตัดต่อ ทำสื่อ และสร้างแอปพลิเคชัน.....	87
ภาคผนวก ง ภาพประกอบการตอบแบบสอบถาม.....	94
ประวัติผู้เขียน.....	96

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดวิจัย.....	14
ภาพที่ 2.1 ภาพเครื่องสวมหัวประดิษฐ์.....	19
ภาพที่ 2.2 การผสานเทคโนโลยีความจริงและความเสมือนเข้าด้วยกัน.....	20
ภาพที่ 2.3 หลักการทำงานของความเป็นจริงเสริม.....	21
ภาพที่ 2.4 มุมมองของกล้องกับการอ่านสัญลักษณ์ในรูปแบบ 2 มิติ.....	21
ภาพที่ 2.5 ภาพกระดาษขนาดต่าง ๆ	27
ภาพที่ 2.6 ภาพตัวอย่างตัวอักษรแบบดั้งเดิม.....	28
ภาพที่ 2.7 ภาพตัวอย่างตัวอักษรแบบหัวตัด.....	29
ภาพที่ 2.8 ภาพตัวอย่างตัวอักษรแบบลายมือ.....	29
ภาพที่ 2.9 ภาพตัวอย่างตัวอักษรแบบคัดลายมือ.....	30
ภาพที่ 2.10 ภาพตัวอย่างตัวอักษรแบบประดิษฐ์.....	30
ภาพที่ 2.11 ภาพแสดงตำแหน่งบริเวณจุดศูนย์กลางแห่งการมองเห็นที่น่าสนใจมากที่สุด.....	31
ภาพที่ 2.12 ภาพแสดงเปอร์เซ็นต์ของความสนใจบนพื้นที่ 4 ส่วน.....	32
ภาพที่ 2.13 ภาพแสดงจุดแห่งความน่าสนใจ 4 จุด.....	32
ภาพที่ 2.14 ภาพแสดงจุดที่ไม่น่าสนใจมากที่สุด.....	33
ภาพที่ 2.15 ภาพพระนอนวัดเสนาสนารามราชวรวิหาร.....	38
ภาพที่ 2.16 ภาพพระนอนวัดสามวิหาร.....	39
ภาพที่ 2.17 ภาพพระนอนวัดโลกยสุธา.....	39
ภาพที่ 2.18 ภาพพระนอนวัดธรรมิกราช.....	40
ภาพที่ 2.19 ภาพพระนอนวัดใหญ่ชัยมงคล.....	41
ภาพที่ 2.20 ภาพพระนอนวัดพนมยงค์.....	41
ภาพที่ 2.21 ภาพพระนอนวัดพุทธไสยวรรย์.....	42
ภาพที่ 2.22 ภาพพระนอนวัดสะตือ.....	43
ภาพที่ 2.23 ภาพพระนอนวัดไม้รวก.....	43
ภาพที่ 2.24 ภาพพระนอนวัดสุวรรณเจดีย์.....	44
ภาพที่ 2.25 ภาพพระนอนวัดพิบูลโสกันต์.....	45
ภาพที่ 2.26 ภาพพระนอนวัดบางปลาหมอ.....	45

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 3.1 ภาพแผ่นพับไหว้พระนอนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	49
ภาพที่ 3.2 ภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา.....	49
ภาพภาคผนวกที่ 1.....	88
ภาพภาคผนวกที่ 2.....	88
ภาพภาคผนวกที่ 3.....	89
ภาพภาคผนวกที่ 4.....	89
ภาพภาคผนวกที่ 5.....	90
ภาพภาคผนวกที่ 6.....	90
ภาพภาคผนวกที่ 7.....	91
ภาพภาคผนวกที่ 8.....	91
ภาพภาคผนวกที่ 9.....	92
ภาพภาคผนวกที่ 10.....	92
ภาพภาคผนวกที่ 11.....	93
ภาพภาคผนวกที่ 12.....	93
ภาพภาคผนวกที่ 13.....	95

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	37
ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความเหมาะสมด้านเนื้อหาของสื่อ ประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.	56
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบและตัดต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.	57
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านแอปพลิเคชันสื่อประชาสัมพันธ์ความ เป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	57
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ความ เป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านเนื้อหา.....	58
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน ของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อ การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านการออกแบบ.....	59
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ความ เป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านแอปพลิเคชัน.....	59
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.	60

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ราชธานีเก่า อู่ข้าว อู่น้ำ เลิศล้ำกานท์กวี คนดีศรีอยุธยา เลอคุณค่ามรดกโลก” ถ้ามองถึงราชธานีเก่าเมืองแห่งประวัติศาสตร์ทุกคนจะนึกถึงจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอดีตราชธานีที่ยาวนานที่สุดถึง 417 ปี โดยได้รับการประกาศยกย่องให้เป็นเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม จากองค์การ ยูเนสโก (UNESCO) เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถาน และวัดต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ด้วยเหตุที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความโดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเฉพาะที่งดงาม และวัฒนธรรมอันเก่าแก่ ทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวและได้เรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 7 ของประเทศ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยร้อยละ 70 และชาวต่างชาติร้อยละ 30 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 13000 ล้านบาทเป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ ระยะเวลาพักค้างคืนเฉลี่ย 2.7 วัน [1] ทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองมรดกโลก มีสถาปัตยกรรมและ โบราณสถาน และวัดต่างๆที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาสักการะบูชา เช่น วัดพนัญเชิง วัดมิ่งมงคลพิตร วัดไชยวัฒนาราม และ โบราณสถานต่างๆ เป็นต้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นส่วนใหญ่เป็นแผ่นพับสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งบางครั้งสำหรับผู้ที่มาท่องเที่ยวที่ไม่ใช่คนพื้นที่ทำให้การท่องเที่ยวบางครั้งเดินทางไปไม่ถูกหรืออาจจะเสียเวลาในการหาข้อมูล จาก ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่จำกัดแค่ในแผ่นพับ เพราะในบางครั้งผู้ที่มาท่องเที่ยว อาจไม่ได้มีการเตรียมตัวล่วงหน้ามาก่อนหรือมีเวลาจำกัด มาเข้าเย็นกลับทำให้พลาดสถานที่ท่องเที่ยว บางแห่งได้ เพราะนอกจากโบราณสถานและวัดที่มีชื่อเสียงแล้วยังมี พระพุทธรูปไสยาสน์ หรือ พระนอน ที่มีอยู่หลายวัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อาทิเช่น พระนอนวัดเสนาสนารามราชวรวิหาร พระนอน วัดสามวิหาร พระนอนวัดโลกยสุธา พระนอนวัดธรรมิกราช พระนอนวัดใหญ่ชัยมงคล

พระนอนวัดพนมยงค์ พระนอนวัดพุทไธสวรรย์ พระนอนวัดสะตือ พระนอนวัดไม้รวก พระนอนวัดสุวรรณเจดีย์ พระนอนวัดพิบูลโสคันธ์ และพระนอนวัดบางปลาหมอ เป็นต้น

จากปัจจุบันเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น สิ่งที่จะทำให้สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้นคือการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมที่สามารถแสดงรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวของสถานที่นั้น ๆ เพิ่มเติมเข้าไปไว้ในสื่อประชาสัมพันธ์ ทางผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญว่าเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์นี้น่าจะมีประโยชน์สามารถช่วยให้การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสะดวกขึ้น หากมีการผสมผสานเทคโนโลยีและข้อมูลสารสนเทศต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลงไปในสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ สื่อวิทัศน์ผสมผสานกับเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม ให้เป็นสื่อสารสนเทศที่น่าสนใจ จึงได้มีแนวคิดการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้สถานที่นั้น ๆ มาอยู่ตรงหน้านักท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality)

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1.3.1 สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

1.3.2 สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พัฒนาขึ้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาหาความเหมาะสมและความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

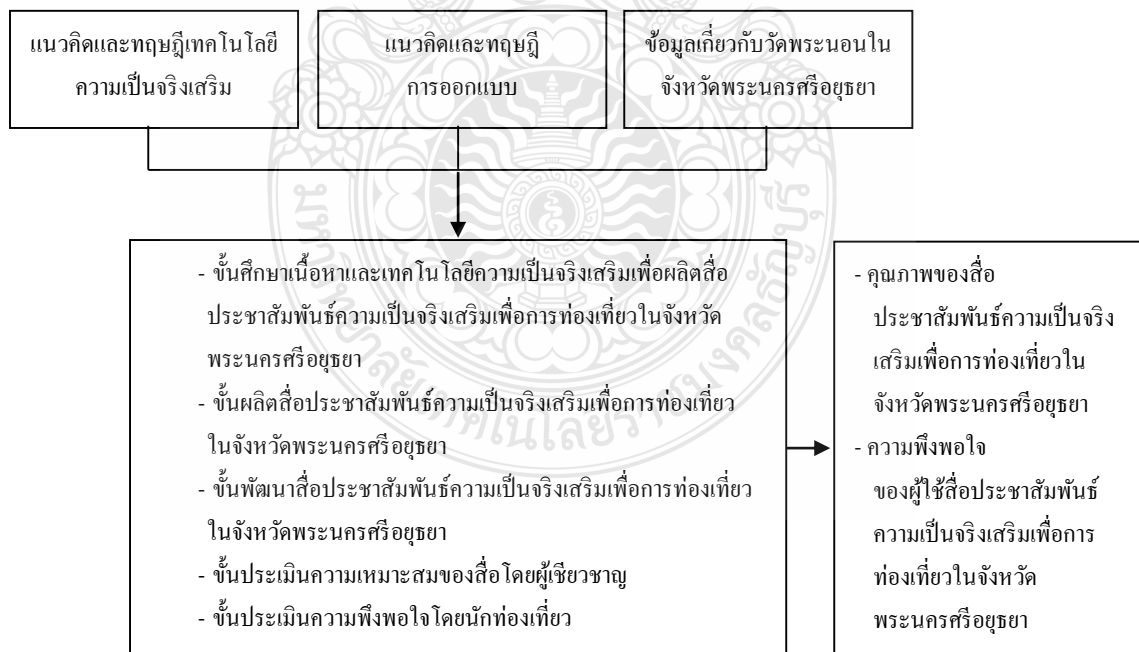
1.4.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับพระนอนจำนวน 12 วัด และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.4.2.1 ตัวแปรต้น คือ สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.4.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดวิจัย

1.5.1 ศึกษาแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม Augmented Reality (AR)

1.5.2 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.5.3 ศึกษาหาข้อมูลวัดพระนอนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.5.4 ถ่ายทำและตัดต่อ

1.5.5 รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สรุปผล อภิปรายผล

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พัฒนาขึ้นสามารถช่วยในการวางแผนให้กับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาจำกัด โดยใช้ศึกษาเส้นทาง และความเหมาะสมในการเริ่มต้นก่อนหลัง

1.6.2 สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องของการศึกษาข้อมูลที่หลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว เพราะสามารถเลือกภาษาได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.6.3 เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการสร้างสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบบออนไลน์รวมถึงเพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์สื่อใหม่ ๆ ต่อไป สามารถเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้กับระบบอื่น ๆ ได้

1.7 คำจำกัดความในการวิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ สื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีภาพเคลื่อนไหวแทรกอยู่ในสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีข้อความพร้อมภาพ พิมพ์บนกระดาษขนาด 841x1189 มิลลิเมตร (A0) มีเนื้อหาข้อมูลวัดพระนอนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 12 วัด โดยการใช้อุปกรณ์ ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ อาทิเช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต โดยการเข้าไปที่ เพลสโตร์ ในช่องค้นหา พิมพ์คำว่า AR MCT กดยอมรับ (ดาวน์โหลด) แอปพลิเคชัน และทำการติดตั้งโปรแกรม เมื่อทำการติดตั้งเสร็จแล้วให้นำสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ทำการสแกนไปที่รูปภาพพระนอนของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม Augmented Reality (AR) เป็นเทคโนโลยีที่ผสมผสานระหว่างความเป็นจริง และ โลกเสมือนที่สร้างขึ้นมาผสานเข้าด้วยกันผ่านซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ ซึ่งถือว่าการสร้างข้อมูลอีกข้อมูลหนึ่งที่เป็นส่วนประกอบบนโลกเสมือน (virtual world) เช่น ภาพกราฟิก วิดีโอ รูปทรงสามมิติ และข้อความตัวอักษร ให้ผนวกซ้อนทับกับภาพในโลกจริงที่ปรากฏบนหน้าจอผ่านกล้องของสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความโดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเฉพาะที่งดงาม และวัฒนธรรมอันเก่าแก่ ทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยว และได้เรียนรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 7 ของประเทศ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยร้อยละ 70 และชาวต่างชาติร้อยละ 30 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 13000 ล้านบาทเป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ



บทที่ 2

วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิด ของข้อมูลจากงานวิจัย และเอกสาร ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

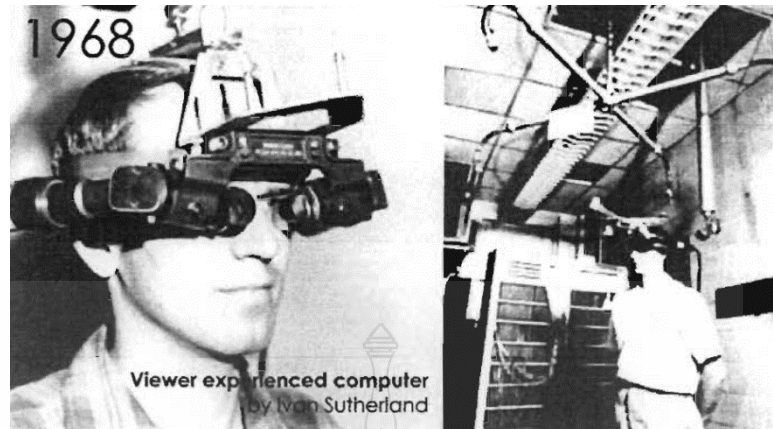
- 2.1 เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม Augmented Reality (AR)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ
- 2.3 ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระนอน
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม Augmented Reality (AR)

ความเป็นจริงเสริมหรือความเป็นจริงแต่งเติม Augmented Reality Technology (AR) เป็นเทคโนโลยีที่ผสมผสานระหว่างความเป็นจริง และ โลกเสมือนที่สร้างขึ้นมาผสานเข้าด้วยกันผ่านซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ ซึ่งถือว่าการสร้างข้อมูลอีกข้อมูลหนึ่งที่เป็นส่วนประกอบบนโลกเสมือน (virtual world) เช่น ภาพกราฟิก วิดีโอ รูปทรงสามมิติ และข้อความตัวอักษร ให้ผนวกซ้อนทับกับภาพในโลกจริงที่ปรากฏบนกล้องเทคโนโลยี Augmented Reality Technology (AR) แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แบบที่ใช้ภาพสัญลักษณ์ และแบบที่ใช้ระบบพิกัดในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อมูลบนโลกเสมือนจริง ซึ่งในทางเทคนิคแล้วภาพสัญลักษณ์ที่ใช้ จะนิยมเรียกว่า “Marker” (มาร์คเกอร์) หรืออาจจะเรียกว่า AR Code ก็ได้ โดยใช้กล้องเว็บแคมในการรับภาพเมื่อซอฟต์แวร์ที่เราใช้งานอยู่ประมวลผลรูปภาพเจอสัญลักษณ์ที่กำหนดไว้ก็จะแสดงข้อมูลภาพสามมิติที่ถูกระบุไว้ในโปรแกรมให้เห็น เราสามารถที่จะหมุนดูภาพที่ปรากฏได้ทุกทิศทางหรือเรียกว่าหมุนได้ 360 องศา [2] เทคโนโลยีเออาร์หรือ Augmented reality คือการแสดงผลข้อมูลในรูปแบบของสื่อดิจิทัลบนโลกของความเป็นจริง โดยที่รูปแบบของข้อมูลนั้นสามารถเป็นได้ทั้งข้อมูลภาพกราฟิกหรือเสียง โดยเป้าหมายของเทคโนโลยีนี้คือการนำเสนอรายละเอียดของข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อที่จะขยายความให้กับโลกของความเป็นจริง [3] แนวคิดหลักของเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม คือการพัฒนา เทคโนโลยีที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริงและความเสมือนจริงเข้าด้วยกันผ่านซอฟต์แวร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่นเว็บแคม คอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์อื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งภาพเสมือนจริงนั้นจะแสดงผลผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์หน้าจอโทรศัพท์มือถือ บนเครื่องฉายภาพ

หรือบนอุปกรณ์แสดงผลอื่น ๆ โดยภาพเสมือนจริง ที่ปรากฏขึ้นจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ทันที ทั้งในลักษณะที่เป็น ภาพนิ่งสามมิติ ภาพเคลื่อนไหวหรืออาจจะเป็นสื่อที่มีเสียงประกอบ ขึ้นอยู่กับการ ออกแบบสื่อแต่ละรูปแบบว่าให้ ออกมาแบบใด [4] เทคโนโลยีเสมือนจริง Augmented Reality (AR) เป็นเทคโนโลยีความจริงเสมือน Virtual Reality (VR) ประเภทหนึ่ง โดยผู้ใช้สามารถมองเห็น สภาพแวดล้อมจริง และวัตถุเสมือนซ้อนทับ หรือประกอบกับโลกจริง ดังนั้นเทคโนโลยีเสมือนจริง จะเพิ่มเติมสภาพจริงมากกว่าแทนที่โลกจริงทั้งหมด เป็นรูปแบบของประสบการณ์ ในโลก แห่งความเป็นจริง (real world) ที่เพิ่มเนื้อหาที่สร้างขึ้นจากคอมพิวเตอร์ ซึ่งเชื่อมโยงไปสถานที่ หรือกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจง เทคโนโลยีเสมือนจริงช่วยให้เนื้อหาดิจิทัลผสมลงในการรับรู้ ของคนในโลกแห่งความจริง

