

การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา
การท่องเที่ยว ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
Development of Augmented Reality Print Media in 4
Languages for Tourism in Chiang Ban Subdistrict, Chiang
Kham District, Phayao Province

ชิตชนก เทพบัณฑิต^{1*} อัลณิกา สายน้ำเย็น¹ บุตรี เวทพิเชฐโกศล¹ และปุณยวัจน์ พรหมหล้า¹
Chidchanok Thepbundit^{1*}, Annika Sainamyen¹, Bhudtree Wetpichetkosol¹,
and Punyawat Promla¹

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เชียงราย 57100

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai, 57100, Thailand

*Corresponding author: E-mail address: chidchanok.the@crru.ac.th

(Received: April 19, 2024; Revised: June 19, 2024; Accepted: June 27, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจองค์ความรู้ชุมชน จัดทำเป็นฐานข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ โดยใช้องค์ความรู้ของชุมชนในด้านมิติต่าง ๆ เป็นฐาน 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนมีความโดดเด่น 5 ด้าน คือ ด้านวัฒนธรรมการแต่งตัวและการทอผ้าไทลื้อ ด้านประเพณีการขับลื้อ ด้านสินค้าชุมชนข้าวแคบหน้าตาดี ด้านแหล่งท่องเที่ยววัดเชียงบาน ด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น อนุสรณ์ผู้เสียสละ พ.ศ. 2324 2) การออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ จัดพิมพ์เป็นรายภาษาและใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชัน Zappar 3) นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านรูปแบบแผ่นพับในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 S.D. เท่ากับ 0.90 มีความพึงพอใจต่อสื่อผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 S.D.เท่ากับ 0.73 และมีความต้องการเดินทางไปยัง ต.เชียงบาน อ.เชียงคำ จ.พะเยาภายหลังจากทดลองใช้สื่อในระดับมาก ในภาพรวมของการใช้สื่อพบว่ามีความพึงพอใจภายหลังการใช้สื่ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 S.D. เท่ากับ 0.71 ข้อเสนอแนะคือการเพิ่มภาษาเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว การเลือกใช้แอปพลิเคชันที่มีข้อจำกัดน้อยลง และการแก้ปัญหาทางภาษาที่ยั่งยืนมากขึ้น

คำสำคัญ: สื่อสิ่งพิมพ์ผสานเทคโนโลยีความจริง การท่องเที่ยว ตำบลเชียงบาน ไทลื้อ

Abstract

This research aimed to 1) explore community knowledge prepared as a database design and development of a print media integrated with virtual reality technology in 4 languages 2) design and develop of print media by using community knowledge in various dimensions as a base, and 3) study the satisfaction of foreign tourists towards the use of the media. The results revealed the following key findings: 1) The community highlighted five outstanding aspects: in Culture, 'Tai Lue dress culture and Tai Lue weaving'; in Tradition, 'Kab Lue'; in Community products, 'Khao Kab Na Ta Dee'; in Tourist attractions, 'Wat Chiang Ban'; and in Local history, 'The Memorial to the sacrifices', 2324. 2) The design and development of a print media included publication in multiple languages as brochures and integration with the Zappar application. 3) Foreign tourists reported high satisfaction with the brochures, averaging 4.10 (S.D. = 0.90), and with the print media integrated with virtual reality technology, averaging 4.17 (S.D. = 0.73). There was a notable desire among tourists to travel to Chiang Ban Sub-district, Chiang Kham District, Phayao Province, following their use of the print media. Overall, foreign tourists expressed a high level of satisfaction after using the print media, averaging 4.09 (S.D. = 0.71). Recommendations from the research include increasing the use of languages to expand the target group of tourists, choosing applications with fewer limitations and addressing language issues in a more sustainable manner.

Keywords: Print media integrated with virtual reality technology, Tourism, Chiang Ban Sub-district, Tai Lue

บทนำ

การท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย จังหวัดพะเยา นับว่าเป็นหนึ่งในจังหวัดเมืองรองในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนที่มีความน่าสนใจอีกจังหวัดหนึ่ง สำหรับจังหวัดพะเยาประกอบด้วย 11 อำเภอ ซึ่งหนึ่งในอำเภอที่มีจำนวนประชากรอาศัยอยู่มากเป็นอันดับสองรองจากอำเภอเมืองคือ อำเภอเชียงคำ โดยจุดเด่นของอำเภอเชียงคำนี้ คือเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้ออาศัยอยู่มากอำเภอหนึ่งในจังหวัดพะเยา ซึ่งภายในพื้นที่ดังกล่าวยังคงมีการธำรงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทลื้อให้คงอยู่

สำหรับตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยานั้นเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีความพร้อมในการพัฒนา ปัจจุบันตำบลเชียงบานเป็นพื้นที่บริการวิชาการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ด้วยเหตุนี้พื้นที่ตำบลเชียงบานจึงได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน การย้อมสีผ้าไทลื้อ การพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงการจัดการกำจัดขยะภายในชุมชน แต่จากการพูดคุยในการจัดเวทีประชุมสะท้อนปัญหาและความต้องการของชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ในเดือนพฤศจิกายน 2563 พบว่าภายใต้การพัฒนาตำบลเชียงบาน ที่ถึงแม้จะได้รับการส่งเสริมและพัฒนาในด้านต่าง ๆ แต่ชุมชนยังคงขาดการพัฒนาด้าน “ภาษา” ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญ โดยผู้นำชุมชนและชาวบ้านได้สะท้อนความคิดเห็นว่าในสถานการณ์ปัจจุบัน ชุมชนได้รับการส่งเสริมและพัฒนาในด้านต่าง ๆ จากการบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยฯ แต่ยังขาดการพัฒนาและส่งเสริมในการสนับสนุนด้านภาษา เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวในเบื้องต้น คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในภาษาต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับชุมชน สำหรับการแก้ปัญหาเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ในอนาคตนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ทางคณะผู้วิจัยตระหนักถึงโดยแม้ว่าการพัฒนาส่งเสริมความรู้ทางภาษาต่าง ๆ ให้แก่บุคคลในชุมชนเป็นการสร้างความยั่งยืนมากที่สุด แต่ด้วยในการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านเวลา การพัฒนาภาษาของบุคคลในชุมชนจึงเป็นแผนต่อไปในอนาคต

ในประเด็นปัญหาเรื่อง “ภาษา” ที่เป็นอุปสรรคของชุมชน มีความสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวอีกด้านหนึ่งจากงานวิจัยของ Sangkhakorn, K., and Krachangchom, S. [1] พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยต้องประสบปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารหรือภาษามากเป็นอันดับหนึ่ง โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นร้อยละ 64.18 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันร้อยละ 60.78 นักท่องเที่ยวชาวจีนร้อยละ 50.00 และนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ (ประเทศเกาหลีถูกจัดอยู่ในนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้) ร้อยละ 40.20 ซึ่งจากการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าปัญหาด้านการสื่อสารหรือภาษามากเป็นอันดับแรก โดยแม้ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารและถูกจัดให้เป็นภาษาที่สองเองก็ประสบปัญหานี้ด้วยเช่นกัน การประสบปัญหาด้านภาษานี้ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นให้ความรู้ความเข้าใจ รวมถึงการเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เพื่อการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวในกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถตอบสนองได้

กล่าวคือในประเด็นดังกล่าวนี้ในกรณีของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยอุปสรรคทางปัญหา สิ่งเหล่านี้ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากชุมชนไม่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ส่งผลให้การให้ความรู้ ความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว ไม่สามารถทำได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งปัญหาดังกล่าวยังเชื่อมโยงไปสู่การกระจายรายได้สู่ชุมชน เนื่องจากไม่สามารถบอกเล่า หรือแสดงความคิดเห็นทางอัตลักษณ์ของชุมชนได้ การตลาดและการจำหน่ายสินค้าชุมชนเองก็ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร สำหรับจำนวนของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดพะเยา อ้างอิงข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดพะเยา ปี พ.ศ. 2562 มีจำนวน 27,157 คน อีกทั้งจากการเก็บข้อมูล Guest Arrivals at Accommodation Establishments (ในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2560) สามารถจำแนกจำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยาได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 43 คน นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 50 คน นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี 20 คน และนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกจำนวน 55 คน [2] ในปี 2566 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมายังจังหวัดพะเยาทั้งหมด 42,942 คน รวบรวมได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 132 ล้านบาท โดยเมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลในปี พ.ศ.2562 และ ปี พ.ศ.2566 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังจังหวัดพะเยามีแนวโน้มมากยิ่งขึ้นจากการการท่องเที่ยวสามารถดำเนินการได้ตามปกติ ซึ่งการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงจัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2566 [3] ซึ่งมีจุดมุ่งหมายพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มทั้งในปัจจุบันและอนาคต สื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี สร้างขึ้นเพื่อนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมพื้นฐานควบคู่ไปกับชุมชน อันจะนำไปใช้ได้อย่างยั่งยืนเนื่องจากป็นองค์ความรู้ที่คัดสรรมาจากชุมชน โดยมีชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการคัดเลือกร่วมกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกจากนี้ยังตอบโจทย์ปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเด็นเรื่อง “ภาษา” ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้และความเข้าใจในการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ ได้มากยิ่งขึ้น

การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้เลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภท “แผ่นพับ” ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ในการวิจัยครั้งนี้ “แผ่นพับ” ถูกใช้วัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อีกทั้งการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถนำสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบแผ่นพับดังกล่าวกลับไปยังประเทศของตนเอง และสามารถยังสามารถนำไปบอกต่อกับเพื่อนหรือคนรู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของ Ministry of Tourism and Sports [2] ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลบอกต่อจากเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว และภายในแผ่นพับนั้นนักท่องเที่ยวสามารถสแกน Qr-Code ที่จะสามารถเรียนรู้ข้อมูลในมิติต่าง ๆ ของตำบลเชียงบานผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริงสร้างความน่าสนใจและเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

อีกทั้งการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดแผ่นพับที่ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงนี้ ยังสามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าถึงตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยาได้ แม้ไม่ได้เดินทางมาสถานที่จริง อาทิ การประชาสัมพันธ์ด้วยแพลตฟอร์มไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวของจังหวัดพะเยา หรือการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อออนไลน์อื่น ๆ ที่เหมาะสมต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เช่นนี้ตรงกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ระบุว่า การเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวที่ดีที่สุดคือแหล่งข้อมูลออนไลน์ ทั้งการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวในบอนอินเทอร์เน็ตนี้มีผลต่อการตัดสินใจการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบัน นอกจากสื่อเทคโนโลยีความจริงเสริมมีความง่ายต่อการใช้งาน ช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เข้าถึงได้ง่ายเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว [4] [5] โดยเนื้อหาภายในเป็นการคัดเลือกอัตลักษณ์ของชุมชนในมิติต่าง ๆ เพื่อการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์คัดเลือกร่วมกับชุมชน อันจะนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ที่สามารถธำรงและเผยแพร่ได้ต่อไป

