

# แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ในจังหวัดนครนายก

## Guidelines for the Promotion of Digital Cultural Tourism in Nakhonnayok Province

ฐิติมา พูลเพชร

Thitima Pulpetch

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Thailand

Email: thitima\_p@rmutt.ac.th

Received October 20, 2021; Revised December 19, 2021; Accepted February 15, 2022

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) สำรวจระดับการตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก และ 2) เพื่อค้นหาองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 323 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และค่าถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

1) ผลของระดับการตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2) องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ และด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกได้ร้อยละ 58.10 โดยมีสมการพยากรณ์ คือ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก = .438 (ด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ) + .230 (ด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว)

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; การท่องเที่ยวดิจิทัล; การตัดสินใจ

## Abstract

This article aimed to study (1) to survey the decision level of digital cultural tourism among Thai tourists in Nakhonnayok Province, and (2) to find out the components of digital cultural tourism management affecting the decisions of Thai tourists in Nakhonnayok Province. This research was quantitative research. The population included Thai tourists traveling in Nakhonnayok Province, and the sample group consisted of 323 people. They were selected by the purposive sampling method. The instrument for collecting data was a questionnaire. Analysis of data by descriptive statistics, mean, percentage, standard deviation, Pearson Correlation Coefficient, and Multiple Regression Analysis. The research results were found as follows:

1) The result of the decision level for the digital cultural tourism of Thai tourists in Nakhonnayok province was that the overall image was at a high level.

2) The components of the digital cultural tourism management affecting the decision of the Thai tourists in Nakhonnayok province included technological use for management and the creating of tourists database. These results can be predicted as follows: The decision of Thai tourists in Nakhonnayok province was 58.10 percent to predict that it was equal to .438 (technological use for management aspect) + .230 (creating of tourist database aspect).

**Keywords:** Cultural tourism; Digital tourism; Decision

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สามารถผลักดันให้เศรษฐกิจโลกสามารถเติบโตไปได้ท่ามกลางสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการเมืองหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของประเทศกำลังพัฒนาที่จะกลายเป็นประเทศเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโลกมากขึ้น ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโลก พบว่านักท่องเที่ยวสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวและมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายมากขึ้นเพื่อแสวงหา ประสบการณ์ที่แตกต่างและสอดคล้องตามความต้องการเฉพาะด้านของนักท่องเที่ยวแต่ละราย ในกรณีของสถานการณ์และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว (Ministry of Tourism and Sport, 2019b)

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ได้แก่ หลวงพ่อเคียรนคร วัดบุญนาครักขิตาราม ตำบลบ้านใหญ่ พระแก้วมรกต วัดคีรีวัน ตำบลศรีนาวา การทำซ่องวงที่วัดท่าซุง ตำบลศรีนาวา แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาทางการเกษตร สวนไผ่ศรียา และศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ตำบลหินตั้ง เป็นต้น ซึ่งเป็น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าสาเหตุสำคัญที่ยังให้นักท่องเที่ยวยังไม่เดินทางข้ามจังหวัด เนื่องจาก อุปสรรคจากมาตรการเฝ้าระวังสถานการณ์ COVID 33.79% ยังไม่มั่นใจในมาตรการความปลอดภัย 31.03% ประเด็นด้านการเงิน 22.07% สุขภาพไม่ดี 2.76% ไม่มีเวลา 2.07% การเดินทางไม่สะดวก 2.07% มั่นใจเฉพาะการท่องเที่ยวในจังหวัดตนเอง 2.07% สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือน ในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวน 3,046,158 คน และในปี พ.ศ. 2563 มีจำนวน 1,889,853 คน อัตราลดลงอยู่ที่ ร้อยละ 37.96 (Ministry of Tourism and Sport, 2019a) จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้การ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเยือนจังหวัดนครนายกลดลง เพื่อการเตรียมความพร้อมสำหรับการ ท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกหลังจากผ่านมาตรการเฝ้าระวังสถานการณ์และยังไม่มั่นใจใน มาตรการความปลอดภัยจากสถานการณ์ COVID รวมทั้งสภาพปัญหาที่พบว่าการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว ขาดข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการบริการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครนายกเป็นการ ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ ทั้งนี้เพื่อเป็นการจัดส่วนประสมการตลาดให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวไทย ให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครนายก ดังนั้นการดำเนินการบริหารจัดการข้อมูล ความรู้สำหรับการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ซึ่งในปัจจุบันมีเพียงเว็บไซต์ในการสื่อ ประชาสัมพันธ์และป้ายประชาสัมพันธ์ หากมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริม การท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บ ออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบ การบริหารจัดการ เพื่อความสมบูรณ์แบบของการให้บริการนักท่องเที่ยว (Nongkhoo, 2020) และใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก

ปัจจุบันภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้นำระบบอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยี ดิจิทัล มาใช้ในการบริหารจัดการ ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เพราะมีจุดแข็ง อยู่หลายด้าน ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ล้วนแต่มีความ สวยงามด้วยกันทั้งสิ้น (Thawornphasawat, 2016) ทั้งนี้อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและขาดข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่ง เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Chanklap, 2021) การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงควรมีการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งข้อมูลโดยอาศัยข้อมูลและระบบสารสนเทศจำนวนมาก แต่ใน

ปัจจุบันข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวยังมีความกระจัดกระจายตามแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไม่เป็นระบบ รวมทั้งขาดการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ของข้อมูลได้อย่างเต็มที่ (Kunchompoo et al., 2017)

บทความวิจัยนี้นำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ในจังหวัดนครนายก เพื่อสำรวจระดับการตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลและค้นหาองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก เพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ที่ก่อให้เกิดความเหมาะสมต่อการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนยังเป็นแนวทางการบริหารความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อมาเยี่ยมชมสถานที่ และมีสิ่งต่างๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคล ในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนในยุคปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ (Community-Based Tourism, n.d.)

โดยลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน โดยนักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มีความอยากรู้อยากเห็นในตัวเองอยู่เสมอจึงเกิดความต้องการในการค้นหาวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ซึ่งตนเองมีความสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองโดยเข้าไปมีส่วนร่วมโดยผ่านการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนในสถานที่ต่าง ๆ นั้น ต้องมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนประกอบที่สำคัญดังที่ Swanson & Horridge (2006) ได้วางเกณฑ์การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่

ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ศักยภาพการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้านที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่จะนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของในแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานด้านพื้นที่ของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ลักษณะภูมิทัศน์ ที่โดดเด่นรวมทั้งที่มีวัฒนธรรมที่เป็นรูปแบบเฉพาะของชุมชนนั้นๆ

### แนวคิดเทคโนโลยีดิจิทัล

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (สำนักงาน ก.พ.) ได้ให้ความหมายของ เทคโนโลยีดิจิทัล คือ ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หรือ Digital literacy หมายถึง ทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กรให้มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพ (Office of the Civil Service Commission, 2017) อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีสำหรับการประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบไปด้วย การนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อ การจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ โดยเทคโนโลยีจะเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการ รวมทั้งการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดที่นำสู่การพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของโลกที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (Nongkhoo, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัย ของ Kunchompoo et al. (2017) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวโน้มการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม โดยใช้เทคนิค EDR พบว่า แนวโน้มการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม โดยแบ่งเป็นแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ด้านขอบข่ายของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ด้านลักษณะของสื่อที่นำเสนอ และด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญมีฉันทามติร่วมกันในทุกๆ ด้าน ในระดับมาก

### แนวคิดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

Schmoll (1977) ได้ศึกษาและพัฒนากรอบแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวที่มีรากฐานมาจากแนวคิดของการจูงใจ ความต้องการ ความปรารถนา และความคาดหวังที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวยังเชื่อมโยงและได้รับอิทธิพลจากสิ่งสำคัญ 4 ประการ คือ 1. สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งกระตุ้นภายนอก ในรูปแบบของการสื่อสาร การส่งเสริมการตลาด การแนะนำจากเพื่อนหรือสมาคมการค้า เช่น การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ สิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว 2. ตัวกำหนดส่วนบุคคลและสังคม เป็นตัวกำหนดเป้าหมาย

