การพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

Development of a Tourism Community Website for Dong Lakhon Sub-district, Mueang District, Nakhon Nayok Province

กนกพิชญ์ วิชญวรนันท์[1] ชัชสรัญ รอดยิ้ม[2] อภิศักดิ์ คู่กระสังข์[3]
รุ่งเรือง มุศิริ[4] และราชัน แพ่งประเสริฐ[5]

Received: April 30, 2025
Revised: July 25, 2025
Accepted: September 8, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของการใช้เว็บไซต์ของชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก และ 2) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวในตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ซึ่งไม่ทราบจำนวนของประชากร ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์มีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงและความน่าเชื่อถือมากขึ้น ใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันของชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับหลักการ ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษา และนำข้อมูลทั้งสองส่วนมาทำการประเมินรูปแบบการใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันของชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายกโดยผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้งานเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก 3-5 ครั้ง / ปี มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ชุมชน

[1-5] มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร; Phranakhon Rajabhat University.

Corresponding author, e-mail: Vkanokpit@gmail.com, Tel. 086-123-1872.

ท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก โดยรวมอยู่ในระดับมาก และ 2) สร้างเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก เนื้อหาหลักของเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก ประกอบด้วย (1) ข้อมูลสารสนเทศด้านแหล่งท่องเที่ยว สินค้าชุมชน จุดเด่นของชุมชน เส้นทางการท่องเที่ยว จุดเช็คอิน แหล่งศึกษาเรียนรู้ของแต่ละชุมชน จังหวัดนครนายก โฮมสเตย์ อาหารพื้นถิ่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สินค้าชุมชน ประมวลภาพกิจกรรม และช่องทางติดต่อสอบถาม (2) การออกแบบเว็บไซต์ ได้แก่ การออกแบบโฮมเพจ หน้าแรกของเว็บไซต์ การออกแบบเว็บเพจ การสร้างหน้าเนื้อหาส่วนต่างๆ ที่เชื่อมโยงจากโฮมเพจ การประชุมกลุ่มมีการเสนอข้อเสนอแนะ ได้แก่ ควรมีการเพิ่มเติมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก การเดินทางให้เป็นปัจจุบัน มีระบบบริหารจัดการเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ผ่านระบบสนทนาออนไลน์ และเว็บไซต์ควรกดเลือกเปลี่ยนหน้าเว็บทั้งหมดเป็นภาษาที่สองได้

คำสำคัญ: เว็ปไซต์ชุมชน, แอปพลิเคชัน, ชุมชนท่องเที่ยว

Abstract

The purposes of this research article were 1) to study the current state of website usage in the Dong Lakhon Subdistrict tourism community, Mueang Nakhon Nayok District, Nakhon Nayok Province; and 2) to develop a community tourism website of Dong Lakhon Subdistrict, Mueang Nakhon Nayok District, Nakhon Nayok Province. This was a mixed-methods research. Quantitative research used questionnaires as the research instrument to collect data from tourists visiting the community tourism attractions in Dong Lakhon Subdistrict, Mueang Nakhon Nayok District, Nakhon Nayok Province. Since the population size was unknown, the researcher determined a sample size of 500 people to obtain more accurate and reliable results for analysis. Statistical program was used to analyze the data. The statistical methods used in this research included percentage, mean, and standard deviation. For qualitative research, field data was collected through focus group discussions to determine guidelines for developing and utilizing websites and applications for the tourism community in Dong Lakhon Subdistrict, Mueang District,

