

## Development of Infographic Print Media for Promoting “Prakam” Handicrafts of the Lower Northeast, Integrated with Augmented Reality

การพัฒนาสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเก้อม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้

ผลงานความจริงเสริม

Pattara Tamsaysud<sup>1,\*</sup>, Sitthipron Suwanraj<sup>2</sup>, Patiwat Yasaka<sup>3</sup>, Jugkrich Jairassamee<sup>4</sup>,

and Winit Yuenying<sup>5</sup>

ภัทรา ตามสายสุด<sup>1,\*</sup>, สิทธิพร สุวรรณราช<sup>2</sup>, ปฏิวดี ยะสะกะ<sup>3</sup>, จักรกฤษ ใจรัมย์<sup>4</sup>, และ วินิต ยืนยง<sup>5</sup>

\*Corresponding authors: 58232110379-7@rmuti.ac.th

Received: 18 December 2024;

Abstract

Revised: 28 June 2025;

Accepted: 4 July 2025;

### Keywords:

Infographic Print Media;

Tourism Public Relations;

Augmented Reality;

Handicrafts;

สิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก;

การประชาสัมพันธ์การ

ท่องเที่ยว; ความจริงเสริม;

หัตถกรรม;

**Introduction:** The objectives of this research were: 1) to develop infographic print media for promoting “Prakam” (Silver Beads), a traditional handicraft of the Lower Northeast, integrated with Augmented Reality (AR); 2) to evaluate the quality of the developed infographic print media; and 3) to measure the satisfaction of the sample group towards the infographic promotional materials.

**Methodology:** The sample group consisted of 30 tourists visiting the Silver Craft Village (Ban Choke), Khwao Sinarin Subdistrict, selected through accidental sampling. The research instruments included: 1) the infographic print media for promoting “Prakam” handicrafts integrated with AR; 2) a quality evaluation form for experts; and 3) a satisfaction questionnaire for the sample group. Data were analyzed using percentage, mean ( $\bar{x}$ ), and standard deviation (S.D.).

<sup>1,\*</sup> Student, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; นักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: 58232110379-7@rmuti.ac.th

<sup>2</sup> Student, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; นักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: 58232110204-3@rmuti.ac.th

<sup>3</sup> Lecturer, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: patiwat.ya@rmuti.ac.th

<sup>4</sup> Lecturer, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: aeea1979@gmail.com

<sup>5</sup> Lecturer, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: winit.ye@rmuti.ac.th

**Results:** The research results indicated the following quality evaluation outcomes: 1) overall content of the infographic animation was at the highest level, 2) overall video content was at a high level, 3) overall poster content was at the highest level, 4) overall brochure content was at a high level, 5) design of the infographic animation was at a high level, 6) video design was at a high level, 7) poster design was at the highest level, and 8) brochure design was at the highest level. Furthermore, the study of satisfaction among tourists visiting the Ban Choke Silver Craft Village towards the developed media was overall at the highest level.

### บทคัดย่อ

**บทนำ:** งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้พัฒนาความจริงเสริม 2) เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้พัฒนาความจริงเสริม 3) เพื่อวัดความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้พัฒนาความจริงเสริม

**วิธีดำเนินงานวิจัย:** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมหมู่บ้านทำเครื่องเงิน บ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ จำนวน 30 คน ได้มาจากการเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) สื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้พัฒนาความจริงเสริม 2) แบบประเมินคุณภาพของสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ และ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้พัฒนาความจริงเสริม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**ผลการวิจัย:** ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินคุณภาพ ดังนี้ 1) ด้านเนื้อหาแอนิเมชันอินโฟกราฟิกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ด้านเนื้อหาวิดีโอโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ด้านเนื้อหาโปสเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ด้านเนื้อหาแผ่นพับโดยรวมอยู่ในระดับมาก 5) ด้านการออกแบบแอนิเมชันอินโฟกราฟิกโดยรวมอยู่ในระดับมาก 6) ด้านการออกแบบวิดีโอโดยรวมอยู่ในระดับมาก 7) ด้านการออกแบบโปสเตอร์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 8) ด้านการออกแบบแผ่นพับโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลของการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม หมู่บ้านทำเครื่องเงิน บ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ ที่มีต่อสื่อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