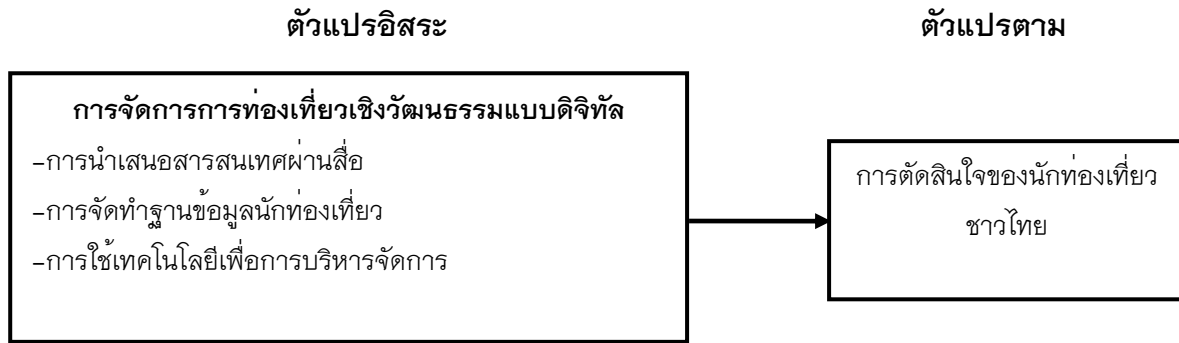
ของนักท่องเที่ยว ในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความคาดหวังและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง 3. ตัวแปรภายนอก เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต ข้อจำกัดเรื่องเวลาและค่าใช้จ่าย 4. คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว เป็น คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่ากับราคา ปริมาณและคุณภาพของข้อมูล ข่าวสาร รูปแบบการจัดนำเที่ยวโอกาสของการท่องเที่ยว เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ratnaraton (2019) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองรอง พบว่า ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาดด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกันจะส่งผล ต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวเมืองรองมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นทำให้ทราบถึงองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญจากการนำ เป็นเทคโนโลยีมาการประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วย การนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อ การจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในแหล่งท่องเที่ยว ที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่ากับราคา ปริมาณและคุณภาพของข้อมูล ข่าวสาร รูปแบบการจัดนำเที่ยวโอกาสของการท่องเที่ยว

### กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบการวิจัยตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และบูรณาการกับแนวคิดแนวคิดเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อกำหนดองค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ซึ่งได้แก่ การนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อ การจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหาร โดยกำหนดตัวแปรตามเป็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดนครนายก ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก โดย ณ วันที่เริ่มเก็บข้อมูลยังไม่มีข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดประชากรโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้สูตรกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran (Cochran, 1977) ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 323 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งองค์ประกอบของแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 6 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) 6 ข้อ คือ เพศ อายุ ภูมิภาคการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลจำนวน 17 ข้อ โดยแบ่งเป็นด้านการนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อ จำนวน 7 ข้อ ด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวมีจำนวน 5 ข้อ และด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการมีจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีระดับความคิดเห็นให้แบ่ง 5 ระดับ ได้แก่ ระดับเห็นด้วยมากที่สุดจนถึงระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกมีจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีระดับความคิดเห็นให้แบ่ง 5 ระดับ ได้แก่ ระดับเห็นด้วยมากที่สุดจนถึงระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

การทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Context Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีตามด้วยค่าเที่ยงตรง IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน มีค่าเฉลี่ยรายข้อที่มากกว่า 0.5 ทุกข้อ

การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 30 ตัวอย่าง ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามของกลุ่ม

ตัวอย่าง รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลและการนำข้อมูลมาหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความสัมพัทธ์ของแบบสอบถามทั้งชุดอยู่ที่ 0.959 ซึ่งค่าเชื่อมั่นที่มากกว่า 0.7 สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในขั้นตอนต่อไปได้

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและระดับความคิดด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์องค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อ (2) ด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว และ (3) ด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ในจังหวัดนครนายก ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 65.30 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.66 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 80 สถานภาพสมรส จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.33 อาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 60.70 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 60.70

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแยกตามตัวแปรต้นและตัวแปรตามพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมา ด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านการนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ทานเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีกิจกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณี	3.85	0.83	มาก
2. ทานเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีกิจกรรมแสดงถึงความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน	3.86	0.79	มาก



การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
3. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่มีความเหมาะสม	3.96	0.82	มาก
4. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีระบบสื่อสารและเทคโนโลยีรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.74	0.79	มาก
5. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	4.03	0.74	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.88</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกพบว่า ความคิดเห็นการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมา คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก เพราะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีกิจกรรมแสดงถึงความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีกิจกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพราะมีระบบสื่อสาร และเทคโนโลยีรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

