

ทัศนคติ ความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน และการรับรู้ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ATTITUDES, FRIENDLINESS OF THAI HOSTS AND THEIR PERCEPTION OF GUESTS' BEHAVIOR AFFECTING THEIR WILLINGNESS TO SERVE THE LGBT GUESTS

กันต์ธีร รุจธนิศาววัฒน์^{1)*}, เลิศพร ภาระสกุล²⁾

¹⁾ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,

²⁾ อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,

Kanthi Rutthanisawat^{1)*}, Lertporn Parasakul²⁾

¹⁾ Master of Arts (Tourism management) Dhurakij Pundit University,

²⁾ Associate Professor in Master of Arts (Tourism management), Faculty of Tourism and Hospitality Dhurakij Pundit University,

*Corresponding author e-mail: kantee.r456@gmail.com

Receive : September 16, 2021

Revised: December 31, 2021

Accepted: January 14, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก 2) ศึกษาความเป็นมิตรของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก 3) ศึกษาการรับรู้ของเจ้าบ้านต่อพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก และ 4) ศึกษาความเต็มใจของเจ้าบ้านที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ให้บริการที่พัก/โรงแรม และมัคคุเทศก์ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า 1) เจ้าบ้านมีทัศนคติต่อผู้ที่จัดอยู่ในกลุ่มเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของกลุ่มเพศทางเลือกเป็นเรื่องของการเลือกส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2) เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรต่อเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าเพื่อนที่เป็นเพศทางเลือกเป็นคนปกติเหมือนทั่วไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3) เจ้าบ้านมีการรับรู้พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้พฤติกรรมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น จับมือถือแขน โอบกอด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และ 4) เจ้าบ้านมีความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเจ้าบ้านยินดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกในสถานประกอบการที่ทำงานอยู่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติของเจ้าบ้าน และความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน ส่งผลต่อความ

เต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในขณะที่การรับรู้พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของกลุ่มเพศทางเลือก ไม่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

คำสำคัญ : ทัศนคติ, ความเป็นมิตร, การรับรู้, ความเต็มใจ, กลุ่มเพศทางเลือก

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study hosts' attitude towards LGBT tourists; 2) to study hosts' friendliness towards LGBT tourists; 3) to study hosts' perception of LGBT tourists' behavior; and 4) to study hosts' willingness to welcome LGBT tourists. The sample comprised 400 accommodation/hotel providers and guides in Bangkok. The research instrument was a questionnaire, and the data were analyzed using statistical devices of frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The results of this study indicated the following: 1) Overall, the hosts' attitude towards LGBT people was at a moderate level, and their perception of the LGBT people's lifestyle as a personal matter received the highest average; 2) Overall, the hosts were queer-friendly, and their perception of the LGBT people as normal people received the highest average; 3) Overall, the hosts perceived inappropriate behaviors of LGBT people at a moderate level, and their perception of LGBT people's intimate behavior such as hugging and hand-holding received the highest average; and 4) Overall, the hosts were willing to welcome LGBT tourists at a high level, and their willingness to welcome LGBT tourists in their workplaces received the highest average. The hypothesis testing results showed that the hosts' attitudes and friendliness affected the willingness to welcome LGBT tourists. On the other hand, perceiving inappropriate behaviors of LGBT people did not affect the willingness to welcome LGBT tourists.

Keywords: Attitude, Friendliness, Perception, Willingness, LGBT

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจของทุกประเทศสามารถสร้างรายได้ให้แก่แต่ละประเทศอย่างมหาศาลอีกทั้งยังสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพได้อย่างทั่วถึง สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีขนาดใหญ่และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลในปี พ.ศ. 2562 อัตราการเจริญเติบโตด้านการ

ท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 20 สร้างรายได้ให้ประเทศกว่า 2.21 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) โดยสามารถเชื่อมโยงไปสู่ธุรกิจที่หลากหลาย เช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจโรงแรม เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยนั้นได้ให้เสรีและเปิดกว้างในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) โดยในอดีตที่ผ่านมาไม่ได้สร้างอุปสรรคให้กับ

นักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้แต่ประการใด ดังนั้น ในสายตาของนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ LGBT จึงมองว่าประเทศไทยมีความเป็นเสรีนิยม อีกทั้งยังคงเป็นดินแดนในฝันที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และมีความปลอดภัยในการที่จะเดินทางมาเยือน จึงถือเป็นจุดหมายปลายทางที่กลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) นิยมถึงเป็นอันดับแรก ๆ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ปัจจุบันรูปแบบในการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตามการพัฒนาของระบบขนส่งที่สามารถทำให้การเดินทางมีความสะดวกและรวดเร็ว กลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงถือเป็นเป้าหมายใหม่ในช่วงศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา ซึ่งนอกเหนือจากประเทศไทยแล้ว ประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย เช่น ประเทศอินเดีย จีน และญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้เช่นกัน (Waitt, 2006) ซึ่งเราจะเห็นได้ว่ากลุ่ม LGBT เป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนสูงมากเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น รวมถึงกลุ่ม LGBT ที่อยู่กันเป็นคู่รักทำให้รายได้ Double เป็น 2 เท่าหรือที่เราเรียกกันว่ากลุ่ม DINK (Double Income No Kid) จึงไม่น่าแปลกใจหากเราจะเห็นกลุ่ม LGBT กลายเป็นกลุ่มที่มีกำลังการซื้อสูง และด้วย Lifestyle ของคนกลุ่มนี้ที่ชอบท่องเที่ยวเป็นคนสนุกสนานกับชีวิต และต้องการที่จะพิสูจน์ตัวเองว่ามีความสามารถ มีความเท่าเทียม จึงทำให้กลุ่ม LGBT พร้อมที่จะใช้จ่ายเพื่อให้ชีวิตดีขึ้น (Terrabkk, 2562)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีความหลากหลายทางเพศ (Lesbian Gay Bisexual and Transgender: LGBT) ประเทศไทยถือว่ามีความศักยภาพในการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามไทยยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจที่จะจัดบริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ให้ตรงกับความต้องการ

ดังนั้น จึงควรมีการจัดทำแนวทางการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับกลุ่ม LGBT และควรจัดประเภทสินค้าทางการท่องเที่ยวของกลุ่ม LGBT ให้เหมาะสม และชัดเจน และเสนอแนะการส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยประชาสัมพันธ์มุ่งเป้าสู่กลุ่ม LGBT ทั้งในและนอกประเทศ ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจ LGBT ในสหรัฐอเมริกาพบว่า กลุ่ม LGBT มักจะใช้เงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง ความสวยงาม สัตว์เลี้ยง และเพื่อปรับปรุงที่อยู่อาศัย ส่วนชาว LGBT ในแคนาดาจะมีการศึกษาสูงนิยมท่องเที่ยวบ่อยและนานกว่าผู้ประกอบการอื่นโปรดปรานสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เลือกซื้อแบรนด์ที่บริษัทมีการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่ม LGBT สำหรับสินค้าไทยที่เหมาะสมจะตลาดชาว LGBT ด้วยบริการด้านโรงแรมที่มีศักยภาพและความพร้อมและยังส่งผลต่อการประกอบธุรกิจหลายกลุ่มด้วยกัน ทั้งเสื้อผ้า เครื่องประดับ ของขวัญ ของตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน และของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น ความหลากหลายของพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความต้องการรูปแบบการบริโภคที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม (ปิยะฉัตร ปวงนิม และคณะ, 2560)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ LGBT เป็นกลุ่มที่สามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างมหาศาล อีกทั้งนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) ไม่ได้สร้างปัญหาอุปสรรคให้กับนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ ๆ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) ยังมีอยู่น้อยมาก เป็นผลให้ฝ่ายกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการด้านโรงแรมยังขาดความเข้าใจในความคาดหวังและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน และการรับรู้

ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก เพื่อนำองค์ความรู้ต่าง ๆ จากผลการวิจัยนี้ เป็นแนวทางให้หน่วยงานทางการท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจสามารถนำงานวิจัยมาประยุกต์เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดีมีความเป็นมิตรต่อผู้มาเยือน ตลอดจนผลที่ได้จากการวิจัย ครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยสามารถก่อให้เกิดการสร้างงานในธุรกิจที่ตอบสนองการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก
2. เพื่อศึกษาความเป็นมิตรของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ของเจ้าบ้านต่อพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก
4. เพื่อศึกษาความเต็มใจของเจ้าบ้านที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน การรับรู้ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความเต็มใจของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ให้บริการที่พัก/โรงแรมและมัคคุเทศก์ ในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้บริการที่พัก/โรงแรมและมัคคุเทศก์ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากใช้สูตรของคอกแรน

(Cochran, 1977) และสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จนได้ครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระคือ ทัศนคติต่อเพศทางเลือก ความเป็นมิตรต่อเพศทางเลือก และการรับรู้ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ตัวแปรตามคือ ความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกของเจ้าบ้าน

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

โรงแรม และ บริษัท นำเที่ยว ใน พื้นที่ กรุงเทพมหานคร

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาการวิจัย เดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน 2563

โดยมีแนวทางของสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ทัศนคติและความเป็นมิตรของ เจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

สมมติฐานที่ 2 : การรับรู้ของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างจากการทบทวนวรรณกรรม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทสถานประกอบการ และตำแหน่งงาน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามแบบมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความเป็นมิตรของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวในกลุ่มเพศทางเลือก เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามแบบมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการรับรู้ของเจ้าบ้านต่อพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามแบบมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามความเต็มใจของเจ้าบ้านที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มเพศทางเลือก เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามแบบมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale)

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความเป็นมิตร การรับรู้ต่อพฤติกรรม ความเต็มใจ และนักท่องเที่ยวในกลุ่มเพศทางเลือก เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยและสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเรื่อง ทัศนคติ ความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน และการรับรู้ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มเพศทางเลือก

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไขและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุมเนื้อหา ความถูกต้องทางภาษา และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item-Objective Congruence) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อว่ามีความสอดคล้องกันทุกข้อ ได้เท่ากับ 0.716 และเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.6 มาใช้เป็นข้อคำถาม

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการทดลองใช้ (Try out) กับผู้ให้บริการที่พัก/โรงแรม และมัคคุเทศก์ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อหา

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha-coefficient) หากได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.7 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือที่สามารถนำไปแจกกลุ่มตัวอย่างได้จริง ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเองจากผู้ให้บริการที่พัก/โรงแรม และมัคคุเทศก์ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน QR Code และส่งคำตอบผ่านโทรศัพท์มือถือของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้น 400 คน และทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ แปรผล และสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล โดยค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวในกลุ่มเพศทางเลือก โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นมิตรของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวในกลุ่มเพศทางเลือก โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ของเจ้าบ้านต่อพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. การวิเคราะห์ข้อมูลความเต็มใจของเจ้าบ้านที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มเพศทางเลือก โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6. การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากจำนวนผู้ให้บริการที่พักโรงแรม และมัคคุเทศก์ ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 58.0 มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 32.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 61.8 ประเภทสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นที่พักแรม ร้อยละ 50.7 บริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 47.3 และอื่น ๆ (ได้แก่ โลจิสติกส์ บริการอาหารและเครื่องดื่ม และร้านอาหาร) ร้อยละ 2.0

ส่วนใหญ่มียุทธศาสตร์ในภาคการท่องเที่ยว คือ พนักงานต้อนรับ ร้อยละ 24.3 พนักงานบริการอาหาร

และเครื่องดื่ม ร้อยละ 23.5 แม่บ้าน ร้อยละ 10.3 มัคคุเทศก์ ร้อยละ 8.5 พนักงานรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 6.0 พนักงานขับรถ ร้อยละ 5.5 ผู้จัดการโรงแรม ร้อยละ 5.3 เจ้าของบริษัททัวร์ ร้อยละ 5.0 พนักงานขนสัมภาระ ร้อยละ 4.8 พนักงานขาย/การตลาด ร้อยละ 4.5 วิศวกร ร้อยละ 1.5 และอื่น ๆ (ได้แก่ Business consultant และพนักงานบริษัท) ร้อยละ 1.0