## 1. บทนำ (Introduction)

จังหวัดสุรินทร์มีชุมชนแห่งหนึ่งเป็นแหล่งภูมิปัญญาด้านการทำเครื่องเงิน ซึ่งเรียกว่า ประเก้อมเงินของจังหวัดสุรินทร์ โดยเฉพาะตำบลเขวาสินรินทร์ สะท้อนถึงความผูกพันระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติผ่านลวดลายดั้งเดิมทั้ง 13 แบบ เช่น ลายดอกพิกุล ลายกลีบบัว และลายรอยตีนหมา ลวดลายเหล่านี้ทำหน้าที่เป็น “ภาษาภาพ” ที่ส่งต่อคุณค่าทางจิตวิญญาณและจริยธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่นักคนรุ่นหลังได้อย่างทรงพลัง (Klangrit, 2017) ประเก้อม หรือ ประคำ มีรูปร่างรูปทรงเรขาคณิต และเลียนแบบสิ่งที่อยู่รอบตัวหรือของใช้ ตะเกาะจะใช้สีของเนื้อเงินล้วนไม่มีการชุบสีอื่นหรือลงยา ไม่มีฉลุมณีประดับ ส่วนประเก้อม มีการแกะลวดลายแล้วลงยาสีด้าเพียงสีเดียว ไม่มีฉลุมณีประดับ ลวดลายตะเกาะมีทั้งหมด 13 ลาย และลวดลายของประเก้อมมีทั้งหมด 13 เช่นกัน กรรมวิธีการผลิตเป็นการขึ้นรูปเครื่องประดับด้วยมือผลิตแบบดั้งเดิมตามที่ได้รับถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ (Tongsupon & Pinitdangkang 2017) ภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้จึงเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจที่ช่วยเพิ่มรายได้ให้ชุมชน ด้านการศึกษาที่สร้างแหล่งเรียนรู้ การฝึกอบรมทักษะงานฝีมือ สะท้อนถึงรากเหง้าวัฒนธรรมของชุมชน

สื่อหลากหลายรูปแบบที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้จักศิลปหัตถกรรมของจังหวัดสุรินทร์โดยเฉพาะสื่ออินโฟกราฟิก เป็นภาพกราฟิกที่รังสรรค์ขึ้นโดยผู้ส่งสารเพื่อการส่งผ่านข้อมูลสู่ผู้รับสารให้เข้าใจง่าย สามารถรับรู้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยการแปลงข้อมูลซึ่งเป็นข้อความ สถิติ ตัวเลข ออกมาเป็นภาพกราฟิก ที่สวยงาม น่าสนใจ (Prammanee, 2017) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีบทบาทอย่างมากในการเผยแพร่ สามารถนำเสนอข้อมูลถ่ายทอดเรื่องราว สร้างอัตลักษณ์ และภาพลักษณ์ เกี่ยวกับหมู่บ้าน แสดงให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นและเติมเต็มตัวตนเชิงอุดมคติ (Arsa & Thammasangwan, 2019) ท่ามกลางภาวะข้อมูลท่วมท้น (Information Overload) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดรับสื่อ รูปแบบ วิธีการ และกลยุทธ์จำเป็นต้องมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ (Issue) และมีเนื้อหา (Content) ที่สั้นกระชับ เพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว การสื่อสารในรูปแบบอินโฟกราฟิกจึงเข้ามามีบทบาทในบริบทสังคมบริโภคสื่อมากขึ้น (Saipin, 2017) อีกทั้งการประยุกต์ใช้สื่อความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) มาร่วมด้วยเป็นเทคโนโลยีที่ผสมโลกของความจริง (real world) เข้ากับโลกเสมือน (virtual world) โดยใช้วิธีซ้อนภาพสามมิติที่อยู่ในโลกเสมือน ไปอยู่บนภาพที่เห็นจริง ๆ ในโลกของความเป็นจริง ผ่านกล้องดิจิทัล เว็บแคม หรือ อุปกรณ์อื่น ๆ และให้ผลการแสดงผลภาพ สามารถสร้างประสบการณ์ดื่มด่ำ เทคโนโลยี AR จะสามารถสร้างคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมุมมองของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว มองว่า AR จะเข้ามาช่วยยกระดับธุรกิจและการท่องเที่ยวได้ (Cranmer et al., 2020)