คณะผู้วิจัยจึงได้ตระหนักถึงความต้องการของชุมชนและปัญหาด้านภาษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้จึงได้ทำการศึกษามิติด้านวัฒนธรรม ประเพณี สินค้าชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่โดดเด่น และนำองค์ความรู้เหล่านั้นมารวบรวมเป็นชุดความรู้หนึ่งชุด จากนั้นได้นำชุดความรู้นี้ออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ ผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงใน 4 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนและแก้ไขปัญหาด้านภาษาระดับเบื้องต้นให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการการท่องเที่ยวของชุมชน แต่ยังช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับข้อมูลและบริการที่มีคุณภาพ ส่งผลให้มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจองค์ความรู้ชุมชน จัดทำเป็นฐานข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ ผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ ผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา โดยใช้องค์ความรู้ของชุมชน ในด้านมิติต่าง ๆ เป็นฐาน ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) ในปัจจุบันถูกนำไปใช้ประโยชน์ในหลายด้าน สำหรับการศึกษา ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้จึงทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

Pralabraksa, N. [6] ศึกษาการผลิตสื่อมัลติมีเดีย AR เพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดมหาสารคามอย่างมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่าชุมชนต้องการสื่อที่เข้าถึงง่ายและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก ขณะที่ Wiriya, S., Sukpradit, A., & Thongkongyu, R. [7] ศึกษาเทคโนโลยี AR เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งผลการประเมินคุณภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญมีคุณภาพอยู่ในระดับดี และความพึงพอใจจากผู้ใช้งานก็อยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน Pathomvanichkul, T. [8] ศึกษาการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ ผสานความจริงเสริมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่าผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างในการทดลองใช้สื่อมีความพึงพอใจในระดับมาก เช่นเดียวกันกับ Khampliew, A., Chalernsuk, C., & Chuamsombat, K. [9] ที่ศึกษาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีความจริงเสริม โดยพบว่าการใช้แอปพลิเคชันดังกล่าวสร้างความรู้สึกแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวและมีความพึงพอใจจากผู้ใช้นิระดับดี Termwitkhajorn, K., & Maneeniam, A. [4] ทำการศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยะลาโดยใช้เทคโนโลยี AR ร่วมกับบริการพิกัดตำแหน่ง ผลการศึกษาพบว่าการใช้แอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน ช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เข้าถึงได้ง่ายและเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด Limpinan, P. [5] ศึกษาการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามโดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง ผลการประเมินการใช้งานพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จากการทบทวนวรรณกรรม

เกี่ยวกับเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) พบว่าการใช้สื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงมีส่วนช่วยในการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้งานในระดับมาก

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเหล่านี้ยังขาดการพัฒนาด้านภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้น การพัฒนาสื่อ AR เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะช่วยเพิ่มความสามารถในการสื่อสารและความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคต คณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ผลงานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการแบบผสม (Mixed Method) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ของชุมชน การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ผลงานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Methods) โดยการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม ในขณะที่การตรวจสอบคุณภาพสื่อฯ ได้ใช้การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้วย IOC โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ขั้นตอนการเตรียมความพร้อมและสำรวจเก็บข้อมูลองค์ความรู้อัตลักษณ์ด้าน วัฒนธรรม ประเพณี สินค้าชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น คณะผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาบริบทในชุมชน ลงพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจและสำรวจเก็บข้อมูลร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชน และชาวบ้านตำบลเชียงบาน

2) สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ทั้ง 5 ด้านก่อนจัดทำกรสนทนากลุ่มเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนคัดเลือกเนื้อหา ร่วมกับชุมชน โดยตัวแทนชุมชนจำนวน 15 คน ซึ่งประสานงานผ่านองค์การบริหารส่วนตำบล เชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลและร่วมพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา กับชุมชน เมื่อได้ข้อมูลอัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ แล้ว คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ 5 ด้าน เพิ่มเติมอีกครั้งจากสถานที่จริงและสินค้าจริง แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาเขียนความเรียง ออกแบบการเล่าเรื่องภายในเรื่องราวที่จะใช้ถ่ายทอดในสื่อสิ่งพิมพ์ผลงานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา

3) ออกแบบและพัฒนาโครงร่างสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับผลงานเทคโนโลยีเสมือนจริงฯ ในต้นฉบับภาษาไทยแล้ว นำสื่อสิ่งพิมพ์ผลงานเทคโนโลยีเสมือนจริงฉบับภาษาไทยแปลเป็นข้อความทั้ง 4 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี นำไปตรวจทานด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาตรวจทานก่อนนำไปให้ชุมชนทดลองใช้กันภายในกลุ่ม และประเมินคุณภาพด้วยผู้เชี่ยวชาญสื่อ