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ทัศนคติของเจ้าบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	$\bar{x}$	S.D.	ลำดับที่
1. คนที่มีความเบี่ยงเบนทางเพศหรือเพศทางเลือกก็มีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกับคนทั่วไป	3.46	1.311	3
2. ผู้ที่จัดอยู่ในกลุ่มเพศทางเลือกควรได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมเสมอภาคกับคนทั่วไป	3.47	1.240	2
3. คนที่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกควรมีพื้นที่ในสังคมเท่ากับคนทั่วไป	3.42	1.234	5
4. การใช้ชีวิตของกลุ่มเพศทางเลือกเป็นเรื่องของการเลือกส่วนบุคคล	3.50	1.214	1
5. คนที่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกควรมีโอกาสได้ดำรงตำแหน่งผู้นำในสังคมได้	3.01	1.244	8
6. คนที่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกสามารถทำกิจกรรมทางสังคมได้เหมือนคนทั่วไป	3.39	1.226	7
7. คนที่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้เหมือนคนทั่วไป	3.40	1.208	6
8. คนที่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกควรได้รับโอกาสให้ประกอบอาชีพต่าง ๆ ได้เหมือนคนทั่วไป	3.45	1.223	4
รวม	3.38	1.119	

จากตารางที่ 1 เจ้าบ้านมีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$, S.D. = 1.119) โดยมีทัศนคติต่อการใช้ชีวิตของกลุ่มเพศทางเลือกเป็นเรื่องของการเลือกส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 1.214) รองลงมา คือ ผู้ที่จัดอยู่ในกลุ่มเพศทางเลือกควรได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมเสมอภาคกับคนทั่วไป ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 1.240) คนที่มีความเบี่ยงเบนทางเพศ

หรือเพศทางเลือกก็มีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกับคนทั่วไป ($\bar{x} = 3.46$, S.D. = 1.311) และคนที่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกควรมีโอกาสได้ดำรงตำแหน่งผู้นำในสังคมได้ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 3.01$, S.D. = 1.244) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก

ความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก	$\bar{x}$	S.D.	ลำดับที่
1. เพื่อนที่เป็นเพศทางเลือกเป็นคนปกติเหมือนทั่วไป	3.50	1.259	1
2. ไม่รังเกียจที่จะมีเพื่อนที่เป็นเพศทางเลือก	3.45	1.209	5
3. ไม่ต่อต้านเพื่อนที่เป็นเพศทางเลือก	3.47	1.199	3
4. ปฏิบัติต่อเพื่อนที่เป็นเพศทางเลือกเหมือนเพื่อนทั่วไป	3.45	1.180	6
5. การคบหาสมาคมกับกลุ่มเพศทางเลือกเป็นสิ่งที่ไม่เสียหาย	3.45	1.184	7
6. เพื่อนที่เป็นเพศทางเลือกหลายคนมีอัธยาศัยดี	3.48	1.174	2
7. ไม่รังเกียจในการทำงานร่วมกับกลุ่มเพศทางเลือก	3.44	1.166	8
8. มีเพื่อนหรือคนรู้จักที่เป็นเพศทางเลือกที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน	3.21	1.255	9
9. เพื่อนที่เป็นเพศทางเลือกหลายคนมีความสามารถที่โดดเด่นและหลากหลาย	3.46	1.197	4
รวม	3.43	1.088	

จากตารางที่ 2 เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.43$, S.D. = 1.088) โดยมีประเด็นเกี่ยวกับเพื่อนที่เป็นเพศทางเลือกเป็นคนปกติเหมือนทั่วไป มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 1.259) รองลงมาคือเพื่อนที่เป็นเพศทางเลือกหลายคนมีอัธยาศัยดี ($\bar{x} = 3.48$,

S.D. = 1.174) ไม่ต่อต้านเพื่อนที่เป็นเพศทางเลือก ($\bar{x} = 3.47$, S.D. = 1.199) และมีเพื่อนหรือคนรู้จักที่เป็นเพศทางเลือกที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 3.21$, S.D. = 1.255) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์การรับรู้พฤติกรรมของบุคคลกลุ่มเพศทางเลือก ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้พฤติกรรมของบุคคลกลุ่มเพศทางเลือก

