

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม การศึกษา
นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย

Factors Influencing the Intention to Use Technology in Cross-Cultural
Tourism: A Study of Malaysian Independent Travelers in Thailand's
Southern Border Provinces

ธนภัทร ยีชะเด¹ ฮาสนานี สตอปา² และอิบตีฮาล์ สามะ³

Thanapat Yeekhaday¹, Haswani Satopa², and Ibtihah Samae³

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

^{2,3} นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

¹ Lecturer of Bachelor of Business Administration Program in Business Computer, Faculty of Management Sciences, Rajabhat Songkhla University

^{2,3} Students of Bachelor of Business Administration Program in Business Computer, Faculty of Management Sciences, Rajabhat Songkhla University

E-mail: Thanapat.ye@skru.ac.th¹, 654407032@parichat.skru.ac.th², 654407036@parichat.skru.ac.th³

Received: Mar. 24,2026; Revised: May. 4,2026; Accepted: May. 8,2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย 2) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย และ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเอง โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาจำนวน 400 ตัวอย่างจากด่านตรวจคนเข้าเมืองและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยใช้สถิติพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 78.75) อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 45.75) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.80) และมาจากรัฐ Kedah (ร้อยละ 28.75) 2) ด้านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี พบว่านักท่องเที่ยวนิยมใช้ TikTok ในการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหาร (ร้อยละ 58.75) และใช้ Agoda ในการจองที่พัก (ร้อยละ 31.25) สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมพบว่ามี 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การคาดหวังในประสิทธิภาพ ($\beta = .108$) การคาดหวังในความพยายาม ($\beta = .072$) และการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น ($\beta = .693$) โดยทั้ง 3 ปัจจัย สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตั้งใจใช้เทคโนโลยีได้ร้อยละ 59.5 (Adjusted $R^2 = .595$) ผลการวิจัยนี้เสนอว่าการพัฒนาเทคโนโลยีการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ควรเน้นการสร้างประสิทธิภาพ ความง่ายในการใช้งาน และการสร้างความไว้วางใจและเชื่อมั่นและผ่านการสร้างการรับรู้ที่น่าเชื่อถือต่อนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยด้วยตนเอง

คำสำคัญ: การตั้งใจใช้เทคโนโลยี การท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

Abstract

This study aimed to 1) examine the general characteristics of Malaysian independent travelers in Thailand's southern border provinces; 2) investigate their tourism behavior and technology usage for travel purposes; and 3) identify factors influencing the intention to use technology in cross-cultural

tourism among Malaysian independent travelers. The research population consisted of Malaysian independent travelers in Thailand's southern border provinces, from which 400 participants were selected through quota sampling at immigration checkpoints and key tourist attractions in the southern border provinces. A questionnaire served as the primary data collection instrument, and data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis.1) The findings revealed that the majority of respondents were female (78.75%), aged between 21–30 years (45.75%), held a bachelor's degree (54.80%), and primarily originated from Kedah state (28.75%). Regarding technology usage behavior, 2) TikTok was the most frequently used platform for searching tourist attractions and restaurants (58.75%), while Agoda was the preferred platform for accommodation booking (31.25%). With respect to factors influencing technology adoption intentions in cross-cultural tourism, 3) factors were found to be statistically significant at the 0.05 level: performance expectancy ($\beta = .108$), effort expectancy ($\beta = .072$), and trust and confidence expectancy ($\beta = .693$). Collectively, these three factors explained 59.5% of the variance in technology adoption intention (Adjusted $R^2 = .595$). The findings suggest that the development of tourism technology in Thailand's southern border provinces should prioritize enhancing system performance, ease of use, and the cultivation of trust and credibility, in order to effectively engage Malaysian independent tourists visiting Thailand.

Key Word: Intention to Use Technology, Cross-Cultural Tourism, Malaysian Tourists

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยในปี พ.ศ. 2567 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาจำนวน 35.54 ล้านคน สร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจไทยถึง 1.67 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) โดยรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักของเศรษฐกิจไทย โดยในปี 2567 คาดการณ์ว่าสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวจะมีมูลค่าสูงและเติบโตต่อเนื่อง คิดเป็นสัดส่วนสำคัญต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในระดับร้อยละ 12-20 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567)

นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียจัดเป็นตลาดสำคัญอันดับหนึ่งหรืออันดับสองของประเทศไทยมาโดยตลอด โดยในปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทย จำนวน 4,952,078 คน สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ 104,938.09 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวผ่านด่านจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยประกอบด้วย จังหวัดสงขลา (ด่านปาดังเบซาร์และด่านสะเดา) จังหวัดยะลา (ด่านเบตง) จังหวัดนราธิวาส (ด่านสุโงโกลก) และจังหวัดสตูล (ด่านวังประจัน) โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดยาว นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวเป็นจำนวนมากโดยส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าการเดินทางผ่านบริษัททัวร์หรือบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ (อนรรฆ พิทักษ์ธานิน, 2567)

รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยพบว่าในปี พ.ศ. 2566 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 87 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง หรือ Free Independent Travelers (FIT) ที่ไม่ได้ซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวหรือมาพร้อมกับบริษัททัวร์ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2567) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีลักษณะเฉพาะคือมีอิสระในการวางแผนเส้นทาง การเลือกจุดหมายปลายทาง และมีความต้องการความเป็นส่วนตัวสูงซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์

การท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางมายังจังหวัดชายแดนภาคใต้โดยรูปแบบขับรถข้ามแดนมาเที่ยวด้วยตนเอง

