

**ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในการใช้บริการที่พักแรม
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**

**The Expectations of LGBTQ+ Tourists to Using Accommodation in Mueang
District, Chiang Rai Province**

- ◆ นายวัชรระ ธงพินสา นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ นายวรชน บุญอาจ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ นางสาววิมลพิภา เขตพิมล นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ นางสาวศิริรัตน์ เฉิน นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ นางสาวกมลชนก สุธิบุตร นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฤทัย ครองยุติ อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ◆ อาจารย์ปทุมพร แก้วคำ อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Abstract

This research aims to 1) study the behavior of LGBTQ+ tourists in using accommodation services in Mueang District, Chiang Rai Province 2) study the expectations of LGBTQ+ tourists regarding use of accommodation services in Mueang District, Chiang Rai Province. The sample consisted of 400 LGBTQ+ tourists by using random sampling. Using a questionnaire as a research tool. Data were analyzed by descriptive statistics.

The results found that 1) Most of the respondents were between 19 - 30 years old, single, bachelor's degree, student, average income 10,001 - 15,000 baht/month, and originally from central region. The travel time is 1 - 3 days. The media that stimulates interest are Facebook, TikTok, and Instagram, respectively. The respondents require a safety, good service, and complete facilities, respectively. They decide to choose their own accommodation. 2) The expectations regarding use of accommodation services found that respondents had highest expectations in terms of facilities, service, and safety respectively.

Accommodations should focus on improving the facilities and services of employees to meet the needs of LGBTQ+ tourists and create public relations media through channels online to stimulate interest in choosing to stay.

Keywords : Expectations, LGBTQ+, Accommodation

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในการใช้บริการที่พักแรม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 2) ศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ที่มีต่อการใช้บริการที่พักแรมอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ จำนวน 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 15,000 บาท/เดือน และมีภูมิลำเนาจากภาคกลาง ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 – 3 วัน สื่อที่กระตุ้นความสนใจคือ Facebook TikTok และ Instagram ตามลำดับ โดยต้องการการบริการที่มีความปลอดภัย การบริการที่ดี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตามลำดับ และตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตนเอง 2) ผลการศึกษาความคาดหวังต่อการใช้บริการที่พักแรมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือด้านการบริการและด้านความปลอดภัย ตามลำดับ ทั้งนี้ที่พักแรมควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการของพนักงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อกระตุ้นความสนใจในการเลือกเข้าพัก

คำสำคัญ : ความคาดหวัง LGBTQ+ ที่พักแรม

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ ธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรงและถือเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้แก่ทุกภูมิภาคของประเทศ (สุสิวรรณ ปราณีธรรม, 2561) จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองรองซึ่งรัฐบาลมีนโยบายในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเมืองรองโดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านศิลปวัฒนธรรมและยังเป็นแหล่งอารยธรรมชาติพันธุ์และศิลปิน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2561) การให้บริการที่ประทับใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเกิดการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำซึ่งเป็นการสร้าง

รายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและเจ้าด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศได้อย่างมหาศาล (ชนิษฐา แจ่มน่าน, 2561) ซึ่งผู้ให้บริการมักมีความคาดหวังว่าก่อนการเลือกใช้บริการที่จะต้องได้รับการบริการเท่ากับที่เขาคาดหวัง โดยเมื่อได้รับการบริการที่ตรงหรือมากกว่าความคาดหวังจะก่อให้เกิดเป็นความพึงพอใจ (ปราชญ์ ปุณณสุภารมย์ และ ขวัญฤทัย ครองยุติ, 2564)