ออกเมนต์เรียลลิตี (Augmented Reality) มีผู้อธิบายถึงประวัติความเป็นมาไว้ดังนี้ ออกเมนต์เรียลลิตี (Augmented Reality) ได้ถูกค้นพบเมื่อปี 1950 โดยมอร์ตัน ไฮลิก (Morton Heilig) ในขณะที่ถ่ายทำภาพยนตร์โดยเขามีความคิดที่จะให้ผู้ชมได้มีความรู้ลึกถึง ความมีส่วนร่วมโดยเพิ่มสัณฐานภาพของภาพยนตร์เข้าไป ต่อมาในปี ค.ศ. 1962 มอร์ตัน ไฮลิก ได้สร้าง ภาพยนตร์ต้นแบบที่แสดงถึงวิสัยทัศน์ของเขาขึ้นมาจนกระทั่งปี ค.ศ. 1955 เขาได้อธิบายไว้ใน ภาพยนตร์ของอนาคตชื่อ Sensorama ต่อมาในปี ค.ศ. 1966 ไอแวน ซัทเทอร์แลนด์ (Ivan Sutherland) ได้คิดค้นเครื่องสวมหัวขึ้นในปี ค.ศ. 1968 และยังเป็นคนแรกที่สร้างระบบ ความเป็นจริงเสมือน โดยการใช้เครื่องครอบศีรษะ ต่อมาในปี ค.ศ.1975 ไมรอน ครูเกอร์ (Myron Krueger) สร้าง Video Place ที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับวัตถุเสมือนจริงได้เป็นครั้งแรก และ ต่อมา ทอม คอลเดล (Tom Caudell) และเดวิด มิเซล (David Mizell) ได้ใช้ออกเมนต์เรียลลิตี หรือ เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม ช่วยคนงานประกอบสายไฟและสายเคเบิลสำหรับเครื่องบินได้สำเร็จ



รูปที่ 2.1 เครื่องสวมหัวประดิษฐ์โดย Ivan Sutherland

ที่มา : <http://www.nakrin.com/mayar/augmented-reality-and-google-glass>

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีก้าวไปอย่างไม่หยุดนิ่ง มนุษย์ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่หลากหลายเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ การศึกษา หรือแม้แต่ในชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality Technology) เป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งที่ถูกกล่าวถึง และถือว่าเป็นเทคโนโลยีที่น่าสนใจในยุคปัจจุบันและในอนาคต ในการเสนอสาระเกี่ยวกับความหมายของเทคโนโลยีผสมความเป็นจริง เทคโนโลยีเสมือนจริง เป็นนวัตกรรมที่ได้รับความนิยมและสนใจมากในปัจจุบัน ได้มีผู้ให้คำจำกัดความของเทคโนโลยีเสมือนจริงไว้ในลักษณะต่าง ๆ [5] Augmented Reality หรือ AR เป็นเทคโนโลยีผสมโลกความเป็นจริง (Real World) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual World) โดยใช้วิธีซ้อนภาพสามมิติที่อยู่ในโลกเสมือนไปอยู่บนภาพที่เห็นจริง ๆ ในโลกของความเป็นจริงผ่านกล้องดิจิทัลของ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์อื่น ๆ และให้ผลการแสดงภาพ ณ เวลาจริง (Real Time) ซึ่งในอนาคตอันใกล้ AR กำลังจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของสังคมที่จะเต็มไปด้วย สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และนวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น กูเกิลกลาส (Google Glass) เป็นต้น [6] AR หรือความจริงเสริม คือการผสมชั้นข้อมูลที่เป็น รูปแบบดิจิทัลให้ปรากฏร่วมกับการมองเห็นจริงของผู้ใช้งาน เช่น ผ่านกล้องบนโทรศัพท์มือถือแบบเรียลไทม์ ในปัจจุบัน ชั้นข้อมูลที่ปรากฏบนเทคโนโลยี AR ประกอบไปด้วยรูปภาพกราฟิก ข้อความ เสียง หรือ ภาพเคลื่อนไหวบนโทรศัพท์มือถือ [7] เทคโนโลยีความจริงเสริมคือ เทคโนโลยีที่สร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานกับอุปกรณ์แสดงผลด้วยคอมพิวเตอร์รวมถึง สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ด้วยการนำเสนอภาพ 2 มิติ การจำลองวัตถุ 3 มิติ การเพิ่มภาพเคลื่อนไหว

และการออกแบบสถานการณ์ ให้เสมือนว่ามีวัตถุหรือเหตุการณ์เกิดขึ้นจริงบนสภาวะแวดล้อมขณะนั้น [8] เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม หมายถึง เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน (VR) รูปแบบหนึ่ง ที่เพิ่มการรับรู้ของผู้ใช้ที่อยู่ในโลกจริง ด้วยวัตถุเสมือนที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์ซ้อนทับและผสานบนสภาพแวดล้อมจริง ซึ่งทำให้ผู้ใช้รับรู้ข้อมูลหรือวัตถุเสมือนเหล่านั้นในสภาพแวดล้อมจริงผสานสื่อที่หลากหลาย เช่น หน้าจอคอมพิวเตอร์ หน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน และหน้าจอแสดงผลต่าง ๆ โดยข้อมูล หรือวัตถุเสมือนที่เพิ่มเติมนั้น อาจอยู่ในรูปของวัตถุสองมิติและสามมิติ หรือ ไฟล์เสียง วิดีทัศน์ ข้อมูลที่เป็นตัวอักษร [9] Augmented Reality เป็นวิทยาการแขนงหนึ่งที่ผสมความเป็นจริง (Real World) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual World) โดยใช้วิธี ซ้อนภาพสามมิติที่อยู่ในโลกเสมือนไปบนภาพที่เห็นจริง ๆ ในโลกความเป็นจริงผ่านกล้องหรืออุปกรณ์อื่น ๆ เช่น แว่นตาโดยแสดงผลภาพแบบเรียลไทม์



รูปที่ 2.2 การผสานเทคโนโลยีความจริงและความเสมือนเข้าด้วยกัน

ที่มา : MJ Anderson., 2015, Augmented or Virtual? How do you like your reality?

2.1.1 ขั้นตอนการทำเทคโนโลยีเสมือนจริง ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ

2.1.1.1 การวิเคราะห์ภาพ (Image Analysis) เป็นขั้นตอนการค้นหา Marker จากภาพที่ได้จากกล้องแล้วสืบค้นจากฐานข้อมูล (Marker Database) ที่มีการเก็บข้อมูลขนาดและรูปแบบของ Marker เพื่อนำมาวิเคราะห์รูปแบบของ Marker การวิเคราะห์ภาพ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การวิเคราะห์ภาพโดยอาศัย Marker เป็นหลักในการทำงาน (Marker based AR) และการวิเคราะห์ภาพโดยใช้ลักษณะต่าง ๆ ที่อยู่ใน ภาพมาวิเคราะห์ (Marker-less based AR)

2.1.1.2 การคำนวณค่าตำแหน่งเชิง 3 มิติ (Pose Estimation) ของ Marker เทียบกับกล้อง

2.1.1.3 กระบวนการสร้างภาพสองมิติ จากโมเดลสามมิติ (3D Rendering) เป็นการเพิ่มข้อมูลเข้าไปในภาพโดยใช้ค่าตำแหน่งเชิง 3 มิติ ที่คำนวณได้จนได้ภาพเสมือนจริง

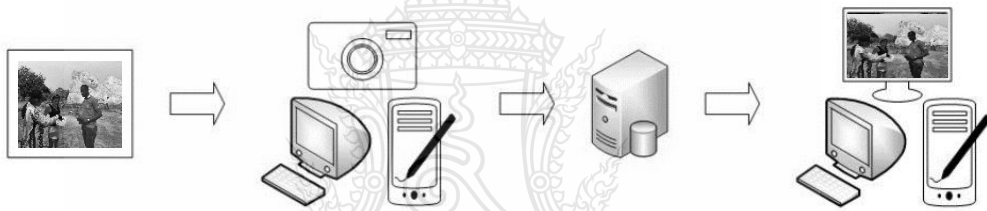
2.1.2 องค์ประกอบของเทคโนโลยีเสมือนจริง ประกอบด้วย

2.1.2.1 AR Code หรือตัว Marker ใช้ในการกำหนดตำแหน่งของวัตถุ

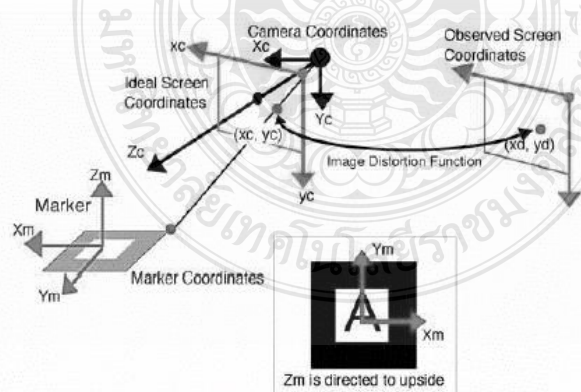
2.1.2.2 Eye หรือ กล้องวิดีโอ กล้องเว็บแคม กล้องโทรศัพท์มือถือ หรือ ตัวจับ Sensor อื่น ๆ ใช่มองตำแหน่งของ AR Code แล้วส่งข้อมูลเข้า AR Engine

2.1.2.3 AR Engine เป็นตัวส่งข้อมูลที่อ่านได้ผ่านเข้าซอฟต์แวร์หรือส่วนประมวลผล เพื่อแสดงเป็นภาพต่อไป

2.1.2.4 Display หรือ จอแสดงผล เพื่อให้เห็นผลข้อมูลที่ AR Engine ส่งมาให้ในรูปแบบของภาพ หรือ วิดีโอหรืออีกวิธีหนึ่ง เราสามารถรวมกล้อง AR Engine และจอภาพเข้าด้วยกันในอุปกรณ์เดียว เช่น โทรศัพท์มือถือ หรืออื่น ๆ



รูปที่ 2.3 หลักการทำงานของ ความเป็นจริงเสริม (ในรูปแบบ Marker-Base)



รูปที่ 2.4 มุมมองของกล้อง กับการอ่านสัญลักษณ์ (Marker) ในรูปแบบ 3 มิติ

ที่มา : Philip Lamb., 2015

เทคโนโลยีเสมือนจริง เป็นเทคโนโลยีประเภทหนึ่งที่ใช้สามารถมองเห็นสภาพแวดล้อมจริงและวัตถุเสมือนซ้อนทับหรือประกอบกับโลกจริง ดังนั้นเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมจะเพิ่มเติมสภาพจริง มากกว่าแทนที่โลกจริงทั้งหมด เป็นรูปแบบของประสบการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงที่เพิ่มเนื้อหาที่สร้างขึ้นจากคอมพิวเตอร์ ซึ่งเชื่อมโยงไปสถานที่หรือกิจกรรมที่เจาะจง เทคโนโลยีเสมือนจริงช่วยให้เนื้อหาดิจิทัลผสมลงในการรับรู้ของคนในโลกแห่งความเป็นจริงแนวคิดหลักของเทคโนโลยีเสมือนจริงคือ การพัฒนาเทคโนโลยีที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริงและความเป็นจริงเสมือนเข้าด้วยกัน ผ่านซอฟต์แวร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่น เว็บแคม คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต หรือบนอุปกรณ์แสดงผลอื่น ๆ โดยภาพเสมือนจริงปรากฏขึ้นจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ทันทีทั้งในที่ที่เป็นลักษณะที่เป็น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรืออาจจะเป็นสื่อที่มีเสียงประกอบขึ้นกับการออกแบบสื่อแต่ละรูปแบบว่าให้ออกมาแบบใด

ในครั้งแรกการพัฒนาเทคโนโลยีนี้เป็นการพัฒนาเพื่อใช้ในการงานทางการทหาร คือ ระบบการลงจอดและการนำวิถีของอาวุธจากเครื่องบินขับไล่ซึ่งจะแสดงภาพจริงที่ได้จากกล้องและคอมพิวเตอร์กราฟิกที่บอกพิกัด ระดับและข้อมูลต่าง ๆ ที่สำคัญและจำเป็นต่อนักบินเพื่อประกอบการตัดสินใจและเห็นผลลัพธ์การทำงานต่าง ๆ อย่างทันท่วงที ซึ่งเทคโนโลยีนี้มีประโยชน์มากในการเพิ่มความเชื่อมั่นและแม่นยำในการควบคุมและตัดสินใจให้กับนักบิน โดยเทคโนโลยีเสมือนจริงนี้เป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งในหลาย ๆ เทคโนโลยีซึ่งเริ่มต้นจากการศึกษา วิจัยและพัฒนาเพื่อการใช้งานทางการทหาร ซึ่งในยุคแรกของการใช้งานยังมีข้อจำกัดอยู่มากและการพัฒนาวิจัยยังคงอยู่ในวงแคบ ๆ เฉพาะทางการทหาร โดยในยุคแรกเริ่มเป็นการซ้อนตัวหนังสือ และสัญลักษณ์เล็ก ๆ ลงไป เนื่องด้วยประสิทธิภาพของคอมพิวเตอร์ที่ทำการประมวลผลด้านภาพและข้อมูลที่ทับซ้อนยังมีข้อจำกัดอยู่ เช่น สามารถใส่ลงไปได้เพียงแค่ภาพกราฟิกง่าย ๆ เช่นตัวอักษรและเส้นต่าง ๆ ที่ใช้งานเพื่อนำสายตาและระบุตำแหน่งสถานะความตรงเอียงในแนวตั้งและแนวระนาบเท่านั้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า เทคโนโลยีเสมือนจริง สามารถทำให้ภาพนิ่งในโลกแห่งความเป็นจริง มีชีวิตขึ้นมาได้ โดยแสดงให้เห็นในลักษณะภาพเคลื่อนไหวที่มีทั้งภาพและเสียงผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) หรือแท็บเล็ต โดยใช้ชื่อแอปพลิเคชัน AR MCT ในการค้นหา ทำการดาวน์โหลดและติดตั้ง เมื่อติดตั้งเสร็จแล้วสแกนที่ภาพพระนอนในสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จะปรากฏภาพเคลื่อนไหวบนหน้าจอที่มีทั้งภาพ คนตรีประกอบ เสียงบรรยายสามารถเลือกภาษาได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ

2.2.1 ประวัติความเป็นมาของโปสเตอร์

ประวัติความเป็นมาของโปสเตอร์หรือที่เรียกกันว่าทั่วไปว่า “ใบปิด” นั้น ยังไม่พบหลักฐานว่าเริ่มมีขึ้นตั้งแต่เมื่อไหร่ และมีลักษณะเช่นไร ทั้งนี้เนื่องมาจากไม่สามารถหาหลักฐานที่น่าเชื่อถือมาอ้างอิงได้ แต่จากรูปร่างและลักษณะของโปสเตอร์ที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันทำให้เกิดข้อสันนิษฐานว่า โปสเตอร์อาจจะพัฒนามาจากการเขียนลงแผ่นกระดาษและนำไปติดไว้ตามที่ต่าง ๆ บุคคลแรกที่ผลิตโปสเตอร์ขึ้นในปี พ.ศ. 1477 คือ นายวิลเลียม แคนตัน (William Caxton) และยังได้พบเอกสารที่เป็นข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการติดโปสเตอร์ว่าต้องได้รับอนุญาตจากทางราชการจึงจะติดประกาศได้ ที่เป็นเช่นนั้นเพราะว่าในยุคนั้นโปสเตอร์ได้ถูกนำมาใช้เพื่อการประกาศข่าวสารของทางราชการนอกเหนือจากประกาศอื่น ๆ อาทิ เพื่อแจ้งวันนัดสังสรรค์หรือประกาศวันแสดงละคร หากไม่มีข้อปฏิบัติดังกล่าวอาจทำให้เกิดความสับสนในข่าวสารที่ทางราชการเป็นผู้ประกาศได้ สถานที่ที่ใช้สำหรับปิดประกาศโปสเตอร์ในยุคนั้นคือ กำแพง แผ่นไม้ที่ถูกจัดทำไว้สำหรับปิดประกาศโดยเฉพาะ (Boarding) และที่เสาหลักปิดประกาศ (Poster)