การรับรู้พฤติกรรมของบุคคลกลุ่มเพศทางเลือก	$\bar{x}$	S.D.	ลำดับที่
1. แสดงความรักต่อกันอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ เช่น ห้องสุขา	3.61	1.243	2
2. แสดงความสนิทสนมระหว่างกัน เช่น จับมือถือแขน โอบกอด	3.78	1.165	1
3. ไม่ทำตามระเบียบข้อบังคับของสถานที่	2.67	1.247	10
4. แต่งกายเปิดเผยไปเปลือยในที่สาธารณะ	2.83	1.240	8
5. แสดงออกถึงความก้าวร้าวต่อผู้อื่นด้วยคำพูดหรือท่าทางการกระทำ	2.91	1.266	7
6. การดื่มสุราจนมึนเมาและครองสติไม่อยู่	3.53	1.328	4
7. การใช้คำพูดที่เป็นการทะเลาะโมโหสุภาพหยาดคายกับเจ้าบ้าน หรือผู้ให้บริการ	3.22	1.293	5
8. เสพยาเสพติด สารมึนเมา	2.39	1.341	11
9. ทำลายสิ่งของเมื่อเกิดอาการไม่พอใจ	2.71	1.286	9
10. ทะเลาะวิวาทใช้กำลังตัดสินปัญหา	3.17	1.313	6
11. พุดคุ้ยเรื่องเพศโดยไม่สนใจความรู้สึกของผู้อื่น	3.54	1.285	3
รวม	3.12	0.959	

จากตารางที่ 3 เจ้าบ้านมีการรับรู้พฤติกรรมของบุคคลกลุ่มเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.12$, S.D. = 0.959) โดยมีการรับรู้พฤติกรรมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น จับมือถือแขน โอบกอด มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = 1.165) รองลงมาคือ การแสดงความรักต่อกันอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ เช่น หอมสุชา ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 1.243)

พูดคุยเรื่องเพศโดยไม่สนใจความรู้สึกของผู้อื่น ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = 1.285) และเสพยาเสพติด สารมึนเมา มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 2.39$, S.D. = 1.341) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ ความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	$\bar{x}$	S.D.	ลำดับที่
1. พร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	4.05	0.854	2
2. ยินดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกในสถานประกอบการที่ข้าพเจ้าทำงานอยู่	4.18	0.799	1
รวม	4.11	0.773	

จากตารางที่ 4 เจ้าบ้านมีความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.773) โดยมีความยินดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกในสถานประกอบการที่ทำงานอยู่ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.799) และพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.854) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ทักษะคิดและความเป็นมิตรของ เจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ผลการวิจัยพบว่า (1) ค่า Multiple R ของปัจจัยทักษะคิดและความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก เท่ากับ .777 หมายความว่า มีค่าสัมพันธปานกลางระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (2) ค่า Multiple R เท่ากับ .604 หมายความว่า ประมาณร้อยละ 60 ของความแปรปรวนของความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยทั้ง 2 ประการ ค่า F = 201.493 (Sig ที่ .000) หมายความว่า ผลของสมการ

การถดถอยไม่ได้เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญ ข้อมูลมีความเหมาะสมสำหรับเป็นต้นแบบเป็นอย่างดี ในการอธิบายอิทธิพลของปัจจัยทั้ง 2 ต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ดังสมการ

$$\hat{Y} = .261X_1 + .300X_2 \\ (4.037*) (4.602*)$$

จากสมการพบว่า การเปรียบเทียบอิทธิพลของ 2 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะคิด และความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก พบว่า ทั้ง 2 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะคิดของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก และความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 2 ด้าน พบว่า อิทธิพลด้านความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ประการที่หนึ่ง คือ ความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก (Beta = .422) ประการที่สองคือ ทักษะคิดของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก (Beta = .377)