4) ปรับปรุงและแก้ไขตามข้อเสนอแนะ คณะผู้วิจัยได้ทำการทดลองใช้สื่อสิ่งพิมพ์ผลงานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ร่วมกับชุมชน และนำข้อเสนอแนะจากชุมชนมาปรับแก้ไข ภายหลังแก้ไขสื่อสิ่งพิมพ์ผลงานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ตามข้อเสนอแนะแล้วเสร็จ เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ซึ่งคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methods) โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) รวมทั้งหมด 126 คน เป็นนักท่องเที่ยว ชาวตะวันตก จำนวน 28 คน ชาวจีนจำนวน 40 คน ชาวญี่ปุ่นจำนวน 33 คน และชาวเกาหลีจำนวน 25 คน

5) ส่งมอบสื่อให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลเชียงบาน ชุมชน และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพะเยา

สรุปผล

การศึกษาเรื่องการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยว ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ผลความต้องการด้านเนื้อหาเพื่อสำรวจองค์ความรู้ชุมชน จัดทำเป็นฐานข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา จากการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลเบื้องต้นพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 93 ซึ่งในขณะที่เพศชายมีจำนวนเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์มีภูมิลำเนาในหมู่ที่ 4 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือหมู่ที่ 11 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และหมู่ที่ 9 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และหมู่ที่ 7 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และเมื่อพิจารณาถึงบทบาทในชุมชนพบว่าส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในชุมชนจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 2 คน และอื่น ๆ (องค์การส่วนบริหารตำบล) จำนวน 2 คน โดยแต่ละสถานภาพมีจำนวนร้อยละ 13 ผู้นำเที่ยวในชุมชนจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ในประเด็นเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงตามประเด็น ดังต่อไปนี้ 1) ด้านลักษณะของแผ่นพับมีความต้องการเป็นรูปแบบ A4 2) ด้านเนื้อหาภายในสื่อแผ่นพับ มีความต้องการให้มีตัวอักษรมากที่สุด 3) ด้านลักษณะของสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงมีความต้องการวิทัศน์ที่ประกอบมากที่สุด นอกจากการสำรวจความต้องการด้านรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา แล้วคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงต้นเป็นการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างโดยสามารถสรุปผลจากการสัมภาษณ์รายบุคคล ภายหลังจากการสรุปจากการเก็บข้อมูลรายบุคคลคณะผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มชาวบ้าน เพื่อพูดคุยสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในมุมมองของชุมชนและผู้วิจัย โดยได้นำข้อมูลอัตลักษณ์ที่ได้รับในภาพรวมมาคัดเลือกรวมกับผู้ให้สัมภาษณ์โดยไม่เพียงสำรวจความต้องการของชุมชนเท่านั้นยังรวมถึงการนำมารวมกันกับความสนใจของนักท่องเที่ยวโดยภายหลังจากการพูดคุยกับชาวบ้านในชุมชนสามารถคัดเลือกเป็นอัตลักษณ์ต่าง ๆ ได้ดังนี้

Table 1 The table summarizes the various identities selected together with the community

No.	Various aspects of identity	Content
1	Culture	Tai Lue dress culture and Tai Lue weaving, Chiang Ban Subdistrict
2	Traditions	Kab Lue
3	Community products	Khao Kab Na Ta Dee
4	Tourist attractions	Wat Chiang Ban (Phra Chao Tan Jai)
5	Local history	The Memorial to the Sacrifices, 2324

หลังจากได้อัตลักษณ์ในแต่ละด้านที่ตรงกับความต้องการของชุมชนและสอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแล้ว คณะผู้วิจัยได้ทำการสอบถามข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมในอัตลักษณ์ต่าง ๆ แล้วนำข้อความในแต่ละส่วนไปเรียบเรียงใหม่อีกครั้ง ก่อนนำไปออกแบบโครงสร้างแผ่นพับฯ ลักษณะของแผ่นพับได้อ้างอิงมาจากผลการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างในประเด็นความต้องการของสื่อแผ่นพับระบุความต้องการใน

องค์ประกอบของแผ่นพับไว้คือ แผ่นพับขนาด A4 มีลักษณะของ ภาพ ข้อความ โดยในด้านของ “ภาพ” เพื่อความสวยงามของแผ่นพับ คณะผู้วิจัยจึงได้ใช้การวาดภาพเวกเตอร์ (vector graphics) เป็นการวาดภาพเหมือนจริงและละเอียดชัดเจนถูกต้อง

เมื่อได้นำเนื้อหาจากอัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ ในส่วนของแผ่นพับคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ภาพ ภาพเคลื่อนไหว และข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อนำมาออกแบบและพัฒนาเป็นโครงร่างสื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงทั้ง 4 ภาษา โดยในแต่ละอัตลักษณ์กำหนดความยาวของการเล่าเรื่อง จะมีความยาวไม่เกิน 3 นาที ตามที่ระบุว่าความยาวของวิดีโอที่เหมาะสม โดยอ้างอิงจากคลิปวิดีโอประเทศไทยที่ได้รับความนิยมที่มีพรมมียอดชมเกิน 1 ล้านวิวขึ้นไป ส่วนใหญ่แล้วมักจะมีมีความยาวของวิดีโอประมาณ 2-5 นาที [10]

2. การวิเคราะห์ผลการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์พหุสานครเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา โดยใช้องค์ความรู้ของชุมชนในด้านมิติต่าง ๆ เป็นฐาน ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