สำหรับประวัติความเป็นมาของโปสเตอร์ในประเทศไทยนั้น สันนิษฐานว่าได้รับแบบอย่างในโปสเตอร์มาจากตะวันตก และอาจมีการพิมพ์โปสเตอร์มาตั้งแต่สมัยราชการที่ 4 ก็เป็นไปได้ ทั้งนี้เพราะในช่วงเวลาดังกล่าวปรากฏหลักฐานการพิมพ์และการนำเครื่องพิมพ์ในระบบอุตสาหกรรมเข้ามาใช้ ไม่พบหลักฐานของการพิมพ์โปสเตอร์ว่าเริ่มขึ้นเมื่อใดมีเพียงหลักฐานที่กล่าวอ้างถึงการพิมพ์ใบปลิว เช่น ใบปลิวโฆษณาภาพยนตร์ของบริษัทกรุงเทพ ในปี พ.ศ. 2456 ตรงกับสมัยราชการที่ 6 ที่มีลักษณะเชิญชวนให้ไปชมภาพยนตร์ในส่วนของโปสเตอร์นั้นเชื่อว่าเป็นโปสเตอร์โฆษณาสินค้าและภาพยนตร์มากกว่าอย่างอื่น

2.2.2 ความหมายของโปสเตอร์

[10] โปสเตอร์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้มากที่สุด บางครั้งเรียกว่่าสื่อราคาถูกลักษณะการใช้คือ ถ่ายทอดข่าวสารให้เตือนและเรียกร้องให้เกิดการสนใจ [11] โปสเตอร์มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว มีข้อความหรือภาพประกอบช่วยสื่อความหมายในการบอกข่าว ชักจูงใจ หรือเรียกความสนใจเพื่อรณรงค์ในเรื่องราวต่าง ๆ เป็นสื่อที่ถูกออกแบบให้สะดุดตาหรือประทับใจผู้อ่านในช่วงเวลาอันสั้น เนื้อหาที่บรรจุลงไปจะเป็นใจความสำคัญโดยไม่มีรายละเอียดมากนัก [12] โปสเตอร์ (Poster) เป็นแผ่นภาพโฆษณาหรือประกาศบอกข่าวสารที่มีมาแต่สมัยโบราณ เช่น ชาวฟินิเซียน และชาวเมืองปอมเปอี ใ้วาดภาพบนผนังข้างนอกอาคารร้านค้าของตน เพื่อบอกกล่าวว่าเป็นร้านขายขนมปัง ไวน์

หรือเครื่องปั้นดินเผา นับได้ว่าโปสเตอร์เป็นการสื่อสารที่สำคัญในสมัยโบราณอีกช่องทางหนึ่ง นอกเหนือไปจากบอกข่าวป่าวร้องด้วยคำพูด [13] โปสเตอร์ เป็นแผ่นกระดาษอาจจะหนาหรือบางก็ได้มีขนาดต่าง ๆ กัน มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าในแนวตั้งหรือแนวนอน โปสเตอร์ประกอบด้วยข้อความสั้น ๆ สื่อความหมายเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว มักจะมีภาพประกอบที่สะดุดตา สวยงาม โปสเตอร์บางแผ่นจะมีข้อความเพียงไม่กี่คำ แต่มีรูปที่สื่อความหมายแทนกันได้ โปสเตอร์ทั่วไปมักจะมีวัตถุประสงค์ในการบอกข่าว ชักจูงใจ หรือเรียกร้องความสนใจผู้ผ่านไปมา ส่วนมากจะใช้เพื่อการโฆษณาสินค้าและบริการหรือเพื่อการรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ

ดังนั้นโปสเตอร์ หมายถึง แผ่นภาพโฆษณาที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสาร ประกอบด้วยข้อความสั้น ๆ เนื้อหาที่บรรจุลงไปจะเป็นใจความสำคัญ โดยไม่มีรายละเอียดมากนัก ใช้เตือนและเรียกร้องให้เกิดการสนใจสื่อความหมายเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว มักจะมีภาพประกอบที่สะดุดตา สวยงาม ซึ่งภาพที่ใช้จะต้องสามารถสื่อสารได้ด้วยตัวของมันเอง

2.2.3 ประเภทของโปสเตอร์

2.2.3.1 โปสเตอร์โฆษณา มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการโฆษณาขายสินค้า หรือบริการมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ชัดเจน การออกแบบจัดพิมพ์ มีการวางแผนและการนำเสนอเป็นอย่างดี

2.2.3.2 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์จะมีข่าวสารกิจกรรมของหน่วยงาน สถาบันฯ องค์กร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบ จะจัดทำเป็นครั้งคราวตามกิจกรรมที่จัดขึ้น

2.2.3.3 โปสเตอร์รณรงค์ เป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมกระทำหรือไม่กระทำการใดกิจกรรมหนึ่ง เช่นการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ ประหยัดพลังงาน เชื้อเพลิง การออกแบบและจัดพิมพ์โปสเตอร์รณรงค์ส่วนใหญ่ จะออกโดยหน่วยงานของรัฐและมีความต่อเนื่องเพื่อการโน้มน้าวจิตใจ และเน้นย้ำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมคล้อยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2.2.4 องค์ประกอบของโปสเตอร์

2.2.4.1 พาดหัว (headline) พาดหัวหรือหัวเรื่อง เป็นสิ่งสำคัญของโปสเตอร์เพราะช่วยดึงดูดความสนใจ หรือติดตามดูรายละเอียดอื่น ๆ ของข้อความในโปสเตอร์ พาดหัวหรือหัวเรื่อง อาจแสดงด้วยภาพ หรือข้อความ หรือทั้งภาพและข้อความก็ได้ แต่ส่วนมากจะใช้ข้อความที่มีขนาดใหญ่กว่าข้อความอื่น ถ้าข้อความมีความยาวมาก อาจแบ่งเป็นหัวเรื่องรอง (Sub headline) ซึ่งมีลักษณะดังนี้ มีข้อความสั้น กระชับ ได้ใจความสื่อความหมายได้เร็วมีความกระชับ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายได้ มีความเหมาะสม ตอบสนองความต้องการ

ของผู้ที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายได้ มีความน่าสนใจเรียกร้องให้ผู้ที่จะเป็กลุ่มเป้าหมายสนใจได้ โดยใช้หลักการจิตวิทยา และการใช้ภาษา ใช้เพียงแนวคิดเดียวในโปสเตอร์แต่ละแผ่น และมีความน่าเชื่อถือข้อความที่กล่าวอ้างต้องมีน้ำหนัก ชนิดของการพาดหัวแบ่งออกได้ 2 ประเภทคือ

1) พาดหัวแบบจงใจทางตรง (direct appeal headline) เป็นพาดหัวที่สร้างขึ้นเพื่อจุดหมายในการดึงดูดความตั้งใจและมุ่งเน้นเสนอไปพร้อม ๆ กัน

2) พาดหัวแบบจงใจทางอ้อม (indirect appeal headline) เป็นพาดหัวที่มุ่งเพื่อหยุดกลุ่มเป้าหมายและให้หันไปอ่านหรือเกิดความสนใจต่อสื่ออื่น

2.2.4.2 พาดหัวรอง (Sub Headline) ส่วนที่จะขยายความชัดเจนของข้อความพาดหัวหรือถ้อยคำที่ถูกจัดสรร ตัดทอนจากข้อความพาดหัว เพื่อโยงความสำคัญของเนื้อหาจากส่วนของพาดหัวให้มีความกระจ่างชัด และช่วยให้เข้าใจในเนื้อหาที่นำเสนอได้อย่างชัดเจน

2.2.4.3 ข้อความโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ (Copy) คือส่วนที่บอกรายละเอียดของสินค้าหรืองานประชาสัมพันธ์ หรือใช้ในการอธิบายสถานที่รับใช้บริการหรือชี้ชวนให้ไปแวะชมตลอดจนขอข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น การใช้คำพูดเพียงอย่างเดียวจะสามารถเสนอขายผลิตภัณฑ์ได้ แต่หากใช้ภาพประกอบพาดหัว จะทำให้เพิ่มประสิทธิภาพต่อการขายมากขึ้น

2.2.4.4 ภาพประกอบ (Illustration) ภาพมีความสำคัญในการสื่อความหมายและสร้างความสนใจให้กับงานออกแบบ ภาพสร้างแรงดึงดูดกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่อสื่อที่นำเสนอ และภาพสื่อความหมายได้โดยตรง หรืออาจจินตนาการขึ้นเอง โดยการสร้างสรรค์ให้ปรากฏออกมาได้ มี 2 ลักษณะด้วยกัน

1) ภาพถ่าย (Photograph) คือส่วนที่เป็นสื่อหรือภาษาสากลที่ทำให้เข้าใจความหมายได้รวดเร็วที่สุด และสามารถเสนอเรื่องราวได้ดีกว่าตัวหนังสือที่ต้องอาศัยความรู้ประสบการณ์ หรือการศึกษาที่ต่างกัน ภาพสามารถถ่ายทอดรายละเอียดของสื่อได้อย่างเป็นธรรมชาติ จึงเพิ่มความสวยงามและดึงดูดได้ดี

2) ภาพวาดต่างๆ (visual image) ได้แก่ ภาพระบาย ภาพวาด ภาพกราฟิก ภาพการ์ตูน ภาพประติมากรรมจากวัสดุต่าง ๆ รวมทั้งภาพปะติด (collage) หรือการสร้างสรรค์ด้วยโปรแกรมประยุกต์ในคอมพิวเตอร์ ภาพวาดต่าง ๆ สามารถสื่อสารแนวคิดได้อย่างจะแจ้ง มีความเด่นในลักษณะเฉพาะอย่างยิ่งในการให้รายละเอียดที่ไม่สามารถกระทำได้ในภาพถ่าย [14] ลักษณะของภาพที่ดีต้องสื่อความหมายและให้สาระแก่ผู้อ่าน โดยผู้อ่านแทบไม่ต้องอ่านรายละเอียดมาก ภาพถ่ายที่ดีจะต้องมีคุณภาพดีในการถ่ายทำ ดังนี้ ต้องมีความคมชัด (sharpness) ตรงโฟกัส (focus) มีสีสัน (color) ลักษณะของสีหรือค่าของสี (tone) ถูกต้องตามความเป็นจริงแสดง (action) ของสิ่ง

ที่ถ่าย คือ มีชีวิตชีวาให้ความรู้สึกด้านแสงและเงา ตลอดจนการจัดภาพถูกต้องตามรูปแบบศิลป์ (art-form) ภาพที่มีคุณภาพดีต้องเข้ม (contrast) สูงพอเนื่องจากภาพที่จะทำแม่พิมพ์โดยทั่วไป จะลดความเข้มลงไปจากภาพต้นฉบับภาพที่มีคุณภาพดีต้องมีขนาดใหญ่ (large size) คือใหญ่พอที่จะนำมาทำแม่พิมพ์ได้ ภาพต้นฉบับขนาดใหญ่เมื่อลดส่วนลงจะมีความคมชัดมากขึ้น มีความมัน (glossiness) จะทำให้การทำแม่พิมพ์มีความคมชัดมากขึ้น ภาพเขียนที่จะถ่ายเป็นแม่พิมพ์ จะต้องเขียนบนกระดาษมัน เช่น กระดาษอาร์ต เป็นต้น

2.2.4.5 ตราสัญลักษณ์ (logo) คือสิ่งที่แสดงถึงเครื่องหมายของหน่วยงาน จะมีความสัมพันธ์กับเนื้อหา โดยวางไว้ตอนล่าง หรือมุมใดมุมหนึ่งของโปสเตอร์ และในการกำหนด ขนาดของตราสัญลักษณ์ควรมีขนาดพอควร ไม่ใหญ่ หรือ แย่งความสนใจไปจากภาพประกอบ และควรง่ายต่อการจดจำ

2.2.5 หลักการออกแบบโปสเตอร์ [15] สำหรับขนาดกระดาษมาตรฐานทั่วไปนั้น มีทั้ง มาตรฐาน A และมาตรฐาน B ที่นิยมใช้กันบ่อย ๆ แต่ในความเป็นจริงแล้วขนาดมาตรฐานยังมีอีก หลายตัว ทางผู้วิจัยขอพูดถึงในส่วนของมาตรฐาน A ก่อน เพราะเป็นที่นิยมใช้และเห็นได้บ่อยในงาน ทั่วไป มาตรฐานขนาดกระดาษชุด A เป็นมาตรฐานในระบบ ISO ซึ่งเป็นระบบเมตริก จากการคำนวณ จะได้ขนาดของ A0 เท่ากับ 841 x 1189 มิลลิเมตร เมื่อทำการแบ่งครึ่งจากขนาด A0 ดังกล่าว ขนาด ใหม่ที่ได้ตั้งเป็นรหัส A1 หากทำการแบ่งไปเรื่อย ๆ ก็จะได้รหัส A2, A3, A4 ... เช่น งานใบปลิว A4 งานโบรชัวร์ ขนาดที่นิยมใช้คือ A4 และ A3 งานโปสเตอร์ขนาดที่นิยมใช้คือ A3, A2 และ A1 ซึ่ง การใช้งานต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าที่จะใช้งานในลักษณะใดเป็นสำคัญ ตามรูปตัวอย่าง ด้านล่าง

ขนาด 841 x 1189 มิลลิเมตร(A0)

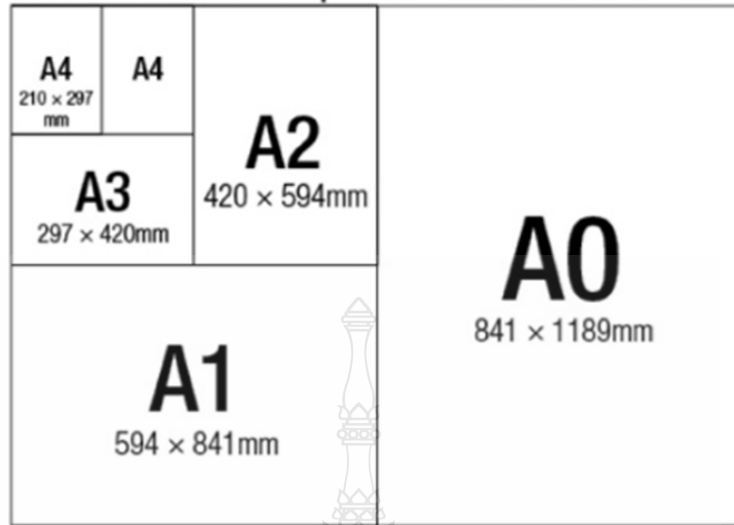
ขนาด 594 x 841 มิลลิเมตร(A1)

ขนาด 420 x 594 มิลลิเมตร(A2)

ขนาด 297 x 420 มิลลิเมตร(A3)

ขนาด 210 x 297 มิลลิเมตร (A4)

ISO International Paper Size Standard - A Series



รูปที่ 2.5 ภาพกระดาษขนาดต่าง ๆ

ที่มา : <https://goo.gl/QttxE>

2.2.5.1 การออกแบบข้อความ

- 1) การสื่อความหมายง่ายและตรงประเด็น
- 2) เนื้อความจะต้องมีลักษณะสั้นกระชับได้ใจความตรงประเด็น การย่อหน้าจะทำให้เข้าใจได้มากกว่าการนำเสนอแบบท่อนหรือแบบตอน (Blocked paragraphs) ซึ่งจะช่วยการสร้างความเข้าใจ

- 3) อ่านง่าย (Legibility) ถูกต้องแม่นยำรวดเร็วและเข้าใจในเรื่องที่อ่าน
- 4) เข้าใจง่าย (Readability) ความเข้าใจในการสื่อสารเกิดจากการจัดตัวอักษรแบบต่าง ๆ ที่สามารถมองเห็นได้ง่ายจากการผสมผสานของแบบตัวอักษรสัญลักษณ์ ภาพถ่ายและภาพประกอบเข้าด้วยกันซึ่งหมายถึง รวมความซับซ้อนทำให้เข้าใจได้ง่าย

2.2.5.2 การออกแบบตัวอักษร

- 1) ขนาดของตัวอักษรที่ปรากฏในสื่อสามารถบอกรายละเอียดหรืออธิบายภาพประกอบในสื่อ นั้นกับกลุ่มเป้าหมาย การสร้างจุดเน้นด้วยขนาดของตัวอักษร และสีที่ต่างกัน สามารถกระตุ้นให้ผู้พบเห็นสนใจ ติดตาม หรือจดจำในสื่อที่นำเสนอ ขนาดของตัวอักษรที่ปรากฏในสื่อโปสเตอร์โดยทั่วไปมี 3 ขนาดคือ

- (1) ตัวอักษรขนาดใหญ่ สำหรับข้อความพาดหัว (headline)
- (2) ตัวอักษรขนาดกลาง สำหรับข้อความพาดหัวรอง (sub headline)

(3) และตัวอักษรขนาดเล็ก สำหรับข้อความให้รายละเอียดของสารที่เสนอในสื่อโปสเตอร์ (copy)

หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของตัวอักษรนั้น อาจต้องคำนึงถึงการรับรู้ที่แตกต่างกันตามปัจจัยของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ปัจจัยด้านวัย หรือลักษณะทางกายภาพตามกลุ่มเป้าหมายในความแตกต่างด้านวัย มีดังนี้ อายุ 7 – 10 ปี ขนาดของตัวอักษร 18 – 30 พอยท์ อายุ 11 – 30 ปี ขนาดของตัวอักษร 16 – 18 พอยท์ อายุ 20 – 60 ปี ขนาดของตัวอักษร 14 – 18 พอยท์

2) แบบของตัวอักษร เป็นสิ่งสำคัญหลักสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารสามารถรับรู้เนื้อหาสื่อที่นำเสนอได้ และรูปแบบของตัวอักษรสามารถแบ่งได้ดังนี้ [16]