จากค่า $B = .422$ สามารถอธิบายได้ว่า ถ้าความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกเพิ่มขึ้น .422 หน่วย หรือ 42.2%

จากค่า $B = .377$ สามารถอธิบายได้ว่า ถ้าทัศนคติของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกเพิ่มขึ้น .377 หน่วย หรือ 37.7% ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของทัศนคติ และความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน ต่อพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

Dependent Variable	ความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (Y)			
Independent Variable	ทัศนคติของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก (X ₁) , ความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก (X ₂)			
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	.777			
R Square	.604			
Adjusted R Square	.601			
Standard Error	.488			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	3	144.226	48.075	
Residual	396	94.484	.239	
F = 201.493	Sig. = .000			
Durbin- Watson	1.245			
Explanation: Variable in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
ทัศนคติของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก (X ₁)	.261	.377	4.037	.000*
ความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก (X ₂)	.300	.422	4.602	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 : การรับรู้ของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ผลการวิจัยพบว่า (1) ค่า Multiple R ของปัจจัยการรับรู้ของเจ้าบ้านต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกเท่ากับ .777 หมายความว่า มีค่าสัมพันธปานกลางระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (2) ค่า Multiple R เท่ากับ .604 หมายความว่า ประมาณร้อยละ 60 ของความแปรปรวนของความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยทั้ง 1 ประการ 3 ค่า $F = 201.493$ (Sig ที่ .000) หมายความว่า ผลของสมการการถดถอยไม่ได้เกิดขึ้น

ด้วยความบังเอิญ ข้อมูลมีความเหมาะสมสำหรับเป็นต้นแบบเป็นอย่างดี ในการอธิบายอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้ของเจ้าบ้านต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ดังสมการ

$$\hat{Y} = .018X_3 \quad (.641)$$

จากสมการพบว่า การเปรียบเทียบอิทธิพลการรับรู้ของเจ้าบ้านไม่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ของเจ้าบ้านต่อพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

Dependent Variable	ความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (Y)			
Independent Variable	การรับรู้ของเจ้าบ้านต่อพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก (X ₃)			
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	.777			
R Square	.604			
Adjusted R Square	.601			
Standard Error	.488			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	3	144.226	48.075	
Residual	396	94.484	.239	
F = 201.493	Sig. = .000			
Durbin- Watson	1.245			
Explanation: Variable in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
การรับรู้ของเจ้าบ้านต่อพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก (X ₃)	.018	.023	.641	.522

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

เจ้าบ้านมีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีทัศนคติต่อการใช้ชีวิตของกลุ่มเพศทางเลือกเป็นเรื่องของการเลือกส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ ปารณีย์ จงรักษ์ และอนุชา ทิรคานนท์ (2557) ที่ได้ศึกษาการเปิดรับสื่อ ทัศนคติการแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อพฤติกรรมทางสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด คือ พฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง เป็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคล รองลงมาคือ พฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงเป็นความสัมพันธ์หนึ่งที่ไม่ได้ก่อให้เกิดปัญหาในสังคมแต่อย่างใดและประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ครอบครัวไทยส่วนใหญ่เริ่มยอมรับและคุ้นเคยต่อพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิงและยังสอดคล้องกับ Mun (1971) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของบุคคล สถาบัน สถานการณ์ และข้อเสนอดังกล่าว ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกัน

เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นเกี่ยวกับเพื่อนที่เป็นเพศทางเลือกเป็นคนปกติเหมือนทั่วไป มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ปิยะฉัตร ปวงนิม และคณะ (2560) ที่ศึกษาแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศสำหรับธุรกิจโรงแรมพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว LGBT ให้ความสำคัญกับการบริการที่มีคุณภาพและมีความเป็นมิตร (LGBT-Friendly) โดยเฉพาะการที่โรงแรมหรือที่พักตั้งอยู่ในย่านทำเลที่ใกล้กับแหล่งชุมนุมของผู้ที่มีรสนิยมแบบเดียวกัน และการที่โรงแรมหรือที่พักมีชื่อเสียงหรือมีภาพลักษณ์ที่ดีในกลุ่ม LGBT ในขณะที่โรงแรม

