

การพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

The Development of a Hotel Management Model for Foreign LGBTQ Tourists in Thailand

สุรัชชา พลอยศิริ¹ และ ภัครดา เกิดประทุม²

Suraksa Ploysiri¹ and Pakkrada Kerdpratum²

หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Doctoral degree, Doctor of Business Administration, Western University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: ¹suraksaploysiri@gmail.com

Received December 6, 2023; Revised June 19, 2024; Accepted June 21, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่ม
หลากหลายทางเพศในประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ผู้ให้
ข้อมูลสำคัญ จำนวน 32 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว
ต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย จำนวน 12 ท่าน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 20
ท่าน จากนั้นนำผลจากการวิเคราะห์แก่นสาระดำเนินการสนทนากลุ่ม ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสำหรับ
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย จำนวน 8 ท่าน

ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่ม
หลากหลายทางเพศในประเทศไทย มีปัจจัย 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ ให้ความสำคัญคือ
1) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านกายภาพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกฎหมาย
และด้านเศรษฐกิจ 2) ปัจจัยองค์ประกอบบริหารจัดการโรงแรมได้แก่ ด้านกระบวนการบริหาร ด้าน
ทรัพยากรมนุษย์ ด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาดและด้านสถานที่ และ 3) ปัจจัยการเลือกเข้าพักโรงแรมใน
ประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านความเท่าเทียมกันและการให้
เกียรติ ด้านรสนิยม ด้านคุณภาพการบริการ และด้านช่องทางการสื่อสาร ดังนั้นสำหรับผู้ประกอบการที่
ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับที่พักโรงแรมที่ต้องพัฒนาและการขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว LGBTQ ควร
มีการปรับตัวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น โดยธุรกิจที่

พิกเน้นด้านองค์ประกอบบริหารจัดการโรงแรมการออกแบบและตกแต่งสถานที่ ความปลอดภัย ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พัก รวมไปถึงปัจจัยภายนอก การออกแบบกระบวนการให้บริการผ่านนวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบใหม่แก่นักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ความต้องการของนักท่องเที่ยว; นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ; การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ

Abstract

The research on “the development of a hotel management model for foreign LGBTQ tourists in Thailand” used qualitative research methods. There were 32 key informants, consisting of 12 operators or management representatives of hotels for LGBTQ foreign tourists in Thailand and 20 foreign tourists. The results of the analysis were then used to conduct a focus group discussion with 8 hotel business operators for LGBTQ foreign tourists in Thailand.

The research revealed that the development of a hotel management model for foreign LGBTQ tourists in Thailand, there were the top 3 factors: 1) external factors including physical factors, social and cultural, tourist attractions, legal and economic; 2). factors in hotel management including administrative process, human resources, technology and marketing and location; and 3) factors for choosing to stay in hotels in Thailand including convenience, privacy, equality and respect, taste, service quality and communication channels. Entrepreneurs who operate businesses related to hotel accommodations that need to develop and expand the market to LGBTQ tourists should adjust to suit the behavior of tourists with more gender diversity. The accommodation business focuses on hotel management elements, venue design and decoration, safety, and cleanliness of tourist attractions and accommodations; including external factors, designing service processes through innovative technology to facilitate tourism and access to tourism information, as well as creating new travel experiences for tourists.