ปัจจุบันจังหวัดเชียงรายถือเป็นเมืองท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว LGBTQ+ อันเป็นผลมาจากนโยบายของรัฐบาลในการให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมของกลุ่มความหลากหลายทางเพศ (ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร, วิลาสินี เขมะปัญญา, พชรฐ วันเรืองโชค, 2564) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ จึงได้จัดทำแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจและนิยมไป ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ เกาะสมุย หัวหิน และ พัทยา (วีรบุรณ วิสารทสกุล และคณะ, 2564) โดยมีการคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นตลาดที่ใหญ่และมีมูลค่าสูง 6.64 ล้านล้านบาท และมีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปร้อยละ 40 ของการใช้จ่ายทั้งหมด (Out Now Consulting, 2563) อย่างไรก็ตามจังหวัดเชียงรายยังขาดองค์ความรู้ ความเข้าใจที่จะให้บริการทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ซึ่งจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่ายังไม่มีการศึกษาความคาดหวังและพฤติกรรมการท่องเที่ยวและใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดเชียงราย (ปิยะฉัตร ปวงนิม จิราทัศน์ รัตนมณีฉัตร และ นิติบดี สุขเจริญ, 2560) ดังนั้นผลการศึกษานี้สามารถนำไปสู่การวางแผนปรับปรุงการให้บริการและเพิ่มโอกาสของธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดเชียงรายในการเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในการใช้บริการที่พักแรม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ที่มีต่อการใช้บริการที่พักแรมอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

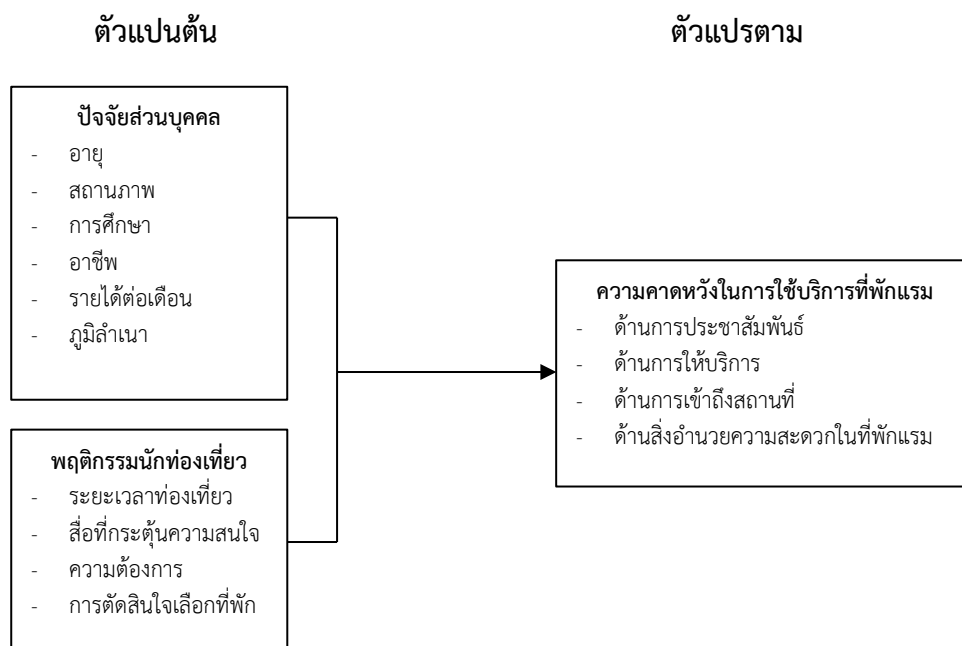
ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในการใช้งานที่พักแรมอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และศึกษาความคาดหวังที่มีต่อการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+

ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านสถานที่ ที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา 4 เดือน (ระหว่างเดือนมิถุนายน - กันยายน 2566)

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ หมายถึง บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ประกอบด้วย เลสเบี้ยน เกย์ ไบเซ็กชวล ทรานส์เจนเดอร์ ควีร์ เป็นต้น ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในช่วงเดือน มิถุนายน - กันยายน 2566

ที่พักแรม หมายถึง สถานที่สำหรับให้บริการพักค้างคืนแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์ บังกะโล รีสอร์ท โรงแรม อพาร์ทเมนต์ แมนชั่น โฮมสเตย์ และโฮสเทล ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการหรือความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในช่วงก่อนการใช้บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึงสถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักรวม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว LGBTQ+