(Cross-Border Self-Drive) เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นอิสระ เลือกเที่ยวได้ด้วยตนเอง และสามารถเลือกที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายจากกิจกรรมหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างเสรี (Travelandleisureasia, 2024) โดยการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมทำให้เกิดความเข้าใจ การเคารพในความหลากหลาย และลดอคติที่มีต่อวัฒนธรรมอื่น อีกทั้งยังช่วยในการส่งเสริมสันติภาพ และยังช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม กระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์ตรงที่เปิดมุมมองใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวด้วยกัน (Richards, 2018)

เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการวางแผนการเดินทาง การจองที่พัก การค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และการนำทาง (Li et al., 2024) เทคโนโลยีทางด้าน แอปพลิเคชันมือถือ เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ กลายเป็นเครื่องมือที่ขาดไม่ได้สำหรับนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ ซึ่งทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี หรือ Technology Acceptance Model (TAM) ที่พัฒนาโดย Davis (1989) เป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี โดย TAM ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญคือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ทิศคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) และความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention) ซึ่งได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย (Li et al., 2024) นอกจากนี้ ทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีแบบบูรณาการ (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) เป็นกรอบทฤษฎีที่ได้รับการนำมาศึกษาพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่หลากหลาย (Venkatesh et al., 2003) โดยทฤษฎีนี้บูรณาการแนวคิดสำคัญ ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวัง ด้านความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขที่อำนวยความสะดวก เพื่อทำนายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีจริง

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะความแตกต่างในบริบททางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวในบริบท "ข้ามวัฒนธรรม" (Cross-cultural) ซึ่งมีความซับซ้อนกว่า (Reisinger & Turner, 2003) ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย (ในฐานะผู้ใช้) ที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีหรือเนื้อหา (Content) ที่นำเสนอโดยคนไทย (ในฐานะผู้ให้บริการ) ในบริบทเฉพาะของจังหวัดชายแดนภาคใต้ อาจมีปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หรือการปรับตัวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Adaptation) ของเทคโนโลยีที่แตกต่างออกไป ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมีความสำคัญที่จะนำกรอบทฤษฎี UTAUT มาประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียกับผู้ให้บริการชาวไทยในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีความซับซ้อนทั้งในมิติของความแตกต่างทางศาสนา ภาษา และวัฒนธรรม ถือเป็นการขยายองค์ความรู้ทางทฤษฎีที่ยังมีช่องว่างการศึกษาอยู่อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการเพิ่มมิติด้านความไว้วางใจและความเชื่อมั่น (Trust and Confidence) เพิ่มเข้าไปในโมเดลเดิม ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบริบทการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมในพื้นที่ชายแดนที่ยัง ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและการให้บริการเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการท่องเที่ยวอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัยจากโมเดล Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ที่นำเสนอโดย Venkatesh et al., (2003) โดยโมเดล UTAUT Model พิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยี 4 ปัจจัย คือ 1) การคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึงการที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีที่ใช้นั้นมีประโยชน์ (Usefulness) สามารถลดระยะเวลาในการทำงานและเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน 2) การคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) หมายถึงระดับความรู้ความเข้าใจในความง่ายต่อการใช้งาน (Ease of use) หรือสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อน และไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งาน 3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึงอิทธิพลของบุคคลอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งาน เช่น ครอบครัวและเพื่อน ๆ นอกจากนี้ อิทธิพลทางสังคมยังหมายถึงอำนาจของเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างาน หรือเพื่อนร่วมกลุ่มในสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้ใช้งานเทคโนโลยี และ 4) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Condition) หมายถึงความพร้อมขององค์กร การอำนวยความสะดวกของทรัพยากร ทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารตลอดจนการเตรียมผู้เชี่ยวชาญไว้เพื่อสนับสนุนการใช้งานของระบบ ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Venkatesh et al., 2003)

ในบริบทการท่องเที่ยวทฤษฎี UTAUT ได้รับการประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ เช่น แอปพลิเคชันท่องเที่ยว ระบบจองที่พัก และแพลตฟอร์มแชร์ข้อมูลการท่องเที่ยว (Morosan & DeFranco, 2016; Kang & Namkung, 2019) งานวิจัยของ Ukpabi, Aslam and Karjaluoto (2019) พบว่าทฤษฎี UTAUT สามารถอธิบายการยอมรับเทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism) อย่างไรก็ตามในยุคดิจิทัลนักท่องเที่ยวพึ่งพาเทคโนโลยีในการวางแผนและตัดสินใจเดินทาง Gefen, Karahanna and Straub (2003) พบว่าความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมออนไลน์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนสูง เช่น การท่องเที่ยวในต่างประเทศ หรือการท่องเที่ยวสถานที่ที่มีความแตกต่างทางด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมที่แตกต่างจากความคุ้นชิน ซึ่ง Kim, Ferrin and Rao (2008) ศึกษาความไว้วางใจในบริการท่องเที่ยวออนไลน์ พบว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการจองและการซื้อบริการท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่สร้างความไว้วางใจ ได้แก่ ความปลอดภัยของข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และคุณภาพของข้อมูล ซึ่งการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมทำให้เกิดความท้าทายในการสร้างความไว้วางใจ เนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม ภาษา และระบบค่านิยม นอกจากนี้ Wang, Peng and Wang (2025) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบนำทางด้วยเทคโนโลยี Augmented Reality ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ประวัติศาสตร์ โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด UTAUT และได้มีการขยายเพิ่มเติมตัวแปรด้านความไว้วางใจ ความเสี่ยง และความเพิกเฉย พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการและตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ และการศึกษาของ Ridho, Anuar and Nazri (2024) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการยอมรับและการใช้งานระบบชำระเงินดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียขณะเดินทางในประเทศมาเลเซีย โดยใช้แบบจำลอง UTAUT และได้ขยายเพิ่มเติมตัวแปรปัจจัยด้านความคุ้มค่า การตระหนักรู้ และความเชื่อมั่น พบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ได้แก่ ประเด็นเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และความรักษาความลับ มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบชำระเงินดิจิทัลระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยว

สำหรับการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมในภาคใต้ของไทย วิจัยของวุฒิชัย ปุเต๊ะ (2560) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าปัจจัย

ทางศาสนาในเรื่องฮาลาลมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารและการบริการ อีกทั้ง Farida Bhanu et al., (2023) ศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาเลเซียให้ความสำคัญกับการสินค้าและบริการที่มีมิตรต่อมุสลิม (Halal-Friendly) โดยการเข้าถึงอาหารฮาลาลได้ง่ายและปราศจากความกังวล (Stress-free vacations) อีกทั้งการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวมุสลิมโดยเกือบ 80% ของนักท่องเที่ยวมุสลิมระบุว่าบริการที่เป็นมิตรต่อมุสลิมเป็นสิ่ง "สำคัญมาก" ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว หากสถานที่ท่องเที่ยวใดที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่มั่นใจต่ออาหารหรือบริการที่ฮาลาลก็จะกลายเป็นปัจจัยลบที่ขัดขวางไม่ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาเยือน และ Farida Bhanu et al., (2023) ยังค้นพบว่าความเชื่อมั่นต่อการบริการที่เป็นมิตรต่อมุสลิมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจโดยรวมซึ่งเป็นตัวกลางสำคัญที่นำไปสู่ความตั้งใจในการกลับมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวในครั้ง

ตารางที่ 1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
การคาดหวังในประสิทธิภาพ	Kang and Namkung, 2019; Morosan and DeFranco, 2016; Ridho, Anuar and Nazri, 2024; Venkatesh et al., 2003
การคาดหวังในความพยายาม	Kang and Namkung, 2019; Morosan and DeFranco, 2016; Ridho, Anuar and Nazri, 2024; Venkatesh et al., 2003
อิทธิพลทางสังคม	Kang and Namkung, 2019; Morosan and DeFranco, 2016; Ridho, Anuar and Nazri, 2024; Venkatesh et al., 2003
สิ่งอำนวยความสะดวก	Kang and Namkung, 2019; Morosan and DeFranco, 2016; Ridho, Anuar and Nazri, 2024; Venkatesh et al., 2003
การคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น	วุฒิชัย ปุเต๊ะ, 2560; Farida Bhanu et al., 2023; Gefen, Karahanna and Straub, 2003; Kim, Ferrin and Rao, 2008; Ridho, Anuar and Nazri, 2024; Wang, Peng and Wang, 2025

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการตั้งใจในใช้เทคโนโลยี UTAUT ทั้ง 4 ปัจจัยที่นำเสนอโดย Venkatesh et al., (2003) ประกอบกับปัจจัยด้านความไว้วางใจและความเชื่อมั่นจากการวิจัยของ Gefen, Karahanna and Straub (2003) ที่พบว่าความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมออนไลน์โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนและมีความแตกต่างทางด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรม และการวิจัยของ Kim, Ferrin and Rao (2008) พบว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการจองและการซื้อบริการท่องเที่ยว และการศึกษาของ Ridho, Anuar and Nazri (2004) พบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นมีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบชำระเงินดิจิทัลระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มาเที่ยวประเทศมาเลเซีย และการศึกษาของ Farida Bhanu et al., (2023) ค้นพบว่าความเชื่อมั่นต่อการบริการที่เป็นมิตรต่อมุสลิมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจที่นำไปสู่ความตั้งใจในการกลับมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากกรอบแนวคิดดังกล่าวจึงได้มีการนำมาสรุปเป็นสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

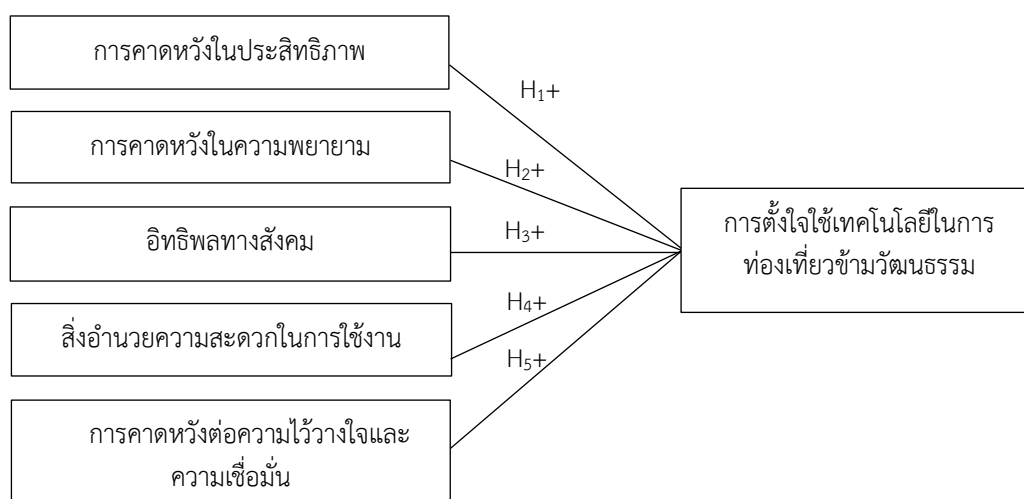
สมมติฐานที่ 1 (H1) การคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย

สมมติฐานที่ 2 (H2) การคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย

สมมติฐานที่ 3 (H3) อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย

สมมติฐานที่ 4 (H4) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย

สมมติฐานที่ 5 (H5) การคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่นมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย ผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองที่สำคัญ ได้แก่ ด่านปาดังเบซาร์ ด่านสะเตาะจังหวัดสงขลา ด่านสุโงโกลกจังหวัดนราธิวาส ด่านเบตงจังหวัดยะลา และด่านวังประจันจังหวัดสตูล

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 400 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ (Taro Yamane, 1973)

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการกำหนดโควตาจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองในจังหวัดภาคใต้ที่สำคัญได้แก่ (1) ด่านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดสงขลา ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางเข้าประมาณร้อยละ 50 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด (2) ด่านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดนราธิวาสมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าร้อยละ 25 โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด (3) ด่านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดยะลามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าร้อยละ 10 ใช้แบบสอบถามจำนวน 60 ชุด และ (4) ด่านตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดสตูลมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าร้อยละ 5 ใช้แบบสอบถามจำนวน 20 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามโดยแบ่งเนื้อหาเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามคัดกรองเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวและเดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

ตอนที่ 2 คำถามด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ที่อยู่ (รัฐ) โดยเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือกซึ่งจะให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ได้แก่ รูปแบบการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ยานพาหนะที่ใช้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทย และรูปแบบที่พัก

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว แอปพลิเคชันที่ใช้เพื่อการท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ชาวมาเลเซียโดยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าแบบปลายเปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ เป็นการวัดที่มี 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นค่าน้ำหนักตัวเลขตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ตั้งแต่ระดับ 1 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) จนถึงระดับ 5 (เห็นด้วยมากที่สุด)

ตอนที่ 6 เป็นคำถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

ในการจัดทำแบบสอบถามผู้วิจัยได้ทำการแปลภาษาจากภาษาไทยเป็นภาษามลายู (Melayu) ซึ่งเป็นภาษาทางการของประเทศมาเลเซียโดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษามลายูเป็นผู้ทำการแปลและนำแบบสอบถามที่เป็นภาษามลายูไปเก็บจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนสัดส่วนและพื้นที่เป้าหมายที่กำหนด

คุณภาพเครื่องมือวิจัย

การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมาออกแบบคำถามของแต่ละปัจจัย และได้ทำการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยโดยใช้เทคนิคดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ทำการประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ และค่า IOC ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งพบว่าแต่ละปัจจัยมีจำนวนข้อคำถามที่เหมาะสม จากนั้นได้มีการนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างทดลองจำนวน 30 ตัวอย่าง และทำการวัดความสอดคล้องภายในโดยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย ซึ่งพบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ของทุกปัจจัยเกินกว่า 0.7 โดยของปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ = .921 ปัจจัยด้านการคาดหวังในความพยายาม = .928 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม = .912 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก = .921 ปัจจัยด้านการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น = .924 และ ค่าความสอดคล้องภายในของคำถามแต่ละปัจจัยเกิน 0.2 จึงสามารถยอมรับเครื่องมือการวิจัยดังกล่าวได้ (กัลยา วานิชบุญชา, 2549) จากนั้นจึงได้มีการนำเครื่องมือวิจัยไปจัดเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ต่อไป

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองในจังหวัดภาคใต้โดยเก็บข้อมูลในบริเวณพื้นที่ด่านขาเข้าและออกทั้ง 4 จังหวัด และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดเป้าหมายที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว โดยการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงระหว่างเดือน มกราคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2568 โดยในแบบสอบถามได้มีการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงข้อมูลด้านการคุ้มครองสิทธิของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งหากผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความรู้สึกไม่สะดวกใจหรือไม่ต้องการให้ข้อมูลแล้ว สามารถยุติการตอบแบบสอบถามได้ทันที และในการตอบแบบสอบถามจะมีคำถามคัดกรอง เพื่อคัดเลือกผู้ตอบคำถามที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยด้วยตนเองและมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองโดยใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 78.75 เพศชายร้อยละ 21.25 ระดับช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21 - 30 ปี มีจำนวนร้อยละ 45.75 ตามด้วยระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวนร้อยละ 31 และระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวนร้อยละ 12 ตามลำดับ ระดับการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรีมีจำนวนร้อยละ 54.8 และต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 38 และสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 7.2 ตามลำดับ ในส่วนของอาชีพพบว่าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวนร้อยละ 24.5 ตามด้วยธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมีจำนวนร้อยละ 18.75 และข้าราชการ/พนักงานหน่วยงานภาครัฐมีจำนวนร้อยละ 16.75 ตามลำดับ โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากรัฐ Kedah มีจำนวนร้อยละ 28.75 ตามด้วยรัฐ Penang จำนวนร้อยละ 20 และรัฐ Kelantan จำนวนร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

สำหรับพฤติกรรมการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ร้อยละ 47 ตามด้วยรถบัส ร้อยละ 30 และรถจักรยานยนต์ร้อยละ 21 ตามลำดับ โดยพบว่าส่วนใหญ่เดินทางมากับสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 43 ตามด้วยเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 37 และคู่รักสามี/ภรรยา ร้อยละ 20 โดยมีระยะเวลาที่พำนักส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-3 วัน มีจำนวนร้อยละ 65 และรูปแบบที่พักพบว่าพักโรงแรมร้อยละ 70 ตามด้วยพักรีสอร์ท/บังกะโล ร้อยละ 17 และบ้านพักที่เปิด