Keywords: Tourists Demand; LGBTQ Tourists; Development of Management Model

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยในปี 2563 ซึ่งเป็นปีแรกที่เกิดวิกฤตโควิด ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6.7 ล้านคน ลดลงจาก 40 ล้านคนในปี 2562 และลดลงเหลือเพียง 4.27 แสนคนในปี 2564 ที่ผ่านมา (Jangnert et al., 2023) จากตัวเลขดังกล่าวสะท้อนชัดเจนว่าในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบอย่างหนัก และมีเพียงตลาดภายในประเทศที่ช่วยให้ผู้ประกอบการบางส่วนระดับประคองธุรกิจให้อยู่รอดได้ ประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความหลากหลายทางเพศ มองว่าเป็นประเทศที่เปิดกว้างเรื่องความหลากหลายทางเพศ แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายรองรับกลุ่ม LGBTQ เหมือนกับในหลายประเทศทั่วโลกที่ให้ความสำคัญต่อกฎหมายให้มีการสมรสกันได้ทุกเพศ โครงสร้างทางสังคมทางเพศจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับสถานที่ เวลา ศาสนา สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (Chonwilai, 2019) ปัจจุบันการจัดหมวดหมู่ของตลาดนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น และแม้ว่าในบางพื้นที่จะยังคงประสบปัญหาของโรคระบาดอยู่ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ กลับมองถึงการจัดพื้นที่ให้ทุกคนได้แสดงออกถึงความชอบและความหลากหลายทางเพศของแต่ละคน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าทุกคนเท่าเทียมกันและมีคุณค่าในตนเอง การมีทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องราวที่รวมทุกมุมมองทางเพศด้วยความเคารพและเท่าเทียมกัน รวมถึงบุคลิกลักษณะเฉพาะ ซึ่งแสดงความแตกต่างผ่าน อัตลักษณ์ของบุคคลเหล่านี้ ขณะที่ในบริบทของการท่องเที่ยวยังคงนิยมใช้คำว่า “LGBT Tourism” หรือ “Gay Tourism” หมายถึงชายรักชายและหญิงรักหญิง ทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกัน ในอดีตนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศมักถูกมองในเชิงเหมารวมว่าเป็นไปในลักษณะที่ผิดศีลธรรม (Phimphorn, Sumran-in, and Chuapung, 2020) ปัจจุบันทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการโรงแรม และคนในท้องถิ่นเปิดกว้างมากขึ้น มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศสูงขึ้น เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมและนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์ของสถานที่ ภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียง สะอาด ปลอดภัย คุณภาพการให้บริการที่ตรงต่อความคาดหวัง ไม่แบ่งแยกโดยทุกเพศมีความเท่าเทียมกัน จากการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาด และปัจจุบันยังฟื้นตัวต่อเนื่อง (Boontum and Bussaparook, 2021)

จากสภาพในปัจจุบันซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะอยู่ผ่านกระยะสั้นและมีการใช้จ่ายไม่สูง จึงทำให้การฟื้นตัวในมิติของรายได้จากการท่องเที่ยวยังอยู่ในระดับปานกลาง จังหวัดที่พึ่งพานักท่องเที่ยวไทยเป็นหลักในหลายจังหวัดฟื้นตัวค่อนข้างเร็ว และสูงกว่าระดับก่อนโรคโควิด และกระจายตัวในกลุ่มจังหวัดใกล้เคียง

กรุงเทพฯ และจังหวัดเมืองรองในภาคเหนือ โดยจังหวัดใกล้กรุงเทพฯ เช่น สระบุรี ฉะเชิงเทรา และสมุทรสงคราม มีรายได้ไทยเที่ยวไทยฟื้นตัวเร็วจากกระแสนิยมเที่ยวระยะใกล้ ที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับได้ และตอบโจทย์การท่องเที่ยวแบบประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ทำให้เห็นจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนี้เพิ่มขึ้นราว 2 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงก่อนเกิดโรคโควิด และการใช้จ่ายต่อหัวยังคงลดลงประมาณ 32% จาก 4,645 บาทต่อคนต่อทริป ต่ำกว่าก่อนเกิดโรคโควิด กลุ่มจังหวัดเมืองรองในภาคเหนือ เช่น แพร่ ลำปาง และเชียงราย มีรายได้ไทยเที่ยวไทยฟื้นตัวเร็วจากกระแสต่องเที่ยวเมืองรอง (Puangniyom, Ratanamaneichat and Sukjaroen, 2017) รวมถึงจะส่งผลดีต่อเนื่องไปยังเศรษฐกิจระดับพื้นที่ด้วย เราได้คาดการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันจะฟื้นตัวต่ำกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากผลของค่าใช้จ่ายต่อหัวที่ลดลง และการฟื้นตัวของรายได้ก็มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ แต่ในมิติของการกระจายตัว เห็นทิศทางที่ทวีถึงมากขึ้นโดยเฉพาะในเมืองรองต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อม การบริหารจัดการโรงแรม ลักษณะตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อม รูปแบบการบริหารจัดการ ลักษณะตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศต่อกลยุทธ์การตลาดโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