ตัวแปร	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$
การนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อ $X_1$	1.000			
การจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว $X_2$	0.806**	1.000		
การใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ $X_3$	0.811**	0.869**	1.000	
การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย $X_4$	0.677**	0.720**	0.748**	1.000

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ด้านการนำเสนอสารสนเทศผ่านสื่อ ด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว และด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ พบว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล ทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.677–0.748 ( $r=0.677$ ,  $p<0.01$ ,  $r=0.720$ ,  $p<0.01$ ,  $r=0.748$ .)

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นเพื่อค้นหาองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบบดิจิทัล	b	$\beta$	S.E.b	t	Sig
ค่าคงที่	1.13		0.144	7.821	.000
การจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว ( $X_2$ )	0.191	0.230	0.67	2.851*	.005
การใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ ( $X_3$ )	0.377	0.438	0.70	5.362*	.000

R=.765     $R^2=.586$      $Adj R^2 = .581$      $S.E_b = .421$      $F=139.459$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่เป็นตัวแปรพยากรณ์ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 2 ด้านคือด้าน การใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ ( $X_3$ ) น้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด และรองลงมาได้แก่ ด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว ( $X_2$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ 0.438 และ 0.230 ตามลำดับ และในรูปแบบคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.377 และ 0.191 ตามลำดับ โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 58.10 ( $R^2 = 0.581$ ) จากข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาเขียนเป็นสมการถดถอย เพื่อพยากรณ์องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ได้ดังนี้  $Y = 1.13 + 0.377 X_3 + 0.191 X_2$  โดย Y คือ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก  $X_3$  คือ องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ  $X_2$  คือ องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลด้านจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ และด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว สามารถร่วมกันพยากรณ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกได้ดีที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### อภิปรายผลการวิจัย

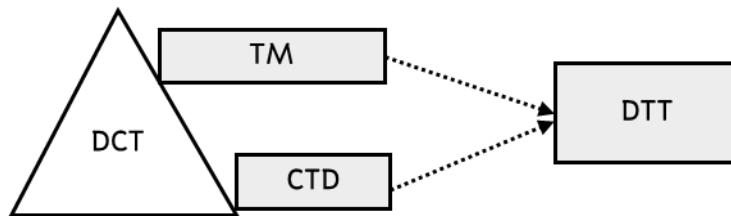
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครนายกนั้น เนื่องจากจังหวัดนครนายกมีประวัติความเป็นมาที่เป็นเอกลักษณ์ และมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง เช่น ภาษา การแต่งกาย อาหารการกิน ที่อยู่อาศัยความเชื่อทางศาสนาและขนบธรรมเนียมประเพณี นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น จึงมีกิจกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมแสดงถึงความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน อีกทั้งการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก เพราะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับการวิจัยของ Chamnian et al. (2019) พบว่า ทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และบริการการท่องเที่ยวที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ และด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก มีความต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถเข้าถึงได้โดยใช้เทคโนโลยีที่เชื่อมโยงสามารถให้นักท่องเที่ยวทำการค้นหาข้อมูล การเข้าถึงข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูลจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก การแลกเปลี่ยนข้อมูล การติดต่อสื่อสาร ซึ่งหากภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ และด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว จะช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเดินทางมาเยือนยังจังหวัดนครนายกเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับการนำเสนอของ Suradinkura

(2020) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมประสิทธิภาพธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถทำได้โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว โดยมีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการบริหารจัดการ ในด้านการจัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยแสดงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพร้อมกับการนำเสนอความพร้อมในการบริการการท่องเที่ยวด้านต่างๆ และการบูรณาการภายใน และการบูรณาการกับลูกค้าผ่านคุณภาพการบริการ (Pinyocheep et al., 2021)

### องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ ซึ่งเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล (Digital Cultural Tourism:DCT) ในจังหวัดนครนายก ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ (Technological Management:TM) และการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว (Creating of Tourists Database:CTD) เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการ โดยการนำเทคโนโลยีการจัดเก็บออกแบบและกลั่นกรองข้อมูลสร้างระบบ การบริหารจัดการและใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (Decision of the Thai Tourists:DTT) ในจังหวัดนครนายกที่มีความสนใจต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังแผนภาพ



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

### สรุป

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ระดับการตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก มีการตัดสินใจในระดับมากและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ และด้านด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานการท่องเที่ยวในจังหวัด นครนายกทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลและเข้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถเพิ่มศักยภาพของจังหวัดได้อย่างเหมาะสมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ตรงตามความต้องการนักท่องเที่ยว

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การตัดสินใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายกมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการเตรียมความพร้อมด้านข้อมูลข่าวสารในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยผ่านสื่อสมัยใหม่ อาทิ เว็บไซต์ แฟนเพจ อินสตาแกรม รวมถึงการให้คำแนะนำเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การบริการที่จอดรถ การรักษาความปลอดภัย ในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพของจังหวัดได้อย่างเหมาะสมในการบริหารจัดการได้ตรงตามความต้องการนักท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ และด้านการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกทั้งภาครัฐและเอกชน ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาบูรณาการร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัล โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอความรู้ ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่าน Application ต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวขณะเที่ยวชมแหล่งวัฒนธรรม หรือการจัดทำระบบการจองในการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนผ่านระบบออนไลน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น และควรมีการเก็บข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครนายกเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนในจังหวัด ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครนายกได้ต่อไป

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในประเด็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในอนาคต

2. ควรศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในระดับหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวตามกลุ่มจังหวัดด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการปรับเปลี่ยนการวิจัยในรูปแบบการบูรณาการด้วยวิธีผสมวิธี เพื่อให้ผลลัพธ์ทางการศึกษาวิจัยสามารถค้นพบแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดิจิทัลผ่านมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

## References

- Chamnian, M., Chamnian, K., Boonkwan, S., Mukharak, T., Panasri, Y., & Thepnarong, W. (2019). Creating and communicating folk performance as tourism activity for promoting community based tourism. *Valaya Alongkorn Review*, 9(3), 199–210.
- Chanklap, B. (2021). Approaches to morning glory supply chain management of Tung Yee Peng community, Ko Lanta District, Krabi Province. *International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism*, 5(1), 9–18.
- Cochran, W. (1997). *Sampling Technique* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Community-Based Tourism (CBT). (n.d.). *Guide to Criteria for Tourism Management by the Community*. CBT. <http://www.dasta.or.th/dastaarea7/attachments/article/228/SAR.pdf>
- Kunchompoo, S., Areerat, W., & Areerat, T. (2017). Study on the trends of application on information technology to promote participation cultural tourism using EDFR technique. *Journal of Information Technology Management and Innovation Rajabhat Maha Sarakham University*, 4(1), 16–26.
- Ministry of Tourism and Sport. (2019a). *Annual report 2019*. Ministry of Tourism and Sport. <https://www.mots.go.th/download/AnnualReport/AnnualReport2562compressed.pdf>
- Ministry of Tourism and Sport. (2019b). *Tourism Statistics 2019*. Ministry of Tourism and Sport. [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=618](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=618)
- Nongkhoo, A. (2020). The behavior and factor in using digital media for marketing that effect the tourists of cultural in Suan Dusit Area. Research and Development *Journal Suan Sunandha Rajabhat University*, 12(2), 1–15.
- Office of the Civil Service Commission. (2017). *Digital literacy*. Office of the Civil Service Commission. <https://www.ocsc.go.th/DLProject/mean-dlp>
- Pinyocheep, P., Kumboon, B., Sajjanand, S., & Kositkanin, C. (2021). Models of integrating supply chains on quality service and results operations of the hotel business in Thailand. *Journal of Arts Management*, 5(1), 218–231.
- Ratnaraton, C. (2019). *Factors affecting the decision of Thai tourists in secondary cities*[Master's thesis]. Srinakharinwirot University.
- Schmoll, G. A. (1997). *Tourism promotion*. Tourism International.
- Suradinkura, S., (2020). Development of cultural tourism management in Bangkok. *Institute of Culture and Arts Journal Srinakarinwirot University*, 22(1), 72–84.

Swanson, K. K., & Horridge, P. E. (2006). Travel motivations as souvenirs purchase indicators.

*Tourism Management*, 27(4), 671–683.

Thawornpraphasawat, P. (2016). *Thai tourism in the digital age*. Office of the Secretariat of the

House of Representatives Press.