

ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยว เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

Demands of LGBTQIA+ Tourists Towards Pattaya City Tourism, Chonburi Province

¹พันธุ์ทิพย์ แจ่มเนตต์, ²พุทธิดา บุญยเวทย์, ³อรวรรณ จันนวล และ ⁴ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์

¹ Phanthip Jangnert, ² Putthida Bunyavate, ³ Orawan Jannual and ⁴ Praphunphong Chinnaphong

^{1,2,3} นักศึกษาศาสาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์;

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

^{1,2,3} Student of Tourism Management Faculty of Management Sciences,

Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage

⁴ Assistant Professor of Tourism Management Faculty of Management Sciences,

Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage

¹ Corresponding Author. E-mail: praphunphong@vru.ac.th

Received February 6, 2023; Revised March 6, 2023; Accepted March 27, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2.) เปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ F-Test (Anova) ผลวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่าง 400 คน อายุเฉลี่ย 20 – 30 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท 2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) รองลงมาคือความพร้อมในการใช้งาน (Availability) และด้านลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) 3) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างตามวัตถุประสงค์พบว่า อายุและอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความต้องการของนักท่องเที่ยว; นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ;การท่องเที่ยวเมืองพัทยา

Abstract

The objectives of this research were; 1.) To study the needs of LGBTQIA+ tourists towards tourism in Pattaya, Chonburi province, 2.) To compare the level of demand of LGBTQIA+ tourists towards tourism in Pattaya, Chonburi province, based on personal factors The sample included 400 LGBTQIA+ tourists who had visited Pattaya, Chonburi province. Statistics used to analyze the data include percentage values, mean, standard deviation, and F-Test (Anova) The research found that 1.) A sample of 400 people with an average age of 20 – 30 years, mostly undergraduate students, had an average monthly income of 20,001 – 30,000 baht 2.) The demand for LGBTQIA+ tourists towards tourism in Pattaya, Chonburi province as a whole is very high. On a case-by-case basis, the biggest factors of LGBTQIA+ tourism are amenities, followed by availability and appearance 3.) Objective differences showed that the age and occupation of LGBTQIA+ travelers were different. Overall demand for tourism in Pattaya, Chonburi province as a whole did not differ statistically at the level of 0.05.

Keywords: Demands of Tourists; LGBTQIA+ Tourist; Pattaya City Tourism

บทนำ

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ หรือกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย นับว่าเป็นการสร้างความเท่าเทียมกันในสังคมทั่วทุกมุมโลก LGBTQIA+ เป็นตัวย่อของเพศวิถีต่าง ๆ ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ เริ่มใช้มาตั้งแต่ในช่วงกลางยุค 80 โดยคนในชุมชนผู้มีความหลากหลายทางเพศและนักสิทธิมนุษยชนในสหรัฐเป็นผู้ริเริ่มใช้ ก่อนจะแพร่ขยายไปทั่วโลก ในระยะแรกนั้นมีตัวย่อเพียง 4 ตัว คือ LGBT เมื่อมีเพศวิถีที่หลากหลายมากขึ้น จึงมีการเติมตัวอักษรต่าง ๆ และเครื่องหมายบวกเข้ามาภายหลัง LGBTQIA+ ย่อมาจากอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่ม L: Lesbian คือ เลสเบี้ยน หรือผู้หญิงที่ชอบผู้หญิงด้วยกัน G: Gay เกย์ คือ ผู้ชายที่ชอบผู้ชาย แต่บางคนก็กล่าวรวมว่าคือคนที่ชอบเพศเดียวกัน B: Bisexual คือ คนที่ชอบทั้งผู้ชายและผู้หญิง T: Transgender คือ คนข้ามเพศ กลุ่มนี้จะหมายถึงทั้งผู้หญิงที่มีจิตใจเป็นผู้ชาย และผู้ชายที่มีจิตใจเป็นผู้หญิง Q: Queer เป็นการเรียกกว้าง ๆ ถึงกลุ่มคนที่ไม่ได้มีเพศตามชนบสังคมทั่วไป ไม่จำกัดกรอบ Q : Questioning เป็นกลุ่มคนที่กำลังตั้งคำถามในเพศวิถีของตนยังไม่รู้ว่าตนเองเลือกอะไร แต่ไม่ใช่คนตรงเพศแน่นอน I : Intersex ภาวะเพศกำกวม กลุ่มที่มีทั้งโครโมโซมอวัยวะเพศของทั้งเพศชายและเพศหญิง A: Asexual กลุ่มที่ไม่รู้สึกทางเพศกับผู้อื่นหรืออาจรู้สึกเล็กน้อย ต้องมีบางอย่างมากระตุ้น A: Agender กลุ่มคนที่ไม่ต้องการระบุเพศว่าตนเองเป็นเพศใด (PRIDE AND PROUD,2565) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นตลาดทางการท่องเที่ยวขนาดใหญ่และมีมูลค่าสูงถึง 6.64 ล้านล้านบาท มีกำลังซื้อสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึงร้อยละ 40 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นเป้าหมายสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย อีกทั้งในมุมมองของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ประเทศไทย