ให้เช่ารายวัน (เช่น Airbnb) ร้อยละ 8 และอื่น ๆ (เช่น บ้านพักญาติหรือเพื่อน) ร้อยละ 5 ตามลำดับ ในส่วนของพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่าแพลตฟอร์มที่นิยมใช้มากที่สุดสามลำดับ คือ TikTok ร้อยละ 58.75 ตามด้วย Facebook ร้อยละ 21.25 และ YouTube ร้อยละ 8.75 ส่วนแพลตฟอร์มสำหรับการจองที่พักสามลำดับคือ Agoda ร้อยละ 31.25 ตามด้วย Booking ร้อยละ 27.25 และ TripAdvisor ร้อยละ 17 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดภาคใต้ของไทยพบว่าปัจจัยตัวแปรต้นทั้ง 5 ปัจจัย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) และเมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) ปัจจัยด้านการคาดหวังในความพยายามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) และปัจจัยด้านการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่นมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้คือ สมมติฐานที่ 1 การคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย สมมติฐานที่ 2 การคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย สมมติฐานที่ 4 สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย และสมมติฐานที่ 5 การคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่นมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้

เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย โดยได้มีการกำหนดตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติไว้ดังนี้

- PE หมายถึง ปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ
- EE หมายถึง ปัจจัยด้านการคาดหวังในความพยายาม
- SI หมายถึง ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม
- FC หมายถึง ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- TC หมายถึง ปัจจัยด้านการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น
- BI หมายถึง การตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สันดังแสดงตารางดังนี้

		PE	EE	SI	FC	TC	BI
PE	Pearson Correlation	1	.642**	.592**	.480**	.493**	.494**
EE	Pearson Correlation		1	.556**	.562**	.538**	.507**
SI	Pearson Correlation			1	.560**	.470**	.385**
FC	Pearson Correlation				1	.660**	.544**
TC	Pearson Correlation					1	.560**
BI	Pearson Correlation						1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากการศึกษาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์เพียร์สันในตารางที่ 1 พบว่าตัวแปรจากปัจจัยทั้ง 6 ด้านมีความสัมพันธ์กัน (Sig (2-tailed)) กันระดับนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าสหสัมพันธ์สูงสุดคือ 0.660 และค่าที่ต่ำสุดคือ 0.385 และค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกคู่อยู่ระหว่าง 0.385 ถึง 0.660 แสดงว่า ข้อมูลของการศึกษารังนี้ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เนื่องจากไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ใดมีค่าสหสัมพันธ์สหสัมพันธ์สูงกว่า 0.80 (กัลยา วานิชบัญชา, 2549)

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) จากสมมติฐานการวิจัยทั้ง 5 สมมติฐานดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปนี้

ตารางที่ 3 Model Summary ของการวิเคราะห์ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.600	.595	1.378

a. Predictors: (Constant), PE, EE, SI, FC, TC

b. Dependent Variable: BI

จากตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ พบว่าองค์ประกอบทั้ง 5 ปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย โดยพบว่าค่า Adjusted R Square เท่ากับ .595 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 ปัจจัย (PE, EE, SI, FC, TC) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (BI) ที่ระดับร้อยละ 59.5 ส่วนอีกร้อยละ 40.5 เกิดจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้

ตารางที่ 4 การทดสอบนัยสำคัญของสมการพหุการถดถอย ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.684	5	16.937	118.306	.000 ^b
	Residual	56.406	394	.143		
	Total	141.090	399			

a. Dependent Variable: BI

b. Predictors: (Constant), PE, EE, SI, FC, TC

การทดสอบนัยสำคัญของสมการพหุการถดถอย (ANOVAa) จากตารางที่ 3 พบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 แสดงว่ามีตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัวแปร จากปัจจัยตัวแปรต้นทั้ง 5 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (BI) จึงยอมรับให้สามารถทำการทดสอบสมมติฐานด้วยหลักการถดถอยเชิงเส้นพหุต่อไปได้ (กัลยา วาณิชบัญชา, 2549) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 5 ค่า Coefficients ของตัวแปรปัจจัย

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.631	.175		3.713	.000
	PE	.108	.038	.121	2.841	.005
	EE	.072	.043	.074	1.687	.005
	SI	-.029	.041	-.029	-.692	.489
	FC	.025	.047	.025	.529	.597
	TC	.693	.041	.661	17.053	.000

a. Dependent Variable: BI

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการถดถอยเชิงพหุ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย โดยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Sig. <= 0.05) มีจำนวน 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยการคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) 2) ปัจจัยการคาดหวังในความพยายาม (EE) และ 3) ปัจจัยการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น (TC) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามที่ระดับร้อยละ 59.5 (Adjusted R Square = .595) ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถสร้างสมการพหุการถดถอยความตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ดังนี้

$$BI = 0.631 + 0.108(PE) + 0.072(EE) + 0.693(TC)$$

โดยที่

- BI = การตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม
- PE = ปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ
- EE = ปัจจัยด้านการคาดหวังในความพยายาม
- TC = ปัจจัยด้านการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น

โดยสมการนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น (TC) มีค่าสัมประสิทธิ์สูงที่สุด (0.693) ตามด้วยปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) (0.108) และปัจจัยด้านการคาดหวังในความพยายาม (EE) (0.072) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ข้อ	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1	การคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2	การคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3	อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 4	สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 5	การคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่นมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย	ยอมรับ

