

การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี นิศากร ช้างยัง, ดวงรัตน์ ด่านไธยนา²

^{1,2} สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ได้เล็งเห็นความสำคัญของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาในท้องถิ่นและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ภายในจังหวัดอุทัยธานี เนื่องจากขาดสื่อที่จะเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดนี้เป็นที่รู้จัก โดยสื่อมัลติมีเดียมีมากมาย ได้แก่ เว็บไซต์ท่องเที่ยว วิดีโอ หนังสือภาพประกอบ หรือตลอดจนเทคโนโลยีที่นำภาพเสมือนจริง(AR) และต้องออกแบบให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับกลุ่มวัยรุ่น เพื่อสร้างลูกเล่นและความน่าสนใจ โดยใช้รูปแบบที่ทันสมัย ข้อมูลกระชับ ง่ายต่อการเข้าใจ วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ ต้องการให้นักท่องเที่ยวเยาวชนรุ่นใหม่ให้ความสนใจและเล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและออกแบบสื่อมัลติมีเดียการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีให้เป็นที่รู้จักและน่าสนใจ ดำเนินการวิจัยด้วยการสอบถาม จากกลุ่มนักเรียน - นักศึกษา และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ผลการวิจัย พบว่า 1) จังหวัดอุทัยธานีเป็นที่รู้จักน้อย 2) สื่อมัลติมีเดียต้องออกแบบในลักษณะที่เป็นมิตร ดูเป็นธรรมชาติ 3) ส่งเสริมให้วัยรุ่นในปัจจุบันหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับคุณค่าของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อและภูมิปัญญาของจังหวัดอุทัยธานี เพื่อไม่ให้สูญหายไป

คำสำคัญ : การออกแบบสื่อมัลติมีเดีย, กลุ่มชาติพันธุ์, วัยรุ่น

Multimedia design for tourism promotion Uthaithani

Nisakorn Changyung, Duangrat Danthainum²

^{1,2}Department of Graphic and Multimedia Design, Faculty of Industrial Technology,
Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

Multimedia design for tourism promotion Uthaithani. Is seen importance of Lifestyle. Local wisdom and price of history. Within Uthaithani province. Due to lacking of media to help about public relations. To make this province be known. There is many multimedia. include travel website, video media, Illustration book, or as technology that bring a Augmented Reality (AR). and must designed to be modern. Accord with teen to make gimmicks and Interest. By using modern styles, Concise information, be simple to understand. objective of research is wanting the new generation youth tourists to attention and have seen importance of cultural tourism and Local wisdom. And design multimedia. tourism in Uthaithani Province to be known and be interesting. Conduct research with inquiries from groups of student and interview from an expert in terms of design

research result found 1) Uthaithani Province is less known. 2) multimedia must design in a friendly manner. nature look 3) Encourage to teenagers' present. turned attention. and give emphasis to lifestyle, belief and the wisdom of the Uthaithani Province To not been lost

Keywords: Multimedia Design, Ethnic group, Teenagers

บทนำ

จังหวัดอุทัยธานี เดิมสะกดว่าอุไทยธานี เป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคกลางของประเทศไทย ในสมัยสุโขทัยที่ยังรุ่งเรืองนั้น ท้าวมหาพรหมได้เข้ามาสร้างเมืองที่บ้านอุทัยเก่า คือ อำเภอหนองฉางในปัจจุบัน และพาคคนไทยเข้ามาอยู่ท่ามกลางหมู่บ้านคนมอญและกะเหรี่ยง ซึ่งพากันตั้งบ้านเรือนอยู่อย่างหนาแน่น อุดมสมบูรณ์กว่าที่อื่น ๆ

เนื่องด้วยยุคสมัยได้เปลี่ยนไปตามกาลเวลา ทำให้คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาในท้องถิ่นและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ น้อยลง เนื่องจากขาดสื่อที่จะเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดนี้เป็นที่รู้จัก โดยในสื่อประชาสัมพันธ์มีมากมาย ได้แก่ เว็บไซต์ท่องเที่ยว วิดีโอ หนังสือภาพประกอบ หรือตลอดจนเทคโนโลยีที่นำภาพเสมือนจริง(AR)