ที่พักแบบโฮมสเตย์ และโรงแรมแบบบูติกที่มีเรื่องราวหรือประวัติศาสตร์ ก็สามารถดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ได้ หากโรงแรมมีการคำนึงถึงหลักการข้างต้นธุรกิจโรงแรมที่มีเป้าหมายดึงดูดลูกค้ากลุ่ม LGBT สามารถนำผลการศึกษามาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ตรงต่อความคาดหวัง และพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้อันจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวลักษณะนี้ได้

เจ้าบ้านมีการรับรู้พฤติกรรมของบุคคลกลุ่มเพศทางเลือกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีการรับรู้พฤติกรรมการแสดงออกทัศนคติสนทนาระหว่างกัน เช่น จับมือถือแขน โอบกอด มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ Hughes and Richard (2010) ได้ทำการศึกษานักท่องเที่ยวและทัศนคติของชุมชนเจ้าบ้าน พบว่า นักท่องเที่ยวเพศทางเลือกส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมที่เปิดเผย เป็นอิสระในสถานที่สาธารณะ เช่น กอด จูบ การแต่งกายโป้เปลือย การเสพยาเสพติด เป็นต้น

เจ้าบ้านมีความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความยินดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกในสถานประกอบการที่ทำงานอยู่ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ Ajzen (1991) กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้ทุ่มเทความพยายามที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น และ Zeithaml, et al. (1996) กล่าวว่า ความยินดีและเต็มใจที่จะใช้บริการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการและการกลับมาใช้บริการนั้นอีก เป็นความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้นซึ่งเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

ทัศนคติ ความเป็นมิตร และการรับรู้พฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก พบว่า มีเพียง 2 ตัวแปร ได้แก่

ทัศนคติของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก และความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือก ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก เป็นเพราะทัศนคติและความเป็นมิตรที่ดีของเจ้าบ้านแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกเท่ากับกลุ่มอื่น ๆ จึงทำให้เกิดความเต็มใจในการต้อนรับกลุ่มเพศทางเลือก โดยไม่รู้สึกลังเลถึงความแตกต่างทางเพศ ซึ่งสอดคล้องกับ วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) ความรู้สึกและความคิดเห็นต่อการบริการของธนาคนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากการที่ผู้ใช้บริการจะมีทัศนคติที่ดีนั้นควรจะมี ความเชื่อ ความคิดเห็น ความเข้าใจหรือความรู้ต่อการบริการในด้านต่าง ๆ โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นข้อมูลที่เก็บสะสมมาจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา รวมถึงความรู้สึกที่เป็นภาวะทางด้านอารมณ์ และความรู้สึกเกี่ยวกับเหตุการณ์ในการบริการที่มีต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเป็นผลมาจากการประเมินสิ่งเร้านั้น ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ และความพร้อมหรือแนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หลังจากประเมินค่าของสิ่งนั้นแล้ว และกระทำต่อสิ่งเร้าตาม ความเชื่อหรือความรู้สึกของตน พฤติกรรมจึงเป็นส่วนสะท้อนของทัศนคติที่แสดงออกมาให้ปรากฏเห็นยังภายนอก (เอวินันท์ สะอาดดี, 2559) ทั้งนี้ ผู้ที่มีทัศนคติในทิศทางบวกจะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางบวก หากมีพฤติกรรมในทิศทางลบ จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางลบ และหากผู้บริโภคมัทัศนคติเฉย ๆ ผู้บริโภคจะไม่แสดงพฤติกรรมใด ๆ (นลพรรณ เลหาสินณรงค์, 2557)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า เจ้าบ้านมีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกเกี่ยวกับกลุ่มเพศทางเลือกควรมีโอกาสได้ดำรงตำแหน่งผู้นำในสังคมได้มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น สมาคมโรงแรมไทย

และสมาคมมัคคุเทศก์ สามารถนำไปใช้ในการกำหนดคุณสมบัติการรับสมัครบุคคลเข้าทำงาน โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ทักษะของบุคคล และเปิดโอกาสให้ทุกเพศสามารถเข้ามาสมัครเข้าทำงานได้ รวมถึงสามารถนำไปใช้กำหนดแผนการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรได้