(1) แบบดั้งเดิม เป็นแบบมีหัว เป็นแบบที่คุ้นเคยกันมากที่สุด ซึ่งหัวของตัวอักษรนี้ที่เป็นเอกลักษณ์ของภาษาไทยตัวอักษรแบบนี้ แสดงความเป็นทางการคล้าย ๆ กับ Serif ของภาษาอังกฤษ อ่านออกง่าย ตัวอักษรแบบนี้จึงเหมาะสมสำหรับนำมาจัดวางเป็นเนื้อหาในงานสิ่งพิมพ์



รูปที่ 2.6 ภาพตัวอย่างตัวอักษรแบบดั้งเดิม

(2) แบบหัวตัด เป็นแบบที่ไม่มีหัว เป็นตัวอักษรที่ตัดแปลงมาจากแบบมีหัวโดยตัดหัวออก เหมือนเขียนด้วยปากกาออกแรงตัวอักษรแบบนี้ให้อารมณ์ ความรู้สึกถึงความทันสมัย ซึ่งจะเหมือนกันแบบ San Serif ของตัวอักษรในภาษาอังกฤษ จึงมักจะใช้ตัวอักษรนี้กับงานที่ดูร่วมสมัยและเป็นสากล

ก ข ขค ค ฅ ม ง อ ฉ ช ฌ
 ฎ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ฑ
 ฑก ฑค ฑน ฑบ ฑผ ฝ พ
 ฝภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส
 ห ฬ อ ฮ ฮะ าะ ะ ็ ั ุ ู ำ ำ ำ

รูปที่ 2.7 ภาพตัวอย่างตัวอักษรแบบหัวตัด

(3) แบบลายมือ จะให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ ตัวอักษรแบบนี้เหมาะที่จะใช้กับงานที่ไม่เป็นทางการ อีستر ดูสนุกสนาน และไร้กฎเกณฑ์ เปรียบได้กับตัวอักษรแบบ Script ของตัวอักษรภาษาอังกฤษ

ก ข ขค ค ฅ ม ง ฉ
 ช ฌ ฎ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ
 ณ ฑก ฑค ฑน ฑบ
 ฑผ ฝ พ ฝภ ม ย ร ล
 ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ

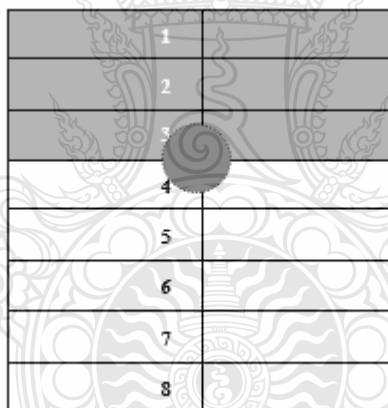
รูปที่ 2.8 ภาพตัวอย่างตัวอักษรแบบลายมือ

(4) แบบคัดลายมือ หรือเรียกกันว่าแบบอาลักษณ์ เป็นแบบที่เกิดจากการคัดลายมือ ด้วยปลายปากกา ลักษณะจะมีหัวแหลม เช่น ปากกาขนนก ตัวอักษรแบบนี้แสดงความเป็นทางการ และให้ความรู้สึกถึงพิธีรีตอง แบบไทย ๆ นอกจากนี้ตัวอักษรยังให้ความรู้สึกถึงความเคารพ และให้เกียรติกัน จึงนิยมใช้ในการ์ดเชิญและในงานมงคลต่าง ๆ

(2) สีของตัวอักษรต้องไม่ใช่หลายสีจนเกินไป เพื่อไม่ทำให้ผู้ดู
 ลายตา ควรใช้สีที่เหมาะสมกับคำ หรือข้อความนั้น ๆ

2.2.5.3 การออกแบบภาพประกอบแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือภาพเชิงเดี่ยวหมายถึงภาพ
 ที่มีจุดนำเสนอที่น่าสนใจเพียงอย่างเดียวเช่นการถ่ายภาพวัตถุต่าง ๆ และภาพเชิงซ้อนหมายถึงภาพที่มี
 จุดนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจในหลาย ๆ อย่างประกอบเข้าด้วยกัน เช่น ภาพถ่ายวิวมุมกว้าง ภาพเมือง
 ภาพธรรมชาติ ภาพจึงเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดความสนใจคนดูให้ติดตามเนื้อหาที่น่าสนใจโดยภาพ 1 ภาพ
 จะมีค่าเทียบเท่ากับคำที่ใช้ถึง 4,000 คำ การออกแบบภาพในโปสเตอร์ได้แก่รูปภาพ ภาพวาดระบายสี
 ขนาดของภาพเรื่องราวของภาพรูปแบบของภาพความเด่นชัดเทคนิคการสร้างสรรค์และ
 ความน่าสนใจในการมอง (Optical Center) ซึ่งมีความสำคัญต่อโปสเตอร์มากโดยมีหลักการดังนี้

1) การวางตำแหน่งภาพรูปแบบที่ 1 แบ่งพื้นที่ของโปสเตอร์ออกเป็น
 8 ส่วนเท่า ๆ กัน ต้องวางภาพสัญลักษณ์ไว้บนตำแหน่งกึ่งกลางของส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นจุดแห่งความสนใจ
 การมองมากที่สุด



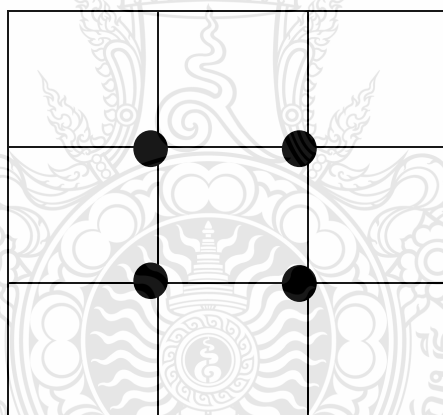
รูปที่ 2.11 ภาพแสดงตำแหน่งบริเวณจุดศูนย์กลางแห่งการมองเห็นที่น่าสนใจมากที่สุด

2) การวางตำแหน่งภาพรูปแบบที่ 2 แบ่งพื้นที่ของหน้ากระดาษออกเป็น
 4 ส่วนเท่า ๆ กัน ซึ่งพื้นที่ทั้ง 4 ส่วนมีความน่าสนใจแตกต่างกันในแต่ละส่วนคือส่วนบนซ้ายสุด
 ความน่าสนใจร้อยละ 41 ส่วนล่างซ้ายร้อยละ 25 ส่วนบนขวาร้อยละ 20 และส่วนล่างขวาร้อยละ 14
 การออกแบบโปสเตอร์จะต้องเน้นการวางภาพบนพื้นที่ที่น่าสนใจที่มีค่าเปอร์เซ็นต์สูง คือตำแหน่ง
 ซ้ายบนและล่าง ซึ่งมีความสนใจมากกว่าด้านขวาบนและล่าง

41 %	20%
25%	14%

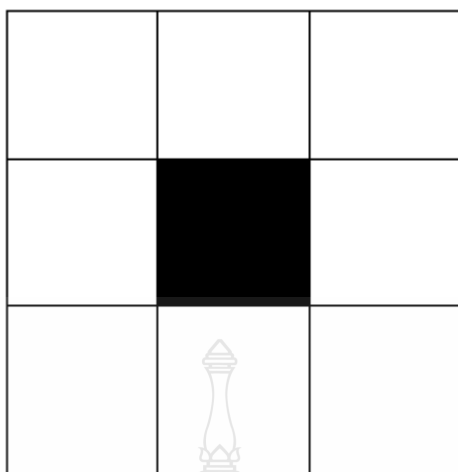
รูปที่ 2.12 ภาพแสดงเปอร์เซ็นต์ของความสนใจบนพื้นที่ 4 ส่วน

3) การวางตำแหน่งภาพรูปแบบที่ 3 การแบ่งพื้นที่ออกเป็น 9 ส่วนเท่า ๆ กันตำแหน่งความน่าสนใจอยู่บนเส้นตัดมุมสี่เหลี่ยมกลางจำนวน 4 จุดซึ่งเป็นจุดที่เหมาะสมในการวางภาพสัญลักษณ์มากที่สุด



รูปที่ 2.13 ภาพแสดงจุดแห่งความน่าสนใจ 4 จุด

4) การวางตำแหน่งภาพรูปแบบที่ 4 การแบ่งพื้นที่ออกเป็น 9 ส่วนเท่า ๆ กันส่วนที่อยู่กึ่งกลางของรูปสี่เหลี่ยมเป็นตำแหน่งจุดที่ไม่น่าสนใจมากที่สุดแต่ก็เป็นจุดเด่นของภาพที่มองเห็นในระยะแรก ตำแหน่งจุดกลางเป็นจุดเน้นสายตาแต่ก็เป็นตำแหน่งที่ไม่น่าสนใจทำให้เกิดความเบื่อได้ง่าย ดังนั้นการวางภาพสัญลักษณ์บนตำแหน่งนี้จึงไม่เรียกร้องความน่าสนใจจากคนดูมากนักควรปล่อยให้พื้นที่พักสายตาหรือออกแบบเสริมส่วนประกอบของจุดที่น่าสนใจ



รูปที่ 2.14 ภาพแสดงจุดที่ไม่น่าสนใจมากที่สุด

2.2.5.4 การออกแบบสีโปสเตอร์ จึงเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดสายตาจากผู้อ่านหรือสร้างโปสเตอร์นั้น ให้มีความน่าสนใจมากกว่าสิ่งที่อยู่รอบข้าง เช่นสีโทนร้อน (warm color) เหลือง ส้ม และแดง สามารถสร้างความดึงดูดได้ดีกว่าสีอื่น ๆ สีโทนเย็น (cool color) ฟ้า เขียว และม่วง จะเป็นสีพื้นได้ดีที่สุดมากกว่าสีอื่น ๆ สำหรับการมองเห็นในระยะไกล สีดำบนพื้นสีเหลืองจะเป็นการผสมผสานอย่างดีที่สุด หรือสีเขียวบนพื้นขาว แต่สิ่งที่สร้างความดึงดูดได้มากกว่าสีคือตัวอักษร เพราะตัวอักษรนั้นได้บรรจุเนื้อหาสำคัญไว้ และสีแต่ละสีจะมีผลต่ออารมณ์ของผู้พบเห็นดังนี้ [17]

- สีแดง ให้ความรู้สึกอันตราย เร้าร้อน ฉุกเฉิน
- สีส้ม ให้ความรู้สึกสว่าง เร้าร้อน ฉุกเฉิน
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกสว่าง สดใส สดชื่น ระวัง
- สีเขียว ให้ความรู้สึกงอกงาม พักผ่อน สดชื่น
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย สง่างาม ทิม
- สีม่วง ให้ความรู้สึกหนัก สงบ มีเลศนัย
- สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกเก่า หนัก สงบเงียบ
- สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด ใหม่ สดใส
- สีดำ ให้ความรู้สึกหนัก หดหู่ เศร้าใจ ทึบตัน
- สีทองเงินและสีมันวาว แสดงถึงความรู้สึกมีคุณค่า
- สีดำกับสีขาว แสดงถึงความรู้สึกทางอารมณ์ที่ถูกกดดัน

สีเทาปานกลาง แสดงถึงความนิ่งเฉย สงบ

สีเขียวแก่ผสมสีเทา แสดงถึงความสลด รันทดใจ ชรา

สีสดใสและสีบาง ๆ ทุกชนิด แสดงความรู้สึกระชุ่มกระชวย แจ่มใส

2.2.6 ลักษณะของโปสเตอร์ที่ดีควรสนองแนวคิดหลัก 5 ประการ ดังนี้

2.2.6.1 จะต้องตอบสนองจุดประสงค์ในการสื่อความหมายได้อย่างเต็มที่

2.2.6.2 จะต้องมีความชัดเจนในภาพลักษณ์ และข้อความที่ใช้ในการสื่อความหมายต้องมีความกระชับ มีขนาดที่พอเหมาะ

2.2.6.3 รูปภาพ และข้อความที่นำเสนอควรมีความสอดคล้อง สัมพันธ์ ส่งเสริมซึ่งกันและกัน

2.2.6.4 จะต้องสร้างความเข้าใจ ดึงดูดความสนใจ กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

2.2.6.5 ต้องมีความกะทัดรัด และแสดงแนวคิดหลักเพียงอย่างเดียว

2.2.7 ข้อควรคำนึงถึงในการออกแบบโปสเตอร์

2.2.7.1 ควรเป็นแผ่นเดียวโดด ๆ สามารถนำไปติดบนพื้นผิวใดก็ได้

2.2.7.2 ควรมีภาพประกอบและข้อความที่บ่งบอกถึงอะไรที่ไหน เมื่อใด ใช้ข้อความกะทัดรัด เข้าใจง่าย ชัดเจนไม่คลุมเครือ หรือเข้าใจไปได้หลายทาง และใช้ข้อความที่สามารถเข้าใจได้ทันที แสดงแนวคิดหลักและเรื่องราวเพียงอย่างเดียว

2.2.7.3 การวางตำแหน่งภาพประกอบ และข้อความต้องประสานส่งเสริมซึ่งกันและกันและง่ายแก่การจดจำ

2.2.7.4 ตัวอักษรที่ใช้ควร โดดเด่น สะดุดตา คำนึงถึงระยะห่างทางการอ่าน และขนาดของตัวอักษร ควรแตกต่างกันตามหน้าที่ เช่น ตัวหัวเรื่องหรือพาดหัวควรมีขนาดใหญ่กว่าข้อความ

2.2.7.5 ภาพหรือข้อความที่เสนอ ต้องมีขนาดใหญ่ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถมองเห็นได้ง่าย และขนาดของโปสเตอร์ต้องปรับให้เหมาะสมกับสถานที่ตั้งโปสเตอร์ด้วย

2.2.7.6 มีโครงสร้างชัดเจน คือ การใช้สีที่โดดเด่นชัดเจน สะดุดตา ไม่มีเส้นสายหรือลวดลายซับซ้อน ดูแล้วเข้าใจในโครงสร้างนั้น ๆ ได้ทันทีที่สามารถแยกภาพกับตัวอักษรที่ต้องการเสนอได้ชัดเจนมีความเหมาะสมกับเนื้อหา และจิตวิทยาในการใช้สีด้วย

2.2.7.7 ต้องคำนึงถึงหลักในการออกแบบและจัดหน้าด้วย

2.2.8 ขั้นตอนการออกแบบโปสเตอร์

2.2.8.1 กำหนดรูปภาพและเนื้อหาที่จะทำการสื่อสารให้ชัดเจน โดยจัดวางรูปพระนอนให้เหมาะสม

2.2.8.2 กำหนดขนาดรูปพระนอนและรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้เหมาะสม บนกระดาษขนาด A0 (841 x 1189 มิลลิเมตร)

2.2.8.3 กำหนดระบบการพิมพ์และวัสดุที่ใช้

2.2.8.4 ร่างภาพย่อ หลาย ๆ แบบ เพื่อหาความคิดในการออกแบบจนกระทั่งได้แบบที่เหมาะสมและน่าพึงพอใจที่สุดแล้วจึงขยายแบบให้มีขนาดเท่าของจริง

2.2.8.5 ร่างแบบละเอียดโดยจัดวางให้องค์ประกอบทุกส่วนมีขนาดเท่าจริง และอยู่ในตำแหน่งจริงทั้งหมด

2.2.8.6 นำเสนอแบบร่างหรือเลย์เอาต์ทำเป็นต้นฉบับสำหรับพิมพ์

สรุปได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง ข้อความ หรือภาพที่เกี่ยวกับข้อมูล ซึ่งถ่ายทอดด้วยการพิมพ์ลงบนกระดาษ โดยการพิมพ์จากต้นฉบับให้ได้เหมือนกันจำนวนมาก ๆ ในเวลาที่รวดเร็วและชัดเจน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้อ่านจำนวนมาก เช่น หนังสือพิมพ์ โบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือนิเทศสาร วารสาร จุลสาร และหนังสือคู่มือ ซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อเสียในตัวเอง เช่น ความคงทนถาวร ความสะดวกในการพกพาหรือนำติดตัว ต้นทุนค่อนข้างถูก สามารถบรรจุเนื้อหาได้มากกว่าสื่อประเภทอื่นแต่สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อหนึ่งตายตัวไม่เคลื่อนไหว รับรู้ทางประสาทตาเท่านั้น ขาดความน่าสนใจไม่ตื่นตาตื่นใจ หรือเร้าอารมณ์ได้เหมือนสื่อที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหวและมีเสียงผู้บรรยาย

2.3 กระบวนการผลิตวิดิทัศน์

สื่อที่นิยมใช้ในงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันนี้ก็คือสื่อวิดิทัศน์คือ สื่อเพื่อการนำเสนอการอธิบายการสอนหรือเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งตามความต้องการของผู้ผลิตวิดิทัศน์เป็นผลผลิตที่เกิดจากกระบวนการทำงานอย่างมีระบบซึ่งจะเรียกว่าผู้ผลิตทำออกมาเป็นงานวิดิทัศน์ตามความเป้าหมายที่ตั้งไว้ กระบวนการดังกล่าวเรียกเป็นกระบวนการผลิตรายการ ซึ่งมีเทคนิคขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.3.1 การวางแผนการผลิต (Planning)

ขั้นตอนนี้เป็นการระดมความคิดความเข้าใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดประชุมปรึกษาถึงประเด็นการผลิตรายการว่าจะผลิตให้ใครดูหมายถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ดูผู้ชมและในการผลิต