ดังนั้นทางผู้จัดทำจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดสุรินทร์ จึงมีแนวคิดในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ เรื่อง “ประเก้อม” ผสานเทคโนโลยีความจริงเสริมที่สามารถผสานโลกแห่งความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือนจริง (Virtual world) สามารถสแกนภาพหนึ่งที่เห็นในโปสเตอร์ให้กลายเป็นสื่ออินโฟกราฟิกและวิดีโอบนโลกจริง (Real world) โดยรูปแบบการแสดงผลของ AR ที่ทางผู้จัดทำได้ใช้จะสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับภาพสัญลักษณ์ (Marker) ผ่านหน้ากล้องบนมือถือสแกนที่โปสเตอร์ แล้วผู้ชมจะสามารถรับชมภาพ ข้อความ และรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับ ประเก้อม ปรากฏออกมาให้เห็นในรูปอินโฟกราฟิกและวิดีโอ

## 2. วัตถุประสงค์งานวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถักอีสานใต้ผสานความจริงเสริม
2. เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถักอีสานใต้ผสานความจริงเสริม
3. เพื่อวัดความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถักอีสานใต้ผสานความจริงเสริม

## 3. การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

### 3.1 ภูมิปัญญาและคุณค่าทางวัฒนธรรมของประเพณีเงินสุรินทร์

จังหวัดสุรินทร์เป็นแหล่งภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมเครื่องเงินที่สำคัญ โดยเฉพาะในพื้นที่ตำบลเขวาสินรินทร์ ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่เรียกว่า “ประเพณีเงิน” หรือประคำเงิน แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมการทำงาน อาชีพหัตถกรรมพื้นบ้านการทำเม็ดประคำเงินของชุมชน ซึ่งจะเน้นการทำเม็ดประคำเงินรูปทรงกระบอก กระบวนการทำงานอาชีพจะสัมพันธ์กับความเชื่อ ประเพณีพิธีกรรมพื้นบ้าน ซึ่งสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ (Yunying, 2000) รูปทรงของเครื่องประดับเงินจากลวดลาย “ประเพณี” โบราณ มีรูปทรงเลขาคณิต ทรงกลม สามเหลี่ยม ทรงกระบอก รูปทรงที่เลียนแบบธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ และผลไม้ ซึ่งปัจจุบันจะพบลวดลายที่ได้ตามประติมากรรมเรื่องเล่าบนทับหลังปราสาทต่างๆ ที่ค้นพบในจังหวัดสุรินทร์ (Chanham, 2014) ช่างฝีมืองานเครื่องเงินประเพณีได้รับการถ่ายทอดและเรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่น โดยมีเอกลักษณ์เฉพาะที่เน้นลวดลายและความประณีต คือ ลวดลายที่อิงธรรมชาติในท้องถิ่น ซึ่งต้องใช้ความละเอียดอ่อนและใช้เวลาค่อนข้างนานมาก ทำให้ต้องมีความอดทนและความตั้งใจในการทำสูงมาก นอกจากนี้ ยังมีความต้องการสร้างเครือข่ายช่างฝีมือและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อการพัฒนาและอนุรักษ์ภูมิปัญญาให้คงอยู่อย่างมีคุณค่าต่อไป (Suktong, 2024) ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ 2) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวในหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ และ 4) การใช้ประโยชน์อัตลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ ด้านเศรษฐกิจเป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศ สร้างรายได้ เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ด้านการเมืองสร้างภาพพจน์ที่ดีกับคนในชาติและต่างชาติ ด้านสังคมเกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี เกิดการพัฒนาภูมิประเทศ สภาพแวดล้อมให้ดีและสวยงาม (Tongtip et al., 2021)

### 3.2 การบูรณาการสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิกผสานเทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยว

ในสภาวะปัจจุบันที่ผู้บริโภคเผชิญกับภาวะข้อมูลท่วมท้น (Information Overload) รูปแบบการสื่อสารจึงต้องนำเสนอข้อมูลความรู้ให้กับผู้รับสาร อธิบายข้อมูลที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่ายใช้เวลาที่รวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีกทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Trisajja, 2016) โดยหลักการออกแบบอินโฟกราฟิก (The principle of infographic design) ประกอบด้วย การเลือกใช้สีที่เหมาะสมในการนำเสนออินโฟกราฟิก การระบุตัวเลขข้อมูลเพื่อช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว การจัดเรียงขนาดขององค์ประกอบเพื่อให้ผู้ชมมองเห็นลำดับความสำคัญตามลำดับ และการใช้ขนาดที่แตกต่างกันอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสื่อสารสัดส่วนที่แตกต่างกันให้ชัดเจน (Su et al., 2023) โดยสามารถนำเสนออัตลักษณ์และเติมเต็มตัวตนเชิงอุดมคติของหมู่บ้านผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่

ทันสมัย (Arsa & Thammasangwan, 2019) การสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อโฆษณาบนสิ่งพิมพ์ผ่านทางสมาร์ทโฟนเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างจุดดึงดูดที่น่าสนใจ และกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม มานำเสนอในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (Ployngam, & Charusaeranee, 2018) และการนำเสนอข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวและประวัติศาสตร์ควรมีการนำเสนอข้อมูลที่ดี มีความน่าสนใจ ควรออกแบบแผ่นพับให้เห็นภาพความสวยงาม สามารถสแกน AR ได้ง่าย และใช้เวลาในการติดตั้งโปรแกรมน้อย วิดีทัศน์ควรมีการเรียบเรียงเนื้อหาสื่อให้กระชับ ควรเลือกใช้กราฟิกและเทคนิคการนำเสนอที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย (Maprasom et al., 2021) ดังนั้น การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์เรื่อง “ประเพณี” ที่ผสานเทคโนโลยี AR จึงเป็นนวัตกรรมที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประวัติความเป็นมาและรายละเอียดของภูมิปัญญาประเพณีผ่านสื่ออินโฟกราฟิกและวิดีโอที่ปรากฏขึ้นบนอุปกรณ์เคลื่อนที่

#### 4. กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framework)

| Input                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Process                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Output                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Knowledge Base:</b> Body of knowledge regarding “Pra-kuam” (silverware), including patterns, history, and community tourism sites in Surin.</li> <li>• <b>Technology:</b> Systems related to Augmented Reality (AR) technology.</li> <li>• <b>Media Production:</b> Materials for producing public relations printed media on “Pra-kuam” integrated with AR.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Data Collection:</b> Gathering information for infographic content development.</li> <li>• <b>Production Phase:</b> Developing infographic printed media and linking the AR system to the media.</li> <li>• <b>Expert Evaluation:</b> Assessing media quality by experts before actual implementation.</li> <li>• <b>User Assessment:</b> Measuring satisfaction levels of the sample group toward the developed media prototype.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Research Innovation:</b> Printed media for public relations on “Pra-kuam” integrated with AR technology.</li> <li>• <b>Evaluation Results:</b> Results of media quality assessment and the level of user satisfaction.</li> </ul> |

Figure 1. Conceptual Framework

#### 5. วิธีดำเนินงานวิจัย (Research Methodology)

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and sample)

นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมหมู่บ้านทำเครื่องเงิน บ้านเขวาสินรินทร์ ตำบลเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 30 คน ได้จากการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยผู้วิจัยจะสอบถามความสมัครใจของผู้ที่เข้ามาในพื้นที่หมู่บ้านเขวาสินรินทร์ หรือแหล่งจำหน่ายประเพณีในชุมชน

##### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument Tools)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์ “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม ดังนี้

1) ขั้นตอนการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูล (Analysis)

1.1) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวสำหรับกำหนดแนวทางการออกแบบอินโฟกราฟิก

1.2) ลงพื้นที่ศึกษาองค์ความรู้เรื่อง “ประเทียม” (เครื่องเงิน) ในด้านลวดลาย ประวัติความเป็นมา และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสุรินทร์

1.3) วิเคราะห์ระบบและซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) ที่เหมาะสมกับการใช้งานของนักท่องเที่ยว

2) ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อ (Production & Design)

2.1) วางโครงร่างการจัดวางภาพกราฟิกและเนื้อหา (Storyboard) เพื่อย่อยข้อมูลเรื่องประเทียมให้เป็นลำดับขั้นตอน