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นถึงประโยชน์ของการทำวิจัยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดนี้ เป็นที่รู้จักมากขึ้น ช่วยสร้างกำลังใจให้กับคนในจังหวัดทำให้มีความภาคภูมิใจที่จะสืบสานวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไปดังนั้นการทำสื่อมัลติมีเดีย จะช่วยดึงดูดเด่นของจังหวัดให้ คนรุ่นใหม่สนใจและให้ความสำคัญกับคุณค่าทาง ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตในอดีต ดั้งเดิมของชาวอุทัยธานี ไม่ให้สูญหายไปเหลือไว้เพียงคำบอกเล่าจากคนรุ่นหลัง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ใช้มัลติมีเดียในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีให้เป็นที่รู้จักและน่าสนใจ
2. ให้นักท่องเที่ยวเยาวชนรุ่นใหม่ให้ความสนใจและเล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ที่ชอบชมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา สื่อ เว็บไซต์และมัลติมีเดียต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี
2. สร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลนำมาใช้กับกลุ่มเป้าหมายและแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการ ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา ชาย-หญิง ที่ชื่นชอบชมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และประเพณี จำนวน 50 คน
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ(%) และค่าเฉลี่ย (MEAN) และใช้วิธีตีความจากการ

สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบข้อมูล	ภูมิภาคต่าง ๆ	3	6	4
ดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ซึ่งจะ	สถานที่ท่องเที่ยว	25	50	1
สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย	รวม	50	100	

6. ออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา จำนวน 50 คน ผลที่ได้ได้จะแยกเป็น 2 เรื่อง คือ 1) พฤติกรรมการใช้สื่อ ประเภทสื่อมัลติมีเดีย 2) ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 นักศึกษาเลือกสรรสื่อประเภทสื่อมัลติมีเดียเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี โดยพิจารณาจากความสนใจลักษณะของเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา วิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมและภูมิปัญญา (ดังตารางที่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รองลงมา ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ ท่องเที่ยวเชิงศิลปะวิทยาการ (ดังตารางที่ 2) เลือกปัจจัยการท่องเที่ยวเป็นวัฒนธรรมและประเพณี รองลงมา ระยะทางการเดินทาง และ ชื่อเสียงของจังหวัด (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาในการสนใจสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี

ข้อพิจารณาในการเลือกลักษณะต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ประเพณีและวัฒนธรรม	7	14	3
วิถีชีวิตความเป็นอยู่	15	30	2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยว

ข้อพิจารณาในการเลือกลักษณะต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	20	40	1
ท่องเที่ยวเชิงศิลปะวิทยาการ	8	16	4
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	9	18	3
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	13	26	2
รวม	50	100	

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยว

ข้อพิจารณาในการเลือกลักษณะต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ชื่อเสียงของจังหวัด	6	12	3
วัฒนธรรมหรือประเพณี	24	48	1
ระยะทางการเดินทาง	20	40	2
รวม	50	100	

ส่วนที่ 2 นักศึกษาเลือกรูปแบบสื่อ

มัลติมีเดียที่นักศึกษาสนใจมากที่สุด คือ รูปแบบที่ทันสมัยเป็นหลัก รองลงมาเป็น รูปแบบที่เรียบง่าย (ดังตารางที่ 4) เลือกประเภทของ รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่นักศึกษาต้องการมากที่สุด คือ ภาพประกอบคอมพิวเตอร์กราฟิก เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องตามกลุ่มเป้าหมาย ที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น (ดังตารางที่ 5) และเลือกรูปแบบหนังสือคู่มือเป็น A5 รองลงมาเป็น A4 (ดังตารางที่ 6)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของสื่อมัลติมีเดีย

ข้อพิจารณาในการเลือกลักษณะต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
รูปแบบสนุกสนาน	2	4	4
รูปแบบน่ารักสดใส	8	16	3
รูปแบบเรียบง่าย	17	34	2
รูปแบบทันสมัย	23	46	1
รวม	50	100	

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ประเภทของสื่อมัลติมีเดีย

ข้อพิจารณาในการเลือก ลักษณะต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ภาพถ่าย	20	40	2
ข้อมูลที่ได้รับจากพิพิธภัณฑ์	3	6	4
แผนที่	5	10	3
ภาพคอมพิวเตอร์กราฟิก	22	44	1
รวม	50	100	

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของหนังสือคู่มือ

ข้อพิจารณาในการเลือกลักษณะต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ขนาด A5 (14.8 x 21 cm.)	30	60	1
ขนาด A4 (21 x 29.7 cm.)	20	40	2
รวม	50	100	

ส่วนที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ให้แนวคิดในการออกแบบคู่มือมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 5 ท่าน ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า การออกแบบในการออกแบบคู่มือมัลติมีเดีย เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ควรทำสื่อที่ให้ความคำนึงถึงจุดเด่นของจังหวัดที่ทำให้