รายการนั้นจะแสดงถึงอะไรบ้างจะให้ผู้ชมได้รู้ได้เห็นเกี่ยวกับอะไรประเด็นสุดท้ายในการวางแผนก็คือผลิตรายการออกมาแล้วคาดหวังผลอย่างไรหรือเพื่อจุดประสงค์อะไรบ้าง

2.3.2 การเขียนบท (Script)

เป็นการนำเอาเนื้อหาเรื่องราวที่มีอยู่หรือจินตนาการขึ้นมาเพื่อการนำเสนอให้ผู้ชมได้รับรู้อย่างพอใจประทับใจ มีการใช้ภาษาที่สละสลวยชวนอ่าน ชวนฟัง มีการเกริ่นนำการดำเนินเรื่องและบทสรุปที่กระชับสอดคล้องกันรู้จักสอดแทรกมุขตลกเกร็ดความรู้หรือเทคนิคแปลก ๆ มีลีลาที่น่าสนใจเพื่อเป็นสีสันของเรื่องราวการเขียนบทวิดิทัศน์จะมีทั้งการร่างบทวิดิทัศน์และการเขียนบทวิดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์ร่างบทโทรทัศน์เป็นการวางโครงเรื่อง (Plot) แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนคือการเกริ่นนำ (Introduction) เนื้อเรื่องหรือตัวเรื่อง (Body) และการสรุปหรือการส่งท้าย (Conclusion) บทวิดิทัศน์อาจจะมีการปรับเปลี่ยนบทบ้างตามความเหมาะสมของเหตุการณ์นั้น

2.3.3 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ (Preparation)

ในการเตรียมเพื่อการผลิตรายการนั้นจะเตรียมทุกสิ่งทุกอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องอันหมายถึงการทำงานเครื่องมืออุปกรณ์ในการถ่ายทำเตรียมสถานที่เตรียมบุคลากรที่เกี่ยวข้องซึ่งพร้อมที่จะทำงานได้ทันทีให้สมจริงเท่าที่จะทำได้ให้ดีที่สุด

2.3.4 การบันทึก (Recording)

การบันทึกแบ่งเป็นบันทึกภาพและบันทึกเสียงซึ่งการบันทึกภาพนั้นจะได้ทั้งภาพทั้งเสียงอยู่แล้วเมื่อตัดต่อสามารถเลือกได้ว่าช่วงไหนจะใช้แต่ภาพหรือใช้ทั้งภาพและเสียงการบันทึกภาพบันทึกหรือถ่ายทำตามสภาพความเป็นจริงและความจำเป็นก่อนหลังไม่จำเป็นต้องเรียงฉากตามบทวิดิทัศน์ (Script) ในการบันทึกเสียงจะบันทึกทั้งเสียงเหตุการณ์จริงเสียงสัมภาษณ์เสียงสนทนาเสียงบรรยายเสียงเพลงประกอบและเสียงเหตุการณ์หรือเสียงที่นำมาใช้เป็นเอฟเฟค (Sound Effect) ให้เรื่องราวน่าสนใจซึ่งกระบวนการเกี่ยวกับเรื่องเสียงจะมีการผสมเสียงอีกครั้งหนึ่งในกระบวนการตัดต่อภาพและเสียง

ในการผลิตสื่อวิดิทัศน์เพื่อจุดมุ่งหมายใด ๆ ก็ตามผู้จัดทำควรมีความรู้ความเข้าใจในเนื้องานไว้บ้างเพื่อการสร้างงานการคิดสร้างสรรค์จะได้หลากหลายน่าสนใจและที่สำคัญจะช่วยให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่นบรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้นสิ่งที่ควรรู้ควรรวเข้าใจมีหลายอย่างเช่นอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เทคนิคกล้อง ชนิดของภาพ การลำดับภาพและตัดต่อภาพการนำเสียงมาใช้ในงานวิดิทัศน์ตลอดจนการใช้กราฟิกคอมพิวเตอร์

2.4 ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจมาเยี่ยมชมและท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นทุกปี โดยดูได้จากเว็บไซต์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา [18] ดังตาราง

ตารางที่ 2.1 สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2552 – 2558
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นักท่องเที่ยว	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ไทย	624,465	1,068,404	851,323	1,068,100	1,073,412	1,142,119	1,205,428
ต่างชาติ	143,272	241,583	176,974	319,872	319,845	343,339	343,180

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระนอน 12 วัด

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่มีวัดจำนวนมากและเป็นวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์นักท่องเที่ยวจึงให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวและไหว้พระตามวัดต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก แต่ในครั้งนี้จะขอแนะนำแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดที่มี “พระนอน” หรือที่เรียกว่า “พระพุทธรูปไสยาสน์” สำหรับพระนอนในประเทศไทยนั้นมักนิยมสร้างในรูปแบบ “ปางโปรดอสุรินทรานู” ซึ่งองค์พระพุทธรูปจะอยู่ในพระอิริยาบถนอนตะแคงขวา พระบาททั้งสองซ้อนทับเสมอกัน พระหัตถ์ซ้ายแนบไปตามพระวรกาย พระหัตถ์ขวาดำรงขึ้นรับพระเศียรและมีพระเขนย (หมอน) รองรับ บางแบบพระเขนยวางอยู่ใต้พระกัจฉะ (รักแร้) ทั้งนี้ตามประวัติได้เล่าไว้ว่า ในสมัยที่พระพุทธรูปประทับอยู่ ณ วัดเชตะวัน ในนครสาวัตถี อสุรินทรานูซึ่งเป็นอสูรอุปราชของท้าวเวปจิตคือสุรบดินทร์ผู้ครองอสูรพิภพ ได้สดับพระเกียรติคุณของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าจากเหล่าเทวดาทั้งหลาย จึงมีความประสงค์จะฟังธรรมจากพระพุทธรูปองค์แต่คิดว่าพระพุทธรูปเป็นมนุษย์มีพระวรกายเล็ก ตนเองมีร่างกายใหญ่หากไปเฝ้าก็จะต้องก้มลงมองด้วยความลำบากเมื่ออสุรินทรานู ไปเข้าเฝ้าสำคัญตัวว่ามีร่างกายใหญ่โตใหญ่กว่าพระพุทธรูปเจ้า จึงไม่ยอมแสดงความอ่อนน้อม พระพุทธรูปทรงประสงค์จะลดทูลิขุของอสุรินทรานูอสูร จึงทรงเนรมิตกายให้ใหญ่โตกว่าอสุรินทรานูอสูร ทรงนอนในลักษณะเสด็จลีลาไสยาสน์ พระเศียรหนุนภูเขาต่างพระเขนย พระบาททั้งสองข้างที่วางซ้อนกันอยู่ สูงใหญ่กว่าอสุรินทรานู อสุรินทรานูต้องแหงนคอเพื่อชมพุทธลักษณะพระพุทธรูปองค์ได้ทรงแสดงปาฏิหาริย์พาอสุรินทรานูขึ้นไป

ยังพรหมโลก บรรดาพรหมทั้งหลายมีร่างกายเล็กกว่าพระพุทธองค์และต่างมองอสุรินทราหูเหมือนประหนึ่งมนุษย์ค่อมคปลวกตัวเล็ก ๆ อสุรินทราหูเกิดความกลัวต้องหลบอยู่ข้างหลังพระพุทธองค์ นับแต่นั้นมาก็ลคทิฐิมานะ อ่อนน้อมต่อพระพุทธองค์ และเมื่อได้สดับฟังพระธรรมเทศนาจึงเกิดความเลื่อมใส ขอถึงพระรัตนตรัยเป็นที่พึ่งและนี่ก็คือที่มาของพระนอน “ปางโปรดอสุรินทราหู” โดยวัดที่มีพระนอนประดิษฐานให้ขอพรเสริมสิริมงคล พร้อมกับชื่นชมงานพุทธศิลป์ทรงคุณค่าที่เป็นมรดกตกทอดจากอดีตมาจนถึงทุกวันนี้ให้ได้สักการบูชาเสริมสิริมงคลแก่ชีวิตพร้อมรับแต่สิ่งดี ๆ อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้ [19]



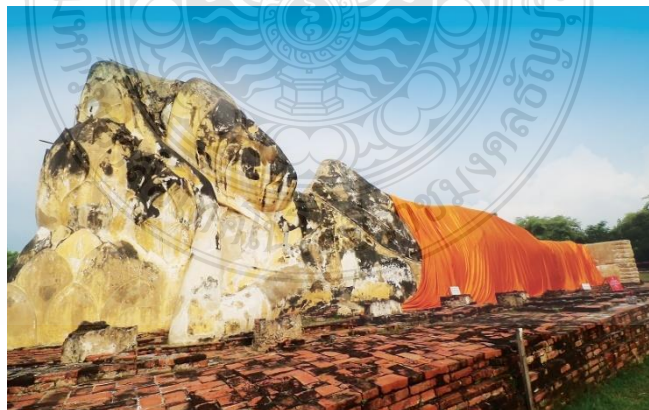
รูปที่ 2.15 พระนอนวัดเสนาสนารามราชวรวิหาร

2.5.1 พระนอนวัดเสนาสนารามราชวรวิหาร อำเภอพระนครศรีอยุธยา วัดเสนาสนารามราชวรวิหาร ตั้งอยู่ทางด้านหลังพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม เป็นวัดโบราณเดิมชื่อ “วัดเสือ” มีวิหารพระพุทธไสยาสน์ อยู่ติดกับพระเจดีย์องค์ใหญ่ ซึ่งพระวิหารนี้สร้างขวางกับแนวพระอุโบสถ พระพุทธไสยาสน์เป็นพระพุทธรูปนอนสีหไสยาสน์ ศิลปะอยุธยาสลักด้วยศิลาเป็นท่อน นามารเรียงต่อกันมีความยาว 14.12 เมตร เดิมประดิษฐานอยู่ที่วัดมหาธาตุพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดฯ ให้อัญเชิญมาประดิษฐานไว้ที่พระวิหารพระพุทธไสยาสน์วัดเสนาสนารามราชวรวิหาร ต่อมาได้มีการบูรณะองค์พระพุทธไสยาสน์ โดยการลงรักและปิดทองเพื่อความสวยงามยิ่งขึ้น



รูปที่ 2.16 พระนอนวัดสามวิหาร

2.5.2 พระนอนวัดสามวิหาร อำเภอพระนครศรีอยุธยา ในพงศาวดาร เรียกว่า “วัดสามวิหาร” เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปไสยาสน์ซึ่งเป็นพระพุทธรูปปูนปั้นสมัยอยุธยาตอนต้นแต่พุทธลักษณะคล้ายได้รับอิทธิพลแบบสุโขทัย ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดสามวิหาร” เนื่องจากแต่เดิมมีทั้งหมด 3 วิหารคือ วิหารพระนอน วิหารพระนั่ง และวิหารพระยืน ปัจจุบันเหลือเพียง 2 วิหาร คือ วิหารพระนอนและวิหารพระนั่งเท่านั้น สันนิษฐานว่าถูกทำลายเมื่อคราวเสียกรุงครั้งที่ 2 ในพ.ศ. 2310 เนื่องจากวัดนี้เป็นวัดแห่งหนึ่งที่พม่าเลือกเป็นชัยภูมิในการตั้งฐานทัพเมื่อครั้งยกทัพมาล้อมกรุงศรีอยุธยา ก่อนเสียกรุง



รูปที่ 2.17 พระนอนวัดโลกยสุธา

2.5.3 พระนอนวัดโลกยสุธา อำเภอพระนครศรีอยุธยา พระพุทธรูปไสยาสน์กลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดในเกาะเมืองอยุธยาและเป็นวัดเก่าแก่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้นในปี พ.ศ. 2499 สมัยจอมพล ป.พิบูลย์สงคราม ได้ทำการบูรณปฏิสังขรณ์พระนอนครั้งใหญ่เป็นครั้งแรกหลังจากเสียกรุงองค์พระพุทธรูปไสยาสน์ก่ออิฐถือปูนขนาดยาว 42 เมตร สูง 8 เมตร มีดอกบัวเกยซ้อนรองรับพระเศียรแทนพระเขนยรององค์พระมีเสาอิฐ 8 เสาเข็ม รวม 24 ต้น



รูปที่ 2.18 พระนอนวัดธรรมิกราช

2.5.4 พระนอนวัดธรรมิกราช อำเภอพระนครศรีอยุธยา วัดนี้สร้างก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยา สันนิษฐานว่า สร้างในสมัยเดียวกันกับวัดพนัญเชิงวรวิหารซึ่งตามประวัติ กล่าวว่า สร้างโดยพระมหะสีในสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ เนื่องจากทรงตั้งจิตอธิษฐานว่า หากพระราชธิดาทรงหายจากอาการประชวรแล้วจะสร้างวิหารพระพุทธรูปไสยาสน์ถวายองค์พระพุทธรูปไสยาสน์ก่ออิฐถือปูนกลางฝ่าพระบาททำตามคติมหาปุริสลักขณะ โดยทำเป็นรูปจักรปูนปั้นนูนออกมาจากฝ่าพระบาท ตามความงามของคติช่างนอกเหนือจากชมความงามขององค์พระนอนแล้วนักท่องเที่ยวยังนิยมนำน้ำพระพุทธรมนต์ในพระวิหารนี้กับไปบ้านเพื่อเป็นสิริมงคล เนื่องจากเชื่อกันว่ามีความศักดิ์สิทธิ์มาก



รูปที่ 2.19 พระนอนวัดใหญ่ชัยมงคล

2.5.5 พระนอนวัดใหญ่ชัยมงคล อำเภอพระนครศรีอยุธยา เป็นวัดที่มีเจดีย์ทรงระฆังองค์ใหญ่ สัญลักษณ์แห่งชัยชนะขององค์สมเด็จพระนเรศวรมหาราชเดิมชื่อสำนักสงฆ์ป่าแก้วที่สมเด็จพระเจ้าอู่ทอง องค์ปฐมกษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยาได้สถาปนาพระวิหารให้เป็นพระอารามใน พ.ศ. 1900 โดยพระราชทานชื่อใหม่ว่า “วัดป่าแก้ว” ต่อมาในรัชสมัยของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเจดีย์องค์ใหญ่ขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติยศ และเป็นสัญลักษณ์แห่งชัยชนะในศึกยุทธหัตถีโดยทรงพระราชทานนามว่า “เจดีย์ชัยมงคล” พร้อมกันนั้นได้ทรงโปรดฯ ให้สร้างวิหารพระพุทธไสยาสน์ปัจจุบันวิหารแห่งนี้หลงเหลือเพียงเสาสองต้นและกำแพงบางส่วน และองค์พระพุทธไสยาสน์



รูปที่ 2.20 พระนอนวัดพนมยงค์

2.5.6 พระนอนวัดพนมยงค์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา วัดพนมยงค์ หรือวัดแม่นมโยง เป็นนามของแม่นมของพระมหากษัตริย์ในสมัยกรุงศรีอยุธยาผู้ปฏิบัติดี มีใจสัตย์ซื่อ และยึดถือคุณธรรมในการดำเนินชีวิต เมื่อสิ้นอายุขัยลง จึงได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัดอุโบสถและวิหาร พระนอนองค์ใหญ่ซึ่งตั้งอยู่ทางด้านทิศเหนือของกรุงเก่าริมคลองเมืองเอื้องหน้าโรงเรียนประตูลี้ ตำบลท่าवासกรี สันนิษฐานว่าสร้างพระนอนองค์ใหญ่ทำด้วยปูนปั้นสวยงามพุทธลักษณะคล้ายศิลปะสมัยสุโขทัย เพราะพระสกทาทันคล้ายกันหอยขมและเข้าใจว่าแม่นมยงค์น่าจะเกิดวันอังคารจึงได้สร้างพระนอนองค์ใหญ่ไว้ประจำวัดเพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งความดีงามของแม่นมยงค์



รูปที่ 2.21 พระนอนวัดพุทไธสวรรย์

2.5.7 พระนอนวัดพุทไธสวรรย์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา สร้างขึ้นในสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่ทองราว พ.ศ. 1896 ในบริเวณ “เวียงเหล็ก” หรือ “เวียงเล็ก” ซึ่งเป็นพระตำหนักที่ประทับเดิมของพระองค์ภายในบริเวณมีวิหารพระพุทไธยาสน์ซึ่งปัจจุบันเหลือแต่เพียงผนังและกรอบหน้าต่างบางส่วนและองค์พระพุทไธยาสน์ก่อด้วยอิฐถือปูน ซึ่งมีพุทธลักษณะพิเศษ คือเป็นหนึ่งในพระพุทไธยาสน์ของอยุธยาเพียงไม่กี่องค์ที่แสดงลักษณะการวางพระบาทเหลื่อม อันเป็นพุทธลักษณะคล้ายการนอนตะแคงของคนทั่วไปนอกจากนั้นพระพาหาและพระกรที่พับวางราบด้านหน้า ในลักษณะหงายพระหัตถ์รองรับพระเศียรเป็นรูปแบบที่นิยมมาตั้งแต่สมัยทวารวดี ลพบุรี อุ้ทองแตกต่างจากพระนอนอิทธิพลศิลปะสุโขทัยที่พบในเขตเกาะเมืองอยุธยา ซึ่งมักจะตั้งพระกรขึ้นและหงายพระหัตถ์รองรับพระเศียรอยู่บนพระเขนยจึงนับเป็นตัวอย่างในการศึกษาพุทธศิลป์ในสมัยอยุธยาที่น่าสนใจอย่างยิ่ง