2.2) กำหนดจุดเชื่อมโยง (Marker/Trigger) บนสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะให้ผู้ใช้งานสแกนเพื่อแสดงผลข้อมูลเสมือนจริง เช่น วิดีโอสาธิตการทำเครื่องเงิน

2.3) จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิกที่มีสีสันและลวดลายสะท้อนเอกลักษณ์หัตถกรรมท้องถิ่น

2.4) เชื่อมโยงระบบ AR เข้ากับสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้ได้นวัตกรรมสื่อที่สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้

2.2 แบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ใช้แบบประเมินคุณภาพสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม และแบบวัดระดับความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม ซึ่งมีการหาคุณภาพของแบบสอบถาม ดังนี้

1) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม ประกอบด้วย แบบวัดคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม และแบบวัดระดับความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม

2) ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 จากนั้นการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญที่พัฒนาขึ้นไปแก้ไขและนำแบบสอบถามได้ใช้ต่อไป

## 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

6.1 การวัดคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้จะให้ประเมินคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริมที่พัฒนาขึ้น



2) นัดเวลาและสถานที่ และผู้เชี่ยวชาญ ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม

3) จัดเตรียมสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม และเตรียมแบบวัดคุณภาพของสื่อสำหรับผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินคุณภาพ

4) อธิบายวิธีทำงานและให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการใช้สื่อ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินแบบสอบถามเรื่องสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริมและรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

## 6.2 การวัดระดับความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม

1) กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริมเป็นการเลือกแบบเจาะจง

2) จัดเตรียมสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม และแบบวัดระดับความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

3) อธิบายวิธีทำงานและให้กลุ่มตัวอย่างทำการใช้สื่อ จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างประเมินความพึงพอใจดำเนินการรวบรวมผลและข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

## 7. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ (Data analysis and statistics used in data analysis)

งานวิจัยนี้ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพของสื่อจากผู้เชี่ยวชาญและการวัดระดับความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งวิเคราะห์โดยแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด (Highest)

3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก (High)

2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง (Moderate)

1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย (Low)

1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด (Lowest)

## 8. ผลการวิจัย (Results)

### 8.1 ผลการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ผสานความจริงเสริม

จากการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริมเรื่อง “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ โดยการออกแบบและพัฒนาเป็นสื่อที่มีเนื้อหาการนำเสนอเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของประเพณี รูปารูปทรงต่างๆของประเพณี เครื่องมือ และกรรมวิธีการทำประเพณีของหมู่บ้าน ทำเครื่องเงิน ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอสองแคว จังหวัดสุรินทร์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ก่อให้เกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวสำหรับการให้ความรู้ สามารถแสดงภาพผ่านพีซีและโปสเตอร์ ดัง Figure 2. และ Figure 3.



**Figure 2.** The Public Relations Brochure Using AR Techniques: “Pra-Kuam,” the Local Handicraft of Southern Isan.

จาก Figure 2. (a). ภาพแผ่นพับการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริมเรื่อง”ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ด้านนอก และ (b). ภาพแผ่นพับภาพแผ่นพับการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริมเรื่อง”ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ด้านใน



**Figure 3.** The Public relations poster using AR techniques: “Pra-kuam,” the local handicraft of Southern Isan.

## 8.2 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริมเรื่อง “ประเทียม” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้

ผลการวิจัย ดัง Table 1



**Table 1.** Evaluation Results of Quality in the Public Relations Printed Media Using Augmented Reality (AR) Infographic Techniques: “Pra-Kuam” the Local Handicraft of Southern Isan.

| Items                             | $\bar{X}$ | S.D. | Interpretation |
|-----------------------------------|-----------|------|----------------|
| 1. Infographic Animation Content. | 4.23      | 0.29 | High           |
| 2. Video Content.                 | 4.16      | 0.25 | High           |
| 3. Poster Content.                | 4.71      | 0.23 | Highest        |
| 4. Brochure Content.              | 4.14      | 0.23 | High           |
| 5. Infographic Animation Design.  | 3.06      | 0.21 | Moderate       |
| 6. Video Design.                  | 4.00      | 0.17 | High           |
| 7. Poster Design.                 | 4.66      | 0.94 | Highest        |
| 8. Brochure Design.               | 4.26      | 0.26 | High           |
| Overall                           | 4.26      | 0.26 | High           |