คณะผู้วิจัยได้นำเนื้อหาภาษาอื่น ๆ จำนวน 4 ภาษาที่ได้รับการตรวจทานจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละภาษามาพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์พหุสานครเทคโนโลยีเสมือนจริงจากโครงร่างสื่อภาษาไทย

โดยในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์พหุสานครเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ในส่วนของโครงร่างสื่อสิ่งพิมพ์พหุสานครเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา คณะผู้วิจัยได้ให้ชุมชนร่วมกันดำเนินการทดลองใช้งานโดยประสานชุมชนผ่านผู้ประสานงาน ก่อนนำข้อเสนอแนะจากชุมชนมาแก้ไข แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อตรวจสอบซึ่งรายละเอียดของสื่อสิ่งพิมพ์พหุสานครเทคโนโลยีเสมือนจริงทั้ง 4 ภาษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์พหุสานครเทคโนโลยีเสมือนจริงภาษาอังกฤษ

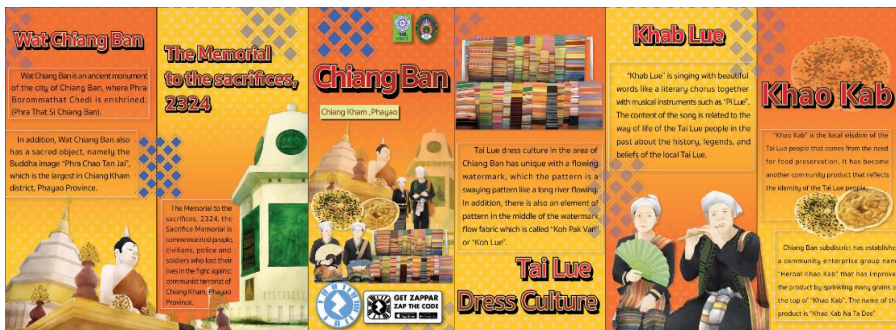


Figure 1 Brochure (English version)

2. สื่อสิ่งพิมพ์พหุสานครเทคโนโลยีเสมือนจริงภาษาจีน

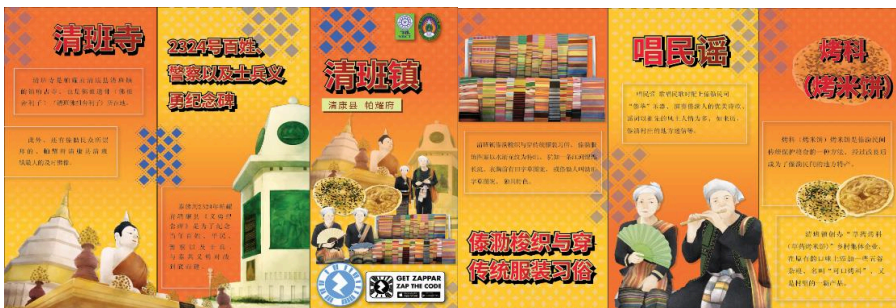


Figure 2 Brochure (Chinese version)

3. สื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงภาษาญี่ปุ่น



Figure 3 Brochure (Japanese version)

4. สื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงภาษาไทย

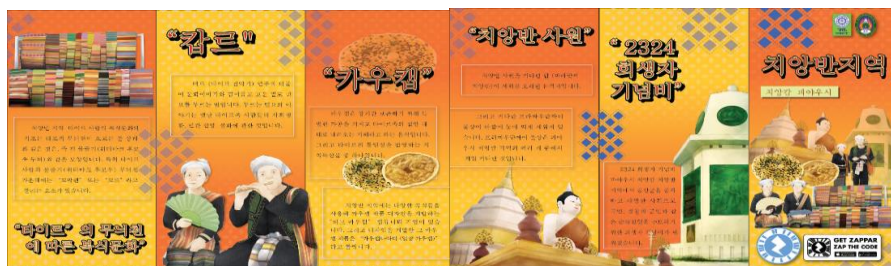


Figure 4 Brochure (Korean version)

หลังจากพัฒนาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับจำนวน 4 ภาษาแล้วคณะผู้วิจัยได้จัดทำสื่อผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงตามความต้องการของชุมชนโดยประกอบด้วยภาพวิถีทัศน์ เสียง และตัวอักษร คำบรรยาย ภาพ โดยได้จัดทำเป็นวิดีโอทั้งหมด 5 วิดีโอ แบ่งตามอัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ และนำเสนอหาแปลเป็น 4 ภาษา สำหรับความยาวของการเล่าเรื่องในแต่ละอัตลักษณ์นั้น มีความยาวไม่เกิน 3 นาที ซึ่งเนื้อหาภายในสื่อผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงมีรายละเอียดที่มากขึ้นจากสื่อแผ่นพับ โดยมุ่งเน้นเนื้อหาที่ได้สำคัญและพึงได้ใจความ ได้มีการนำไปทดลองใช้ร่วมกับชุมชน คือ การนำโครงสร้างสื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงที่จัดทำขึ้นทั้ง 4 ภาษา ให้ชุมชนทดลองใช้ ภายหลังจากนั้นสอบถามความคิดเห็นข้อเสนอแนะจากชุมชน แล้วนำมาแก้ไขปรับปรุงอีกครั้ง เนื่องจากการใช้สื่อผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริงในปัจจุบันยังจำเป็นต้องใช้ควบคู่ไปกับแอปพลิเคชันทางคณะผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาและสร้างสื่อสิ่งพิมพ์ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษาควบคู่กับโปรแกรม ZAPPAR เพื่อให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีเสมือนจริงได้ (AR) ดังนั้นในการใช้งานนักท่องเที่ยวมีความจำเป็นจะต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Zappar แล้วนำมาสแกนบริเวณรูปสายฟ้าที่มุมด้านหน้าของแผ่นพับแต่ละภาษา