Nakhon Nayok Province. After obtaining interview data, the researcher analyzed and synthesized it in conjunction with relevant principles, theories, concepts, and research. Finally, both sets of data were used to evaluate the website and application usage models for the tourism community in Dong Lakhon Subdistrict, Mueang District, Nakhon Nayok Province, by experts. The research results found that 1) most tourists used the Dong Lakhon Subdistrict Tourism Community website, Muang Nakhon Nayok District 3-5 times/year and were highly satisfied with the Dong Lakhon Subdistrict Tourism Community website, Muang Nakhon Nayok District, overall; and 2) creating a tourism community website for Dong Lakhon Subdistrict, Muang Nakhon Nayok District, Nakhon Nayok Province. The main content of the tourism community website for Dong Lakhon Subdistrict, Muang Nakhon Nayok District consisted of (1) information on tourist attractions, community products, community highlights, tourism routes, check-in points, learning resources of each community, Nakhon Nayok Province, homestays, local food, arts and culture, traditions, community products, compilation of activity images, and contact information; (2) website design included homepage design, website homepage design, webpage design, creation of various content pages linked from the homepage. Group meetings offered suggestions such as adding up-to-date information on tourist attractions, restaurants, hotels, accommodations, and travel; having an efficient website management system; creating interaction with tourists through an online chat system; and the website should allow users to switch all web pages to a second language.

Keywords: Community Website, Application, Tourism Community

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ไลฟ์สไตล์ของคนไทย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ และครอบครัวยุคใหม่ หันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในรูปแบบที่หลากหลายและตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะตัวมากขึ้น แพลตฟอร์มดิจิทัลจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยช่วยให้การค้นหาข้อมูล การจองบริการ และการเข้าถึงโปรโมชั่นจาก

ผู้ประกอบการเป็นเรื่องง่ายและรวดเร็ว รวมถึงการสะสมคะแนนหรือรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์การเดินทางให้ดียิ่งขึ้น หนึ่งในแพลตฟอร์มที่ได้รับการพัฒนาเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวคือ “Thailand Traveler Voice” ซึ่งเริ่มใช้งานตั้งแต่ช่วงปลายปี 2563 โดยมีเป้าหมายเพื่อรองรับการเดินทางช่วงเทศกาลและสร้างความเชื่อมั่นในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหลังโควิด-19 แพลตฟอร์มนี้รวบรวมความคิดเห็นจากประชาชนทั่วประเทศ เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการออกแบบบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ในปัจจุบันการมีแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยวโดยตรง ไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการตลาด แต่ยังเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในยุคที่ทุกอย่างขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและเทคโนโลยี (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล , 2565)

นอกเหนือจากแพลตฟอร์มที่มุ่งเน้นความคิดเห็น แนวคิด "การท่องเที่ยวอัจฉริยะ" (Smart Tourism) ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญที่กำลังถูกขับเคลื่อนอย่างจริงจังในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย การท่องเที่ยวอัจฉริยะคือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัย เช่น Cloud computing, Internet of Things (IoT), Big Data และปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาบูรณาการเข้ากับการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งหมด ตั้งแต่การวางแผน การบริหารจัดการ การตลาด ไปจนถึงการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร พัฒนาบริการให้มีความหลากหลายและตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคลมากยิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มความสะดวกสบายและประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว แพลตฟอร์มการจัดการการเดินทางอัจฉริยะนี้ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการแนะนำร้านอาหารและสถานบันเทิง การจองสินค้าและบริการ การนำทางและการวางแผนเส้นทางด้วยตนเอง ตั๋วอิเล็กทรอนิกส์ บริการส่งพัสดุทันใจ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางอื่นๆ ได้อย่างครบวงจร ในขณะเดียวกันภาครัฐและผู้ประกอบการก็สามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการจราจร การจัดตารางทรัพยากร และการรักษาพยาบาลฉุกเฉิน ซึ่งล้วนเป็นรากฐานสำคัญในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง (Wang, N., 2015)

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไม่ได้เพียงแค่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้ข้อมูล การสื่อสาร หรือการประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่ยังขยายช่องทางการขายสินค้าและบริการผ่านโลกออนไลน์ ซึ่งช่วยลดต้นทุนและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง (Litvin, S.W., Goldsmith, R.E. & Pan, B., 2008) ในยุคดิจิทัลที่สมาร์ตโฟนครองโลก ผู้บริโภคหันมาใช้งาน “แอปพลิเคชัน” หรือ “แอพ” อย่างแพร่หลาย แอปพลิเคชันเหล่านี้เป็นเครื่องมือสำคัญที่

ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ได้สะดวกและรวดเร็ว เช่น การจองที่พักออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลที่พักได้จากทุกที่ ทุกเวลา เพียงแค่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการก็สามารถปรับราคาและกลยุทธ์โปรโมชั่นให้เหมาะสมกับอุปสงค์ในช่วงเวลานั้นแบบเรียลไทม์ ซึ่งช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ชัยพฤกษ์ บุญเลิศ, 2553)

การพัฒนา "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" (Community-Based Tourism: CBT) ได้รับความสนใจอย่างมาก เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน โดยมีรากฐานจากอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนเอง ซึ่งนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีลักษณะโดดเด่นสามารถพบเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่ ตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ชุมชนแห่งนี้มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ด้วยภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญและน่าสนใจอย่างยิ่ง โดยในอดีตเคยเป็นเมืองโบราณในยุคทวารวดีและขอม ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ ได้แก่ เนินดินขนาดใหญ่ที่เรียกว่า “ดงใหญ่” ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 6 ตารางกิโลเมตร ภายในบริเวณดังกล่าวมีเมืองโบราณที่เรียกว่า “ดงเล็ก” ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเนินดิน มีลักษณะเป็นรูปไข่และล้อมรอบด้วยคันดินสองชั้นหรือที่เรียกว่า “สันคูเมือง” พร้อมคูน้ำล้อมรอบ ซึ่งสะท้อนถึงการวางผังเมืองในอดีต โดยคาดว่าบริเวณภายในเมืองเป็นที่อยู่อาศัยของชนชั้นปกครอง ขณะที่ประชาชนทั่วไปอาศัยอยู่บริเวณพื้นที่ราบโดยรอบ ความเจริญรุ่งเรืองของเมืองโบราณดงละครแบ่งออกได้เป็นสองช่วงสำคัญ ได้แก่ ช่วงแรกในราวพุทธศตวรรษที่ 14–16 ซึ่งอยู่ภายใต้อิทธิพลของวัฒนธรรมทวารวดี และช่วงที่สองในราวพุทธศตวรรษที่ 17–19 ซึ่งสะท้อนถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมขอมและวัฒนธรรมก่อนสมัยอยุธยา มีการสันนิษฐานว่าภายหลังพุทธศตวรรษที่ 19 ประชากรในพื้นที่ได้อพยพไปตั้งถิ่นฐานใหม่ตามลำน้ำสายหลักของจังหวัดนครนายก และอาจมีความเชื่อมโยงกับเมืองศรีมโหสถ จังหวัดปราจีนบุรี เนื่องจากตั้งอยู่ห่างกันเพียง 55 กิโลเมตร หลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบในพื้นที่ ได้แก่ เศษภาชนะดินเผา ภาชนะเคลือบสีฟ้า ลูกปัด แก้วลูกปัดหิน เบี้ยดินเผา แผ่นตะกั่ว ตุ้มหู แหวน กำไลสัมฤทธิ์ แผ่นทองคำ เศียรพระพุทธรูปกะไหล่ทอง และสถูปศิลาแลง นอกจากนี้ยังมีตำนานท้องถิ่นที่กล่าวถึง “เมืองโบราณดงละคร” ว่าเคยเป็นเมืองของราชินีขอม และใช้เป็นสถานที่พำนักส่วนพระองค์ จากศักยภาพทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมดังกล่าว ชุมชนตำบลดงละครจึงมีความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมจากคนในท้องถิ่น อันเป็นแนวทาง

สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, (องค์การมหาชน), 2565)