องค์การอนามัยโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงการจัดประเภทของโรคระหว่างประเทศโดยกล่าวว่าการมีเพศสภาพไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิดนั้นไม่ถือว่าเป็นอาการป่วยทางจิต แนวคิดเรื่องเพศประกอบไปด้วย 3 มิติ ได้แก่ เพศทางร่างกายสรีระ (Sex) เพศที่เป็นบทบาททางสังคม (Gender) และเพศในทางกามารมณ์ เพศสัมพันธ์และอารมณ์ความรู้สึก (Sexuality, Sexual Orientation) โดยในบริบทของสังคมไทยมีการใช้คำว่า “เพศ” เพียงคำเดียวแต่กินความหมายได้หลายมิติ ซึ่งต่างจากการใช้คำศัพท์ในภาษาอังกฤษที่มีอยู่

หลายคำที่เกี่ยวข้อง เช่น Sex ที่หมายถึงเพศทางร่างกาย Gender ซึ่งมักถูกแปลเป็นภาษาไทยว่า เพศสภาพ เพศภาวะ หรือเพศสภาวะ และ Sexuality หรือ Sexual Orientation ซึ่งจะหมายถึงเพศในความหมายเกี่ยวกับกามารมณ์ ความรู้สึกดึงดูด อารมณ์ปรารถนาทางเพศหรือความรักใคร่ชอบพอ มักถูกแปลเป็นภาษาไทยว่า เพศวิถี (World Bank Group, 2016) ปัจจุบันสามารถพบเห็นกลุ่มคนที่เป็นเพศทางเลือก LGBTQ+ ได้ทั่วไป ชีรา ทองกระจ่าง (2561) กล่าวว่าในทางการแพทย์บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไม่ได้เป็นโรคหรือมีความผิดปกติทางจิตใจแต่อย่างใด เพียงแต่เป็นส่วนผสมทั้งภายในและภายนอกที่หลากหลาย เช่น ฮอร์โมน สารเคมีในสมอง การเลี้ยงดู วัฒนธรรมและพื้นฐานทางสังคมที่หล่อหลอมตัวบุคคลจึงไม่ใช่ความผิดปกติแต่อย่างใด ทั้งนี้ ปิยะฉัตร ปวงนิยม จิราทัศน์ รัตนมณีฉัตร และนิติบดี ศุขเจริญ (2560) กล่าวว่า ประเทศไทยควรมีการจัดทำแนวทางการท่องเที่ยวเจาะกลุ่ม LGBT และควรจัดประเภทสินค้าทางการท่องเที่ยวของกลุ่ม LGBT ให้เหมาะสมและชัดเจน โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2560) กล่าวว่าข้อมูลผู้บริโภคเชิงพฤติกรรมกลุ่ม LGBT ในสหรัฐอเมริกาใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง ความสวยงาม สัตว์เลี้ยง และเพื่อปรับปรุงที่อยู่อาศัย LGBT ในแคนาดาจะมีการศึกษาสูง นิยมท่องเที่ยวบ่อยและนานกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น คาดหวังและชื่นชอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เลือกซื้อแบรนด์ที่บริษัทมีการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่ม LGBT โดยประเทศไทยที่จะสามารถดึงดูดชาว LGBT ด้วยบริการด้านโรงแรมที่มีศักยภาพและความพร้อมรวมถึงเสื้อผ้า เครื่องประดับ ของขวัญ ของตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน และของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น ทั้งนี้ Khan (2013) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBT มีความต้องการด้านความปลอดภัยในการเปิดเผยตัวตน ไม่ต้องปิดบังจากคนรู้จัก โดยกลุ่ม LGBT มีแนวโน้มที่จะเดินทางคนเดียวและเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักที่อยู่ในสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกับคนกลุ่มเดียวกัน อีกทั้งยังคาดหวังการให้บริการที่เป็นมิตรต่อกลุ่ม LGBT ให้บริการนักท่องเที่ยว LGBT เสมอกับลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ไม่เหยียดเพศหรือแบ่งแยกให้รู้สึกถึงความแตกต่าง โดย บรรเจิด สิงคะเนติ (2562) กล่าวว่า บุคคลหรือมนุษย์ทุกคนในสังคมต้องได้รับการปฏิบัติและได้รับความเคารพเช่นเดียวกับบุคคลอื่นๆในสังคม ซึ่งศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์นั้นรวมอยู่ในสิทธิขั้นพื้นฐานนอกเหนือจากสิทธิในชีวิตและร่างกายและจิตใจความเสมอภาคถือเป็นหลักประกันพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ซึ่งทุกคนในสังคมต้องได้รับการคุ้มครองจากรัฐอย่างเท่าเทียมกัน