5. ภาพตัวอย่างการแสดงผลของสื่อผลงานเทคโนโลยีเสมือนจริงฉบับภาษาอังกฤษ



Figure 5 Preview display of Augmented Reality Print Media through ZAPPAR application
(English Version)

6. ภาพตัวอย่างการแสดงผลของสื่อสารสนเทศโนโลยีเสมือนจริงฉบับภาษาจีน



Figure 6 Preview display of Augmented Reality Print Media through ZAPPAR application
(Chinese Version)

7. ภาพตัวอย่างการแสดงผลของสื่อผสมานเทคโนโลยีเสมือนจริงฉบับภาษาญี่ปุ่น



Figure 7 Preview display of Augmented Reality Print Media through ZAPPAR application
(Japanese Version)

8. ภาพตัวอย่างการแสดงผลของสื่อผสมเทคโนโลยีเสมือนจริงฉบับภาษาเกาหลี



Figure 8 Preview display of Augmented Reality Print Media through ZAPPAR application (Korean Version)

ภายหลังจากทดลองใช้ร่วมกับชุมชนและนำสื่อไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้ว คณะผู้วิจัยได้นำสื่อไปประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจำนวน 126 คนโดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกจำนวน 28 คน นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 40 คน นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 33 คน และนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีจำนวน 25 คน

3. การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ผสมเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา โดยจากการเก็บข้อมูลสามารถแบ่งรายละเอียดข้อมูลได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จากการเก็บข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ประเมินสื่อแผ่นพับผสมเทคโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษาในภาพรวมแล้วเป็นเพศชายร้อยละ 34 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 66 และมักอยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือช่วงวัย 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 29 ในด้านระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรีร้อยละ 54 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาและและปริญญาโท โดยแบ่งเป็นสัดส่วนร้อยละเท่ากันคือร้อยละ 22 อีกทั้งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในครั้งนี้นับประกอบอาชีพนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่คือร้อยละ 44 ส่วนอาชีพอื่น ๆ ที่รองลงมานั้นพบว่า นักท่องเที่ยวมักมีอาชีพ ข้าราชการบำนาญ แม่บ้านเต็มเวลา ครูสอนภาษา นักแปลอิสระ พนักงานทางการแพทย์ อาสาสมัครมูลนิธิ ในด้านของรายได้พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,001 คิดเป็น ร้อยละ 37 รองลงมาคือต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 33 และลำดับถัดมาคือ 25,001-30,000 คิดเป็นร้อยละ 16 สำหรับข้อคำถามว่านักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดพะเยามาก่อนหรือไม่พบว่าภาพรวมร้อยละ 51 รู้จักจังหวัดพะเยา และร้อยละ 49 ระบุว่าไม่รู้จักรัฐจังหวัดพะเยา ในจำนวนนี้ยังพบว่า ร้อยละ 44 เคยเดินทางไปยังจังหวัดพะเยา และร้อยละ 56 ระบุว่าไม่เคยเดินทางไปยังจังหวัดพะเยา ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปยังจังหวัดพะเยาร้อยละ 79 ระบุว่าเดินทางไปยังจังหวัดพะเยาด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว และร้อยละ 21 เดินทางไปจังหวัดพะเยาด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ประเมินสื่อ ร้อยละ 51 พำนักอยู่ในประเทศไทย และร้อยละ 49 ไม่ได้พำนักอยู่ในประเทศไทย

Table 2 Assessment of tourist satisfaction with the brochure in 4 languages (N=126)

Satisfaction Level	$\bar{X}$	SD.	Meaning
1. Content			
1.1 The content structure is clear and easy to understand	4.16	0.74	High
1.2 The content is interesting	4.13	0.74	High
1.3 Appropriate amount of content	4.08	0.75	High
Content Average	4.12	0.60	High
2. Formatting Aspect			
2.1 The overview of the brochure is properly formatted	4.15	0.74	High
2.2 Characteristics, size, color of letters, clear, beautiful, easy to read, and illustrations	4.02	0.78	High
2.3 Suitability of brochure media for use as public relations media for tourist attractions	4.10	0.75	High
Formatting Aspect Average	4.09	0.60	High
Average of both sides	4.10	0.90	High

จากตารางที่ 2 พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ 4 ภาษา มีความพึงพอใจในภาพรวมของสื่อแผ่นพับในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 และ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องโครงสร้างของเนื้อหาที่มีความชัดเจน ง่ายต่อการทำความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74

Table 3 Results of evaluating tourists' satisfaction with Augmented Reality Print Media in 4 Languages (N=126)

Satisfaction Level	$\bar{X}$	SD.	Meaning
1. Content			
1.1 The content is clear and easy to understand	4.19	0.70	High
1.2 Appropriate amount of content	4.17	0.72	High
Content Average	4.18	0.71	High
2. The formatting of multimedia			
2.1 Appearance, size, color or letters, clear, beautiful, and easy to read	4.06	0.76	High
2.2 The content illustrations are clear, beautiful, and interesting	4.18	0.76	High
2.3 The beauty and layout of AR media	4.06	0.72	High
2.4 The video footage is interesting	4.27	0.75	High
2.5 The narration is clear	4.17	0.75	High
2.6 The timing is appropriate	4.25	0.67	High