จาก Table 1. พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริม เรื่อง “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า 1) ด้านเนื้อหาโปสเตอร์ ( $\bar{X}$ =4.71) 2) ด้านการออกแบบโปสเตอร์ ( $\bar{X}$ =4.66) 3) ด้านการออกแบบแผ่นพับ ( $\bar{X}$ =4.26) 4) ด้านด้านเนื้อหาแอนิเมชันอินโฟกราฟิก ( $\bar{X}$ =4.23) 5) ด้านเนื้อหาวิดีโอ ( $\bar{X}$ =4.16) 6) ด้านเนื้อหาแผ่นพับ ( $\bar{X}$ =4.14) 7) ด้านการออกแบบวิดีโอ ( $\bar{X}$ =4.00) และ 8) ด้านการออกแบบแอนิเมชันอินโฟกราฟิก ( $\bar{X}$ =3.06) ตามลำดับ

### 8.3 ผลการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม หมู่บ้านทำเครื่องเงิน บ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอสวายบุรี จังหวัดสุรินทร์

จากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม หมู่บ้านทำเครื่องเงิน บ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอสวายบุรี จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 30 คน โดยวิธีการเลือกแบบบังเอิญ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 67 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33 ผลการวัดความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริม เรื่อง “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ดัง Table 2.

**Table 2.** The Satisfaction Level of the Sample.

| Items                                              | $\bar{X}$ | S.D. | Interpretation |
|----------------------------------------------------|-----------|------|----------------|
| 1. Suitability of the video content.               | 4.60      | 0.50 | Highest        |
| 2. Appropriateness of lighting and shadows.        | 4.37      | 0.61 | High           |
| 3. Consistency between background music and video. | 4.53      | 0.51 | Highest        |
| 4. Appropriateness of video duration.              | 4.40      | 0.56 | High           |

**Table 2.** The Satisfaction Level of the Sample. (Cont.)

| Items                                                      | $\bar{x}$ | S.D. | Interpretation |
|------------------------------------------------------------|-----------|------|----------------|
| 5. Correctness of language and clarity of communication.   | 4.73      | 0.45 | Highest        |
| 6. Suitability and visual comfort of the color palette.    | 4.67      | 0.48 | Highest        |
| 7. Accessibility and ease of understanding.                | 4.80      | 0.41 | Highest        |
| 8. Suitability of media and content for the target sample. | 4.47      | 0.57 | High           |
| 9. Ease of use and convenience.                            | 4.57      | 0.50 | Highest        |
| 10. Connection speed and responsiveness.                   | 4.50      | 0.57 | Highest        |
| Overall                                                    | 4.56      | 0.52 | Highest        |

จาก Table 2. พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริม เรื่อง “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x}=4.56$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า 1) สื่อมีความเข้าใจง่าย เข้าใจง่าย ( $\bar{x}= 4.80$ ) 2) การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม สื่อความหมายได้ชัดเจน ( $\bar{x}= 4.73$ ) 3) สื่อที่ใช้มีความเหมาะสมดูง่ายสบายตา ( $\bar{x}= 4.67$ ) 4) วิดีโอประกอบเนื้อหา มีความเหมาะสม ( $\bar{x}= 4.60$ ) 5) มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ( $\bar{x}= 4.57$ ) 6) เสียงดนตรีประกอบมีความเข้ากันกับวิดีโอ ( $\bar{x}= 4.53$ ) 7) การเชื่อมต่อมีความรวดเร็ว ( $\bar{x}= 4.50$ ) 8) สื่อและเนื้อหา มีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ( $\bar{x}= 4.47$ ) 9) ระยะเวลาในการนำเสนอวิดีโอเหมาะสม ( $\bar{x}= 4.40$ ) และ 10) การจัดแสงเงา มีความเหมาะสม ( $\bar{x}= 4.37$ ) ตามลำดับ