สำหรับประเทศไทย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวก็มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ดังเช่นงานวิจัยของ จิตรนันท์ ศรีเจริญ ดวงจันทร์สีหาราช และอนุพงษ์สุขประเสริฐ (2562) ที่ได้พัฒนาแอปพลิเคชันส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality) เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนและจัดเส้นทางการเดินทางในจังหวัดเพชรบูรณ์ได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ โดยใช้ทฤษฎีกราฟในการคำนวณเส้นทางที่สั้นที่สุด แสดงให้เห็นถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการเดินทาง นอกจากนี้การศึกษาของ มาริยา เธรนฮาร์ท และประสพชัย พสุนนท์ (2564) ยังตอกย้ำถึงความสำคัญของเทคโนโลยี โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลมีการยอมรับเทคโนโลยีในการตัดสินใจเลือกใช้แพลตฟอร์มอย่าง Airbnb ในระดับสูง โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับ ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ประโยชน์ที่ได้รับ อิทธิพลจากสังคม และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย มีประโยชน์และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยดิจิทัล"

แนวคิดการท่องเที่ยวอัจฉริยะเป็นแพลตฟอร์มการจัดการการเดินทางอัจฉริยะเพื่อการจัดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเทศด้วย Cloud computing และเครือข่ายเทคโนโลยีความเข้มข้นของการท่องเที่ยว การจัดการแบบครบวงจร การปรับปรุงการกระจายอำนาจการตัดสินใจสำหรับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศ การขยายภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร ช้อปปิ้งและความบันเทิง การพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องถูกเชื่อมโยงที่กับการใช้เครือข่ายเทคโนโลยีการวางอุปกรณ์ตรวจจับหลายประเภทในแหล่งท่องเที่ยวและการระบุรหัสทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยแพลตฟอร์มนี้ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับการแนะนำการรับประทานอาหารและความบันเทิง การจองสินค้า การนำทางเดินทาง แนะนำทัวร์ด้วยตนเอง (Self-guided tours) ตั๋วอิเล็กทรอนิกส์ข้อมูลบริการพัสดุทันใจ การควบคุมการจราจร การกำหนดตารางเวลายานพาหนะ การตรวจสอบจากระยะไกล การเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติและการบริการจัดการข้อมูลอื่นๆ การจัดการของภาครัฐในการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการจราจร การจัดตารางทรัพยากร การรักษาฉุกเฉิน เป็นต้น (Wang, N., 2015)

ตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เป็นชุมชนที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ด้วยภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญตั้งแต่สมัยทวารวดีและขอม อีกทั้งยังมีโบราณสถานและตำนานท้องถิ่นที่

สามารถนำมาสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันชุมชนยังประสบปัญหาด้านการขาดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย ขาดเครื่องมือดิจิทัลในการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีข้อจำกัดในการแข่งขันของผู้ประกอบการในท้องถิ่น จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการพัฒนารูปแบบการใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองความต้องการของทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางวัฒนธรรม และบริการจากผู้ประกอบการในพื้นที่ ตลอดจนเชื่อมโยงข้อมูลกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในภูมิภาค เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจดิจิทัลในระดับท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการใช้เว็บไซต์ของชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก

2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในตำบลดงละคร จังหวัดนครนายก จำนวน 500 คน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์มีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงและความน่าเชื่อถือมากขึ้น ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากแนวคิดของ Delone and McLean (2003) ได้พัฒนาแบบจำลองการประเมินความสำเร็จของระบบพาณิชอิเล็กทรอนิกส์ โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ คือ 1. ด้านคุณภาพข้อมูล (Information Quality) 2. ด้านคุณภาพระบบ (System Quality) 3. ด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ใช้หลัก SERVQUAL ของ Parasuraman 4. ด้านการใช้งาน (Usage) 5. ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) 6. ด้านประโยชน์สุทธิ (Net Benefit)

2. การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาสำหรับแบบสอบถามในครั้งนี้ ได้ค่า IOC มีค่า 0.91 วิเคราะห์หาค่าทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แบบครอนบัค (Cronbrach

Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดว่าจะต้องได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.78 ใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholders) ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายกที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน จำนวน 17 ท่าน การเก็บข้อมูลใช้การสัมภาษณ์และการสนทนาเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบการใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันของชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับหลักการ ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษา

4. การประเมินความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบการใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันของชุมชนใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 คน เป็นผู้ประเมิน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการประเมินรูปแบบ

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของการใช้เว็บไซต์ของชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก พบว่า ผู้ใช้งานมีระดับความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