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม คือการแสดงออกของการกระทำ กิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behaviour หรือ Behavior ซึ่งแปลว่า การปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการหรือการแสดงออก (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545) ทั้งนี้ ประสิทธิ์ ทองอุ่น (2542) ได้แบ่งประเภทของพฤติกรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) พฤติกรรมภายในเป็นพฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมที่รู้ได้ บุคคลอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของพฤติกรรมที่จะไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรงถ้าไม่แสดงออก พฤติกรรมภายในเป็นกระบวนการการทำงานของสมอง และ 2) พฤติกรรมภายนอกเป็นพฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยังรับรู้ถึงพฤติกรรมนั้นของตนเอง บุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัยการสังเกต

สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2545) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกลักษณะการกระทำของนักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในการใช้บริการที่พักแรม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ของการใช้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมที่แสดงออกมารวมถึงพฤติกรรมที่อาจจะมีขึ้นในอนาคตตามคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้น โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ได้แก่ 1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและสามารถบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ หากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดีการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้จ่ายไปในราคาที่ค่อนข้างสูง 2) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก การแสดงออกของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย 3) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ มีผลต่อสังคมและวัฒนธรรมที่หล่อหลอมและถ่ายทอดเป็นซึ่งจะเป็นตัวกำหนดธรรมเนียมและค่านิยมในการเดินทาง 4) ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวไม่นิยมเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง 5) ปัจจัยทางสื่อมวลชนมีบทบาทและส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งสามารถสร้างเสริมและทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม 6) ปัจจัยทางเวลา สภาพ และสุขภาพ นักท่องเที่ยวจะวางแผนการท่องเที่ยวหรือเดินทางปัจจัยทั้งสามอย่างจะต้องพร้อมเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาต่อการเดินทางท่องเที่ยว 7) ปัจจัยทางเทคโนโลยี ซึ่งได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องค้นหาพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไรเพื่อช่วยให้ฝ่ายการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่มีต่อคนอื่นให้กระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตนปรารถนา โดยใช้ความคาดหวังเป็นแนวทางกำหนดพฤติกรรมต่อบุคคลที่ตนคาดหวังในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง โดยความคาดหวังเป็นทัศนคติที่เกี่ยวกับความต้องการหรือความปรารถนาที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับจากบริการนั้นๆ (รัตน สุธะนิษฐ์, 2547) องค์ประกอบของความคาดหวังประกอบด้วย บริการที่พึงประสงค์เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ว่าจะได้รับหรือปรารถนาที่จะได้รับซึ่งระดับของความปรารถนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคลและความเชื่อของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการที่ได้รับบริการที่เพียงพอ โดย Lewin *et al*, (1944) กล่าวว่าองค์ประกอบพื้นฐานในการสร้างระดับความคาดหวังได้แก่มาตรฐานของสังคม แรงผลักดัน ความขัดแย้ง การตัดสินใจ ลักษณะของพฤติกรรม ค่านิยม ความสำเร็จ ความล้มเหลว และพัฒนาการของบุคลิกภาพ ความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้มีทั้งความคาดหวังในระยะสั้นและความคาดหวังในระยะยาวนอกจากนี้ยังมีความคาดหวังในทางบวกและความคาดหวังในทางลบ (Hurlock, 1973) โดยความคาดหวังจะนำไปสู่พฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในช่วงระหว่างเดือน มิถุนายน 2566 – กันยายน 2566