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎี UTAUT ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ 1) การคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) การคาดหวังในความพยายาม 3) อิทธิพลทางสังคม และ 4) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และได้มีการขยายเพิ่มเติมอีก 1 ปัจจัย คือปัจจัยด้านการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาจากด่านตรวจคนเข้าเมืองและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสงขลา จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลา และจังหวัดสตูล ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2568 ผลการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 78.75) ระดับช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21 - 30 ปี (ร้อยละ 45.75) โดยมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.8) และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 24.5) และส่วนใหญ่เดินทางมาจากรัฐ Kedah (ร้อยละ 28.75) ในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ร้อยละ 47) โดยพบว่าส่วนใหญ่เดินทางมากับสมาชิกในครอบครัว (ร้อยละ 43) โดยส่วนใหญ่พักโรงแรม (ร้อยละ 70) ซึ่งมีระยะเวลาพำนักรอยู่ระหว่าง 1-3 วัน (ร้อยละ 65) และนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมใช้แพลตฟอร์มเพื่อการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว คือ TikTok (ร้อยละ 58.75) และแพลตฟอร์ม Agoda เพื่อการจองที่พัก (ร้อยละ 31.25)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยจากสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้คือ 1) ปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ปัจจัยด้านการคาดหวังในความพยายาม 3) ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม 4) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และ 5) ปัจจัยด้านการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น

มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่าทั้ง 5 ปัจจัยที่นำมาศึกษาสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมได้ร้อยละ 59.50 ($\text{Adjusted } R^2 = .595$) ซึ่งค่า Adjusted R^2 ที่ค่อนข้างสูงนี้แสดงให้เห็นว่ากรอบทฤษฎี UTAUT ที่นำมาประยุกต์ใช้มีความเหมาะสมและสามารถอธิบายพฤติกรรมของการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากทั้ง 5 ปัจจัยพบว่า มีเพียง 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม ($\text{Sig.} \leq 0.05$) ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 การคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ผลการวิจัยพบว่าการคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Standardized Beta) เท่ากับ 0.108 ซึ่งหมายความว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ว่าคุณภาพเทคโนโลยีมีประโยชน์และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการท่องเที่ยวของพวกเขาเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และสนับสนุนทฤษฎี UTAUT ที่เสนอว่าการคาดหวังในประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการทำนายความตั้งใจใช้เทคโนโลยี

ปัจจัยที่ 2 การคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) ผลการวิจัยพบว่าการคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.072 ซึ่งหมายความว่าเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ว่าคุณภาพเทคโนโลยีมีความง่ายในการใช้งาน ไม่ซับซ้อน และไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และสนับสนุนแนวคิดที่ว่าความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการตั้งใจใช้เทคโนโลยี

ปัจจัยที่ 3 การคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น (Trust and Confidence) ผลการวิจัยพบว่าความไว้วางใจและความเชื่อมั่นมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.693 ซึ่งเป็นค่าที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น หมายความว่าความไว้วางใจและความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เมื่อนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือของข้อมูลสินค้าและบริการ ความปลอดภัยของข้อมูล และคุณภาพของข้อมูลที่ได้รับเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตามพบว่าปัจจัยด้าน อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และปัจจัยด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยี ซึ่งหมายความว่าในบริบทของการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย อิทธิพลจากบุคคลรอบข้างและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีไม่ได้เป็นปัจจัยกำหนดความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี ผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินทรศิริ เชียงพันธ์ (2560) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในทวีปเอเชียที่เข้ามาเที่ยวในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 16 - 25 ปี ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการเรียนรู้ความแปลกใหม่ของต่างวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ นรินทรศิริ เชียงพันธ์ (2560) ที่พบว่านักท่องเที่ยวเอเชียที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม แหล่งนันทนาการ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และแหล่งรวมศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบวาระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีระดับการศึกษาที่ค่อนข้างสูง มีความรู้ในการเดินทาง และการใช้เทคโนโลยี ตลอดจนมีความมั่นใจในการที่จะเดินทางแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวและประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยว อันเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการสนับสนุนการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม และพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองส่วนใหญ่มาจากรัฐที่มีเขตแดนติดกับจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย เช่น รัฐ Kedah และรัฐ Kelantan ข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากรัฐทางภาคเหนือของมาเลเซีย ที่มีเขตแดนติดกับซึ่งเอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวพบว่านิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีอิสระในการเดินทางมาท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในส่วนของการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมใช้ TikTok เป็นแพลตฟอร์มหลักในการค้นหาข้อมูล ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xiang et al., (2014) ที่พบว่าแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นกำลังเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการค้นหาข้อมูล การท่องเที่ยวเนื่องจากเนื้อหาแบบวิช่วลสามารถสื่อสารประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าข้อความการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการจองที่พักโดยนิยม Agoda.com และ Booking.com สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอิสระ (Independent Travelers) ที่ต้องการความยืดหยุ่นในการจัดการการเดินทางด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hyde & Lawson (2003) ที่อธิบายว่านักท่องเที่ยวอิสระมีลักษณะเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเองและต้องการควบคุมประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเอง นอกจากนี้ การพึ่งพาเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al., (2012) ที่พบว่าสมาร์ทโฟนกลายเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย พบว่า 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ 1) การคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) การคาดหวังในความพยายาม และ 3) การคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น

การคาดหวังในประสิทธิภาพและความพยายาม มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีสอดคล้องกับทฤษฎี UTAUT ดั้งเดิมของ Venkatesh et al., (2003) ที่เสนอว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพและความคาดหวังในความพยายามเป็นปัจจัยกำหนดหลักของความตั้งใจใช้เทคโนโลยี ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเชิง Meta-analysis ของ Li et al. (2024) ที่ทำการศึกษา Technology Acceptance Model ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ พบว่าทั้งสองปัจจัยนี้เป็นตัวทำนายที่สำคัญของการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในหมู่นักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวต้องการเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและใช้งานง่ายสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของ User Experience (UX) ในการออกแบบเทคโนโลยีการท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ Neuhofer et al., (2015) ที่เน้นว่าเทคโนโลยีอัจฉริยะต้องสามารถสร้างประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในส่วนของปัจจัยด้านการคาดหวังต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด (Beta = .693) ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่สำคัญที่แตกต่างจากทฤษฎี UTAUT ดั้งเดิมที่ไม่ได้รวมปัจจัยนี้ไว้ ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gefen et al. (2003) ที่พบว่าความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกรรมออนไลน์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนสูงและมีความแตกต่างทางด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรม และงานวิจัยของ Kim et al. (2008) ที่พบว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการจองและการซื้อ บริการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Wang et al. (2025) ที่พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการและตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในสถานที่ท่องเที่ยว และสอดคล้องกับการศึกษาของ Ridho et al. (2024) ที่พบว่าปัจจัยด้านความเชื่อมั่นมีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบชำระเงินดิจิทัล

ระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มาเที่ยวประเทศมาเลเซีย การที่ความไว้วางใจมีอิทธิพลสูงที่สุดในบริบทการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมอาจอธิบายได้จากความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและมาเลเซียซึ่งมีความแตกต่างกันในด้านศาสนาและวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Farida Bhanu et al. (2023) ที่พบว่าความเชื่อมั่นต่อการบริการที่เป็นมิตรต่อมุสลิมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจที่นำไปสู่ความตั้งใจในการกลับมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวอีกครั้ง รวมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ วุฒิชัย ปุเต๊ะ (2560) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอาเซียน พบว่านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอาเซียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการตามหลักศาสนาอิสลามโดยเฉพาะการเลือกใช้บริการร้านอาหารหรือการบริการที่ถูกหลักศาสนา (ฮาลาล) ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

อิทธิพลทางสังคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎี UTAUT ดั้งเดิม (Venkatesh et al., 2003) แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ San Martín and Herrero (2012) ที่ศึกษาการยอมรับเว็บไซต์การท่องเที่ยวในบริบทข้ามวัฒนธรรม พบว่าในบริบทการท่องเที่ยวออนไลน์ อิทธิพลทางสังคมมีบทบาทน้อยลงในยุคดิจิทัล และการที่นักท่องเที่ยวแบบอิสระไม่ให้ความสำคัญกับอิทธิพลทางสังคมสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มนี้ที่ต้องการความเป็นอิสระและตัดสินใจด้วยตนเอง ตามที่ Hyde and Lawson (2003) อธิบายว่านักท่องเที่ยวอิสระมีความมั่นใจในการตัดสินใจของตนเองและไม่พึ่งพาคำแนะนำจากผู้อื่นมากนัก ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีอิทธิพลอาจเนื่องจากในยุคดิจิทัลปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสมาร์ตโฟนส่วนตัวและสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างแพร่หลาย ทำให้โครงสร้างพื้นฐานจากปัจจัยภายนอกไม่ได้เป็นอุปสรรคสำคัญอีกต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al., (2012) ที่พบว่าการแพร่หลายของสมาร์ตโฟนทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพึ่งพาอุปกรณ์ส่วนตัวในการเข้าถึงเทคโนโลยีการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวมมาเลเซียที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยในครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

หน่วยงานภาครัฐควรมีการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวมมาเลเซียที่มาเที่ยวด้วยตนเองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มคนเริ่มทำงาน เป็นกลุ่มที่ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่และมีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควรเน้นการสื่อสารเพื่อยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้ เช่น TikTok หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยอาจจะนำบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีอิทธิพล (Influencers) และนำเช็กลิสต์ของนักท่องเที่ยวชาวมมาเลเซียมาไว้ที่สถานที่เที่ยว นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาแอปพลิเคชันท่องเที่ยวที่เป็นทางการของจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีความน่าเชื่อถือ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวชาวมมาเลเซีย ในการรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ฮาลาล และข้อมูลการเดินทาง โดยออกแบบให้รองรับภาษามลายูและภาษาไทย และการรับรองคุณภาพ (หรือรับรองฮาลาล) เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ของนักท่องเที่ยวชาวมมาเลเซียที่ใช้เทคโนโลยีในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท และสถานประกอบการท่องเที่ยวควรพัฒนาระบบจองออนไลน์และระบบ Check-in/Check-out อัตโนมัติที่ใช้งานง่ายและรวดเร็ว ตามหลักการ User Experience Design ของ Neuhofer et al. (2015) ที่เน้นการออกแบบเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการและตอบสนองการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรบูรณาการกับแพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์ยอดนิยม เช่น Agoda และ Booking.com ที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียใช้เป็นหลัก เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตนเองยังนิยมพักในรีสอร์ท/บังกะโล และบ้านพักที่เปิดให้เช่ารายวัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่พักขนาดเล็กควรนำที่พักเข้าสู่แพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้ในกาค้นหาแหล่งที่พัก เช่น ผ่านแพลตฟอร์ม Agoda booking หรือ Airbnb เป็นต้น

ในส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหาร คาเฟ่ หรือการบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดทางศาสนา (เช่น อาหารฮาลาล สปาฮาลาล) ควรสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวเข้าถึง เช่น การนำเสนอตราฮาลาลที่ผ่านการรับรอง การติดแฮชแท็ก (#) คำว่า “Halal” ในการโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น TikTok เพื่อให้นักท่องเที่ยวค้นหาได้ง่ายและสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับนักพัฒนาเทคโนโลยีและผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

นักพัฒนาเทคโนโลยีและผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อการออกแบบเทคโนโลยีที่เน้นความง่ายและประสิทธิภาพ เช่น การเว็บไซต์ท่องเที่ยวควรเน้นการออกแบบให้ใช้งานได้ง่ายสำหรับผู้ใช้งานทุกกลุ่มโดยมีรูปแบบหน้าจอที่เรียบง่าย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย รองรับหลายภาษา (โดยเฉพาะภาษามลายู) และมีฟังก์ชันการค้นหาที่มีประสิทธิภาพ ตามแนวคิดของ Venkatesh et al. (2003) ที่เน้นความสำคัญของความคาดหวังในประสิทธิภาพและความพยายาม นอกจากนี้ควรพัฒนาระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแบบปัญญาประดิษฐ์อัจฉริยะเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยว (AI-powered Recommendation System) ที่สามารถเรียนรู้และแนะนำสถานที่ที่เหมาะสมตามความชอบและพฤติกรรมของผู้ใช้แต่ละคน นอกจากนี้ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูง เพื่อปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลการเงินของผู้ใช้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยทางวัฒนธรรมและศาสนา โดยเป็นศึกษาเจาะลึกเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยทางวัฒนธรรมและศาสนาต่อการยอมรับและการตั้งใจใช้เทคโนโลยี เพื่อทำความเข้าใจความซับซ้อนของการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรมในบริบทอิสลาม-พุทธหรือพหุวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมถึงการศึกษเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวมุสลิมและนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น
2. การศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม เช่น การศึกษาเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์ความคาดหวัง และอุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยว
3. การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวแบบอิสระและแบบทัวร์ เกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้เทคโนโลยีระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (Free Independent Travelers) กับนักท่องเที่ยวแบบทัวร์ เพื่อทำความเข้าใจความแตกต่างและพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่ม

4. การศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการตั้งใจใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยวข้ามวัฒนธรรม เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568, 6 มกราคม). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค.-ธ.ค. ปี 2567 (เบื้องต้น). <https://www.mots.go.th/news/category/759>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568, 6 มกราคม). สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวธันวาคม 2567P. <https://www.mots.go.th/news/category/794>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรินทร์สิริ เชียงพันธ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2560/b199712e.pdf>
- วุฒิชัย ปูเต๊ะ. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/161660.pdf>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567, ม.ป.ป. มิถุนายน). ดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวปี 2567. https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/05/article_20241003144515.pdf
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567, 31 มกราคม). สนค. จับตาแนวโน้มภาคการท่องเที่ยวไทย สู่อากาศขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระยะยาว. <https://www.tpso.go.th/news/2501-0000000018>
- อนรรฆ พิทักษ์ธานิน. (2567, 12 กุมภาพันธ์). การพัฒนาความเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจบริเวณพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย: โอกาสและความท้าทาย. ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ. <https://isc.mfa.go.th/en/content/ความเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Farida Bhanu, M.Y., Pang, C.Y., Mohamed A.A., D., & Mohd. T. T (2023). The Role Of Halal-Friendly Hospitality Services In Increasing Visit Intention: A Muslim Tourist Perspective. *International Journal of Islamic Business*, 8(2), 1-17. <https://doi.org/10.32890/ijib2023.8.2.1>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Hyde, K. F., & Lawson, R. (2003). The nature of independent travel. *Journal of Travel Research*, 42(1), 13–23. <https://doi.org/10.1177/0047287503253944>
- Kang, J., & Namkung, Y. (2019). The role of personalization on continuance intention in food service mobile apps. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(2), 734–752. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2017-0783>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Li, F., Zhu, D., Lin, M. T., & Kim, P. B. (2024). The technology acceptance model and hospitality and tourism consumers' intention to use mobile technologies: Meta-analysis and structural

- equation modeling. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(5), 835–859. <https://doi.org/10.1177/19389655241226558>
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.11.003>
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*, 25(3), 243–254. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0182-1>
- Reisinger, Y., & Turner, L. W. (2003). *Cross-cultural behaviour in tourism*. Butterworth-Heinemann.
- Richards, G. (2018, March n.d.). *UNWTO report on tourism and culture synergies*. World Tourism Organization. https://www.researchgate.net/publication/323735031_UNWTO_Report_on_Tourism_and_Culture_Synergies
- Ridho, M. Z., Anuar, F. I., & Nazri, N. A. (2024). Conceptual Framework on Understanding the Behavioural Intention and Usage of Indonesian Tourists in Relation to The Digital Payment System: An Analysis of UTAUT. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 16(1), 419-431. https://fhtm.uitm.edu.my/images/jthca/Vol16Issue1/Chap_26.pdf
- San Martín, H., & Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 33(2), 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.003>
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row Publications.
- TravelandLeisureAsia. (2024, October 30). *Malaysia, Thailand joins forces for a cross-border self-drive adventure in Southeast Asia*. Travelandleisureasia. <https://www.travelandleisureasia.com/th/news/malaysia-and-thailand-launch-self-drive-initiative-to-boost-cross-border-tourism/>
- Ukpabi, D. C., Aslam, B., & Karjaluoto, H. (2019). Chatbot adoption in tourism services: A conceptual exploration. *Information and communication technologies in tourism 2019*. In Stanislav & Ivanov (Eds.), *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality* (pp.105-122) Emerald Publishing Limited
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, D., Park, S., & Fesenmaier, D. R. (2012). The role of smartphones in mediating the touristic experience. *Journal of Travel Research*, 51(4), 371–387. <https://doi.org/10.1177/0047287511426341>
- Wang, F., Peng, X., & Wang, Y. (2025). Adopting AR wayfinding in heritage tourism: extending the UTAUT in cultural contexts. *npj Herit. Sci.* 13, 484. <https://doi.org/10.1038/s40494-025-02069-z>
- Xiang, Z., Schwartz, Z., Gerdes, J., & Uysal, M. (2014). What can big data and text analytics tell us about hotel guest experience and satisfaction? *International Journal of Hospitality Management*. 44. 120-130. <https://10.1016/j.ijhm.2014.10.013>