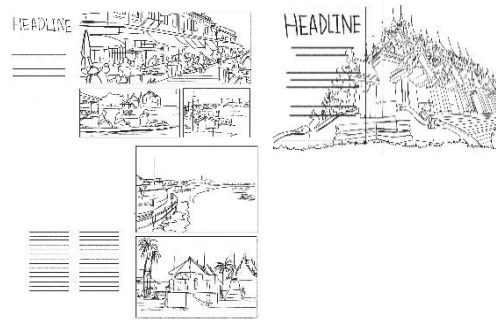
เกิดความภาคภูมิใจของผู้คนในพื้นที่ นำมาดัดแปลงให้ทันสมัยและดูไม่น่าเบื่อ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายช่วงอายุ 18 – 25 ปี และศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติของวัยรุ่นที่ชอบความแปลกใหม่ ควรปรับสื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบัน หรือสามารถเพิ่มความทันสมัยแปลกใหม่ร่วมกับความคลาสสิกความดั้งเดิมของจังหวัดอุทัยธานี และควรให้ ความสำคัญในอย่างที่เหมาะสมพอควร ด้านแนวความคิดที่จะใช้ควรดึงจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของจังหวัดอุทัยธานี ที่ผู้ใช้งานจะได้สัมผัสกับสถานที่จริง ซึ่งครอบคลุมทุกเรื่องราวในจังหวัดอุทัยธานี หรือใช้เรื่องราวที่น่าสนใจของจังหวัดอุทัยธานีมาเล่าเรื่องให้เกิดความน่าสนใจ มีสัญลักษณ์ หรือสิ่งที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี มาแล้วคุ้มค่าหรือหาที่อื่นไม่ได้อีก และ อาจจะใช้กลิ่นอายของเครื่องแต่งกาย สถาปัตยกรรม อาหารการกิน มาใช้ในการออกแบบสื่อให้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ด้านรูปแบบของคู่มือมัลติมีเดียควรออกแบบสื่อให้เป็นกลาง ไม่พาดพิงถึงศาสนาหรือสิ่งใด ๆ ก็ตามที่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง และมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับคู่มือมัลติมีเดียดังกล่าว และจะทำให้กลุ่มเป้าหมายสนุก กับสื่อและเป็นภาพจำให้กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งตอบโจทย์การทำสื่องานออกแบบในการออกแบบคู่มือมัลติมีเดียเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี

ผลการออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสม่าเสมอ สามารถนำไปใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรม

และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลผลิตของการวิจัยครั้งนี้ คือ การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี เป็นโครงการออกแบบ สื่อมัลติมีเดีย แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) คือ “สุพรรณopsis (นางฟ้าสีทอง)” เพื่อนำเสนอนำมาเสนอแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และการอนุรักษ์ แต่ปรับให้ดูทันสมัยเข้ากับยุคสมัยขึ้นเพื่อเท่าทันคนรุ่นใหม่ที่ต้องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและออกแบบให้เกิดการสร้างภาพ จินตนาการได้ด้วยการสัมผัสถึงบรรยากาศวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์ จุดเด่นของจังหวัด โดยใช้รูปแบบการออกแบบ (Mood & Tone) คือ ธรรมชาติ(NATURAL) อีสาระ (CASUAL) เรียบร้อย (DANDY) กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียน - นักศึกษาชายและหญิง อายุ 18-25 ปี โดยสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี จะมีรูปแบบที่ทันสมัย ข้อมูลกระชับง่ายต่อการเข้าใจ และมีลักษณะที่แปลกใหม่น่าสนใจ ขั้นตอนการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี 1. ศึกษาข้อมูลจังหวัดอุทัยธานี 2. ทำแบบร่างสื่อมัลติมีเดียให้ สอดคล้องตามแนวความคิด 3. ออกแบบภาพประกอบ หนังสือคู่มือ และสื่อมัลติมีเดีย สำหรับงานสื่อมัลติมีเดีย 4. จัดวางองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดียเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี 5. ทำแบบจำลองของสื่อมัลติมีเดียเพื่อ ทดสอบการใช้งาน ตรวจสอบแก้จุดบกพร่อง และ ทิศทางของสื่อมัลติมีเดียเป็นไปตาม แนวความคิด (ดังปรากฏในภาพที่ 1 ถึง 4)

ภาพที่ 1 แบบร่างสื่อคู่มือ



ภาพที่ 2 แบบร่างสื่อมัลติมีเดีย(สตอรี่บอร์ด)