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในช่วงระหว่างเดือน มิถุนายน 2566 – กันยายน 2566 ทั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรจึงเลือกใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยกำหนดสัดส่วนตัวอย่างร้อยละ 60 จากประชากรทั้งหมด และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 369 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บแบบสอบถามและให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด ผู้วิจัยจึงเพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถามเป็น 400 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

เครื่องมือที่ใช้วิจัยได้แก่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยเนื้อหาประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในการใช้บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และส่วนที่ 3 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และค้นคว้าข้อมูลจากเครือข่ายเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม
2. เตรียมแบบสอบถามเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.813
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำและนำไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงจำนวน 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ครอนบาคัลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.903
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 400 คน จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผู้ศึกษาได้รวบรวมและผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยแบ่งการรายงานผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 19 - 30 ปี คิดเป็น ร้อยละ 56.0 รองลงมา คือ อายุ 31 - 45 คิดเป็นร้อยละ 24.0 และอายุ 13 - 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ มีสถานภาพอยู่ในสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคือมีแฟน/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 30.05 และสถานภาพแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 22.80 ตามลำดับ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 16.50 และระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.30 รองลงมาคือน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 28.50 และภาคอีสาน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในการใช้บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาในการใช้บริการอยู่ในช่วงระหว่าง 1 - 3 วัน คิดเป็น ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ 5 - 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 35.30 และ 10 - 15 วัน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ โดยสื่อที่กระตุ้นทำให้สนใจการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ Facebook คิดเป็นร้อยละ 36.70 รองลงมาคือ Tiktok คิดเป็นร้อยละ 34.80 และ Instagram คิดเป็นร้อยละ 31.80 ตามลำดับ สิ่งที่ต้องการจากสถานที่บริการมากที่สุดคือ ความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 34.60 รองลงมาคือ การบริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 30.70 และสิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 27.50 ตามลำดับ ทั้งนี้ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็น ร้อยละ 29.80 และแฟน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการที่พักแรมของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+

ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการที่พักแรมของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คาดหวัง
ด้านการประชาสัมพันธ์	4.31	0.48	มากที่สุด
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่พิกผ่านสื่อ ออนไลน์หลากหลายช่องทาง	4.41	0.75	มากที่สุด

ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการพักผ่อนของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คาดหวัง
2. มีป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายบอกทิศทางที่ ถูกต้อง ชัดเจนและเหมาะสม	4.31	0.71	มากที่สุด
3. มีบริการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อ ผู้ใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.32	0.70	มากที่สุด
4. ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ตรงกับ ความเป็นจริง ไม่หลอกลวง	4.25	0.75	มากที่สุด
5. มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ทันสมัย ถูกต้อง และชัดเจน	4.25	0.71	มากที่สุด
ด้านการให้บริการ	4.36	0.45	มากที่สุด
1. พนักงานมีความเข้าใจในความแตกต่างทาง เพศและให้บริการอย่างเท่าเทียม	4.50	0.62	มากที่สุด
2. พนักงานมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ต่อ ผู้ให้บริการ ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	4.31	0.65	มากที่สุด
3. มีจำนวนพนักงานและเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อ จำนวนผู้ให้บริการ	4.32	0.72	มากที่สุด
4. การให้บริการเป็นไปตามระบบและขั้นตอนใน การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่ติดขัด	4.33	0.67	มากที่สุด
5. มีการบริการที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวก และเป็น กันเอง	4.32	0.69	มากที่สุด
6. มีการรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของ ผู้ให้บริการทุกคน	4.35	0.71	มากที่สุด
7. พนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการ ให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี	4.41	0.67	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึงสถานที่	4.34	0.48	มากที่สุด
1. มีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ	4.42	0.69	มากที่สุด
2. สภาพการจราจรคล่องตัว ไม่ติดขัด	4.25	0.74	มากที่สุด
3. มีป้ายบอกการเดินทางไปยังที่พักอย่างชัดเจน	4.22	0.75	มากที่สุด
4. มีระบบขนส่งสาธารณะหรือขนส่งมวลชนผ่าน ที่พัก	4.36	0.66	มากที่สุด
5. มีบริการรถรับส่งจากที่พักไปยังสนามบินหรือ สถานีขนส่ง	4.31	0.74	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก	4.45	0.39	มากที่สุด
1. ที่พักแรมใช้อุปกรณ์ภายในห้องพักที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐาน	4.56	0.55	มากที่สุด