2. จากผลการศึกษาพบว่า เจ้าบ้านมีความเป็นมิตรของเจ้าบ้านต่อเพศทางเลือกเกี่ยวกับมีเพื่อนหรือคนรู้จักที่เป็นเพศทางเลือกที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น สมาคมโรงแรมไทย และสมาคมมัคคุเทศก์ ควรสนับสนุนและส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพให้กับบุคลากรกลุ่มเพศทางเลือกที่มีความสามารถโดดเด่นโดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมทั้งการสร้างความตระหนักให้แก่บุคลากรในองค์กรในการเคารพสิทธิส่วนบุคคลเรื่องเพศ การให้เกียรติ และยอมรับความแตกต่างทางเพศ โดยมุ่งเน้นความรู้ความสามารถของบุคคล

3. จากผลการศึกษาพบว่า เจ้าบ้านมีการรับรู้พฤติกรรมของบุคคลกลุ่มเพศทางเลือกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวสามารถทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ แต่ควรอยู่ในความเหมาะสมของบริบทพื้นที่นั้น ๆ ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกในการปฏิบัติตนในสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความประทับใจไม่อึดอัดในการท่องเที่ยว

4. เจ้าบ้านมีความเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น สมาคมโรงแรมไทย และสมาคมมัคคุเทศก์ ควรมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริการของสถานประกอบการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม และสามารถสร้างความภาคภูมิใจแก่นักท่องเที่ยวและนำไปสู่การกลับมาเยือนซ้ำในอนาคต

5. สมาคมโรงแรมไทย และสมาคมมัคคุเทศก์ ควรปรับกลยุทธ์และกำหนดมาตรการในการให้บริการ โดยมุ่งเน้นความสะดวก สดชื่น และความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักท่องเที่ยวในยุค New Normal

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อทราบ ถึงความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์

ต่อผู้ประกอบการในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้อย่างครบถ้วน

2. ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ มุมมองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชุมชน และกลุ่ม นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก โดยการสัมภาษณ์ เชิงลึก

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ สิงหาคม 15, 2563, จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=590
- ปารณีย์ จงรักษ์ และอนุชา ทิรคานนท์. (2557). การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิง รักษ์หญิง. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว.*, 7(1), 53-64.
- ปิยะฉัตร ปวงนิม, จิราทัศน์ รัตนมณีฉัตร และนิติบดี สุขเจริญ. (2560). แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาด จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศสำหรับธุรกิจโรงแรม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 10(3), 2455-2471.
- นลพรรณ เลหาสินณรงค์. (2557). การศึกษาทัศนคติของวัยรุ่นที่มีความสนใจใช้บริการสัลยกรรมในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรสิสสุภา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคาร กรุงศรีอยุธยาจำกัด(มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานครภาค 203. สารนิพนธ์ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอวินันท์ สะอาดดี. (2559). ทัศนคติและความสนใจที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้สูงวัยผ่าน Mobile Application. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviors. *Organizational Behavior and Human Decision Process*. 50(1), 179-211.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Hughes, H., and Richard, D. (2010). Holidays of Older Gay Men: Age or Sexual Orientation as Decisive Factor. *Tourism Management*. 31(1), 454-463
- Munn. (1971). *Norman, introduction to psychology*. Boston: Houghton Muffin
- Terrabkk. (2562). LGBT ความหลากหลายที่ทรงพลัง ตอนที่ 1: เมื่อ LGBT คือเสียงใหม่ของธุรกิจคุณ. ค้นเมื่อ สิงหาคม 15, 2563, จาก <https://www.terrabkk.com/news>.

- Waitt, G. (2006). Gay Tourism: Culture and Context. The Haworth press inc.10 Binghamton NY. 1390-1580, 182-183.
- Zeithaml, V. A., Berry, L.L. and Parasuraman, A. (1996). The behavioural consequences of service quality. **Journal of Marketing Management**. 60(4), 31-46.