รูปที่ 2.22 พระนอนวัดสะตือ

2.5.8 พระนอนวัดสะตือ อำเภอท่าเรือ เหตุที่เรียกว่าวัดสะตือนั้นเนื่องจากในอดีตมีต้นสะตือใหญ่อยู่ภายในบริเวณวัดสร้างขึ้นในสมัยพระพุทธเจ้าหลวง โดยสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) ในบริเวณวัดนี้เป็นสถานที่ที่คุณ โยมมารดาของพระคุณเจ้าสมเด็จฯ เคยขึ้นจากเรือมาผูกอยู่เปลห่มล้อมลูกในวัดมี “พระนอนองค์ใหญ่” หรือพระพุทธไสยาสน์ที่ใหญ่ที่สุดองค์หนึ่งของไทยที่นอกจากประชาชนจะมาราบไหว้บูชาแล้ว ยังนิยมมาบนบานขอพรเมื่อสำเร็จดังประสงค์แล้วมักแก้บนด้วยขนมจีน หรือว่าจ้างขบวนแห่ไปรอบองค์พระ



รูปที่ 2.23 พระนอนวัดไม้รวก

2.5.9 พระนอนวัดไม้รวก อำเภอท่าเรือ ชาวบ้านเรียกว่า “วัดรวก” เนื่องจากสันนิษฐานว่าบริเวณวัดนี้น่าจะปกคลุมไปด้วยป่าและต้นไม้ เป็นวัดที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาและมาบูรณะซ่อมแซมอีกครั้งในสมัย รัชกาลที่ 3 มีพระพุทธรูปไสยาสน์ประดิษฐานอยู่ในเขตกำแพงแก้ว สันนิษฐานว่า สร้างในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์องค์พระมีความยาว ขนาด 7 เมตร นอกจากนี้ยังมีวิหารเก่าแก่ ภายในมีจิตรกรรมฝาผนัง ฝีมือช่างรัตนโกสินทร์สมัยรัชกาลที่ 3 อีกด้วย



รูปที่ 2.24 พระนอนวัดสุวรรณเจดีย์

2.5.10 พระนอนวัดสุวรรณเจดีย์ อำเภอมหาราช สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 แต่เนื่องจากบริเวณวัดมีเจดีย์เก่าสมัยอยุธยาภายในบรรจุพระพุทธรูปทองคำขนาดต่าง ๆ จึงเป็นที่มาของชื่อ “วัดสุวรรณเจดีย์” ภายในวิหารมีพระพุทธรูปไสยาสน์องค์ใหญ่ที่สร้างขึ้นใหม่ ลักษณะพระพักตร์งดงามเป็นศิลปะสุโขทัยผสมอยุธยาพระเขนยเป็นลายแผงพุ่มข้าวบิณฑ์ แบบรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นลายไทยทรงพุ่มแบบหนึ่งที่มีโครงภายนอกคล้ายดอกบัวส่วนภายในตกแต่งด้วยลวดลายละเอียดประณีตงดงามยิ่งนักส่วนอีกองค์หนึ่งมีขนาดไม่ใหญ่นัก สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 ประดิษฐานอยู่ในกุฏิหลังใหญ่ของวัด



รูปที่ 2.25 พระนอนวัดพิศกุลโสคันธ์

2.5.11 พระนอนวัดพิศกุลโสคันธ์ อำเภอบางบาล เป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยอยุธยา ในแผ่นดินสมเด็จพระเพทราชาเล่ากันว่าวัดพิศกุลไม่เคยเป็นวัดร้างเลย แม้สมัยที่กรุงศรีอยุธยาแตกก็ตาม วัดแห่งนี้เฟื่องฟูในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อหลวงพ่อบ้านเป็นเจ้าอาวาส เนื่องจากท่านเป็นเกจิอาจารย์ที่ชาวบ้านเคารพนับถือมากท่านได้สร้างพระพุทธรูปไสยาสน์ขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2453 ถวายพระนามว่า “พระโสคันธ์” แต่ชาวบ้านนิยมเรียกว่า “หลวงพ่อโส” เป็นพระนอนขนาดใหญ่ มีความยาว 42 เมตร กว้าง 6 เมตร สูง 8 เมตร ซึ่งชาวบ้านเคารพนับถือในความศักดิ์สิทธิ์ จึงนิยมมาขอพรให้ประสบความสำเร็จสมหวังในเรื่องต่าง ๆ



รูปที่ 2.26 พระนอนวัดบางปลาหมอ

2.5.12 พระนอนวัดบางปลาหมอ อำเภอบางบาล เป็นวัดเก่าแก่มาดั้งแต่สมัยอยุธยา เดิมชื่อ “วัดประทุมญาติ” เมื่อเสียกรุงครั้งที่ 2 กลายเป็นวัดร้างต่อมาสมัยรัชกาลที่ 5 หลวงปู่สุน นอกจากเก่งในทางวิปัสสนาแล้ว ท่านยังเป็นพระที่มีวิชาในทางรักษาโรคด้วยต่อมาชื่อวัด ได้เพี้ยนไปกลายเป็นบางปลาหมอจนปัจจุบัน ในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยหลวงปู่สุนเจ้าอาวาสรูปแรกของ วัดในยุครัตนโกสินทร์ ได้สร้างพระพุทธรูปไสยาสน์ถวายนามว่า “พระไสยาสน์มงคลสรรเพชญ์” แต่เดิม พระพุทธรูปไสยาสน์องค์นี้ประดิษฐานอยู่ริมแม่น้ำน้อยถึงหน้าน้ำก็มักจะถูกน้ำท่วมเกือบทุกปี จนกระทั่ง หลวงพ่อวัดปากน้ำวชิรญาณเจริญ ได้มาเห็นสภาพท่านจึงเป็นผู้นำชาวบ้านให้ช่วยกันชะลอพระนอน จากริมแม่น้ำขึ้นมาอยู่ที่ประดิษฐานปัจจุบัน การย้ายครั้งนี้น้องค์เกิดเสียหายทำให้ ได้ทราบว่า โครงสร้างภายในทำด้วยโองจำนวนหลายสิบใบนำมาเรียงกันเมื่อเคลื่อนย้ายโองจึงแตก รักษาไว้ได้เพียงพระเศียรและพระกรส่วนอื่นต้องก่ออิฐถือปูนขึ้นรูปใหม่แล้วด้วยทองเหลืองเช่นที่ เห็นทุกวันนี้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเสมือนจริง

[20] โตรศัพท์มือถืออัจฉริยะหรือสมาร์ตโฟน ถือเป็นจุดเปลี่ยนแนวคิดทางการตลาดของการโฆษณา เพราะระบบเสมือนจริงบนโทรศัพท์มือถือทำให้ผู้ใช้สามารถรับข้อมูลหรือข่าวสารได้ทันทีตามคุณลักษณะของซอฟต์แวร์หรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่อยู่ในโทรศัพท์มือถือแบบที่ผู้ใช้สามารถพกพาได้อย่างสะดวก [19] ระบบความจริงเสริมเป็นระบบที่นำภาพจริงมารวมกับกราฟิกที่สร้างขึ้นด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อเพิ่มเติมข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ และแสดงภาพให้กับผู้ใช้งาน ซึ่งระบบความจริงเสริมจะประกอบไปด้วยการประเมินผลภาพเพื่อหาตำแหน่งที่จะสร้างกราฟิกซ้อนทับลงบนภาพจริงภายในภาพนั้น

2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์

[21] ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ โดยทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เก็บข้อมูลโดยการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร ตำราและบทความที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากนักวิชาการและนักวิชาชีพที่มีความรู้ มีประสบการณ์จำนวน 7 ท่าน ผลจากการศึกษาพบว่า

1) ความสำคัญของการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อโฆษณาที่มีความสำคัญมากเพราะให้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม เป็นสื่อ

โฆษณาที่มีราคาในการผลิตต่ำ เป็นสื่อโฆษณาที่เจ้าของสินค้าและบริการเลือกลำดับแรก ที่สำคัญเป็นสื่อที่เข้ากับลักษณะธรรมชาติของมนุษย์ คือการอ่านหนังสือ

2) องค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ “ศิลปะ” มีความสำคัญมาก ทำให้งานออกแบบมีความสวยงาม “ดี” คือสิ่งที่มีอิทธิพลที่สุดในใจของ “ผู้บริโภค” การวางตำแหน่งและกำหนดสัดส่วนให้กับการออกแบบงานโฆษณาเพื่อให้งานมีความโดดเด่น ด้วยการศึกษางานศิลปะจะช่วยให้การออกแบบมีความน่าสนใจขึ้น ที่สำคัญ “ศิลปะ” เกิดการย้อนยุค และสามารถนำกลับไปใช้กับงานออกแบบได้เสมอ ฉะนั้นผู้ออกแบบจะต้องเป็นผู้คาดเดา Trend ที่ดี

3) ขั้นตอนการออกแบบจะเริ่มขึ้นจากการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วยหลัก “จิตวิทยา” การศึกษาคู่แข่งและการทำงานร่วมกันเป็นทีมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้งานออกมาตรงวัตถุประสงค์

4) กลยุทธ์และเทคนิคการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยการ “ภาพ” นับว่าเป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลที่สุดในการออกแบบ เพราะภาพจะมีผลต่อสายตา การสร้างความสดและความใหม่ในลักษณะของงานออกแบบที่ไม่มีใครทำ หรือนึกไม่ถึง ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สำคัญการออกแบบต้องสามารถสร้าง “กิเลส” ความต้องการให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายได้

5) คุณสมบัติของนักออกแบบในลำดับแรกนั้นต้องศึกษาหาความรู้และมีความรู้ที่หลากหลาย ทั้งด้านศิลปะ การตลาด เปิดรับสิ่งใหม่ ๆ และศึกษา “ศาสตร์” การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นผู้ที่สังเกตและวิเคราะห์ ตั้งปัญหา ประเด็นเล็ก ๆ จนถึงประเด็นใหญ่ เพื่อฝึกฝนการทำงานอย่างเป็นกระบวนการและเป็นขั้นตอน

6) แนวโน้มและทิศทางของโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ “โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์” จะมีความหลากหลายและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น จะมีเทคโนโลยีและเทคนิคใหม่ ๆ ที่เข้ามาช่วยทำให้การออกแบบมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ฉะนั้นผู้ออกแบบต้องสนใจและศึกษาการเปลี่ยนแปลงรวมถึงพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา

[22] ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาด้านประชากรศึกษานั้นหนักเรื่องสุขภาพอนามัย สำหรับประชาชนในเขตชนบทจำนวน 60 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิดมีประโยชน์มาก แผ่นพับและโปสเตอร์ทำให้เข้าใจมากยิ่งขึ้นและพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกิดความเข้าใจในเรื่องราวได้ง่ายขึ้น ขนาดตัวหนังสือมีผลต่อการอ่าน และช่วยให้การอ่านง่ายขึ้น ภาษาเขียนอ่านแล้วเข้าใจเนื้อเรื่องได้ง่าย สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์นำไปใช้ให้คำแนะนำแก่บุคคลในครอบครัวและเพื่อนบ้านได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีขั้นตอนดำเนินงานวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรการศึกษา
- 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ตัวแปรต้น คือ สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ประกอบด้วย

3.3.1 กระบวนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

3.3.1.1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม Augmented Reality

3.3.1.2 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบ

3.3.1.3 ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระนอนรวบรวมแผ่นพับข้อมูล
ของวัดพระนอน จำนวน 2 แบบ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)



รูปที่ 3.1 แผ่นพับไหว้พระนอนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา [23]



รูปที่ 3.2 ทำสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3.2 แบบประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.3.2.1 ศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3.2.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า มากำหนดเพื่อร่างข้อคำถามเป็นแบบประเมินความเหมาะสม โดยใช้ข้อมูลจากการค้นคว้าจาก หลักการ วัตถุประสงค์ และทฤษฎี ต่าง ๆ นำมาสรุปข้อคำถาม

3.3.2.3 นำร่างแบบประเมินความเหมาะสมให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง

3.3.2.4 นำร่างแบบประเมินความเหมาะสมจำนวน 1 ฉบับ ทั้งแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและตัดต่อ ด้านแอปพลิเคชัน โดยมีข้อคำถามด้านละ 4 ข้อ ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถาม ได้แก่

1) รองศาสตราจารย์ สหายพล มีชูนิกร รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาตินันท์ บุญมี คณบดี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

3) อาจารย์กัณตวีร์ เวียงสิมา อาจารย์สาขาวิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

โดยทั้ง 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพความเหมาะสมของข้อคำถามและนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินดังนี้

+1 = คือแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 = คือไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

-1 = คือ แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ และข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ยังไม่สามารถนำไปใช้ได้ต้องมีการปรับปรุง

3.3.2.5 นำแบบประเมินความเหมาะสมที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางการประเมินผล จำนวน 9 ท่านเพื่อทำการตรวจสอบความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและตัดต่อ ด้านแอปพลิเคชัน

1) ด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการประเมินด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในงานด้านประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 10 ปี เป็นอาจารย์สอนทางด้านภาษาไทย ไม่น้อยกว่า 10 ปี และเป็นอาจารย์สอนทางด้านภาษาอังกฤษ ไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

(1) ดร.อนุรักษ์ เมฆพะโยม ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

(2) ดร.บุญสมหญิง พลเมืองดี รองคณบดี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

(3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดวงจันทร์ สิ้นโพธิ์ อาจารย์สาขาวิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

2) ด้านการออกแบบและตัดต่อ ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในการประเมินด้านการออกแบบและตัดต่อของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในงานด้านการออกแบบ ไม่น้อยกว่า 10 ปี เป็นอาจารย์สอนด้านมัลติมีเดีย ไม่น้อยกว่า 10 ปี และเป็นอาจารย์สอนด้านการผลิตสื่อ ไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

(1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพศาล บุรินทร์วัฒนา อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

(2) รองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ พันธุ์คำเจียก ผู้อำนวยการสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

(3) อาจารย์พงษ์ฉัตร เนียมทรง รองคณบดี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

3) ด้านแอปพลิเคชัน ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในการประเมินด้านแอปพลิเคชันของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในงานด้านแอปพลิเคชันและผลิตสื่อความรู้ ไม่น้อย

กว่า 10 ปี เป็นอาจารย์สอนด้านวิทยาศาสตร์และผลิตสื่อไม่น้อยกว่า 10 ปีและเป็นอาจารย์สอนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 3 ท่านได้แก่

(1) ดร.ก้องเกียรติ หิรัญเกิด อาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(2) ดร.สุวดี ตุ่มทอง คณบดี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

(3) ดร.เอกชัย เนาวนิช รองคณบดี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับดังนี้

5 หมายถึงระดับความเหมาะสม มากที่สุด

4 หมายถึงระดับความเหมาะสม มาก

3 หมายถึงระดับความเหมาะสม ปานกลาง

2 หมายถึงระดับความเหมาะสม น้อย

1 หมายถึงระดับความเหมาะสม น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึงน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึงน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึงปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึงมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึงมากที่สุด

3.3.3 แบบประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.3.3.1 ศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3.3.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า มากำหนดเพื่อร่างข้อคำถามเป็นแบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้ข้อมูลจากการค้นคว้าจาก หลักการ วัตถุประสงค์ และทฤษฎี ต่างๆ นำมาสรุปข้อคำถาม

3.3.3.3 นำร่างแบบประเมินความพึงพอใจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง

3.3.3.4 นำร่างแบบประเมินความพึงพอใจจำนวน 1 ฉบับ ทั้งแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและติดต่อ และด้านแอปพลิเคชัน โดยมีข้อคำถามด้านละ 4 ข้อ ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถาม จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1) รองศาสตราจารย์ สหายพล มีชุนีก รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาลินัน บุญมี คณบดี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

3) อาจารย์กัณฑ์วีร์ เวียงสิมา อาจารย์สาขาวิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

โดยทั้ง 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพความเหมาะสมของข้อคำถามและนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินดังนี้

+1 = คือแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 = คือไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

-1 = คือ แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ และข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ยังไม่สามารถนำไปใช้ได้ต้องมีการปรับปรุง

3.3.2.5 นำแบบประเมินความพึงพอใจที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญนำไปใช้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับดังนี้

5 หมายถึงระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

4 หมายถึงระดับความพึงพอใจ มาก

3 หมายถึงระดับความพึงพอใจ ปานกลาง

2 หมายถึงระดับความพึงพอใจ น้อย

1 หมายถึงระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึงน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึงน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึงปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึงมาก
ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึงมากที่สุด

3.4 การเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บข้อมูลมีลำดับขั้นตอนดังนี้

3.4.1 นำสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 ท่าน ไปเผยแพร่กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 100 คน ได้ทดลองใช้สื่อที่พัฒนาขึ้น

3.4.2 แจกแบบประเมินความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 100 คน ที่ได้ทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่พัฒนาขึ้น

3.4.3 เก็บรวบรวมแบบประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวนำมาวิเคราะห์ผลประเมินผล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ดังนี้