Table 3 Results of evaluating tourists' satisfaction with Augmented Reality Print Media in 4 Languages (N=126)(countinue)

Satisfaction Level	$\bar{X}$	SD.	Meaning
Media formatting average	4.17	0.74	High
Average of both sides	4.17	0.73	High

3. Overall satisfaction after using the media

3.1 was impressed with the presentation of the tourism public relations media for this time in Chiang Kham District, Phayao Province	4.04	0.79	High
3.2 After watching the said media, you are interested in walking to the real place	4.13	0.76	High
Average overall satisfaction after using the media	4.09	0.71	High

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจภาพรวมของสื่อสารสนเทศโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้าน ภาพวิดีโอที่มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 และ ระยะเวลาที่มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 และในความพึงพอใจภาพรวมภายหลังการใช้สื่อ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจหลังใช้สื่ออยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71

นอกจากนี้ในคำถามภาพรวมของสื่อแผ่นพับสารสนเทศโนโลยีเสมือนจริงในครั้งนี้นี้ว่าเมื่อท่านรับชมสื่อสิ่งพิมพ์เสมือนจริงในครั้งนี้ภายหลังจากการรับชมสื่อดังกล่าวท่านมีความสนใจอยากเดินไปท่องเที่ยวยังสถานที่จริงพบว่ามีนักท่องเที่ยวตอบว่ามีความต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบผลประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อสื่อสิ่งพิมพ์สารสนเทศโนโลยีเสมือนจริงในแต่ละภาษาแล้วสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับเป็นอันดับที่หนึ่งโดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมีค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลำดับที่สามคือนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับอยู่ที่ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับที่สี่คือนักท่องเที่ยวชาวจีน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียพบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียมากเป็นอันดับที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลำดับถัดมาคือนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี มีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลำดับที่สามคือนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับที่สี่คือนักท่องเที่ยวชาวจีน มีค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านความพึงพอใจในภาพรวมภายหลังการใช้สื่อสิ่งพิมพ์สารสนเทศโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา แล้วพบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความพึงพอใจต่อการใช้อีบุ๊ก เป็นอันดับที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลำดับถัดมาคือนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี มีค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลำดับที่สาม คือนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมีค่าเฉลี่ย 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และลำดับที่สี่คือนักท่องเที่ยวชาวจีน มีค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการปรับแก้ไขในภาพรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ในแบบสอบถามตอนที่ 3 ซึ่งเป็นการเขียนข้อเสนอแนะความรู้สึกรหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าอยากเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่จริงในตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

โดยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์สารสนเทศโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา เพื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติในกลุ่มเป้าหมายทั่วไป แต่อย่างไรก็ตามคณะผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะดังกล่าวมาเป็นแนวทางพัฒนาต่อยอดต่อไปในอนาคต

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์สารสนเทศโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา การท่องเที่ยว ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ข้อมูลอัตลักษณ์ในด้านต่าง ๆ โดยตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เป็นลักษณะของชุมชนขนาดเล็ก จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลรวมถึงการพูดคุยสนทนากลุ่ม จนได้อัตลักษณ์ในแต่ละด้านคือ 1) ด้านวัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมการแต่งตัวและการทอผ้าไทลื้อ ตำบลเชียงบาน 2) ด้านประเพณี คือ การขับลื้อ 3) ด้านสินค้าชุมชน คือ ข้าวแค้นหน้าตาดี 4) ด้านแหล่งท่องเที่ยว วัดเชียงบาน (พระเจ้าทันใจ) 5) ด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น คือ อนุสรณ์ผู้เสียสละ พ.ศ. 2324 ซึ่งการคัดเลือกเนื้อหาในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ในความสนใจของนักท่องเที่ยวประกอบในการคัดเลือกด้วย ดังเช่น Pike, S. [11] ที่ได้รับรู้ไว้ตอนหนึ่งว่าองค์ประกอบในการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งคือสิ่งที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่งให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชม ในขณะที่ Pinkaeo, K. [12] ยังระบุอีกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการนำวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ จุดขายที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยในกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้การคัดเลือกอัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ ไม่ใช่เพียงจากความต้องการของชุมชนเท่านั้นแต่ยังรวมถึงความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยเช่นกัน ซึ่งการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์สารสนเทศโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษา ครั้งนี้รวบรวมเนื้อหาที่ชุมชนต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามที่ Payomyam, S. [13] ระบุไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการท่องเที่ยวที่เข้าไปสัมผัสและมุ่งเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในแขนงต่าง ๆ รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต

ด้านการพัฒนาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สารสนเทศโนโลยีเสมือนจริง 4 ภาษาในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับและการจัดทำสื่อสารสนเทศโนโลยีเสมือนจริงโดยใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชัน

4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 และมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งผสมเทคโนโลยีเสมือนจริงอยู่ในระดับ มาก เช่นเดียวกันมีค่าเฉลี่ย 4.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 2) นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 40 คน โดยระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับของนักท่องเที่ยวชาวจีนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 และมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งผสมเทคโนโลยีเสมือนจริงอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกันมีค่าเฉลี่ย 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 3) นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 33 คน โดยระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 และมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งผสมเทคโนโลยีเสมือนจริง อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกันมีค่าเฉลี่ย 4.30 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 และ 4) นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จำนวน 25 คน โดยระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีอยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 และมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งผสมเทคโนโลยี เสมือนจริงอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกันมีค่าเฉลี่ย 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ซึ่งความพึงพอใจ ในระดับมากของการใช้สื่อผสมเทคโนโลยีเสมือนจริงในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้สอดคล้อง กับงานวิจัยของ Hungsa, A. [19] ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่มีการนำเอาเทคโนโลยี ความเป็นจริงเสมือนมาใช้เพราะค่อนข้างที่จะแปลกใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่ใช่เพียงแค่ ตัวอักษรและรูปภาพเท่านั้นยังมีวิดีโอ เสียงและคำบรรยายประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับชมอย่างมี อรรถรสมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป 3 ประเด็นหลักดังนี้ 1) การเพิ่มเป้าหมายของกลุ่ม นักท่องเที่ยว 1.1 เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายในอนาคตควรมีการเพิ่มภาษาอื่นๆ 1.2 เพิ่มข้อมูลของสถานที่เพิ่ม มากขึ้น เช่น การเดินทาง 1.3 ปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะช่วงวัย 2) การเลือกใช้ แอปพลิเคชันที่มีข้อจำกัดน้อยลง 3) การแก้ปัญหาทางภาษาที่ยั่งยืนมากยิ่งขึ้น การทำแผนเพื่อให้ความรู้ ด้านภาษาให้แก่ชุมชนเพื่อการแก้ปัญหาที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- [1] Sangkhakorn, K., & Krachangchom, S. (2018). *Study of behavior and service needs. Aspects of tourism for health promotion tourists (Wellness Tourist) in the Lanna area, 8 provinces*. Chiang Mai University, Institute of Social Research. (In Thai)
- [2] Ministry of Tourism and Sports. (2017). *Tourism Statistics 2017*. <https://www.mots.go.th/news/category/41>. (In Thai)
- [3] Phayao Provincial Office. (2023). *Tourism situation for August 2023, Phayao Province*. <http://www.phayao.go.th/allnew/2023/09/29>. (In Thai)
- [4] Termwitkhajorn, K., & Maneeniam, A. (2018). *Public relations of tourism location in Yala using augmented reality with location-based service on mobile application*. Research Report. Yala Rajabhat University. (In Thai)

- [5] Limpinan, P. (2019). Promoting Mahasarakham tourism by using augmented reality. *Journal of Technology Management Rajabhat Maha Sarakham University*, 6(1), 8-16. (In Thai)
- [6] Pralabraksa, N. (2013). *Participant production of augmented reality multimedia to promote Maha Sarakham Province*. Research Report. Rajabhat Maha Sarakham University. (In Thai)
- [7] Wiriya, S., Sukpradit A., and Thongkongyu, R. (2017, December 22). The Development Augmented Reality Cultural Tourism in Nakhon Sawan Province. In Presence: *The 4th National Academic Conference*, Research and Development Institute, Kamphaeng Phet Rajabhat University, pp.1253-1260. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/153329/111738>
- [8] Pathomvanichkul, T. (2018). Development of the augmented reality print media to promote the image of Mahasarakham University. *Sarakham Journal*, 11(1), 58-76.
- [9] Khampliew, A., Chalermasuk, C., & Chuamsombat, K. (2018). *Development of Thailand tourism application using virtual reality technology June 8, 2018 University of the Thai Chamber of Commerce*. 1873-1885. <https://scholar.utcc.ac.th/bitstream/>
- [10] Yaowarat, K. (2017). *Clip video strategies in social media for motivation to exercise with running. Facebook case study: "Runner's journeys"* [Independent study, Master of Communication Arts, Bangkok University]. (In Thai)
- [11] Pike, S. (2008). *Destination marketing: An integrated marketing communication approach*. Butterworth-Heinmann.
- [12] Pinkaeo, K. (2012). Cultural tourist attractions. <http://tourismdan1.blogspot.com> (In Thai)
- [13] Payomyam, S. (2002). *Psychological practice in community work*. Saphiphatthana Printing. (In Thai)
- [14] Pralabraksa, N. (2014). *Participant production of augmented reality multimedia to promote Maha Sarakham Province*. Research report. Maha Sarakham Rajabhat University. (In Thai)
- [15] Khlangphrasri, S., & Umi Lao Chaeng, K. (2019). *The development of tourism management communication in Kaedam Community, Kaedam District, Maha Sarakam Province*. Research report, Maha Sarakham Rajabhat University. (In Thai)
- [16] Poltanee, I., & Boonphetkaew, U. (2019). Internet use behavior of European tourists towards the decision of traveling to Phuket Province. *Dusit Thani College Journal*, 13(1). 123-138. (In Thai)
- [17] Termwitkhajorn, G., & Maneeniaum, A. (2018). *Public relations of tourism location in Yala using augmented reality with location-based service on mobile application*. Research report. Yala Rajabhat University. (In Thai)

- [18] Suthawan, W. (2019). *Internet-using behavior and satisfaction toward the use of internet for travelling purpose of the tourists in Tak Province. Journal of Management and Development Research*, 9(3). 123-138. (In Thai)
- [19] Hungsa, A. (2017). *Public relations media in augmented reality for tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya province* [Master's thesis, Rajamangala University of Technology]. (In Thai)