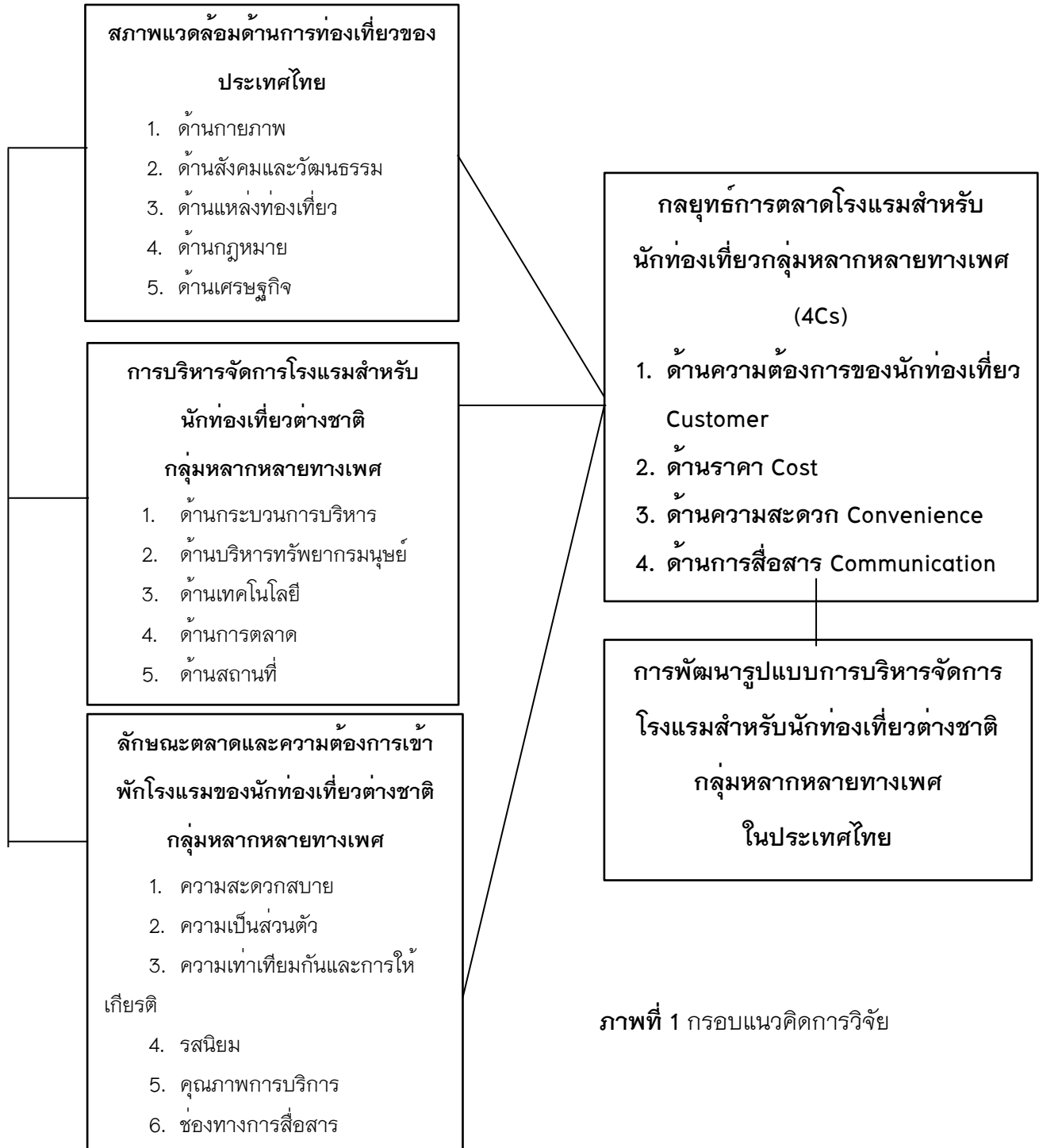
การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีขอบเขตของการวิจัย ซึ่งสามารถนำเสนอได้ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา:** การศึกษาในครั้งนี้ โดยมีเนื้อหาที่ครอบคลุมตามแนวคิดและทฤษฎี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งตามความสำคัญและสภาพแวดล้อมด้านกายภาพ ด้านสังคม และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษาวเคราะห์ตามกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยให้ครบถ้วนต่อไป
2. **ขอบเขตด้านประชากร:** โดยผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูล จำนวน 32 ท่าน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ (1). กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม จำนวน 12 ท่าน และ (2). กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 20 ท่าน

3. ขอบเขตด้านเวลา: ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยเป็นระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – สิงหาคม 2566