## 9. สรุปผลการวิจัย (Conclusion)

การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริมเรื่อง “ประเพณี” หัตถกรรมถิ่นอีสานใต้ ด้านคุณภาพสื่อและการยอมรับจากผู้ใช้งาน โดยผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า สื่อมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.26 โดยมีจุดเด่นสำคัญอยู่ที่ด้านเนื้อหาและการออกแบบโปสเตอร์ ในขณะที่ ผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.56 โดยมีความพึงพอใจในด้านความเข้าใจง่าย การสื่อความหมายที่ชัดเจน และความสวยงามของโทนสีเป็นหลัก ในส่วนของสื่อเคลื่อนไหวแอนิเมชันและวิดีโอ ด้านการออกแบบและการจัดแสงเงาอยู่ในระดับที่รองลงมา โดยภาพรวมของนวัตกรรมนี้ถือว่ามีความเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสูงในการนำไปใช้สื่อสารคุณค่าของหัตถกรรมท้องถิ่นอีสานใต้ ทำให้ประเพณีของจังหวัดสุรินทร์ถูกเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะได้เป็นอย่างดี

## 10. อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผลการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคอินโฟกราฟิกความจริงเสริมเรื่อง “ประเพณี” มีความเหมาะสม ในประเด็นด้าน การสื่อสารด้วยภาพ (Visual Communication) นั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุดในด้านความเข้าถึงง่ายและเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยที่ 4.80 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vanichvasin, P. (2013) ที่ระบุว่าอินโฟกราฟิกสามารถเพิ่มความดึงดูด ความเข้าใจ และการจดจำ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการ สื่อสารด้วยภาพจึงช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ในขณะที่งานการบูรณาการเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) เข้ากับสื่อสิ่งพิมพ์ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Cipresso et al. (2018) ที่ชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยี AR ช่วยสร้าง ความรู้สึกเสมือนจริง (Presence) และประสบการณ์การมีส่วนร่วม (Immersion) ที่ลึกซึ้งกว่าสื่อดั้งเดิม ส่งผลให้ ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ประเพณีมีความสมจริงและน่าสนใจ ในรูปแบบวิดีโอสามมิติหลายประเพณีได้ทันที่ผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งถือเป็นการปรับตัวของสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้ก้าวทันยุคดิจิทัลตามแนวคิดของ Laphirattanakul (1992) ที่เน้นย้ำถึงการประชาสัมพันธ์ที่สมบูรณ์ต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง AR เข้ากับสื่อสิ่งพิมพ์ถือเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ช่วยดึงดูดความ สนใจและสร้างการจดจำอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ การที่ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.56 โดยเฉพาะในด้านความ สะดวกสบายและการเข้าถึงข้อมูล สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบของ Garrett (2011) การกำหนดกลยุทธ์ ที่ ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ จนถึงการออกแบบหรือรูปสัญลักษณ์ภายนอกที่สวยงาม ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการออกแบบที่ คำนึงถึงโครงสร้างและโครงร่างที่ชัดเจน ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความเข้าถึงง่ายและความ สะดวกในการใช้งานเป็นอย่างมาก ภาพรวมถือว่านวัตกรรมนี้เป็นกลไกสำคัญในการอนุรักษ์และเผยแพร่ภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kawkamsue (2019) ที่กล่าวว่า การใช้สื่อต่างๆ เข้ามาร่วมกับ การเผยแพร่เหตุการณ์พื้นบ้าน เป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับภูมิปัญญาในบริบทสังคมปัจจุบัน ทำให้ “ประเพณี” อีสานได้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## 11. ข้อเสนอแนะงานวิจัย (Recommendation)

1. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมสามารถนำสื่อไปใช้เป็นต้นแบบในการประชาสัมพันธ์และ ยกกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ให้มีความทันสมัยและน่าสนใจมากขึ้น
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการมีเครื่องมือการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการช่วยถ่ายทอดเรื่องราว และมูลค่าของ “ประเพณี” ให้ลูกค้าเข้าใจง่ายขึ้นผ่านสื่อมัลติมีเดีย
3. สถาบันการศึกษาและนักวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางและกรณีศึกษาในการพัฒนาสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ที่ ผสานหลักการออกแบบ UX/UI เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

## 12. เอกสารอ้างอิง (References)

- Arsa, P., & Thammasangwan, S. (2019). Community Services for Development of Specialized Print Media by Integrated Learning in Journalism Project: Case Study of Don Kai Dee Benjarong Village, Krathum Baen, Samut Sakhon. *Journal of Siam Communication Arts Review*, 18(24), 168–180. (In Thai)