3.5.1 การหาค่าเฉลี่ย \bar{X}

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

\bar{X} คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$\sum x$ คือ ผลบวกของข้อมูลทุกค่า

n คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

3.5.2 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.

$$s.d. = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

S.D. คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X$ คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N คือ จำนวนข้อมูล

3.5.3 การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC) ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม

R) คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$) ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N) จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.1 ผลการประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความเหมาะสมด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านเนื้อหา	\bar{X}	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1 เนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย	4.3	0.6	มาก
2 เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	4.3	0.5	มาก
3 ภาษาสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.2	0.6	มาก
4 การใช้ภาษาถูกต้อง	4.2	0.7	มาก
โดยรวม	4.3	0.5	มาก

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมด้านเนื้อหาทั้ง 3 ท่าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.5) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทั้ง 4 ข้อมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ เนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.6) เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.5) ภาษาสื่อความหมายได้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.2$, S.D.= 0.6) การใช้ภาษาถูกต้อง ($\bar{X} = 4.2$, S.D.=0.7)

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบและตัดต่อของสื่อประชาสัมพันธ์
ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านการออกแบบและตัดต่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ เหมาะสม
1 ภาพคมชัด สวยงาม สื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	4.3	0.6	มาก
2 รูปแบบและตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.3	0.7	มาก
3 รูปภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.3	0.6	มาก
4 องค์ประกอบต่างๆจัดวางอย่างลงตัว	4.2	0.6	มาก
โดยรวม	4.3	0.5	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบและตัดต่อทั้ง 3 ท่านมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3$, S.D.0.5) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทั้ง 4 ข้อมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันคือ ภาพคมชัด สวยงาม สื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา ($\bar{X} = 4.3$, S.D. = 0.6) รูปแบบและตัวอักษรมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.3$, S.D. = 0.7) รูปภาพสื่อความหมายชัดเจน ($\bar{X} = 4.3$, S.D.0.6) องค์ประกอบต่าง ๆ จัดวางอย่างลงตัว ($\bar{X} = 4.2$, S.D.0.6)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านแอปพลิเคชันของสื่อประชาสัมพันธ์
ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านแอปพลิเคชัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความ เหมาะสม
1 โปรแกรมสามารถเข้าถึงได้ง่าย	4.2	0.6	มาก
2 โปรแกรมมีความเสถียร	4.3	0.7	มาก
3 รูปแบบของโปรแกรมใช้งานง่าย	4.2	0.7	มาก
4 ภาพและเสียงมีความน่าสนใจ	4.3	0.7	มาก
โดยรวม	4.2	0.5	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมด้านแอปพลิเคชัน ทั้ง 3 ท่านมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2$, S.D.= 0.5) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทั้ง 4 ข้อที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก คือ โปรแกรมสามารถเข้าถึงง่าย ($\bar{X} = 4.2$, S.D.= 0.6) โปรแกรมมีความเสถียร ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.7) รูปแบบของโปรแกรม ใช้งานง่าย ($\bar{X} = 4.2$, S.D.= 0.7) ภาพและเสียงมีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.7)

4.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 100 คน

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1 เนื้อหามีความน่าสนใจและเข้าใจง่าย	4.3	0.6	มาก
2 เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	4.3	0.5	มาก
3 ภาษาสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.2	0.6	มาก
4 การใช้ภาษาถูกต้อง	4.2	0.7	มาก
โดยรวม	4.3	0.5	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3$, S.D. = 0.5) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทั้ง 4 ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ เนื้อหามีความน่าสนใจและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.6) เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.5) ภาษาสื่อความหมายได้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.2$, S.D.= 0.6) การใช้ภาษาถูกต้อง ($\bar{X} = 4.2$, S.D.= 0.7)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน ของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านการออกแบบและตัดต่อ

ด้านการออกแบบและตัดต่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1 ภาพมชัดสวยงามสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	4.3	0.6	มาก
2 รูปแบบและตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.3	0.7	มาก
3 รูปภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.3	0.6	มาก
4 องค์ประกอบต่างๆจัดวางอย่างลงตัว	4.2	0.6	มาก
โดยรวม	4.3	0.5	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านการออกแบบและตัดต่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.5) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทั้ง 4 ข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ภาพมชัด สวยงาม สื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.6) รูปแบบและตัวอักษรมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.7) รูปภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.6) องค์ประกอบต่าง ๆ จัดวางอย่างลงตัว ($\bar{X} = 4.2$, S.D.= 0.6)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านแอปพลิเคชัน

ด้านแอปพลิเคชัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1 โปรแกรมสามารถเข้าถึงได้ง่าย	4.2	0.6	มาก
2 โปรแกรมมีความเสถียร	4.3	0.7	มาก
3 รูปแบบของโปรแกรมใช้งานง่าย	4.2	0.7	มาก
4 ภาพและเสียงมีความน่าสนใจ	4.3	0.7	มาก
โดยรวม	4.2	0.5	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทั้ง 4 ข้อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ โปรแกรมสามารถเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X}=4.2$, S.D.= 0.6) โปรแกรมมีความเสถียร ($\bar{X}=4.3$, S.D.= 0.7) รูปแบบของโปรแกรม ใช้งานง่าย ($\bar{X}=4.2$, S.D.= 0.7) ภาพและเสียงมีความน่าสนใจ ($\bar{X}=4.3$, S.D.= 0.7)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมฯ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา	4.3	0.5	มาก
ด้านการออกแบบ	4.3	0.5	มาก
ด้านแอปพลิเคชัน	4.2	0.5	มาก
รวม	4.3	0.5	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและตัดต่อ ด้านแอปพลิเคชัน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.5)

บทที่ 5

สรุปผลการทดลอง อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกี่ยวกับวัดพระนอนที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 12 วัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 100 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ ผู้วิจัยได้สรุป 3 ส่วนดังนี้

- 5.1 สรุปผลการทดลอง
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการทดลอง

5.1.1 ความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2$, S.D. = 0.5) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปผลได้ดังนี้

5.1.1.1 ด้านเนื้อหา มีความเหมาะสมต่อด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในระดับมาก

5.1.1.2 ด้านการออกแบบและตัดต่อ มีความเหมาะสมต่อการออกแบบ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

5.1.1.3 ด้านแอปพลิเคชัน มีความเหมาะสมต่อด้านการใช้แอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

5.1.2 ความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3$, S.D. = 0.5) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
สรุปผลได้ดังนี้

5.1.2.1 ด้านเนื้อหา มีความพึงพอใจต่อด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

5.1.2.2 ด้านการออกแบบและตัดต่อ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบ
อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5.1.2.3 ด้านแอปพลิเคชัน มีความพึงพอใจต่อด้านการใช้แอปพลิเคชัน อยู่ในระดับ
มากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริม
เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2$, S.D.= 0.5)
และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์
ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาภาพรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.3$, S.D.= 0.5) [24] [25] [26] เทคนิคความเป็นจริงเสริม มีความน่าสนใจ และสามารถกระตุ้น
ให้เกิดการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี [27] กลยุทธ์และเทคนิคการออกแบบงาน โฆษณา
ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยการใส่ “ภาพ” นับว่าเป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลที่สุดในการออกแบบ เพราะภาพ
จะมีผลต่อสายตา [28] ภาพประกอบ (Illustration) มีความสำคัญในการสื่อความหมายและสร้างความ
สนใจให้กับงานออกแบบ ภาพสร้างแรงดึงดูดกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่อสื่อ
ที่นำเสนอ และภาพจะสื่อความหมายได้โดยตรง หรืออาจเกิดจินตนาการขึ้นเอง [29] โปสเตอร์ที่ดี
ควรสนองแนวคิดหลัก 5 ประการ ดังนี้

5.2.1.1 จะต้องตอบสนองจุดประสงค์ในการสื่อความหมายได้อย่างเต็มที่

5.2.1.2 จะต้องมีความชัดเจนในภาพลักษณ์และข้อความที่ใช้ในการสื่อความหมาย
ต้องมีความกระชับ มีขนาดที่พอเหมาะ

5.2.1.3 รูปภาพ และข้อความที่นำเสนอควรมีความสอดคล้อง สัมพันธ์ ส่งเสริมซึ่งกัน
และกัน

5.2.1.4 จะต้องสร้างความเข้าใจ ถึงจุดความสนใจ กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

5.2.1.5 ต้องมีความกะทัดรัด และแสดงแนวคิดหลักเพียงอย่างเดียว

5.2.2 ความพึงพอใจ

จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ผลสำรวจตรงวัตถุประสงค์ที่วางไว้ พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก การนำเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเป็นมิติใหม่ในด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับ [30] การใช้แอปพลิเคชันเทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ผู้ใช้มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันนี้ [31] ผู้เรียนจะเกิดความรู้แปลกใหม่ และเกิดความน่าสนใจในการเรียน ผู้เรียนจะเรียนด้วยความสนุกสนาน เพลิดเพลินและได้รับความรู้ได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง เกิดการเรียนรู้ที่ดี

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

5.3.1.1 เมื่อทำเป็น AR แล้วข้อความในสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ควรใส่ให้มากเกินไป

5.3.1.2 ควรเพิ่มปุ่มออกจากโปรแกรม

5.3.1.3 การปรับเปลี่ยนมุมมองจากแนวนอนเป็นแนวตั้งหรือจากแนวตั้งเป็นแนวนอนให้เสถียร

5.3.2 ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

5.3.2.1 การติดตั้งแอปพลิเคชันใช้เวลา

5.3.2.2 ขนาดของตัวหนังสือควรโตขึ้นเพื่อมองเห็นได้ชัดเจน

5.3.2.3 อยากให้ระบุเส้นทางการเดินทาง

5.3.2.4 ควรมีในระบบ ไอโอเอส (ios)

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.3.1 ควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชันที่รองรับกับระบบปฏิบัติการระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งาน ได้เพิ่มมากขึ้น

5.3.3.2 เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมจะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเรา
เพิ่มมากขึ้น ควรมีการศึกษาและพัฒนาความรู้รูปแบบเทคโนโลยีความจริงเสมือนในเนื้อหาอื่น ๆ ที่
ใกล้เคียงกันเพื่อให้มีการส่งเสริมการเรียนรู้ที่หลากหลาย มากขึ้น



บรรณานุกรม

- [1] ข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). สืบค้นจาก <https://goo.gl/wHUst>, (27 เมษายน 2559)
- [2] ชีระ ศิริเจริญ. (2556). การพัฒนาอัลกอริทึมเพื่อส่งข้อมูลจุดที่สนใจ และการกำหนดขอบเขต การค้นหาสำหรับเทคโนโลยีเออาร์บนโทรศัพท์มือถือ. สืบค้นจาก <https://goo.gl/EMqpwV>, (5 พฤษภาคม 2560)
- [3] กวิสรา ทองดี. (2557). การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน. สืบค้นจาก <https://goo.gl/ZU3bvi>, (8 พฤษภาคม 2560)
- [4] สมศักดิ์ เตชะ โกสิต และพัลลภ พิริยะสุวรรณ. (2558). การเรียนการสอนตามทฤษฎีการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ด้วยปัญญาโดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงในวิชาวิทยาศาสตร์. สืบค้นจาก <https://goo.gl/NQZZWf>, (8 พฤษภาคม 2560)
- [5] รัชพล ชนานวงศ์. (2556). สื่อเสริมการเรียนรู้โลกเสมือนผสมโลกจริง (Augmented Reality) ชุดการจมนและการลอย. สืบค้นจาก <https://goo.gl/hC7QXr>, (8 พฤษภาคม 2560)
- [6] บัญญัติ พูลสวัสดิ์ และพนมพร ดอกประโคน., ขวัญฤทัย กุลกิจเจริญ. (2559). การพัฒนาแอปพลิเคชันความจริงเสริมบนมือถือสำหรับแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์. สืบค้นจาก <https://goo.gl/Uv8c8g>, (15 พฤษภาคม 2560)
- [7] ชัยอนันต์ สาขาจันทร์. (2559). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม เพื่อเสริมทักษะปฏิบัติและความคงทนทางการเรียน สำหรับนักศึกษาหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต. สืบค้นจาก <https://goo.gl/UGnK2u>, (15 พฤษภาคม 2560)
- [8] สมศักดิ์ เตชะ โกสิต. (2559). รูปแบบการเรียนรู้จินตวิศวกรรมทางวิทยาศาสตร์ด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริมเพื่อการรู้ละเอียด. สืบค้นจาก <https://goo.gl/P2Q5H9>, (15 พฤษภาคม 2560)
- [9] อิศริยะ ไพริพ่ายฤทธิ์. (2551). เมื่อโลกเสมือนมาบรรจบกับความเป็นจริง. วารสารวิชาการจุฬาลงกรณ์ สืบค้นจาก <https://goo.gl/CRqPiQ>, (16 พฤษภาคม 2560)
- [10] วณิต มาลาศรี. (2533). ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ในโครงการพัฒนาดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สืบค้นจาก <https://goo.gl/7SjEBz>, (19 พฤษภาคม 2560)

บรรณานุกรม (ต่อ)

- [11] ณรงค์ สมพงษ์. (2535). สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์วิจิตร ภัคศิริรัตน์. “สื่อมวลชนทางการศึกษา” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (21 พฤษภาคม 2560)
- [12] วันชัย ศิริชัย และดาราวรรณ สุขุมลชาติ. (2528). การออกแบบและสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (22 พฤษภาคม 2560)
- [13] พีระจิร โสภณ. (2546). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. ในเอกสารการสอนประกอบชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ (หน่วยที่ 1). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (23 พฤษภาคม 2560)
- [14] วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. (2540). การตกแต่งต้นฉบับ. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง (25 พฤษภาคม 2560)
- [15] ชญาภา จงจิตต์ และสุชาติ วิวัฒน์ตระกูล. (2539). การออกแบบสิ่งพิมพ์และการเตรียมสิ่งพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์. ในเอกสารฝึกปฏิบัติรายวิชา ความรู้เฉพาะวิชาชีพเตรียมการพิมพ์ สำหรับช่างปฏิบัติการเรียงพิมพ์1. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- [16] พรสนอง วงศ์สิงห์ทองและสุจินตนา อุทัยวัฒน์. (2538). การออกแบบโฆษณาการสร้างสรรค์และผลิตสื่อโฆษณา(พิมพ์ครั้งที่5). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- [17] Silver, G.A. (1981). **Graphic layout and design**. New York: Delmar Publishers.
- [18] ข้อมูลการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นจาก <https://goo.gl/cmL7x5>, (25 พฤษภาคม 2560)
- [19] ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ 12 วัดพระนอน. สืบค้นจาก <https://goo.gl/BzzBzw>, (25 พฤษภาคม 2560)
- [20] สุพัฒน์ บุญอยู่. (2559). สื่อการสอนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง. สืบค้นจาก <https://goo.gl/SKvQ3N>, (6 มิถุนายน 2560)
- [21] ผู้ช่วยศาสตราจารย์กัลยา วรพิทยุต. (2550). กลยุทธ์การออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์. สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า. (10 มิถุนายน 2560)

บรรณานุกรม (ต่อ)

- [22] กุลประภัสสร โกละกะ. (2535). **ประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาด้านประชากรศึกษา**
เน้นหนักเรื่องสุขภาพอนามัยสำหรับประชาชนในเขตชนบท. มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (15 มิถุนายน 2560)
- [23] แผ่นพับสื่อประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2560).
(25 มิถุนายน 2560)
- [24] Kysela, J. & Storkova, P. (2015). **Science Direct Using Augmented Reality as a Medium for**
Teaching History and Tourism. Procedia - Social and Behavioral Sciences. สืบค้นจาก
<https://goo.gl/EZM9Cp>, (1 ธันวาคม 2560)
- [25] Jung, T., Chung, N. & Leue, M. (2015). **The Determinants of Recommendations to Use**
Augmented Reality Technologies - The Case of a Korean Theme Park, Tourism
Management. สืบค้นจาก <https://goo.gl/PKySNL>, (1 ธันวาคม 2560)
- [26] Murat, A., Gokce, A., & Huseyin, M.P. (2016). **Augmented reality in science laboratories:**
The effects of augmented reality on university students' laboratory skills and
attitudes toward science laboratories. Computers in Human Behavior สืบค้นจาก
<https://goo.gl/M3RpaM>, (1 ธันวาคม 2560)
- [27] ผู้ช่วยศาสตราจารย์กัญญา วรพิทยุต. (2550). **กลยุทธ์การออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์**
สาขาวิชาการโฆษณา. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า. (15 มิถุนายน 2560)
- [28] ชารทิพย์ เสริมวัฒน. (2550). **ทัศนศิลป์ : การออกแบบพาณิชย์ศิลป์.** กรุงเทพมหานคร
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (15 มิถุนายน 2560)
- [29] วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2540). **บทความรู้ทางการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ : ออกแบบกราฟิก**
(15 มิถุนายน 2560)
- [30] ณิชฎฐา พิวงมา., ปริศนา มัชฌิมา. (2559). **การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยีความจริงเสมือน**
เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาในหัวข้อการทาบตรของชุมชนบ้าน
บาตร. สืบค้นจาก <https://goo.gl/hYZf1c>, (6 ธันวาคม 2560)
- [31] นิตศักดิ์ เจริญรูป. (2560). **การประยุกต์ใช้ความเป็นจริงเสริมเพื่อนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว :**
กรณีศึกษาวัดพระแก้ว จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ปีที่ 10 ฉบับที่ 1
เดือนมกราคม - มิถุนายน 2560. สืบค้นจาก <https://goo.gl/K39WEm>, (6 ธันวาคม 2560)

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบประเมิน



แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง:แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เพื่อประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรงดังนี้

- +1 = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
- 0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
- 1 = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้องหรือถูกต้องเพียงใด

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
ประเมินความเหมาะสมด้านเนื้อหา					
1	เนื้อหามีความน่าสนใจและเข้าใจง่าย				
2	เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว				
3	ภาพและวีดีโอสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา				
4	เนื้อหาในวีดีโอช่วยทำให้น่าเที่ยว				
ประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบและติดต่อ					
5	ใช้พื้นที่ทั้งหมดอย่างมีประสิทธิภาพ				
6	รูปแบบการนำเสนอมีความเหมาะสม				
7	วีดีโอช่วยให้การบรรยายมีความน่าสนใจ				
8	องค์ประกอบต่างๆจัดวางอย่างเหมาะสม				

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
แบบประเมินความเหมาะสมด้านแอปพลิเคชัน					
9	โปรแกรมสามารถเข้าถึงได้ง่าย				
10	รูปแบบของโปรแกรมใช้งานง่าย				
11	โปรแกรมมีความเสถียร				
12	มีความเหมาะสมสำหรับนำไปประกอบการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว				

ลงชื่อผู้ประเมิน.....
 (.....)
/...../.....



แบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ

“สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ในการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1 เพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2 เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามด้วยการทำเครื่องหมาย เลือกคำตอบตามลำดับความพึงพอใจของท่าน

เพศ ชาย หญิง อายุ.....ปี ประเทศ ไทย ต่างชาติ ระบุ

หัวข้อความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ด้านเนื้อหา					
1.1 เนื้อหาที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย					
1.2 เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว					
1.3 ภาพและวีดิโอสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา					
1.4 เนื้อหาในวีดิโอช่วยทำให้น่าเที่ยว					
2. ด้านการออกแบบและติดต่อ					
2.1 ใช้พื้นที่ทั้งหมดอย่างมีประสิทธิภาพ					
2.2 รูปแบบและการนำเสนอมีความเหมาะสม					
2.3 วีดิโอช่วยให้การบรรยายมีความน่าสนใจ					
2.4 องค์ประกอบต่างๆจัดวางอย่างเหมาะสม					
3. ด้านแอปพลิเคชัน					
3.1 โปรแกรมสามารถเข้าถึงได้ง่าย					
3.2 รูปแบบของโปรแกรมใช้งานง่าย					
3.3 โปรแกรมมีความเสถียร					
3.4 มีความเหมาะสมสำหรับนำไปประกอบการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว					

A Questionnaire of Tourists' Satisfaction towards

“Public Relations Media in Augmented Reality for Tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province”

This questionnaire is a part of Master Thesis for Mass Communication Technology, Faculty of Mass Communication, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

The aims of this survey are as follows:

1. To develop AR public relations media for Ayutthaya tourism.
2. To survey users' satisfaction towards AR public relations media.

Instruction: Please mark in the box that matches your response.

Gender Male Female Age..... Nationality.....

Topics	Level of Satisfaction				
	Very satisfied	Satisfied	Neutral	Unsatisfied	Very unsatisfied
	5	4	3	2	1
1. Contents					
1.1 It is interesting and easy to understand.					
1.2 It is beneficial for tourism.					
1.3 Images and Videos are meaningful.					
1.4 Contents in the videos inspire you to travel.					
2. Design					
2.1 The whole app screen is used with capability.					
2.2 Style and Presentation are appropriate.					
2.3 Videos with narration are interesting.					
2.4 Each element is arranged properly.					
3. ด้านแอปพลิเคชัน					
3.1 This application is easy to get access.					
3.2 Its format is user-friendly.					
3.3 It runs stably.					
3.4 It is suitable to be publicized for tourists.					



ภาคผนวก ข
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๑๘๗

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

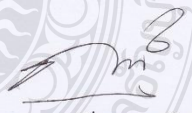
เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพศาล บุรินทร์วัฒนา
อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา)
ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๑๘๗

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560


เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ สหยาพล มีชุนีก
รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตนิษฐ์ ทองเงา)
ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๑๘๗

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

เรียน ดร.อนุรักษ์ เมฆพะโยม

ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตนิษฐ์ ทองเงา)

ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๕๖๕

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

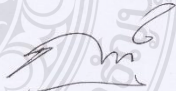
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิตัน บุญมี

คณบดี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตนิษฐ์ ทองเงา)

ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๒๕๗

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย


เรียน คร.สุวดี ตุ่มทอง

คณบดี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา)

ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๒๕๗

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก

ผู้อำนวยการ สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา)

ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / *ง/สธ*

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

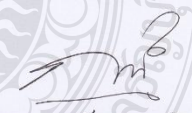
เรียน ดร.ก้องเกียรติ ธีรฤกษ์

อาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา)

ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / *ง/สธ*

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

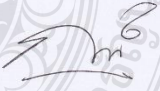
เรียน ดร.บุญสมหญิง พลเมืองดี

รองคณบดี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา)

ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๑๘๗

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

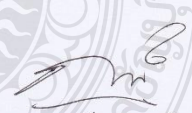
เรียน ดร.เอกชัย เนาวนิช

รองคณบดี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา)

ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๑๘๗

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

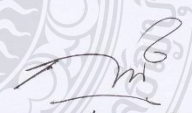
เรียน อาจารย์พงษ์ฉัตร เนียมทรง

รองคณบดี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา)
ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศร 0578.05 / ๖๑๘๖

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

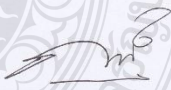
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดวงจันทร์ สิน โปธิ์

อาจารย์สาขาวิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา)

ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท



ที่ ศธ 0578.05 / ๖๑๘๙

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

13 เมษายน 2560

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย

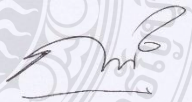
เรียน อาจารย์กนกวีร์ เวียงสีมา

อาจารย์สาขาวิชาภาษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ด้วยว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา รหัสประจำตัว 115670806004-0 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณิษฐ์ ทองเงา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

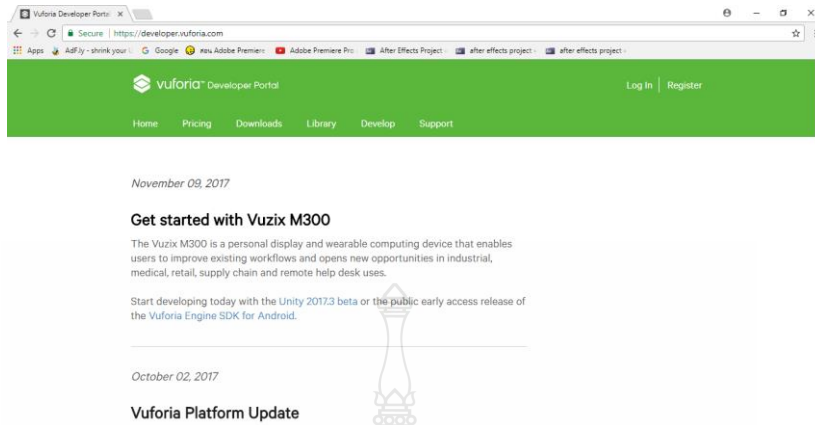
ในการนี้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ตามวันเวลาที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

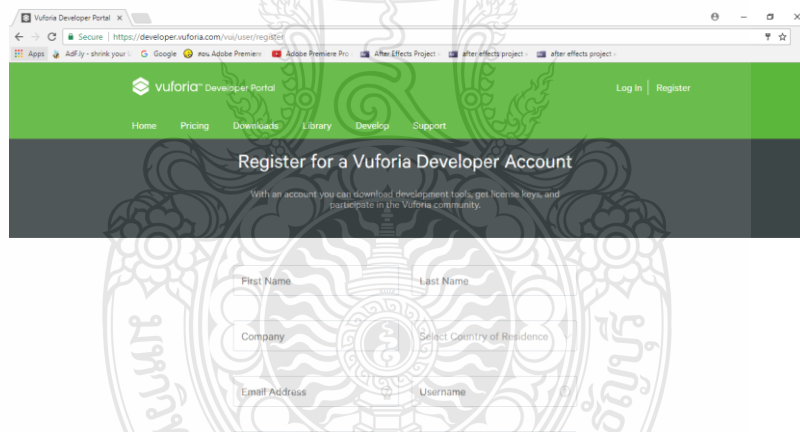

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณิษฐ์ ทองเงา)
ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท

ภาคผนวก ค
การผลิต ตัดต่อ ทำสื่อ และสร้างแอปพลิเคชัน

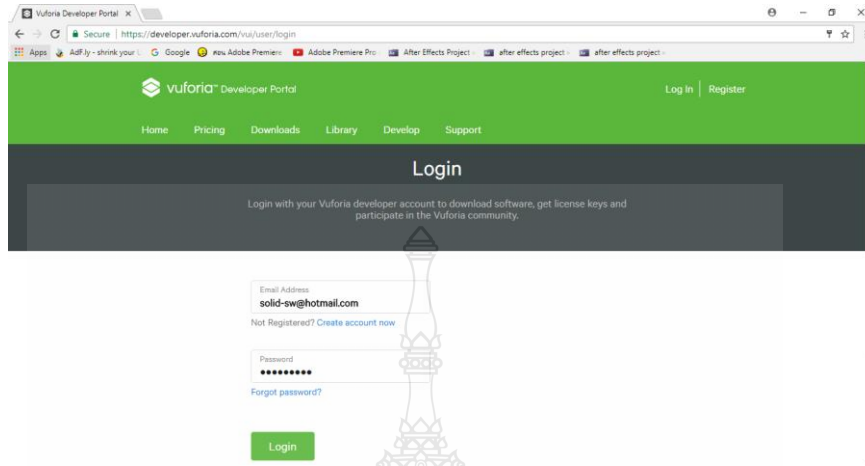




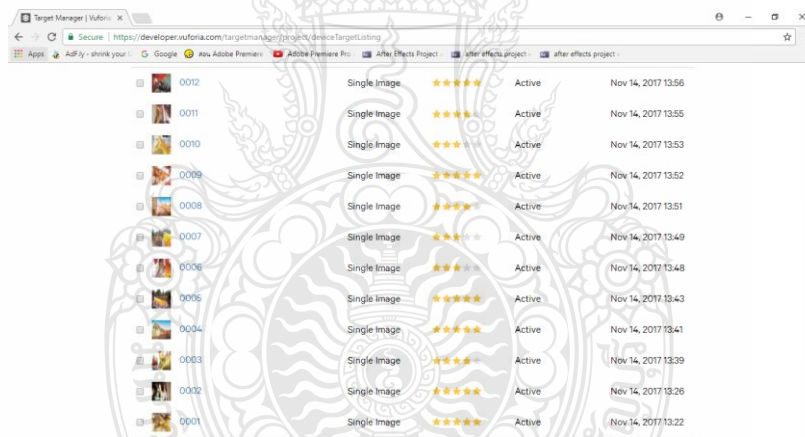
ภาพภาคผนวกที่ 1 ขั้นตอนการทำมาร์กเกอร์ โดยเข้าไปที่เว็บไซต์ vuforia



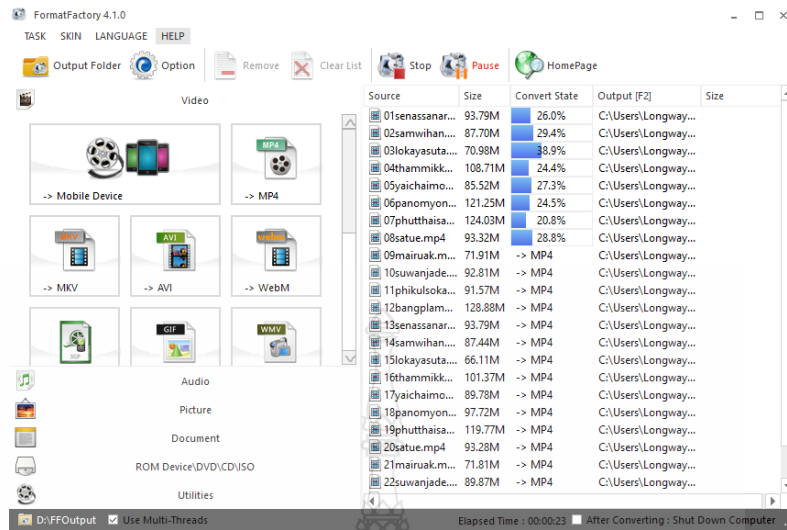
ภาพภาคผนวกที่ 2 ทำการสมัครสมาชิก



ภาพภาคผนวกที่ 3 ล็อกอินเข้าสู่ระบบ



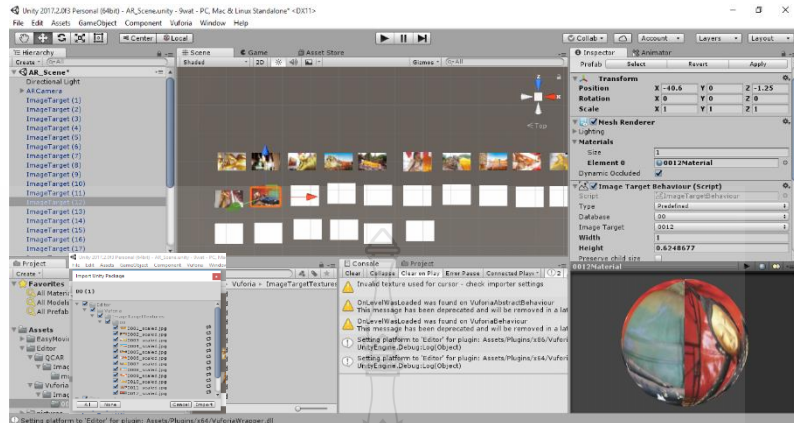
ภาพภาคผนวกที่ 4 นำรูปภาพที่จะทำเป็นมาร์คเกอร์อัฟ โหลดเข้าสู่ระบบแล้วให้คุณภาพ(รูปดาว)เต็ม5
น้อยสุดไม่ควรต่ำกว่า3ดาว



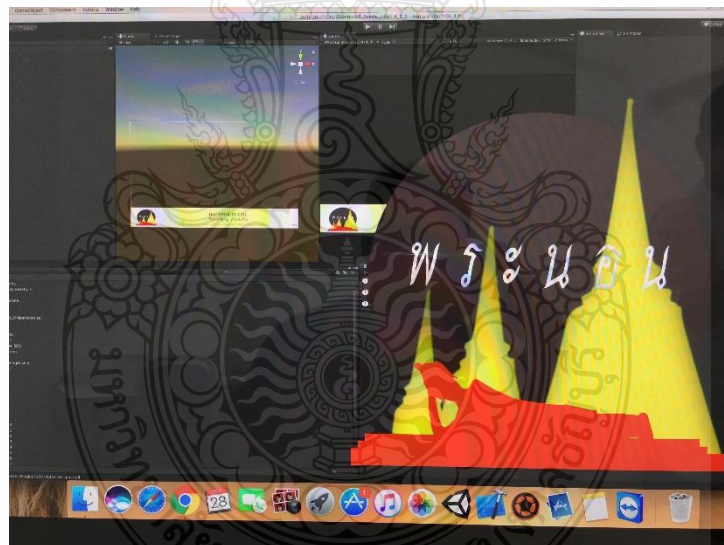
ภาพภาคผนวกที่ 5 ขั้นตอนการลดขนาดไฟล์วิดีโอให้ได้ขนาดตามที่เราต้องการเพื่อใส่ลงไปในสื่อ
ประชาสัมพันธ์



ภาพภาคผนวกที่ 6 ขั้นตอนการทำแอปพลิเคชัน โดยเข้าไปที่โปรแกรม unity



ภาพภาคผนวกที่ 7 นำไฟล์วีดีโอที่เราทำเสร็จแล้วมาสร้างแอปพลิเคชันใน unity



ภาพภาคผนวกที่ 8 ออกแบบการแสดงผลบนหน้าจอ



ภาพภาคผนวกที่ 9 หน้าตาเริ่มต้นของแอปพลิเคชัน



ภาพภาคผนวกที่ 10 ทดสอบระบบ



ภาพภาคผนวกที่ 11 ผู้ให้เสียงบรรยายสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวใน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ภาพภาคผนวกที่ 12 ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ภาคผนวก ง

ภาพประกอบการตอบแบบสอบถาม



ภาพภาคผนวกที่ 13 ขั้นตอนการใช้แบบประเมินความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยว

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ว่าที่ร้อยเอกอำนาจ หังษา
วัน เดือน ปีเกิด	19 กรกฎาคม 2522
ที่อยู่	35 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนอยุธยาอนุสรณ์ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือ พระนครศรีอยุธยา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคนิคพระนครศรีอยุธยา ระดับปริญญาตรี สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ประวัติการทำงาน	นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา วาสுகีรี พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน
เบอร์โทรศัพท์	087-007-8158
อีเมล	amnat.h@rmutsb.ac.th