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการศึกษาและสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย โดยนำเสนอได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ พร้อมทั้งการสนทนากลุ่ม ตามขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารชั้นปฐมภูมิ คือ โดยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลทางวิชาการที่ได้จากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อทางเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ต้องการและจัดทำข้อมูลใหม่ให้ครอบคลุมกับความเป็นจริงมากที่สุด

2. ประชากรกลุ่มเป้าหมาย มีลักษณะเป็น “Information-rich นำเสนอได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 32 ท่าน ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม จำนวน 12 ท่าน และ (2) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 20 ท่าน โดยผู้วิจัยกำหนดธุรกิจขนาดย่อมเป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก จำนวน 6 ท่าน และ 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลาง จำนวน 6 ท่านเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโรงแรม ลักษณะทางการตลาด ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ ความสัมพันธ์ของการบริหารจัดการ

ขั้นตอนที่ 2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) สนทนากลุ่มเป็นการสนทนาซักถามอย่างมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ต้องการ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะช่วยอธิบายสิ่งที่พบเห็นหรือสังเกตได้แต่ยังไม่เข้าใจ ให้เข้าใจชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเป็นวิธีการสัมภาษณ์ที่ต้องการรายละเอียดมากที่สุดในเรื่องที่ผู้ศึกษาต้องการ และมีคุณภาพตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยมากที่สุด ครอบคลุมหลักการเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากข้อคำถามที่เปิดกว้างแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเป็นวิธีการสัมภาษณ์ที่ต้องการรายละเอียดมากที่สุดในเรื่องที่ผู้ศึกษาต้องการ และมีคุณภาพตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยมากที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ และได้ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์ในการวิจัย โดยศึกษาเอกสารวิชาการจากงานวิจัยต่าง ๆ ในเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) และโดยการสนทนากลุ่ม (Focus group)

เป็นวิธีการเสริมในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทยดังนี้

4.1) ผู้วิจัยได้ส่งหนังสือจากมหาวิทยาลัย เรื่องขอนัดสัมภาษณ์ไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 4 กลุ่ม และได้เข้าสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามวัน เวลา ที่ได้นัดหมายไว้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการ วิจัยครั้งนี้ และดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยตัวผู้วิจัย

4.2) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยกำหนดองค์ประกอบในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลดังนี้ องค์ประกอบที่ 1. ได้แก่ คำถามหลัก (Main Questions) สำหรับประเด็นหลักของ งานวิจัย องค์ประกอบที่ 2. ได้แก่ คำถามเพื่อขอทราบรายละเอียดและความชัดเจน (Probes) ที่ เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และองค์ประกอบที่ 3. ได้แก่ คำถามเพื่อติดตามประเด็นที่เกี่ยวข้อง (Follow-up Questions) ตามลำดับ

4.3) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรม จำนวน 8 ท่าน เพื่อค้นหาข้อสรุปการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การลดทอนข้อมูล การแสดงข้อมูล และการสร้างข้อสรุปที่เป็นรูปธรรมพิจารณาความสอดคล้องความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลพรรณนา (Cheawjindakarn, 2018)

6. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยให้ ความสำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยไม่เปิดเผยรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูล การสัมภาษณ์นี้ ผู้วิจัยต้องเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูลอย่างใกล้ชิด ตั้งแต่ขั้นตอนการสร้างสัมพันธภาพ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลเกิดความไว้วางใจทำให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

ผลการวิจัย

โดยผู้วิจัยจึงขอสรุปผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดนำเสนอต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อม การบริหารจัดการโรงแรม ลักษณะตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ และกลยุทธ์การตลาดโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย จำนวน 12 ท่าน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 20 ท่านผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์และตีความสรุปผลนำเสนอได้ดังนี้

1.1) สภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย 6 ด้าน โดยผู้วิจัยนำเสนอ

ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้ **1)ด้านกายภาพ** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ ในด้านกายภาพ คือ ภาพลักษณ์ของโรงแรม ทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “เลือกทำเลที่พักของโรงแรมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก ง่ายแก่การเข้าถึง โรงแรมที่พักมีความสะอาด ต่อความต้องการ คุ่มค่ากับราคา” **2)ด้านสังคม** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “ประเทศไทยเปิดกว้าง ยอมรับในความแตกต่าง ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งเชื้อชาติ และวัฒนธรรม เพื่อให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “ประเทศไทยมีความเป็นอิสระ มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งที่ดี มีเทศกาลสำคัญ และมีวัฒนธรรมอันดีงาม” **3)ด้านแหล่งท่องเที่ยว** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม จึงต้องวางแผน การบริหารจัดการ ให้ความร่วมมือ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมสร้างจิตสำนึกและคุณค่าต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “นักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ให้ความสำคัญตรงกันว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวกลางคืน ร้านอาหาร และบาร์” **4)ด้านกฎหมาย** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “นโยบายกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องการป้องกันความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว การทำร้ายร่างกาย จี้ชิงทรัพย์ เป็นต้น” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “นักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติได้รับความสะดวกและการช่วยเหลือดี รู้สึกมั่นใจและปลอดภัย” **5)ด้านเศรษฐกิจ** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ และเป็นแหล่งสำคัญของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ เกิดการจ้าง

แรงงาน สร้างอาชีพ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “ให้ความสำคัญตรงกันว่า ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม การใช้จ่ายบางอย่าง ราคาสมเหตุสมผล และอยู่ที่มีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ”

1.2) การบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ ประกอบด้วย 6 ด้าน โดยผู้วิจัยนำเสนอผลการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

1) **ด้านกระบวนการบริหาร** ผลการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “การบริหารโรงแรมจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายและแนวทางในการทำงานที่ชัดเจน มีการจัดการด้านการเงินการลงทุน การใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด เพื่อให้การบริหารธุรกิจเกิดประสิทธิผลคุ้มค่ามากที่สุด” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “การบริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการที่ดี สะดวก รวดเร็ว เอาใจใส่ ได้โดยตรง และได้รับความช่วยเหลือ” 2) **ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์** ผลการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “การพัฒนาและฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะเกี่ยวกับสายงานที่ปฏิบัติทั้งด้านภาษา การบริการที่ดีมี Service Mind และสามารถทำงานที่หลากหลาย (Multitasking) เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “พนักงานจะต้องสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้ ให้เกียรติกับลูกค้าทุกคน ความเป็นมิตร เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และพร้อมให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดี” 3) **ด้านเทคโนโลยี** ผลการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “เทคโนโลยีเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจโรงแรม เทคโนโลยีช่วยทำให้โรงแรมสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และช่วยในด้านการจัดการและการตลาด การบริหารจัดการห้องพัก” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่าโรงแรมที่เลือกพักต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีระบบรักษาความปลอดภัยห้องพัก และการชำระเงินที่สะดวก” 4) **ด้านการตลาด** ผลการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “โรงแรมจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์และเทคนิคทางการตลาด เพื่อส่งเสริมการตลาดเพื่อธุรกิจโรงแรม มีกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นการสร้างรายได้ สร้างยอดขายห้องพัก เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเลือกเข้าพัก” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่ม

หลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “มีราคาแพ็คเกจสุดคุ้ม มีโปรโมชั่น ส่วนลดสำหรับสมาชิกหรือลูกค้าประจำ มีราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่เข้าพักระยะยาวทั้งแบบรายสัปดาห์ และรายเดือน” 5) **ด้านสถานที่** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทน ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “เพื่อการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และจัดทำแผนซ่อมบำรุงเพื่อซ่อมแซมบำรุงรักษาให้ห้องพัก และพื้นที่ภายในโรงแรมไม่ให้เกิดโทรม จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกตรงตามมาตรฐานโรงแรม” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทน นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “โรงแรม ตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว โรงแรมตกแต่งสวยงาม มีความทันสมัย บรรยากาศดี เงียบสงบ ไม่พลุกพล่าน มีความเป็นส่วนตัว และปลอดภัย”

1.3) ลักษณะตลาดและความต้องการเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ ประกอบด้วย 6 ด้าน โดยผู้วิจัยนำเสนอผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้ 1) **ความสะดวกสบาย** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทน ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ห้องพักรจะต้องเตรียมพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบครันเพื่อช่วยในการดึงดูดและความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้พักผ่อนอย่างสะดวกสบาย” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในบริเวณโรงแรม และภายในห้องพักได้ตรงตามความต้องการ มีบริการต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว” 2) **ความเป็นส่วนตัว** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทน ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักรู้สึกถึงความ ปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ห้องพักรจัดให้มีประตูปิดมิดชิด แยกโซนบริเวณห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง ภายในโรงแรมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักเท่านั้น” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “โรงแรมมีบรรยากาศที่ เงียบสงบ ไม่พลุกพล่าน ไม่มีเสียงรบกวนขณะพักผ่อน ห้องพักรมีห้องน้ำภายในห้องพัก มีพื้นที่ภายในห้อง สำหรับพักผ่อนและมีความเป็นส่วนตัว” 3) **ความเท่าเทียมกันและการให้เกียรติ** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “ผู้บริหารกำหนดนโยบายส่งเสริมการยอมรับความแตกต่างทางเพศและให้บริการอย่างเท่าเทียมกันเป็นหลักปฏิบัติ มีการจัดการฝึกอบรม การพัฒนาศักยภาพ ให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงาน” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “ทุกคนมีสิทธิในการเข้าพักโรงแรมและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเท่าเทียมกัน