ได้รับการยกย่องว่าเป็น 'LGBT Friendly Destination' อีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2563) นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ โดยธรรมชาติแล้วชอบการผจญภัยในเชิงประสบการณ์ ไม่กลัวสิ่งแปลกใหม่ เน้นการใช้จ่ายเพื่อเติมเต็มวันพักผ่อนให้คุ้มค่า (Voice Online,2562) แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็ไม่ได้นิยมท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ของประเทศไทยส่วนใหญ่จะเน้นเดินทางท่องเที่ยวไปยังเมืองหลักของประเทศ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต และเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีฐานะเป็นเขตการปกครองพิเศษ 1 ใน 2 แห่งของประเทศไทย มีพื้นที่แบ่งได้เป็น 4 ส่วน ได้แก่ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน เมืองพัทยาคือเมืองที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้วยธรรมชาติ หาดทราย ภูเขา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศูนย์กลางแห่งศิลปะ เมืองภาพยนตร์ ดนตรีและกีฬา โรงแรม รีสอร์ทและที่พักชั้นนำ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การบริการด้านสุขภาพ และสปาที่ได้คุณภาพมาตรฐาน เทศกาล และกิจกรรมการท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่ต่อเนื่องที่สามารถเข้าร่วมได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งยังมีห้างสรรพสินค้าและร้านค้าชั้นนำที่เรียงรายอยู่ทั่วทุกมุมเมืองด้วยสินค้าที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถตีตลาด และสัมผัสกับบรรยากาศสีสันยามราตรี เป็นเมืองที่มีความเสรี เปิดรับนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ (อิทธิวัฒน์ สุวรรณรัตน์,2559) อีกทั้งยังเป็นนายกเมืองพัทยาหัวหน้าฝ่ายบริหารเขตปกครองพิเศษและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รูปแบบพิเศษได้ส่งเสริม และสนับสนุนอาชีพของกลุ่มเพศทางเลือก เพื่อให้เกิดการยกระดับรายได้ และสร้างความเท่าเทียมกันกับคนทั่วไป สะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองพัทยาให้เกิดชื่อเสียง เหมาะกับทุกเพศทุกวัย ทุกเจนเนอเรชันด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ LGBTQIA+ นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (ปรเมศวร์ งามพิเชษฐ์,2565) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาเพื่อประกอบกิจกรรมที่ตนสนใจ ได้แก่ ถ่ายรูปเช็คอินร้านอาหารหรือจุดเด่นสำคัญ กีฬากลางแจ้งหรือกิจกรรม Soft Adventure รวมทั้งการท่องเที่ยว Nightlife (ชญาณีน วังซ้าย,2561)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าเมืองพัทยาคือเมืองที่มีความพร้อมในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว เป็นเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีกิจกรรมที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ซึ่งในปัจจุบันเป็นกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการศึกษาค้นคว้าความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จะเป็นแนวทางสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน และเปิดโลกทัศน์สำหรับบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับการมองภาพลักษณ์ของผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศให้ได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและนำมาพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร

การวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้ขนาดตัวอย่าง 384 คน เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูลจึงเพิ่มจำนวนประชากรเป็น 400 คน โดยใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ และลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่เคยมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random) โดยการคัดเลือกจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อใช้ในการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยว 9As

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะความต้องการในลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยใช้ IOC (Index of Item Objective Test) ได้รับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.98 และทำการทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ในพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่เป้าหมายได้แก่ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.98 จากนั้นนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยการเก็บข้อมูลออนไลน์ ผู้วิจัยทำการค้นหาแพลตฟอร์มที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยว LGBTQIA+ จากนั้นทำการส่งข้อมูลแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ เฟสบุ๊ก ไลน์ สแกน QR Code ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ในกระบวนการนี้ผู้วิจัยได้สร้างความเป็นมิตรกับผู้ให้ข้อมูล (Build Rapport) ตามเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการแนะนำตนเองอย่างเปิดเผย พร้อมใช้ประโยคทักทายอย่างเป็นมิตร และอธิบายวัตถุประสงค์ของงานวิจัยให้ผู้ทำแบบสอบถามเข้าใจเป้าหมายในการเก็บแบบสอบถาม จากนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวทำการสแกน QR Code เพื่อเข้าไปดำเนินการตอบแบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มนักท่องเที่ยวใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 10-20 นาที