ความคาดหวังที่มีต่อการใช้บริการพักผ่อนของ นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คาดหวัง
2. จำนวนห้องพักเพียงพอต่อการใช้บริการเป็น หมู่คณะ	4.43	0.68	มากที่สุด
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางครบครัน เพียงพอ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย ลิฟต์ WIFI	4.42	0.62	มากที่สุด
4. มีบริการร้านค้า ร้านอาหาร ธนาคาร และจุด บริการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง	4.38	0.70	มากที่สุด
5. ห้องน้ำสะอาด ไม่มีกลิ่น มีสบู่ล้างมือ ทิชชู เพียงพอ	4.47	0.65	มากที่สุด
6. พื้นที่จอดรถมีขนาดเหมาะสมและเพียงพอ	4.45	0.65	มากที่สุด
7. มีการบริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและไกด์ นำเที่ยว	4.46	0.67	มากที่สุด
8. มีการให้บริการด้านความปลอดภัยระหว่าง การเข้าพัก เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย กล้อง วงจรปิด ระบบป้องกันอัคคีภัย ตู้นิรภัย	4.40	0.67	มากที่สุด
9. มีพนักงานคอยให้บริการประจำที่เคาท์เตอร์ ตลอด 24 ชั่วโมง	4.24	0.68	มากที่สุด
10. มีการจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศ ภายในที่พักแรมให้ตรงกับรสนิยมของเพศทางเลือก	4.23	0.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อการใช้บริการที่พักแรมในระดับมากที่สุดในทุกด้าน โดยด้านที่มีคะแนนสูงสุดคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรม ($\bar{X} = 4.45$, S.D = 0.39) รองลงมาคือด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 4.36$, S.D = 0.45) และด้านการเข้าถึงสถานที่ ($\bar{X} = 4.34$, S.D = 0.48) ตามลำดับ โดยเพื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านการประชาสัมพันธ์ ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดคือ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่พิกผ่านสื่อออนไลน์หลากหลายช่องทาง ($\bar{X} = 4.41$, S.D = 0.75) รองลงมา คือ มีบริการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.32$, S.D = 0.70) และมีป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายบอกทิศทางที่ถูกต้อง ชัดเจนและเหมาะสม ($\bar{X} = 4.31$, S.D = 0.71) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการ ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดคือ พนักงานมีความเข้าใจในความแตกต่างทางเพศและให้บริการอย่างเท่าเทียม ($\bar{X} = 4.50$, S.D = 0.62) รองลงมาคือ พนักงานมีความใส่ใจในการให้บริการ ให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี ($\bar{X} = 4.41$, S.D = 0.67) และมีการรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการทุกคน ($\bar{X} = 4.35$, S.D = 0.71) ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึงสถานที่ ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดคือ มีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ($\bar{X} = 4.42$, S.D = 0.69) รองลงมาคือมีระบบขนส่งสาธารณะหรือขนส่งมวลชนผ่าน