ทุกคนได้รับการบริการที่เป็นมิตร สุภาพ และได้รับความช่วยเหลือ” 4) **รสนิยม** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “โรงแรมควรจัดให้มีการบำรุงรักษาห้องพักให้มีสภาพที่ดี ไม่เก่าทรุดโทรม มีการพัฒนาตกแต่งแต่ละพื้นที่บริเวณโรงแรมและห้องพักให้สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “สไตล์การตกแต่งที่ทันสมัย ห้องพักระบายเป็นระเบียบ เรียบร้อยและไม่เก่า ห้องพักรมีความเป็นส่วนตัวและเงียบสงบ มีสิ่งอำนวยความสะดวกตรงตามความต้องการ” 5) **คุณภาพการบริการ** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “การพัฒนาด้านคุณภาพการบริการมีความจำเป็นอย่างยิ่ง และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรม และยังสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว โรงแรมจึงจำเป็นต้องพัฒนาในทุกด้าน” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “คุณภาพการบริการที่ประทับใจคือโรงแรมที่ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ การได้รับการทักทายที่อบอุ่นและรอยยิ้มจากพนักงานทุกคน” 6) **ช่องทางการสื่อสาร** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “ควรมีหลายช่องทางเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและการจองห้องพักของนักท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์ทางการของโรงแรม เฟสบุ๊คเพจของโรงแรม มีพนักงานให้บริการภายใน 24 ชั่วโมง” การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ (LGBTQ) ชาวต่างชาติให้ความสำคัญตรงกันว่า “นักท่องเที่ยวมักจะอ่านรีวิวของโรงแรม และทำการจองห้องพักโรงแรมสามารถเลือกได้หลายช่องทาง และการชำระค่าห้องพักก่อนการตัดสินใจจองห้องพัก”

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อม การบริหารจัดการโรงแรม ลักษณะตลาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศต่อกลยุทธ์การตลาดโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 12 ท่าน ผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์และตีความสรุปผลนำเสนอได้ดังนี้ 1) **ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว (Customer)** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการเลือกโรงแรมที่พัก โดยเฉพาะโรงแรมที่มักเป็นที่นิยมของคนกลุ่มเดียวกัน ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศจะมาพบปะกัน” 2) **ด้านราคา (Cost)** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือ

ตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “จะต้องวิเคราะห์ราคาและต้นทุนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศยินดีที่จะจ่ายเพื่อความความสะดวกสบาย เพื่อแลกกับราคาที่พักรที่จ่ายไป หรือช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสูง” 3) **ด้านความสะดวก (Convenience)** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “การนำเทคโนโลยีมาพัฒนาโรงแรมในด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยเพิ่มช่องทางในการจองห้องพัก ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการเลือกประเภทห้องพัก ระยะเวลาเข้าพัก และบริการต่าง ๆ” 4) **ด้านการสื่อสาร (Communication)** ผลการการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลพบว่า การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้แทนผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมให้ความสำคัญตรงกันว่า “บุคลากรของโรงแรมทุกคนสามารถที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศได้ ฝ่ายขายของโรงแรมจากการประชาสัมพันธ์โรงแรม ห้องพัก การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ”

3. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย พบว่า ในด้านคุณภาพบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มหลากหลายทางเพศ ที่มีต่อการใช้บริการโรงแรม ส่วนมากให้ความสำคัญกับการบริการที่มีคุณภาพและมีความเป็นมิตรกลุ่มหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะการที่โรงแรมหรือที่พักตั้งอยู่ในย่าน ทำเลที่ใกล้กับแหล่งชุมนุมของผู้ที่มีรสนิยมแบบเดียวกัน และการที่โรงแรมหรือที่พัก มีชื่อเสียงหรือมีภาพลักษณ์ที่ดีในกลุ่มหลากหลายทางเพศ ก็สามารถดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ได้ หากโรงแรมมีการคำนึงถึงหลักการข้างต้นธุรกิจโรงแรมที่มีเป้าหมายดึงดูดลูกค้ากลุ่มหลากหลายทางเพศ สามารถ นำผลการศึกษามาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ตรงต่อความคาดหวัง และพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้อันจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวลักษณะนี้ได้ ดังนั้นสำหรับผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับที่พักโรงแรมที่ต้องพัฒนาและการขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ และการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบใหม่แก่นักท่องเที่ยว

4. สนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรม จำนวน 8 ท่าน โดยผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์และตีความสรุปผลนำเสนอได้ดังนี้

4.1 ด้านสภาพแวดล้อมต่อการท่องเที่ยวของโรงแรม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารหรือตัวแทนผู้ประกอบการ ทุกท่านเห็นความสำคัญตรงกันตรงกันว่า ประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมและประชาชนทุกคนดูเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ ทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศมีอิสระเสรีจากการถูกแบ่งแยก หรืออาจถูกต่อต้านอย่างรุนแรง เมื่อเทียบกับบริบทของประเทศเพื่อนบ้านที่เคร่งครัดในศาสนา และมีประชากรส่วน

ใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม มีข้อห้ามทางศาสนาที่เป็นปิดกั้นการยอมรับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ เช่น ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย

4.2 ด้านการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ พบว่า การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ค่านิยมองค์กร ที่เป็นรูปธรรมของโรงแรมเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบ การบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ เช่น 1)ด้านกระบวนการบริหาร โรงแรมจัดให้มีการปรับปรุง ดูแลซ่อมแซม ไม่ให้ทรุดโทรม 2) ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3)ด้านเทคโนโลยี มีการนำเทคโนโลยีใหม่ แพลตฟอร์ม ใหม่ ๆ หรือกำลังเป็นที่นิยมมาใช้เพื่อให้ง่ายแก่การเข้าถึงนักท่องเที่ยว และ4)ด้านการตลาด เพื่อวิเคราะห์ สถานการณ์การท่องเที่ยว ระยะเวลาการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

4.3 ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศที่เลือกเข้าพักโรงแรม ในประเทศไทย พบว่า การออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่มีสไตล์ที่แตกต่างจากโรงแรมทั่ว ๆ ไป และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ รวมถึงมีการนำเสนอการบริการที่ตอบ โจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคล มีการนำเสนอราคาแพ็คเกจที่น่าสนใจครอบคลุมที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีกิจกรรมที่เข้ากับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

โดยผู้วิจัยโดยสามารถอภิปรายผลได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดในการ นำเสนอได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อม การบริหารจัดการโรงแรม ลักษณะตลาดและความต้องการ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศ และกลยุทธ์การตลาดของโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว กลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย โดยสรุปว่า ประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมและทุกคนที่อยู่ใน ประเทศเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ และเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม หลากหลายทางเพศมีจึงเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เพราะประเทศไทยเปิดกว้าง มีแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในแต่ละภูมิภาค มีสังคมและวัฒนธรรมอันดี มีความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น ใน ประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Jangnert et al. (2023) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีความ หลากหลายทางเพศ (LGBT) ในด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งผลงานวิจัยของ Visaratsakul et al. (2021) ผลการวิจัยพบว่าการสร้างความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อการเผยแพร่ องค์ความรู้ด้านความหลากหลายทางเพศให้แก่คนท้องถิ่นและหน่วยงานในการกระตุ้นเข้าถึงและสามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศตามลำดับ

ประเด็นที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อม การบริหารจัดการโรงแรม ลักษณะตลาด และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศต่อกลยุทธ์การตลาดโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย โดยสรุปว่านักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศจะให้ความสำคัญกับการเลือกโรงแรมที่พัก สิ่งที่คุณประกอบการหรือตัวแทนผู้บริหารโรงแรมต้องให้ความสำคัญนอกเหนือจากการบริการที่เป็นมิตร และจะต้องทันสมัย เพื่อนำมาพัฒนาโรงแรมในด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยเพิ่มช่องทางในการจองห้องพัก ในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Phimphorn, Sumran-in and Chuapung (2020) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การเลือกเมืองจุดหมายปลายทางและความจงรักภักดีของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อความรู้สึกหรือทัศนคติ และการเลือกเมืองจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งผลงานวิจัยของ Puangniyom, Ratanamaneichat and Sukjaroen (2017) ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมและกลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมที่จะได้มีแนวทางในการจัดการธุรกิจโรงแรมของตนเองให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้