ภาพที่ 3 ลักษณะภาพประกอบตัวละคร



ภาพที่ 4 สื่อมัลติมีเดียประเภทสัญลักษณ์/ไอคอน



วิจารณ์ผลการวิจัย

สื่อมัลติมีเดียเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ใช้หลักการออกแบบสื่อมัลติมีเดียสำหรับนักศึกษาวัยรุ่น โดยเน้น องค์ประกอบที่น่าสนใจ ได้แก่ ภาพประกอบที่ เหมาะสมจะทำให้รู้สึกถึงความโดดเด่นของจังหวัด สีสันที่สนุกสนาน สดใส ให้ความรู้สึกถึงการสัมผัส กับประเพณี วัฒนธรรม ภาพ ที่สามารถจินตนาการได้ด้วยการสัมผัสถึงบรรยากาศวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และควรปรับสื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบัน หรือสามารถเพิ่มความทันสมัย แปลกใหม่ร่วมกับความคลาสสิก ความดั้งเดิมของจังหวัดอุทัยธานี และควรให้ความสำคัญในอย่าง ที่พอเหมาะพอควร ด้านแนวความคิดที่จะใช้ควรดึงดูดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของจังหวัดอุทัยธานีที่ผู้ใช้งานจะได้สัมผัสกับสถานที่จริง ซึ่งครอบคลุมทุกเรื่องราวในจังหวัดอุทัยธานี หรือใช้เรื่องราวที่น่าสนใจของจังหวัดอุทัยธานีมาเล่าเรื่องให้เกิดความน่าสนใจ มีสัญลักษณ์ หรือสิ่งที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี มาแล้วคุ้มค่าหรือหาจุดที่อื่นไม่ได้อีก และ อาจจะใช้กลิ่นอายของเครื่องแต่งกาย สถาปัตยกรรม อาหารการกิน มาใช้ในการออกแบบสื่อให้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี

ผลการทดสอบการใช้สื่อกับนักศึกษาแสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบสนุกสนาน แปลกใหม่น่าสนใจ และเข้าใจง่าย แต่อาจจะต้องปรับปรุงบางส่วนเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

สื่อมัลติมีเดียเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีจัดทำให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ภาพประกอบที่มีเอกลักษณ์สื่อสารเข้าใจได้ง่าย ตัว

ละครมีบุคลิกภาพโดดเด่นมีเอกลักษณ์ แผงความน่ารัก สดใส จดจำได้ง่าย โทนสีที่ให้ความรู้สึกสนุกสนานและร่าเริง และด้วยความแปลกใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบให้มีการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย มีส่วนร่วมกับสื่อ ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนุกกับสื่อ และเป็นภาพจำให้กับสื่อมัลติมีเดียเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน จึงขอขอบคุณ ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ดวงรัตน์ ด้านไทรนำ ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะแนวคิด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอดจนงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ ที่ให้การสนับสนุนการเรียนและทุกๆด้าน ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่เป้นกำลังใจ สู้วิจัยมาตลอดจนถึงตอนนี้ ที่เป้นแรงบันดาลใจทำให้เกิดหัวข้อวิจัยนี้ขึ้นมา

เอกสารอ้างอิง

นิรนาม. (2561).จังหวัดอุทัยธานี แหล่งข้อมูล : <https://th.wikipedia.org/จังหวัดอุทัยธานี>. ค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2562.

จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน. (2556). การออกแบบกราฟิก. บางเบาอีเอ็ม. แหล่งข้อมูล : <http://bowtysnoo.blogspot.com/>. ค้นเมื่อ ค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2562.

Chai Phonbapit. (2561). AR คืออะไร? + สามารถประยุกต์ใช้กับงานโฆษณาได้อย่างไรบ้าง? + AR ในปี 2018. แหล่งข้อมูล :

<https://medium.com/devahoy/augmented-reality-in-advertising-7bde4e29ebba/>.
ค้นเมื่อ วันที่ 11 มกราคม 2561.

Nattapon. (2559). **สื่อมัลติมีเดีย**. แหล่งข้อมูล.
<https://sites.google.com/site/commulticlas/s/home> ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2562.

Jaruwan Suttimusig. (2559). **องค์ประกอบศิลป์คืออะไร**. วินน์ซอฟต์ สตูดิโอ. แหล่งข้อมูล :
<https://www.wynnsoftstudio.com/Composition>. ค้นเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2562.

นิรนาม. (2560). **พฤติกรรมของวัยรุ่นไทย**
ณ วันนี้ แหล่งข้อมูล:<https://www.springnews.co.th/news/24052> ค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2562.