- ด้านคุณภาพเว็บไซต์ ผู้ใช้งานให้ความเห็นว่าคุณภาพโดยรวมของเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก แสดงถึงความน่าเชื่อถือและความเสถียรในการใช้งาน เว็บไซต์ปราศจากปัญหาทางเทคนิคหรือข้อบกพร่องที่ส่งผลกระทบต่อการเข้าถึงข้อมูล

- ด้านคุณภาพข้อมูล ผู้ใช้งานรู้สึกว่าข้อมูลที่ปรากฏบนเว็บไซต์มีความครบถ้วน ถูกต้อง และทันสมัย ซึ่งช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการใช้งานเว็บไซต์ และเอื้อต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว โฮมสเตย์ อาหารพื้นถิ่น และกิจกรรมของชุมชน

- ด้านคุณภาพการบริการ ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ผู้ใช้งานต้องการอย่างรวดเร็วและแม่นยำ สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงการจัดการระบบหลังบ้านที่มีประสิทธิภาพ และการดูแลเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ใช้งานได้รับประสบการณ์การบริการที่ดีที่สุด

- ด้านการรับรู้ประโยชน์ การค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งส่งผลให้เว็บไซต์ไม่ได้เป็นเพียงแค่แหล่งรวบรวมข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม

- ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลและฟังก์ชันต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สิ่งนี้เป็นผลมาจากการจัดโครงสร้างเว็บไซต์อย่างเป็นระบบ การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และการออกแบบระบบนำทาง (Navigation) ที่ชัดเจน ทำให้ผู้ใช้งานทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ได้อย่างไม่ติดขัด

ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นการเข้าใช้เว็บไซต์ของ อบต.ดงละคร เพื่อให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นและรองรับความต้องการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ชุมชนจึงต้องการเว็บไซต์ของชุมชนที่สามารถเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนออนไลน์ สร้างส่วน E-commerce สำหรับจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นของตำบลดงละครโดยเฉพาะ สร้างพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ สอบถามข้อมูล หรือเสนอแนะแนวคิดต่างๆ ได้อย่างอิสระ เป็นการสร้างความผูกพันและส่งเสริมความเข้าใจระหว่างกัน สำรวจความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงข้อมูลของเว็บไซต์ตำบลดงละครเข้ากับแพลตฟอร์ม “Thailand Traveler Voice” หรือระบบ “Smart Tourism” ระดับประเทศ เพื่อให้ข้อมูลของชุมชนสามารถเข้าถึงได้จากแหล่งข้อมูลที่กว้างขวางขึ้น และสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ

2. การพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร จังหวัดนครนายก พบว่า ผู้วิจัยได้สร้างเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร จังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวในรูปแบบที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านสื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นภายใต้ชื่อ https://sites.google.com/view/donglakhon/ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมสินค้าชุมชน และเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนข้อมูลด้านการเดินทาง จุดเช็คอิน และบริการโฮมสเตย์ของตำบลดงละครแก่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ เว็บไซต์ดังกล่าวได้รับการออกแบบโดยยึดหลักการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ (New Media Communication) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบที่ยึดผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง (User-Centered Design) และเน้นประสบการณ์ของผู้ใช้ (UX Design) โดยมีการจัดโครงสร้างเว็บไซต์แบบลำดับชั้น เริ่มจากหน้าโฮมเพจที่เป็นศูนย์กลางข้อมูล เชื่อมโยงไปยังเพจย่อยที่นำเสนอข้อมูลเฉพาะด้านอย่างมีระบบและง่ายต่อการเข้าถึง เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นนับเป็นเครื่องมือดิจิทัลที่มีศักยภาพสูงในการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การสร้างการรับรู้ และการเชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม ควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทั้งมิติของเนื้อหา เทคโนโลยี และการออกแบบ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำเสนอประเด็นที่สำคัญและมีความน่าสนใจในแง่มุมทางวิชาการ โดยนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันของการใช้เว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวตำบลดงละคร จังหวัดนครนายก พบว่า ผู้ใช้งานมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014) ที่ระบุว่าเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่มีข้อมูลครบถ้วน ใช้งานง่าย และน่าเชื่อถือจะสามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกแก่ผู้ใช้ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