ประเด็นที่ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลากหลายทางเพศในประเทศไทย โดยสรุปว่า ผู้บริหารและผู้ประกอบการที่พักโรงแรมจะต้องพัฒนาในทุกด้าน ทั้งด้านสภาพแวดล้อม สถานที่ให้บริการ การบริหารจัดการภายในโรงแรม เพื่อให้เหมาะสมกับรสนิยมที่หลากหลาย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น ห้องพัก ในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Phimphorn, Sumran-in and Chuapung (2020) ผลการวิจัยพบว่า การปรับทัศนคติให้แก่พนักงานอาจกระตุ้นให้พนักงานให้บริการที่มีคุณภาพและที่ดีองค์กรมีบรรทัดฐานต่อการให้บริการลูกค้าทุกกลุ่มรวมถึงกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ พร้อมทั้งผลงานวิจัยของ Boontum and Bussaparoek (2021) ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์นโยบายด้านสาธารณสุขและสังคมเป็นสิ่งที่ค้นพบและขัดเกลารูปแบบการท่องเที่ยวทางเพศร่วมสมัยสำหรับนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมีความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งนี้

1.1 สำนักงานการท่องเที่ยว ควรนำผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ ที่มีต่อความต้องการท่องเที่ยว มาปรับใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 4 จังหวัดให้สามารถสร้างความประทับใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

1.2 ผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ 4 จังหวัด ควรมีการปรับตัว ให้ความสำคัญกับสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์และประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว

1.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการเพิ่มกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลากหลายทางเพศ เพื่อเป็นการขยายฐานตลาดการท่องเที่ยว เพิ่มคุณค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี มีคุณภาพต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาโรงแรม ในพื้นที่ครอบคลุมทั้ง 4 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ระบบการให้บริการของโรงแรมใน 4 จังหวัดนั้นอยู่ในมาตรฐานการบริการแบบเดียวกัน

2.2 ผลวิจัยต่อยอดสู่การศึกษาเกี่ยวกับความเสี่ยงของการลงทุนธุรกิจโรงแรม ในพื้นที่ 4 จังหวัด ต่อไปในอนาคต เพื่อหาสิ่งที่ควรพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

2.3 ควรเปลี่ยนเครื่องมือหรือเทคนิคในการวิจัย เพราะอาจจะทำให้ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการวิจัยในครั้งนี้ พร้อมทั้งการร่วมกันทำความเข้าใจปัญหา นำมาเชื่อมโยงกับความสามารถและกำหนดทางเลือกใหม่ ๆ เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในระยะยาวต่อไป

References

- Boontum, V. and Bussaparoek, M. (2021). A Study of Behavior and Motivation toward Intention to Repeat to Travel: A Case Study of Surin. *Journal of Management Science Review*, 23(2), 39–49.
- Cheawjindakarn, B. (2018). Qualitative Case Study Research Techniques. *Liberal Arts Review*, 13(25), 103–118.
- Chonwilai, S. (2019). *Gender of Siam: History of Sexual Diversity*. Discovery Siam.
- Jangnert, P., Bunyavate, P., Jannual, O. and Chinnaphong, P. (2023). Demands of LGBTQIA+ Tourists towards Pattaya City Tourism, Chonburi Province. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science*, 9(9), 157–168.
- Puangniyom, P., Ratanamaneichat, C. and Sukjaroen, N. (2017). Hotel Business Guidelines for Creating LGBT Marketing Opportunity. *Veridian E-Journal*, Silpakorn University, 10(3), 2455–2471.
- Phimphorn, P., Sumran-in, C. and Chuapung, B. (2020). The Development of Hostels to Accommodate Tourists in Ayutthaya. *Panyapiwat Journal*, 12(3), 147–161.

Visaratsakul, V., Panyakamphon, C., Hirunsalee, S. and Sinthurat, T. (2021). A Study of Tourism Supply Promptness in Welcoming LGBT Tourists: A Case Study of Gay Tourists. *Journal of International and Thai Tourism*, 17(1), 140–163.