- Chancham, N. (2014). Education, Handbags, and Development Using Local Wisdom of Silver Bead Patterns and Other Materials in Amphur Khwao Sinrin, Surin Province. *Burapha Arts Journal*, 17(1), 143–162. (In Thai)
- Cipresso, P., Giglioli, I. A. C., Raya, M. A., & Riva, G. (2018). The Past, Present, and Future of Virtual and Augmented Reality Research: A Network and Cluster Analysis of the Literature. *Frontiers in Psychology*, 9, 2086. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02086>.
- Cranmer, E. E., Tom Dieck, M. C., & Fountoulaki, P. (2020). Exploring the Value of Augmented Reality for Tourism. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100672. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100672>.
- Garrett, J. J. (2011). The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond (2<sup>nd</sup> ed.). New Riders.
- Kawkamsue, P. (2019). Conservation and Development of Traditional Wicker Handicrafts by Product Design Concept. *Asian Journal of Arts and Culture*, 19(2), 68–96. (In Thai)
- Klangrit, S. (2017). Pattern and Teaching Words in Phaguamngoen Silver Beads of Surin Province. *Research Methodology and Cognitive Science*, 15(1), 117–124. (In Thai)
- Laphirattanakul, W. (1992). Public Relations: Complete Edition (5<sup>th</sup> ed.). Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Maprasom, W., Potisarn, N., Jairassamee, J., Potisarn, W., Chaithongsri, A., Yasaka, P., Meesawatdikul, W., Suksam, J., & Wathantip, S. (2021). Effect of Using Digital Media with Augmented Reality Technology for Creating Tourism Route Map of Khmer Civilization in Four South Isan Provinces: Nakhon Ratchasima, Buriram, Surin and Sisaket. *Journal of Yala Rajabhat University*, 16(2), 161–170. (In Thai)
- Ployngam, W., & Charusaeranee, S. (2018). 3D Augmented Reality Brochure via Smartphone for Travel Exhibition. *Journal of Information Science and Technology*, 8, 37–45. <https://doi.org/10.14456/JIST.2018.4> (In Thai)
- Prammanee, N. (2017). Design and Application of Infographics Media in the Present time. *Journal of Southern Technology*, 10(1), 159–168. (In Thai)
- Saipin, N. (2017). The Role of Communication Infographics in Thai Society. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 11(2), 145–179. (In Thai)
- Su, K.-W., Liu, C.-L., & Wang, Y.-W. (2023). A Principle of Designing Infographic for Visualization Representation of Tourism Social Big Data. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 14(11), 14509–14529. <https://doi.org/10.1007/s12652-018-1104-9>.
- Suktong, A. (2024). Innovative Handicrafts of Surin: The Wisdom of Handicrafts in Khwao Sinarin District, Surin Province. *Research Community and Social Development Journal*, 18(3), 448–467. <https://doi.org/10.14456/nrru-rdi.2024.26> (In Thai)
- Tongsupon, M., & Pinitdankang, K. (2017). A Study of Thai Jewelry Uniqueness to Apply for Silver Jewelry Design Conforming to Contemporary User's Need. *Journal of The Way Human Society*, 5(1), 135–165. (In Thai)

- Tongtip, T., Nunchoo, S., Suttajitto, P. C., & Srithong, T. (2021). Religion and Culture: Identity Utilization of the Tourist Resource Bases in Surin province. *Academic MCU Buriram Journal*, 6(1), 91–104. (In Thai)
- Trisajja, P. (2016). *Low Polygon Design for an Infographic About Energy from Solid Waste*. [Master's thesis, Rangsit University]. RSU Digital Collections. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/1107>. (In Thai)
- Vanichvasin, P. (2013). Enhancing the Quality of Learning Through the Use of Infographics as Visual Communication Tool and Learning tool. *International Conference on Quality Assurance 2013*, 135–142. Kasetsart University. (In Thai)
- Yunying, P. (2000). *A Development of a Local Curriculum on Silver Handicraft Praguam Ngoen in Ban Sado Community for Prathom Suksa Six Students in Schools Under the Jurisdiction of the Office of Surin Provincial Primary*. [Master's thesis, Chulalongkorn University]. Chula Intellectual Repository. <https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2000.114>. (In Thai)