ที่พักแรม ($\bar{X} = 4.36$, S.D = 0.66) และมีบริการรถรับส่งจากที่พักไปยังสนามบินหรือสถานีขนส่ง ($\bar{X} = 4.31$, S.D = 0.74) ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรม ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดคือ ที่พักแรมใช้อุปกรณ์ภายในห้องพักที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.56$, S.D = 0.55) รองลงมาคือ ห้องน้ำสะอาด ไม่มีกลิ่น มีสบู่ล้างมือ ทิชชูเพียงพอ ($\bar{X} = 4.47$, S.D = 0.65) และ มีการบริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและไกด์นำเที่ยว ($\bar{X} = 4.46$, S.D = 0.67) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19 - 30 ปี มีสถานะโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย 10,001 - 15,000 บาท/เดือน มาจากภาคกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ ภัสรณลิน เกียรติกมลศรี และศรีนยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ (2563) และปิยพร ทองสุข (2558) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานซึ่งวัยดังกล่าวมักมีพฤติกรรมในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการหาข้อมูลต่างๆ โดยจากผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ครั้งนี้พบว่าสื่อที่กระตุ้นทำให้สนใจการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ Facebook Tiktok และ Instagram และตัดสินใจใช้บริการหรือเลือกที่พักแรมด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการจองที่พักของนักท่องเที่ยวในการศึกษาของบุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล และพลกร แก้วทิพย์ (2565) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ เลือกใช้ช่องทางการจองที่พักออนไลน์และการค้นหาข้อมูลที่พักที่มีความแตกต่างรวมถึงการตกแต่งห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมในการใช้บริการที่พักโดยเฉพาะในเรื่องของการรับรองความเป็นส่วนตัวและความสะดวกสบาย ซึ่งมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในส่วนของการศึกษาคความคาดหวังพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อการใช้บริการที่พักแรมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรมเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการให้บริการและด้านการเข้าถึงสถานที่ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าที่พักจำเป็นต้องมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักแรมรวมทั้งการบริการต่างๆที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล และพลกร แก้วทิพย์ (2565) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศให้ความสำคัญในการเลือกสถานที่พัก การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว เป็น 3 อันดับแรก ในขณะที่ผลการศึกษาของ ภัสรณลิน เกียรติกมลศรี และศรีนยา ละอองอินทร์ ทยานศิลป์ (2563) กล่าวสรุปว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเพศทางเลือกต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจ ทั้งนี้ ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา (2523) กล่าวว่าความคาดหวังเป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนั้นบริการที่พึงประสงค์เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ว่าจะได้รับหรือปรารถนาที่จะได้รับ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถนำเสนอสินค้าหรือการบริการได้ตามที่นักท่องเที่ยวปรารถนาจะเป็นผลให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ เกิดเป็นประสบการณ์ที่ดีมีคุณค่า และส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการหรือบอกต่อความประทับใจไปยังบุคคลอื่นได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เจ้าของที่พักแรมหรือผู้ประกอบการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรม และการให้บริการที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ โดยเฉพาะการเลือกใช้อุปกรณ์ภายในห้องพักที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน และการดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำและพื้นที่สาธารณะที่ใช้ร่วมกัน
2. ควรมีการอบรมพนักงานและผู้ให้บริการของที่พักแรมให้มีความตระหนัก เข้าใจ และเคารพในความแตกต่างทางเพศ ให้บริการด้วยความใส่ใจ สุภาพ มีอัธยาศัยดี และให้บริการอย่างเท่าเทียม เพื่อสามารถเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้า LGBTQ+ ได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาและยกระดับศักยภาพของจังหวัดเชียงรายในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ เพื่อให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางใหม่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+
2. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจในการใช้บริการที่พักแรมของกลุ่ม LGBTQ+

เอกสารอ้างอิง

- Banjerd Singhaneti. (2019). **Basic principles of rights, freedom, and human dignity.** Bangkok : Winyuchon. (In Thai)
- Boosaraporn Kobkitpanichpol and Palakorn Keawthip. (2022). The Analysis of LGBTQ+ Tourists Behavior in Chiang Mai Province. **Journal of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University**, 17(2), 89 - 108. (In Thai)
- Chiang Rai Provincial Administrative Organization. (2018). **Strategic information and development guidelines.** Retrieved May 17, 2023, from <http://www.chiangraipao.go.th/>. (In Thai)
- Cochran, W.G. (1977) **Sampling Techniques.** 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce. (2017). **Not caring about LGBT people is a mistake!.** Trade Insight. Think Trade Think DITP. 6(62): 4-7. (In Thai)
- Hurlock, E. (1973). **Adolescent development.** New York: Mc Graw Hill.
- Khanitha Jamnan . (2018) . **Factors affecting the decision to choose hotel accommodation services in Chiang Rai Province.** of tourists. Master's degree thesis, Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- Lewin, K., Dembo, T., Festinger, L., & Sears, P. (1944). Level of aspiration. In J. McV. Hunt (Ed.), **Personality and the behavioral disorders.** New York: Ronald Press.