จากนั้นกดส่ง หรือ Submit ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลสรุปเพื่อนำมาวิเคราะห์ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยว 9 As โดยวิธีหาค่าเฉลี่ย (Means) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยค่าสถิติ F-Test (ANOVA) โดยการแปลผลความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีแปลความหมายค่าเฉลี่ยคะแนนตามเกณฑ์ของ (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ดังนี้ 4.50–5.00 = มากที่สุด, 3.50–4.49 = มาก, 2.50–3.49 = ปานกลาง, 1.50–2.49 = น้อย, 1.00–1.49 = น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA + ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 20–30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถเดินทางเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายและหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสถานบันเทิงต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดนิทรรศการ เทศกาลงานดนตรีอีกมากมาย รวมไปถึงร้านค้าใช้จ่ายภายในพื้นที่ก็ไม่เกินศักยภาพทางการเงินของกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ทำให้สามารถจับจ่ายใช้สอยได้อย่างสะดวก จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1 ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	4.30	0.50	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.50	0.42	มากที่สุด
3. การเข้าถึง (Accessibility)	4.45	0.45	มาก
4. กิจกรรม (Activities)	4.43	0.47	มาก
5. ที่พักแรม (Accommodation)	4.47	0.45	มาก
6. ความพร้อมในการใช้งาน (Availability)	4.49	0.45	มาก
7. ความมั่นใจ (Assurance)	4.47	0.47	มาก
8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance)	4.48	0.45	มาก
9. ความชื่นชม (Appreciation)	4.45	0.45	มาก
เฉลี่ยรวม	4.45	0.69	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.42) รองลงมาคือความพร้อมในการใช้งาน (Availability) ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.45) ด้านลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.45) ด้านที่พักแรม (Accommodation) ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.45) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.47) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.45) ด้านความชื่นชม (Appreciation) ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.45) ด้านกิจกรรม (Activities) ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.47) และปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านที่น้อยที่สุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.50)

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประเด็นความต้องการ	ปัจจัยส่วนบุคคล							
	อายุ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	0.30	0.88	3.27	0.02*	1.50	0.20	3.00	0.01*
2. อำนวยความสะดวก(Amenities)	0.80	0.52	3.56	0.01*	1.90	0.10	6.32	0.00*
3. การเข้าถึง(Accessibility)	0.30	0.88	3.10	0.03*	0.55	0.69	6.45	0.00*
4. กิจกรรม (Activity)	0.75	0.56	5.21	0.00*	1.50	0.20	6.89	0.00*
5. ที่พักแรม (Accommodation)	1.42	0.23	3.50	0.02*	2.24	0.06	3.56	0.00*
6. ความพร้อมในการใช้งาน (Availability)	0.48	0.75	3.42	0.02*	2.33	0.06	7.66	0.00*
7. ความมั่นใจ (Assurance)	0.72	0.58	3.90	0.01*	2.50	0.04*	6.40	0.00*
8. ลักษณะที่ปรากฏ (Appearance)	0.35	0.84	4.66	0.00*	1.70	0.14	7.00	0.00*
9. ความชื่นชม (Appreciation)	0.29	0.89	2.77	0.04*	1.51	0.18	5.74	0.00*
รวม	0.34	0.81	3.28	0.00*	1.53	0.15	6.57	0.00*

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างด้วยค่าสถิติ F-Test (ANOVA) พบว่า อายุและอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่การศึกษาและรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้พบว่า การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านความมั่นใจ (Assurance) แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่ามีประเด็นต่าง ๆ ที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในประเด็น 1) ต้องการให้เมืองพัทยามีแหล่งบริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ อย่างครบถ้วน 2) ต้องการให้เมืองพัทยามีระบบการสื่อสารที่ครอบคลุมพื้นที่สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว

3) ต้องการให้เมืองพัทยามีร้านอาหารที่หลากหลายระดับสำหรับนักท่องเที่ยว ด้านความพร้อมในการใช้งาน (Availability) ในประเด็น 1) ต้องการให้เมืองพัทยามีความพร้อมในการบริการนักท่องเที่ยวทุกฤดูกาล 2) ต้องการให้เมืองพัทยามีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน 3) ต้องการให้บุคลากรทางการท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยว และต้องการให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้มีความพร้อมสำหรับให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านลักษณะที่ปรากฏ (Appearance) ในประเด็น 1) ต้องการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ประกอบการในเมืองพัทยา 2) ต้องการความรู้สึกละอายใจทางด้านการแต่งกายและจิตใจเมื่อมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา 3.) ต้องการให้ผู้ให้บริการในเมืองพัทยาสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ พลสาร แก้วทิพย์ (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ LGBTQ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ได้แก่ สถานที่พัก การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต่างก็ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวที่ครอบคลุม ทั้งทางด้าน สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงข้อมูล การบริการ ความปลอดภัย และความคุ้มค่าต่อสินค้า/บริการ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ ภัทร์นลิน เกียรติกมลศรี และ ครินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่าภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) ต่อเมืองพัทยาเรียงลำดับดังนี้ 1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ และสอดคล้องกับ ปิยะฉัตร ปวงนิยม จิราทัศน์ รัตนมณีฉัตร และ นิติบดี สุขเจริญ (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศสำหรับธุรกิจโรงแรม พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป กล่าวคือ ต้องการไปเที่ยวเพื่อผ่อนคลายและพักผ่อน (Relaxation and Enjoyment) หลบหนีบรรยากาศแบบเดิมจากถิ่นพำนักของตน (Escape from their Home Environment) การหาประสบการณ์ใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยว (Explore the New Experience) รวมถึงการได้แสดงตัวตนได้อย่างอิสระ (Be Themselves)

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า อายุและอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่การศึกษาและรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ แตกต่างกัน มีความต้องการต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับชฎาพร เพ็งศิริ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเมืองพัทยา และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยท่องเที่ยวเมืองพัทยามีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาโดยรวมต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเมืองพัทยา และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยท่องเที่ยวเมืองพัทยามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจในการท่องเที่ยวเมืองพัทยารวมต่างกัน ทั้งยังสอดคล้องกับ อาริวรรณ บัวเพ็ญ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย : กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี พบว่าระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับ ภัทรนลิน เกียรติกุลศรี และ ครินยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ รายได้ และระดับการศึกษา มีความภักดีต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านอาชีพมีความภักดีต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ควรนำผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ ที่มีต่อความต้องการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มาปรับใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ให้สามารถสร้างความประทับใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ควรให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรเพิ่มกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQIA+ โดยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการขยายฐานตลาดการท่องเที่ยว และเพิ่มคุณค่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี มีคุณภาพและน่าสนใจในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เพื่อเป็นประโยชน์เพิ่มเติมในส่วนที่วิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถอธิบายได้

2) ควรทำการศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรกลุ่มอื่น ๆ เพิ่มเติม โดยอาจเพิ่มในเรื่องของการตลาดหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และมีการเจาะจงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ชัดเจนมากกว่านี้ เพื่อเป็นการต่อยอดและขยายโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *ส่องโอกาสสร้างเม็ดเงินทางการท่องเที่ยวจากกลุ่ม LGBTQ*. ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการตลาดท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2565, จาก www.tatacademy.com/th/articles/article/.
- ชญาณิน วังชัย. (2561). *เรื่อง LGBTQ inside out สรุประเด็นจากการสำรวจความเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง LGBTQIA*. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, จาก www.tatreviewmagazine.com/article/lgbtq-inside-out/
- ชฎาพร เพ็งหิรัญ. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วย SPSS*. กรุงเทพมหานคร: วิชั่นเตอร์พรีนทร์ กรุงเทพมหานคร.
- ปรเมศวร์ งามพิเชษฐ์. (2565). *ทีมเรารักพัทยา สานพลังกลุ่ม LGBT สร้างรายได้ยกระดับท่องเที่ยวสู่เมืองนานาชาติ*. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2565, จาก www.naewna.com/politic/652992.
- ปิยะฉัตร ปวงนิยม, จิราทัศน์ รัตนมณีฉัตร และนิติบดี ศุขเจริญ. (2560). *แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศสำหรับธุรกิจโรงแรม*. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(3), 2455–2471.
- พลกร แก้วทิพย์. (2562). *การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล,
- ภัสรณ์สิน เกียรติภมลศรี และศรีนยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15. หน้า 1070–1084. บัณฑิตวิทยา มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อภิวัฒน์ สุวรรณรัตน์. (2559). *พัฒนาย่านเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2565, จาก www.sites.google.com/site/pattaya2611/

อารีวรรณ บัวเพื่อน. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย : กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Cochran W.G. (1977). *Sampling Techniques (3rd Edition)*. New York: John Wiley and Sons.

PRIDE AND PROUD. (2565). เปิดตัวย่อ "LGBTQIA+" คืออะไร มาจากไหน. สืบค้นเมื่อ 24 มกราคม 2566, จาก www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1008000.

Voice Online. (2562). ส่องโอกาสตลาดกลุ่ม LGBT พื้นที่ท่องเที่ยวไทย ยุคเศรษฐกิจฝืด. สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2565, จาก www.voicetv.co.th/read/xll3YtBCy.