- ด้านคุณภาพเว็บไซต์ เว็บไซต์มีความเสถียรและเชื่อถือได้ ไม่มีข้อผิดพลาดเชิงเทคนิค ซึ่งสอดคล้องกับ Aladwani, A. M., & Palvia, P. C. (2002) ที่กล่าวว่า “ความเสถียรของระบบและความน่าเชื่อถือ” เป็นหนึ่งในปัจจัยหลักของการรับรู้คุณภาพเว็บไซต์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์ผู้ใช้ (UX)

- ด้านคุณภาพข้อมูล ผู้ใช้งานเห็นว่าข้อมูลมีความครบถ้วน ถูกต้อง และทันสมัย โดยเฉพาะข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชุมชน ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของ Gretzel, U., D. R. Fesenmaier, & J. T. O’Leary. (2006) ที่ชี้ว่า “ข้อมูลเชิงเนื้อหา” ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจะช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและเพิ่มโอกาสในการวางแผนการเดินทางได้ดีขึ้น

– ด้านคุณภาพการบริการ ระบบการให้ข้อมูลที่แม่นยำและตอบสนองเร็ว สะท้อนถึงการบริหารเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019) เสนอว่า “ความสามารถในการตอบสนอง” (Responsiveness) และ “การอัปเดตข้อมูล” คือหัวใจของประสบการณ์เชิงดิจิทัลในยุคปัจจุบัน

– ด้านการรับรู้ประโยชน์ ผู้ใช้งานสามารถใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการค้นหาและตัดสินใจเลือกกิจกรรมท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของเว็บไซต์ในฐานะ “แหล่งข้อมูลเชิงพฤติกรรม” (behavioral information source) ตามแนวคิด Information Search Behavior ของ Buhalis, D., & Law, R. (2008) ที่ชี้ว่าเว็บไซต์ท่องเที่ยวไม่ใช่แค่ศูนย์กลางข้อมูล แต่เป็นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นการตัดสินใจเชิงท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

- ด้านความง่ายในการใช้งาน เว็บไซต์มีโครงสร้างการออกแบบและระบบนำทางที่เข้าใจง่าย เป็นมิตรกับผู้ใช้งานทั่วไป ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Amin, M., Rezaei, S. & Abolghasemi, M. (2014) ซึ่งระบุว่า “การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use) เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ดังนั้น การพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างครอบคลุมและทันสมัย จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

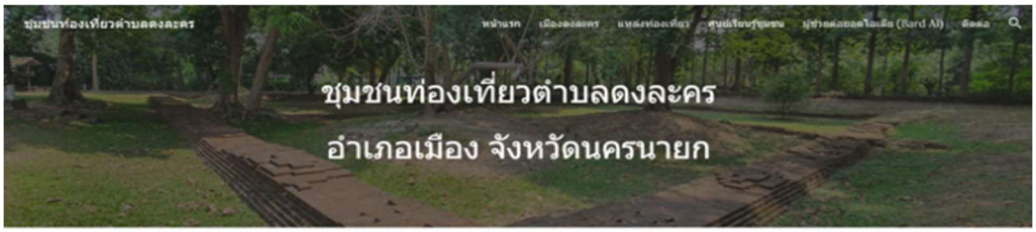
2. การพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละคร จังหวัดนครนายก” สามารถสรุปและอภิปรายได้ในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้:

- การออกแบบเว็บไซต์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของตำบลดงละครได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการนำเสนอข้อมูลที่หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี สินค้าชุมชน และบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016) ที่เสนอว่าแบรนด์ชุมชนควรถ่ายทอด “คุณค่าเฉพาะตัว” ผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุด

- การใช้หลัก Digital Marketing และ UX Design โครงสร้างเว็บไซต์ถูกออกแบบตามแนวทางการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และการออกแบบที่เน้นผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง (User-Centered Design) และ UX Design ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้ใช้งานในทุกขั้นตอน สอดคล้องกับ Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019) ที่เสนอว่าหลักการของ Digital Marketing ไม่ได้มุ่งเพียงแค่ “การเข้าถึง” แต่ต้องครอบคลุมถึง “การมีส่วนร่วม” และ “ความพึงพอใจในการใช้งาน” ซึ่งเว็บไซต์นี้มีคุณลักษณะของ Navigation ที่ดี หน้าโฮมเพจที่เชื่อมโยงข้อมูลอย่างชัดเจน และมีความเป็นมิตรกับผู้ใช้ (User-Friendly)

เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบโจทย์ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร และการสร้างแบรนด์ชุมชนได้อย่างชัดเจน โดยมีพื้นฐานจากแนวคิดการตลาดดิจิทัลและ UX ที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาอย่างต่อเนื่องในเชิงเทคโนโลยี เนื้อหา และการมีส่วนร่วมของชุมชน จะเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้เว็บไซต์สามารถตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในโลกยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่



ถ้ำพญานาค
วัดมณีวงศ์

เมืองโบราณ
ดงละคร

ศูนย์เรียนรู้ชุมชน

ตลาดน้ำ วัดดงละคร

ลับแล คาเฟ่

มะยงชิด

ตำบลดงละคร มีพื้นที่ประมามาก 4,000 ไร่ หรือประมาณ 12% ของพื้นที่ทั้งตำบลสภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปส่วนใหญ่เป็นพื้นพื้นที่ทางการเกษตรอยู่ในเขตชลประหาน พื้นที่มีความลาดเอียงของระดับพื้นดินจากทิศเหนือลงสู่ทิศใต้ มีพื้นที่เนินทางด้านเหนือ บริเวณใจกลางเป็นเนินสูง ที่ชาวบ้านเรียกว่า “สันคู” บริเวณตอนใต้ของพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม เป็นพื้นนาเป็นส่วนใหญ่ มีผลไม้ และไม้ยืนต้นขึ้นอยู่หนาแน่น ระดับน้ำสูงในฤดูฝนประมาณ 1.50 - 3.50 เมตร ได้แก่ พื้นที่บางส่วนของหมู่ที่ 7, 8, 9 และ 12 ทางตอนบบน ได้แก่ หมู่ที่ 4, 6, 10, 11, 13 และบางส่วนของหมู่ที่ 1, 2 และ 3 ซึ่งเหมาะแก่การทำสวนผลไม้ ปลูกพืชไร่และพืชผัก และมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญของตำบลดงละคร ได้แก่ คลองบางยี่กาว ดลองโพธิ์คลองหนองหลวง คลองบางขอม ดลองไผ่ คลองท่าอิฐ คลองลำผักบุ้ง คลองบางแม่า คลองเหมือง หนองกะเดือยเล็ก หนองกะเดือยใหญ่ หนองหัวกรวด (ทุ่งเสด็จ) หนองสนาม หนองหมู หนองเปริง หนองบางวัด หนองขวาง หมองแขม หนองหิงหาย หนองอ้อใหญ่ หนองอ้อมะกรูดหนองบัวแดง หนองหัวควาย

องค์การบริหารส่วนตำบลดงละคร
เลขที่ 39 ตำบลดงละคร อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก 26000 โทร : 037 316 998

ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

การพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยว คือ การบูรณาการข้อมูล การจัดการระบบ และการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน โดยการพัฒนาเว็บไซต์ไม่ใช่เพียงแค่การนำเสนอข้อมูลเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงการอัปเดตข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก และการเดินทางให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เน้นการวางแผนล่วงหน้าอย่างแม่นยำ พัฒนาระบบบริหารจัดการเว็บไซต์ (Content Management System: CMS) ให้มีประสิทธิภาพ รองรับการแก้ไขและเพิ่มเติมข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เว็บไซต์ควรรองรับระบบหลายภาษา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนท่องเที่ยวของตำบลดงละครควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับคุณภาพและตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล โดยมีข้อเสนอแนะเชิงวิชาการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้:

1. การอัปเดตเนื้อหาให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์จริง การนำเสนอข้อมูลควรเน้น “ความสดใหม่” (Information Freshness) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและประสบการณ์ที่ดีต่อผู้ใช้งาน เช่น การอัปเดตกิจกรรมประจำเดือน เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ หรือสถานที่น่าสนใจในช่วงฤดูกาล

2. พัฒนาโครงสร้างการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Communication) ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อที่เข้าถึงง่าย เช่น แบบฟอร์มติดต่อ ระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Chatbot) หรือฟังก์ชัน Live Chat เพื่อสร้างความใกล้ชิดและส่งเสริมการสื่อสารระหว่างผู้ใช้และผู้ดูแลเว็บไซต์

3. ปรับปรุงระบบค้นหาและจัดหมวดหมู่ข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ พัฒนาระบบ Search Engine ภายในเว็บไซต์ให้ค้นหาได้แม่นยำและเป็นมิตรต่อผู้ใช้ (Usability) ด้วยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เช่น หมวด “ที่พัก” “อาหารพื้นถิ่น” “กิจกรรมชุมชน” เป็นต้น

4. พัฒนาเนื้อหาให้เข้าใจง่ายและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย ใช้ภาษาที่กระชับ ชัดเจน พร้อมนำเสนอในรูปแบบสื่อผสม Infographic, วิดีโอ, ภาพ 360 องศา เพื่อรองรับผู้ใช้ที่มีระดับความรู้และความถนัดด้านเทคโนโลยีต่างกัน

5. สร้างแอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อกับเว็บไซต์ (Mobile-first Design) การพัฒนาแอปฯ สำหรับสมาร์ตโฟนจะช่วยเพิ่มความสะดวกและตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่เป็นหลัก ซึ่งเป็นแนวโน้มสำคัญในยุคปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

จิตรนันท์ ศรีเจริญ ดวงจันทร์ สีหาราช และอนุพงษ์ สุขประเสริฐ. (2562). การพัฒนาสื่อแอปพลิเคชัน 9 สถานที่สักการะในจังหวัดเลยด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนผสานโลกจริง. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 14*(1), 244-258.

ชัยพฤกษ์ บุญเลิศ. (2553). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์.* (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

มาริยา เธรนฮาร์ท และประสพชัย พสุนนท์. (2564). ความสัมพันธ์ของการยอมรับเทคโนโลยี และความคาดหวังในการตัดสินใจเลือกใช้แอพลิเคชันและเว็บไซต์แอร์บีเอ็นบีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียล. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 13*(3), 68-77.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). *แพลตฟอร์ม poskar เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคดิจิทัล Digital Society Series: poskar Platform for Tourism*. เข้าถึงได้จาก https://www.depa.or.th/th/article-view/poskar-digital-society-series-poskar-platform-tourism

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2565*). เมืองโบราณดงละคร: แหล่งโบราณสถาน*. เข้าถึงได้จาก https://cbtthailand.dasta.or.th/webapp/relattraction/content/1987/

Aladwani, A. M., & Palvia, P. C. (2002). Developing and validating an instrument for measuring userperceived web quality. *Information and Management, 39*(6), 467-476.

Amin, M., Rezaei, S. & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, *5*(3), 258-274.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management, 29*(4), 609–623.

Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, implementation and practice.* (7th ed), London : Pearson Education.

Delone, W., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems, 19*(4), 9-30.

Gretzel, U., D. R. Fesenmaier, & J. T. O'Leary. (2006). The transformation of consumer behavior. In D. Buhalis & C. Costa (Eds.) *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry* (pp. 9–18) Oxford, UK : Elsevier.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education

Litvin, S.W., Goldsmith, R.E. & Pan, B. (2008). Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management. *Tourism Management*, *29*(3), 458-468.

Wang, N. (2015). Research on Construction of Smart Tourism Perception System and Management Platform. In Chen et al. (Eds.), *International Conference on Education, Management and Computing Technology* (pp. 89–92). Tianjin, China : Atlantis Press.

Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives, 10*, 27-36.