- Narin Yuenthon, Benjaporn Yaemjamuang, Phonnasap Bent, Ornapat Mueanpaopong, and Natthasinee Chobtrong. (2022). Hypothesis Testing Between Demography Characteristics and the Need of Elderly Tourists Towards Hotel Services in Chumporn Province. **Journal of Innovation and Management**, 6(1), 139-147. (In Thai)
- Nuttharin Pariwongkhunthorn, Vilasinee Khemapanya and Pacharat Wanrungchok. (2020). Marketing mix factors affecting domestic travel decisions among LGBT Thai tourists. **Sau Journal of Social Sciences & Humanities**. 5(2), 150-161. (in Thai)
- Out Now Consulting. (2020). **Looking at opportunities for the LGBTQ+ market to revive Thai tourism during the economic downturn**. Retrieved April 5, 2023, from <https://voicetv.co.th/read/xl3YtBCy>. (in Thai)
- Phatsanlin Kiatkamonsri and Sarinya La-ong-in Thayansin. (2020). **Factors influencing the loyalty of LGBT tourists to tourism in the Pattaya area, Chonburi Province**. 15th Graduate Research Presentation Conference. Pages 1070-1084. Graduate Studies, Rangsit University. (In Thai)
- Piyachat Puangniyom, Chiratus Ratanamaneichat, Nitibodee Sukjaroen. (2017). Hotel Business Guidelines for Creating LGBT Marketing Opportunity. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. 10(3), 2455 – 2471. (In Thai)
- Piyaporn Thongsuk. (2015). **Service marketing mix strategies for LGBTQ tourists. (LGBT) in Bangkok**. Master of Business Administration Thesis. Silpakorn University. (In Thai)
- Prach Punnasuparom and Khwanruethai Krongyut. (2021). Expectations of foreign tourists staying in hostels in Mueang District, Chiang Mai Province. **Dusit Thani College Journal**, 15 (1). 183-199. (In Thai)
- Prasarn Malakul Na Ayutthaya. (1980). **Report on research results on values and expectations of Thai youth**. Bangkok: Chulalongkorn University. (In Thai)
- Prasit Thong-un. (1999). **Human behavior and human development**. Bangkok: Third Wave Education. (In Thai)
- Rattana Sukhanin. (2004). **Expectations and perceptions affecting satisfaction with Lanchang Resort services among American and European tourists**. Master of Business Administration Thesis, Srinakharinwirot University. Bangkok. (In Thai)
- Shira Thongkrajai. (2018). **Gender equality**. Document series on human development in the global context. Nonthaburi: Sukhothai Thammathiraj University. (In Thai)
- Sureerat Techataweewan. (2002). **Teaching documents. Subject: Tourist Behavior**. Khon Kaen: Khon Kaen University. (In Thai)
- Weerabun Visaratsakul, Siyanee Hiransali, Piyath Chasri, and Jitrin Wanmeechai. (2021). **Final report on the development of personnel potential and mechanisms to**

drive social enterprise for universities for spatial development. Bangkok: Office of the Science Promotion Board. Research and innovation. (In Thai)
World Bank Group. (2016). **Economic Inclusion of LGBTI groups in Thailand**. Bangkok.

	นายวัชร ชงพันสา นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	นายวรชร บุญอาจ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	นางสาววิมพ์วิภา เขตพิมล นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	นางสาวศิริรัตน์ เฉิน นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
	นางสาวกมลชนก สุธิบุตร นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



ผศ.ดร.ขวัญฤทัย ครองยุติ วุฒิการศึกษา ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและบริการ
แบบบูรณาการ)

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและ
โรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



อาจารย์ ปทุมพร แก้วคำ วุฒิการศึกษา ศศ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยว)

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและ
โรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย